

事務所機能の立地モデルの構築

林 上

I はじめに

事務所機能は、物的な生産活動には直接かかわらないが、こうした活動を企画・管理あるいは支援するための機能である。この種の機能が一般に「事務所機能」と呼ばれるのは、産業の種類には関係なく、事務的業務活動がその機能の具体的な活動であり、またその多くが事務所空間ないしは事務所ビルの中で行われていることによる。事務的業務活動は、金融・保険・不動産業あるいはサービス業などの分野で伝統的に行われてきた。しかし、これとは別に、現代ではこうした産業以外に、たとえば製造業や建設業の分野においても、この種の活動が増加してきている。その背景には、物的生産活動の多様化や企業組織の専門的分化をはじめとする、資本主義経済の高度な発達がある。生産活動の規模が拡大し、またその内容が多様化する過程で、モノを扱う物的生産活動と主に情報を扱う活動が分離してきた。加えて、専門化する活動を企業の外部から支援するサービス業が必要とされるようになり、情報・サービスを扱う事務的業務活動の占める割合は高まってきた。

「脱工業化」や「経済のサービス化」など産業分野における一連の動きは、事務的業務活動の発展と密接な関係にある。脱工業化が進展する過程で、就業機会は工業から非工業の分野へシフトする一方、製造業の内部でも現業部門から管理・事務部門への移行が進められた。就業機会が大幅に増大した非工業部門は、いうまでもなくサービス業であり、これも事務的業務が多く行われる産

業である。要するに、産業構造の高度化にともなう就業構造の変化は、物的生産活動の減少と事務的業務活動の増加によって特徴づけられるのである。こうした産業構造における特徴の変化は、経済活動の地域的变化に反映されるため、両者の関係は一体的にとらえるのが望ましい。

事務的業務活動の中で行われる情報の収集・加工・発信は、接触活動と不可分の関係にある。対人的な接触活動は、情報・通信システムの発達によって機器を介して行える範囲が広がっているとはいえ、やはり直接的な面談による接触が重要視されている。このため、「接触の利益」をもとめて企業の事務的業務活動つまり事務所機能は、都市中心部に集積立地する。都市中心部は、都市間あるいは都市内レベルにおいて近接性にもっとも恵まれた場所であり、それゆえ都市の外部あるいは都市内部の他地域との間の接触費用が少なくすむ地点である。また、都市中心部にすでに立地している事務所機能に近接して立地すれば、そこでの企業相互間の接触費用も少なくすむ。こうしたことのため、事務所機能の立地は大都市の都心部を中心に、都市地域で進行する。

都心部を中心とする都市地域に立地した事務所機能は、多くの事務的就業者の職場であり、朝夕の通勤・帰宅ラッシュの焦点でもある。事務所機能の集積によって、経済や雇用の面で都市はたしかに成長するが、同時に交通渋滞や通勤難という問題をかかえることになる。また、企業の管理・営業部門が入居する事務所ビルに対する建設需要が高まると、都心部の地価が上昇し、これが周辺部にも影響を及ぼすようになる¹¹⁾。さらにまた、事務所機能の集積によって経済発展が進む都市地域がある半面、経済構造の高度化で既存産業が衰退し、就業機会が失われる地域もでてくる。つまり、事務所機能の空間的立地は、都市や地域というレベルにおいて、さまざまな影響をもたらす現象である。事務所機能の立地問題を研究の対象として取り上げる背景には、こうした地域の社会・経済的問題もある。

以上のように、産業構造が高度化する中で、現代の都市成長と深い関係をもつ

事務所機能の立地モデルの構築（林）

ている事務所機能を、空間的な立地の側面から取り上げるのが本稿の目的である。先にも述べたように、事務所機能は都市・地域問題の側面から取り上げることもできるが、ここでは考察の範囲を立地現象に限定し、立地を説明するモデルの構築を試みることにする。経済活動に関する地理学の研究分野では、農業、工業、商業・サービス業の各立地を説明する空間モデルが提唱されている。事務所機能は、こうした産業の一部門が専門化して分離した機能ともいえるが、その立地のメカニズムを説明するモデルははまだ構築されていない。本研究では、従来の立地モデルとの間に共通点が少なからずある事務所機能の立地モデルを、都市間と都市内の二つのレベルから考えることにしたい。

II 事務所機能の発展と類型

1. 事務所機能の発展

事務所機能が産業構造の高度化ともなって発展してきたことは、すでに述べた通りであるが、実際にはどれくらいの量的規模で増えているのであろうか。

第1表 事業所形態別就業者構成比の推移

単位：％

形態 年次	1969年	1975年	1981年	1986年	86年-69年
事務所等	31.1	33.7	36.3	36.4	5.3
工場等	36.1	32.3	28.2	27.0	-9.1
店舗、飲食店	22.4	23.5	23.9	24.3	1.9
その他	10.5	10.6	11.6	12.3	1.8
従業者数(千人)	35,239	39,853	45,961	49,225	13,986

出典：総務庁「事業所統計」

注1：民営事業所の従業者のみを対象。

注2：事務所等＝事務所・営業所，工場等＝工場・作業所・鉱業所，その他＝外見上一般の住居と区別しにくい事業所や旅館，病院，寺院，学校等。

注3：銀行・証券会社は，1969年は原則として店舗・飲食店に，1975年以降は事務所等に分類されている。

第1表は、1969年から1986年までにおけるわが国の事業所形態別就業者の構成比の推移を示したものである。これによると、1969年に3,524万人を数えた就業者数は、1986年には39.7%増加して4,923万人になった。これを形態別の構成比からみると、工場・作業所・鉱業所が一貫して比率を下げているのに対し、事務所・営業所は逆に連続して比率を増やした。店舗・飲食店とその他の事業所の比率も増加したが、1969～86年における増加幅は事務所・営業所を下回っている。1969年に構成比が最大であった事業所形態は工場・作業所・鉱業所であったが、1986年には事務所・営業所がこれにとって替わった。1960年代後半から1980年代前半にかけての構成比の推移の中に、脱工業化・サービス経済化という産業構造の大きな変化を読み取ることができる。

事務所機能は、事務所もしくは営業所の形態で営まれている事業所としてとらえることができるが、これを職種の面からみれば、事務的業務活動に従事する人々が就業する職場や事業所としてとらえることもできる。第2表は、わが

第2表 わが国における職業別就業者構成比の推移

単位：%

職種	年次	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	65-55	75-65	85-75
事務職種		15.1	17.4	21.5	24.5	28.6	29.9	32.4	6.4	7.1	3.8
サービス職種		19.4	20.5	23.0	23.8	25.7	27.2	26.8	3.6	2.7	1.1
工場生産職種		24.0	28.7	30.5	32.2	31.7	32.0	31.5	6.5	1.2	-0.2
その他の職種		41.5	33.3	25.0	19.5	14.0	10.9	9.3	-16.5	-11.0	-4.7

出典：総務庁「国勢調査」による。

注1：職業分類は、1985年国勢調査の分類による。

注2：1955年の沖縄県は5%抽出集計結果、また1965, 70, 75年は20%抽出集計結果による。

注3：事務職種＝専門的・技術的職業従事者、管理的職業従事者、事務従事者。

サービス職種＝販売従業者、運輸・通信従業者、保安職業従事者、サービス職業従事者。

工場生産職種＝技能工、生産工程作業員および労務作業員。

その他の職種＝農林業作業員、採掘作業員。

事務所機能の立地モデルの構築（林）

国における職業別就業者構成比の推移（1965～1985年）を示したものであるが、これによれば、事務職種は1950年代中頃から1970年代中期にかけてその構成比を高めた。工場生産職種は同じ期間の前半部分では事務職種と同じくらいの上昇を示したが、後半部分は低い増加にとどまった。一方、サービス職種は、1965年までは工場生産職種について多かったが、1970年以降は事務職種に追い抜かれてしまい、両者の開きは拡大してきた。

経済の高度成長がはじまった1960年代初頭あるいはその以前から、工場生産職種は構成比を高めていったが、低成長が恒常化した1980年代初頭には構成比が低下する傾向がみられるようになった。また、工場生産職種のあとを追うように構成比を高めてきたサービス職種も、1980年代に入って構成比を低下させた。サービス職種に分類されている販売従業者は、商業活動の合理化・省力化によってそれほど数が増えなくなってきている。こうした動きとまったく対照的なのが事務職種であり、1985年には構成比がついに第1位となった。

1960年代から今日に至るまで、事務所・営業所形態の事業所、あるいは事務職種の就業者は、構成比を一貫して増やしつづけてきた。こうした構成比の変化は、いうまでもなく空間的に均一に生じたわけではない。第3表は事務所等

第3表 事務所等従業者数の地域別増加状況

圏 域	1981～86年事務所等 従業者増加数（千人）		1981～86年従業者数増加寄与率(%)		
			事務所等	非事務所等	事業所全体
東京圏	603	49.0%	4.9	5.5	10.4
関西圏	220	17.9%	3.0	3.0	6.0
名古屋圏	51	4.1%	1.2	6.6	7.8
地方圏	357	29.0%	1.6	3.8	5.4
全 国	1,231	100.0%	2.7	4.4	7.1

出典：総務庁「事業所統計」による。

注1：民営事業所の従業者のみを対象。

注2：東京圏＝東京・埼玉・千葉・神奈川，関西圏＝大阪・京都・奈良・兵庫，名古屋圏＝愛知・岐阜・三重，地方圏＝上記以外の道県。

従業者数の地域別増加（1981～86年）を地域別に示したものであるが、東京・埼玉・千葉・神奈川からなる東京圏での増加ぶりが著しい。東京圏では、事務所等、非事務所等の区別なく、いずれも全国平均を上回る増加率を示した。これに対し、大阪・京都・奈良・兵庫の関西圏では、事務所等の従業者数のみ増加率が平均を上回った。逆に愛知・岐阜・三重の名古屋圏では、非事務所等の増加率が平均を上回った。このように、同じ大都市圏でも、地域によって増加の仕方が異なっている。

従業者数の増加率は3大都市圏では全国平均を上回ったが、地方圏では増加率が全国平均を下回ってしまった。このことは、1980年代に入って、就業機会が大都市圏に相対的に集中する傾向のあることを物語る。また、従業者数の増加寄与率を事務所等と非事務所等に分けてみると、非事務所等の方が全国平均との格差が小さい。先にも述べたように、事務的業務活動は大都市をはじめとする都市地域に立地しやすい特性があるが、地方圏における事務所等従業者数の1.6%という低い増加率（全国平均は2.7%）は、まさにこのことを反映している。かりに、事業所立地のこうした傾向が今後もつづくとしたら、大都市圏と地方圏における就業機会の格差は開く可能性がある。事務所等をはじめとする事業所の地方移転や新規立地など、格差是正のための立地政策が必要とされる理由は、まさにこうした点にある²⁰。

2. 事務所機能の類型

事務所機能の立地を論ずる場合、問題となるのは、事務所機能をどのように定義するかである。これまでの経済立地論では、農業、工業、商業の各産業部門別に経済活動の空間的立地を説明するモデルをつくってきた。そこでの基本的認識は、各々の経済活動は農作物を栽培するか、工業製品を生産するか、あるいは商品を生産するか、そのいずれかの活動であるという点である。こうした活動を実際に行うのは個別の企業であるため、それは企業の立地を説明するモデルでもある。ところが、事務所機能の場合は、企業そのものの立地という

事務所機能の立地モデルの構築（林）

より、企業組織の一部門の立地という側面が強い。もちろん、一つの企業が総合的に事務的業務活動を営む例も多いが、それとは別に、建設業、工業、商業、場合によっては農業を営む企業の組織の一部門として、事務所機能が設けられている場合がかなりある。

つまり、従来の経済立地論が農業、工業、商業の各活動を純粹に行う企業の立地を問題にしていたのとは異なり、事務所立地の場合は、こうした経済活動からいわば分離した状態にある部門の立地を問題とする。資本主義経済が高度に発達して、経済のしくみや企業組織が複雑化してきた今日、物的な生産・物流機能から分離して専門化してきた事務所機能が、経済活動の中で重要な意味をもつようになった。ある意味では、農業、工業、商業の各産業部門別に企業の立地を考えることは、現在ではもはや非現実的であり、こうした活動が垂直的に統合された企業組織の立地こそを問題とすべきといえよう。事務所機能は、現代社会の巨大な経済システムの中で、管理・事務的機能を行う経済活動であるため、その立地を問題にする場合には、生産・流通をはじめ他の関連諸部門との関係を考慮する必要がある。

以上のようにして、事務所機能の今日的意義とその理念的役割はおさえられるが、具体的にその立地現象を問題にする場合には、事務所機能がどのような事業所の集合であるかが分っていなければならない。事務所機能を統計的にとらえるには、大きく分けて二つの方法がある。第1は事業所の形態に注目する場合であり、わが国では1969年以降の事業所統計調査において、調査員の判断にもとづく調査事項として、事務所形態の事業所が他の形態から区別されるようになった⁹⁾。その際に問題になるのは、どのような基準にもとづいて事業所の形態区分が行われているかという点である。この点については、事務所は「人事・経理・企画など非現業的な事務（作業的、現場的なものを除く）を行い、一般に「事務所」といわれている事業所」という基準が設けられている。事務所機能を狭く考えれば、ここでいう「事務所」だけが対象となるが、実際には「製造業の販売部門、保険会社の営業部門、運輸会社の営業所、銀行の支

店など営業活動を主として事業所外で行い、一般に「営業所」といわれる事業所」として定義されている営業所も、事務所機能の中に含めてよいと考えられる。こうしたことから、かりにわが国の事業所統計を利用するなら、主として管理・営業活動を営む事務所・営業所形態の事業所が、事務所機能に相当するといえる。

