

都市における地域小売商業を 考える枠組みと課題

——近隣型小売商業集積の地域性を探る試み——

西 村 順 二

1. 都市と商業の相互変容

1995年1月17日の阪神・淡路大震災（兵庫県南部大地震）を契機に、都市における商業の存立根拠が問われた。つまり、震災を経験することによって確認されたことは、商業は市民にとって生活の糧を提供してくれる窓口であり、文字どおりライフラインであったということである。ガス、水道、そして電気と同様に、商業もまた生活になくてはならないインフラストラクチャーの一部であることが、再確認されたのである。さらに、この地震は「都市直下型地震」であったがゆえに、都市という特異な空間における商業というものを考える機会を与えてくれた。

都市における商業を考える場合、従来は街づくりにおける商業の役割という観点から論じられることが多かった。それは地域社会の中で商業の果たすべき機能に焦点をあて、規範論的な考察を進めるものであった。しかしながら、現代社会は多様な発展を遂げている。それは都市においても同様である。現代都市は複合的な性格を有するがゆえに、よりダイナミックな変質を経験している。これまでの地域という考え方の背後にある空間構造や地縁特性だけでは、もはや都市を捉えることはできない。都市は、一つの特異な生活空

都市における地域小売商業を考える枠組みと課題（西村順二）

間として独立していると考えられる。従って、商業一般を論じるだけでなく、都市という文脈の中で商業を論じることまた必要であると考えていいだろう。都市が商業を成長させ、そして商業の成長がまた都市の魅力を増大させる。すなわち都市と商業は相互作用の中で相互変容してゆく関係にあるのである。この考え方に立脚し、商業を考察することが本研究の独自性であると考えられる。

本稿では、生活地域に隣接する地域密着型小売商業集積、すなわち近隣型の商店街に焦点をあてる。都市における近隣型商店街は、既に述べたように都市空間という独自の空間に立地する。その意味では、都市中心部立地型の商店街と同じ構造特性をもち、都市との間では同様な相互変容をするものと考えられる。他方、都心部立地型の商業集積と都心から離れた周辺部の近隣型商業集積との間には明らかな空間的条件の違い、そして制度的条件（人間関係、政治的要因、文化的要因、情報・技術要因等）の違いが存在する。従って、先ずこれら都市特性と商業との相互関係を明らかにすることから始め、次に近隣型商業集積の特性を考察する。そしてこれら地域に密着した近隣型商業集積がもつ地域らしさの原点を探ることを試みたい。⁽¹⁾

(1) 商業集積を捉える場合、都心商業、周辺商業、近隣型商業、地域密着型商業等の用語が使用されることが多い。従来の商業集積分類に従えば、例えば「近隣型商店街—地域型商店街—広域型商店街—超広域型商店街」という区分がなされる。これは、商業機能以外に生活に関わる諸機能の所有程度、立地場所、交通体系、商圏人口、大規模小売商店の有無、業種構成等の特徴を組み合わせで分類されたものである。これらは、大きくは住居地区への空間的近さ（商圏）と最寄性の高い日用品を扱うことによる生活への親近さ（品揃え）、そして商業に関わる機能以外の付随的機能の有無（アメニティ）をあらわしているといえるだろう。

本稿では、小売商業集積が持つ特徴的側面の一つをもって近隣型商業を捉えたい。つまり、都心商業とは異なるそれ以外の商業集積であり、かつ相対的に多くの部分の需要者が当該商業集積に空間的に近い位置に居住するものである。なお、商業集積のタイプ分類については、以下の文献を参照されたい。

Hoyt, H. (1953) "The Current Trend in New Shopping Centers Four Different Types" *Urban Land*, Vol. 12, No. 4.

