

中・大規模店の参入・退出と中心市街地の活性化に関する計量分析\*

2006年7月

松浦寿幸<sup>1</sup>・元橋一之<sup>2</sup>

要旨

本稿は、商業統計調査等のメッシュデータを用いて大規模店の参入・退出や公共施設の有無が「商業の活性化」に与える影響について全国レベルのデータを用いて定量的な分析を行った。「商業の活性化」を示す指標としては、第3次区画（1キロメートル四方）メッシュ単位の中小小売店の売上を用いた。第3次区画メッシュ単位の中小小売店の売上は、当該メッシュにおける徒歩による客足と相関関係があると考えられるので、これを「商業の活性化」を示す指標として、その決定要因に関する分析を試みた。その結果、大規模店の参入（退出）は、当該地域の「商業の活性化」に対して正（負）の影響があることが分かった。2000年に廃止された大店法は、大規模店舗の進出した場合でも地元の中小小売店の事業機会を適正に確保できるよう配慮するための調整を図るものであったが、大規模店の進出はむしろ当該地域に集客を高める効果があることが確認された。大型店と小売店の相乗効果が確認されたことは、中心市街地の空洞化は大型店の立地が市街地から郊外に移転したことの影響もあることを示唆している。従って、「大店法」が廃止され、小売業の規制体系の視点が「大型店VS小売店」から「市街地VS郊外」への転換されたことは、基本的な流れとしては正しい判断といえる。また、病院や役所などの公務事業所などの公共施設の存在も中小小売店の売上と正の相関があることが分かった。よって、「まちづくり三法」（中心市街地活性化法、大店立地法、都市計画法の改正法）の趣旨である地方自治体としての総合的なまちづくりの重要性も確認された。

---

\* 本論文は、経済産業研究所における研究プロジェクト「小売業の規制、市場競争、生産性」の研究成果をとりまとめたものである。論文執筆にあたり、細谷祐二氏（経済産業研究所）、金井マサ氏（中小企業庁調査室）、ほか経済産業研究所セミナー参加者から、多岐にわたるアドバイスとコメントを頂いた。また、中村愛氏（早稲田大学大学院経済学研究科）にはデータの収集・整理等にご協力頂いた。なお、本研究で利用している商業統計個票データは目的外利用手続きに則り使用許可を得ている。データの利用に際して、山根一久（経済産業省調査統計部産業統計室）、木下善雄氏（経済産業研究所前計量分析データ担当マネージャー）のアドバイスを受けた。ここに記して謝意を表したい。

2006年12月に「大規模小売店の参入・退出と中心市街地の再生」と改訂を行った。

<sup>1</sup> 経済産業研究所研究スタッフ

<sup>2</sup> 東京大学先端科学技術研究センター、経済産業研究所ファカルティフェロー

RIETIディスカッション・ペーパーは、専門論文の形式でまとめられた研究成果を公開し、活発な議論を喚起することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、（独）経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

## 1. はじめに

小売店に関する規制体系は、これまで「大規模小売店舗調整法」（大店法）による「大型店VS 中小店」という視点からの経済的規制から、1998年に成立したいわゆる「まちづくり三法」（中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法及び都市計画法の改正法）という社会的規制への転換を行い、今般の「改正まちづくり三法」の法案により「中心市街地VS 郊外」という立地をベースとした議論に転換している。その背景には、1990年代以降の大店法に基づく規制緩和が進むプロセスにおいて、郊外における大型店の立地が進み、その一方で中心市街地の空洞化が進むという現象に歯止めがかからなかったことが指摘できる。

商業統計調査によると、全国の小売事業所数は1991年から2002年のおおよそ10年の間におよそ29万件減少しており、その内訳としては主に小規模事業所が退出していることによる。また、新たな大規模店の立地は、いわゆるロードサイド店といって幹線道路沿いの中心市街地から離れた場所に行われることが多い（経済産業省、2005）。しかしながら、このような中心市街地の空洞化がどのような要因によって起こっているのかについて定量的に検証したものは少ない。またこれまでの分析事例は、特定の地域に対してミクロな分析事例を示したものである（根田、2002；山下、2001）。本研究は、商業統計調査等などのメッシュデータを用いることによって、全国レベルで中心市街地における中小小売店の活動に着目し、その売上高や事業所数変化の地域特性や決定要因について分析を行ったものである。メッシュデータとは国レベルの国土情報システム（GIS）計画に基づいて日本全土が1キロメートル四方のメッシュに区分され、各種政府統計がメッシュレベルに特別集計されたものである。ここでは、商業統計調査の他、事業所・企業統計調査と人口センサスのメッシュデータを分析に用いた。

中心市街地における中小小売店の活動の決定要因としては、大規模店の参入・退出と公共施設の立地にフォーカスした分析を行った。2000年に廃止された大規模小売店舗法（大店法）は、大規模店の進出した場合でも地元中小小売店の事業機会を適正に確保できるよう配慮するための調整を図るために設けられたものである。しかし、最近ではむしろ中心市街地から大規模店が撤退することは、当該地域の空洞化を招くなど、負の影響を与える可能性があることが指摘されている。大規模店の参入・退出による中小小売店の活動への影響を分析することによって、これらの点を明らかにする。

また、公共施設の立地については、市役所や病院などの公的施設の存在が、中心市街地の活性化にどのような影響を及ぼすか評価を行うものである。公的施設と商業地を隣接させることによって、中心市街地の活性化につなげるということが考えられるが、ここではその有効性について検証する。この分析は2006年以降に施行される改正「まちづくり3法」により、地方自治体が中心市街地活性化を目指して戦略的なまちづくりを考える上で重要なインプリケーションを与えると考えられる。

本稿の構成としては以下のとおりである。まず次節において、これまでの小売店の立地

に関する政策的な流れをレビューするとともに、これまでの分析事例の紹介を行う。第3節においては研究において用いたデータベースの説明と小売店動態の地域特性を中心とした記述統計量を示す。次に第4節においては、中小小売店の売上高や事業所数変化の要因分析のための計量モデルを提示し、第5節で結果を示す。最後に第6節において、本研究のまとめと政策的含意について述べることとする。

## 2. 小売店舗の立地規制に関する動向

2000年に廃止された大店法の目的は、大規模店の出店規制を行うことによって「中小小売業の事業機会を確保すること」とされている。このような中小小売店舗に配慮した大規模店の出店規制は日本にかぎらず、ヨーロッパの一部諸国にも見られるものであるが、大店法により生産性の低い小売店が必要以上に保護されているという問題点が指摘されてきた。また、1990年代前半のトイザラズの日本進出を契機として、日米構造協議において大店法の問題が取り上げられるようになり、大店法の規制緩和が行われてきた。大店法の規制緩和は段階的に行われ、ついに2000年に大店法は廃止に至ったわけであるが、その背景として経済的環境が大きく変わったことの影響が大きい。日本経済は90年代前半のバブル崩壊によって長期的な停滞局面に入った。個人消費が伸びないことによって、小売業全体の売上の伸び率も停滞した。小売店の数は減少を続け、1991年の159万件から2002年の130万件とここ10年間で29万件減少している。その中でも特に小規模の零細店の減少幅が大きくなっている。小売業の従業者規模別事業所数の推移を示した図1をみると、従業員数5人以下の小規模小売店は1985年から一貫して減少傾向にあることがわかる。

### <図1>

ただし、規模の小さい小売店すべての数が減少しているわけではなく、例えばコンビニエンスストアの数は増加している。また、大型店についても百貨店が減一方で郊外のショッピングセンターやロードサイドのホームセンターや衣料品スーパーが増えている。図2は、1991年の業態別事業所数を100としてその後の推移を示したものである。コンビニエンスストアやホームセンターや衣料品スーパー等の専門スーパーが増加する一方で、百貨店やその他の零細小売店が減少していることが分かる。このように消費者ニーズの変化、多様化によって、小売業の業態が複雑化し、規模のみによって出店規制を行う大店法が時代にそぐわなくなった。

### <図2>

大店法の規制緩和とともに小売店間の競争が高まり、多くの小売店が市場から退出したが、その一方で新規事業所の参入も見られている。Matsuura and Motohashi (2005)は商業

統計調査の個票を用いて、90年代後半の小売事業所の参入・退出と生産性の関係について分析を行っている。その結果、生産性の低い事業所が退出し、逆に生産性の高い事業所が参入していることから、事業所レベルのダイナミクスはマクロで見た小売業の生産性の上昇に貢献していることが分かった。米国と比較して、日本の小売業の生産性は相当低く、その背景として大店法などの参入規制が影響しているという意見もあるが（MGI,2000）、90年代以降、小売事業所数の減少と大規模化が小売業の生産性上昇に寄与していると考えられる。

ただし、その一方で地域的に見るとロードサイド店など郊外において新規店舗が見られる一方で市街地の中小小売店が撤退し、中心市街地が空洞化する現象が見られるようになった。1997年から2002年の立地環境特異性に見た業態別事業所数の変化をみると、市街地型や駅周辺型、住宅地背景型の商業集積地で小売店が減少している（図3）。それに対して、ロードサイドにおいては小売店数の増加が見られる。このように小売店全体としては、中心市街地から郊外への移転が進んでいることが分かる。また、業態別に見ると駅周辺や市街地などの中心市街地において特に数の減少が見られるのは、「その他スーパー」や「その他小売店」であり、コンビニエンスストアを除く小規模の小売店である。その一方でロードサイドにおいて数の増加が見られるのは「専門スーパー」や「総合スーパー」となっており、比較的規模の大きな小売店が伸びている。このように小売店数の減少と平均規模の大型化は、中心市街地から郊外への立地のシフトをともなって進んでいる。