事務所機能を統計的にとらえる第2の方法は、職業別就業者に注目する方法である。事務的業務活動を行う人々の数は、わが国の場合、国勢調査の職業別就業者としてとらえられている。具体的には、専門的・技術的職業従事者、管理的職業従事者、事務従事者が事務職種の中に含まれている⁽⁴⁾。当然のことながら、同じ企業や事業所の中にあっても、そこで働く人々の職種は様ではない。このため、事務所形態として認定された事業所で就業する人々のすべてが事務職種でない場合もありうる。逆にいえば、事業所形態が工場であるからといって、そこには事務職種の就業者がまったくいないとは、必ずしもいえない。要するに、これら2種類の統計調査は目的とするところが異なるため、その点を十分わきまえて使用する必要がある。

第4表は、名古屋市を対象として、事業所数と従業者数に占める事務所・営業所の比率(1981年)を産業別に示したものである。これによれば、金融・証券・保険業、情報・運輸・放送に関連するサービス業、建設業、卸売業などの業種が高い比率を示すことがわかる。また第5表は、イギリスにおける事務所雇用の定義を示したものであるが、わが国における国勢調査の基準より詳しい分類が行われている。基本的には大きな違いは見られないが、イギリスの場合は通信の分野が事務所雇用であるのに対し、わが国の場合はサービス職種とされている。また、同じ販売でも、保険・不動産や外交のセールスマンは事務所雇用であるが、小売業・卸売業の販売員は事務所雇用とはみなされていない。これは、わが国の事業所統計調査において、主として事業所の外で販売活動が行われる営業所と事業所内部で販売活動が行われる店舗を区別しているのと同じである。

事務所機能の立地モデルの構築（林）

第4表 事業所数，従業者数に占める事務所・営業所の比率（1981年）

(A) 事業所数，従業者数ともに80%以上			
業種番号	業	種	名
42	代	理	業
50	銀	行	・ 仲 立 業
51	農	林	水 産 金 融 業
53	補	助	的 金 融 業 ， 金 融 付 帯 業
54	投		資 業
56	証	券	業 ， 商 品 取 引 業
62	道	路	貨 物 運 送 業
63	水		運 送 業
64	航	空	運 送 業
66	運	輸	に 付 帯 す る サ ー ビ ス 業
73	熱		供 給 業
81	放		送 業
84	共同組合（他に分類されないもの）		
85	情	報	サ ー ビ ス ・ 調 査 ・ 広 告 業
89	保	健	及 び 廃 棄 物 処 理 業
94	政	治	・ 経 済 ・ 文 化 団 体

(B) 事業所数は80%以上，従業者数は60%以上			
業種番号	業	種	名
55	証	券	業 ， 商 品 取 引 業
71	ガ		ス 業
93	学	術	研 究 機 関

(C) 事業所数は60%以上，従業者数は80%以上			
業種番号	業	種	名
6	林		業
15	総	合	工 事 業
17	設	備	工 事 業
41	卸		売 業
52	中小企業・庶民・住宅等特定目的金融業		
57	保険媒介代理業，保険サービス業		
86	専門サービス業（他に分類されないもの）		

(D) 事業所数，従業者数ともに60%以上			
業種番号	業	種	名
72	水		道 業
74	物	品	賃 貸 業

出典：林，1988，p. 114. 第1表.

第5表 事務所雇用の定義

職業分類		事務所雇用とみなされる職業類型
専門, 技術		建築家, 技術者, 測量技師, 法律家, 製図技師・専門技術者, 他に分類されない専門家・技術者
行政, 管理, 経営		政府行政官, 民間部門の雇用主, 取締役, 支配人, 自営業者
事務		簿記係・現金出納係, 速記者・タイピスト, 事務機器オペレーター, 受付係, その他の事務的労働者
販	売	保険・不動産セールスマン, 競売人, 価格査定官, 外交セールスマン, メーカー代理人
通	信	電話・通信およびこれに関連するオペレーター, 郵便局長, 郵便配達人・文書送達人
事務所雇用とはみなされないホワイト・カラー雇用		
専	門	科学者, 開業医, 歯科医, 看護婦, その他の医者, 教員, 聖職者
販	売	経営者・店主, 小売・卸売業販売員, 店員

出典: Alexander, 1979, p. 3, Table 1.1.

以上で述べてきたように、事務所機能は事業所と就業者の二つの側面から統計的にはとらえることができる。このような把握が、事務所立地のモデル構築の前提作業として必要となるのは、事務所が現実世界の中でどのような立地傾向を示すかを、あらかじめ知っておく必要があるからにはほかならない。事務所・営業所形態の事業所が具体的にどのような過程を経て生まれ、立地展開を示してきたかを知らなければ、その立地モデルを構築することはできない。この種の事業所の現実の立地動向は別稿(林, 1987, 1988, 1989b)において論じているため、ここでそれを繰り返す余裕はないが、立地モデル構築の前提として、事務所立地に関する経験的事実の積上げが必要であることは論をまたない。

III 既存の立地モデルの適用可能性

事務所機能の立地を説明するモデルを構築する場合、まったく白紙の状態

事務所機能の立地モデルの構築（林）

からはじめることはない。なぜなら、この種の機能を対象として、その立地を説明するモデルをつくる試みはすでに行われているからである。また、すでに提唱されている経済活動の立地モデルの中に、事務所機能を説明するてがかりを与えているものがあると思われるからである。以下で述べる六つの立地モデルは、立地の空間的スケールや対象としている側面の点で、それぞれ差異がある。したがって、それらは個別の立地モデルという感じが強く、相互関係も弱い。しかし、こうした点は他の経済立地モデルについてもあてはまる点であり、今後に改善が望まれるとしても、本来いたしかたない面がある。

1. 中心地モデル

クリスタラー（Christaller, 1933）にはじまる中心地モデルの考え方は、財やサービスの空間的供給システムの説明モデルとして、多くの支持を得ている。多数の消費者が平面上に均等に分布しているとき、六角形市場網の内部にある中心地点から財やサービスを供給すれば、最適な供給が実現できる。市場地域の規模は財やサービスの種類によって異なっているが、集積の利益を考慮すれば、供給中心地点はできるだけ一致するのが望ましい。このため、市場網は階層的な構成と配置を示すようになる。もっとも、クリスタラーのモデルをより一般化したレッシュ（Lösch, 1945）の中心地モデルでは、想定されるすべての市場網が重なっているため、階層的つまり不連続的な構成というより、むしろ連続的な構成となっている。さらに、クリスタラーとレッシュの中間に位置づけられる一般階層モデルにおいては、クリスタラー・タイプほどには厳格でない階層構成が特徴とされる。

中心地モデルが事務所立地の説明モデルとして有効性をもつのは、事務所機能のかなりの部分が市場指向的な立地特性をもっているためである。前章で指摘したように、金融・証券・保険業、情報・運輸・放送サービス業、卸売業などの事業所は、基本的には市場指向的な立地特性をもっている。ただし、同じ市場指向でも、中心地モデルで想定する機能（中心機能）が小売業や対個人サー

ビス業などのように、最終消費者を対象としているのに対し、上で述べた事業所の中には企業や中間消費者を対象とするものが含まれている。また、企業の管理活動は、外部の消費者ではなく、企業内部の各組織部門を対象として行われている点にも注意する必要がある。

多くの事務所機能が市場指向的な立地特性を有するとしても、中にはこれとは性格を異にする事務所機能も存在する。その典型は、工業活動に付随する管理機能である。工業は、使用する原料や労働力あるいは出荷先市場との位置関係でその立地が決定される。しかし、生産拠点が複数になったり、生産のしくみが多様化してくると、企業組織を統括する管理部門が生まれるようになる。これは明らかに事務所機能といえるが、その立地特性は生産地指向的である場合が少なくない。これは、従来の中心地モデルではうまく説明が付きにくい立地特性といえよう。もっとも、後述するように、企業が工業生産活動以外に、自社製品を販売するための活動を行うようになると、管理部門が市場指向的になる可能性がある。販売組織の統括や市場情報の収集が新たに業務として加わるため、市場立地が有利となるからである。

2. 一般相互作用モデル

一般相互作用モデルは、人やモノの移動を説明したり、あるいは勢力圏や市場地域の範囲を推定するときに用いられることが多い。中心地モデルでは、消費者はもっとも近くにある中心地を利用するという前提条件が設けられている。しかし実際の行動を観察すると、最近隣ではない中心地が利用されることが少なくない。このような場合、一般相互作用モデルを使えば、実際に行われている行動に近い行動パターンを予測することができる。中心地モデルの前提とは異なり、現実の世界では、同じ種類の財でも質に違いがある。また、一度に多種類の財を購入することを想定しない中心地モデルとは違い、現実にはワンストップ・ショッピングを行って交通費を節約しようとする行動が一般的である。要するに、消費者行動をあまりにも厳格に規定している中心地モデルを現実的

事務所機能の立地モデルの構築（林）

側面から補うという点で、一般相互作用モデルは意味がある。

このモデルを用いて事務所立地を説明する場合、考えられるのは事務所機能の影響が及ぶ範囲の画定であろう。一般的相互作用モデルでは、影響力は機能の集積規模に比例し、距離に反比例すると考えられている。このため、事務所機能の集積規模が大きい大都市や都心部の勢力圏は、一般に広いと思われる。また、複数の都市や都市内中心地に集積する事務所機能群の勢力が均衡する地点は、分割点方程式によって求めることができる。その連続的軌跡がアポロニウスの円を描くことも、一般的によく知られている。さらに、当初はライリー（Reilly, 1931）の小売引力モデルとして使われていたこのモデルは、のちにはハフ（Huff, 1963）のモデルとして大幅に模様替えをすることになった。確定モデルより確率モデルの方が、現実の行動を説明するには適していると考えられるからである。事務所機能の場合においても、機能の集積地を中心として独占的な勢力圏を想定するのは、あまり現実的とはいえない。影響力が相互に入り組んでいるという確率論的なとらえかたの方がむしろ適切といえよう。

このように、一般相互作用モデルは、すでに存在する事務所機能集積地の勢力圏を理論的に推定するのに適したモデルである。しかし、このモデルでは、事務所機能がなぜそこに集積立地するようになったかを説明することはできない。モデル構築の目的がもともと違うため、このモデルにこのような役割を求めることは適切ではない。このモデルは、あくまで部分的な説明モデルの域をでないのである。

3. 付値曲線モデル

付値曲線モデルは、一般に都市の内部において、種々の経済活動が地代の分布状況に応じてどのように立地展開するかを説明するモデルである。円形の都市空間を想定した場合、都市内部にあるすべての地点から伸ばした距離の総和が最小になるのは、円の中心つまり都心部である。ここから遠ざかるにつれて総距離が増大するため、交通費の総額は増えていく。交通費の増大は企業活動

にとってはマイナスであるため、企業は競って都心部に立地しようとする。ところが都心部で供給できる空間には物理的な限界があるため、空間をめぐる競争が行われ、もっとも高い地代を支払うことができる経済活動が空間を占拠することになる。交通費の総額は都心部から遠ざかるにつれて増大し、それに応じて空間を占拠するために必要とされる地代は低下していく。地代の支払い能力は、経済活動の種類に応じて異なるため、その種類ごとに占拠する場所が決定されていく。最終的には、都心部を中心として同心円的なパターンが形成され、安定的状態がもたらされる。

以上で述べた状態は、都市空間を非常に単純化して考えた場合であり、実際の移動は交通路の上で行われる。このため、交通費の総額が都心部を中心に単純に増大することはない。また、交通路の分布には通常、地域差が存在するため、同心円的なパターンも歪められる。このように、現実の都市空間ではこのモデルが予測するようにはならない面もあるが、しかしながら付値曲線モデルは、経済活動の空間的展開をマクロ的にかなりうまく説明するモデルといつてよい。事務所機能は、商業、工業、住宅などの機能と並び代表的な都市機能であり、これらの機能の間の競争的な立地パターンが、このモデルによって説明される。ただし、この種のモデルでは、地代の分布は都市内部における近接性のみによって決定されるとしていることが多い。これは、このモデルが都市内部スケールを想定して考えられているためであるが、かりに都市間スケールをも同時に考慮したら、モデルは修正を受けるであろう。この点に関する詳しい検討はのちほど行うことにする。

4. 立地均衡モデル

立地均衡モデルは、都心部に集積立地する事務所機能が地代や施設費用を支払いながら、一方では集積の利益を享受して、全体としてどのような立地均衡を示すかを明らかにするモデルである。このモデルの基礎をつくったオハラ(O'Hara, 1977)のモデルでは、正方形をした都心部に事務所機能が集積する

事務所機能の立地モデルの構築（林）

状況が想定される。ここに立地する企業は外部との間には接触をもたず、もっぱら都心内部での接触活動を行う。接触を行うには移動が不可欠であり、そのためには移動費つまり交通費を支払わなければならない。ただしオハラモデルでは、移動にともなう混雑は発生しないと想定されている。企業は利益が最大になるような意志決定を行うが、これが地代にはねかえるメカニズムがモデルに挿入される。さらにまた、事務所空間は需要の増大にともなって長期的に増加していくと考えられている。

こうした状況のもとで、企業は利潤が最大になるような接触行動を行い、また地代は事務所空間供給の限界費用に一致する点で決定される。この結果、都心内部でいかなる均衡がおとずれるかが示される。接触到に要する費用は中心地点からの距離にともなって増大するが、増え方は周辺部にいくほど急激になる。逆に地代や施設利用費は、周辺部にいくほど低下速度が急激である。トーチェンとウィッテ (Tauchen and Witte, 1983) は、アメリカ合衆国における100-250万都市を対象として研究を行い、実際のパラメーターを使って費用や利益が中心部からの距離に応じてどのようになるかを示した。こうした研究から得られた教訓の一つは、通信手段の発達が接触行動に与える意味の大きさや、都市計画などによる都心空間の物理的規制が規模の利益に及ぼす影響である。