2. 都市における小売商業

先ず、都市における商業というものがこれまでどのように捉えられてきたのかを概観することから始めたい。都市における小売商業を考える場合、小売商業に変動をもたらす何らかの要因が存在することを前提として、その影響要因を抽出し、その影響関係から捉えようとするアプローチがとられることが多い。代表的な研究として、ここでは竹林氏の研究(1973年)を考察の対象とする。竹林氏は、「都市の変化を単純に示すものは人口量の変化である。⁽²⁾」として、人口の量的側面に着目している。そして、小売商業は地域社会(都市も一つの地域社会として含まれる。)に密着して始めてその存立条件を満たすとして、人口の減少が小売商業の減退を招来するとしている。すなわち、大都市の都心小売商業に限定してみると、先ず近年の傾向として大都市においては人口集中型から人口分散型に変化しつつあり、これには定住人口の減少が寄与するところが大きいことが指摘されている。都市人口は昼間人口でみると増加傾向にあっても、逆に夜間人口は減少傾向を示すようになってきている。この人口の昼夜間差異が、都心商店街の空洞化を招くのである。周辺消費者と密接に結びついた最寄品、例えば食料品店やクリーニング店等はずでに圏内に広く拡散し、住宅移動に伴いさらに外延化して行く。一方、買回品や専門品等の広く品選びを必要とする商品取り扱い店舗、そして販売額の大きな部分を市外部からの訪問客に依存する店舗は、人口拡散に対して商店街地域に留まる。しかしいづれにしても、人口の移動に伴い中心

日本商業学会「都市と商業」研究会編(1986)『都市と商業』ダイヤモンド社, pp. 150-154.

服部銈二郎(1992)『都市——人類最高の傑作』古今書院, pp. 177-190.

山中均之(1977)『小売商圈論』千倉書房, pp. 78-79.

(2) 竹林庄太郎(1973)『都市化と小売商業』ミネルヴァ書房, p. 124, を参照されたい。

都市における地域小売商業を考える枠組みと課題（西村順二）

部からの商業施設の移転は顕在化し、中心部商店街としては空洞化を生み出してしまっている。

ここで重要なことは、小売商業が人間生活と不可分な因子をそれ自身に内包しているとみる点である。⁽³⁾そして、都市における人間生活を表す最も代表的な代理変数として、人口を挙げているのである。人口の減少傾向に比例して、小売商店数が減少し、小売商業販売高も減少するというのである。しかし、氏も大阪市のデータを挙げて指摘しているように、現実には異なる動きがみられる。人口減少に対して小売商業の販売高は、絶対値で見ても相対値で見ても上昇しているというのである。⁽⁴⁾この相反する動きは、「中央ビジネス地域」と呼ばれる都市の商業的・社会的・市民的生活の焦点としての都市中心地区における、買回品商圏の拡大・成長と最寄品商圏の縮小・停滞の二面性の現れと考えられる。つまり、最寄品は主に地元で購買されるが、販売高の大きな増大は見られず、むしろ減少傾向もみられる。一方、買回品は地元の居住地における小売商店から購買することが少なく、中央ビジネス地域住民以外の購買力がこの地域に参入してきているのである。両者の相殺効果はあるものの、都心部への他地域からの購買力流入の効果の方が大きく、全体としては増加傾向を示しているのである。

結局のところ、都心においては上の図1に整理されるように、人口の増加により都市成長が見られるとする。そのことは人口構造の大きな変動を生み出すことになる。そして昼夜間人口差異の大きさ等にみられる人口動態により、販売高から見ると最寄品においてはマイナス効果、買回品に対してはプラス効果が、そして全体としてはプラス効果がもたらされるという規定関係を想定できる。この都市性を表す代理変数としての人口そして昼夜間人口差

(3) 同上, pp. 131-132.

