

大都市近郊における 商業地域システムの発展過程

林 上

I 本研究の目的

本研究の目的は、大都市近郊における商業地域システムが1950年代の末期から1990年代にいたる間にどのように変化してきたかを明らかにすることである。こうした研究は、大都市近郊が社会や経済の発展にともなう空間的にどのように組織化されてきたかを明らかにするより大きな研究の一部をなしている。商業地域システムは、多数の商業者が消費者に対して商品を提供する仕組みを地域システムとしてとらえたものであるが、このシステムは前工程としての商品生産システム、それに後行程としての家計による商品の消費システムとつながっている。大都市近郊の地域的発展は多くの側面からとらえられるが、ここでは生産部門（工業）と消費部門（居住）の中間に位置する商業部門から接近する。

わが国の過去30年間における商業地域システムの変貌ぶりには驚くべきものがある。こうした変化は、社会や経済の高度な発展にともなう商業部門の近代化の一側面としてとらえることができる。経済の発展が著しい多くの先進諸国では、程度の差こそあれ、商業部門の近代化にともなうその地域システムが大きく変わった。わが国における商業地域システムの変化もその例外ではなく、他の先進諸国との間に共通点が多い。資本主義体制のもとで自由な市場競争や消費者行動が保証されている社会では、類似の商業地域システムが現れやすい。

商業地域システムの変化は、都市や他方を問わず全国的に生じた。しかし、この変化がもっとも大きかったのは、大都市とその周辺地域であった。家計部

門つまり消費者の空間的分布に立地が大きく左右される商業活動は、その分布が著しく変わったところで、当然、大きな変化を示す。わが国の場合、それは東京、大阪、名古屋を中心とする大都市圏である。大都市圏の中心部では夜間人口が減少し、周辺部では逆に増大したが、この周辺部こそが商業地域システムが急激な変貌をとげたところなのである。大都市から移転してきた生産・流通・教育などに関わる都市機能や転入人口を受け入れながら、それらに適応しつつ商業地域システムも変化していった。

本研究では、大都市の近郊地域あるいは大都市圏の周辺地域として、名古屋市に隣接する春日井市を選定した。面積が93.0 km^2 の春日井市は、名古屋市の北東に位置する南西―北東方向に細長い都市である。庄内川右岸の川岸段丘上に位置することが細長い市域が形成された条件の一つであるが、この奥行き深さゆえに春日井市は大都市近郊地域の多様な性格をもっている。すなわち、名古屋市との境に近い部分は市街地化の歴史が古く、近郊地域のいわば内側に相当する。これに対し、丘陵地が卓越する北東部は住宅地開発が始まるまでは純農村社会であった。ここは、近郊地域の縁辺部あるいは外縁部として位置づけることができる。

このように、単一の行政区域でありながら、大都市近郊地域の内縁と外縁の両方の性格を合わせもっていることは、研究を行う上で好都合である。統計資料の単なる計量的処理ではなく、商業者や消費者の行動を跡づけることによって商業地域システムの発展過程を明らかにする本研究では、行政区域を単位として定期的実施された調査の資料は極めて貴重である。春日井市では、1950年代末期から1990年代の今日にいたるまで、主に商業近代化を目的として商業活動に関する調査が実施されてきた。過去に行われた調査の結果を段階的につなぐことにより、商業地域システムの発展過程を明らかにする手がかりが得られる。

本研究では、はじめに大都市近郊地域で商業立地がどのように行われてきたかを概観する。過去30年間における商業機能の立地とその活動の推移をマクロ

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

的に把握しておく。つぎに、社会や経済の発展の節目ごとに、その時代の商業活動の展開状況を描述する。その間隔は6～10年であるが、春日井市内で起こった重要な出来事がこうした節目をつくっているため、時間間隔は一様ではない。節目を境にして商業の地域的展開の仕方が変わり、商業地域システムは段階的に変化していった。

最後の章では、商業地域システムの発展過程のまとめを行い、その一般化について考える。春日井市内で過去30年間に生じたことは、同市に固有の出来事であるが、これと類似のことは他の大都市近郊地域でも生じたと思われる。大都市を中心とする経済の発展、それにとまなう都市機能や人口の分布変化は、大都市圏に共通する一般的現象である。しかし、こうした一般的現象には、全国的趨勢と局地的条件に応じていくつかのヴァリエーションが考えられる。同じことは、大都市圏の発展過程の一部をなす商業地域システムの発展過程についてもいえるであろう。1960年代以降におけるわが国経済の発展とその後の変化を背景としながら、大都市近郊を舞台として商業者や消費者がどのように行動して商業地域システムをつくりかえていったかを整理する。

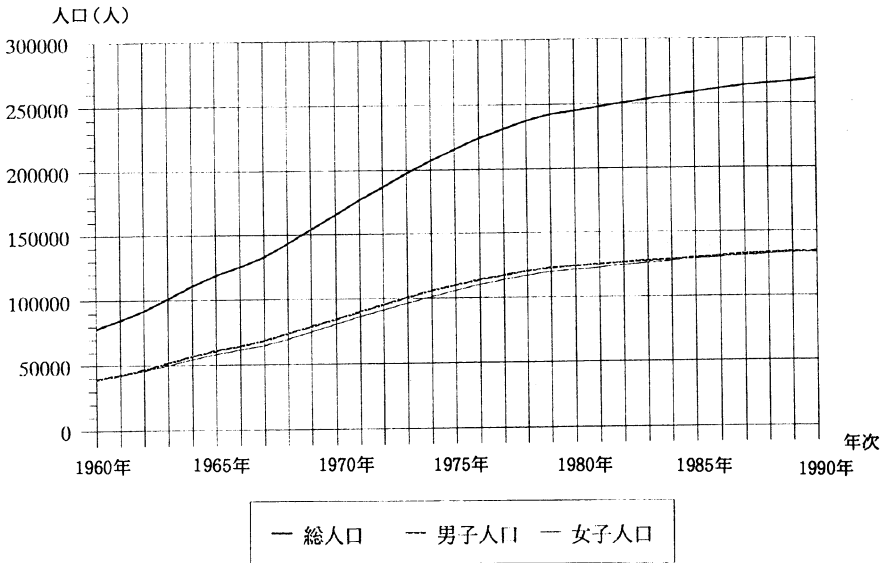
II 都市発展と商業立地の推移

1. 都市発展の概観

春日井市は、旧勝川町を中心にこれと隣接する鷹来村、篠木村、鳥居松村が合併して1943年に成立した。当時、鷹来村には名古屋陸軍造兵廠鷹来製造所が、また鳥居松村には同じく鳥居松製造所があり、これらの発展によって人口の著しい社会的増加をもたらされた。市制が施行された背景には、軍需工業化をきっかけとする人口の増加とそれにとまなう市街地の拡大があった。二つの軍事工廠は1945年の戦災で破壊され消滅したが、戦後はそれらの跡地が工業用地として活用されるようになった。鳥居松工廠跡地における王子製紙春日井工場の竣工（1953年）は、春日井市が工業化をてこに都市の発展を図る姿勢を内外に示

す出来事であった。同市は1950年に工場誘致条例を制定し、工場誘致活動を展開してきたが、王子製紙春日井工場の立地はその大きな成果であった。社会環境が大きく変化したために工場誘致条例を廃止した1968年まで、全部で77の工場が誘致条例の適用を受けて市内に立地した。

誘致条例の適用を受けた工場の多くは、勝川と鳥居松の中心市街地の南側と北側に立地した。工場用地として提供されたのは水田、畑などの農地であったが、このうち市街地北側の農地は近世以降に開発された新田農地である。誘致工場の立地は、1958年に旧高蔵寺町と旧坂下町が春日井市へ編入した後は、新市域の東側へも広がっていった。新市町村建設促進法による勧告にしたがって行われた高蔵寺、坂下両町との合併は、春日井市の都市発展にはずみをつけた。先に述べた誘致工場の立地をはじめとして、公共施設の拡充、住宅地の開発、交通網の改善などが次々に進められた。市役所庁舎の竣工（1960年）、高蔵寺



第1図 春日井市における人口の推移

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

地区における大規模住宅地開発の決定（1960年）、国鉄中央線の大曾根—高蔵寺間の複線化（1964年）などは、そうした動きの一つである。

市制施行の翌年（1944年）に、市役所が勝川の旧郡役所跡地から鳥居松近くの瑞穂通り5丁目に移された時点で、市の発展が東へ向けて動き出したことは明らかであった。1960年に鉄筋構造の新しい市役所が鳥居松町5丁目の畑の中に完成したことは、都市発展のこうした方向性を確実なものにした。同時にこれは、かつて東春日井郡の郡役所のあった勝川から鳥居松へ市の中心が移行しつつあることを印象づける役割を果たした。旧下街道沿いの農業集落として興った鳥居松は、鳥居松工廠の設置を契機に市街地を広げてきたが、この時点で既に新市域の中心地としての地位を確保し、商業・行政機能の集積密度を上げていった。

住宅公団（現住宅・都市整備公団）が、中部日本で最大の住宅地開発を春日井市の高蔵寺で行うことを決定したことは、これによって同市の都市的性格が大きく変わることになったという点で非常に重要な意味をもっている。大都市・名古屋に集中した人口をある程度まとめて収容するために、名古屋市内では東部の丘陵地を中心に集合住宅の建設が行われてきた。しかし、広い住宅開発用地を市内に見いだすことがしだいに困難となり、同市の周辺にその候補地が求められるようになった。国鉄（現JR）中央本線が名古屋市への通勤手段として利用できる、愛知用水が都市用水として活用できる、海拔100～150mの広大な南向きの丘陵地がまとまって確保できる、などの好条件が評価されて、高蔵寺白山地区の一角が開発地域に選ばれた。

高蔵寺ニュータウンと呼ばれる計画人口8万人のこの新市街地は、総面積が702ヘクタールあり、中心部の中高層集合住宅と周辺部の一戸建住宅によって構成されている。市街地の中心部には商業・行政・文化・教育施設が配置され、五つに分けられた各住区には商業・サービス業施設が計画的に配置された。1968年から入居が始まり、高蔵寺ニュータウンの管理が住宅公団から春日井市に移管された1981年までに4万人以上の人々がここに住むようになった。また、

このニュータウンの北側に位置する坂下地区でも、丘陵地を切り開いて住宅地開発が行われ、人口は増加していった。

交通網の整備は都市発展を加速する役割を持っているが、南西—北東方向に細長い春日井市の幹線交通路もまたこの方向で拡充されていった。国鉄中央本線は1964年の複線化に加えて2年後には電化工事も完了し、高蔵寺ニュータウンの最寄駅である高蔵寺と名古屋の間の輸送力は大幅に増強された。この輸送力の強化は、高蔵寺駅と春日井駅の間に建設された神領電車基地で車両の整備・管理を行うことによって可能になった。電車基地を建設するために16ヘクタールにもおよぶ農地が買収されたが、市街地化が進んだ鳥居松（春日井駅）と高蔵寺の間になお広大な農業用地が残されていたことが決定的な意味をもっている。

道路交通では、国道19号のバイパス建設と東名高速道路の開通が、その後の都市発展に対して重要な役割を果たした。まず国道19号のバイパスは、1968年に東名高速道路の春日井インターチェンジ付近から西へ3.4kmの区間が完成した。その後も工事はつづけられ、1984年には東部の県境付近を除いてほぼ全線が完成した。国道19号は、尾張と信濃を結ぶ旧下街道に並行してその北側に設けられた県道名古屋長野線が、1952年に国道に昇格したものである。新たに設けられたバイパスは、国道のさらに北側をこれと並行して走っており、市域を南西—北東方向に貫く背骨の役割を果たすようになった。この道路沿いには、商業・サービス業機能を中心に多くの都市機能が立地するようになった。

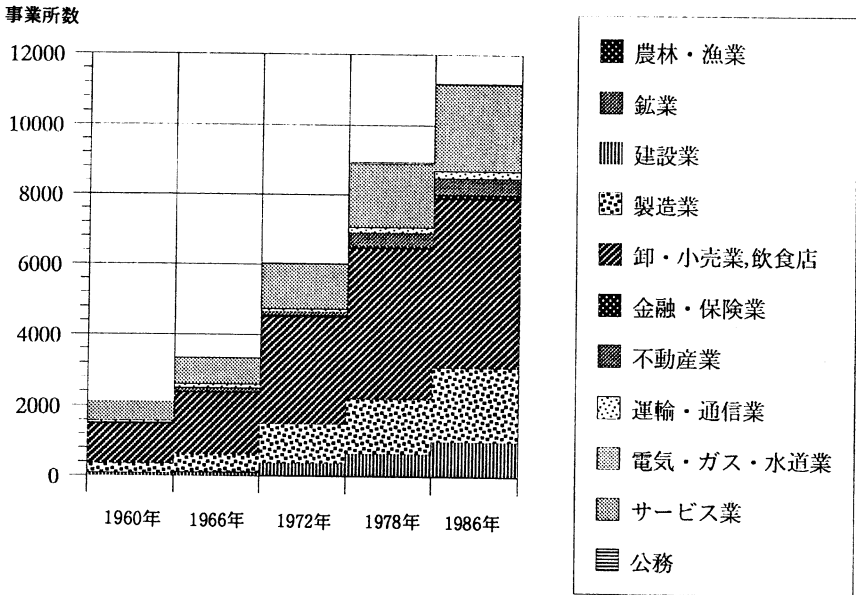
以上で概観したように、春日井市の都市発展は工場誘致条例による工業化を契機として始まり、その後は住宅地開発とこれに関連する種々の機能立地とともに進展した。こうした都市発展が、土地利用上の大きな混乱もなく比較的円滑に進んだ背景には、積極的な土地区画整理事業の実施がある。市内で最初に土地区画整理事業が実施されたのは1947年であるが、その後の43年間に33の地区で事業が実施された。1990年の時点で見ると、施行済みあるいは施行中の土地は1,336.5ヘクタールにも及んでおり、これは市街化区域面積の70.4%に相当

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

する。⁽¹⁾高蔵寺ニュータウンは公団施行の土地区画整理事業であり、勝川、春日井、高蔵寺の各駅前には市施行の土地区画整理事業によって整備された。施行済みの33地区のうち組合によるものが25もあり、これは地元民による土地改良の意欲がいかに大きいかを物語っている。

2. 産業構造の変化と事業所立地

前節で述べた春日井市の都市発展過程を統計的の裏付けるために、まずはじめに事業所の立地状況からみていくことにしよう。市役所が鳥居松町に移った1960年当時、市内の総事業所数は1,207であった。このうち1,128が卸売・小売業と飲食店であり、製造業は276にすぎなかった。製造業の事業所数はこのように多くなかったが、そこで働く就業者数は8,247人にもものぼり、これは全体の52.0%を占めた。卸売・小売業と飲食店は事業所数の割には従業者数は多く



