

土地利用規制による中心市街地活性化の課題と可能性 —まちづくり三法改正を通じた考察—

下関市立大学経済学部公共マネジメント学科准教授 菅 正史

1. はじめに

本稿が対象としている商業施設の立地は、持続可能な都市の重要課題の1つとなっている。日常的に相当距離の自動車移動を前提とする単機能型の都市的空間は、生活圏の拡散を引き起こすものとして、先進国に共通する課題となっている（大方，2011）。この単機能の都市的空間の代表例が、自動車利用を前提とし、広域から利用者を集める大規模な商業施設である。

日本では、大型の商業施設の立地規制が緩和された1990年代以降、多数の大規模な商業施設が、郊外の幹線道路の近くなどに立地するようになった。多くの地方都市は、これらの商業施設の立地により、かつての商業集積の衰退が進み、中心市街地の活性化が都市政策の課題の1つとなっている。

人口減少・高齢化社会を迎える日本の都市の再編は、広くアジアの都市にも重要な知見を与える。特に、欧州・米国の都市に比して、急速な都市化を経験し、社会基盤が不十分な地区を残した中心市街地を比較的基盤整備が良好な郊外部が取り囲んでいる日本の都市は、他のアジア都市とも共通点が多く、日本の都市の知見は、今後のアジア都市の成長管理にも示唆を与える。

本稿は、上記の問題意識のもと、主として大規模な商業施設の立地規制の観点から、今後の持続可能な都市空間の形成に向けた課題について考察を行う。はじめに、2006年の「まちづくり三法」の改正の概要を整理し、法改正前後の大規模小売

店舗の新設動向の変化を分析する。次に、中心市街地活性化に貢献しうる商業施設の立地規制の可能性について、日本の商業施設の立地規制の変遷や、北九州市の大規模小売店舗の新設動向、福岡県の広域的な商業立地調整の取り組みを通じて考察する。最後に、以上の結果を踏まえながら、持続可能な都市の形成に向けた中心市街地活性化の課題を考察する。

2. まちづくり三法改正の概要

「まちづくり三法」とは、都市計画法、中心市街地の活性化に関する法律（以下、中心市街地活性化法）、大規模小売店舗立地法（以下、大店立地法）の3法を意味する。2006年の法改正では、3法のうち都市計画法（および関連法）と中心市街地活性化法の2法が改正された。

2006年にまちづくり三法が改正された背景には、近年、大規模な商業施設の郊外立地が進んでおり、それが中心市街地の衰退をより深刻にしているとの問題認識がある。2006年1月、社会資本整備審議会の中心市街地再生委員会は、1980年代半ば以降に郊外部等で大型店の出店が増加していること、大型店の立地場所について、商業系の用途地域以外の場所が75%を占めており、既存の中心市街地とは異なる新しい場所に商業中心が形成されていること、ならびに新しい商業中心の形成が、特に地方都市で中心市街地の空洞化を進展させていることを指摘している。

都市計画法等の改正では、特に床面積が1万㎡

を超える「大規模集客施設」に関する土地利用規制が強化された。法改正前後の大規模集客施設の立地規制を比較したものが表1である。

第1に、用途地域の規制が強化され、第二種住居地域・準住居地域・工業地域では、大規模集客施設が立地できないことになった。改正前の都市計画法では、商業系の用途地域以外の第二種住居地域・準住居地域・準工業地域・工業地域の用途地域では、大規模商業施設に関する特段の規制はなかった。

第2に、郊外部の土地利用規制が強化されている。他の地域に比して規制が緩いとの指摘があっ

た非線引きの白地地域について、大規模集客施設の立地が禁止されることとなった。また市街化調整区域の開発について、一定規模以上の開発であれば許可可能とする大規模開発の規定が廃止された^(注1)。さらに、準都市計画区域の制度が改正され、都道府県が広域的な観点から、都市計画区域以外の地域を含めて大規模集客施設の立地を規制する道が開かれた。具体的には、「農地・環境保全が必要な区域」にも準都市計画区域を指定できるようになり、都市計画区域以外の広い地域に準都市計画区域を指定し、都市計画法による土地利用規制を適用することが可能となった。この準都市計

