

戦後静岡市商業政策の動向と課題

児 玉 和 人

1. 問題意識

本稿の目的は、中小小売商業の政策に関する議論を新たな問題提起を行うことにある。現在日本経済では、GDP世界第三位と経済先進国の地位にある。日本経済の産業構造は、ペティ＝クラークの法則にあるように第二次産業が第三次産業に急速にシフトしている。

このような小売業分野で中小企業が活躍する理由は、経営の外部環境として地方自治体の中小小売商業に対する手厚い支援施策が挙げられる（1998年）。地域経済の産業構造では、第三次産業、とりわけ小売商業分野の従業員数、事業所数での高い比重を占める。小売商業では、中小小売商業者が67%、大規模小売店より大きな市場占拠率を有する¹。その理由は、中小企業経営の内部環境として3点を挙げることが出来る。①日本列島が複雑な地形で、市場が細分化されている。②消費市場が成熟化しており、中小小売店が大規模店舗よりも差別化や希少な商品を販売する。③上記と付記して、経営者が地域特性の趣味や嗜好品の様な零細な市場を発見する能力に長けているからであろう。小売業分野での中小企業が活躍する理由は、地方自治体の中小小売商業に対する手厚い支援施策いわゆる商業政策が挙げることができる。

ところが、三大都市圏、地方中核都市では、小売商業事業分野できわめて厳しい状況に置かれている。これらの都市中心部では、商店街、大型商業施設が廃業、あるいは閉店が相次いだ。後述するように、政府による産業保護的な色彩の強い小売商業政策は、平成10年に大店法の改正で著しく後退した。平成10年(1998年)大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律(以下大店法と略)は廃止となり百貨店、総合スーパー、コンビニエンス・ストアが自由に出店ができるようになった。規制緩和論者は自由経済で小売商業が活性化すると主張した。小売商業の現状は、一部の都市中心部か、あるいは都市郊外が出店が集中し、終わりのなき競争の果てに大型商業施設が撤退、コンビニエンス・ストア、商店街の個店までも閉店している。さらに取り残された高齢者、女性を中心とする都市住民は、日常の買い物に困る事態、いわゆる買い物難民化に陥った^{2, 3}。

以上の状況となっているが、各地方自治体では大店法を廃止後に独自の施策を内部運用規則や条例化して、小売商業の活性化並びに大型店の出店規制を行っている。本稿では、独自の小売商業施策を行っている静岡市内の商業政策、特に小売商業政策を事例として、その独自施策が成立した背景、政府、静岡県の政策とかかわり、並びに運用の方法の違い等を考察することにある。考察の手

¹ 三橋規宏、内田茂男、池田吉紀（2012）『ゼミナール日本経済入門』日本経済新聞社 p.423 小売商業の問題が論じられている。

² 商店街の衰退に関しては、新雅史（2012）『商店街はなぜ滅びるのか 社会・政治・経済史から探る再生の道』光文新書は、商店街の内部経営の問題を考察している。

³ 都市郊外に大型店の出店が都市小売商業に深刻な影響があった。矢作弘（2005）が詳しい。

順としては次のとおりである。第一には、静岡商業統計から動向を検討する。第二には戦後の静岡商業政策を概観する。第三には今後の課題と研究の展望を提示したい。

2. 静岡市の商業動向

2-1. 静岡市商業の略史

静岡市商業の沿革は、商業の始まりであるが山村と漁村の物々交換の場、物資の集散地として発展したと考えられる⁴。大宝年代(700 年頃)、安倍川の中洲に自然発生的に定期市「安倍の市」があったと言われている。当時の人口は定かでない。文献によれば、有度郡、安倍郡 7 郡 59 郷があったと記されており、これらの集落が古代の商業圏を形成していたと考えられる。

