

# 熊本県大型店の地域貢献等に関する外部評価委員会報告書

地域貢献活動の実施状況、その他ガイドライン  
の運用状況についての意見とりまとめ結果

平成20年3月

# 報 告

熊本県商工観光労働部長 島田 万里 様

部長からの依頼に基づき、大型店の地域貢献等に関する外部評価委員会を設置し、大型店の地域貢献活動の実施状況、その他ガイドラインの運用状況について、意見をとりまとめましたので、報告します。

平成20年3月14日

熊本県大型店の地域貢献等に関する外部評価委員会  
会 長 宇野 史郎

- 目次 -

はじめに	1 頁
外部評価委員会に付託された案件と委員会活動	3 頁
付託案件 1 特定大型店の地域貢献実施状況の評価方法について	
（1） 評価の必要性	4 頁
（2） 地域貢献実績報告書等の記載内容の留意点	4 頁
（3） 評価方法の検討	4 頁
（4） 平成 18 年度実績の評価方法	5 頁
付託案件 2 平成 18 年度地域貢献実績の評価意見について	
（1） 平成 18 年度取組みの総合評価	
総括的な評価意見	6 頁
各地域貢献項目の評価意見	7 頁
（2） 他のモデルとなる取組事例	
地域ニーズを反映させるために地域住民等との話し合いの場を設置した事例	13 頁
NPO 法人の活動によりまちづくりへの協力を行っている事例	13 頁
熊本善意銀行への運営協力を行っている事例	14 頁
中心市街地活性化の取組みへ協力している事例	14 頁
商店街と連携したイベントを開催している事例	15 頁
テナント店舗全てが商工会に加入している事例 （加入率 100% の達成）	15 頁
いぐさ館を開設・運営している事例	16 頁
UD を積極的に導入している事例	16 頁
店舗外と国道及び市道の歩道清掃を毎日実施している事例	17 頁
ボランティア・サポート・プログラムにより国道の歩道清掃を実施している事例	17 頁
付託案件 3 大型店の立地に関するガイドラインの内容・運用状況に関する意見	
（1） 検討課題	18 頁
（2） 市町村意向調査結果	18 頁
（3） 検討課題に対する意見	18 頁
本委員会で論議されたその他の個別意見	
（1） 外部評価に関する個別意見	22 頁
（2） ガイドラインの内容・運用に関する個別意見	23 頁
別紙	24 頁

## はじめに

熊本県では、地域商業に大きな影響を与える大型商業施設(以下「大型店」という)が地域社会の一員として自らの役割を認識し、地域住民のニーズを十分踏まえて地域社会に貢献する取組み(以下「地域貢献」という)を進めていくことが重要であることから、大型店に対して地域貢献を求める「大型店の立地に関するガイドライン」(以下「ガイドライン」という)を、平成17年12月に策定した。

このガイドラインに沿って、県では、平成18年度に店舗面積1万㎡以上の大型店(以下「特定大型店」という)21店舗に対して、具体的な地域貢献に関する計画書と実績報告書の提出を求め、すべての特定大型店から関係書類の提出を受け、その内容を県ホームページで公表した。

熊本県のガイドラインに関する一連の取組みは、大型店問題を抱える各地域に対して、全国初の試みとして一定の評価に値するものであるが、報告された地域貢献についてどのように検証・評価し、県民に対して分かりやすく説明すべきか、併せて、ガイドラインの運用状況についても作成当初の目的に照らし改善の余地はないか等、運用開始1年を経過して点検、評価を行うこととなった。

本委員会は、このような要請から平成19年10月に熊本県商工観光労働部長の諮問機関として設置され、3回にわたり各特定大型店からの詳細な報告書の分析と検証及び事務局との意見交換、内部での議論を行い、その結果を報告書として取りまとめたところである。

そもそもガイドラインは、現行大規模小売店舗立地法の運用指針の改定に際して、国の審議会から「大型店には企業の社会的責任として地域社会への貢献が期待される」旨の考えが示されたことから、県においても、地域密着型産業である小売業を営む大型店と地域社会の共存を進めるために、大型店の主体的な取組みとして策定されたものである。

しかしながら、ガイドライン自体が法的拘束力を持つものではなく、また、大型店や地域の状況もそれぞれ異なるため、期待される地域貢献も一様ではない。

一方、ガイドラインに基づき地域貢献を実施し、県に報告した特定大型店にとっても、何の評価や地域からの反応もなければ、地域貢献も形式的なものになってしまう。

こうしたことから、地域社会と大型店のよりよい共存関係を構築するためにも、地域住民と大型店の双方にとって分かりやすい評価を行うことが重要と考える。

大型店と地域の問題は、改正都市計画法の施行により今後まちづくりの観点からの変化がみられるものと思うが、大型店の多店舗展開が、商店街をはじめとする地域社会へ少なからず影響を与えている現状において、大型店と地域住民の双方がガイドラインを理解、尊重し、よりよい地域社会の形成に資することを期待するとともに、県に対しては本報告書による適宜の見直しと円滑な運用を本委員会として要請する。

平成20年3月14日

熊本県大型店の地域貢献等に関する外部評価委員会 会長 宇野 史郎

委員名簿(50音順)

井川 昱信 (熊本県商工会連合会 専務理事)  
宇野 史郎 (熊本学園大学 商学部教授)  
斉藤 信子 (熊本消費者協会 事務局次長)  
坂口 真理 (熊本消費者協会 副会長)  
瀧下 チズノ (熊本県民生委員・児童委員協議会 副会長)  
竹熊 猛 (熊本県農業協同組合中央会 営農生活センター所長)  
永田 昭三 (熊本県商工会議所連合会 専務理事)  
中間 宏満 (八代市商政観光課 課長)  
西 英子 (熊本県立大学 環境共生学部准教授)  
原田 博徳 (嘉島町企画情報課 課長)

## 外部評価委員会に付託された案件と委員会活動

### (付託された案件)

- 1 特定大型店の地域貢献実施状況の評価方法について
- 2 平成18年度地域貢献実績の評価意見について
- 3 ガイドラインの内容・運用状況に関する意見について

### (委員会活動)

- 平成19年10月25日 第1回外部評価委員会  
平成19年11月29日 第2回外部評価委員会  
平成20年 2月22日～ 個別意見集約  
平成20年 3月14日 第3回外部評価委員会、最終報告書提出

