

大規模小売店舗の立地ポテンシャルを用いた 都市機能誘導区域の評価

浅野 周平¹・森本 章倫²

¹ 学生会員 早稲田大学大学院 創造理工学研究科 (〒169-8555 東京都新宿区大久保3-4-1)

E-mail: asano-shuhei@fuji.waseda.jp

² 正会員 早稲田大学教授 理工学術院 (〒169-8555 東京都新宿区大久保3-4-1)

E-mail: akinori@waseda.jp

コンパクトシティの実現に向け日本各地で立地適正化計画の策定が行われている。しかし、立地適正化計画には強制力が存在しないことから適切に誘導が行われるかについて懸念も存在する。そこで本研究ではまず、都市機能誘導区域に着目し、大規模小売店舗の立地動向を把握する。その上で、立地ポテンシャルモデルの構築により、都市機能誘導区域への大規模小売店舗の立地可能性を評価し、誘導に向けた課題を明らかにすることを研究目的とする。分析により大規模小売店舗は依然として郊外化の傾向にあり、都市機能誘導区域の売場面積は減少傾向にあることがわかった。また、立地ポテンシャルモデルの構築により、都市機能誘導区域の評価を行った。その結果、一部の都市機能誘導区域は都市機能誘導区域外よりも立地ポテンシャルが低いことが明らかとなった。

Key Words : *Lage-scale retaile store, Grocery store, Location optimization plan*

1. はじめに

(1) 研究背景と目的

我が国の多くの地方都市では、大規模小売店舗の郊外立地が顕著である。地方都市では自家用車への依存の度合いが高いため、駐車場不足や交通渋滞に悩まされる都心部より、十分な駐車場を確保できる郊外に立地する方が有利になるためである。特に 1990 年代以降、立地規制が緩和されたことにより、大規模小売店舗の郊外立地は急増する結果となった。また、2000 年に施工された大規模小売店舗立地法¹⁾により、それまで商業調整機能の役割を果たしていた大規模小売店舗法が廃止されたことも大きな要因である。これに伴う、人口の郊外化や中心市街地の衰退、土地利用の低密化は、我が国の大きな課題となっている。

一方、日本の 2050 年の将来人口は 9,700 万人にまで減少すると推計されており、これまで低密に広がった都市の急激な縮退が予想される。そのため、人口規模に合わせて、都市を適切に集約することが強く求められている。この状況を改善するための都市形態として、注目を集めているのがコンパクトシティである。

このような状況下で、2014 年には改正都市計画特別措

置法が施行され、各自治体による立地適正化計画²⁾の策定と、これに基づくコンパクトシティへの転換が進められている。2017 年 12 月末日の時点で、立地適正化計画について具体的な取組を行っている自治体は 384 団体である。

立地適正化計画では、都市機能誘導区域を集約エリアとして定め、立地コストを軽減する誘導施策により、商業機能を含む都市機能の集約を図っている。しかし、集約を促すエリアに対する強制力は存在しないことから、適切に誘導が行われるかについては懸念も存在する。そのため、大規模小売店舗の誘導可能性について、新たな法的枠組みである立地適正化計画を視野に知見を得る必要があると考える。

そこで本研究ではまず、都市機能誘導区域に着目し大規模小売店舗の立地動向を把握する。その上で、立地ポテンシャルモデルの構築により、都市機能誘導区域への大規模小売店舗の立地可能性を評価する。さらに、本モデルから得た知見をもとに、誘導に向けた課題を明らかにすることを研究目的とする。

(2) 既存研究と本研究の位置づけ

大規模小売店舗に着目し、立地動向の実態分析をした

研究として、例えば遠藤ら³⁾や室町ら⁴⁾は、大規模小売店舗の立地動向を経年的に分析し、その立地要因や、既存商店街への影響を分析した。

また、2000年の大店立地法施行後は、既存の土地利用規制制度や大店立地法などの制度運用とその効果に関する研究が数多くなされた。例えば、阿部ら⁵⁾は大規模小売店舗立地法に基づく届出案件に関して、運用にあたる県へのアンケート調査により、出店や指針遵守の状況を分析した。また、姥浦⁶⁾は、条例を通じた自治体レベルの立地コントロール効果とその課題を明らかにしている。

大規模小売店舗に関して、近年ではその撤退を扱った研究も見られる。井上ら⁷⁾は、大規模小売店舗の撤退について、その特徴や行政の対応について分析を行い、撤退に対して行政は事後対応や無対応が多いことを指摘している。川嶋ら⁸⁾は大規模小売店舗の撤退とさらにその跡地利用に関する傾向を分析し、後継ぎ利用のなされ方や、後継ぎ利用が周辺の商業地に与えた影響を明らかにした。

