

商業建築の変遷

—1950年からの時代変化に伴う商業建築の俯瞰—

奥平 與人*

Change of Commercial Architecture

—An Overview of Commercial Architecture with Social Change from 1950—

Tomohito Okudaira

要 旨 日本の商業建築は、商業者の熱心な業界革新と制度改変、技術革新、斬新なデザイン力等が相互に補い合いながら相乗効果を発揮して進化してきた。1950年代、体制主導による復興の時代には巨大な娯楽施設が建築復興の牽引役となる。1960年代、商業主導による高度成長の時代には業界革新がおり、業態開発を伴い大規模な商業建築が都市部を中心に造られる。1970年代、政治主導による見直しの時代には生活様式の変化と共に外食飲食空間、専門店の復興、郊外SCの開発が行われる。1980年代、文化主導による両極探求の時代には、インテリアデザインが急速に商業空間の質を高める。又、アミューズメント施設、サービス施設に商業デザインの傾向がひろまる。1990年代、人間主導による新価値追及の時代になると外資が参入、新しい集客機能建築が出現、ウオーターフロント開発や巨大プロジェクトが人々の生活行動を拡大していく。そして21世紀、環境主導による統合化の時代には、3D-CADを駆使して高度で複雑な造形による建築が実現。それに伴う利便性とグローバルな生活支援のための独自の商業建築が現れている。

キーワード 業種 (line of retail business) 業態 (types of retail operation) 近代化 (modernization)
商業建築 (commercial architecture)

I. はじめに

日本の産業や社会が欧米先進国から技術や文物を導入し近代化を推進していく中、日本の流通業も近代化していきながらその結果として商業建築も様々変化していった。商業建築は戦前の「座売り形式」から戦後の日本の復興そして経済成長、グローバル化の経緯の中で、業種(商品の種類)及び業態(売り方)の著しい変化に伴い造られてきた。この研究は、その時代、その地域で生活を支える機能として商業建築が果たしてきた役割を俯瞰する事を狙いとす

る。又、建築、インテリアの企画、計画、設計、施工を専門とする個人を正会員として構成される職能団体である(社)日本商環境設計家協会(JCD)は2010年に設立50周年を向かえる。設立以来述べ1600名の正会員を擁し、日本全国更に近年では海外まで含めてその時代、地域の中で商業建築の発展に寄与してきた。このように日本の職能団体の一つではあるがその協会活動を通してその時代、その地域での商業建築に携わる専門家の事例を整理してみることは日本の商業建築の技術の変遷を俯瞰する意味で意義がある。そこで、以下の方法にて商業建築の年表を作成した。ここではその年表の基礎的解説として概要記述する。業種別や1980年頃までの商業建築もしくは商業施設の解説、年表は

*本学教授 建築計画学

様々あるが1950年から現代までの商業建築としての全貌をひとまとめにしてみた年表は初めての試みである。

(本稿では紙面構成上不可能により年表の掲載を省略)

II. 研究方法

前述の(社)日本商環境設計家協会(JCD)での30周年事業で纏められたリーフレットを基に1950年から1年ずつの年表として作成する。その構成は、縦、横軸を次のように設定する。

- ①縦軸=1950年～2009年を1年ごとに分類する。
- ②横軸1=時代の背景、ブーム・流行、建築・商業関連、JCDの動き、という項目とする事により商業施設の流れを客観的に俯瞰できるようにする。
- ③横軸2=業態別に分ける。基本の物販店と飲食店から始まり百貨店・地下街・商店街、ファッションビル・駅ビル、SC・GMS・スーパー・アウトレットモール、など商業施設の近代化、ビジネス化としての業態別として列記する。
- ④横軸3=都市化と共に他の都市施設との複合化を項目として設定する。個々では、ホテル複合施設、オフィス複合施設、文化複合施設とする。
- ⑤横軸4=商業施設の多様化機能を見るために特に、レジャー・アミューズメント、サービス施設、その他として列記する。

本稿では上記で作られた商業建築年表を基に以下の手順によって解説していく。

- ①1950年から10年刻みでその時代背景としておもな出来事を述べる。

(参照：表一1、年代別時代背景)

- ②次に年代別のキーワード及び商業の動きを述べる事によって商業建築の背景について概説する。

(参照：表一2、年代別キーワード・商業の動き)

- ③そしてその10年の中での特徴を最も表す街の状況及びその事例となる商業建築について開業年別に記述する。

(参照：表一3、年代別街の状況と商業建築)

III. 1950年代以前(戦前での近代化)の店舗

戦前の一般的店舗の形式は「座売り形式」である。「座売り形式」とは、紺暖簾をかけた薄暗い店舗の中で、商人が畳の上に座って客を待ち、訪れた客の求めに応じて、商品を店の奥からひとつずつ出してみせるという販売方式である。一般的な空間構成は、店頭部分に小型の飾り窓、ミカゲ石の腰壁、尾張檜のフレームにガラスのはめ込み、その店頭を入ると土間がありその後部にたたみの座売り場がある。その上にガラスケースの陳列が両脇に、結界と称する棚の中に帳場などがある。明治後期にこの「座売り形式」から商品を店に陳列しておき、客みずからが好みのものを自由に探し出し、手にとって購入するという「陳列販売方式」の店舗に移り変わった。欧米先進国からの技術、文物の導入による近代化の中で流通業における最も代表的業態として百貨店があげられる。百貨店は当初、近代化を進める中で特に西洋風の大建築を構えた。欧米の生活様式を紹介する為に商品群を展示するという販売方式をとり、ショールームとしての役割をはたした。日本での第1号の事例は1904年に東京日本橋に営業を開業した三越である。

IV. 1950年以降の商業建築の流れ

1. 1950年代について

(1) 時代背景

1951年、サンフランシスコ対日講和条約・日米安保条約が調印され日本の復興が始まる。1953年、日本で初めての有料道路が開通、1954年 関門トンネルの開通など全国のイン

フラ整備が進められ、1956年、経済白書では「もはや戦後ではない」と明記される。日本という国の体制が認められ復興が本格的に始まった時代といえる。その意味でこの50年代を、「体制主導の時代」であり、「リビルド（復興）の時代」といえる。1959年、皇太子と正田美智子妃の結婚式が挙行され一般市民の中に活力が生まれてくる。いわゆる「岩戸景気」が始まる。