表1 2006年都市計画法等改正における大規模小売店舗等の立地制限

用途地域等	改正前	改正後
第一種低層住居専用地域	×床面積 50 m ² を超えるもの	
第二種低層住居専用地域	×床面積 150 m ² を超えるもの	
第一種中高層住居専用地域	×床面積 500 m ² を超えるもの	
第二種中高層住居専用地域	×床面積 1,500 m ² を超えるもの	
第一種住居地域	×床面積 3,000 m ² を超えるもの	
第二種住居地域	×劇場、映画館等	×劇場、映画館等 ×大規模集客施設※ ○開発整備促進区の創設
準住居地域	○制限なし	×劇場、映画館等の一部 ×大規模集客施設 ○開発整備促進区の創設
近隣商業地域	×劇場、映画館等の一部を制限	○制限なし
商業地域	○制限なし	
準工業地域	○制限なし	○制限なし (×中心市街地活性化基本計画の認定には、大規模集客施設※の立地規制が必要。)
工業地域	○制限なし	×劇場、映画館等 ×大規模集客施設※ ○開発整備促進区の創設
工業専用地域	×不可	
市街化調整区域	×原則不可 ○大規模開発（区域面積 5～20ha以上）は許可可能	×原則不可 ×大規模開発の開発許可基準の規定を廃止
非線引き白地（含準都市計画区域の白地地域）	○制限なし	×大規模集客施設※ ○開発整備促進区の創設
都市計画区域外	○（都市計画法上は）制限無し	○（都市計画法上は）制限無し ×準都市計画区域の指定要件の緩和（農地を含める）、および指定権者の変更（市町村→都道府県）

(注) 「大規模集客施設」：店舗、飲食店、遊技場などのうち、床面積1万m²超のもの。

(出所) 菅（2010）より一部改編

画区域は、広域的な観点から土地利用の調整を可能とする意図から、市町村ではなく都道府県が指定することとされている。

また、中心市街地活性化法が改正され、中心市街地の活性化に関する国の支援を受けるためには、自治体が自ら準工業地域の土地利用規制を強化することが必要になった^(注2)。

3. 大規模小売店舗の新設届出の動向

本節では、2006年の法改正の前後で、大規模小売店舗の新設動向がどのような変化したかを、大店立地法の届出データを用いて概観する。大店立地法は、店舗面積が1,000㎡を超える店舗を新設する者に、事前に届出を行うことを義務付けており、この届出の内容は経済産業省のホームページで公開されている^(注3)。ここでは、大店立地法の新設届出（取り下げがあったものを除く^(注4)）を、三大都市圏を除いて集計した^(注5)。

図1は、大規模小売店舗立地法の新設届出の店舗面積合計を、店舗面積規模別に集計したものである。店舗面積が1万㎡以上の店舗は、件数ベースでみるとごく一部に過ぎないが、店舗面積ベースでみた場合には、2000～07年の間に新設された店舗面積の約4割、旧政令市では5割以上を占めている。しかし、旧政令市（札幌・仙台・広島・北九州・福岡）では2008年度以降、その他の地方都市では2009年度以降、店舗面積が1万㎡を超える店舗を中心に新設届出が減少している。これについて、2008年の金融危機が影響している可能性があるが、7,000㎡以下の店舗の新設の減少の程度と比較すると、2007年11月に施行された改正法が、大規模な商業施設の立地の抑制に繋がっていると考えられる。

図2は、大店立地法の新設届出面積を、その立地場所により旧市街地・新市街地・郊外部の3

つに区分し、集計したものである^(注6)。ただし、旧市街地は1960年時点の人口集中地区（DID：Densely Inhabited District）、新市街地は2000年時点のDIDとし、その他の地域を郊外とした。近年、活性化が必要とされている中心市街地の多くは、旧市街地に位置していると考えられる。

