

||||||||||||||||||||
調査報告
||||||||||||||||||||

岐阜地域における小売業の地域的分布と
消費者の購買行動

林 上

- I はじめに
- II 小売業の地域的分布
- III 消費者の購買行動
- IV 小売業の推移と購買行動の変化
- V おわりに

I はじめに

多数の小売業者と消費者が、ある地域内で需要と供給を効率的に結びつけるために行動する結果形成されるなんらかの地域的組織を、小売業の地域システムとみなすならば、このシステムには、小売業施設の分布・配置といういわば「構造的側面」と、この構造を維持するために必要な投入・産出物の移動という「行動的側面」が認められる。すでに地理学研究の分野では、この両側面について様々な研究がなされてきており、枚挙にいとまがない¹⁾。前者については、小売業の地域的分布や商業中心地の構造を様々な地域レベルから考察する研究がある。また財や消費者の移動という後者の側面については、小売業中心地の市場圏や消費者購買圏の研究を通して、その拡がりや形態などが考察されてきた。

小売業の地域システムが、これをとりまく環境の変化に伴って漸次変容してゆくことはいうまでもない。各種の技術革新に誘発されながら、小売業者がその物理的施設や販売方法を革新させる一方で、消費者もまた購買に対する意識や行動を様々に変えてゆく。経済の高度成長期を通して規模の拡大をはかり、業態の多様化を深めたわが国の小売業は、この時期に進行した都市地域の構造変化とあいまって、大規模な立地変動を示した。一方、

可処分所得の増大や自家用車の普及が急速に進むなかで、消費者の行動様式にも変化がみられ、これがまた新しい小売業の地域構造の形成に結びついたのである。

小売業の地域システムの変化は、大都市クラスに限定される現象ではなく、今日では中小都市を含む全国的な規模で生じている。このことは本研究の対象地域である岐阜地域でも例外ではなく、当地域の小売業システムは1970年頃を境として大きく変化した。小売業の地域システムを、その構造的側面と行動的側面の両方から明らかにする本研究では、まずはじめに岐阜市とこれに隣接する7つの市町が形成する日常生活圏（岐阜地域）において、小売業の地域的分布について検討し、次に地域内居住者の購買行動の実態を明らかにする。購買行動についてはすでに多くの経験的研究があるが、本稿では消費者属性の差異にもとづく購買行動の多様性に重点を置いて考察する。また購買行動は、小売業施設の立地変動の影響を受けるため、最後には小売業の最近の推移と消費者行動の変化についても検討を加える。

1) 小売業・サービス業の地理学研究に関する近年の成果は、Berry, B. J. L.: *Geography of Market Centers and Retail Distribution*, Prentice-Hall, 1967. Scott, P.: *Geography and Retailing*,

Hutchinson, 1970. Davies, R. L.: *Marketing Geography*, Methuen & Co. Ltd., 1976. などで詳しく評論されている。

II 小売業の地域的分布

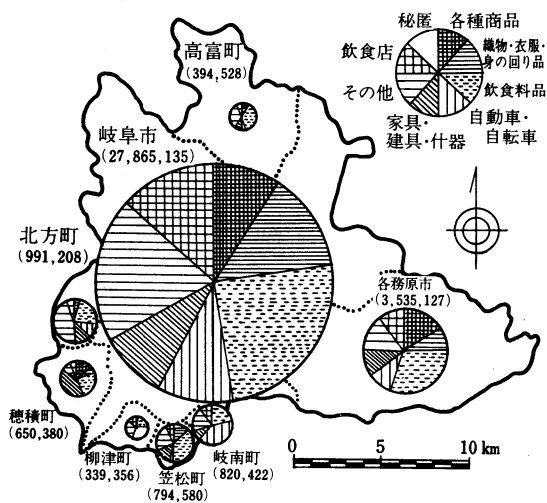
1. 小売業の地域的分布

対象地域は、愛知県との県境に近い岐阜県の南西部にあり、行政的には岐阜市をはじめとする2市6町から成る。その面積は362.4km²で県域の3.4%を占めるにすぎないが、人口は597,521人(1975年)と多く、県人口の32.0%を占めている。対象地域の中心都市である岐阜市は県都でもあり、中枢管理機能をはじめとする高次のサービス機能や商業機能が市内中心部に集積する一方、繊維、食品、金属、機械を中心とする工業機能が周辺部に立地している。これに対し、岐阜市に隣接する北方町、穂積町など6つの町は、現在でも近郊農業地域の色彩をかなり残しているが、近年は住宅地化や商業、サービス業の郊外立地化が進み、岐阜市との関連を強めている。さらに、岐阜市の東に位置する各務原市は、これらの町と同様な性格をもっているが、同市の場合には市域面積が広いこともあり、市の西部に輸送機械や金属を主体とする工業機能が集積立地する一方、東部では丘陵地を中心とする大規模な住宅地化が急激に進められている。

住民行動に関する各種資料によれば、住民の日常生活行動が岐阜市を中心とする地域内で完結する度合はかなり高いと判断されるが、その背景には北部と東部を山地、丘陵地で、また南部と西部を河川でそれぞれ囲まれている当地域の地形的条件がある。地域住民の主な交通手段である鉄道とバスの交通網、および幹線道路網は、岐阜市を中心としてほぼ放射状に展開しており、住民行動の移動パターンもまた、中核都市岐阜市と周辺地域を互いに結ぶ放射状パターンを主な特徴としている。なお岐阜市と対抗する主な都市としては名古屋市と大垣市があり、通勤・購買行動などに関して、地域中心部と東部は名古屋市の、また西部は大垣市の影響をそれぞれ受けている。

1976年度の商業統計調査結果¹⁾によれば、岐阜地域には小売業商店と飲食店があわせて12,179あり、これは県下全体の32.7%に相当する。また、これらの年間商品販売額が全県に占める割合は35.9%である。地域内では岐阜市の商業集積が大きく、商店数で77.6%、商品販売額で74.8%という高い占有率を示している。商品販売額の中分類業種別比率をみると、岐南町と穂積町を除く他の市町では、いずれも飲食料品小売業が最も大きな比率を有している。岐南町は自動車・自転車小売業の比率が40.0%、また穂積町は家具・建具・什器小売業の比率が45.4%とそれぞれ大きく、他の市町と特徴を若干異にしている(第1図)。

第1図 小売業販売額の業種別構成比率(1976年)
()内の数字は商品販売額(万円)



小売業の地域的分布をより詳しく知るためには、市町別の商業統計以外に、商店街(商業地区)あるいは学区を単位とした統計調査結果を参考にすることができる。たとえば対象地域の小売業活動の大半を占める岐阜市については、学区別の商業統計資料と商業地区別の調査資料があり、これらによって市内小売業の分布状況が明らかになる。まず前者の資料²⁾によると、同市で小売業集積が最も大きいのは、旧市部に相当する市中心部であり、この地域に市内全商店数の49.1%が集積し、そこでの商品販売額は市全体の55.7%にも達する。市