（2）建築・商業関連の動き

そのような中で建築、商業分野での動きとしては、建築の復興と商業近代化の二つの軸があげられる。住宅の欠乏は大都市繁華街の劇場、映画館、会館など大型娯楽施設や喫茶店、ナイトサービスとしてのキャバレー等、民間の一部の商業エネルギーが社会資本をリードする。行政側も1956年中小企業庁発足等指導官庁の設置と共に日本生産性本部が設置されTQC、OJT運動がおこりマーケティング技術が導入されるなど体制が整備される。商業では販売店の系列化、メーカー主宰のボランタリーチェーン化などがおこってくる。商業建築界では50年代から資料の収集、専門家向けの海外事情の紹介等から発展していったが店舗設計家の集団はまだいない。商店経営者のためのジャーナルとして二大雑誌が注目されていた。「商店界」では、福沢三郎、井関正、中村宣太郎諸氏が「商業界」では川喜田煉七郎、山家一千代、喜多村哲、浜秀孝、武埴修等の諸氏が商業施設のあり方について啓蒙していった。そして1956年に「商店建築」が村上末吉氏によって創刊された。以上の様に、戦後の混乱から復興し、商業施設の専門家も店内改装の仕事をしつつ徐々にホール内装、そして喫茶店と職能を広げていった。その結果、ショーウィンドーの時代と言われるように店舗の近代化が急速に進んだ。

（3）特徴を現す商業建築

①極度な住宅不足により、人々は近代化の生活様式に憧れ洋装店で買う。／トラヤ帽子店（51）ベルモード帽子店（53）三中井靴店（56）靴店ダイアナ（58）モードショップト

ラヤ（59）

- ②先鋭的な喫茶店空間で憩う。／喫茶えるむ（52）喫茶コア（55）新宿風月堂（56）喫茶シャトー（58）
- ③日本の建築の復興を牽引していった巨大な娯楽施設へ楽しみを求めに行った。／明治座（50）新歌舞伎座（51）後楽園スタジアム（52）新宿コマ劇場（56）CBC会館（56）
- ④商業建築の近代化を推進していった百貨店が開業していった。／高島屋・大阪（50）東京デパート（51）そごう心斎橋店（52）銀座松坂屋（52）丸栄百貨店・名古屋（53）大丸東京店（54）西銀座デパート（58）
- ⑤日本における最初の地下街として開業する。／ナンバ地下センター・大阪（57）栄町地下街、名古屋駅前地下街（57）
- ⑥都心部の近代化生活を牽引していく事例として日本初のスーパーマーケットが開業する。／「紀ノ国屋」東京青山（53）ハトヤ（55）主婦の店 松山店（56）

2. 1960年代について

（1）時代背景

60年代は佐藤首相から池田勇人内閣となり「国民所得倍增計画」が決定され国民総生産を10年間で26兆円に倍增する経済長期計画がつくられる。これによって高度経済成長が促進され、大衆消費社会が拡大していった。物質的豊かさを個人が享受すべく、少しでも効率化と合理化がなされるならば、物まねも厭わずコピーしていくことによって、一人ひとりの消費生活は量的に拡大していった。その意味でこの60年代を「オプティミズムの時代」であり、商業が牽引していく意味で、「商業主導の時代」と言える。東京オリンピック（64）を契機にして交通インフラが整備された。東海道新幹線スタート（64）、名神高速道路（68）東名高速道路（69）が開通。又人々の暮らしが豊かになる目安として、カラーTVの本放送が開始され受信者も1000万人代となる（61）。一方世界では、中国に文化大革命が起き、ベトナム戦争が泥沼

表一 年代別時代背景

年代	時代背景
50年代 (昭和25年～34年) 体制主導の時代 (リビルド50) (再生50)	1951年, サンフランシスコ対日講和条約・日米安保条約調印 1953年, 日本初の有料道路開通 1954年, 関門トンネルの開通など全国でインフラ整備 1955年, 自由民主党結成(保守合同) 1956年, 経済白書「もはや戦後ではない」明記 1958年, 東京タワー開場(高さ333米) 1959年, 皇太子と正田美智子妃の結婚式が挙行
60年代 (昭和35年～44年) 商業主導の時代 (ローリング60) (発展60)	1960年, カラーテレビ本放送開始 1961年, 日本のテレビ受信者数一千万台へ。人類初の宇宙飛行ガガーリン少佐が成功 1963年, 日米初のテレビ衛星中継。ケネディ暗殺。日本発の原子力発電に成功 1964年, 東京オリンピック。東海道新幹線スタート 1965年, 東京に初のスモッグ警報。東京モノレール開業 1966年, 日本の人口1億人突破。新三種の神器(カラーTV・クーラー・カー) 1967年, 佐藤栄作「非核3原則を明言」 1968年, GNP世界2位。昭和元禄。名神高速道路全面開通 1969年, 東大紛争安田講堂落城。赤軍派の軍事化。政府「公害白書」初発表。アポロ宇宙船月面に第一歩・宇宙世紀元年。東名高速道路全線開通
70年代 (昭和35年～44年) 政治主導の時代 (クール70) (覚醒70)	1970年, 日本万国博覧会「人類の進歩と調和」テーマ(6400万人入場) 1971年, 環境庁発足。環境問題深刻化 1972年, 日中国交正常化, 田中角栄内閣発足「日本列島改造論」。石油危機発生(11月) 1973年, 物価上昇, 経済混迷期に突入・盛り場のネオン消える 1975年, 沖縄国際海洋博覧会開催 1977年, 日本の人口戦後生まれ過半数となる 1978年, 成田新国際空港開設, 日中平和条約成立へ
80年代 (昭和55年～64年) 文化主導の時代 (サバイバル80) (模索80)	1981年, 第5世代コンピュータ構想 1982年, 中曽根康弘内閣発足 1983年, 参院選で初の比例代表制実施。サラリーマン新党, 福祉などミニ政党善戦 1985年, 男女雇用均等法 1986年, 「プラザ合意」G5による急激な円高。国鉄民営化JR発足国鉄分割 1987年, ブラックマンデー(NY市場大暴落) 1988年, リクルート事件 1989年, ベルリンの壁崩壊 1989年, 昭和から平成へ年号の変更
90年代 (平成2年～11年) 人間主導の時代 (ワープ90) (飛躍90)	1990年, バブル崩壊(失われた10年と呼ばれる大不況開始) 1993年, ヨーロッパでEU(欧州連合)が発足 1994年, 関西国際空港開港 1995年, 阪神淡路大震災。地下鉄サリン事件 1996年, ISO14000関連が国際規格として成立 1997年, 消費税5%へ変更・金融倒産 1998年, 国鉄清算事業団を廃止。金融再生関連法が成立 1999年, 世界の人口が60億人突破
21世紀 (平成12年～) 環境主導の時代 (エコ21C) (環境21C)	2000年, 九州, 沖縄サミット 2001年, アメリカ同時多発テロ事件発生(9・11事件) 2003年, 個人情報保護法成立 2004年, 新潟県中越地震 2005年, 愛知万博(愛・地球博) 2008年, 世界同時金融恐慌 2009年, 米国一極支配から。多頭世界(中国, インドを含む)へ

