

Ⅱ 名古屋市における小売業の地域的分布とその推移過程 — 郊外地域を中心として —

目 次

は じ め に	21
Ⅰ 研究対象地域と分析資料	23
Ⅱ 小売業の地域的分布と小売業水準	25
1. 小売業の地域的分布	25
2. 小売業の水準指数	26
Ⅲ 小売業の地域的推移過程	28
1. 方向別・距離帯別考察	28
2. 学区別考察	30
3. 主要小売業地域の推移	32
4. 大規模小売業の発展	34
Ⅳ 東部郊外地域における小売業の発展	36
1. 小売業の地域的分布と推移	36
2. 郊外地域住民の購買行動	38
3. 名東区の小売業立地パターン	39
要約と問題点	41

はじめに

経済の高度成長期を通して著しく進行した人口の都市集中と、これにつづく郊外化の動きに伴い、都市の地域構造は大きく変貌をとげた。また、都市地域構造の一構成部分である小売業システムは、その環境をかたちづくる人口分布や交通機関の変化に適応すべく変革を迫られ、事実、これまでにない大きな変化を示してきた。都市発展に伴う諸機能の相対的な分散立地傾向に呼応するように、小売業もまた外方に向けて分散的な発展をとげ、小売業の郊外化がおし進められた。このような現象は、先進諸国の大都市に共通のものであり¹⁾、いち早く郊外化の洗礼を受けた北米の諸都市では、都心部小売業の大幅な衰退と郊外小売業の著しい隆盛という際立った対照性が、健全な都市発展に対して大きな問題を投げかけている。²⁾ 都市内公共交通が発達しているわが国の都市では、都心部の商業地域は依然として優位な地位を占めているが、いわゆる郊外型の商業中心地があいついで建設されるようになった昨今では、都市周辺部小売業のシェアが徐々に高まりつつある。

小売業は元来、消費者志向的な産業であるため、消費者の地域的分布に何らかの変化が生ずれば、近接性を弱めないように小売業も立地移動を行う。多くの場合、両者間の近接性は各種の交通機関を介してとらえられるため、小売業の立地は他の産業と同様、交通機関の具体的な配置状況に左右されることが多い。各種交通網の主要結節点を都心に置く都市にあっては、全体からみて最も近接性の高いのは都心である。しかし、都市の外延的発展が急速に進められ、都心と郊外間の距離抵抗が容易に克服できないようになると、近接性に関する都心の優位性が薄らぐ。まして都市発展の方向に偏りがある場合は、この度合が大きく、ときとして都心の移動さえ経験する。長距離・高速化する交通機関によって描きかえられた近接性の地域的分布に応じて、小売業の分布図も塗りかえられるのである。

一方、小売業機能の特性を詳細にみれば、取り扱い財やサービスの需要頻度やマーケティングの方法に応じて、機能の立地行動が異なり、したがって環境変化に対する対応の仕方が違っていることがわかる。昭和40年代に本格化した流通システム内部での様々な技術革新は、小売業機能に関するこれまでの概念を大きく変えるのに貢献した。新しい技術革新を採用した小売業は、ほぼ同じ時期に空間的拡大をつづけていた都市郊外の発展に注目し、この地域を中心に店舗の展開を行った。新しいマーケティング・システムが導入され、これが発展するためには、それを受け入れる地域の側で、社会的・経済的条件が十分整っていなければならない。この点からいえば、小売業における様々な技術革新の展開時期と、都市地域構造の変革期が重なったのは、

あながち偶然ではあるまい。

さて、こうした都市とその内部に展開する小売業活動をめぐる一連の地域的変貌過程は、本研究の対象地域である名古屋市においても同様にみられた。名古屋市を中心とする大都市圏内部の経済活動が高度に発展するのに伴ない、人口の都市集中が進み、小売業も発展した。人口集中はやがて都市の郊外化現象をひき起し、市電・バスから地下鉄へという都市内主要交通機関の転換が、この動きを促進した。とりわけ大規模な住宅地開発が進められた東部丘陵地域では、短期間に著しい人口の増加がみられ、小売業の発展がこれに伴った。これに対し、中心部の既成市街地では夜間人口の流出がつづき、小売業活動の存立基盤が徐々に冒されていった。

人口の都市集中と郊外化という現象に関しては、たしかに欧米諸国の大都市との間に共通性を見出すことができるが、はたしてその具体的な変動過程はどのようなものであったろうか。経済の低成長期を迎えつつある現在からみれば、昭和40年代に生じた都市構造の変化は、前後2つの安定的構造の間であって、両者を結びつける一連の変動過程としてとらえられる。本研究では、こうした一連の変動過程が小売業の地域構造の中にどのように反映され、それが現在につづいているかという問題を、主要な研究テーマとして設定した。もとよりこのような問題の究明にあたっては、様々な側面からのアプローチが可能であるが、ここでは都市地域構造の解明を目的とする都市地理学の研究観点から接近を試みるものである。

I 研究対象地域と分析資料

研究対象地域である名古屋市は、いわゆる名古屋大都市圏の中心都市であり、昭和52年現在の人口は208.1万人、同じく市域面積は325.7km²である。同市の都市発展は、都心を中心として展開しており、市の南部にある名古屋港周辺と、同じく北部の河川沿いに工業地域がある他は、住宅地域とこれを取りまく農業地域が主な土地利用である。これに対し、商業・業務活動の最大集積地域は、地下鉄が交差し、また市内バス網の主な起終点でもある都心部とその周辺、および国鉄・私鉄の主要なターミナルである名古屋駅前付近にある。商業・業務地域は市域面積の3.2%を占めるにすぎず、これは農業地域(65.6%)や住宅地域(16.3%)、それに工業地域(6.2%)を大きく下回る値である。

一般に、都市の人口とそこでの商業活動の規模の間には密接な関係があるが、名古屋大都市圏に占める名古屋市の人口比率が、近年一貫して低下しているのに伴い、小売業の商店数や販売額の比率も低下している(第1-1表参照)。しかし、名古屋市が大都市圏をはじめとする周辺地域に対し、依然として重要な商業中心地としての地位を確保していることは間違いなく、この地域全体に及ぼす影響力には大きいものがある。とくに近年は、各種商品小売業の立地とその成長に著しいものがあり、これが都市内部はもとより、周辺地域から都心部あるいはその他の商業中心地に消費者を吸引する大きな役割を果たしている点が注目される。

名古屋市における小売業の地域的分布を知るためには、指定統計である商業統計調査や事業所統計調査の他に、地区別あるいは商店街別に行われた実態調査結果³⁾などが資料として利用できる。しかしこれらのうちで、市域全体について最も包括的な情報が得られるのは、小学校区(以下学区と略す)を単位として中分類業種別に小売業の商店数・従業者数・年間商品販売額(以下販売額と略す)が集計されている「商業統計調査報告書-学区別集計の概要」である。この報告書は、2年ごとに行われる商業統計調査の翌年に刊行されるのが慣例化しているが、中分類別小売業の販売額が学区別に集計されている最新の資料は昭和49年版の調査結果であるため、⁵⁾ここではこの資料をもとに名古屋市の小売業の地域的分布について考察し、またその推移動向については、昭和43年にはじまる同種の資料を用いて分析した。なお、小売業の分布を商店数や従業者数ではなく販売額でとらえるのは、店舗の規模格差を考慮するためであり、販売額が小売業活動の実勢を反映すると考えるからに他ならない。

本研究で用いるこれ以外の主な資料は、名古屋市刊行の消費者購買動向調査結果⁶⁾と、同じく事業所統計調査結果⁷⁾である。前者は消費者の居住区別に、商品の購入先

を知るための調査であり、昭和51年11月にサンプル数1,600で実施された。後者は3年ごとに実施される事業所統計調査のうち、昭和50年度のものである。小売業のミクロな分布状況をとらえるためには、学区別調査では不十分なことがある。このためこれを補うものとして、名古屋市を4,556の地区に分けて行った事業所統計調査データの活用が望まれる。しかしこの統計の調査地区については、その範囲が経年的に変化している場合がかなりあり、また全市的分析を行うには地区数が多すぎるため、本研究では、東部郊外地域のうち名東区についてのみ50年度の資料を用い、新興郊外地域における小売業の分布パターンについて考察する。

Ⅱ 小売業の地域的分布と小売業水準

1 小売業の地域的分布

先に述べた昭和49年度の商業統計調査結果にもとづいて、この時期における小売業の地域的分布について検討する。そこでまずはじめに、飲食店を含めた小売業全体と、中分類別小売業の各業種について、市全体の販売額を1000.0として学区ごとの配分比率(千分比、単位%)を求め、これを図示した。第2-1図は小売業全体のそれであるが、これによると、都心に相当する栄学区(166.1)と名古屋駅前の新明学区(87.4)を核として、これらに隣接する名城(19.6)、大須(18.4)、老松(16.5)、牧野(16.3)の諸学区の配分比率が大きい。配分比率がこれらについて大きいのは、内山(13.8)、春岡(13.2)、白金(11.5)、高田(11.5)名北(10.7)、六郷(10.6)の諸学区であり、いずれも都心から5Km以内の位置にある。小売業は土地利用的集約性の高い産業であるが、名古屋市の場合、市域面積の4.0%を占める上記13学区に、小売業総販売額の42.0%が集中している。

つぎに中分類業種別に、その分布を検討してみよう。はじめは各種商品小売業であるが、残念ながらこの業種の学区別販売額は秘匿されている場合が多いため、分布図の作成が困難である。このため各種商品小売業については、Ⅲ章4節で別の資料を用いて別途考察する。織物・衣服・身の回り品小売業は、栄(119.4)・新明(139.2)両学区での集中性が著しく大きく、これに大須(46.6)、六郷(44.9)の各学区がつづいている(第2-2図参照)。飲食料品小売業は、主として最寄品を取り扱う業種であるため、地域的集中傾向が弱く、20%を超えるのは新明(61.4)、船方(20.5)の2学区にすぎない(第2-3図参照)。これに対し、自動車・自転車小売業は、配分比率20%以上の学区が比較的多く、しかも分散的に分布している。その中核的なものは、都心の南に連なる老松(57.7)、白金(71.2)、高田(76.1)の諸学区、それに比較的周辺部に位置する植田(42.8)、柳(49.8)、名北(35.9)の各学区である(第2-4図参照)。

家具・建具・什器小売業は、大須(60.9)・牧野(75.3)両学区における集中が際立ち、これに六反(38.7)、栄(25.8)、新栄(26.5)、葵(21.7)の諸学区がつづいている。いずれにしても都市中心部での集中が高い業種であるが、その中核が都心そのものではなく、その隣接区にある点が、この業種の特徴である(第2-5図参照)。最後は飲食店であるが、これは栄(174.4)、新明(102.4)の両学区を中心として、これらに隣接する学区の配分比率が大きい。また、都心を中心として東西あるいは南北方向に連続する学区群の中にも、配分比率が5%を上回る

ものがあり、地下鉄など主要交通網との関連を想起させる（第2-6図参照）。

以上述べてきたように、小売業活動は全体的には都心とその周辺部に多く集中しているが、これらの地域がどの業種についても同じように高い配分比率を有しているわけではない。そこで次に、小売業の相対的な特化度を下記の算出式によって求め、どの学区がどの小売業に特化しているかを明らかにする。

特化係数＝特定学区の小売業総販売額に占める特定業種の割合／名古屋市の小売業総販売額に占める特定業種の割合……………(1)

第2-7図は、特化係数が1.5以上を示す業種とその学区を示したものであり、全体の特徴を要約すれば以下のようになる。織物・衣服・身の回り品小売業の特化学区が比較的分散しているのに対し、飲食店のそれは都心の北側に、また家具・建具・什器小売業のそれは同じく都心の南側と西側にそれぞれ集中している。また、自動車、自転車小売業は、都心の南方に連続する学区群の他に、周辺部にも特化係数の大きい学区がある。これに対し、飲食料品小売業とその他の小売業は、特化の程度が全般に低い。

2 小売業の水準指数

小売業は基本的には、消費者志向的な産業であるため、消費者すなわち人口の地域的分布に応じてその立地が規定されることが多い。しかしながら、いわゆる食住分離が進んでいる大都市にあっては、消費者の居住地と小売業活動の集積地との空間的なズレ（乖離）の程度が大きく、こうしたズレが消費者の購買行動を妨げている場合が少なくない。消費者分布と小売業分布の乖離の程度は、次に記す小売業水準指数の算出式によって計測できる。

小売業水準指数＝名古屋市の小売業（あるいは特定業種）販売額に占める特定学区の割合／名古屋市の人口に占める特定学区の割合……………(2)

消費水準に地域格差がないと仮定した場合、水準指数の値が1.0を下回る学区は、学区内の需要を自らの小売業機能で完全に満たすことができないため、他地域の小売業に依存していると考えられる。学区別の小売業水準指数を図化した第2-8図から明らかなように、小売業の集積が大きい反面、夜間人口が相対的に少ない都市中心部では、この値が非常に大きい。これに対し、周辺部の学区では水準指数が全般に小さいが、なかには1.0以上の値を示す学区もあり、これらは隣接学区から消費者を吸引している。

小売業の水準指数を業種別に算出して、その地域的分布を検討すると、先に述べた配分比率の分布と同様な特徴が認められる。第2-9図は、水準指数が2.0以上を示

す業種とその学区を図示したものである。これによると、飲食店と家具・建具・什器小売業は都心部に集中しており、分散的傾向が強い自動車・自転車小売業とは対照的である。織物・衣服・身の回り品小売業はこれらの中間にあり、また飲食料品小売業はその数が少ない。全般的には、中心部に位置する学区の水準指数が大きく、この地域の小売業が周辺部から多くの消費者を吸引していると考えられる。自動車（自転車）小売業が分散的なのは、広い敷地を要するこの業種の性格もさることながら、自動車販売会社の地域分散的な販売方法がこれに関連している。最寄的性格が濃い飲食料品小売業は、人口分布との相関が強いため、広い範囲から消費者を吸引する学区は稀れにしかない。

Ⅲ 小売業の地域的推移過程

1 方向別・距離帯別考察

前章では昭和49年現在における小売業の地域別分布を考察したが、この章では昭和43年から51年までの8年間における小売業の地域的推移過程について検討する。はじめに名古屋市全体の小売業販売額構成比率(%)を昭和43年と51年の2ケ年で比較すれば、各種商品小売業(13.3%→17.5%)と同じく飲食店(12.4%→14.5%)の増加と、自動車・自転車小売業(13.6%→11.2%)の減少がその変化の特徴として明らかになる(第3-1表参照)。百貨店やスーパーマーケット(ストア)を含む各種商品小売業の販売額は、この期間中に大幅に増加し、構成比率の順位は4位から3位(昭和49年には2位)へ上昇した。昭和40年代に本格化したスーパー・マーケット(ストア)をはじめとする大規模小売業の急速な発展がいかにか大きかったかが、ここに示されている。一方、飲食店は、所得水準の上昇や余暇時間の増大に伴う外食習慣の普及に応じて売上高を増大させた。とりわけ後に述べるように、自転車を利用する消費者の行動圏が拡がるにつれて、郊外における飲食店の立地が大幅に進展した。

昭和43年から51年までの過去8年間における小売業の地域的变化を、2年間隔の推移過程を通してとらえるため、名古屋市全体を、(1)都心区を中心とする方向別セクターと、(2)都心を中心とする同心円的な距離帯に分け、各地域の販売額配分比率がこの期間中にどのように変化したかを検討する。

ここで設定する方向別セクターは、幾何学的な対称形をなすものではない。中・東区を便宜的に都心区とし、西・北区、千種⁸⁾、守山区、昭和⁹⁾、瑞穂、緑区、熱田、港、南区、中川・中村区をそれぞれセクターとみなす(第3-1図参照)。都市の土地利用モデルのひとつにHoyt, H.¹⁰⁾の扇形モデルがあるが、これは主要交通路の方向に沿って同質的な土地利用の展開が促進されるという考えにもとづいている。名古屋市の場合も、都心部における方格的な道路網を除けば、主要交通路の多くは都市中心部を焦点とする放射状をなしている。こうした方向性は、都市の土地利用や市街地の発展方向と関連をもつため、小売業の地域的展開をみる場合にも、ひとつの仮説的な視点を与える。¹¹⁾

さて、このような観点から、名古屋市の小売業の地域的推移をみると、全般的には中・東区での大幅な減少と、千種・守山区における著しい増加が際立った特徴として指摘できる(第3-2図参照)。すなわち、前者の配分比率が昭和43年の322.7%から51年の294.6%へ28.1ポイントも減少したのに対し、後者のそれは78.0%

から119.6%へと大幅に上昇した。両者の対照性は、業種別に検討した場合にも同様に指摘できるが、中・東区でとくに減少が著しかった業種は自動車・自転車小売業(314.2→160.0)、家具・建具・什器小売業(280.5→177.7)、飲食料品小売業(159.4→118.4)、飲食店(453.7→419.3)である(第3-2表参照)。これに対し、千種・守山区で大幅に増加した業種は、家具・建具・什器小売業(72.3→127.6)、その他の小売業(98.8→148.6)、織物・衣服・身の回り品小売業(54.3→88.6)、飲食料品小売業(120.1→153.6)である。これら以外のセクターで目立った変化としては、中川・中村区におけるその他の小売業(172.0→216.0)と自動車・自転車小売業(103.3→152.0)の増加である。

方向別考察と同様に、都心を中心とする距離帯別考察も、小売業の地域的推移を明らかにする上で重要である。¹²⁾ 現実の都市は、必ずしも同心円的に発展するものではないが、大都市の多くが社会的・経済的活動の一部を都心部から周辺部へ移していることを考えれば、消費者志向的な小売業もまたこれと同様な傾向を示すと考えられるからである。

そこで都心(栄学区)を中心として、半径2Km幅の同心円的な距離帯を設け、各距離帯に属する学区群⁽³⁾の販売額配分比率の推移を調べると、第3-3表と第3-4図のようになる。都心から2Km以内の配分比率は過去8年間に31.8%、同じく2~4Kmのそれは31.0%それぞれ減少した。これに対し、6~8Kmの距離帯では36.7%、10~12Kmのそれでは27.3%の増加が認められた。つまり、ほとんど変化がなかった4~6Kmの距離帯を漸移帯として、その内側で大幅な減少がみられ、外側で増加がみられたのである。

これを中分類別に検討すると、概してどの業種についても、販売額比率は4Km以内で減少し、6Km以遠で増加していることがわかるが、増減比率の変化量が最大値を示す距離帯は業種によって異なる。すなわち、織物・衣服・身の回り品小売業と飲食料品小売業は、2~4Kmの減少が最も大きいのにに対し、他の業種はいずれも0~2Kmで最大の減少を示した。また、家具・建具・什器小売業と自動車・自転車小売業それに飲食料品小売業は、8~10Kmでの増加が著しかったのにに対し、飲食店は6~8Kmで、また織物・衣服・身の回り品小売業は4~6Kmで大幅に減少した。業種間のこうした相違は、都市発展に対する反応の仕方や立地性向が、各業種によって異なるからである。

以上みてきたように、昭和43-51年における名古屋市の小売業の地域的推移は、全般的にみれば、都市中心部(中・東区あるいは都心から2Km以内の地域)から周辺

および郊外（都心から6 Km以遠とりわけ東・北東方向）への相対的な移行として把握できる。しかしこれはあくまでもマクロ的あるいは平面的なとらえ方であり、いくつかの商業中心地を核としながら展開する小売業の、いわばミクロ的（点的）な推移については、明らかになっていない。それゆえ次に、学区を単位とするより詳細な検討を行うことにした。

2 学区別考察

第3-5図～第3-7図は、各学区の販売額配分比率と、その学区から都心までの距離との関係を昭和43・47・51年の3ケ年について図示したものである。どの図も都心付近をピークとして右下りの傾向を示しているが、年次によってその分布が若干異なっている。10 Km付近にみられる小さなピークは、この付近に西築地、笠寺、白水、猪高、鳴海などの小売業中心地があることを示している。この付近のピークは、外方に向けて徐々に移行する傾向にあり、51年になるとピークを形成する学区数が増え、43・47年とは異なる形状を呈するに至る。これはいうまでもなく、郊外における小売業活動の隆盛に相当するものである。

いずれの年次においても、配分比率が最も大きいのは、都心の栄学区であり、これに名古屋駅前の新明学区がつづいている。販売額の伸び率は新明学区が栄学区を上回っているが、概して両学区とも配分比率にそれほど大きな経年的変化はない。これに対し、都心から5 Km以内に位置する学区群の配分比率は、全般に低下する傾向にあり、とくにこの付近の主要小売業学区で顕著である。つまりこれまでは、都市中心部で販売額配分比率に大幅な減少があったと述べてきたが、厳密には中心部でも都心の栄、名古屋駅前の新明の2学区とそれ以外の学区群では事情が異っているのである。このことは、次に述べる学区別小売業販売額の順位・規模関係の推移図からも明らかである。

小売業販売額を規模の順位に並べ、その経年的変化を示した第3-8図によれば、昭和43-51年における各学区の販売額増加傾向が一様でなかったことがわかる。この図は両対数目盛であるため、縦方向の幅は増加率に相当する。この期間中、一貫して増加が大きかったのは、30位以下の学区群と栄・新明学区などである。もちろん年次によって学区の順位が異なる場合があるため、43年のグラフがそのままのかたちで上昇したと考えるのは誤りである。しかし、少なくとも1-10位の学区群の順位に大きな異動のなかったことは明らかのため、これら主要学区群の中にあっては、上位2学区とそれ以下では増加率に格差のあったことは確かである。とりわけ市全体の伸びが他の年次に比べて低かった昭和45-47年においては、4-10位の学区

群における伸びの低さが際立った。

昭和43年から51年にかけての小売業の地域的变化については既に述べたが、この変化を2年間隔の推移を通して検討すると、以下のようになる。まず昭和43-45年では、都心を中心としてその北東・西および南東方向に連続する学区群の配分比率が減少した（第3-9図参照）。もちろん減少の程度は学区によって異なるが、この方向性が主要な鉄道路線の方向にほぼ一致している点が興味深い。昭和45-47年になると、配分比率の減少学区が拡大する傾向が認められ、連続する減少学区群が増加学区を間に挟みながら分散的に分布している（第3-10図参照）。このため前期にみられた明らかな方向性は、この時期には認められない。さらに昭和47-49年になると、減少学区群が市の中央部を北から南にかけて広い帯状をなして拡がり、東部・西部の増加学区群と対照性をみせている（第3-11図参照）。最後に49-51年の推移は、その前の時期と同様、周辺部と中心部の増加・減少の対照性をはっきり示しており、このような状態が永続化する傾向にあることを示唆している（第3-12図参照）。

このように2年間隔でみた小売業の地域的推移は、きわめて複雑な様相を呈している。これを学区ごとに検討すれば、各学区は全期間を通してそれぞれ独自の推移パターンを示したはずである。すなわち各々の学区は、配分比率が連続して減少した実質的な小売業衰退学区や、増加が連続的であった発展学区などいくつかのカテゴリーのもとに分類できる。第3-13図は、昭和43-49年における、2年ごとの増減傾向をもとに8通りの組合せを設け、各学区がどのカテゴリーに属するかを示したものである。この図をみれば、どの学区がどのような推移を示したかが一目瞭然であるが、とりあえずここでは連続的減少学区と連続的増加学区についてのみ検討する。前者は小売業の衰退学区としていろいろ問題のある学区であり、また後者は小売業の発展地域として注目される学区である。

さて、期間全体を通して配分比率が低下しつづけた学区であるが、これは東・中村・熱田・昭和区のいずれも都心寄りにあり、数学区が連続している。都心から4Km以内の地域で大幅な減少のあったことは既に述べたが、減少部分の多くは、実はこのような学区によってもたらされたものである。上記の区では、市街地の発展は既に成熟段階に達しており、夜間人口の減少もこの期間中に一貫して認められた。もちろん夜間人口の減少と小売業の衰退は直接結びつくものではないが、これらの学区群が買回品小売業が多く立地する都心部ではなく、最寄的性格の濃い都心周辺部に位置することを考えれば、やはり人口減少との関連を考えないわけにはいかない。この点については後に詳しく検討する。

これに対し、配分比率が連続して増加した学区は、西・守山・千種・瑞穂・港・中川の各区にあり、周辺部あるいは郊外における小売業活動の発展をあらためて裏づけている。ただ注意すべきことは、都心の南側にもこのカテゴリーに属する学区（たとえば松原、平和学区）があり、中心部はすべて減少地域と即断できないことである。このことは小売業の衰退地域の分布にもあてはまり、減少学区は先に述べた区以外の、たとえば南区の南部などにも見出される。なお43-45年は増加であったが、あとの2期はいずれも減少を示した学区は都市中心部に数多く分布しており、その後どのように変化したかが注目される。

同様の考察を小売業の中分類業種別に行うと以下のようになる。織物・衣服・身の回り品小売業の場合、減少学区は都心に隣接する地域や大曾根、名古屋駅付近、それに中川・南区にみられる。これに対し増加学区は、千種・昭和・西・中村・港区にみられる（第3-14図参照）。飲食料品小売業の増加学区は、都心と周辺の間付近に多く、東・北区の一部を除けば、市の西部と南部に多い。一方、増加学区は守山・千種・緑・港・西・北区の周辺部に多く、これらはこの業種の性格から考え、人口増加地域に相応していると思われる（第3-15図参照）。さらに自動車・自転車小売業の減少学区は、北・千種・西・中村の各区に点在しており、どちらかといえば市の北半分が多く、反対に増加学区は南・港・中川・昭和など南半分に多い（第3-16図参照）。家具・建具・什器小売業の場合は、減少学区が9学区と少なく、それらは都心の北側と東側に比較的分散している。増加学区は千種・昭和・港・北・西区の周辺部に多い（第3-17図参照）。最後に飲食店については、減少学区と増加学区の対照性が著しく、前者は中・中村・昭和・東区の都心寄りに、また後者は市の周辺部に連続して分布している（第3-18図参照）。

3 主要小売業地域の推移

小売業販売額配分比率の地域的推移は複雑であるが、上位13学区が総販売額の42.0%（昭和49年）を占める名古屋市にあっては、全体の変動に大きな影響を及ぼすのは、やはり主要小売業地域における変化である。第3-4表は、昭和49年度の販売額の大きさの順に上位60学区について、昭和43-51年における推移状況を示したものである。最後の欄は、昭和43-49年の間に特に変化が著しかった業種とその配分比率の変化量を示している。これによると、上位20学区群にあっては、織物・衣服・身の回り品小売業の増加と自動車・自転車小売業の減少、それに家具・建具・什器小売業の増加と減少が特徴的であり、これが全体の変化に少なからぬ影響を与えた。これに対し21-40位では、自動車・自転車小売業の増加と家具・建具

・ 什器小売業の減少が対照的である。さらに41～60位では、自動車・自転車小売業の増加と織物・衣服・身の回り品小売業の減少が明瞭であり、また飲食料品小売業の変化も無視できない。いかえれば、自動車・自転車小売業は、その活動の中心が上位から下位へ移行した業種であり、織物・衣服・身の回り品は上向的な業種、そして家具・建具・什器小売業はその中間的位置にあるといえる。