### <図3>

このような商店の立地パターンの変化に伴って、大規模店舗の進出が地元中小企業の事業活動を阻害するという「大店法」の前提条件そのものが疑問視されるようになる。即ち、大型店が業態の高度化や生活利便の向上において不可欠な存在となる一方で、消費者あるいは社会にとって中小小売店の「保護」を前提とした商業調整の考え方が合わなくなってきた。このような背景の下、「大店法」廃止と「大店立地法」（大規模小売店舗の立地に当たって地元住民への環境問題や交通渋滞などの社会的問題に対応するための規制法）新設が決定した1998年には、「都市計画法」と「中心市街地活性化法」の改正が同時に行われ、さらに今般の改正法案によって、「中心市街地VS 郊外」という視点から小売店立地問題が取り扱われるようになった。「大店立地法」による大規模小売店の立地にかかる環境への配慮手続、「都市計画法」による土地利用規制、「中心市街地活性化法」による振興策をうまく組み合わせ、地域レベルで中心市街地活性化に対して戦略的な取り組みを可能にするものである。「まちづくり3法」が制定されてすでに7年になるが、その間に総じて言えば中心市街地の状況が改善されているとはいえない（経済産業省、2006）。その要因については様々なものを考えることができるが、その中でも地方部において進んでいる人口減少や地域経済の疲弊など基本的な地域間格差の影響が大きいことは明らかである。

ただし、そのような中でも個々の地域においてコンパクトなまちづくりを行っていくことは可能である。ここでは「まちづくり3法」のそれぞれについて考えられる問題点を指摘する。まず、「大店立地法」であるが、これは大型店の出店に際して、設置者に対し、交通、騒音、廃棄物等「周辺的生活環境の保持」の観点からの配慮を求める法である。また、「大店法」とは異なり、規制当局が国から地方公共団体に移管され、「地域におけるまちづくり」も意識したものとなっている。だが、本法はあくまで大型店の新規出店に際して、周辺環境への配慮を求めるものであるという点で限界が大きい。加えて、中心市街地の空洞化は大型店が当該地域から撤退することによって進むことも考えられる。いずれにしても「大店立地法」はその立法の趣旨や法目的から、中心市街地対策の根幹とすることは難しいと思われる。次に「都市計画法」は、「市街化地域」と「市街化調整地域」を設けることによって、ゾーニング規制によって住み良いまちづくりを実現するものである。ゾーニングとしては、商業系、工業系、住宅系の用途地域が設けられ、大型小売店の出店については、その規模によって住居専用地域等で禁止されている。ただし、これらの用途規制が行われているのは全土の4%程度であり、都市計画区域であっても用途規制のない白地地域においては土地利用制限が及ばない。また、ゾーニング規制はあくまで土地利用の分類を行うものであり、例えば複数の商業地域が存在してもそれらの優劣は存在しない。従って、特定の地域の小売店の立地を引き込む政策には向いていないといわれている（根田、2004）。

最後に「中心市街地活性化法」は、法律の名称のとおり中心市街地を活性化するためのものである。これまでの2法が店舗の立地を規制によって制限するものであるのに対して、本法は予算や税制等によって特定の地域の活性化を誘導する振興法であるという違いがある。中心市街地活性化法は、「市街地の整備改善及び商業等の活性化を一体的に推進する」ために市町村が基本計画を策定し、具体的な対策としては、TMO（タウンマネジメント機関）が商店街のコンセプト設計やテナント配置、イベントの実施などの活動（タウンマネジメント活動）に対する補助が行われる。ただし、これまでの活動に対しては、TMO活動が商業活動の偏っている点や実施責任、費用負担があいまいであるなどの問題が指摘されている（経済産業省、2005）。

また、全体的に言えることであるが、それぞれの法律の運用がバラバラに行われているという問題点も指摘されている。実施主体としてはそれぞれ地方公共団体となっていることから、地域主体で全体的な戦略を構築することが重要であるが、地方のリーダーシップが発揮されていないということもできる。富山市のように市長が強力なリーダーシップをとって総合的なまちづくりプロジェクトを推進している事例も存在するので（経済産業省、2006b）、まちづくり3法の連携は運用上の問題なのかもしれない。いずれにしても、それぞれの法律における問題点や相互の連携を強化するための改正案が今国会で審議中である。

なお、小売店の立地や活動にフォーカスした中心市街地の空洞化やその要因分析に関して、全国レベルで定量的に行われたものは存在しない。ただし、特定地域のミクロな事例

研究については、いくつか行われている（根田、2002；山下、2001）。例えば、根田（2002）においては、奈良市のケースを用いて、商業集積地は都市計画法の商業地だけでなく、住宅地においても見られ、それらの多くは大規模小売店の存在が核になって発展したものであることを示している。大規模店による集客の確保が商業集積において重要であることを示した事例として興味深い。また、経済産業省（2006b）においては、中心市街地の活性化に対して意欲的な取り組みを見せている地方自治体に関する事例紹介を行っている。例えば、富山市は市長のリーダーシップの下、市をあげて街中におけるにぎわいを取り戻す活動を行っている。その中で中心になっているのは、公園の整備や繁華街における歩行者優先道路の整備など公的施設の充実である。このように中心市街地の活性化に関するファクターについては、大規模店や公共施設の役割が重要であると考えられ、この点は、三菱総研による「商業活性化アンケート調査」（経済産業省、2005）によっても明らかにされている。（図4参照）同調査において、中心市街地の魅力として最も上位に挙げられた項目は、「多数の商業施設の集中」であり、「病院、学校、ホール、市役所等の公共施設の充実」が次に続いている。

こうした事例研究は具体的な問題の所在を整理する上で重要な意義を持つが、その政策的含意がどの程度一般化できるのかについては、包括的なデータセットを用いた定量的な分析が不可欠である。これまでの研究では、データの整備が困難であるため、定量的な分析はほとんど行われてこなかった。そこで、本研究では、平成9年と平成14年の2時点の商業統計等のメッシュデータ（全国データ）によるパネルデータを作成し分析を行った。こうした、パネルデータによる包括的、定量的な分析は、筆者らの知る限り初めての試みである。

#### <図4>

### 3. データ

ここでは、分析に用いるデータセットについて説明する。中心市街地の「にぎわい」を示す指標としてコンビニエンスストアを除く「中小小売店」の売上高を用いることとした。本研究で用いるデータセットは、商業統計等の第3次区画（1キロメートル四方の区画）のメッシュデータであり、この1キロメートル四方の空間が中小小売店の商圈と考えた。そうすると中小小売店の売上は主に徒歩で当該地域に足を踏み入れた人の数と相関性が高いことが考えられる。これを当該地域のにぎわいとしてとらえ、それぞれのメッシュにおける大規模店の参入・退出や公共施設の有無とどのような関係があるのかを分析することとした。

小売店の販売額データは、平成9年と平成14年の商業統計メッシュデータを用いた。うち、平成14年データは、商業統計個票データ（自動車小売業と燃料小売業を除く）と

メッシュコードをリンクさせ、第3次地域区画ごとに集計している<sup>3</sup>。一方、平成9年については、商業統計個票データに対応するメッシュコードが利用できないため、商業統計メッシュデータ・ファイル（規模別編・業態別編）による集計値を利用した<sup>4</sup>。ただし、平成9年商業統計メッシュデータ・ファイルにおける売場面積 500 m<sup>2</sup>以下の小売店には、自動車小売業と燃料小売業が含まれているので、当該産業の業種別集計値を売場面積 500 m<sup>2</sup>以下小売店の集計値から引いている。

規模、および業態は、表1のように分類した。

表1. 業態区分

	売場面積	営業時間	備考
①コンビニエンスストア	250 m <sup>2</sup> 以下	16 時間以上	セルフ店であること
②中小小売店	500 m <sup>2</sup> 以下	—	①を除く
③大規模店 I	1500 m <sup>2</sup> 以上	—	—
④大規模店 II	500～1500 m <sup>2</sup> 以下	—	—

各メッシュの地域属性は、平成14年調査の立地環境特性を利用して、中心市街地（駅周辺型商業集積地区、市街地型集積地区、住宅地背景型商業集積地区<sup>5</sup>）とその他地区（ロードサイド型商業集積地区、その他商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区、工業地区、その他地区）の2つに分類した。

また、都市圏と地方圏では、人口密度の違いから中小小売店販売額の変化パターンに大きな違いがあると予想されるので、各市区町村を3大都市圏、（3大都市以外の）都市圏、地方圏の3種類に分類した。都市圏の定義は、金本・徳岡（2002）によって定義された都市雇用圏を用いている<sup>6</sup>。都市雇用圏とは、人口密度等による条件をみたす中心都市と、中

<sup>3</sup>平成11年の事業所企業統計を実施するにあたって商業統計の簡易調査が同時に行われた。その結果、平成9年調査において調査対象から漏れていた小売事業者が大量に発見され、平成14年調査はこの新たな名簿をベースに調査が実施された。このように平成9年と14年調査で整合性がとれない事業所（平成14年調査の結果事業所開設年次が平成9年以前だが、平成9年商業統計個票データには存在しない事業所）については、分析に用いるデータセットからは取り除いた。

<sup>4</sup>平成9年のデータが集計データしか利用できなかったため、規模区分や業態区分は公表されている集計表の様式の制約を受けている。

<sup>5</sup>住宅地背景型商業集積地区とは、平成14年商業統計・立地環境特性編によると、「住宅地または住宅団地を後背地として、主にそれらに居住する人々が消費者である商業集積地区をいう」とされている。商業集積地区（商店街）集計表によると、たとえば、東京都港区の場合、西麻布地域、日赤通り、麻布十番、東麻布、芝2丁目、四ノ橋周辺、魚らん坂、白金5丁目、白金台、高輪台、品川駅南口、お台場がこれに相当する。