静岡市は、江戸期から急速に発展を遂げた。当時、静岡市の名称は駿府と呼ばれていた発展の契機は慶長 12 年(1607 年)徳川家康が駿府城に隠居所に定めたことにある。駿府では、駿府城の改修工事、町並みの整理、寺社造営が行われて、城下町の機能が整備された。都市並びに城郭整備のために、全国から多くの職人、人足、商人が集められた。駿府の人口は約 10 万人まで発展する。同時代には、江戸の人口規模が 15 万人と言われていたことから、駿府の発展が分かるであろう。職人では、大工、木工職人が全国から集められた。これらが静岡の地場産業である木工産業の端緒となる。

明治時代には、明治 2 年(1869 年)に商工会議所の前身である静岡商法会議所が設立されて、明治 25 年(1892 年)静岡商工会議所に改組された。さらに、静岡第三十五銀行(現：静岡銀行)が開業する。静岡市には商業発展する環境が整備された。明治 22 年(1889 年)2 月、東海道本線(静岡－浜松間)が開通。明治 41 年(1908 年)公共交通機関は、静岡－清水間で軽便鉄道(現：静岡鉄道)が開通する。

戦時中は、昭和 20 年(1945 年)6 月 19 日に静岡大空襲があったことにより、静岡市内の商業が壊滅的な被害を被った。戦後は、静岡駅前、呉服町、七間町にヤミ市が立った。静岡はミカン、水産加工品と物産が豊富なため、で首都圏、中京地区から買い出し客で賑わった。その後、静岡の商業地は素早く復興した。現在静岡市では、商店街の整備、新静岡駅セノバ、静岡伊勢丹、パルコ、丸井と大型店が集中的に立地する商業都市に変貌を遂げている。

⁴ 静岡市商業の沿革は、静岡市商工部商工課編(1979)『静岡市商工行のあらまし(昭和 54 年版)』pp.2-3 を参照に記述した。

2-2. 静岡商業の推移

表1. 平成9年－平成19年の静岡市商業の推移

総数

	商 店 数			従 業 者 数			年間商品販売額		
	実数(店)	指数	対前回増減率	実数(人)	指数	対前回増減率	実数(万円)	指数	対前回増減率
平成9年	13,667	100.0	-	84,136	100.0	-	492,022,424	100.0	-
〃11年	12,622	92.4	-7.6	84,659	100.6	0.6	402,107,708	81.7	-18.3
〃14年	12,018	87.9	-4.8	79,412	94.4	-6.2	348,507,986	70.8	-13.3
〃16年	11,619	85.0	-3.3	77,899	92.6	-1.9	331,449,179	67.4	-4.9
〃19年	10,625	77.7	-8.6	72,375	86.0	-7.1	334,733,588	68.0	1.0

出所：静岡市企画局企画課『静岡市の商業』（各年版）より作成。

表1は、平成年19年に実施した商業統計調査で卸売業と小売業をあわせた総数を表したものである。商店は10,625店（対前回比-8.6ポイント）、従業者数は72,375人（同-7.1ポイント）、年間商品販売額3兆3,473億3,588万円（同1.0ポイント）となった。商店数の動向は、平成11年が最も落ち込みがあり、-7.6ポイントと大幅な減少となっている。その後は横ばいが続いていたが、平成19年に最大の落ち込みとなった。従業者数は平成14年-6.2ポイント下落であったが、平成19年に再度大幅な減少が続いている。年間商品販売額は、都市中心部の大型小売店の改装や新規出店の効果があったのだろうか。わずかに微増している。

以上のように、商業の総数では、店舗数、従業員数、近年大きな減少を見ている。しかし、年間販売額の下げ止まりは、大型店出店による販売効果が影響と考えられる。

表2. 平成9年から平成19年での年卸売業、小売業の動向

卸売業

	商 店 数			従 業 者 数			年間商品販売額		
	実数(店)	指数	対前回増減率	実数(人)	指数	対前回増減率	実数(万円)	指数	対前回増減率
平成9年	3,742	100.0	-	36,312	100.0	-	392,349,502	100.0	-
〃11年	3,368	90.0	-10.0	34,247	94.3	-5.7	311,901,224	79.5	-20.7
〃14年	3,280	87.7	-2.6	30,532	84.1	-10.8	266,813,275	68.0	-14.5
〃16年	3,240	86.6	-1.2	29,001	79.9	-5.0	249,634,100	63.6	-6.4
〃19年	2,944	78.7	-9.1	26,247	72.3	-9.5	253,521,758	64.6	1.6