一方、モデルの構築により、大規模小売店舗の商圈分析や立地・撤退について分析した研究も見られる。例えば讃岐⁹⁾らは、Hotelling に代表される商圈分割型や Huff に代表される空間相互作用モデルの論理を再構築しながら、距離という要素のみで集客ポテンシャルモデルを構築し、その有効性を検証した。また、西岡ら¹⁰⁾は非集計モデルを用いた立地モデルと生存曲線を用いた店舗の撤退モデルを組み合わせた、立地変化予測手法の提案を行った。特に食料品店に着目した研究事例として、関口ら¹¹⁾は、フードデザート問題解決を視野に、撤退時期の予測を含む、食料品店の撤退モデル構築を行った。またこのモデルを群馬県、栃木県、茨城県に適用することでモデルの妥当性について考察を行った。

以上のように、大規模小売店舗に関わる研究は、大規模小売店舗の郊外立地が相次ぐと、その実態分析を行う研究が行われてきた。さらに大店立地法の施行後は土地利用コントロールを視野に制度運用に関わる研究が多数見られる。また、近年では撤退に着目した研究もみられた。その他、モデルの構築に立地・撤退の予測に関しても知見がある。

しかし、大規模小売店舗に関する研究として、近年策定されたばかりの立地適正化計画を考慮したものは、まだ蓄積が少ない。今後は立地適正化計画により、大規模小売店舗の立地誘導に新たな仕組みが付加されることから、立地適正化計画を考慮した知見が必要であると考えられる。そこで本研究はこれらを踏まえ、大型店の立地に関して、近年設定された都市機能誘導区域に着目した分析を行う。立地適正化計画を視野に、大型店の立地動向から都市機能誘導区域の評価を行う点に本研究の特徴がある。

2. 分析対象地域と使用データ

(1) 宇都宮市の概要

本研究では、栃木県宇都宮市を分析対象とする。宇都宮市は人口約52万人、面積は416.8km²である。2017年3月に立地適正化計画の策定を行っており¹²⁾、都市機能誘導区域の具体的なエリアが決定している。居住誘導区域に関しても2018年末までに具体的なエリアを決定する計画となっている。図-1に宇都宮市が設定した都市機能誘導区域を示す。図に示すように、宇都宮市は都市機能誘導区域として10のエリアを設定している。

図-2に宇都宮市の小売業売場面積の推移を示す。図-2より、中心市街地の売場面積はピークである1991年から、2007年時点で約65,000m²減少している。中心市街地の売場面積が全体に占める割合は2007年時点で17.3%であり、郊外化が進んでいる傾向が伺える。

(2) 使用データの概要

本研究では、宇都宮市の立地適正化計画における誘導対象である、大規模小売店舗のに着目し分析を行う。対象年次は2000年と2015年とし、大規模小売店舗のデータは、東洋経済の大型小売店ポイントデータ¹³⁾より入手した。また、都市機能誘導区域の詳細な位置情報は宇都宮市都市計画課よりデータ提供を得た。

