

青森市における大型店の立地動向

手塚 みのり

I はじめに

1 研究目的

わが国において、昭和30年代後半から始まる高度経済成長に伴い、産業構造の変革、生活様式の変化などがみられ、同時に流通の近代化が著しく進展してきた。そのなかで、商業の変化は注目に値すべきものであろう。特に、近年日本の多くの都市においては、居住地の郊外化やモータリゼーションによる自家用車の普及・道路網の整備などに伴う買物行動の拡散により、小売商業機能の郊外分散化が顕著にみられる。青森市もその例外ではなく、昭和50年頃から、このような現象が現れてきている。

そこで本研究では、大型店の分布は青森市においてどのような地域差を生じているのか、また、大型店の郊外分散化が青森市の人口分布などどのように関連しているか、の2点に注目し、大型店の業態の違いや規模の大小による空間的分布パターンの相違を明らかにすることを目的とする。

2 研究方法

研究対象としたのは、青森市に立地する全ての大型店である（売場面積500㎡以上）。業態は、百貨店、スーパー、専門店、DIY店（Do It Yourselfというアプローチの仕方により、生活素材を幅広く品揃えした店）、寄合店の5つに区分する。

研究対象期間は、大型店の急激な増加がみられた昭和45年10月1日から、昭和63年12月末とする（表1）。期間を表1のように分類したのは、人口と大型店の立地を比較する際、国勢調査を基にした期間と一致させるためである。

表1. 大規模小売店舗開店時期一覧表

期 間	第1種	第2種	計
～ S.30. 9. 30	1	2	3
S.30. 10. 1 ～ S.35. 9. 30	0	1	1
S.35. 10. 1 ～ S.40. 9. 30	1	3	4
S.40. 10. 1 ～ S.45. 9. 30	1	3	4
S.45. 10. 1 ～ S.50. 9. 30	4	7	11
S.50. 10. 1 ～ S.55. 9. 30	2	11	13
S.55. 10. 1 ～ S.60. 9. 30	2	8	10
S.60. 10. 1 ～ S.63末	2	6	8
計	13	41	54

（昭和63年度 青森市商工水産部の概要 青森商工会議所 調査資料 より作成）

大型店の分布パターンを考察するために、業態、及び、第1・2種大型店について、その分布と新設店舗の売場面積を調査し、また、人口のメッシュマップを作成し、人口と大型店分布との関連について調査していく。

3 法律と大型店

現在、大規模小売店舗法（以下「大店法」と略す。）により、大型店は様々な規制を受けている。この大店法は、大型店周辺の中小小売業の事業活動の機会を適正に確保し、小売業の正常な発達を図ることを目的としている。これはまず、昭和31年に成立し、その後大型店の出店をめぐる紛争が激化するに伴い、昭和48年、53年と改正され、規制が徐々に厳しくなってきた。

この論文の研究対象期間は、これら三法にまたがっていることを念頭において、大型店の立地動向について考察していく。

Ⅱ 青森市の小売商圈

青森市は東北・奥羽本線、津軽線の終起点及び、国道4・7・280号線の結節点にある。そのため、小売商圈は鉄道や道路沿いに延びており、特に東津軽郡6町村からの吸収力が安定して強いという状態を維持している。

しかし、昭和54年の青森市の商圏市町村（買物吸収率5%以上で設定）は1市8町10村、昭和57年は1市10町7村、昭和60年では1市7町7村で、6年間で4町村の減少がみられる。小売商圈から抜けた市町村は、上北地方の市町村が主であり、これは、みちのく有料道路の開通（昭和55年）などによる商業環境の変化に起因すると考えられる。

Ⅲ 大型店の立地動向

1 大型店立地の現状

第1種には、主に百貨店、専門店及びDIY店の業態がある。そのうち、百貨店と専門店はJR青森駅の東に位置する中心商店街に集中しており、求心的分布パターンを、DIY店は主要道路沿いへと分散的分布パターンを示している。

