

機関番号：14701

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2008～2010

課題番号：20530199

研究課題名（和文） 建築・景観規制が土地・住宅の資産性維持に及ぼす影響

研究課題名（英文） Influence of urban and building design regulation on property value

研究代表者

山田 良治（YAMADA YOSHIHARU）

和歌山大学・観光学部・教授

研究者番号：00135831

研究成果の概要（和文）：景観形成をめぐって、美を根拠とする社会的規制が行われるためには、そのことが公共性を持っているという点での社会的合意が必要である。本研究では、私的空間が、本来的に集合空間にその一部として影響を与える存在であり、その意味で社会的共通利益性=公共性を有する存在であることを論証し、景観規制に対する社会的合意形成メカニズムを示した。加えて事例研究を通じて、建築・景観規制が一定の資産価値維持の効果を持つことを確認した。

研究成果の概要（英文）：Generally some social consensus is needed to apply landscape and building regulation. Our research demonstrates that each private plot has public character and showed the mechanism of achieving the social consensus. From that point of view, in addition, this research verified that landscape and building regulation has a substantial effect to maintain the value of property involved.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2008年度	1,400,000	420,000	1,820,000
2009年度	1,500,000	450,000	1,950,000
2010年度	500,000	150,000	650,000
総計	3,400,000	1,020,000	4,420,000

研究分野：経済学

科研費の分科・細目：経済学・応用経済学

キーワード：住宅政策・街づくり・不動産価格

## 1. 研究開始当初の背景

第二次世界大戦後の日本の住宅供給は、都市計画法や建築基準法によって一定の規制がかけられてきたとはいえ、極めてルーズなものであった。ところが、この四半世紀の間、地区計画や各種建築条例によって、日本でも様々な形態と内容の建築・景観規制が発展してきた。こうした状況は、ストック型の居住環境への転換を図る上で、建築規制や景観規制のあり方が住宅市場全般のあり方に対してどのような影響を及ぼすかという問題の理論的・実証的解明を要請している。

住宅建設がフロー中心の時代には、そもそ

も建物価値の減価の速さ等の日本の住宅市場の特質は、克服すべき課題としては提起されてこなかった。右肩上がりの経済成長が終焉して以降、ストック型社会への転換という課題が政策の前面に登場するが、その場合でも問題はしばしば品質の表示方法や不動産鑑定評価のあり方として議論されてきた。あるいは、住環境に対するニーズの高まりを受けて、景観などの環境が住宅価格にどのような影響を与えるかという研究が発展した。しかし、本研究が掲げる、住環境の安定化（時系列的な安定性）—その必要条件としての建築・景観規制の存在—が土地・住宅価格の維

持に与える影響という課題は、ほとんど提起されていない。これは、建築・景観規制の脆弱性という日本の現実が、こうした問題意識の顕在化そのものを阻害してきたからである。しかし景観法の適用が課題となった今日、寿命の長期化に特徴づけられるストック型の居住空間形成にとって、この論点の解明が不可欠である。

## 2. 研究の目的

既述の状況を踏まえ、本研究は以下の二点を目的・課題とする。

- (1) 建築・景観規制が社会的に許容される上での根拠は、住宅の公共性(公共財・社会財としての住宅)観念の発達である。経済学の立場から、この点での理論的な解明を行う。
- (2) 実証的には、建築・景観規制の土地・住宅価格へのインパクトの解明に焦点を当てる。すなわち、建築規制や景観規制が強い地域が、そうでない地域に比べて、建築物としての住宅価格及び地価トレンドが異なること、したがってこのことが土地・住宅の資産価値の維持と既存住宅市場の発展、ひいてはストック型居住空間形成の条件となるといふ仮説に基づき、実態調査等を通じて検証する。

## 3. 研究の方法

第1課題の達成に関しては、美意識と社会的美意識の発展および景観美意識への発展に関わる文献レビューを中心とした。第2の課題については、統計資料等を用い、建築規制を行っている住宅地周辺の住宅価格および地価の動向分析を行った。

## 4. 研究成果

2004年の景観法の制定は、景観という領域での、美を根拠とする社会的規制をという性格を持っている。景観形成をめぐる、この種の社会的規制が行われるためには、そのことが公共性を持っているという点での社会的合意が必要である。以下(1)～(4)では、まず公共性とは何か、美意識とは何かという根底的な問題にも遡りながら、こうした社会的合意の形成メカニズムを明らかにする。最後(5)に、建築・景観規制の住宅地価格への影響について言及する。