第2図 産業別事業所数の推移

なく、全体の15.8%にとどまった。当時は工場誘致条例のもとで工場の誘致が盛んに行われていた時期であり、従業員規模の大きい工場がすでにいくつか進出していた。

1960年から1966年の間に製造業の事業所数は1.9倍に増えた。総事業所数はこの間に1.6倍の増加にとどまったため、製造業の増加ぶりはやはり目をひくものがあった。この違いは従業者数でみるとより顕著であり、総従業者数が2.1倍に増えたのに対し、製造業の従業者数は2.3倍になった。卸売・小売業と飲食店の従業者数は1.8倍の増加にとどまった。工場誘致条例が廃止された1968年頃まで、他の産業部門をしりめに製造業は発展をとげていった。

製造業の事業所数は、工場誘致条例が廃止されたあとも増えつづけた。すなわち、1966年から1972年までの間に製造業の事業所数は2.2倍に増加したが、これは総事業所数の倍率である1.8倍を上回る値であり、これほど事業所数が増えた産業はほかには見当たらない。ただし、これを従業者数でみると、製造業が全体に占める割合は1966年の57.0%から72年の48.4%へと低下している。これは、製造業以外の卸売・小売業と飲食店や、サービス業の従業者が大きく増えたことによる。

ところで、新たに立地した事業所の平均従業者数を計算すると、製造業の場合は1960～66年の425人から1966～72年の113人へと大きく低下している。これは、初期の工業立地が大規模工場を中心とするものであったのに対し、その後の工業立地は規模の小さな工場が多かったことを意味する。新たに増えた製造業事業所の平均従業者数は、1972～78年は1.1という小さな値である。従業員数が一人の工場は考えられないため、これは省力化・合理化による製造業就業者の相対的減少を意味する。

このように、第一次石油ショックが起きた1973年頃を契機に、小規模工場の増加というこれまでの傾向から工業それ自体の縮小へと動きが変わっていった。これと反対の動きを示したのが、卸売・小売業と飲食店、あるいはサービス業を中心とする第3次産業である。従業者数でみた場合、第3次産業が産業全体

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

に占める割合は1960年の35.6%からその後は徐々に高まっていった。とくに1972年から1978年にかけて、43.6%から52.4%へと一気に9ポイント近くも上昇した。この間の変化は、経済の高度成長から安定成長へとという時代の変化を反映した動き以外のなにもでもない。

以上でみたように、春日井市の産業構造は、都市化が西から東に向かって進むのに歩調を合わせるように、工業に比重をおいたものから商業・サービス業を中心としたものへと徐々に変化してきた。こうした動きにともない、春日井市は大都市近郊の工業都市から住宅・商業都市へと都市の性格を変えていった。産業構造の変化過程で商業立地がどのように行われたかを次に概観することにしよう。

3. 地区別商業立地の推移

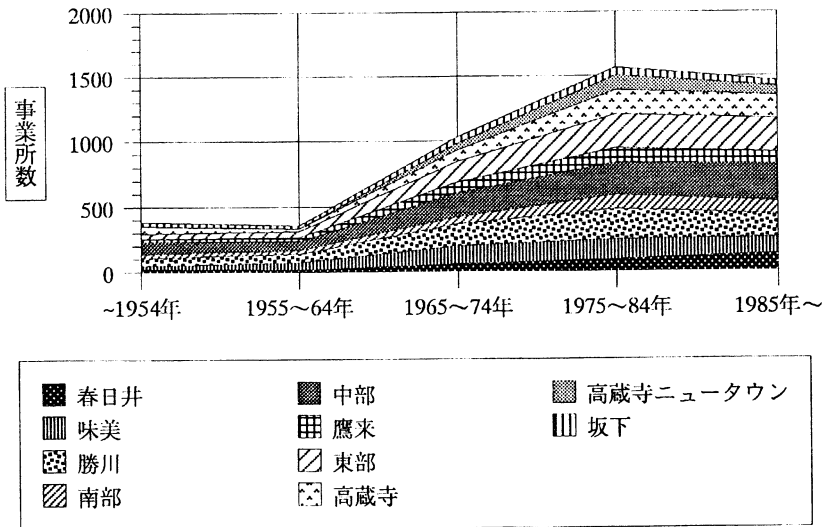
市全体で商業（卸売・小売業と飲食店）がどのように推移したかについてはすでに述べたため、ここでは商業の事業所（商店あるいは店舗）が地域的にどのように立地・展開していったかを検討する。さいわい春日井市には、事業所統計調査の結果を地区別に集計した内部資料があるため、これを用いて事業所の立地過程を推測することができる。地区は市内10カ所の中学校区であり、これは勝川、高蔵寺、坂下といった旧町の範囲、あるいはそれを分割した範囲におおむね相当している。

1991年現在、市内には4,800の商業事業所がある。これらの事業所を対象としてその創業時期を地区別に検討すれば、どのような時間的および空間的過程を経て事業所の立地が進んだかが明らかになる。ただし、ここで対象としている4,800の事業所は、いずれかの時期に市内に立地し今日に至るまで経営をつづけてきた事業所であり、これらが市内にかけて立地したすべての事業所というわけではない。なんらかの理由で廃業に至り、今はもう存在しない事業所も少なくないからである。

さて、このような前提のもとで、まず1954年以前に創業した384事業所につ

いて、その地区別比率をみると、中部地区が24.7%でもっとも多い。次いで多いのは勝川地区(15.6%)であり、以下高蔵寺地区(14.6%)、東部地区(9.9%)、南部地区(8.6%)の順である。後にみる他の時期に比べると、中部地区の比率の高さが際立っており、戦前あるいは戦後まもない頃に創業した事業所の4分の1近くは鳥居松を中心とするこの地区に集中している。中部地区について高蔵寺、勝川の2地区がほぼ同じ比率で多いことは、中央本線の高蔵寺、勝川両駅を中心に、鳥居松と並ぶ商業集積があったことを伺わせる。

つぎに、1955~64年に創業した357の事業所の場合は、やはり中部地区がもっとも多く、22.0%を占める。勝川地区(19.1%)、味美地区(16.3%)、東部地区(12.3%)がこれについて多く、高蔵寺地区はわずかに5.6%である。中部地区の比率が前の時期に比べて低下したのに対し、勝川、味美、鷹来、東部の4地区では比率が上昇した。とくに味美地区の比率上昇が顕著であり、3.9ポ



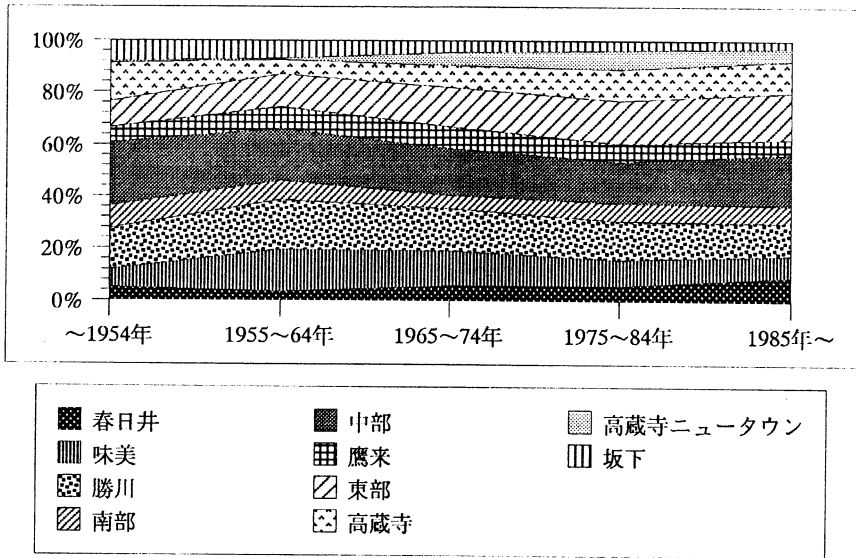
第3図 商業事業所の地区別新規立地数

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

イントも上がった。勝川、鷹来の2地区を含めて、市西部での比率の上昇が目だった。このことは、春日井市の都市化が西から始まったことを商業立地の点から裏付けるものである。

さらに1965～74年になると、やはり中部地区の比率（18.2%）がもっとも大きいですが、前の時期と同様、比率は低下している。勝川地区（16.3%）、味美地区（13.5%）の比率も前の時期に比べると低くなっているが、中部地区との差はあまりない。比率を高めたのは、東部（19.4%）、高蔵寺（8.3%）、高蔵寺ニュータウン（5.1%）といった市の東側にある三つの地区と、同じく西の端に位置する春日井地区（5.6%）である。この時期は、市の東側を中心に進んだ住宅地の開発に伴う商業立地によって特徴づけられる。

市の東側を中心とする商業立地の勢いは、1975年から1984年にかけての時期も引き続いた。東部地区の比率は16.4%と大きく、中部地区の16.0%をわずか



第4図 商業事業所の地区別新規立地割合

ながら上回った。高蔵寺地区（12.0%）と高蔵寺ニュータウン地区（7.4%）の比率もさらに大きくなった。これら3地区のほかには比率が前の時期により大きくなったのは、南部地区（6.9%）と春日井地区（5.7%）である。南部地区は市内でいち早く工場が進出したところであるが、残されてきた農地での住宅地開発が商業立地を促した。

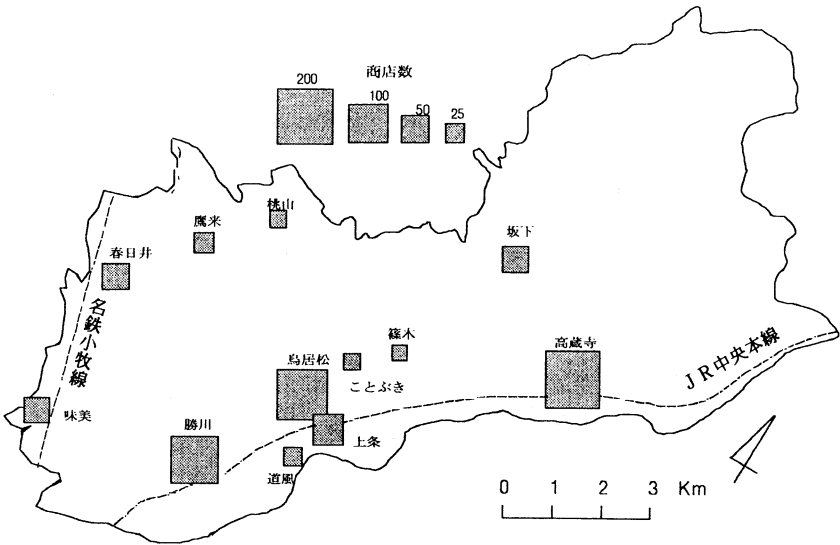
1975～84年は、この期間に創業した事業所数（1,565）がこれまででもっとも多い時期であったが、これに続く1985～92年に創業した事業所数も1,463とかなり多かった。この時期、中部地区は19.7%で首位の地位を取り戻したが、東部地区（17.6%）との差はわずかである。高蔵寺地区もさらに比率を上げて12.3%を占めるまでになった。これら以外で比率が大きくなったのは春日井地区のみである。東部、高蔵寺を中心とする市の東側での商業立地の勢いは、依然として強かった。

以上、事業所数のみを指標として、商業立地の時間的・空間的過程をみてきたが、要約していえば、商業立地は1960年代までは市の西側で盛んであったが、1970年代以降は東側で盛んになり今日に至っているということである。この間、商業の立地は市の中央部でもっとも盛んであったが、相対的には東側が西側を上回った。とくに顕著だったのは中部地区に隣接する東部地区であり、結果的に事業所の累積数で勝川地区を凌駕するにいたった。東部地区の台頭は、国道19号のバイパス沿いにおける商業立地や、その周辺の住宅地を背景とする商業立地によるものである。これらは見方をかえれば、鳥居松を中心とする商業集積が北東方向に拡大したものと考えられなくもない。また、これとは関係なく、旧高蔵寺町では高蔵寺地区と高蔵寺ニュータウンで商業立地が大きく進んだ。これは、ひとえに高蔵寺ニュータウンの建設にともなう動きであり、新たに立地した事業所により高蔵寺駅前にあった伝統的な商業集積は覆い隠されてしまった。

Ⅲ 商店街の形成と購買依存の変化

1. 商店街の形成と成立条件

1954年以前に創業した商業の事業所が中部、高蔵寺、勝川の3地区に多いことはすでに述べた。これらの事業所は、創業以来、今日まで続いてきたのであるが、同様に当時は存在していたが、途中で廃業した事業所も少なくなかったはずである。1957年の卸売・小売業と飲食店の事業所数は1,103であるため、これから現存する384事業所を差し引くと719となる。つまり、700を上回る事業所は廃業し、現在は存在していない。この1,103事業所の地区別割合をみると、現在の中中部地区に相当する和爾良地区が23.9%でもっとも多く、高蔵寺(19.2%)、勝川(16.7%)の2地区がこれについている。これら3地区で全体の60%近くを占めており、これに鷹来(7.6%)と坂下(7.6%)の2地区を加

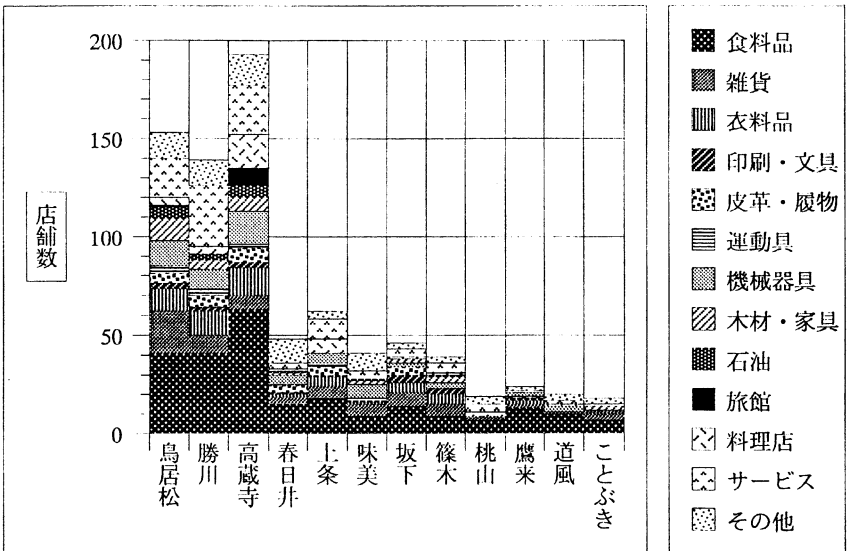


第5図 春日井市内の商店街の分布（1958年）

えると75.0%になる。この割合と、1954年以前に創業して現存する事業所の地区別割合を比べると、高蔵寺地区がやや開きがあるが、ほぼ同じような値である。つまり、事業所が廃業していった割合は、高蔵寺地区がやや高かったとはいえ、全市的にはほぼ同じくらいであった。

このように、現存する事業所数でみても、あるいは当時存在していた事業所数でみても、中部、高蔵寺、勝川の3地区が主要な商業集積地区であったことは明らかである。これら3地区の商業集積を中心として当時の商業機能は市内各地に分布していたが、その空間的パターンは今日のそれとは大きく異なっている。当時は商店街が商業集積を代表する時代であり、商店は互いに軒を連ねながら商店街をつくっていた。