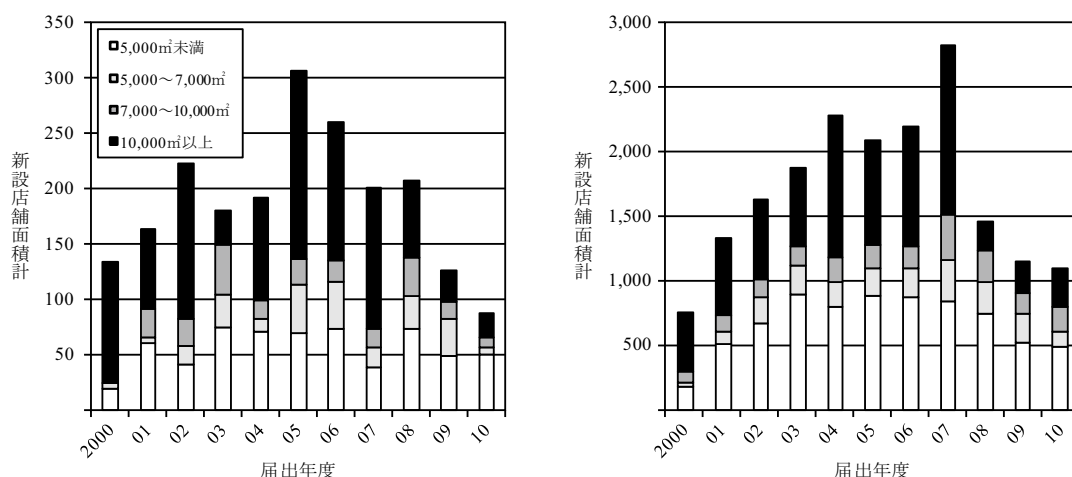
大規模な商業施設の立地が減少した2008年度以降、新市街地・郊外の新設届出面積は減少したが、旧市街地で新設される割合は増加していない。旧政令市では、郊外の新設は減少したが、旧市街地での新設届出も減少している。旧政令市以外の市での新設は、もともと郊外より新市街地が多くを占めていたが、法改正後は旧市街地・新市街地・郊外の全てで新設届出面積が減少している。

表2に、店舗面積が1万㎡を超える特に大規模な店舗の新設届出の件数・面積を、旧市街地・新市街地・郊外別と、都市計画区域の区域区分とでクロス集計した結果を示す。大規模店舗の新設届出が増加した2004～07年度には、地方都市の郊外の非線引き区域の新設が多くなっているが、法改正後は、非線引き区域の新設届出は減少した。ただし改正後の新設届出の件数は、郊外・新市街地だけでなく、旧市街地でも減少している。

以上の集計結果を見ると、今回の法改正による大規模集客施設の立地規制強化は、狙いとしていた郊外、特に土地利用規制の緩い非線引き区域での超大型店の新設を抑制する点では一定の効果をあげている。ただし、法改正後は、用途地域の立地規制が強化されたことから、旧市街地での新設届出は減少しており、加えて中規模の店舗が郊外・新市街地に立地する傾向は続いている。

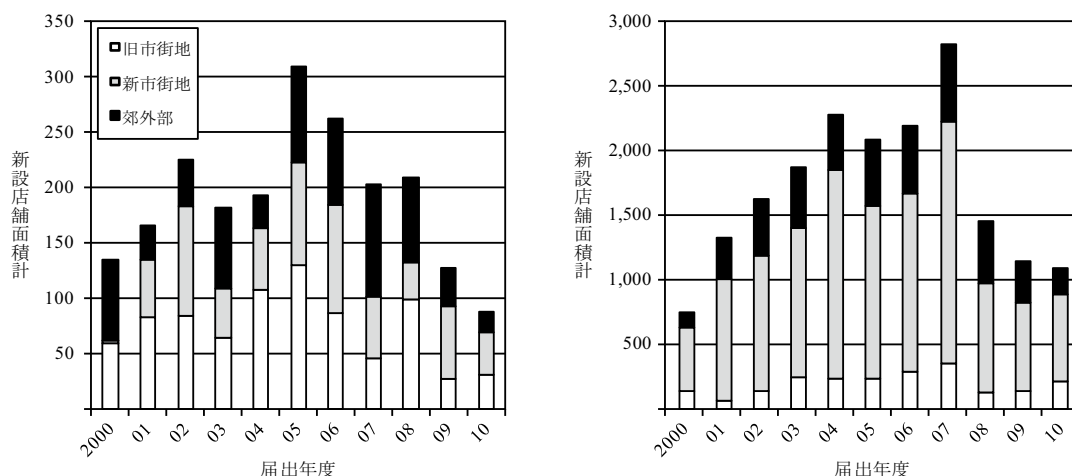
このことから、三法改正による立地規制の許可は、超大型店の郊外への立地を抑制することには成功したが、少なくとも現時点では、旧来からの都市の商業集積に立地を誘導することはできていないといえる。

図1 店舗面積規模別による大店立地法の新設店届出店舗面積の時系列変化
(左：旧政令市，右：その他の市町村。単位：1,000m²)



(出所) 大店立地法の届出をもとに筆者作成

図2 立地場所による大規模小売店舗立地法の新設店届出店舗面積の時系列変化
(左：旧政令市，右：その他の市町村。単位：1,000m²)