### (1) 公共性とは何か

資本主義という経済システムは、市場のみで成り立つわけではない。そのシステムを維持するための共同業務・管理業務の実行主体として、国家や自治体を必要とする。これらの機関は、管轄区域における社会の構成員全体を自らの構成員とし、これらのすべての人々に対して租税徴収権や警察権をはじめとする包括的な統制・統治権限を持った管理

主体である。一方、構成員は、選挙等を通じてその管理に何らかの程度に参加する権限を持ち、それを行使する。そのようなものとして、これらの組織は当該社会の円滑な再生産に社会的責任を負っている。こうした点で、国家や自治体が公共性を持った存在であることに疑問の余地はない。というよりは、まさにこれらは「公共」そのものとして機能し、認識されてきたのである。その意味では、国家等＝「公共」が公共性を持つというのは、同義反復である。したがって論理的には、何らかの意味でこれらの機関が持つ固有の社会的性格と同質の性格を持つ事柄が、国家や自治体の外側にも存在しその社会的役割を担うからこそ、公共「的」性格＝公共性という概念が独自の存在意義を持つてくると考えることができる。

では、その性格とは何なのか。端的にいえば、それは、所有または利用(管理)にかかわる社会的共通利益性という特殊な社会的関係性にある。公共性という概念は「公共」以外の領域、典型的には私的所有の領域における社会的共通利益性の発生に基づくものである。したがって、土地空間における公共性を考える場合には、私的所有一般とは異なる土地所有の特殊性との関係において検討していくことが求められる。

土地所有を実体として見れば、個々の空間はそれだけで存在することができず、土地空間の物理的属性とそこから派生する社会経済的属性そのものが、私的空間と集合空間との不可分の関係性を生み出す。その意味で、私的空間は、本来的に集合空間にその一部として影響を与える存在であり、その意味で社会的共通利益性=公共性を有する存在である。しかし、実体がそうであるとしても、このことはあくまで土地空間が公共性を持つことの客観的な基盤であり、形式的な可能性に過ぎない。公共性という概念・観念は、客観的な実体とは相対的に独自のなひとつの社会的意識である。そうした意識が潜在的なものにとどまるか、どの程度顕在化するかは、集合空間と個々の空間との関係が可視的な関係として現れるような事態の発展に依存する。

### (2) 美意識とは何か

人間と他の動物との区別は、なによりもそれが労働する存在であるという点にある。人間労働は、目的の下に手段を統合している。これがさらに発展すると、手段の生産そのものを目的とする労働が外部化し、しだいに社会的分業が広く深く形成されていく。

この労働は、歴史的には単純な採取労働から道具を使う労働へ、簡単な道具から複雑な道具・機械を使う労働へと変化してきた。対象への直接的な働きかけを特徴とする採取労働の段階でもっとも人間が関心を持つのは、当

然のことながらその対象に対してである。こうした労働対象に対する関心の生成が美意識形成の萌芽である。

道具が発達してくると、こうした生産物への関心はさらに発展し、目的意識においてその形が本質的な内容をなす。形への関心の高まりは、形象への満足感・感動となって現れ、形象への愛着が生成し発展してくる。労働に伴って生じる、対象に対する愛着の意識が美意識の本質であり原点である。

美意識とは、このような内実をもつものとして、形象的認識を通じた感性的認識である。悟性的認識・理性的認識と同様に、感性的認識もまた蓄積され、伝承され得る。労働の発展は、多様な対象に接し変革を進める行為を通じて形象的認識を豊富化し深化させる。

労働がますます複雑に分化するようになると、労働及び労働対象と美意識との関連性は明確な直接性を失い、ヨリ間接的な性格を帯びるようになる。さらに、こうした先進的な美の創造活動に牽引されつつ、個人的美意識の発展と並んで、形象の画定性を持った様式美など、その時点その社会での一般的・普遍的な美意識が形成されてくる。個人の美意識とは区別されるこのような美意識を、ここでは社会的な美意識と呼ぶ。

美意識はまた、末端の地域から国民国家に至るレベルで多層的に形成される社会的意識の構成要素として、社会的意識一般との相互関係の中で多様に変化・発展するようになる。労働生活・消費生活の多様化・高度化とともに、このようなものとして、人間の美意識と美しさへの感動もまたその形態及び内容の両面で同様に進化していく。