1958年当時、市内にあった12の発展会の会員名簿によれば、会員数つまり商店数の合計は802である。⁽²⁾先ほど述べたように、卸売・小売業と飲食店の事業



第6図 商店街別店舗数

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

所数は1,103（1957年）であったため、全事業所数の70%以上が商店街に属していたことになる。ちなみに、1991年現在、市内にある20商店街の会員数は990であるが、これは卸売・小売業と飲食店の総事業所数である4,800の20.6%にすぎない。商店街の会員にはサービス業の事業所も若干含まれていることを考慮する必要もあるが、それにしても1958年当時の割合と比べると低い値である。要するに、1958年当時は「商店街の時代」であり、商店街のことを知れば、市内の商業の大部分が理解できた。

この頃存在した12の商店街は、商店数の規模から大きく3つの階層の分けることができる。第1は、商店数が100を超える鳥居松（商店数は153、以下同じ）、勝川（139）、高蔵寺（193）の各商店街である。いずれの商店街も食料品店の割合がもっとも多く30%前後を占めるが、とくに高蔵寺には63店舗もあった。高蔵寺商店街の店舗数がとくに多かったのは、この食料品店が多かったこと、鳥居松、勝川商店街にはほとんどない旅館が9店舗もあったことによる。当時は名古屋近郊の行楽地・観光地としての性格をもっていた高蔵寺らしい業種構成であった。

鳥居松と勝川の両商店街は、旧中山道の脇街道であった旧下街道に沿って形成された集落を背景として成立した。勝川には1878年に東春日井郡の郡役所がおかれ、1900年には中央本線の勝川駅が設けられた。中央本線の開通当時に駅があったのは勝川と高蔵寺であり、鳥居松にはなかった。鳥居松駅が設けられたのは1927年であるが、駅と中心集落の間にやや距離があったことが、駅前市街地の発展を遅らせた一因である。鳥居松商店街の発展は、1939年に駅の南西側に鳥居松工廠が建設されて早まった。

高蔵寺を含めた上位3商店街は、基本的には農業地域を背景とする街道沿いの集落の中にあり、行政機能や工業の立地にもなって人口を増やしてきた。また、鉄道の開通と駅の設置により駅前を拠点とする商業発展の機会を得た。現在と比べたらわずかではあるが、工業を中心とする産業の発展で都市成長を続けていた名古屋市へ通勤・通学する人口は13,570人（1960年）を数えた。当

時、市内に居住する就業・就学人口は41,684人であったから、通勤・通学率は32.6%であった。比率だけでいえば44,648人が通勤・通学している1985年の31.5%を上回っている。いずれにしても、中央本線の主要3駅に対応する商店街が、階層的な商業集積の最上位に位置していた。

商店数からみた規模クラスが2番目に大きいのは、春日井（商店数は48、以下同じ）、上条（62）、味美（41）、坂下（46）、篠木（39）の各商店街である。このクラスの場合も食料品店の占める割合は大きい。春日井商店街と味美商店街では、その他の店舗がもっとも多い。これら二つの商店街は、名古屋市と犬山市を結ぶ県道沿いを中心に形成されたものであり、名鉄小牧線の味美駅と春日井駅を最寄りの交通拠点とする。ただし、味美商店街が駅前に商店をかなり集めていたのに対し、春日井商店街の場合は連担性が希薄であった。味美は名古屋市北区に、春日井は小牧市にそれぞれ近いという位置的条件から、市外の商業地と競合する状況下にあった。

第2クラスのなかで商店数をもっとも多い上条商店街は、春日井駅の南側に形成された商業地であり、全体の8割以上が上条町にあった。古くからの集落があり、しかも駅裏とはいえ交通拠点であること、それに1953年から操業を開始した王子製紙春日井工場の存在が、商店街の成立条件であった。同様に、篠木商店街は春日井駅の北側にあり、これも9割以上の店舗が篠木町内にあった。ただし、この商店街の成立の条件は駅前の拠点性ではなく、旧下街道あるいは当時の国道19号に面しているという条件であった。鳥居松の中心商店街から東へ1kmほど離れた位置に带状に広がる商業地であった。

第2クラスの中では、坂下商店街だけが市の東側に位置する。坂下の集落は、内津川が形成した扇状地面の段丘上にあり、旧下街道が細長い谷底平野に沿って山間部へ入っていく入口に当たっている。かつては街道沿いの宿場として、また養蚕が盛んな頃は生糸の産地として賑わいをみせた。しかし、中央本線が旧下街道ではなく庄内川に沿って設けられたことが決定的な要因となり、集落発展の面⁽⁴⁾で高蔵寺に水をあけられるようになった。1958年の調査によれば、第

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

2次大戦以前に創業した店舗が商店街全体の過半数を占めるのは坂下だけであり、このことから歴史の古さあるいは変化のなさを読み取ることができる。

最後の第3クラスに属する四つの商店街のうち鷹来と桃山は、市の北西部に位置する。これらは、田楽面と桃山面という二つの異なる台地状の地形の上にそれぞれ形成された集落を背景として成立した。ただし、商店の大部分は昭和期以降に創業しており、歴史は新しい。とくに桃山商店街は、13店舗のうち11店舗が第2次大戦後に立地したものである。商店数は鷹来の方が多いが、これはこの付近の中心集落である町屋町が旧鷹来村の中心であったこと、商店街の東側に1941年に鷹来工廠が設けられ付近に多くの労働者住宅ができたこと、などによる。3,000人の従業者が働いていた鷹来工廠の労働者住宅は桃山にもあったため、桃山商店街もその影響を受けたと思われる。⁽⁵⁾

商店数が20と規模の小さい道風商店街は、上条商店街を南に向けて伸ばした位置にある。大部分は第2次大戦後に創業した商店であり、飲食料品店が全体の半分近くを占めることが物語るように、最寄品中心の商店街である。鷹来や桃山の場合と同様、第2次大戦中に設けられた鳥居松工廠の労働者住宅が付近につくられたことが、この地域の人口増加に寄与した。戦後は、工廠跡地に王子製紙春日井工場が誘致され、住宅地も合わせて設けられた。一方、鳥居松商店街のすぐ北側に位置することぶき商店街は、第2次大戦後に形成された新しい商店街である。形式的には鳥居松商店街と区別されているが、実際にはこれから派生した商業地である。

以上、1958年当時における12の商店街の分布とその成立の背景について述べてきたが、これら以外にも商店は立地していた。その多くは市内の各所に分布する農業集落の中に点在するようにして存在していた。商店街組織をつくるほどの集積量はなく、もっぱら近くの集落で発生する最寄品需要に応える機能を果たしていた。商店数が6～10のものを拾い上げると、市の西部では牛山町、下原町、八田町、中部では熊野町、神領町、大留町、出川町、また市の東部では玉野町、神屋町、明智町などとなっている。

2. 商店街の販売勢力

1958年当時あった12の商店街のおおよその規模は、商店数によって把握できる。しかし、販売額や集客力は個店ごとに違うため、それらが集まった商店街の実勢は商店数だけでは明かにならない。さいわいこれら12の商店街については販売額に関する記録が残されているため、商店街の実際の勢力を知ることができる。⁽⁶⁾

1958年の統計資料によれば、12の商店街全体の販売額は2,260億円であった。この年の市内全体における商業の総販売額は2,877億円であったから、これら12商店街は78.6%を占めていたことになる。販売額がもっとも多かったのは鳥居松商店街であり、商店街全体の販売額の49.5%を占めた。鳥居松商店街は商店数では28.6%を占めるにすぎないため、このことはこの商店街の商店当たり販売額がいかに大きかったかを物語っている。販売額が2番目に多いのは勝川商店街であり、全体の21.2%を占める。この商店街の商店数比率は16.3%であるため、鳥居松商店街とならんで商店当たりの販売額が大きい。

高蔵寺商店街は、商店数では勝川とほぼ同じであるが、販売額では勝川の半分にも満たない。農業がまだ盛んであった市の東側では、農業協同組合が組合員に対して商業活動を行っており、これが高蔵寺商店街の販売額を押さえた理由の一つといえる。これとは反対に、商店数では全体の3.6

第1表 発展会別商店数と販売額（1958年）

発 展 会	商店数	販 売 額 (千)	商店当り販売額(千)
鳥 居 松	172	1,036,809	6,028
勝 川	98	475,927	4,856
高 蔵 寺	96	215,123	2,241
春 日 井	25	34,596	1,384
上 条	38	176,970	4,655
味 美	36	70,395	1,955
坂 下	51	68,283	1,339
篠 木	23	60,886	2,647
桃 山	13	22,278	1,714
鷹 来	27	35,376	1,310
道 風	8	24,817	3,102
ことぶき	15	39,294	2,620
合 計	602	2,260,754	3,755

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

%を占めるにすぎない上条商店街は、販売額では7.8%を占めており、商店当たりの販売額は勝川商店街について第3位である。上条商店街には王子製紙の関連会社である王子ストアが含まれているため、これが商店当たりの販売額を押し上げたと推察される。

以下八つの商店街は、販売額の割合が2%を上回る味美、坂下、篠木の3商店街と、2%に満たない春日井、桃山、鷹来、道風、ことぶきの5商店街に分けられる。春日井商店街は、商店街名簿による商店数の分類では第2クラスに入るが、販売額を指標とする場合は低位にくる。商店当たりの販売額は鷹来商店街について少なく、市縁辺部のまとまりに欠ける商店群が形式的に商店街を形成していたというのがその実態であった。

一方、道風商店街の商店当たりの販売額は上条商店街について第2位であり、商業集積が小さい割には勢力が大きい。これは、この商店街が王子製紙の社宅に近接していること、名古屋市との境に近いことこの方面への販売が多いこと、などがその背景要因として作用した。

以上のことから、1958年当時は、商店数、商業販売額ともに抜きんでた位置にあった鳥居松商店街を中心に、その西側に第2番目の勢力をもつ勝川商店街を、また少し離れて東側に商店数が卓越する高蔵寺商店街を配置する基本的構図があった。鳥居松商店街の周辺には、商店当たり販売額が比較的大きな上条、篠木、道風、ことぶきの4商店街があった。さらにこれらとは別に、市西側の縁辺部には味美、春日井、鷹来、桃山の4商店街が、また市東側のやはり縁辺部には坂下商店街があった。これら縁辺部の商店街の商店当たり販売額は中心部の商店街より少ない。商店街の業種構成や背後地域の所得水準の地域差がこれに関係していると推察される。

商業地の勢力は、商店数や商業販売額のほかに、商圈の広がりによってもとらえられる。さいわい春日井市では、中学2年生のいる市内1,520世帯を対象とした購買動向調査⁽⁷⁾が1959年に行われており、これをもとにしてこれまで述べてきた12の商店街の商業勢力圏つまり商圈を明らかにすることができる。ここ

では、各商店街に対する購買依存率が30%を上回った町はその商店街の商圈に含まれるとした。

こうした前提のもとで商圈を画定すると、市内で最大の商店街である鳥居松商店街の商圈は35の町によって構成される。その範囲は、市西部の東半分くらいであり、南から北まで連なっている。同様に勝川商店街の商圈は23の町からなるが、その範囲は市の南西端に限られている。鳥居松、勝川とともに、商店街は商圈の地理的中心のやや南に位置している。

市の西側にある商店街についてさらにその商圈をみていくと、春日井と味美の2商店街はともに三つの町、鷹来商店街は四つの町、桃山商店街は一つの町が商圈をつくっている。鳥居松商店街に近いことぶき商店街の商圈は三つの町、篠木商店街は四つの町、上条商店街は二つの町を含むが、道風商店街は商圈が見いだせない。

無住の丘陵地の占める割合が大きい市の東側では、商圈の広がりやを町の数で表すのは適切ではない。実際には、高蔵寺商店街の商圈は庄名町を除く旧高蔵寺町の全域に及んでいる。また坂下商店街の場合は、旧坂下町全域がその商圈となっている。地形の境によって生活圏が画定されている市の東側では、商圈の構造も単純である。

このように、人口密度に地域差があり、町の面積も一様でないところでは、商圈を構成する町の数や、商圈の絶対的な範囲はあまり意味をもたない。意味があるのは、商圈の相対的な広がりや、商圈相互の関係である。市の西側では、鳥居松と勝川の商圈が一部重なり合いながら並立し、その周辺に春日井、味美、鷹来、桃山の商圈が分布する。ことぶき、篠木、上条、道風の各商店街の商圈は、鳥居松商店街の商圈と完全に重なっている。つまりここでは、二つ以上の商店街を購買先とする行動が一般化している。これは、単一の商店街しか選択できない市の東側の状況とはかなり違っている。

3. 購買依存状況の変化

1958年当時の各商店街の勢力は、その後、徐々に変化していった。工業誘致条例による工場の進出、それにとまなう人口の流入、名古屋市への通勤者の増加など、春日井市の都市発展にとまなう商業にも変化がみられるようになった。そのなかでも特筆すべきことは、消費者が市外の商業機能に依存する割合が高まったことである。

1959年の購買動向調査⁽⁸⁾によれば、買回品の場合、市内購買率が51.8%であったのに対し、名古屋市での購買率は44.9%であった。ところが、1962年の別の調査⁽⁹⁾によれば、洋服類の市内購買率は48.0%、時計・眼鏡類のそれは43.4%である。これらの名古屋市での購買率は、それぞれ47.4%と51.2%であった。もっとも、同じ買回品のなかでも、呉服・和装類や電気器具などの市内購買率は50%を上回っている点に注意する必要があるが、市内での購買率はいくぶん小さくなり、逆に名古屋市への依存が大きくなった。

こうした傾向は、1962年の調査結果と1970年に実施された別の調査結果⁽¹⁰⁾を比較すると、より明確になってきたことがわかる。すなわち、両年度で比較が可

第2表 品目別・購買先別購買率の年次変化

購買先 品目	春日井市内での購買率			名古屋市内での購買率			その他の地域での購買率		
	1962年	1970年	増減	1962年	1970年	増減	1962年	1970年	増減
呉服・和装品	61.4	45.8	-15.6	34.6	46.0	11.4	4.0	8.2	4.2
洋服類	48.0	37.4	-10.6	47.4	54.3	6.9	4.6	8.3	3.7
寝具類	70.7	66.7	-4.0	23.1	23.9	0.8	6.2	9.7	3.5
靴・履物類	72.9	64.0	-8.9	23.3	29.4	6.1	3.8	6.6	2.8
時計・眼鏡類	43.4	39.6	-3.8	51.2	51.3	0.1	5.4	9.1	3.7
書籍・文房具	82.3	80.5	-1.8	15.3	15.3	0.0	2.4	4.2	1.8
医薬・化粧品	69.7	74.7	5.0	26.0	18.7	-7.3	4.3	6.6	2.3
玩具類	57.7	58.5	0.8	36.6	33.7	-2.9	5.7	7.8	2.1
電気器具	56.9	59.8	2.9	35.9	30.6	-5.3	7.2	9.6	2.4
家具類	60.4	54.3	-6.1	31.3	35.4	4.1	8.3	10.3	2.0
贈答品	44.1	36.1	-8.0	51.2	57.7	6.5	4.7	6.2	1.5