立地均衡モデルは、集積の利益を立地要因とする事務所機能を真正面から対象として、その立地均衡状態を示そうとするモデルである。事務所機能を直接対象とした立地モデルがこれまではなかっただけに、パイオニア的意義はきわめて大きいといえる。ただしこのモデルでは、事務所機能は単一機能として取り扱われており、管理・営業・サービスといったような区別はない。また、都心部というきわめて狭い空間を想定したモデルであり、交通路も均一に分布しているという前提で進められている。都心部だけでなく、副都心や周辺部にまで事務所機能が立地している現状を説明するには、さらに複雑なモデルが必要となるであろう。

5. 情報伝播モデル

情報伝播モデルは、情報が空間的に伝播していくさいのメカニズムを説明しようとするモデルである。このモデルが事務所機能の立地にとって重要と考えられるのは、事務的業務活動が情報の収集・加工・発信と深い関係にあるという認識があるからである。財やサービスの移動とは異なり、情報の移動は通信手段を介して行うことができる。情報にとって重要な点は質の高さ、すなわちレベルの高さである。レベルの高い情報は特定地点に集まりやすい性格をもっているのに対し、低いレベルの情報は広く拡散しやすい。情報の移動特性と階層性から、事務所立地を説明するてがかりが得られる可能性がある。

一般に中心地モデルでは、財あるいはサービスは最大の市場地域を越えて移動することはない。クリスタラー・タイプはもとより、低次中心地が隣接する高次中心地に対してサービスを行うこともあるレッシュ・タイプの中心地モデルにおいてさえ、財・サービスの移動は狭い範囲に限られている。ところが、現実の世界を見た場合、国土の両端にある都市相互間、あるいは国と国の間を企業情報が行き交うことは日常的である。もちろん、こうした広範囲な移動は情報のみに限られたものではないが、とくに情報の場合はそれが顕著である。こうした現象は、情報のもつ移動特性と階層性によってしか説明できない。

中心地モデルが、事業所と消費者との間の財・サービスの移動を説明しようとするのに対し、情報伝播モデルは企業相互間あるいは事業所相互間の情報の移動を説明しようとする。ただし、現在までのところ、このモデルを使った理論的成果がとくにあるわけではなく、経験的事実から情報の重要性が指摘されるにとどまっている。国際的な企業活動にとって情報がとくに重要な役割を果たしていると説くプレッド (Pred, 1977) は、クリスタラー・タイプの中心地モデルを修正して、垂直的方向とは別の水平的移動経路が情報伝播の経路として存在することを図示している。これは経験的事実からみても確かにいえることであり、中心地モデルを拡張することによって事務所機能の立地モデルがつくれることを示唆している。

事務所機能の立地モデルの構築（林）

レベルの高い情報が特定の都市や地点に集中するのは、いくつかの理由がある。第1に、都市の規模が大きくなるほど成立閾条件が満たされやすいため、種々の機能が立地しやすい。また、機能の専門化も進みやすく、特殊な機能が出現できるようになる。第2に、規模の大きい機能分化も進んだ異質性に満ちた都市ほど、技術革新が生まれやすく、またそれを生かす条件にも恵まれている。結局、これら二つの理由が重なり合いながら機能の多様化が進み、結果的に多様な情報が集積するようになる。市場の動向を調査したり、新製品を開発したりする機能は、企業活動の中でもレベルの高い機能である。情報を重視するこうした機能が大都市に集中すれば、これを支援するサービス業がさらに付随立地するようになり、累積的な機能立地が進展する。

6. 立地決定モデル

ここでいう立地決定モデルは、企業が自らの立地点を決定するモデルである。ただし、従来からある利潤最大化地点を見出すモデルや、費用を最小にできる場所を見つけるモデルではなく、立地にともなう満足性を最大にするモデルである。満足性というかなり主観的な基準を、費用や利潤という客観的基準にかわって用いているところに特徴がある。近代経済学の公理にしたがうモデルではなく、心理学的評価を重視するこうしたモデルが登場してきた背景には、現実の人間は「経済人」ではないという基本的認識がある。われわれは、立地決定に必要な情報をすべて得ているわけではなく、またたとえ得ているとしても、それをを用いて正しい意志決定ができるという保証はない。情報量や決定までの時間が制約されている中で、企業人は自らの能力の及ぶ範囲で意志決定を行っているのである。

この種のモデルの基本的な考え方をよく示しているエドワード（Edwards, 1983）のモデルでは、立地決定は2段階にわたっている。第1段階は、現在の立地点にこのままとどまって活動するのは好ましくなく、他の地点に移動すべきであるということを決断するに至る過程である。こうした認識が生まれてく

る背景には、企業外部の環境変化や、企業内部における状況の変化がある。交通条件の悪化や賃貸料の上昇は前者の変化であり、また企業活動の多様化や企業理念の方向転換は後者の変化といえよう。こうした変化状況を受けて移転すべしという決定が行われたら、つぎには新たな立地点を見出す活動が開始される。これが第2段階の意志決定である。

この段階では、企業の将来にあるべき姿を想定しつつ、これにふさわしい場所選びが行われる。いくつかの候補地点が挙げられ、各候補地点について条件がチェックされる。このとき、意志決定の基準となるのは、相手先との接触・施設の水準・通勤のしやすさ・賃貸料などである。こうした基準をもとに候補地点の絞りこみが行われ、やがて移転先が決定される。ここで重要なのは、移転先として唯一の地点があるのではなく、いくつか考えられる地点の中から相対的に優位と判断された地点が選ばれるという点である。しかも、選定にさいしては、企業にとっていかに満足のいく地点であるかが、判断の拠所とされるという点である。

以上で述べてきたように、行動論的立場から事務所機能の立地決定を考えようというこのモデルは、立地決定の過程を重視するモデルである。その点では、消費者が必ずしも最近隣中心地を利用しないことから、中心地モデルの非現実性を指摘し、行動論的立場から消費者行動を説明しようとする考えと似た立場にある。行動論的モデルが中心地の立地より消費者行動に関心を向けているのと同じように、このモデルでは、事務所の立地そのものより、むしろ企業内外の環境条件の認知とそれにもとづく意志決定の過程に重点が置かれている。事務所立地モデルの研究分野においても、近代経済学の公理にしたがって最適立地点を見出そうというモデルがある一方、ここで示したようなそれとは異なる観点からのモデルもつくられている。

IV 都市間レベルでの事務所立地

1. 事務所機能の類型

II章で事務所機能の類型を検討したさいに、わが国の事業所統計調査では「人事・経理・企画など非現業的な事務（作業的、現場的なものは除く）を行い、一般に「事務所」といわれる事業所」が事務所形態の基準とされていると述べた。また、これとは別に、「製造会社の販売部門、保険会社の営業部門、運輸会社の営業所、銀行の支店など営業活動を主として外で行い、一般に「営業所」といわれる事業所」という基準で形態が認定される営業所も、事務所機能の中に含めてよい、と述べた。つまり、ここでは事務所・営業所形態の事業所を事務所と考えるのであるが、問題はこうした事業所がどのような立地特性をもっているか、という点である。

事業所形態の定義にあるように、まず狭義の事務所は、産業の種類に関係なく、人事・管理・企画など非現業的な事務活動を行う事業所である。これを略して「管理的な事務活動」と呼ぶことにすれば、管理事務がこの活動の本質といえる。この種の活動は、それ自体で完結する組織とは考えにくく、管理をする相手先や企画を実行する部門、それに人事の対象となる組織が別に存在することが多い。つまり、企業組織の中の本部すなわち本社機能がその一部であるのが一般的である。この種の事業所は、企業組織が大規模になり、複雑化する結果、生ずるようになるといえる。

いまひとつの事務所機能である営業所は、その定義にもあるように、製造業の販売部門、金融・保険業の支店・営業所などである。営業活動は主として事業所の外部で行われるため、事業所では物販活動やサービスの供給は行われない。ただし、銀行の支店が含まれていることから、金融サービスは事業所内部で行われる場合もあるといえる。いささか矛盾した定義といえなくもないが、直接、財やサービスの供給は行わない営業活動というのが、この種の事業所の本質である。このような活動は、一般の企業や消費者を対象としたサービスの

活動であるが、ここではとくに企業を対象とした活動に注目したい。最終消費者を対象とするサービス活動は、中心地モデルによってその立地が基本的に説明される。かりにこのように考えれば、企業を対象とした残りのサービス活動の立地があらたに問題となる。

さて、上述した諸活動の立地特性を検討する場合、管理事務は「管理」という点からして、企業組織全体の中では中心にあることが望ましい活動である。一方、主として企業を対象に営業活動を行う営業所は、自社の製品を販売するための事業所と、企業向けのサービスを行う事業所に大別される。前者は製造業などの販売部門に多く、また後者は金融・保険業などの支社・営業所に多いことは、事業所統計の定義からも明らかである。このように見てくると、事務所機能は管理事務・営業・企業サービスの三つくらいに分けることができようである。第6表は、このような考えのもとで、事務所機能を分類したものであり、縦軸が活動の種類を示している。この表で、横軸は時間を表しており、この種の活動が昔から存在していた普遍的なものか、あるいは近年顕著になったものかに注目して、伝統的機能と現代的機能に二分している。

第6表 事務所機能の類型区分

	伝統的事務所機能	現代的事務所機能
管理的業務	金融・保険業の本社など	製造業・建設業の本社など
営業的業務		製造業・建設業の支社・営業所など
サービス業務	金融・保険業の支社・営業所など	企業情報・専門サービス業など

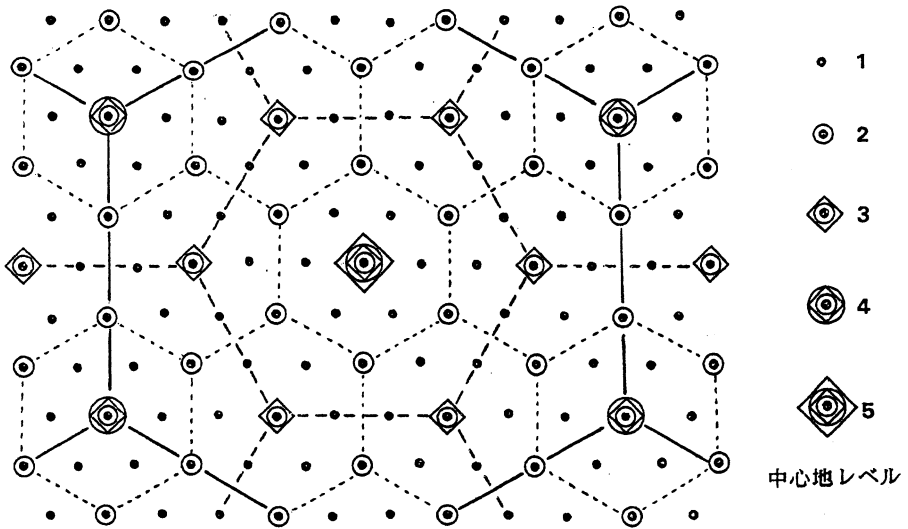
2. 前提としての中心地（都市）システムの存在

都市間レベルで事務所機能の立地モデルを考える場合、どのような時代背景を考えるかが大きな問題となる。というのも、事務所機能が経済活動の中で顕在化してきたのは比較的最近のことであり、これは資本主義経済の高度な発達と不可分の関係にあるからである。従来の研究によれば、事務所機能の集積量は都市の規模とおおむね比例する関係にあり、都市を中心とする人口や企業の

事務所機能の立地モデルの構築 (林)

分布と関係のあることがわかっている。このことは、事務所機能のかんりの部分が市場指向的な立地特性をもっていることを意味する。では、このような分布はどのような過程を経て現れたのであろうか。

多くの先進諸国では、工業化による都市化がかなり水準にまで達しているが、工業化が始まる以前は、農業経済を主体とする集落システムが存在していた。このシステムは、一般には中心地システムと称されるが、これは、農業活動の余剰生産物が交換される中心地が地域の結節点として発展したシステムである (第1図)。こうした中心地は全国的規模で展開しており、後背地域の



第1図 都市間中心地モデル (K=3システム)

きさに応じてその規模も多様である。また中心地は、単に物的交換の場所としての機能ばかりでなく、政治・文化・教育などの機能をも果たしている。農業社会では、レベルの高いサービス活動に必要な成立閾条件を満たすことができたのは、こうした中心地のみであったため、中心地が地域全体を組織化する要の役割を果たしたのである。

やがて産業革命が起こり、工業活動が開始されるようになると、原料産地や物資の積み換え地点、あるいは人口の集中地点に立地した工業が人口を引きつけるようになった。このため、農業生産を基盤として比較的均等に分布していた中心地の空間システムが影響を受けるようになり、中心地の空間的な均等パターンが崩れていった。工業生産のために人口が流出した農村部では、中心地の相対的な衰退が生ずる一方、これまで無人の地であった場所で、工業生産にともなう人口の集中が生じた。しかしながら、国土全体の集落システムあるいは都市システムは、大きく変化することはなかった⁶⁾。すでにある程度の規模をもっていた集落では、歯止効果や累積的発展の効果が働き、その規模が維持されるかもしくは大きくなったからである。