化する。その結果、反戦運動が起こりアメリカを中心にヒッピー文化が隆盛となる。ビートルズの世界現象が起きる。都市部への人口流入が続き都市の過密化と地方の過疎が問題となる。その結果、大都市郊外へ低質な住宅が供給され急激なスプロール現象がおこる。

(2) 建築・商業関連の動き

建築界ではイギリスでアーキグラムという前衛グループが未来都市のイメージを描き鮮明な印象を全世界に示す。日本でも黒川紀章等が代謝理論からメタボリズムグループを結成。菊竹清訓は「か・かた・かたち」の概念で設計手法を提案、あらたな形態の建築を実現していった。都市周辺への人口スプロールを解消する為のニュータウンも日本で初めての高蔵寺ニュータウン計画が始まる(61)。都市でも新宿西口ターミナルが開始、霞が関ビルの完成(68)により本格的超高層時代に入る。人々の生活は耐久消費財購入とレジャー支出増大という消費革命が進む。そのニーズを牽引していく商業界の動きは、アメリカから輸入されたチェーンストア理論、セルフサービス方式の導入という流通革命が起こる。渥美俊二氏の指導の下、「ベガサス倶楽部」が設立されスーパーマーケットなどのオーナーが一同に集まり日本にチェーンストア業態が確立していった。その結果ダイエー(58)、イトーヨーカ堂(58)西友(63)、ニチイ(63)、ジャスコ(69)、などが創立され、GMS(大型スーパーと言われるゼネラルマーチャンダイジングストア)として多店舗化が進んでいった。又小型店舗、利便性を追及するCVS(コンビニエンスストア)も大阪で「マイショップ豊中店」(69)が開業する。一方大型商業建築も市街地再開発事業などを通して「駅ビル」「地下街」「SC」が全国で出現していった。

(3) 特徴を現す商業建築

- ①高度経済成長を最も具体的に象徴するものとしてまずは都心部でのビルが新設する。／新阪急ビル(63)霞ヶ関ビル(68)
- ②ターミナルデパートが次々に創設される。／

西武(60)・京王、小田急(61)横浜そごう(69)

- ③新しい商店街が設立される。／中野ブロードウェイセンター(66)
- ④土地有効利用として地下街が出現する。／梅田地下センター(63)横浜ダイヤモンド街(64)神戸三宮地下街さんちかタウン(65)東京駅八重洲地下商店街(65)新宿西口広場(67)サカエ地下センター(69)
- ⑤特異な例としては広島において都市計画のプロトタイプとして坂出人口土地計画が注目された(63)
- ⑥ホテルの自由なロビー空間を気楽に自分のものにできるという生活意識が、市民の間に浸透することで、日本人の空間意識は飛躍的に前進した。／ホテルオークラ(62)東京ヒルトンホテル(外資系ホテルの先駆け)(63)ホテルニューオータニ、ホテルオークラ、新阪急ホテル・大阪(64)
- ⑦人口スプロールにより郊外施設が台頭する。／日本初の香里ショッピングプラザ(68)玉川高島屋SC(69)ホームセンター村内八王子店(69)
- ⑧更に個店においてもシステム什器の使用による可動式店舗装備や自由で変化のある店装備が開発され有力専門店が急激に成長したり、多店舗化していった。／テイジンショップ(60)森英恵の店(61)紀ノ国屋(63)上新電機1号店(63)紀伊国屋書店(64)キデイランド(66)オリタ洋装店(64)

3. 1970年代について

(1) 時代背景

70年代は、1970年に日本万国博覧会が「人類の進歩と調和」というテーマの下6400万人の入場者を記録する。又1972年田中角栄内閣が発足、「日本列島改造論」の元に全国に土建経済を指導する。しかし1972年11月、石油危機が発生、高度成長による生活向上に反省が生まれる。人間的生活の希求、自然性の志向、高度な精神的生活の希求など個性化の欲求から消

費の高度化と多様化が進んだ。その意味でこの時代は「政治主導の時代」とも言える。又生活様式の変化から見直しの時代として「ニヒリズムの時代」とも言える。1973年、物価上昇、経済混迷期に突入・盛り場のネオンが消える。更に公害問題が深刻化し1971年環境庁が発足する。そのような中で人々の生活では、第2次ベビー・ブームから1977年には日本の人口の中で戦後生まれが過半数となる。長髪、ジーンズ、絞り染めシャツ、トンボ眼鏡など反概念（価値の反転、逆転の発想）のヒッピー文化が浸透する。このような若者を中心としてアート、風俗現象が商空間デザインを刺激した。

（2）建築・商業関連の動き

商業界は60年代に台頭したあらゆるジャンルの業態が進化、マーケティング（市場調査）、マーチャンダイジング（商品企画）の技術が深耕する。1972年、GMSのダイエーは小売業で売上がトップとなる。フードサービス産業も定着し拡大期に入る。コンビニエンスストア、ファーストフードの登場により流通産業が益々多様化する。SCでは、郊外でのワンストップショッピング、比較購買の対応としてのテナントミックスの進展により既存商店街に対抗する。又都心部でのSCも市街地再開発によって出現し商業床面積が飛躍的に増大する。更にレジャー施設、サービス施設が増大する。

（3）特徴を現す商業建築

2度にわたるオイルショック（第1次が73年、第2次が79年）により省エネルギーソーラーハウス等省エネルギー建築が話題となる

- ①様々な分野で、保存か建て替えかが問題となり商業建築でもリニューアルの物件がふえる。／倉敷アイビースクエア（74）阪神百貨店リニューアル（78）馬車道計画（78）
- ②消費の高度化と多様化によりファッション専門店が復興する。／ワコールファッションルーム（70）メンズショップパイル（71）ブテックベル（73）渋谷パルコ（73）相鉄ジョイナス（73）青山商事西条店（74）東急ハンズ（76）ローズガーデン（78）