中心部には売場面積5,000m²以上の大規模小売店7店舗の他に、各種の買回品店が多く立地しており、これらが販売額構成比率のかなりの部分を占めている。こうした小売業の特化状況を市内全域について数量的に捉えるため、小売業中分類業種別の特化係数を次式によって算出した。

$$S_{ij} = \frac{R_{ij}}{\sum_{j=1}^m R_{ij}} \bigg/ \frac{\sum_{i=1}^n R_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij}} \dots\dots\dots(1)$$

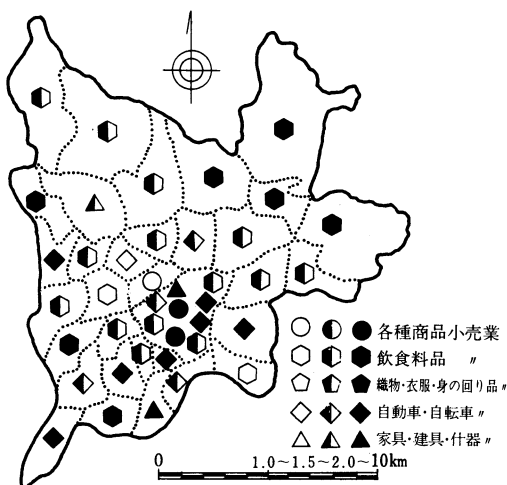
ただし S_{ij} は学区 i における業種 j の特化係数、 R_{ij} は学区 i における業種 j の販売額、 m は業種数(6)、 n は学区数(41)である。

第2図は各学区で最も大きな特化係数を有する業種を示したものである。9学区から成る市中心部の中核部に位置する徹明、明德両学区では各種商品小売業の特化係数が3.0、2.4と高い。これに対し、自動車・自転車小売業や家具・建具・什器小売業は、中心部をとりまく周辺部において、その相対的な集中度が高い。なかでも自動車販売店や家具店は比較的広い敷地を要し、自動車利用客を指向しながら郊外地域での立地傾向を近年強めているものである。また、これらの地域をとりまく縁辺部では、飲食料品小売業の特化係数が高く、この地域の小売業が住宅地を背景とした最寄品中心のそれであることを物語る。

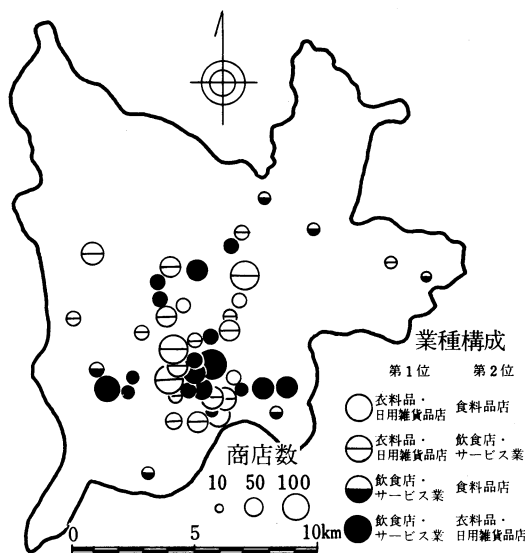
次に同じく岐阜市について、商業地区別統計資料³⁾にもとづきながら小売業の地域的分布を検討する。岐阜市の商業地域は、市中心部にある大規模な中心商業地域と、これ以外の周辺あるいは近隣商業地域の2つに大別される。中心商業地域には全部で22の商店街があるが、これらは道路区画にもとづいて4つの地区にまとめられる⁴⁾。各地区の業種構成上の特徴をみると、南北方向の幹線道路沿いの2地区(新岐阜駅前、神田町通り)には、衣料品店、身辺雑貨店、飲食店を主体に電気器具店、貴金属店などの買回品店が多い。これに対し、東西方向の幹線道路に挟まれた2地区(東・西柳ヶ瀬)では飲食店の占める割合が52.2%、56.5%とそれぞれ大きく、岐阜市の中心的な繁華街を形成している。総じてこれら中心商業地域では、食料品店などの最寄品店の構成比率が16~20%と小さく、次に述べる近隣商業地域とは対照的である。

近隣商業地域に相当する46の商店街は、全市にわたって分布しているが、商店数や業種構成にもとづいて大まかに分類すると、次の4類型にまとめられる(第3図)。第1は衣料品・日用雑貨品店の比率が最大で、しかも商店数が40~130と割合多いもので、全部で20を数える。第2は飲食店、サービス業の比率が最大で、衣料品・日用雑貨品店

第2図 岐阜市の学区別小売業の特化係数



第3図 岐阜市の近隣商業地域の分布

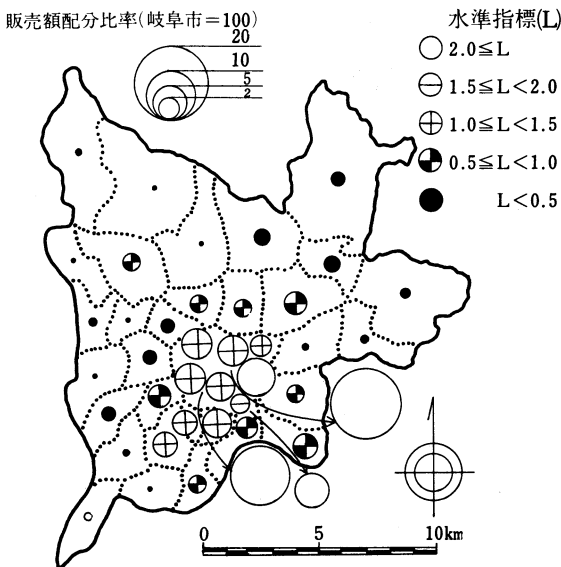


がこれにつぐ類型であり、商店数は30~100の範囲にある。第3は飲食店、サービス業の比率が最大で飲食料品店がこれにつぐタイプ、また、第4は衣料品・日用雑貨品店が第1位で飲食料品店が第2位となるものであり、いずれも商店数は少ない。岐阜市の場合、階層的にみて中心商業地域と近隣商業地域の間位置する商業地域が存在するかどうかは必ずしも明白ではないが、北部郊外では近年、比較的規模の大きい商業地域が大規模小売店を核としながら発展してきており、今後の動きが注目される。

小売業の地域的分布を考える場合、その地域の人口分布や交通条件との関連が問題となる。これは小売業の分布がこれらの要因によって規定されるという理由の他に、小売業と人口の分布上の乖離がしばしば問題となるからである。いま岐阜市について、学区別に小売業の水準指標を次式によって算出し、小売業と人口の分布上の相互関係を検討すると、次のことが明らかになる。

$$L_i = \frac{\frac{R_i}{n}}{\frac{\sum_{i=1}^n R_i}{n}} \bigg/ \frac{\frac{P_i}{n}}{\frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n}} \dots\dots\dots(2)$$