(出所) 大店立地法の届出をもとに筆者作成

4. 商業調整としての土地利用規制の妥当性

前節の集計結果から、もし中心市街地の商業集積を、商業施設の立地規制の強化を通じて達成しようとするならば、一層の規制強化が必要ということになる。即ち、規制対象をより小規模の商業施設に広げるとともに、より限られた地域にしか

商業施設が立地できないようにする必要がある。だが、中心市街地の商業機能の回復を図るために商業施設の立地規制の強化を行うことは、社会的に好ましい選択といえるだろうか。

本節では、日本の大規模小売店舗の立地規制が緩和された経緯の整理^(注7)を通じて、上記の問題について考察する。

日本の大規模な商業施設に関する規制は、1937

表2 1万㎡以上の店舗の新設届出件数・店舗面積（面積の単位：ha）

		全体		市街化区域		調整区域		非線引き用途		非線引き白地		都市計画区域外	
		件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積
旧政令市													
2000～04	旧市街地	7	15.7	7	15.7								
	新市街地	4	9.0	2	5.2	2	3.8						
	郊外	6	10.6	4	7.7	2	2.9						
	小計	17	35.3	13	28.5	4	6.7						
04～07	旧市街地	8	19.5	8	19.5								
	新市街地	5	10.9	5	10.9								
	郊外	12	21.3	11	19.8	1	1.4						
	小計	25	51.6	24	50.2	1	1.4						
08～10	旧市街地	3	4.3	3	4.3								
	新市街地	2	4.0	2	4.0								
	郊外	2	3.7	1	1.5	1	2.2						
	小計	7	12.0	6	9.8	1	2.2						
その他													
2000～04	旧市街地	10	19.7	9	18.6			1	1.1				
	新市街地	18	43.6	16	40.1			2	3.4				
	郊外	60	161.4	34	84.9	18	34.3	3	5.2	2	32.4	3	4.5
	小計	88	224.7	59	143.7	18	34.3	6	9.8	2	32.4	3	4.5
04～07	旧市街地	22	46.5	18	38.0			4	8.5				
	新市街地	28	55.7	24	42.0	1	5.5	2	5.7	1	2.4		
	郊外	147	307.0	46	100.5	37	87.2	18	36.5	41	74.5	5	8.3
	小計	197	409.2	88	180.5	38	92.7	24	50.8	42	77.0	5	8.3
08～10	旧市街地	4	13.7	3	10.8			1	3.0				
	新市街地	11	19.0	7	11.1			4	7.9				
	郊外	11	42.5	6	11.4	1	25.2	1	1.6	3	4.4		
	小計	26	75.2	16	33.2	1	25.2	6	12.5	3	4.4	0	0.0

（出所）大店立地法の届出をもとに筆者作成

年に制定された第一次百貨店法にさかのぼることができる。1930年代に入ると、大都市の百貨店と従来型の中小小売業との競合が、社会問題として認識されるようになる。その結果、中小小売業の保護を目的として、第一次百貨店法が制定される。第一次百貨店法では、施行規則で定める面積以上^{（注1）}の売り場面積を有する店舗を新設・拡張する場合には、大臣の許可が必要となる。ただし、戦時体制下の当時は統制立法による規制が厳しく、第一次百貨店法の自体の実効力は強くなかったそう。第一次百貨店法は、太平洋戦争終了後、占領軍により、統制立法の廃止の一環として廃止された。

戦後、復興の中で再び百貨店問題が生じ、1956年に第二次百貨店法が公布される。第二次百貨店法は、通産大臣が許可に際し、百貨店審議会を通して、地元商工会議所などの意見を聞くこととしている。第二次百貨店法による新規出店規制は、

中小の小売商店のみならず、すでに立地していた百貨店の利益も保護することになる。

1960年代に入ると、百貨店法の対象とならない、いわゆる「スーパーマーケット」の立地が拡大する。これらのスーパーは、分散的に店舗を立地させ、本部で大量仕入れを行う手法で、全国的に売上を拡大させていく。スーパー各社は、店舗単位となっていた百貨店法の規定から外れるため、各階毎に別会社とする方式を採用した。買回り品を中心とする百貨店とは異なり、中小小売業と同じ最寄り品を扱うスーパーの立地は、中小小売業に深刻な影響を与えることとなる。

スーパーの立地進展を背景に、1973年に「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」（大店法）が制定された。大店法は、店舗面積の合計が基準面積（特別区および政令指定都市では3,000㎡、その他の都市では1,500㎡）以上の建物の新增設を対象としている。大店法の