- ③消費者の生活ニーズの多様化によってレジャー、サービス関連建築も話題を呼ぶ。／栃木県井頭県民公園プール（74）沖縄海洋博覧会（75）小田急御殿場ファミリーランド（76）名古屋セントラルパーク（78）ウエディングパーク平安閣（74）豊国ガスステーション（76）秋田相互銀行角館支店（78）
- ④外食産業も隆盛を極める。／マクドナルド第1号店銀座にオープン（71）新宿一番館・二番館（68～70）大阪コーヒーハウスコパン（73）京都エスパス・ジロー（74）福岡空港の喫茶レストラングランシェフ（74）パブレストラン・トランク（75）
- ⑤郊外ではSCが更に進展する。／京阪ショッピングモール（70）中百舌鳥SP（70）くずはモール街（71）ならファミリー（72）いづみ祇園SC（73）高槻西部SC（74）オークタウン大和高田（企業遊休地利用）（75）パンジョ堺開発（76）下関シーモール（77）西武春日井SC（78）清和台センターモール（78）
- ⑥地方都市の中心部に利便性の高い地下街が作られる。／オーロラポータウン・札幌地下街（71）岡山一番街・岡山初地下街（74）新宿地下街サブナード（74）天神地下街・福岡（76）
- ⑦都心部の開発もデパートのリニューアル、多彩なファッションビルなどを含め拡大する。／近鉄百貨店奈良店（71）高島屋、そごう・千葉柏駅前（73）広島センタービル・そごう（74）西武百貨店・池袋9期増築計画（76）京都阪急デパート（76）阪急ファイブ・大阪（71）心斎橋パルコ（71）渋谷パルコ（73）相鉄ジョイナス（73）道頓堀ガーデンロード計画・大阪（76）東急ハンズ第1号藤沢店（76）心斎橋PARCO（76）明治屋フードプラザ広尾（78）ラフォーレ原宿（78）サンシャイン・シテイ アルパ（78）
- ⑧コンビニエンスストアが開発される。／セブンイレブン1号店開業・江東区（74）ダイエー、ローソン1号店開店（75）
- ⑨有名な建築家が商業建築において夫々の表現

表一2 年代別キーワード・商業の動き

年代	キーワード	商業の動き
50年代 (昭和25年～34年) 体制主導の時代 (リビルド50) (再生50)	ディベロプメント(復興)の時代 ・建築の復興と商業近代化 ・民間の一部商業エネルギーが社会資本をリード	・ショーウィンドーの時代、世の中が安定。商業活動も活発化、店内改装の受注増加 ・商店経営者のためのジャーナル二大雑誌「商店界」「商業界」 ・商店街の診断、改善勧告の為の集会、個別商店の指導など近代化指導 ・建築がらみで総合的に設計する時代
60年代 (昭和35年～44年) 商業主導の時代 (ローリング60) (発展60)	オプティミズム(高度成長)の時代 ・効率化、合理化の追求 ・物まねの時代(コピーの時代) ・「豊かさ」への願望 ・大衆消費社会の拡大 ・高度経済成長・流通革命	・チェーン店の時代(GMS、CVSの業態発生)、販売革命、店舗の標準化、専門店の個性化(1963～66) ・商店街、集団店舗の改装新設。システム什器の使用による可動式店舗装備。自由で変化のある店装 ・大型ビル化、協業化の時代。ビッグストアが台頭、大型化競争、SCの原型ができる。(1967～70)
70年代 (昭和35年～44年) 政治主導の時代 (クール70) (覚醒70)	ニヒリズム(見直し)の時代 ・見直しの時代、生活様式の変化 ・2度のオイルショックとその後の低成長 ・省エネルギー、公害問題、都市スラム化問題 ・反概念(価値の反転、逆転の発想) ・新素材革新	・SCの時代、ワンストップショッピング、比較購買の対応としてのテナントミックスの進展により既存商店街に対抗 ・既存商店街再開発の時代(1975～)。生き残り競争激化。伝統的商店街の転生開始。地元小売業の再興 ・レジャー施設、サービス施設の増大
80年代 (昭和55年～64年) 文化主導の時代 (サバイバル80) (模索80)	エクレクティズム(両極探求)の時代 ・個性の追求、感性マーケットの時代 ・バブル経済、流通外資の参入 ・コンピューター社会の来訪(CAD、マイコン、カードの時代) ・生活主体の時代 ・シュミレーション技術の日常(擬似化、模倣化)	・企業化による厳しい細分化業務、価格志向から商品中心、マーチャンダイジングによるセグメント(1965～) ・情報システム技術の高度化による商業流通の革新。業態の多様化
90年代 (平成2年～11年) 人間主導の時代 (ワープ90) (飛躍90)	ニューパラダイム(新価値追及)の時代 ・金融ビッグバン(バブル経済崩壊による不景気とデフレ経済) ・個人生活から集合体のあり方へ ・重層性、異質性の拡大 ・内包的テクノサイエンス ・TIーSIーPI=たたずまいーまかないーふるまい	・海外ブランド嗜好。プレステージインポートブランドの売上実績(1.5兆円91年→1.7兆円97年) ・ローコスト競争の激化 ・小売販売額の減少(1992年/139兆円で1.6%減少) ・アミューズメント業態の開発 ・商業デザインの他用途への展開。(医療施設、住環境、自動車ショールームなど)
21世紀 (平成12年～) 環境主導の時代 (エコ21C) (環境21C)	インテグレイション(全体統合化)の時代 ・世界同時経済 ・個人と組織のフラット化 ・グローバル+ローカル=グローバル ・DNA分析(超古代+超未来=生物起源) ・ヒューマノイド、メカトロニクス、ロボテックス ・ゲーム化する言語、経済、社会 ・2007年人口ピークアウト(生産年齢人口の減少)	・利便性、即時性、低価格化のビジネス業態化(CVS、エキナカ、家電小売店競争など) ・新興事業者の出現(超ディスカウンター、世界個人ブランド) ・WEB商業流通の増大 ・個人向け商品開発の仕組み ・都市型複合商業建築によるボトムアップ

の提案として個性的商業建築を発表する。／青山パルコモンズ・黒川紀章。倉敷アイビースクエア・浦辺鎮太郎。フロムファーストビル・山下和正。ソニータワー大阪・黒川紀

章。ROSEGARDEN、北野アレイ・安藤忠雄。ハナエモリビル・丹下健三(78)小田急御殿場ファミリーランド坂倉建築研究所(76)

