

## 日本における「小売業の地理学」の研究動向とその課題

根田克彦

奈良教育大学 教育学部

本研究は、近年の日本における小売業に関する地理学的研究を流通地理学的研究と都市・農村地理学的研究とに区分し、後者の中で都市地理学的に小売業を扱う研究の動向を概観し、その課題を指摘することを目的とする。この分野では1990年代後半以降にまちづくりの視点を導入した研究が増加したが、都市内小売業の空間構造研究の解明を主目的とする研究は等閑視された。まちづくりと小売業との関係を明瞭にして、新たな枠組で従来の地理学の成果を発展させる必要がある。その例として、小売業というより小売店とそれに関連する都市施設を含めて、新たな視点から小売店を分析する枠組を示すことが考えられる。また、都市地理学的な研究では一部の都市圏・都市のみが対象であり、日本全体の流通構造との関係が不明瞭であった。この点に関しては、流通地理学と都市地理学的小売業の研究の双方からのアプローチが必要であろう。

キーワード：小売地理学, 都市地理学, 小売業の空間構造, 小売商業地, まちづくり

### I はじめに

生産者と消費者を結びつける流通機構において、商品を購入して販売する活動、すなわち再販売購入活動を行うのが商業である(石原, 1997a)。商業のうち、最終消費者に商品を販売する機能を持つ商業は小売業、その他の商業は卸売業である。

商業地理学は、卸売業と小売業とを対象とする研究分野である<sup>1)</sup>。しかし、卸売業と小売業は、それらの販売に関する商圈規模が一般に異なる。流通機構において事業所サービスの特徴が強い卸売業は産業活動と密接に関係するのに対し、個人サービス業の特徴を有する小売業は住民の生活と直接関係する地位にある(伊藤, 1992)。一般に、卸売業の場合、販売相手が立地する空間的範囲は都市域に限定されず、都市間取引、さらに国家間貿易の形態で商品が販売される場合もあろう。その場合、卸売業は、製造業などと同様に、都市間取引もしくは貿易をとおして、その都市・国家に富をもたらす産業といえる(阿部, 1996)。一方、

小売業の場合、販売に関する商圈は、一般に最終消費者の日常生活圏である都市もしくは都市圏内という狭い範囲に限定される(田村, 1975)。そのため、都市もしくは国家に富をもたらす産業とはいえない<sup>2)</sup>。小売業と同様の特徴を有する産業として個人サービス業と飲食店とがあり、それらは住民の日常生活を支える産業といえる。都市・村落地理学の研究では、伝統的に、小売業と個人サービス業、飲食店を都市・農村における住民の日常生活を支える機能として位置づけ、その分布パターンと変化の研究がなされてきた。

なお、小売業の仕入れ活動は、最終消費者の日常生活圏とはかかわりのない空間的規模で生じるので、仕入れに関する商圈は、卸売業・製造業と変わらない。小売業の中でも、スーパーマーケット・チェーンに代表される大規模小売企業は、商品の仕入れに関して、卸売業、さらに製造業との垂直的競争をも視座に入れた行動が必要となる。ここに商業という枠組を超えて、生産から最終消費者までの流通機構の垂直的な商品のフローに着目する研究を行う流通地理学の意義が生じる<sup>3)</sup>。

このように、地理学で小売業を扱う際に、流通地理学の研究と都市・村落地理学の立場から分析する研究に分けることができる。以下では、筆者の能力の限界から流通地理学に関しては触れず、日本の都市・村落地理学的側面からの研究に焦点を絞る。なお、商業地理学に関しては既に多くの展望がある(阿部, 2003; 根田, 2003)。本論では、小売業を扱う都市地理学的研究において大きなエポックがあった1990年代後半以降を主として取り扱い、小売業の地理学的研究の課題を整理したい。なお、小売業の地理学では小売業の立地と消費者買物活動の双方を研究する必要があるが、本論では小売業の立地を扱う研究に焦点を絞る。

## II 小売業の都市地理学的研究

都市・村落の日常生活を支える機能として小売業に関する地理学的研究を扱うためには、都市と村落との双方を分析すべきであるが、以下では研究分野の多い、都市に関する研究に的を絞る。この分野の研究で特徴的であるのは、1980年代までの研究が都市圏・都市内の小売業の分布とその変化そのものを客観的に分析していたのに対し、1990年代後半以降に、まちづくりと中心市街地活性化のような政策的用語が研究テーマとして頻繁に用いられるようになったことである。

1960年代から実施された流通近代化政策により、中小小売業とその集積地である小売商業地の近代化が進められた(渡辺, 2007)。さらに、1973年に制定された大規模小売店舗法により、大型店の立地が規制された。しかし、1980年代以降になると、それまで増加していた小売業の店舗数は減少し、現在に至っている。減少の主体は小零細規模の小売業であり、中規模以上の小売業は増加している。小零細小売業は市街地の小売商業地の主体であるので、市街地の小売商業地の衰退、特に中心商業地とその周辺に位置する小売商業地

の衰退が問題視され、それが中心市街地の衰退問題として認識されるようになった。この背景には、1990年代に大規模小売店舗法による大型店の立地規制が段階的に緩和され、郊外における大型店の進出が盛んに行われるようになったことがある。そのため、市街地の小売商業地の衰退と郊外大型店の進出との対比が強調されるようになった。郊外大型店は、スーパーマーケット、ディスカウントストアなどの業態の形態で発展したので、この動向を、商品分類で類型化できる小零細規模の業種店の衰退と、業種分類では把握できない業態店の発展ととらえる見方もある(箸本, 2007)。

ここにおいて、衰退している小零細小売業をいかに政策的に扱うかが問題となった。大規模小売店舗法は、小零細小売業の事業機会確保の観点から大型店を規制するものであった。しかし、1990年代には公共的インフラストラクチャの一つとして小売業を位置づけ、まちづくりの手段の一つとして、衰退している小売商業地を活性化すると考えが強調されるようになった(渡辺, 2007)<sup>4)</sup>。1998年に制定された中心市街地活性化法と大規模小売店舗立地法、同年に改正された都市計画法は、「まちづくり三法」と呼称され、それらにより、まちづくりと大型店の立地規制、および中心市街地の主体である中心商業地の活性化は強く結びつくこととなった。都市地理学の研究でも、まちづくりの視点が強く意識されるようになったのである。以下では、小売業の都市地理学的な研究を都市圏・都市レベルと、小売商業地レベルで論じる。

### 1. 都市圏・都市内の小売業の空間構造

都市圏における小売業の空間構造研究は多い。それらは、都市圏・都市内の機能地域構造を解明するための1機能として小売業を位置づけた。大都市圏レベルでは、1980年代までは小売業の離心