第2種は、主に専門店、スーパー及びDIY店の業態がある。そのうち、専門店は中心商店街や郊外の主要道路沿いに広く分布している。また、スーパーとDIY店は分散的分布パターンを示しているが、スーパーは市内全域に広く分布しており、DIY店は郊外の主要道路沿いに分布しているという違いがみられる。

2 人口の変化

まず、青森市の人口増減をみていく。

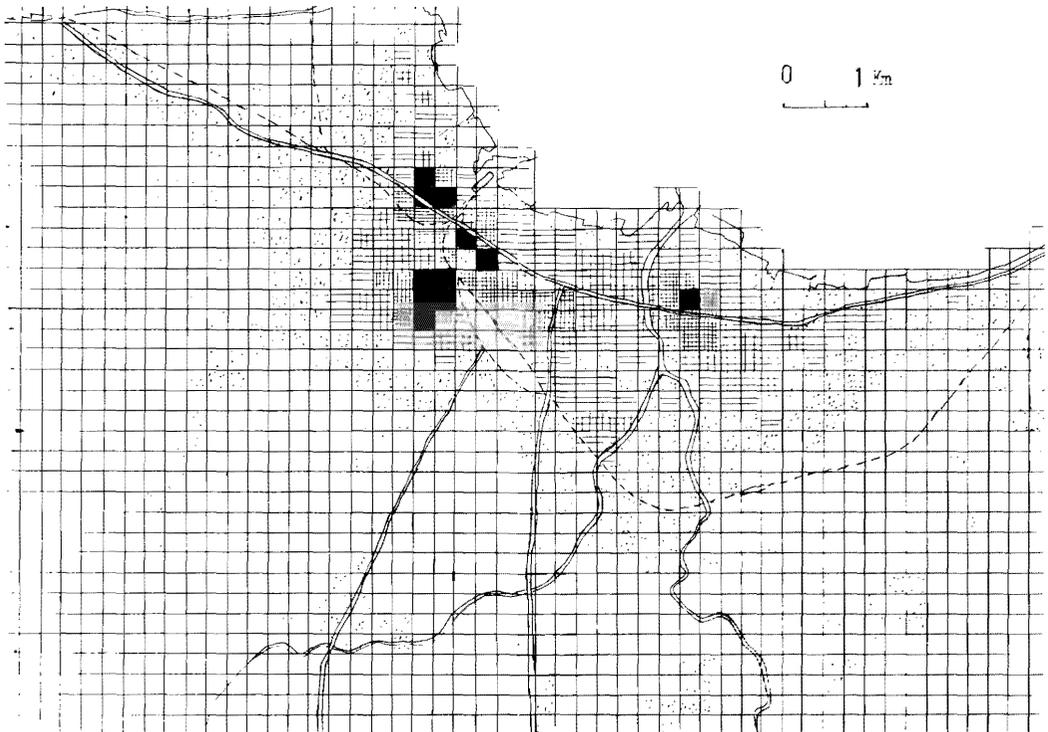
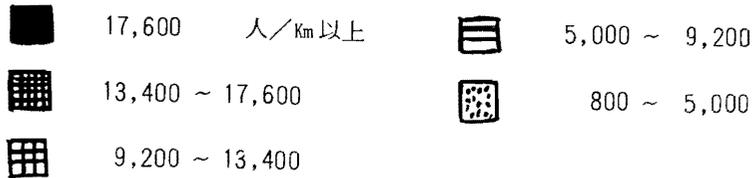
青森市の人口は、昭和45年から55年では著しい増加がみられるが、昭和55年から60年では停滞し