能な11の品目について、その市内購買率の変化を見ると、8品目において比率が低下している。比率の低下幅は呉服・和装類（15.6ポイントの低下、以下同じ）、洋服類（10.6）、靴・履物類（8.9）、贈答品（8.0）などでとくに大きい。一方、11品目の名古屋市での購買率は、医薬・化粧品、玩具類、電気器具を例外としてすべて上昇している。注目すべきは、名古屋市以外の市外、つまり小牧市や瀬戸市などでの購買率が11品目のすべてで上昇している点である。その上昇幅は最小で贈答品の1.5ポイント、最大は呉服・和装類の4.2ポイントである。

名古屋市に対する購買依存の増大、およびそれを上回る強さでの周辺都市に対する購買依存の増加傾向は、春日井市の商業が相対的に弱体化したことを意味する。春日井市の愛知県全体に占める小売業販売額の割合は、1958年の1.01%、62年の1.19%、66年の1.53%、そして70年の1.78%と、上昇の一途をたどってきた。しかし、人口の県全体に占める割合はそれを上回る勢いで上昇してきた。このため、人口比率と小売業販売額比率の差は、1958年の0.81、62年の0.88、66年の1.03、70年の1.27のように広がる一方であった。

第3表 品目別・消費者居住地別市内購買率の年次変化

消費者居住地 品目	鳥居松		勝川		高蔵寺		鷹来・桃山		味美・春日井	
	1962年	1970年	1962年	1970年	1962年	1970年	1962年	1970年	1962年	1970年
呉服・和装品	69.8	58.4	50.0	41.6	64.2	52.8	41.8	31.8	36.5	22.6
洋服類	54.3	51.3	52.6	30.5	51.1	40.8	28.1	21.0	17.6	12.8
寝具類	83.2	78.8	67.1	72.0	73.7	82.2	39.4	45.1	39.5	39.6
靴・履物類	82.8	76.8	70.8	71.2	73.3	59.8	52.8	37.6	46.6	47.3
時計・眼鏡類	45.7	49.6	43.9	35.0	34.4	46.3	33.2	29.2	34.0	20.9
書籍・文具類	88.6	89.8	81.3	85.7	85.2	78.2	66.8	62.2	74.9	67.2
医薬・化粧品	72.6	82.3	67.5	73.4	68.4	75.3	62.9	64.0	58.6	69.6
玩具類	75.1	77.3	61.8	56.8	55.5	53.9	28.6	26.9	29.9	32.5
電気器具	58.2	66.2	56.8	65.9	67.7	58.6	35.1	63.4	41.5	53.7
家具類	76.7	67.8	45.6	71.4	70.3	64.0	29.0	34.1	16.2	38.7
贈答品	46.9	46.7	32.5	28.6	64.9	38.6	26.9	27.6	22.9	20.9

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

年々増え続ける人口から発生する消費需要の高まりに応じて商業販売額も伸びていったが、市内の商業は消費需要を完全に吸収できるほどの力は持ち合わせていなかった。市内で吸収されない部分が名古屋市や小牧市の商業地に流れたのである。ただし、市外購買率の変化は一様ではなく、地区によって違っている。1962年と1970年の比較が可能な五つの地区について変化の様子を調べると、高蔵寺地区では11品目中8品目の市外購買率が上昇した。鳥居松地区と鷹来・桃山地区では6品目の、また勝川地区と味美・春日井地区では5品目の、それぞれ市外購買率が上昇した。

高蔵寺地区の市外購買率が多くの品目で高まったのは、ここに市外から転入人口が流入したこと、中央本線の名古屋方面への輸送力が増強されたことなどが、その背景にある。ここでいう高蔵寺地区は高蔵寺ニュータウンのことではないが、ニュータウン人口が本格的に増える以前のこの時期に、すでにかかなりの流入人口があった。高蔵寺と名古屋を結ぶ中央本線は1968年に名古屋一中津川間の複線電化が完了したため、名古屋への時間距離は大幅に短縮された。もちろん、同じ中央本線沿いのある鳥居松、勝川と名古屋との時間距離も短縮された。しかしそれにもかかわらず、これら2地区の名古屋市での購買依存率はともに6品目において低下した。逆に、名古屋市を除く市外での購買率は9品目と11品目で上昇した。

鷹来・桃山地区では、名古屋市を除く市外での購買率が5品目で低下したが、他の地区では8品目以上にわたって上昇した。このことは、高蔵寺地区を除いて、名古屋市に対する購買依存がやや弱まる一方で、小牧市、瀬戸市をはじめとする周辺都市に対する購買依存が強まったことを意味する。この時期は、わが国でモータリゼーションが本格化しはじめた頃であり、市外での購買行動を規制する距離的要因は弱まっていった。

この頃はまだ市の東側より西側のほうが人口増加の勢いが強く、急増した人口から生まれる消費需要を地元で満たせない部分が周辺都市へと流れ出していった。複線電化で名古屋市への交通が便利になった高蔵寺地区からは、地元で満

たされない部分が流出した。年ごとに増加する流入人口とこれに追いつかない商業機能という郊外化の初期段階に認められる両者のギャップがあまりにも大きくなると、これを埋めようとする力が働き出すようになる。これが1970年以降の新しい商業立地の動きへとつながっていった。

IV 新興住宅地開発と大型小売店の立地

1. 新興住宅地域の近隣型商業地

春日井市内の人口が増加するにつれて商業立地も進展していったが、1970年10月に鳥居松町5丁目に清水屋春日井店が開店するまで、売り場面積が1,500㎡を上回る大型店は市内にはなかった。むしろそれに先行するかたちで、スーパーマーケットをはじめとする新しい業態が市内に現れるようになり、1970年の購買動向調査では購買先として「市内のスーパーマーケット等」というカテゴリーが新しく設けられた。この調査によれば、日用食料品のスーパーマーケット等での購買率は市全体で26.4%、日用雑貨品のそれは14.7%であった。1962年の購買動向調査にはなかったスーパーマーケットは、この間に食料品を中心に消費者を吸引するようになった。

スーパーマーケットを各種食料品小売業とみなして、これの創業時期別事業所を調べると、1955～64年は中部、鷹来、高蔵寺の3地区が各2である。1965～74年になると、鷹来が5、高蔵寺ニュータウンが4、勝川が2である。他の地区はいずれも1以下ということであり、全体としては、市の北西側と東側に多く立地したことがわかる。このうち鷹来は、1965年から1972年にかけての人口増加率(73.6%)が市内でもっとも高かった地区であり、急激な人口増が各種食料品小売業などの立地を促進したことは間違いない。また東部の丘陵地を切り開いて建設された高蔵寺ニュータウンは、1960年代の無人に近い状態から1972年には17,682人を数える新興住宅地域へと変貌しつつあった。ここでも、増え続ける人口を背景としてスーパーマーケット(各種食料品小売業)が立地

していった。

市の北西側と東側に形成された新興住宅地は、住宅地形成と商業立地の関係でやや違った特徴をもっている。既成市街地の近くにある水田や畑などの農地を埋め立ててつくられた北西部の新興住宅地では、入居当初から利用できる商業地が比較的近くにあった。鷹来、春日井の商業地がそれであり、また5 km以内に鳥居松や勝川の中心商業地もある。さらに、北方へ3～4 kmほど行けば小牧市の中心商業地に至るため、内容を問わなければ購買機会そのものは十分満たされていた。このため、民間資本によって開発された北西部の新興住宅地では、地元で商業地を新設する必要性は小さかった。住宅地開発そのものがあまり計画的に行われなかったこの地域では、計画的に商業地を設けるという考えそのものが存在しなかった。

これに対して、住宅公団の手によって建設がすすめられた高蔵寺ニュータウンと、その近くで民間資本によって開発された新興住宅地では、近くに利用できる商業地が存在しないか、あるいは満足できる供給水準の商業地ではなかった。このため、新興住宅地の近くに計画的な商業地が設けられていった。計画的な商業地配置の典型は、高蔵寺ニュータウンの中に設けられた近隣住区型の商業地である。計画段階では40ほどの店舗が集まった地区を15くらい設けることが考えられたが⁽¹⁾、1973年の時点で実現していたのは3カ所である。

藤山台、岩成台、高森台の各商業地がそれであり、いずれも床面積が600～900㎡のスーパーマーケットが核店舗となり、これに連続するかたちで専門店が設けられた。住宅への入居開始がもっとも早かった藤山台では、1968年に六つの専門店がスーパーマーケットと同時に開店し、翌年に6店がさらに開店した。また岩成台では1971年にスーパーマーケットと八つの専門店が、さらに高森台では1973年にスーパーマーケットと13の専門店が開店した。これら三つの商業地は、いずれも中層の集合住宅に隣接して設けられ、地元で発生する最寄品の需要に応えた。中層住宅のひとまわり周辺には一戸建ての住宅が建設されていったが、ここでの消費需要はニュータウン内部あるいはその近くの道路沿

いに新たに形成された商業地によって賄われた。

新興住宅地における近隣型商業地の形成事例は、高蔵寺ニュータウンのほかにもある。高蔵寺ニュータウンの北側に位置する通称春日井ネオポリスにできたネオポリス発展会は、その一例である。総戸数が約900のこの住宅地は1969年から1972年にかけて建設されたが、既存の坂下商店街からは距離的に隔たった位置にあるため、最寄品を地元で供給する必要がある。住宅区内を走る幹線道路沿いとその周辺を合わせて、1972年の時点で40ほどの商店が立地していた。坂下地区の1965年から1972年にかけての人口増加率は69.0%であり、これは市全体の58.2%を上回る大きな伸びである。こうした人口増を受けて、ネオポリス発展会は順調に発展していった。

2番目の事例は、総戸数約750の不二ヶ丘住宅団地に形成された不二ヶ丘商店街である。この住宅地は1965年から1973年にかけて行われた土地区画整理事業を契機として開発されたが、場所が高蔵寺、坂下、篠木の各商業地から2～3kmも離れており、やはり地元で最寄品を供給する必要がある。住宅団地の入口に近いところで国道155号と旧国道19号が交差しているため、店舗はこれらの道路沿いを中心に立地した。国道に面していること、近くに私立大学があること、などが立地上の好条件として作用した。

上述したネオポリスの商業地は、1973年に行われた商業調査では商店街としてすでに認知されていたが、不二ヶ丘の商業地は1978年の調査で初めて商店街として扱われるようになった。このことは、ネオポリスの方が商業地の形成時期が早かったことを物語る。民間資本による小規模な住宅地開発がいくつか行われた市の北東部には、ここであげた二つの商業地以外にも小さな商業地がある。桃花園、かすが台、神屋団地と呼ばれる戸数500～700の一戸建分譲住宅地に付随する商業地がそれであるが、これらは商店街を組織するほどの規模はない。

2. 中心商業地に隣接する大型小売店

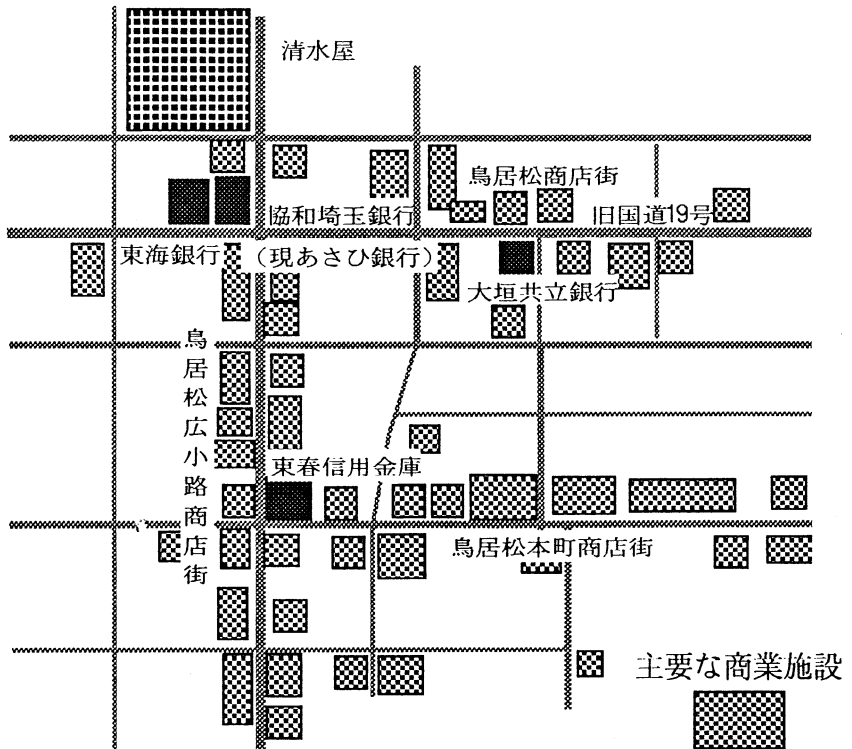
1970年代前半を特徴づける第2の動きは、大型小売店（大規模小売業）が春日井市内に立地するようになったことである。愛知県内における大型小売店（売り場面積が1,000㎡以上の小売店）は、1965年の時点で31を数えるにすぎなかったが、1970年間までの5年間でその数が3倍になり、その後も増えつづけた。⁽¹²⁾1968年の商業統計調査⁽¹³⁾によれば、当時、春日井市と同じ規模かそれ以上であった都市には大規模小売店とみなしてもよい各種小売業が4店舗以上みとめられた。春日井市より人口の少ない半田市、津島市、瀬戸市などにも各種商品小売業の店舗はあった。ところが春日井市内には、この業種の店舗は一つもなかった。こうした状況の下で、市内で最初の大型小売店・清水屋が1970年10月に鳥居松町5丁目に開店した。

清水屋は、鳥居松商店街の一つである鳥居松本通りの商店街の中にあって清水屋呉服店として発展してきたが、1959年に社名を清水屋に変更し、1964年に現在の場所に移転立地した。1970年の開店は、厳密に言えば、店舗を4階建につくりかえての増築開店であった。売り場面積は大幅に増えて6,558㎡となり、これにより市内随一の大規模な各種商品小売業が誕生した。清水屋が1964年に鳥居松本通り商店街から移転した当時は、現在の場所一帯はまだ農地であり、西側に1960年に新しく建てられた市役所があるのみであった。清水屋の開店を契機として、これまで東西方向に展開していた商業地が南北方向にも広がりを見せるようになった。

後に述べるように、1976年以降に春日井市内に開店した大型小売店が既成の商店街とは地理的に全く無関係に立地したのとは違い、清水屋は商店街に隣接するかたちで店を設けた。これは、春日井市の中心商業地は鳥居松であるという認識を清水屋の経営者がもっていたこと、清水屋自身が鳥居松商店街を基盤として成長してきたこと、などの理由から既存の商店街から遠く離れて立地するのは得策ではなかったからである。なによりも、広い敷地を求めて商店街から少し離れた場所に店舗を増築したことが、結果的に大型小売店になったわけ

であり、中心商業地との位置関係をことさら意識した立地とは思われない。

商店街との位置関係という点では、清水屋に続いて立地した勝川ショッピングセンター（1972年）、タカギショッピングセンター（1973年）のいずれも同じであり、これらの大型小売店は既存の商店街に隣接して設けられた。まず、衣料スーパーのあかのれんと食品スーパーのヤマナカを核店舗とした勝川ショッピングセンター（売場面積2,407㎡）は、勝川駅前商店街と道路を一本隔てた東側に開店した。また、タカギショッピングセンター（売場面積2,247㎡）は、鷹来商店街と連続するかたちで道路に面して設けられた。この大型小売店は、