化の動向が分析の中心であったが(富田, 1995), 1990年代以降になると多核心化の動向を検証する大都市圏の構造変容に着目する必要が指摘された(藤井, 1990)。石川(1996)は, アメリカ合衆国とは異なり, 日本の大都市圏における中心商業地の優越性は揺るぐことはないことを指摘した。しかし, 大都市圏でも(橋本, 2001; 生田, 2008), 地方都市圏でも(石澤, 2007) 郊外小売業は充実している。

都市内レベルでの小売業の空間構造の研究は, 1980年代までは主として業種特性に着目して中心地階層を検証する研究が主体であった。一方, 実際的小売業の分布がクリスタラーのモデルというより, ランダムに近いとの指摘もある(貞広・岡部, 1994)。それに対し, 業種以外の指標から小売商業地を分類する方法も示された(高野・鈴木, 1991; 根田, 1999; 稲盛, 1999; 経亀・橋本, 2005)。なお, 貞広(1998)は, 小売商業地を分析単位とすることに疑問を呈し, 集計地区に規定されない類型化の手法を提示した。

さらに, 1990年代末以降に盛んになった研究は, 前述したように, 大型店の郊外進出と小売商業地の衰退を都市問題とみなし, 大型店の進出による都市内小売商業地の衰退の現状とその活性化の方策を模索したものである。それらには, 中心市街地の衰退に着目した研究と(高野・葉山, 1997; 千葉, 1999; 宮町, 1999; 高野・円谷, 2000; 林, 2001; 松岡, 2001; 山下, 2001a; 2001b; 高島・佐野, 2005; 新名ほか, 2006), 市街地の近隣商業地の衰退を問題視した研究がある(千葉, 2001)。山川(2004)と千葉(2007)は, 都市規模が小さいほど中心商業地の衰退が顕著であることを指摘した。しかし, それらの研究は, 都市内の小売業の空間構造そのものがどうなっているのか, その点については触れなかった。

日本における都市圏・都市内小売業の空間構造

に関する研究は, 一部の例外を除き, 実質的な小売商業地の範囲を分析単位とせず, 市町村, 統計区などの形式地域を単位地区として採用し, それらの分布を説明する理論的枠組として中心地理論を採用した。単位地区の中心性を相対的に比較するためには, 地区ごとの人口データが必要となるので, 形式地区を分析単位とする必要がある(橋本, 2003)。しかし, それにより, 以下の問題が生じる。

第1に, 小売業の空間構造の基本的な枠組を示したBerry(1963)とは異なり, センターとリボン状伸展街との形態的・機能的違いは等閑視されることになった。また, 中心地理論のみでは近年の都市内小売業の空間構造を説明することは不適切であるとの批判はあるが(田村, 2008), それに代わる体系はまだ示されていない。第2に, 単位地区として利用した市町村・統計区内の小売業の分布の多様性が分析できないことである。例えば, 大都市圏レベルで市町村を分析単位とする場合, 小売業の郊外化が郊外都市の中心商業地の充実であるのか, 郊外都市郊外に大型店が進出した結果であるのか判断できない。都市内レベルで統計区などを分析単位とする場合, 小売商業地と孤立立地する小売店舗との違いは不明である。

## 2. 小売商業地の内部構造と変化

都市圏・都市内スケールにおける小売業の空間構造研究ばかりではなく, 地理学では小売商業地, 特に中心商業地の内部構造とその変化に関する研究が伝統的に盛んである。1990年代後半以降の研究では, 特定商業集積整備法や中心市街地活性化による事業にともなう小売商業地の変化が注目された。地理学では, 再開発による中心商業地の変化を扱った研究は多かった(田辺ほか, 1977; 安倉, 1998)。それらの研究では, どちらかというと変化の動向を客観的に記述する傾向に

あった。それに対して、1990年代後半から登場したまちづくりの観点からの小売商業地の研究は、小売商業地の衰退を都市問題として位置づけ、その衰退の動向と発展のための努力とその効果に着目した。これと同様の主張は既に1990年代初期に戸所(1991)が示しており、都市計画の観点から小売商業地の配置を考えることを提唱していた。1990年代後半以降の小売商業地に関する研究は、小売商業地の土地利用の変化を記述するのみではなく、小売業に関する政策の影響、活性化事業にともなう小売商業地の変化、さらにその事業を実行する行政、商店主、関係者の行動など、小売商業地の変化を支えるさまざまな面を分析した。

小売商業地の活性化事業などハード面の変化に関しては、松田(1995)と村山ほか(1996)が論じた。大迫(2001)は、民間主導で大型店を含めない活性化事業と行政主導の活性化事業に違いがあることを示し、川田(2002)は、街路整備事業をとりあげた。活性化事業のソフト面であるスタンプ事業などの商店街活動に関しては、根田(1997)、兼子ほか(2002)が論じた。次に、活性化事業を動かす主体に関して、武者(2006)と安倉(2007)が商店経営者の役割とそれをとりまく政治動向を検証した。経営者属性と経営基盤に関して、五十嵐(1996)と川田(1999)が、店舗の自己所有率や商店主の年齢などが活性化事業に影響することを論じた。川瀬ほか(1998)は店舗経営と後継者の有無との関係を論じ、千葉(2003)は兼業商店と後継者のいない店舗に経営意欲が欠けていることを示した。難波田(2001;2006)は、中心商店街の空き店舗と土地建物所有関係・賃貸との関係を検討した。

上記のように、1990年代後半以降に発表されたまちづくりと小売商業地の活性化を論じた研究では、小売業の業種構造を主対象としていた1980年

代までの研究とは異なり、小売商業地とそれをとりまく環境の様々な面を多角的に分析するようになった。1980年代以前にも小売商業地の物理的形態(戸所, 1986)を分析した研究もあったが、それらは研究の枠組として発展しなかった。その点で、1990年代以降の小売商業地の研究は、小売商業地を多面的に把握する研究枠組を構築する過程にあるものといえる。しかし、これらの研究は記述的で、統一的な分析枠組はいまだに構築されていない。

なお、中心商業地と市街地の周辺商業地、さらに郊外に新たに形成されたロードサイド型商業地とでは、その立地基盤が異なるだろう。ロードサイド型店舗の集積地に関しては、飯田(1991)、香川・山下(1994)、山下(1997)、荒木(2006)が詳細な実証研究を行った。次に、市街地の周辺商業地に関して、松本(2007)は近隣商店街が市民の生活の場として機能しているかどうかを検証した。一方、中心商業地は、近年アーバンツーリズム、観光の拠点としての特徴も有するようになり(寺阪, 1997)、兼子ほか(2004)はその実態を示した。溝尾・菅原(2000)と山川(2004)は、小売店舗が歴史的景観形成に寄与することを示し、須山(2003)は門前町が伝統的景観を活用した観光地として発展した例を示した。

