

# 大規模小売店舗の出店が周辺商業に与える影響

米 本 清

## Effects of Opening of Large-Scale Retail Stores on Regional Commerce

Kiyoshi YONEMOTO

### 要 旨

本研究は、2001年の事業所・企業統計調査および2009年の経済センサス基礎調査の小地域データを用いて、大規模小売店舗の出店が周辺商業にもたらした影響について考察するものである。全国的なデータに基づき、大規模小売店舗法廃止の影響が最も大きかったとされるこの時期に、出店の影響が距離や既存集積の規模によりどのように異なったかを簡易な重回帰分析により検証する。基本的な分析からは出店が（とくに近隣の）周辺商業に対して負の影響を与えたことが推察されたが、既存の集積などを考慮すると、影響が正であった可能性も窺われた。交差項を含む分析の結果、既存の集積が高い場所では影響が正、低い場所では負であることが示唆された。

### Abstract

This study investigates effects of opening of large-scale retail stores on regional commerce using small-area data of the Establishment and Enterprise Census in 2001 and the Economic Census in 2009. The paper looked into how the effects varied by the distance from the opening or the size of existing commercial accumulation during the period when abolition of the Large-Scale Retail Store Law had a significant impact on the economy, using simple multiple regression analysis and based on the nationwide data. The simple analysis implied opening of large-scale stores had negative effects on regional commerce, especially on neighboring commerce, and suggested also the positive impact, considering existing accumulation. The analysis including the cross term showed the positive effect in the areas with higher existing accumulation and the negative effect

in the areas with lower accumulation.

## 1. はじめに

中小企業庁（2014）が指摘するように、今世紀に入ってから多くの地方都市において中心商店街を取り巻く状況はより厳しさを増し、衰退が進んでいる。その遠因を2000年における大規模小売店舗法（大店法）の廃止およびこれにともなう大規模小売店舗（大型店）の出店などに求める向きも多い。大型店の出店が地域にもたらす影響は、群馬県前橋市・高崎市を対象に来街者への調査などを行った戸所（1982）や全国の小都市を中心に統計資料による検証を行った香川（1987）などのように、1980年代以前から分析されてきた。愛知県豊川市における利用者アンケートなどに基づく浅田他（1991）も含め、当初は中心商業地などへの負の影響を懸念するものが多かったが、その後次第に、徳島市内の商店街などを対象とした近藤・青山（1989）、甲府盆地を対象にマクロ・ミクロデータによる検証を行った遠藤他（1993）、商業統計調査のメッシュデータなどに基づく松浦・元橋（2006）、福岡市内の建築確認申請データを用いた則内・趙（2006）などのように、正の効果を重視する研究も出現するようになった。

近年においても、山形県庄内地方におけるスクラップ・アンド・ビルドの状況を報告した千葉（2007）や、徳島県における買い物行動の変化をアンケートなどに基づいて分析した余田他（2009）など負の影響を報告する研究がある一方で、群馬県前橋市を対象に「大型店が中心市街地に進出した場合は、既存の商店街との相乗効果により中心市街地の活性化に寄与するが、中心市街地周辺に立地した場合は、中心市街地と競合関係となり、中心市街地はなお一層の空洞化が進展する」という正負両面の影響に関わる仮説を検証した川原・湯沢（2008）や、同様の観点からより高度な統計的手法（DID法）により大阪府・兵庫県を対象として分析を行った瀬谷他（2018）などが見られるようになってきた。なお、愛知県におけるロードサイドショップの形成につきこれらの店舗へのアンケートなどを基に検証した瀬口・浅野（1992）や、全国44都市について統計資料に基づいて分析した室町他（1994）、大規模小売店舗立地法の新設データを用いてまちづくり三法改正前後の動向を追った菅（2010）のように、大型店の出店・立地動向を詳細に考察する研究も数多くなされており、貞広（2009）などがまとめている。