第4図 岐阜市の学区別小売業販売額配分比率と水準指標



ただし L_i は学区 i の小売業水準指標、 R_i は学区 i の小売業販売額、 P_i は学区 i の常住人口、 n は学区数である。

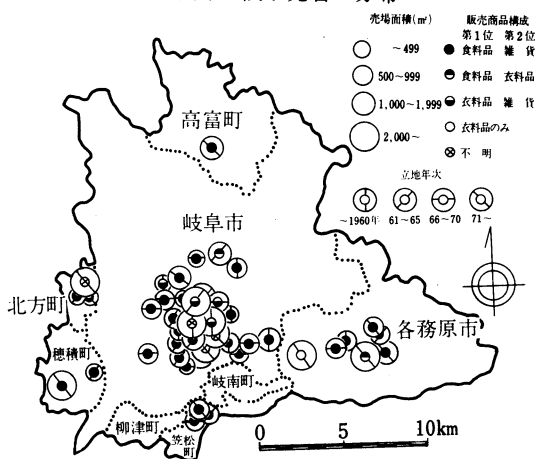
1人当たりの販売額（購買額）が全市的に一定であると仮定すれば、水準指標が1.0を上回る学区は、理論的には他学区から購買流入を受け入れている学区である。これに該当する14学区の大半は、市の中央部に連続して分布している（第4図）。とくに値が大きい徹明（8.1）、明德（4.5）の両学区は、先に述べた中心商業地域の中核部分に相当する。これに対し、水準指標が1.0未満の学区を0.5以上1.0未満（9学区）と0.1以上0.5未満（18学区）に二分してみると、前者は中央部の周辺に、また後者はその縁辺部にあることがわかる。つまり岐阜市の場合、小売業の水準指標は市中央部を中心としてほぼ同心円的に逓減する傾向が認められ、小売業と人口の分布上の乖離は中心部と縁辺部で最も大きい。

2. 大(中)規模小売店の地域的分布

大型スーパーをはじめとする大規模小売店のあいつぐ立地は、大都市ばかりでなく、地方都市クラスでもかなりのはやさで進行しており、これらが地域商業に占める割合は年々増大している。対象地域もこうした傾向の例外ではなく、岐阜市を中心に展開する大規模小売店の果す役割には大きいものがある⁵⁾。なお大規模小売店をどのように定義するかがひとつの問題であるが、大都市地域に比べて商業集積量そのものが大きくない地方都市クラスでは、売場面積が数千㎡にも及ぶ本格的な大型店ばかりでなく、これより規模の小さい「中規模店」の動向も無視できない。それゆえここでは「日本スーパーマーケット名鑑」⁶⁾に掲載されているセルフサービスタイプの店舗と百貨店について、その分布を検討することにした。

まず売場面積別に店舗の分布をみると、2,000㎡以上の店舗は岐阜市中心部に集中立地している他、各務原、北方、穂積の各市町にもみられる（第5図）。これらはいずれも全国チェーンあるいは岐阜県・愛知県に本部を置く地方チェーンに属するスーパーか、または百貨店である。売場面積1,000~

第5図 大(中)規模小売店の分布



1,999m²の店舗に比べて500~999m²の店舗はその数が多く、岐阜市中心部の周辺および各務原市、笠松町の中心部付近にそれぞれ立地している。

次に店舗の立地を年次別にみると、ほぼ次の4時期に大別される。第1は1960年以前で、いずれも岐阜市中心部に店舗の立地が限定されている。第2は1961~65年で、この時期になると岐阜市中心部に売場面積が2,000m²を上回る店舗が立地する一方、周辺市町の市街地にも500m²内外の店舗が立地した。第3は岐阜市の郊外に中規模な店舗が立地した1966~70年である。そして第4は1971年以降であり、岐阜市中心部に大規模な店舗が立地する一方、周辺市町にも2,000m²を越す店舗が立地した。

大(中)規模小売店の立地動向を説明するには、店舗の立地と周辺人口の分布や交通条件などとの関連を詳しく検討する必要があるが、ひとついえることは、1966~70年の動きは岐阜市の郊外発展に相応しており、また1971年以降のそれは岐阜市より遅れて生じた周辺市町の市街地拡大に相応していることである。周辺市町の市街地拡大は、自動車交通に依存するところが大きく、1971年以降にこの地域に立地した大規模小売店の多くは、広い駐車場を有した自動車利用客を指向する店舗である。

これに対し、岐阜市中心部の大規模小売店は、鉄道、バスなどの公共交通による顧客吸引力に基盤をおく立地であるが、厳密にいうならば、中心部の中でも新岐阜駅前の方がここから800m北にある柳ヶ瀬地区よりこの性格が強い。商業地域の形成時期が早い柳ヶ瀬地区は、飲食店、サービス業などが多く集積する繁華街であるが、近年は新岐阜駅前における商業集積にめざましいものがあり、両地区の競合は激しさを増している。

大規模小売店の多くは衣料品・日用雑貨品を主として取扱ういわゆる大型スーパーであるが、店舗が中規模以下になると、業種がかなり専門化してくる。量的にはセルフサービスタイプのスーパーマーケットが多いが、これ以外に家具、衣料品、書籍などを個別的に扱ういわゆる専門店がある。岐阜市で行われた調査⁷⁾によれば、スーパーマーケットの多くが主として住宅地域に立地しているの

第1表 岐阜市のスーパーマーケット、中規模専門店の概要

(単位:%)

取扱商品	年間販売額		経営上の問題点		立地場所		顧客用駐車台数		売場面積								
	ス(1)	専(1)	ス	専	ス	専	ス	専	ス	専							
食料品	98.8	2.8	0.5未満	8.3	2.7	他の大型店の影響	69.6	45.7	10.6	22.2	10未満	45.3	66.6	300未満	50.6	-	
日用雑貨品	91.8	8.3	0.5~1未満	9.4	27.8	従業員問題	21.5	28.6	16.5	52.8	10~30未満	32.1	19.1	300~500未満	34.1	41.7	
衣料品	10.6	27.8	1~2未満	21.2	25.0	売上高の伸び悩み	63.3	60.0	1.2	-	30~50未満	9.4	-	500~1,000未満	10.6	33.3	
家具	2.4	44.4	2~3未満	24.7	11.1	立地条件の悪化	16.5	11.4	58.8	22.2	50~100未満	7.5	4.8	1,000~1,500未満	4.7	25.0	
電気器具	3.5	8.3	3~5未満	23.5	16.7	金融問題	6.3	8.6	12.9	2.8	100以上	5.7	9.5				
書籍・文具	18.8	8.3	5~10未満	9.4	16.7	後継者問題	1.3	5.7									
その他	3.5	5.6	10以上	3.5	-	その他	5.1	8.6									
計	(2)	(2)	計	100.0	100.0	計	(2)	(2)	計	100.0	100	計	100.0	100.0	計	100.0	100.0