3. 大規模小売店舗の立地動向の把握

(1) 大規模小売店舗の立地動向

表-1に2000年と2015年における大規模小売店舗の売場面積を、都市機能誘導区域に指定されたエリアと都市機能誘導区域外に分けて集計した結果を示す。

表-1より宇都宮市の大規模小売店舗の立地状況を概観する。宇都宮市全体では、2000年から2015年にかけて売場面積が増加していることがわかる。平均売場面積は、

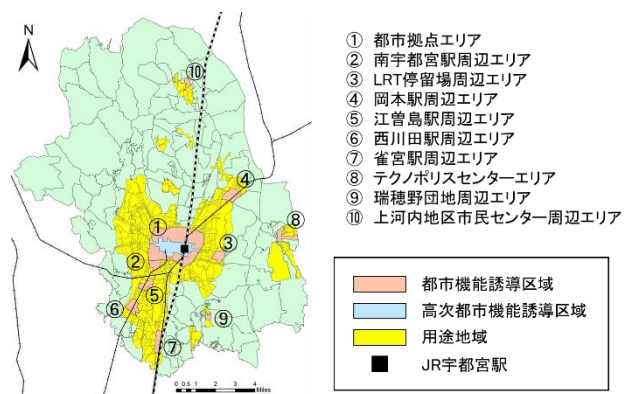


図-1 宇都宮市の都市機能誘導区域

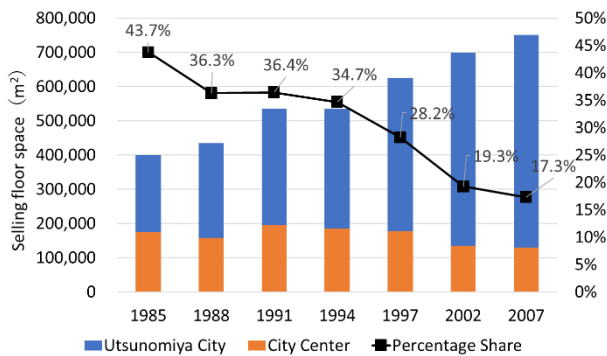


図-2 宇都宮市の小売業売場面積の推移

表-1 大規模小売店舗の立地動向

	2000年		2015年	
	売場面積 (m²)	割合 (%)	売場面積 (m²)	割合 (%)
都市拠点エリア	210,830	49.9%	183,395	29.4%
南宇都宮駅周辺エリア	1,244	0.3%	0	0.0%
LRT停留所周辺エリア	0	0.0%	47,996	7.7%
岡本駅周辺エリア	11,545	2.7%	12,095	1.9%
江曾島駅周辺エリア	4,256	1.0%	27,089	4.3%
西川田駅周辺エリア	3,875	0.9%	3,875	0.6%
雀宮駅周辺エリア	1,492	0.4%	0	0.0%
テクノポリスセンターエリア	1,252	0.3%	18,368	2.9%
瑞穂野団地周辺エリア	0	0.0%	0	0.0%
上河内地区市民センター周辺エリア	0	0.0%	1,590	0.3%
都市機能誘導区域	234,494	55.4%	294,408	47.1%
都市機能誘導区域外	188,406	44.6%	330,114	52.9%
宇都宮(用地地域)	422,900	100.0%	624,522	100.0%

2000年で3,845m²、2015年では5,478m²であり、店舗の大型化が見て取れる。

次に都市機能誘導区域の内外の変化を見る。都市機能誘導区域における大規模小売店舗の売場面積は、2000年では234,494m²で全体の55.4%である。一方、2015年では294,408m²で全体の47.1%であり、都市機能誘導区域外の売場面積のほうが大きくなっている。都市機能誘導区域に指定されたエリアでは、売場面積は増加しているものの、全体占める割合は減少していることがわかる。

加えて、各都市機能誘導区域の傾向を見る。中心市街地を含むエリアである都市拠点エリアの売場面積は、2000年で210,830m²で全体の49.9%であるが、2015年では、183,395m²で全体の29.4%である。中心市街地から大規模小売店舗が撤退している傾向がわかる。大きく売場面積が増加しているエリアは、LRT停留所周辺エリア、江曾島駅周辺エリア、テクノポリスセンターエリアである。これらのエリアでは、2000年以降10,000m²を超える大規模小売店舗が立地していることから、大きく売場面積が増加している。一方で、南宇都宮駅周辺エリア、雀宮駅周辺エリア、瑞穂野団地周辺エリアには2015年時点で大規模小売店舗の立地がない状態である。

(2) 規模別の立地動向

図-4に2000年と2015年における、都市機能誘導区域の売場面積の割合を店舗規模ごとに集計した図を示す。図より、全ての規模において都市機能誘導区域の売場面積の割合が減少していることがわかる。特に顕著なのが10,000m²以上の大型小売店舗であり、2000年では売場面積の93.5%が都市機能誘導区域に存在していたが、2015年では68.9%まで減少している。2015年時点で、全体では都市機能誘導区域に47.1%の売場面積が存在しているものの、10,000m²以下の大型小売店舗では、売場面積の30%程度しか存在していないことがわかる。

(3) 業態別の立地動向

図-5に2000年と2015年における、都市機能誘導区域の売場面積の割合を業態別に集計した図を示す。図より、専門店とショッピングセンターでは、都市機能誘導区域の売場面積が大きく減少していることがわかる。百貨店は変化がなかった。一方、スーパーマーケットは2000年から2015年にかけて、都市機能誘導区域の売場面積の割合が増加している。具体的には、2000年における都市機能誘導区域のスーパーマーケットの売場面積は、48,207m²であるのに対し、2015年では62,228m²であり、約14,000m²増加している。都市機能誘導区域外では2000年で、83,666m²、2015年で83,950m²でほぼ変化がなかった。