さらに、中心地理論では把握できない特徴を持った小売商業地の形成を論じた研究もある。例えば、在住外国人によるエスニック系小売業・飲食店の集積(片岡, 2005)、若者を顧客とした商業地(三上, 1997)や、夜の盛り場の形成である(杉山, 1999; 寺谷, 2007)。商業学や観光学の分野からも、新しい小売商業地の形成に関しては多くの研究があるが(山下, 2001; 上田, 2003)、それらの研究では、新しい小売商業地を従来の空間構造の中にいかに位置づけるのか、その点に関して言及していない。

### Ⅲ 環境と小売業との相互作用に関する研究

都市における小売業の分布は、小売業を支える需要の変化や、交通条件など都市構造の変化に呼応して変化し、また、小売業の分布の変化は都市構造や人々の行動を変化させる。小売業の分布に影響を与える要因を、経営方針など小売業内で生じるものと、都市構造や都市交通など小売業外で生じるものとに区別すると、後者を小売業の環境と呼称できる。環境の変化は小売業の立地に影響を与え、小売業の立地は環境を変化させる刺激となる。なお、環境が小売業に及ぼす影響として、小売業の立地条件・立地評価に関する研究があり、それらは主としてマーケティング地理学で扱われている(佐藤, 1998)<sup>5)</sup>。しかし、それらに関しては触れない。

#### 1. 環境が小売業に及ぼす影響

環境が小売業に及ぼす影響として、近年注目されているのは、情報化と政策である。

小売業の環境として、情報化を扱った代表的研究は著本(2001)であり、情報化による日本の流通システムの変化を、事例企業の研究をとおして解明した。

次に、小売業と小売商業地の立地に強く影響する政策は、小売業と小売商業地の立地を規定する政策と、特定の小売業もしくは小売商業地を近代化・活性化する政策に区分できる。前者に関しては都市計画法、大規模小売店舗法および大規模小売店舗立地法が該当し、後者に関しては、中心市街地活性化法が該当する。

大規模小売店舗法による大型店の立地規制は、1980年代に強化され、1990年代に緩和された。大規模小売店舗法の規制が強化された時期において、松田(1991)は、京都市における多くの零細小売業が近代化の努力を怠ったことを明らかにし、

大規模小売店舗法のあり方を批判した。次に、大規模小売店舗法の規制が緩和された1990年代になると、大型店の進出による中心市街地の衰退と活性化事業の経緯に関する多くの研究がなされた(山川, 2004)。小売企業に関しては、箸本(1998)が大規模小売店舗法の規制緩和が小売企業の取引形態に及ぼした影響と、それが地域経済に及ぼした影響を論じた。安倉(1999)と山川(2004)は大規模小売店舗法規制強化と緩和の変化に応じた小売企業のスクラップ・アンド・ビルト戦略の変化を概観した。さらに、安倉(2004)は、大規模小売店舗法の規制の強化と緩和の時期で、地元小売業者の進出店舗に対する態度が異なることを明らかにした。千葉(2005)は、大規模小売店舗立地法では大型店の出店を阻止できないことを指摘した。また、地方自治体で独自に大型店の立地を条例で規制した例も多い。安倉(2002)は京都市の、山川(2007a)は福島県の条例に関して詳細に検討している。

一般の小売店の立地を規制する都市計画法に関しては、特定の業態と都市計画法における用途地域制との関係が主として検討された。大型店に関しては、駒木(2006)と荒木(2008)が用途地域と大型店の出店動向の関係を検討し、コンビニエンスストアに関しては荒木(1994; 2001; 2004; 2005)が論じた。それに対し、根田(2004)はすべての小売店の立地と用途地域との関係を検討し、都市計画法と中心市街地活性化法との連携が取れていないことを実証した。まちづくり三法が互いに連携して中心市街地の活性化に寄与するかどうかに関しては荒木(2007)も疑問を呈しており、中心市街地に大型店が効果的に誘導されていないことは、大型店が中心市街地で閉鎖し、工場跡地で増加していることから明らかである(伊藤, 2007a)。川田(2000)は中心市街地活性化法に目新しい内容がないことを指摘し、山下(2006)も

事業の効果が上がっていないことを指摘した。まちづくり三法は2006年に改正されたが、その改正の経過を山川(2007b)が詳細に示している。

以上の研究により、政策が小売業の立地に及ぼす影響はある程度明らかにされている。しかし、環境が小売業の立地に及ぼす影響を分析するための包括的な枠組はまだ提示されていない。すなわち、政策だけではなく、都市構造、需要の変化など環境を総合的に把握し、それにより都市内小売業の分布の変化を検討する必要があるだろう。それにより、都市内小売業の分布とその規定要因を解明し、小売商業地の存立基盤を明らかにすることが可能となるであろう。小売商業地の存立基盤が明らかになれば、その小売商業地を活性化するための手段を提言できると考える。

## 2. 小売業が環境に及ぼす影響

England(2000)は、小売業がその環境に及ぼす影響を経済的影響、社会的影響、環境的影響に区分している。

小売業が環境に及ぼす経済的影響は、次の種類がある。すなわち、雇用効果と固定資産税のような大型店が立地する自治体に対する経済的影響と、他の小売業・小売商業地の経営と雇用に対する影響(特に郊外大型店による中心商業地への影響)などである。大型店による中心商業地、都市小売構造への影響に関しては、まちづくりをテーマとした多くの研究が扱っている(山川, 2004)。雇用・税収に関しては、大型店の立地は当該自治体に対し正の効果があることを、坪田(2001)が実証した。しかし、大型店が立地することによる税収の増加と雇用の増加が、大型店の影響で廃業すると考えられる中小零細小売業のそれらを上回るものであるかどうか、また、大型店の立地による周辺自治体の減収を検証する必要がある。商業学では、宇野(2007)が、大型店は中央本部からの

一括仕入れを主体とすることから、地元卸売業の衰退の一因となることを示している。

一方、大型店が廃業した経済的影響も大きい。大型店の廃業の経済的影響に関する研究は都市計画の分野からなされているが(井上・中山, 2002; 小林・水口, 2003)、地理学では中条(2007)が、大型店の跡地を商業的に利用する際の行政の役割を論じた。