### (外部評価に使用した資料)

- (1) 平成18年度地域貢献計画書(21店舗)
- (2) 平成18年度地域貢献実績報告書(21店舗)
- (3) 立地市町村及び商工団体による評価(アンケート調査結果)
- (4) ガイドラインの内容・運用に関する市町村の意見(アンケート調査結果)
- (5) ガイドライン運用に関する特定大型店の意見(アンケート調査結果)

平成18年度地域貢献実績報告書を提出した既設特定大型店(50音順)  
対象店舗の21店舗全てからの提出あり

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| ①あらおシティモール(荒尾市)                | ⑪セキアヒルズ(玉名郡南関町)          |
| ②イオンモール宇城バリュー(宇城市)             | ⑫ダイエー熊本店(熊本市)            |
| ③イオンモール熊本クレア<br>(上益城郡嘉島町)      | ⑬ダイエー熊本下通店(熊本市)          |
| ④イオン八代ショッピングセンター<br>(八代市)      | ⑭鶴屋百貨店(熊本市)              |
| ⑤くまもと阪神(熊本市)                   | ⑮ハイパーモールメルクス山鹿<br>(山鹿市)  |
| ⑥SAKODA ホームファニシングス熊本店<br>(宇土市) | ⑯ホームセンターサンコー本山店<br>(熊本市) |
| ⑦サンリブシティくまなん(熊本市)              | ⑰本渡ショッピングセンター<br>(天草市)   |
| ⑧サンロードシティ(球磨郡錦町)               | ⑱ゆめタウンサンピアン店(熊本市)        |
| ⑨ショッピングプラザ宇土(宇土市)              | ⑲ゆめタウンはません店(熊本市)         |
| ⑩ショッピングプラザ菊陽<br>(菊池郡菊陽町)       | ⑳ゆめタウン光の森(菊池郡菊陽町)        |
|                                | ㉑ゆめタウン八代(八代市)            |

## 付託案件1 特定大型店の地域貢献実施状況の評価方法について

### (1) 評価の必要性

大型店は、地域との関係が深く、周辺住民や地域社会に与える影響等には大きいものがある。地域貢献は、あくまでも店舗側の自主性のもとで実施される性格のものであるが、その実施内容について第三者により評価することで、店舗側が気づいてない点も明らかになり、大型店と地域とのよりよい関係を構築していく上で必要と考えられる。

### (2) 地域貢献実績報告書等の記載内容の留意点

県に提出された地域貢献計画書、地域貢献実績報告書の記載内容について、留意すべき点があるので特記しておく。なお、以下のような留意点を押さえたうえで、効果的な評価方法を検討することとした。

店舗側が「自主申告」により記載した内容をそのまま公表する仕組みとしているため、文章の量や表現には各店舗により差が見られるが、敢えて標準化といったような調整等を行っていない。

ガイドラインでは、大型店に求める具体的な地域貢献策について項目等を示してはいるが、実施内容の評価については、達成目標・水準等の基準までは示していないため、実施度・達成度を点数化するといったような方法で定量的に図ることができない。

### (3) 評価方法の検討

評価方法については、委員会では、まず一般的と思われる方法について各種検討を行ったが、いずれも何らかの課題が見受けられ、今回の採用には至っていない。

#### 店舗ごとに評価を点数化する方法

ガイドラインは評価基準を示しておらず、また地域貢献内容が多岐・多様であり、質や量、達成度を測る基準設定が難しく、店舗ごとの評価の点数化は困難。

#### 店舗ごとに相対的に評価する方法

地域貢献実績があくまで自主申告であること、実際の取組み内容に優劣をつけることが困難なケースが数多く存在するために、相対的評価についても困難。

#### 地域住民等の意見を踏まえて評価する方法

今回は立地市町村及び商工団体の意見聴取を行った。意見が出された分野に偏りがあり、全体を評価するに足りるだけの情報が得られなかった。地域の声は重要な要素であり、今後どのような意見聴取方法がよいのかさらに研究する必要がある。

#### (4) 平成18年度実績の評価方法

以上のような論議を経ながら、今回の評価方法としては、次の通りとした。

外部評価の目的は、地域ニーズに沿ったさらなる地域貢献を促進するために行うものという視点に立ち、次のように関係資料の分析により総合的な意見を述べるとともに他の店舗のモデルとなるような取組みについて紹介することで、今回の評価意見とする。

##### 2.1 店舗全体の取組み状況に関する全体評価

各店舗から提出された関係書類や市町村、商工団体の意見を元に、実施状況に対する委員会としての意見をとりまとめる。

##### 地域貢献の実例の集約

ガイドラインが大型店に求める具体的な地域貢献策14項目ごとに各店舗の類似の取組みを集約整理して、地域貢献の現状を把握したうえで委員会としての意見をとりまとめる。

##### 地域から評価され、他の店舗・地域のモデルとなる取組み

各店舗の取組みから地域の実情に即した地域貢献を実施しているモデル的な取組みを紹介する。

##### その他個別意見

委員会において各委員から提出された個別意見について、上記評価意見には含まれなかったものの、今後の参考として有益なものについては、個別に取り上げることとする。



## 付託案件2 平成18年度地域貢献実績の評価意見について

### (1) 平成18年度取組みの総合評価

#### 総括的な評価意見

「大型店の立地に関するガイドライン」は、小売業が地域密着型産業として地域に根付き永続的な経営がなされることを期待し、大型店に指針として示されたものである。元々社の経営方針として地域貢献に取り組んでいた店舗もあるが、このガイドラインによって、取組みの方向性が明確になり、地域貢献がより促進されていると感じることができた。大型店へのアンケート調査でも21店舗中15店舗がそのように答えている。また、地域貢献を実施した結果として、地域住民等との関係も良くなったとする店舗も13店舗あり、大型店と地域とがより近づいてきたのではないかとと思われる。

今回評価するに当たって、大型店が所在する市町村や商工団体の意見についてもアンケートによる調査を実施した。このような意見を調査することは今回が初めてのことであったため、全般的に意見の数は少なかった。日常的に大型店の地域貢献の取組みや県のガイドラインがあまり意識されてこなかったことによるものと思われる。