海外においては、原田（2008）やBonnano and Goetz（2012）などが要約するように、米国における大型店（とくにウォルマート）の出店の影響を検証する研究が盛んであり、Stone（1995）がアイオワ州において正負両面（とくに周辺都市においては負）の影響を示し、Goetz and Rupasingha（2006）が全米のデータを用いて社会関係資本の低下をもたらすとした一方で、Sobel and Dean（2008）は中小企業部門への影響は「統計的に有意でない」という結果を得ている。雇用への影響に関しては、Basker（2005）が郡レベルのデータによる推定結果から周辺の雇用減より出店されたウォルマート自体による雇用増の方が大きいと論じ、Keil and Spector

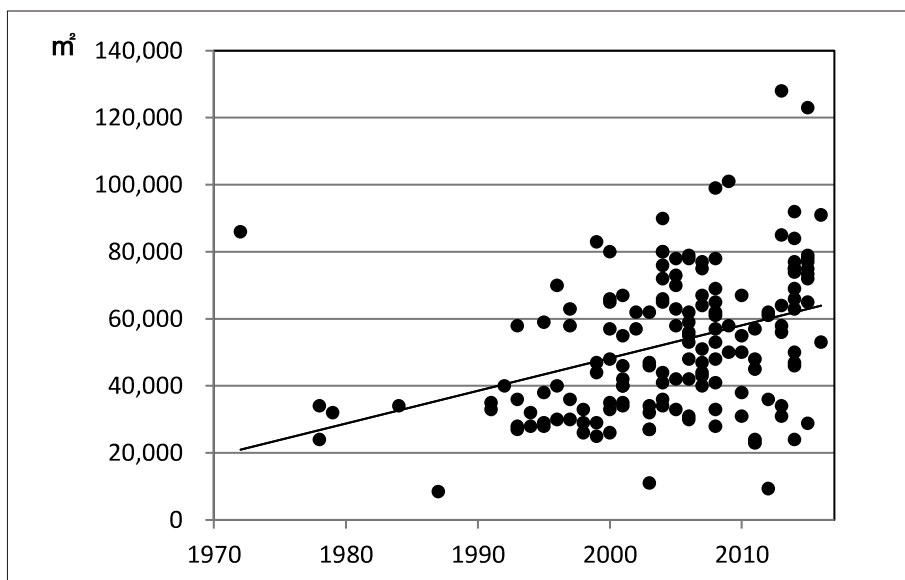


図1：店舗の開業時点と総賃貸面積の関係  
(各店舗の公開情報などから筆者作成)

(2005) がマイノリティ雇用への正の効果を示すなどしたが、Neumark et al. (2008) は新しい手法を用いた結果、雇用減の方が大きいとした。英国では例えばDobson (2005) が、主として負の側面を論じている。

このように、これまでのところ大型店の出店が周辺地域に与える影響は正負どちらの面を強調する立場からも議論が続いている。そうした中でわが国においては、大店法の廃止以降図1に示すように巨大な店舗が急速に増加し、多くの人々がこうした店舗での購買機会が増えたという実感を持っているが、先述の中小企業庁 (2014) が述べるように、大型店は既存の商店街などと補完的なものではなく、購買先のシフトを引き起こす代替的なものであると考える向きが一般的である。昨今の研究のいくつかで周辺商業との正の関係が強調されるようになっても、それは大型店の出店する発展著しい郊外の状況を反映しているに過ぎず、直感的には、中心商店街などに対しては負の効果をもたらしているのではないか、という疑念が拭えない。

しかしながら、2006年にまちづくり三法が改正されて大型店の郊外部への出店が一段落し、代わりに中心部や鉄道沿線などへの進出が起りつつある今日においても、包括的な統計資料などに基づいてこうした直観が正しかったのかどうかに応えようとする研究は多く見られない。地方都市においてこれらの時期に起こった変化はかなり深刻であったケースが多く、昨今多くの自治体が力を入れているコンパクトシティ化や空き店舗・空き家対策を進める上で、大きな障害となっていることがよくある。本研究では、対象とするデータ範囲を既存研究より一般的かつ広範囲なものとして、大型店の出店が2000年代において周囲の商業に与えた影響を検証するものである。