ており、それ以降では徐々に減少してきている。

次に、青森市の人口分布の変化をミクロな面からみていく（第1図）。

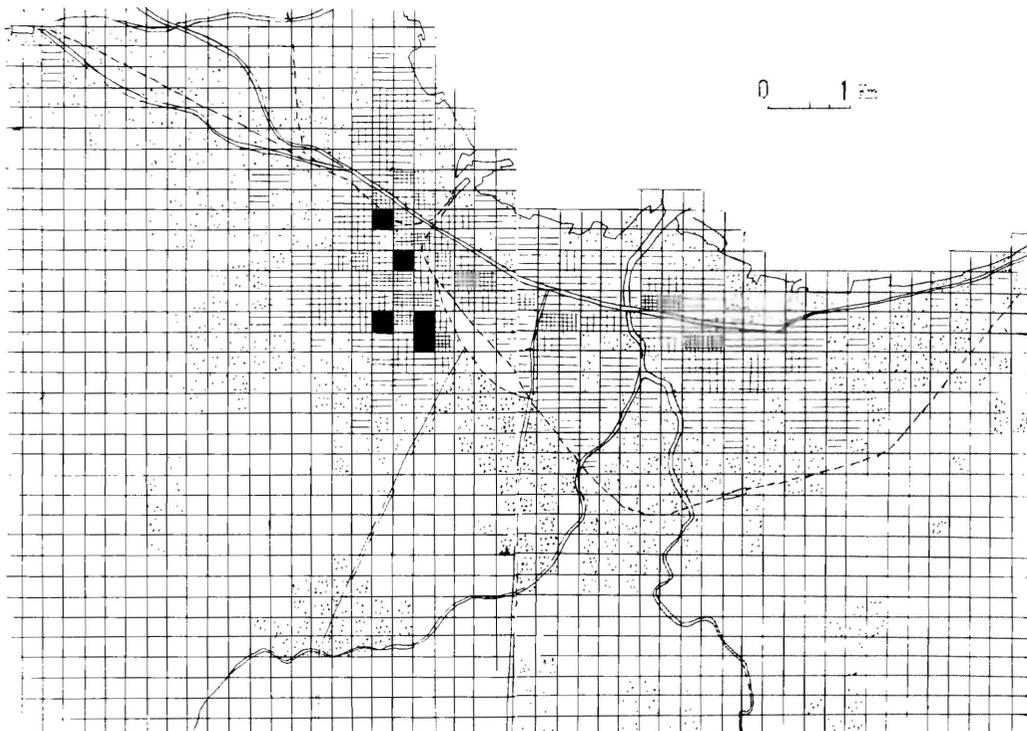
昭和45年と50年とを比較すると、石江字富田、西滝、浜田、小柳、幸畑団地地区に著しい増加がみられる。逆に、古川、長島、新町、安方、本町、堤町、茶屋町といった都心部とその縁辺に人口減少が目立っている。