<sup>6</sup>都市圏データとしては、金本・徳岡（2002）による都市雇用圏以外に、朝日新聞社「民力」による経済エリア・都市圏の定義がある。民力の「エリア」を用いて分析しても分析結果はさほど変わらなかった。この点はAppendix Aも参照されたい。

心都市への通勤人口が 10%以上である近隣の郊外都市によって構成される実質的な都市空間である。本研究では、東京・名古屋・京都・大阪・神戸を中心都市とする大都市雇用圏を「3大都市圏」、それ以外の大都市雇用圏を「都市圏」、それ以外の地域を「地方圏」と呼んでいる。

図5は、立地環境特性格、業態別に事業所数の変化率をみたものである。都市圏、地方圏のいずれにおいても、概ね、大規模小売店は増加傾向、中小小売店は減少傾向にある。ただし、中心市街地における大規模小売店舗数の伸び率は、その他地域に比べて小さく、地方圏ではマイナスになっている。中小小売店の減少率については、中心市街地とその他地域のいずれにおいても地方圏のほうが大きくなっている。ここから、とりわけ地方圏において、中心市街地における小売店舗の減少が著しいことがわかる。

<図5>

中心市街地のにぎわいに対する公共施設の影響については、平成8年・平成13年の事業・企業統計調査メッシュデータ・ファイルの各メッシュの「病院」および「公務」<sup>7</sup>の事業所データを用いる。図6は、立地環境特性格（中心市街地・その他）に病院・公務事業所数の変化率である。病院は、都市圏、地方圏において中心市街地から郊外に移転する傾向にあることがわかる。

<図6>

#### 4. 計量モデル

本節では、中小小売店の販売額変化率で見た中心市街地の空洞化の決定要因を統計分析によって明らかにする。具体的には、以下のような回帰分析を行う。

$$G_i = \alpha + \sum \beta_j * D_{ij} + \sum \gamma_k * X_{ik} + \sum \delta_l * Z_{il} + \eta * S_{it-1} + \varepsilon_i$$

ここで、 $G$  は、1997年から2002年にかけての中小小売店の販売額変化率（対数差分）である。 $D_{ij}$  は、大規模店動態ダミーであり、大規模店Ⅰと大規模店Ⅱの各々につき以下の5種類のダミー変数を作成した。

---

<sup>7</sup> 「病院」とは、「患者20人以上の収容施設を有して医師または歯科医師が医業を行う事業所」である。「公務」とは、「国または地方公共団体の機関のうち、国会、裁判所、中央官庁およびその地方支分部局、都道府県庁、市区役所、町村役場など本来の立法事務、司法事務および行政事務を行う官公署」とされている。また、「国または地方公共団体が直接社会公共のために自ら経営する非権力的な事業を行う官公署は、それぞれの産業に分類される」とされている。より詳しくは、日本標準産業分類を参照されたい。

表 2. 大規模店動態ダミー

	1997 年	2002 年
大規模店の有無ダミー	$L > 0$	
大規模店参入ダミー	$L = 0$	$L > 0$
大規模店増加ダミー	$L > 0$	$L > 0 \ \& \ L_{1997} < L_{2002}$
大規模店撤退ダミー	$L > 0$	$L = 0$
大規模店減少ダミー	$L > 0$	$L_{1997} > L_{2002}$

※ $L$  は、大規模店舗数である。

$X$  は、病院・公務事業所の動態ダミーで、1997 年時点での事業所の有無ダミー、事業所数増加ダミー、事業所数減少ダミーの 3 種類のダミー変数をそれぞれについて作成した。

$Z$  は、その他のコントロール要因である。具体的には、高齢者比率（当該メッシュにおける 65 歳以上人口比率）、昼間人口（当該メッシュにおける通学者・従業者の合計、小売従業者は除く）、市区町村別乗用車保有比率を用いた。昼間人口は、学校やオフィスの有無といった小売以外の事業所の立地などをコントロールするため、市区町村別乗用車保有比率は地域によるモータリゼーションの進展度合いをコントロールするために加えている。それぞれのデータソースは、高齢者比率が平成 7 年国勢調査メッシュデータ、昼間人口は国勢調査・事業所企業統計リンクデータ（平成 7 年－平成 8 年と平成 12 年－平成 13 年）である。市区町村別乗用車保有比率は、市区町村別車種別自動車保有台数（国土交通省・車種別自動車保有者用数月報）を住民基本台帳における市区町村別世帯数で除したものである。

最後に、 $S_{it-1}$  は、期首の中小小売店の販売額（対数値）、 $\varepsilon_i$  は誤差項である。

分析にあたっては、平成 9 年と平成 14 年のいずれかの中小小売店販売額が得られないメッシュ、販売額変化率が  $\pm 3\sigma$  を超えるメッシュ、昼間人口が  $+3\sigma$  を超えるメッシュを、異常値として削除している。

## 5. 分析結果

第 4 節で提示した回帰モデルを最小二乗法で推定した結果が表 3 に示されている。この表から以下の 3 つの事実が指摘される。

第一は、いずれの立地環境、地域においても大規模店の存在は、中小小売店の販売額に大きな影響を及ぼしているという点である。大規模店 I でみても、大規模店 II でみても、「大規模店あり」ダミーは一貫してプラスで有意の係数が得られた。また、「参入ダミー」の多くがプラス、「撤退ダミー」の多くがマイナスで統計的に有意であり、大規模店の参入・撤退といったイベントが大きな影響を持つことがわかる。「中心市街地」と「その他地域」の係数を比べると、後者のほうが、軒並み係数が大きくなっている。これは、「その他地域」の場合、もともと小売店が少なかった場所に大規模小売店の参入に伴って、そのテナント

として大規模店舗内小売店が参入してくるからであると考えられる。

第二は、「中心市街地」における大規模店Ⅰと大規模店Ⅱのインパクトの違いである。三大都市圏の「中心市街地」では、より規模の小さい大規模店Ⅱの係数はあまり有意ではなく、より規模の大きい大規模店Ⅰの係数のほうが大きい。既存の商業集積の規模が大きく、鉄道網が発達し広範囲からの集客が見込める三大都市圏では、売場面積が1500㎡以下の大規模店では集客への効果は期待できないと考えられる。一方、都市圏および地方圏では、大規模店Ⅰ、大規模店Ⅱのいずれも中小小売店の販売額変化率に大きなインパクトをもっていることがわかる。

第三は、病院・公務の役割である。「病院あり」ダミー、「公務あり」ダミーの係数は、いずれもプラスでほとんどの場合、統計的に有意である。しかし、「病院の増加」「公務の増加」の係数については、「その他地域」でこそプラスで有意な係数が得られているが、「中心市街地」については、地方圏の「公務の増加」を除いて有意ではない。加えて、「病院あり」ダミー、「公務あり」ダミーの係数と「大規模店あり」ダミーの係数を比べると、いずれの地域・立地環境で見ても、概ね「大規模店あり」ダミーの係数のほうが大きく、公共施設よりも大規模小売店のほうが中小小売店販売額へのインパクトが大きい。この結果は、前述の三菱総研のアンケート「街中や中心市街地の魅力」に関する調査において、「多数の商業施設の集中」が「病院、学校、ホール、市役所等の公共施設の充実」よりも高い評価を受けていることと整合的であるといえる。

公共施設の影響について、もう少し詳しく見るために、大規模店と公務や病院が同時に増えた場合についても検討した<sup>8</sup>。具体的には、大規模店の動態は「大規模店増加」ダミーに集約させ、「病院あり」ダミー、「公務あり」ダミーに加え、「大規模店増加」で「病院あり」のダミー、「大規模店増加」で「公務あり」のダミーを加えたモデルを推定した。ただし、「大規模店増加」で「病院・公務あり」のダミーの係数を評価しやすくするために以下のような操作を行った。すなわち、「大規模店増加」ダミー、「病院あり」ダミー、「公務あり」ダミー、「大規模店増加」で「病院・公務あり」のダミーは互いに背反になるように、「大規模店増加」で「病院・公務あり」のダミーが1のときは、「大規模店増加」、「病院あり」「公務あり」は0となるように置き換えた。推定結果は表4に示されている。「大規模店増加」で「公共施設あり」のダミーの係数は、プラスで統計的にも有意であるが、その大きさは「大規模店増加」で「公共施設なし」のダミーとさほど変わらない。つまり、商業の活性化について「大規模店」と「公共施設」の相乗効果は見られていないといえることができる。

---

<sup>8</sup> 大規模店と病院・公務事業所が同時に撤退するケースも興味深い分析テーマであるが、表3において、病院減少ダミー、公務減少ダミーの係数はいずれも有意ではなく、病院・公務事業所の減少は、中小小売店販売額変化率に対して、あまり影響がないと判断されるので、今回の分析では扱わないこととした。

## 6. 結論

ここでは、商業統計調査等のメッシュデータを用いて大規模店の参入・退出や公共施設の有無が中小小売店の売上の与える影響について定量的な分析を行った。1キロメートル四方のメッシュ単位の中小小売店の売り上げは、当該メッシュにおける徒歩による客足と相関関係があると考えられるので、これを「商業の活性化」を示す指標として、その決定要因に関する分析を試みた。

