

# 第1章 小売業立地と消費者の購買行動から みた名古屋大都市圏の地域構造変化

林 上 (名古屋大学)

## 1 研究目的と対象地域の概観

### (1) 研究目的

経済の高度成長期に大都市へ集中した人口は、その後大都市から大都市周辺部への人口移動というかたちで、分散化しはじめた。人口の分散化あるいは郊外化 (suburbanization) は、住宅、工場、事務所などの大都市からの移転に伴うものであるが、同時にこれは、消費地立地指向産業である商業・サービス業の郊外化を促す要因でもある。とりわけ、需要分布の地域的動向に敏感な小売業やサービス業は、夜間人口の分布変化に対して、立地点の移動や新規立地、あるいは店舗の連鎖化や規模拡大などによって対応した。

もちろん人口の郊外化は、たんに大都市からの一方的な押し出しによってもたらされるものではない。大都市周辺部に、既存の産業を基盤として発展している都市がある場合は、周辺都市自身の成長によって人口が吸引され、それに伴って小売業・サービス業の立地が促進されることがある。いずれの場合にしても、小売業・サービス業の地域的動向には、大都市における相対的な「衰退」と大都市周辺地域における相対的な「成長」という対照的なパターンが見出される。

こうした動きは、物理的拡大に限界がみえてきた大都市が、周辺都市を巻き込みながら新たに大都市圏を形づくってゆく過程に必然的にみられるものである。すでにアメリカ合衆国では、1920年・30年代に大都市の中心部で商業の離心化が起り、50年・60年代には大都市中心部と周辺部の勢力が完全に逆転したといわれる。(注1) また、これより15~20年ほど遅れて西ヨーロッパでも、イギリスをはじめとして郊外化現象が顕在化し、それは現在もなお進行中である。(注2)

わが国でも事情はほぼ同じで、昭和40年前後から大都市における夜間人口の郊外移転が指摘されるようになり、これに伴う問題が各方面で議論されるようになった。しかし、人口の郊外化に関する研究は数多くあるが、人口の変動に伴う小売業・サ

サービス業の立地動向を、大都市圏の中心都市に限定しない。市民生活に密着した小売業・サービス業の立地動向は、都市圏の発展からみても重要な問題であるが、大都市圏の地域構造の解明を目的とする都市圏地理学にとっても、重要な研究テーマである。本稿では、わが国を代表する大都市圏のひとつである名古屋大都市圏を対象地域として、昭和40年代から50年代初頭にかけて、小売業の立地動向がいかにかに推移し、またこれに対応して、消費者の購買行動がどのように変化したかについて、考察する。

分析の方法に関しては、商業統計調査(注3)と消費者購買動向調査(注4)の両調査結果を主な資料として用い、市町村を単位地域として、統計的処理を施す方法を採った。なお対象地域である名古屋大都市圏を愛知県の尾張地方とした理由のひとつは、資料的制約にある。(注5)従来の研究のなかには、尾張地方と西三河地方の一部それに岐阜・三重両県の一部を加えた地域を大都市圏とするものがみられる。(注6)もともと大都市圏の画定は、研究目的に応じて異なるのが一般的であり、また大都市圏そのものが変化している事実を考えれば、本稿の大都市圏が若干狭域的であるとはいえ、範囲画定にそれほど妥当性を欠くとは思われない。

## (2) 対象地域の概観

対象地域の名古屋大都市圏は、大都市・名古屋を中心として、これの周辺に位置する49の市町村から成る。昭和50年現在、大都市圏の人口は421.2万人で、これは愛知県全体の71.1%に相当する。名古屋市は大都市圏の要として、社会、経済、文化など様々な分野で、中核都市としての機能を有しており、大都市圏形成の核的中心として発展してきた。これに対し、周辺諸都市のなかで、一宮、犬山、瀬戸、半田常滑、津島の各市は、繊維、窯業、食品加工などの地場産業を基盤として独自の発展を遂げ、今日ではそれぞれ大都市圏周辺部の中心都市としての地位にある。

一方こうした伝統的都市に対して、かつてはこれといった基盤産業がなかったが経済の高度成長期に、鉄鋼、電気、機械などの近代産業の立地により、急速に都市的発展が進んだ東海、稲沢、小牧、春日井など一群の都市もある。さらにまた、先述した人口の郊外化や周辺部移動に伴い、近年住宅地化が急激に進行した市や町が大都市圏の北部と東部を中心として展開している。

こうした大都市圏周辺部の諸地域は、先に述べた中心都市を核として、ある拡が

りをもった結節地域をそれぞれ形成しているが、同時にまた、名古屋市を中心とするより範囲の広い結節地域、つまり大都市圏を形づくっている。大都市・名古屋からは、鉄道、道路などの主要交通路が放射状に伸びてそれぞれの結節地域に至り、さらに結節地域内部を相互に結ぶ交通網が展開している。地域構造のこうした階層性が、大都市圏を特徴づけるひとつの要素である。

なお、大都市圏周辺部の部分地域を示す名称として、尾張西部・北部・東部など6つの地域名がある。これは尾張地方の地域区分で慣例的に用いられているものであり、厳密な意味では先に述べた結節地域と一致するものではない。(注7)しかし両者は重なり合うところが多く(注8)、また部分地域を指し示す際に好都合なため、本稿でも使用することにした。

## 2 小売業立地の地域的動向

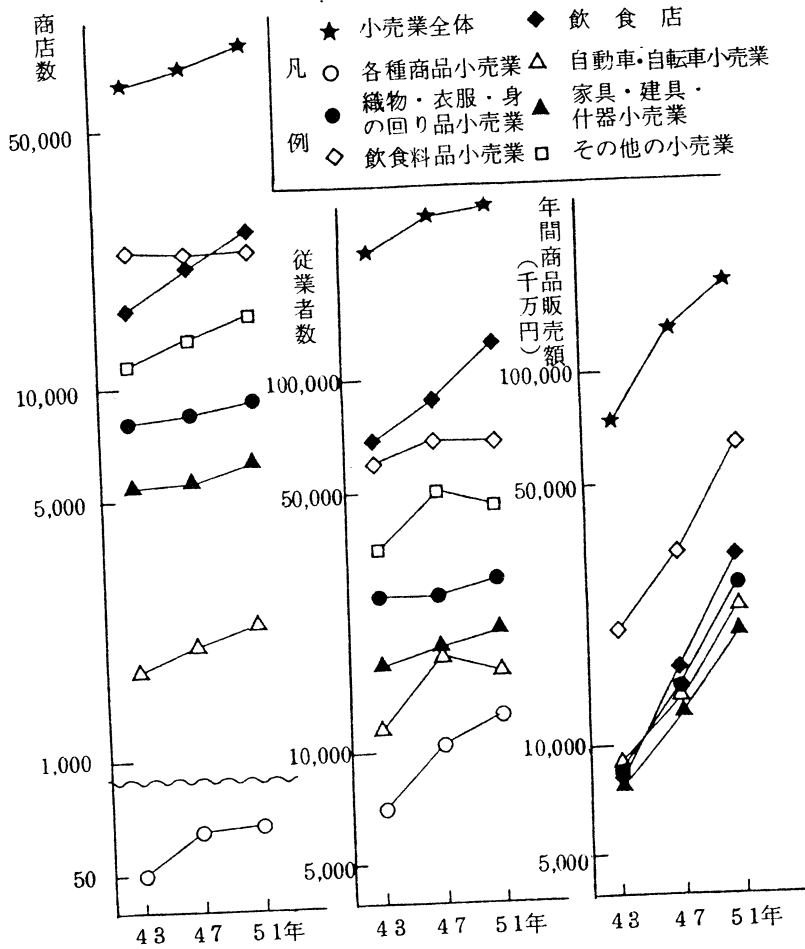
### (1) 販売額配分比率からみた地域的動向

小売業全体の動向 さて、そこでまずはじめに、昭和40年代を通して、小売業の立地動向が大都市圏全体でどのようなであったかについて、検討することにした。昭和43・47・51年の3時点を取り出し、この間の商店数・従業者数・年間商品販売額の推移をみると、商店数は43-47年が11.1%、47-51年が13.3%の増加であったのに対し、従業者数は23.4%、5.5%、また年間商品販売額は73.7%、95.5%のそれぞれ増加率を示した。