寄せられた意見を見ると、各種イベントへの参加・協賛や地産地消への協力については、ほとんどの市町村、商工団体とも好意的に評価している。一方、意見・要望としては、「青少年非行防止対策」、「商工団体加入」を望む声が多い。これらの点については、店舗側の自己評価との意識のずれが一部店舗で見受けられた。

地域貢献の実施状況を実績報告書から見ると、店舗によって様々な取組みが行われた旨の記述がある。取組み内容の濃淡やスケール等は様々と思われるが、前述した記載内容の留意点から見てこれらの内容を一括りに評価することは困難であった。

ただ、地域との共存による永続的な経営を期待する観点から、地域性の高い項目について見ると、例えば地産地消や地域イベント参画等については、地域との連携がうまくいっているところでは、地元市町村等からも評価され、地域貢献がうまく機能していると言える。全体としてはよく努力されたとの印象であるが、一部店舗にあっては、地域イベントなど同じような項目でも市町村等から「もっと充実を」との声が出るなど、地域の期待に応えてない状況もあり、今後の課題といえる。

今回寄せられた意見・要望の実現や地域ニーズに沿った地域貢献をさらに促進していくためには、さらに店舗側と地元との距離感をなくし、双方向のコミュニケーションを活性化させることが重要であると考えられる。特に、県外資本の店舗にあっては、商工団体等への加入など地域との接点を築き、経営責任者の顔が見えるようなコミュニケーションを図り、地域貢献策をさらに進めていただきたい。

## 各地域貢献項目の評価意見

### 1. 地域づくりの取組みへの協力

〔状況〕 全店舗において、各種イベントへの協賛や参加、場所提供、地域づくり団体への参画・協力など、各種の取組みが実施されている。このことは、多くの市町村や商工団体も認めているところであるが、一方で、いくつかの市町村・商工団体では「今後さらに充実すべき」との意見が見られた。

〔意見〕 大型店にとって、地域との共存という視点は重要な要素である。「イベントへ参加・協力した」との回答がある店舗でも、単に「商品提供した」ということで終わっているケースもあるように、地域住民や団体とのコミュニケーションが不十分なケースもあるようである。地域住民や団体との話し合いや各種のイベント、行事の際のコミュニケーションなどさらに心がけていただきたい。

〔取組み例〕 ・特定非営利法人(NPO)まちづくり「あら モ」の活動を通じたまちづくりへの協力(あらおシティモール)

・全国で初めて地域貢献協議会を設置(ゆめタウン光の森)

・店舗と中心市街地等を結ぶシャトルバスの運行(あらおシティモール、イオンモール宇城バリュー、イオン八代ショッピングセンター、セキアヒルズ、本渡ショッピングセンター、ゆめタウン八代)

・(社)善意銀行への運営協力(くまもと阪神、鶴屋百貨店)

### 2. 地域と連携した地域経済活性化の推進

〔状況〕 半数以上の店舗において、商店街や商工会等が実施する各種イベントへの参加、協賛、協力などを実施している。これも1. 地域づくりの取組みへの協力と同様、地元とのコミュニケーションがうまく取れているところが充実しており、立地市町村、団体からの不満も少ない。

〔意見〕 この中で、商工会議所や商工会への加入率が24%(平成18年8月)から41%(平成19年3月)に上昇したことは評価できるが、加入率50%に満たない店舗が半数以上の13店舗もあり、中には加入率0%の店舗もあるので、今後も商工会等への加入促進を進めていただきたい。

〔取組み例〕 ・中心市街地活性化への協力(くまもと阪神、鶴屋百貨店)

・商店街と連携したイベントの開催(ゆめタウン八代)

・設置者のみでなく、テナントを含む全ての店舗が商工会に加入し、加入率100%を達成(イオンモール宇城バリュー、イオンモール熊本クレア)

### 3. 県産品の販売促進・需要拡大への協力

〔状況〕 ほぼ全店舗において、県産品コーナー又は地産地消コーナーを設置し、県産品の販売促進に取り組んでいる。また、15 店舗が地産地消協力店の指定を受けており、地産地消の推進に向けて積極的な協力がなされている。市町村や商工団体からも評価する声が多い。

〔意見〕 今後においても、地域産品や県産品の販売促進は地域活性化の重要な要素であるので、地域の関係団体や生産者、地元卸問屋等との連携を図りながら積極的に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・いぐさ館の開設・運営(イオン八代ショッピングセンター)

・15 店舗が地産地消協力店の指定を受け、県産品の購入・利用促進に協力(あらおシティモール、イオン八代ショッピングセンター、イオンモール宇城バリュー、イオンモール熊本クレア、くまもと阪神、サンリブシティくまなん、ショッピングプラザ宇土、ショッピングプラザ菊陽、ダイエー熊本店、鶴屋百貨店、本渡ショッピングセンター、ゆめタウンサンピアン店、ゆめタウンはません店、ゆめタウン光の森、ゆめタウン八代)

・毎月第2週目の金・土・日曜日の「うまかー！熊本元気の日」に合わせてセールを実施し、活動へ参加(イオン八代ショッピングセンター、イオンモール宇城バリュー、イオンモール熊本クレア、ショッピングプラザ宇土、ショッピングプラザ菊陽、本渡ショッピングセンター)

### 4. 地域雇用確保への協力

〔状況〕 特定大型店には多数のテナントが入居しているため、フルタイム及びパートタイムを含めて地元から多数の従業員を雇用しており、地域雇用の確保に貢献している。

〔意見〕 パート・契約社員が大半を占めるなか、正社員との均衡処遇、さらには正社員化など、さらなる地域雇用の確保に努めていただきたい。また、「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づく身体障がい者又は知的障がい者の法定雇用率は一般の民間企業(常用労働者数 56 人以上規模の企業)で 1.8%であるが、その雇用率を満たしていない店舗が一部見られることから、障がい者の雇用の促進についても積極的に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・約3,500名(直営約1,000名+取引先約2,500名)の雇用確保(鶴屋百貨店)

## 5. 防犯・青少年非行防止対策の推進

〔状況〕 ほぼ全店舗で警備員等による巡回警備が実施され、また、半数以上の店舗において防犯カメラの設置がなされており、防犯・青少年非行防止対策が実施されている。ただ、青少年の万引きについては、増加しているとの声もあり、市町村からもその対策強化を望まれている。