## 2. データ

本研究ではデータが一般公開され全国的な分析が容易に行えることなどから、商業に関しては基本的に2001年の事業所・企業統計調査および2009年の経済センサス小地域(町丁・字単位)データによることとした。項目は2001年の大分類「卸売業・小売業・飲食業」の従業員数を基本とするが、2009年では分類が改編により「卸売業、小売業」および「宿泊業、飲食サービス業」となったため、後者は(都道府県単位で)飲食業のみの比率を出して調整を行い、この変化を被説明変数とした<sup>1)</sup>。各小地域の座標に関しては、国土交通省の位置参照情報による代表座標を用いた。なお、この情報の小地域コードと経済センサスのコードは一致しないため、町丁・字の名称を用いて統合した。この際、名称が完全一致するもの、現在までに手動でその変遷を追うことができたものなど、全国の107,875小地域を対象とすることにした。

各大規模小売店舗のデータに関してはウェブ上の情報などを参考に店舗面積(商業施設面積)が40,000平米以上のものを取り上げ、経緯度を手動入力した。本研究は小地域データの調査時点に従って2001年10月1日から2009年7月1日までの商業変化をみるものであることを考慮し、対象を3年前の1998年10月1日から2009年7月1日までに開業した129の店舗に絞った。

これらの大規模小売店舗群に対し、距離が2 km以内、4 km以内、10km以内、20km以内(各リング内または累積)に位置する小地域をダミー変数で表した。さらに、既存の商業集積を表す変数として変化前の従業員数を、商業以外の経済活動を示す変数として商業を除いた従業員数を用い、当該小地域の成長を表すものとして後者の変化を使った。また、元々成長率が比較的高い南関東の1都3県および京阪神の2府1県に対応するダミー変数も用いた。主な変数の記述統計量は表1に示す通りである(n=107,875)。この期間を通じ、一般的に商業以外の雇用は増加したが、商業の従業員数は減少している。サンプルとした小地域のうち6%程度が出店した大規模店の2 km以内に代表座標を持っており、2-4 km、4-10kmがそれぞれ13%、29%となっている。

予備的分析として、横軸に大型店から各小地域(代表座標)までの距離をとり、縦軸に商業の従業員数変化をとった図が図2である(図の範囲外にも点が存在するが、軸周辺の様子が不明瞭となるため上下および右方の点は省略している)。図2の外見から正負の影響を判別するのは困難であり、距離に応じた増減傾向、すなわち近似曲線の係数もとくに有意ではない。つまり、他の変数の影響をコントロールせずに、単純に大型店の出店の影響を議論することは難しい。こうしたことから、次節以降では重回帰分析などを行い、より詳細な検証を試みるものである。

表 1：記述統計量

	平均	中央値	標準偏差
商業の従業員数変化(人)	-11.51	-2.65	326.41
(距離: km)	23.18	10.52	31.75
0-2km(ダミー)	0.0605	0	0.2384
2-4km(〃)	0.1330	0	0.3396
4-10km(〃)	0.2919	0	0.4546
10-20km(〃)	0.2067	0	0.4049
20km以上(〃)	0.3079	0	0.4616
商業集積(人)	128.6	35.00	383.1
他産業の集積(人)	290.7	90.00	823.2
他産業の雇用増(人)	18.75	0	732.0
南関東・京阪神(ダミー)	0.3263	0	0.4689