### (3) 景観美意識の発展と空間認識

都市や農村における人工的な景観について、人々の生活にとってもっとも日常的で一般的な景観である住宅地を例に考える。景観を問題にする以上、個々の住宅というよりは、その集合としての街並みについての美意識発展経路の解明がここでの課題である。

既に指摘したように、一般的に、美は労働すなわち実践の発展との関係において意識として生成・発展する。したがって論理的には、個別の住宅ではなく、街並みを自らの実践の対象として意識することができる立場が客観的に存在することが必要である。

一定の地域空間全体を自らの実践の対象として意識し管理する(できる)者ということでは、例えば中世であれば領主がそうであろう。あるいは19世紀のイギリスでいえば、工業村は工場主・資本家が、そのような立場・観点から作り出した街である。この場合、支配者である上流階級が景観美創造の主要な担い手となる関係がそこにある。反面、この時代においてスラムに居住する住民が、景観美を自らの

実践的課題として意識できる状況はそこにはない。

しかし、それでも資本主義は、新興の都市住民が街並みを意識する客観的な基盤形成の準備を開始した。それは、資本主義社会における住宅供給の特殊歴史的なあり方にかかわる。封建社会以前の時代とは異なり、工業資本蓄積に牽引された資本主義における空間形成は、それまでとは比べものにならない急激な都市佑を特徴とした。それは、本源的蓄積期における農村人口の都市への移動を起点としつつ、産業資本主義の発展がさらにその過程を急激かつ持続的に推し進め、これに都市内部での人口増加が加わるという、人類史未曾有の都市膨張のプロセスであった。

こうした事情は、資本主義以前の停滞的な都市の場合と異なり、大量で継続的な新規住宅供給を伴うものであった。このことは、伝統的な住宅の維持・管理に代わって、新築住宅の供給が建築行為の大部分を占めることを意味する。しかも、それが市場を介して、つまり売り手たる建設業者等と買い手・借り手たる都市住民との関係として展開するところにその基本的な特徴がある。このことを前提として注目されることは、住宅供給が個別のそれとしてよりは、規模の格差こそあれ、一般的に線あるいは面として一言い換えれば街並みの供給として展開することである。

資本主義が発展するに伴い、このような傾向はますます明確になり、住宅供給はしばしば大規模な「地域開発」に牽引されたものとして現れる。そこでは、住宅は団地として、さらには他の生活諸施設を備えたひとつの、なんらかの程度に計画的なデザインを持った

“街”として供給されるようになる。ここで重要なことは、大量の住宅建設という社会的実践の小さくない部分が、住宅単体を対象とするだけではなく、程度の差はあれ近隣空間である街の建設と不可分の関係において行われることである。このことは、供給者が住宅単体だけではなく、街並みをも常に計画・設計せざるを得ない状況が生成しているということの意味する。

では、需要者である都市住民はどうであろうか。結論的にいえば、供給がこのような形態であれば、需要もまたそのあり方に規定される。つまり、居住者が第一義的に関心を示すのは住宅単体であるとしても、それが近隣空間とセットで供給される以上、街のあり方にも多かれ少なかれ関心を持たざるを得ない。

供給が需要を規定するとすれば、一方では需要が供給を規定する。なぜなら、供給者は売れるモノを作らねばならず、その限りで買い手の嗜好性が供給のあり方にも反映されるからである。この場合には、需要者である都市住民が、買い手・借り手として住宅建設という実践にかかわり、そのような仕方に参加し

ていることになる。

今日の新築供給が明日の中古供給として繰り返り市場に登場するプロセスを含みながら、市場取引の形態において、供給者と需要者双方の目的実現のための実践が絶えず、繰り返されていく。さらに、住宅を住宅として使用する取引と取引の間の時期は、住宅を消費手段として実現する時期である。住宅の維持・管理を含めて、今度は居住実践の手段として住宅と街並みが機能する。

都市における居住スタイルの発展と定着、例えば毎日の散歩という習慣が生活にとって不可欠なものとなると、人は景観を初めとする街並みのあり方に強い関心を抱くようになる。言い換えればそのような内容において、自分自身との利害関係を持つようになる。それとともに内向きに完結していたガーデニングは、地域空間を意識したプレゼンテーション、他者への働きかけに転化を始めることにもなる。このような個人にとっての日常生活の変化は、その基盤の上に関連する各種の地域活動やボランティア活動を派生させ、地域景観の創造に対してもっと意識的で能動的な住民活動としても現れるであろう。さらに、すぐれた景観を持った街並みを体験する機会の増大も重要である。テレビ両面での鑑賞などといった疑似体験を含めて、海外を含む美しい都市景観事情を知る機会の増加といった諸事情は、こうした街並み景観美に対する社会的意識の発展を強く促進する役割を果たすことになる。