〔意見〕 地元警察や学校等と連携の上、なお一層の防犯・青少年非行防止対策に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・荒尾警察署より万引き防止のモデル店として指定され、防止に努めている(あらおシティモール)  
・サンロードシティ防犯連絡会を設立し、PTAによる店内パトロールを受け入れ(サンロードシティ)  
・宇城市青少年育成市民会議に入会し、青少年育成活動に参加(イオンモール宇城バリュー)

## 6. 地域防災への協力

〔状況〕 全ての店舗において地域防災協力への認識は高いが、具体的に県や市町村と個別協定を締結している店舗は少ない。

〔意見〕 特に大規模な駐車場を備えている店舗においては、一時避難場所等への提供が考えられるため、今後は、市町村の防災担当部署と相談しながら、緊急時の対応をマニュアル化するなどの対応を求めたい。

〔取組み例〕 ・13店舗が県と災害物資調達協定を締結(イオン九州(株)、(株)イズミ、くまもと阪神、鶴屋百貨店)  
・4店舗が市町と災害物資調達協定を締結(イオンモール熊本クリア、イオン八代ショッピングセンター、ショッピングプラザ菊陽、ゆめタウン光の森)  
・町と防災協定及び避難場所の提供協力に関する協定を締結(イオンモール熊本クリア)  
・台風時の退避場所として駐車場を開放し、400台の利用あり(ゆめタウン八代)

## 7. ユニバーサルデザイン普及への協力

〔状況〕 ほぼ全店舗において可能な範囲でUD施設やUD普及に努められているとの報告であるが、実態としては疑問が残る。比較的新しい店舗においては建物建築時からハード施設のUDが導入されている。

〔意見〕 今後もすべての人を視野にとらえたユニバーサルデザイン(UD)の理念に基づき、普及推進に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・三カ国語による店内放送の実施(くまもと阪神)

・建物建設時に専門家の指導・監修に基づきUDを導入、併せてリーフレットを作成し、配布(イオンモール熊本クレア)

・県の実証実験「自立移動支援プロジェクト」への参加協力(鶴屋百貨店)

## 8. 環境対策の推進

〔状況〕 ほぼ全店舗において、店舗周辺の清掃活動やマイバック運動・簡易包装、分別収集によるリサイクルに取り組まれており、環境対策への意識は高い。しかし、光害対策については特別に対策を取っている店舗が少ないようである。

〔意見〕 近隣住民の安眠や隣接農地の農作物に配慮した照明の配置・方向等の調整に積極的に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・ふるさとの森づくりとして、店舗周辺への植樹・育樹活動を実施(イオン九州株)

・電池類のリサイクル回収率100%以上を達成(ハイパーモールメルクス山鹿)

・内勤職員による店舗外及び国道・市道の清掃を毎日実施(SAKODA ホームファニッシング熊本店)

## 9. 省エネルギー対策の推進

〔状況〕 ほぼ全店舗において、チームマイナス6%運動に参加し、空調温度の適切設定や過剰な照明の削減に取り組んでいる旨の報告であるが、実態としては疑問も残る。

〔意見〕 商業施設という性質上、省エネルギーは取組みにくい課題と思われるが、特に無駄と思われる点を重点に、できる限り省エネルギー対策に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・店舗時間の1時間短縮(サンリブシティくまなん、ダイエー熊本下通店)

## 10. 交通対策の実施

〔状況〕 約半数の店舗においては交通整理員を配置し、交通渋滞対策を実施しているが、特に郊外型店舗では、週末等多数の自家用車来場による交通渋滞、混雑が見られるところであり、市町村や商工団体からも対策強化を求められている。

〔意見〕 交通整理員の常時配置或いは混雑時間帯に交通整理員の増員を行う等の交通渋滞対策の措置を講じていただきたい。

〔取組み例〕 なし

## 11. 景観形成、街並みづくりへの協力

〔状況〕 ほぼ全店において、熊本県景観条例や熊本県屋外広告物条例等を遵守のうえ、景観を阻害しないよう配慮しているとの報告である。また店舗によっては植樹や育樹活動を行い、景観形成に貢献している。

〔意見〕 今後も法令等を遵守し、景観形成、街並みづくりへ積極的に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・道路管理者である国土交通省熊本河川国道事務所とボランティア・サポート・プログラムの協定を締結し、店舗前国道の歩道清掃を実施(イオンモール宇城バリュー(ジャスコ小川店)、ショッピングプラザ菊陽(ジャスコ菊陽店))

## 12. 核テナント撤退や店舗閉鎖時の対策

〔状況〕 対応状況なし

〔意見〕 核テナントの撤退や店舗閉鎖という事態は、店舗側にとっては想定しがたい事柄であるが、店舗閉鎖等が地域の雇用や取引、環境面等で与える影響の大きさを考えると、地域住民にとって店舗の閉鎖は常に不安要素である。そこでガイドラインはそういった事態の情報の早期提供や対応策を求めているところであるが、今後の対応としては、撤退や閉鎖時の対策については予めマニュアル等を作成し公開するなど、具体的対応方針を示していただきたい。

〔取組み例〕 なし

## 13. 情報公開の推進

〔状況〕 全店舗においてホームページやガイドラインに基づく情報公開を実施し、お客様の意見等にもメールや掲示板等にて真摯に回答をされており、店舗側からの情報提供についてはよく配慮がなされている。

〔意見〕 今後はこの姿勢を維持しながら、店舗側からの情報提供が一方通行とならぬよう、消費者等から直接意見を聞く場を設けるなどの取組みの実施に努めていただきたい。

〔取組み例〕 なし

#### 14. その他の対策

〔状況〕 1～13までの項目以外のその他の対策として 17 店舗から取組み実施状況の報告があった。その内容は福祉活動や社会・職場体験学習や各種文化・スポーツ振興、相談会の開催など多岐に渡っているが、大型店が独自に取り組まれている活動がほとんどである。

〔意見〕 今後もガイドラインの主旨を踏まえ、大型店側からの一方的な地域貢献のみならず、地域の要望等を踏まえた地域貢献活動に積極的に取り組んでいただきたい。

〔取組み例〕 ・社会福祉基金等による福祉活動を実施し、県内14施設に約63万円相当品を寄贈(イオン九州株)

