

1. まちづくり三法の改正による法的規則の意義

まちづくり三法(改正都市計画法、改正中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法)が見直されて商業の法的規則が強化されつつある。旧大規模小売店舗法は大規模小売店(SCや大型店)と小規模小売店(商店街や零細小売業)との関係であり商業出店調整の役割を持った法的規制であった。一方、今回のまちづくり三法の改正による規制は都心と郊外の関係であり、生活・商業機能の適正配置(ゾーニング)上の法的規制である。法的規制はマイナスイメージがあるが、規制の目的によっては必ずしもそうではない。

法的規制は大きく3つの目的がある。

第1は、環境保全規制のように、自然環境を守り住みやすい環境づくりのための法的規制である。

第2は、公的政策として、経済活動に伴う労働力や資金、資源(土地等含む)を政策的に一定の方向に導くための法的規制である。

第3は、衰退産業あるいは弱者を急激な変化からの保護と健全なる再生のための法的規制である。

旧大規模小売店舗法は第3の法的規制であり、大規模小売店舗立地法は第1の法的規制であり、まちづくり三法の改正は第2の法的規制である。

この3つの法的規制は理念的に正当性があっても、実行段階で本来の理念に基づく成果が発揮できるとは限らない。旧大規模小売店舗法が、あれだけ厳しい商業調整が行われても、法的規制によって保護される立場にあった商店街は確実に衰退化し、漁夫の利を得たのは、既に開発され運営されていたSCやGMSの大型小売店舗であった。生活者の支持を得られなかった商店街の再生はなされず、当時として最先端の流通技術を持っていたSCやGMSが得をしたわけである。このSC(当時のSCは現在のようなモール型RSCではなく中型のCSC=コミュニティ型SCであった。)やGMSでも、1991年からの旧大規模小売店舗法の緩和(2000年に廃止)され始めるとCSCとGMSが競争激化により著しくパワーを低下させ業績が悪化した。すなわち、旧大規模小売店舗法は商店街や零細小売業の保護ではなく、結果的ではあるがCSCやGMSの過渡期業態(法的規制による競争の抑制等の特殊な状況下であるから適正に成立している業態)が、法的規制の恩恵によって商店街に対して比較優位にあった業態が好業績を得ていた。このように法的規制で保護されても生活者の支持を得ることの出来ない商店街は長期低落下の道歩んだのである。

まちづくり三法の改正は都心と郊外の適正配置上の調整であり、商業機能を中心とした生活基盤施設を郊外ではなく都心へ政策的に誘導し、都心立地に位置する商店街及び周辺エリアを中心市街地として再生しようとするものである。しかしながら、現代のような車社会においては生活者・住民の利便性の高い立地は都心ではなく郊外のロードサイド立地である。その意味から言えば生活者や住民が望む郊外のロードサイド立地にこそ現代風の中心市街地機能を優先すべきであり、都心立地への中心市街地を誘導する法的規制は正当性が希薄である。しかしながら、地球環境に配慮し、資源の有効利用の視点から見ると、生活のインフラが整備されている都心の再生を優先すべきであり、郊外の自然環境を破壊(?)させるインフラの二重投資を行うことは資源の有効活用の面から見ると無駄であるということも正当性がある。要は選択肢の問題であって立場変われば正当性も変わることになる。ただ言えることは、都心立地に中心市街地を再生させるとしても、郊外のSCの代替性(郊外に開発できないから都心で開発する)のではなく、都心と郊外は棲み分けの関係にあり、郊外のSCとは異なる性格の中心市街地機能を持ち、両方ともあって欲しい商業開発でなければ、長期的な展望の中で都心への中心市街地の再生は困難となる。それが出来ないと、まちづくり三法の本来の理念が実現しなくなる。

(流通とSC・私の視点(675)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之