(4) 同上, pp. 131-132 において、昭和39年と昭和43年の数字に基づいて、考察されている。

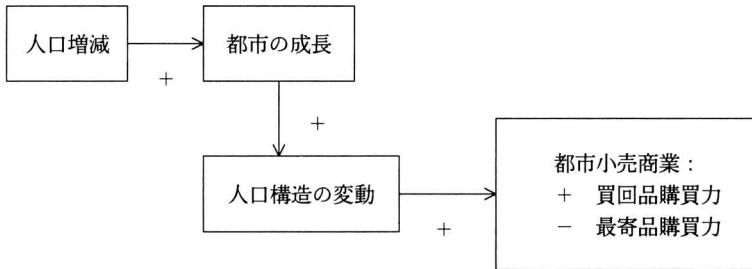


図1 人口と都市小売商業の関係

異は、小売商業への影響力という点からみて上図のような影響の差異があるのだろうか。人口の増減は直接的には都市の成長に影響を与え、その結果として都市小売商業に何らかの影響を及ぼす。しかし、小売商業へ直接的にそして強く影響を与えるのは昼夜間人口差異であると考えて良いのだろうか。ここで若干の分析を試みてみたい。1980年から1990年にかけて、小売商業に対して人口そして昼夜間人口差異のどちらがより大きな影響を与えたのかを比較するために、11の大都市を対象にその小売商業販売額を被説明変数、常住人口と昼間人口比率、さらには昼間人口のそれぞれを説明変数として1次回帰式の決定係数を算出してみた⁽⁵⁾。以下の表1に示されているような結果になった。すなわち、昼間人口比率を説明変数とする場合には、決定係数は最低で0.294、そして最高で0.418という数字を示している。これに対して、常

(5) 11大都市の小売商業販売額は、通商産業大臣官房調査統計部編『商業統計表：立地環境特性別統計編（小売業）』の昭和54年度、昭和60年度、平成3年度に基づく。常住人口、昼間人口、及び昼間人口比率は、総務庁統計局『通勤・通学人口及び昼間人口：平成2年国勢調査摘要データシリーズ No. 1』そして、総理府統計局『通勤・通学人口及び昼間人口：昭和60年国勢調査資料シリーズ No. 1』に基づく。ただしデータの制約上常住人口、昼間人口比率については1980年、1985年、1990年の数値、そして小売商業販売額についてはそれぞれ1979年、1985年、1991年の数値を用いた。
なお、ここで挙げている11大都市とは札幌、東京、横浜、川崎、名古屋、京都、大阪、神戸、広島、北九州、福岡である。

都市における地域小売商業を考える枠組みと課題（西村順二）

住人口と昼間人口はすべてこの数字を上回っている。常住人口と昼間人口の比較で見ると各年度において昼間人口の方が、より大きい数字を示している。結局小売商業販売額に大きな影響を与えたのは、昼間人口ということになる。なお、F値はそれぞれについて有意となっている。

表1 11大都市の小売商業販売額と人口要因との間の決定係数

	説明変数		
	常住人口	昼間人口	昼間人口比率
昭和54年	0.972	0.996	0.294
昭和60年	0.969	0.996	0.351
平成3年	0.965	0.997	0.418

ここでは大都市をサンプルにしているので、昼間に都市に滞留する人口が極めて大きく、それが決定的に大きな影響力を持つことになっているのであろう。⁽⁶⁾常住人口も影響力は高いが、相対的には昼間人口の方が影響力は大きくなっている。また、夜間に居住地として帰宅する人口の影響はそれほど大きくない。これは大都市のもつ固有性によるものであると考えることができるだろう。つまり、大都市ではビジネス需要層や観光客需要層を吸引しやすく、昼間に都市に滞留する人口は近隣型商業集積等に比べて相対的に大きな影響力を有することになるのである。

3. 都市空間における近隣型商業集積

では、この小売商業への影響関係は都心部に立地していない近隣立地型の商業集積にも見られるのだろうか。近隣型商業集積は都心商業地域を取り巻

(6) 大阪市を対象にした分析を行っている山中(1986)においても、物品販売小売商業においてであるが、都市における昼間人口の方が、常住人口よりも重要であることが確認されている。

山中均之(1986)『小売商業集積論』千倉書房, pp. 1-32.