つぎにこれを業種別に検討するために、業種別構成比率を求めて、その推移をみると、商店数と従業者数には、比率の順位に大きな変化は認められない。例外的に商店数では、43年と47年がともに第1位であった飲食料品小売業が、51年には飲食店と入れ替って第2位になった(第1図参照)。これら2業種は、それぞれ全体の30%近くを占めており、第3位のその他の小売業、第4位の織物・衣服・身の回り品小売業との間にはかなりの開きがある。一方、年間商品販売額については、飲食店の順位上昇(4→2→2)と、自動車・自転車小売業の同じく下降(2→4→4)が特筆される。

では次に、大都市圏全体におけるこうした推移が、地域的にどうであったかを検討してみよう。検討に際して用いた指標は、小売業の年間商品販売額(以下では販

第1図 名古屋大都市圏における小売業の推移



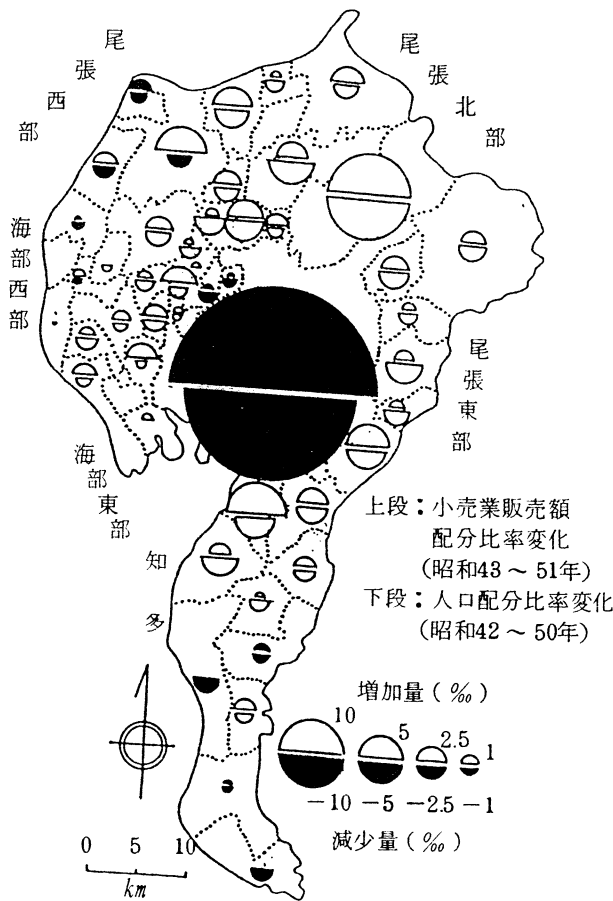
注：年間商品販売額のうち、各種商品小売業とその他の小売業は秘匿数字があるため省略している。

売額と略す)である。立地動向をみるためには、商店数・従業者数も検討指標とはなるが、小売業店舗の規模の格差を重視する立場から、ここでは販売額を主たる指標として採用した。以下の分析では、とくにことわらない限り、小売業活動の量的規模はすべて販売額で代表させる。

さて、まず小売業の地域的分布とその変化を、大都市圏全体に占める地域ごとの販売額配布比率を通して検討する。大都市圏を中心都市の名古屋市と周辺地域に分け、周辺地域をさらに6つの地域に

区分して、地域別の配分比率を計算し、その変化量を求めた。それによると、43-51年比較でみた場合、名古屋市が81.5%(大都市圏全体を1000とする)の減少を示したのに対し、他の6地域はいずれも5~27%の増加を示した。とくに増加量が大きかったのは、尾張北部(26.7%)、尾張西部(16.0%)、知多(14.2%)、それに尾張東部(10.8%)の4地域であった。またこれらの各地域において、全体の配分比率の増加に特に寄与したのは、春日井(16.3%)、一宮(5.8%)、東海(8.1%)、豊明(4.4%)の各都市であった(第2図参照)。

第2図 人口と小売業販売額の配分比率変化



このことから、大都市圏全体では、名古屋市における大幅な比率低下と北部ないし北西部を中心とする大都市圏周辺部における比率上昇の、対照的動きが明らかである。しかしこれをさらに年次間隔をせばめて、43-47-51年の推移パターンで検討すると、名古屋市以外に西枇杷島、新川、美浜の3町でも連続的減少(--)がみられ、また木曾川町では減少、停滞(-0)のパターンがみられたことがわかる。さらに、尾西、平和など4市町村では(-+)、半田、常滑など3市町では(+--)の各推移パターンがみられた。つまりより詳細にみれば、名古屋市の一方的な比率低下と周辺部の比率上昇という単純な動きではなかったことが明らかである。

こうした推移パターンが、どのような要因によってもたらされたかを明らかにするには、個別的にさらに検討を要するが、ここでは小売業活動を大きく左右する人口をとりあげ、販売額比率と対比させながら検討する。

夜間人口の配分比率の変化を、名古屋市を含めた先ほどの7地域についてみると42-50年比較で、名古屋市が60.1%の減少であったのに対し、他の6地域はいずれも増加であった。増加量が最も大きかったのは尾張北部(26.5%)で、尾張東部(14.1%)、知多(8.3%)、海部西部(5.4%)がこれにつづいている。尾張北部と海部西部の2地域では、販売額と人口の増加幅がほぼ等しく、尾張東部は人口が販売額の増加を上回っている。これに対し、尾張西部、知多、海部東部では、販売額が人口の増加を大きく上回っており、販売額指標からみる限り、これら3地域で

は小売業活動がかなり充実したといえる。

つぎに人口の推移パターンを、市町村別に比較すると、連続的減少（－）が名古屋市以外にも、一宮、尾西、半田など11市町村で認められ、販売額の推移パターンと必ずしも一致していないことがわかる。しかしこれを巨視的にみれば、販売額と人口の地域的配分比率の推移傾向が示すように、販売額と人口の2つの変化の間には関連性がある。ちなみに、販売額と人口の配分比率の各変化量の相関関係をみるために、43－47年、42－46年と、47－51年、46－50年の2期について、その相関係数を求めると、前期が0.980、同じく後期が0.981であった（注9）。

**業種別動向** 以上で述べた小売業の全体的動向を、中分類の業種別に検討すると、変化の様相が業種によってかなり異なることが明らかである。はじめに織物・衣服・身の回り品小売業は、名古屋市での相対的減少（43-51年比較で13.4%の減）が少ないのに対し、尾張西部（とくに一宮市が16.7%の減）や知多（とくに半田市が5.2%の減）で減少幅が大きく、逆に尾張北部（とくに春日井市が16.1%の増）や海部東部（とくに甚目寺町が8.9%の増）で増加が目立つ。ついで飲食料点小売業では、名古屋市の減少幅（－94.5%）が大きく、逆に尾張北部（31.2%）と知多（22.1%）、それに尾張東部（19.8%）の増加が大きい。全体的には、人口の推移と類似したパターンを示している。