主要学区のうち、減少傾向が大きかった21学区について、その原因をさらに追求するため、昭和43年と49年における販売額の業種構成比率を比較した（第3-5表参照）。たとえば、この期間中に配分比率が連続して減少した新栄学区の場合、自動車・自転車小売業の構成比率は26.0%から1.4%へと大幅に減少し、また家具・建具・什器小売業も11.8%から9.4%へと減少した。自動車需要の増大に伴い、広い敷地を要する自動車販売店が都心部から周辺部に転出する傾向がみられたが、新栄や葵学区の場合はこれに相当する。

これに対し、那古野・大須学区では飲食店の構成比率が大幅に減少し、人が多く集まる繁華街的性格が弱まった。さらに牧野・旭丘・山吹・千種など住宅地域を背景とする学区では、飲食料品小売業の比率が減少しているが、これは夜間人口の減少や飲食料品をも取り扱う各種商品小売業（スーパーなど）の進出により、この業種の販売額が減少したためである。

このように同じ小売業衰退（停滞）地域でも、その原因は様々である。夜間人口の減少が販売額の減少に結びつきやすい最寄品業種もあれば、主要交通路線（地下鉄など）の変更に伴うターミナル性の衰失が衰退の原因となる買回品業種もある。また、同じように販売額の配分比率が減少しても、店舗数の動向が異なる場合もある。たとえば第3-19図に示すように、商店数の配分比率と販売額の配分比率の相互関係を昭和43・51年について比較してみると、商店数の増加が販売額の増加にそのまま結びつかない場合のあることがわかる。原点を通る $y = x$ の直線の左側の学区は右側に比べて一店当たりの販売額が相対的に大きくなった学区である。たとえば大須と田代の2学区を比較した場合、販売額配分比率に大きな差はないが、商店数の減少は大須の方が大きい。つまり大須学区の販売額の減少は、店舗数の大幅な減少すなわち廃業によってもたらされたものである。

一方、増加学区についても、販売額配分比率の伸びが新規店舗の増加によるものか、あるいは既存店舗の規模の拡大によるものか、というちがひがある。たとえば稲葉地と稲生の2学区を比較した場合、前者の商店数配分比率はほとんど変化しなかったが、販売額配分比率は、商店数に増加がみられた稲生とほぼ同じくらい伸びた。もちろん学区によって、業種構成の内容が異なるため、単純に結論は導き出せないが、小売店

間の規模別格差が増加傾向を示している昨今、商店数の変化だけでは小売業の動向を説明することはできない。

4 大規模小売業の発展

昭和40年代における小売業変化の特徴のひとつは、大規模小売店の立地があいついで行われた結果、これを含む各種商品小売業の販売額構成比率が大幅に増加したことである。各種商品小売業に関する資料は、商業統計調査では不十分なため、ここでは「日本スーパーマーケット名鑑」⁽⁴⁾にもとづきながら、市内の動向を検討してみたい。

第3-6表は、昭和52年現在におけるスーパーマーケット・ストアの概況を示したものであるが、これによると、店舗は南・瑞穂・緑区に比較的多く、熱田・港・中川区で少ないことがわかる。また売場面積が2000m²以上の比較的大きな店舗は、南・中村・千種区に多い。東・熱田・港区などには、昭和39年以前に既にこの種の店舗がみられたが、昭和40-44年になると、千種・中村区の立地がすすみ、その中心がこれらの区に移行した。さらに昭和45年以降になると、瑞穂・名東・天白区で立地があいつぎ、50年以降は名東・天白区に集中している。こうした一連の推移は、市街地の発展にほぼ相応していると思われるが、同時にまたスーパーマーケット・ストアは、既成商店街の間隙を縫うように進出・展開したため、結果的に新興住宅地域に立地が集中することになった。一方、これらの店舗の取り扱い業種は、食品・雑貨を主体とするものが全体の過半を占め、衣服・雑貨がこれについている。食品・雑貨の販売額が全体に占める割合は、店舗によって異なるが、概して小規模な店舗ほどこの比率が大きい。

ひとくちにスーパーマーケット・ストアといっても、その規模には店舗間格差があり、また店舗規模は経年的に拡大する方向にある。第3-7表によれば、売場面積1,000m²以下の店舗は、昭和40年代を通してほぼ一貫して立地がつづいたが、2,000m²以上の大規模な店舗は、41~48年に立地が多く、とりわけ43~46年に集中している。しかし昭和49年以降は、店舗立地の飽和化と出店に対する法的規制¹⁵⁾のため、立地の勢いにかげりがみられる。

一般の小売店とは異なり、売場面積が広い大規模小売店は、広い商圈の確保を前提としている。広範囲におよぶ商圈を掌中にするためには、店舗を主要交通ターミナル付近に置くことが肝要であり、事実、大規模店ほどターミナル志向が強い。売場面積1,500m²以上の大規模小売店の位置と交通網との関係を示した第3-20図によれば、大多数の店舗が地下鉄・私鉄・国鉄あるいはバスの主要駅付近に立地していることがわかる。とりわけ売場面積が10,000m²内外の店舗は、今池、大曾根、金

山、新瑞橋、庄内、柴田など、都心部と郊外の間際に位置する主要駅の付近にある。こうした店舗は、店舗周辺の消費者はもちろんのこと、郊外から鉄道、バス、自動車
で来訪する顧客を郊外の入口付近で引きとめ吸収している。また、公共交通の不便な
地域には、一部の集合住宅地域を除いて、ほとんど出店がみられず、この意味では北
米都市郊外にみられるような、完全に自動車利用客を志向する大規模店はないといっ
てよい。

Ⅳ 東部郊外地域における小売業の発展

1 小売業の地域的分布と推移

これまでは、名古屋市全体における小売業の地域的分布と、その推移動向について考察してきたが、そこで指摘された特徴のひとつは、小売業活動の郊外における著しい発展であった。モータリゼーションの普及や、地下鉄・バス交通網の整備によって促された市街地の外延的発展は、人口の郊外化を伴い、これがまたこの地域における小売業活動の広範な展開を促進した。名古屋市の場合は、守山・名東・天白・緑の以上4区に郊外化の典型的事例が見出されるが、この章ではこれら東部郊外区における小売業活動の最近の動きを中心に考察する。

昭和43-51年における小売業商店数と小売業販売額の推移を示した第4-1図と第4-2図から明らかなように、この地域の小売業の発展には著しいものがあり、商店数と販売額の増加率はそれぞれ名古屋市平均の1.34倍、1.77倍であった（第4-1表参照）。しかしこれを区別にみれば、増加の程度が一樣でなかったことがわかる。市街地としての歴史が古い守山・緑区より、開発の新しい名東・天白区の方が増加の割合が大きく、とりわけ47年以降の増加傾向には目をみはるものがある。商店数の増加に伴い、各区の業種構成の比率にも変化がみられたが、全般的な特徴としては、飲食店の増加と飲食料品小売業の減少が指摘できる（第4-3図参照）。この傾向は名古屋市全体のそれとほぼ似かよっているが、飲食店の増加については、市の平均を上回っている。

郊外区における小売業の発展は、どの地域でも同じ様に行われたのではなく、ある特定地域に商業中心地を形成するかたちで進められた。都心から距離的にかなり離れている郊外にあっては、都心や既成市街地の商業中心地を常に利用することが困難なため、郊外にこのような機能を果たす商業中心地をつくる必要がある。このような中心地は、商店の集積が他地域より大きいため、たとえば常住人口と商店数の相関関係などによってその存在を確かめることができる。昭和45年における両者の関係を示した第4-5図によれば、鳴海、甘軒家などの学区で商業集積が大きく、1店当たりの人口は100人を下回っている。これが昭和51年になると、鳴海、甘軒家の他に天白、平針などが加わり、この間に天白区を中心に小売業の集積が進んだことがわかる。ただしこの期間中に東部郊外区の学区は28から51へ増加したため、昭和45年当時の天白・平針学区の範囲で51年の状況をみれば、商店数の増加は図示されている以上に多い。

同様なことを人口と販売額との関係から検討すると、店舗規模を考慮に入れた動向

がより明確になる。昭和45年の段階では、鳴海、甘軒家、野並、猪高の各学区の1人当たり販売額が大きく、これらの学区では人口の割りに小売業が活発であったことがわかる。ところが6年後の51年になると、鳴海、鳴子、藤ヶ丘、野並、天白、大森などが1人当たり販売額の大きな学区になる（第4-7, 4-8図参照）。

1人当たり販売額は、小売業活動の相対的な大きさを表わしているが、これと同じような指標に中心性指数と称されるものがある。これは住民1人当たりの消費水準に地域差がないという仮定のもとに、各学区の小売業活動の重要性を測定しようというものである。下記の算出式によって得られた値が正であれば、その学区は学区内の需要を満たして余りあるものがあり、隣接学区から消費者を吸引していると考えられる。また負の値を示す学区は、満足すべき需要の一部を他学区の小売業機能に依存している学区である。

中心性指数 = 特定学区の小売業販売額 - 地域住民1人当たりの販売額 × 特定学区の人口……………(3)

第4-2表は、各学区の中心性指数を大きさの順序で並べたものであり、第4-9図はこれを図化したものである。守山・名東区の主要交通路沿いの学区や、天白・緑区の新興住宅地域の学区が比較的大きな正値を示しており、これらは郊外区における小売業の中心学区として位置づけられる。中心性指数は販売額と人口から導かれるため、販売額が多いほど、あるいは人口が少ないほどその値は大きくなる。郊外区では人口の減少はめったにみられないため、結局、中心性指数を押し上げるのは販売額の上昇である。とりわけ名東・天白両区の増加が最近の傾向として際立っており、昭和47-51年における小売業業種、小売業商店数それに飲食店数の増減を示した一連の図からも読みとることができる。

昭和40年代に本格化したスーパーマーケット・ストアの進出は、東部郊外区でも例外ではなかった。既に市街地が形成されていた守山区と緑区では、はやくから立地がみられたのに対し、名東・天白区では昭和45年以降に立地が本格化した。この種の店舗は地域的に集中して分布しており、守山区では東西方向の主要交通路沿い、名東区では住宅団地と東西の交通路沿いにそれぞれ位置している。また天白・緑区では、住宅団地付近と主要交通路沿いに分布している（第4-13図参照）。既成市街地の主要ターミナル付近に位置する大規模な店舗とは異なり、東部郊外区の店舗の大半は、売場面積が1,500m²以下であり、食品・雑貨を取り扱うものが大多数を占める（第4-14, 4-15図参照）。人口密度がまた低い郊外区にあっては、大規模な小売店を立地させるのに十分な商圈が形成されていないため、次節で述べるように、中心部の商業地域に対する購買依存が大きい。

2 郊外地域住民の購買行動

東部郊外区では、近年、小売業商店の立地が急速に進んでいるとはいえ、住民が中心部の商業中心地で購買する割合は依然として高い（第4-3表参照）。第4-4表～第4-16図は、郊外住民の区外購入先別利用率を示したものである。これによると、買回品の購入に際しては、どの区も栄（都心）を利用する割合が圧倒的に多い。2番目に多く利用されている商業中心地は区によって異なっており、守山区は大曽根、名東区は星ヶ丘、天白区は鳴子、そして緑区は名古屋駅前となっている。いずれも時間、距離的にみて、各区に一番近い地域商業中心地¹⁶⁾を利用している。一方、最寄品については、緑区の高い自区内購入率を例外として、あとの区はいずれも買回品と同じような割合で、他区の商業中心地を利用している。ただし、栄の利用は買回品の場合ほど多くはなく、利用順位は2～3位にとどまっている。結論的にいえば、郊外住民は、買回品を都心および都心と郊外の中間にある商業中心地で購入し、最寄品を後者の商業中心地か、あるいは自区内で購入することが多い。

次に郊外住民の購買行動を商品別に検討すると、いくつかの特徴が指摘できる。第4-17図～第4-25図は、低次財の最寄品から高次財の買回品にいたる9品目について、住民の購買動向を図示したものである。はじめに示した生鮮食料品と荒物・金物については、どの区も自区内での購入率が高い。ところが肌着・下着になると、名東区は栄の利用が多く、他の区は自区内もしくは区外の地域商業中心地で購入する割合が多い。買回性格が濃い靴・鞆あるいは婦人服、紳士服の場合は、どの区も一樣に都心あるいは地域商業中心地で購入することが多く、贈答品になると都心での購入率が圧倒的に高くなる。

郊外住民の区外商業中心地に対する根強い購入依存は、今後もつづくと思われるが、これらの住民の購買行動に関するいまひとつの特徴は、大規模小売店に対する志向の強さである。名古屋市を5地域に分け、商品ごとに店舗別利用率を調べた調査によれば、東部市街地（千種・昭和・瑞穂区）、^マ部郊外区（守山・名東・天白・緑区）では、百貨店・スーパー・小売市場の利用が他の地域に比べて多く、その利用率は市の平均を上回っている（第4-5表参照）。一般商店が集積する商店街は既成市街地に多く、しかも商店街の最盛期は昭和30年代にあったため⁽⁷⁾、市街化の新しい郊外には伝統的タイプの商店街はほとんどみられない（第4-26図参照）。これらの地域には、新しいタイプの小売業が消費者の需要に応ずるように立地しているが十分ではなく、消費者の多くは買回品を求めて都心や地域商業中心地の百貨店、スーパーへ出かけていく傾向が強い。

東部郊外区の人口が今後さらに増加して、買回品小売店を支えるのに十分な商圈人口が確保されるようになれば、区外購入率はある程度低くなると思われる。もちろんこの場合の商圈人口は、たんに名古屋市郊外ばかりでなく、名古屋市に隣接する地域の人口動態にも影響される。尾張旭市や長久手町・日進町をはじめとして人口の急増がつづいている地域からの購買流入いかによって、郊外区の商業発展の様子もかわってくるであろう。これらの地域の現段階における対名古屋市依存については、日進・長久手両町が最も強く、尾張旭市、東郷町がこれについている（第4-6表参照）。名古屋市内の地区別購入依存率が明らかになっている日進町の場合、買回品の購入依存率は栄、今池、星ヶ丘の順序で大きい（第4-8表参照）。このパターンは名東区のそれとよく似ており、日進町に関するかぎり、名東区の商業地域は今池、星ヶ丘と対抗できるほどの吸引力を有しているとはいえない。

3 名東区の小売業立地パターン

前節では東部郊外区における小売業の分布と、その推移について考察した。小売業は他の産業に比べて土地利用の集約度が高いため、その分布は本来点的なものである。それゆえ地域を広範囲にとったマクロな分析と同時にミクロな、いわば個々の店舗を対象とした分析が重要である。本節では東部郊外区のうち、近年、急激な勢いで市街地化が進んでいる名東区を取り上げ、小売業の地域的分布パターンの特徴について検討する。

第4-27図は、昭和50年度の事業所統計調査の調査地区（113）を単位に¹⁸⁾、卸売業を除く第3次産業の事業所分布を示したものであり、同様に第4-28図はその業種数を図示したものである。この産業の小分類業種は全部で206あるが、うち名東区に事業所立地が認められるのは107業種である。このうち小売業については、百貨店とその他の什器小売業を除く35業種がすべて存在するものの、乾物小売業、料亭、バー・キャバレー・ナイトクラブなど特殊な業種の事業所はそれぞれ1と少ない。業種数が多い地区は、商業中心地としてのランクが高い地区であるが、名東区の場合は、西山住宅と地下鉄藤ヶ丘駅前にそれぞれ業種数27の地区があり、猪子石(25)、高針(25)の2地区がこれについている。

小売業35業種について、個々の店舗の分布パターンを明らかにするため、113（地区数）×35（業種数）のマトリックスを作成した。このマトリックスでは、地区は業種数の多さの順序で、また業種は店舗数の多さの順序でそれぞれ配置されている。小売業立地の説明理論である中心地理論のクリスタラー・モデルによれば、同一ランク（業種数が同じ）の中心地（地区）は同一種類の業種を有するため、マトリッ

クスの上にランクの数だけ「階段」ができるはずである。ところが実際に作成したマトリックスには、こうした規則性は何ら認められず、低次ランク地区に高次な業種が存在する一方、高次ランク地区に低次業種を欠いている場合が少なくない。このことは、集積の条件を重んじたクリスタラーの階層的な商業中心地モデルが、この地域ではあてはまらないことを意味する。

異なる業種が一ヶ所に集まることによって、いわゆる集積の利益が発生するが、自動車交通に対する依存度が強く、市街地発展がスプロールのになりがちな郊外にあっては、集積の利益よりむしろ自動車利用客の吸引に重点をおくタイプの店舗があり、これが小売業の分散化を促進する。もちろん郊外に立地する小売業のすべてがこのタイプに属するわけではなく、既成市街地の商業地域のように、比較的コンパクトな範囲に多くの業種が集積している場合もある。この点を区別するために、いくつかの業種について事業所分布図を描き、そこに見出される分布の共通性に着目して分類した2つの代表的な分布パターンを図示したのが第4-31図と第4-32図である。

第4-31図は、ランクが高次な地区付近に店舗が集中するタイプである。これらは **Berry, B.J.L.**²⁰⁾ の商業地域分類のうち、核をもった商業中心地に立地する業種であるが、これらは主として住宅地域で発生する日用品に対する需要を満たしている。これに対し、第4-32図では名東区内を東西方向に貫く3本の主要交通路沿いに展開する線状の分布パターンが特徴的である。**Berry** はこれをリボン状に展開する商業地域として分類しているが、ここに含まれるのは、自動車販売店、ガソリンスタンド、飲食店・レストラン、家具店などであり、いずれも自動車そのものに関連する業種か、もしくは主として自動車利用客を志向する業種である。

小売店舗の立地について、いまひとつ指摘できる特徴は、数店舗が同一ビル内に並列的に入店するかたちでつくる小規模な集積パターンである。これらの店舗は、自動車利用客を前提としているため、駐車場を建物の周囲に設置している。個々のビルは道路に沿って並んでいるが、建物の相互間には何ら関連がないため、商業地域としての調和に欠けるものが多い。共同ビルの多くは中層建築で、店舗の上は住宅あるいは事務所として利用されている。土地利用的にみれば確かに伝統的な商店街より効率的であるが、店舗の統一的配置という点からみると問題が少なくない。

要約と問題点

名古屋市における小売業の地域的分布と、その推移過程について考察した結果と、その問題点を整理し要約すると以下のようになる。

昭和43年以降、小売業販売額の配分比率は、都心から4Km以内の地域で減少しつづけ、6Km以遠（とりわけ東部地域）で増加した。都市中心部における小売業の相対的な「衰退現象」は、先進諸国の大都市に共通しているが、その背景にはモータリゼーションの普及に促された郊外化現象がある。しかし名古屋市の場合は、北米型の都市とは異なり、都心の核心部分の衰退は顕著ではなく、この地区は依然として都市内最大の商業中心地としての地位を確保している。

小売業の地域的推移を業種ごとに検討すると、業種の性格を反映するかたちで立地移動の生じたことがわかる。たとえば自動車・自転車小売業の場合は、市の南部に連続的增加学区が多くみられるが、これは都心周辺部の主要商業地域におけるこの業種の大幅な衰退と関連している。飲食料品小売業や飲食店は、ともに都市中心部での減少と郊外での増加が対照的な業種であるが、これらは主要小売業地域の販売額変化にあまり関与していない。これに対し、織物・衣服・身の回り品小売業の連続的減少学区は、都心以外の商業地域にもみられ、スーパー等の各種商品小売業の隆盛の前に衰退を余儀なくされた。

昭和40年代に本格化した大規模小売業の立地は、都心と郊外の間際に位置する鉄道・バスの主要駅付近に多く、これらは既成市街地と郊外の両方を商圈の中におさめた。これに対し、比較的小規模なスーパーマーケット・ストアは、既成商店街の合間を縫って立地したため、結果的に商業集積が少ない郊外を中心に展開した。一方、都心周辺部の古い商業地域は、夜間人口の減少や主要交通機関の変更に伴ってかつての勢いを失い、業種構成の内容を大きく変えた。

人口の郊外化が今後も進行すれば、都心周辺部の「空洞化現象」はさらに規模を大きくすると考えられる。イギリスの都市で行われているような、商業の郊外化を抑制するための法的規制をそのまま導入することは議論の余地のあるところだが、住宅地域のスプロール化を許した上で、さらに商業のスプロール化を認めることは好ましいことではない。小売業の地域構造は、昭和30年代における都心を中心とした商店街主導の比較的まとまった構造から、大規模小売店と商店街が結びついた商業中心地が広範囲にわたって展開する構造へと移行してきたが、こうした傾向は郊外の発展に伴ってさらに促進されるであろう。その場合、問題となるのは、かつて隆盛を誇り、現在もおもな商業中心地ではあるが、衰退傾向を否定することができない地域をどうするかという問題である。夜間人口がすでに減少しつつこれらの地域は、思い

きった再開発を行い、高層住宅地の建設で夜間人口を確保する一方、北米型の都市にみられるような、都市全域を商圈とする特殊・専門商業地域として再生する道は考えられないであろうか。これまで性格が曖昧だったこれらの商業地域について、ある程度の専門化を図り、相互補完的な機能分担を行わせることによって独自性を発揮させるのである。

東部郊外区のうち、市街地形成が比較的古い守山・緑区と、開発が新しい名東・天白区では商業集積に格差がある。このことは消費者の購買動向にも反映されており、名東・天白区の住民の区外購入率は、他の2区より大きい。買回品については、どの区も都心を志向する割合が多いが、購入先の第2位は区によって異なり、おおむね都心と郊外の間際に位置する地域商業中心地が利用されている。近い将来、郊外区やその周辺の市町で人口が増加すれば、買回品商店の立地も進むと思われるが、今後はたんに商業機能ばかりでなく、社会的・文化的機能の充足も考えなければならない。なぜなら、郊外住民の都心商業地域に対する依存は、たんに購買動機のみによって誘発されるものではないからである。

郊外における商業中心地の形成を考える場合、郊外と既成市街地を結ぶ交通機関のあり方が重要なポイントになる。便利な高速鉄道で両者が連結されれば、郊外住民の都心志向性は強まり、そのぶん商業中心地の発展が抑制される。しかしその反面、このような交通機関があるために、市街地の発展が促され、より高次の中心地の形成条件が整う場合もある。時間距離的にみて、都心から離れた位置にある守山・緑区では、既にある程度の商業集積が形成されているが、地下鉄で都心と結ばれている名東区では、その形成が不十分である。名東・天白区では今後、新しい商業中心地の発展が望まれるが、その場合、最低限必要と思われる財やサービスについては、区内で自給できるような機能の充足をはかる必要がある。そうすることによってはじめて、都心商業地域と郊外商業地域との間に健全な機能的分担が実現される。

名東区は、都市（地域）間交通路の延長に促されて発展した住宅的機能と、自動車関連サービス機能を兼ね備えており、こうした性格が小売業の事業所分布パターンにも反映されている。比較的短期間に広い地域が開発され、また既成市街地に比べて自動車の利用が容易なため、商店立地は分散的である。伝統的タイプの商店街はほとんどなく、多くは数店舗が共同ビル内に入店するかたちで分散分布しており、統一性に欠ける。新市街地形成に伴う商業地域の形成であるため、いま少し計画的な配慮がなされてしかるべきであろう。自動車利用客を志向する新しいタイプの商業施設が、郊外を中心に現われるのは、それなりの理由があるが、これらは自動車を利用できない人にとっては、不便な商業施設になりやすい。将来の小売業施設は、自動車利用客を

志向するものと、それ以外のものに両極分解する恐れがあるが、少なくとも日用必需品業種を主体とする商業中心地については、異なる複数の交通機関を前提としながら、その設置を考えるべきである。

- 1) Davies, S.L.(1972) *Structural models of retail distribution, Transaction Institute of British Geographers* 57, 59-81. によれば、小売業の郊外化が最も進んでいるのは、アメリカ合衆国であり、欧州大陸の諸都市がこれについている。ただしイギリスでは行政的理由から郊外化が抑制されており、1960年代までは郊外化があまり進んでいなかった。
- 2) Johnson, J.H. (1974) *Suburban growth : Geographical process at the edge of the Western city (London)* 156-175. によれば、アメリカ合衆国の諸都市における都心の衰退は、欧州諸国のそれより15年以上もはやくから進んだ。1963年現在、合衆国の102のSMSAにおける小売業総販売額の85%は、郊外地域によって占められた。
- 3) たとえば名古屋市経済局(昭和48年)名古屋の商店街：名古屋市商店街実態基本調査報告書など。なお同書によれば、昭和47年現在、商店街に加入する小売商店は市内全商店数の19%にしかすぎない。
- 4) 名古屋市総務局(昭和50年)昭和49年商業統計調査：学区別集計結果の概要など。
- 5) 昭和49年版までは、中分類業種の販売額が学区別に記載されているが、51年版では小売業全体についてしか集計されていない。
- 6) 名古屋市(昭和52年)市内消費者の買物行動と意識、名古屋商工 vol.33, No.2.
- 7) 名古屋市(昭和52年)「名古屋の事業所」および昭和51年事業所統計調査の原資料
- 8), 9) 名東区と天白区はそれぞれ千種区と昭和区に含める。
- 10) Hoyt, H. (1939) *The structure and growth of residential neighbourhoods in American cities, (Washington)*
- 11) 林 上(昭和50年)名古屋市における都市内自動車交通流と都市の地域構造
人文地理 vol. 27. No. 4. 1-24. によれば、名古屋内の地区(48)間相互交通流の特徴は、セクター的に分布する区の内部ではほぼ完結するパターンである。