いて形成されたり、ターミナル駅を核にして形成されたり、旧街道筋沿いに形成されたり、また住宅地区の発展やニュータウン計画に伴いその拠点として形成されたり、その形成過程は多様である。さらに、近隣型商業集積から都心型商業集積への移行タイプもあれば、都心型商業集積が衰退したことにより周辺住民対象の近隣型商業集積に変わったものもある。従って、現在は都市の成長プロセスのどの段階にあるのかという点でも多様性が存在する。⁽⁷⁾ 都市としての発展段階と商業集積としての発展段階とは、基本的には区別されるものであるが、都市という装置の中にある商業集積を捉える場合、都市の発展段階に影響を受けることは回避できないことである。従って、ここでは都市の発展段階としてはある程度の確立を見ている11大都市という枠の中で、多様性を包含してはいるが、明らかに都心型商業集積とは異なるものとしての近隣型商業集積を考察する。

都市における近隣型商業集積は都心型商業集積あるいは都市における商業集積全般とどのように異なるのかを、前述の人口構造と小売商業販売額との関係において検討してみることにする。1980年から1990年にかけての「住宅地区」⁽⁸⁾の小売商業販売高を被説明変数、常住人口、昼間人口、昼間人口比率をそれぞれ説明変数として、広島を除いた10大都市について各年度での一

(7) 例えば、地域発展段階をみるレベルとして都市性、飽和性、零細性が挙げられる。以下を参照されたい。

清水猛 (1982)「地域特性と小売流通」『三田商学研究』第25巻 第2号。

(8) ここで利用するデータは昭和54年, 昭和60年, 平成3年の通商産業大臣官房調査統計部編『商業統計表: 立地環境特性別統計編 (小売業)』に基づく。「住宅地区」の定義は「都市計画法第8条の第1種, 第2種住居専用地域及び住居地域とする。ただし, 団地は除く。」とされている。また, 常住人口, 昼間人口, 及び昼間人口比率は, 総務庁統計局『通勤・通学人口及び昼間人口: 平成2年国勢調査摘要データシリーズ No.1』そして, 総理府統計局『通勤・通学人口及び昼間人口: 昭和60年国勢調査資料シリーズ No.1』を利用した。ただし前述と同じく, データの制約上常住人口, 昼間人口比率については1980年, 1985年, 1990年の数値, そして小売商業販売額についてはそれぞれ1979年, 1985年, 1991年の数値を用いた。

表2 10大都市の「住宅地区」における小売商業販売額と人口要因との間の決定係数

	説明変数		
	常住人口	昼間人口	昼間人口比率
昭和54年	0.976	0.947	0.063
昭和60年	0.984	0.969	0.126
平成3年	0.989	0.980	0.230

次回帰式の決定係数を算出してみた。⁽⁹⁾

表2に示されているように、分析の結果はすべての年度にわたって常住人口の決定係数が大きく、小売商業販売額に対しては昼間人口や昼間人口比率よりも常住人口がもっとも大きな影響を与えていることが分かる。昼間人口も影響を及ぼしているが、常住人口の方が影響力は大きい。また昼間人口比率の数値は低く、ほとんど影響を与えていないと言える。なお、昼間人口比率はすべての年度について上述の都市全体での分析よりかなり低く、またF値を見ても、昭和54年及び昭和60年の昼間人口比率は有意ではない。

このような結果は一体何を表しているのだろうか。住宅地区に立地する商業集積は近隣型商業集積の代表的な形態である。とすると、近隣型商業集積では昼間人口よりも常住人口の方が影響を及ぼすということになる。都市全体での分析では昼間人口の方が影響力は高く、異なった影響関係をあらわしている。昼間に都市に滞留する人口よりも、夜間も含めた全体の人口が商業集積の需要となっているのである。外部から都市へやってくる来街者よりは、本来そこに居住している人口が近隣型商業集積を規定するということがある。