4. 1980年代について

(1) 時代背景

80年代は円高が深耕し、中盤までは低成長であったが後半でバブル景気が発生し大都市圏で地価が極端に急上昇し、株価も急上昇する。1981年第5世代コンピュータ構想が掲げられ、情報通信技術の飛躍的發展が世界の距離を短縮する。オフィスのOA化、カードの進展など生活習慣にアナログからデジタル感覚が浸透した。そのような中で自然対人工、巨大組織対特異個人など両極探求の時代という意味で「エクレクテイズムの時代」と言える。今までの経済、政治が主導する時代から人の生き方を問う個性の追求、感性マーケットなど生活文化が問われると言う意味で「文化主導の時代」とも言える。1982年、中曽根康弘内閣発足、国内ではバブル景気で商業施設も大型化、個性化、新業態の開発、などにより商業面積が拡大していった。この時代の終わりには1987年ブラックマンデー（NY市場大暴落）、1988年リクルート事件、1989年ベルリンの壁崩壊など次世代への急激な変化を予兆させる出来事が起こる。1989年、年号も昭和から平成に変わる。

(2) 建築、商業関連の動き

80年代で特筆すべきは西武グループの文化戦略である。百貨店で「食品館」を開設（82）「セゾンカード」発行（83）。映像・音楽専門館「WAVE」開業（83）等「おいしい生活」のコピーで表現されるように、新しい生活価値の創造をめざした。西武グループ以外にも1988年ニチイがマイカルグループに名称変更する。1988年に東急グループによる「東急文化村」が設立する。以上、商業界の企業グループは「文化」を機軸に商業建築を展開していった。その他国内での商業界の動きは、1980年にセブンイレブン1000店を突破する。同年、ダイエーが小売業で初めて売り上げを1兆円突破する。この数値が示すとおり、バブル景気で商業施設も大型化、個性化、新業態の開発など商業面積が拡大していった。デザイナーも世界に発信できる力量のある作品（和風飲食店、カフェ

バーなど）を作り、建築家を凌駕する活動をすゝ／寒川登・倉俣史郎・杉本貴志・内田繁・北岡節男・吉尾浩次・原兆英・植木莞爾・野井成正・横田良一・飯島直樹・近藤康夫・森田正樹など。又カフェブーム、ウオーターフロントブームをクラブ感覚で造り出していった空間プロデューサーと言われる職能集団が出現する／松井雅美・山本小鉄・シーユーチェンなど。このデザイナー、クリエーターの理論的背景をつくっていったのがニューアカデミズムの人々である／浅田彰、中沢新一。更にインテリアの周辺にも工業デザイン界では、坂井直樹がニッサンBe-1などを発表するなど、80年代は様々なデザイン領域で活躍するデザイナーが輩出する。

(3) 特徴を現す商業建築

- ①新規性、意外性、業態のクロスオーバーなど新たな業態や経営革新によって開発された商業建築が出現する。／ダイエーの作る百貨店「オー・プランタン」1号店三宮店（81）銀座店（84）セブンイレブン全店POS導入（82）SPAのユニクロ1号店（84）イトーヨーカ堂の作るロビンソン春日部店（85）
- ②商業が核となるアミューズメント及びサービスなど複合建築が拡大する。／東京デイズニーランド（83）有楽町センタービル（85）ビバスポーツクラブ（86）東京ドーム完成（88）つくばセンタービル（83）東京全日空ホテル（86）ホテル西洋銀座（87）キャッツシアター（84）国技館（85）幕張メッセ（89）
- ③SCなど地方へ大型商業建築がひろがる。／清和台センターモール（80）ららぽーと船橋（81）瀬田パークアベニュー（81）函館西武（81）たまプラーザ（83）西部セゾングループ「つかしん」（85）守口京阪デパート（85）横浜そごう（85）ピアアピタ岡谷（86）金沢市香林坊地区市街地再開発事業（87）和歌山近鉄（87）マイカル本牧（89）横浜そごう（85）ザ・スクエア（84）西友能見台店（84）
- ④DINKSブームなど新たな生活スタイルを提案するブティックのデザインが注目される。