小売業

	商 店 数			従 業 者 数			年間商品販売額		
	実数(店)	指数	対前回増減率	実数(人)	指数	対前回増減率	実数(万円)	指数	対前回増減率
平成9年	9,925	100.0	-	47,824	100.0	-	99,672,922	100.0	-
〃11年	9,254	93.2	-6.8	50,412	105.4	5.4	90,206,484	90.5	-9.5
〃14年	8,738	88.0	-5.6	48,880	102.2	-3.0	81,694,711	82.0	-9.4
〃16年	8,379	84.4	-4.1	48,898	102.2	0.0	81,815,079	82.1	0.4
〃19年	7,681	77.4	-8.3	46,128	96.5	-5.7	81,211,830	81.5	-0.7

出所：静岡市企画局企画課『静岡市の商業』（各年版）より作成。

さらに、商業は、卸売業、小売業の二分野で減少の原因を探りたい。静岡市商業は商店数、従業者数で大幅に減少を遂げており、年間販売額で下げ止まっている。それでは、小売業、卸売業での

傾向を分析する。

卸売業は、商店数 2,944 店（対前回は -9.1 ポイント）、従業者数 26,247 人（同 -9.5 ポイント）、年間商品販売額 2 兆 5,352 億 1,758 万円（同 1.6 ポイント）となっている。卸売業は、商店数及び従業者数は減少している。年間商品販売額は増加している。

小売業は、商店数 7,681 店（-8.3 ポイント）、従業者数 46,128 人（-5.7 ポイント）、年間商品販売額 8,121 億 1,830 万円（同 -0.7 ポイント）となっている。小売業では、商店数及び従業者数は減少しているものの、年間商品販売額は微減している。

以上のことから、静岡市の商業は、東海ベルト工業地帯の中間的に位置付けられる。そのため、工業資材を取り扱う卸売業の発展が見られる。さらに、静岡市では、中部地区の日用雑貨品、食品等の卸売業が集中している。卸売業販売額の増加した原因は、さらに今後の研究課題としたい。小売業に関しては、商店数及び従業者数は減少しているが、年間商品販売額は微減にとどまる。全国的には消費不況の中で健闘していると言える。その原因を静岡市の商業政策に求めて、具体的な施策内容を考察する。

3. 戦後静岡市商業政策

3-1. 全国の動向

戦後の小売商業や流通政策で議論された大半は、商店街を中心とする中小小売商業者と百貨店や大型総合スーパーとの対立を緩和するのに費やされてきた⁵。さらに、昭和 30 年代には、商店街と小売市場との対立も深刻さを極めていた。空き店舗対策、並びに中心市街地活性化のような政策が議論されたことは 2000 年代に入ってからである。

このような流通戦争とも言うべき様相を呈した状況は、昭和 20 年代後半からまず大阪市とその周辺都市（関西地域の行政用語で衛星都市という）で先鋭化した。当初、大阪府商店街連合会では、阪急百貨店梅田店の売場面積増床計画に対して、各商店街を挙げて反対運動を展開した。これらの商店街の運動は、増床計画反対、格安特価品の廉売中止を求めるもので、大型小売店反対運動の先駆けを成すものであった⁶。

もう一つ、中小小売商業間での競争である。戦前から駅前に立地する老舗商店街、新興住宅地に店舗付き住宅で創業して形成された新興商店街は、当時の流通の主役であった。

当時商店街に果敢に挑戦して来た小売業態は小売市場であった。小売市場とは、大阪市が市民のために格安の生鮮食品を販売するために、生鮮食料品を扱う零細な小売商人を組織して設立された⁷。戦

⁵ 全国の動向執筆に当たっては以下の論文、著作を参考としている。大店法の沿革に関しては林雅樹（2010）が詳しい。小売市場に関しては、石原武政（1994）に参考となる。大阪府や大阪市の商業調整政策は石原武政（1998）を参照とした。