昭和50年と55年とを比較すると、西滝、浜田、筒井、佃、大野、三内、矢田前地区に人口増加がみられ、都心部とその縁辺では、人口減少がますます進行した。

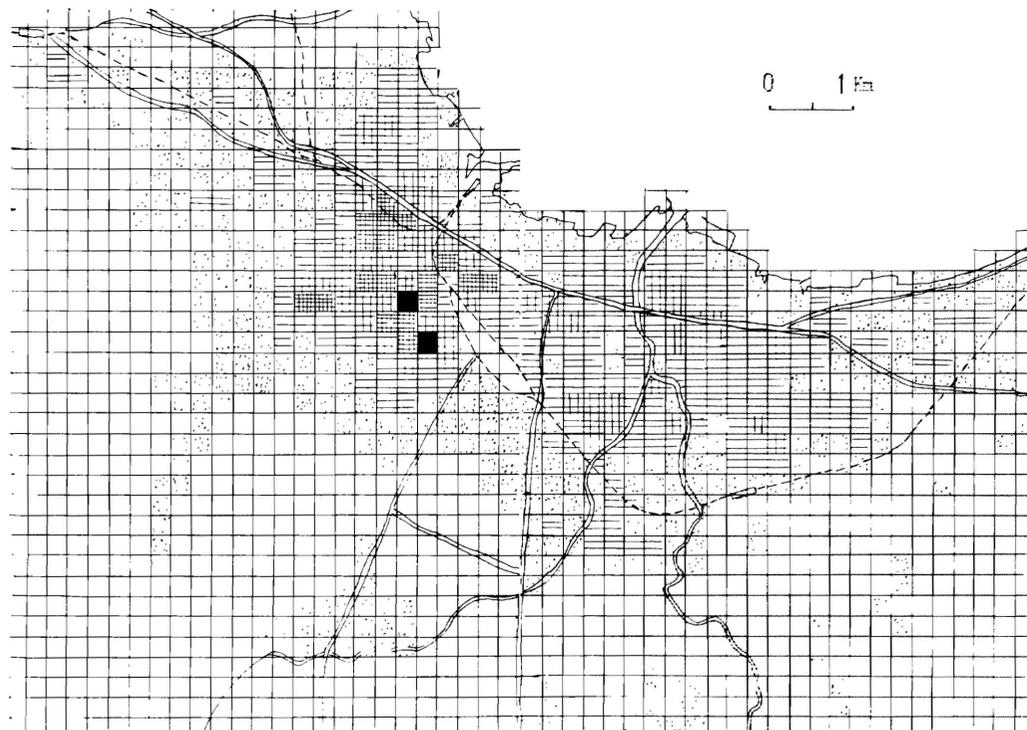


第1図-1. 青森市の人口密度 昭和45年

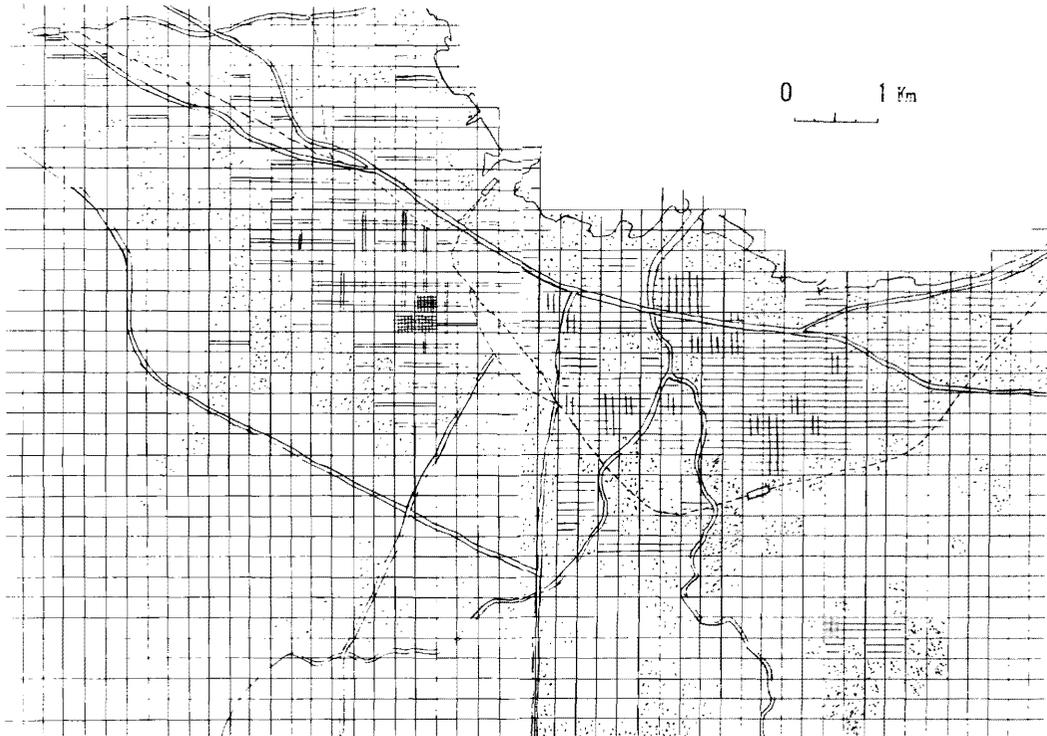
〔青森市の統計（1973. 1978. 1984. 1988.）より作成〕



第1図-2. 青森市の人口密度 昭和50年



第1図-3. 青森市の人口密度 昭和55年