さらに飲食店の場合は、飲食料点小売業と同じように、尾張北部と尾張西部を中心として、2期連続して配分比率の増加した市町村が33と多いのが特徴的である。これに対し、名古屋市での減少が187.6%にも達した自動車・自転車小売業では、一宮（24.0%）、春日井（36.1%）、瀬戸（12.4%）、東海（13.5%）など名古屋市に比較的近い中都市で、比率の増加が大きかった。そして最後に家具・建具・什器小売業では、名古屋市（－85.6%）ばかりでなく、一宮市（－7.1%）、半田市（－18.1%）でも連続的減少がみられ、総じて織物・衣服・身の回り品小売業と類似した推移パターンが認められた。

以上を要約すれば、最寄品レベルに相当する飲食料点小売業は、飲食店とともに、連続的増加を示した市町村が多く、人口の郊外化パターンとよく似ている。これに対し、織物・衣服・身の回り品と家具・建具・什器の各小売業は、連続的増加が前記2業種ほど多くなく、推移パターンが多様化している。また自動車・自転車小売

業は、名古屋市での大幅な減少分に相当する増加が中都市を中心として多く、変化の動きがかなり大きかったといえる。なお、人口の分布変化との対応関係は、人口と販売額の配分比率変化量の相関分析でも明らかであり、前・後期を通して比較した場合、相関係数が最も大きいのは飲食料品小売業（0.995）であり、織物・衣服・身の回り品小売業（0.567）を除く他の3業種もすべて0.970（注10）以上である。

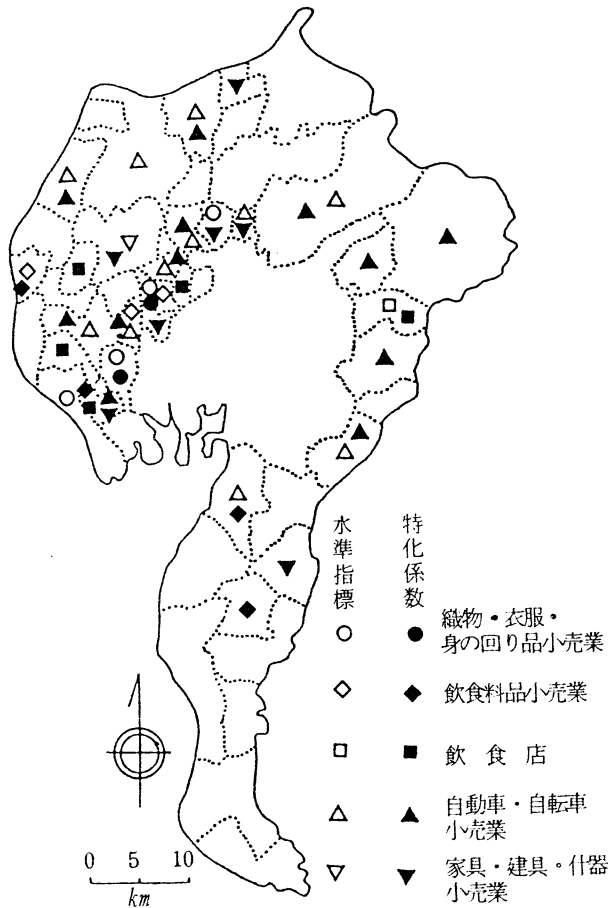
## (2) 小売業水準指標と特化係数からみた地域的動向

**水準指標の変化** 前節では、人口の分布変化に伴って小売業の分布にも変化がみられることを明らかにした。ある地域について、小売業の規模とそこでの人口の比は、その地域の小売業の相対的な勢力を示しており、これを小売業の水準指標と呼ぶことがある（注11）。当該地域の人口と販売額の推移傾向が地域全体のそれとほぼ同じであれば、水準指標に変化はみられない。いずれか一方が他方を上回る変化を示すと、水準指標が変化する。この指標は、当該地域の小売業の水準を示す一方、その変化は水準の上昇あるいは下降を知る手懸りとなる。ここでは水準指標の変化に注目し、各市町村の小売業が人口との関係で、相対的にどのように「盛衰」したかを考察する。

そこでまずはじめに、昭和43・47・51年の水準指標（販売額配分比率／人口配分比率）を業種別に求め、水準値が1.0を上回る地域について検討した。名古屋市は5業種全部が3時点で、したがってのべ15時点でいずれも1.2以上であり、同市が小売業の最大集積地であることを示している。一宮市は2業種の5時点で、また津島市は3業種8時点で、さらに半田市は2業種4時点で、いずれも水準値が1.0を上回っている。販売額配分比率が人口の配分比率を一時点でも上回ったのは、上記の都市の他には、江南市、常滑市など14市町村を数えるにすぎない。

つぎに水準値の絶対変化を43-51年についてみると、織物・衣服・身の回り品小売業では、0.2以上の増加を示した地域が春日井市など4市町村にすぎず、大半は±0.2の範囲で変化したことがわかる。これに対し、飲食料品小売業と自動車・自転車小売業では、20以上の市町村で0.2を上回る増加がみられ、尾張西部を中心として、小売業の充実ぶりをうかがうことができる。さらに飲食店と家具・建具・什器小売業では、過半数の市町村が±0.2の範囲内でとどまっており、水準値の変化

第3図 小売業水準指標・特化係数の増加(0.5以上)



**特化係数の変化** 小売業の水準指標が、人口に対する小売業の相対的水準を示すのに対し、特化係数は、小売業全体に対する個別業種の相対的な専門化の度合を表わす。この係数が1.0を上回れば、その業種は小売業全体の中で平均以上の販売額を有しており、したがって専門化・特化の傾向があるといえる。

はじめに43・47・51年について、市町村別の特化係数を求めると、飲食料品小売業と家具・建具・什器小売業では、名古屋市の係数が1.0を下回り、反対に周辺の大部分の市町村の係数が1.0を上回っている。これに対し、飲食店は名古屋市の係数が1.1を上回っているため、他の市町村では0.9を下回るものが多い。残る織物・衣服・身の回り品小売業と自動車・自転車小売業では、名古屋市が1.0～1.1、他の市町村では1.0を上回るものとそうでないものが相半ばしている。大都市圏全体に占める名古屋市の販売額配分比率は、どの業種でも過半を超えるため、名古屋市における専門化が結果的には周辺地域の特化度を大きく左右する。

の幅はあまり大きくなかった。

減少幅が0.5を上回ったのは、半田市の家具・建具・什器小売業のみであるのに対し、増加幅が0.5を上回った事例はいずれの業種にも認められる(第3図参照)。とくに甚目寺、七宝、豊山の3町では、2つの業種で増加幅が0.6を上回っており、師勝、西春の2町を加えたこれら名古屋市の西に隣接する地域で、小売業の相対的な充実がはかられた。



つぎに特化係数の経年変化を業種別に検討すると、自動車・自転車小売業の特化度を高めた都市がかなりあり、名古屋市に隣接してこれを取り囲む春日井市、豊明市、日進町などで0.5以上の増加をみた(第3図参照)。同様に飲食店では、大都市圏の西部と北部を中心として20の市町で0.2以上の増加をみた。これに対し、織物・衣服・身の回り品小売業では、特化係数の減少幅が0.2を上回る市町村が24もあり、うち4市町が0.6以上の低下を示した。さらに、飲食料品小売業と家具・建具・什器小売業では、0.2以上の増加と減少が相半ばしており、これらは上述した業種の中間的位置にある。特化係数の変化は、当該業種の販売額の伸びに大きく左右されるため、自動車・自転車小売業は名古屋市の周辺都市での伸びが大きく、反対に織物・衣服・身の回り品小売業は、尾張北部と西部それに知多を中心として伸びが小さかった、ということが出来る。