⁶ 大阪府衛星都市商店会総連合会（1997）『大阪府衛星都市商店会総連合会創立 40 周年史』には、大阪府下の商店街運動が詳しく記述されている。本書を参考として記述した。

⁷ 公設小売市場政策の経緯は、杉原薫、玉井金五（2002）『大正・大阪・スラム - もうひとつの日本近代史 - （増補版）』新評論が詳しい。

後に小売市場は、地方自治体が造成した商業店舗に入居して販売する公認小売市場、民間が造成した小売市場に入居する形態の商業店舗である私設小売市場に発展した。昭和 30 年代には、商店街、小売市場と原価販売の乱売商戦を展開し、両者とも厳しい経営状況に陥った。そこで、小売市場規制のために施行された法律は小売商業調整特別措置法である。

さらに、昭和 30 年代後半から昭和 40 年代には、ダイエー、イトー・ヨーカ堂、ジャスコ（現：イオン）長崎屋のような大型総合スーパーが各地域に出店した。大型総合スーパーは、消費者のセルフサービスの方式で食料品から衣料品、日用品とあらゆる品揃えで、大量仕入、大量販売を行う小売業態である。百貨店は、駅前等の公共交通の要衝に立地する。それに対して、大型総合スーパー立地は都市近郊の郊外に駐車場を設置して、集客する方法であった。とりわけ、中内功（当時：ダイエー代表取締役）は、価格革命と消費者主権を唱えて⁸、各地域に大型小売店の出店を試みた。それが、中小小売業者を中心とする商店街とは全国的に大規模小売店出店を巡って衝突した。担当官庁である中小企業は、大規模小売店舗出店を調整する法律「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」（以下大店法と略）を制定することになった。

以上のように商店街と大型小売店との利害が激しく衝突することになった。大店法の制定までの沿革を整理してきた。静岡では、その様相が異なる。その実態を見てみよう。

3-2. イトーヨーカ堂の出店問題

第一種小売店舗名	開店日	店舗面積(m ²)
静岡伊勢丹	昭和6年12月	21,525
松坂屋静岡店	昭和7年11月	18,422
長崎屋静岡店	昭和43年9月	3,293
西武百貨店静岡店	昭和45年6月	20,308
シズオカヤショッピングセンター	昭和51年3月	8,465
静岡ターミナルビル	昭和56年10月	11,995
生活倉庫静岡	昭和59年11月	7,500
イトーヨーカ堂静岡店	昭和61年5月	5,490

出所：静岡市商工部商工課（1994）『静岡市商工行政のあらまし（平成 5 年版）』p.31-32 より抜粋。

注 1）第一種大規模小売店とは店舗面積 3,000m² 以上を持つ商業施設をいう。

当初、静岡市内では、このような小売商業の問題が顕在化しなかった。静岡市内には、静岡伊勢丹、西武百貨店（現：パルコ）、松坂屋静岡店、丸井静岡店が立地している（表 4 参照）。各大型店の出店の際には、特に問題を生じることがなかった。なぜならば、静岡伊勢丹や松坂屋は戦前から呉服町周辺に立地していた。西武百貨店、丸井の進出は静岡市の中心市街地に集客力の向上になると歓迎された。

ところが、イトーヨーカ堂出店は従前の新規出店と様相が異なった。イトーヨーカ堂静岡店の出店では昭和 51 年 12 月に出店表明を行った。イトーヨーカ堂側は、何も事前調整など行わずに突然

⁸ 中内功（1969）『わが安売り哲学』日本経済新聞社には、郊外出店、価格破壊との考え方が詳しく述べられている。

の表明であったことから、地元の商店街でも驚きをもって迎えられた。大店法によれば商業調整協議会を設置して、大型店出店事業者、地元小売商業団体、行政側が協議すると定められている。そこでイトーヨーカ堂静岡店の出店時には、地元商店街を中心とする小売商業団体が商業調整協議会への参加を拒否し続けた⁹。

