

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 5 月 29 日現在

機関番号：15301

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24520892

研究課題名(和文)ドイツ中小都市における商業集積地の存立構造に関する地理学的研究

研究課題名(英文)Geographical research on the subsistence structure of retail district of the smaller cities in Germany

研究代表者

川田 力(KAWADA, TSUTOMU)

岡山大学・教育学研究科(研究院)・教授

研究者番号：30263643

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,000,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、国際的都市間競争下に置かれているにも関わらず、持続的に発展しているドイツの中小都市の商業集積地の存続要因を検討することである。

本研究の結果、ドイツの中小都市の商業集積地においては、都市計画で大型商業施設の郊外立地を抑制していること、商業地区の整備と交通体系の整備を並行して実施していること、ショッピング以外の魅力づくりに取り組んでいることが存続要因となっていることが判明した。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study is to examine the factors of continuity of central retail district of the smaller cities in Germany, under the effects of international competition among cities.

The results of this study show that main factors are to control the new construction of large shopping center by urban planning, to improve both traffic network and central retail district simultaneously and to take action to attract shoppers to central retail district.

研究分野：人文地理学

キーワード：ドイツ 都市 商業 地理学

1. 研究開始当初の背景

研究開始当初の背景として以下の3点から、ドイツの中小都市の商業集積地の存立構造を分析することは、将来の日本型の新たな都市空間再編事業の展開のシナリオを提示する上でも極めて有意義だと考えた。

ドイツでは都市マネジメントの良否が都市の内部構造に反映されており、特に商業集積地においてその影響が明瞭である。これは、連邦制にもとづく地方分権の行政組織を有し市町村の主体性が確立しているドイツの特性とも考えられるが、日本における地方分権改革を展望する場合、こうしたドイツの状況を十分に学術的に検討しておくことが適切かつ重要だと考えた。

ドイツでは1990年のドイツ再統一、1993年のEU発足、2004年のEUの東方拡大という地域再編・地域統合の影響を強く受け、ヨーロッパ諸国の都市との激しい国際的都市間競争下に置かれているにも関わらず、持続的に発展している中小都市が多く、特に注目に値する。

ドイツにおいては、日本の商業統計のように詳細な全国的統計データは整備されていないことが、地理学的調査の障害とされてきたが、特定の都市においては商業振興構想が整備されており、地域分析に利用可能な独自の統計データの入手が可能であると判明した。

2. 研究の目的

本研究の目的は、近年のグローバルな都市間競争を念頭におきつつ、ドイツの中小都市におけるローカルな社会空間構造の変容の中で、商業集積地がいかにか持続発展しているのかを都市マネジメント方針とも関係づけての中で検討することにある。

ドイツでは連邦制にもとづく地方分権の行政組織を有していること、歴史的経緯から旧西ドイツ地域と旧東ドイツ地域では社会経済的状況に差異があること、連邦政府の経済政策に地域差があることなどを背景に、各都市の都市マネジメント方針にかなりの多様性が存在する。

本研究ではこれに着目し、各都市の行政組織の有する権限・政治的状況の差異、都市内部の各地区の社会空間構造の地域的差異、および、よりローカルな範囲でのステークホルダーの意識と対応の差異が商業集積地の持続発展プロセスに与える影響を解明しようとするものである。

3. 研究の方法

(1) ドイツにおける商業集積地に関する文献・資料研究

日本国内で入手可能なドイツの商業集積

地に関する文献・資料を国立国会図書館にて収集する。また、日本国内で入手することが困難な文献およびドイツの商業政策・商業立地・都市経済・都市計画の状況についての文献・資料を、ベルリン市のドイツ連邦公文書館、ドイツ都市学研究所資料室、ベルリン大学図書館、ドイツ小売業組合資料室、流通・マーケティングリサーチ協会および、フランクフルト市のドイツ国立図書館、フランクフルト大学図書館で収集する。学術研究の成果については、ドイツにおける商業地理学研究成果を取り上げた Kulte, E., Paetzold, K. (2009)などのリストを参考にする。以上をもとに既存文献および資料の基礎的データベースを作成する。

(2) 統計資料によるドイツの商業集積地の分析

ドイツの商業集積地に関する統計データ(GISデータを含む)をドイツ連邦統計局で入手し、統計分析を行い、事例調査地候補都市の特性を把握する。

(3) 事例調査地域での現地調査

(1)で作成したデータベース、および(2)での分析結果を検討し、事例調査候補都市を5都市程度抽出する。事例調査候補都市を巡回し、行政資料の入手および現地観察を行うとともに調査協力が十分に得られるかどうかを確認し、事例調査都市を3都市程度に絞り込む。収集した情報を詳細に吟味し、現地調査実施に最も有効なプログラムを検討する。現地調査実施プログラムにもとづき、事例調査都市における社会経済的状況、商業集積地の概要、商業振興計画、都市計画、国際的な都市間の競争・持続的な発展への対応、地方行政組織の構造と保有権限、都市の政治的状況、自治的組織・住民活動パフォーマンスの状況などについての詳細な現地調査を実施する。