第1図－4. 青森市の人口密度 昭和60年

昭和55年と60年では、桜川、浜田板橋、小柳、問屋町、戸山地区に人口増加がみられ、都心部、特に古川地区やその周辺地区での人口減少が増々進行した。

以上より、昭和45年から60年までを通してみると、人口密度の高い地区は少なくなり、人口が、南西、南東、南方へと拡散していることが言える。また、都心部とその周辺では、徐々に人口減少が進行し、人口の空洞化現象がみられる。

3 大型店の立地動向

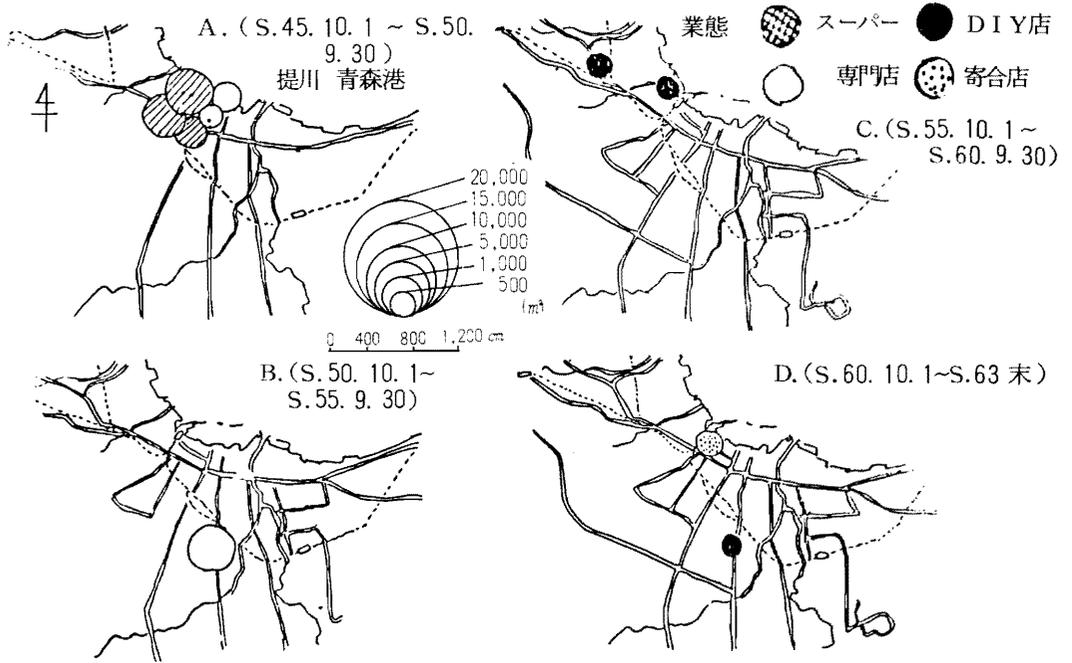
新設店舗の売場面積を4期間に分類して考察していく(第2図・第3図)