対象となる店舗の新增設に際しては、通産大臣に事前の届出が必要となる。通産大臣は、届出があった旨の公示を行い、周辺の小売業への影響を審査する。審査で影響があると認められた場合には、大規模小売店舗審議会の意見を聞いたうえで、開店日の繰り下げや店舗面積の減少、開店時刻、休日の変更を勧告することができる。百貨店法が許可制であったのに対して、大店法が届出制となっているのは、中小小売業の保護を目的に、最寄り品を中心に扱うスーパーの立地を規制することが、消費者の利益を大きく損なうとの判断がある^(注8)。

1980年代には、大店法は日米貿易問題の障壁の1つに取り上げられ、規制緩和に向けた検討が行われる。1985年の日米貿易委員会では、米国から大店法の改善に対する要求が出される。また1990年の第3回日米構造問題協議では、数年以内に大店法を撤廃するよう要求が出されている。1992年、大店法は米国からの要求に応える形で改正され、通産大臣が調整を行う大規模店舗（第一種大規模小売店舗）の基準面積が2倍（特別区および政令市では6,000㎡、その他の都市では3,000㎡）に引き上げられる。また、通達に基づき、大規模小売店舗審議会とは別に、非公式な調整を行っていた商工会議所を中心とする商業活動調整協議会（商調協）を、手続きの透明性の確保のために廃止している。

1992年改正により大型の商業施設の出店はかなり容易となったが、その後も国内外からさらなる規制緩和が求められることとなる。1996年、米国がWTO違反として大店法を提訴し、撤廃を強く要求している。またバブル崩壊後の景気悪化の中で、国内世論の大店法の規制緩和の要求も高まっている。

以上の経緯から、2000年に、新しく大規模小売店舗立地法（大店立地法）が施行され、大店法は廃止されることになった。大店立地法では、大型

店と周辺の生活環境との調和を図る目的で、駐車場の設置や交通渋滞、騒音などの観点から、適切な「施設の配置及び運営方法」に配慮するための手続きがとられるが、商業調整の観点からの立地規制は廃止されることとなった。

以上の大店立地法制定の経緯を考えると、消費者の支持が少なくなっている中心市街地の商業を支えるために、土地利用規制を一層強化することについて、国民の理解をえることは難しいといえよう。

5. 都市計画の視点からの商業立地規制強化の課題

2006年の都市計画法の改正は、大規模商業の立地調整を目的としたものではなく、立地場所について自治体が判断する枠組みを与えるという観点で行われている（明石、2006）。

改正前の都市計画法の下では、自治体が郊外部の大規模商業施設の立地を規制することは困難であった。都市計画法の用途地域規制は、都市構造を積極的に誘導するものではなく、近隣紛争の予防に主たる目的が置かれている。そのため、表1で指摘したように、商業系以外の用途地域でも商業施設の立地が可能となっている。また、建物の形態規制についても、建蔽率・容積率などの建物の密度を規制する形となっているため、そもそも低密度の郊外型の開発を抑制することはできない。また、区域区分・開発許可制度も、社会基盤の整備を伴わない無秩序な郊外化（スプロール）を防ぐことが目的とされているため、大規模で計画的な開発は認められている。このような都市計画法の土地利用規制の不備が、大店法の改正・廃止をきっかけとする大規模商業施設の郊外立地の多発により、改めて明らかになったといえる。

本節では、商業振興策ではなく、都市計画の視点から、土地利用規制を一層強化することが妥当・

可能であるかについて考察を行うこととする。人口減少・高齢化社会が到来する中、快適な生活や環境負荷の削減、公共投資の効率性を図る都市計画の観点から、中心市街地の商業機能の活性化に寄与する商業立地規制の強化の可能性について、北九州市における2000年以降の大規模小売店舗の立地と、福岡県の広域的な商業立地ビジョンの取り組みに関連して考察する。

5.1 北九州市の大規模小売店舗の立地

北九州市でも、中心市街地の活性化は重要な政策課題の1つとなっている。たとえば、副都心として位置づけられる黒崎では、20%近い空き店舗率を抱える商店街や、再生に向けて検討が進められているコムシティをはじめ、その活性化が課題となっている。