次に、小売業の社会的影響に関しては、日本では研究が少ない。川瀬(1997)は正規従業者とパートタイム従業者の間の格差を指摘し、小原(2005)は、都心の再開発において、既に権利を有していた商業主の営業の継続意識が高いことを指摘した。なお、通商産業省産業政策局・中小企業庁(1984)は、市街地の小売商業地が、商品売買に関する経済的機能のみではなく、コミュニティの核としての機能も有することを主張したが、このことは、小売商業地を社会的インフラストラクチャとして位置づけ、消費者の生活を維持するために整備する必要があることを意味する。小売商業地の社会的必要性に関しては、石原(1997b)と戸所(1997)が論じている。買物機会の整備に関しては、近年自家用車を買物交通手段として利用できない交通弱者・経済的弱者に対して、食料・日用品の買物場所を確保する必要があることがイギリスで唱えられている(根田, 2008)。日本の地理学の研究では、大塚(2007)と駒木ほか(2008)が、都市中心部における大型店の閉鎖、中小零細小売業の廃業により、高齢者の買物場所が圧迫される可能性があることを指摘しており、宮澤(2006)は、郊外ニュータウンで近隣センターが衰退していることを指摘した。

最後に、小売業の環境への影響に関し、交通と生活環境に対する影響は、大規模小売店舗立地法による審査で行われている。都市計画の分野では大型店が周辺住民の生活の質に及ぼす影響が研究

されているが(西, 2005), 地理学でも同様の研究が必要である。さらに, 大型店の立地による都市景観や消費者の買物習慣・消費行動など文化的側面に対する影響の研究が必要であろう。また, 大型店ばかりではなく, コンビニエンスストアのような, 中規模店舗が環境に及ぼす影響も検討する必要がある。最後に, 小売業が地球環境保全に及ぼす影響を与えているのか, 商品の販売面のみではなく, 廃棄物処理や商品の仕入れに関して企業の社会的責任を問う研究があってもいい。

#### IV おわりに

以上, 主として1990年以降における小売業に関する都市地理学的研究の動向を概略した。既にいくつかのことは指摘したが, 以下では, 特に今後の課題となる点についてまとめたい。

都市レベルの研究では, 1990年代後半以降に, まちづくりの視点を導入して, 市街地の小売商業地の衰退と郊外大型店の発展の図式で都市内小売業の分布の変化を検討する研究が増加したが, その反面, 都市内小売業の空間構造研究の解明を主目的とする研究はほとんどなされなかった。従来の小売業の空間構造研究の成果と, 1990年代以降における小売業によるまちづくりに関する研究とは, あまり連続性があるとは思えない<sup>9)</sup>。従来の小売業の空間構造研究をいかに発展させて, 現在の都市を把握すべきかを考え, その上でまちづくりの概念をいかに位置づけるか, そのことを示す必要がある。しかし, 都市構造の変化と小売流通の変化との関係を分析する枠組を形成する努力は商業学からなされているが(宇野, 1998), 地理学からなされていないとの指摘がある(宮崎, 2005)。また, まちづくり三法の改正の際に, コンパクトなまちづくりの概念が示されているが(山川, 2007b), コンパクトな都市構造に適する小売業の空間構造とはいかにあるべきか, 地理学から

発信してもいいだろう。

小売商業地の内部構造に関する研究では, 1990年代に, 業種のみではなく, 政策の影響, 活性化事業の動向, 活性化事業を担う主体, 商店経営者の属性などさまざまな面から分析されるようになった。さらに, 政策など小売業の分布を説明する環境的要素との関係も解明されつつある。小売商業地の研究は, その構造と存立基盤を解明するための総合的枠組を構築する方向にあると考える。だが, 筆者は, 以下の課題を指摘したい。

第1に, 小売商業地の位置づけの問題である。そもそも中心市街地と中心商業地との関係が不明瞭な研究があり, まちづくりと小売業との関係も明確ではない。まちづくりと中心市街地という政策的用語が地理学的に明確でないまま実証研究が蓄積されている感がある。現在, 都市にいくつかの小売商業地の種類があるのか不明瞭である。これは, 日本の都市計画法が, 中心市街地の位置づけに言及していないことを反映しているのかもしれない。本来, 小売商業地の活性化事業は, 都市計画法などで望ましい小売店舗の配置計画を設定した後で, その配置計画と現実とを比較し, 計画で設定された状態に至らない場所を, 計画に適合するように改良する事業であろう。中心市街地を活性化の際に, 他的小売商業地との関係を考慮して, それらが互いに補完しあう理想的な小売業の空間構造をいかに構築するか考える必要がある。地理学で, 都市内小売業の空間構造を分析することにより小売店舗の配置の現状を明らかにでき, さらに現実と計画との乖離を評価することにより, どの小売商業地をどのように活性化するか, 提言することが可能になると考える。

都市内小売業の空間構造の研究では, 以下の点が考慮される必要がある。第1に, 中心商業地と近隣商業地など, 位置づけの異なる小売商業地を把握する場合, 異なる扱いが必要である。中心

市街地は最高次階層中心地として都市・もしくは都市圏の住民に買回品など高次財を提供する機能を有するが、近年はアーバンツーリズムの拠点としての地位も有するものがある。その場合、小売業のみではなく、飲食店、歓楽業、博物館など、アーバンツーリズムを構成する他の要素とともに分析する枠組を示す必要がある。その場合、小売業は日常生活を支えるための機能としてのみではなく、都市外から顧客を吸引して都市に富をもたらす産業としての位置づけを持つ。一方、日用品と日常サービスを提供する近隣商業地の場合、小売店と飲食店、個人サービス業、さらに公共施設とともに住民の日常生活を支える機能として分析する必要がある。なお、近隣商業地でも、エスニックの特徴を有することによりアーバンツーリズムの機能を有するものもある。

従来、都市内小売商業地の空間構造は、中心地理論を理論的枠組みとして考察されることが多かった。中心地理論は小売業の業種別分布を理論的に説明する際に有効であり、また、買回機会の空間的平等性を保障する際の基準となる理論である。しかし、中心地理論を採用することにより、業態、規模、形態など小売業の他の側面は無視されることになった。まちづくりを主題とした研究で小売業の多様な面を分析するようになったが、そこから新たな小売商業地の存立基盤を解明する研究枠組、新たな都市内小売業の空間構造を把握する枠組を構築する必要があるだろう。

この点に関して、近年商業学の分野から、新たな分析枠組が提唱されている。石原(2006)は、小売業を商品買回機能としてのみ把握するのではなく、それが都市景観を形成する要素であり、公共空間を形成する要素として把握するべきで、そのために物理的存在である店舗を単位として分析する必要があることを示した。この概念は、小売店を可視的に取り扱う点で地理学に適する分析

枠組と考える。物理的存在である店舗を対象とすることで、景観形成における小売店・小売商業地の機能と役割や、小売店・小売商業地の社会的・文化的役割も対象とすることができる。石原は主として近隣型商業地を念頭において理論を展開しているように思われるが、中心商業地と近隣商業地、ロードサイド型商業地の都市における位置づけ・機能は異なるであろう。小売商業地の持つ形態と機能を整理して、新たな都市小売業の空間構造を把握する枠組を構築する必要があるだろう。それにより、小売店舗とその集積地である小売商業地の存立基盤を解明でき、さらにそれにより各小売商業地をいかに活性化するか方向性を示すことができると思う。