(4) 調査結果の分析と補足調査の実施

以上の結果をとりまとめ、必要な情報はPCを利用して地図化処理を加え、商業集積地の存立構造の地域的差異およびその要因と他地域への波及効果について分析する。その際、必要に応じて事例調査都市において補足調査を実施する。

4. 研究成果

(1) 研究の主な成果

ドイツ地理学会における商業地理学研究の動向

ドイツにおける商業地理学研究は、現在でも小売業に大きな関心を保持している。なかでも、都心部の小売業への関心が高いことが

注目される。これは、州や都市ごとに状況は異なるものの、ドイツにおいては概して、都市計画によって郊外型大規模小売店の出店をコントロールしており、コントロールの成否を都心部の商業地区の盛衰を指標に評価していることに起因するものと考えられる。

ドイツにおいては、人口 100 万人を超える都市（2011 年）は、ベルリン、ハンブルク、ミュンヘン、ケルンの 4 都市、人口 50～100 万人の都市は、フランクフルト、シュトゥットガルトなど 9 都市、人口 30～50 万人の都市は、ニュルンベルクなど 6 都市、人口 10～30 万人の都市は 57 都市となっている。これをみると、人口 100 万人以上の都市では、ミュンヘン以外の全ての都市（構成比 75%）が研究対象となっているほかは、概ねどの人口規模でも 10%前後が研究対象となっている。ただし、ドイツの都市の大半を占める人口 10 万人以下の都市の研究事例は 2 件のみで、都市数に比べると極めて少ないといえることができる。

これらの都市内部商業地区についての研究事例は、その多くが、当該地区での新たな大型商業施設の立地計画に関して、その計画の成否を事前に分析する研究、または大型商業施設立地後の地域変容と計画実施の評価に関する研究となっており、大きな地域変容を伴わず、都心部の中心商業地区が商業機能を維持している事例に関する研究はほとんどみられない。

上述のとおり、ドイツの中小都市では商業集積地の商業機能が維持されている例が多いとされているものの、ドイツの商業地理学の研究として、近年、中小都市を扱った研究事例は少なく、ドイツの中小都市における商業機能の存立構造については未解明な部分が多いといえる。

さらに加えると、ドイツの都市社会の分極化と商業地域の変容に関する関心はみられるものの、ミクロスケールでの具体的な研究はあまり進んでおらず、都市内部商業地区の存立構造をローカルな社会空間構造の変容と都市マネジメント戦略の中で位置づけるという観点からの研究の余地は十分に残されている。

事例調査地域での調査結果

ドイツの小売業の動向

2000 年以降のドイツの小売業の動向は、売場面積の拡大、年間販売額の停滞、総店舗数の減少という傾向で代表される。また、百貨店・大型スーパー・ディスカウント店・ホームセンター・大型専門店など業態の多様化が進展するとともにインターネットを利用した通信販売も規模を拡大してきている。

地域的傾向としては、業態別の立地変化が

明瞭化してきているとともに、上位中心地と中位中心地の競争が激化してきている。

事例調査地域の概要

	ダルムシュタット市	ヴァインハイム市
人口(2012)	147930	43014
中心地階層	上位	中位
一人あたり購買力(2010)(EUR)	5922	5506
購買力指数(2010)	109.4	108.2
中心商業地区(2014)	ルイーゼン広場周辺	ハウプトシュトラッセ
売り場面積(m ²)	127000	23250
店舗数	480	78
駐車場(台)	3975	1300

(資料:ダルムシュタット市統計局、ヴァインハイム市統計局、現地調査)

ダルムシュタット市

ヘッセン州ダルムシュタット市は、フランクフルト市の南約 30km に位置する人口約 14 万 8 千人(2012 年)の中都市である。ダルムシュタット市はドイツ空間整備計画における上位中心地(Oberzentrum)に位置づけられている。

ダルムシュタット市の中心商業地区は、ルイーゼン広場の南側に広がる約 500m 四方の地区である。当該地区は 1977 年の Luisencenter の建設を嚆矢として展開した数度にわたる再開発プロジェクトによって整備された。

