

第 1 部・意見表明

超大型店出店に関して長野商工会議所の考え方

（要 旨）

長野商工会議所は、長野市に出店を計画している大型店（社会的要請に基づくショッピングセンターを除く）の出店に基本的に反対します。特にイオン篠ノ井ショッピングセンター（仮称）については、強く反対します。

（説 明）

先般、策定された「長野市商業環境形成指針」に沿って、大型店数社からの出店計画が長野市に提出された。その中にはイオン株式会社による篠ノ井地区への超大型ショッピングセンターの出店計画も含まれている。

イオンの計画によれば、店舗面積は70,000㎡と全国的にも例を見ない大規模なものであり、一般的に店舗面積における大型店の占める割合が50%を越えると地域店舗、商店街の経営が難しくなり、60%を越えると経営が困難になるといわれている。

長野市の場合、平成14年の調査では大型店の占有率は55%を越えており、現在計画されている超大型店が出店した場合は大型店の占有率は60%を越えるオーバーストア状態になることは必至である。

農水省の基本計画でも食料自給率の目標を現行の40%から45%と引き上げているが、日本全国でこの40年間に110万㌦ほどの農地を作り出し、逆に農地転用や農業衰退により240万㌦の農地を改廃してしまった。また、長野市の耕作放棄地率を見た場合、全国平均の5%に対し、16%もあり、農地を潰した乱開発が進んでいる。

長野市における農業の振興策には、「秩序ある土地利用調整を図るとともに、農用地域については、農地の効率的な利用と優良農地の保全に務める」とされており、長野市農業支援センターによって地域農業の発展のため鋭意努力されているところである。

しかし、現在計画されている超大型店の出店予定地は農用地区域であり、無秩序な開発は長野市農業の活性化や発展に大きな障害となると考えられる。

また、超大型店の撤退後には、再利用が難しく、取り壊すには多大な費用がかかる巨大施設と地権者への固定資産税だけが残り、更に相続実施においても

農地と商業施設とではその評価額が大幅に異なり、相続税の納付困難などにより、地権者に大きな影響を及ぼすことが懸念される。

長野商工会議所では近県の超大型店出店状況について視察を実施、特にイオンモールのテナントについては、全国展開の企業には入居条件のハードルが低く、地元企業に対しては入居条件が厳しいとの印象を強くした。

現在篠ノ井に計画している超大型店の開発面積の25％は、長野地区の中心市街地の商店街に匹敵する大きさであり、郊外のイオンモールに出店する県外企業を中心に、新しい商店街が出現することになる。そこには既存の商店街が長年培ってきた歴史や伝統、文化といった市民が誇れるものがなく、行き過ぎた市場主義を背景に、販売効率や集客上の効率性だけを追求した街が出現する。

既存の企業は景気と消費の低迷の中で、多くの雇用を支えており、そこには長野市民が働き、収入を得、家族を支え長野市で生活している。今後は地域雇用に貢献している中小・零細小売店の減少により、地域社会の雇用状況に不安をもたらすことは必至である。

大型総合スーパーでは全国平均で正社員・職員が9％減少、反対にパート、アルバイトが31％増加しており、更に、パート・アルバイトが占める割合が小売業全体の46％に対し、大型総合スーパーでは80％以上である。

このことから、超大型店の出店による雇用形態はパート、アルバイト等が主であり、長期雇用が望めず、定着人口を支える雇用に結びつくものとは思えない。

現在、長野商工会議所ではTMOによる中心市街地の再開発と活性化策の推進により、地域経済の発展や豊かな生活の実現を進めており、中心市街地を今後も地域コミュニティの中心と考え、その再生に努力している。

この度の大型店の出店計画、特にイオン篠ノ井ショッピングセンター（仮称）の出店計画はこの流れに反するもので、長野商工会議所はこれに強く反対します。

第2部・問題点の指摘

超大型店出店に関するレポート

1 地権者の視点から

大型店と地権者との関係を、最近の事例で最も多いケースとして契約期間10年、平均地代を500円(坪/月)として検証してみる。

まず、土地300坪(1反)を所有する地権者を想定すると、不動産収入は年間180万円となる。

一方、固定資産税は、水田や畑の評価を1㎡約100円~150円とした場合、平均評価額125円で300坪では年間約1,740円であるが、大型店に土地を賃貸する場合には、農地は宅地に転用される。転用後の固定資産税はその評価額が平均の1㎡23,000円とすると、300坪で年間固定資産税は184倍の約32万円となる。