最後に、流通地理学と都市・村落地理学的枠組で小売業を扱う研究に共通する課題を指摘したい。本稿では触れなかったが、流通地理学は仕入れに関して卸売業・製造業と競争する比較的大きい小売企業を主対象とする。その場合、扱う空間的スケールは都市の範囲を超えて、国家レベル・国際レベルのマクロスケールまで拡大できる。そのため、現在の流通地理学では、大規模小売企業の動向を分析対象としているが、仕入れを卸売業や製造業に依存する小零細小売業は等閑視されている。この点で、現在の流通地理学は企業学としての特徴が強い。生産から最終消費までの過程の地域的課題を取り扱う必要性を主張した長谷川(1984)や、地域構造論の立場から商品流動の全国的展開を考察した北村・寺阪(1979)のように、小零細小売業を含める分析を現代の流通地理学で行う必要があるだろう。

一方、都市・村落地理学では大規模小売企業ばかりではなく、小零細規模の小売業も取り扱う。しかし、都市・村落地理学では一部の地域の小売業の空間構造しか扱わず、いわゆるミクロスケールの空間構造のみが対象である(根田, 2001)。小

売企業行動と都市・村落における小売業の動向が、日本の流通構造といかに関係するか、すなわち、日本の流通構造のマクロスケールの観点からの空間構造研究は、いまだ地理学で不足している。外国では地理学者により、国際的レベルで環境と小売構造の変化との関係が考察されており (Dawson, 1982)、小売構造の歴史的变化の国際的比較も行われている (Benson and Shaw, 1992)。日本では、亀山 (2003) による試みがあるが、そこでは卸売業と小売業とを区別していない。一方、商業学では、行本・成生 (2003) が、マクロスケールの理論でミクロスケールの都市内の小売業の動向を説明できることを示している。地理学からも、日本全体の小売構造の空間的動向に関する見解や、小売業の国際比較の研究を示す必要がある。

### 注

- 1) Johnston らによる人文地理学辞典では、「商業地理学 (commercial geography)」が、経済地理の前身で、世界各地における経済活動に関する資料を示すものであったと説明されており、それとは別に「小売業の地理学」の項目がある (Johnston, et al., 2000)。樋口 (1963) は商業地理学の範疇に小売業と卸売業とを含め、都市地理的観点から商業の立地とその商圏分析を主たる分析対象とした。それ以降日本では、小売業と卸売業との分析を商業地理学の範疇に含めてきたが、流通地理学が生産から最終消費までを扱い、都市・農村地理学において日常生活を支える生活基盤機能として小売業を取り扱う場合、樋口 (1963) が提唱したような商業地理学という分類は不要になろう。
- 2) 近年インターネットの普及により、通信販売が盛んである。また、近年におけるアーバンツーリズムでは博物館、劇場、会議場が主要な観光資源であるが (淡野, 2004)、チャンネルやエルメスのような高級ファッション商品を販売する専門店も、海外からの観光客を集客する吸引力を持つ重要な観光資源となる。さらに、また、飲食店はフードツーリズムの要素となる (菊地, 2008)。通信販売と観光資源としての小売業・飲食店の販売に関する商圏は、卸売業と同様に都市域をはるかに超えて国際的なものとなろう。その場合、小売業・飲食店は都市・国家に富をもたらす産業といえる。都市における小売業と飲食店の機能を分析する際に、ツーリズムからの観点は重要である。
- 3) 商業地理学において卸売業を含む垂直的な商品流動を分析するための流通地理学の必要性は、既に長谷川 (1974) が提示していた。また、小売企業の立地戦略のための分析の必要性をマーケティング地理学が示している (佐藤, 1998)。しかし、1990年代以前までの流通地理学の研究では企業の仕入れと販売をめぐる競争行動をそれほど重視せず、マーケティング地理学では小売企業の立地戦略と市場分析など収入因子の分析が主体であり、仕入れや経営費用などの費用因子を重視していなかった。1990年代後半以降の流通地理学は、小売企業の仕入れと販売に関する行動と、経営合理化など費用因子に着目して、企業間の競争により生じた空間パターンと、企業主導による物流システムの構築を対象にした点で、従来の流通地理学とは異なる特徴を有する。なお、製造業による効率的な物流システムの構築は以前から着目されており、工業地理学では企業行動に着目した企業の地理学と呼称される研究が行われ (山川・柳井, 1993)、農業地理学の分野でも流通経路を系統的に把握することが必要であるとの主張がなされていた (荒木, 2002)。それら工業地理学・農業地理学の研究では、生産者による流通機構への働きかけが主として対象となったが、それには最終消費者への販売も含まれる。その点で、これらの研究は、1990年代後半以降における流通地理学と類似する問題意識を持つ。山川・柳井 (1993) の著作には、現在の流通地理学の中心人物である著本が参加しており、農業地理学の荒木は、荒井・著本 (2007) の著作に参加している。
- 4) 大規模小売店舗法による大型店の立地規制が強化された1980年代に、通商産業省産業政策局・中小企業庁 (1984) は、小売業の機能として商品流通の経済的役割ばかりではなく、コミュニティの核としての社会的役割を強調して、調和のとれたまちづくりを推進するために、まちづくりの核となる商業集積地の長期的整備の必要性を論じていた。しかし、まちづくりが具体的な法制度とされたのは1990年代のことであった (渡辺, 2007)。
- 5) GISを用いた商圏分析と立地評価研究も、マーケティング地理学の一領域に含めることができよう (例えば、高坂, 1993; 1995)。GISを用いた店舗の立地評価の分析として、貞方 (1994) と Lee and Sadahiro (2006) は店舗の商圏間の競合関係を分析する手法を提示し、堀・佐橋 (2004) は新しい商圏分析の手法を提示している。これらの研究は企業の商圏分析と立

地戦略において有用である。

6) 2000年代に刊行された都市地理学の教科書では、小売業の動向とまちづくり三法に大きなスペースをさいているが、従来の小売業の空間構造研究の扱いは少ない(川田, 2004; 伊藤, 2007b)。

