

長 崎 県 の 小 売 構 造 分 析

—長崎県下8都市の小売業の比較分析—

岩 永 忠 康

1. はじめに
2. 小売業の環境・構造・活動成果
3. 都市小売業の類型化
4. 顧客吸引力・販売額変動要因の分析
5. おわりに

1. は じ め に

都市小売業はさまざまな側面をもっており、それは多くの指標を用いて数量的に捉えることができる。これらの諸側面や諸指標は都市小売業の特質と課題を表示するものである。もちろん、これらの側面や指標はそれなりの意味や内容をもっている。それと同時に、これらの側面や指標の相互関連が都市小売業を大きく規定するものである。

本稿は、昭和54年と昭和60年の商業統計表をベースに、長崎県下8都市における小売業の集積構造・活動水準等ならびにその比較分析を行なうものである。ここでの分析方法は、昭和62年度版、九州流通白書『都市小売業の商圈構造と活動水準』をベースとした産業組織論的アプローチである。それと同時に、この分析は「長崎県の小売業の現状と構造分析」（昭和60年3月、長崎総合科学大学地域科学研究所『地域論叢』No.2）の延長線上に位置するものである。

なお、今回の数値は小売業計から自動車・自転車小売業と燃料小売業を差し引いた数値である。ただし、福江市、平戸市、松浦市については、これら業種には秘匿値があるので、小売業計の数値をそのまま利用している。

そこで、分析の順序を示すと、まず最初に、長崎県下8都市における小売業の環境要因、集積・競争構造ならびに活動成果について分析し、次に、これら諸指標にもとづく対象8都市の都市小売業を類型化し、最後に、活動成果（顧客吸引力・販売額）についての規定要因とその相関関係の分析を行なうものである。

2. 小売業の環境・構造・活動成果

(1) 環境要因

① 行政人口

都市小売業の競争構造や活動水準を規定する環境要因としては種々のものが考えられるが、それらのうちで最も基本的な要因ともいうべきものは、当該都市における人口の集積規模とその動向である。さらにいえば、小売業が消費者需要に直接的に対応する商業の機能形態であるかぎり、都市の定住人口の規模は都市小売業の存立や動向を左右するいわば基礎的条件であるといえるからである。

表1によると、昭和60年現在で長崎県の人口は約159万人で全国約12,060万人の1.32%を占めている。このうち8都市計は約99万人で62.1%を占めており、なかでも長崎市が約45万人（28.3%）、佐世保市が約25万人（15.7%）と集積度が高く、両都市の人口が約70万人、そのシェアが県の44%を占めている。そのほかの都市は、諫早市（8.8万人）から松浦市（2.5万人）までの5都市で約28.7万人を有し、そのシェアが18.1%を占めている。したがって、長崎県の人口は、県南の長崎市と県北の佐世保市の2大都市における二眼レフ的な人口集積をベースに、そのほかの5都市の約28.7万人（18.1%）と郡部の約60.3万人（37.9%）に分布している。

次に、昭和54年から昭和60年まで6年間の推移（以下、推移とする）をみると、全国の人口の平均増加率が4.7%であったのに対し、長崎県の人口は54年の158.4万人から60年の158.9万人へと5千人ほどの増加で、その増加率は0.3

表 1 行政人口・商業人口

指標 年度 都市名	行政人口					商業人口				
	昭和54年		昭和60年		推移	昭和54年		昭和60年		推移
	実数 (人)	構成比 (%)	実数 (人)	構成比 (%)		実数 (人)	構成比 (%)	実数 (人)	構成比 (%)	
長崎市	446,238	28.2	449,513	28.3	1.007	586,535	37.0	566,293	35.6	0.965
佐世保市	251,810	15.9	250,107	15.7	0.993	310,630	19.6	288,372	18.1	0.928
島原市	46,309	2.9	45,935	2.9	0.992	62,246	3.9	59,587	3.7	0.957
諫早市	82,059	5.2	88,106	5.5	1.074	92,431	5.8	105,673	6.7	1.143
大村市	64,824	4.1	69,017	4.3	1.065	64,463	4.1	70,775	4.5	1.098
福江市	31,717	2.0	30,896	2.0	0.974	※ 41,237	2.6	※ 40,745	2.6	0.988
平戸市	30,193	1.9	28,353	1.8	0.939	※ 29,590	1.9	※ 25,598	1.6	0.865
松浦市	24,413	1.5	24,570	1.6	1.006	※ 21,768	1.4	※ 22,108	1.4	1.016
市部計	977,563	61.7	986,497	62.1	1.009	1,195,235	75.5	1,164,677	73.3	0.974
郡部計	606,331	38.3	602,515	37.9	0.994	388,658	24.5	424,336	26.7	1.092
県計	1,583,894	100.0	1,589,012	100.0	1.003	1,583,893	100.0	1,589,013	100.0	1.003
全 国	115,156,978	1.38	120,598,251	1.32	1.047	115,156,978	1.38	120,598,251	1.32	1.047