以上で述べた2つの指標と係数の変化から導かれるこの時期の大きな特徴は、自動車・自転車小売業の周辺都市での著しい伸びであり、この業種が小売業の郊外化・周辺化をもっとも端的に示しているといえる。これに対し、織物・衣服・身の回り品小売業は、他の業種とは異なって郊外化の動きがみられず、むしろ特定都市に集積する傾向さえみられる。このため、対人口比で水準値を高めた市町村が概して多いのに比べ、この業種のみそれが少ないという結果がみられた。

### (3) 大規模小売業の立地動向

ここまでの分析では、小売業の中分類業種をもとに考察を進めてきた。中分類業種には各種商品小売業とその他の小売業も含まれるが、商業統計の販売額欄には秘匿データが多いため、これら2業種は分析の対象から除外してきた。しかし各種商品小売業のかなりの部分を占める大規模小売業は、昭和40年代に急激な成長を示し、その結果既存の地域商業に少なからぬ影響を及ぼす存在になった。それゆえここで、改めてその動向を検討することにした。

まず愛知県全体について、大規模小売店(名古屋市は売場面積が3,000㎡以上、その他は1,500㎡以上の店舗がこれに該当する)の店舗数の推移をみると、衣料品、食品、雑貨を総合的に販売するスーパーストア(総合店)と食品中心のスーパーマーケット(セルフサービス店)が、昭和44・45年頃から増加の勢いを強め、51年には前者が80、後者が40を上回るに至った。これら以外の衣料、家具、書籍など限ら

れた商品を販売する大規模専門店は、47年頃から増え始め、51年には30店舗近くにまで達した。

こうした動向を、名古屋大都市圏について、スーパーマーケット（ストア）の売場面積の推移を通してみると、大都市圏全体に占める割合は名古屋市がつねに最も大きい。しかしその比率は一定ではなく、昭和36年から39年にかけては周辺部の伸びが大きかったため、占有率は72.7%から32.6%へと半減した。しかし同市の比率は、42年から45年にかけて再び高まり、51年現在のそれは51.0%である。

51年の時点で、売場面積が10,000㎡を上回る周辺都市は、一宮、瀬戸、小牧、半田、春日井、江南、犬山、東海の各市である。これらの都市では、売場面積が等しく増加したのではなく、最も多く増加した時期つまり大規模小売店の集中立地時期は、互いに異なっている（第4図参照）。36～51年について2年間隔でこれを検討すると、一宮、春日井、半田、犬山の各市が37～39年、あるいは40～42年の比較的早い時期であったのに対し、瀬戸、江南、東海の各市では、43～45年あるいは46～48年に売場面積が最も増加した。

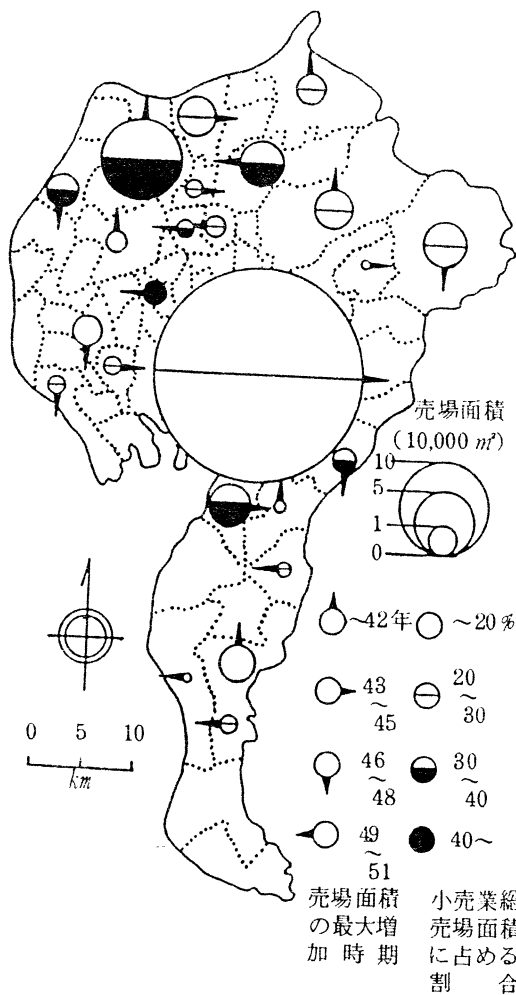
上述した都市以外の地域では、売場面積の最大増加時期は、46～48年あるいは49～51年に多く、とくに人口数の少ない町レベルでは、49～51年が圧倒的に多い。つまり大規模小売業の立地に伴う売場面積の拡大については、名古屋市を含めた大・中都市レベルでは、45年頃までにかかなりの伸びがみられ、その後他の中都市レベルで増加が進み、さらに49年以降は小都市あるいは町レベルで急激な増加をみた、と要約することができる。

大規模小売業のこうした展開に伴い、既存の地域商業は程度の差こそあれ、様々な影響を受けることになった。競合商品を供給することによる影響の度合を、大都市圏全体について検討する紙幅に余裕がないため、ここでは小売業全体に占める大規模小売業の売場面積比率の地域性について、検討するにとどめる。

売場面積が1,000㎡を上回る大規模小売店が総売場面積に占める割合は、地域によって異なるが、名古屋市を含めて主な4都市はおおむね20%台にある（第4図参照）。これに対し、一宮、尾西、小牧、東海、豊明の5市と西春町では、この比率が30%を上回っており、例外的に50%以上を占める甚目寺町を除けば、全体の中では最も占有率の高いクラスになる。これらのうち一宮市を除く5市町と甚目寺町は

昭和46年以降に大規模小売業の急激な立地をみた地域である。もともと小売業が、相対的にみて劣っていた地域であるだけに、地域商業の構造変化が大きかったと推察される。またこれらの市町では、尾西市を例外として、夜間人口の配分比率が40年代に増加の一途を辿ったため、こうした動きに対応して大規模小売店の立地が急展開する余地があったといえる。

第4図 大規模小売業の売場面積の増加と占有率



もともと大規模小売店の商圏は、店舗が立地している市町村の範囲内に限られるものではなく、隣接地域にも広がっている場合がある。このため、売場面積の占有率は、隣接地域をも含めた人口の動向と照し合わせて考える必要がある。一宮・尾西両市では、繊維産業の伸び悩みのために人口の配分比率は減少したが、その周辺の稲沢、江南、岩倉の各市では配分比率が連続して増加しており、大規模小売業が成長する条件はあったと考えられる。

周辺部の中都市クラスでは、津島・常滑の2市のみ、大規模小売業の売場面積占有率が10%を下回っており、いわば特異な存在となっている。これには、大規模小売業の立地を支える地域市場の経済的条件的他に、地域商業集団に関する行政側の政策的条件が関与していると考えられる(注12)。

以上述べてきたように名古屋大都市圏では、都市の階層レベルに対応するかたちで大規模小売業の立地が進み、売場面積では周辺地域の占める割合が徐々に増加していった。とりわけ40年代末期における小都市・町レベルでの立地は、これまでの商業中心地体系に大きな影響を与えるところとなり、次に述べる消費者の購買行動に変化をもたらす一因ともなった。