## 文献

- 阿部和俊(2003):『20世紀の日本の都市地理学』古今書院。
- 阿部真也(1996):流通研究の新地平-流通論と都市論の接点を求めて。阿部真也・宇野史郎編:現代日本の流通と都市。有斐閣, 1-21。
- 荒井良雄・著本健二編(2007):『流通空間の再構築』古今書院。
- 荒木一視(2002):『フードシステムの地理学的研究』大明堂。
- 荒木俊之(1994):京都市におけるコンビニエンスストアの立地展開。人文地理, 46, 203-213。
- 荒木俊之(2001):岡山県におけるコンビニエンスストアの立地展開。地理科学, 56, 88-107。
- 荒木俊之(2004):コンビニエンスストアと都市空間。荒井良雄・著本健二編:日本の流通と都市空間。古今書院, 55-73。
- 荒木俊之(2005):香川県におけるコンビニエンスストアの立地展開。地理科学, 60, 25-39。
- 荒木俊之(2006):倉敷市市街地縁辺部におけるロードサイド型店舗立地の変化-。地理科学, 61, 258-268。
- 荒木俊之(2007):「まちづくり3法」はなぜ中心市街地の再生に効かなかったのか-都市計画法を中心とした大型店の規制・誘導-。荒井良雄・著本健二編:流通空間の再構築。古今書院, 215-230。
- 荒木俊之(2008):岡山市における大型店の立地動向-「まちづくり3法」の見直しとその影響-。地理科学, 63, 80-93。
- 飯田博之(1991):小売店の郊外への出店形態に関する地理学的研究-浜松市の場合-。新地理, 36(2), 1-15。
- 五十嵐篤(1996):富山市における中心商店街の構造変化-経営者意識との関連性を含めて-。人文地理, 48, 468-481。
- 生田真人(2008):『関西圏の地域主義と都市再編-地域発展の経済地理学』ミネルヴァ書房。
- 石川雄一(1996):京阪神大都市圏における多核化の動向と郊外核の特性。地理学評論, 69A, 387-414。
- 石澤 孝(2007):東北地方における諸都市の小売機能と都市間連携。長谷川典夫先生喜寿記念事業実行委員会編:地域のシステムと都市のシステム-長谷川典夫先生喜寿記念論文集-。古今書院, 217-256。
- 石原武政(1997a):交換, 流通および商業。田島義博・原田英生編著:ゼミナール流通入門。日本経済新聞社, 35-48。
- 石原武政(1997b):コミュニティ型小売業の行方。経済地理学年報, 43, 37-47。
- 石原武政(2006):『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣。
- 伊藤健司(2007a):「元気な」東海地方に見る不均等な経済開発。経済地理学年報, 53, 327-346。
- 伊藤健司(2007b):市場の多様化と商業立地の多極化。林上編著:現在都市地域の構造再編。原書房, 51-80。
- 伊藤喜栄(1992):変動する産業経済の地域構造。石井素介編:総観地理学講座14 産業経済地理-日本-。朝倉書店, 1-94。
- 稲盛 寛(1999):札幌市における商業構造の変容-類型化における分析手法の検討を中心として-。北海道地理, 73, 39-56。
- 井上芳恵・中山 徹(2002):大型店撤退に関する研究-撤退大型店の特徴および行政の対応策。日本都市計画学会研究論文集, 37, 739-744。
- 上田恵美子(2003):新たな観光地形成に関する一考察。経営研究(大阪市立大学), 53(4), 183-201。
- 宇野史郎(1998):『現代都市流通のダイナミズム』中央経済社。
- 宇野史郎(2007):まちづくり三法の改正と地域商業の方向-九州地域を中心に-。流通研究(大阪市立大学), 10(1・2), 113-129。
- 大迫孝志(2001):活性化事業にともなう都市中心商業地の変容-滋賀県長浜市・八日市市を事例として-。京都地域研究, 15, 57-75。
- 大塚俊幸(2007):都市中心部における生活拠点の再生。林上編著:現代都市地域の構造再編。原書房, 195-227。
- 小原丈明(2005):大阪市上六地区における都市再開発の社会的意義。地理科学, 60, 65-89。
- 香川貴志・山下博樹(1994):京都市南部におけるロードサイド型店舗の立地展開-国道1号線・新堀川通の比較を通じて-。京都教育大学紀要, 85, 135-148。
- 片岡博美(2005):エスニック・ビジネスを拠点としたエスニックな連帯の形成-浜松市におけるブラジル人のエスニック・ビジネス利用状況をもとに-。地理学評論, 78, 369-386。
- 兼子 純・新名阿津子・安河内智之・吉田 亮(2004):古河市における中心市街地の変容と都市観光への取

- り組み, 地域調査報告(筑波大学), **26**, 123-150.
- 兼子 純・山下亜紀郎・豊島健一・高橋珠州彦・川瀬正樹・高橋伸夫(2002): 水戸市中心市街地における商業地域構造と地域活性化, 地域調査報告(筑波大学), **24**, 1-31.
- 亀山嘉大(2003): 従業者規模別の産業分布, 産業の多様性と都市の階層性-商業の構造変化の検定を中心に-, 経済地理学年報, **49**, 313-330.
- 川瀬正樹(1997): 福島市パセオ商店街における従業者の通勤圏の特性, 地域調査報告(筑波大学), **19**, 99-107.
- 川瀬正樹・村山祐司・藤永 豪・渡辺康代・岩間信之・兼子 純・鄭 美愛・田中耕市(1998): 常陸太田市における商業地域構造の変容, 地域調査報告(筑波大学), **20**, 1-42.
- 川田 力(1999): 岡山市中心市街地における商業停滞地区の現状-岡山市奉還町商店街を中心として-, 岡山大学教育学部研究集録, **111**, 65-74.
- 川田 力(2000): 中心市街地活性化法への自治体の対応, 日本都市学会年報, **33**, 62-71.
- 川田 力(2002): 岡山市オランダ東通りにおける街路整備-商業振興との関連を中心として-, 瀬戸内地理, **11**, 18-31.
- 川田 力(2004): 商業地域, 北川健次編著: 現代都市地理学, 古今書院, 108-115.
- 菊地俊夫(2008): 地理学におけるルーラルツーリズム研究の展開と地域性-フードツーリズムのフレームワークを援用するために-, 地理空間, **1**, 32-52.
- 北村嘉行・寺阪昭信(1979): 『流通・情報の地域構造』大明堂.
- 経亀 諭・橋本雄一(2005): 札幌市における小売業の空間構造, 地理情報システム学会講演論文集, **14**, 13-18.
- 小林敏樹・水口俊典(2003): 中心市街地における大型店撤退後の跡地活用の実態とそれを契機としたまちづくりの展開-甲府市を事例として-, 都市計画論文集, **38**, 763-768.
- 高坂宏行(1993): 市場分析に対する地理情報システムの可能性, GIS-理論と応用, **1**, 23-33.
- 高坂宏行(1995): マーケティングと地理情報科学, GIS-理論と応用, **3-2**, 45-52.
- 駒木伸比古(2006): 土地利用規制からみた大規模小売店舗の立地分析-甲府都市計画区域を事例として-, 地理情報システム学会講演論文集, **15**, 93-96.
- 駒木伸比古・季 虎相・永村恭介・小野澤泰子(2008): 茨城県筑西市下館地域における食料品小売業の変容と買物行動の現状, 地域研究年報(筑波大学), **30**, 143-159.
- 貞方幸雄(1994): GISを用いたチェーン型商業施設の立地傾向分析, GIS-理論と応用, **2**, 109-116.
- 貞広幸雄(1998): 大都市における商業空間構造の分析手法, 都市計画, **216**, 74-79.
- 貞広幸雄・岡部篤行(1994): 都市施設の空間階層構造を記述するための一手法, 地理学評論, **67A**, 225-235.
- 佐藤俊雄(1998): 『マーケティング地理学』同文館.
- 杉山和明(1999): 社会空間としての夜の盛り場-富山市「駅前」地区を事例として-, 人文地理, **51**, 396-409.
- 須山 聡(2003): 富山県井波町瑞泉寺門前町における景観の再構成-観光の舞台・工業の舞台-, 地理学評論, **76**, 935-956.
- 高島淳史・佐野 充(2005): 中心市街地の衰退化傾向にある地方都市の再生-沼津市を事例として-, 地理誌叢(日本大学), **46(1)**, 13-27.
- 高野岳彦・鈴木文彦(1991): 都市内小売商業地域の類型分析のための再検討-浜松市を事例として-, 東北地理, **43**, 139-154.
- 高野岳彦・葉山尚子(1997): 地方小都市をめぐる商業環境の激変と地域の対応-宮城県白石市の郊外型大型店問題-, 福島地理論集, **40**, 22-41.
- 高野岳彦・円谷栄子(2000): 相馬市における郊外化・空洞化の進展と街づくりへの取り組み-地方小都市の地域商業問題-, 福島地理論集, **43**, 25-42.
- 田辺健一・高野史男・二神弘編著(1977): 『都心再開発』古今書院.
- 田村正紀(1975): 『小売市場構造と価格行動-食品小売競走の実証分析-』千倉書房.
- 田村正紀(2008): 『立地創造-イノベータ行動と商業中心地の興亡-』白桃書房.
- 淡野明彦(2004): 『アーバンツーリズム-都市観光論-』古今書院.
- 通商産業省産業政策局・中小企業庁(1984): 『80年代の流通産業ビジョン』通商産業調査会.
- 千葉昭彦(1999): 郊外大型店の成立と商店街のまちづくり-鶴岡市・白河市を検討事例として-, 東北学院大学産業研究所紀要, **18**, 83-100.
- 千葉昭彦(2001): 近隣商店街の地域性とまちづくり-仙台市内22商店街を検討事例として-, 東北学院大学東北産業研究所紀要, **20**, 41-65.
- 千葉昭彦(2003): 地方都市中心商店街再生の方向性と可能性, 日本都市学会年報, **36**, 186-192.
- 千葉昭彦(2005): 大規模小売店舗立地法の限界と存在意義-仙台市郡山地区の事例を検討して-, 日本都