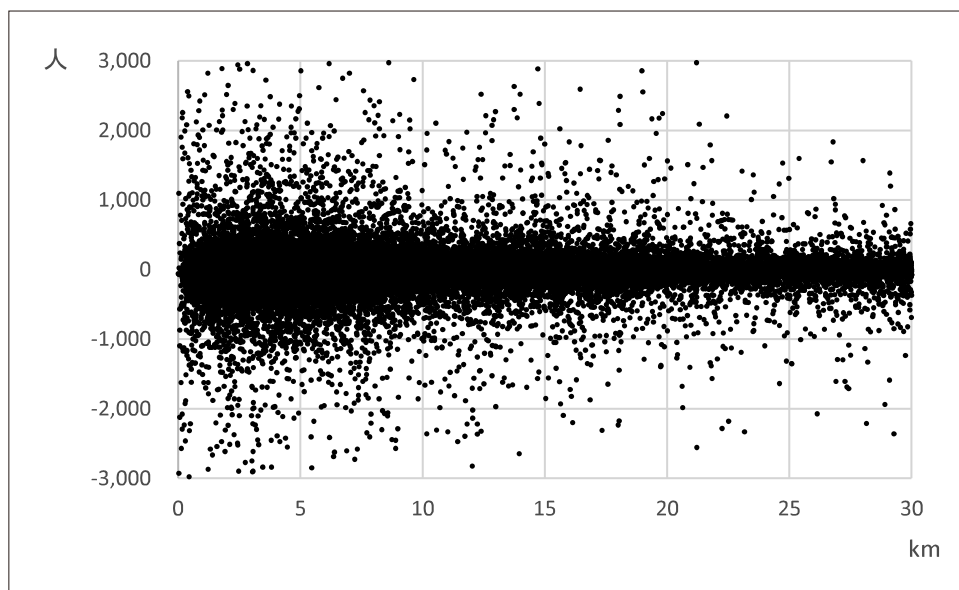


図 2：大規模小売店舗からの距離と従業員数変化の関係

### 3. 推定と考察

商業の従業員数変化を最寄りの大規模小売店舗からの距離ダミー、他産業の雇用増、他産業の集積、商業集積、それらの交差項、南関東・京阪神ダミーに回帰した。小地域データはゼロ値が多く見られ、変化率による表現が難しいことから、生データの使用により分散不均一性が検出さ

れるため、結果はWhite分散不均一致標準誤差を用いて示した。

基本的な結果は表2に示す通りである。最寄りの大型店からの距離ダミーのみを使った推定1においては、とくに2km以内の近距離において周辺商業との負の関係がみとれる。さらに、他産業の雇用増すなわち地域の成長トレンドについてコントロールした推定2においては、10kmまでの広範囲で負となっており、その度合は近距離の小地域ほど大きいことが分かる（推定1, 2の模式図は図3A,Bを参照）。

しかしながら、推定3, 4のように元々の商業集積・他の産業の集積を考慮すると、逆に距離ダミーの係数は正となり、しかも近距離ほど値が高くなる。また、このとき他産業の集積の効果は正、商業集積の効果は負である。つまり、既存の商業は元々衰退する傾向にあり、その傾向は一般的な経済活動の水準が低いような場所において大きい。大型店出店の効果は（図3Cのように）正である可能性もあるが、推定1, 2では出店された場所で起きていたその他の要因による衰退を、本来の変数の代わりに示していた可能性もある。なお、推定4以降では「南関東・京阪神」ダミーを入れているが、この係数は全ての推定で正かつ有意であった。

表3の推定5-7は、出店の効果をより直接的に捉えるため、既存の商業集積と距離ダミーの交差項を含めた推定結果である。これらの推定においては、距離ダミーを1つに絞るため各区

表2：推定結果

推定番号	1	2	3	4
定数	-13.11 (-11.73)***	-12.58 (-13.61)***	1.91 (0.75)	-0.079 (-0.035)
2km以内に出店	-10.33 (-2.16)**	-17.76 (-3.95)***	20.19 (4.10)***	16.84 (3.63)***
2km-4km	1.26 (0.33)	-10.13 (-3.36)***	13.61 (4.41)***	10.49 (3.66)***
4km-10km	3.06 (1.27)	-3.79 (-1.84)*	9.41 (4.90)***	6.47 (3.91)***
10km-20km	5.58 (2.47)**	0.78 (0.41)	6.10 (3.77)***	0.64 (0.41)
4km以内に出店	-	-	-	-
10km以内に出店	-	-	-	-
他産業の 雇用増	-	0.24 (17.16)***	0.26 (19.00)***	0.26 (18.92)***
他産業の 集積	-	-	0.16 (12.08)***	0.16 (12.00)***
商業集積	-	-	-0.56 (-18.43)***	-0.56 (-18.45)***
南関東・京阪神	カッコ内はt値	* ** ***	10%有意 5%有意 1%有意	15.19 (5.62)***
交差項(商業集積×距離ダミー)	不均一分散一致標準偏差を使用			-
R <sup>2</sup>	0.000	0.282	0.506	0.507