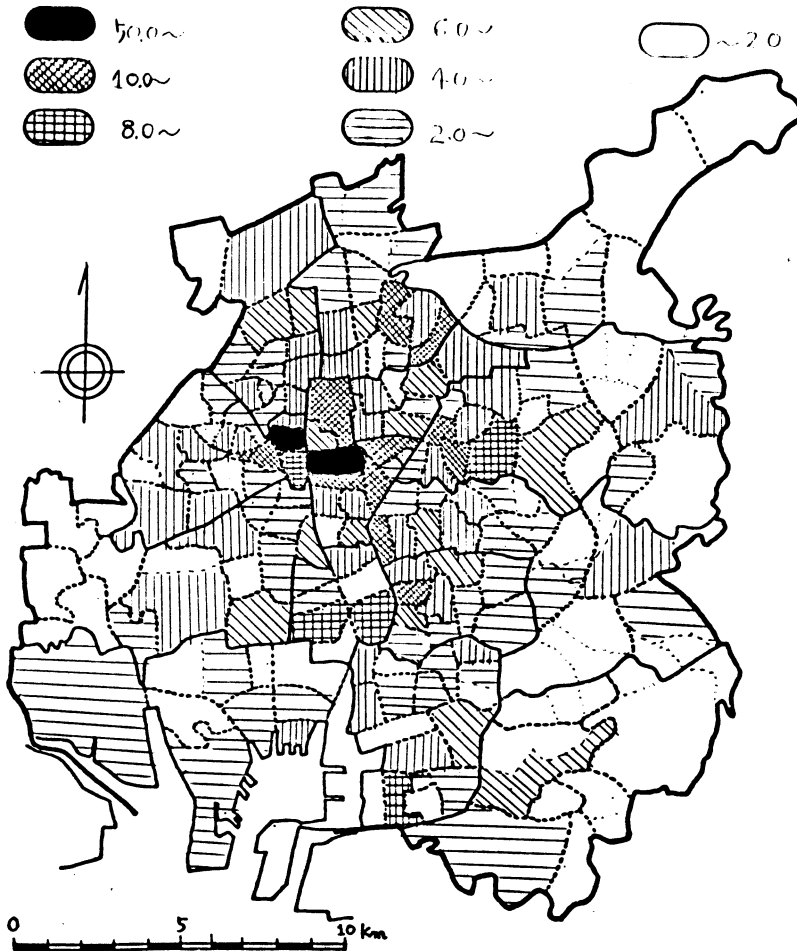
- 12) 都市の土地利用モデルには、Hoyt, H の扇形モデルの他に Burgess, E.W. *et al.* (1925) *The city (Chicago)* の同心円モデルおよび Harris, C.D. and Ullman, E.L. (1945) *The nature of cities, Annals of the American Academy of Political and Social Science*, **242**, 7-17. の多核心モデルが代表的である。
- 13) 2つの距離帯にある学区については、面積比の大なる方の距離帯に帰属させた。
- 14) 商店界(昭和52年) 「日本スーパーマーケット名鑑」
- 15) 大型店とくくスーパー出店を規制するため、昭和49年3月に大規模小売店法が制定された。
- 16) 商業中心地は通常、その規模に応じて、上から順に CBD(都心商業地域)、地域商業中心地、コミュニティ商業中心地、近隣商業中心地、の4つに分けられる。
- 17) 前掲3)によれば、昭和年代において商店街が最も好況だったのはいつかという問いに対し、739商店街のうち216(29.2%)が昭和30~35年と答えている。
- 18) 前回、昭和47年度における名東区(旧千種区の一部)の調査地区はおよそ35であった。3年間で調査地区の範囲や数が大幅に変化したため、経年的分析は困難である。
- 19) Christaller, W. (1933) *Die zentralen Orte in Süddeutschland (Jena)* Translated by Baskin C.W. (1966) *Central Places in southern Germany (New Jersey)*
- 20) Berry, B.J.L. (1967) *Geography of market centers and retail distribution (Englewood Cliffs, N.J.)*

第1-1表 名古屋大都市圏に占める名古屋市の小売業の推移

年次 昭和	商店数		従業者数		商品販売額(100万円)		年次 昭和	常住人口		就業地人口	
	名古屋 大都市圏	名古屋市の 構成比 (%)	名古屋 大都市圏	名古屋市の 構成比 (%)	名古屋 大都市圏	名古屋市の 構成比 (%)		名古屋 大都市圏	名古屋市の 構成比 (%)	名古屋 大都市圏	名古屋市の 構成比 (%)
39	55,888	66.1	182,139	72.1	372,943	75.7	—	—	—	—	—
41	61,849	63.7	206,139	70.1	471,989	73.7	42	3,431,837	56.4	3,515,604	61.1
43	66,713	64.1	235,017	70.2	754,549	74.6	—	—	—	—	—
45	70,912	64.2	257,999	69.9	1,041,077	72.4	45	3,844,976	53.0	3,934,871	58.2
47	74,181	63.5	276,369	68.6	1,315,717	70.0	48	4,079,910	50.8	—	—
49	78,045	62.5	284,962	66.9	1,904,763	68.6	50	4,211,683	49.4	—	—

注) 名古屋大都市圏は、愛知県の尾張地域に相当する50市町村をいう。

資料：愛知県、尾張地域商業近代化総合診断書
1974年などによる。



第2-1図 小売業販売額構成比率(昭和49年)



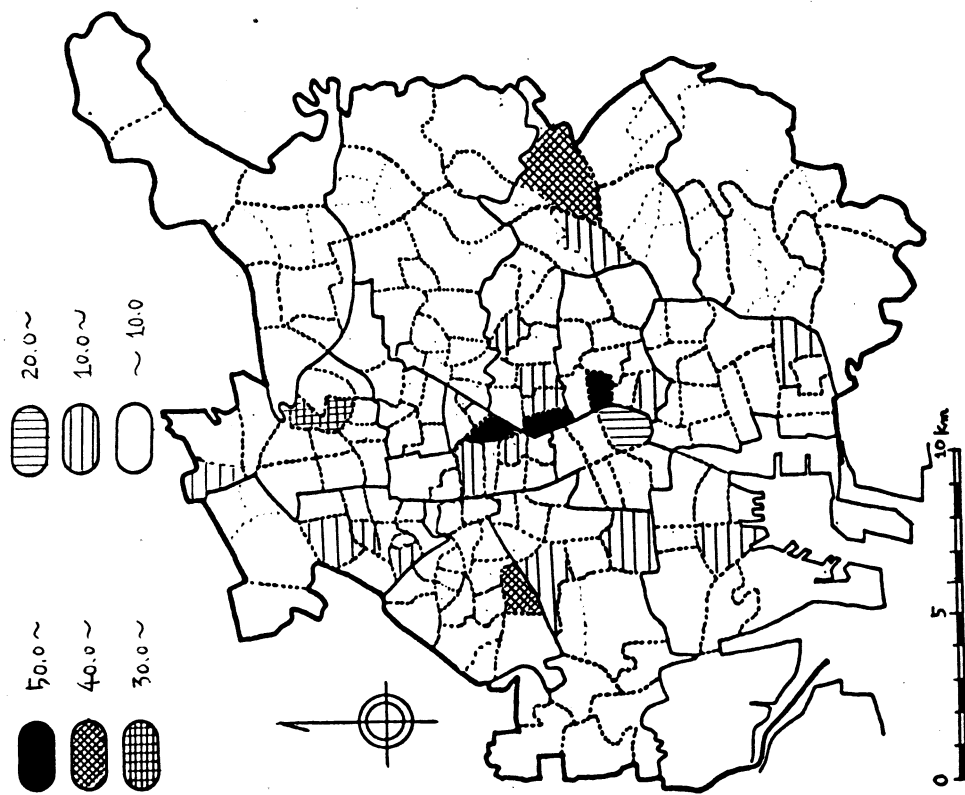
第2-2図 織物・衣服・身の回り品小売業の
販売額構成比率（昭和49年）



第2-3図 飲食料品小売業の販売額構成比率
（昭和49年）

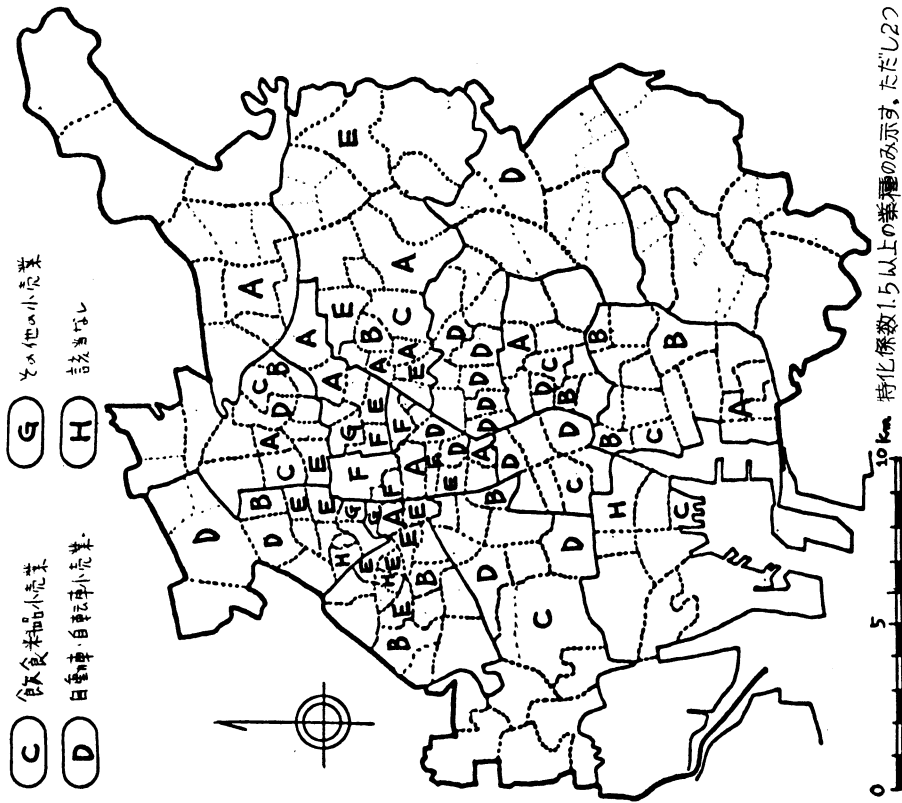


第 2-5 図 家具・建具・什器小売業の販売額
構成比率（昭和 49 年）



第 2-4 図 自動車・自転車小売業の販売額
構成比率（昭和 49 年）

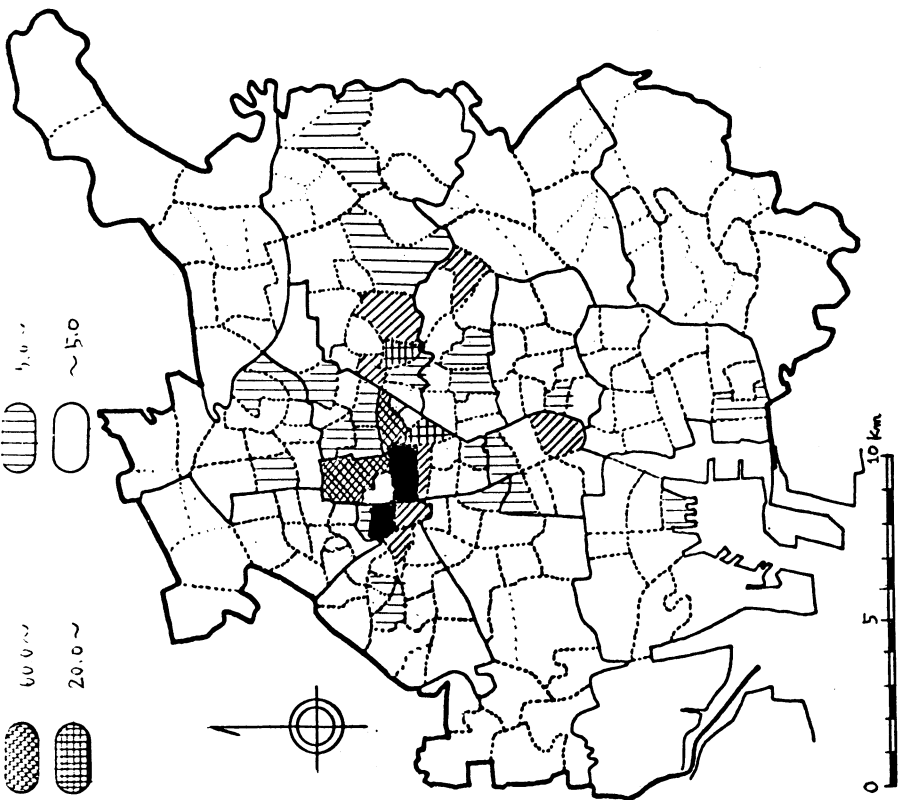
- (A) 香煙商品小売業
- (B) 衣服衣服身物種品小売業
- (C) 飲食雑品小売業
- (D) 自動車自転車小売業
- (E) 家具什器小売業
- (F) 飲食店
- (G) その他小売業
- (H) 該当なし



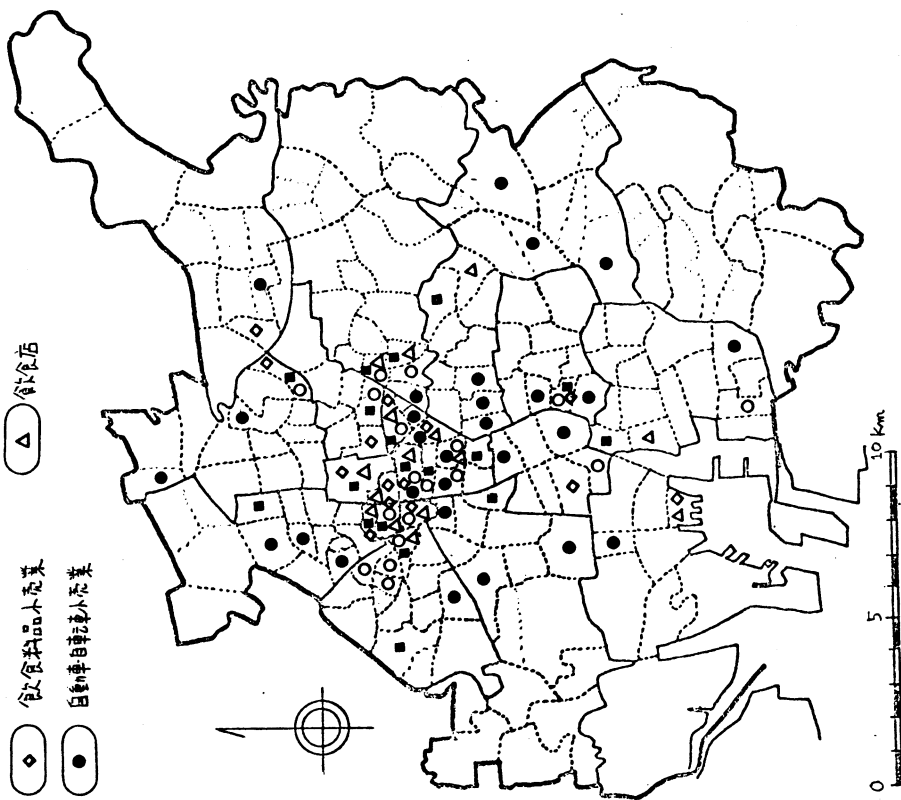
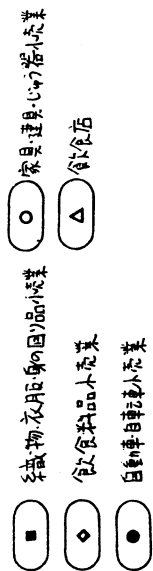
持化係数1.5以上の業種のみ示す。ただし2つ以上の業種にわたるときは、より大きな方をとった。

第2-7図 上位60学区における小売業の特化係数

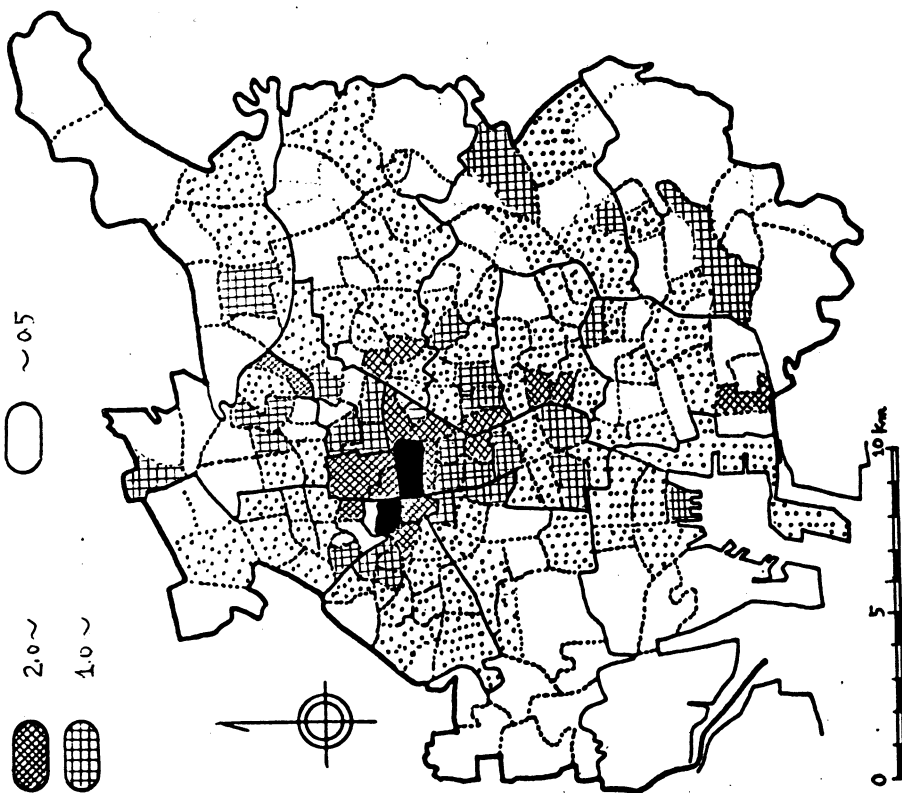
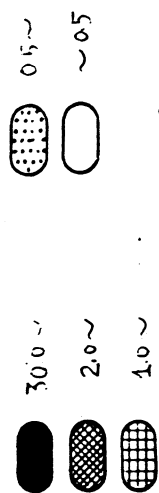
- 100.0 ~
- 60.0 ~
- 20.0 ~
- 10.0 ~
- 5.0 ~
- ~ 5.0



第2-6図 飲食店の販売額構成比率(昭和49年)



第2-9図 水準指数が2.0以上の学区と業種



第2-8図 小売業の水準指数(昭和49年)

第3-1表 名古屋市の小売販売額の推移

年次	昭和43	45	47	49	51	
小売販売額(100万円)	563,057	753,639	920,489	1,306,956	1,702,718	
構成比率	各種商品小売業	13.3	14.9	16.1	18.6	17.5
	織物・衣服・身の回り品	10.3	9.6	10.5	10.1	10.5
	飲食料品	24.7	21.8	23.0	20.7	21.8
	自動車・自転車	13.6	12.8	10.7	11.2	9.5
	家具・建具・什器	8.2	9.8	8.2	8.5	7.1
	その他の小売業	17.5	17.9	17.5	17.1	19.1
	飲食店	12.4	13.1	14.0	13.7	14.5
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

第3-2表 中分類別小売業の地域セクター別推移

区名	年次	小売販売額比率(市全体=1000.0)				
		昭和43	45	47	49	51
中・東		322.7	312.2	290.1	285.5	294.6
西・北		125.0	125.6	128.3	125.0	114.4
千種・守山		78.0	89.7	101.2	103.7	119.6
昭和・瑞穂・緑		141.8	130.3	146.9	153.8	137.5
熱田・港・南		128.8	136.7	129.5	124.8	120.3
中川・中村		203.8	205.5	204.0	207.2	213.7

区名	年次	家具・建具・什器小売販売額配分比率					織物・衣服・身の回り品小売販売額配分比率				
		43	45	47	49	51	43	45	47	49	51
中・東		280.5	305.5	223.5	207.4	177.7	297.7	302.9	286.2	283.3	287.6
西・北		146.2	136.2	154.9	148.0	148.0	160.5	135.0	151.3	148.1	137.5
千種・守山		72.3	102.7	128.0	116.1	127.6	54.3	84.1	89.2	79.5	88.6
昭和・瑞穂・緑		137.5	130.6	145.2	136.0	145.8	110.3	113.7	104.8	104.3	110.0
熱田・港・南		148.8	135.7	151.5	149.1	157.8	130.3	109.6	109.5	109.8	104.7
中川・中村		214.7	189.4	196.8	243.5	243.1	246.9	254.7	259.0	274.9	271.7

区名	年次	飲食料品小売販売額配分比率					その他の小売販売額配分比率				
		43	45	47	49	51	43	45	47	49	51
中・東		159.4	153.4	159.0	123.6	118.4	292.0	291.2	285.9	262.5	280.2
西・北		148.1	143.4	148.9	158.4	144.8	125.1	134.9	150.8	150.5	110.0
千種・守山		120.1	131.9	135.7	138.5	153.6	98.8	97.5	142.1	134.2	148.6
昭和・瑞穂・緑		182.1	182.4	181.4	188.1	189.2	138.4	142.8	155.3	151.8	121.3
熱田・港・南		174.4	177.6	168.1	180.6	166.2	151.6	163.8	150.8	131.4	123.9
中川・中村		215.9	211.2	207.0	210.9	227.7	172.0	208.1	196.3	201.9	216.0

区名	年次	飲食店販売額配分比率					自動車・自転車小売販売額配分比率				
		43	45	47	49	51	43	45	47	49	51
中・東		453.7	439.5	446.0	434.9	419.3	314.2	232.8	147.3	143.7	160.0
西・北		69.4	76.0	79.0	83.6	84.2	163.6	187.1	161.8	144.0	157.2
千種・守山		94.3	101.7	98.6	109.7	114.6	72.6	85.8	103.8	76.6	99.3
昭和・瑞穂・緑		78.2	84.9	84.5	87.1	97.4	237.3	169.8	323.2	365.4	274.2
熱田・港・南		87.1	87.6	93.7	92.6	91.4	108.9	191.2	127.3	134.6	157.3
中川・中村		217.2	210.1	198.1	192.2	193.2	103.3	133.4	136.5	135.8	152.0

第3-3表 中分類小売業の距離帯別推移

年次 距離帯	小売業販売額配分比率(市全体=1000)					飲食店販売額配分比率					繊維物・衣服・身の回り品小売業販売額配分比率						
	昭和43	45	47	49	51	43	45	47	49	43	45	47	49	43	45	47	49
0~2km	404.4	405.0	384.1	378.3	372.6	574.0	556.6	554.9	528.4	400.2	411.1	410.5	398.3	400.2	411.1	410.5	398.3
2~4km	256.1	241.0	243.1	231.5	225.1	212.2	222.8	222.8	207.1	329.2	300.3	280.2	269.4	329.2	300.3	280.2	269.4
4~6km	180.8	171.9	173.9	177.0	169.6	109.3	115.9	114.6	122.7	113.6	130.9	147.2	160.6	113.6	130.9	147.2	160.6
6~8km	73.6	86.1	96.3	100.8	110.3	49.1	59.5	64.8	75.8	83.5	74.3	90.5	87.6	83.5	74.3	90.5	87.6
8~10km	48.9	49.8	52.0	59.4	67.5	26.5	30.6	38.2	42.5	52.2	59.6	46.4	57.4	52.2	59.6	46.4	57.4
10~12km	8.4	19.4	18.0	25.2	35.7	3.2	5.9	9.3	10.0	19.8	17.0	17.3	21.4	19.8	17.0	17.3	21.4
12~14km	3.4	3.7	7.1	3.9	4.9	1.9	2.9	3.4	3.3	4.5	5.3	6.7	5.9	4.5	5.3	6.7	5.9
14~16km			0.2	0.3	0.4			0.1	0.4								

年次 距離帯	飲食料品小売業販売額配分比率					自動車・自転車小売業販売額配分比率					家具・建具・什器小売業販売額配分比率					
	昭和43	45	47	49	43	45	47	49	43	45	47	49	43	45	47	49
0~2km	185.0	185.0	188.7	166.1	270.5	236.6	154.5	139.4	317.8	334.9	249.4	220.7	317.8	334.9	249.4	220.7
2~4km	314.2	297.9	279.1	256.6	230.5	249.0	309.5	293.1	350.0	299.6	317.9	344.0	350.0	299.6	317.9	344.0
4~6km	229.8	217.7	219.4	237.7	368.4	295.0	278.8	285.0	163.4	167.3	192.6	177.4	163.4	167.3	192.6	177.4
6~8km	140.1	152.0	160.5	160.2	47.1	68.1	71.9	82.3	82.6	98.7	117.0	114.0	82.6	98.7	117.0	114.0
8~10km	90.9	101.5	103.8	112.7	43.4	46.5	82.3	117.6	56.1	65.5	82.4	94.6	56.1	65.5	82.4	94.6
10~12km	23.8	25.4	29.6	27.5	33.1	53.1	34.2	42.9	14.7	22.6	23.3	32.4	14.7	22.6	23.3	32.4
12~14km	11.8	13.5	15.4	15.2	0.7	0.7	7.2	5.3	5.0	6.4	6.8	6.1	5.0	6.4	6.8	6.1
14~16km	0.4	0.4	0.3	0.3												

注1) 第3-4表 主要学区の、売業販売額構成比率の推移

(注3)