また地代は資産償却ができない所得なので、受け取った地代はそのまま所得税の対象となる。この金額は他の所得と合算されるケースが多く、かなりの金額になる場合が多い。

もし、契約期間の10年後に大型店が投資を回収し撤退すると、その後は地代収入なしで、約32万円の固定資産税を毎年支払うことになる。

また相続が発生すると、当該土地は相続税の対象となる。農地の場合はほとんど相続税の対象とはならないが、賃貸した土地の場合、仮に条件を考えず、評価倍率1.2で計算した場合、その評価額である1㎡23,000円で計算すると300坪では税率15%と控除額50万円で、税額は359万円になる。(ただし、遺産に係る基礎控除等は含めて計算していない)

地権者が他の資産や土地を保有している場合には、10年間に受け取った地代の総額から固定資産税や都市計画税、所得税などを差し引いた10年間の純所得の総額よりも、相続時に発生する税額の方が大きいケースも考えられる。

2 地元商業者の視点から

地元の卸売業者との取引が発生する可能性は、生鮮食品については営業努力によって取引が発生する可能性がある。しかし物流に関しては全国大手が配送を担当しており地元業者の参入する余地は少ない。

消耗品等の備品については大型店の子会社などが納品しているケースが多く、メーカーの代理店や営業所が地元にある場合は、そこを通す可能性はある。

清掃業者なども大型店の子会社などが担当するが、孫請けとして、地元業者に対し、受注が出る可能性がある。

3 地元建設業者の視点から

地元建設業者が受ける恩恵については、高岡市と太田市に誕生したショッピングセンターのケースでシミュレーションを行ってみる。

高岡市・Iショッピングセンター施設概要

建物延床面積	110,507m ² 店舗部分 85,491m ² 駐車場部分 25,016m ²
商業施設面積	64,534m ²
建物構造	鉄骨造地上4階建一部塔屋 (ショッピングセンター棟)
駐車台数	3,600台
建築設計・施工	(株)大本組
デベロッパー投資額	約140億円

太田市・Iショッピングセンター施設概要

建物延床面積	95,969m ² 店舗部分 84,536m ² 駐車場部分 11,432m ²
商業施設面積	62,046m ²
建物構造	鉄骨造地上2階建一部塔屋
駐車台数	3,500台
建築設計・施工	(株)大本組
デベロッパー投資額	約118億円

建設資材を地元調達と考え、建設費の内50%が躯体工事と考え、その30%が地元調達の建設資材と計算すると、高岡市・Iショッピングセンターの場合は約21億円、太田市・Iショッピングセンターの場合は約17億7千万円の地元企業への波及効果があったと考える。

また、内装工事も地元業者への受注が考えられるが、工事高については不明

である。

4 テナント業者の視点から

富山県高岡市のＩショッピングセンターには１２０店のテナントが入居している。内、地元企業（ＦＣ、金融機関等含む）の入店状況は約１０社である。

このショッピングセンターへの出店条件は、売り場面積２０坪の物販店では、営業保証金が平均で２千万円、固定営業料は３６万円、売上歩合営業料（月売上５００万円と仮定）は１５万円、共益費は１７万円、駐車場負担金は５万円、販売促進費（月売上５００万円と仮定）は６万円となり、２０坪の物販販売店では月家賃は７９万円となる。

年間売上６千万円の場合を想定すると、支払家賃は９４８万円になり、売上の約１６％を占める。更に個別に発生する経費（水道光熱費等）については実費負担となる。

しかし、レジの集中管理により、面倒な一般事務の手間が不必要であり、テナントとして販売に集中できる。

全国展開する大型ショッピングセンターのテナント入居条件は、地元企業に対しては入居条件が厳しく、集客力のある全国展開テナントに対しては入居条件のハードルが低いと言われている。一般的には、大半のテナントが赤字経営を余儀なくされているのではないかと推測される。