1) 業態による差異

A期間では、百貨店と専門店が中心商店街に集中しており、スーパーは主に人口増加が進行している地区や人口密度の高い地区の縁辺部に分布している。

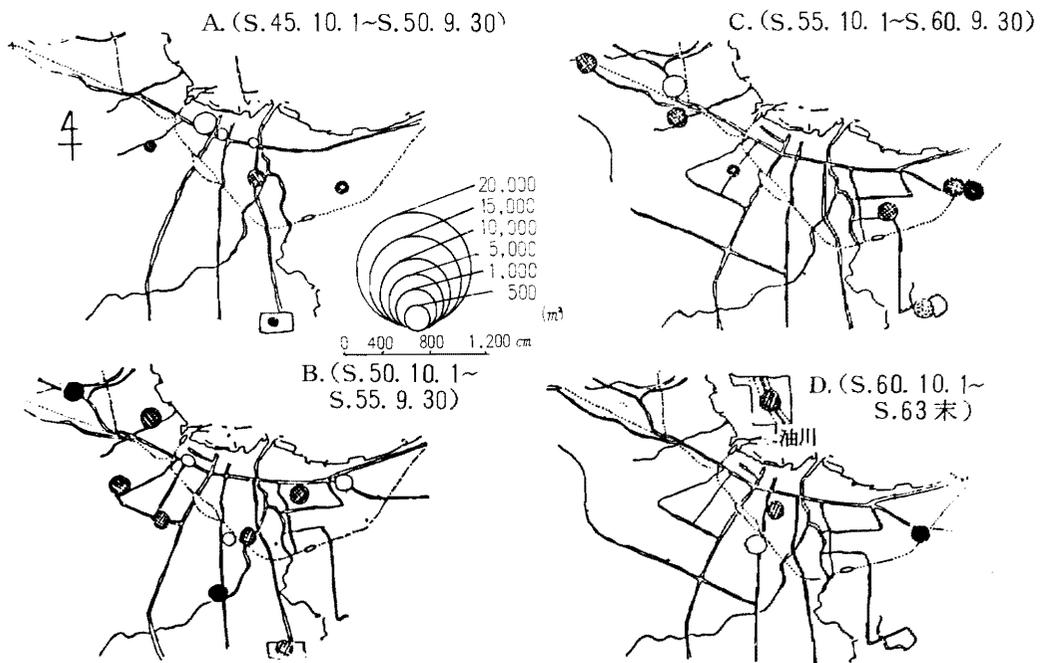
B期間では、東西バイパスの完成により、郊外の主要道路沿いに専門店やDIY店が分布している。また、スーパーは、人口増加の進行が著しい、三内、金沢、筒井、佃地区に分布している。

C期間では、戸山団地の完成により、寄合店が戸山地区に立地したほか、人口増加とはほとんど関連のない郊外の主要道路、特に、バイパス沿いに、専門店、DIY店、スーパーが分布している。これにより、この期間は消費者の購買行動の拡散が著しく進んだ時期であるといえよう。



第2図. 第1種大型店の新設店舗の売場面積

昭和63年度青森市商工水産部の概要・青森商工会議所調査資料より作成



第3図. 第2種大型店の新設店舗の売場面積

昭和63年度青森市商工水産部の概要・青森商工会議所調査資料より作成

D期間では、スーパー、専門店、DIY店が郊外の主要道路沿いに分布している。一方この期間は、駅の再開発事業及び、人口の空洞化地区の再充填がみられる。

2) 規模による差異

第1種は、昭和50年以前に中心商店街へ集中しており、求心的分布パターンを示している。

第2種は、昭和50年以降郊外へ著しく分散している。特に、B期間は、南西、南方へと人口増加が進行している地区へ、C期間には、東西バイパスへと分布しており、分散的分布パターンを示している。

表2. 歩行者通行量データ

(昭和)年度 調査地点	50	53	60	61
旧自治会館	—	—	4,966 5,892	8,352 27,796
成田本店	20,656 34,786	17,058 27,940	—	—
工藤万年堂	14,780 24,126	11,028 9,570	—	—
クレオパトラ	10,700 11,408	9,422 9,376	—	—
陶々苑(昭和通り)	—	—	3,778 4,856	7,386 9,508

