

# 弘前市における小売商店の分布

日 村 睦 子

## I はじめに

小売商業の立地選定の条件は、小売商店の分布に強く反映するため、その分布様式の研究によって明らかになると考えられる。そこで本論文では、弘前市の小売商業の現状を把握したうえで、小売商店がどのように分布しているのか、各業種別商店の分布様式を明らかにすることを目的とした。そしてさらに理解を深めるために、小売商店の分布はどのように変化してきたのか、10年前の小売商店の分布と比較してその変化を調べた。また各小売商店の分布を理解するうえで、その分布に影響を与えていると考えられる都市構造、特に既成商店街の配置、人口増加の分布、その商品の属性などの事象をとりあげて考察した。対象とした小売商店としては、どの都市においても商店数が比較的多く、一般に都市の中でよく見ることのできる家具店・菓子店・金物店・呉服店・酒店・書店・食料品店・青果店・精肉店・電気店・洋服店の 11 業種の小売商店を選定した。

## II 調査方法

最初に弘前市における各業種別小売商店の分布図を作成した。その基本資料としては、昭和 53 年度の職業別電話帳と弘前市住宅地図を用い、商店の位置を地図上にあらわした。次に弘前市の都市内部を市街地形成における発達段階と同心円的な都市構造の観点から、都心を中心として地域区分をした。全市小売商店の約 30 %が土手町に集中していることから、土手町十文字を中心に 500 mごとに A・B・C・D・E の 5 地区に区分し、各業種について総商店数を 100 として各地区ごとの割合を算出した。そうして中心から 1,000m以内には主な商店街地域が含まれており、弘前

第 1 表 各業種別商店数の地区別割合

(%)

業 種 別 商 店	地区	A	B	C	D	E	A + B	C + D
		0～ 500m	500～ 1,000m	1,000～ 1,500m	1,500～ 2,000m	2,000m 以上	0～ 1,000m	1,000～ 2,000m
分散 型 の 商 店	食料品店	10.0	25.6	20.7	20.0	23.7	35.6	40.7
	電気店	13.6	31.4	18.6	18.6	17.8	45.0	37.2
	金物店	21.6	24.3	27.0	5.4	21.6	45.9	32.4
	酒店	15.2	32.3	22.2	20.2	10.1	47.5	42.4
	精肉店	21.6	27.0	13.5	21.6	16.2	48.6	35.1
集中 型 の 商 店	書店	20.0	33.3	23.0	15.0	8.3	53.3	38.3
	菓子店	22.7	34.3	20.9	14.0	8.1	57.0	34.9
	青果店	20.6	41.3	14.3	17.5	6.3	61.9	31.8
	呉服店	29.4	33.3	15.7	9.8	11.8	62.7	25.5
	洋服店	37.8	31.7	14.6	11.0	4.9	69.5	25.6
	家具店	25.0	45.0	12.5	10.0	7.5	70.0	22.5

(昭和 53 年度)

市における商業の中心地であると考えられることから、A・B地区で 50 %以上を占める商店を集中型の商店、50 %未満の商店を分散型の商店と分類した。A・B地区の面積は調査地域全体の 17 %にすぎず、この地区に 50 %以上の商店が集積しているということは、

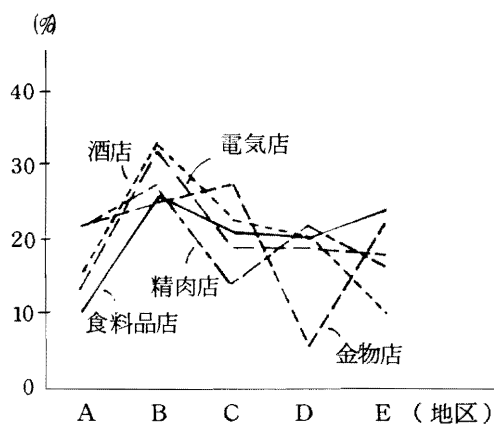
集中性が高い商店であるとみなしても妥当ではないかと考えた。この分類方法によって第1表より、食料品店・電気店・金物店・酒店・精肉店を全般に分散的様式を示す分散型の商店とし、書店・菓子店・青果店・呉服店・洋服店・家具店を集中性の強い集中型の商店と分類した。