- 市学会年報, **38**, 86-90.
- 千葉昭彦 (2007): 地域的不平等論の再検討と地域問題へのアプローチ—東北地方を対象事例として—. 経済地理学年報, **53**, 347-368.
- 坪田幸治 (2001): 農村地域における郊外型大規模商業集積が地域経済に及ぼす影響—青森県柏村を事例として—. 経済地理学年報, **47**, 121-133.
- 寺坂昭信 (1997): 都市商業と都市ツーリズム. 商学論集 (中央大学), **38**, 199-218.
- 寺谷亮司 (2007): 日本都市における都心盛り場の構造と発達—その立地モデルと松山市の歓楽街を中心として—. 長谷川典夫先生喜寿記念事業実行委員会編: 地域のシステムと都市のシステム—長谷川典夫先生喜寿記念論文集—. 古今書院, 257-274.
- 戸所 隆 (1986): 『都市空間の立体化』古今書院.
- 戸所 隆 (1991): 『商業近代化と都市』古今書院.
- 戸所 隆 (1997): 新しい都市空間形成と商業の変化. 経済地理学年報, **43**, 48-58.
- 富田和暁 (1995): 『大都市圏の構造変容』古今書院.
- 中条健実 (2007): 駅前大型店の撤退と再生—地方都市の旧そごうの事例—. 荒井良雄・箸本健二編: 流通空間の再構築. 古今書院, 177-196.
- 難波田隆雄 (2001): 空き店舗問題からみた岡山駅周辺商店街の現状と課題. 瀬戸内地理, **10**, 36-50.
- 難波田隆雄 (2006): 企業合理化に伴う企業城下町の中心商業地の変容—兵庫県相生市を事例として—. 地理学評論, **79**, 355-372.
- 新名阿津子・原田典子・田上健一・小林達也 (2006): 茂原市における中心商店街活性化の課題. 地域研究年報 (筑波大学), **28**, 25-60.
- 西 英子 (2005): 都市開発とクオリティ・オブ・ライフに関する考察—大規模商業施設開発と生活環境の変化に着目して—. 都市計画論文集, **41**, 1031-1036.
- 根田克彦 (1997): 商店街の情報化対応. 川端基夫編著: 情報化と地域商業. 千倉書房, 117-141.
- 根田克彦 (1999): 『都市小売業の空間分析』大明堂.
- 根田克彦 (2001): マクロスケールにおける小売業の空間構造研究の動向と地理学的課題—日本の実証的研究を対象として—. 経済地理学年報, **47**, 101-120.
- 根田克彦 (2003): 商業地理学の成果と課題. 高橋伸夫編: 21世紀の人文地理学展望. 古今書院, 257-267.
- 根田克彦 (2004): 商業立地政策としてのゾーニング規制の有効性. 荒井良雄・箸本健二編: 日本の流通と都市空間. 古今書院, 75-90.
- 根田克彦 (2008): イギリス, シェフィールド市における地域ショッピングセンター開発後の中心商業地とセンター体系の変化. 人文地理, **60**, 217-237.
- 箸本健二 (1998): 流通業における規制緩和と地域経済への影響. 経済地理学年報, **44**, 282-295.
- 箸本健二 (2001): 『日本の流通システムと情報化—流通空間の構造変容—』古今書院.
- 箸本健二 (2007): 商業と流通. 上野和彦・椿真知子・中村康子編著: 地理学基礎シリーズ1 地理学概論. 朝倉書店, 39-42.
- 橋本雄一 (2001): 『東京大都市圏の地域システム』大明堂.
- 橋本雄一 (2003): 大都市圏の地域システム. 高橋伸夫編著: 21世紀の人文地理学展望. 古今書院, 356-372.
- 長谷川典夫 (1974): 流通. 特に卸業に関する地理学的研究について. 東北地理, **26**, 53-57.
- 長谷川典夫 (1984): 『流通地域論』大明堂.
- 林 上 (2001): 岐阜県土岐市における伝統的商業地区の衰退とその対策. 情報文化研究 (名古屋大学), **13**, 37-63.
- 樋口節夫 (1963): 『商業地域論』地人書房.
- 藤井 正 (1990): 大都市圏における地域構造研究の展望. 人文地理, **42**, 522-544.
- 堀 彰男・佐橋 官 (2004): 消費者の生活圏に基づくコンビニエンス・ストアの来店客数予測モデルの提案. 地理情報システム学会講演論文集, **13**, 137-140.
- 松岡恵吾 (2001): 松山市における近年の大型スーパーの立地動向から見た商業地域の変容について—. 季刊地理学, **53**, 127-131.
- 松田隆典 (1991): 大店法下の京都市中心部における中小零細店舗—生鮮食料品を事例として—. 経済地理学年報, **37**, 334-353.
- 松田隆典 (1995): 砺波地方における店舗共同化事業の展開. 人文地理, **47**, 335-358.
- 松本行真 (2007): 商店街活性化とまちづくりの関係における一考察—祖師谷地区商店街を例に—. 日本都市学会年報, **40**, 106-116.
- 三上恭子 (1997): 「下北沢」という現代の盛り場の創出—若者の街考—. 理論地理学ノート, **10**, 33-56.
- 溝尾好隆・菅原由美子 (2000): 川越市一番街商店街地域における商業振興と町並み保全. 人文地理, **52**, 300-315.
- 宮崎卓朗 (2005): 流通革新と地域構造. 矢田俊文編著: MINERVA 現代経済学叢書76 地域構造論の軌跡と展望. ミネルヴァ書房, 53-64.
- 宮澤 仁 (2006): 過渡期にある大都市圏の郊外ニュータウン—多摩ニュータウンを事例に—. 経済地理学年報, **52**, 236-250.
- 宮町良弘 (1999): 地方中心都市における小売業の再生