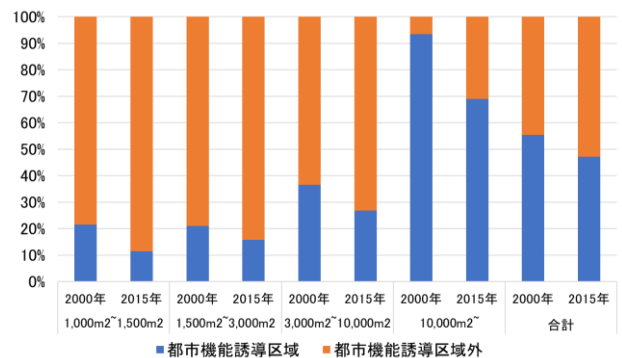


図-4 都市機能誘導区域の売場面積の割合（規模別）

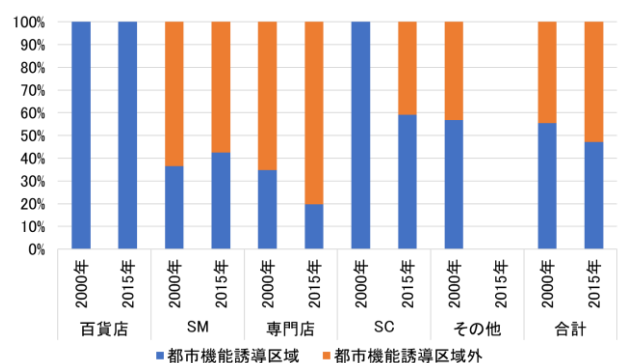


図-5 都市機能誘導区域の売場面積の割合（業態別）

スーパーマーケットに関しては、他の業態と異なる傾向を示していることがわかる。

4. 立地ポテンシャルモデルの構築

(1) 立地ポテンシャルモデルの概要

前章において整理した大規模小売店舗の立地状況の整理をもとに、本章では大規模小売店舗の立地ポテンシャルモデルの構築を行う。立地ポテンシャルモデルは、判別分析を用いて構築する。具体的には、宇都宮市を500メートルメッシュで分割し、そのうち用途地域に含まれるメッシュ（540メッシュ）を対象に立地の有無（立地していれば1、立地していなければ0）を判別する。大規模小売店舗の立地の有無は2015年のデータを用いて整理する。

立地要因を表す説明変数としては、居住地への近接性、就業地への近接性、土地取得の容易性、交通利便性を取り上げ、表-2に示す項目を500メートルメッシュ単位で整理した。

次に表-2に示した各説明変数の算出方法について説明する。圏域人口は2015年の国勢調査のデータを用いて、各メッシュの重心点から道路ネットワークに沿った2km圏内の夜間人口を算出した。事業所数は、2014年の経済センサスの全事業所数を用いた。地価は2015年の地価公示データを用い、各メッシュから最も近い位置にある公示地価をそのメッシュの地価とした。最寄り駅までの距離は、各メッシュの重心から道路ネットワークに沿った距離を算出した。最後に主要道の有無は、一般国道、都道府県道、主要地方道の何れかが通るメッシュを1、それ以外を0とするダミー変数として算出した。

前章の分析から、大規模小売店舗の立地状況として、スーパーマーケットは他の業態と異なる傾向を示すことが明らかとなった。ここでは、業態ごとに立地傾向が異なる可能性を考慮し、業態ごとに立地ポテンシャルモデルを構築することとした。

表-2 立地ポテンシャルモデルの説明変数

立地要因	説明変数	算定方法
居住地への近接性	圏域人口	2015年国勢調査による夜間人口
就業地への近接性	事業所数	2014年経済センサスによる全事業所数
土地取得の容易性	地価	2015年地価公示データ
交通利便性	最寄り駅までの距離	メッシュ重心から最寄り駅までの距離（道路ネットワークに沿う）
	主要道ダミー	一般国道、都道府県道、主要地方道の何れかの通過の有無

(2) 立地ポテンシャルモデルのパラメータ推計結果

表-3に全店舗を対象として構築した立地ポテンシャルモデル（以下、全店モデル）の推計結果を示す。表-3より、正準相関係数は0.348であり、必ずしも高くないものの各説明変数は有意水準1%未満で有意となっている。グループの重心は、メッシュ内に大規模小売店舗が立地していないグループの値が負であり、立地しているグループの値が正である。標準判別係数を見ると道路ダミーの影響が最も大きく、大規模小売店舗がロードサイドに立地する傾向がわかる。また、最寄り駅までの距離は負のパラメータを示している。相対的な影響は小さいものの、駅に近い方が大規模小売店舗が立地する傾向が示された。その他のパラメータも圏域人口や事業所が正の値を示し、地価が負の値を示すという妥当な結果となった。