間内のリングではなくその距離までの累積で大型店の出店立地を表した（ただし、0-2kmに関してはリング・累積とも同様の区間を示す）。距離ダミーの係数は（推定5-6において）負となると同時に、交差項の係数は正となった。つまり、大型店出店の効果は基本的にマイナスであるが、商業集積が高いところではその（マイナスの）効果は小さく、十分に集積が大きければ

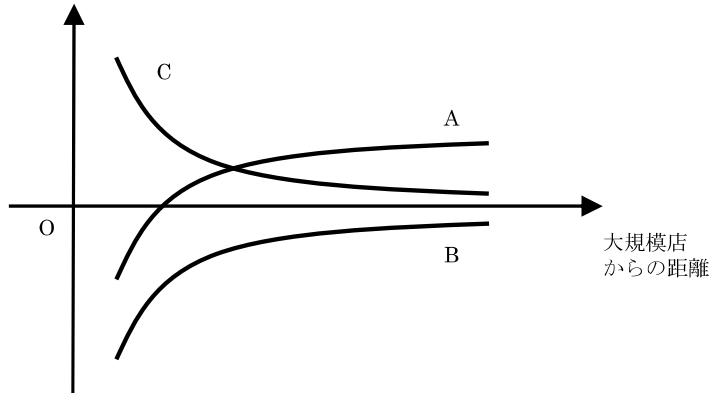


図3：影響の模式図

表3：交差項を入れた推定結果

推定番号	5	6	7
定数	4.90 (1.72)*	7.85 (2.31)**	8.35 (3.02)***
2km以内に出店	-12.68 (-2.05)**	-	-
2km-4km	-	-	-
4km-10km	-	-	-
10km-20km	-	-	-
4km以内に出店	-	-10.01 (-1.72)*	-
10km以内に出店	-	-	-2.92 (-0.58)
他産業の雇用増	0.26 (18.93)***	0.25 (18.52)***	0.26 (18.47)***
他産業の集積	0.16 (12.32)***	0.16 (12.82)***	0.16 (11.64)***
商業集積	-0.57 (-17.58)***	-0.61 (-16.06)***	-0.64 (-20.32)***
南関東・京阪神	15.72 (5.91)***	16.87 (6.32)***	15.20 (5.59)***
交差項(商業集積×距離ダミー)	0.13 (3.02)***	0.13 (2.85)***	0.11 (2.62)***
R <sup>2</sup>	0.509	0.512	0.509

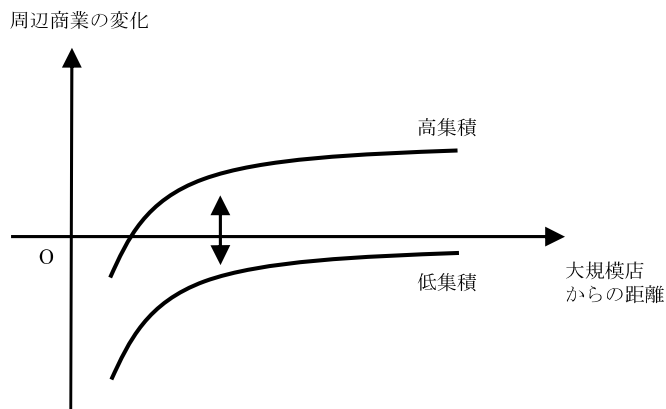


図4：影響の模式図（交差項を入れた場合）

ラスになることも考えられる。つまり、(図4のように) 現在商業が栄えている場所への出店は相乗効果を生むが、それほど集積がない場所への出店は既存店の衰退を招く、という可能性が示唆される。