2014 年 5 月に実施した当該地区における現地調査において、商業地区の歩行者通行量が多いこと、空店舗が少ないこと、購買層の多様性を意識した店舗構成となっていることなどが確認された。ダルムシュタット市における聞き取り調査の結果から、ダルムシュタット市の中心商業地区の商業機能が維持されている要因としては、都市計画により大型商業施設の郊外立地を抑制していること、商業地区の整備と交通体系の整備を並行して実施し、公共交通の利便性の向上および駐車場整備が実現したこと、中心商業地区における、歴史的建造物の保存に取り組むとともに文化イベントを随時開催するなど当該地区におけるショッピング以外の行動を惹起する魅力づくりに取り組んでいることがあげられる。



ダルムシュタット市中心商業地区のブランド・インデックス (2014)

(資料: Gelbe Seiten(2014), GMA(2006))

GMA (2006) を参考にして作成したダルム

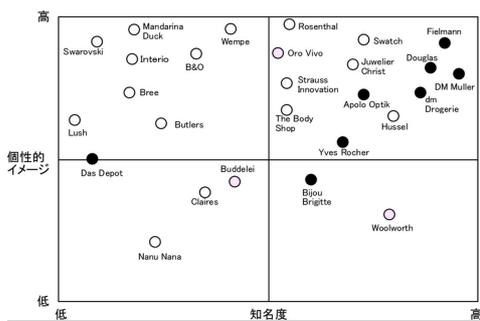
シュタット市の中心商業地区のブランドインデックスをみると、知名度の高いブランドの集積はみられるものの、個性的なイメージのブランドの集積は弱く、より高次階層の都市への購買力の流出が予測される。

ヴァインハイム市

バーデン＝ヴュルテンベルク州ヴァインハイム市は、ハイデルベルク市の北約 20km に位置する人口約 4 万 3 千人 (2012 年) の小都市である。ヴァインハイム市はドイツ空間整備計画における中位中心地 (Mittelzentrum) に位置づけられている。

ヴァインハイム市の中心商業地区は、旧市街地の Hauptstrasse から Marktplatz に至る約 400m の商店街である。当該地区は従来型の商店街であるが、2010 年に Weinheim Galerie が建設されるなど Hauptstrasse 北端では再開発プロジェクトが実施された。

2014 年 5 月に実施した当該地区における現地調査において、空店舗が少ないことなどが確認された。ヴァインハイム市における聞き取り調査の結果から、ヴァインハイム市の中心商業地区の商業機能が維持されている要因としては、近隣住民のニーズに即した商品を扱う店舗構成となっていること、駐車場整備を進めるとともに公共交通利用の可能性も高めていること、飲食店の存続を図るなどの取り組みがあったことがあげられる。



ヴァインハイム市中心商業地区のインデックス (2014)

(資料: Gelbe Seiten(2014), GMA(2006))

GMA (2006) を参考にして作成したヴァインハイム市の中心商業地区のブランドインデックスをみると、知名度の高いブランドの弱い集積はみられるものの、個性的なイメージのブランドの集積はほとんどみられず、近隣のより高次階層の都市への購買力の流出が日常的にみられることが予測される。

(2)得られた成果の国内外における位置づけとインパクト

本研究は、人文地理学のみならず都市計画学や都市経済学を含む関連諸分野においても日本ではほとんど調査・紹介されていなかった近年におけるドイツの中小都市の商業集積地の存立構造や、都市マネジメントの商業集積地の持続可能性に関する具体的影響について明らかにしたという意義がある。また、本研究のように個々の商業集積地を取り巻く社会空間構造の特性、および、商業集積地の浮沈に大きな影響力を持っていると考えられる都市マネジメントの空間的動向を分析する地理学的アプローチの学術的意義は高いといえる。

(3)今後の展望

今後は、国際都市間競争におけるドイツ中小都市の都市経営戦略における商業の位置づけをより精緻に分析するとともに、日本の同規模都市との比較を念頭に置いて詳細な事例調査を継続的に実施し事例研究を蓄積することにより、将来の日本型の新たな都市空間再編事業のありかたに重要な地域的視点を提案することができる。

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 0 件)

〔学会発表〕(計 2 件)

川田 力、ドイツ中小都市における中心商業地区の地域的動向、日本都市学会第 61 回大会、2014 年 10 月 26 日、同志社大学

川田 力、ドイツにおける都市内部商業地区の地域的動向、日本都市学会第 60 回大会、2013 年 10 月 27 日、サンポートホール高松

〔その他〕

ホームページ等

<http://ed-www.ed.okayama-u.ac.jp/~syakai/seika14kawada.pdf>

6. 研究組織

(1)研究代表者

川田 力 (KAWADA TSUTOMU)

岡山大学・大学院教育学研究科・教授

研究者番号: 30263643

(2)研究分担者

なし

(3)連携研究者

なし