このように、多くの先進諸国では、まずはじめに全国的規模での中心地システムが存在しており、この上に工業発展による集落もしくは都市のシステムが重なっていったと考えられる⁷⁾。市場指向的な立地特性をもつ事務所機能は、すでにかなり早い段階で、人口が集まっている集落や都市に立地していた。銀行・保険・郵便・行政サービスなど伝統的な事務所機能は、集落や都市の規模に応じて立地展開を示したと考えられる。このため、事務所立地モデルの初期的条件として、中心地（都市）システムを想定することは許されてよいであろう。このことは国土全体の工業化が本格化する以前にあっては、中心地モデルが事務所立地の説明モデルとして適していることを意味する。農産物を中心とする取引活動や、そこで生活する人々に対してサービス活動を行う機能が中心地に立地したのである。

3. 管理機能の顕在化と分離・立地のパターン

伝統的な事務所機能のうちでサービス活動を行うものは、現在に至るまで存続しつづけたと考えてよい。これに対し、同じ伝統的な事務所機能のなかでも、管理的活動を行うものは、経済活動の発展にともなってその数が増えてきたと考えられる。というのは、管理的業務は企業組織が多様化し、配下の事業所数が複数になったとき必要となってくるからである。当初は地元の市場を中心に、比較的狭い範囲で行われていたサービス活動が、経済活動の発展にともなって市場が広がり、その結果増えた支店・支所を管理するために置かれるようになったと考えられる。

主として企業を対象とするサービス活動が成長してきた背景には、製造業・建設業・卸売業などの企業が、大きく発展してきたことがある。これらの産業は経済の高度成長期に著しい発展を示したが、その過程で、企業組織が多様化する現象が見られるようになった。もともと経済の高度成長とは、生産・流通の規模の拡大や所得の増大を意味するが、これは全国的規模での市場拡大を前提として達成することができた。市場が空間的に拡大するには、交通網の発達が不可欠であり、そのために鉄道・道路・港湾などに対して巨額の投資が行われた。

製造業企業が生産規模の拡大を行うのは、規模の利益を追求し、単位当りの生産費を引下げるためである。規模の利益は、さまざまな方法によって得ることができる。一番単純なのは、単一工場の生産設備を拡張することによって、生産量を増やすことである。ただし、市街地に工場がある場合は現在地での敷地拡大は困難であるため、都市の周辺部に工場を立地移転させなければならない。そのさい、現在の工場を生産以外の活動を行う場所として残すことが考えられる。場合によっては、ここに管理部門を置き、新工場で生産活動を行うことがあろう。つまり、生産と管理が空間的に分離する可能性がある。とくに、現在の工場が都市化の波に洗われて、完全に市街地に囲まれてしまうような場合、現工場は市場への近さを武器に情報収集・市場調査・研究開発機能などの立地

場所として適している。いずれにしても、管理部門の専門化・分離化の傾向が、事務所機能が現れるきっかけの一つであることは間違いない。

規模の利益を追求する第2の方法は、生産の場所を複数化し、企業全体として規模の利益を求める方法である。この場合に考えられるのは、工場が比較的近接した状態で立地するケースか、もしくはかなり分散した状態で立地するケースである。前者の場合は、近接的立地による集積の利益を期待することもできよう。いずれにしても、このような場合に管理部門が生産部門から離れて立地することは明らかである。管理-生産の関係を考慮すれば、管理部門は企業組織全体の地理的中心に置くことが望ましい。かくして、中心に位置する管理部門が、周辺部の生産部門に対して種々の指令を発する体制が形成される。ただし、本社機能としての管理部門は、対外的接触や情報収集などを考慮して、企業組織全体の地理的中心を指向しながらも、実際には有力な都市に立地する可能性が高い。このような都市では、各種の企業サービスが受けられやすいからである。

工業生産の規模が拡大するには、その前提条件として、流通・販売機能が大量の製品を取り扱える能力をもっていなければならない。流通・販売機能は、本来は独立した企業によって行われるのが一般的であるが、なかには生産と流通・販売を同一企業が行う場合がある。生産から販売までを一貫して行えば、途中に要する流通経費を削減することができるため、製造業にとっても利点が多い。生産基盤を強化することによって価格支配力を強めた製造業に対し、近代化に遅れをとった流通業は主導力を低下させていった。製造業企業は、生産・流通・販売の一体化にともなう利益を追求するため、垂直的組織化に乗り出した。この結果、本社-支社-営業所という階層的な企業組織がつくられ、それらは都市の規模に応じて全国的に配置された。一方、本社や生産部門でも、市場調査や研究開発などの機能が設けられ、企業の総合力の強化が図られた。支社・営業所は、管理・営業的業務を行う事業所であり、事務所機能の一種であることはすでに述べた通りである。

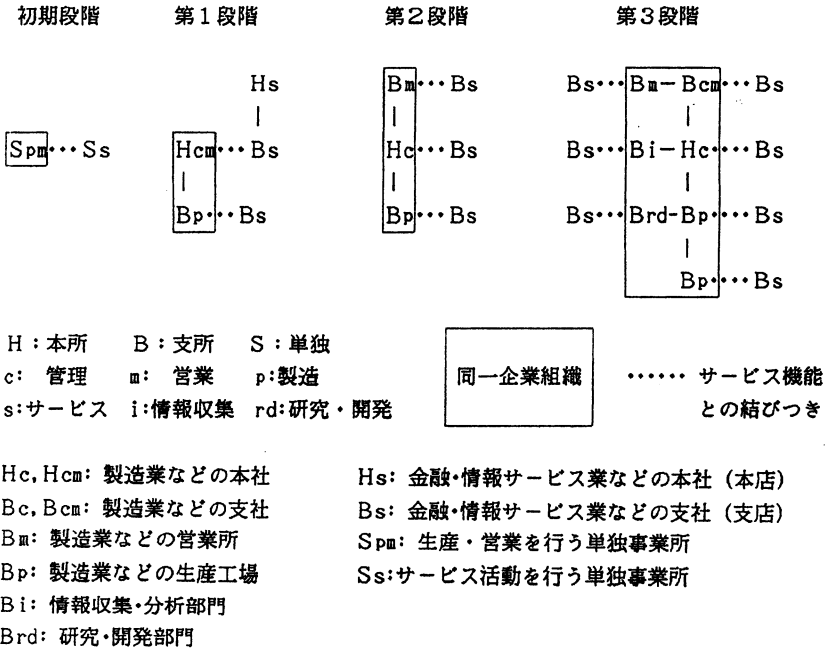
事務所機能の立地モデルの構築（林）

製造業の支社・営業所は、多くの場合、事業所統計調査では卸売業として分類されている。このことが示すように、これらの事業所は一般の企業や施設あるいは小売業を対象として販売活動を行っている。このため、その立地特性は市場指向的であり、後背地を背後に控えた大都市や中都市に立地しやすい。ただし、同じように市場指向的であっても、対象が企業の場合には、その企業分布の影響を受ける。たとえば、中間製品を他の製造業企業に販売する場合は、営業所はその工場の集積地の近くに置かれるであろう。また、支社・営業所の立地が市場指向的であるのは、販売先に近いという条件のほかに、各種の企業サービスが受けやすいという条件が働いていると考えられる。多様なサービス機能が集まっていることによる集積の利益の享受が、これらの事業所を大都市や中都市に引きつけている。

4. 都市階層と企業の階層的組織

製造業企業において、管理部門が生産部門から分離される動き、さらには管理・営業部門が全国的規模で配置される動きは、経済の高度成長期におおいに進展した。これと似た現象は、製造業の分野だけにとどまらず、建設業や運輸業でもあった。要するに、企業が市場を全国的に拡大するのに必要な販売・取引・情報収集などの拠点づくりが、幅広い産業分野において行われたのである。企業組織化のこうした一連の過程を図式モデルとして示すと、第2図のようになる。この図で、アルファベットの大文字は事業所が本所（H）、支所（B）、単独（S）のいずれであるかを示している。また、同じく小文字は事業所の業務内容を示しており、管理（c）、営業（m）、製造（p）、サービス（s）、情報収集（i）、研究・開発（rd）などに分れている。

まず初期の段階として、企業（Spm）が単一工場で生産活動を行っている状況を想定する。この工場では、製造活動と製品販売の営業活動が行われている。こうした活動を外部から支援する企業サービス業が付随的に立地している。この場合の企業サービス業は、きわめて局地的なものであり、高度なサービスは



第2図 事務所機能の分離・発展モデル

遠方に求めなければならないであろう。とくに工場が孤立的に立地する場合は、この可能性が大である。

さて、企業組織が分化する第1段階では、工場(Bp)と本社(Hcm)がまず分離する。この段階で工場は支所形態の事業所となり、生産活動に専門化する。

事務所機能の立地モデルの構築（林）

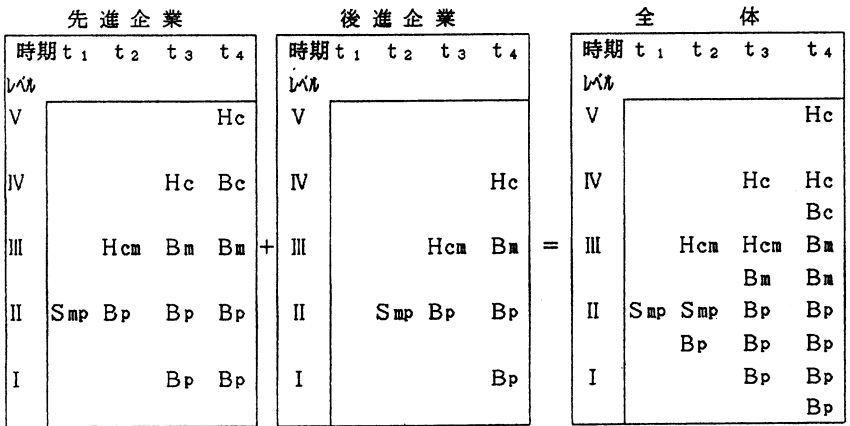
一方、本社は工場を管理する機能や製品を販売するための営業活動を行う。市場はまだそれほど大きくないため、販売部門を独立させて事業所を複数化するまでに至っていない。この場合も、企業活動を外部から支援するサービス業が付随的に立地している。こうした企業サービス業についても、単独形態の事業所とは別に、本所・支所の分離が行われるようになるであろう。サービス活動を実際に行うのは支所形態の事業所であるため、図ではBsが企業に結びついているとしている。

つぎに第2段階になると、営業活動を行う事業所が分離・独立するようになる。営業所（Bm）は、当初はその数が少なく、地元周辺もしくは製品の販売が見込まれる有望な市場の近くに置かれるであろう。その後は市場の拡大に応じて、しだいに営業所の数が多くなり、全国的規模で配置されるようになる。最後に第3段階になると、営業所と支社の区別が顕在化するようになり、階層的な組織構成のもとで営業活動が行われるようになる。支社は本社と営業所あるいは出張所の中間にあって、管理的業務と営業的業務の両方を果たすようになるであろう。企業組織が大きくなり、対象とする市場が拡大してくると、すべての決定を本社で下すことは不可能になってくる。支社が地方ブロックを対象として、管理的な意志決定の権限をもつようになる。

販売活動という企業の前方部門において組織の多様化が進む一方、後方部門すなわち生産過程でも機能分化が生ずる。いったん確保した市場をライバル企業と競争しながら占有するには、新製品の供給が不可欠である。そのためには、市場動向に関する情報を収集したり、素材や製品の開発に力を入れなければならない。情報収集部門（Bi）や研究開発部門（Brd）が本社や工場から独立して活動をはじめるのは、こうした背景からである。このほかに、人材育成のために研修所や付属の施設が分離・独立する場合なども考えられる。

以上で述べた企業内部における組織の多様化、およびそれらの専門・分化の動きは、都市の階層構造と密接な関係にあると考えられる。なぜなら、市場地域は都市を結節点として形成されており、ここを拠点として供給が行われるか

らである。それゆえ、営業活動を行う事業所は拠点となる都市に設けられ、それらを管理する支社はさらにその上位の都市に置かれる。つまり、都市の階層構造を考慮しながら、企業組織の各部門が階層的に配置されるのである。しかも、企業の発展を時間的に見た場合、企業活動の中心が当初から国土の地理的中心にあるということはまれである。市場が拡大し、企業が成長する過程で、企業活動の中心は、もっともふさわしい場所を求めて移動していくと考えられる。



第3図 都市の階層レベルと企業組織の分化に関する発展モデル

第3図は、都市の階層レベルを縦軸にとり、横軸に時間をとって、企業組織が専門・分化していく過程を図式化したものである。一番左の図は、時間 t_1 にレベルIIの都市階層で創業した企業があったと仮定し、これが t_2 の時点で本社(Hcm)と工場(Bp)に分離したと考える。工場の複数化にともなって

事務所機能の立地モデルの構築（林）

専門・分化した本社が移動する場合、移動先は上位の都市である可能性が高い。企業組織全体の統括のしやすさや、企業サービス業の集積の利益を求めようとするなら、レベルⅡよりレベルⅢの都市の方が適しているであろう。

同じように、時間 t_3 になると、市場の拡大にともなって生産規模を上げる必要が生じ、工場の増設が行われる。労働力や用地の得やすさを考慮すれば、新工場は現工場が立地する都市より階層レベルの低い場所に設けられるであろう。一方、販売活動においては、拡大した市場に製品を円滑に供給するため、営業所が各地に設けられる。生産と販売の拡大にともなって本社の果たすべき役割がますます重要になり、本社は全国的な結節網の近くに立地することが有利になる。このため、本社をさらに移動させようという動きが起こり、国土のブロック中心都市に新たに立地するようになる。こうした動きが市場の拡大にともなってさらに進行すれば、全国企業に成長したこの企業は、本社を国土中心の大都市にさらに移転させるであろう。