第7図 鳥居松商店街と大型店の位置関係（模式図）

10人の地元商業者が食品・雑貨スーパーのサワムラヤと衣料スーパーのオガワヤを核店舗として誘致し、協同組合方式で建設したものである。小規模な商業者が協同して市場などを開設する事例はめずらしくないが、スーパーを核店舗として誘致して大型店をつくる例は、当時としては非常にめずらしかった。

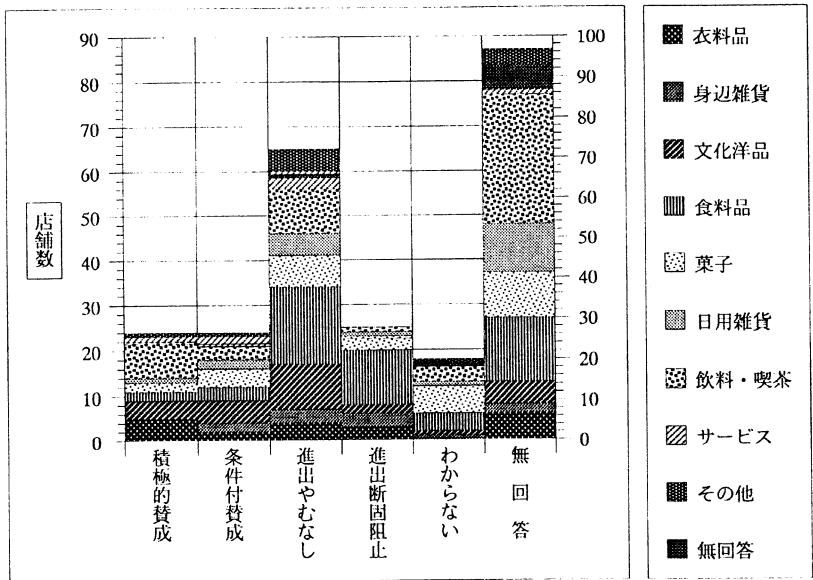
鳥居松、勝川、鷹来といった市西部にある伝統的な商店街に隣接して大型店が開店したのとバランスをとるかのようになり、市東部の高蔵寺商店街でも大型小売店が立地した。1973年に開店した青山ショッピングセンター（売場面積4,063㎡）がそれである。同ショッピングセンターは、清水屋と同様、以前は呉服店であり、創業者は高蔵寺に近い地元出身者である。清水屋の創業者は、かつて青山呉服店で働いていたことがあるという経緯があり、いわば本家である青山も本拠地の高蔵寺で各種商品を販売する大型小売店の経営に乗り出したことになる。食品スーパーのヤマナカを入店させた、食品から衣料品、雑貨品に至るまでの品揃えを確保しての開店であった。位置は商店街の西端に当たるが、高蔵寺駅南口から高蔵寺ニュータウンへ向かう交通路に面しており、広域的な商圈を想定することができた。

このように、1970年代の前半に開店した大型小売店の多くは、地元商業者が既存の商店街に隣接して立地させたものである。1974年には二つの大型家具店（売場面積3,991㎡と1,980㎡）が開店したが、いずれも既存の商店街の中かあるいはその近くに設けられた。つまり、その立地戦略の根底には、これまで形成されてきた商業地の存在を前提とし、消費者の来街行動もこれまでとあまり変わらないという考えがあった。そうした前提のもとで、これまでの専門店から各種商品を販売する業態へと発展するために、店舗規模の拡大が図られたのである。

ところで、地元商業者による小売業の大規模化は、既存の商店街にどのような影響を与えたのであろうか。大型小売店の進出に対して既存の商業者による激しい反対運動が各地で繰り広げられたのとは対照的に、春日井市内では目立った動きはまだなかった。大型小売店はすべて商店街に隣接しており、一般の小

売店と競合する面もあったが、同時に大型小売店が消費者を商店街へ吸引する面も否定できなかった。1973年に行われた購買動向調査⁽¹⁴⁾によれば、大型小売店の影響をなんらかのかたちで受けたと答えている店舗は70%にもものぼるが、衣料品店においては収益を増大させているものが少なくない。大型店の進出に対して絶対反対を表明する店舗は、全体の4分の1にとどまった。

同じ調査によれば、買物を行う店として大型小売店が選ばれる割合は洋服・洋装類が52.1%、家具・室内装飾品が18.5%であった。これらの商品の名古屋市での購買率を1970年の調査と比べると、洋服・洋装類では17.7ポイント（54.3%→36.6%）、家具・室内装飾品では9.5ポイント（35.4%→25.9%）、それぞれ低下している。これは主として、それまで名古屋市のデパートへ出かけていたものが、地元の大型小売店や専門店で購入ようになったためである。これらの商品をはじめとして、市内の大型小売店が消費者の市外流出を抑える役割を



第8図 大型店に対する態度

果たすようになったといえる。

このことと関連して重要な点は、大型小売店・清水屋が近接立地した鳥居松商店街の消費者吸引が向上した点である。1970年と73年の調査結果を比較すると、同商店街での購買率は衣料品が20%から40%へと高まっている。時計・眼鏡・カメラ、電気器具などの文化品についても、3～6%購買率が高まった。衣料品の購買率がとくに大きくなったのは、大型小売店がこの分野を得意とするからであろう。1973年の調査では、大型小売店として、清水屋と勝川ショッピングセンターだけが対象とされているが、勝川商店街の購買率も以前に比べると高くなっていることから判断して、この時期の大型小売店は地元商業地の地位向上に貢献したといえる。

V 大型小売店の立地と商業地の変化

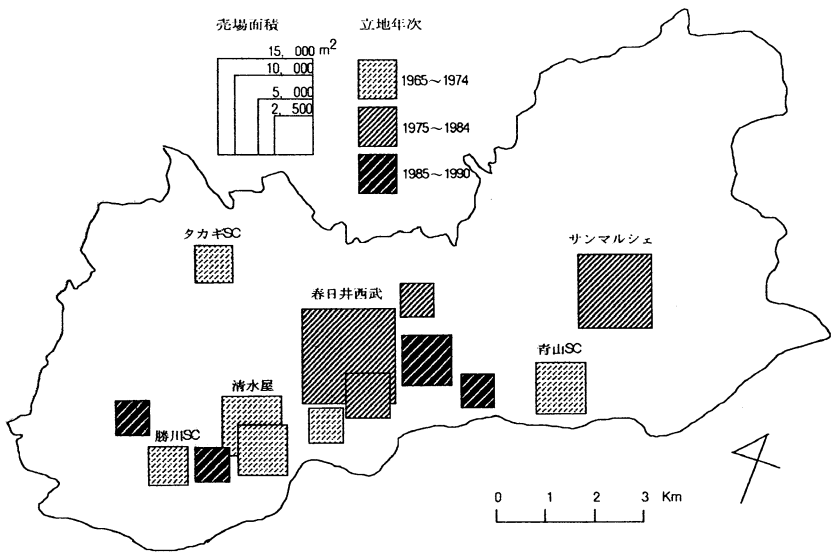
1. 高蔵寺ニュータウン・サンマルシェの開店

1973年に青山ショッピングセンターが開店して以降、3年ほどの間は各種小売業を営む大型小売店の立地はなかった。1976年の市内における大型小売店の総売場面積は20,562㎡であり、これは小売業商店の総売場面積の20.0%に相当した。当時、春日井市とほぼ同じ人口規模にあった岡崎市、一宮市、豊田市と比べると、大型小売店の総面積、シェアともに非常に低い水準にあった。これらの都市は、大型小売店の総売場面積が春日井市の2.3～3.8倍、シェアでも1.7から2.0倍の水準にあった。大型小売店の売場面積が春日井市内であまり増えなかった間に、同規模都市との格差が広がってしまった。

1976年の小売業商店の総売場面積が一宮市の半分程度であったことが示すように、⁽¹⁵⁾春日井市の小売業集積は人口の割に少なかった。大都市・名古屋に近い⁽¹⁵⁾ため購買流出の傾向が強い、一宮市のような地場産業がなく人口集積の歴史が短い、1960年代後半から急激な人口流入があった、などのために市内では人口に見合う商業集積が十分ではなかった。加えて、同じ人口規模の他都市で進ん

ていた大型小売店の立地が春日井市ではあまり進まなかった。1976年の数字はそうした状況を端的に示したものである。逆にいえば、大型小売店の進出をもくろむ企業側からみれば、これほど採算の取りやすい市場はあまりなかったといえる。1976年から1977年にかけて、これまでにない規模の大型小売店が市内であいついで立地したのは、ある意味では至極当然のことだったといえよう。

1976年10月に開店したサンマルシェは、名古屋市に本部があるスーパー・ユニーを核店舗とするショッピングセンターである。これは、住宅公団（現住宅・都市整備公団）によって開発が進められた高蔵寺ニュータウンの中心商業施設として設けられた。ニュータウン建設の計画段階では、中央本線の高蔵寺駅の北側つまりニュータウンへの入口付近にセンターを設ける案も検討された。しかし、高蔵寺ニュータウンを含む周辺地域の発展の可能性から、ニュータウンの地理的中心に近い現在の場所が立地点として選ばれた。しかも、商業機能は



第9図 第1種大型小売店の分布（1990年）

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

かりでなく、社会、行政、通信の各サービス機能を一カ所に集中させるワンセンター方式が採用されたため⁽¹⁶⁾、サンマルシェはショッピングセンターと同時にコミュニティセンターとしての性格をもった。

サンマルシェの開発が他のショッピングセンターとは異なり、第3セクター方式で行われたことも特筆すべき点である。これは、この商業施設が計画的に建設されてきた高蔵寺ニュータウンの中心施設であり他の公共施設と隣接して建設される、商業施設へ至る歩行者専用道路が併設される、など公的投資を必要としたからである。このため、公共部門として住宅公団、愛知県、春日井市が、また民間部門として鉄道・電力などの公益事業会社と都市銀行や地元銀行などの金融機関がそれぞれ出資を行い、1973年に高蔵寺ニュータウン開発株式会社が設けられた。

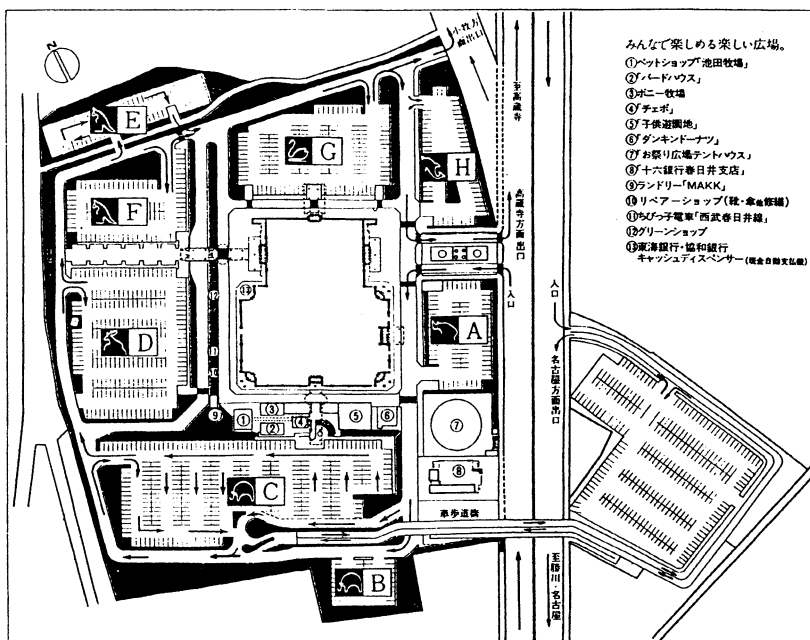
ニュータウンセンター開発株式会社は、1975年の核店舗決定、1976年のテナント決定、さらに1977年のセンターの愛称決定を経て、1976年10月にサンマルシェを開業した。総売場面積は6,777㎡であり、このうち71.3%を核店舗のユニーが占めた。建物は地上4階地下1階建であるが、建設場所が傾斜地であるため、ユニーは本体部分の1～3階を、専門店は別棟の1～2階をそれぞれ売場とした。テナントは、業種構成にできるだけ多様性をもたせるように選定された結果、一業種一店舗になった。また、地元の商業者の入居に配慮するという観点から、57テナントのうち12が市内商業者による出店であった。テナントの大半は小売店と飲食店であるが、これら以外に都市銀行、生命保険会社、文化センター（教室）、音楽教室、それにパチンコセンターも入居した。ニュータウンセンター開発株式会社は、小売業を中心とした商業施設のほかに、別棟にスイミングプールを設け、ショッピングセンターの開業に合わせて経営をはじめた。5年後の1981年にはテニスクラブも開設した。

バス以外に公共交通機関に恵まれない高蔵寺ニュータウンでは、消費者の大半は自動車を利用してショッピングセンターを訪れる。このため、サンマルシェの周りには880台の車が収容できる駐車場が3カ所にわたって設けられた。ショッ

ピングセンターの東側には、高蔵寺駅とニュータウンの最奥部との間を巡回する幹線バスの停留所も配置された。かつては高蔵寺駅の近くにあった郵便局、電信電話公社（現NTT）、市役所出張所がニュータウン地区に移設されたことが象徴するように、旧高蔵寺町の都市機能のかかなりの部分はサンマルシェを中心とするこの地域に集中したといえる。

2. 西武春日井ショッピングセンターの開店

ショッピングセンター・サンマルシェの立地は、春日井市の東部地域を中心として、商業の地域構造に大きな影響を与えた。しかし、このショッピングセンターは大規模に開発されたニュータウン地区で発生する消費需要に応えるた



第10図 西武春日井ショッピングセンターの配置 (1977年)

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

めに設けられたものであり、既存の商業者を強く圧迫するような影響は及ぼさなかったといつてよい。これに対し、サンマルシェが開店した翌年の6月にできた西武春日井ショッピングセンターは、その位置が鳥居松の中心商業地に近かったこと、店舗の規模が非常に大きかったこと、取り扱い商品のレベルが高かったこと、などのために市内の商業に対して大きな影響をもたらした。