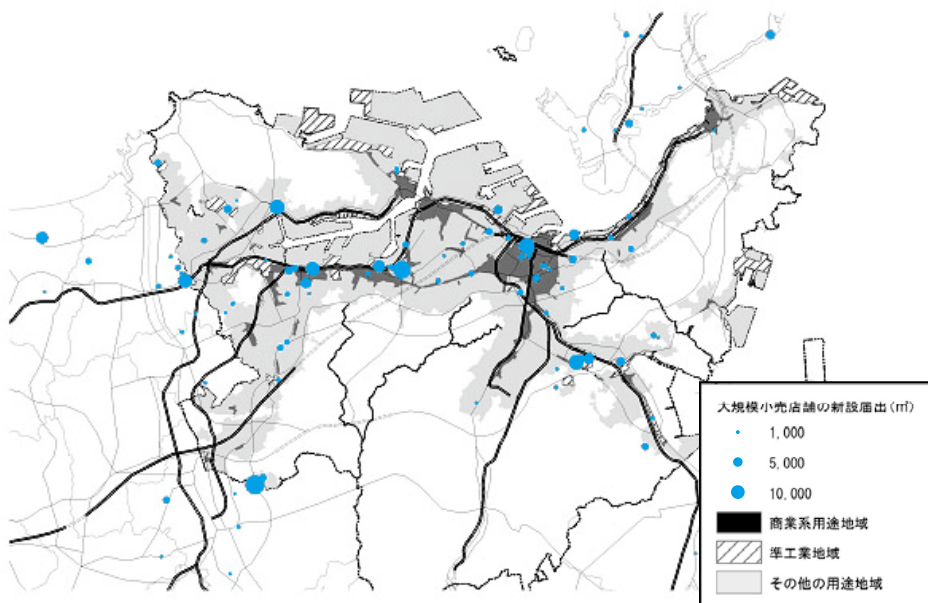
2000年以降の北九州市の大規模小売店舗の新設届出を、2009年時点での商業系用途地域・準工業地域の指定状況とともに示したものが、図3であ

る。

政令市である北九州市は、線引きによる市街化調整区域の指定を行っており、さらに市街地が海と山に挟まれているという地理的特徴を有することから、いわゆる郊外型の大規模小売店舗の立地は少ない。2000年以降に北九州市に立地した大型商業施設をみると、小倉南区の葛原の準工業地域に立地した大型ショッピングセンターを除くと、多くは小倉・八幡東・若松など、鉄道駅の近くに立地している。また、小倉駅周辺、黒崎駅周辺でのホームセンターや家電量販店の出店もある。ただし、中規模のロードサイドショップの立地は、市内の各地で見られる。

このような北九州市の最近10年間の大規模小売店舗の新設届出状況から考えると、商業施設の土地利用規制を通じて中心市街地活性化を図るためには、商業系の用途地域を大幅に縮小するとともに、立地規制の対象を中規模以下の商業施設まで広げることが必要であったことになる。

図3 2000～10年1月の北九州市の大規模小売店舗の新設届出



(出所) 大店立地法届出, 国土数値情報, 基盤地図情報ほかをもとに筆者作成

しかし、都市計画的な観点から上記の規制強化を是とすることには、かなりの困難を伴う。確かに図3に示すように、北九州市の商業系の用途地域は市域のかなり広範囲に指定されており、商業系用途の縮小の余地は大きい。だが、環境面や投資の効率化の観点から、鉄道駅周辺で商業系用途を規制する土地利用規制の見直しの論拠を見出すことは難しい。このような規制を行うためには、都心・副都心に広域的な商業機能を集積し、他の地域で日常的な需要を満たす以上の商業施設を立地させないことについて、市民の広い支持を集めることが前提となる。

5.2 福岡県の「大規模集客施設の立地ビジョン」

続いて本節では、福岡県の広域的な商業施設の立地調整の取り組みを通じて、特定の地域に商業施設を集積することについて、現時点で幅広い合意を集めることは可能かどうかについて、考察を行うこととする。

生活圏を超えて買い物客を集める大規模な商業施設の立地をどのように考えるかは、市町村の圏域を超えた課題となる。たとえば、図3の北九州の例では、近隣市の直方市や岡垣市・水巻市に商業施設の新設がある。また、福岡県第3の都市である久留米市では、市内に加え、鳥栖・筑紫野市などの郊外で大規模な商業施設の立地が相次いだ。これらの商業施設の立地により、久留米市の中心市街地では、2005年のダイエー六ツ門店、2009年の久留米井筒屋と、中核となる商業施設が閉鎖し、中心市街地の活性化が課題となっている。このような広域的な大規模商業施設の立地の問題に対処するため、福岡県は、準都市計画区域の規定の改正に着目し、広域的観点から大規模集客施設の立地をコントロールしようとする試みを行っている。