5 雇用者の視点から

大型ショッピングセンターの誕生は地元の雇用を発生させるとの議論があるが、太田市のＩショッピングセンターのケースでみると、雇用者３，０００名のうち、パート・アルバイトが２，８２０名であり、正社員は５０名、専門店約１３０名である。高岡市のＩショッピングセンターでも雇用者２，５００名のうち、パート・アルバイトが２，３５０名であり、正社員は１５０名である。このうちパート・アルバイトの採用については、これまで務めていた企業からの移動であり、新規の雇用には結びついていない。

大型ショッピングセンターの進出に伴って地元商店街から失われると予測される雇用は数１０名から、場合によっては１００名を超える可能性もあり、大型ショッピングセンターの誕生が雇用の面で地域にプラスになると証明することは極めて難しいと考えられる。

また、長時間営業を基本とする超大型ショッピングセンターでは、テナントも同じ時間帯に営業することが要請される。必然的にそこで働く人々は深夜を

含む時間帯で長時間働くことを余儀なくされ、健康問題、家庭の問題、子供の教育問題などの悩みを抱える人が多くなり、さらには社員同士のコミュニケーションが取りづらく大変なストレスとなっている。このため地域の労働条件の改善には役立たない可能性が心配される。

大型店のテナントの90%以上が、営業時間の短縮を希望しているのが実情である。

6 地元消費者の視点から

地域に超大型店が出店すると、地域購買力のかなりのシェアを押さえる結果、地域の消費者物価をコントロールすることが可能となる。実際に超大型店が出店した地域で、消費者物価が安くなったことを証明することは極めて困難と思われる。

また道路は混雑し、若者が深夜まで集まるなどの社会問題も起きやすい。

7 地域の伝統と文化の視点から

長野市での超大型店出店予定地では、果樹栽培が盛んに行われており、特に桃の生産の割合が高い。桃の産出額は長野県の農畜産物のうち、9番目に多い45億円を占め、全国でも収穫量・出荷量は山梨・福島について3番目に多く、関東圏における1世帯当たりの年間消費金額は約2千円である。

出店予定地で栽培されている「川中島白桃」は、他の品種に比べて果実が肥大で、甘みも強く、日持ちが良い良質な品種であり、桃の中でも、全国1番のシェアを誇っている。しかし、せん孔細菌病にかかりやすく風にも弱いため、栽培には人手と手間がかかり、高い技術力が求められている。

その状況下において、収穫量では全国で10㍻あたり1,750kgであるのに対して長野県は1,810kgと生産性が高く、農地転用により、長野市の貴重なブランドが失われる可能性が極めて高い。

8 地域の環境と観光の視点から

超大型ショッピングセンターの集客範囲は、調査によるとかなり狭い範囲であり、地域間競争を引き起こすよりも同一商圏内の既存商店街を直撃、その急速な衰退を促すことが多い。

地域の伝統と文化を維持している在来の商店街が、もし大型ショッピングセンターの誕生によって衰退することがあるならば、その失われるものの大きさを

は金銭や固定資産税の大幅な減少などでは計測できないものと考えられる。

伝統文化を失った街はゴーストタウン化し、治安の悪化、青少年の教育問題、高齢者の生活問題などの様々の面で社会的なコストの上昇が予測される。また、信州の風土を求めて訪れるであろう観光客にも深い失望を与え、強いては長野冬季オリンピック以来高まった日本・世界からの信州への評価を大きく傷付けることであろう。

50,000㎡規模の大型郊外店（駐車収容台数3,250台、商圈人口約47万人）が立地した場合、この大型店来店に伴う自家用車の利用による二酸化炭素の排出増加量は1年間で31万トンと試算され、地球温暖化に深刻な影響を及ぼすと思われる。さらに、超大型店での電力等のエネルギー消費は膨大なものとなる。超大型店からの長時間に渡る光の放散は、周辺の植物や環境に多大な影響を与えることが予想される。