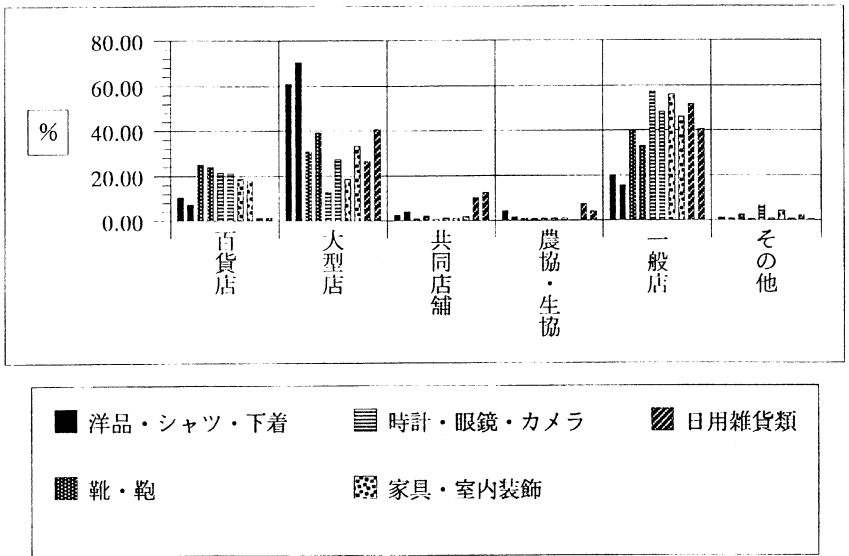
西武グループの中の一つである西友ストアは、郊外型の商業施設を名古屋圏に開設することを以前から考えていた。東京を中心とする関東地方で店舗展開を行ってきたが、その多くは駅前立地型の大型小売店であった。しかし、自動車の普及率が高まり、自動車を利用しての購買行動が一般化する社会的傾向の中で、自動車客を対象とした総合的な商業・サービス業施設つまりショッピングセンターを開設することが、モータリゼーションの進んだ名古屋圏ではよりふさわしいと考えられた。これから展開させていく本格的な郊外型ショッピングセンターのいわば実験店をつくることが考えられた。

春日井市は土地区画整理事業が盛んに行われてきた歴史をもつ都市であるが、西武春日井ショッピングセンターが建設された場所も、土地区画整理事業で生み出された敷地であった。1968年に部分開通した国道19号バイパスに沿った現在の場所は、いくつかあった候補地の中の一つであった。鳥居松の中心商業地から北東へ1.5km、東名高速道路の春日井インターチェンジから南西へ1.5kmという位置は、商圈形成の点から考えても恵まれた地点であった。ただし、市の東部にサンマルシェができたとはいえ、春日井市の中心商業地は鳥居松にあると誰もが考えていただけに、ここから1.5kmも離れた場所に東京資本の有力企業がショッピングセンターを設けるといふ計画は驚きをもって迎えられた。

地元関係者の間には進出に対する反対意見もあり、開店までには紆余曲折があったが、1977年6月に西友ストアを核店舗とし、42のテナントを加えた西武春日井ショッピングセンターが開店した。店舗は百貨店、量販店、専門店の三つの部門からなり、これまで市内にはなかった百貨店のイメージを全面に押し出した営業が行われた。専門店のうち20店舗は市内の小売業者による出店であ

る。総売場面積は13,344㎡であり、このうち80.9%が核店舗である西友ストアの売場である。付近には公共交通機関は全く存在せず、すべてを徒歩、自転車、自動車による交通に依存するため、1,800台を収容する駐車場と200台が駐輪できるスペースが設けられた。また、本体の建物とは別に銀行、飲食施設、子供の遊戯施設、そしてドライブインシアターが併設された。特にドライブインシアターは、これまでのショッピングセンターにはなかった娯楽施設であっただけに、注目を集めた。

西武春日井ショッピングセンターは、その後しばらくして販売方法の見直しを行い、量販部門を縮小して百貨店としての特徴を強く押し出すようになった。あえてショッピングセンターという名称を消したのは、各地にショッピングセンターを名乗る郊外型の商業施設が誕生したため、これらと一線を画していることを強調する意味あいがあったと推察される。この時点では、名古屋市の周

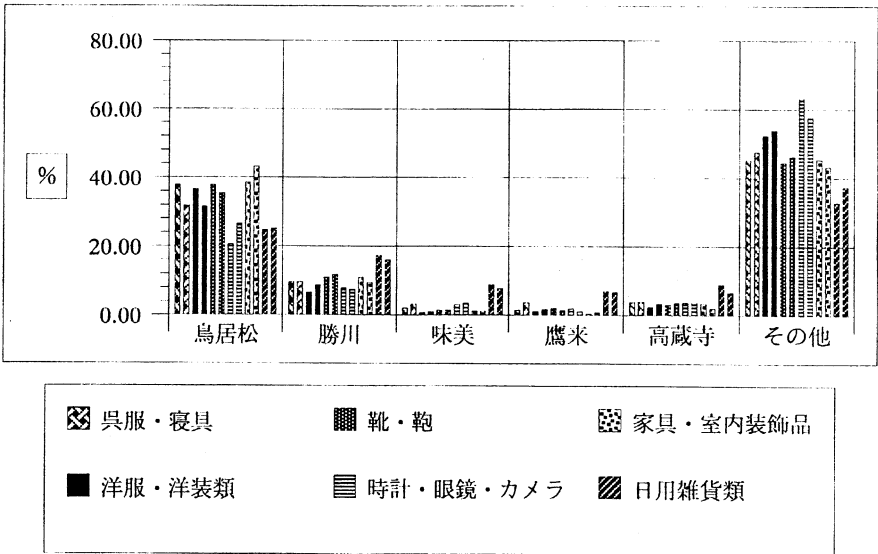


第11図 店舗別購買率の変化 (左: 1973年, 右: 1977年)

辺には本格的な百貨店はほとんどなく、高級な買回品の購買は名古屋市内の有力な百貨店に依存する割合が大きかった。春日井西武が百貨店のイメージを強調する路線を選択したのは、そうした背景があったと考えられる。

3. 大型店の立地にもなう購買行動の変化

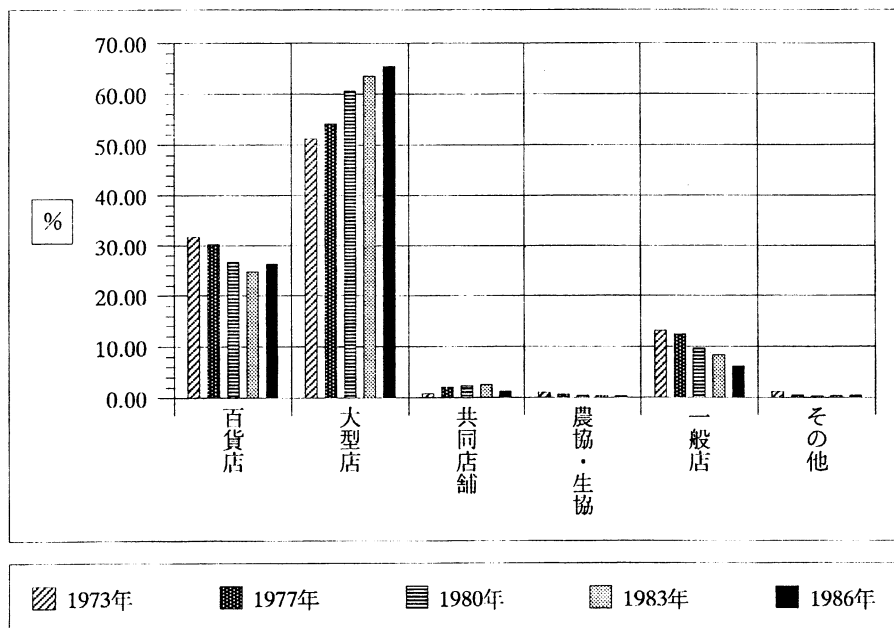
サンマルシェと西武春日井ショッピングセンターが開店して間もない時期（1977年12月）に実施された購買動向調査⁽¹⁷⁾によれば、これら二つの大型小売店の出現によって消費者の購買先に変化が見られるようになった。1973年の調査結果と比べて大きく変わったのは、すべての商品において市内での購買率が高まったことと、大型小売店での購買割合が増えたことである。これは、明かに市内に開店した二つの大型小売店が消費者を吸引するようになり、市外への購買流出を抑える役割を果たすようになったことを意味する。大型小売店での購



第12図 商店街別購買率の変化 (左：1973年, 右：1977年)

買率が特に増えたのは、洋品・シャツ・下着 (60.1%→70.5%)、靴・鞆 (30.9%→39.2%)、時計・眼鏡・カメラ (12.8%→27.3%)、家具・室内装飾品 (18.5%→33.3%)、日用雑貨類 (26.6%→40.7%) である。

新しく開店した二つの大型小売店が多くの消費者を吸引するようになった結果、既存の商業地のなかには購買率を相対的に下げるものも現れた。その代表は鳥居松の中心商業地であり、年次比較が可能な10品目中4品目において購買率が下がった。これら4品目は呉服・寝具 (38.7%→31.8%)、洋服・洋装類 (36.6%→31.5%) などいずれも衣料品であり、他の品目では購買率が上がった。これと反対の傾向を示したのが勝川、味美、鷹来、高蔵寺の各商業地であり、衣料品や靴などの購買率は高まったが、日用雑貨品や食料品の購買率はわずかであるが低くなった。勝川では勝川ショッピングセンター、鷹来ではタカギショッピングセンター、そして高蔵寺では青山ショッピングセンターの開店



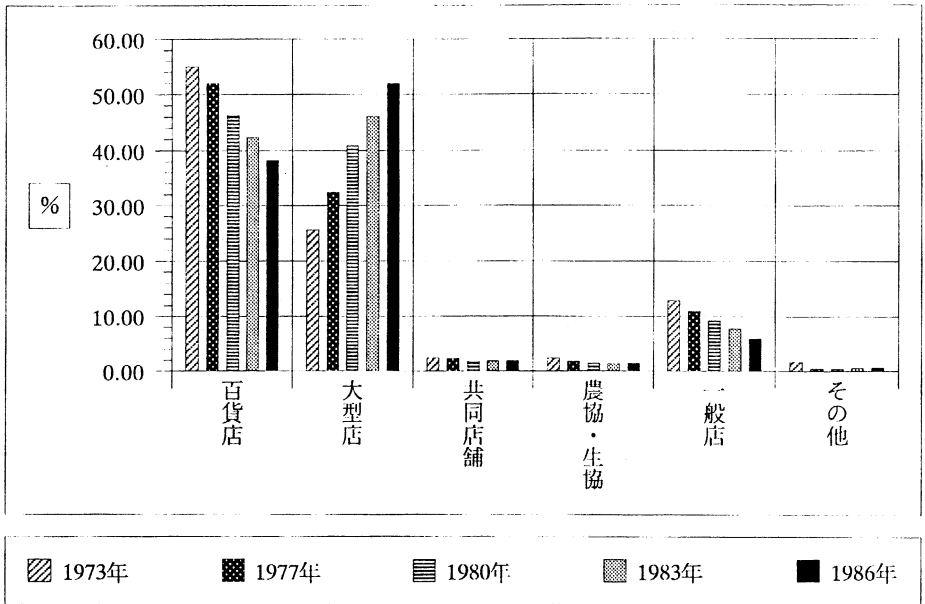
第13図 店舗別購買率の変化 (洋服・洋装類)

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

がこうした結果と関係があると推察される。

1977年の購買動向調査では、西武春日井ショッピングセンターは購買先としてあげられていなかった。開店して間もない時期の調査であったため、まだ購買先として認定されていなかったのであろう。しかし、翌年の1978年4月に実施された購買動向調査⁽¹⁸⁾では、西武春日井ショッピングセンターは購買先として明示されている。この調査によれば、大型小売店のなかでは清水屋での購買率がもっとも高く、わずかに中元・歳暮・贈答品において西武春日井ショッピングセンターが清水屋を上回っている。衣料品や日用品では両者の間には10ポイントくらいの開きがある。サンマルシェは高蔵寺ニュータウンの中に含めて調査されているため、直接比べることはできないが、西武春日井ショッピングセンターにわずかに及ばないくらいの購買率を示したと推察される。

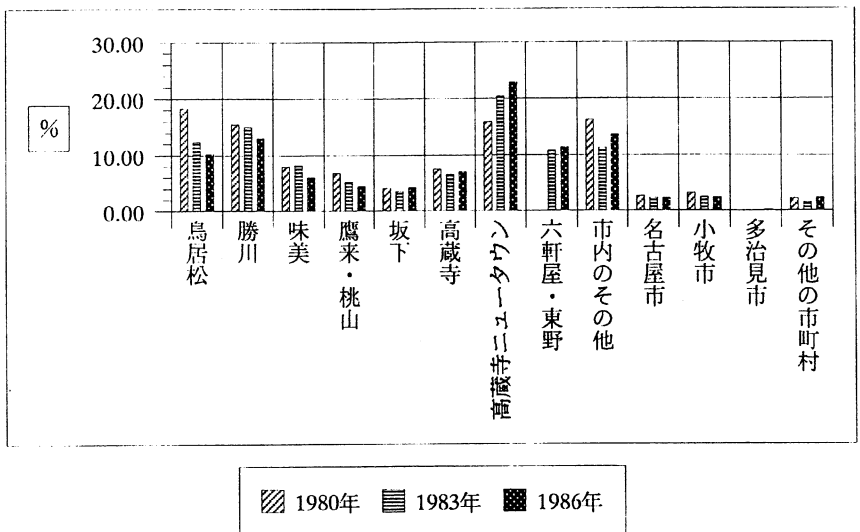
1980年代初頭以来、サンマルシェや春日井西武（西武春日井ショッピングセ



第14図 店舗別購買率の変化（中元歳暮の贈答品）

ンター)のように規模の大きな各種商品小売業が新たに立地することはなかった。しかし、大型小売店での購買率は年とともに高まっていき、1986年の春日井商工会議所と中小企業相談所による調査⁽¹⁹⁾によれば、買回品、準買回品はもとより、最寄品の購買率でさえ50%を越すことが明らかになった。市民を対象とした購買動向調査は1977年以降、3年おきに実施されてきたが、年次比較が可能な12品目のうち日用雑貨類を除く11品目までが大型小売店での購買率を上げてきた。この段階に至り、大型小売店は春日井の商業構造の中に完全に組み込まれ、市民の消費行動を大きく左右する地位を確保するようになった。

1970年代末から1980年代にかけて市内の商業地域構造に現れた変化の一つは、西武春日井ショッピングセンターから春日井西武への移行とそれに関連した新しい商業地の顕在化である。すでに述べたように、西武春日井ショッピングセンターは、百貨店部門を強化するために春日井西武へと模様替えを行い、商圈

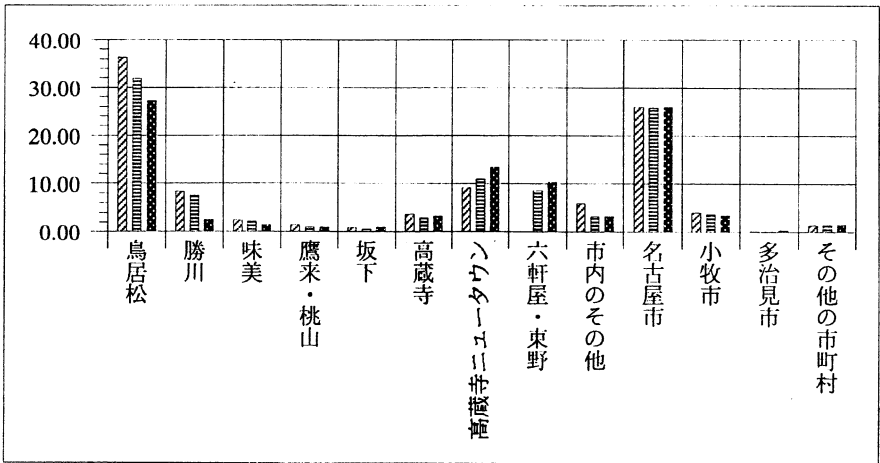


第15図 商業地域別購買率の変化(最寄品)