こうした例を初めとして、実践の対象としての居住空間に対する愛着と感覚的な形象的認識としての美意識が、多様なプロセスを通じて発展してくることは必然的である。

しかし、資本主義時代における都市空間形成は、このように景観意識の発展を促す一方で、愛着のある住宅や街並みを絶えず破壊する傾向を持つ。供給単位の内部ではそのあり方は計画的であり、個々の建築物と街並みとの整合性が意識される状況が作り出される反面で、市場はその本性において無政府的で、無計画な建築行為を常態化する。内的には統一性を保ったストリートや団地であっても、その外側との関係性としては整合性を持たない。近年の身近な問題で例をあげれば、低層地帯に隣接してあるいはその内部に、日照や景観面で街並みとしての整合性をもたない中高層建築物が建つことは日常茶飯事である。

しかし、このような事態の発生も、ネガティブな作用を通じてではあるが、ある人が自分の空間の問題だけを考えることを不可能にする。言い換えれば、住環境や景観としては美の裏面としての「醜」を具現させることを通じて、個別の主体が地域空間との関係を認識せざるを得ない関係が現れる。こうした場合には街並みにおける「醜」をその反対物であ

る美に転換させることが、地域住民の実践的な共通課題として現れ発展することになる。

このように資本主義的市場関係の発展は、一面では住民の需要とその水準の高まりを反映しつつ、他国では住民生活に対する敵対的な形態での都市空間・景観破壊を通じて、社会の景観認識の発展を誘発していく。

以上は、市場経済に通底する一般の傾向であるが、20世紀の資本主義は、さらに独自かつ根本的な変革を準備した。まず注目されることは、資本主義自体の行き詰まりが、社会経済に対する国家や自治体の広範な介入を必然化したことである。いわゆる国家資本主義の成立である。都市開発の領域においては、それを市場に委ねてきた結果としての都市問題の深刻化を受けて、国家や自治体が計画管理主体として登場する局面が現れた。都市計画への要求がこうして必然化され、そのことは必然的に何らかの程度の景観に対する社会的関心を含まざるを得ない。

ただし、この場合でも具体的なイメージを伴って実践の対象となる空間的範囲は限定的である。街並みや景観の創造的なデザインを行うことがあるとしても、限定された空間がその対象とならざるを得ない。都市空間の膨張の中で、都市計画がその対象とする広域的な空間では、どのような街並みを作るかというよりは、むしろどのように居住環境の悪化を防ぐかが課題となった。こうした中で都市計画の役割は、スプロール化の抑制や周辺と調和しない建築の規制といった、いわゆるネガティブ・チェックを主とするものか、あるいは戦争によって破壊された伝統的市街地の再生という点にその主要な役割があった。

この時代はまた、二度の世界大戦を通して急速に民主主義が進展した大衆資本主義化の時代でもあった。このことは、より多くの一般住民が普通選挙権の行使等を通じて政治に参加するプロセスであり、その限りで彼ら自身もまた都市空間の管理主体としての一面を持つに至ったことを意味する。しかし、当然のことながら、一般住民と国家や自治体の都市計画担当者との実践形態、ゆえにまた意識レベルには大きな開きがある。この形式がより住民の認識過程において実質的なものに転化するためには、都市住民がさらに街並み管理の直接的な担い手としての内実を持つことを必要とする。

この点で、都市計画や街づくり、タウンマネジメント等への直接参加という住民の実践が重大な意味を持つてくる。この段階において、個々の建築物を街並み全体との不可分の関係において認識し街並み全体の美をそれ自体として意識できる感性=社会的美意識の発展が、これらの結果あるいは原因として表裏一体に進展する関係が生成し、発展を始める。

重ねていえば、この種の美意識の内実は当

然のことながら多様であり、例人差も大きい。しかし、その時々のある種一般的で平均的な社会的美意識は形成されるし、個々の地域空間においては関係する地域住民の参加と議論を通じた景観作りに関する合意形成がこうした実践的基盤の上に模索されていく。

こうした景観に対する美意識の広がりや深まりは、やがて美しい都市、都市美の創造という課題の提起を必然化するものである。実際、そのような傾向は、すでに現実のものとして現れつつある。この点、西村は次のように指摘している。