出店予定地は、静岡市の中心部から東南へ2 km 離れた紡績工場跡地を予定した。昭和61年5月開店での調整の結果は、出店計画時に売場面積1万3千平方メートルであった。大店法による商業調整協議会での審議では、売場面積5千5百平方メートルまで削減された。イトーヨーカ堂静岡店には、当時全国各店舗の中で最小の面積となった。¹⁰

静岡商店街の店主は、静岡商業近代化協議会結成して、増床面積削減を求めて運動を行った結果であった。これらの結果では、静岡独自の地域の商業規制のルールであるが副産物として形成されたそのルールとは静岡市大規模小売店出店指導要項でありそれに基づいて大型小売店出店と審議する通称を言う。

3-3. 静岡方式の制定とその批判

静岡方式とは、昭和48年（1973年）大店法制定後に静岡市独自で設けられた商業施設出店の独自規則通称を言う¹¹。平成6年（1994年）大店法は大幅に規制が緩和された。具体的には、店舗面積1千平方メートルが原則自由化する。閉店時刻の届けで不用基準を午後7時から午後8時まで、出張販売の届け出禁止という規制が緩和された。さらに、平成10年（1998年）には大店法を廃止となった。これは、日米構造講義での小売業の規制緩和がアメリカ側から指摘されたことにある。そこで、平成12年（2000年）から大規模小売店舗立地法が制定された。同法では、大規模小売店舗の開設にともなう店舗面積や閉店時刻など経済的な側面での規制から、交通渋滞、騒音の緩和などの社会的な規制に変更された。

ところが、政府の大型商業施設の規制に関しては地方独自施策を設ける地方自治体が現れた。静岡市は例外でない。静岡市内に大型店を出店する場合では、昭和47年（1972年）8月に施行された静岡市大規模小売店出店指導要項にもとづいて、いかなる売り場面積での店舗でも商業者だけで事前に協議を行うという「静岡方式」を施行した。具体的には、出店指導要項第5条に、「市長は前条の届出で受けた時は、第8条に定める静岡市商業施設情報連絡会による予備審問に付し、その審査の結果、当該届出にかかる出店計画がこの要項に適合しないものと認めるときには、第9条に定める静岡市地域商業問題調整協議会の意見を聞いて、必要な指導及び調整を行う」¹²とある。このように静岡市で大型店の出店計画では、大規模小売店を出展する事業者が事業者側に事前通告と