### 3 消費者の購買行動の変化

#### (1) 購買依存の地域的動向

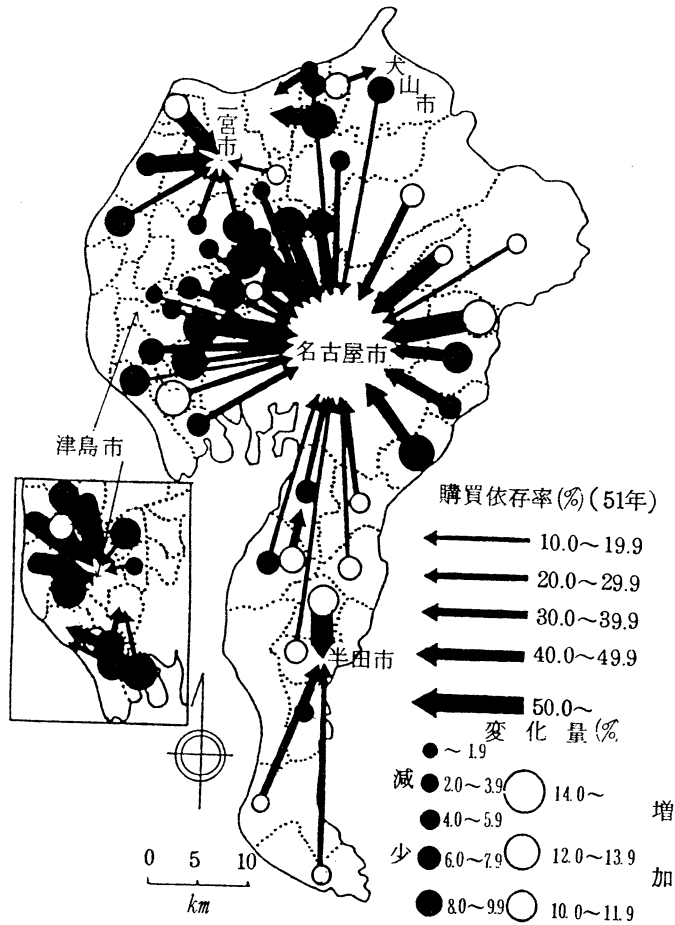
前章で検討した大都市圏における小売業の立地動向を、消費者の購買行動の面から確認あるいは裏付けるのが、本章の主な目的である。もとより前章で用いた資料と本章で用いる資料は、サンプル数や年次に関していくつかの相違点がある。愛知県商工部の手による購買行動調査は、抽出率2.3～4.5%の標本調査であり(注13)、しかも利用可能なものは昭和48年と51年に限られている。したがってこれらの調査結果を、直接全数調査の商業統計と対比させることは適切ではない。しかし、これが大都市圏全体を対象とする、現段階で分析が可能な唯一の資料であること、また抽出率が比較的高いことから判断して(注14)、全体の傾向をとらえるには十分な資料と考える。

購買行動調査では、全部で10種類の商品について、購入先地域と店舗が問われ、その結果が市町村ごとにまとめられている。市町村を単位として商品別に購買率を求め、それを等値線で結べば、当該地域のおおよその商圏が明らかになる。商圏の広狭は商品の種類によって異なっており、一般には最寄り品から買回り品になるにつれて、面積が拡大していくことが知られている。こうした事実は、本大都市圏において、商品別に商圏を描けば容易に確認できる。

しかしここでの目的は、そうした点にあるのではなく、48年と51年の間で、消費者の購買先に対する依存度つまり購買依存率がどれほど変化したかを明らかにする

点にある。そこでまず試みに、呉服・寝具類について購買依存先と依存率をみると、各市町村が地元以外で、全体の10%以上の購買を行う相手先、つまり主な購買先については、とくに大きな変化は認められない。ただ例外的に、甚目寺町が51年に一挙に隣接する3町の主な購買先になったのが特記される(注15)(第5図参照)

第5図 呉服・寝具の購買依存率とその変化(昭和48~51年)



しかし購買率そのものについては、かなりの変化が認められ、名古屋市に対する依存率は49市町村中の38市町村が減少を示した。また周辺都市のなかで主な購買先となっている一宮市、津島市、江南市に対する購買依存率はすべて減少し、その分地元または他地域への依存が強まった。

48年から51年にかけてのこうした変化を、他の9品目について検討することは可能である。

しかし記述に繰り返しが多く、かつ煩雑になる恐れがあるため、ここでは購買先となった27市町について、商品別に購買依存率の単純合計を計算し、その増減にもとづいて商品の特徴を明らかにすることにした。それによると、先に述べた呉服・寝具類では、16の市町で購買依存率の増加がみられ、11の市町で減少がみられた。増加数が減少数を下回ったのは、この他に日用雑貨類、その他の食品、洋品・シャツ・下着、それに靴・鞆の4品目であった。これに対し、購買依存率の増加した市町村が減少のそれを上回っ

第1表 品目別購買依存動向

商品	購買依存率 年度別	購買依存先	品目別購買依存動向																				購買依存率 年度別							
			名古屋市	一宮市	瀬戸市	半田市	春日井市	津島市	犬山市	常滑市	江南市	尾西市	小牧市	稲沢市	東海市	大府市	知多市	尾張旭市	岩倉市	豊明市	師勝町	西春町	清洲町	新川町	扶桑町	甚目寺町	蟹江町	弥富町	佐織町	購買依存率 増加
青鮮果物	48	1907	559	116	176	12	1444	88	23	315	169	64	158	117	26	—	—	50	02	38	184	89	193	190	66	293	234	143	14	13
	51	1456	465	51	196	43	1240	229	07	296	130	175	117	126	18	19	18	49	60	106	124	93	70	195	171	234	466	490	—	—
肉	48	42	11	2	9	1	11	3	1	3	2	4	4	5	1	—	—	2	1	1	3	2	3	1	2	6	3	1	15	4
	51	36	11	2	5	4	10	4	1	4	3	6	5	5	1	2	1	4	2	2	2	2	3	2	6	6	5	2	—	—
日用雑貨類	48	2032	641	94	485	23	2358	131	25	321	68	160	232	121	46	—	—	64	—	102	112	160	61	224	38	373	389	162	12	15
	51	1712	572	62	424	25	2345	188	23	362	141	139	161	189	10	27	15	45	14	136	82	51	53	187	485	356	437	423	—	—
その他の食品	48	44	10	2	8	2	12	3	1	3	2	5	4	5	1	—	—	2	—	1	1	2	3	1	2	6	4	—	16	4
	51	39	12	2	7	3	10	4	2	5	3	6	6	6	2	2	1	4	2	1	2	1	3	1	6	6	4	2	—	—
洋下品着	48	3301	766	151	449	56	1599	106	26	312	190	110	141	182	37	—	—	90	—	40	153	110	102	139	95	410	253	310	11	16
	51	2014	703	68	404	22	1273	316	17	382	172	212	185	169	28	14	20	51	24	139	124	70	50	254	156	319	608	355	—	—
シャツ	48	49	12	2	8	2	10	3	2	3	2	5	4	5	1	—	—	2	—	1	2	2	3	1	3	6	3	2	13	2
	51	41	13	2	8	1	10	3	2	4	3	5	7	5	2	2	1	4	2	2	2	2	3	3	5	6	4	2	—	—
呉服・寝具	48	8810	1854	414	1637	16	4202	258	38	739	93	366	230	658	39	—	—	39	12	34	261	118	43	262	30	746	382	72	13	14
	51	7676	1797	331	1733	45	3891	467	37	722	262	297	169	589	32	15	15	156	80	253	126	42	60	225	1051	547	784	104	—	—
呉服・寝具	48	48	18	2	9	1	14	4	1	4	3	5	5	5	1	—	—	2	2	2	2	2	2	1	2	6	4	1	12	2
	51	48	19	2	9	3	12	4	2	6	3	5	5	6	2	2	1	4	2	2	2	1	2	2	6	6	5	2	—	—
呉服・寝具	48	12760	1711	228	1709	51	4599	246	70	1000	53	380	207	399	12	—	—	122	20	100	146	78	54	80	58	732	381	31	11	16
	51	41131	2104	190	1775	41	4356	426	56	935	128	231	173	429	10	03	24	98	68	149	114	70	53	67	638	522	730	—	—	—
呉服・寝具	48	48	15	2	9	2	13	4	2	4	2	5	6	5	1	—	—	2	1	2	3	2	3	1	3	6	4	1	14	3
	51	49	16	2	9	3	14	4	4	6	4	4	5	5	2	1	1	4	2	2	2	2	3	1	6	6	5	—	—	—