(注) 上段：平日
下段：日曜
調査時間
9:00~19:00

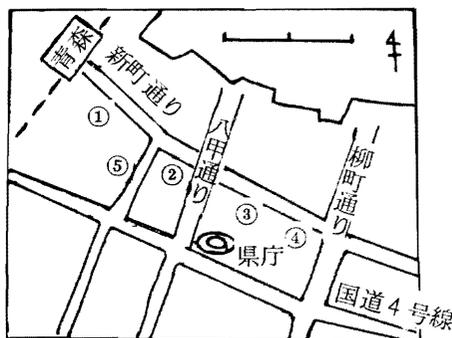
〔青森商工会議所 調査資料より引用〕

Ⅳ 大型店の郊外化の影響

ここでは、大型店の郊外分散化が、どのように青森市の商業機能に影響していったのか考察していく。

まず歩行者通行量データに変化がみられた年度と調査地点をみていく(表2)。これによると、成田本店、工藤万年堂、クレオパトラ共に、昭和50年から53年の間に減少がみられる。この原因として、昭和52年に市街地南部にサンロード青森が outlet したことや、郊外

に第2種大型店が多数 outlet したことが挙げられる。また、昭和60年から61年の間においては、旧自治会館と陶々苑に著しい増加がみられる。これは61年3月のステーションビル(第1種大型店、ラビナ)の完成によるものだと言える。



- ①旧自治会館
- ②成田本店
- ③工藤万年堂
- ④クレオパトラ
- ⑤陶々苑

表 3. 買物吸収率の差

地 区		(昭 和) 年 度	
		57 ~ 60	60 ~ 63
中心商店街区	買回品	- 4 . 4 %	- 4 . 5 %
	中間品	- 4 . 6 %	- 4 . 4 %
	最寄品	- 5 . 2 %	- 3 . 8 %
サンロード青森	買回品	+ 2 . 6 %	+ 1 . 7 %
	中間品	+ 2 . 3 %	+ 1 . 4 %
	最寄品	+ 0 . 2 %	- 1 . 9 %

〔 青森商工会議所 調査資料より作成 〕

次に、各地区の購買平均吸収率をみていく（表 3）。これによると、中心商店街区の平均吸収率が低下傾向にあり、サンロード青森の平均吸収率が増加している。また、サンロード青森については、昭和57年から60年の間の吸収率の差より、昭和60年から63年の間の差が減少しており、他の郊外の大型店の立地及び、駅前の再開発事業の影響といえよう。

V ま と め

青森市において、大型店の業態や規模の違いによる空間的分布パターンの相違を明らかにしてきたが、これをまとめると次のようになる。

青森市での大型店の増加は、都心部よりも郊外で著しく、第1種より第2種の増加が主である。また業態は、百貨店よりもスーパー、専門店、DIY店の増加が著しい。

大型店の空間的分布パターンは、業態の違いによって異なり、百貨店は求心的分布パターン、スーパー、専門店、DIY店は分散的分布パターンを示している。そして、スーパーは人口に、専門店、DIY店は道路に強い関連がみられる。また、規模の大小によっても異なり、第1種は求心的分布パターン、第2種は分散的分布パターンを示している。

最後に、本稿を作成するにあたり御指導下さった、水野先生、後藤先生に厚く御礼申し上げます。

【 参 考 文 献 】

- 伊藤 理（1978）：大都市圏におけるスーパーの展開と立地 ——京阪神大都市圏の場合——
人文地理 第30巻第6号 1～21
- 悦喜秀法（1987）：首都圏における大型店の立地動向 東北地理 Vol.39 16～33
- 香川勝俊（1987）：小都市における大型店立地の地域商業への影響——小売商業機能と中心商店街への影響を中心に——人文地理 第39巻第3号 24～39
- 戸所 隆（1981）：近郊都市化地域における大型店の進出と購買行動の変化
——草津地域を例に—— 人文地理 第33巻第3号 18～37