福岡県は、2007年6月に「大規模集客施設の立

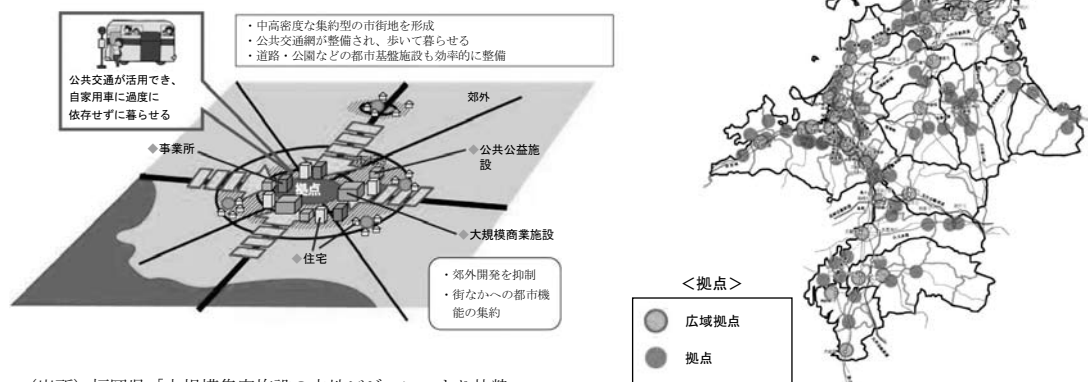
地ビジョン」を策定した。この立地ビジョンは、集約型の都市構造を実現することを目的として、37の広域拠点と70の拠点を制定している（図4）。県内の市町村は、ビジョンで定められた拠点以外の場所で、3,000㎡以上の商業施設の立地を可能とする用途変更を行うには、福岡県の同意が必要となる^(注9)。また県では、2008年3月に5万3,500haの準都市計画区域を指定し、都市計画区域外でも商業施設の立地規制を行っている。

福岡県の立地ビジョンの取り組みからは、現時点で広域拠点・拠点の選定を効果的に行うことの難しさが見て取れる。図4をみると、県内のかなり多くの地点が、広域拠点・拠点として選定されていることがわかる。各市町村の立場に立つと、大規模な商業施設の立地は、近隣住民の利便性の向上や、雇用の創出・税収の増加に繋がる。大規模商業施設の立地を左右する広域拠点・拠点を県が選定する際に、各市町村から様々な要望が出されたことが推測される。人口減少が見込まれる中、集約型都市構造の形成に立地ビジョンが実効性を発揮していくためには、広域拠点・拠点の絞り込みが課題と考える。

6. 中心市街地活性化に向けた土地利用規制に関する考察

三法改正は、非線引き区域などの市街地から離れた郊外部に、自動車利用を前提とした大型ショッピングセンターが立地することに、一定の歯止めをかけた点で、一定の効果があつた。改正前の都市計画法に基づく土地利用規制では、自動車への過度の依存やインフラ投資の非効率性に繋がる郊外の大規模商業施設の立地を止めることができなかったが、法改正以降は、このような商業施設の立地は抑制されている。

図4 「大規模集客施設の立地ビジョン」のイメージ



(出所) 福岡県「大規模集客施設の立地ビジョン」より抜粋

しかし、今回の三法改正では、商業施設の立地規制を通じた中心市街地の活性化の限界も明らかになった。法改正後、超大型店の郊外立地は抑制されているが、中心市街地の商業機能の活性化に繋げるには不十分である。仮に土地利用規制を通じて中心市街地の商業を活性化しようと思えば、規制の対象となる区域・規模を、相当程度拡大しなければならない。しかし、都市計画の観点から、中心市街地の商業機能活性化に繋がるほどの商業立地の規制強化を行うことは難しい。

筆者は、日本の多くの地方都市の中心市街地は、少なくとも当分の間、商業機能を前提とした活性化を実現することが難しくなっていると感じている。もちろん、中心市街地にあって、郊外型の大規模店舗にはできないサービスや雰囲気を提供し、多くの来訪者を集めている店舗・商店街は少なくない。このような店舗や商店街は中心市街地の魅力を高める貴重な資源であり、これを支える必要があることはいままでの間。しかし、全体的に見た場合には、多くの中心市街地の店舗が、アクセスの利便性や商品構成などの面で、新規の大型店に対して、優位性をもつことは難しい状況になっていると感じる。