順位	学区名	小売業販売額構成比率(市全体-10000)とその増減										昭和43~49年で変化が大きかった業種とその比率														
		昭51 ~49	昭49 ~47	昭47 ~45	昭45 ~43	昭43 ~41	昭41 ~39	昭39 ~37	昭37 ~35	昭35 ~33	昭33 ~31	昭51 ~49	昭49 ~47	昭47 ~45	昭45 ~43	昭43 ~41	昭41 ~39	昭39 ~37	昭37 ~35	昭35 ~33	昭33 ~31					
1	栄中	15.56	△10.5	16.61	△17	16.78	1.17	15.61	△0.2	15.63	△	0.7	織(1.63)自(1.40)	織(5.9)△0.2	6.1	△1.5	7.6	0.2	7.4	0.4	7.0	△1.1	織(△4.6)料(△2.3)			
2	新明中	9.25	5.1	8.74	1.2	8.62	△1.9	8.81	2.3	8.58	6.7	織(1.99)家(△1.36)	織(5.1)△0.9	6.0	△0.1	6.1	1.9	4.2	1.7	3.5	1.6	白(3.0)飲(1.4)				
3	新栄中	2.36	△0.4	2.40	△0.2	2.42	△0.7	2.49	△4.1	2.90	△	5.4	自(△5.25)家(△1.55)	8.3	2.4	5.9	△1.8	7.7	△1.2	8.9	△0.6	9.5	織(△6.9)家(△4.7)			
4	名城	1.66	△3.0	1.96	△0.8	2.04	△0.7	2.51	4.0	2.11	△	4.8	自(△1.56)家(3.1)	34	植田天然	1.4	△0.5	4.9	1.0	△0.1	1.1	x	自(3.99)家(1.0)			
5	大須	1.76	△0.8	1.84	△3.0	2.14	△4.6	2.60	2.6	2.34	△	5.5	織(△3.16)家(8.9)	67	0.9	5.8	△1.8	7.6	△1.1	8.7	△0.4	9.1	家(△2.13)白(6.4)			
6	老松	1.57	△0.8	1.65	2.7	1.38	△6.6	2.04	△6.8	2.72	△11.5	自(△7.71)飲(11.3)	64	0.6	5.8	△0.4	6.2	0.3	5.9	1.8	4.1	2.3	織(1.55)料(1.2)			
7	牧野中	1.30	△3.3	1.63	6.3	1.00	△0.5	1.05	△1.3	1.18	1.2	家(4.9)織(1.79)	5.8	0.0	5.8	△0.9	6.7	1.7	5.0	△1.2	6.2	△0.4	織(△1.5)家(△1.5)			
8	内山千	1.36	△0.2	1.38	0.3	1.35	2.1	1.14	△2.3	1.37	△	0.1	飲(△8.5)家(2.6)	5.4	△0.3	5.7	△0.1	5.8	0.3	5.5	0.9	4.6	0.8	白(1.81)料(△2.4)		
9	春岡千	1.07	△2.5	1.32	△1.7	1.49	3.4	1.15	3.2	8.3	2.4	織(5.7)家(2.8)	5.3	△0.3	5.6	1.4	4.2	△0.9	5.1	0.9	4.2	1.1	白(1.50)家(△1.7)			
10	白金和	1.00	△1.5	1.15	△0.3	1.18	5.2	6.6	△5.2	1.18	△	1.8	自(7.3)家(△3.2)	40	村雲	5.6	△0.6	6.2	0.6	5.6	△2.0	7.6	△3.7	家(△4.7)料(△2.3)		
11	高田瑞	2.5	△9.0	1.15	2.4	9.1	4.9	4.2	△9.0	1.32	△10.7	自(4.3)織(△2.1)	41	松栄	6.0	0.4	5.6	△0.1	5.7	△0.7	6.4	1.0	5.4	0.6	料(1.9)自(1.5)	
12	名北	1.08	0.1	1.07	4.1	6.6	△2.1	8.7	△5.8	1.45	△	3.7	自(△4.4)織(3.9)	4.4	△1.1	5.5	△0.2	5.7	△0.2	5.9	△0.7	6.6	△2.2	織(△5.7)料(△2.5)		
13	六郷北	8.8	△1.8	10.6	△1.9	12.5	△2.0	14.5	△2.6	17.1	△	8.3	織(△2.60)家(△1.39)	43	菊住	5.4	0.0	5.4	△0.6	6.0	3.2	2.8	△0.2	3.0	2.4	織(△6.4)料(1.1)
14	白鳥熱	9.6	0.1	9.5	0.5	9.0	△3.8	12.8	△0.1	1.29	△	3.3	自(△4.8)家(△3.6)	44	日吉	5.0	△0.4	5.4	△0.6	6.0	△0.2	6.2	△1.0	7.2	2.2	織(△8.0)自(2.7)
15	六反中	9.0	0.0	9.0	△0.5	9.5	△0.2	9.7	△0.4	10.1	△	1.1	飲(△1.0)織(△1.5)	45	飯田	8.4	3.0	5.4	△0.4	5.8	0.4	5.4	△1.0	6.4	2.0	白(4.0)料(△2.4)
16	白水南	8.2	△0.4	8.6	△0.8	9.4	1.0	8.4	2.4	6.0	2.2	自(4.1)飲(2.1)	46	清水	4.9	△0.5	5.4	△0.4	5.8	0.6	5.2	0.3	4.9	0.0	白(4.2)飲(1.6)	
17	船方	5.6	△2.8	8.4	1.8	6.6	△0.5	7.1	△0.4	7.5	△	1.9	料(1.24)飲(△0.8)	47	中川	3.3	△1.9	5.2	1.6	3.6	△0.3	3.9	0.4	3.5	△0.2	白(2.8)織(2.0)
18	田代千	8.5	0.3	8.2	1.0	7.2	△0.8	8.0	△6.2	14.2	△	5.7	自(4.4)織(4.8)	48	上野	4.4	△0.6	5.0	△0.4	5.4	0.2	5.2	0.5	4.7	△0.3	家(6.1)料(2.2)
19	笠寺南	7.4	△0.5	7.9	△1.1	8.8	△0.1	8.9	△1.2	10.1	△	2.7	自(△7.2)料(△1.6)	49	矢田	2.8	△2.2	5.0	1.4	3.6	0.6	3.0	△0.6	3.6	△0.8	料(△0.6)飲(△0.4)
20	堀田瑞	7.0	△0.6	7.6	0.3	7.3	0.8	6.5	△0.9	7.4	△	0.4	飲(2.9)家(0.5)	50	金城	4.8	△0.1	4.9	△0.3	5.2	△0.9	6.1	0.5	5.6	△0.8	織(△0.94)自(2.0)
21	葵東	7.1	△0.5	7.6	△0.7	8.3	△0.3	8.6	△5.1	1.37	△	6.6	自(△3.70)家(1.93)	51	城西	5.1	0.2	4.9	△0.6	5.5	0.0	5.5	△0.8	6.3	△1.2	織(△4.5)家(△4.4)
22	御所和	6.7	△0.9	7.6	△0.9	8.5	0.2	8.3	△0.5	8.8	△	2.1	自(9.3)織(△5.3)	52	山吹	5.2	0.3	4.9	△0.6	5.5	△0.3	5.8	△1.2	7.0	△1.8	料(△5.3)織(△1.5)
23	旭丘東	6.2	△1.4	7.6	△1.2	8.8	3.3	5.5	△1.6	7.1	△	0.9	家(△3.8)料(△1.7)	53	守山	4.2	△0.6	4.8	0.8	4.0	1.3	2.7	0.1	2.6	1.6	料(1.4)家(△0.7)
24	東山千	8.1	0.7	7.4	0.2	7.2	0.6	6.6	1.4	5.2	2.9	織(3.2)飲(1.8)	54	高見	5.4	0.6	4.8	△0.8	5.6	0.6	5.0	0.3	4.7	0.7	織(6.3)白(△3.4)	
25	八熊中	7.1	△0.2	7.3	△1.0	8.3	1.5	6.8	0.8	6.0	1.1	自(5.4)家(△2.0)	55	上野	5.1	0.3	4.8	0.0	4.8	△0.6	5.4	2.3	3.1	2.0	白(7.5)家(4.5)	
26	平和中	7.9	0.9	7.0	2.9	4.1	0.0	4.1	0.4	3.7	4.2	織(7.0)料(△1.1)	56	千種	4.4	△0.3	4.7	△0.1	4.8	△0.8	5.6	0.6	5.0	△0.6	家(4.5)料(△1.9)	
27	福生西	6.5	0.0	6.5	△0.1	6.6	4.0	2.6	0.9	1.7	4.8	織(2.32)料(2.2)	57	宝南	5.5	0.8	4.7	△0.8	5.5	0.7	4.8	△0.1	4.9	0.6	白(4.0)織(1.3)	
28	庄内西	5.2	△1.2	6.4	△0.9	7.3	0.0	7.3	3.8	3.5	1.7	自(1.50)飲(4.0)	58	明中	4.3	△0.4	4.7	0.3	4.4	△1.3	5.7	0.3	5.4	△1.1	自(4.3)織(△3.3)	
29	御園中	7.3	1.0	6.3	0.0	6.3	△9.1	15.2	0.4	14.8	△	7.5	家(△7.0)飲(△6.0)	59	橋中	3.7	△0.9	4.6	0.1	4.5	△0.4	4.9	1.3	3.6	0.1	自(1.4)家(△3.4)
30	昭和瑞	6.2	0.0	6.2	△0.1	6.3	△2.0	8.3	1.1	7.2	△	1.0	料(4.2)家(△1.0)	60	松原	3.5	△1.1	4.6	0.1	4.5	0.5	4.0	0.2	3.8	△0.3	家(7.1)自(5.7)

注3) 織-織物・衣服・身の回り品小売業

料-飲食料品小売業

白-自動車・自転車小売業

家-家具・建具・什器小売業

飲-飲食店

注1) 順位は昭和49年による

注2) △印は減少

第3-5表 小売業衰退(停滞)学区における業種構成の変化

各種商品	織物・衣服・身の回り	飲食料品	自動車・自転車	家具・建具・什器	その他の小売	飲食店	合計	小売業販売額構成比		各種商品	織物・衣服・身の回り	飲食料品	自動車・自転車	家具・建具・什器	その他の小売業	飲食店	合計
								昭43	昭51								
-	10.7	9.4	26.0	11.8	20.2	21.9	100.0	新栄	-	14.9	<u>9.3</u>	<u>1.4</u> *	<u>9.4</u>	22.7	42.3	100.0	
-	42.5	20.2	0.3	12.8	17.4	6.8	100.0	六郷	-	42.7	<u>16.2</u>	0.6	<u>10.4</u>	21.3	8.9	100.0	
-	16.8	26.0	28.8	7.5	16.0	4.9	100.0	笠寺	-	19.3	<u>23.9</u>	<u>20.2</u>	10.5	18.2	7.9	100.0	
-	16.1	15.7	44.2	1.4	11.3	11.3	100.0	葵	x	22.7	<u>12.3</u>	<u>11.0</u> *	24.4	(8.7)	<u>10.8</u>	100.0	
-	21.1	32.1	0.3	13.1	6.7	26.7	100.0	那古野	-	17.8	<u>22.6</u> *	0.6	14.4	31.7	<u>12.9</u> *	100.0	
-	23.5	28.8	0.7	9.8	24.0	13.2	100.0	日吉	-	<u>15.7</u>	32.0	6.4	11.8	<u>21.6</u>	<u>12.5</u>	100.0	
x	4.5	14.7	10.4	0.7	(22.9)	46.8	100.0	名城	x	5.3	12.5	<u>3.1</u>	2.2	(22.7)	54.2	100.0	
-	2.7	15.7	2.5	18.1	17.6	43.4	100.0	大須	-	25.6	16.8	<u>1.4</u>	28.1	17.6	<u>10.5</u> *	100.0	
x	1.3	11.0	67.6	2.7	(11.6)	5.8	100.0	老松	x	2.3	<u>10.8</u>	<u>39.2</u> *	2.8	(24.9)	20.0	100.0	
-	7.2	37.8	0.3	17.9	29.1	7.7	100.0	牧野	-	16.3	<u>17.0</u> *	0.3	39.5	<u>15.2</u> *	11.6	100.0	
-	1.3	8.3	74.1	5.6	6.9	3.8	100.0	白金	x	<u>0.9</u>	<u>4.0</u>	<u>69.6</u>	<u>3.6</u>	(19.0)	<u>2.9</u>	100.0	
-	5.8	10.3	0.9	31.0	20.9	31.1	100.0	六反	-	4.8	11.2	1.7	36.9	22.3	<u>23.2</u>	100.0	
x	6.3	26.5	3.4	9.3	(45.1)	9.4	100.0	船方	x	<u>5.2</u>	50.8	<u>2.2</u>	<u>8.4</u>	(25.3)	<u>8.0</u>	100.0	
-	17.4	25.8	10.7	10.2	23.7	12.2	100.0	御器所	-	<u>13.0</u>	26.8	24.2	<u>8.2</u>	<u>16.6</u>	<u>11.2</u>	100.0	
-	5.3	33.2	3.1	16.4	33.6	8.4	100.0	旭丘	x	7.3	<u>18.8</u> *	3.3	<u>12.0</u>	(50.5)	<u>8.1</u>	100.0	
x	11.7	30.2	0.6	9.5	(36.5)	11.5	100.0	西築地	-	<u>6.7</u>	31.7	11.8	<u>9.3</u>	21.7	18.8	100.0	
-	7.9	27.1	5.1	24.5	21.6	13.8	100.0	高蔵	-	<u>7.0</u>	26.3	19.0	<u>8.7</u> *	22.0	17.1	100.0	
-	7.8	26.9	28.3	13.0	15.8	8.2	100.0	村雲	-	<u>7.4</u>	<u>22.1</u>	34.1	<u>10.7</u>	17.9	<u>7.7</u>	100.0	
-	23.0	31.5	7.8	6.5	21.5	9.7	100.0	金城	x	<u>6.7</u>	33.0	11.9	6.5	(27.5)	14.4	100.0	
-	5.1	40.6	6.4	6.1	28.5	13.3	100.0	山吹	-	<u>4.2</u>	<u>26.0</u> *	<u>6.2</u>	9.3	33.5	20.9	100.0	
-	7.7	37.6	3.3	13.5	29.3	8.6	100.0	千種	-	<u>6.6</u>	<u>24.9</u> *	7.4	23.1	<u>21.7</u>	16.3	100.0	

注1) 数字の下のアンダーラインは構成比率が減少したもの

*印は、減少の割合がとくに大きいもの







注2) ()は各種商品小売業を含んだ数字

第3-6表 スーパーマーケット(ストア)の概要(昭和52年)

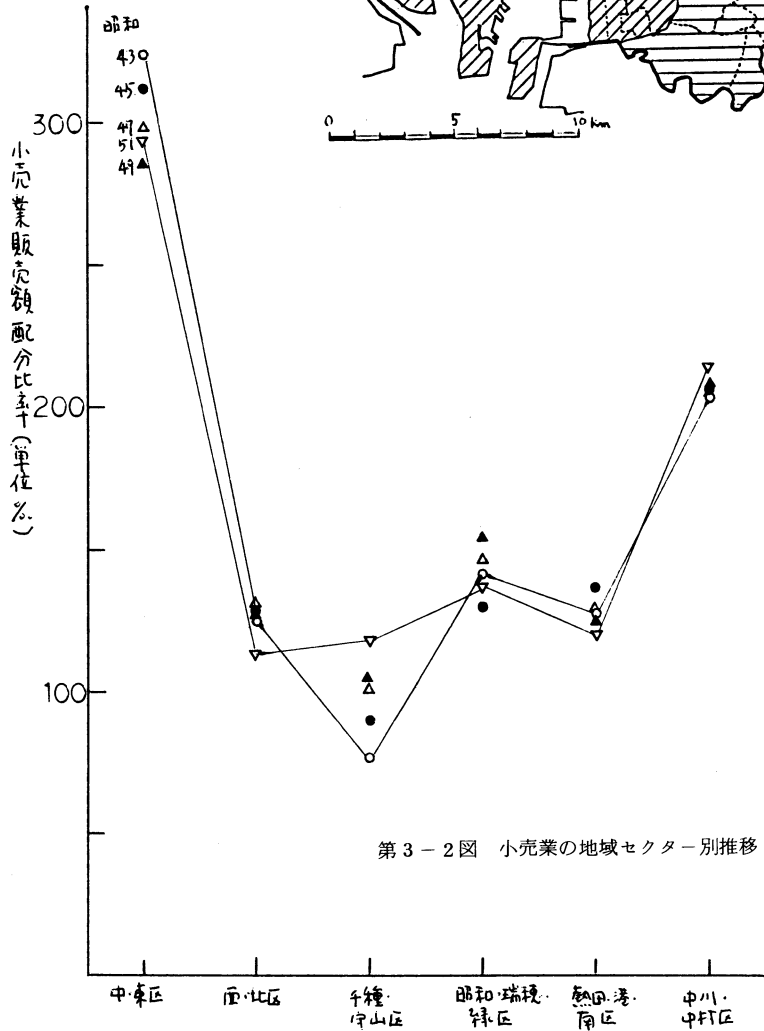
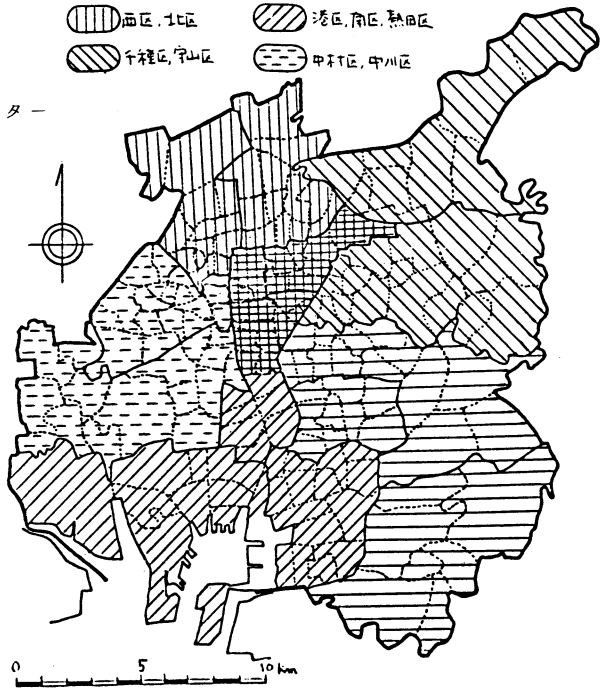
区名	売場面積(m ²)					開設年次(昭和)						取扱業種 食:食品,衣:衣料,雑:雑貨,他:其他											上段	第1位			
	~399	400~799	800~1999	2000~	不明	計	~34	35~39	40~44	45~49	50~	不明	計	食・雑	食・衣	食・他	衣・雑	衣・他	食のみ	衣のみ	衣・食	雑・食	雑・衣	雑のみ	不明	計	下段
千種	1	1	4	4	1	11		2	5	3	1		11	7	2							1		1			11
東	1	1	1	1		4	2	1	1				4	1	1	1	1										4
北	4	3	2	2		11		1	3	6	1		11	6	2		1	1						1			11
西	4	1	1	2		8		2	1	4		1	8	4	1									2	1		8
中村	2	4		5		11	1	1	7	1		1	11	2	2		2		1	2	1				1		11
中	7	1		2		10	1	4	1	3	1		10	2			3				1	1	1	2			10
昭和	2	7		2		11		1	5	4	1		11	6	1		1				1				2		11
瑞穂	7	4	1	3		15	1		3	6	5		15	10	1		3		1								15
熱田	1			1		2	1	1					2				1				1						2
中川		2	1	2		5			2	1	1	1	5	2		1	1				1						5
港			1	1	1	3	2	1					3	1			1				1						3
南	2	4	3	8		17		1	6	10			17	6	1		5		1		1	1	1		1		17
守山	4	2	2	2		10		2	4	4			10	8			1							1			10
緑	2	7	4			13	1	3	6	2	1		13	9	1	1			1						1		13
名東	1	4	2			7				1	6		7	4			2			1							7
天白	3	2	1	1		7		1	1	2	3		7	6					1								7
計	41	43	23	36	2	145	9	21	45	47	20	3	145	74	12	3	22	1	5	3	7	3	2	7	6		145

第3-7表 スーパーマーケット(ストア)の売場面積と開設年次

開設年次(昭和)	売場面積(m ²)											計									
	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44		45	46	47	48	49	50	51	52	
~199	1			1		2	1	1						2	1	1					10
200~399	4	1		6	1	1	1	3	3	4	6										29
400~799	1	1		2	2	9	10	6	1	7	3										42
800~1199			2						7	2	4	3									18
1200~1599	1											1			2						4
1600~1999	1			1																	2
2000~3999	2	1						1	6	4	3										17
4000~5999								2	2		3										7
6000~7999									1	6	1										8
8000~9999											1	1									2
10000~											1	1									2
計	10	5	10	5	14	31	24	19	19	4	141										

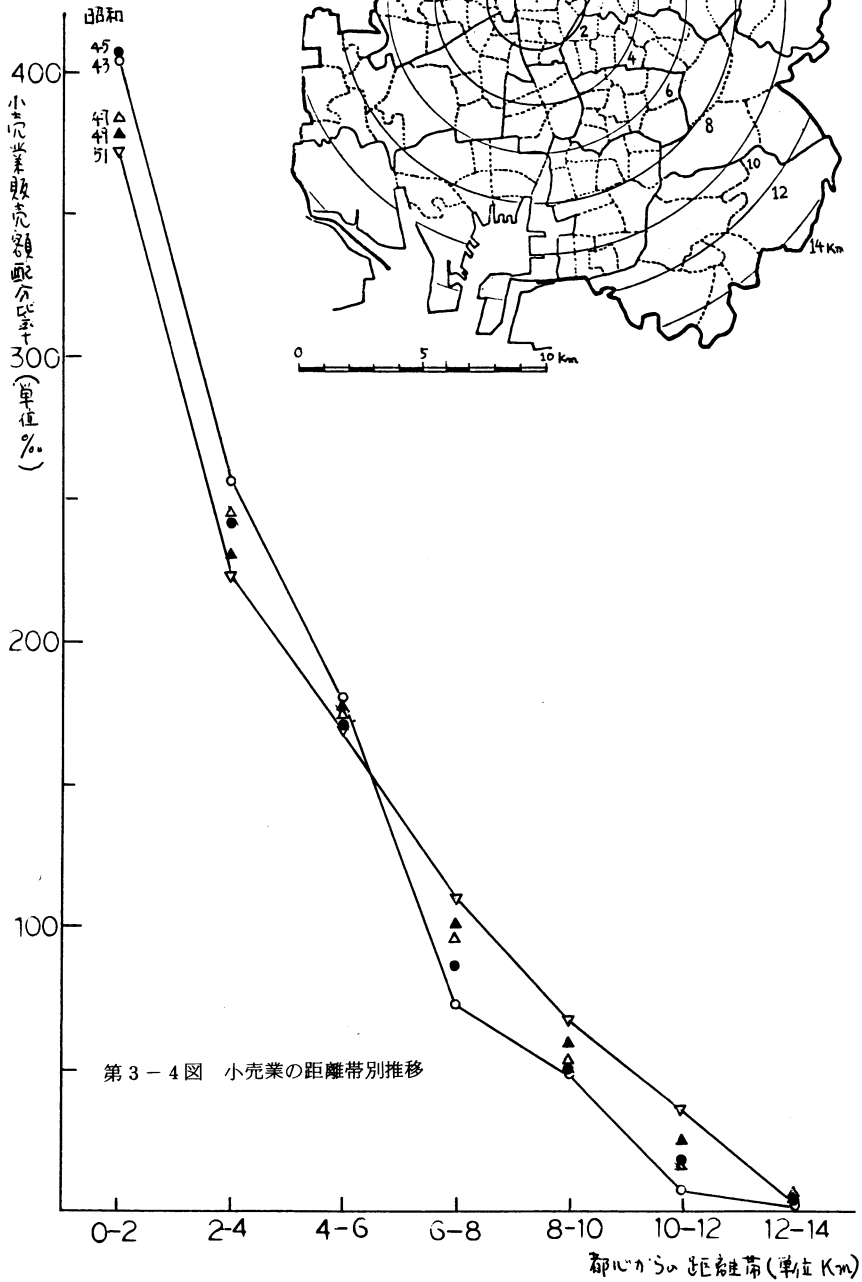
-  中区, 東区
-  昭和区, 瑞穂区, 緑区
-  西区, 北区
-  港区, 南区, 熱田区
-  千種区, 守山区
-  中村区, 中川区

第3-1図 地域セクター

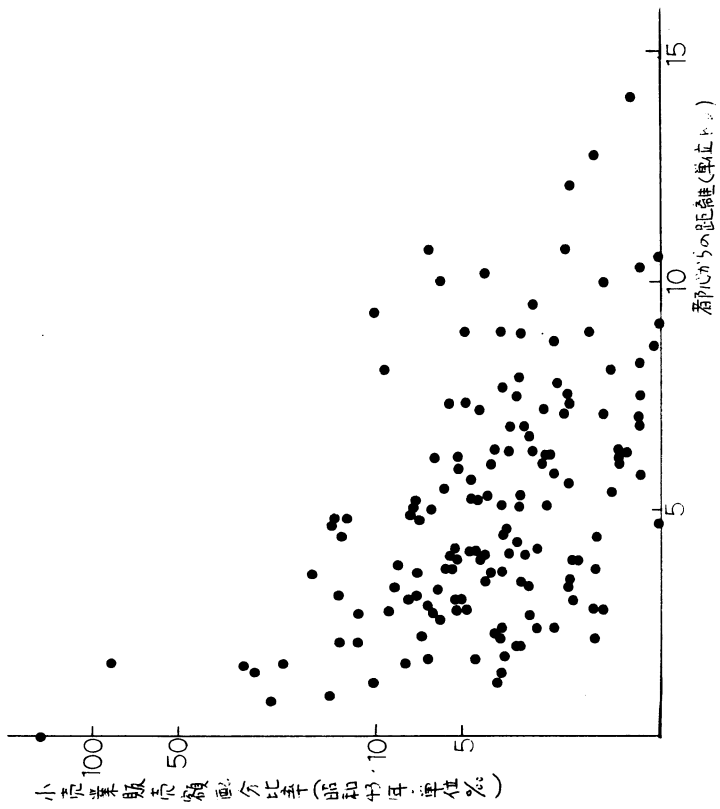


第3-2図 小売業の地域セクター別推移

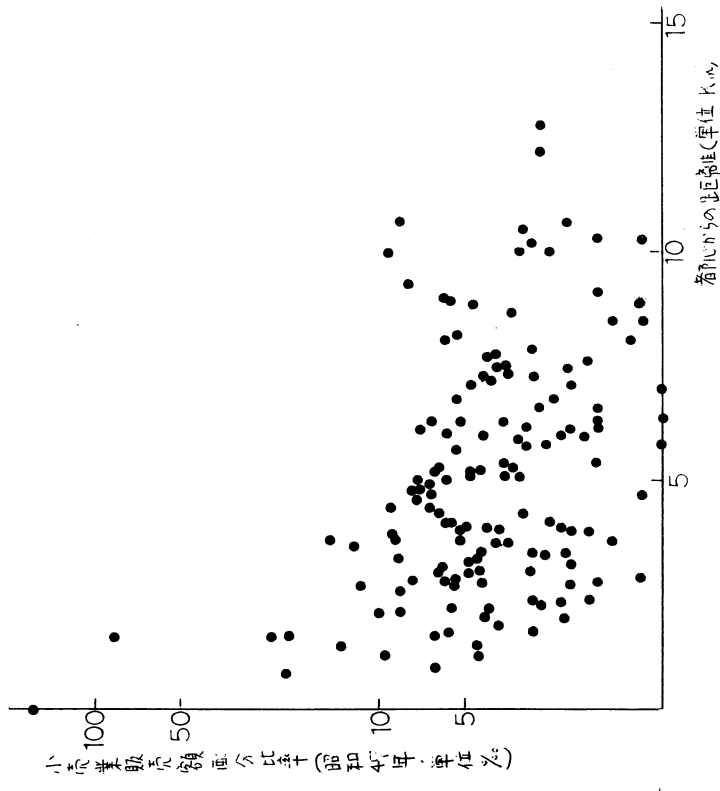
第3-3図 都心を中心とする距離帯



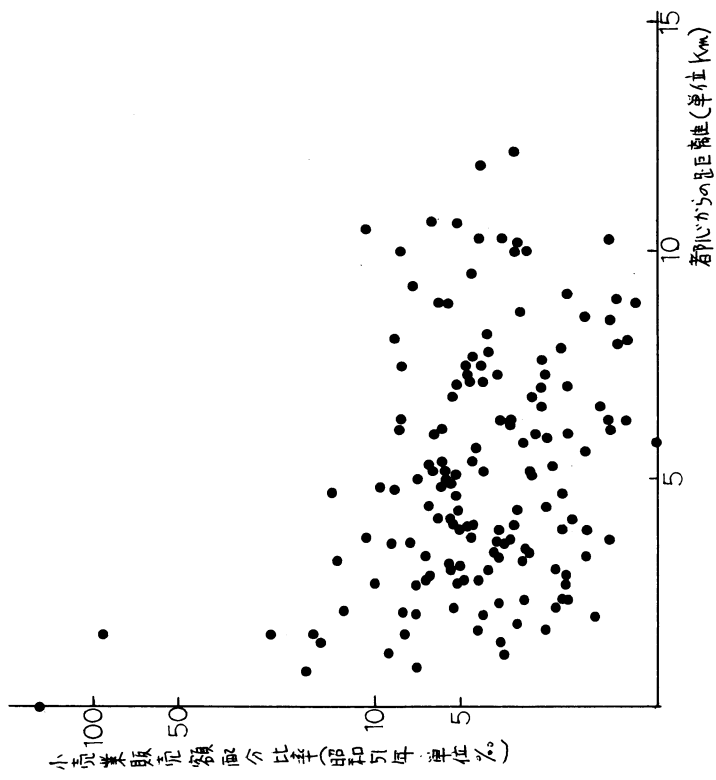
第3-4図 小売業の距離帯別推移



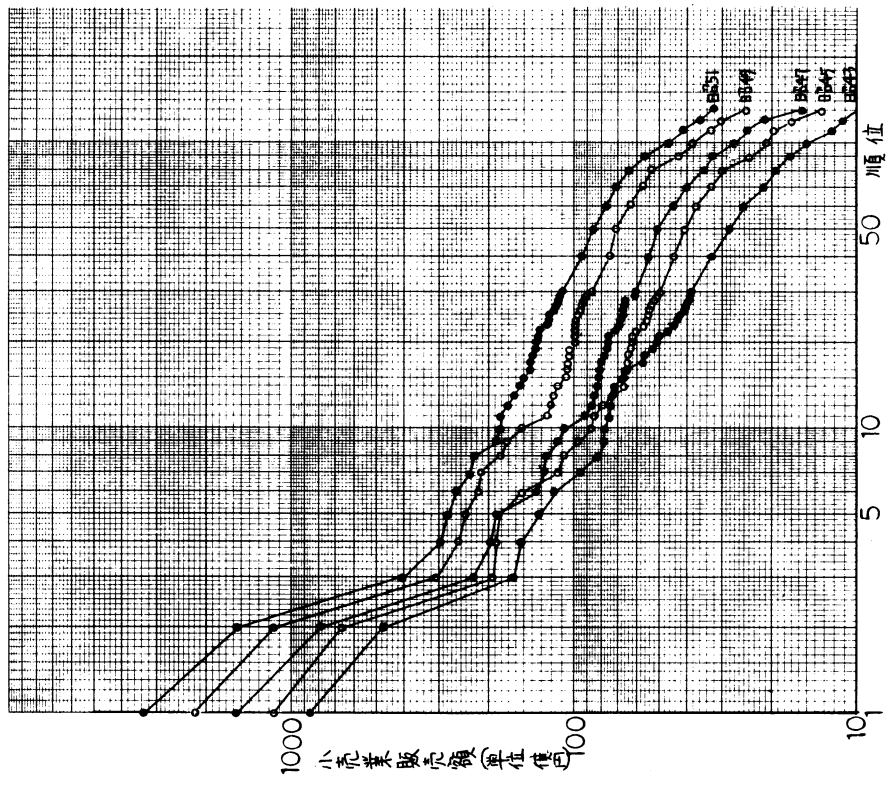
第3-5図 小売業販売額人口比率と市心からの距離との関係(昭和43年)