表-4に業態別の立地ポテンシャルモデルの推計結果を示す。ここでは百貨店、スーパーマーケット、専門店、ショッピングセンターの4つに業態を整理し立地ポテンシャルモデルを構築した。（以下、百貨店モデル、SMモデル、専門店モデル、SCモデル）表-4より、百貨店モデルでは、圏域人口が負の値を示している。また、地価の影響は小さく、道路ダミーは有意でないことから、中心市街地に立地する傾向が示されており、妥当な結果であると考ええる。SMモデルでは全店モデルと比較し、圏域人口の影響が大きくなり、道路ダミーの影響が小さくなっている。このことから、SMはロードサイドより居住地に近接して立地する傾向が示された。また全店モデルと比較し、地価のパラメータが負に大きくなっており、より地価が安い土地に立地する傾向が示された。専門店モデルでは、逆に圏域人口の影響が小さくなり、道路ダミーの影響が大きくなっている。専門店は広域の集客を想定し、自動車での来店が便利なロードサイドに出店する傾向にあることがわかる。最後に、SCモデルでは、事業所数のみが有意なパラメータとなり、その他のパラメータは有意ならなかった。売場面積が非常に大きいショッピングセンターでは、まとまった土地を入手できるかどうかの影響が大きく、今回モデルの変数とした考慮した項目は、影響が小さかったことが考えられる。

表-3 パラメータの推計結果（全店モデル）

	標準判別係数	F値	判定
圏域人口	0.503	35.741	** *
事業所数	0.459	39.227	** *
地価	-0.127	22.32	** *
最寄り駅までの距離	-0.021	17.207	** *
道路ダミー	0.566	32.692	** *
* *: 1%有意			
グループ	重心の値		
立地していない	-0.166		
立地している	0.828		
正準相関係数	0.348		

表-4 パラメータの推計結果（業態別）

	百貨店モデル			SMモデル			専門店モデル			SCモデル		
	標準 判別係数	F値	判定	標準 判別係数	F値	判定	標準 判別係数	F値	判定	標準 判別係数	F値	判定
圏域人口	-0.535	11.917	* *	0.77	23.437	* *	0.187	12.581	* *	-0.281	2.381	
事業所数	1.227	286.983	* *	0.522	24.251	* *	0.38	16.474	* *	1.254	33.735	* *
地価	-0.027	38.179	* *	-0.231	13.319	* *	-0.042	8.669	* *	-0.345	4.071	
最寄り駅までの距離	-0.05	4.961	*	0.187	6.881	* *	-0.188	9.791	* *	-0.169	1.575	
道路ダミー	-0.08	2.774		0.388	10.723	* *	0.719	27.248	* *	-0.11	0.412	
グループ	重心の値			重心の値			重心の値			重心の値		
立地していない	-0.07			-0.084			-0.09			-0.023		
立地している	9.342			0.859			0.846			3.138		
正準相関係数	0.629			0.26			0.267			0.262		

5. 立地ポテンシャルモデルによる都市機能誘導区域の評価

(1) 立地ポテンシャル推計

立地ポテンシャルモデル構築に使用した判別分析では、式-1に示す判別関数式及び表-5に示す判別係数を用いて、判別得点の算出が可能である。この判別得点を用いて施設の立地可能性を評価する手法は田中ら¹⁴⁾の研究でも提案されている。本研究ではこの手法を参考に判別得点を立地ポテンシャルと定義し、大規模小売店舗の立地可能性を評価する。なお、構築したモデルの中には、説明力が低いモデルも存在するが、ここでは業態間の差を分析するため、全てのモデルを採用して分析を行うこととした。

$$Z = \sum_{i=1}^n a_i X_i + b \quad (1)$$

表-5 モデルごとの判別係数

説明変数	全店 モデル	百貨店 モデル	SM モデル	専門店 モデル	SC モデル
X ₁ 圏域人口	0.037	-0.039	0.056	0.013	-0.02
X ₂ 事業所数	0.008	0.025	0.009	0.006	0.021
X ₃ 地価	-0.005	-0.001	-0.009	-0.002	-0.013
X ₄ 最寄り駅までの距離	-0.007	-0.017	0.063	-0.064	-0.057
X ₅ 道路ダミー	1.184	-0.164	0.796	1.497	-0.223
b 定数	-1.463	0.088	-1.733	-1.054	0.698