⁹ 『日経流通新聞（朝刊）』1991年2月7日で詳細が分かる。

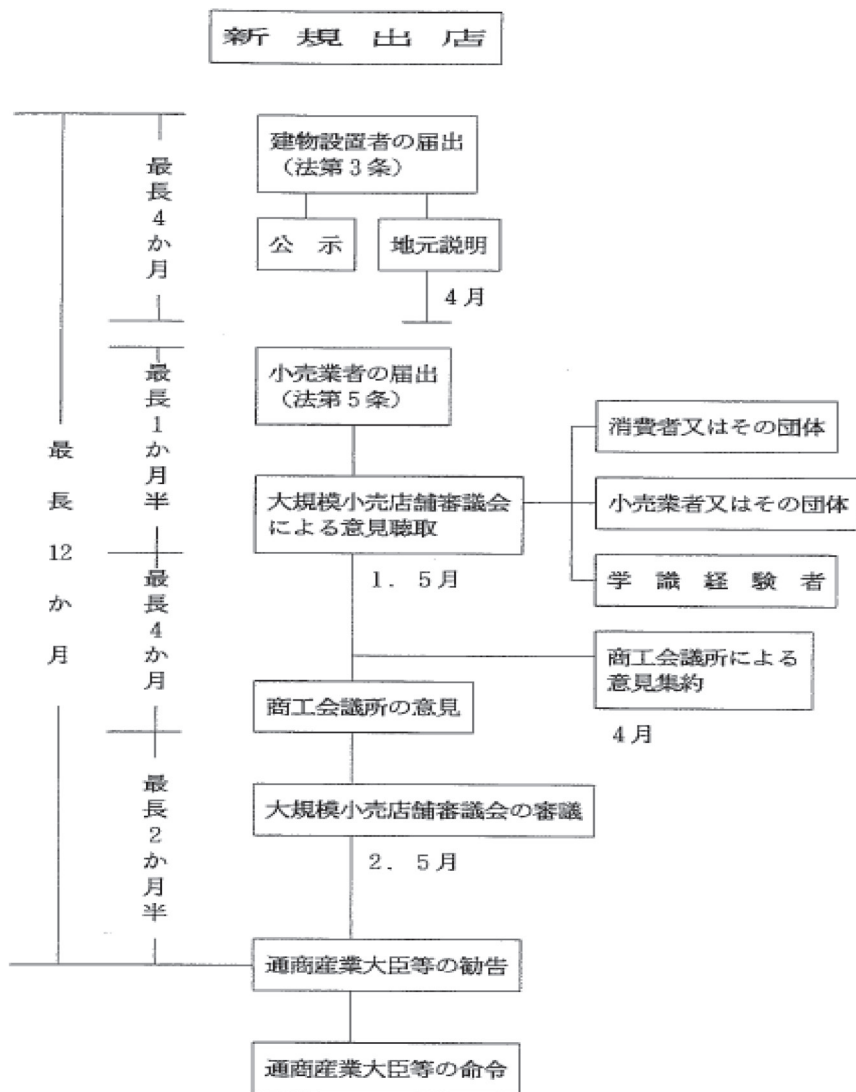
¹⁰ 静岡商工会議所（1993）『静岡商工会議所百年史』に概略が記述されている。さらに、イトーヨーカ堂出店阻止運動は杉岡碩夫（1981）p42-47を参考とせよ。

¹¹ 静岡新聞社価格問題研究班編（1995）『価格開国－きしむ静岡県経済－』静岡新聞社、あるいは『日経流通新聞（朝刊）』1991年2月7日p.2に詳細が分かる。

¹² 出店指導要綱は、静岡市商工部商工課（1979）『静岡市商工行のあらまし（昭和55年版）』p.54に要綱の内容が掲載されている。このような行政内部文書が公開されていることは、当時としてきわめて珍しいことである。

予備審問が必須とされた。本来は、静岡県に大規模小売店舗審議会が設置で手続終了である。しかし、静岡方式では、静岡市小売商業団体との事前に協議することが明記されたのである¹³（図1参照）。当初、コンビニエンス・ストアまで出店規制という厳しい内容であったが、通商産業省からの指導でコンビニエンス・ストアが除外された。大店法が規制緩和、その後廃止となった以後では、静岡市では独自の規制を行った。その厳しい規則内容は、静岡新聞等のマスコミ¹⁴、大学の研究者¹⁵から規制緩和の世論に逆行すると、激しい反発を受けた。

図1. 大規模小売店舗法での出店調整フロー



出所：静岡市商工課（1979）『静岡市商工行政のあらまし（昭和55年版）』p.54より抜粋。

¹³ 大規模小売店舗法での出店調整フローでは「小売業者またはその団体」に該当する。

¹⁴ 静岡新聞では、1994年代に商店街、行政側に対しての大規模小売店舗規制緩和を求めるキャンペーンを行っている。詳しくは静岡新聞社価格問題研究班編（1995）『価格開国－さしむ静岡県経済－』静岡新聞社を見よ。