第3-6図 小売業販売額人口比率と市心からの距離との関係(昭和47年)



第3-7図 小売業販売額配分比率と市心からの距離(昭和51年)

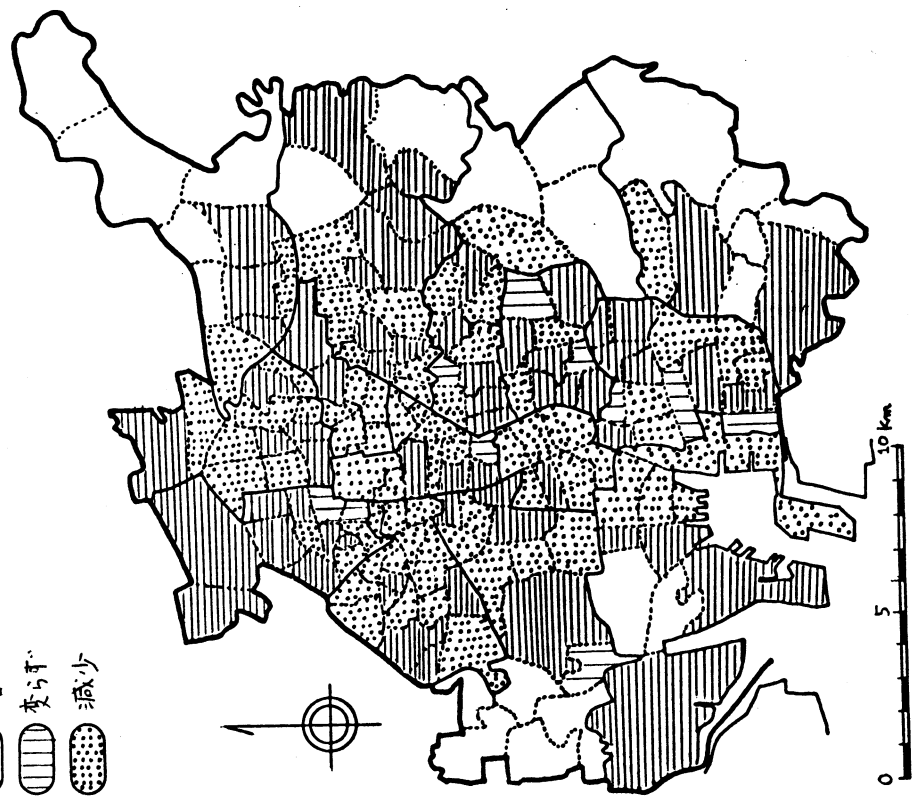


第3-8図 学区別小売業販売額の順位・規模関係の推移

秘區數字

増加
変らず
減少

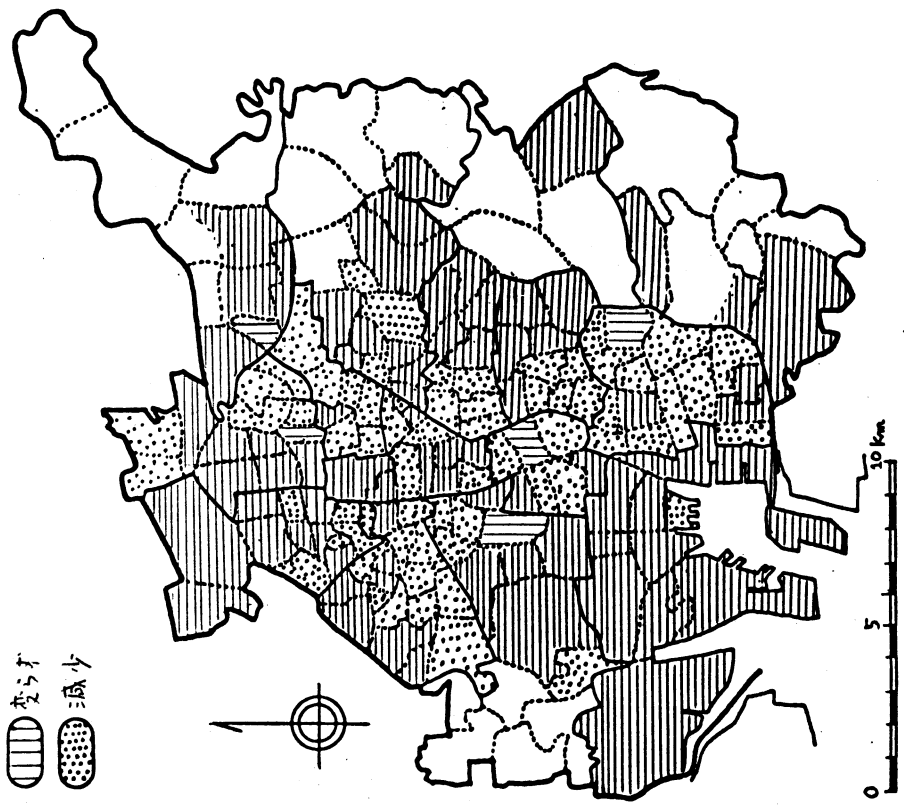
増加
変らず
減少



第3-10図 昭和45-47年における小売業販売額
配分比率の変化

秘區數字

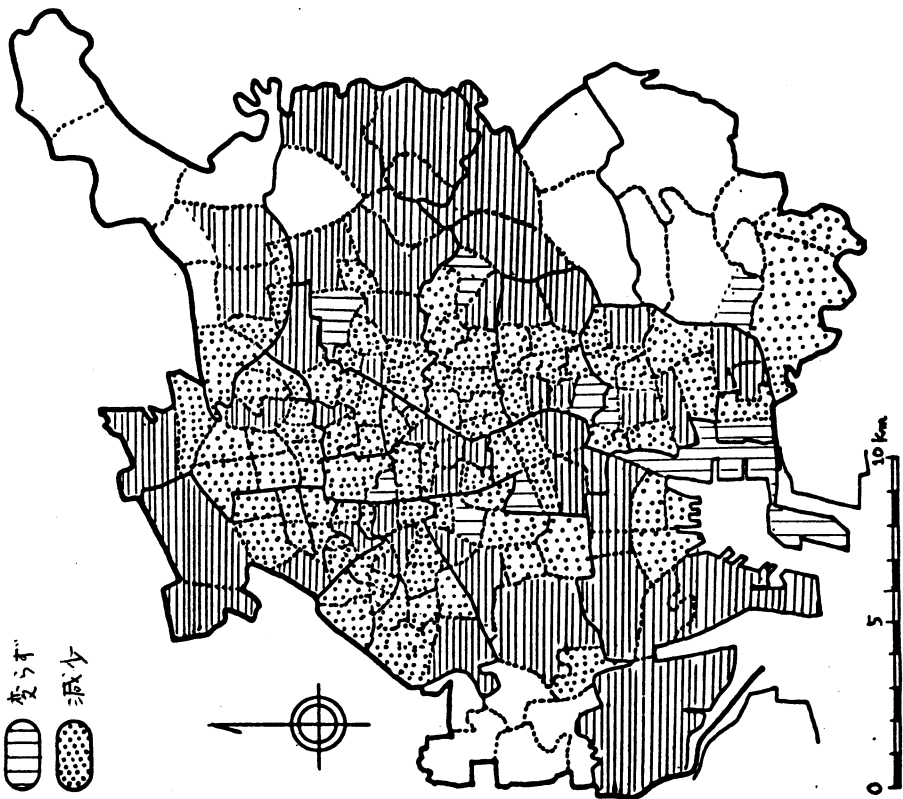
増加
変らず
減少



第3-9図 昭和43-45年における小売業販売額
配分比率の変化

秘匿数字

増加
変らず
減少



第3-111図 昭和47-49年における小売業販売額
配分比率の変化

増加
変らず
減少

秘匿数字

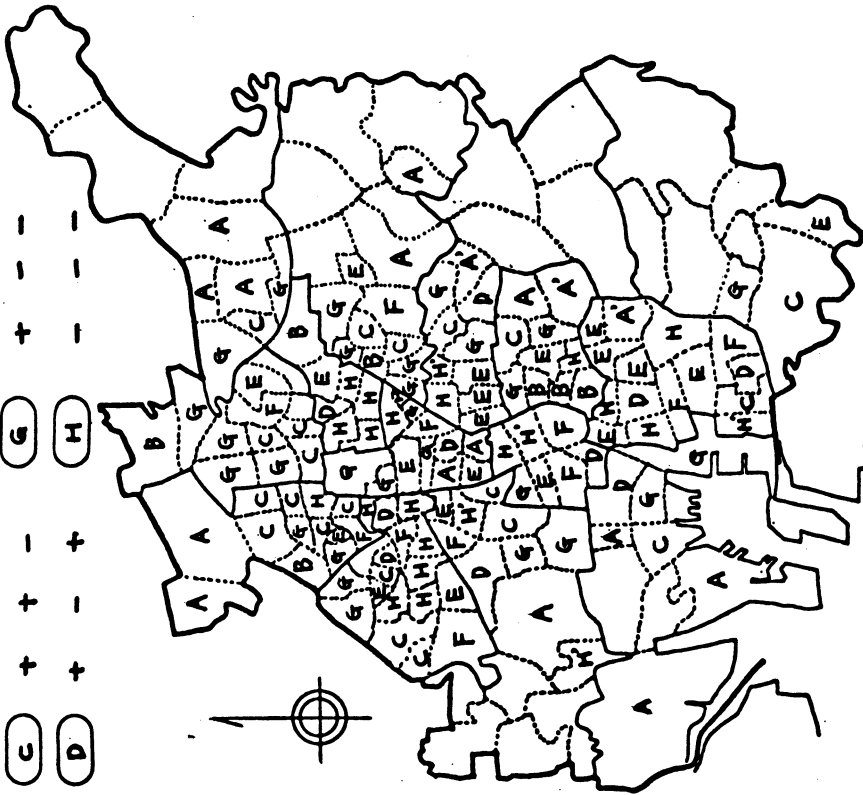


第3-112図 昭和49-51年における小売業販売額
配分比率の変化

BB 43 45 47 49

A + + +
B - + +
C + + -
D + - +

E - + -
F - - +
G + - -
H - - -



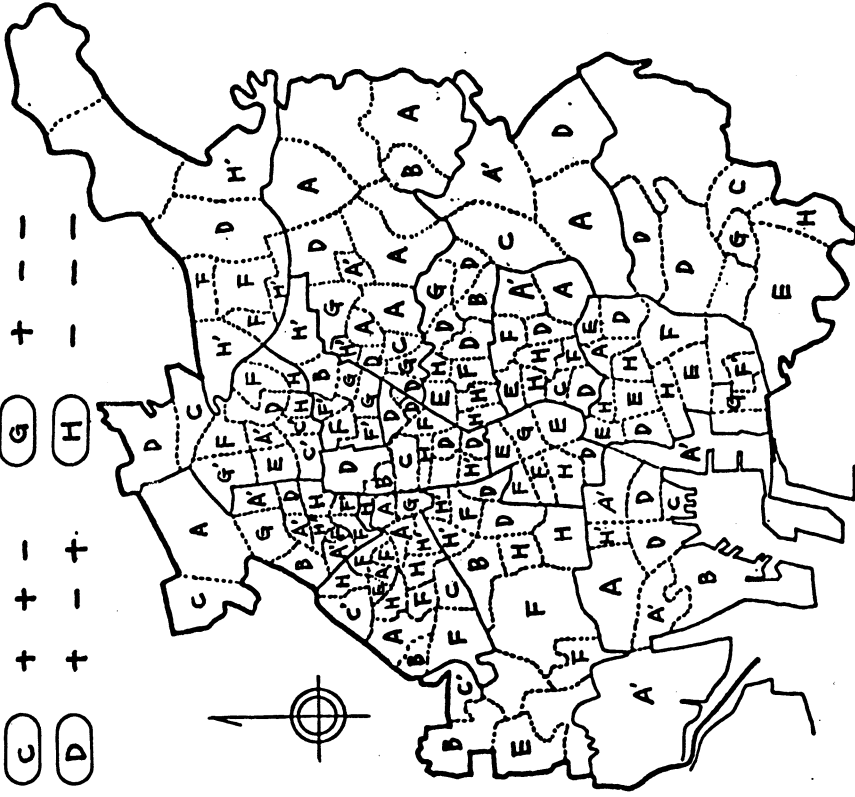
第3-13図 小売業販売額配分比率の推移

注) +は構成比率が増大
- " 減少

BB43 45 47 49

A + + +
B - + +
C + + -
D + - +

E - + -
F - - +
G + - -
H - - -



第3-14図 織物・衣服・身の回り品小売業の
販売額配分比率の推移

8243 45 47 49

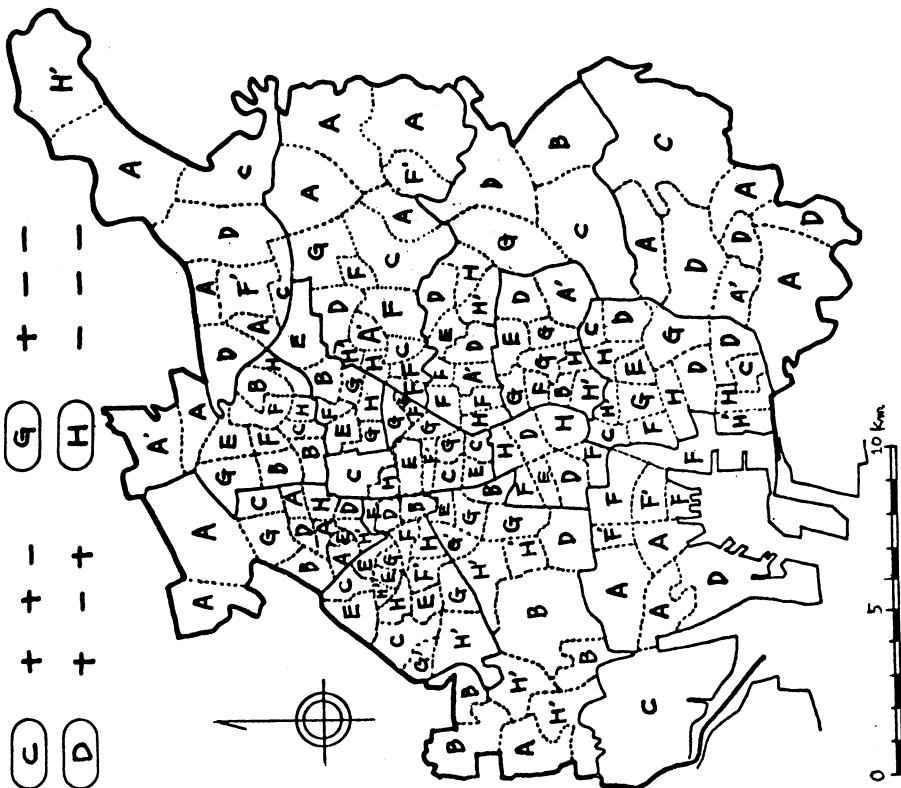
A B C D

+ + + +
- + + -
+ + + -
+ - + +

8243 45 47 49

E F G H

- + -
- - +
+ - -
- - -



第3-15図 飲食料品小売業の販売額配分比率の推移

8243 45 47 49

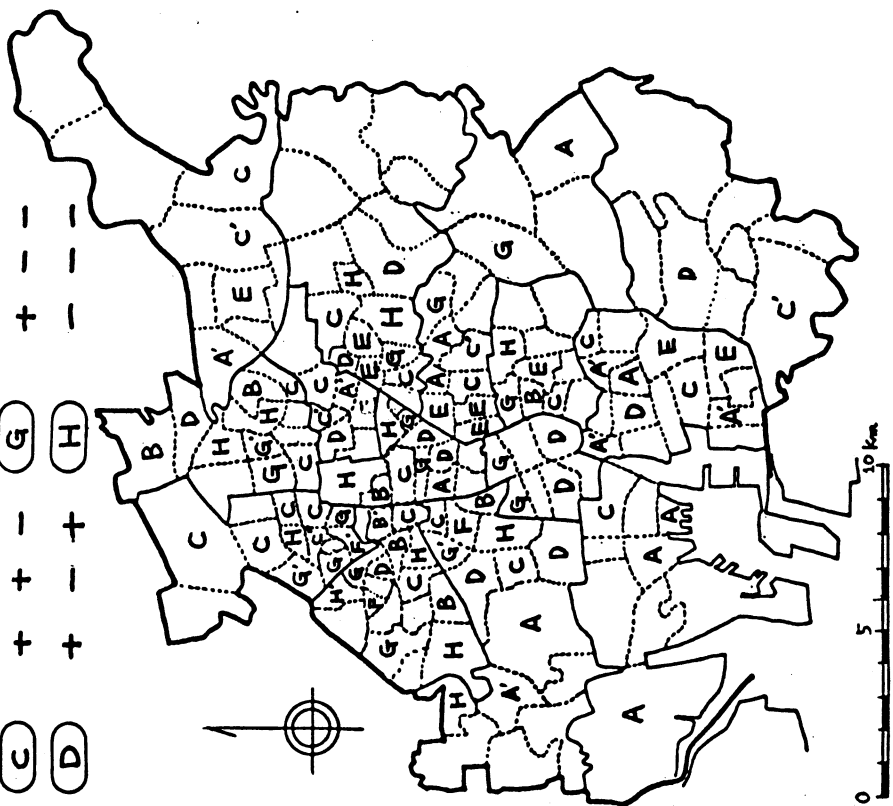
A B C D

+ + + +
- + + +
+ + + -
+ - + +

8243 45 47 49

E F G H

- + -
- - +
+ - -
- - -



第3-16図 自動車・自転車小売業の販売額配分比率の推移

8543 45 47 49

8543 45 47 49

(A) + + +

(B) - + +

(C) + + -

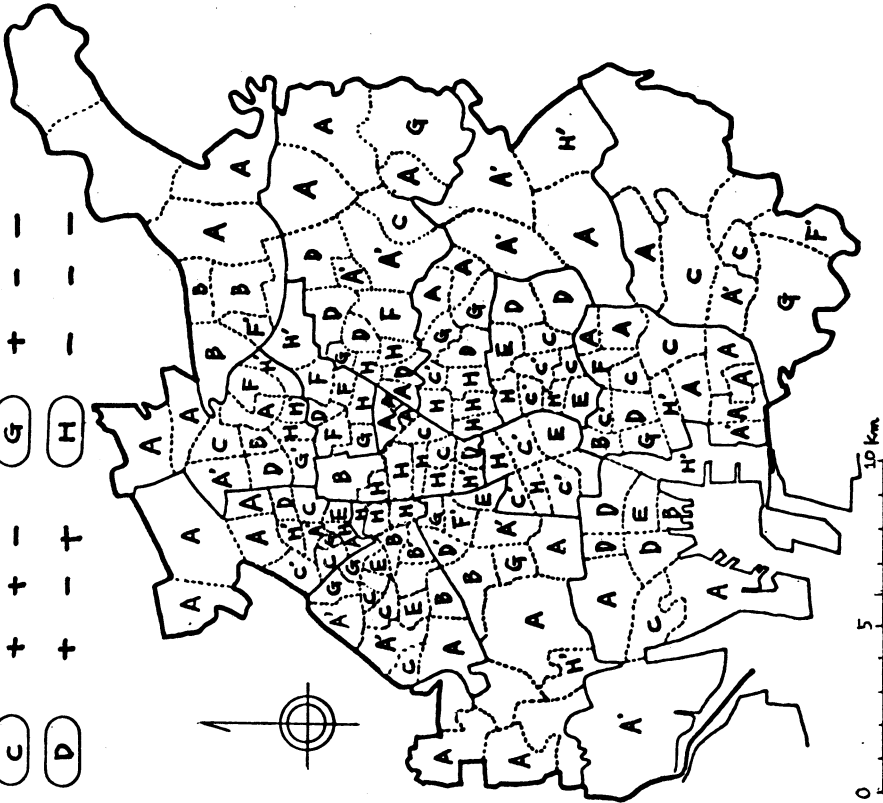
(D) + - +

(E) - + -

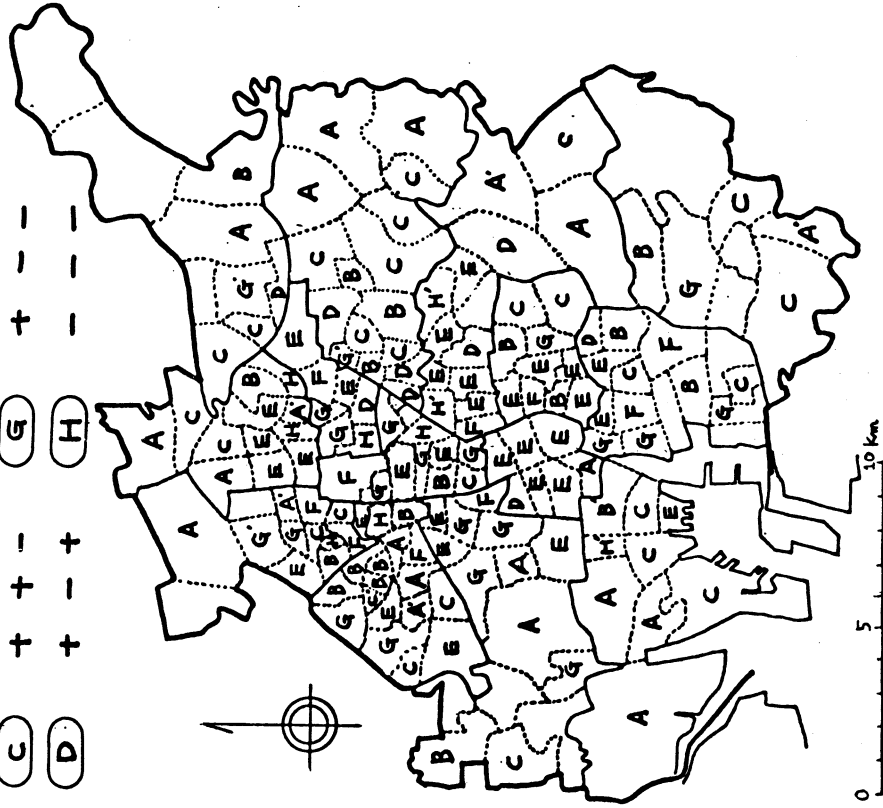
(F) - + +

(G) + + -

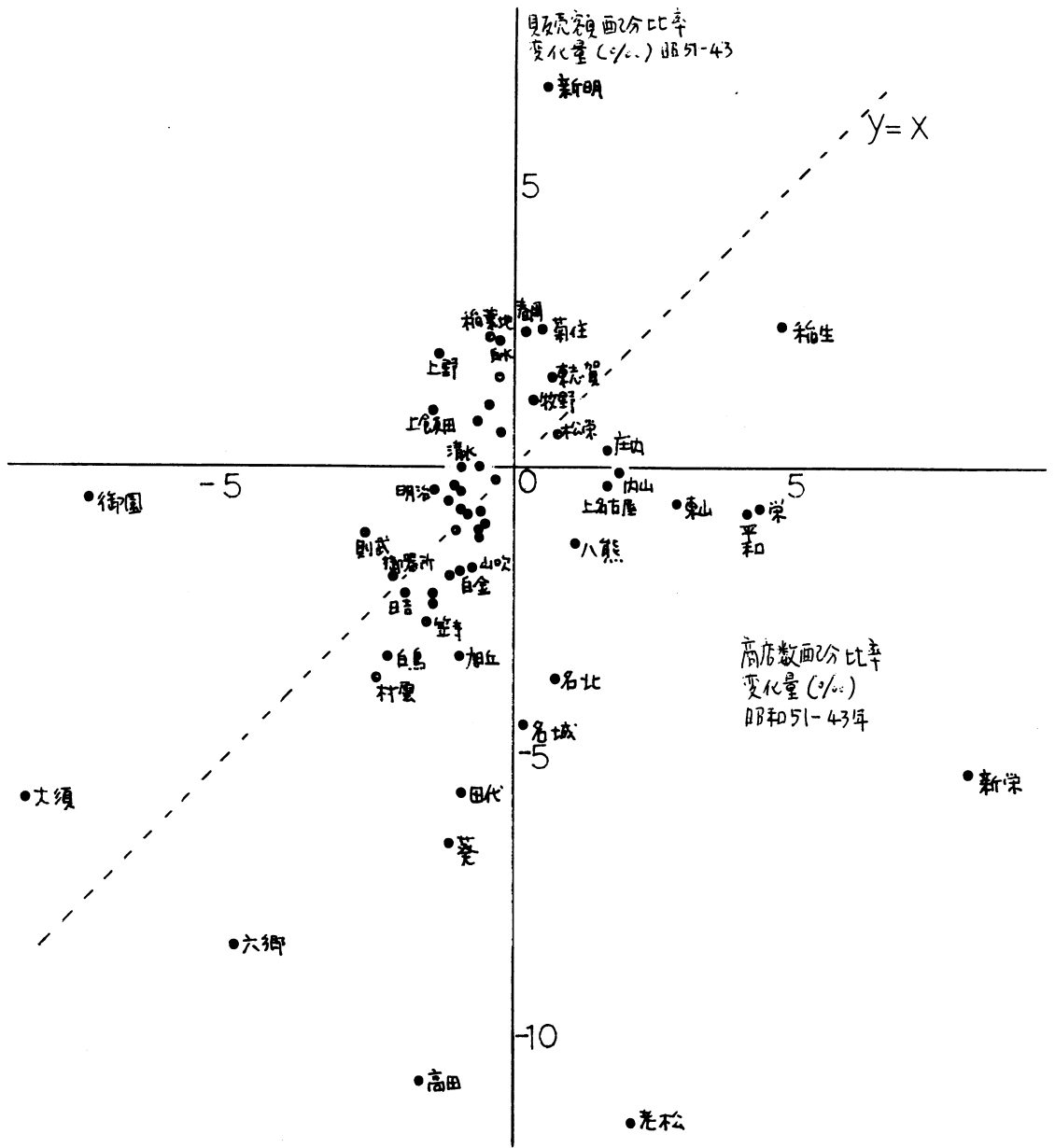
(H) + - -



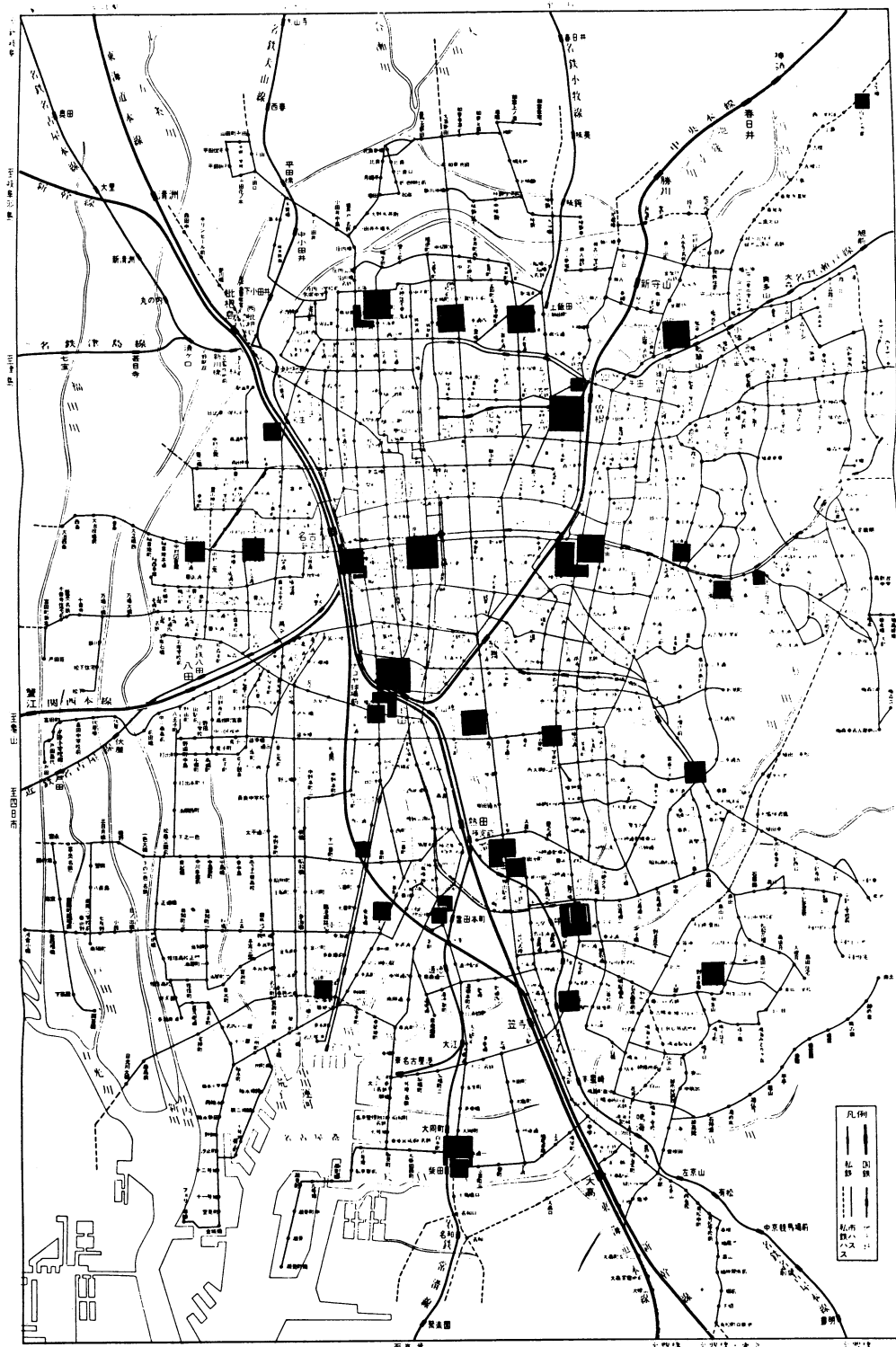
第3-17図 家具・建具・什器小売業の販売額配分比率の推移



第3-18図 飲食店の販売額配分比率の推移



第3-19図 主要学区の商店数配分比率と販売額配分比率の変化量



第3-20図 大規模小売店(売場面積1500m²以上)の分布と交通網との関係(昭和52年)

第4-1表 東部郊外区における小売業の推移

年次(昭和) 区名	小売業商店数 (単位：店)					小売業商品販売額 (単位：万円)				
	43	45	47	49	51	43	45	47	49	51
守山区	891	927	984	1,011	1,081	736,132	1,204,765	1,701,481	2,501,917	3,582,006
緑区	782	904	892	951	1,007	840,268	1,323,523	1,788,296	2,559,102	3,754,292
名東(旧千種)区	317	341	394	535	698	(289,002)	(511,322)	(817,003)	1,797,434	3,301,208
天白(旧昭和)区	481	579	640	671	815	(795,237)	(914,678)	(1,126,046)	2,827,463	3,289,627
郊外4区	2,471	2,751	2,910	3,168	3,601	(2,660,639)	(3,954,288)	(5,432,826)	9,685,916	13,927,133
名古屋市	30,520	31,516	31,699	31,911	33,241	49,314,734	65,458,595	79,120,471	112,772,999	145,599,553
守山区	100.0	104.0	110.4	113.5	121.3	100.0	163.7	231.1	339.9	486.6
緑区	100.0	115.6	114.1	121.6	128.8	100.0	157.5	212.8	304.6	446.8
名東(旧千種)区	100.0	107.6	124.3	168.8	220.2	(100.0)	(176.9)	(282.7)	621.9	1,142.3
天白(旧昭和)区	100.0	120.4	133.1	139.5	169.4	(100.0)	(115.0)	(141.6)	355.5	413.7
郊外4区	100.0	111.3	117.8	128.2	145.7	(100.0)	(148.6)	(204.2)	364.0	523.5