・地域NPO団体への支援を実施し、県内94団体に約64万円相当品を寄贈(イオン九州株)

・各種芸術・文化催事を多数開催(鶴屋百貨店)

・行政サービス窓口への区画無償提供(イオンモール宇城バリュー)

## (2) 他のモデルとなる取組み事例

今後、大型店による地域貢献が更に推進されていくために、他の店舗においても参考になると思われる取組み事例を紹介する。

なお、これらの取組み事例は、実績報告書に記載されている取組みに限定した中から抽出している。

### 地域ニーズを反映させるために地域住民等との話し合いの場を設置した事例

取組み例 光の森地域貢献協議会について(ゆめタウン光の森)

ゆめタウン光の森店では、地域住民や学校、各種団体等の意見をガイドラインに基づく地域貢献や店舗運営に反映させるために、地域貢献協議会を設置。

#### 概要

- 1 設置年月日 平成18年10月18日
- 2 構 成 員 菊陽町、合志市、菊陽町商工会、合志町商工会、菊陽中学校、武蔵ヶ丘中学校、合志中学校、菊陽町内の周辺自治会、合志市内の周辺自治会、菊陽町男女共同参画社会さんさんの会
- 3 店舗側 ゆめタウン光の森店、テナント会代表、ベスト電器ほか
- 4 開催頻度 年2回
- 5 主な議題
  - ・市町村や地域団体等による地域活動
  - ・県産品の販売促進等
  - ・地域雇用確保
  - ・防犯・青少年非行防止対策
  - ・防災・交通安全対策
  - ・環境対策

### NPO法人の活動によりまちづくりへの協力を行っている事例

取組み例 NPO法人まちづくり「あら モ」について(あらおシティモール)

あらおシティモールが全国で初めて商業施設が中心となって平成15年に法人認証、設立した特定非営利法人まちづくり「あら モ」の各種活動によりまちづくりに協力している。

#### 平成18年度の活動状況概要

- 1 「あら モ」塾の開催(11月)  
赤星亮衛(絵本挿画家)の世界(荒尾市立図書館との共催)
- 2 「あら モ」ミニ講座の開催(毎週)  
NPO講座 押し花教室(体験講座) 創作能力お目覚め教室  
ビーズクラフト教室(体験講座) 健康教室
- 3 「あら モ」出前講座の開催(3回)  
くらしの中の「水の健康」教室 主婦のための「熱エネルギーの話」  
今、我が家の耐震を考える
- 4 絆づくり地域生活情報誌「きなり」の発行(隔月)



## 熊本善意銀行への運営協力を行っている事例

取組み例 (社)熊本善意銀行への運営協力について(くまもと阪神、鶴屋百貨店)

両店は、標記銀行の会員となり、会費の支払いや金銭等の預託により事業の運営に協力している。

(社)熊本善意銀行の概要

- 1 会員数 約110社
- 2 事務所 熊本日日新聞社内
- 3 事業内容

会員の会費収入のほか、多くの方々の善意の預託により運営されており、尊い善意に基づいて提供される金銭、物品の寄贈技術、ボランティア活動などを預かり、それをそっくり社会に払い出している。

預かった善意は、社会福祉施設、更正保護や授産施設、特殊学級などの充実のために使われるほか、理美容などの技術をもとにした奉仕活動や趣味を生かした慰問など、技術や労力も有効に役立てられる。

平成18年度は、善意銀行に692件、約3,200万円の預託があった。

参照 「熊本善銀だより第18号」2007年6月

## 中心市街地活性化の取組みへ協力している事例

取組み例 中心市街地活性化への協力について(くまもと阪神、鶴屋百貨店)

熊本市は改正中心市街地活性化法に基づき、平成19年5月末に新基本計画の国の認定を受け、各事業に取り組んでいるところである。

両店は、熊本市の中心市街地活性化に向けて組織されたまちづくり組織「すきたい熊本協議会」に参加し、また、まちづくり会社「株まちづくり熊本」にも出資することで、中心市街地の活性化への取組みに協力を行っている。

すきたい熊本協議会の概要

- 1 設立年月日 平成18年8月28日
- 2 会員数 14団体・企業
- 3 事業内容

熊本市中心市街地商店街築及びその周辺地区の多様な活動主体が共に手を携えるまちづくりを推進し、人に優しい安全で快適な環境の形成、集客力の向上、地域経済の活性化及び生活文化の創造等を目的とし、まちづくりの将来ビジョンの研究、まちづくり計画の策定、まちづくり活動やイベント実施などの活動を行っている。

### まちづくり熊本の概要

- 1 設立年月日 平成18年12月26日
- 2 主な株主 (株)県民百貨店、(株)鶴屋百貨店、(株)肥後銀行、熊本市、熊本県、熊本商工会議所ほか
- 3 事業内容

改正中心市街地活性化法に基づき、官民共同のまちづくり機関として設立されたもので、熊本市中心市街地活性化協議会に参画し、基本計画に承認された事業を確実に推進するため調査研究や企画立案、コンサルト業務の実施などの活動を行っている。

### 商店街と連携したイベントを開催している事例

#### 取組み例 商店街と連携した共同催事の開催について(ゆめタウン八代)

ゆめタウン八代店では、1階催事場にて近隣中心市街地商店街の数店舗が出店する「八代うまかもん市」を共同で開催しており、平成18年度は5月・9月・10月の3回実施した。主に週末開催となるが、開催に合わせてチラシへのロゴ下掲載や店舗内でのハンドビラ配布といった広告協力も行っている。

また、チラシのロゴ下には市役所や商工会議所からの依頼事項(例:全日本柔道男子強化合宿開催)も掲載し、商店街のみでなく、地域と連携した取組みを実施している。

### テナント店舗全てが商工会に加入している事例(加入率100%の達成)

#### 取組み例 商工会への加入について(イオンモール宇城バリュー、イオンモール熊本クリア)

両店は、設置者単独の店舗を除き、テナントの店舗全てが商工会に加入している商工会加入率100%の店舗である。

両店に出店する各テナントはテナント会に必ず入会し、毎月テナント会費を支払うこととなっているが、そのテナント会費から各テナントに了承を得たうえで、商工会費を支払う仕組みを取っており、商工会加入率100%が達成されている。