家室内 家具・ ・装飾品	購買率	48	1,3394	1835	180	2836	44	4517	228	87	1012	122	511	179	674	40	—	38	33	73	394	91	88	56	49	888	302	43	20	7	
	市町村数	51	1,3940	1862	190	3428	49	3358	277	44	1013	172	763	354	698	45	—	66	57	76	78	296	166	60	115	317	503	485			15
靴	購買率	48	49	15	2	9	2	14	4	2	4	2	4	5	5	2	—	—	2	2	1	3	2	3	1	1	7	3	2	13	3
	市町村数	51	49	15	2	9	2	11	4	3	5	3	8	11	6	3	—	2	4	2	2	3	2	3	2	6	6	5	1		
時カ 計メ ・ラ めが ね	購買率	48	1,4104	1891	214	2084	26	4147	252	62	1089	37	295	168	498	27	—	—	95	10	140	172	98	113	—	30	579	318	152	13	14
	市町村数	51	1,2744	1839	213	2462	34	3796	340	49	1029	125	280	98	633	23	05	36	131	29	111	125	51	96	53	704	466	799	155		
洋服・ 洋装類	購買率	48	49	17	2	8	2	13	4	2	4	2	5	5	5	1	—	—	2	1	2	2	3	—	2	6	4	1	11	3	
	市町村数	51	48	18	2	9	2	13	4	1	5	3	6	3	5	1	1	2	4	2	1	2	1	3	1	6	6	1			
贈答 元答 ・品 ・歳 暮の	購買率	48	1,652	1973	397	2141	53	4142	213	40	890	77	418	138	580	09	—	—	94	12	59	190	79	24	170	45	659	426	09	16	11
	市町村数	51	1,5734	2465	323	2306	28	3458	389	37	994	212	323	83	603	19	09	06	108	48	274	92	60	30	80	779	528	841	29		
購買依存率 増減 目数	購買率	48	2,4071	1820	214	1683	36	2970	184	28	603	67	216	136	373	30	—	—	80	—	39	71	29	39	47	09	330	154	—	14	13
	市町村数	51	2,1889	1800	201	1781	37	2934	340	19	452	99	240	79	504	15	05	10	65	10	97	18	—	18	14	497	432	486	43		
購買依存率 増減 目数	購買率	48	49	14	2	8	2	12	3	2	4	2	5	6	5	2	—	—	2	—	1	2	2	2	1	1	6	2	—	12	4
	市町村数	51	49	16	2	8	3	11	3	2	6	3	5	4	5	2	1	1	4	1	2	1	—	2	1	6	6	4	1		
購買依存率 増減 目数	購買率	増加	2	3	1	8	6	1	10	1	5	8	5	2	8	3	10	4	10	8	—	2	3	5	10	2	10	7	—	8	3
	市町村数	減少	8	7	9	2	4	9	—	9	5	2	5	8	2	7	—	—	6	—	2	10	8	7	5	—	8	—	3		

たのは、青果物・肉・鮮魚、家具・室内装飾品、時計・めがね・カメラ、洋服・洋装類それに中元・歳暮の贈答品の5品目であった。

購買依存率合計値の増減のみで判断するのはいささか危険であるが、増加した市町村が多い家具・室内装飾品と洋服・洋装類は、地元外での購買が強まった。つまり購買圏が拡大した品目である。これに対し、減少した市町村が相対的に多い呉服・寝具は、地元外での購買が弱まり、特定地域かもしくは地元での購買が強まった品目と考えることができる。もちろん増加数と減少数が相半ばした他の品目についても、購買先と依存率に関しては、かなりの変化のあったことが推察される。

大都市圏を構成する50市町村のうち、他地域から何らかの購買依存があるのは、上述の27市町である。このうち最大の購買依存先である名古屋市については、次節で検討することにして、ここではそれ以外の市町について依存動向の変化を検討する。周辺地域のなかで、最も多くの市町村から購買依存されているのは一宮市である(第1表参照)。青果物・肉・鮮魚では11の市町村から、また洋服・洋装類にいたっては21の市町村から依存されており、同市は文字通り尾張西部の商業中心地の地位にある。依存市町村数が一宮市に次いで多いのは、海部西部の中心都市・津島であり、これに半田、稲沢の各市がつづく。

当該商業中心地の近隣に市町村が多ければ、依存市町村数がそうでない場合に比べて多くなる可能性があるため、この数だけで中心性をはかることはできない。同様に、購買依存率の単純合計も中心性の正確な指標とはならない。しかし、中心性そのものではなく、購買依存の変化そのものに関心を寄せる限りにおいては、依存率合計値の増減にもとづいて、当該都市に対する購買依存の動向を知ることはできる。

そこでまず、先に述べた10品目のうち、購買依存率の合計が増加した品目の数を26の市町について調べた。それによると、増加品目数が過半数を上回ったのは、半田(品目数は8)、春日井(6)、犬山(10)、尾西(8)、東海(8)、知多(10)、尾張旭(10)、豊明(10)、師勝(8)、甚目寺(10)、弥富(10)、佐織(7)の12市町である。このうち知多・尾張旭の2市は、48年段階では10品目とも依存市町村がみられなかったものであり、51年の依存率そのものもきわめて小さい。このなかでは、犬山、豊明などの都市レベルにまじって、甚目寺、弥富、佐織など大都市圏西部の町レベルで、依存度の高まったことが注目される。



上記以外の市町では、いずれも5ないしそれ以上の品目で依存率の合計値が減少した。とりわけ一宮(8)、瀬戸(9)、津島(9)、常滑(10)、稲沢(8)、西春(10)、清洲(8)、蟹江(8)の8市町では、8品目以上にわたって減少がみられ、商勢力の縮少があったのではないかと考えられる。このうち津島市、常滑市、清洲町では、小売業の配分比率が47年から51年にかけて停滞ないし減少を示しており、購買依存率の低下と符合する。また、一宮、瀬戸、稲沢の3市についても、小売業配分比率の増加幅は小さく、これまた購買依存動向の推移の方向に一致している。

購買依存率の合計値が増加した品目が7以上にも及ぶ市町は、大都市圏周辺部で比較的間隔をおいて分布しており、その間を埋めるように、増加品目が過半数に達しない市町が分布する。これは、消費者の地元外の購買先に変化があったため、隣接する市町のうち一方の商勢力が伸び、他方が縮少した結果である。つまり、隣接する市町間で小売業活動の地域間競争が行われた結果生じたものに他ならない。

## (2) 名古屋市に対する購買依存の変化

大都市圏のなかでは、名古屋市が最大の小売業集積地であることは、購買依存の資料にもはっきりと現われている。例えば昭和48年の場合、青果物・肉・鮮魚でさえ、49市町村中42が名古屋市へ購買依存をしており、家具・室内装飾品をはじめとする買回り5品目では、49市町村全部が名古屋市に対して購買依存を行っている。しかし、これが51年の調査によると、最寄り品を中心として依存市町村数が48年のそれを下回っている。購買依存率の合計値そのものも、10品目中8品目で、かなりの減少を示したことが明らかである。

名古屋市に対する購買依存の低下は、2章で述べた名古屋市における小売業配分比率の大幅な減少と合致する現象である。2章では、名古屋市における相対的な減少分に相当する増加が、具体的にどこで生じたかを特定することができなかった。しかしここでは、購買依存動向の年次比較ができるため、その間の関係のある程度明らかにすることができる。

そこでまず、名古屋市を除く49市町村について、名古屋市に対する購買依存率が減少した品目数を調べた。それによると、減少品目が7以上に及ぶ市町村は、尾張西部と同じく北部それに知多を中心に、全部で27を数える。逆に減少品目数がきわめて少ない。いいかえれば増加品目数が多いのは、尾張東部と海部西部それに知多