表一3 年代別街の状況と商業建築

年代	街の状況と商業建築
<p>50年代 (昭和25年～34年) 体制主導の時代 (リビルド50) (再生50)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・巨大な娯楽施設が日本の建築復興の先駆けとなる 明治座(50)・歌舞伎座(51)・後楽園スタジアム(52)・新宿コマ劇場(56) ・極度な住宅不足 ・先鋭的な喫茶店空間デザインにより始動された空間意識 喫茶えるむ(52)・民芸喫茶すずや(54)・喫茶コア(55)・新宿風月堂(56) ・近代化服装店(帽子店、靴店)へのあこがれ トラヤ帽子店(51)・ベルモード帽子店(53)・三中井靴店(56)・靴店ダイアナ(58)・モードショップトラヤ(59)
<p>60年代 (昭和35年～44年) 商業主導の時代 (ローリング60) (発展60)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・都市インフラストラクチャーの整備(道路舗装、上下水、ガス、電気供給の整備) 首都高速道路1号開通(62)東海道新幹線開業(64)東京モノレール開業(65)名神高速道路前面開通(65)東名高速道路全線開通(69) ・ビルラッシュ 新阪急ビル(63)豊ヶ岡ビル(68) 分譲マンションの建設 ・ターミナルデパート及び地下街の出現 西武(60)・京王、小田急(61)横浜そごう(69)梅田地下センター(63)横浜ダイヤモンド街(64)神戸三宮地下街さんちかタウン(65)東京駅八重洲地下商店街(65)サカエ地下センター(69) ・郊外施設(SC等)の台頭 玉川高島屋SC開業(69) ・有力専門店の急激な成長と多店化 テイジンショップ(60)森英恵の店(61)食品、紀の国屋(63)上新電機1号店(63)紀伊国屋書店(64)キテイランド(66)オリタ洋装店(64)
<p>70年代 (昭和35年～44年) 政治主導の時代 (クール70) (覚醒70)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・省エネルギー建築(ソーラーハウス、省エネビルの振興) ・スクラップ&ビルド(建て替えか保存か)、リバイバルの兆し 倉敷アイビースクエア(74)阪神百貨店リニューアル(78)馬車道計画(78)ローズガーデン(78) ・郊外住宅の開発、生活様式の変化、テナントミックスの進展→SC時代 京阪ショッピングモール(70)中百舌鳥SP(70)くずはモール街(71)下関シーモール(71)いづみ祇園SC(73)高槻西武SC(74)オークタウン大和高田(75)パンジョ堺開発(76)西武春日井SC(78) ・外食産業の隆盛 マクドナルド1号店(71) ・ファッション専門店の復興 ワコールファッションルーム(70)メンズショップバイル(71)ブテークベル(73)渋谷バルコ(73)相鉄ジョイナス(73)青山商事西条店(74)東急ハンズ(76) ・設備投資の見直し セブンレブ1号店開業(74) ・レジャー、サービス施設の台頭 栃木県井頭県民公園プール(74)沖縄海洋博覧会(75)小田急御殿場ファミリーランド(76)名古屋セントラルパーク(78)ウエディングパーク平安閣(74)豊国ガスステーション(76)秋田相互銀行角館視点(78)
<p>80年代 (昭和55年～64年) 文化主導の時代 (サバイバル80) (模索80)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・建築からインテリアへ。和風飲食店、カフェバー、などインテリアデザイナーの時代 寒川登・倉俣史郎・杉本貴志・内田繁・北岡節男吉尾浩次・原兆英・植木莞爾・野井成正・横田良一・飯島直樹・森田正樹 ・超合成素材か自然素材か(目的的使用) ソラリステ(84)オールドニュー(84)雪月花(86) ・商業が核となるアミューズメント、サービスなど複合建築の拡大 東京デイズニースランド開業(83)有楽町センタービル(85)西武ゆにころ遊園地(85)ピバスポーツクラブ(86)東京ドーム完成(88) ・地方へ広がる大型商業建築 清和台センターモール(80)ららぽーと船橋(81)瀬田パークアベニュー(81)函館西武(81)たまプラーザ(83)西部センテングループ「つかしん」(85)守口京阪デパート(85)横浜そごう(85)ピアアピタ岡谷(86)金沢市香林坊地区市街地再開発事業(87)和歌山近鉄(87)マイカル本牧(89) ・新たな業態及び経営革新の開発 セブンイレブン全店POS導入(82)ユニクロ1号店・SPA(84)ロビンソン春日部店・スーパーの百貨店経営(85)
<p>90年代 (平成2年～11年) 人間主導の時代 (ワーブ90) (飛躍90)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・都市機能が複合されたラージキュービック建築の出現 横浜ランドマークプラザ開業(93)天王洲アイル・シーフォートスクエア(93)アジア太平洋トレードセンター(94)東京ビッグサイト(96)東京国際フォーラム(97) 京都駅ビル(97) ・今までの機能で分類できないあらたな集客機能建築 晴海客船ターミナル(92)熊本県農業公園(92)リストアステーション(92)ハウスデンボス(92)トヨタオートサロンアマックス大阪(94)亀老山展望台(95)村のテラス「森呼吸」(96)茅ヶ崎公園プール(96)西武ドーム(99) ・生活をベースに地域独特な商業建築 コレッツイオーネ(90)生活工房サッポロファクトリー(93)亀戸サンストリート(97)小鮎ネーム刺繍店(99) ・ウーラーフロント開発 釧路フィッシャーマンズフーフ(90)天保山マーケットプレイス(90)パシフィック横浜(91)神戸モザイク(91)川久・和歌山高級ホテル(91)新横浜ラーメン博物館(93)シーガイア(93)チャンネルシティ博多(96)
<p>21世紀 (平成12年～) 環境主導の時代 (エコ12C) (環境21C)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・3D-CADによる新たな造形を特徴とするスキン建築 東京デイズニースー(01)プラダブティック青山(03)チャンネル移動ショールーム(08)AOビル(09) ・オフィス、ハウジング、ホテル等との複合による大規模な都市機能建築 渋谷マークシティ(00)JR名古屋高島屋(00)東京丸ビル(02)六本木ヒルズ(03)コレド日本橋(04)秋葉原UDX(05)東京ミッドタウン(06)表参道ヒルズ(06)新丸の内ビル(07) ・環境を配慮した生活サービスのための建築 くまもとアートポリス2000(00)キョロロの音の泉(04)絵本の家(05)造成建築(06) ・利便性を生かした駅中ショッピング エキユート大宮(05)エキユート立川(07) ・郊外に立地する大規模リージョナル型ショッピングセンター イオン千葉ニュータウンSC(06)ダイヤモンドシティ・ミュウ(06)ららぽーと豊洲(06)ららぽーと柏の葉SC(06)

／ブティックNICOLE (80) Cappuccio (80) ビバユー&ボッシュショールーム・ヒサモト (83) シェルガーデン (84) ツリーズ (87) ビーアンドビー木場 (88) ANGLE (88) パシュラボ (84)

- ⑤都市での生活の幅を広げる飲食商業建築が新たに出現しそのデザインが注目を浴びる。／12ヶ月・飲食ビル (85) PAVIRION (85) ノマド (87) オウ・グルメ・シノワ京宴 (87) 織陣Ⅲ (87) レストラン・モンヴェール (89) ソラリスト (84) オールドニュー (84) 雪月花 (86)

5. 1990年代について

(1) 時代背景

90年代になるとバブル経済の崩壊から「空白の10年」と言われる時代となる。携帯電話の普及に示される高度なウェブ環境など情報革命が進展する。それに対して「普通さ」「弱さ」「軽さ」など無個性でフラットな社会が広がる。人々の生活は管理され、制度によってデジタルな思考が人間の感覚を脅かす現象が現れる。95年には阪神淡路大震災が起こり、都市全体が崩壊する。又東京ではラッシュ時に地下鉄サリン事件が起こる。このような天災、人災が今までの成長神話のままでは立ち行かない事を社会は知らされる。新価値を追求する時代として「ニューパラダイムの時代」であり人間が主体的に組みなおす事が求められるという意味で「人間主導の時代」とも言える。世界の人口は1999年に60億人を突破しヨーロッパではEU(欧州連合)が1993年に発足、世界の枠組みを変える方向に歩みだす。歴代の首相が自民党以外の村山首相も含め90年代の10年間に7人も変わる。

(2) 建築・商業関連の動き

商業界はそのような中で、商業のビジネス化のノウハウを作った企業グループがより巨大化していく。ビジネスモデルとしてのSCは、規模、投資コストとも70年代とは隔たり大規模化、複合化される。一方、都市では時短、便利