また、常住人口の影響力がもっとも大きいということは、逆に昼間人口で

(9) ここではデータの制約上、11大都市から広島市は除かれている。従って10大都市を分析対象としている。

見ても昼間人口比率で見ても、その影響力は相対的に小さいということである。これには二つの意味が含まれている。つまり、昼間人口の絶対的な多さと、昼間人口と夜間人口あるいは全体人口との格差の大きさととは異なるということである。これは都市のライフサイクルに関わってくることである。近隣型商業集積では、昼間人口比率の分析結果はほとんど有意ではないし、都市全体での影響分析より決定係数の数字もかなり小さい。近隣型商業集積では、昼夜間人口の変化はほとんど影響を及ぼさない。しかし、都市全体では昼夜間人口の格差は相対的に影響をより及ぼしやすい。都市全体また都心の商業集積では、昼間の人口は大きく夜間の人口は少ないほど、つまり人口の流動性が高いほど商業集積にプラスの影響を与えることになる。一方、住宅地区に立地する近隣型の商業集積では、人口の流動性はほとんど影響を与えないのである。つまり近隣型商業集積では、ある特定地域に閉じた商圈を対象にしていることが明らかである。

4. 近隣型商業集積が有する地域性の意味

都市における近隣型商業集積が常住人口の影響を大きく受けることが確認されたが、もう一つの見方が可能であろう。つまり、近隣型商業集積が常住人口の影響をより受けやすいとしても、それは都市に立地する商業集積である。都市としての特性からも影響を受けることは回避できないのである。常住人口の影響という点では違いはあるが、それほど大きな相違ではなく、都市全体でも97%は説明することができるのである。すなわち、都市内にあっては近隣型商業集積であるという特異性はそれほど小さくなく、都市における商業集積はすべて常住人口に影響を受けやすい、つまりそれだけ地域密着的であるということである。

しかし、そうなると「地域密着性」や「地域特性」というものの内容は人口だけでは十分に表せなくなってくる。例えば、業種構成や大型店比率等も

都市における地域小売商業を考える枠組みと課題（西村順二）

大きな影響力を持ち、都市であれば人口の集積は大前提となってくるだろう。では近隣型商業集積であることの違いを生じさせてくるのは何だろうか。一つには、都市自体の成長性の違いが影響を与えるだろう。人口以外にも都市性を表す指標としては、一般的には人口増加率、人口密度、転出率等も用いられる。⁽¹⁰⁾ 都市の発展段階は多様な次元で捉えられるものであるが、ここで一つの分類として人口の昼夜間差異の大きさつまりある種の都市の成熟度と、小売商業販売高・小売商業商店数の高さにより商業集積の展開過程をみてみよう。

都市としての高次化は、上の二軸に従うなら次の頁の図2にあるセグメントIIIからセグメントIへむかうものである。この動きは、商業集積においてもみられる。つまり、近隣型商業集積は、人口の流動性は高くなく、販売額や商店数からみた小売商業の数字も高くないセグメントIIIに位置づけられるだろう。そして、人口移動性が高く、小売商業の数字が高いセグメントIに都心型商業集積があらわれることになる。もしも他に商業集積があらわれることなく、あるいはあらわれたとしてもそれほどの吸引力を持った商業集積とならないとすれば、都市自体の成長と共に、近隣型商業集積から都心型商業への移行が見られるだろう。その際に、近隣型商業集積よりは広域であり、都心型商業集積よりは狭域を対象とした、商圈としてある程度の広がりをもった地域の核となりうる地域核商業集積へと移動した後に、都心型商業集積へ移って行くものと、近隣型商業集積ではあるが、人口の移動が少しづつ生じ、次第に都心型商業集積へ近づいて行くものと、二つの展開経路を想定できるだろう。前者は人口動態上の都市化が先行する場合であり、後者は小

(10) 都市の発展段階において、人口に直接関わる指標以外に大卒男子初任給、一人当たり預貯金残高、一卸・小売、一スーパー、一デパート当たりの年間販売額、人口一人当たりのデパート販売額、第一次産業就業者比率、零細小売店数、100万人当たり小売店数などが都市化の程度を表す指標として挙げられている。