また、優良農地にバラスを入れ、コンクリートで固めてしまうことは、優良な農地や緑地が再び我々の手に帰らないことを意味し、食料自給率問題や地域の環境問題が重視される21世紀の社会の価値観に逆行するばかりでなく、未来の世代からの評価に耐えられない決断をしてしまう可能性が極めて高い。

第3部 委員、議員の意見（業種別・アンケートによる回答）

<サービス業>

- (1) 高岡市の例を見るまでもなく、中心商店街の衰退は著しく、中心市街地の賑わいを取り戻そうとしている長野市にとって大変なマイナスである。仙台市などが行っている「スモールタウン構想」を早急に実施し、郊外における大型店を規制して、中心市街地における税制面等での大幅な緩和を行い、市街地の賑わいを取り戻すような制度の実施を計るべき。スモールタウン構想を実施している市町村の成功例を学び、長野市とともに進むべきではないか。
- (2) 今、長野市で大変な出来事があると寒気をもよおした。長野市の商店主はどうなるのか。昔と違い、大型店の規制がない今、商工会議所の役割は大きい。これを防げない場合は、商工会議所の存在意義が問われる場面もあろう。
- (3) 大型店出店計画は規模からいって調整の次元を超えている。長野市は大型店の売場面積比等も大きく適正ポイントを超えている。また、市として中心市街地の活性化に関係機関はエネルギーと知恵を集中すべき時。従って本計画には正面から反対せざるを得ない。調整での縮小は先方の各地展開の思想からいって無意味では。
- (4) 大型店の進出はいわゆる都市・市街地の望ましい街の形成の観点から大問題であると思う。しかし、既存商店街が大型店に代わる魅力ある活動をしているかといえ、これは全くと言っていいほどその熱意を感じることは出来ない。この状況下では消極的な意味で大型店進出を認め、これを刺激として既存商店街の商業は必死の努力を求めるのも仕方ない考える。外圧を排除するだけでは本質的な解決にならず、甘えの構造を残すことは、長野にとって最も重大な結果を招くことになるのでは。（大型店出店に消極的に賛成）
- (5) 超大型店の出店に伴い、市内商店街、商店の衰退は、さらに深刻なものとなる。出店の影響は商業のみならず地域社会の変容、文化、市政の今後にも及ぶものである。したがって、新、旧長野市のバランスのとれた発展のためにも超大型店の出店には絶対反対である。

- (6) 調整区画は都市計画の法律目的のために出来たもので、開発を抑制すべき地域としたのが趣旨である。開発ができないところは農地として農地法適用地域として残る一方、取り扱いとしては一定面積以上で商業施設が開発できることになっているから、既存商業者はこれを止めようと大局的に農地を将来の食糧自給計画的な考えを大義名分として、農地の開発を防止し、大型店舗の進出を食い止めようとする。しかし、調整区域は本来開発を抑制する地域である。法律は公共施設の効率のために乱開発防止を建前とし、同時に当時は法律制定の背景として、地価の高騰があり、資産インフレの時代であった。現在は資産デフレで法律の狙いが失われた。今は都市計画法の線引きは骨抜き時代であり、調整区域の市街化地域編入を市長が出来る時代である。むしろ、市長に調整区域内のビジョン計画を策定させ、議会が承認し、調整区域といえども開発について将来ビジョン計画に沿った拘束を設け、本来の趣旨である乱開発防止を建前として、調整区域内の住居と商業立地の秩序を確立すべきではないか。

<水産・農林業>

- (1) 本ショッピングセンターは規模において、県内・県外にもあまり類を見ない稀に見る大きさを地元商業専門店のみならず、既存大型店にとってもその影響は計り知れない。地元商業に対しては、決定的なダメージともなりかねず、加えて未だ他県に比べ十分とはいえない道路事情を考えると県外車も含めた他地域からの車の流入増加による交通渋滞等も懸念される。北信以外の県内外の集客も視野に入れて議論されるが、地元住民にとってこのような超大型のショッピング施設が必要か、疑問といえるのではないかな。

<建設業>

- (1) 郊外大型店の進出はやはり時代の流れであり、市民のニーズがあるのなら止むを得ないのではないかな。本市における商業取扱量はほぼ横這いで、大型店が業務を開始したとしても増大は見込めない。したがって既存商業と新規商業が顧客をめぐる獲得競争になる。そこで新規出店計画者に「後出しジャンケン」のハンディを負っていただきたい。