岐阜商工会議所：岐阜市のスーパーマーケット及び中規模小売店 1977にもとづいて作成。

注(1) ス：スーパーマーケット(85店舗) 専：専門店(36店舗)

注(2) 複数回答であるため計は100.0にならない。

に対し、専門店は繁華街や商店街に立地する傾向が強い。また両者とも立地場所に関係なく、自動車利用客用の駐車場を設け、顧客の吸引につとめている。さらに経営上の問題点として、他の大(中)規模小売店との競争を指摘するものが多く、大(中)規模店同志の競争が本格化していることを物語っている(第1表)。

- 1) 岐阜県企画部統計課：岐阜県の商業 1977
- 2) 岐阜市：統計からみた岐阜市の商業 1977
- 3) 岐阜市：岐阜市の商業 No.16 1977など。
- 4) 岐阜市中心部の商業については、岐阜市、岐阜市中小企業経営問題研究会：岐阜市中心部商業の実態 1970、1975などがある。
- 5) 十六銀行企画調査部：岐阜市小売業の現況、経済月報 No.264 1975 pp.1~14
- 6) 商業界編：日本スーパーマーケット名鑑 1977 pp.394~405
- 7) 岐阜商工会議所：スーパーマーケット及び中規模小売店実態調査 1977

III 消費者の購買行動

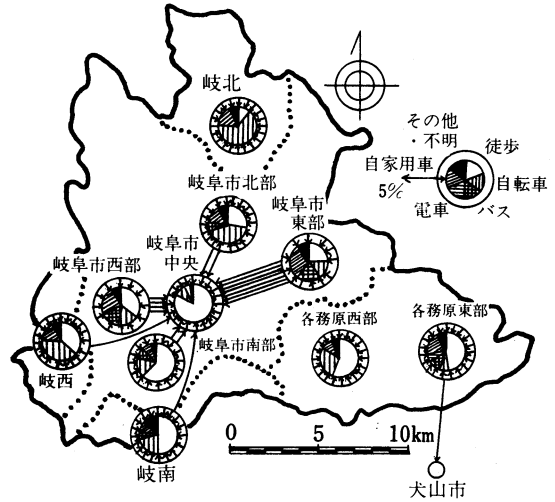
1. 消費者の購買行動

本章では前章で明らかにした小売業の地域的分布をふまえながら、消費者の購買行動について考察する。はじめに岐阜地域における消費者の購買行動の実態を知るため、対象地域から25地区を選び、選挙人名簿にもとづいて無差別に抽出した各地区の居住者に対して、購買行動に関するアンケート調査を実施した¹⁾。調査は最寄品から買回品にいたる5種類の商品について、購買先や購買先店舗などを問うものであり、標本数は1,500、有効回答回収率は71.3%であった。

調査結果の分析は、地域別あるいは消費者属性別に行うことができるが、いずれの場合についても、商品の種類によって購買行動に大きな差異がみられるため、ここでは最寄品の例として「金物・荒物」を、また買回品として「洋服」をとりあげ、これらの購買行動を中心に検討する。

金物・荒物の購買 全体では「地元の商店街」で購買する比率が81.6%で最も大きく、いずれの地区でもこれが第1位となっている。しかしこの

第6図 金物・荒物の購買先と利用交通手段



第2表 消費者の商品別購買理由

(単位：%)

購買理由	商品	鮮魚	金物・荒物	電気器具	紳士・婦人靴	洋服
値段が安い		8.9	9.4	8.8	6.3	7.1
品質がよい		11.4	4.2	4.5	8.7	11.0
種類が多い		9.4	13.3	7.4	45.3	38.3
サービスがよい		1.8	2.2	36.7	4.1	4.3
楽しく買物ができる		1.4	1.9	2.5	6.3	15.2
家から近い		56.4	57.7	27.1	15.1	10.0
通勤・通学帰りに便利		1.9	1.8	0.9	2.8	2.4
その他		0.2	0.5	1.8	0.3	0.5
不明		8.6	9.0	10.3	11.1	11.2
計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

比率には地域差があり、地元での購買率が54.4%、72.7%と他地区に比べて幾分低い岐阜市の東部・西部両地区は、岐阜市中心部での購買率がそれぞれ35.6%、24.2%となっている(第6図)。次に購買先店舗については、「一般商店」が55.5~84.1%の範囲にあり、全体の平均は68.0%である。2番目に多いのは「スーパー」の3.4~40.0%であり、対象地域の北部・東部でとくに値が大きく、反対に南部では小さい。

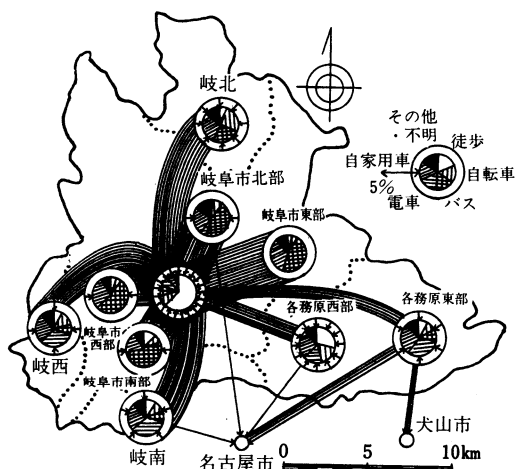
購買理由については、「家から近い」ことが理由の第1位(42.2~70.0%)であり、以下「種類が多い」(6.3~18.2%)、「値段が安い」(6.3~15.0%)とつづく。同じ最寄品である鮮魚の場合と同

様、居住地から近いことが購買先や店舗を選択する主たる基準と考えられているが、鮮魚の場合は商品の性格を反映してか、「品質がよい」ことが理由の第2位を占めている（第2表）。

利用交通手段については、全体では「徒歩」(47.7%)、「自転車」(23.6%)、「自家用車」(16.0%)の順が多い。これを地区別にみると、かなりの多様性が認められ、岐阜市中心部・南部両地区のように徒歩が圧倒的に多いものから、岐北、岐西それに岐阜市北部の各地区のように自転車が第1位となるもの、さらに岐阜市東部地区のように自家用車が最も多いものなど様々である。いうまでもなく、こうした多様性は居住地から店舗までの距離や交通事情に関する地域差に起因するところが大きい。

洋服の購買 買回品の特徴として、地元以外での購買率が大きい。全体的にみた場合、(1)岐阜市中心部での購買率が79.6～97.6%を占める岐阜市の5地区、(2)地元商店街での購買率が53.9%を占める各務原西部地区と、地元と岐阜市中心部それに名古屋市での購買率がほぼ等しい各務原東部地区、そして、(3)岐阜市中心部と地元での購買率がほぼ3：1の岐南・岐西両地区、同じく5：3の岐北地区の以上3つのパターンに分けることができる（第7図）。