その結果、大規模店の参入（退出）は、当該地域の「商業の活性化」に対して正（負）の影響があることが分かった。2000年に廃止された大店法は、大規模店舗の進出に際し地元の中小売店の事業活動を確保できるよう配慮するための調整を図るものであったが、大規模店の進出はむしろ当該地域に集客をもたらす効果があることが確認された。大型店と小売店の相乗効果が確認されたことは、中心市街地の空洞化は大型店の立地が市街地から郊外に移転したことの影響もあることを示唆している。従って、まちづくり三法の改正による小売業の規制体系の変更、すなわち、「大型店VS小売店」から「市街地VS郊外」への転換は、正しい判断であることが計量分析からも支持された。また、病院や公務事業所などの公共施設の存在も中小小売店の売り上げと正の相関関係があることが分かり、「まちづくり三法」（中心市街地活性化法、大店立地法、都市計画法の改正法）の趣旨である地方自治体としての総合的な待ち作りの重要性も確認された。

このようにセンサスデータを用いた定量分析結果によって、中心市街地活性化対策の基本的な方向性について確認できたことの意義は大きいですが、その一方で全国レベルの分析は限界があることも事実である。本研究においては、日本全土を三大都市圏、都市圏、地方圏に3分し、更にそれぞれについて中心市街地とその他の地域に分割して分析を行ったが、地域間の異質性を十分にコントロールしきれていないという問題がありうる。計量モデルには、高齢者人口や昼間人口などのメッシュレベルのコントロール変数をいれているが、公共の交通機関の存在など他にも商業の活性化と関係するファクターが考えられる。また、冬の間雪にとざされる東北や北海道とそれ以外の地域では、異なるモデルが必要になるかもしれない。今回の分析においては、全国レベルで利用可能なメッシュデータをすべて用いて行ったが、今後地域別に見たよりミクロな分析を行っていくことの意義が大きいと考える。

また、「商業の活性化」にはデータでは把握できない「街の魅力」といった質的な要素が大きいのではないと思われる。地方自治体レベルで具体的な中心市街地活性化対策を考える際には、それぞれの地域の特色を生かしながら、いかに当該地域の魅力を引き出すかが重要になってくる。経済産業省(2006b)においては、自治体レベルにおける具体的な取り組みに関する事例紹介を行っているが、このようなケーススタディを今回行ったような定量分析を併せて行うことによって、より細かいレベルの政策的インプリケーションを導出することが可能になると考えられる。

参考文献

- Matsuura Toshiyuki and Motohashi Kazuyuki (2005), “Market Dynamics and Productivity in Japanese Retail Industry in the late 1990's,” RIETI Discussion paper 05-E-001
- McKinsey Global Institute (2000), “Why the Japanese Economy Is Not Growing: Micro Barriers to Productivity Growth”, McKinsey Global Institute
- 根田克彦 (2002) 「奈良県における市町村別小売特性の評価」『奈良教育大学紀要』(人文・社会科学) Vol.51 No.1 P.29-43
- 根田克彦 (2004) 「商業立地政策としてのゾーニング規制の実効性」荒井良雄・箸本健二編『日本の流通と都市空間』古今書院
- 経済産業省 (2005) 『中小企業白書』ぎょうせい
- 経済産業省 (2006a) 「コンパクトでにぎわいあふれるまちづくりを目指して」産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会経営支援分科会商業部会・合同会議中間取りまとめ
- 経済産業省 (2006b) 『中小企業白書』
- 金本良嗣・徳岡一幸 (2002) 「日本の都市圏設定基準」『応用地域学研究』 No.7, P.1-15
- 山下博樹 (2001) 「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』 Vol. 3-1, P. 1-13.

表3

	三大都市圏			都市圏			地方圏			
	中心市街地	その他		中心市街地	その他		中心市街地	その他		
サンプル数	7913	1675	6238	19197	2267	16930	20916	2115	18801	
自由度修正済決定係数	0.239	0.278	0.247	0.282	0.303	0.291	0.257	0.281	0.263	
F値	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
中小店売上高 (中小店店舗数):期首	-0.487 [-47.97]***	-0.421 [-22.55]***	-0.515 [-44.01]***	-0.564 [-83.45]***	-0.510 [-29.89]***	-0.584 [-80.21]***	-0.536 [-81.86]***	-0.499 [-27.83]***	-0.553 [-79.13]***	
大規模店 I 1500m <sup>2</sup> 以上	大規模店あり :期首	0.368 [9.66]***	0.285 [8.32]***	0.319 [5.88]***	0.435 [10.71]***	0.245 [5.62]***	0.471 [9.29]***	0.388 [6.21]***	0.160 [2.47]**	0.449 [5.47]***
	大規模店 参加ダミー	0.290 [7.35]***	0.251 [5.73]***	0.287 [5.86]***	0.437 [12.50]***	0.197 [4.13]***	0.460 [12.04]***	0.198 [9.75]***	0.528 [2.90]***	0.528 [9.82]***
	大規模店 増加ダミー	0.041 [0.65]	0.029 [0.62]	0.049 [0.49]	0.116 [1.67]*	0.083 [1.22]	0.144 [1.62]	0.160 [1.29]	-0.009 [-0.06]	0.266 [1.72]*
	大規模店 撤退ダミー	-0.241 [-4.26]***	-0.235 [-4.38]***	-0.181 [-2.37]**	-0.286 [-5.19]***	-0.180 [-2.90]***	-0.323 [-4.79]***	-0.228 [-2.74]***	-0.111 [-1.26]	-0.280 [-2.61]***
	大規模店 減少ダミー	0.047 [0.57]	-0.014 [-0.25]	0.078 [0.50]	0.033 [0.42]	0.073 [1.07]	0.008 [0.07]	-0.036 [-0.28]	-0.006 [-0.06]	-0.025 [-0.12]
	大規模店あり :期首	0.263 [6.79]***	0.040 [1.01]	0.295 [5.85]***	0.492 [13.87]***	0.241 [5.34]***	0.506 [12.09]***	0.433 [8.69]***	0.208 [3.47]***	0.433 [7.03]***
	大規模店 参加ダミー	0.251 [7.98]***	0.060 [1.53]	0.293 [7.72]***	0.440 [16.13]***	0.188 [4.56]***	0.456 [14.84]***	0.388 [11.83]***	0.146 [2.89]***	0.405 [10.94]***
大規模店 II 500m <sup>2</sup> 以上 ~ 1500m <sup>2</sup> 未満	大規模店 増加ダミー	0.134 [2.89]***	0.096 [2.45]**	0.156 [2.39]**	0.084 [1.88]*	0.027 [0.58]	0.114 [2.07]**	0.058 [0.85]	0.071 [1.01]	0.066 [0.74]
	大規模店 撤退ダミー	-0.129 [-2.45]**	-0.081 [-1.43]	-0.126 [-1.89]*	-0.255 [-5.51]***	-0.096 [-1.67]*	-0.282 [-5.20]***	-0.285 [-4.42]***	-0.156 [-1.98]**	-0.309 [-3.94]***
	大規模店 減少ダミー	0.056 [0.84]	0.015 [0.29]	0.062 [0.64]	0.045 [0.73]	-0.013 [-0.21]	0.079 [1.01]	0.092 [1.02]	0.067 [0.78]	0.113 [0.90]
	高齢者比率 :期首	0.058 [0.26]	0.054 [0.16]	-0.269 [-1.02]	-0.253 [-1.78]*	0.936 [3.39]***	-0.572 [-3.65]***	-0.579 [-4.63]***	-0.062 [-0.22]	-0.778 [-5.76]***
	昼間人口 (対数変換):期首	0.535 [29.90]***	0.474 [14.66]***	0.525 [25.64]***	0.551 [45.67]***	0.474 [18.68]***	0.538 [40.95]***	0.520 [43.87]***	0.523 [17.79]***	0.498 [39.18]***
昼間人口 (対数変換):差分	0.442 [10.90]***	0.681 [8.75]***	0.411 [8.98]***	0.491 [17.90]***	0.601 [10.22]***	0.470 [15.92]***	0.502 [18.22]***	0.439 [6.39]***	0.492 [16.82]***	
自家用車保有率 (世帯当たり):期首	-0.017 [-0.29]	0.027 [0.35]	-0.012 [-0.17]	-0.035 [-0.93]	0.059 [0.88]	-0.053 [-1.28]	-0.066 [-2.04]**	-0.104 [-1.43]	-0.059 [-1.71]*	
自家用車保有率 (世帯当たり):差分	0.226 [1.20]	0.233 [0.86]	0.166 [0.75]	0.537 [4.23]***	0.291 [1.31]	0.468 [3.35]***	0.002 [0.02]	0.143 [0.54]	-0.053 [-0.38]	
病院ダミー (病院あり)	0.139 [4.73]***	0.046 [1.60]	0.164 [4.27]***	0.149 [5.26]***	0.090 [2.58]***	0.146 [4.32]***	0.235 [6.17]***	0.119 [2.68]***	0.222 [4.70]***	
病院増加ダミー	0.076 [1.44]	0.026 [0.57]	0.083 [1.15]	0.204 [4.06]***	0.071 [1.18]	0.231 [3.90]***	0.071 [0.99]	0.019 [0.21]	0.075 [0.90]	
病院減少ダミー	0.012 [0.22]	0.043 [0.92]	-0.009 [-0.12]	-0.038 [-0.75]	-0.075 [-1.49]	-0.032 [-0.50]	-0.026 [-0.37]	-0.156 [-2.16]**	0.047 [0.52]	
公務ダミー (公務あり)	0.125 [4.97]***	0.066 [2.33]**	0.121 [3.84]***	0.133 [6.57]***	0.103 [3.26]***	0.121 [5.31]***	0.209 [9.76]***	0.044 [1.13]	0.212 [9.03]***	
公務増加ダミー	0.118 [3.02]***	0.063 [1.70]*	0.120 [2.31]**	0.100 [3.15]***	-0.029 [-0.76]	0.105 [2.78]***	0.155 [4.59]***	0.105 [2.30]**	0.143 [3.63]***	
公務減少ダミー	-0.021 [-0.51]	-0.018 [-0.46]	-0.025 [-0.46]	0.023 [0.66]	0.007 [0.18]	0.004 [0.10]	0.016 [0.44]	0.049 [1.02]	-0.006 [-0.16]	
定数項	0.571 [3.71]***	0.686 [2.68]***	0.932 [5.11]***	1.232 [11.85]***	1.516 [7.70]***	1.570 [13.49]***	1.472 [15.32]***	1.547 [7.11]***	1.773 [16.83]***	