清水猛（1982）「地域特性と小売流通」『三田商学研究』第25巻 第2号。

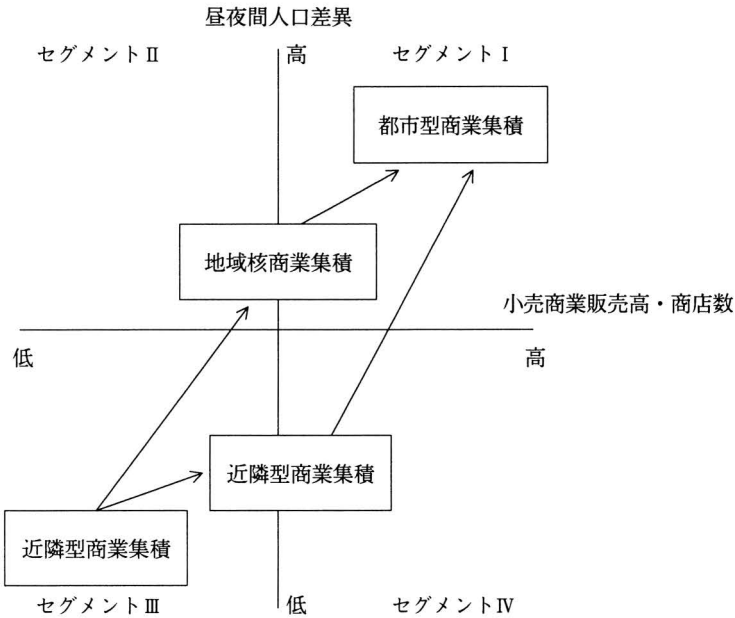


図2 商業集積の展開経路

売商業の発展が先行していく場合である。

従って、同じ近隣型の商業集積であっても、可能性としては二つの展開経路を選ぶことができる。しかし、地域核商業集積へのルートは人口の流動性が大きな起動因となってくるが、近隣型商業集積のまま徐々に都心型商業集積へ移行して行くルートは商業集積自体のパワーが起動因となってくる。常住人口の影響に大きな格差がないという点からも、近隣型商業集積が発展していくためには、人口の流動化つまり昼間人口の増加を実現するか、あるいは自己の商業力を高めてゆくかしかない。一般的には前者は外生的な問題であり、後者は内生的に取り組める問題である。従って、商業集積として商業力の向上を図るということを近隣型商業集積は常に課題として担い、ここに都市における近隣型商業集積の特異性があるのである。

都市における地域小売商業を考える枠組みと課題（西村順二）

さらに、二つ目に「地域性と商業の結びつき方」と「地域特性」という2次元の区別から、都市における近隣型商業集積の特性を見ることができよう。地域特性とは、その地域に固有の文化、生活習慣、季節行事等に関わるものである。地域性と商業の結びつき方とは、商業集積や商店街としてこれら地域特性にどの程度関与するのか、そしてどのような関わり方をするのかということである。つまり地域生活へのコミットメントである。これら2次元を区別して、都市における近隣型商業集積の地域性を考えてみると、都心型商業集積との差異が浮かび上がってくる。都心型商業集積は昼間人口の方がより影響を及ぼしていることから、来街者は相対的に広域圏から吸引することになる⁽¹¹⁾。一方、近隣型商業集積では常住人口の方がより影響を及ぼしているということから、やや狭い範囲から来街者を吸引しているということになる。商業集積が地域に関与してゆく場合、近隣型は狭い地域を先ず対象とすることから関わり方は小規模なものとなる。また常住人口を対象にしていることから、商業者も購買者も地域社会の一員であったり、顧客であったり、また商業者であったりと多重の役割を果たしている。従って、商業集積以外の他の地域組織・地元組織との連携がおりやすい。都心型商業集積では広域圏が対象となるため、大規模な取り組みと共に当該商業集積が主体的かつ積極的に地域へ関わってゆかざるを得なくなってくる。もちろん都心型商業集積も常住人口の影響を受けやすく、その点では近隣型商業集積と同じような対応も必要ではあるが、従って、地域性との結びつき方という点では、近隣型商業集積は商業者として関わる程度は相対的に低いものとなる。いわゆる地域の一員として関わる部分が大きくなってくるのである。