第7図 洋服の購買先と利用交通手段



購買先店舗については、全体では「デパート」(54.6%)、「一般商店」(29.9%)、「スーパー」(6.5%)の順であるが、やはり地域差が認められる。大きくは2つのパターンに分けられるが、そのひとつは、デパートの比率が一般商店の比率の2倍かそれ以上である岐阜市の東部・南部・北部、岐西それに各務原東部の各地区である。いまひとつは、両者の比の値が1.2～1.3である岐阜市の中央・西部それに岐南・岐北の各地区である。なお地元にはかなりの商業集積がある各務原西部地区のみ、一般商店での購買が百貨店でのそれを上回っている。

購買理由については、いずれの地区も「種類が多い」ことを第1の理由としており、全体の平均は38.3%である。第2の理由として8地区が「楽しく買物ができる」ことをあげているのに対し、各務原西部と岐北の両地区では「家から近い」ことがあげられている。とくに各務原西部地区ではこの比率が21.8%と大きく、前に述べた地元における商業集積の強さを反映している。しかし同じように商業集積が多い岐阜市中心部地区では、この比率が17.2%と小さい。これはこの地区が岐阜市の中心部にあり、近くに多数の購買機会があるため、購買の選択が近接性以外の要因にもとづいて行われていることを物語る。

利用交通手段も買回品を反映してか、「バス」(29.0%)、「自家用車」(24.5%)の比率が大きく、「徒歩」(17.4%)がこれについている。しかし交通網や店舗への近接性に依じて地域差があり、「徒歩」の比率が最も大きい岐阜市中心部地区(6.8%)と各務原西部地区(29.5%)、「バス」の利用が最大の岐阜市4地区、「電車」利用が多い各務原東部地区と岐西地区など多様である。「自家用車」の利用は岐阜市西部・北部・東部、各務原東部、岐西、岐北の各地区で多く、利用率は28.2～34.1%を占める。概して岐阜地域の中心部から周辺部に向うにしたがって、利用される主な交通手段が徒歩、バス、電車、自家用車の順で移行する傾向が認められる。

以上、金物・荒物と洋服に限って、消費者の購買行動について述べてきたが、基本的に指摘でき

ることは、商品の種類に応じて購買先や店舗、あるいは購買理由に差異が認められることである。商品の需要頻度や店舗の成立閾が異なれば、上記の内容が違ってくるのはいうまでもないが、これら以外にも、たとえば商品の性格・特徴に応じて購買行動が異なる場合がある。すなわち修理などアフターサービスが重要な電気器具の購買理由の第1位は「サービスがよいから」であり、洋服の場合は紳士・婦人靴と同様、「種類が多い」がこれに相当する。いずれも「家から近い」という理由を大幅に上回っており、中心地理論の行動的前提である最近隣店舗での購買仮定とは異なる行動の動機がここに認められる。

2. 購買行動の多様性とその要因

先に述べた購買行動調査の結果を性別・年齢別に検討すると、購買行動の多様性が明らかになる。アンケート回答者に占める男女比はほぼ等しく、また年齢別には20～39才、40～64才、65才以上の比が5：5：1となっている。購買行動を属性別にみた場合、最も大きな差異は利用交通手段にあらわれる。鮮魚や金物・荒物のように徒歩の占める割合が多い最寄品の場合はあまり差はないが、紳士・婦人靴や洋服などの買回品の場合は、65才以上の女性を例外として、男性は女性より、また若年層は高年層より自家用車を利用する割合が多い(第3表)。またこれとは逆に女性ほど、また高年層ほどバスを利用する割合が多い。65才以上の女性については、徒歩の割合が最も多く、紳士・婦人靴で45.7%、洋服で37.9%となっている。

購買先店舗についてはあまり差異はないが、ただ洋服の場合に男女差が若干認められる。すなわち男女ともデパートでの購買率が最も大きい。女性の平均比率(59.9%)は男性のそれ(49.2%)を大きく上回っている(第4表)。また鮮魚、金物・荒物については、65才以上の男女はともに一般商店での購買率が他の年齢層よりも3～7%大きく、反対にスーパー、共同店舗・市場での購買率が小さい。

男性ほど、また若年層ほど自動車を利用する割合が多いのは、運転免許取得者がこれらの層に多

いことを考えれば常識的な事実であろう。また、洋服に関する女性のデパート指向性や、老年層にみられる最寄品の一般商店指向性は、商品特性や消費者の嗜好、あるいは小売業の技術革新に対する消費者側の適応性などがこれに関与していると考えられる。

購買行動の多様性は、性や年齢以外の消費者属性によってももたらされる。すなわち、食料品、衣料品、贈答品などの購買動向を調べた各務原市での調査²⁾によれば、市内購買率は、商品の種類や調査地区によって異なるばかりでなく、消費世帯の世帯主の勤務先いかんによってかなり異なることが明らかである。

たとえば同市の鶴沼地区の場合、商品別に購買先を市内就業者と市外就業者に分けて検討すると、いずれの品目についても市内購買率は前者が後者を上回っている(第5表)。市外就業者の家庭では名古屋市での購買が比較的多く、身の回り品や贈答品では20.0%以上の購買率を示している。鶴沼地区は各務原市の東部にありながら、名鉄犬山線によって名古屋市と比較的短時間(40分)で結ばれており、主として名古屋市内で就業する通勤者の住宅地域として発展してきたことが、このような結果の背景にある。同様なことは各務原市の南部に位置する稲羽地区についてもあてはまり、この地区でも市内購買率は市内就業者が市外就業者を上回っている。

市外購買率が大きい理由を、就業先が市外にあり、しかもそれが主たる購買先と同じであることにもとめることは容易であるが、両者は単純な因果関係にはないであろう。もちろん通勤の途中で購買する機会のあることも考えられるが、むしろ購買先に関する情報をより多くもっていること、あるいは居住歴が短かく、地元より就業地や前住地での購買機会についてより多く慣れ知っていることに起因しているものと思われる。

各務原市は岐阜市や名古屋市へ通勤する人々の居住地域としての性格をもっているが、岐阜市の南西に位置する穂積町も、岐阜市の郊外化の進展に伴い、各務原市と同様な性格をもつようになった。1974年に実施された同町の消費者購買動向調

第3表 金物・荒物、洋服の購買時に利用する交通手段

(単位：%)

交通手段	商品		金物・荒物						洋服					
	性別	年齢	男性			女性			男性			女性		
			20~39才	40~64才	65才以上	20~39才	40~64才	65才以上	20~39才	40~64才	65才以上	20~39才	40~64才	65才以上
徒歩			44.5	42.7	61.2	46.7	49.3	78.4	14.3	18.8	15.2	14.3	19.7	37.9
自転車			21.6	28.0	14.3	23.9	24.1	13.5	9.9	9.6	4.3	5.8	6.9	2.7
バス			3.1	5.4	8.2	5.1	10.4	—	18.8	25.9	32.6	32.4	37.1	32.4
電車			0.9	—	—	—	0.9	—	9.9	12.2	10.9	15.4	15.6	5.4
自家用車			23.9	18.0	2.0	19.2	7.2	5.4	40.4	26.8	15.2	23.6	10.6	13.5
その他			3.2	0.5	—	1.6	0.9	2.7	3.1	1.7	2.2	1.2	0.5	2.7
不明			2.8	5.4	14.3	3.5	7.2	—	3.6	5.0	19.6	7.3	9.6	5.4
計			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