注) カッコ内はt値。

\*\*\*、\*\*、\*はそれぞれ1%、5%、10%水準で統計的に有意であることを示す。

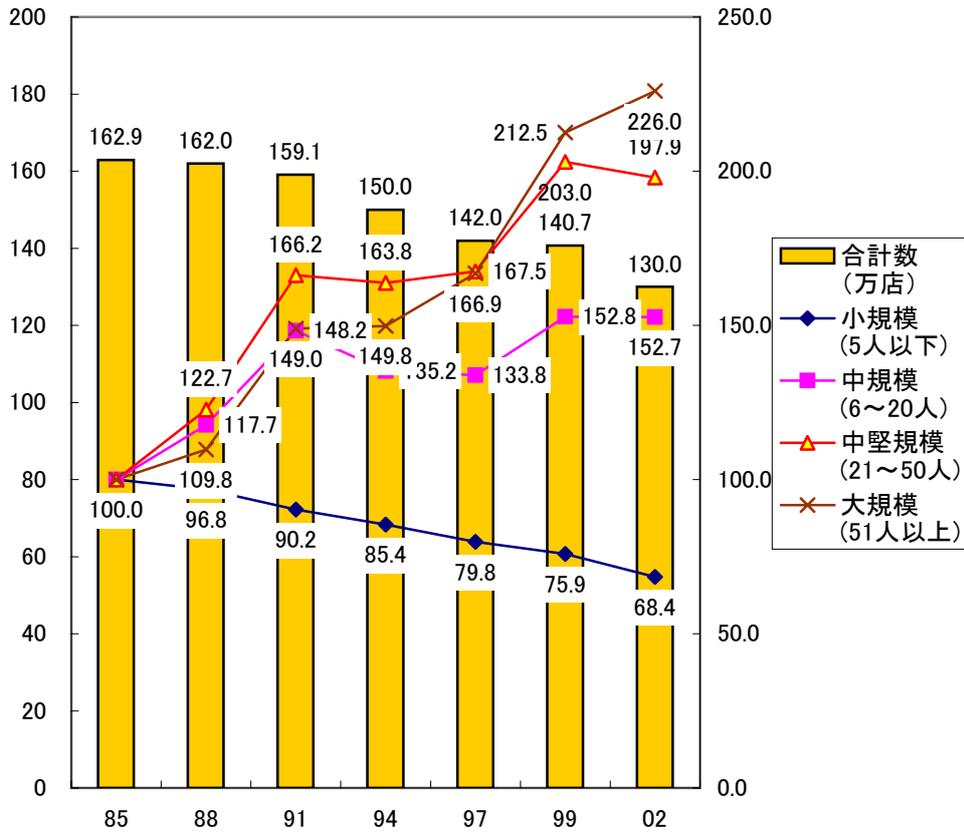
表4

	三大都市圏			都市圏			地方圏		
		中心市街地	その他		中心市街地	その他		中心市街地	その他
Number of obs	7913	1675	6238	19197	2267	16930	20916	2115	18801
Adj R-sq:	0.215	0.235	0.232	0.258	0.275	0.269	0.247	0.269	0.255
Prob > F	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ln販売額(期首)	-0.439 [-44.73]***	-0.365 [-20.55]***	-0.481 [-42.13]***	-0.521 [-78.79]***	-0.459 [-27.88]***	-0.546 [-76.34]***	-0.515 [-79.94]***	-0.471 [-27.11]***	-0.537 [-77.74]***
大規模店(500㎡以上) 増加	0.349 [9.67]***	0.195 [3.89]***	0.388 [9.16]***	0.506 [16.84]***	0.263 [5.21]***	0.534 [16.08]***	0.546 [13.97]***	0.292 [3.81]***	0.577 [13.62]***
高齢者比率	-0.054 [-0.24]	-0.563 [-1.73]*	-0.445 [-1.68]*	-0.290 [-2.02]**	0.521 [1.89]*	-0.674 [-4.25]***	-0.567 [-4.51]***	-0.130 [-0.46]	-0.827 [-6.10]***
昼間人口	0.559 [31.00]***	0.497 [15.09]***	0.546 [26.56]***	0.601 [49.76]***	0.496 [19.47]***	0.582 [44.27]***	0.555 [47.48]***	0.564 [19.66]***	0.524 [41.70]***
昼間人口変化率	0.486 [11.89]***	0.729 [9.17]***	0.452 [9.85]***	0.544 [19.63]***	0.623 [10.44]***	0.523 [17.59]***	0.542 [19.78]***	0.505 [7.47]***	0.527 [18.10]***
乗用車保有率	0.021 [0.36]	0.118 [1.49]	0.012 [0.17]	-0.026 [-0.67]	0.083 [1.22]	-0.056 [-1.33]	-0.066 [-2.04]**	-0.096 [-1.31]	-0.063 [-1.84]*
乗用車保有率	0.355 [1.86]*	0.417 [1.50]	0.230 [1.03]	0.557 [4.32]***	0.337 [1.49]	0.482 [3.40]***	0.004 [0.03]	0.234 [0.88]	-0.057 [-0.41]
病院あり	0.225 [6.51]***	0.094 [2.59]***	0.244 [5.60]***	0.261 [8.15]***	0.151 [3.65]***	0.229 [6.12]***	0.354 [8.91]***	0.115 [2.35]**	0.322 [6.64]***
公務あり	0.171 [6.01]***	0.085 [2.44]**	0.154 [4.47]***	0.163 [7.57]***	0.135 [3.61]***	0.136 [5.74]***	0.241 [11.32]***	0.098 [2.31]**	0.234 [10.14]***
大規模店増加X公務あり	0.324 [8.84]***	0.146 [3.95]***	0.347 [7.29]***	0.464 [13.61]***	0.214 [4.95]***	0.489 [12.12]***	0.531 [12.77]***	0.127 [2.25]**	0.576 [11.69]***
大規模店増加X病院あり	0.280 [6.85]***	0.097 [2.53]**	0.322 [5.81]***	0.362 [8.84]***	0.127 [2.72]***	0.424 [8.48]***	0.432 [7.08]***	0.178 [2.68]***	0.497 [6.33]***
const	-0.076 [-0.51]	-0.107 [-0.44]	0.492 [2.74]***	0.562 [5.54]***	0.898 [4.87]***	1.013 [8.80]***	1.100 [11.73]***	0.999 [4.99]***	1.518 [14.60]***

注) カッコ内はt値。

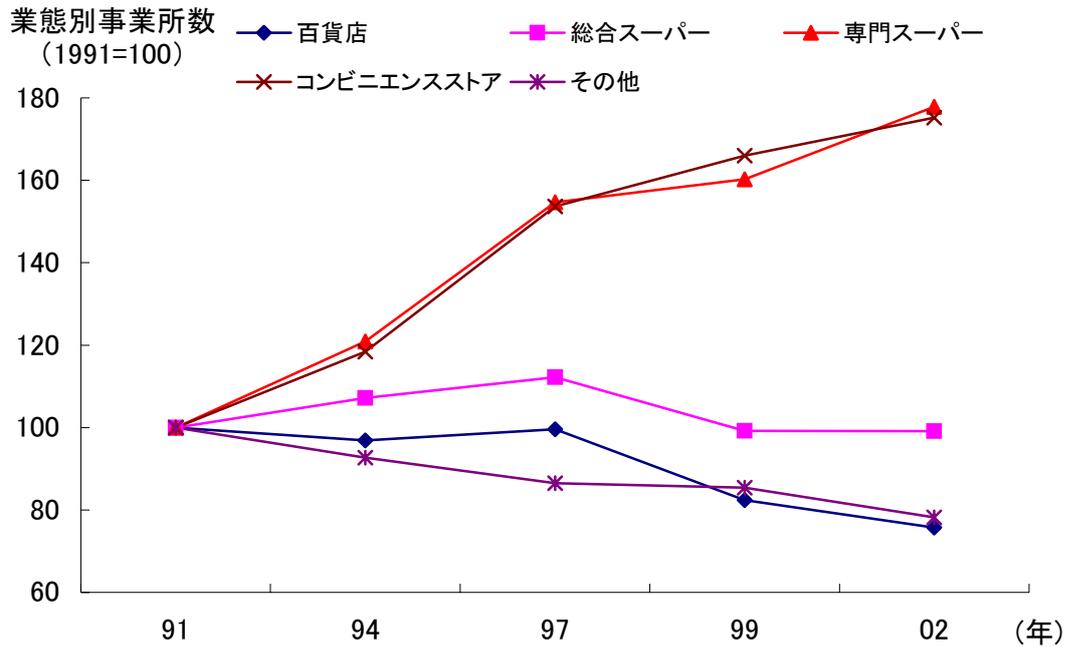
\*\*\*、\*\*、\*はそれぞれ1%、5%、10%水準で統計的に有意であることを示す。

図1. 小売業の従業者規模別事業所数の推移



出所: 経済産業省「商業統計表」  
平成16年中小企業白書から転載。

図2. 業態別事業所数の推移



出所: 経済産業省「商業統計表」

業態の定義は、「商業統計表」に準じる。たとえば、専門スーパーは売場面積500㎡以上、衣・食・住、いずれかの商品群の販売が販売額総計の7割以上を占めている、セルフ方式の小売店を指す。コンビニエンスストアは、売場面積50㎡～250㎡、営業時間が16時間以上のセルフ方式の小売店を指す。