名古屋市	100.0	103.3	103.9	104.6	108.9	100.0	132.7	160.4	228.7	295.2

(注) () は卸売業を若干含む値。

第4-2表 中心性指数 (単位：万円)

猪高	505931	苗代	39673	浦里	▲101317
鳴海	505238	甘軒家	37665	梅森坂	▲104502
鳴子	282671	片平	17623	本地丘	▲106668
野並	206139	西山	12878	山根	▲112465
藤ヶ丘	172251	香流	▲17187	大坪	▲119261
守山	170005	緑	▲23653	白沢	▲131360
天白	145645	猪子石	▲41819	旭出	▲145556
大森	114070	有松	▲42552	志段味東	▲150805
小幡	101994	植田	▲49667	瀬古	▲158568
大高	76047	太子	▲62183	天子田	▲182814
高針	66442	表山	▲63745	蓬来	▲189998
八事東	55355	名東	▲72315		
平針	42126	鳥羽見	▲83787		

(注) ▲印はマイナス

第4-3表 商品別購入自足率(単位：%)

商品 区名	贈答品	紳士服	婦人服	靴・鞆	装身具 アクセサリー	時計・カメラ	インテリア家具	下着・肌着	金物・荒物	生鮮食料品	平均
守山区	20	16	22	25	6	23	22	44	75	84	33.7
名東区	-	8	6	11	-	-	17	22	69	76	20.9
天白区	5	6	6	8	-	13	10	13	44	68	17.3
緑区	25	27	41	48	11	26	42	68	98	99	48.5
平均	12.5	14.3	18.8	23.0	4.3	15.5	22.8	36.8	71.5	81.8	

第4-4表 東部郊区住民の購入先別利用率(単位：%)

購入先 区名	買回品7品目の購入依存率合計値								最寄品3品目の購入依存率合計値								
	栄	大曾根	名古屋駅前	星ヶ丘	鳴子	八事	今池	大須	上飯田	栄	大曾根	星ヶ丘	鳴子	八事	今池	大須	上飯田
守山区	178	124					7	9	12	48							6
名東区	351		24	77			16		41		56				23		
天白区	315		6		55	42		8	16			74	48				
緑区	190		102														
計	1,034	124	132	77	55	42	16	15	9	69	48	56	74	48	23		6

資料：名古屋市(昭和52年)「市内消費者の買物行動と意識」名古屋商工Vol.33 No.2
2-3, 2-4表も同じ。

第4-5表 商品別店舗利用率(単位：%)

商品 地域	生食料品 鮮品		肌下 着着		靴・鞆		婦人服	
	a	b	a	b	a	b	a	b
東部丘陵	21.9	78.1	17.3	82.7	24.6	75.4	20.2	79.8
北部市街	30.2	69.8	27.5	72.5	26.7	73.3	32.9	67.1
都心	29.2	70.8	23.5	76.5	19.8	80.2	22.9	77.1
東部市街	15.6	84.4	12.1	87.9	18.8	81.2	11.9	88.1
南部市街	36.0	64.0	23.8	76.2	22.1	77.9	17.3	82.7
平均	26.6	73.4	20.8	79.2	22.4	77.6	21.0	79.0

注) aは一般個人店舗

bは百貨店、大型・中型スーパーおよび小売市場

第4-6表 周辺市町住民の購入先別利用率 (単位：%)

	買回品 (呉服・洋服・靴・時計など)			準買回品 (洋品・シャツ・化粧品など)			最寄品 (日用雑貨類・青果物・肉など)		
	地元	名古屋市	その他	地元	名古屋市	その他	地元	名古屋市	その他
尾張旭市	28.2	56.1	15.7	54.7	30.7	14.6	90.1	5.1	4.8
長久手町	28.2	50.3	11.5	38.0	51.4	10.6	60.6	36.5	2.9
日進町	18.2	72.5	9.3	42.9	50.8	6.3	59.1	24.7	16.2
東郷町	5.6	50.6	43.8	46.1	25.8	34.1	63.6	7.8	28.6
豊明市	46.2	47.9	5.9	77.0	21.3	1.7	95.3	3.8	0.9

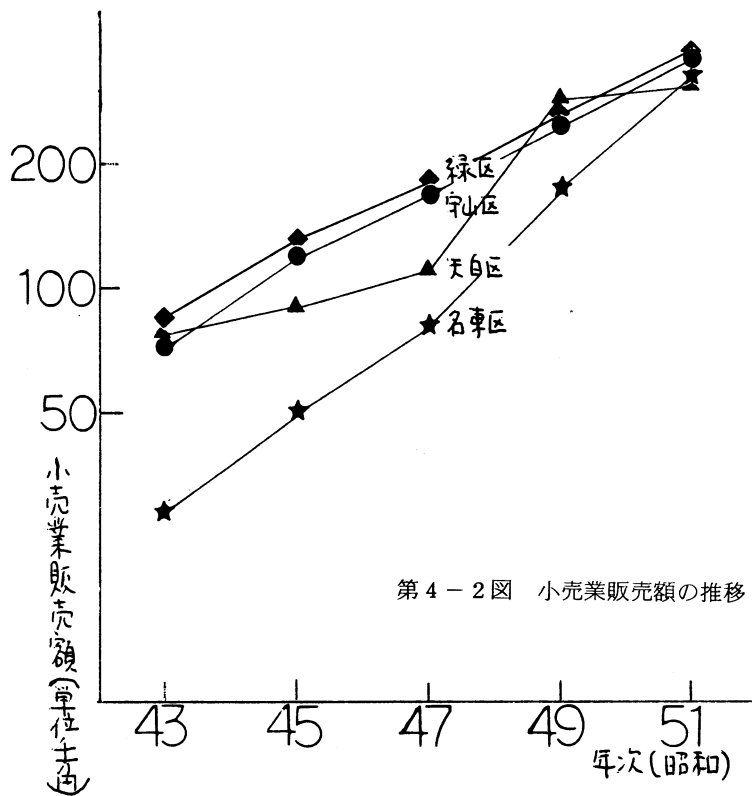
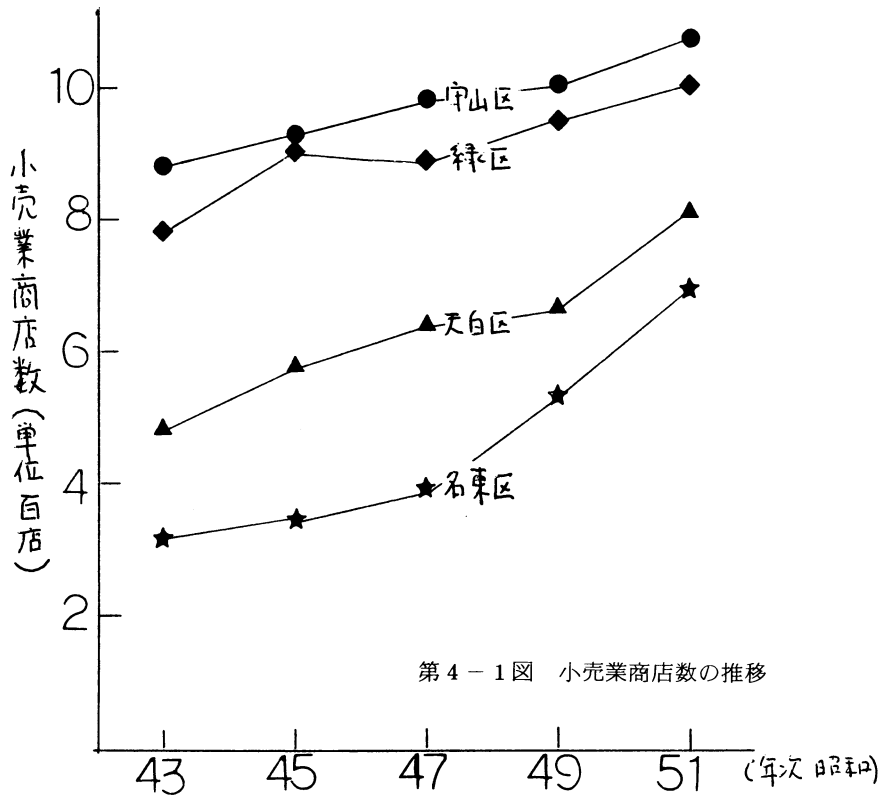
資料：愛知県（昭和52年）「広域商業圏動向調査報告書」にもとづいて作成。
2-6、2-7表も同じ。

第4-7表 周辺市町住民の購入時利用交通 (単位：%)

交通手段 居住地	自転車	自家用車	バス	電車	国鉄	計
尾張旭市	2.0	35.1	16.8	46.1	0.0	100.0
長久手町	4.3	52.2	20.3	23.2	0.0	100.0
日進町	0.8	51.9	44.2	2.3	0.8	100.0
東郷町	0.0	49.4	50.6	0.0	0.0	100.0
豊明市	1.4	40.1	3.3	55.2	0.0	100.0

第4-8表 日進町住民の購入先別利用率 (単位：%)

購入先 品目	町内	名古屋市				その他の町外	計
		星ヶ丘	今池	栄	その他		
買回品	18.2	8.9	11.9	28.2	23.5	9.3	100.0
準買回品	42.8	4.8	13.1	10.7	22.2	6.4	100.0
最寄品	59.0	4.1	4.4	1.0	15.2	16.3	100.0