内容 1 : 規模は計画の 50 ~ 60 % 程度。

2 : 長野市に税金をたくさん払ってもらう。

(「何々税」の新設など)

- (2) 建設業界の立場からすれば直接我々の仕事にならなくても、業界関係者が潤うことになると思われるため賛成である。また、一市民としてもそれぞれの大型店が競い合ってより品質の良い安価な品物を提供してもらえるという観点からは賛成である。既存の中小小売業が資本の差によって潰されるという論理は避けるべきではないか。方法論はわからないが、同等の立場で競争できるよう行政が指導・支援・協力すべきである。商業関係のみならず、小売業以上に悲惨な建設業についても取り上げてほしい。
- (3) 社会の要求が多様化してきている今日、今までの考え方を押し進めようとすることに無理が生ずると考える。新しいこと、変わったことに対して必ず反対の力が発生するが、その力に対して対応していくことが企業人のパワーである。反対する理由が明確でなく、曖昧である以上、反対することはしない。
- (4) 大型店出店に反対。小売業者の育成を最初に考えるべき。また、地元業者も消費者へのサービスをもっと大事にすべき。
- (5) 都市の成長は経済の発展に伴い、インフラ整備とともに拡大し、従来の地域資本による経済社会の基盤を大きく損なうことなく歴史を重ねて発展し、利便性の高い住み良い社会を形成してきた。しかるに、近時大型店進出の思想は過去の歴史に関係なく、構造改革を強いる米国型エゴ丸出し商法であり、予想される結果は、地域経済の破綻を誘導し都市の荒廃に組みする結果に到る。このような地域の未来に責任を持たぬ計画には断固反対である。
- (6) 大型店の出店に反対する。

< 卸売業 >

- (1) 今、中心市街地の活性化の問題に長期的に取り組んでいる折、郊外への超大型店の出店計画である。反対しても進出してくるし、進出した後は採算が合わないと、お願いしても撤退してしまう。だからこそ、中心市街地の活性化を成功させなければならない。商工会議所としても断固反対すべきである。イオン高岡はさながら大きな街が郊外に急に出現した感じで、飲食店・ホームセンター・スポーツ店等々、ただただ脅威である。

(2) 大型店の出店に際しては、消費者の買物動向が新しい場所に変更になるため、市民の安全と利便のため、市は苦しい財政の中から道路・上下水道等公共施設への資金投入を余儀なくされる。また、地元発生の企業でないため、利益のあるときは営業を続けるが陰り始めると最大限の努力はせずに祭りの夜店のごとく引き上げてしまう。跡処理も莫大な経費がかかる。企業の勝手な計画により住民の税金が使われたり、日常の買物動向を変えさせられたり、全く良いことではない。昔からの近所の八百屋さんや魚屋さんが次々と姿を消した時代を長野市民は見ている。(大型店だけが原因ではないが。) しかしもっと困ることは郊外店が田畑を砂利やセメントで潰してしまうことである。潰した田畑は二度と元には戻らない。

(3)

- 1 . 消費者サイドから見れば歓迎される。
- 2 . 出店は止むを得ないが、面積を大幅に縮小する。
- 3 . 長野市の発展は、善光寺・松代・小布施と周辺の豊かな観光資源を生かす展開を充実させる。
- 4 . 善光寺を軸とした長野中心市街地を活性化し楽しさのある街づくりをする。

(4) イオン高岡 SC 開店 1 年後のアンケート結果によれば、超大型店は広域から集客しておらず、市街地は衰退している。長野らしい若者も高齢者も楽しめる賑わいのある街づくりには、超大型店はマイナス。

< 製造業 >

(1) 地域経済の低迷が著しい中、地域経済を活性化するために、長野市の場合、特に善光寺に通じる中心市街地再生を目的とした再開発を実行している際に、地元から所得を吸い上げるような大型店の出店には断固反対である。元々、大型店は自社のみの利益を追求し、地元経済とは相反するものであり、都合による撤退によって翻弄される時代ではなくなってきている。地域経済の育成を戦略的に考えるべき。