### Ⅲ 小売商店分布の特徴

#### 1) 分散型の商店

分散型の各業種別商店の地区別割合は第1図に示した。一般に分散型の商店は消費者がその住居の最寄りの店で購入するいわゆる最寄品を扱っている商店が多く、近隣の消費者を対象とすることから広く分布する特徴がある。商品の値段が割合に安い生活必需品が多く、規則的、継続的に消費し、一般に少量づつ購入する購入頻度の高い商品を扱う日用品店舗が多い。一般に商店の立地は市場として最適地を指向することから歩行者密度の高い街路に集中する。最寄品を扱う商店は主に近隣住民の需要に依存するので都市の発展による人口の郊外拡散に対応して、これらの商店の既成商店街への集中は停滞し、新しい住宅地域への進出が活発になる。そのため分散型の商店はD・E地区においても高い割合を示しており、市街地の拡大に最も敏感に対応しているのは食料品店であることがわかる。またA地区に立地している商店は、近隣住民の需要に応えるだけでなく、既成商店街に集来する顧客のついで買いに依存するものである。

第1図 分散型商店の地区別割合



酒・調味料・缶詰類を取り扱う商店は商品の劣化が比較的遅く、しかも商店に重量物があるので、配達サービスもあって、その分布は他業種に比べてより分散的であり、住宅地域内に分散して単独で立地している傾向がうかがえる。このような日常食料品を扱う商店としては食料品店・酒店・精肉店があげられ、日用雑貨品を扱う商店としては金物店・電気店があげられる。電気店は価格が高い電気製品も扱うが、比較的小さな商店が多く、近隣住民の電気製品の修理などを行うことから分散的な傾向となっている。

#### 2) 集中型の商店

集中型の各業種別商店の地区別割合は第2図に示した。一般に集中型の商店は、消費者が何軒かの店で品質・デザイン・価格などを調べて選択購入する買廻品を扱っている商店が多く、既成

の中心商店街に集中して分布しているという特徴がある。中心商店街は、日中商店街に群る昼間人口の分布に依存しており、従って消費者の購買頻度の低い不特定多数の顧客を対象とし、商品の値段が高いため、購入する時には慎重に比較・検討をすることになる買廻品店舗が多く集中することになる。

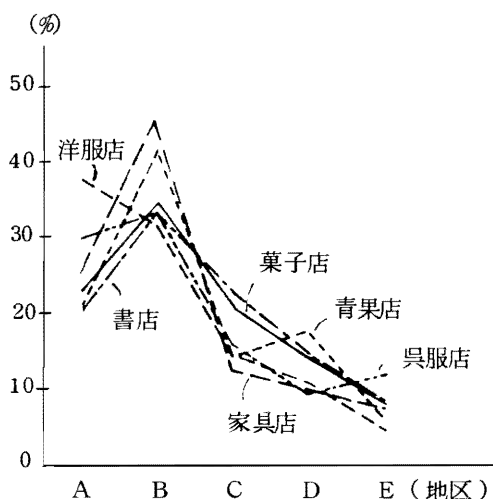
商店の立地選定には、良好な立地に対して高い地代を支払い顧客を吸引するか、または少ない地代を支払い広告に多くの費用を投じて顧客を吸引するかの2つがある。前者は集中型の商店に見られるものであり、特に洋服店・呉服店にこの傾向が強く1坪程度の小売店も成立し、中心商店街との結びつきが強いことがわかる。

菓子とか青果は腐敗性の強い商品であり、その販売は商品の劣化を防ぎ、商品価値を維持するために、需要・供給の相殺が短時間で確保できる場所を選定する。その他に自己消費・接客用・贈答用など多様な消費使途を持つ商品の性質から、菓子店・青果店は不特定多数の歩行者人口にも依存するので、人通りの多い商店街などに集まる傾向があるといえる。家具店は商品を保管し、かつ陳列するために大なる面積を必要とするため、高い地代を支払う商店街の中心よりも、商店街の末端に立地する傾向があり、従ってここではB地区に多く分布している。