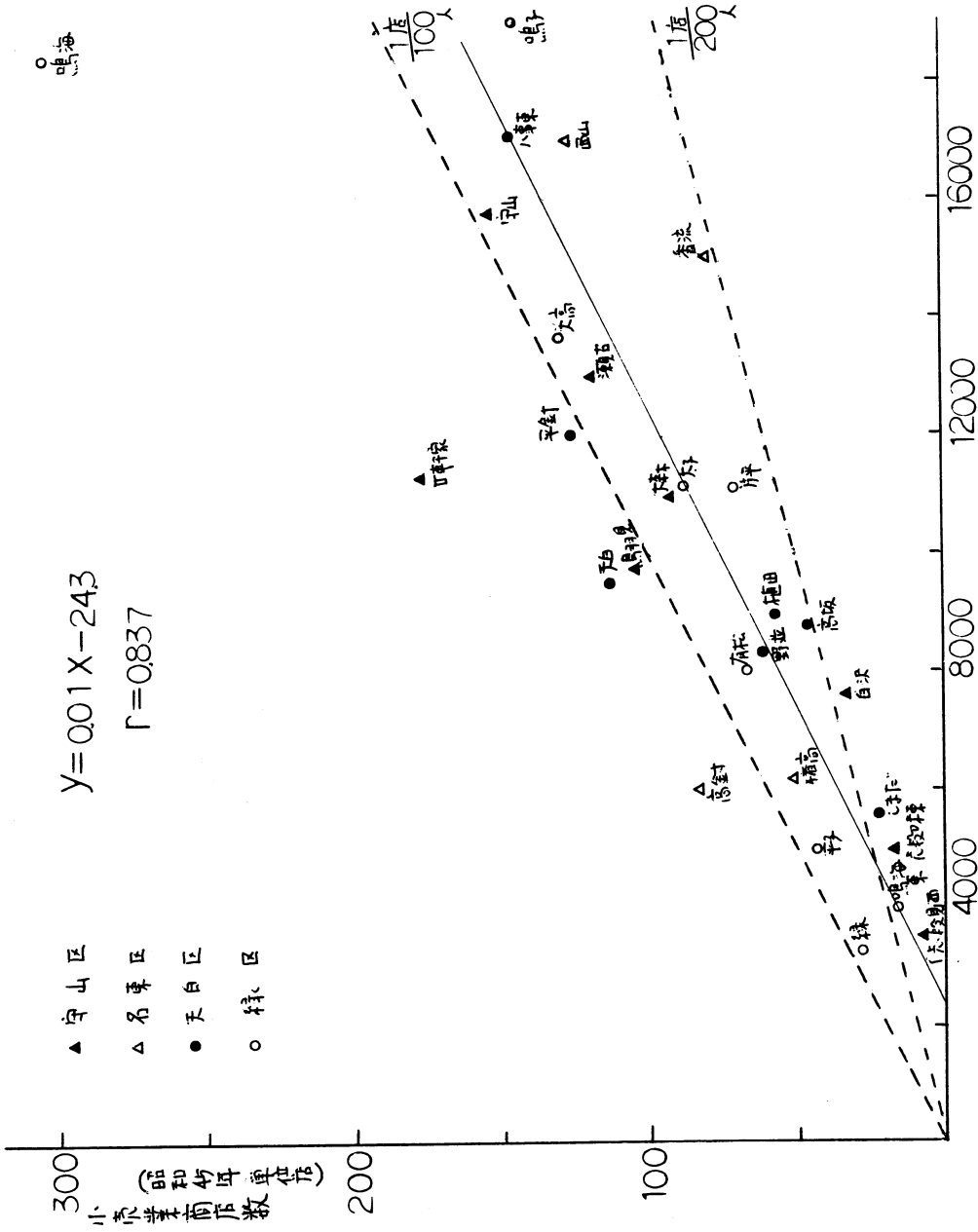


○ 明海

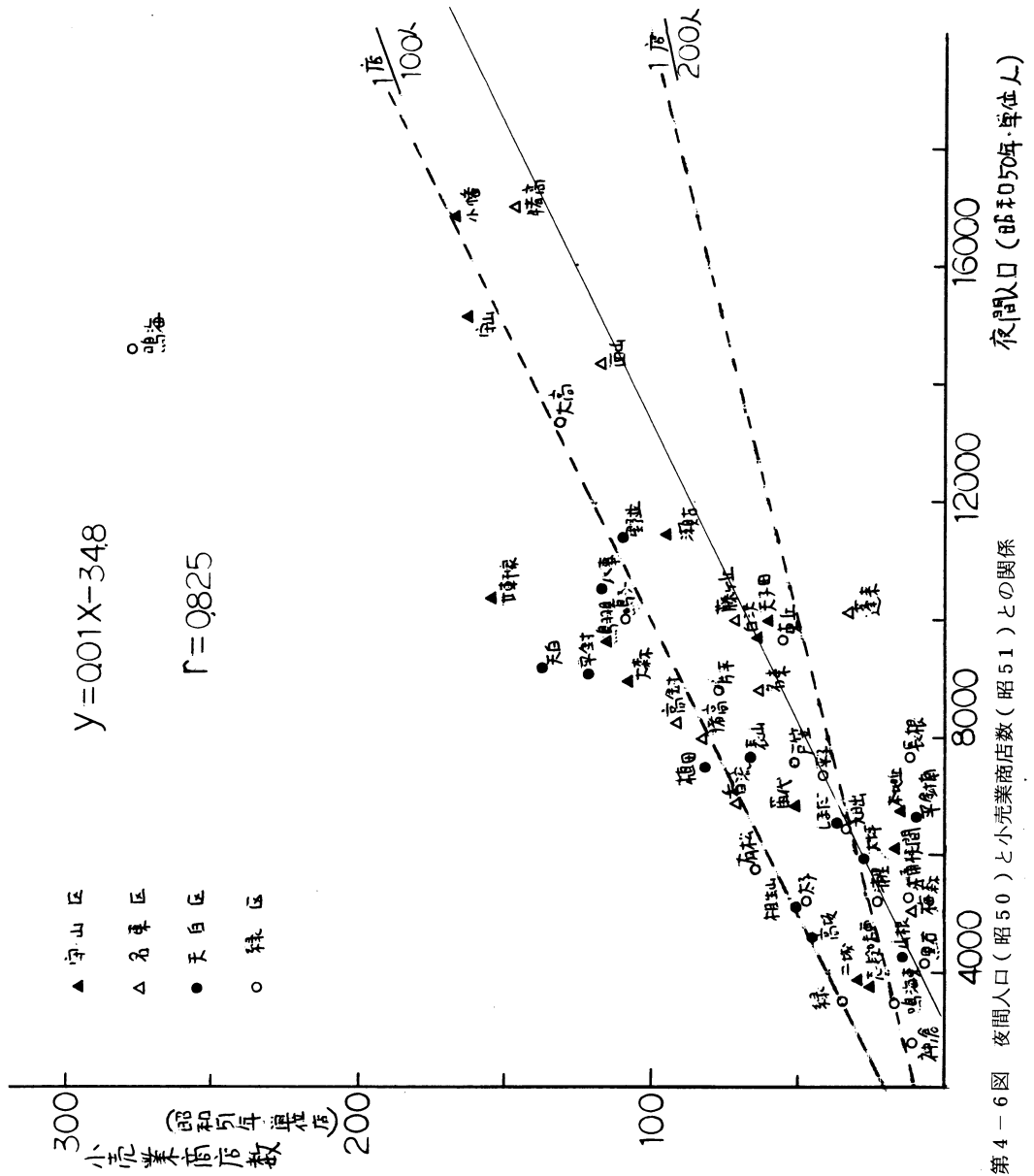
$$Y = 0.01X - 243$$

$$r = 0.837$$

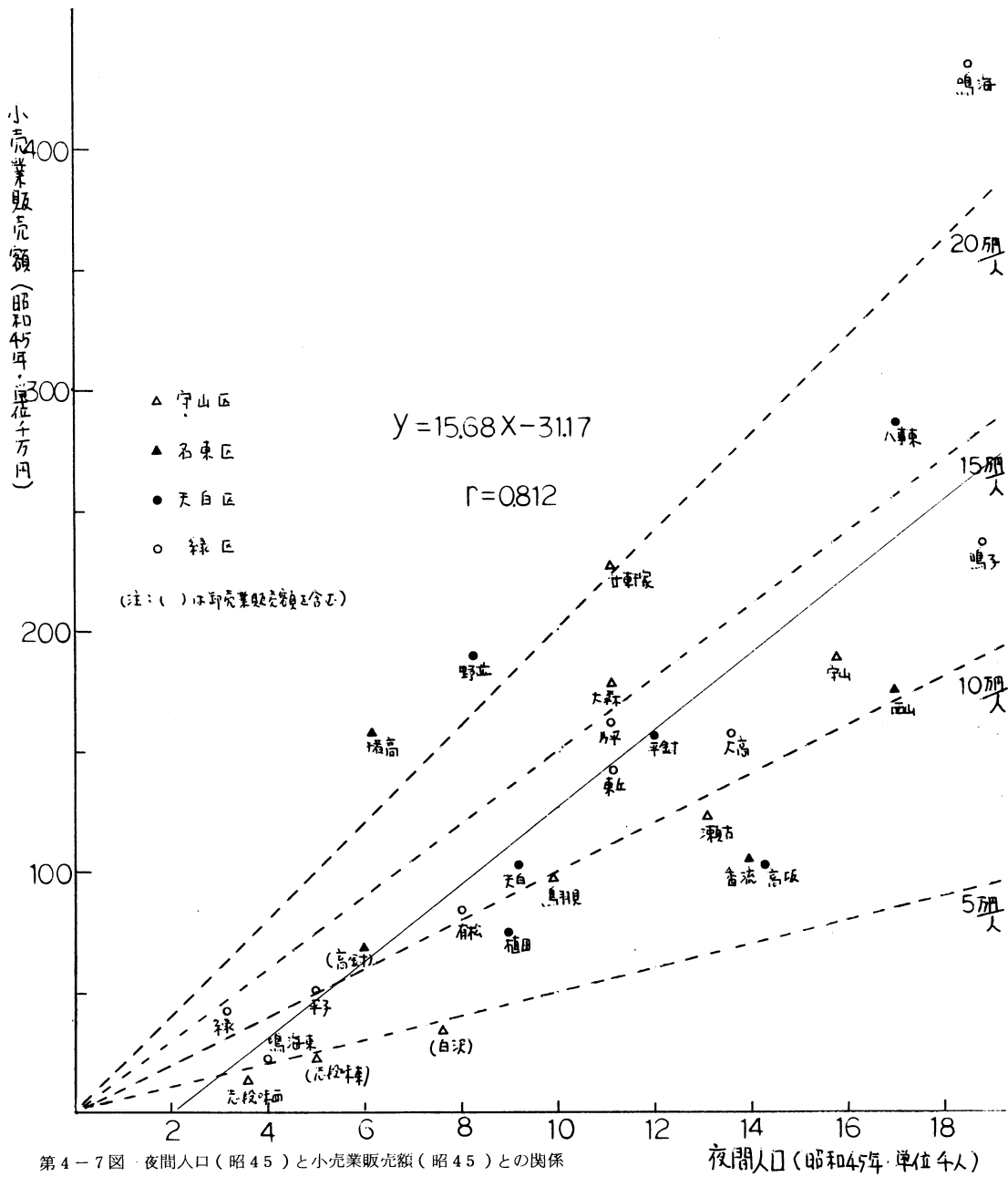
- ▲ 宇山区
- △ 名栗区
- 天白区
- 緑区

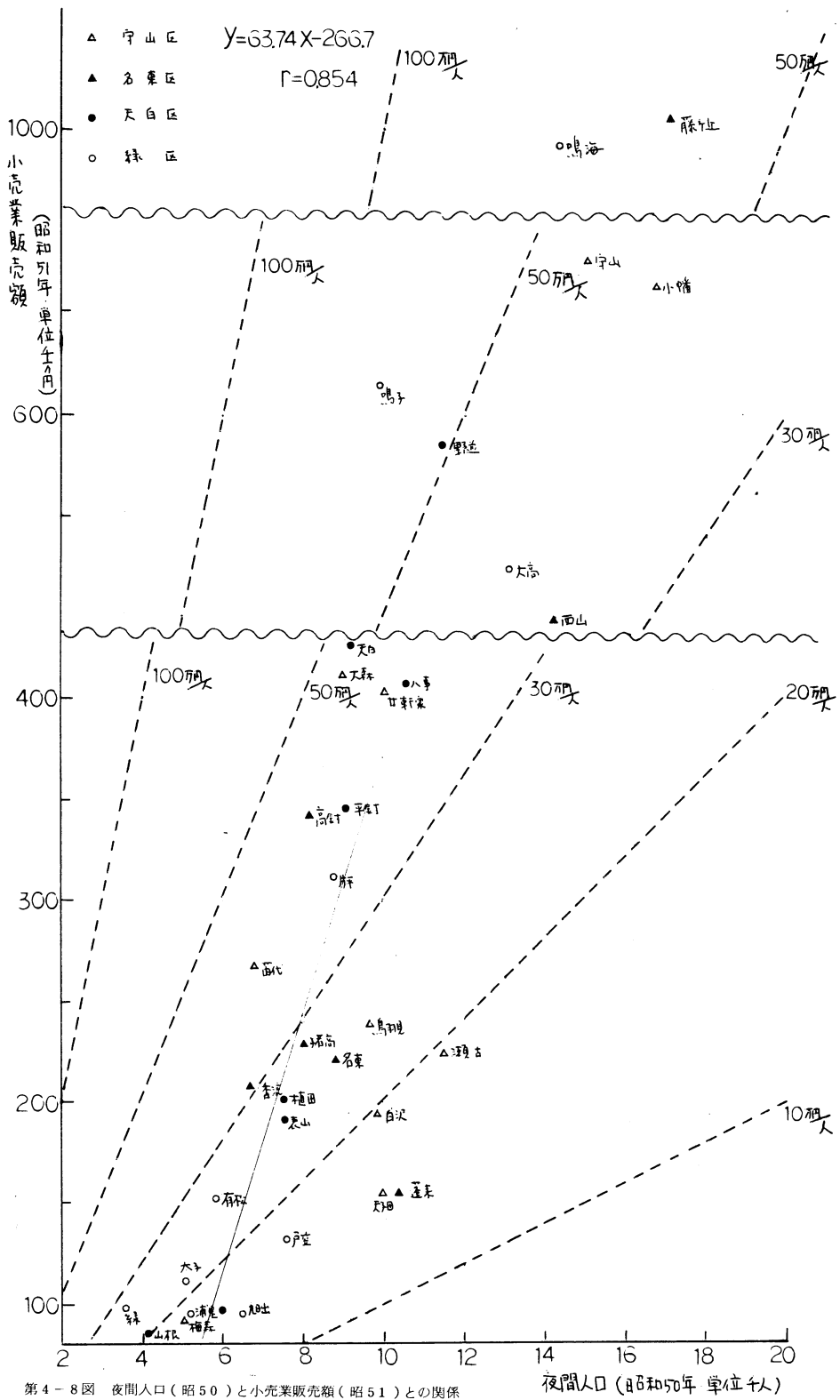


第4-5図 夜間人口(昭45)と小売業商店数(昭45)との関係

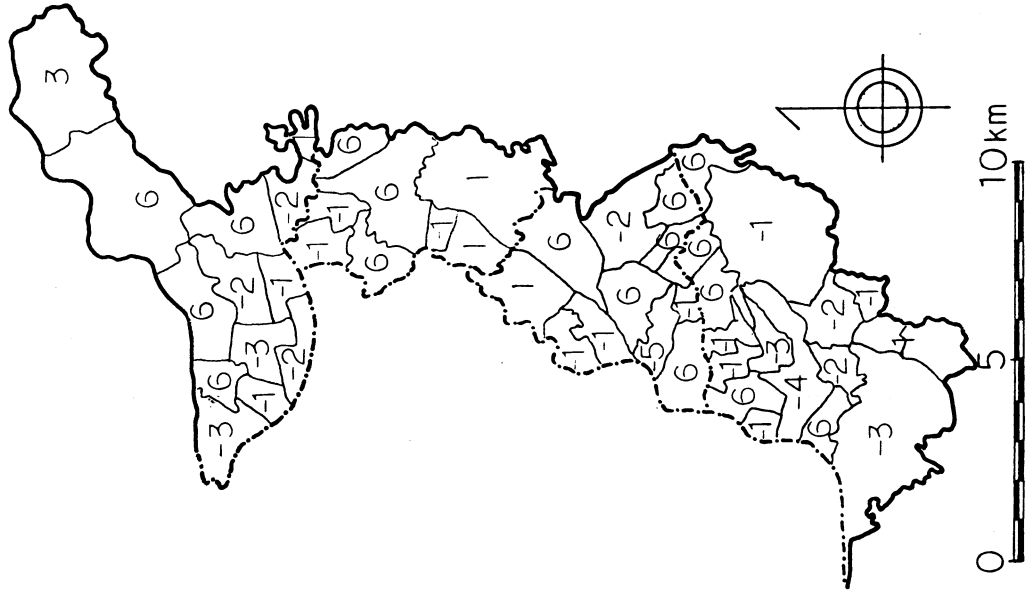


第4-6図 夜間人口(昭50)と小売業商店数(昭51)との関係

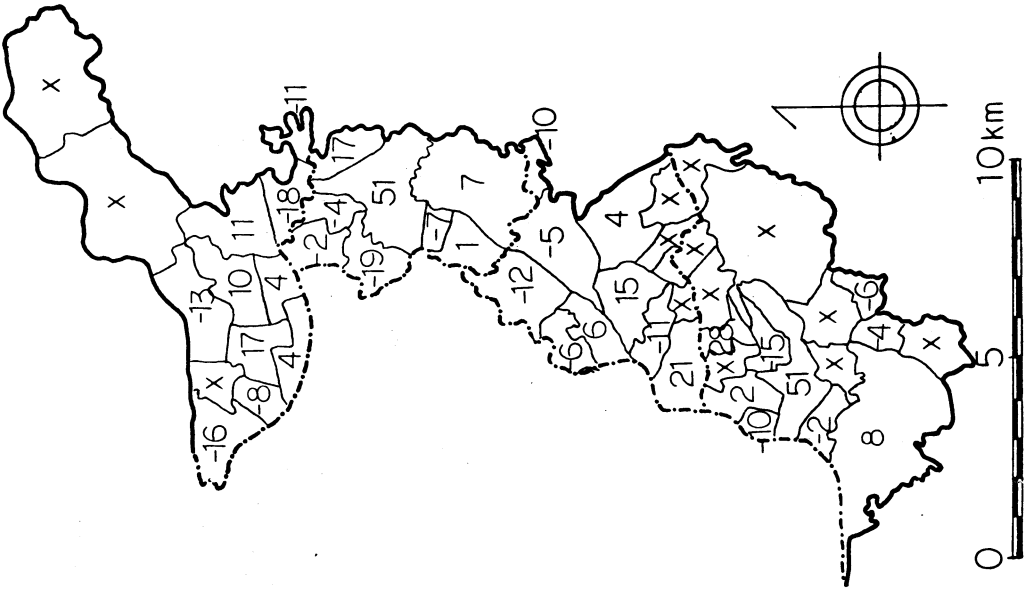




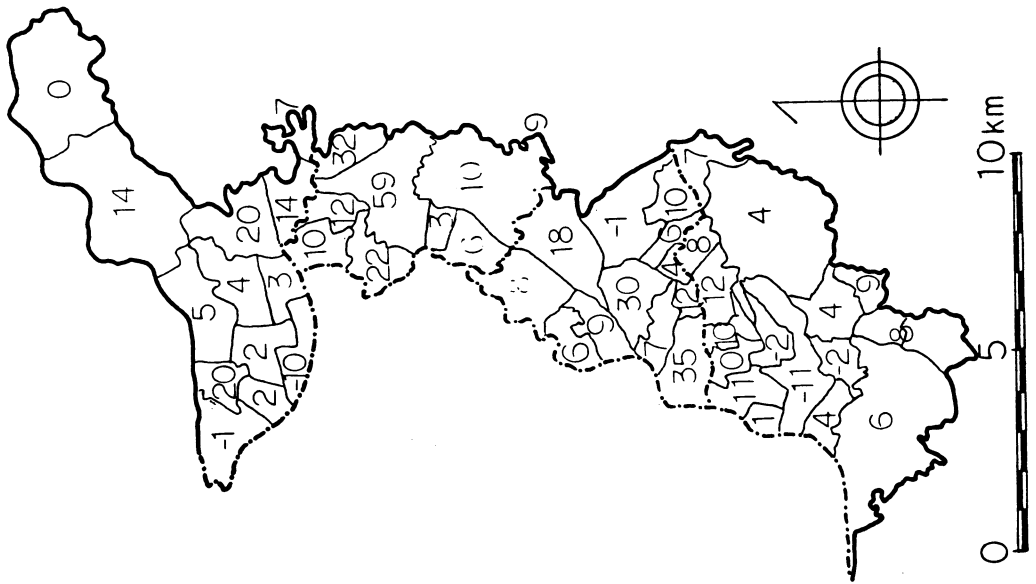
第4-8図 夜間人口(昭50)と小売業販売額(昭51)との関係



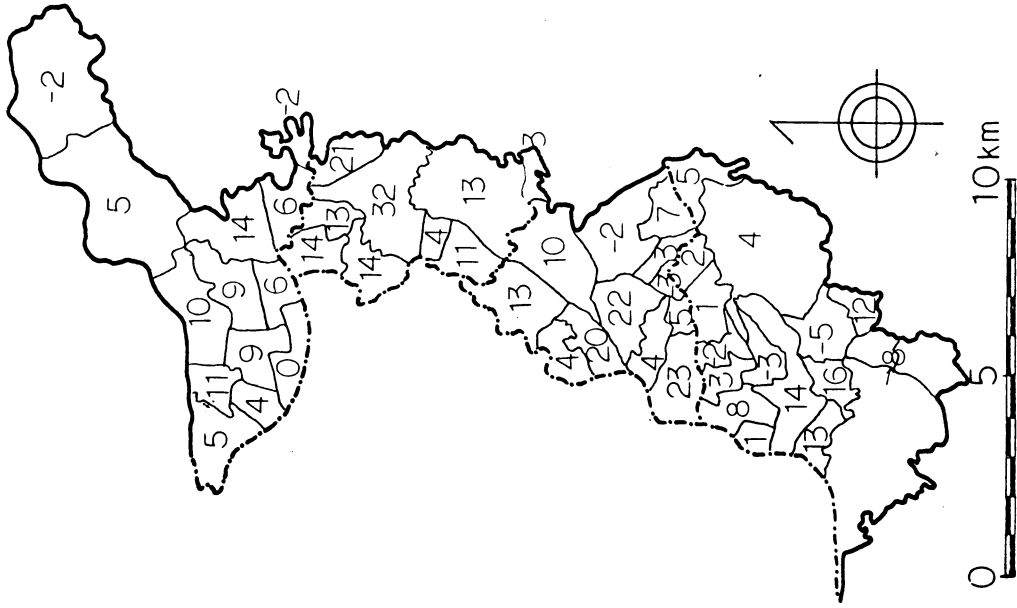
第4-10図 小売業商店数の増加・減少業種数
(昭和49~51年)



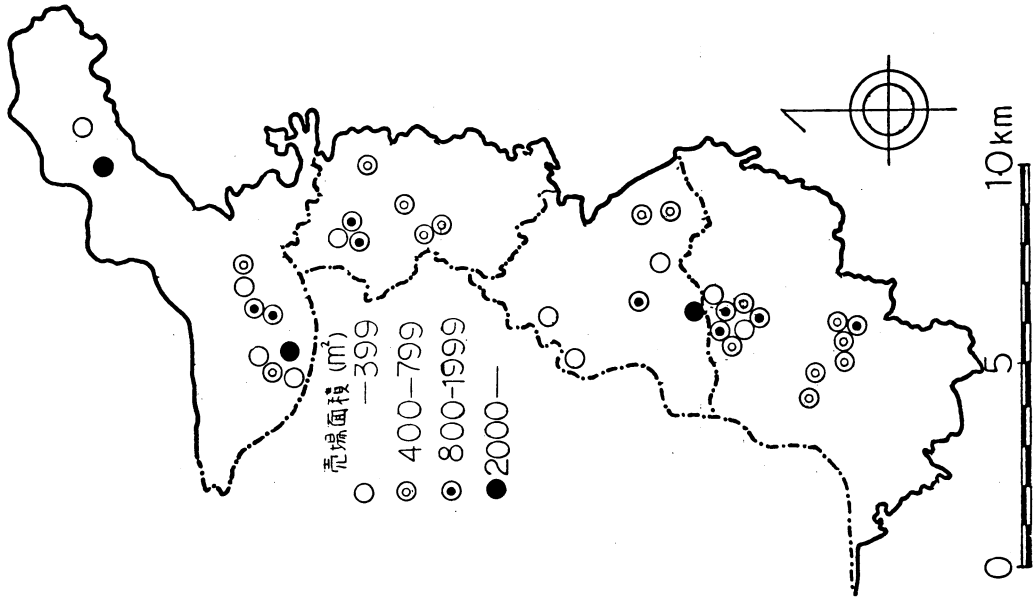
第4-9図 小売業販売額と人口にともづく中
中心性指数(単位:億円)



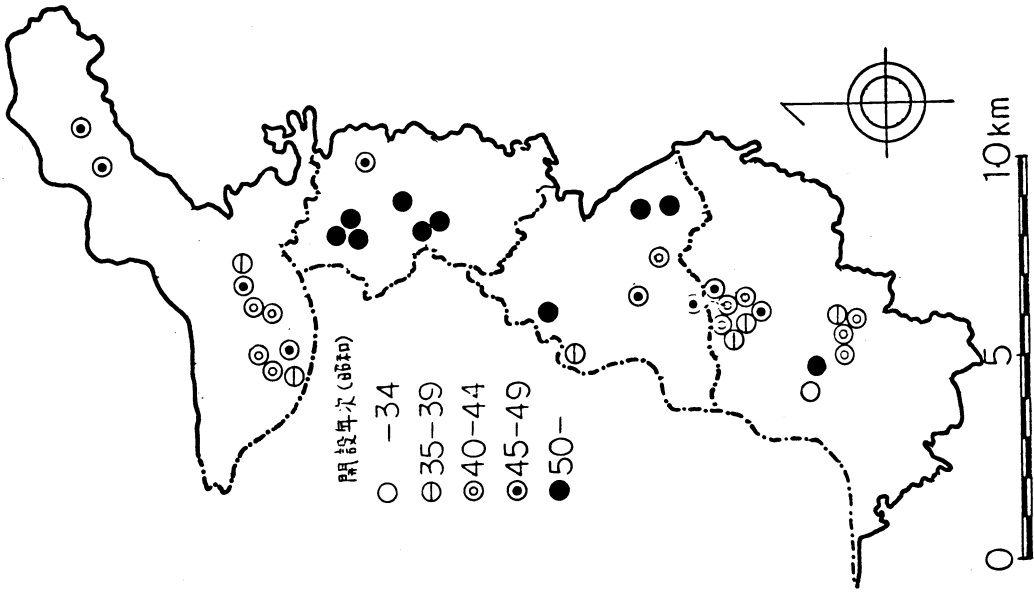
第4-11図 小売業商店数の増減(昭和49~51年)
注) 飲食店を除く



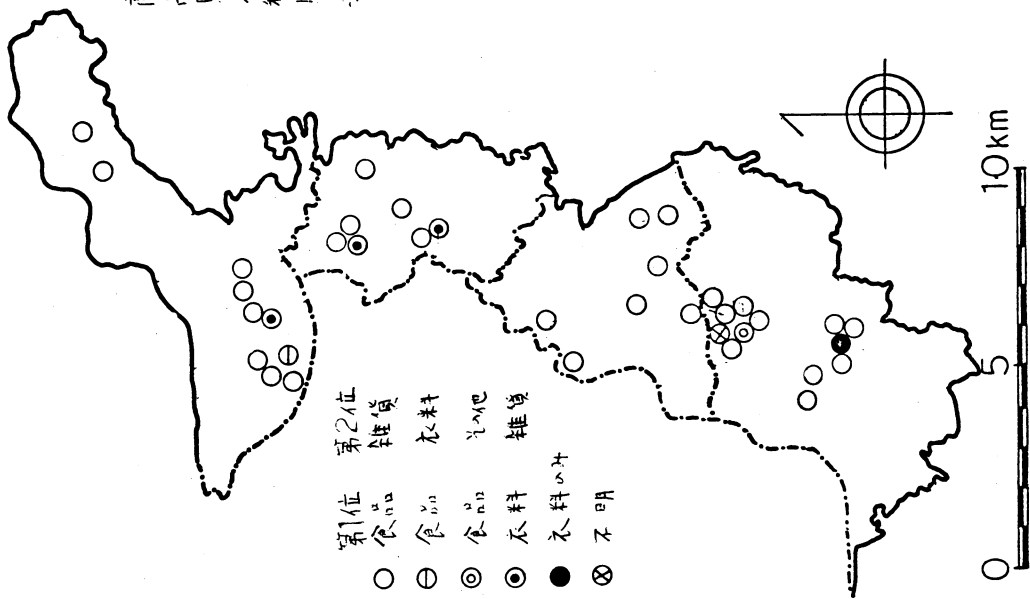
第4-12図 飲食店数の増減(昭和49~51年)