「欧州において再び『都市美』への関心が高まってくるのは20世紀末に近づいた頃である。たとえば、イギリスでは1990年前後から建築や都市のデザインに対する関心が高まってきた。近代的都市計画の一応の成熟とともに、次なる課題として歴史的環境やモニュメントに依存した景観保全や広域的な風景の保全だけでなく、クオリティの高いデザインやアクティビティの演出なども含めた多面的な都市の魅力を増進すること、すなわち都市のソフトパワーを高めることが総合的施策として決定的に有効であるということがいわれるようになってくる。それだけでなく、これこそ都市づくりの究極的な目的の一つであるというように認識されるようになってきたといえる。」〔西村幸夫2005、『都市美』pp. 242-3〕

労働と美意識との一般的関係、並びに景観美の発展を概ね以上のように捉えた上で、次に既述の公共性概念との合体を試みる。

#### (4) 社会的美意識と公共性

公共性の本質は、なによりも「所有または利用(管理)にかかわる社会的共通利益性」という社会的関係性にある。

一般に景観は誰もが享受可能なものであり、その意味では景観そのもの、また景観形成にかかわる実践は無条件に公共性を有するよう見える。しかし、誰もが見えるということが、即社会的共通利益性を意味するものではない。景観の享受に自らの「利益」性を見いだすことができないならならぬ。言い換えれば、その対象となる自然や街並み等の景観に美を感じ取ることが必要である。美意識は、既述のような意味において、このモノに実践の対象としてかかわることによって定着・発展する。逆にいえば、そのものは、こうした実践の対象となることによって、単なる自然や建物でない「景観」になり、景観美を感じ取る対象として認識・自覚され、したがってまた景観及びその維持や創造という行為に公共性が発生することになる。資本主義以前の社会においては、都市景観・都市美創造そのものが支配者=公権力の実践・管理の対象であり得たという意味では、このような意味での景観が存在することができた。そしてそれは、都市空間

全体を支配する公権力が管轄する対象であることによって、公共性を持つものであり得た。しかし反面で、その公共性は、管理に關与できない多数者にとってのそれではない。

これに対して、資本主義社会の成立と市場メカニズムの支配は、まずは管理者としての国家や自治体の介入排除を意味した。そのようないわば管理者不在の下で、つまり都市景観を創造する主体が解体した中で、都市はとてつもないスピードで膨張を開始した。工業村などの特殊なケースを除けば、限定された空間範囲における街並み形成のレベルでのみ、景観は実践の対象たり得たのである。

しかし、20世紀に入るとこうした状況が大きく転換する。第一次世界大戦から世界大恐慌、第二次世界大戦へとという資本主義社会の大変動は、国家の社会経済全般にわたる介入を必然化した。国家がケインズのいう「賢明な管理」者としての役割を求められ、自由競争資本主義は国家資本主義へと移行した。そして、課題に即して重要なことは、空間計画としての都市・農村計画が成立・発展する中で、欧米先進諸国では、市場の自由に対する「建築不自由の原則」が空間形成の一般原則となったことである。

都市計画と連動したこの種の建築諸規制は、必ずしも美の基準によるものではないが、事実上何らかの程度に美的観点を含んでいる。問題は、こうした規制が、美を根拠とする景観形成を明確に志向した社会的規制・制度として顕在化する経路である。鍵は、都市住民が自らの実践の対象として、景観を認識できる条件がどのように生成してきたかという点にある。こうした状況を質的に発展させる基本的な契機は国家や自治体の公的介入、空間規制という事態の進展である。ここでは、もっとも間接的には選挙を通じた公的介入への住民の関与が可能となり、さらに住民の直接参加という事態が生み出された。今や住民は、自分の居住する狭い範囲はもとより、ある場合には、都市全体を含めより広い集合空間の形成を考え実践する場への参加を、徐々にではあるが着実に現実のものとしつつある。

人々の実践の場としてこのような諸条件が満たされるならば、これに続いて問われるのは景観(美)規制が建築規制一般から自立することの可能性である。美意識というものが、どのような時にどのように変化するかという法則はない。いえることは、住宅や街並み創造のための実践の中で美意識が形成・発展し、蓄積されていくということである。これが、ある水準の社会的美意識として定着した時、その観点から景観美は人々の共通利益性の対象として認識され、したがって対象となる景観そのものとこれを維持・管理する景観形成行為が公共性をもったものとして現れるのである。こうしたことからわかるように、公共性は