こうした結果は、小都市においては大型店が商店街内に立地した場合は一部好影響があるものの、それ以外の場合は悪影響があるとした香川(1987)、正負両面の影響があるが周辺都市においては負としたStone(1995)、中心市街地に進出した場合は既存の商店街との相乗効果があるが、周辺に立地した場合と競合関係となるとした川原・湯沢(2008)などの研究の系譜に沿ったものであって、今回のような簡易な一段階の推定によっても、交差項を用いることで正負両面の効果を描写できる可能性を示すものである。

もし推定5-7において示唆された関係性(大型店出店の効果は基本的にマイナスであるが、商業集積がとくに高いところではプラス)が現実成立しているとすれば、2000年の大店法廃止以降、元々既存の商業基盤が脆弱で衰退の兆しのあった地方都市などで、大型店の出店にともないさらなる衰退が生じたという、多くの人々の直観に一致する。また、推定3-4を除き距離ダミーの係数が距離に関して逓増している点からは、例えば前橋市のように、こうした出店が(「郊外」の遠い場所ではなく)既存集積にある程度近い中心市街地周辺部で行われたときの方が、状況をより深刻化させた、という見方を裏付けることになる。

## 4. 結論

本研究は、2001-2009年における全国の小地域単位での商業従業員数変化を各変数に回帰することにより、旧大店法廃止直後の時期における大型店の出店が周辺商業にもたらした影響について分析した。とくに各地域の出店地からの距離や、既存の商業・その他の産業の集積規模に注目した。初歩的な分析からは大型店の出店により周辺商業が負の影響を受けたことが窺われたが、



既存集積を考慮すると影響は正であった可能性も示唆された。交差項を含む分析により、既存の商業集積が高い小地域では影響は正となり、低い場所では負となることが推察された。

これらのことから、大型店出店の周辺商業への影響は一概に正・負と結論付けることはできず、周辺商業の位置や集積の度合いによってその効果が異なるため、それらの要素を考慮した慎重な分析が必要である、と言える。とくに、集積が低い場合は正の効果を受けにくくなることから、出店を容認する地域は既存商業への十分な配慮が必要である。

本研究は、大学研究室内における小規模なテーマ研究に起源を發するもので、筆者はこの分野や自身の先行研究をより高度に発展させる、という意図よりも、ケーススタディや細かい経緯の確認などに偏りがちなこの分野の検証を、全国規模のデータを用いて純粋に客観的に、政策的な先入観を持たずに行うといかなる結果が得られるか、という、別の視点からの分析を「試みた」ものである。

問題点、今後の改善点として挙げられるのは、まず複数のデータを町丁・字の「名称」を頼りに統合する、という段階を経ているため、データの完全性にやや問題がある点が挙げられる。また本論文は、そのようにある程度の手間をかけて得られたデータに基づき、まず行われた簡易的な回帰分析の結果を報告するものであって、洗練された統計的手法を追求するものではない。例えば被説明変数に変化「率」ではなく生データの変化数を用いている点（文中に記述したように、分母にゼロ値が多くなるなど、小地域データの不安定性による）、より高度な因果関係のコントロールを行う以前の、単純な関係性の検証である点など、今後より本格的な結論を得るためには、統計的手法の面において様々な改善が必要であるものと考えている。しかしながら、このように簡易な手法でありながら、係数の有意性や決定係数が相当程度高いことなどから、様々なコントロールが行われた後も、本研究の基本的な結論は維持されるものと、筆者は期待している。

## 謝辞

この研究のデータ収集・整理に関しては、2016年度まで高崎経済大学地域政策学部に学生として在籍した深井柊弥君の力によるところが大きい。また2015年10月に新潟県上越市において開催された日本都市学会第62回大会では、本論文のベースとなる研究発表を行ったが、出席者の方々（とくに京都大学の御手洗潤先生）から多くの貴重なコメントをいただいた。この場を借り感謝の意を示したい。

（よねもと きよし・高崎経済大学地域政策学部准教授）

## 参考文献

- Basker, E. (2005) . Job Creation or Destruction? Labor Market Effects of WalMart Expansion. *Review of Economics and Statistics* 87, 174-183.
- Bonanno, A., Stephan, G. (2012) WalMart and Local Economic Development: A Survey. *Economic Development Quarterly* 26, 285-297.
- Dobson, P. W. (2005) . Exploiting Buyer Power: Lessons from the British grocery trade. *Antitrust Law Journal* 72, 529-536.