第4表 金物・荒物、洋服の購買先店舗

(単位：%)

購買先店舗	商品		金物・荒物						洋服					
	性別	年齢	男性			女性			男性			女性		
			20~39才	40~64才	65才以上	20~39才	40~64才	65才以上	20~39才	40~64才	65才以上	20~39才	40~64才	65才以上
一般商店			70.6	66.5	77.6	65.5	67.4	70.3	32.3	35.2	30.4	25.5	28.0	24.3
共同店舗・市場			1.8	2.9	2.0	1.6	2.7	—	1.8	2.0	2.2	1.2	1.4	—
スーパー			21.6	18.0	8.2	23.5	17.2	21.6	9.8	5.9	2.2	5.4	4.6	13.5
デパート			2.8	4.2	—	5.1	4.1	2.7	50.7	48.1	47.8	60.2	60.6	54.1
その他			—	—	—	0.4	0.5	—	0.5	1.7	—	0.4	1.4	—
不明			3.2	8.4	12.2	3.9	8.1	5.4	4.9	7.1	17.4	7.3	4.0	8.1
計			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

第5表 各務原市の鶴沼・稲羽地区消費者の購買率

(単位：%)

消費地	購買先	商品		食料品		日用雑貨品		衣料品		身の回り品		贈答品		
		就業地	市内	市外	市内	市外	市内	市外	市内	市外	市内	市外	市内	市外
鶴沼地区	市内	那加地区	7.1	6.4	11.9	7.2	20.3	12.7	19.4	11.1	20.5	11.7		
		鶴沼地区	77.0	67.4	69.7	58.7	25.9	16.0	25.1	14.9	26.8	9.0		
	市外	岐阜市	2.8	2.4	3.3	3.9	15.2	18.5	16.8	18.4	22.8	22.0		
		犬山市	10.3	18.4	10.2	17.2	29.0	26.7	26.4	21.0	21.9	14.5		
		名古屋市	0.2	1.2	0.1	5.5	1.3	16.2	1.3	24.6	2.5	36.9		
計		2.6	4.2	4.8	7.5	8.3	9.9	11.0	10.0	5.5	5.9			
稲羽地区	市内	那加地区	31.4	26.5	39.2	32.8	45.6	30.0	54.6	35.3	54.3	59.3		
		稲羽地区	65.2	52.1	55.5	46.7	33.0	35.3	10.8	9.2	30.7	12.9		
	市外	岐阜市	1.8	4.8	2.4	5.0	13.1	17.5	23.0	43.9	11.3	19.5		
		名古屋市	0.1	—	0.1	4.3	2.4	9.2	5.9	8.4	—	8.3		
		その他	1.5	16.6	2.8	11.2	5.9	8.0	5.7	3.2	3.7	—		
計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0			

各務原市・各務原市商工会：各務原市市民買物動向調査報告書，1977. にもとづいて作成。

岐阜地域における小売業の地域的分布と消費者の購買行動

第6表 穂積町の地区別消費者の購買率

(単位：%)

購買先	商品		食料品				シャツ・肌着				電気器具				靴				時計・めがね			
	消費者居住地	牛牧	牛牧団地	本田	本田団地	牛牧	牛牧団地	本田	本田団地	牛牧	牛牧団地	本田	本田団地	牛牧	牛牧団地	本田	本田団地	牛牧	牛牧団地	本田	本田団地	
町内	穂積駅前	16.7	4.4	26.4	0.9	11.4	1.4	26.2	12.2	50.9	17.1	38.5	23.8	13.4	1.0	28.5	11.1	33.5	4.0	38.5	4.4	
	一般商店	—	—	21.4	79.0	—	—	0.8	9.3	2.3	—	15.4	19.0	—	—	3.8	0.4	—	—	0.8	—	
	牛牧	30.2	16.0	—	—	1.2	4.0	—	—	15.6	22.6	—	2.4	—	0.6	—	—	—	7.1	—	—	
	その他	0.2	1.0	2.9	0.9	0.4	—	—	1.1	—	1.0	2.3	2.4	4.1	—	—	—	—	—	—	5.6	
	スーパー	10.0	19.3	42.1	4.3	7.6	—	10.0	—	—	0.4	—	0.5	—	0.6	7.7	5.8	4.3	—	—	1.1	
町外	岐阜市	—	27.1	3.6	11.1	15.0	57.8	56.2	58.1	—	37.2	23.1	51.9	22.8	68.4	56.2	65.9	14.8	56.7	53.8	72.2	
	大垣市	4.6	19.0	—	1.1	43.2	28.8	0.8	13.0	14.3	11.4	13.1	—	57.7	19.4	3.8	10.6	35.2	13.6	—	11.1	
	名古屋市	—	0.6	0.4	0.7	—	3.1	1.5	—	—	1.4	5.3	—	—	8.8	—	2.2	5.2	7.1	6.9	5.6	
	その他	38.3	12.6	3.2	2.0	21.2	4.9	4.5	6.3	16.9	8.9	2.3	—	2.0	1.2	—	4.0	7.0	11.5	—	—	
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

穂積町：穂積町広域商業診断報告書 1974にもとついて作成。

査³⁾によれば、消費者は町内以外に岐阜市、大垣市などにおいて買回品を中心にかなり購買していることが明らかである。しかし、町内購買率と町外購買率を町内の地区別に検討すると、互いに近接する地区同志でありながら、購買率がかなり相違していることがわかる。すなわち農業的性格が強く、しかも古くからの集落である牛牧地区と、これから800m北東にあり、1966～68年頃に建設された牛牧団地を比較した場合、大半の品目について、町外購買率は牛牧団地が牛牧地区を上回っている(第6表)。牛牧団地では岐阜市での購買率が買回品を中心として全般に高いのに対し、牛牧地区の主な購買先は町内であり、買回品については大垣市の占める割合が多い。これは牛牧地区の方が大垣市により近いという理由の他に、団地内居住者の多くの前住地が岐阜市かその周辺にあり、また現在、岐阜市、名古屋市を主たる通勤先としているためである。これと同様なことは、穂積町の北部にある本田地区と、これから、1,000m南東にあり、1970～71年に建設された本田団地とを比較した場合についてもいえる(第6表)。