図3

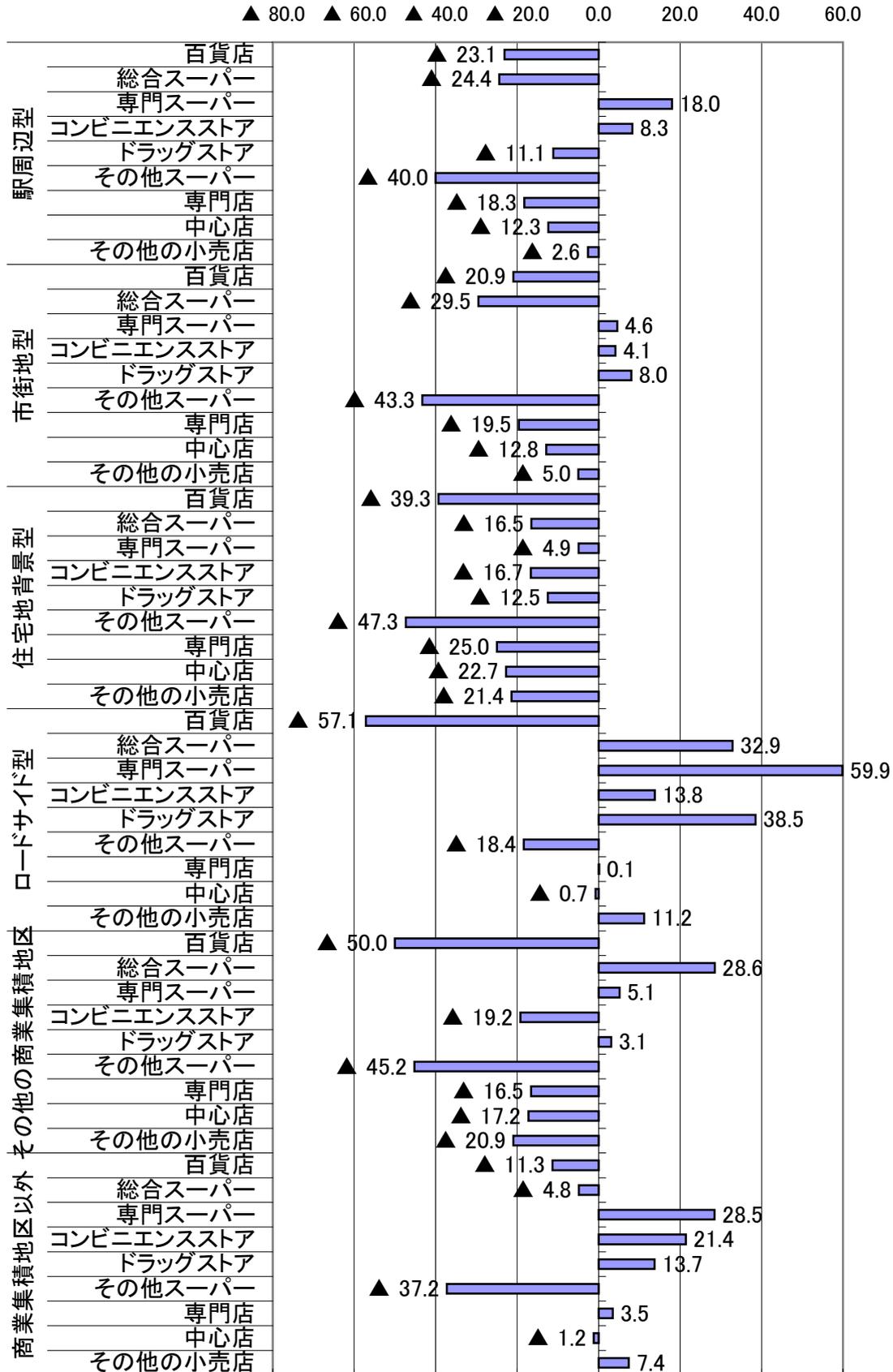
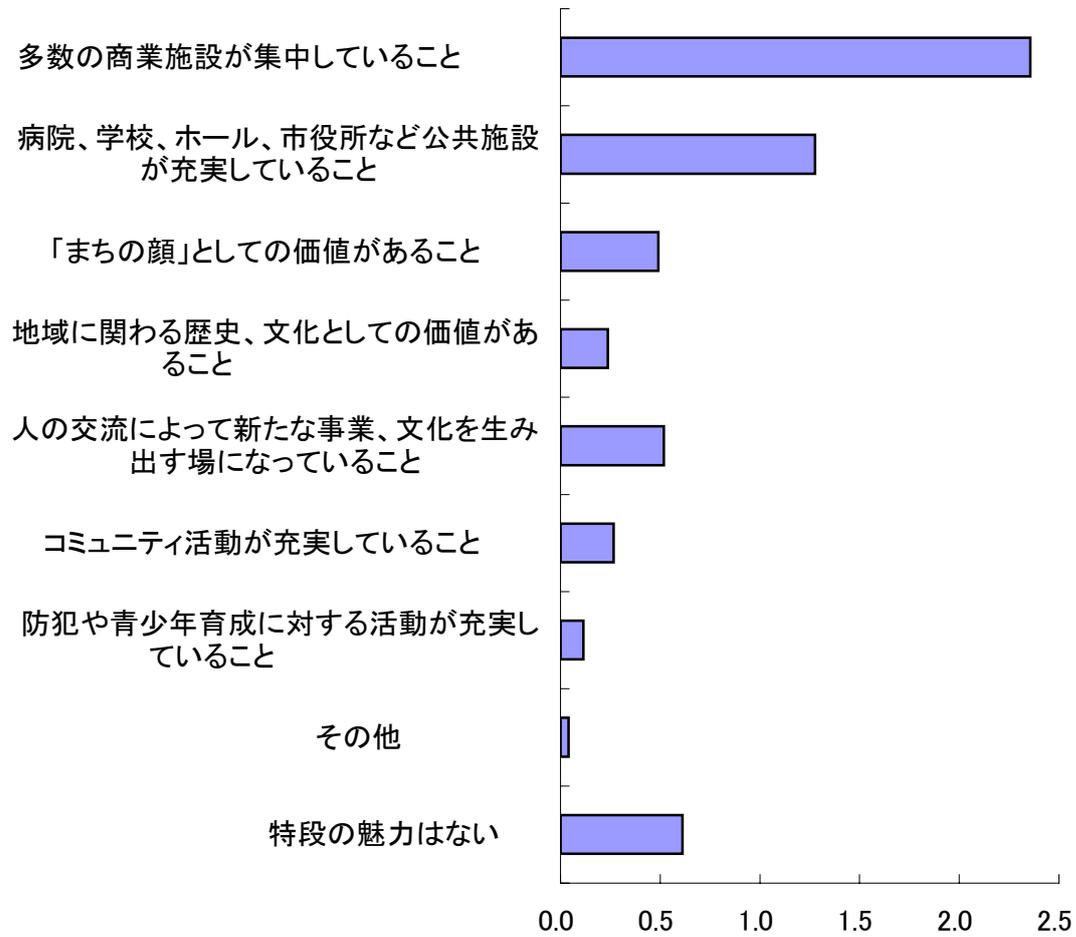


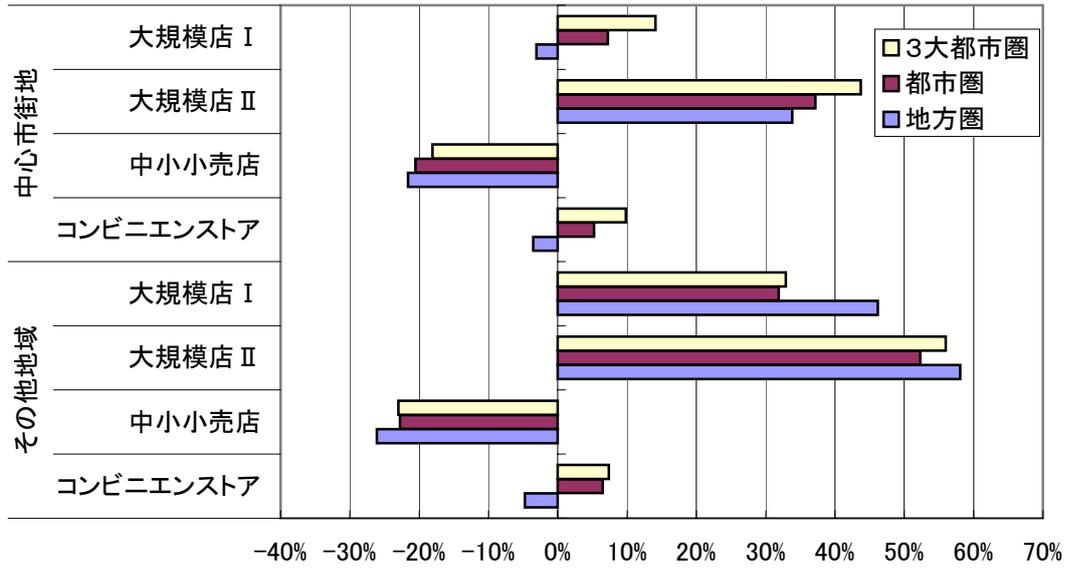
図4. まちやなかや中心市街地の魅力



出所: (株)三菱総合研究所「商業活性化アンケート調査」(2005年1月)