以上で述べた一連の過程は、単一企業を取り上げた場合の事例であり、実際には数多くの企業がこれと似たような時間的发展を示すであろう。たとえば、第3図の真中の図は、先程の企業より少し遅れてはいるが、まったく同じ発展過程を辿っている企業に関するものである。この企業が将来、全国企業にまで発展すると仮定すれば、時間 t_4 はこの企業がブロック地域を主な市場とする段階にあることを意味する。かりに先程の企業とこの企業の発展の過程を重ね合わせれば、総合的な発展過程を示す図が得られる。これが一番右の図である。われわれが経験的に知っている企業組織の階層的配置は、一見すると非常に複雑なように思われる。しかしそれは、たとえばこの簡単な図式モデルで示されるような個別企業が多数集積した結果である、と考えることはできないであろうか。

5. 中心地モデルと事業所間情報接触モデル

前章でも述べたように、中心地モデルは事務所機能の立地を説明するモデル

として、いくつかの有効性をもっている。しかし、財やサービスを直接、消費者に供給する中心機能とここで考えている事務所機能は、いくつかの点で異なる性格をもっている。相違点の中でもっとも重要と思われるのは、一方が財やサービスの供給を行う小売業やサービス業に相当しているのに対し、もう一方は、むしろ流通経路の中ではその上部に位置する卸売業に相当しているという点である。もっとも、事務所機能には管理・営業・サービスを中心とするものがあるが、ここでは前二者を中心に考えている。企業を対象とするサービス活動は、企業が空間的に均等に分布していれば、中心地モデルに沿った立地パターンを示すであろうが、実際にはこうした状況はまれである。この種の事務所機能についても、中心地モデルは説明モデルとしての限界がある。

管理・営業活動は、基本的には卸売業の活動形態に相当すると考えた場合、流通経路の前方には小売業があり、また後方には製造業がある。このうちの小売業を消費者とみなせば、小売業＝消費者に対して財を供給する卸売業つまり管理・営業活動は、中心地モデルによって予測される立地パターンを示すであろう。管理・営業活動を行う事業所が、都市の階層システムにしたがって立地する傾向にあることは、経験的にも知られている。中心地モデルは、本来は財やサービスを消費者に供給する小売業・サービス業の立地モデルとして構築されたが、これを拡大解釈して、卸売業と小売業の立地関係をも説明すると考えるなら、中心地モデルも管理・営業活動の立地モデルとして生きてくる。

中心地モデルで想定されている中心機能と現代の事務所機能の第2の相違点は、前者が単独形態の事業所であると考えられているのに対し、後者は本所もしくは支所の形態をとる事業所からなるという点である。クリスタラーやレッシュが中心地モデルを構築したときには、生産から流通・販売までを一貫して行う企業形態は想定しにくかったと考えられる。資本主義が高度に発達した現在では、生産・流通・販売の各部門が垂直的に統合された企業形態はめずらしくない。このため、事業所から発信される情報の流れは基本的には階層的である。企業内部の部門相互間を階層的に情報が流れていく。中心地モデルにおい

事務所機能の立地モデルの構築（林）

ても、中心機能の立地はたしかに階層的であるが、財そのものは単独形態の事業所から直接、消費者に向けて流される。第4図は、「間接的階層」と「直接的階層」とでもいうべきこれら二つの流れのパターンを1次元空間において示したものである。

管理・営業活動のうち、とくに管理活動は企業組織全体の地理的中心に立地するのが望ましい。そうすることによって、管理にともなう接触費用、具体的には通信費や交通費の総額を抑えることができるからである。移動にともなう費用の最小化は中心地モデルにおける重要な前提でもあり、これを実現するために中心地は市場地域の文字通り中心に位置する。しかしながら、こうした理論的状况とは異なり、現実世界では管理活動を行う事業所すなわち本社が、企業組織全体の地理的中心に位置するとは必ずしもいえない。こうした状況はどのようにしたら説明できるのであろうか。

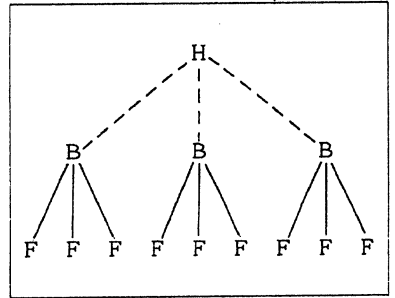
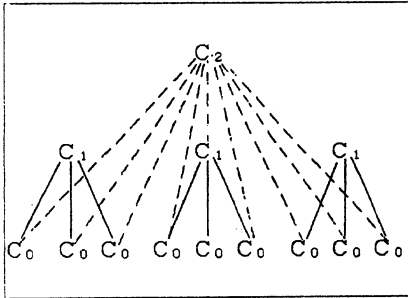
いまかりに、管理活動を行う本社が、第4図の右下に示すような位置にあったとする。このような立地は、企業組織全体から見て決して好ましい位置とはいえない。接触のための総費用、この場合は総距離が最小になるのは、右上のパターンであるからである。最適パターンの総距離に比べると、16.7%だけ長くなっている（第7表）。一方、同じような状況を中心地モデルにおいて考えてみると、第4図の左上にある最適パターンに比べ、左下のそれは42.3%だけ総距離が長い。この違いは、管理機能の場合は情報の移動が本社（H）から営業所（B）を経由して末端（F）、たとえば一般企業の事業所まで流れるのに対し、中心機能の場合は高次財を扱う事業所（C₂）から消費者に向けて直接供給されるからである。

以上のことから言えることは、間接的階層経路を通して情報が流れる企業組織の部門の立地を説明するには、中心地モデルの考え方はあまり適していないということである。立地パターンは一見したところ中心地システムによく似ているが、移動の仕方が異なる企業組織の部門立地は、中心地モデルとは別のモデルで説明しなければならない。かりにこの新しいモデルを事業所間あるいは

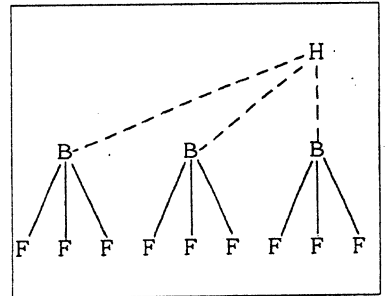
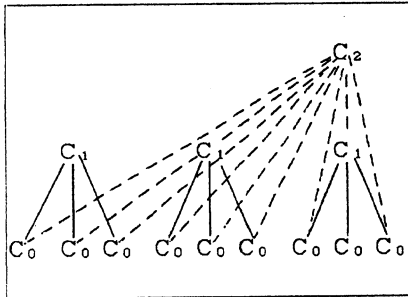
中心地モデル

事業所間情報接触モデル

ケース I



ケース II



第4図 1次元空間における中心地モデルと事業所間情報接触モデル

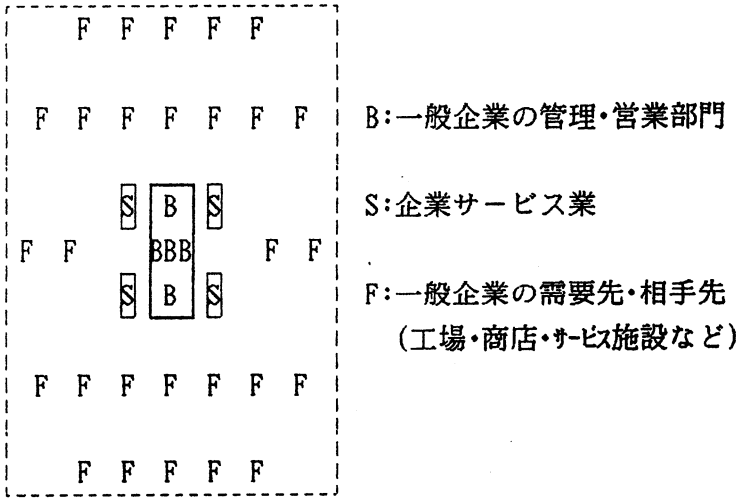
第7表 接触距離の増加率の比較

	中心地モデル			事業所間情報接触モデル		
	接触距離			接触距離		
	$C_2 - C_0$	$C_1 - C_0$	合計	H-F	B-F	合計
ケースⅠ	20	6	26	12	6	18
ケースⅡ	29	6	35	15	6	21
増加率(%)			42.3			16.7

部門間情報接触モデルと名づけるなら、このモデルでは総移動費を最小にする間接的階層接触を介して部門や事業所が機能するという特徴がある。その最適立地パターンは中心地モデルのそれと同じであるが、最適パターンからの乖離の許容度は中心地モデルより大きい。この点に、現実の管理・営業活動の立地を説明するさいの大きなメリットを有しているといえる。

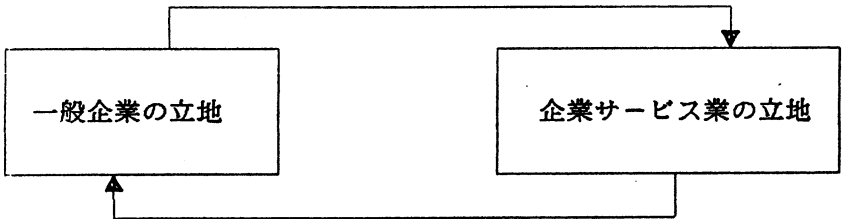
6. サービス機能の付随的立地

これまでの議論では、主として管理と営業の活動を行う事務所機能の立地について考えてきた。こうした機能は、必要とされるさまざまなサービスを外部の企業から受けている。その中には、企業サービス業と呼ばれる事務所機能が含まれている。銀行・証券・保険・広告・法律など古くからあるサービスのほかに、最近では情報・調査・デザイン・設計・企画・人材派遣などのサービスを外部の企業から得るようになった。こうした企業サービス活動を行う事業所は、接触費用を抑えるためには、できるだけ相手先企業の近くに位置するのがよい。またこれらは、経営を維持するために必要な最小販売額つまり成立闕の条件を確保するために、狭い範囲で相手先を見出すのが望ましい。こうしたことから、管理・営業活動を行う事業所が集積する場所の近くに、企業サービス活動を行う事業所が立地するようになる（第5図）。



第5図 一般企業・企業サービス業・需要先の立地模式図

要するに、管理・営業活動を行う一般企業の集積地の近くに企業サービス業が集まってくるが、この動きは一方方向にのみ起こるのではない。実際には、企業サービスが受けやすいことが誘引条件として作用し、一般企業が立地してく



第6図 一般企業と企業サービス業の立地の相互関係

事務所機能の立地モデルの構築（林）

ることがある。つまり、これら二つのタイプの事務所機能は、相互作用あるいは相互依存の関係にあるといえる（第6図）。一般に集積の利益を求めて企業が立地するといわれるのは、こうしたことをいうのである。

製造業においては、管理や営業の部門が生産部門から分離していく過程で、各部門にそれぞれ企業サービス業が付随的に立地すると述べた。企業の各部門が外部に求めるサービスの内容は様ではなく、部門ごとの活動内容に応じて決まる。考えられるのは、企業組織の中の高次な部門に対してサービスを行う事業所は、かなり専門的なサービス業であるということである。逆に、低次のレベルに位置づけられる部門は、どこにでもある普遍的なサービスを受けるであろう。

つまり、各部門の階層的なレベルに応じてサービスの専門性の程度が違っていると考えられる。しかも、すでに述べた段階発展モデルでは、企業組織の階層的な部門構成は都市の階層と平行な関係にあるとしていた。このため、本社など高次の管理機能が集まっているレベルの高い都市には、より専門性の高い企業サービス業が集積する。これとは反対に、営業所・出張所などが立地する階層レベルがあまり高くない都市には、一般的な企業サービス業が多い。このように考えてくると、管理と営業という業務の性格上、階層的になりやすい部門が都市階層にしたがって立地する一方、これに付随する企業サービス業もまたその専門性に応じて階層的に立地するといえる。要するに、いずれのタイプの事務所機能を想定するにしても、それらは都市の階層性と無関係ではないのである。

V 都市内レベルでの事務所立地モデル

1. 前提としての中心地システムの存在

前章では、都市間レベルにおける事務所機能の立地モデルについて考えた。いずれのタイプの事務所機能を想定するにしろ、その事業所の立地は都市間と

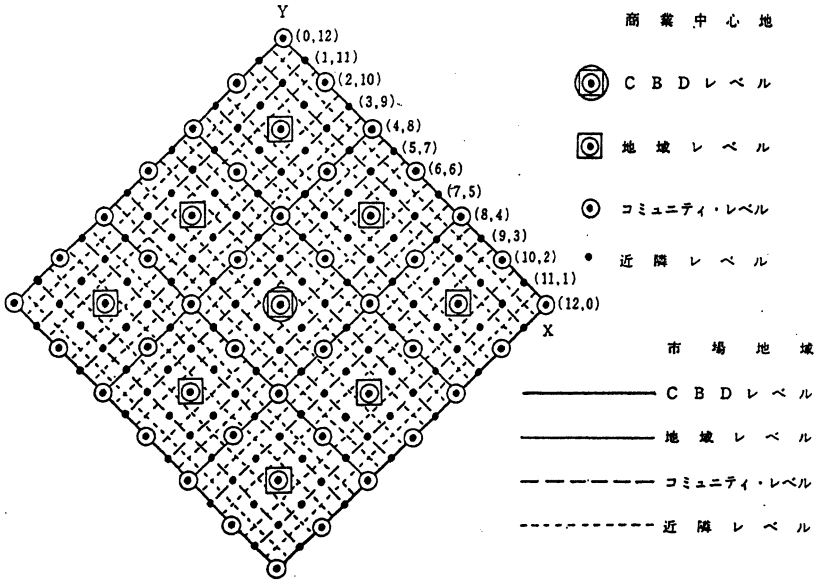
いうマクロなスケールとともに、都市内部というマイクロなスケールでもとらえられる。このことは、通常の地理学研究が都市間と都市内の二つのレベルを設定して行われるために、それに合わせているということの意味するのではない。企業は、組織の本体もしくはその一部門を立地させる場合、多くは2段階的な選択決定を経てこれを行っている。すなわち、はじめに立地すべき地域もしくは都市が選択され、つぎに地域や都市の内部において具体的に立地する地点が決定される。こうした2段階的選択に対応するものとして、都市間と都市内の二つの空間的レベルが考えられるのである。