< 小売業 >

(1) 世界各国で市場経済の波が高まれば高まるほど、競争が激しくなることは必然的であり、それだけに秩序ある公正な競争が維持されなければなら

ない。ここ数年、都会でもデパートなどのいわゆる大型店への来店者は毎年減少し続けており、反面、中小の特色ある専門店が伸びているといわれる。それだけに専門店は専門店らしく自信と信用を持ち続ける努力をすれば大型店の出店自体は恐くない。高齢化社会になればなるほど近い専門店を選ぶ時代になるのではないか。

(2) 無秩序な大型店の郊外出店は中心市街地の空洞化を助長し、街の発展に下記のような多大な悪影響が想定されるので反対。

- 1．中心市街地にある中小小売業に壊滅的な打撃を与える。
- 2．長野市の主要産業のひとつである観光への悪影響により、県外の資金の流入が減る。(多くの店のシャッターが昼間から降りたような寂れた商店街は観光客にとっても魅力が乏しく観光客の来街の減少に繋がる)
- 3．今後、高齢化社会が一層進行するにつれて、公共交通機関が整備されている中心市街地は、以前に増して役割が増大するが、スプロール化により商業面のみならず、街の利便性が減少する。(マイカーでしか行けない地区のショッピングセンターは高齢者には利用しづらい)
- 4．郊外への出店は上下水道・道路建設などインフラの整備が必要になり、それだけ行政コストが増大する。
- 5．将来、中心市街地の地価の下落により、固定資産税が減収となる。
- 6．長野銀座 A 地区 (TO GO) にも悪影響が出る。銀座地区再開発への市の投資効果が無駄になりかねない。(市の支出 24 億円の投資効果を減殺してしまう恐れがある)
- 7．現在対象となっている企業は店舗のスクラップを比較的安易に行っており、業績が悪ければ撤退する可能性が高く、出店予定地がゴーストタウン化する恐れがある。(全国で今年度は前期と同数の 15 店程度の閉鎖を検討中)
- 8．中心市街地の活性化は国の重要施策のひとつになっており、今こそ「中心市街地の再構築」に官民挙げて真剣に取り組むべきときであるが、その流れに逆行する。
- 9．深夜営業・24 時間営業による周辺環境の悪化が懸念される。
- 10．優良農地の減少と自然環境の悪影響が起こる。

(3)

- 1．郊外への超大型店の出店は凍結してもらいたい。
- 2．行政は勧告程度でなく、超大型店の郊外への出店を断固として凍結すべき。

- 3．自由競争はある程度必要だが、過度になると社会的悪になる。
- 4．東福寺地区のイオン大型店は売場面積 70,000 m²といわれているが、これはながの東急百貨店 16,995 m²、イトーヨーカドー 11,220 m²、長崎屋 13,712 m²、ダイエー 11,495 m²、ベイシア 16,313 m²、合計 63,735 m²より大きい。
- 5．中心街の商店街にイオン大型店の敷地面積が匹敵する大きさである。長野駅～大門町中央通り 15㍍、駅前の商店街 3,6㍍、権堂商店街 2,4㍍、合計 25㍍。これはイオンの開発面積と同じである。
- 6．市内小売店舗面積のうち、現在大型店の占める割合は 55%、これ以上大型店の出店は困る。
- 7．イオン大型店の年間予想売上高は 200 億といわれているが、これは、ジャスコ、イトーヨーカドー、長崎屋、ダイエー、ベイシアの売上合計と同じである。
- 8．既存大型店、既存商店に対して悪影響を及ぼすことは必至である。
- 9．中心商店街、優良農地は当市の宝であるので、壊滅的な影響を受けることは困る。
- 10．長野市にとって中心商店街、優良農地は大事にしなければならない。
- 11．コミュニティ活動に協力しない大型店の設置はコミュニティにとって意味はない。
- 12．都市間競争は大型店を設置することでなく、都市の魅力をいかにつけるかが大事。(観光・名所・街づくり等)