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

の拡大化を図った。1978年の調査でも中元・歳暮の贈答品の春日井西武での購買率は11.8%と高い値を示していたが、こうした値は1980年代を通して徐々に高まっていった。1986年の調査によれば春日井西武を中心とする六軒屋・東野での購買率は21.6%であり、1985年の愛知県による調査⁽²⁰⁾では27.1%である。愛知県の継続調査⁽²¹⁾⁽²²⁾によれば、1988年は38.7%、1991年は39.3%である。春日井市に進出して10年以上が経過した春日井西武は、贈答品で圧倒的なシェアを占めるに至った。

買回品や贈答品で春日井西武が購買支持を強めていくのと時を同じくして、春日井西武の東側で新しい商業地が形成されていった。市道柏原線と市道下原線が交差する半径250mくらいの範囲で商業施設の立地があいついだ。1960年代は東野集落を背景として近隣商店が数軒あったにすぎなかったが、土地区画整理事業によって住宅地化が進み人口も増えた。春日井商工会議所が定期的な



第16図 商業地域別購買率の変化（中元歳暮の贈答品）

実施してきた購買動向調査の中に購買先として六軒屋・東野が登場するのは1983年からである。当初はこの商業地は春日井西武を指すものと思われたが、春日井西武とは別に東野商業地の存在が明確になってきた。1985年以降の愛知県調査では、六軒屋・東野は春日井西武とは異なる購買先とされており、これは実質的な商業地として認められたことを意味する。

東野商店街には1983年の時点で126の商店があるが、店舗数や売場面積では飲食店の占める割合がもっとも大きい。商業地の形成時期が新しいため店舗立地は分散的であり、かろうじて核店舗といえる東野ストア（売場面積1,541㎡）が商店街の中心に位置している。総合食料品店の東野ストアは、地元の商業者28名が参加してつくった協同組合方式の店舗であり、西武春日井ショッピングセンターが開設された翌年の1978年に開店した。1984年には東野ストアの東側に隣接するようにカーマホームセンター春日井店が立地し、集客力は倍増した。春日井西武と東野商店街との間には若干の距離があるため、買回行動における両者の結びつきは必ずしも強くないが、春日井西武のある六軒屋と東野が市内で有数な商業地としてみとめられるようになったことは間違いない。

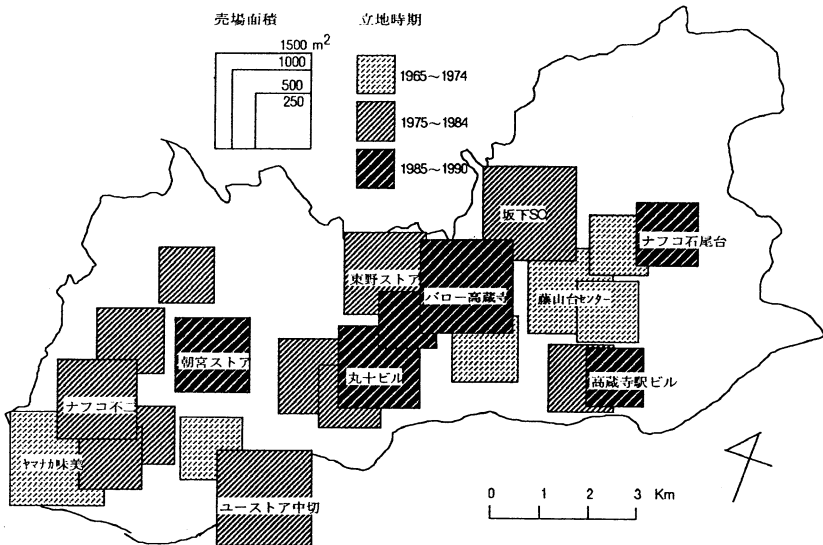
4. 中型小売店の立地

大規模小売店は、売場面積が1,500㎡を上回る第1種と、同じく売場面積が500㎡を上回り1,500㎡以下の第2種からなる。また、売場面積が300㎡を上回り500㎡以下の小売店は中規模小売店と定義されている。こうした規模は、たんに売場面積の違いばかりでなく、小売店の業態の違いをも反映している。各種商品を総合的に販売するには広い面積が必要であるが、販売品目を特定の分野に限定すればそれほどの面積は必要としない。春日井市の場合、第1種大規模小売店である清水屋、青山ショッピングセンター、サンマルシェ、西武春日井ショッピングセンターなどが、既存の商業地あるいは新しい商業地の核として機能していることはすでに述べた。西武春日井ショッピングセンターの立地後、大規模な小売店の進出はつづかなかったが、中規模小売店は各地に現れる

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

ようになった。ここでは、第2種大規模小売店と中規模小売店を中型小売店として、それらの立地動向を検討する。

小売店の売場面積は時間とともに変化するため、どの時点で第2種大規模小売店、あるいは中規模小売店とするかによって店舗数も変わってくる。かりに1990年の売場面積で考えた場合、第2種の大規模小売店は25あったが、このうちで1970年代後半に立地したものは7店舗を数える。1980年代の前半は5店舗、後半は6店舗である。同様に、全部で31ある中規模小売店の場合は、1970年代後半の立地が9店舗、1980年代前半が4店舗、後半が6店舗である。第2種大規模小売店、中規模小売店ともに、わずかな差とはいえ、1970年代後半に立地した店舗の数がもっとも多い。いずれにしても、1974年までに立地していたこれらのクラスの総店舗数にほぼ等しい数の中型小売店が5年間のうちに立地するという、かなり速いペースで立地が進んだ。



第17図 第2種大型小売店の分布（1990年）

1970年代後半以降に中小型小売店が急激な立地展開を示した背景に、1974年に施行された大規模店舗規制法の存在があることは間違いない。広い売場面積の小売店の新規立地は容易には進まないため、この法律の規制にはかかりにくい中規模クラスの小売店づくりを進める動きが強まったのである。サンマルシェや西武春日井ショッピングセンターは大規模店舗規制法の施行後に開店しており、その立地に当たっては同法の適用を受けている。立地申請から開店まで数年を要するのがなかば常態化していた当時においては、これらの大型小売店にひきつづいて市内に店舗を立地させるのは容易ではなかったと推察される。もちろん、店舗進出は市場の確保という経済的側面を第1に考えて行われるが、1974年に施行された大規模小売店舗規制法が1970年代後半以降の商業立地に影響を与えたことは間違いない。

さて、1970年代後半以降に立地した第2種大型小売店19のうち8は、食料品を主体としたいわゆるスーパーマーケットである。あとの10は寄合百貨（5）、家具（2）、寝具（1）、家庭電化製品（1）、スポーツ用品（1）の各店舗である。スーパーマーケットのうち5店舗は、名古屋市東区に本部がある食品スーパーのナフコが春日井市内にチェーン展開したものである。市西部の既成市街地に3店舗、中部と東部の新興住宅地に各1店舗、それぞれ店舗を設けた。他のスーパーマーケットは、小牧市、恵那市、海部郡佐織町にそれぞれ本部がある食品スーパーの春日井市内における店舗である。

このように、第2種大規模小売店の半数近くは市外に本部があるスーパーストアあるいはスーパーマーケットの支店である。これらに市外資本の家電店、スポーツ洋品店を加えると、半数以上が春日井市の外から入ってきた勢力による商業立地といえる。これに対し、寄合百貨のうちの4店舗は地元の商業者が組織してつくったものである。このうち、高蔵寺ニュータウンの藤山台センターは、1969年に開設した店舗を86年に規模拡大した結果、第2種大規模小売店になったものであり、20業者による商業協同組合である。また、土地区画整理事業が行われた朝宮地区に1985年に開店した朝宮ストアは、16の地元商業者を主

体とし構成されている。

地元商業者が組織した共同店舗の中でもっとも規模が大きいのは、坂下ショッピングセンター（売場面積1,499㎡）である。1983年に開店したこのセンターは、春日井市内ではじめて中小企業商業振興法の適用を受けて設けられた協同組合方式の商業施設である。母体となったのは坂下商店街振興組合であり、地元商店街で店舗経営をしてきた13人の商業者が中小企業高度化資金を借りて開設したものである。同センターは国道と県道が交差する場所にあり、新興住宅地にも近い。スポーツクラブと本格的レストランが開設後に誘致されたが、核になる販売店を欠いているため集客力はあまり強くない。

地元商業者による寄合百貨のなかには、予想していたような売り上げが期待できず、伸び悩んでいるものが少なくない。高蔵寺駅の北側に1980年に開店した高座ビルは出店者が5人と少なく集客力を欠いていたため、結果的に廃業に近い状況に陥った。また市内には、当初は協同組合方式で発足したが、組合としての法的期限が切れた後に他の経営者に店舗が譲渡された例もある。これとは反対に、高蔵寺駅のホーム直下に設けられた高蔵寺駅ビルは、7人の商業者が入居している寄合百貨であるが、駅の中という恵まれた立地条件のもとで順調な経営が行われている。

最後に、店舗面積が300㎡を上回り500㎡以下の中規模小売店舗の立地動向について簡単に触れておくことにしよう。1970年代の後半以降に立地した店舗は21を数えるが、これも第2種大規模小売店と同様、1970年代前半までの立地スピードを大幅に上回る出店状況であった。全体の3分の1に当たる7店舗がスーパーマーケットである。他には玩具・ギフト店（4）、家電店（3）、紳士服店（3）が主なものである。全体の半数近くは市の中央部付近に立地しており、立地場所としては国道や県道など主要な幹線道路沿いが多い。

VI 地域商業システムの発展過程と今後の方向

1. 地域商業システムの発展過程

春日井市における商業システムの変化は、6～10年くらいの時間間隔で段階的に発展してきたといえる。かりに現在の市域が確定した1958年から始めた場合、当時はまだ第2次大戦以前からの伝統的な集落を背景としながら、最寄的性格の強い商業活動が行われていた。市内には鳥居松、勝川、高蔵寺をはじめ、12の商店街があった。1964年には、後に大型小売店第1号となる清水屋が鳥居松商店街から離れた場所に店舗を開いた。同じ年にはタラガセンターが、また2年前の1962年には光センターがいずれも売場面積300㎡以上で開店していることから、この頃すでに店舗を拡大する動きが市内の一部にあったと思われる。

1970年になると、清水屋が店舗を拡大して改築開店した。これにつづくようにして、勝川ショッピングセンター、タカギショッピングセンター、そして青山ショッピングセンターが開店したが、これらはいずれも既存の商店街に隣接するようにして設けられた。形態的には、商店街と大型小売店が一体となって消費者を吸引するかたちをとったといえる。この結果、これまで名古屋市へ流出していた消費者のかなりの部分が地元の商業地で買い物をするようになった。この頃は、市外から流入した人口の増加地域が市の西部から東部へ移行する時期であり、新興住宅地を背景とした近隣型商業地が各地に生まれた。

高蔵寺ニュータウンでの人口増加にともない、1976年にはサンマルシェが開店したが、売場面積はこれまで最大であった清水屋のその1.5倍以上を有する本格的なショッピングセンターであった。翌年の1977年には東京資本の西友が経営する西武春日井ショッピングセンターが国道バイパス沿いの開店した。これまで市内になかった百貨店部門を含む大規模な商業施設であり、売場面積は清水屋とサンマルシェのそれを合わせたくらいであった。西武春日井ショッピングセンターは間もなく春日井西武と名前を変え、百貨店部門を強化して商圏の拡大を図った。

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

1974年に施行された大規模店舗規制法の下で、西武の進出以後は売場面積が3,000㎡を上回るような大型店の立地はなくなった。かわって、売場面積が1,500㎡かそれ以下の中型小売店の立地が進んだ。そのうちの3分の1近くは、市外に本部をおく食品スーパーのチェーン展開による立地であった。これに対し、地元商業者による共同店舗化の試みもあったが、すべてが順調に推移したわけではない。中型小売店の立地は1970年代の中頃から10年間くらいつづいたが、

主体	行動と構造		時代	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代
消費者	ストック	規模	人口	住宅地開発 人口流入	高蔵寺 ニュータウン 人口社会増	人口自然増 ベビーブーム	人口構成の 高齢化
		質	所得	工業誘致条例	工業立地	ホワイトカラー層の流入	所得増加
消費者	フロー	行動	交通	中央本線 複線電化	国道バイパス 東名高速道路	モータリゼーション 中央高速道路	
			購買講堂	物的財に対する需要		サービスの財に対する需要	
空間	ストック	需要分布	市域の西部		市域の中央部		
	フロー	購買行動 範囲	近隣商店街で の購買	市外百貨店で の購買	市内大型店（ショッピングセ ンター、専門店）での購買		
商業者	ストック	規模	商店数	1960年=1,032	1970年=2,133	1982年=4,639	1988年=4,168
			売場面積 (万㎡)	1958年=2.2	1970年=7.7	1979年=14.6	1988年=20.0
	フロー	質	業態構成	スーパー マーケット	ショッピング センター	コンビニエンス ストア	ショッピングセン ターのリニューアル
		行動	交通	注文・配達	駐車場確保	流通・配送システム	
空間	ストック	商業地 分布	商店街 全盛	大型店立地 多店舗化のはじまり	幹線道路沿立地 新興住宅地の商業地形成	中型店の増加	
		フロー	商圏	近隣商圏	広域商圏	都市間商圏の重なり	
商業地域システムの 段階的発展の時期			1964年	1970年	1976年	1992年	
〔特記事項〕			最初の中型店 立地	清水屋の店舗拡張 大型店第1号	サンマルシェ の立地	サンマルシェの増床 THE MALL春日井	

第18図 商業地域システムの構造変化にかかわる消費者・商業者の行動とその空間的結果

その後はあまり増えていない。

このように、春日井市の商業地域システムは、大型小売店の立地展開を軸として変化してきた。1985年の時点で、大型小売店（第1種、第2種大規模小売店舗）の総売場面積が小売業全体の売場面積に占める割合は44.7%であった。この割合は一宮市の53.5%、岡崎市の48.3%を下回ってはいるが、豊橋市の43.2%、豊田市の42.0%を上回る値である。絶対的な売場面積では、人口規模が同じクラスの都市にはまだ及ばない。しかし、都市のなかで大型小売店が果たす役割の大きさは同格都市と並ぶところまできた。

以上で述べてきた春日井市における商業地域システムの発展過程を通して、われわれは大都市近郊における商業活動が郊外化とともにどのように変化してきたかを知ることができる。名古屋市を中心とする大都市圏には、春日井市と同じように、郊外化の進展過程で商業地域システムを変化させてきた都市がいくつもある。それらに共通しているのは、大都市からの人口流入を受入れながら市街地を広げ、それに見合った商業地域システムをつくりあげていった点である。商業地の具体的な配置は個々の都市で異なるが、変化を促した大きな営力が郊外化であった点は共通している。