算出した立地ポテンシャルの分布を図-6に示す。[1]は全店モデルによる結果、[2]から[5]は業態別の結果である。図中の赤色で示されたメッシュが判別得点が正であり、立地ポテンシャルが高いと示されたメッシュである。逆に、青色のメッシュは判別得点が負であり、立地ポテンシャルが低いと示されたメッシュである。

全店モデルの結果より、立地ポテンシャルが高いエリアは市の中心に多く分布していることがわかる。これは、圏域人口と事業所数の影響を大きく受けた結果である。また、市の中心部より帯状に立地ポテンシャルが高いメッシュが伸びているが、これは一般国道、都道府県道、主要地方道が通過しているため、立地ポテンシャルが高く算出されたメッシュである。

次に業態別の傾向を見る。百貨店モデルとSCモデルでは、全体的に立地ポテンシャルが低く算出される結果となった。一方で、市の中心部以外に郊外にも立地ポテンシャルが高いメッシュが存在しており、郊外への立地可能性が示唆された。SMモデルでは、全体モデルと比較して、立地ポテンシャルが高いエリアが市の中心に集中している。一方、専門店モデルでは、市の中心から外延部まで立地ポテンシャルが高いエリアが広がっていることがわかる。人口が多いエリアに立地するスーパーマーケットに対し、専門店では郊外に立地しやすい傾向が示された。

表-6は各モデルについて、立地ポテンシャルに対応するメッシュの数と、そのメッシュに立地した店舗数を示している。立地確率は、店舗数をメッシュ数で除することで算出した。表-6より、どのモデルにおいても立地ポテンシャルが高いほど、立地確率が高い傾向にあることがわかる。全店モデルでは、立地ポテンシャルが1を超