このような現実の中で、中心市街地の魅力を取

り戻すには、商業機能を前提とした従来の「活性化」の概念を見直す必要があるように思える。これまでの中心市街地活性化では、買い物や飲食などのサービスを目的として、多くの人が来訪したかつての姿を取り戻すことが、暗黙の了解となっていた。しかし、すでに市内の各地に多様な商業施設が立地している現在の都市では、中心市街地に求められる役割も変わってきていると考える。

都市の持続性から考えると、現在の中心市街地には、機能的な側面ではない、精神的な「まちの顔」としての魅力の回復が求められているように感じる。まちのシンボルとして中心市街地が求心性を保ち続けることができれば、将来人々が自動車を利用しないライフスタイルへと移行する道を選ぶ際に、再び商業機能の中心としての役割を担うことができる。

機能面の重みから解放された中心市街地の活性化は、もはや来訪者の数という目的に縛られる必要がない。むしろ、精神的なシンボルとしての中心市街地の活性化を考える際には、心地よさや、歴史、まちの個性を感じさせる空間が重要となってくる。この仮説が妥当性をもつならば、中心市街地の活性化を実現する土地利用規制は、郊外の開発を規制するルールではなく、むしろ中心市街

地を対象とし、その空間を魅力的にするルールであると思える。中心市街地の活性化には、このようなルールの実現に向けた合意の形成、権利関係の調整や、財源の確保をいかに進めるかが課題となっているといえよう。

注

- (注1) 改正前の都市計画法でも、市街化調整区域での大規模小売店舗立地は、原則禁止されている。しかし、改正前の開発許可制度では、20ha以上(条例で5haまで引き下げが可能)の計画的な大規模開発に、開発許可を与えることができるとする規定があった。今回の法改正で、この大規模開発の規定が廃止された。
- (注2) 改正法のもとで、内閣総理大臣が認定した中心市街地活性化基本計画は、実施に様々な支援を受けることができる。ただし、基本計画の内閣総理大臣認定を受けるためには、準工業地域の大規模小売店舗の立地を規制する必要がある。2006年に閣議決定された「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」は、特別用途地区又は地区計画で準工業地域の大規模集客施設の立地制限を行うことを、基本計画の内閣総理大臣認定の条件としている。ちなみに、2011年3月現在で、104市が中心市街地活性化基本計画の認定を受けている。
- (注3) ただし、中心市街地活性化法の改正により、大店立地法の届け出が不要となる第一種特例区域が創設されており、これらの区域での新設はデータに含まれない。2011年2月現在、全国で18市が第一種特例区域制度を適用している。
- (注4) 本稿では、大店立地法が施行された2000年6月から2011年1月までの届出について分析を行った。経済産業省は、月初めに前々月までの届出について公開している。本稿は、2011年3月時点で公

開された1月末日までの新設届出をもとに作成している。そのため、本稿の集計は、3月11日以降の取り下げは反映されていない。

- (注5) ここでは、東京圏(1都3県)、関西圏(2府1県)、中京圏(愛知県)を三大都市圏とした。
- (注6) 本分析では、東京大学空間情報科学研究センターが提供している「CSVアドレスマッチングサービス」を利用し、新設届出店舗の住所をGISデータに変換した。そのため、本分析に用いたGISデータには、最大で町丁字レベルの誤差を有する。また、アドレスマッチングがうまくいかなかったデータは、Google Mapを用いて緯経度座標の情報を取得している。
- (注7) 百貨店法～大店法の間の制度の変遷の整理は、泉田(1996)を参考とした。
- (注8) 大店法の第一条には、法の目的を「消費者の利益の保護に配慮しつつ」中小小売業の事業活動の機会を確保するとしている。
- (注9) 2011年3月現在では、事前相談を含め、用途変更に関する協議などの実績はない。

参考文献

- 明石達生(2006)「都市計画法等改正の本当の意味」矢作弘、瀬田史彦編『中心市街地活性化—三法改正とまちづくり』学芸出版社、pp. 33～46
- 泉田栄一(1996)「大店法の変遷過程」『法政理論』28(3)、pp. 1～28
- 大方潤一郎(2011)「まちづくり条例による国際標準の計画制度—持続可能な都市圏構造と日常生活空間の実現のために」養原敬編著『都市計画 根底から見直し新たな挑戦へ』学芸出版社、pp. 85～114
- 菅正史(2010)「まちづくり三法改正が大規模小売店舗立地に与えた影響に関する基礎的分析」『土地総合研究』18(3)、pp. 106～116