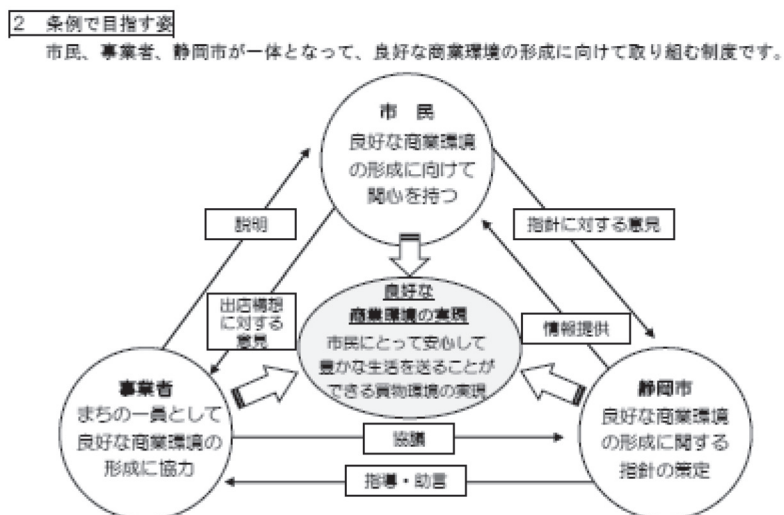
¹⁵ 全国の動向執筆に当たっては以下の論文、著作を参考とした。大店法の沿革に関しては林雅樹（2010）が詳しい。小売市場は、石原武政（1994）を参照とした。大阪府や大阪市商業調整政策は石原武雅（1998）を参照とした。

3-3. 静岡市の商業環境整備条例の制定

規制緩和の結果は、都市中心部から郊外に人の流れが変化した。郊外型の大型小売店ロードサイドショップ店舗が増加した¹⁶。その結果、全国都市中心部では、商店街や百貨店が営業不振となった。商店街では、シャッターを閉めた店舗が目立つことになった。都市中心部には、郊外に移動できない高齢者、女性、低所得者が取り残される。これらの人々は、生鮮食料品や日用品の買い物に支障をきたす事態となっている。いわゆる買い物難民である。

静岡市では、大店法の規制緩和に関わらず、静岡市内で買い物難民を生じなかった。静岡市は、指導要項による事前協議制、郊外の出店許可が下りないという規制を実施した。しかし、近年では市内中心市街地での空き店舗が目立つようになった。従来の政策では、静岡市の小売商業者と大規模小売店舗業者、行政との話し合いであった。平成23年（2011年）には「静岡市の商業振興に関する条例」が制定された。さらに、本年10月に制定された「静岡市良好な商業環境の形成に関する条例」である。この条例は、第1条に目的が明確に示されている。第1条には「商業施設の建築等について、市民の意見を反映する機会を設けるとともに、良好な商業環境の形成に資する誘導する手続きを定めることにより、・・・中略・・・市が目指すまちの姿にふさわしい良好な商業環境の形成をはかり、もって市民生活の向上、及び地域社会の持続的な発展に寄与」を目指している。さらに、市街化区域に店舗立地の際には、速やかに担当部局に届出を行なうなど郊外出店規制を明文化した点である。つまり、本条例の制定は、郊外出店制を堅持しながら、消費者である静岡市民の意見を反映されることが、明記されたことが特徴である。

図2. 静岡市良好な商業環境の形成に関する条例で目指す姿



出所：静岡市企画部企画課（2012）『静岡市良好な商業環境の形成に関する条例の概要』より抜粋

¹⁶ 郊外型店舗の増加は、地域経済に対して雇用減少と不安定化、並びに地域の小売商業の著しい減少をもたらす。批判的な考察は本多哲夫（2001）が詳しい。本稿では同様の立場に立っている。

4. 静岡市商業政策の課題

戦後の静岡市商業政策、特に昭和末期から平成期までの制定と運用を考察してきた。すでに、北海道、福島県では、都道府県レベルで郊外店規制を含む小商業振興条例を制定された。

従来の政策では、小売業者の調整、すなわち過当競争、出店調整を行うことが主であった。しかも行政側は、小売業の出店規制指導要項という内部規則で第三者に明文化されず、情報公開されていない。この点は、既得権益の保護や当事者間だけでの運用、談合に終わっていたのであるまいか。

静岡市の商業政策は厳しく郊外出店規制を行なうことで、中心市街地の空洞化を防止する役割を果たした。今回の静岡市の条例制定では、明文化されたルール、運用で市民、小売商業者、大規模店業者と明解な枠組み審査される。郊外出店規制を設けるには、価格競争を促して安い商品を消費者に提供するのか、それとも多少の高い価格でも中小企業経営者、家族従業員を含む雇用維持するという公益を優先するのかを整理して住民に提起が必要なのでないだろうか。