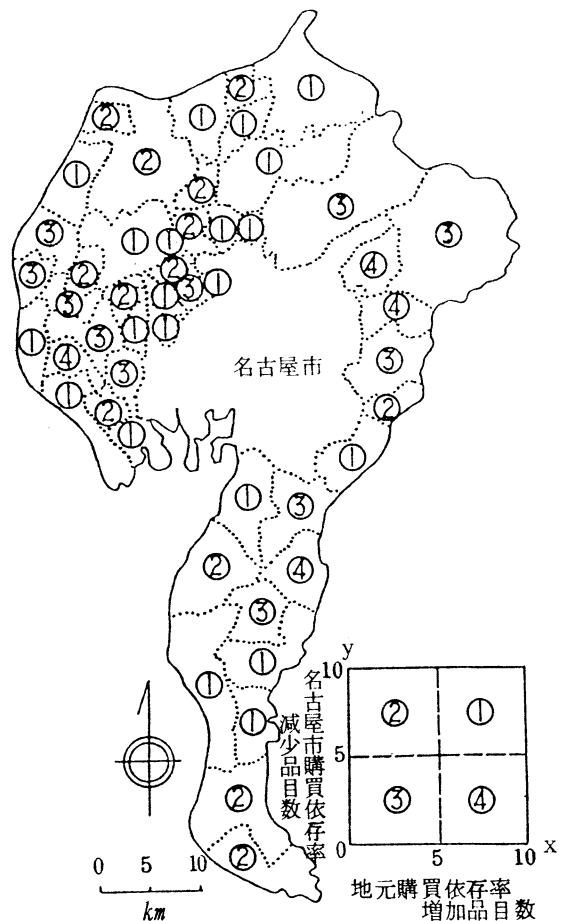
東部に多い。名古屋市に対する購買依存を弱めた市町村は、地元かあるいは名古屋市を除く近隣地域での購買を強めたはずである。それゆえつぎには、地元での購買率が増加した品目数を先程と同様に調べ、その分布を検討した。それによると、増加品目が7以上の市町村は、尾張西部の名古屋市寄りと、尾張北部、それに知多地方の東側に多いことがわかる。

名古屋市に対する購買依存を弱めた市町村と、地元購買を強めた市町村のそれぞれの分布パターンは、一見したところよく似ている。しかし両者をよく検討すると完全に一致するものと、そうでないものに分かれる。犬山、江南、豊明、東海の各市は前者の例であり、一宮、扶桑、平和、十四山の各市町村は後者の例である。そこでつぎに、先程調べた名古屋

市に対する購買依存率が減少した品目数（これを $y$ とする）を縦軸にとり、また地元購買依存率が増加した品目数（これを $x$ とする）を横軸にとって、49市町村の類型化を試みた。

類型化の基準は品目数にとり、 $x$ が5を上回り $y$ が5以上のものを第1グループ、 $x$ が5以下で $y$ が5を上回るものを第2グループとした（第6図参照）。以下同様に、 $x$ が5を下回り $y$ が5以上のものを第3グループ、そして $x$ が5以上で $y$ が5を下回るものを第4グループとした。このうち第1グループは、名古屋市に対する購買依存を弱める

第6図 地元依存と名古屋市依存の動向類型



一方、地元での購買が強まった、いわば「独立型」とでも称すべき市町村である。これは尾張西部の名古屋市寄りと尾張北部、それに知多中部に多くみられ、その数は21にのぼる。

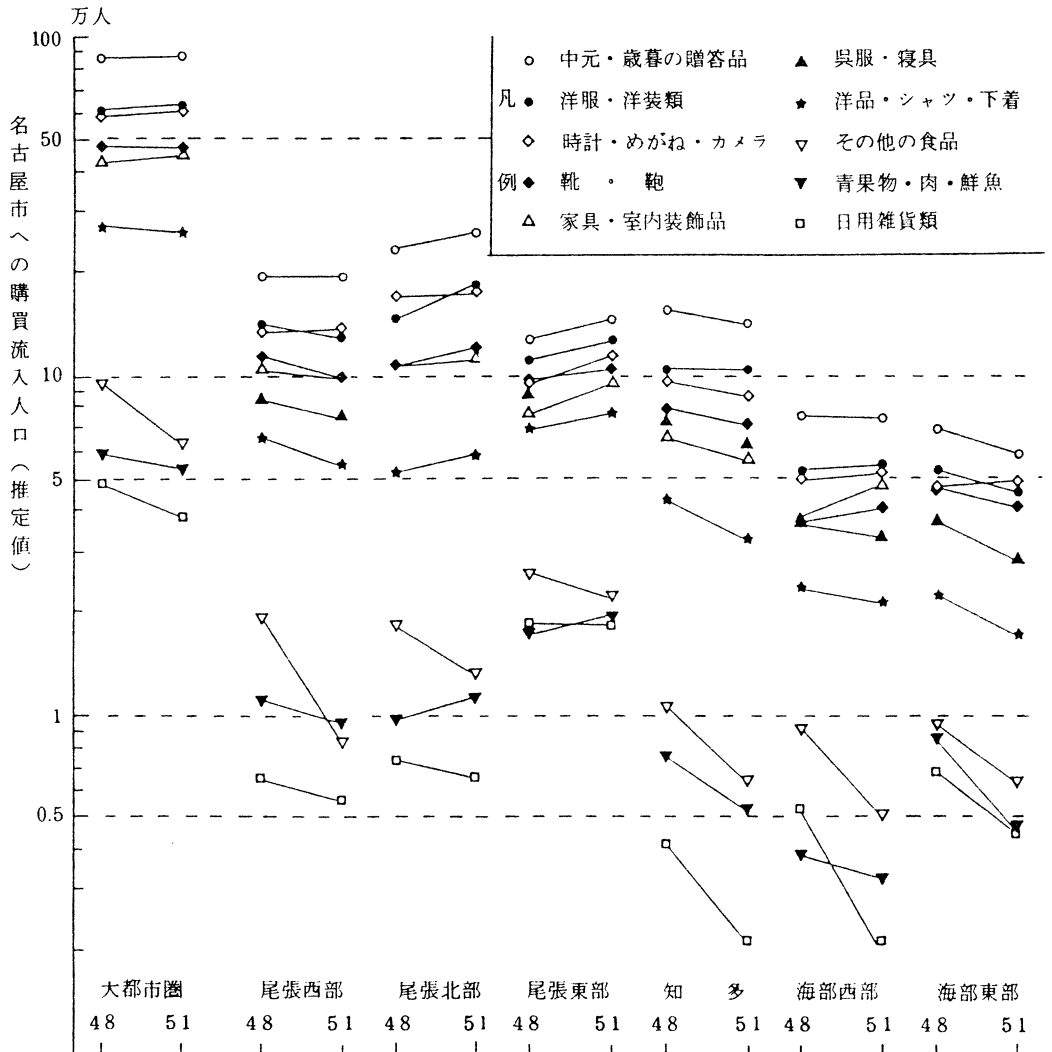
これに対し第2グループは、「名古屋市離れ」が進んだとはいえ、地元での購買はあまり強まらず、隣接地域に対する依存を強めた市町村である。このグループには13の市町村が含まれており、その多くは第1グループに属する市町村に挟まれる位置にある。つまりこのことから、第2グループは第1グループに対する依存を強めたと推察される。一方、第3グループは、次に述べる第4グループと同様、名古屋市に対する依存をこれまでより強めるかたわら、地元購買を弱めた市町村である。これらは、尾張東部と知多北東部それに海部西部などに、11市町村を数えることができる。そして最後の第4グループは、東浦、長久手、佐屋それに尾張旭の4市町から成り、いずれも第3グループに挟まれるかもしくは接している。