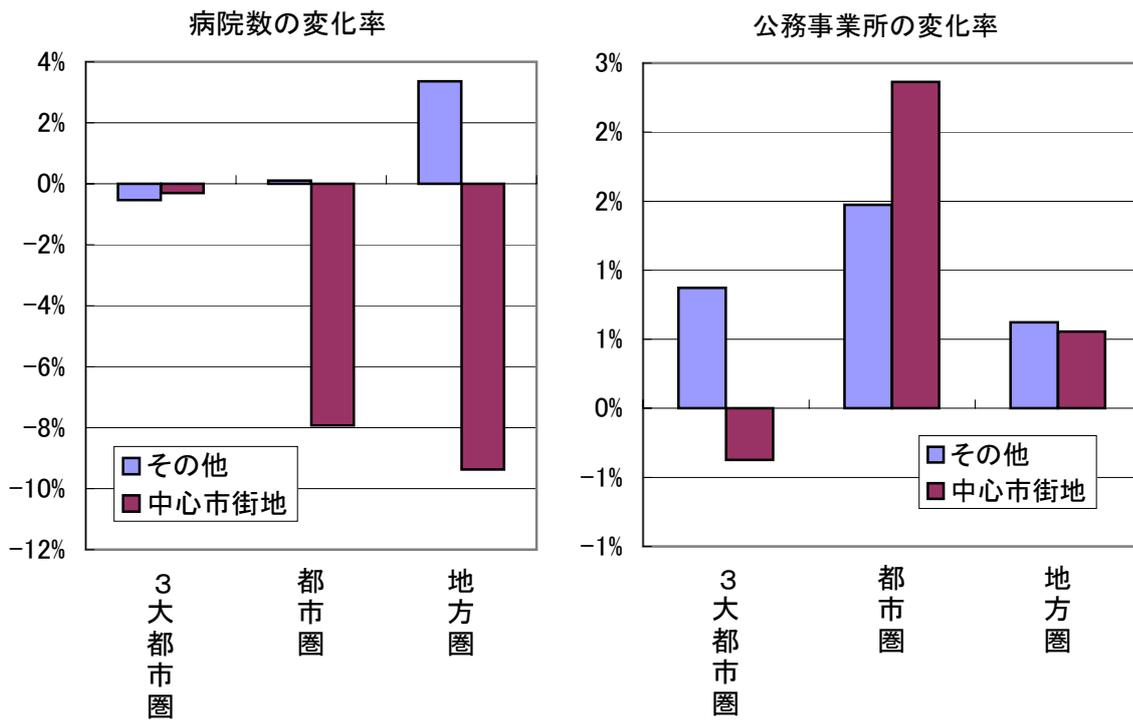
注: 重み付け値(1位 3点、2位 2点、3位 1点の合計の回答数に対する平均した値)  
経済産業省(2005)より転載。

図5. 立地環境特性別業態別事業所数の変化(1997～2002年)



出所: 商業統計メッシュデータ・ファイルより著者作成。  
 データセットの作成方法は、本文参照のこと。

図6. 公共施設の増減(平成8年～平成13年)



出所: 事業所企業統計メッシュデータ・ファイルより著者作成

Appendix A. 頑健性のテスト

立地環境区分（2区分→7区分）、大規模小売店の定義（2区分→3区分）、都市圏の定義（都市雇用圏→民力・エリア）を変更した場合の結果。

地域 大分類 小分類	都市圏								地方圏								
	商業地		商業地		商業地		商業地		商業地		商業地		商業地		商業地		
従属変数	中小店の 売上高変化 (対数差分)																
サンプル数	10450	2210	919	209	857	166	166	4157	34081	4890	863	1039	1797	725	452	8186	
自由度修正済決定係数	0.0116	0.0389	0.0554	-0.0402	0.0195	0.1405	-0.0217	0.0035	0.0179	0.035	0.0009	0.0152	0.0192	0.1189	0.0109	0.019	
F値	0.000	0.000	0.000	0.911	0.013	0.002	0.686	0.023	0.000	0.000	0.415	0.017	0.000	0.000	0.209	0.000	
3000m <sup>2</sup> 以上	大規模店増 減なし	0.126 [2.47]**	0.089 [2.25]**	0.078 [1.65]*	-0.052 [-0.53]	0.125 [1.41]	0.144 [0.71]	-0.220 [-0.96]	0.106 [1.21]	0.155 [2.79]***	0.108 [2.15]**	0.032 [0.27]	0.054 [0.84]	0.106 [1.00]	0.246 [1.88]*	0.294 [1.53]	0.110 [1.17]
	大規模店 参入ダミー	0.269 [4.67]***	0.353 [6.16]***	0.306 [3.73]***	0.113 [0.77]	0.185 [1.75]*	1.087 [4.65]***	0.049 [0.20]	0.174 [2.25]**	0.422 [8.59]***	0.297 [8.38]***	0.084 [1.80]*	0.245 [0.79]	0.764 [2.36]**	0.411 [6.21]***	0.303 [2.18]**	0.429 [4.20]***
	大規模店 増加ダミー	0.141 [1.13]	0.033 [0.36]	-0.097 [-1.28]	0.001 [0.00]	0.179 [0.68]	0.259 [0.80]	-0.671 [-1.28]	0.283 [1.20]	0.234 [1.77]*	0.148 [1.38]	0.106 [0.42]	0.016 [0.11]	0.339 [1.33]	0.125 [0.53]	0.443 [0.65]	0.429 [1.74]*
	大規模店 撤退ダミー	-0.039 [-0.51]	-0.058 [-0.78]	-0.105 [-1.18]	-0.378 [-1.77]*	0.111 [0.75]	0.165 [0.43]	-0.315 [-1.10]	-0.057 [-0.58]	-0.073 [-1.16]	-0.030 [-0.45]	-0.015 [-0.09]	-0.042 [-0.50]	-0.110 [-0.91]	0.072 [0.36]	0.086 [0.28]	-0.065 [-0.73]
	大規模店 減少ダミー	0.004 [0.03]	-0.037 [-0.44]	-0.064 [-0.75]	0.035 [0.15]	-0.061 [-0.19]	0.035 [-0.23]	-0.108 [-0.23]	0.044 [0.16]	-0.044 [-0.33]	0.006 [0.06]	0.023 [0.11]	-0.031 [-0.27]	-0.112 [-0.38]	0.158 [0.52]	-0.340 [-0.61]	-0.147 [-0.47]
	大規模店増 減なし	0.058 [1.04]	0.042 [0.86]	0.070 [1.20]	0.012 [0.09]	0.022 [0.25]	-0.068 [-0.19]	-0.163 [-0.83]	0.024 [0.30]	0.068 [1.24]	0.031 [0.55]	-0.038 [-0.25]	0.068 [0.90]	0.030 [0.31]	0.097 [0.65]	-0.249 [-1.03]	0.069 [0.87]
1500m <sup>2</sup> 以上 ~ 3000m <sup>2</sup> 未満	大規模店 参入ダミー	0.178 [3.74]***	0.171 [3.58]***	0.151 [2.48]**	0.131 [0.94]	0.134 [1.56]	0.579 [2.72]***	-0.295 [-1.12]	0.130 [2.11]**	0.245 [6.35]***	0.110 [2.39]**	-0.011 [-0.10]	0.144 [2.10]**	0.022 [0.28]	0.294 [2.38]**	0.005 [0.03]	0.280 [5.12]***
	大規模店 増加ダミー	0.054 [0.52]	0.083 [1.03]	-0.031 [-0.30]	0.096 [0.44]	0.231 [1.63]	0.048 [0.10]	-0.063 [-0.63]	0.003 [0.02]	0.149 [1.31]	0.015 [0.14]	0.173 [0.61]	0.135 [0.94]	-0.224 [-1.21]	0.154 [0.67]	0.186 [0.57]	0.266 [1.49]
	大規模店 撤退ダミー	-0.041 [-0.73]	-0.020 [-0.34]	-0.045 [-0.63]	0.031 [0.25]	0.054 [0.48]	-0.205 [-0.63]	-0.412 [-1.95]*	-0.059 [-0.83]	-0.094 [-1.65]*	-0.093 [-1.70]*	-0.058 [-0.43]	0.079 [1.09]	-0.188 [-2.03]**	-0.145 [-0.84]	-0.211 [-1.08]	-0.065 [-0.93]
	大規模店 減少ダミー	-0.024 [-0.16]	-0.132 [-1.27]	-0.037 [-0.29]	-0.022 [-0.10]	-0.179 [-0.77]	-0.832 [-1.79]*	0.275 [0.53]	0.156 [0.63]	-0.042 [-0.31]	-0.094 [-0.75]	-0.005 [-0.02]	0.034 [0.24]	-0.273 [-0.98]	-0.135 [-0.39]	-0.360 [-0.83]	0.088 [0.43]
	大規模店増 減なし	0.078 [1.85]*	-0.048 [-1.07]	-0.059 [-0.97]	0.105 [0.84]	-0.032 [-0.42]	-0.145 [-0.55]	0.023 [0.11]	0.106 [1.18]	0.010 [3.00]***	0.010 [0.24]	-0.027 [-0.27]	0.057 [0.89]	-0.006 [-0.09]	0.093 [0.63]	-0.094 [-0.69]	0.066 [1.32]
	大規模店 参入ダミー	0.097 [2.89]***	0.007 [0.16]	0.060 [0.98]	0.035 [0.27]	-0.090 [-1.28]	0.195 [0.93]	0.071 [0.42]	0.038 [0.88]	0.193 [7.46]***	0.136 [3.61]***	0.108 [1.21]	0.039 [0.62]	-0.010 [-0.16]	0.516 [4.42]***	0.011 [0.09]	0.107 [2.79]***
500m <sup>2</sup> 以上 ~ 1500m <sup>2</sup> 未満	大規模店 増加ダミー	0.104 [2.35]**	-0.041 [-0.93]	-0.031 [-0.54]	0.024 [0.21]	-0.058 [-0.69]	0.219 [0.84]	0.212 [0.94]	0.093 [1.57]	0.112 [2.89]***	0.044 [1.03]	-0.033 [-0.32]	0.015 [0.23]	0.029 [0.41]	0.227 [1.79]*	0.175 [1.03]	0.052 [0.94]
	大規模店 撤退ダミー	-0.066 [-1.35]	-0.137 [-2.20]**	-0.092 [-1.12]	0.081 [0.51]	-0.098 [-0.85]	-0.394 [-1.32]	0.116 [0.52]	0.030 [0.48]	-0.125 [-3.41]***	-0.085 [-1.68]*	-0.075 [-0.60]	-0.037 [-0.48]	-0.146 [-1.83]*	-0.049 [-0.28]	-0.018 [-0.11]	-0.168 [-3.08]***
	大規模店 減少ダミー	0.092 [1.32]	-0.137 [-2.24]**	-0.054 [-0.70]	-0.154 [-0.96]	-0.134 [-1.21]	-0.505 [-1.18]	0.023 [0.07]	0.155 [1.62]	0.071 [1.23]	-0.051 [-0.89]	-0.053 [-0.42]	0.064 [0.76]	-0.121 [-1.27]	-0.014 [-0.08]	0.324 [1.65]*	0.016 [0.19]
	高齢者比率 :期首	-0.878 [-4.46]***	-1.182 [-3.70]***	-1.936 [-3.87]***	-0.452 [-0.58]	-1.292 [-2.41]**	2.057 [1.37]	-2.173 [-1.38]	-0.887 [-2.41]**	-1.035 [-10.12]***	-0.841 [-3.86]***	-0.714 [-1.21]	0.057 [0.15]	-1.542 [-4.58]***	0.159 [0.20]	-0.118 [-0.14]	-1.243 [-5.69]***
	昼夜間人口比 (対数変換):期首	0.118 [2.30]**	0.194 [2.70]***	0.227 [2.29]**	-0.051 [-0.30]	0.451 [3.29]***	-0.180 [-0.50]	0.181 [0.75]	-0.029 [-0.34]	0.180 [5.18]***	0.071 [1.15]	-0.047 [-0.34]	-0.013 [-0.13]	0.224 [2.02]**	0.019 [0.10]	-0.075 [-0.37]	0.132 [1.91]*
	昼夜間人口比 (対数変換):差分	0.368 [3.81]***	0.573 [3.80]***	0.576 [2.58]**	0.307 [0.80]	0.808 [3.08]***	-0.190 [-0.27]	1.416 [1.83]*	-0.029 [-0.18]	0.590 [10.47]***	0.593 [5.55]***	0.631 [2.65]***	0.792 [4.27]***	0.490 [2.52]**	1.020 [3.25]***	1.189 [2.81]***	0.709 [5.96]***
自家用車保有率 (人口当たり):期首	-0.043 [-0.84]	-0.060 [-0.79]	-0.049 [-0.43]	0.012 [0.06]	-0.185 [-1.48]	-0.225 [-0.54]	-0.516 [-1.88]*	0.011 [0.13]	-0.050 [-1.61]	-0.029 [-0.48]	0.080 [0.52]	-0.193 [-1.98]**	-0.155 [-1.62]	-0.009 [-0.04]	-0.115 [-0.49]	-0.060 [-0.96]	
自家用車保有率 (人口当たり):差分	0.228 [1.24]	0.195 [0.69]	-0.363 [-0.84]	-0.323 [-0.46]	1.070 [2.23]**	-0.238 [-0.15]	1.115 [1.07]	-0.041 [-0.15]	0.021 [0.19]	0.092 [0.44]	0.363 [0.74]	0.236 [0.69]	-0.151 [-0.48]	0.896 [1.09]	0.533 [0.79]	0.393 [1.82]*	
定数項	-0.412 [-6.86]***	-0.227 [-2.79]***	-0.147 [-1.23]	-0.220 [-0.92]	-0.305 [-2.26]**	-0.175 [-0.38]	0.356 [0.96]	-0.364 [-3.82]***	-0.445 [-8.95]***	-0.296 [-3.26]***	-0.355 [-1.41]	-0.286 [-1.81]*	-0.017 [-0.13]	-0.772 [-2.60]***	-0.366 [-1.21]	-0.392 [-4.44]***	