性、個別性からエキナカ現象、CVSの全盛などが起こる。例えばセブンイレブンは4000店(90)から8000店(99)と店舗数を倍増させ経常利益NO.1となる。大規模店舗を規制してきた大店法も1次の緩和(90)から2次緩和(94)と続き1998年には大店立地法に変更する。これは小売業者の保護から生活環境の保持へとその目的を根本から変えた。店舗面積や開店時期、時間休業日数などの審査を通して事業活動を調整する側面から、生活環境に影響を与える、交通、騒音、廃棄物などに審査内容を変更した。そもそも小売販売額の減少(1992年/139兆円で1.6%減少)状況がある上、トイザラスの進出(91)米コストコの進出(99)など外資商業グループが参入してきた結果、競争の激化を呼びGMS、百貨店が相次ぎ倒産する(98)。他方、ゲームセンター、シネマコンプレックス、ボウリング場、カラオケルーム、更にパチンコ等のアミューズメント業態が急成長する。又、商業デザインの他用途への展開が注目をされる。例えば医療施設、住環境、自動車ショールームなど多くの都市及び周辺に集客機能を備え、デザインを取り入れた建築が作られていく。

(3) 特徴を現す商業建築

この時代超高層ビルが益々加速されそれに伴う商業機能が付加されていく。

- ①都市機能(ターミナル機能、パブリック機能、プレゼンテーション機能、コミュニケーション機能など)を伴う複合されたラージキュービック建築として出現する。／東武池袋店増床全館改装(92)横浜ランドマークプラザ開業(93)新梅田シテイ(93)天王洲アイル・シーフォートスクエア(93)アジア太平洋トレードセンター(94)恵比寿ガーデンプレイス(94)関西国際空港旅客ターミナルビル(94)タカシマヤタイムズスクエア(95)東京ビッグサイト(96)東京国際フォーラム(97)京都駅ビル(97)
- ②今までの建築の機能として分類できないあらたな施設が各地に人々をひきつけ、にぎわい

空間として注目を浴びる。／晴海客船ターミナル (92) 熊本県農業公園 (92) リストアステーション (92) ハウステンボス (92) トヨタオートサロンアムラックス大阪 (94) 亀老山展望台 (95) 新千歳空港ターミナルビル (95) 村のテラス・森呼吸 (96) 茅ヶ崎公園プール (96) ISSEY MIYAKE FREES' SHOP (97) 那覇空港ビル・沖縄県 (99) 5S NEW YORK (99) 西武ドーム (99) さいたまひろば (99)

③生活様式の変化に伴い多彩な個人のニーズにこたえる、様々な地域独特な商業建築が出現する。

<テーマのあるパーク>サンリオピューロランド (90) ナムコワンダーエッグ (92) 新横浜ラーメン博物館 (93) マルハン橋本台店 (96) パレットタウン (99) MEGAWEB (99)

<飲食空間>ホテル イル・パラッツォ (90) 東京竹葉亭 (90) リスン (90) ピア・ブラッセリー・シラノ (90) 生活工房サッポロファクトリー (93) レストラン雪月花 (92) 新横浜ラーメン博物館。ガス展開開始 (すかいらーく) (93) スターバックス1号店開店 (96)

<個性的ファッションスポット>コレッツイオーネ (90) 小鮒ネーム刺繍店 (99)

<地域中心SC>上越ウイングマーケットセンター (94) 亀戸サンストリート (97) 東戸塚オーロラシティ (99) 立川グランデュオ (99) 広島エールエール (99)

④周景を生かし新しい集客装置として海際、川際などに新たに出現したウウォーターフロント開発が大規模な建築や個性的なデザインで出現する。

<SC>釧路フィッシャーマンズワーフ (90) 天保山マーケットプレイス (90) ベイサイドプレス博多埠頭 (91) 神戸モザイク (91) 天保山マーケットプレイス (93) 高浜モザイク (93) キャナルシティ博多 (96)

<ホテル>東京ベイホテル東急 (90) パシフィコ横浜 (91)

<大規模複合>ハウステンボス (92) シーガイ

ア (93) 福岡ドーム (93) 天王洲アイル・シーフォートスクエア (93) 横浜ランドマークプラザ (93) RICセントラルタワー (93)

<展示場>パシフィコ横浜 (91)

<アミューズメント>八景島シーパラダイス (93)

⑤街に向くきっかけとしてゆとりと憩いを求めてしばしの時間を楽しむ都市遊民の為のスポットとして高級及び老舗ホテルが再興する。／川久・和歌山高級ホテル (91) 横浜ホテルニューグランド本館復元。新雅叙園。フォーシーズンズホテル (92)

6. 21世紀について

(1) 時代背景

2000年、九州、沖縄サミットで自由主義先進国の調整を図るも2001年アメリカ同時多発テロ事件(9・11事件)が発生し文明の衝突が顕在化する。インターネットによる情報の受発信が世界中の人々に同時性、即時性の側面を気付かせる。グローバルな視点と同時にローカルな視点を持つ「グローカル」という造語も生まれる。個人と組織団体がフラット化し、ヒューマノイド、メカトロニクス、ロボテックスという言葉が喧騒されるごとく、機械の扱い方が話題となる。言語、経済、社会がゲーム化しDNA分析により超古代が解明され人類の起源が話題となる。世界が一つの環境ととらえるべく「環境主導の時代」とも言えるし、再統合という意味で「インテグレーションの時代」とも言える。

(2) 建築・商業関連の動き

21世紀になると、20世紀末に「デコンストラクティブ」としてプロジェクトレベルで世界中に評判となっていた著名な建築家達が巨大かつ特異な造形の建築を中東、アジアを中心に軒並み実現する。一方国内の商業界では、商業流通の原点回帰が起こる。すなわち、安売り、利便性、嗜好性などアキナイの原点としての商行為が見直され独自の商業ビジネスが地域、領域に根ざした発想で新たな業態を作り出してい

る。例えば、超ディスカウンター、世界個人ブランド等新興商業者が出現する。又、情報機器の開発などを受けて家電小売店の新たな一等地への進出も続き競争が激化している。更に日本市場を目指す外資による進出も盛んとなる。／米ウォールマート (02) 独メトロ (02) 英テスコ (03) 仏カルフル (06) スエーデン、イケア (06)

この新たな動きに対していままでビジネスモデルを作り牽引役を果たしてきた商業企業が軒並み経営破たんをきたす。／「そごう」がついに経営破綻 (グループ全体で1兆8700億円の負債)。イオン・ダイエー休業 (07)。三越・伊勢丹統合発表 (J. フロントリテイリング) (07)