もう一つは、閉鎖的で保護的な産業政策は、近年住民の理解や同意が得られないと制定や維持が困難となっている。静岡市と小売商業団体は、再度条例の制定された意味を考えるべきだ。小売商業事業主は、より一層の共通のコスト削減と共同事業の推進を行うべきである¹⁷。先駆的な取り組み事例は、京阪神の商店街に独自事業で自らの力で事業改善に取り組んでいることである¹⁸。

さらに、不明点は、次の論文までの課題を整理しておきたいと考えている。

参考文献

新雅史（2012）『商店街はなぜ滅びるのか 社会・政治・経済史から探る再生の道』光文新書

伊藤修（2007）『日本の経済一歴史・現状・論点』中公新書

石原武政（1994）『小売業における調整政策』千倉書房

石原武政（1998）『公設小売市場の生成と展開』千倉書房

植田浩史（2007）『自治体の地域産業政策と中小企業振興基本条例』自治体研究社 2007 年

大阪府衛星都市商店会総連合会（1997）『大阪府衛星都市商店会総連合会創立 40 周年史』

川辺信雄（1994）『セブン・イレブンの経営史—日米企業・経営力の逆転』有斐閣

近藤和明（2009）「流通システムの変化と中小流通業」『現代中小企業論』同友館 pp. 147-162

近藤和明（2009）「流通システムの変化と中小流通業」『現代中小企業論』同友館 pp. 241-254

杉原薫、玉井金五（2002）『大正・大阪・スラム—もうひとつの日本近代史—（増補版）』新評論

静岡新聞社価格問題研究班編（1995）『価格開国—きしむ静岡県経済—』静岡新聞社 1995 年

静岡市商工部商工課『静岡市商工行政のあらまし（各年版）』。

¹⁷ 大阪府衛星都市商店会総連合会（1997）『大阪府衛星都市商店会総連合会創立 40 周年史』は、大阪府下の商店街運動が詳しく記述されている。本書を参考記述した。

¹⁸ 商店街の共通コスト削減の努力は樋爪保（2006）が詳しい。各店舗が宅配便の発送、クレジット事業を共同で実施することで運送コストを削減している。

静岡商工会議所創立 100 周年記念事業広報・記念誌事業部会編（1993）『静岡商工会議所百年史』
静岡商工会議所

杉岡碩夫（1981）「大型店の進出阻止に動く商人の論理 -- 紛争の地 京都、江釣子、静岡からの報告」
『エコノミスト』50（25）p. 42-47

竹内宏（1996）『竹内宏の静岡産業風土記』静岡新聞社

中内功（1969）『わが安売り哲学』日本経済新聞社

野方宏（1998）「小売業における規制と規制緩和－大店法を中心にして－」『静岡大学経済研究』3（3）
pp. 137-155

本多哲夫（2001）「泉州地域におけるロードサイド商業集積の現状と課題」大阪府立産業開発研究
所『地域環境変化と産業の新たな展開－泉州地域のロードサイド商業集積、運輸・倉庫業のケー
ス－』2001 年、pp. 19-65 ページ。

樋爪保（2006）「京都の中小零細商店の組織化による情報化戦略」『地域開発』506 pp. 40-44

林雅樹（2010）「わが国大規模店舗政策の変遷と現状」『レファレンス』716 pp.73-90

三橋規宏、内田茂男、池田吉紀（2012）『ゼミナール日本経済入門』日本経済新聞社

吉原毅（2012）『信用金庫の力－人をつなぐ、地域を守る－』岩波書店

矢作弘（1999）『地方都市再生への条件』岩波書店

矢作弘（2005）『大型店とまちづくり－規制進むアメリカ、模索する日本－』岩波書店

山下隆之（1998）「静岡市の物価高と小売市場構造」『静岡大学経済研究』3（4）pp. 17-22