- に関する考察：山口県下関市を事例として。経済論集（大分大学），51，244-271.
- 武者忠彦（2006）：松本市における中心市街地のメカニズム－土地区画整理事業をめぐる制度・都市政治・商店経営者の戦略。地理学評論，79，1-25.
- 村山祐司・堤 純・草原輝・伊藤徹哉・山田義尚・北村章（1996）：結城市における商業地域構造の変容。地域調査報告（筑波大学），18，45-65.
- 安倉良二（1998）：再開発に伴う堺市中心商業地の変化－立体化の視点から－。地理科学，53，27-43.
- 安倉良二（1999）：大店法の運用緩和に伴う量販チェーンの出店行動の変化－中京圏を事例に－。経済地理学年報，45，196-216.
- 安倉良二（2002）：京都市における大型店の立地と『まちづくり条例』。京都地域研究，16，33-49.
- 安倉良二（2004）：大店法の運用からみた大型店の出店過程－京都府八幡市と久御山町を事例に－。季刊地理学，56，146-162.
- 安倉良二（2007）：愛媛県今治市における中心商店街の衰退と仲間型組織による再生への取り組み－「今治商店街おかみさん会」の活動を中心に－。経済地理学年報，53，174-197.
- 山川充夫（2004）：『福島大学叢書新シリーズ：1 大型店立地と商店街再構築－地方都市中心市街地の再生に向けて－』八潮社.
- 山川充夫（2007a）：福島県商業まちづくり条例の意義。地域経済学研究，17，20-35.
- 山川充夫（2007b）：改正まちづくり三法がめざす都市構造とは。福島大学地域創造，19，5925-5923.
- 山川充夫・柳井雅也（1993）：『企業空間とネットワーク』大明堂.
- 山下博樹（1997）：草津市における沿道型店舗の立地展開－JR草津駅西口びわ湖通りを例として－。京都地域研究，12，68-77.
- 山下博樹（2001a）：津山市における商業集積の動向と中心市街地活性化。鳥取大学教育地域科学部紀要，3（1），1-13.
- 山下博樹（2001b）：都市商業の盛衰と多様化。吉越昭久編：人間活動と環境変化。古今書院，155-170.
- 山下宗利（2006）：中心市街地の活性化と今後の役割。経済地理学年報，52，251-263.
- 山下裕子（2001）：商業集積のダイナミズム：秋葉原から考える。一橋ビジネスレビュー，49（2），75-94.
- 行本 雅・成生達彦（2003）：京都における小売店舗の減少について。流通研究，6（2），1-14.
- 渡辺達郎（2007）：『流通政策入門（第2版）・流通システムの再編と政策展開』中央経済社.
- Benson, J. and Shaw, G. (1992) : *The evolution of retail systems*, c.1800-1914. Leicester University Press.
- Berry, B. J. L. (1963) : *Commercial structure and commercial blight: Retail patterns and process in the City of Chicago*, University of Chicago, Department of Geography, Research Paper 85.
- Dawson, J. A. (1982) : *Commercial distribution in Europe*. Croom Helm.
- England, J. (2000) : *Retail impact assessment: A guide to best practice*. Routledge,
- Johnston, R. J., Gregory, D., Pratt, G. and Watts, M. (2000) : *The dictionary of human geography*. Blackwell Publishing Ltd.
- Lee, J. E. and Sadahiro, Y. (2006) : A method of detecting competitors of a store and evaluating their attractiveness in micro scale retail environment. *Geographical Review of Japan*, 79-5, 237-250.

## **Note on the Trends and Issues of "Retail Geography" in Japan**

NEDA, Katsuhiko

Nara University of Education

This paper highlights the major trends and issues of retail geography in Japan. This paper reviews studies on retail geography after the mid-1990s in the following framework: That is the urban geography focusing on the retail locational studies.

In the 1990s, the Japanese government relaxed the restrictions under the Large-scale Retail Stores Act. As a result, many retail areas in built-up areas have decreased, while suburban large retail stores have increased. In 1998, Government established the Large-scale Retail Store Locational Act and the Central District Vitalization Act, and revised the City Planning Act. These three acts constituted the "Three Acts of Machi-zukuri (Urban Development)".

After the middle of 1990s, many geographers have been interested in "Machi-zukuri" and the development process in central district. Most of papers on Machi-zukuri focused on the relationships between the decline of central districts and suburbanization of large-scale stores. After the 1990s, papers on retail areas analyzed the type of stores, the behavior of store owners in retail areas and their environment elements, for example, the retail planning policy, the revitalizing action and others. By researching retail areas in many aspects, we can find the factors sustaining the retail areas and explain the reason why retail area has changed.

While there are relatively many studies about the economic effects of the changes in retail areas, there are few studies about social effects of the changes in retail areas. However, most of these studies are not interested in analyzing the urban retail system. Therefore, we do not have precise knowledge about the contemporary retail system in Japanese cities. We need to establish the new framework for analyzing the urban retail system for Japanese cities.

**Key words** : retail geography, urban geography, urban retail system, retail area, Machi-zukuri