逆に時代を捉え不況下でも業績を伸ばす企業もあらわれる。／独自の商品開発をするSPAのユニクロ。生産販売の革新により流行商品を安価で提供する靴のABCマートなど。

コンビニエンスストア業界では売上総額68457億円、総店舗数36113店 (01) を記録する。／セブンイレブンが売上高トップ (00)

イオンはグループ売上高が初めて4兆円の大台に乗せる (04)。更にWEB商業流通の増大など商業界の勢力が一変している。

(3) 特徴を現す商業建築

①この様な商業界の変化を受けて今世紀に入り商業建築も新たなチームや資本によって3D-CADを駆使した特異な形態の商業建築が作られてきている。／東京デイズニーシー (01) プラダブテイク青山 (03) 新国立美術館 (07) シャネル移動ショールーム (08) AOビル (09)

②オフィス、ハウジング、ホテル等との複合による大規模な都市機能建築も生まれている。／JR名古屋高島屋 (00) 東京丸ビル (02) 六本木ヒルズ (03) コレド日本橋 (04) 秋葉原UDX (05) 東京ミッドタウン (06) 表参道ヒルズ (06) 新丸の内ビル (07)

③都市生活者にとっての快適な環境を配慮した生活サービスのための建築もつくられている。／くまもとアートポリス2000 (00) 横

浜赤煉瓦倉庫再生プロジェクト「横浜赤レンガ倉庫2号館」(02) キョロロの音の泉 (04) 絵本の家 (05) 造成建築 (06) プーリアン東大医学部教育研究棟カフェコーナー (07) 「ハンカイ」ハウス (08)

④時短、スピード、デジタル感覚などに呼応するように利便性を生かした「エキナカ」ショッピングやターミナルビルも盛んとなる。／渋谷マークシティ (00) JRセントラルタワーズ・名古屋 (00) エキュート大宮・品川 (05) エキュート立川 (07)

⑤郊外に立地する大規模リージョナル型ショッピングセンターも作られる。／南大沢SC (00) イオン柏SC (06) イオン千葉ニュータウンSC (06) ダイアモンドシティ・ミュー (06) ららぽーと豊洲 (06) ららぽーと柏の葉SC (06)

⑥更に個人生活を支える、きめ細やかな感性と快適性を提供する商業建築も話題となる。／松屋銀座リニューアルプロジェクト (01) 日産銀座ギャラリー・日産本社ギャラリー (02) ヨウジヤマモトブルオム&ワイズフォーメン・大阪 (04) 茶茶南青山・東京 (02)

⑦楽しみとレジャー分野においてもローカルからグローバルを目指し地域一番の集客建築がつけられている。／東京デイズニーシー (01) イクスピア・浦安 (01) ユニバーサルスタジオ・大阪 (01) 新広島市民球場 (マツダ・スタジアム) (09)

V. ま と め

個人経営から大企業による運営形態まで日本の商業者は急速に変貌してきた。それを受けて近代化技術と知識、デザインの多様性によって、商業建築が小規模な店舗から大規模な都市複合建築として出現してきた事を解説してきた。今後は各時代、各地域でいかに生活空間として役割を担ってきたかを業態別に検証していく。又これを基にひとつの業態を事例としてその立地、規模、サービス内容と建築デザインと

の関わりの原理を更に客観的分析によって研究していく予定である。

参 考 文 献

- 1) 粟井隼一「商環境デザイン」『DAS関西のデザイン50年1956-2006』社団法人総合デザイナー協会2006年PP35-38
- 2) 奥平与人「あきない空間の移り変り」『商業空間のスペース・デザイン』SD別冊NO.15 鹿島出版会1982年PP157-160
- 3) 奥平与人「1990年代のデザイントレンドをみる」『商環境56』(社)日本商環境設計家協会1990年10月号 pp13-23
- 4) 永井 朔「近代商業の歴史」『商業施設・創造とデザイン』改訂新版・VOL-4 (社)商業施設技術者・団体連合会2008 pp54-58
- 5) 中村光男+浦一也「商業空間のファイルブック」『商業空間のスペース・デザイン』SD別冊NO.13 鹿島出版会 1981年4月PP207-238
- 6) 中村光男+浦一也「商業空間のファイルブック」『商業空間のスペース・デザイン』SD別冊NO.15 鹿島出版会 1982年PP194-216
- 7) 初田 亨『繁華街にみる都市の近代—東京—』中央公論美術出版、2002年 pp220-227. pp277-303
- 8) 松岡正剛：「情報の歴史」編集工学研究所構成、NTT出版株式会社、1990年 PP350-429
- 9) 山家一千代「大阪府立産業能率研究所の指導」『店舗設計のルーツを辿る』(社)日本店舗設計家協会大阪地区本部54年度情報委員会1979年12月、p13
- 10) 山口まみ「小売業の概況と商業施設の不動産証券化」『Best Value』vol.05 2004.4 pp24-27
- 11) 「JCD」30周年リーフレット(社)日本商環境設計家協会 1991年11月15日
- 12) 「特集商環境デザイン賞'92」『shokankyo』1992 may no.59 (社)日本商環境設計家協会PP14-40
- 13) 「特集商環境デザイン賞'93」『shokankyo』1993 December no.63 (社)日本商環境設計家協会PP30-39
- 14) 「特集商環境デザイン賞'94」『shokankyo』1995 January no.65 (社)日本商環境設計家協会PP26-55
- 15) 「日本の小売市場動向」チェーンストアエイジ 2002年9月1日未来経済研究室
<<http://www.study-mirai.org/works/chainstone-age0209.htm>> 2009/10/03
- 16) 売上高・店舗数推移 | セブンイレブン・ジャパン
<<http://www.sej.co.jp/corp/company/suii.html>> 2009/10/12
- 17) ローソンの歴史—ローソン
<<http://www.lawson.co.jp/himitsu/history.html>> 2009/10/12
- 18) 「1950年代～21世紀」「松井雅美」「商店街」「西友」「マイカル」「ポストモダン建築」—Wikipedia
<<http://ja.wikipedia.org/wiki>> 2009/10/12
- 19) PCSA チェーンストアとは
<<http://www.pcsa.jp/saiyo/abuot/index2.html>> 2009/10/12
- 20) イオン | 企業情報 | イオン案内 | 企業沿革
<<http://www.aeon.info/company/enkaku/>> 2009/10/12
- 21) 都道府県別人工：1920～50年
<<http://www.ipss.go.jp/shoushika/tohkei/data>> 2009/07/18