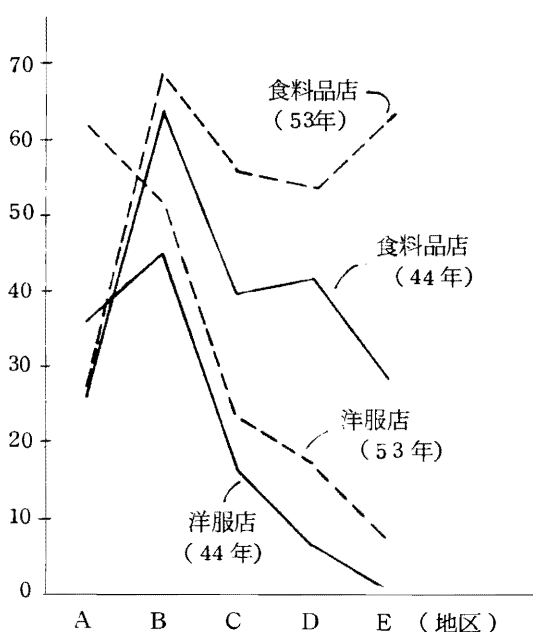
#### Ⅳ 小売商店分布の変化

ここでは小売商店の分布様式の変化を明らかにするため、10年前の分布を

第2図 集中型商店の地区別割合



第3図 昭和44年・53年の商店分布の変化  
—食料品店と洋服店—



調べ比較した。また一般に小売商店の分布を規定する最も基本的な要素は、居住人口の分布であると考えられるので、弘前市における人口分布の変化を調べその関係を検討した。調査方法は前項と同様であり、対象としては、それぞれの分布パターンの中から最も特徴をよく示している食料品店と洋服店を取りあげた。その地区別商店数の変化は第3図に示した。

弘前市の人口動向を見ると、市内中心部のA・B地区では人口減少の傾向にあり、周辺のD・E地区の新市街地と呼ばれる地区では人口増加の傾向が認められる。弘前市の人口分布は職住分離の傾向をたどりながら、いわゆる人口のドーナツ現象を強めていることがわかる。

以上のことから、分散型の商店である食料品店は、A・B地区では商店数の変化はあまりなく、C・D・E地区となるにしたがって増加しており、特にE地区での増加が著しく、これは人口増加地域と一致している。このことは人口の郊外拡散の傾向に伴って、分散型の商店は市街地の拡大を追い駆ける状態で増加しているということがいえる。市街地の拡大に最も敏感に対応しているのは食料品店の分布であると考えられ、分散型の商店はこれからも人口の郊外への拡大に伴い、分散化が高まり拡大していくものと考えられる。

集中型の商店である洋服店は、各地区とも増加の傾向を示し、人口の拡散に伴いD・E地区でも増加しているが、特にA地区での増加が顕著である。これは集中型の商店は一応市街地の拡大に対応し増加するが、中心商店街など既成の商店街の多い地区で集中の度合いを高めていることがいえる。これからも市街地の拡大により周辺部でも多少増加するが、市街地の中心部に多く集中して、昼間人口に依存する商店街に規制される傾向があると考えられる。

## V まとめ

弘前市における小売商店の分布についてその特徴を明らかにするために、11業種の小売商店について調査し、その結果分散型の商店と集中型の商店に分類することができた。しかし、以上のような傾向は弘前市という特定都市での例であり、土手町という中心商店街を中心とした同心円的な都市構造とみなして考察したものである。中心商店街が2つ以上ある都市や、中心商店街の認められない都市、地形との関係から同心円的な都市構造でない都市などの場合には適さない。そのため小売商店分布の一般化をすすめていくためには、さらに従業者数・年間販売額・売場面積・通行者数など他要素との関連や、多くの類似都市との比較・検討を積み重ねていかなければならない。

本論文をまとめるにあたって、横山先生、水野先生からは御指導・御助言をいただき、また弘前市役所企画課、都市計画課の方々からは資料提供の便宜を計っていただきました。ここに深く感謝いたします。

参考文献・資料

- 桑名勝雄(1978): 「日用品店舗の分布」 東北地理 30 - 3
- 桑島勝雄(1973): 「仙台の居住地域の拡大と小売商業」 地理学評論 46 - 7
- 長谷川典子(1978): 「弘前市内周辺部における小売業について」 弘大地理Vol. 14
- 国松久弥(1978): 「小売商業の立地」 古今書院
- 杉村暢二(1977): 「中心商業地」 古今書院
- 弘前市の人口 昭和50年国勢調査結果報告
- 弘前市の商業 昭和51年商業統計調査報告書