以上のことから、尾張北部や尾張西部の名古屋市寄りの地域を中心として、名古屋市に対する購買依存率が低下したことが明らかである。しかしこれは品目数の増減からみた、いわば購買行動全体の平均的結果であり、実際の依存動向は品目によって異なるところがある。そこでつぎに、大都市圏周辺部を6つの地域に分け、購買品目別に名古屋市への購買流入人口の変化を検討することにした。

ここでいう名古屋市への購買流入人口は、いうまでもなく推定人口である。これは、名古屋市に対する購買率に各市町村の人口を乗じ、それを地域ごとに合計したものである。購買動向調査の標本が母集団を代表していると仮定すれば、この値は購買時の移動人口に他ならない。第7図は、こうして計算した購買流入人口の地域別推移を示したものである。まず全域についてみた場合、中元・歳暮の贈答品、洋服・洋装類、時計・めがね・カメラそれに家具・室内装飾品を除き、他はいずれも流入人口が減少したことがわかる。直線の傾きは変化の程度を表わしており、その他の食品、日用雑貨など最寄品の減少率が、靴・鞆、呉服・寝具など買回品のそれを上回ったことがわかる。

こうした変化を地域別に検討すると、尾張西部と知多の両地域では、全品目について、名古屋市への購買流入人口が減少したことがはっきりしている。また海部西部と海部東部でも、最寄品を中心として大部分の品目で流入人口の減少がみられ、

第7図 名古屋市への購買流入人口（推定値）の変化



流入人口が増加した尾張北部や尾張東部とは対照的である。ただし尾張北部の場合は、名古屋市離れが進んだ北部地域に比べて、名古屋市への依存が増した南部地域（とくに春日井市）の人口が多いため、流入人口は結果的に増加の傾向を示している。

品目別では、地域にほとんど関係なく、最寄り品は減少傾向を示しており、とくに日用雑貨類とその他の食品の減少率が大きい。2章で小売業の立地動向を検討した

際に、名古屋市では飲食料品小売業の販売額配分比率の減少幅が、小売業全体の減少幅を上回ったことを指摘したが、この事實は、食品関係の購買流入人口の大幅な減少と符号する。また、同じく織物・衣服・身の回り品小売業の配分比率低下は、他の業種に比べて少なかったことも指摘した。これは、洋服・洋装類の購買流入人口の増加、あるいは靴・鞆の同じく増加ないし微減の傾向にそれぞれ対応している。つまり、名古屋市に関する小売業の販売額の動向と同じく購買の動向について、互いに矛盾しない傾向をいくつかの商品群について、指摘することができるのである。

#### 4 ま と め

以上で明らかなように、名古屋大都市圏では、昭和40年代から50年代初頭にかけて小売業の郊外化が進み、これに伴って消費者の購買行動にも変化が生じた。郊外化に伴って中心都市・名古屋市の販売額比率は低下の一途を辿り、とくに自動車・自転車小売業と飲食料品小売業において、減少の幅が大きかった。これに対し、織物・衣服・身の回り品小売業の減少幅は小さく、この業種に関する名古屋市の商勢力は依然として強いものがある。

一方、小売業立地の郊外化は、夜間人口の動向と密接な関係があり、これまた織物・衣服・身の回り品小売業を例外として、販売額の伸び率と人口の増加率の相関係数は、いずれも0.97以上である。人口との関係では、小売業水準指標の大幅な上昇が、自動車・自転車小売業と家具・建具・什器小売業を中心として、周辺部の中都市クラスで目立った。またこれら2業種では、飲食店とともに、特化係数の大幅な上昇を示した都市が少なからずみられた。

消費者の購買行動の変化については、品目間に差異はあるが、尾張北部と尾張西部の名古屋市寄りを中心として、名古屋市に対する購買依存度の低下と、地元購買の高まりがみられる。加えて、名古屋市離れが進む一方で、隣接地域への依存を強めた市町村が尾張西部や知多にあり、これらはいずれも小売業立地の郊外化に対応している。しかしそうしたなかで、尾張東部と海部西部それに知多北東部には、名古屋市への依存を強めた地域があり、郊外化がたんに中心都市の影響圏から離脱することだけでないことが明らかである。

大都市圏周辺地域での人口増加が引金となって、この地域の小売業の立地が進

み、これに大規模小売業の周辺部立地が加わって、これらの地域の名古屋市に対する購買依存度が低下した。しかし、人口の伸びが大きくて小売業機能の充実が遅れているか、もしくは名古屋市に対する近接性が高い地域では、同市に対する依存度がむしろ強まっている。

以上が名古屋大都市圏のこれまでの発展過程から導き出されたひとつの結論である。しかし注意すべきは、これはあくまでも大都市圏全体をマクロな立場からみた結果えられた結論であるということである。個々の地域の個別店舗や施設が、全体の動きのなかでどのように対応したかというミクロな視点に立つ分析は、別の枠組を用意して行うべきものである。その意味では、本研究は大都市圏における商業の地域構造とその変化過程を解明する試みの第一歩にすぎない。

#### 注

- (1) Davies, S.L.(1972): Structural models of retail distribution, *Transaction Institute of British Geographers*, 57, 59 - 81.
- (2) Johnson, J.H. (1974): *Suburban growth: Geographical process at the edge of the Western City*( London ) 156 - 175.
- (3) 愛知県 ( 1968, 1972, 1976 ) : 「商業統計調査結果報告書」
- (4) 愛知県 ( 1974 ) : 「消費者購買動向調査報告書(尾張部における動向)」  
愛知県 ( 1976 ) : 「広域商業圏動向調査報告書(尾張部における動向)」
- (5) 注4)の報告書は、愛知県を尾張部と三河部に二分して実施した消費者動向調査の一方であり、三河部の調査年次とは異なっている。このため、両報告書の資料を同時に取り扱うことは適当ではない。
- (6) 例えば高野史男 ( 1962 ) : 都市圏パターンに関する地域構造論的研究, 愛知学芸大学地理学報告 19. および伊藤郷平編著 ( 1972 ) : 「中京圏」(大明堂)などが代表的である。
- (7) これらは、おおむねかつての郡境を地域の境としており、したがって古い時代の地域的まとまりを

反映していると考えられる。また、地域区分に際しては、結節的要素よりもむしろ等質的要素が重視されている点も否定できない。

- (8) 例えば拙稿(1974)：地域間自動車交通流からみた名古屋大都市圏の機能地域構造，地理学評論，47，287 - 300. では，主要な機能(結節)地域として，尾張西部・北部あるいは海部西部などに相当する地域が導き出されている。
- (9) いずれも有意水準 $\alpha = 0.01$ で有意である。
- (10) いずれも有意水準 $\alpha = 0.01$ で有意である。
- (11) これを小売業の吸引力と称することもある。その場合は，商業活動の地域間競争を想定し，消費水準に地域差がないとして，消費人口吸引の割り当てを考えている。
- (12) 大規模小売店の中・小都市への進出については，各地でいわゆる「大型店問題」として係争中の事例が多い。なかでも海部西部では，進出に対する抵抗が強く，大規模小売業の「空白地域」となっている。
- (13) 尾張部の17市32町村に居住する公立中学2年生の全家庭が標本として選ばれた。
- (14) 森田優三(1971)：「統計概論」(日本評論社)270.によれば，社会統計の大規模な標本調査でみられる1%以下の抽出率では，母集団を無限とみなして標準誤差を計算することによって生ずる誤りは，0.5%以下にすぎないという。
- (15) 昭和49年12月に立地した大規模小売店(売場面積4,690 $m^2$ )による影響と考えられる。