(11) 商業集積を商業機能の遂行機関として捉える以外に、欲望創出装置として捉えることの重要性が指摘されている。これは都市における商業が担いうる役割であるが、特に都心型商業集積に期待される。

石原武政(1996)「欲望装置としての小売業」『中小企業季報』No. 2。

また、地域特性とは文字通り地域の固有性であり、それは当該地域の生成過程に強く依存することになる。どういう特性を持った地域として形成されてきたかによって、近隣型商業集積の生成過程にも特徴が現れ、それが地域特性を生み出しているのである。例えば宿場町（ターミナル）タイプ、街道筋タイプ、定期市タイプ、門前タイプ、ニュータウンタイプ等である。都市の生成プロセスによる差異が、都市化が小売商業にもたらす影響にも差を生じさせる。近隣型商業集積は都心型商業集積に比べて多くの地域に形成されることから、生成プロセスにも多様性が生じる。従って、多様な地域特性に基づいて商業集積として提示する地域性もまた多様性を持ったものとなる。多くの都心型商業集積がいわゆるミニ東京や疑似東京となりうるのと好対照をなしている。結局、近隣型商業集積の地域性・地域らしさとは、一つには都市化プロセスに伴うその展開経路にあり、さらに二つには多様な地域固有性と商業者としてよりも地域の一員としての小売商業の結びつき方にあるのである。

5. 都市における近隣型商業集積に関する今後の分析課題

本研究では、都市という装置の中にある商業、特に近隣型の商業集積について検討してきた。簡単に整理しておくとして、まず、近隣型商業集積は昼間人口よりは常住人口にヨリ大きい影響を受けていることが確認された。また、都市の発展過程に連動して商業集積も展開して行くが、都市にある近隣型商業集積は都市の発展に依存するよりは、自らの商業力を高めて行くことが重要であること、そして、地域性には地域の固有性とそれとの結びつき方という二つの次元からの地域性を考える必要性が指摘されたのである。

最後に、残された課題は極めて多いが、そのうちの幾つかについて言及しておこう。第一に、人口以外にも都市性を表す指標として、人口増加率、人口密度、人口転出率などが用いられる。これらの側面からの都市化と商業の

都市における地域小売商業を考える枠組みと課題（西村順二）

関係が検討されていない。つまり本研究では、人口だけに焦点があてられているのである。しかし都市の多様性はすでに述べたとおりであり、これら多様な側面から都市における商業を確認することが必要であるだろう。

第二に、タイプの異なる商業集積においてその生成プロセスの違いの確認をすることが必要であるだろう。都市の生成過程の違いとそれがどの様に商業集積の生成・展開過程の違いを生み出すのか、ということタイプごとに整理することが重要である。

さらには、仮説的な展開経路の導出と地域固有性が指摘されたが、これらの現実による裏付けは行われていない。今後、実証分析を行い、検証して行くことが必要である。

参 考 文 献

- 阿部真也・宇野史郎編（1996）『現代日本の流通と都市』有斐閣。
石原武政・石井淳蔵（1992）『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社。
石原武政（1996）「欲望装置としての小売業」『中小企業季報』No. 2。
清水猛（1981）「広告と社会指標の再吟味」『三田商学研究』第24巻 第3号。
———（1982）「地域特性と小売流通」『三田商学研究』第25巻 第2号。
竹林庄太郎（1973）「都市化と小売商業」ミネルヴァ書房。
日本商業学会『都市と商業』研究会編（1986）『都市と商業』ダイヤモンド社。
服部銚二郎（1992）『都市—人類最高の傑作』古今書院。
山中均之（1977）『小売商圏論』千倉書房。
———（1986）『小売商業集積論』千倉書房。
Hoyt, H. (1953) "The Current Trend in New Shopping Centers Four Different Types" *Urban Land*, Vol. 12, No. 4.