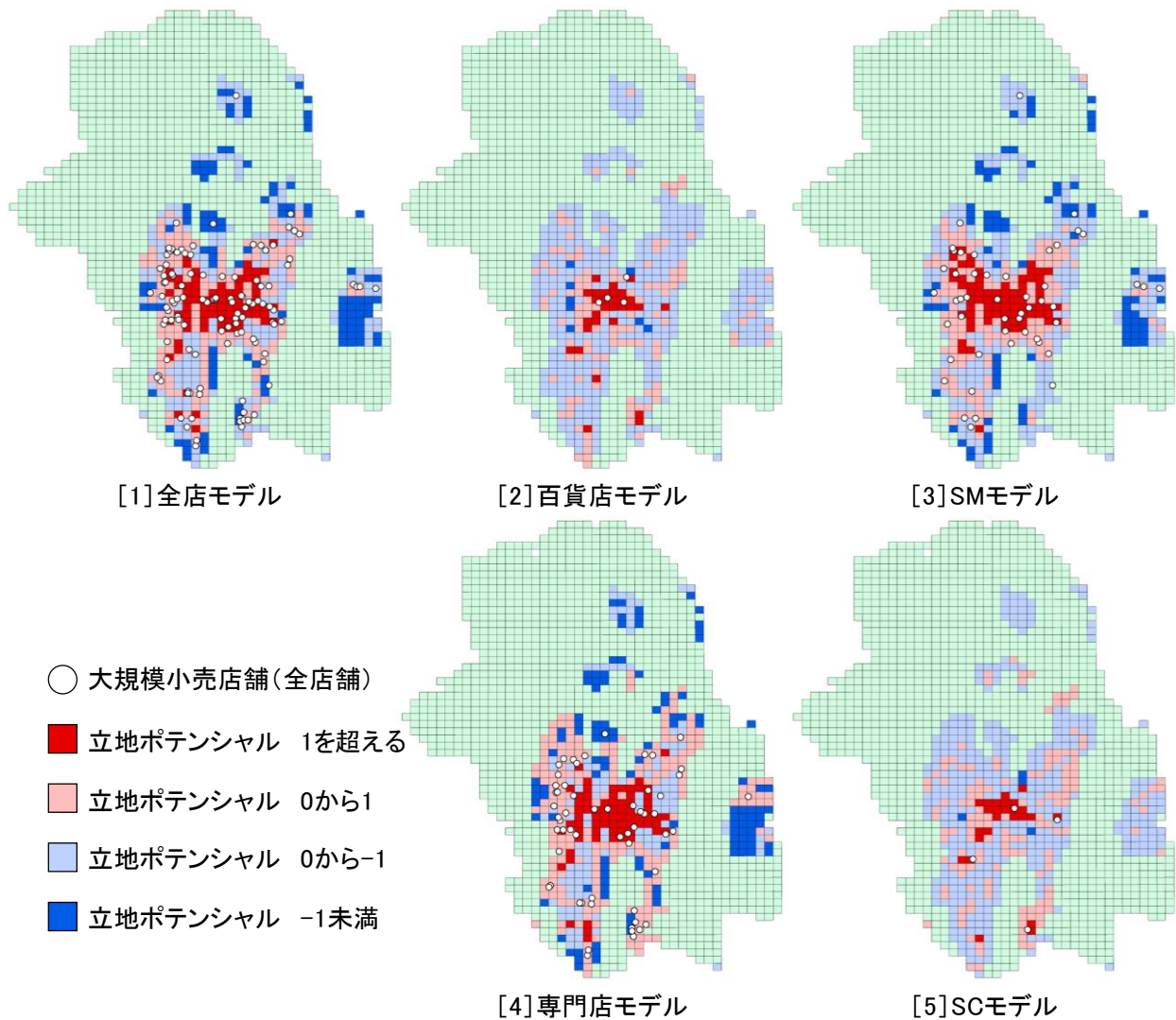


図-6 立地ポテンシャルの分布

えるメッシュの55.1%に大規模小売店舗が立地する一方、-1未満のメッシュでは4.5%にしか立地しておらず、現実にも立地ポテンシャルが高いメッシュに大規模小売店舗が立地する傾向が示された。

(2) 都市機能誘導区域の評価

構築した立地ポテンシャルモデルを用いて、都市機能誘導区域の評価を行う。

表-6に各都市機能誘導区域の立地ポテンシャルの平均値を示す。また、都市機能誘導区域の内外での平均値を示す。表中のオレンジの塗りつぶしは、立地ポテンシャルが負の値を示している数値である。また、赤い塗りつぶしは都市機能誘導区域外の立地ポテンシャルよりも低い値を示した結数値である。

表-5より、都市機能誘導区域の中には、立地ポテンシャルが負の値、あるいは都市機能誘導区域外よりも低く算出されたエリアが存在することがわかる。特に上河内

地区市民センター周辺エリアでは、全てのモデルにおいて立地ポテンシャルが負の値を示している。これらのエリアは、今後大規模小売店舗を誘導を行う上で、より一層のインセンティブが必要であると考えられる。

6. おわりに

本研究では、宇都宮市を対象に、大規模小売店舗の立地動向を把握するとともに、立地ポテンシャルモデルの構築により、立地適正化計画によって設定された都市機能誘導区域の評価を行った。以下では、得られた成果の要約をする。

1) 2000年から2015年における大規模小売店舗の立地動向を行った結果、依然として大規模小売店舗の郊外化の傾向が明らかになった。宇都宮市全体として、これまで都市機能誘導区域に指定されたエリアの外で、大規模小売店舗は増加の傾向を示しており、今後大規模小売店舗を誘導するためにはより一層のインセンティブが必要で

表-6 立地ポテンシャルと立地確率

立地ポテンシャル	全店モデル			百貨店モデル			SMモデル			専門店モデル			SCモデル		
	店舗数	メッシュ	立地確率	店舗数	メッシュ	立地確率	店舗数	メッシュ	立地確率	店舗数	メッシュ	立地確率	店舗数	メッシュ	立地確率
1 を超える	43	78	55.1%	4	30	13.3%	18	75	24.0%	12	71	16.9%	4	25	16.0%
0 から1	54	171	31.6%	0	120	0.0%	20	151	13.2%	40	225	17.8%	0	147	0.0%
0 から -1	12	180	6.7%	0	382	0.0%	10	228	4.4%	2	126	1.6%	0	364	0.0%
-1 未満	5	111	4.5%	0	8	0.0%	1	86	1.2%	3	118	2.5%	0	4	0.0%

表-7 都市機能誘導区域の評価

	全店舗モデル	百貨店モデル	SMモデル	専門店モデル	SCモデル
都市拠点エリア	1.775	1.544	1.871	1.430	1.147
南宇都宮駅周辺エリア	1.028	0.849	1.038	0.860	0.879
LRT停留所周辺エリア	0.719	0.417	0.779	0.571	0.285
岡本駅周辺エリア	-0.088	-0.138	-0.362	0.161	0.038
江曾島駅周辺エリア	0.325	0.264	0.449	0.097	0.393
西川田駅周辺エリア	0.218	-0.463	0.014	0.346	-0.326
雀宮駅周辺エリア	0.421	-0.087	0.206	0.552	0.024
テクノポリスセンターエリア	-0.157	-0.218	-0.209	0.008	-0.081
瑞穂野田地周辺エリア	-0.538	0.023	-0.524	-0.445	0.193
上河内地区市民センター周辺エリア	-0.456	-0.154	-0.227	-0.486	-0.349
都市機能誘導区域	0.841	0.657	0.849	0.718	0.536
都市機能誘導区域外	-0.280	-0.219	-0.283	-0.239	-0.179