いまひとつ重要な点は、商業の近代化とりわけ大規模化の動きである。この動きそれ自体は、大都市近郊のいかんを問わずわが国のほとんどの地域で起こった。経済の高度成長とその成果である所得の増大それに消費の拡大が、商業活動の規模拡大を促した。もともと人口の少なかった郊外地域では、地元業者との間に目立った軋轢を生じさせることなく、大規模な商業施設を設けることができた。もっとも、既存商業地に対する影響が大きいと予想される地域では、制度的な調整が行われ、商業活動の規模や形態に制限が加えられた。いずれにしても、大都市近郊の商業地域システムの発展は、需要側の変化（人口増加や郊外化）ばかりでなく、これとほぼ時を同じくして進んだ供給側の変化（商業の近代化や大規模化）をも視野に入れながらとらえる必要がある。

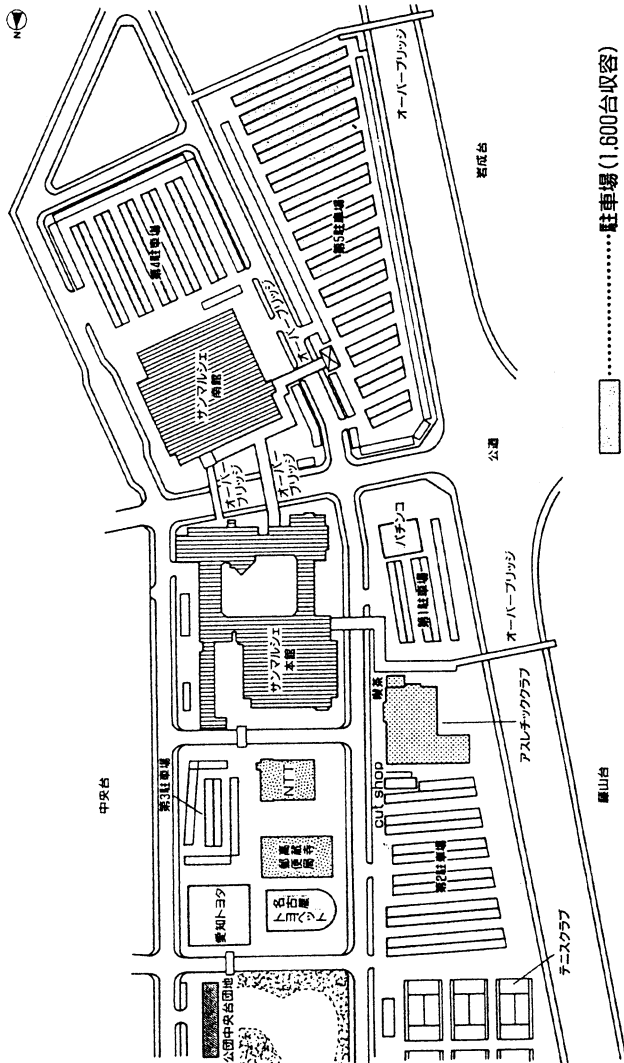
2. 商業地域システムの新たな動き

1980年代の中期から末期に至るまで、春日井市の商業にはあまり大きな変化はみとめられなかった。大型小売店の小売業全体に占める売場面積比が50%に近づいたため、これ以上の規模拡大は進めにくいと関係者の間で判断されたのかもしれない。県内の同格都市の中に大型小売店の売場面積比が50%を超えているものを見いだすのは困難である。1980年代の中期以降も、大型小売店の出店にさいしては商業調整協議会の場で審査をする体制がとられたため、こうした法的制約が大規模化の進展を抑制したことは想像に難くない。

しかし1990年代に入り、日米構造協議の場で大規模小売店舗規制法の撤廃が指摘されるなど、大型小売店をめぐる動きがこれまでとは違ってきた。すでに多くの都市では、いたずらに大型小売店の活動を抑制するのではなく、むしろこれを核店舗として誘致し、都市商業の活性化に結びつける試みが模索されてきた。地元商業地と大型小売店との間で消費者を奪い合うという図式は崩壊し、大型小売店を含む地元の商業と隣接する都市の商業とが競い合う図式へと変化していった。商業の都市間競争が始まったといわれる由縁である。

いまひとつは、大型小売店の性格が多様化し、差別化を図るために店舗のリニューアルを行う動きが出てきたことである。大量仕入と大量販売という初期のスーパーマーケットの精神は、ディスカウントストアなどによって受け継がれている。しかし、スーパーマーケットやスーパーストアからの脱皮を図ろうとする大型小売店のなかには、百貨店やジュニアデパートなど専門性をより高めた品揃えによって収益の増大をねらうものが現れた。新しい業態の商業者が絶えず参入する小売業の世界にあっては、消費者を引き付けるイノベーションが常に求められているのである。

イノベーションの中身は多岐にわたるが、店舗の改造とこれにともなう業態の変化はもっとも一般的なものである。春日井市の場合、高蔵寺ニュータウンにあるサンマルシェが1992年4月に南館を新設した。物販・飲食・サービスなど31のテナントが入居した南館には、核店舗であるユニーの一業態であるサン



第19図 サンマルシェを中心とするニュータワーセンターの施設配置 (1992年)

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

テラスの直営売場が25カ所もある。またこれとは別に子供図書館、めばえ教室なども設けられている。本館のユニーの売場が集合形態であるのとは異なり、南館ではユニーは専門店を意識した売場構成を採用している。

サンマルシェは、当初、高蔵寺ニュータウンの消費需要を満たすために設けられた。ニュータウン発足後すでに20年が過ぎ、5万人を上回る地域人口を核としてかなり高い密度の商圈が形成された。JR中央本線の利便性の向上や愛知環状鉄道（1986年）の開通など、高蔵寺駅と連絡する交通網が改善されたことも、商圈拡大の可能性を高めた。売場面積は2倍に広がり、空中回廊でつながれた本館と南館の周囲には1,600台が収容可能な駐車場が設けられた。いまやサンマルシェは、市の東部地域を代表する中心商業地になった。

サンマルシェが新装開店した2ヵ月後の1992年6月には、春日井西武がこれよりリニューアルを行って開店した。既存店舗の東側にこれまでと全く同じ建物を新築し、両者を一体化して新店舗として再出発した。名称もこれまでの春日井西武からTHE MALL 春日井に変わった。基本的な変化は、従来にもましてファッション性の強い専門店部門を充実させた点と、レストランやアミューズメントの機能を強めた点である。売場の数は226から272に増え、総売場面積は6,043㎡増えて20,756㎡になった。1991年の春日井市内の小売業総売場面積は199,172㎡であったため、新店舗はその一割以上を占める巨大な店舗となった。

THE MALL 春日井の経営陣の語るによれば、店舗リニューアル化の一番の理由は大型小売店相互の競争力を強めるためである。春日井市に近い小牧市、犬山市など大都市圏の周辺都市では、1980年代の後半に入って有力な大型小売店の立地がつづいた。こうした店舗は新しいだけに、時代にあった店舗づくりやサービス提供につとめるため、既存の大型小売店はその影響をまともに受ける。これに打ち勝っていくには既存店舗の改造や売場面積の増設が必要となる。THE MALL 春日井の場合は、駐車場を立体化して新規の建物用地を生み出す方式がとられ、増床を実現することができた。店側の独自の調査によれば、総販売額のうち春日井市内分の占める割合は50%を下回ったという。こ

れば、この新店舗の商圈がこれまでより広がったことを意味しており、当初の戦略が成功したことを示唆している。

3. 地域商業システムの今後の方向

サンマルシェとTHE MALL 春日井の増床があいつぎ、春日井市の商業は東部地域でそのウエイトが一段と重くなった。こうした動きがづくなくにあつて、中心商業地の核店舗として永年活動してきた清水屋が、現在の場所に近い国道19号の北側に新しい店舗を開設することを計画している。商業活動調整協議会の審査を経て、売場面積を20,820㎡とすることもすでに決定されている。これは現在の売場面積の4倍に近い広さであり、新装なったTHE MALL 春日井の売場面積と並ぶ大型小売店が出現することになる。ただし、現在予定されている場所でこれだけ大きな店舗をつくるのは土地区画の点から困難ではないか、とも言われている。

人口30万に近い都市でありながら、春日井市は中心市街地の形成が不十分であると言われてきた。市当局は、1990年に新築された市役所の周辺一体の市街地を整備する計画をもっているが、清水屋の新店舗はそのなかで重要な位置を占める可能性が大きい。中心市街地の再開発の具体的な方向が決まっていく過程で中心市街地の商業核ともいえる新店舗の建設も具体化すると思われる。いずれにしても、旧下街道沿いの鳥居松本通り商店街から旧19号沿いの商業地へ、さらに現清水屋の位置から新しい国道19号沿いへと、中心商業地は過去40年ほどの間に北に向かって移動してきた。

春日井市ではこのほかに、JR勝川駅前の商業地を再開発する動きがあり、すでに計画の一部が実行に移されている。歴史的にはもっとも早くから栄え、かつては商業・行政の中心であった勝川は、市域が東に向かって拡大する過程で取り残された感があった。中心商業地が鳥居松に移り、市東部に新しい商業地が形成された現在、勝川がかつてもっていた地位を再び取り戻すことは容易ではない。しかし、このままの状態では他の商業地との格差が広がるばかりで

大都市近郊における商業地域システムの発展過程（林）

ある。商業活動を含む駅前市の市街地再開発が計画された背景にはこうした事情がある。新規に開発された東部地域の商業地、既存商業地の面的拡大ともいえる鳥居松の商業地とは違い、勝川では現在地での垂直的な再開発によって商業活動の強化を図ろうとしている。

以上で述べてきたように、春日井市の商業地域システムは1990年代に入って再び新しい段階を迎えた。現在の商業活動は、市内の各所に立地している大型小売店と従来からの商店街、それに幹線道路沿いに立地している末組織の商業施設によって担われている。しかし、小売業全体の売場面積に占める大型小売店の割合が50%に近づいている現在、数少ないこれら大規模小売業の果たす役割は大きい。大型小売店がいかに重要な地位にあるかは、大型小売店での購買率が買回品では50～60%、最寄品でも50%を示すという最近の調査結果からも裏付けられる。高い購買率は、数ある商業施設の中から多くの消費者が大型店を選択したことを意味する。消費者の購買心理に適切に対応していくかぎり、大型小売店の地位は今後もお強まっていくであろう。

過去30年における商業地域システムの発展過程は、商業施設の空間的な分散化と大規模商業施設への購買集中化の歴史であったといえよう。人口分布に左右される商業施設は、人口分布の郊外化に対応して各地に設けられた。しかしその過程で規模の経済や集積の経済を計画的に追求する動きが強まり、多くの専門店を含む大規模な商業施設が多数の消費者を吸引するようになった。消費者の支持なくしては成り立たない商業施設は、地域社会の主要な都市施設でもある。かつての商店街がそうであったように、地元消費者とのつながりを密にした経営が大規模商業施設にも求められるようになった。各地に立地して10年以上が経過した大型小売店は、新たな心構えでの出発が求められている。

商業地域システムが発展する過程で、消費者と事業者との間の基本的関係に変化が生じたとは思われない。変化したのは、こうした基本的関係を社会や経済の発展に合わせながら結びなおす方法つまりシステムである。新しい時代にはその時代にふさわしい方法がある。消費者と事業者が結びつくことによって

かたちづくられる商業地域システムは、時代とともにかたちを変えていく。大都市近郊の商業地域システムは、消費や販売の方法をめぐる起こるであろう全国的な変化と、大都市近郊に特有な条件に規定されながら今後もさらに発展していくと考えられる。

註

- (1) 引用論文13, 15頁による。
- (2) 引用文献19, 116頁の第3-1表による。
- (3) 引用文献12により算出。
- (4) 引用文献19, 121頁の第3-4表による。
- (5) 引用文献10, 240頁の表による。
- (6) 引用文献19, 119頁の第3-3表による。
- (7) 引用文献19の調査の一環として行われたものである。
- (8) 同上
- (9) 引用文献11の調査であり, 2,019世帯(有効回収率88.1%)を対象として行われた。
- (10) 引用文献14の調査であり, 1,629世帯(有効回収率83.4%)を対象として行われた。
- (11) 引用文献18, 176頁による。
- (12) 引用文献3, 38頁による。
- (13) 引用文献1。
- (14) 引用文献7の調査であり, 1,941世帯(有効回収率は不明)を対象として行われた。
- (15) 引用文献2。
- (16) 引用文献20, 253頁による。
- (17) 引用文献16の調査であり, 3,114世帯(有効回収率89.9%)を対象として行われた。
- (18) 引用文献9の調査であり, 3,687世帯(有効回収率96.5%)を対象として行われた。
- (19) 引用文献17の調査であり, 5,804世帯(有効回収率94.2%)を対象として行われた。
- (20) 引用文献4。
- (21) 引用文献5。
- (22) 引用文献6。

引用文献

1. 愛知県, 1970年:『昭和43年商業統計調査結果報告書』144頁
2. 愛知県, 1977年:『昭和51年商業統計調査結果報告書』140頁
3. 愛知県商工部, 1977年:『地域商業実態調査結果報告書～大型店の進出に伴う影響と対応～』170頁
4. 愛知県商工部, 1986年:『消費者購買動向調査結果報告書（尾張部における動向）』160頁
5. 愛知県商工部, 1989年:『消費者購買動向調査結果報告書（尾張部における動向）』159頁
6. 愛知県商工部, 1992年:『消費者購買動向調査結果報告書（尾張部における動向）』166頁
7. 愛知県中小企業センター・春日井市, 1971年:『商店街診断書 旭町商店街』92頁
8. 愛知県中小企業総合指導所・春日井市・春日井商工会議所, 1992年:『春日井市東野町商店街診断書』95頁
9. 春日井市, 1979年:『春日井市商業地域近代化計画報告書』170頁
10. 春日井市教育委員会, 1986年:『春日井の歴史物語』274頁
11. 春日井市商工観光課・春日井市商工会, 1962年:『消費者購買実態調査報告書』95頁
12. 春日井市商店街連合会, 1991年:『1991年度春日井市商店街連合会会員名簿』55頁
13. 春日井市土地区画整理組合連合会・春日井市, 1991年:『組合土地区画整理事業30年のあゆみ』87頁
14. 春日井商工会議所, 1970年:『消費動向調査報告書』48頁
15. 春日井商工会議所, 1987年:『春日井地域小売商業近代化対策調査報告書』117頁
16. 春日井商工会議所・中小企業相談所, 1978年:『大型店影響調査・消費動向調査報告書』113頁
17. 春日井商工会議所・中小企業相談所, 1986年:『消費動向調査報告書』131頁
18. 高山英華編, 1967年:『高蔵寺ニュータウン計画』鹿島出版会 254頁
19. 中部都市学会編・春日井市, 1960年:『春日井市調査報告書』332頁
20. 日本住宅公団中部支社, 1981年:『高蔵寺ニュータウン 20年の記録』361頁

本研究を行うにさいしては、春日井市企画課、春日井商工会議所、春日井市商店街連合会、春日井市内の有力大型小売店をはじめ、数多くの方々のお世話になった。ここに記して感謝の意を表する次第である。