- Goetz, S. J., Rupasingha, A. (2006) . WalMart and Social Capital. *American Journal of Agricultural Economics* 88, 1304-1310.
- Keil, S. R., Spector, L. C. (2005) . The Impact of WalMart on Income and Unemployment Differentials in Alabama. *Review of Regional Studies* 35, 336-355.
- Neumark, D., Zhang, J., Ciccarella, S. (2008) . The Effects of WalMart on Local Labor Markets. *Journal of Urban Economics* 63, 405-430.
- Sobel, R. S., Dean, A. M. (2008) . Has WalMart Buried Mom and Pop? The Impact of WalMart on Self-Employment and Small Establishments in the United States. *Economic Inquiry* 46, 676-695.
- Stone, K. E. (1995) . Impact of Wal-Mart Stores and Other Mass Merchandisers in Iowa, 1983-1993. *Economic Development Review* 13, 60-69.
- 浅田宏幸・長井健治・紺野昭「豊川市中心部に進出した大型店の利用実態と周辺小売店への影響—大型店の利用者特性と購買連鎖行動に着目して—」『日本都市計画学会学術研究論文集』26, 889-894, 1991年
- 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」『都市計画論文集』28, 685-690, 1993年
- 香川勝俊「小都市における大型店立地の地域商業への影響:小売商業機能と中心商店街への影響を中心に」『人文地理』39(3), 216-233, 1987年
- 川原徹也・湯沢昭「複合型大規模商業施設の立地による中心商店街への影響に関する検討—群馬県前橋市を事例として」『都市計画論文集』43, 427-432, 2008年
- 近藤光男・青山吉隆「都市内立地型と郊外立地型のショッピングセンターに対する消費者買物行動の比較と分析」『日本都市計画学会学術研究論文集』24, 565-570, 1989年
- 菅正史「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), 106-116, 2010年
- 貞広幸雄「大規模店舗立地問題に関する研究動向と課題」『日本不動産学会誌』22(4), 118-127, 2008年
- 瀬口哲夫・浅野純一郎「都市郊外におけるロードサイドショップに関する研究」『日本都市計画学会学術研究論文集』27, 211-216, 1992年
- 瀬谷創・泊将史・力石真「大規模小売店舗の出店が既存小売店舗の撤退及び売上げに与えた影響」『土木学会論文集D3(土木計画学)』74(4), 243-269, 2018年
- 千葉昭彦「大型店進出に伴う消費者行動の変化—山形県庄内地方の事例検討—」『日本都市学会年報』40, 196-201, 2007年
- 中小企業庁『中小企業白書』2014年版
- 戸所隆「地方中心都市・前橋における大型店の立地と購買行動の変化—高崎との比較をまじえて」『立命館文學』448~450, 1197-1244, 1982年
- 則内良太・趙世晨「大規模小売店舗出店後の周辺環境の変化に関する研究」『RIETI Discussion Paper』Series 06-J-051, 2006年
- 原田英生『アメリカの大型店問題:小売業をめぐる公的制度和市場主義幻想』有斐閣、2008年
- 松浦寿幸・元橋一之「大規模小売店の参入・退出と中心市街地の再生」日本建築学会学術講演梗概集. F-1, 655-656, 2006年
- 室町泰徳・原田昇・太田勝敏「都心商業地域の衰退状況と大規模小売店舗の立地動向に関する研究」『都市計画論文集』29, 529-534, 1994年
- 余田翔平・近藤光男・渡辺次郎・丁育華「徳島県における大規模小売店舗の立地の変遷と消費者の買物行動の変化に関する分析」『日本建築学会計画系論文集』74, No.639, 1101-1107, 2009年

## 註

- 1) 中分類以下ではより詳細な分類がなされているが、小地域データに関してはこの研究を行った時点で有償配布であって、全国規模の分析が困難であるためこのような手法をとった。