- (4) 県外大型店が進出することに反対する。優良農地を潰し、地元の既存の業者を価格勝負で追い込み、撤退(廃業)させる。数年後(10 数年後)採算が合わなくなれば、撤退。瞬間的には雇用の増加と消費者の利便もあるかもしれないが、利益は県外に持ち出せれ、撤退した後を考えれば、トータルでは地域に恩恵はない。便利の後にリアクションとして以前より増した不便・不利益・不都合が残る。

<金融・保険業>

- (1) 郊外型超大型店(イオン)の出店計画については、賛成・反対分かれるところ。消費者サイドでは既存商業施設への不満から(一部は市外・東京へ行っている)快適・便利な大型複合店への期待感は強い。
- 反対意見は、施設があまりにも巨大であり、中心市街地をはじめとして、その影響は深刻なものが予想されることにある。
- 中心市街地は郊外型とはベースが異なり、歴史・行政機構・交通機関に

恵まれ、マンションの回帰、信大中心の市街地への展開とあいまって行政の支援を得ながら、新しい展開を始めてきている。

問題は、都市計画にある。本計画地は、市街化調整区域であり、農業振興地域であるが、25㏊という大優良農地を潰してまで大型施設を作る必要があるのか、日本の食糧自給率の低さの問題、自然環境の問題であると同時に、農業従事者・地権者の意識の問題でもある。どちらも非常に高いレベルで決定されたものであり、簡単に変更されるべきものではない。

また、超大型店の出店は地域全体の構造・形へ影響を及ぼし、今回申請のある他の大型店や中心市街地の大型店を含め、大型店同士による過当競争を呼び、大型店の空き店舗問題やローサイド空洞化の可能性も大いにありうる。

大型店は単に消費者満足だけではなく、地域全体の構造・形にも責任を持つ時代であり、その地域戦略・意志についてしっかり確認しておく必要があり、慎重な対応が必要と考える。

大型店出店に関して大型店問題検討委員会での意見

- ・ 70,000㎡の大型店の出店は、新しい需要の拡大につながるわけではなく、これ以上のオーバーストア化は消費者の取り合いである。
- ・ 地域の活性化のための競争は必要であるがオーバーストアによる競争はいらない。
- ・ 地域が成り立ってきた過去のプロセス（大型店出店の際の長野方式）を考慮しなければならない。
- ・ 一般市民・消費者の意見が必要である。
- ・ 県外から見て、長野県は出店しやすい場所であると認識されており、これは魅力ある街づくりが足りないということではないだろうか。
- ・ 県外資本は、採算によって撤退を考え、ビジネス中心であって、決して地域の振興については考えていない。
- ・ イオンのような大型の県外資本は、地域との意見交換で即座に意見・反応がでにくい。
- ・ デベロッパー主体であり、人の流れが崩れ、都市計画から外れることになる。
- ・ 大型店に入るテナントはナショナルチェーンが主体であり、これ以上のナショナル化は日本の均一化・均質化になって、地域の独自性が失われていく。
- ・ テナント契約は6年である。地元業者は入店しにくい。
- ・ 深刻な交通渋滞の問題が発生するのではないだろうか。
- ・ 地元の利はあるか（建設・テナント・納入業者）。また地権者や一般市民はどのように考えているか。
- ・ 今ある施設に対していかに力を注いでいくかが大切であり、現状の店舗の活性化が必要である。

- ・ 大型店が主張するように、商業圏を広域に広げていくのは困難であり、結果的には、市内の消費者が中心になる。
- ・ 中心市街地も楽しいまちづくりが必要である。
- ・ 個々の商工業者は、出店する大型店・入店テナントに対する知識が浅い。
- ・ 開店当初は、興味本意で来客数があるかもしれないが、半年後、一年後どうなっているか保証はない。
- ・ 大型店の出店は将来子供達にどのような影響を及ぼすか心配。
- ・ 商いの原点は地域との協力のもと成り立つものなので、大型店の出店は商いの原点に反することである。
- ・ 商工会議所の姿勢を白黒きっちり出していくべき。
- ・ 歩いて生活していけるまちづくりが必要。
- ・ 消費者、テナント、地域の生産者、卸売業、農業者の意見を取り入れていくべき。