あると考える。

2) 業態に着目した場合、スーパーマーケットでは、全体の傾向と異なり、都市機能誘導区域に指定されたエリアで売場面積が増加する傾向が明らかになった。これは、都市機能誘導区域で専門店が撤退し、空き店舗にスーパーマーケットが出店したことが要因であると考えられる。都市機能誘導区域に対する、スーパーマーケットの誘導可能性が示唆される一方、商業の中心性の低下が懸念される。

3) 立地ポテンシャルモデルの構築により、大規模小売店舗の立地要因を分析するとともに、都市機能誘導区域の立地ポテンシャルを評価した。結果として、都市機能誘導区域には、都市機能誘導区域外の平均値よりも立地ポテンシャルが低いエリアが存在することが明らかとなった。これらのエリアには実際にも大規模小売店舗の立地が少なく、誘導のためにはより一層のインセンティブが必要になると考えられる。

今後の課題としては、まず立地ポテンシャルモデルの精度向上があげられる。本研究では周辺環境に着目してモデルを構築したが、競合店舗の立地状況より、立地ポテンシャルは変化すると考えられる。店舗の競合を考慮したモデルの構築が必要である。また、経年的に立地ポ

テンシャルを算出することにより、時系列的な変化を分析することも重要であると考えられる。加えて、構築したモデルによって、将来の立地ポテンシャルの変化を推計することも課題である。本研究では、現況における立地ポテンシャルの把握を行ったが、今後はシナリオ設定によって、将来の立地ポテンシャルの変化を考慮し、都市機能誘導区域の評価を行う必要がある。

参考文献

- 1) 経済産業省：「大店立地法の解説」
- 2) 国土交通省：「都市再生特別措置法に基づく立地適正化計画」，http://www.mlit.go.jp/en/toshi/city_plan/compactcity_network.html（最終閲覧日：2018年4月17日）
- 3) 遠藤孝夫，花岡利幸，大山勲，柴崎亮介，本多嘉明：「地方都市における大型店の立地に起因する商業集積の構造変化」，日本都市計画学会学術研究論文集，pp.685-690，1993
- 4) 室町泰徳，原田昇，太田勝敏：「都心商業施設の衰退状況と大規模小売店舗の立地動向に関する研究」，日本都市計画学会学術研究論文集，pp.529-534，1994
- 5) 阿部成治：「大規模小売店舗立地法の運用状況に関する研究」，日本都市計画学会学術研究論文集，No.38-3，pp.259-264，2003
- 6) 姥浦道生：「自治体レベルの大型商業施設の立地コントロール効果と課題に関する研究—京都市まちづくり条例を事例として—」，日本都市計画学会都市計画論文集，No.39-3，pp.73-78，2004
- 7) 井上芳恵，中山徹：「大型店撤退に関する研究—撤退大型店の特徴及び行政の対応策—」，日本都市計画学会学術研究論文集，pp.739-744，2002
- 8) 川嶋祥之，姥浦道生：「地方都市における大型小売店の撤退とその跡地利用に関する研究」，日本都市計画学会都市計画論文集，Vol.52 No.3，pp.921-928，2017
- 9) 讃岐亮，吉川徹：「複数都市・競合施設の存在状況下における集客ポテンシャルモデル—大規模商業施設の立地を追って—」，日本都市計画学会都市計画論文集，No.44-3，pp.769-774，2009.10
- 10) 西岡直樹，加藤博和，戸川卓也：「出店ダイナミズムを組み込んだ大規模商業施設の立地モデル」，第41回土木計画学研究発表会，2010
- 11) 関口達也，貞弘幸雄：「時空間データを用いた食料品店の存続・閉店予測モデル」，日本建築学会計画系論文集，Vol.79，No.696，431-436，2014.2
- 12) 宇都宮市：「宇都宮市立地適正化計画」
- 13) 東洋経済新報社，大型小売店データ，2010，2015
- 14) 田中康仁，小谷通泰，小林護：「京阪神都心圏における物流施設の立地選択モデルの構築」，土木計画学研究・論文集，Vol.27，No.4，2010.9

(2018.?.?? 受付)