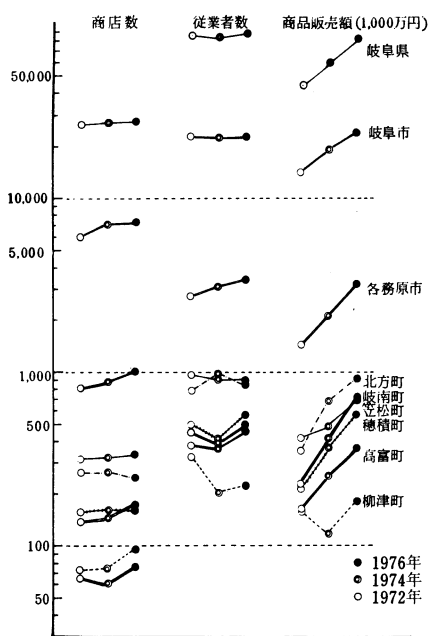
以上述べてきたように、世帯主の勤務地や前住地、居住歴といった消費者属性も購買行動に関与しており、とりわけ古い農業集落の間隙を縫うようなかたちで住宅地の開発が進められた都市周辺部にあつては、新旧住民の購買行動に微妙な差異が認められるのである。

- 1) 筆者が参加した岐阜県シンクタンクの調査研究「地方都市における生活環境整備と住民意識について」の一環として実施されたものである。なお調査結果の集計は、岐阜市(中央、東部、南部、西部、北部)、各務原市(西部、東部)、郡部(岐南、岐西、岐北)の10地区にまとめて行った。
- 2) 各務原市：各務原市市民買物動向調査 1977
- 3) 穂積町：穂積町広域商業診断報告書 1974

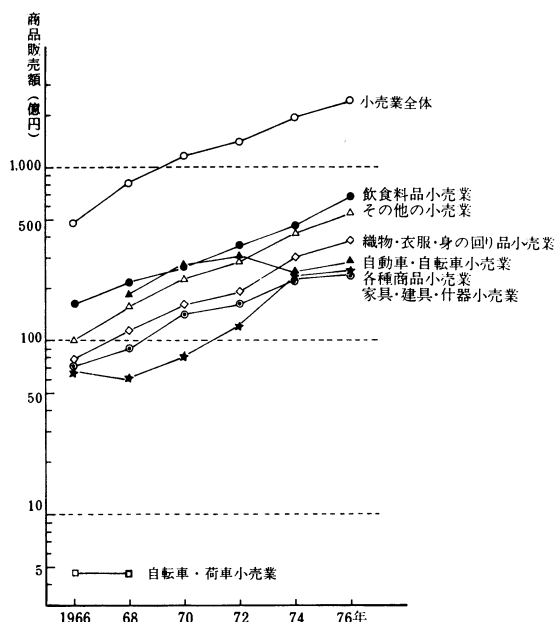
IV 小売業の推移と購買行動の変化

岐阜地域における小売業の最近の推移については、市町別の商業統計調査結果の時系列的分析によって明らかになる。しかし年次によっては、従業者数や商品販売額に秘匿数字があるため、秘匿数字のない1972、74、76の3年度に限ってその推移をみると、第8図のようになる。まず商店数については、全般に微増傾向が認められるが、1972～74年の岐南町や1974～76年の北方町、穂積町のように減少を示したものもある。従業者数については、県全体の傾向と同様、多くの市町が1972年から1974年にかけて減少を示した。最後に販売額については、柳津町のように停滞的なものがある一方、この時期に郊外化や住宅地化が進んだ各務原市や岐南町では大幅な伸長がみられた。なおこの期間中、岐阜市における販売額の伸び率は全体のそれを下回ったため、全域に占める同市の割合が

第8図 市町別小売業の推移



第9図 岐阜市の小売業販売額の推移



減少した点が注目される。

小売業の業種別推移については、岐阜市についてのみ販売額の推移に関する資料があるため、1966年から76年までの推移を図示することができる(第9図)。これによると、各種商品小売業と家具・建具・什器小売業が1974年に順位を入れかえ、また自動車・自転車小売業が同じ年に2つ順位を下げたことがわかる。前者は売場面積1,000㎡以上の小売店の市内総売場面積が40,000㎡を超えた時期に相応しており、また後者については、この時期に自動車販売店が市外へ立地移転したことが理由のひとつとして考えられる。

商品販売額の伸び率が商店数、従業者数のそれを上回ったことは、店舗規模の拡大化傾向を推察させるが、店舗当たりの販売額を大きく押し上げている主な業種は、大型スーパーなどの各種商品小売業である。大規模小売店の立地が既存商業地域にかなりの影響を与えていることはすでに述べたが、これらの店舗は消費者の購買行動にも少なからぬ影響を与えた。その場合、購買行動の変化は、岐阜市中心部よりもむしろ郊外あるいは周辺市町において、その度合が相対的に大きかったといえる。

たとえば岐阜市西北部に拡がる近郊農業地域と北部市街地を結ぶ名鉄揖斐線の忠節駅前に立地した電鉄系の大規模小売店(売場面積5,701㎡)の場合、来店した消費者の購買先比率を当該店舗の立地前後で比較すると、食料品、衣料品、身の回り品、文化品のいずれの品目についても、岐阜市中心部と地元での購買率がともに低下した。同店舗での購買率は32.7~43.7%と大きく、岐阜市中心部でのそれは8.0~78.0%から4.8~35.3%へとほぼ半減した(第7表)¹⁾。

上述の大規模小売店とほぼ同じ売場面積(5,811㎡)をもつ地方チェーンの大型店が立地した北方町の場合も、立地前後で消費者の購買先が変化した。立地年次(1973年)の前後にあたる1970、74年について消費者の購買先比率を同町商工会の調査結果²⁾から求めると、第8表のようになる。食料品、衣料品関係の業種を主体とするこの店舗での購買率は、シャツ・下着、洋服・服地、生鮮食品に

を変えつつある。大規模小売店の立地は、既存小売業地域の機能的特質を変えたばかりでなく、消費者の購買行動にも大きな影響を与えた。

一方、購買行動に関する実態調査によれば、購買先店舗や利用交通手段に関して、男女差や年齢差のあることが明らかである。加えて勤務先や居住歴といった消費者属性が購買先地域の選択に影響を与えていることが、購買行動に関する各種資料の分析から示唆された。

小売業の地域システムを全体的に把握する試みは、これまで中心地研究などのなかで行われてきたが、それらはかなりマクロな視点からなされた

ものが多い。消費者行動ひとつとってみても、これを詳細に検討すれば、その多様性が歴然としていている。小売業の地域システムに関する構造的側面と行動的側面は互いに密接な関係にあると思われるが、その実証は容易ではない。前者は客観的な事実として捉えやすいが、後者については、消費者の限られた情報にもとづく主観的判断の結果が断片的に得られるにすぎないからである。消費者属性の多様性を前提とする行動的研究が地理学でも行われるようになったが、今後は研究の枠組として一見異質的にみえるこれら2つの側面をどのように関連づけてゆくかがひとつの課題となろう。

Areal Distribution of Retail Trade and Consumers' Behavior in Gifu Region

HAYASHI, Noboru

The purpose of this paper is to investigate the areal system of retail trade either in the structural aspect (the spatial distribution of retail facilities) or in that of consumers' behavior. The Gifu Region, the field of this study, locates at thirty kilometres north of Nagoya in central Japan, consisting of Gifu City, its neighbouring city and their adjacent towns. The center of Gifu City, where large-scale retail stores, restaurants and various kind of shopping goods stores concentrate, is the largest agglomeration of retail facilities attracting consumers from outside the area as well as from inside. The neighbouring shopping areas of this city are classified into two types; one consists mainly of apparel stores and drug stores, and the other, of restaurants and service offices. These locate around the central business district and also in the periphery of the city, which are encircled by the separate shopping centers of the adjacent city and towns.