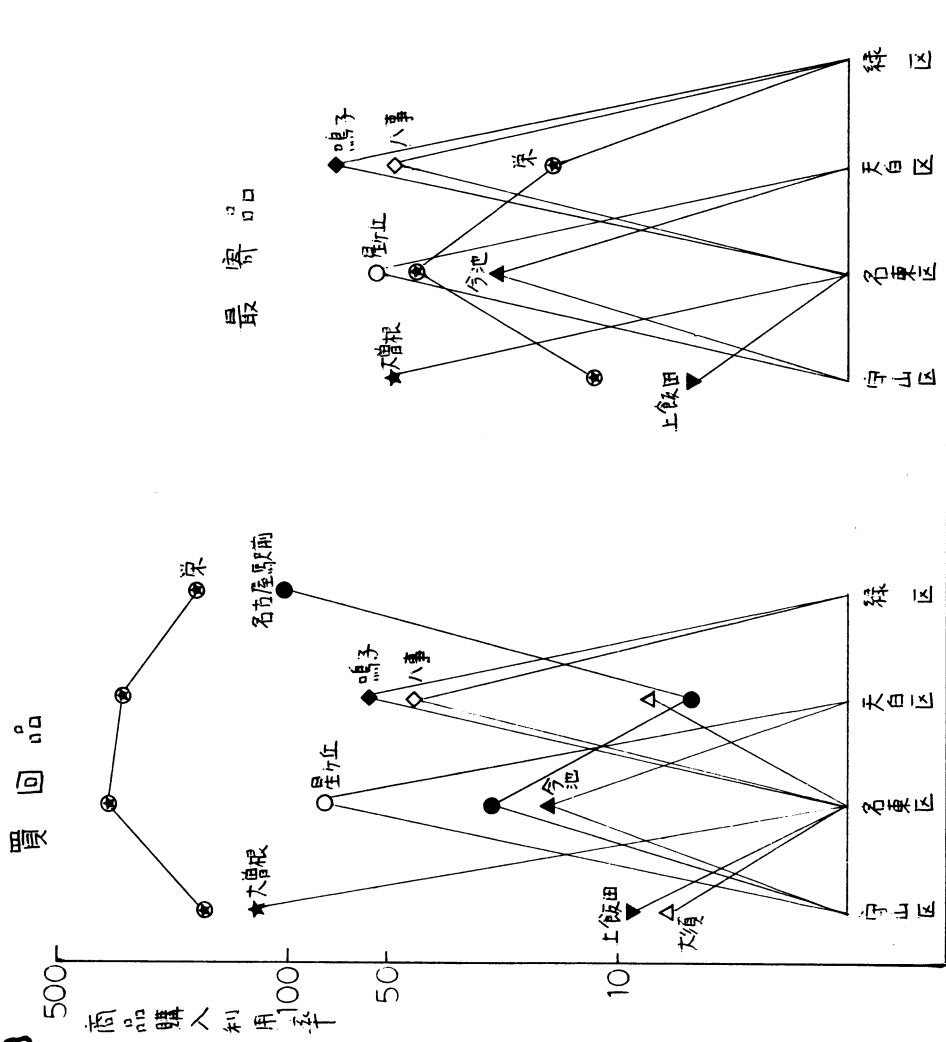
第4-14図 スーパー・マーケット(ストア)の売場面積



第4-13図 スーパー・マーケット(ストア)の開設年次

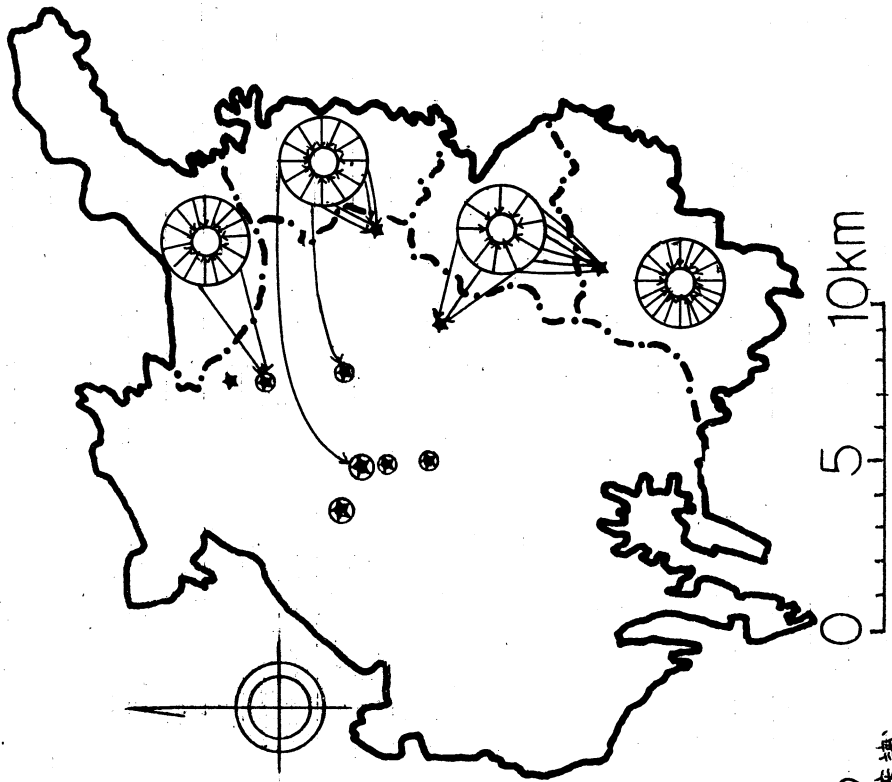


第4-15図 スーパー・マーケット(ストア)の取扱い業種

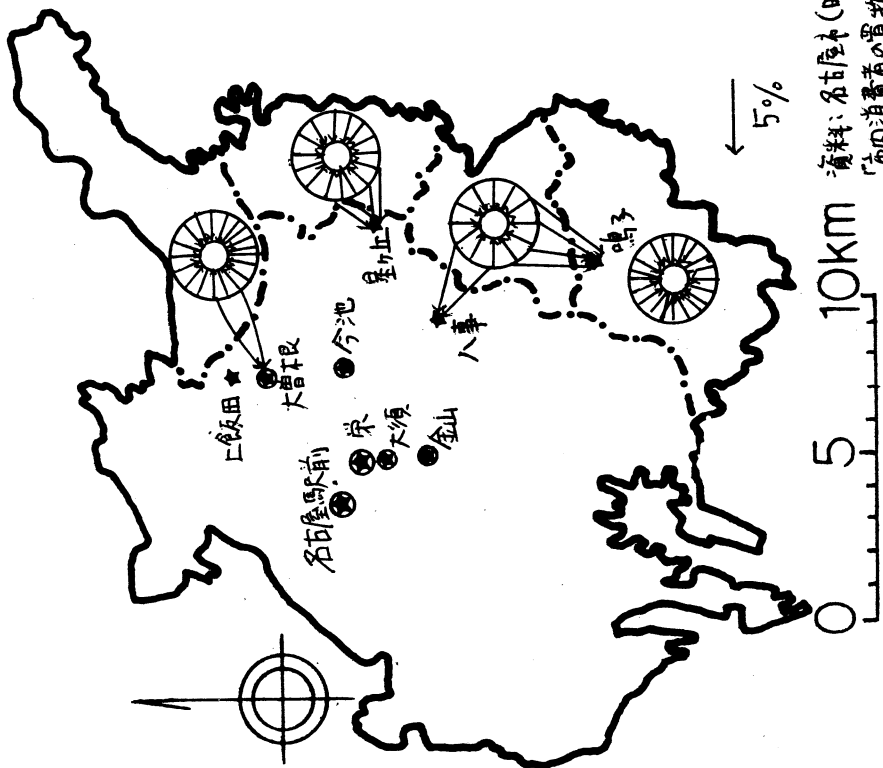


注) 買回品は7品目、最寄品は3品目の購入
利用率をそれぞれ合計した値である。

第4-16図 東部郊外区住民の購入先別利用率

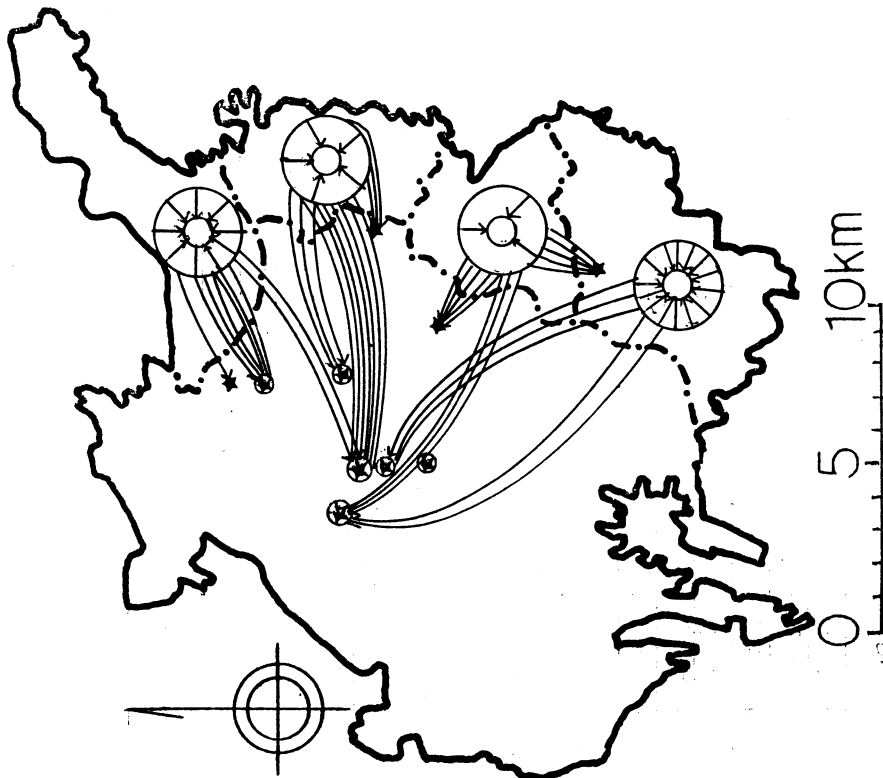


第4-18図 荒物・金物の購入先

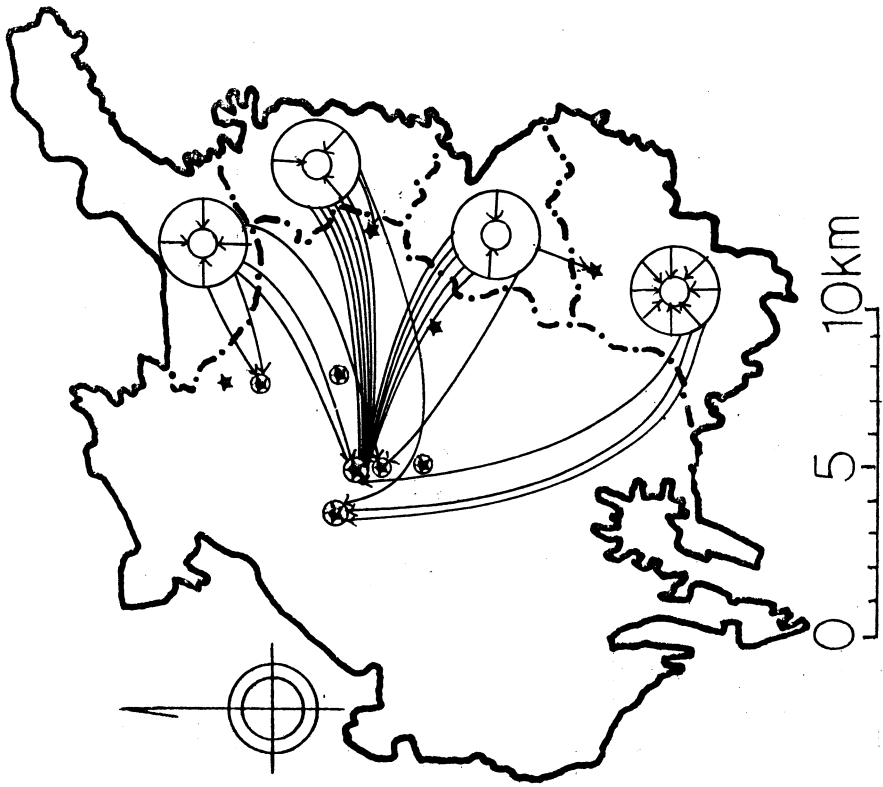


資料：石臼屋（昭和52年）
 「市内消費者の買物行動と意識」
 石臼屋商工 Vol.33 No.2
 に基づいて作成

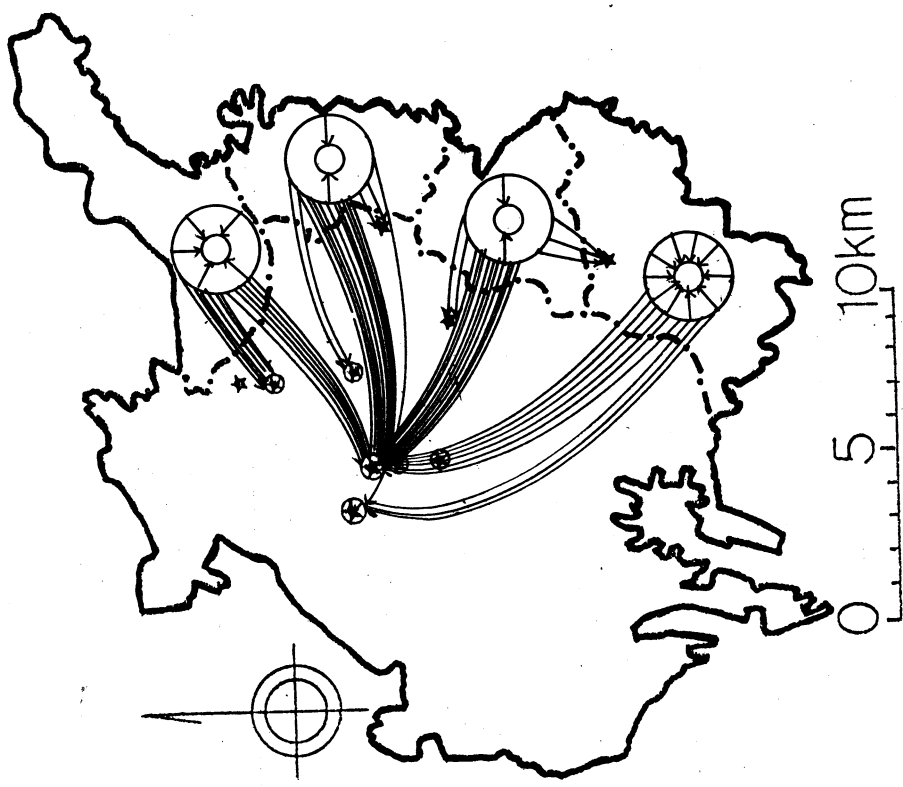
第4-17図 生鮮食料品の購入先



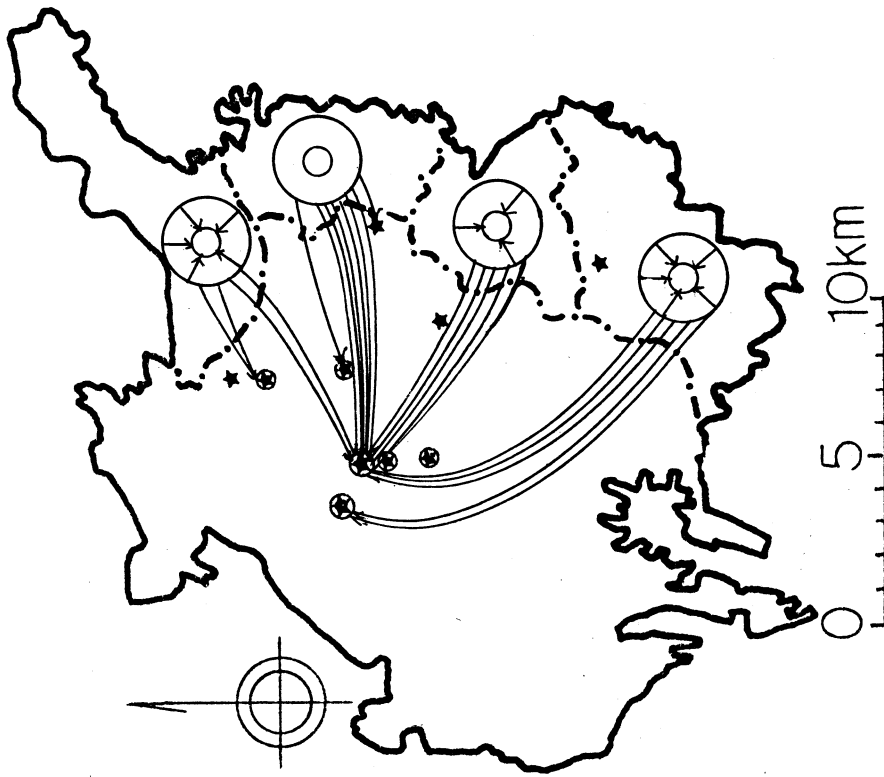
第4-19図 肌着・下着の購入先



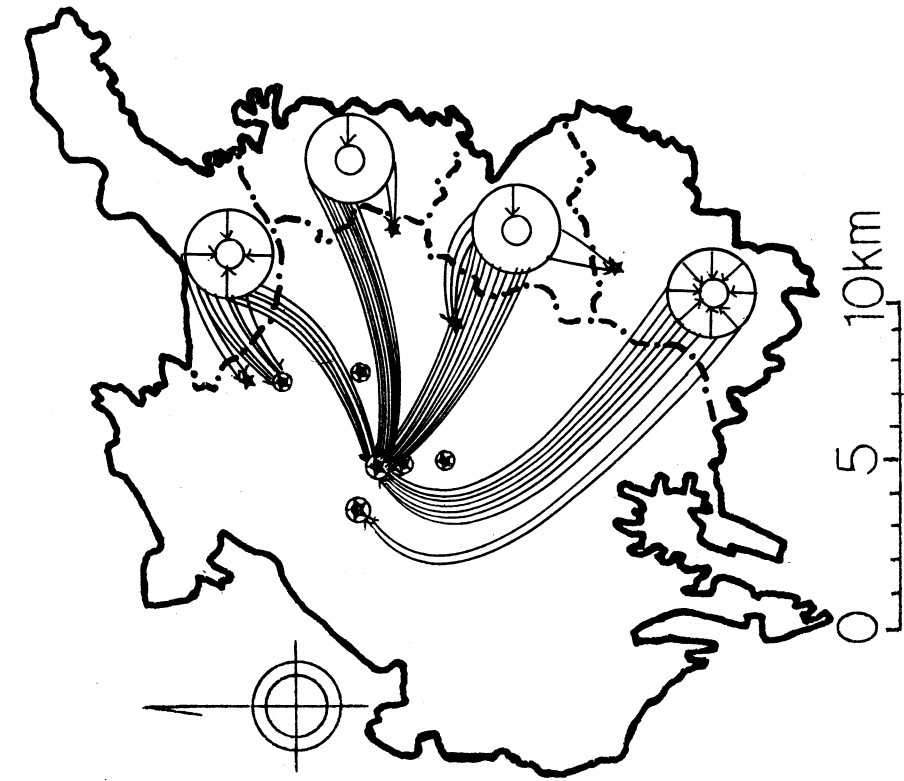
第4-20図 家具・インテリア用品の購入先



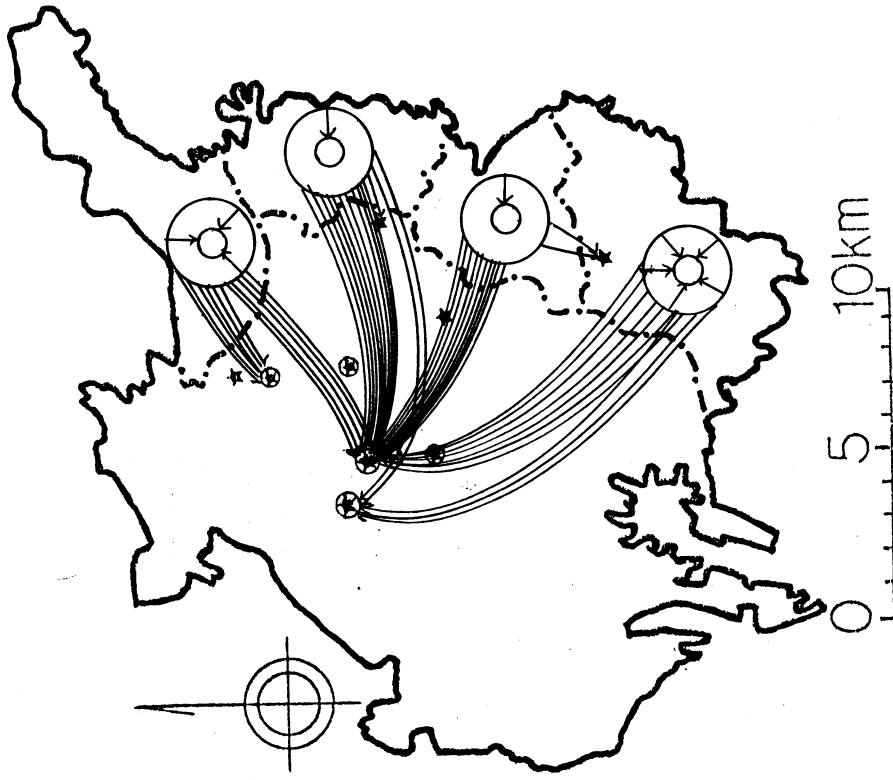
第4-22図 靴・鞍の購入先



第4-21図 時計・めがね・カメラの購入先



第4-23図 婦人服の購入先



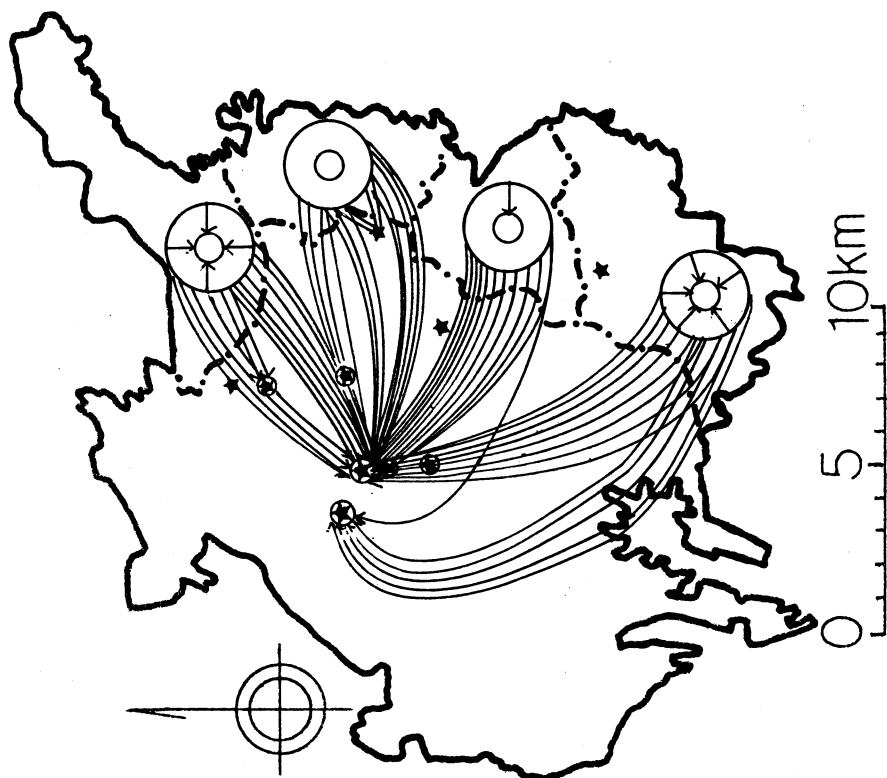
第4-24図 紳士服の購入先

商店街

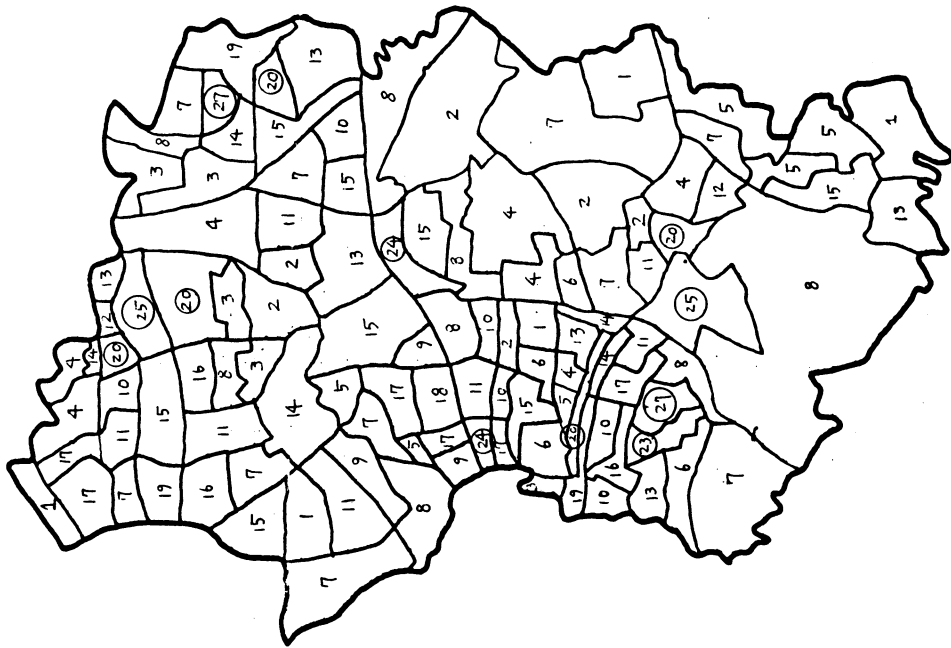


資料：名古屋経済局(昭和48年)
「名古屋の商店街」にて
とって作成。

第4-26図 名古屋市の商店街分布

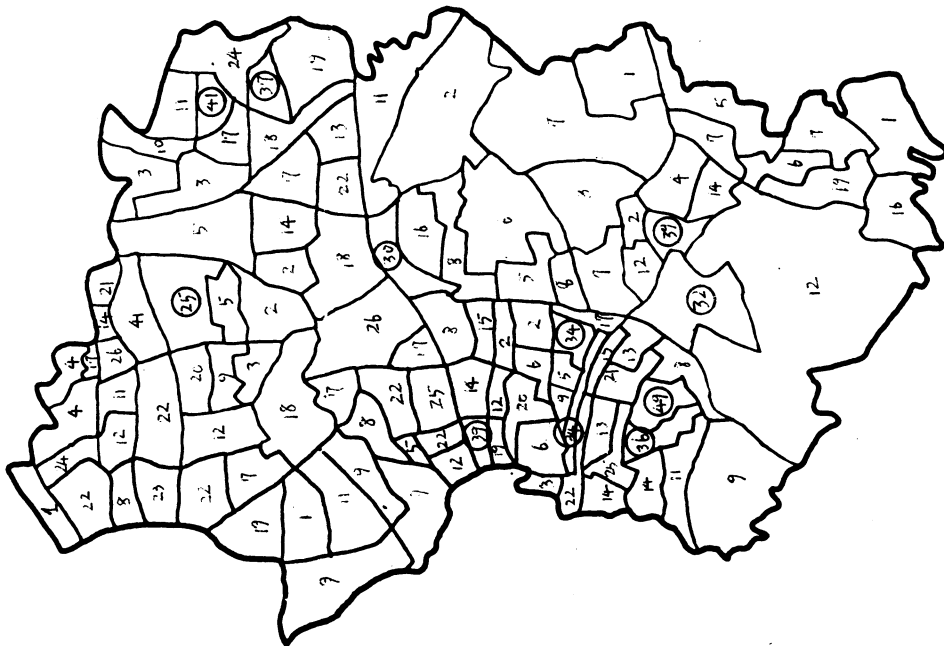


第4-25図 贈答品の購入先



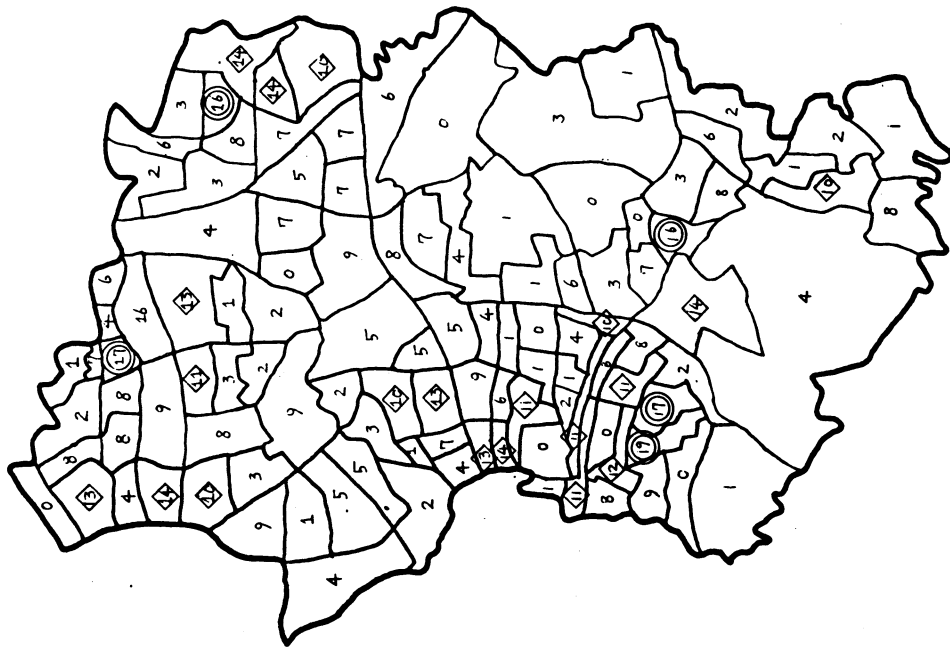
業種数 平成14年(平成14)～95年(平成15)

第4-28図 名東区の地区別業種数

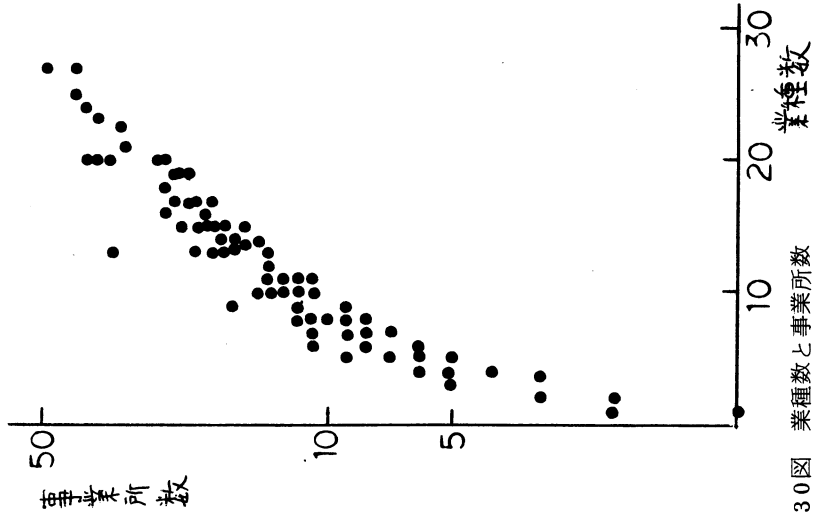


事業所数

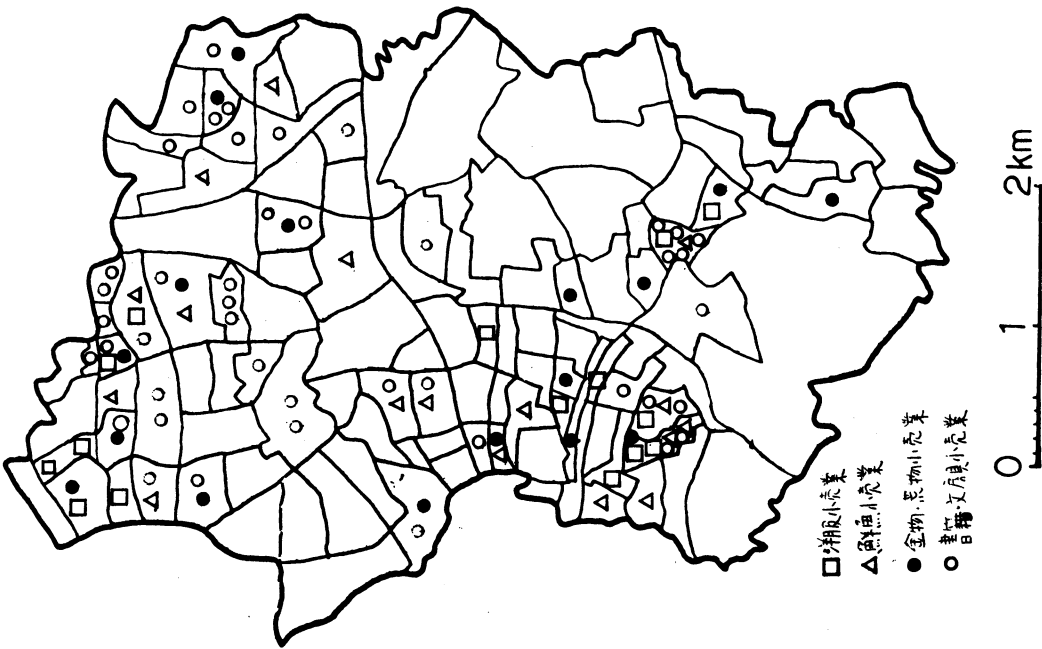
第4-27図 事業所数



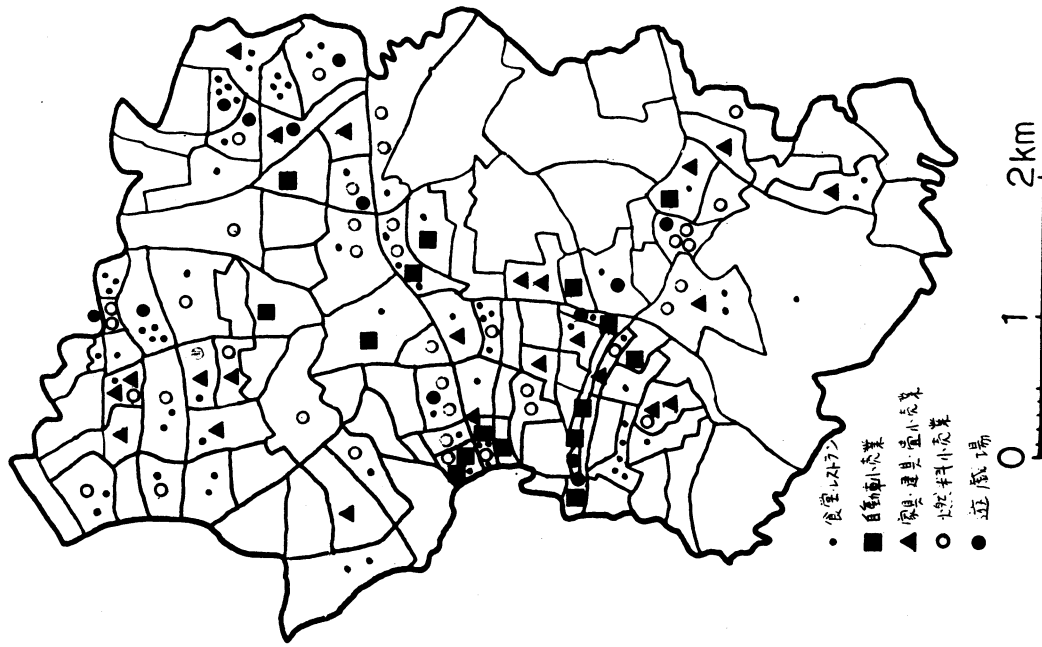
注) 業種数 以下し業種数471(百貨店)~477
 (他に企業道と中心の小売業) 計37
 第4-29図 名東区の地区別小売業種数



第4-30図 業種数と事業所数



第4-31図 小分類業種別事業所の分布



第4-32図 小分類業種別事業所の分布