都市内レベルにおいて事務所機能の立地モデルを検討する本章では、はじめに前提となる空間を想定する。すでに述べたように、事務所機能は経済の発展にともなって成長してきたが、伝統的なタイプは別として、そうでない管理・営業を主体とする事務所機能が顕在化してきたのは、比較的最近のことである。また、製造業をはじめとして、事務所機能は生産・現業部門から管理・営業部門が分離して現れたという経緯がある。こうした歴史的背景を踏まえると、事務所機能は都市形成の当初から存在したとは考えにくく、ある程度、都市地域が広がった段階で登場したと考えるのが妥当であろう。

都市地域が広がっていく背景には、工業や商業など経済活動の存在と、これらの産業に従事する人々の居住地、またさまざまな社会的サービス施設の設置などがある。ここではこうした経済活動や住宅・施設の具体的展開は捨象し、単にある一定の都市空間が存在する状況から出発する。ただし、こうした空間が形成されてきた前提として、都心部を起点とするような空間的発展を想定する。しかも、この都市では交通路が都心部を中心として同じ間隔で正方形格子状に発展してきたと考えている。このため、通常の空間的モデルであれば同心円状に発展する都市が、ここでは中心を共有する正方形形状に発展していく。

第7図は、こうして形成された都市地域を示したものである。実はこの図式モデルは、筆者が以前に、都市内商業中心地システムの発展・変化モデルとして構築したものである。そのときの目的は、財やサービスを供給する中心地が

事務所機能の立地モデルの構築（林）

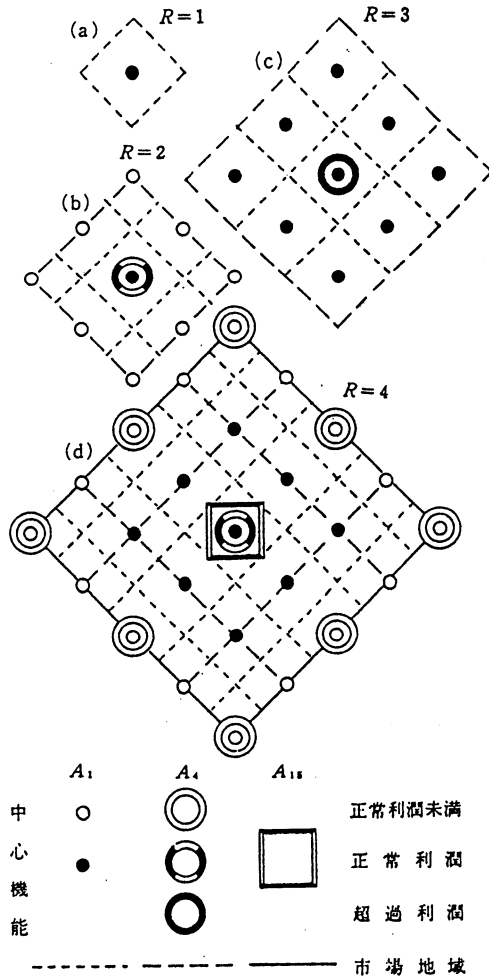


注) ()内の数字は都心(CBD)を原点(0,0)とする座標を示す。

第7図 商業中心地システム ($K_1 = 4$, $K_2 = 4$, $K_3 = 9$ の一般階層モデル)

出典：林, 1982, p. 269, 第5図。

都市の発展にともなってどのように現れるか、またその市場地域はどのような形状を示すかを、それぞれ明らかにする点にあった(第8図)⁶⁾。その最終的なシステムを導くにあたって、筆者はクリスタラーの中心地モデルより現実との



注) R : 都市地域の半径

第8図 都市発展と中心機能の立地過程

出典: 林, 1982, p. 267, 第4図.

事務所機能の立地モデルの構築（林）

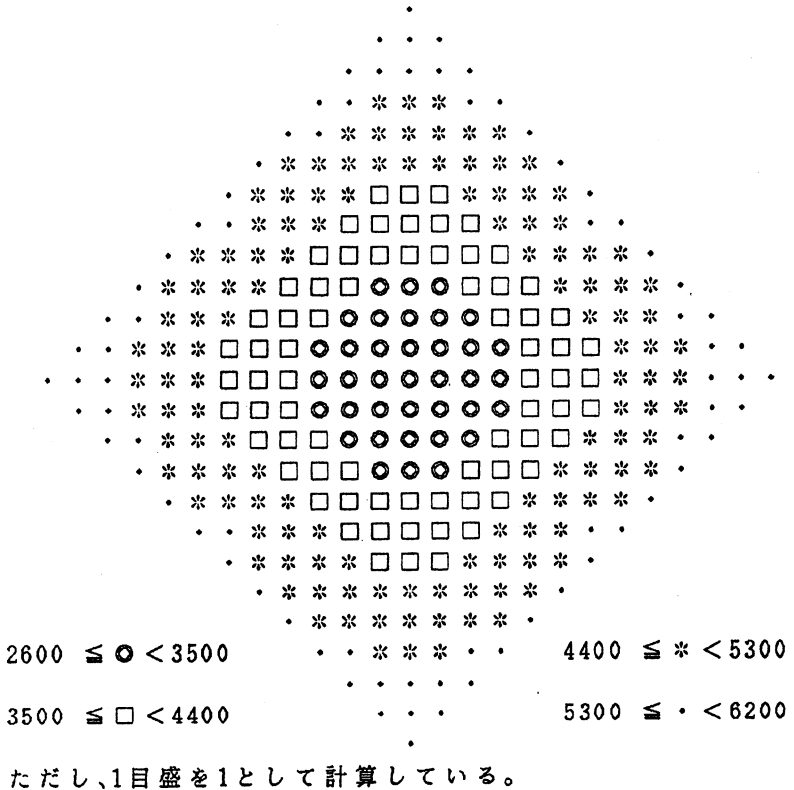
対応がよいと判断される一般階層モデルの考えを適用した。その結果、 $K_1 = 4$ 、 $K_2 = 2$ 、 $K_3 = 9$ という階層構造をもつ商業中心地システムを導いた。重層因数として4、2、9を用いたのは、クリスタラーのいう市場・交通・分離の各原理が各々の階層レベルで作用していると考えたからである。

2. 内生的中心性と外生的中心性

さて、以上のようにして導いた中心地システムがすでに存在しているとして、そのうえで、事務所機能がどのように立地するかを考える。ここで考えている事務所機能は、管理・営業それにサービスの各活動を行う。しかも、これまでのように、これらの活動は直接、消費者を対象とすることは少ないと考えているので、消費者の人口分布には直接関係はない。むしろ、小売業や一般企業などが相手先となるため、これらの分布によって立地が左右される。小売業は商業中心地に立地していることがわかっているが、それ以外の企業や施設などについてはなんら情報が与えられていない。このため、ここでは事務所機能の相手先は都市内部に均等に分布していると考え、これらとの接触費用が最小となる地点がもっとも望ましい地点であるとする。

第9図は、このような考えのもとで、都市内部のすべての地点から任意の点へ到達する距離を測定し、その結果を図示したものである。ただし、最初に述べたように、この都市では都心部を中心に正方形格子状に交通路が張り巡らされており、移動はこれを経由して行われる。また、これらの交通路が交差する地点およびその端点に接触の相手先がいると考えているため、実際には321個の地点から任意の地点までの道路距離の総計が計算される。第9図から明らかなように、総距離は都心部から離れるにしたがって大きくなっていく。最小値は都心部の2,600であり、最大値は東西南北の各端の6,200である。このことから、都市内部に均等に分布する相手先へ（から）の近接性に注目した場合、都心部が接触にともなう費用を最小にする地点であることがわかる。

事務所機能の接触の相手先が都市の内部に限られている場合は、上述の分析



第9図 近接性（到達総距離）の空間的分布

手順で別段問題はない。ところが、相手先が都市の外部にも存在するとしたら、状況は少し変わってくるであろう。実際には、都市内部はもとより、都市圏の

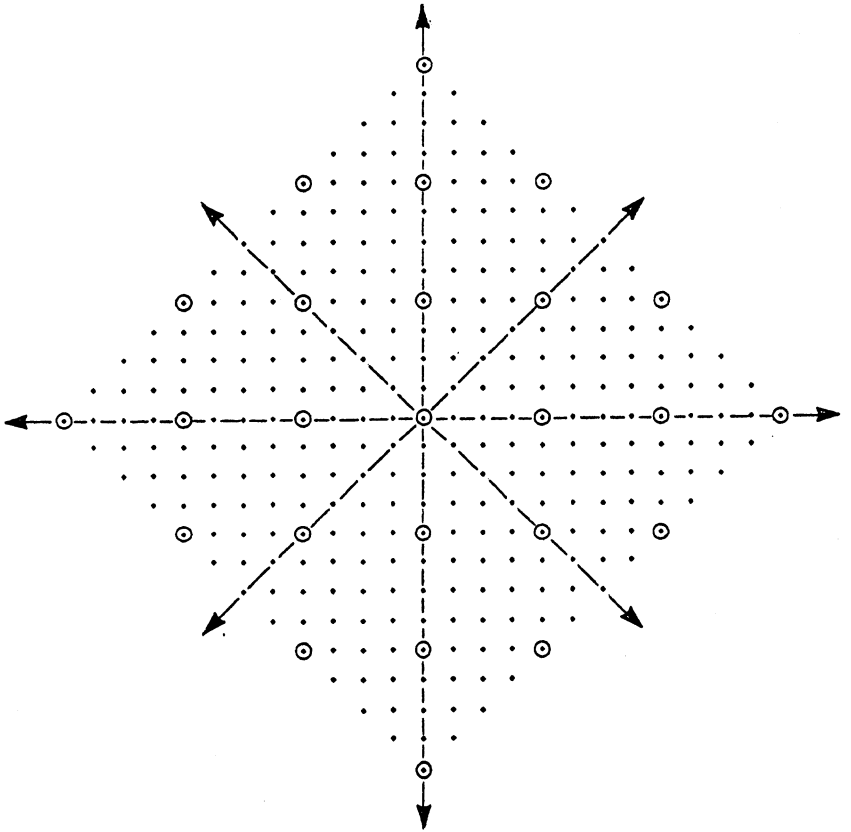
事務所機能の立地モデルの構築（林）

外縁部あるいは周辺都市に相手先がある場合が少なくない。事務所機能は都市内部の需要に相当する「内生的中心性」ばかりでなく、都市外部からの「外生的中心性」にももついで存立している。このため、都市内部の諸点へ（から）の近接性のほかに、都市外部へ（から）の近接性にも着目する必要がある。

問題は都市の外部にどのような形で相手先が存在しているか、またそこへの交通路をどのように考えるか、という点である。両者は互いに結びついているが、ここでは都市外部にある相手先をとくに特定化しない。きわめて一般的に考え、そのような相手先が均等に存在すると仮定する。それらと接触するには、都市内部を部分的に走行する都市間交通路を経由する必要があるため、結局は都市間交通路としてどのようなパターンを考えるかがポイントになる。都市外部へ向かう交通路は無数に想定されるが、都市と外部地域をできるだけ偏りのないように結ぶパターンとして、たとえば第10, 11, 12図が考えられる。

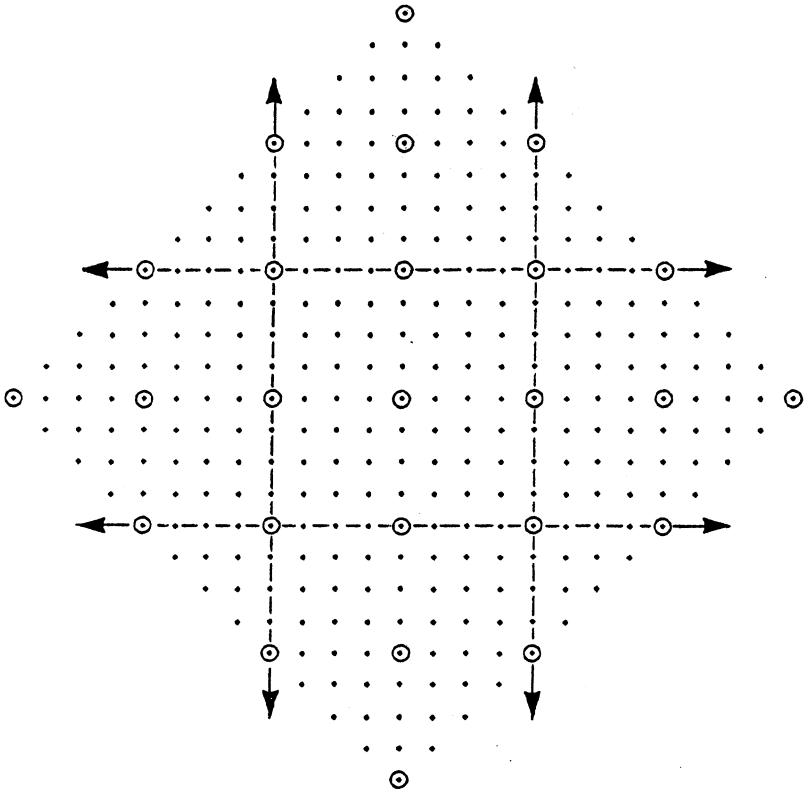
第1のパターンは、都心部を中心として交通路が放射状に伸びているパターンである。このようなパターンの場合、都市外部との接触についても都心部がもっとも有利であることは明らかである。なおこの場合は、コミュニティ・レベル以上の商業中心地のうち17中心地に駅が設けられる。これに対し第2のパターンは、東西－南北方向の四つの路線が格子状に走る場合である。都心部には乗降できる駅はなく、都心部を囲むようにして都市間交通路が展開する。なおこの場合は、16の中心地に駅が設けられる。さらに第3のパターンでは、北東－南西および北西－南東の各方向に交通路が走行している。この場合も、都心部には駅はなく、全体では12の中心地から交通路にアクセスすることができる。