#### 概要

- 1 イオンモール宇城バリュー  
設置者・テナント99店舗の全てが小川町商工会に加入。
- 2 イオンモール熊本クリア  
設置者・テナント154店舗の全てが嘉島町商工会に加入。加入テナント数は3店舗から154店舗へと大幅に増加した。  
平成18年12月に商工会との加入協議を開始したが、実際に151店舗が新たに加入したのは平成19年6月。

## いぐさ館を開設・運営している事例

### 取組み例 いぐさ館の開設・運営について(イオン八代ショッピングセンター)

イオン八代ショッピングセンターは、地産地消の取組みと地域社会貢献活動の一環として、「いぐさ館」をフロア1階に開設し、八代の「い草・畳表」の紹介といぐさ製品の展示販売会を実施している。

運営は、いぐさ館運営委員会(八代エリアのい業者、JA八代等)で行っており、その活動を県、八代市、氷川町が協力している。

このほか、年一回「くまもと畳表トーク」を開催しており、平成18年度は「くまもと誘友大使」「八代よかところ大使」の八代亜紀さんの出席のもと、12月26日に「第2回 くまもと畳表トーク」(主催:熊本県い業生産販売振興協会)を1階センターコートにおいて開催した。

#### いぐさ館の概要

- 1 開設日 平成16年11月25日
- 2 店舗面積 103.55㎡
- 3 営業時間 10時～19時 年中無休

## UDを積極的に導入している事例

### 取組み例 店舗へのUDの導入について(イオンモール熊本クレア)

イオンモール熊本クレアは、店舗建物建設時から熊本県公共的建築UD指針策定委員会の田中直人教授(摂南大学)を監修に迎え、UD検討会の開催、お客へのヒアリング等を実施し、積極的にUDを導入している。併せて、店舗のUDを紹介するパンフレットを作成し、配布も行っている。

平成19年度に県で実施された「くまもとUD大賞」では、応募76点から大賞(2点)、優秀賞(3点)、審査員特別賞(1点)、入賞(6点)の合計12点が表彰されたが、その大賞のうち1点がイオンモールクレアのUDである。以下県のホームページからの引用。

#### 審査結果

くまもとUD大賞(2点)

- ・イオンモール熊本クレアにおけるUD(イオンモール株式会社)  
メインモールの床を2種類としたり、わかり易いサインなど

#### 【審査員講評】

多様な利用者に配慮した設備の充実度もさることながら、開店してから2年間サービスを持続してきており、「今まで使えていた人がもっと使いやすくなる」環境を創出しているところが評価されました。

参照 熊本県HP,総合政策局,企画課,熊本県ユニバーサルデザイン(UD)・ネット [http://www.pref.kumamoto.jp/ud/htm/1-1udken/udtaisho/2007ud\\_taisho\\_kekka.html](http://www.pref.kumamoto.jp/ud/htm/1-1udken/udtaisho/2007ud_taisho_kekka.html),平成20年1月17日確認

店舗外と国道及び市道の歩道清掃を毎日実施している事例

取組み例 内勤スタッフによる清掃について(SAKODA ホームファニッシングス 熊本店)

SAKODA ホームファニッシングス熊本店は、店舗敷地が国道3号線と市道に接しているが、内勤スタッフ約40名が7～8名の交代で店舗敷地の清掃と合わせて国道3号線及び市道の歩道清掃を毎日実施している。

ボランティア・サポート・プログラムにより国道の歩道清掃を実施している事例

取組み例 ボランティア・サポート・プログラムによる美化清掃の実施(イオンモール宇城バリュー、ショッピングプラザ菊陽)

両店の核テナントであるジャスコ小川店及びジャスコ菊陽店はボランティア・サポート・プログラムによる国道の歩道清掃を実施している。

この制度は、国道の道路管理者である国土交通省熊本河川国道事務所と実施団体が協定を締結し、文書で決めた内容に基づき実施団体が実施区域の美化清掃等を行うものである。

概要

団体名	活動人数	路線名	活動場所・区間	延長	活動内容
ジャスコ小川店	20人	一般国道3号	下益城郡小川町河江イオンモール宇城バリュー前	上下線 L=1,000m	歩道の清掃
ジャスコ菊陽店	20人	一般国道57号	菊池郡菊陽町津久礼	上線 L=600m	歩道の清掃

参照 熊本河川国道事務所HP, ボランティア・サポート・プログラム  
<http://www.qsr.mlit.go.jp/kumamoto/road/vsp/vspframe.htm>, 平成20年1月17日確認

## 付託案件3 大型店の立地に関するガイドラインの内容・運用状況に関する意見

### (1) 検討課題

本ガイドラインは、平成17年12月に策定され、実質的運用が始まった平成18年4月から1年以上が経過した。県では、これまでの運用状況を検証し、さらに効果的な運用ができるよう改善を図っていく考えから、当委員会に意見を求められたところである。

検討課題となったものは次の通り。

千㎡超の大型店に対して特別に具体的な地域貢献を求めることについて  
特定大型店の店舗面積「1万㎡以上」の規定を引き下げることについて  
地域住民等と直接話し合う場の設置を要請することについて  
新設店舗に係る協議会設置期間を2年としたものを見直すことについて  
出店時に、退店時の具体的な対応策を求めることについて  
ガイドラインの市町村や県民への周知徹底について

### (2) 市町村意向調査結果

県では、市町村の意向を把握するため県内48市町村にアンケート調査を実施した。その概要は別紙の通りである。

この調査結果では、まず、「大型店に対し、行政として具体的に地域貢献を求めるべき」が28市町村、「必要ない」「分からない」が20市町村となった。さらに、地域貢献を求めるべきとした28市町村の対応策については、「個別に店舗と協定を結ぶ」が最も多く14市町村、個別に店舗側と話し合いの場を設けるなど「会議・協議会の設置」が4市町村などとなった。また、大型店の出店情報の入手時期については、「出店が計画された段階」が39市町村であり、ほとんどの市町村が早期情報提供を望んでいることが分かった。

### (3) 検討課題に対する意見

検討課題 千㎡超の大型店に対して特別に具体的な地域貢献を求めることについて  
特定大型店の店舗面積「1万㎡以上」の規定を引き下げることについて

#### 〔考え方〕

(ア) 大型店の立地に関するガイドラインでは、千㎡超のいわゆる大店立地法対象の大型店に対して地域貢献の自主的な取組みを促しているが、具体的にその実施状況を県が確認したりするものでなく、あくまでも自主性に任せている。