One remarkable tendency of the recent retail trade in this region is the relative decline of selling activity in the central area of Gifu City and the prosperity in its suburbs and the neighbouring city and towns where suburbanization has proceeded and the population has increased. The increase of the amount in retail sales in the suburbs of Gifu City and its adjacent areas is supposed to be caused partly by the location of large-scale retail stores in its suburbs. They began to be located at the center of the city in the urbanized areas of the adjacent city and towns since 1961 until 1965, further in the suburban areas of them after 1971. Meanwhile, large-scale retail stores have successively been located in the central area of Gifu, where only one example of big retail store, a local department store, had existed before then. The proportion of selling space belonging to the large-scale retail stores to the total in Gifu continued to increase.

As a result of the authors' investigation, a fact is found that the consumers choose their shopping

岐阜地域における小売業の地域的分布と消費者の購買行動

第7表 岐阜市北部の大規模小売店の立地前後における購買率の比較

(単位：%)

商品	購買先 時期	新規立地大型店		地元商店街		地元スーパー		岐阜市の中心商業地		その他	
		前	後	前	後	前	後	前	後	前	後
		食料品	・	37.0	15.0	10.6	65.0	43.2	8.0	4.8	12.0
衣料品	・	43.7	11.6	6.7	5.4	3.0	78.0	35.3	5.0	11.3	
身の回り品・文化品	・	32.7	21.0	13.0	18.4	11.7	51.8	25.0	8.8	17.6	

岐阜市・岐阜市中小企業問題研究会：SCが周辺の小売業におよぼす影響，1972. にもとづいて作成。

第8表 北方町の大規模小売店の立地前後における購買率の比較

(単位：%)

商品	購入先 年次	新規立地大型店		糸貫町の大型店		町内商店街		岐阜市・大垣市		その他	
		1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974
		生鮮食品	・	20.8	12.4	6.9	61.1	63.4	7.1	8.9	19.4
シャツ・下着	・	40.6	16.7	14.9	50.0	22.8	31.8	20.7	1.5	1.0	
洋服・服地	・	28.7	11.1	7.9	23.1	13.9	63.2	43.6	2.6	5.9	
呉服・反物	・	11.8	6.1	4.9	29.3	23.8	57.6	44.6	7.0	14.9	
寝具	・	12.8	7.5	5.0	58.0	44.6	28.0	23.7	6.5	13.9	
医薬・化粧品	・	5.9	3.1	2.0	77.1	70.3	13.5	16.8	6.3	5.0	
書籍・文具	・	6.9	6.4	1.0	64.5	68.3	24.5	19.8	4.6	4.0	
家具・電気器具	・	6.9	2.6	2.0	53.2	53.5	35.2	30.7	9.0	6.9	
アクセサリ	・	11.8	15.6	1.0	11.7	13.9	70.1	39.6	2.6	33.7	

岐阜県本巣郡北方町商工会：北方町商店街診断書，1971. などにもとづいて作成。

において比較的高い。これに対し、町内での購買率は衣料品や寝具、医薬・化粧品などで10%程減少した。

当該店舗の立地に伴って町外購買率は全般に低下した。とくに北方町に西接する糸貫町の大規模小売店(売場面積3,204m²)での購買率は、全品目について減少したばかりでなく、新規立地店舗での購買率をも下回ってしまった。このことは、大規模小売店同志の競争が地方町レベルでも行われており、店舗への近接性と売場面積で代表される店舗規模が顧客吸引力として作用していることを推察させる。

北方町に立地した大規模小売店の売場面積は、同町の小売業総売場面積の34.0%に相当しており、当該店舗の吸引力は町内はもとより本巣郡の他の地域にも及んでいる。岐阜市における小売業活動の相対的な低下については既に述べたが、そのひとつの要因として、1970年以降に同市周辺部や隣接市町にあいついで立地した大(中)規模小売店

による地元消費者の吸引が考えられる。これらの店舗の立地によって消費者の購買流出が抑えられる一方、地元の一般商店から大(中)規模小売店へという購買先の変更が進められたのである。

- 1) 岐阜市・岐阜市中小企業問題研究会：SCが周辺の小売業におよぼす影響 1972.
- 2) 北方町商工会：北方町商店街診断書 1971. および、大型店等の影響調査 1977.

V おわりに

本稿では岐阜地域における小売業の地域システムを、小売業の地域的分布と消費者の購買行動という2つの側面について考察した。当地域の小売業は、岐阜市中心部を最大の集積地としてその周辺に近隣商業地域を配し、さらにその外側に周辺市町の商業地域を置くパターンを示している。しかしこうした構造も、近年急速に進行した郊外化や大規模小売店の立地などに伴って徐々にその特徴

places, stores and traffic facilities not only in response to the variety of goods, but also to their own attributes. To take the instance of traffic facilities, in the case of shopping goods such as shoes and clothes which consumers buy in Gifu and in Nagoya as well as at their local shopping centers, cars are used more frequently by men and young people than women and the old, while buses, in the inverse. In addition to consumers' sex and age, other attributes such as places of work or period of residence are considered the factors which affect the choice of shopping places and stores. In the case of Kagamigahara and Hozumi districts, the consumers who moved in from other places and commute outside their residential districts generally tend to buy less at their local shopping centers than the other consumers living in the same districts.

The location of large-scale retail stores in the suburban zones of this region since 1970 brought forth a drastic change in the consumers choice of shopping places. Two investigations concerning the northern part of Gifu and Kitagata district prove that after the large-scale retail stores were located, the consumers' shopping diminished in frequency not only in the central area of Gifu and of other cities, but also at their local stores and supermarkets. Large-scale retail stores in the peripheral area, whose trade area are not so large as that of the central area, compete more with local stores and have deep influences upon them.

In this paper, the spatial system of retail is studied in its two aspects, structural and of consumers' behavior. The latter depends in its essence upon the former, but their relation is not so simple and direct; various factors seem to affect between them. While we can easily grasp the structure as an objective fact, as to the consumers' behavior, we can obtain merely some fragments of data determined by their subjective judgment based on their limited information. Moreover, consumers as decision-makers are so diverse in their attributes, such as age, sex and mobility. Although geographical studies of consumers' behavior, assuming their heterogeneous attributes have marked a considerable progress, one problem is left yet unsolved; that is how to relate these two aspects which look so different to each other at the first glance in the framework of study.