以上で述べた三つの交通路パターンは、きわめて一般的なものであり、実際にはこれらのパターンを組み合わせたものになるであろう。第13図は以上の3パターンを単純に重ね合わせたものである。この重合パターンでは路線の重複が非常に多いが、結節点に相当する中心地すなわち駅に注目した場合、興味深いことが明らかになる。まず、各中心地が何本の交通路の駅となっているかを見ると、都心部とこれを囲む東西南北の四つの中心地がともに4路線でもっと

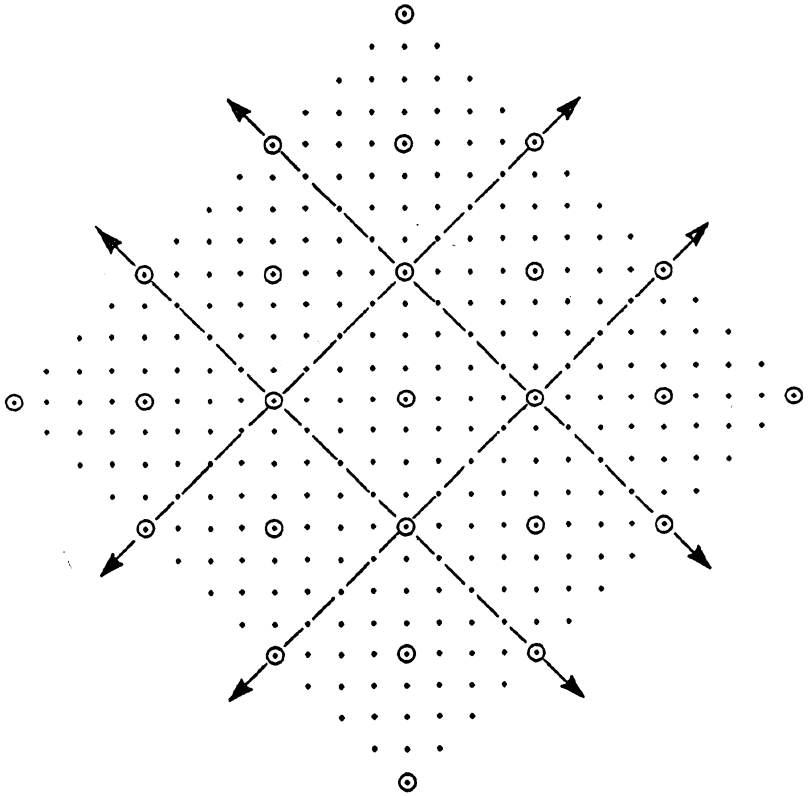


第10図 都市間交通路の理論的パターン (I)

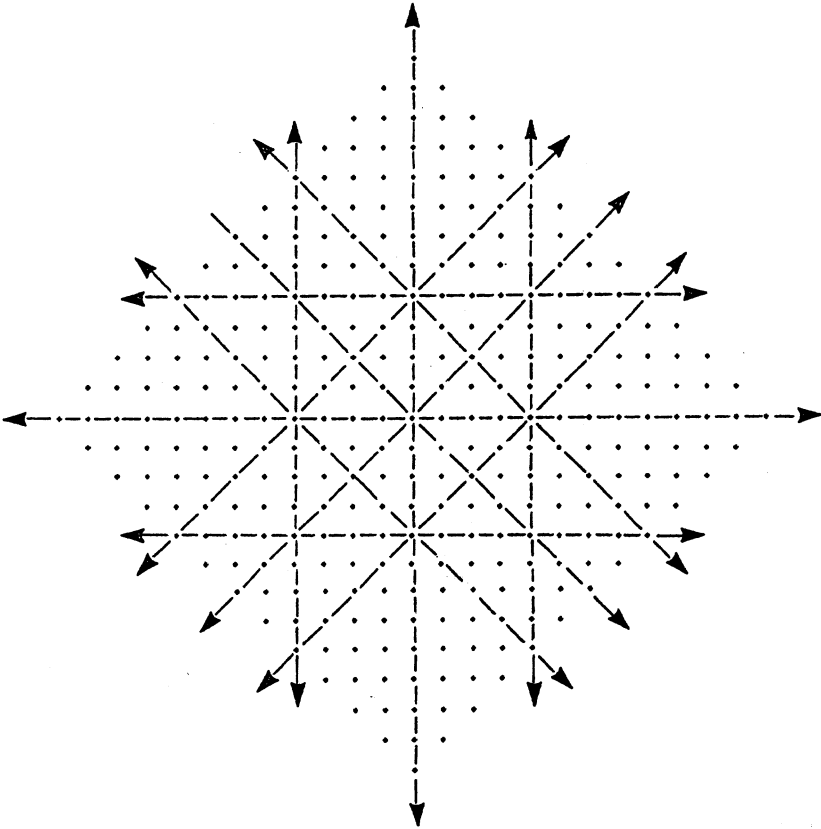
事務所機能の立地モデルの構築 (林)



第11図 都市間交通路の理論的パターン (II)

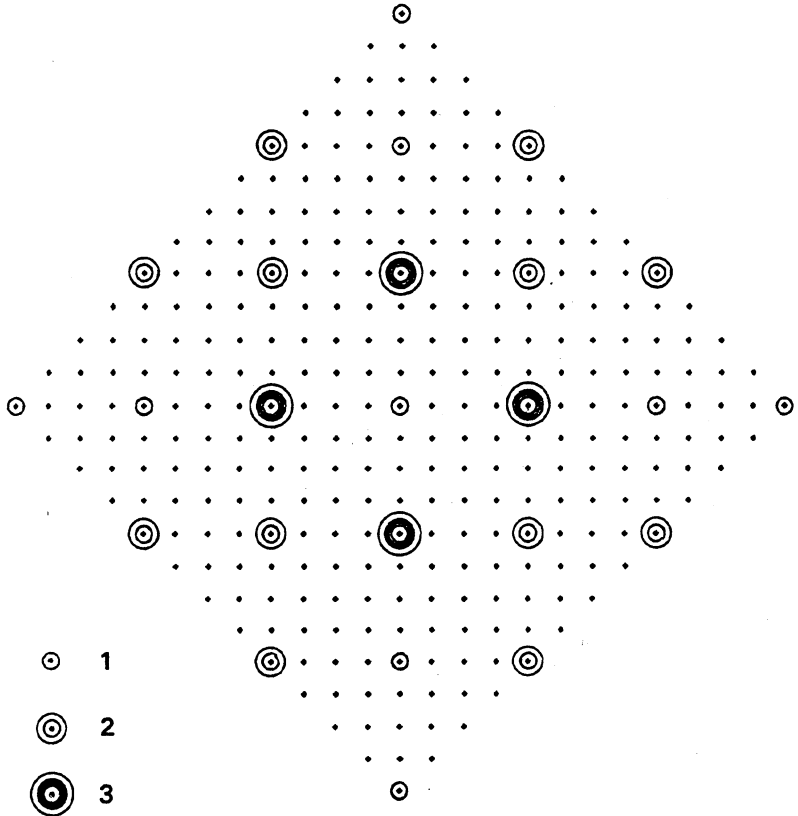


第12図 都市間交通路の理論的パターン (Ⅲ)



第13図 都市間交通路の理論的パターン（Ⅰ＋Ⅱ＋Ⅲ）

も多い。これだけからすれば，都心部のほかに四つの中心地が都市外部との近接性に恵まれた地点であるといえる。



第14図 都市間交通路の結節点の重要度

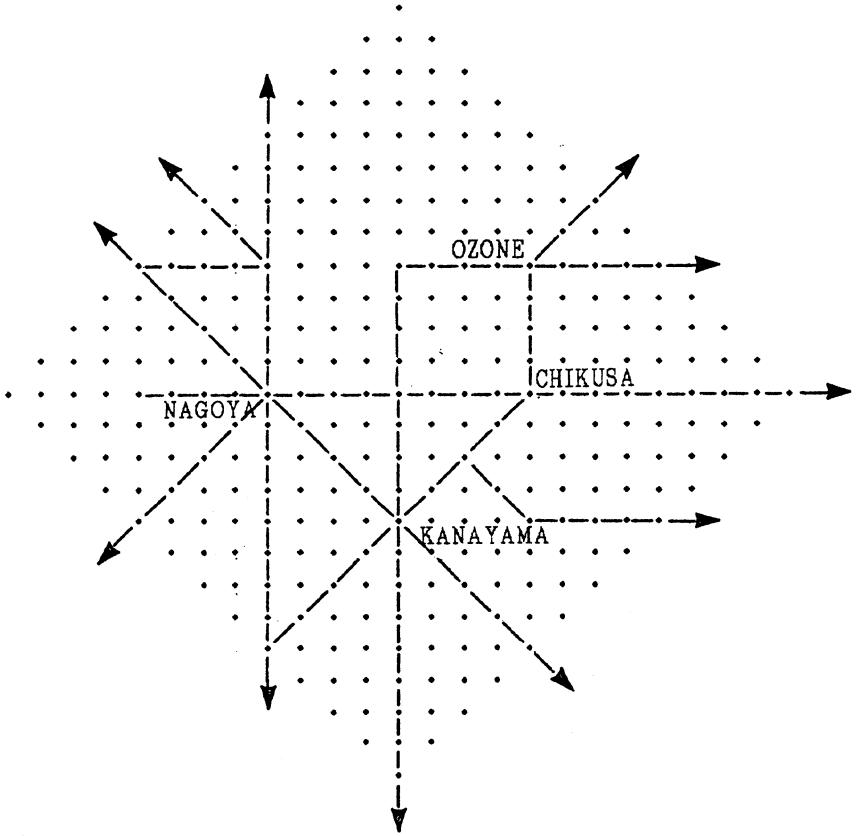
事務所機能の立地モデルの構築（林）

つぎに、各中心地が先程述べた三つのパターンのうちどの場合にその駅になっているかを検討すると、都心部は第1のパターンにおいてのみ主要なターミナルになっていることがわかる。これに対し、都心部を取り巻く四つの中心地は、三つのパターンのいずれにおいても駅となっている。このことを図示したのが第14図である。これら四つの中心地のみ、都市間交通路の結節点としての重要度が3でもっとも高い。このことは、確率論的に考えた場合、いかなる交通路パターンを想定しても、これら4中心地は近接性に恵まれた地点になる可能性が高いことを意味する。意外なことに、都心部はここに集中する交通路を想定しないかぎり、近接性に恵まれた地点にはなりにくい。

3. 事務所機能集積の理論と実際

これまでの議論で、都心部は内生的中心性には恵まれた地点であるが、外生的中心性については、必ずしも恵まれた地点とはならないことが明らかになった。こうした事実を踏まえながら、これまで理論的に考えてきた事務所機能の立地パターンと現実世界のそれを互いに比較することにしよう。これまでに明らかになった点からすれば、事務所機能は都市内部および都市外部に対する近接性に恵まれた地点に立地すると考えられる。これらの地点に立地すれば、接触にともなう費用を低く抑えることができるからである。つまり、都心部とそれを取り囲むような位置にある四つの中心地に事務所機能は集積すると考えられる。管理・営業活動のうち、対象が都市間レベルにまでにおよぶ管理活動は、都市間交通路の結節点に設けるのが望ましい。また営業活動については、主たる対象が都市内部であれば都心部に立地するのが望ましいが、都市の外部に対しても活動を行うようなことがあれば、むしろ都市間交通路の結節点の方が適していよう。

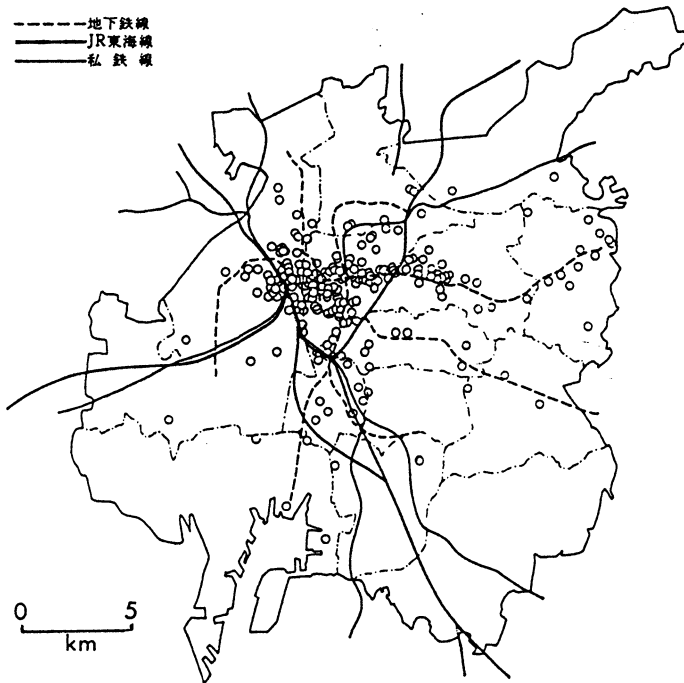
さて、第15図は、名古屋市内における地下鉄・私鉄の路線のうち、第13図に示したパターンに相当すると思われる部分のみを抜き出して示したものである。第13図の総路線距離を100とした場合、第15図のそれは53.5である。つまり、



第15図 名古屋市における都市間交通路のうち理論的パターンと一致する部分

事務所機能の立地モデルの構築（林）

理論的に予想される路線の半分近くが実際に存在するといつてよい。この値が大きいかあるいは小さいかについては、議論の分かれるところであるが、平地や台地などの地形的条件に恵まれた名古屋市では、都市間交通路が比較的偏りなく展開しているといつてよいであろう。参考までに、実際の都市間交通路とその沿線に集積するソフトウェア業の分布図を示したが、モデルと実際の類似性がよく見てとれよう（第16図）。

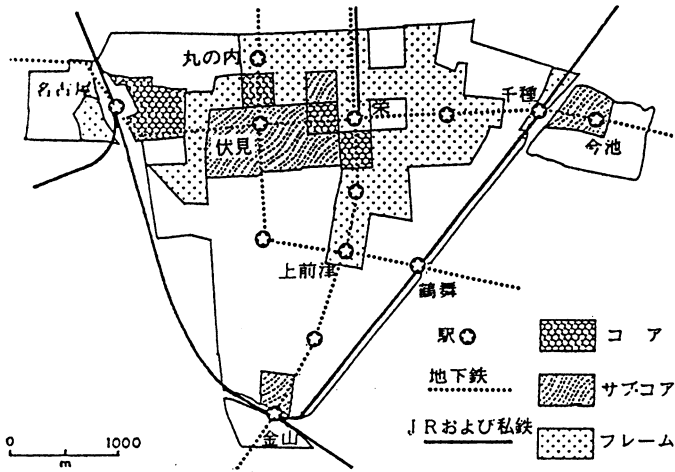


第16図 名古屋市における都市間交通路とソフトウェア業の分布

出典：名古屋市，1989，p. 190，図6-3.