市町村の意向としては、地域貢献を具体的に求めることに賛否両論があり、これは、地域の実情、例えば地域と大型店のこれまでの関わり合いや誘致した店舗など、多様な事情を反映した結果とも思われる。

現行のガイドラインは、対象店舗面積を1万㎡以上としているが、1万㎡以上の店舗は

大規模な集客能力があり、一般的に地域社会の核として存在しているものであるため、理解を得やすいところがあったと思われる。

(イ) 次に、アンケート結果では、大型店の出店情報を早期に入手したいとの意向が示されている。また、委員からも、例えば5千㎡以上の大型店となると郡部地域では、地域に与える影響は大きく、遅くとも店舗着工前には地域の要望等を直接伝える機会が必要であり、早期情報提供を望みたいとの意見があった。

この点に関しては、店舗側の経営戦略とも関係するもので、あくまでも出店する店舗側の意向も尊重しなければならない。いつかの時点では、大店立地法等の関係法令に基づき手続きがなされるため、立地に関する情報が公になるものではあるが、法的根拠のない時点での早期情報提供を求めることになると、店舗側の理解を十分得ながら協力を求める必要があるだろう。

一方、店舗側にとっては、地域住民等へ早期の情報提供をし、住民側の意向に配慮した出店となるのであれば、地域との共存という視点からも好ましいものと思われ、店舗側もこういった点を理解していただく必要があるのではないかと思われる。

(意見)

千㎡超の大型店に対して地域貢献を求める場合、地域の実情に応じて、店舗側と個別協定を締結、或いは定期的な話し合いの場を設置するなどの対応も考えられる。

ただ、その際に市町村が独自の取組みを行おうとしたとき、或いは立地に関する早期情報提供を求めようとしたときには、大型店の理解と協力を得る必要があるため、大店立地法を所管する県は、そういった点で大型店の理解と協力を求める役割の一端を担わなければならないと考える。

以上のような観点から取組みが円滑に推進できるよう、ガイドライン上で大型店に理解と協力を求める内容を盛り込むことが望ましい。

検討課題	地域住民等と直接話し合う場の設置を要請することについて 新設店舗に係る協議会設置期間を2年としたものを見直すことについて
------	---

(考え方)

ガイドラインでは、特定大型店の新設や1万㎡以上の増設については協議会の設置を求めているため、課題となるのは協議会の設置を求めている既設の特定大型店や1万㎡未満の店舗についてである。

まず、大型店と地域との共存を考えたとき、地域の声を反映させるシステムを作ることは、地域住民だけでなく、大型店にとってもメリットになると考えられる。

地域の交通問題や防犯問題、あるいは環境美化などの地域課題については、大型店もきちんと対応すべき課題であり、また、社会的責任を負っているともいえる。そのためには地域の生活者等の意見を聞きながら実施されることがもっとも効果的な方法である。

話し合いの場の設定と聞くと、大型店にとっては地域からの苦情対応という一面も想定され、前向きに考えにくい点もあるが、課題を未解決のまま放置するよりも解決に向けた取組

みに努力されることの方が地域で永続的に店舗運営されていく上では必要なことである。

今回、モデル例としても「ゆめタウン光の森店」の協議会を紹介しているが、店舗経営責任者の意見でも、協議会を開催することで地域の声を聞くことができ、店舗運営にメリットがあるという評価である。

現行ガイドラインが示している協議会という形式にとらわれることなく、大型店と地域との話し合いの場、接点の場が確保されれば、これらの問題は解決できるものと思われる。例えば、市町村で現在設置している会議に大型店側にも参加してもらうとか、特定課題について、例えば青少年防犯対策として年数回会合を持つとか、いろいろ考えられる。市町村と大型店との間でどのような対応が可能なのか地域の実情に応じて対応されることが好ましいのではないか。

次に、設置期間の問題であるが、ガイドライン上では「2年間、その後延長するかどうかは協議会で決定する」としている。ガイドラインは、あくまで地域の自主性を尊重する考えであり、例え5年、10年という設定をしても本当にそれでよいのかという議論もある。また、店舗がある限り設置するというのも店舗側にとっては無責任な考えであると思われる。

現行ガイドラインの考え方に特に問題も生じていないという点では、あえて見直すべき積極的な理由もないところである。

〔意見〕

既存の特定大型店も含め、大型店と地域の話し合いの場が設定されるよう、或いは既存の会議・会合等に積極的に参加するよう大型店に理解と協力を求める旨、ガイドラインを見直すべきと考える。この場合、地域の実情に応じて対応されることが好ましく、必要ないとする市町村にも配慮しなければならないだろう。

県において、多様な設置例を示したり、設置した場合の運営のあり方等についても例示するなどして、具体的なイメージを示し、市町村や地域住民、大型店に理解を求めることが必要である。

次に、協議会の設置期間の2年規定については、現行通りで当面運用し、支障が生じるおそれがあるような場合に再検討していただきたい。

検討課題 出店時に、退店時の具体的な対応策を求めることについて

〔考え方〕

ガイドラインでは、退店時の対応として、「早期情報提供」「後継店確保」「従業員雇用確保」「取引先対応」「店舗閉鎖に伴う環境悪化対応」について求めている。

1万㎡を超えるような大型店舗は、地域の核として存在するものであり、そのような店舗の閉鎖等が地域社会・経済に与える影響は多大である。あらかじめ退店時の対応についてマニュアル化し、公表するなどして、地域住民等の安心感を醸成する取組みも必要と考える。

〔意見〕

ガイドラインのなかで、具体的な「マニュアル化」と「公表」を求めている。

検討課題 ガイドラインの市町村や県民への周知徹底について

〔考え方〕

ガイドラインは、大型店に対して地域貢献を要請するものであるが、これはあくまでも地域の問題であるという点で、大型店だけが知っていればよいというものでなく、地域の行政機関や住民等が本来知っておくべき事柄である。