必ずしもア・プリアリに存在するものではなく、このような実践プロセスの中で社会的意識として創造されるものである。

公共性という視点からみるならば、一国や地域の正常な再生産を実現していく上で公的実践としての景観政策の必要性が浮上したということであり、そこにも景観問題が公共性を持った課題として認識される客観的基盤が生まれているということである。この場合、これまで述べてきた住民参加による景観問題の意識化がいわば「下」からの公共性認識だとすれば、国家や自治体によるそれは「上」からのそれということが出来る。もちろん、政策がその背後にある、いかなる政治経済的利害関係を反映しているかによってこの性格付けは変化するが、両者の間に多かれ少なかれギャップが生じることは、この社会の常である。こうしたギャップは、景観以外の多様な問題においても生じるものであるが、とくに美観という高度に感性的意識をめぐる関係において上からの強制が行われるとすれば、民主主義の実現にとって新たな問題性を孕むものと言わねばならない。

こうして、景観美の達成は、上下両面から公共性を持った問題として意識されつつある。したがってまた、このような意味内容において景観形成は公共性を持つ問題として現れ、日々発展しつつあるのである。重要なことは、快適な生活空間の創出とこれを求める住民の文化水準、社会的美意識の向上であり、これを民主的なプロセスを通じて進めていくことである。

#### (5) 建築・景観規制の価格変動への影響

建築協定や地区計画などの諸規制が住宅地の安定した街並みを維持させているものの、地価が全国的に下落傾向にあるなかで、価格が上昇するという顕著な事例は見られなかった。しかし景観が長期にわたり安定して保持されている住宅地に関しては、地価の下落幅が他と比較して小さいケースや小幅ながら価格上昇をみせるケースが確認され、地区計画等建築規制にも一定の資産価値維持の効果が見られた。ただし、この点については、客観的指標等を用いてその効果を示すためには、定点観測等のより中長期にわたる検証が必要であること確認した。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計9件)

①足立基浩，こうすれば、まちは元気になる，「月刊ガバナンス」，査読無，1月号，2011年，PP. 22-23

②足立基浩，中心市街地活性化の視座－アート空間としての空き店舗対策－，「和歌山大

学経済学会 研究年報」，査読無，14号，2010，PP. 15-28

③山田良治，都市空間形成の理論的検討－経済学から都市法論を見る－，「社会科学研究」，査読無，61号，2010年，PP. 49-72

④足立基浩，イギリスの中心市街地再生から学ぶ日本の中心市街地再生の視点，「住民と自治」，査読無，559号，2009年，PP. 7-10

⑤山田良治，都市再生とコンパクトシティ論，「経済理論」，査読無，350号，2009年，PP. 135-154

⑥山田良治，美意識の発展と景観形成の公共性，「和歌山大学観光学部設置記念論集」，査読無，2009年，PP. 279-292

⑦足立基浩，和歌山市の街づくりの課題と展望，「21世紀和歌山」，査読無，57号，2009年，PP. 9-13

⑧足立基浩，景観形成が不動産価格に与える影響，「和歌山大学経済学会 研究年報」，査読無，第12号，2008年，PP. 1-23

⑨堀田祐三子，和歌山市における大型店舗の立地と住宅事情，「コンパクトシティと都市づくり」，査読無，2008年，PP. 44-50

〔学会発表〕(計1件)

①足立基浩，持続可能な地域づくりと地域商業，第16回中小商工業全国交流・研究集会，2009年10月30日，龍谷大学

〔図書〕(計3件)

①山田良治，「私的空間と公共性」，日本経済評論社，2010年

②足立基浩，「シャッター通り再生計画」，日本経済評論社，2010年

③足立基浩，「まちづくりの個性と価値」，日本経済評論社，2010年

#### 6. 研究組織

##### (1) 研究代表者

山田 良治 (YAMADA YOSHIHARU)

和歌山大学・観光学部・教授

研究者番号：00135831

##### (2) 研究分担者

足立 基浩 (ADACHI MOTOHIRO)

和歌山大学・経済学部・教授

研究者番号：30283948

堀田 祐三子 (HORITA YUMIKO)

和歌山大学・観光学部・准教授

研究者番号：40346250

##### (3) 連携研究者

大井 達雄 (OOI TATSUO)

和歌山大学・観光学部・准教授

研究者番号：10367881