ところで、名古屋市では、事務所機能が栄・錦と呼ばれる都心部と、その西

側に位置する名古屋駅前にもっとも多く集積している事実を筆者は以前に報告(林, 1989 a)した。このことから、事務所立地から見た名古屋市都心部の地域構造は二極構造的であると結論したが、こうした結論はここで導いたモデルと矛盾しない(第17図)。しかも、実際には都心部以外に、事務所機能は金山および千種・今池という都市間交通路の主要ターミナルにも集積していることから、モデルとの一致度はますます高いといってよい。すなわち、モデルにおいて都心部を取り囲む四つの中心地のうち三つが、実際の集積地に一致している。多少の強引さを恐れずにいえば、4番目の中心地に相当するのは、実証研究の範囲から除いた北区の黒川もしくは大曾根あたりがそれに相当するであろう。



第17図 名古屋市都心部における事務所分布の空間的パターン

出典：林, 1989 a, p. 583, 第6図.

事務所機能の立地モデルの構築（林）

名古屋駅前、金山、千種・今池のうち、名古屋駅前は栄・錦に匹敵するほどの一大集積地である。このことは、同じように都市間交通に恵まれているとしても、他の2地点とは重要度においてかなり格差があること示唆する。その地理的位置から、名古屋駅前は名古屋市の北西部と南西部を、金山は南部を、また千種・今池は北東部と東部をそれぞれ背後の勢力圏としてもっている。ところが名古屋駅前については、ここが全国規模の主要都市と結びつく新幹線の駅前であることから、都市間というより地方ブロック間の交通路の一大結節点としての性格が強い⁹⁾。新幹線の開通前後に名古屋駅前に大規模な事務所ビルが建設されたことが示すように、ここは主として東京・大阪に本社を置く大企業の名古屋支店・営業所の一大集積地点である。都市間ないしはブロック間にわたる管理・営業活動の拠点として、これほど恵まれた位置はほかにはない。

VI おわりに

本研究では、事務所機能の立地モデルを構築するために、はじめにこの機能の性格とその動向について検討を加えた。そしてつぎに、立地モデルに関する既存の研究を展望し、モデル構築の手掛りを見出そうとした。前者の点については、先進諸国と同様、わが国では事務的業務に就く人々の数が増える傾向にあり、とくに東京圏に集中する動きが顕著である。また後者については、中心地モデルや付値曲線モデルをはじめとして、いくつかのモデルがこれまで考えだされてきたが、それらは対象範囲・目的・方法などの面で互いに相違しており、部分モデルの域を出ないことが明らかになった。また、いずれのモデルも、事務所機能の出現と成長を経済活動の発展過程と結びつけながら考えるという視点は希薄である。

こうした点を踏まえながら、本稿では、都市間と都市内部の二つのレベルを想定し、管理・営業・サービスの各業務を行う事務所機能が専門・分化しながら立地する発展モデルを提示した。このうち都市間レベルにあっては、生産部

門から分離・独立した事務部門が、企業成長にともなって地方レベルから全国レベルへと拡大していく過程を図式モデルを用いて表現した。従来の立地モデルでは、事務所機能がどのような過程を経て現れてきたかがほとんど言及されておらず、機能の存在を所与の条件として、その立地メカニズムが問題にされてきた。しかし、一国の経済発展と事務所機能の出現の間は密接な関係があるため、経済の発展段階と結びつけながら、この機能の立地を検討するという視点が重要である。

一方、都市内レベルに関しては、近接性を手掛りとして、事務所機能の最適立地点を見出すモデルをつくった。基本的には、最小費用地点を求めるという従来からのモデルの延長線上にあるが、四角形格子状の都市内交通路を想定したり、都市間交通路を導入するなど、現実的要素を加味することにもつとめた。ここでも、従来の立地モデルでは、都心部あるいは都市地域という狭い範囲の中で立地を問題にする姿勢が強いが、この機能の広域的性格を考慮するなら、都市圏あるいは大都市圏といった範囲の設定が必要となろう。もっとも、交通網の空間的配置と密接な関係にある近接性は、事務所機能の立地を左右する主要因であるが、これを一般的にモデル化することは容易ではない。都市構造が複雑化している現代都市ではとくにそうであり、今後は種類の異なる複数の交通手段や、土地利用をめぐる他の経済活動との競争などについても考慮する必要がある。

事務所機能の立地モデルに関する既存の研究について述べたところで指摘したように、この機能の立地モデルは十分確立されているとはいいがたい。それは、一つには、この機能が産業の種類には関係なく幅広い分野にまたがっているため、固有のモデルがつくりにくいという事情がある。いま一つは、事務所機能は固有の産業部門ではなく、企業組織の一部門という性格を多分にもっているため、企業全体の中でその立地を考える必要があるという点である。

冒頭でも述べたように、高度に発展した現代の資本主義社会では、農業・工業・商業活動の初歩的形態を想定したままで立地モデルを考えることは、もは

事務所機能の立地モデルの構築（林）

や許されなくなっている。企画・生産・管理・販売の各部門が組織化され、それらが相互に依存しながら活動している現代企業の実態を考えると、これまでとは異なる観点や発想にもとづく立地モデルの構築が必要であるように思われる。この点で、事務所機能の立地を説明する空間モデルは、現代都市における経済システムの空間構造を解く一つのカギであり、さらに精緻な立地モデル研究が望まれるのである。

注

- (1) 1986年前後から急激に上昇した東京都心部の地価は、事務所床面積に対する高い需要増にその原因があった。都心3区の地価上昇率は50%（1960～61年）にも上り、これが後には都心周辺部から郊外へと波及していった。経済の東京一極集中化のもとで、事務所床面積に対する需要は確かに大きかったが、それとは別に、各種調査機関が床面積需要を過大に予測したことが異常な地価上昇を招いた一因といわれている。
- (2) 事務所機能の大都市集中を抑制し、この機能を地方へ移転させることによって経済の活性化を図ろうという試みは、イギリス、フランス、スウェーデンなどで実施されてきた。このうちイギリスでは、ロンドンにおける建築制限・移転の奨励・開発許可制などの政策によって、事務所機能の集中抑制と地方での立地促進が行われた。またフランスでは、パリ大都市圏を対象として、賦課金制度と移転にともなう補助金制度の導入が行われた。しかしながら、イギリス、フランスともに、国全体の経済変化にともない、こうした政策は後には緩和される方向に向かった。一方、スウェーデンでは、ストックホルムにある50の行政機関と国家公務員の4分の1を地方に移転させる計画が立てられたが、移転に対する抵抗はことのほか強く、かならずしも円滑には進まなかった。
- (3) 事業所統計調査では、事業所の形態として、1. 店舗・飲食店、2. 事務所、3. 営業所、4. 工場・作業所・鉱業所、5. 自家用倉庫・自家用油槽所、6. 外見上一般の住居と区別しにくい事業所、7. その他、の以上7種類に分けている。
- (4) 国勢調査では、職業分類として、1. 専門的・技術的職業従事者、2. 管理的職業従事者、3. 事務従事者、4. 販売従事者、5. 農林・漁業作業員、6. 採掘作業員、7. 運輸・通信従事者、8. 技能工、生産工程作業員および労務作業員、9. 保安職業従事者、10. サービス職業従事者、の以上10種類を区分している。
- (5) 欧米の事務所立地研究では、企業の本社や金融・保険・不動産などの企業サービス業を事務所機能として取り上げることが多い。一方、わが国では、企業の本社・

- 支社を「経済的中枢管理機能」として取り上げてその分布を問題にする研究、本社・支社の活動範囲を明らかにする研究、銀行の店舗立地を問題にする研究などが、これまで一般的であった。これらの研究で取り上げられる事業所は、ここで分類しているように、管理（企業本社・支社）・営業（支社・営業所）・サービス（金融・保険などの企業サービス業）の三つに整理して考えることができる。
- (6) たとえばわが国の場合、大都市あるいは地方の有力都市の多くは城下町起源のものが多い。封建時代が終り、近代工業化が進められるようになると、工業・港湾都市が興り発展するようになった。都市規模の面ではたしかに変化はあったが、都市の空間的立地そのものはそれほど大きく変化したとはいえない。
- (7) ただし、北米のように都市化の歴史が新しい地域では、中心地システムが先にあったのではなく、長距離交易（卸売業）の拠点集落がその後の都市システム発展の核になったという見解もある。しかしこの場合も、拠点集落を中心として後には中心地システムが形成されたと考えられるので、ここでの前提と大きく食い違うことはない。
- (8) このモデルのねらいは、四角形格子状の交通路を前提とし、この上でいかなる規模の商業中心地が都市発展にともなって現れるかを明らかにする点にある。都市発展にともなって人口も一様に増加するが、常に成り立ちが確保されるわけではないので、正常利潤や超過利潤のほかに、正常利潤未満の状態が出現する。
- (4) わが国の多くの大都市では、歴史的に形成されてきた都市中心地と、鉄道導入後に生まれたターミナル性の強い中心地の二つのタイプがある。後者の中心地は、都市間鉄道の発展と通勤圏の拡大、主要都市間を連結する新幹線の開通と経済活動の広域化にともない、業務中心地としての地位を高めてきたといえる。

引用文献

- Alexander, I. (1979) *Office Location and Public Policy*, London, Longman. 伊藤喜栄・富田和暁・池谷江里子共訳 (1989) 『情報化社会のオフィス立地—事務所の配置と公共政策』時潮社。
- Christaller, W. (1933) *Die Zentralen Orte in Süddeutschland*, Jena, Fisher; trans. Baskin, C. W. (1966) *Central Places in Southern Germany*, Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall. 江沢譲爾訳 (1971) 『都市の立地と発展』大明堂。
- Daniels, P. W. (1985) *Service Industries: A Geographical Appraisal*, London, Methuen.
- Edwards, L. E. (1983) Towards a process model of office-location decision making. *Environment and Planning A*, 15, 1327-1342.

事務所機能の立地モデルの構築 (林)

- 林 上 (1982) 都市内商業中心地システムの発展・変化モデル, 『経済地理学年報』 28, 259-278.
- 林 上 (1987) 大都市における事務所機能の集積と事務所ビルの立地動向, 名古屋大学教養部紀要 (人文科学・社会科学) 31, 21-58.
- 林 上 (1988) 名古屋市都心部における事務所ビルの立地動向と事務所機能の集積パターン, 『名古屋圏の構造と特質-名古屋市および周辺地域の社会・文化・自然-』名古屋大学教養部東海研究Ⅲ所収, 111-134.
- 林 上 (1989 a) 名古屋市都心部における事務所ビルの立地と入居事業所の集積分布, 『地理学評論』 62, 566-588.
- 林 上 (1989 b) 名古屋市における産業構造の高度化と事業所分布の地域的变化, 『人文地理』 41, 393-411.
- Huff, D. L. (1963) A probability analysis of shopping center trade areas, *Land Economics*, 53, 81-89.
- Lösch, A. (1940) *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft : Eine Untersuchung über Standort, Wirtschaftsgebiete und internationalen Handel*, Jena, Fisher ; trans. Woglom, W. H. and Stolper, W. F. (1954) *The Economics of Location*, New Haven, Yale University Press. 篠原泰三訳 (1968) 『経済立地論』大明堂.
- 名古屋市経済局総務課編 (1989) 『産業の名古屋』名古屋市経済局.
- O'Hara, D. J. (1977) Location of Firms within a square central business district. *Journal of Political Economy*, 85, 1189-1207.
- Pred, A. (1977) *City Systems in Advanced Economies*, London, Hutchinson.
- Reilly, W. J. (1931) *The Law of Retail Gravitation*, New York, Knickerbocker Press.
- Tauchen, H. and Witte, A. D. (1983) An equilibrium model of office location and contact patterns. *Environment and Planning A*, 15, 1311-1326.