〔意見〕

市町村に対しては、説明会等を行うなどして周知に努めていただきたい。また、地域住民にも様々な機会を捉えて周知に努めていただきたい。



## 本委員会で論議されたその他の個別意見

外部評価委員会では平成19年度中に3回の委員会を開催し、協議を行ったが、その中では各委員から様々な意見が出された。それぞれの意見を集約し、最終的に外部評価委員会の意見としてとりまとめたものが前々章、前章であるが、最後に、3回の委員会の中で各委員から出された主な個別意見についても掲載しておく。

### (1) 外部評価に関する個別意見

・地産地消については、ほとんどの店舗で取り組まれているが、地産地消コーナーの設置については、年間を通じて常時、青果を供給できない生産者(農業者)サイドの問題も絡むため、地産地消コーナーを設置しないからけしからんという評価にはならないし、そういった評価は危険である。

・委員からの意見・提案を各店舗に返す、賞を設けて表彰する、一定基準を満たす店舗に「地域貢献推進の店」シールを配布する、といったような制度とすれば、店舗側のモチベーションも上がるのではないかと。また、県行政への取組みも基準に加えてはどうか。

・店舗の取組みについて、行政施策に関する評価であればできると思うが、店舗の地域貢献に関する評価であれば難しい。

・ゆめタウン光の森の地域貢献協議会については、とてもよい取組みであり、管内の他店舗にも直接、協議会の設置をお願いしてみたい。

・地域貢献の評価となると、大型店の商圈規模を考えると、立地市町村からだけの評価では難しく、隣接市町村を含めた広域的な評価が必要ではないかと。

・地域防災への協力は店舗側が働きかけるのではなく、市町村(行政)から大型店に働きかけるべきであり、両者を繋ぐ懇談会等の場が必要ではないかと。

・各店舗から提出された実績報告書のデータから見れば、全ての店舗が各項目の取組みについてよくやっているということになるが、実際の取組みの内容・中身についてはレベルに差がある。よって、取組み実施率100%といった数字を出すと数字が一人歩きし、外部評価委員会が誤ったメッセージを出すことになる。

・次の段階では店舗への現地調査が必要である。

・優れた取組みについては紹介した方がよい。

## (2) ガイドラインの内容・運用に関する個別意見

- ・今回、委員の就任を受けてから初めて「大型店の立地に関するガイドライン」の存在を知ったし、回りの者も同様に存在を誰も知らなかった。県民へのPR、周知をすべきである。
- ・ガイドラインは行政と商工団体のみで終わっており、消費者が入っていない。消費者を巻き込むような仕組みづくりが必要である。
- ・大型店だけに協力を求めるのは酷であり、協力を求める消費者も店舗の取組みに対して協力する必要がある。
- ・全ての店舗においてHPによる情報公開が行われているが、店舗側からの地域貢献の押し売りという感もあるので、店舗側が地域住民と直接顔を合わせて、住民の意見を汲み入れた地域貢献に取り組んでいただきたい。
- ・「テナントが撤退した際の対応」については、地域住民にとって非常に重要なことであるので、新たにガイドラインの項目に加えてはどうか。
- ・対象店舗面積については、広域行政を担当する県は1万㎡以上とし、1万㎡以下はそれぞれの市町村で決定するという方向でよいのではないか。
- ・ガイドラインの対象店舗面積を1万㎡以上から5,000㎡以上に引き下げていただきたい。
- ・新設店舗に対しては地域貢献協議会の設置を求めており、設置期間は2年となっているが、短すぎるので、設置期間の延長を求めたい。一方、既設店舗に対しては地域貢献協議会の設置を求めているので、設置を求めたい。
- ・災害対策、青少年非行防止対策について、市町村はネットワーク会議を年に数回開催しているので、その会議に大型店も出席するよう市町村から働きかければ、大型店の取組みも進むのではないか。

## 問1は全市町村が対象

設問	選択肢	回答数	備考
問1 貴市町村において、大型店（店舗面積1,000㎡超）に対し、行政として特別に地域貢献を求める必要性がありますか。	全ての大型店に求める必要性がある	25	大型店のない11市町村のうち2市町村を含む 1万㎡以上であれば必要と思われるが、市町村だけで設定しても隣接市町村との協議は必要となってくるので、県レベルで行った方がよい。現在の県ガイドラインで一応十分かと考える 今のところ大型店舗の導入がないため今後地域貢献等に関する外部評価委員会ができ次第検討していく
	一定面積以上の大型店に求める必要性がある（一定面積㎡以上）	3	10,000㎡以上 1 5,000㎡以上 2
	特別に求める必要性はない	9	大型店のない11市町村のうち1市町村を含む
	大型店がないので、関係がない	8	大型店のない11市町村のうち8市町村を含む
	わからない	3	

計 48

## 問2は問1で または 「必要性がある」と回答した28市町村が対象

設問	選択肢	回答数	備考
問2 具体的にどのような対応策が望ましいと思いますか。	市町村においてガイドラインを策定	4	
	個別に協定等を締結	14	問1で「一定面積以上に必要」と回答した3市町村のうち2市町村を含む 地元商工団体、地域経済雇用の面で多大な影響を及ぼすため、地域貢献等の確約が必要である
	会議・協議会等を設置	6	
	その他	4	問1で「一定面積以上に必要」と回答した3市町村のうち1市町村を含む 県制定のガイドラインの対象面積の引き下げ 県のガイドラインを準用すれば足りる 地元商店街などと会合を開き対応して欲しい 商工会議所と共に個々に要望する

計 28

### 問3は全市町村が対象

設問	選択肢	回答数	備考
問3 大型店の立地に関する情報の入手時期について、いつが望ましいと思いますか。	出店が計画された段階	39	地元商工団体、地域経済雇用の面で多大な影響を及ぼすため、事前に地元商工団体等との意見交換、大型店との打合せ等、町として調整したほうがよい
	大型店立地の届出があった段階（現状どおり）	8	
	その他	1	現在のところ、山間地のため大型店の進出の見込みがない
計		48	

### 問4は問3で「出店が計画された段階」と回答した39市町村が対象

設問	選択肢	回答数	備考
問4 情報の入手方法について、どのような方法が望ましいと思いますか。	大型店から直接説明を受けたい	24	直接交渉できる方が相手方の考えやこちらの意見・要望も伝えやすい
	県からの情報提供でよい	14	
	その他	1	県からの情報提供でいいかもしれませんが、場合によっては直接説明を受ける必要も出てくると思われます
計		39	