

このリストは、ウルム商工会議所が商業における都心性商品品目と非都心性商品品目を決めたものである。

分類の方法は、消費者の近くで供給すべき商品であるか、また、都心部・副都心部の商業機能の強化と維持に資する商品であるかによる。都心性商品品目は、アトラクティビティと楽しくショッピングする機能を持つため、そのような商店を誘致すると中心部が活性化する。似ている性質の店舗を集めることによる集積効果が期待できる。

1. 都心性商品品目

日曜大工商品	衣服アクセサリ
照明器具	衣服
花	眼鏡, コンタクト等
切手	美容整形用品
本	紙・文房具
アンティーク商品	薬
薬	食器
電気製品 (小型のもの)	リフォーム用品
精密機械製品	装飾品 (衣装, 宝石類)
写真・写真関連用品	靴
カーテンおよび付属品	学校用品
贈答用品	銀製品
グラス	おもちゃ
家具	スポーツ用品 (小型のもの)
織物類	スポーツウェア
鋼鉄製品	布製品
狩猟用品	絨毯
陶磁器	ペットおよびペットフード
化粧品	ペットケア用品
毛皮製品	テープレコーダー, CD プレイヤー
工芸品	時計
裁縫道具・手芸品	テレビ, ラジオ等
食料	ビデオデッキ
皮革衣服	洗濯機
皮革およびアクセサリ	洗剤および掃除用品
ファッショングッズ	武器
楽譜	毛織物
嗜好品 (酒, タバコ, 香辛料など)	雑誌
ミシン	動物用品

非都心性商品品目は、中心部に立地するには大きすぎる売り場面積が必要であったり、中心部での交通の制限から商品の搬入や宅配ができない大型の商品である。

2. 非都心性商品品目

入浴用品（風呂用品）	自転車および関連用品
建築部品	石炭
建築材料	キッチン設備
金具	日よけ屋根
敷物（タイル，寄木など）	石油製品
ボートおよび関連品	家具
燃料	オートバイ
事務室用家具	自然木材
キャンプ用品	植物
コンピューター	植木鉢等
鉄製品	肥料
大型家電	芝刈り機
土	ブラインド
自転車	ロールブラインド
窓	衛生製品
タイル	スポーツ用品（大型のもの）
東屋	敷物（絨毯）
柵（格子）	泥炭
レンジとオープン	ドア
木材と木材資材	工具
取り付け資材	生垣

分類あたっては、まちの状況を勘案しなければならない。特に、非都心性商品が中心部に与える影響に注意しなければならない。

大型店の規制範囲

この分類は、現在の状況により判断したものであり、この分類を長期間にわたり続けることは望ましくなく、都市の商業開発計画の目標によって決めるべきである。その中心部の目標とは、アトラクティビティとマルチ機能性である。中心部の店舗の業種・規模を考慮して出店プロジェクトごとに具体的な計画により分類を考えるべきである。

郊外に大型店をつくる場合、都心性商品品目を売らないようにする規制をつくることができる。そうしないと、これは現在でも実際によくある状況であるが、郊外大型店が都心性商品を売ることになってしまうだろう。