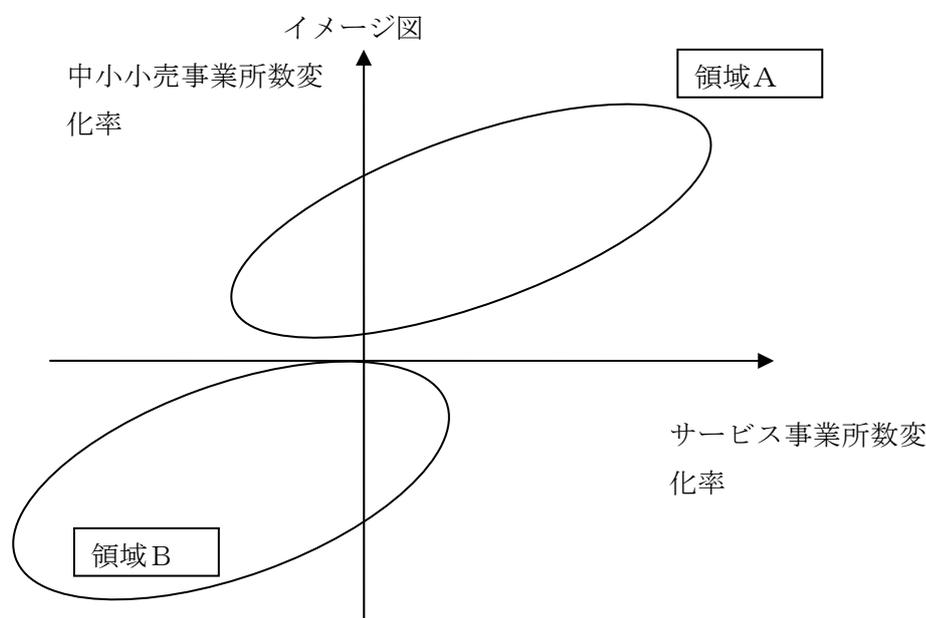
注) 結果の見方は、表3、表4の注を参照のこと。

## Appendix B 中小小売店と飲食店、サービス事業所（理容・美容・洗濯・浴場）の相関

中小小売店舗数が増加しているところで、飲食店、サービス業（理容・美容・洗濯・浴場）も同時に増加する関係がみられるかどうか分析した。

中小小売店舗が増加している地域（イメージ図の領域A）と減少している地域（イメージ図の領域B）では、中小小売店舗数の変化とサービス事業所変化の相関関係が異なっているのではないかという仮説の下、中小小売店舗増加率がプラス（ゼロ以上）かマイナス（ゼロ未満）かでサンプルを分割して相関係数を計測した。

図 B



データは、商業統計メッシュデータによる中小小売店変化率（平成9年～平成14年）、飲食店、サービス事業所数変化率は、事業所・企業統計調査メッシュデータ（平成8年、平成13年）を用いた。

計測した相関係数をまとめた表Bから、以下の2点が指摘できる。第一は、三大都市圏では、「オフィス街」、商業地区のうち、駅周辺型、市街地型、住宅地背景型の立地環境で、中小小売店舗数が増加するとサービス事業所数も増加するという正の相関関係がみられる。第二は、地方圏において、「オフィス街」および「商業地区のロードサイド」において、三大都市圏と同様の相関があるが、その他の地区における相関はさほど強くないことがわかる。

表B:小売店舗数とサービス事業所数の相関係数

中小店舗数変化率との相関		飲食店 店舗数変化率	理容・美容院 店舗数変化率	
三大都市圏	全体	領域A: obs=2252 領域B: obs=5586	0.125 0.089	0.076 0.069
	商業	領域A: obs=461 領域B: obs=1662	0.336 0.061	0.196 0.105
		駅周辺	領域A: obs=165 領域B: obs=735	0.489 -0.010
	市街地	領域A: obs=36 領域B: obs=169	0.231 0.371	0.403 0.350
	住宅地背景	領域A: obs=190 領域B: obs=629	0.265 0.065	0.193 0.070
	ロードサイド	領域A: obs=55 領域B: obs=94	0.198 -0.022	0.090 0.088
	オフィス	領域A: obs=25 領域B: obs=135	0.499 0.182	0.596 0.120
	住宅	領域A: obs=1088 領域B: obs=2596	0.112 0.110	0.073 0.092
	都市圏／地方圏	全体	領域A: obs=5855 領域B: obs=11743	0.139 0.059
商業		領域A: obs=1121 領域B: obs=3150	0.258 0.097	0.236 0.086
		駅周辺	領域A: obs=206 領域B: obs=563	0.174 0.176
市街地		領域A: obs=157 領域B: obs=815	0.114 0.094	0.198 0.026
住宅地背景		領域A: obs=397 領域B: obs=1154	0.177 0.092	0.234 0.138
ロードサイド		領域A: obs=258 領域B: obs=362	0.381 0.107	0.258 0.144
オフィス		領域A: obs=85 領域B: obs=306	0.419 0.069	0.373 0.046
住宅		領域A: obs=2066 領域B: obs=4054	0.104 0.060	0.088 0.043

注 領域Aは、中小小売店舗数変化率がプラスの場合を指す  
領域Bは、中小小売店舗数変化率がマイナスの場合を指す