資料：『ながさきの統計』（長崎県総務部情報統計課），昭和54年（6月1日現在），昭和60年（5月1日現在）

『人口推計月報』（総務庁統計局編），昭和54年（6月1日現在），昭和60年（5月1日現在）

『商業統計表』（通商産業省），昭和54年（6月1日現在），昭和60年（5月1日現在）。

注記：福江市，平戸市，松浦市を除いたすべての都市は、自動車・自転車小売業と燃料小売業を除く。

$$\text{商業人口} = \frac{\text{都市小売販売額}}{\text{県全体の小売販売額} \div \text{県の行政人口}} = \frac{\text{都市小売販売額}}{\text{県民1人当り小売販売額}}$$

％ほどにすぎない。このうち市部は0.9％増加しているのに、逆に郡部は0.6％減少しており，都市集中化が依然として進行しているといえよう。都市別の推移をみると，諫早市（7.4％），大村市（6.5％）の県央都市の増加が著しく，長崎市，松浦市のわずかな増加を加えて，4都市で増加している。逆に，平戸市（6.1％減）をはじめ佐世保市，島原市，福江市の4都市が減少している。

② 商業人口

行政人口は定住地域をベースとした行政単位の人口であるが，さらに人口は商業人口，就業人口，就学人口など生活・経済活動などによって具体的な人口に分けることができる。都市小売業によって重要な人口指標は商圈人口の動向である。小売業の存立を支える基本的な要因は，その商圈における購買力した

がってまた商業人口の集積水準であるからである。ここにいる商業人口とは、通産省の大規模小売店舗調整の審査方法としての便宜性指標の計算に用いられる概念と同じもので、都市小売業の商圈人口を示すものである。この算出方法は次の式で表わされる。

$$\begin{aligned}\text{商業人口} &= \frac{\text{都市小売販売額}}{\text{県全体の小売販売額} \div \text{県の行政人口}} \\ &= \frac{\text{都市小売販売額}}{\text{県民1人当り小売販売額}}\end{aligned}$$

そこで、商業人口をもってこの商圈人口の代替指標とみなして、昭和60年現在の数値を表1でみると、市部は116万人で73.3%のシェアを占めており、行政人口のシェアより11.1%ほど上回っている。これに対して郡部は42万人で26.7%のシェアしか占めていない。さらに都市別のシェアをみると、長崎市（35.6%）と佐世保市（18.1%）の両都市で県下の過半数（53.7%）を占めている。残り6都市の合計で20.5%を占めている。

次に、推移をみると、市部は2.6%減少しているのに対し、郡部は9.2%増加しており、これは、都市小売業の顧客吸引力が低下していることを意味するものであろう。さらに都市別でみると、諫早市（14.3%）、大村市（9.8%）の県央両都市の増加が著しく、松浦市（1.6%）を含めて3都市が増加している。逆に、平戸市（13.5%減）を最高に、佐世保市、島原市、長崎市、福江市の5都市が減少している。

(2) 小売業の概況

長崎県と県下8都市の小売業における昭和60年現状ならびに54年から60年までの動向を、①店舗数、②従業者数、③年間販売額、④売場面積についてみていこう（表2）。

① 店 舗 数

昭和60年現在で長崎県小売業の店舗数は22,964店を数え、これはわが国の店

表 2 小 売 業 の 現 状 と 推 移

指標 年度	店 舗 数 (店)		従 業 者 数 (人)		販 売 額 (百万円)		売 場 面 積 (m ²)	
	昭和54年	昭和60年	昭和54年	昭和60年	昭和54年	昭和60年	昭和54年	昭和60年
都 市 名								
長 崎 市	6,525	6,464	24,161	26,117	246,623	313,962	301,078	328,244
佐世保市	3,646	3,491	13,284	13,649	130,612	159,787	201,016	211,859
島 原 市	845	828	2,832	2,895	26,173	33,036	44,444	52,410
諫 早 市	1,065	1,064	3,985	4,344	38,865	58,587	62,822	84,024
大 村 市	819	834	3,011	3,396	17,105	39,239	48,294	64,057
※福江市	636	650	1,022	1,915	17,339	22,590	26,405	30,064
※平戸市	581	522	0,898	1,464	12,442	14,192	22,609	24,438
※松浦市	434	393	0,906	1,183	9,153	12,257	17,983	17,317
市 部 計	14,453	14,138	0,978	54,540	502,566	645,716	722,851	810,832
都 部 計	8,984	8,826	0,982	21,807	163,421	235,259	370,485	388,300
県 計	23,437	22,964	0,980	77,960	665,987	880,974	1,093,336	1,199,132
全 国	1,529,038	1,470,243	0,962	5,182,585	59,174,591	80,339,126	83,323,249	91,815,600
	構 成 比 (%)		構 成 比 (%)		構 成 比 (%)		構 成 比 (%)	
都 市								
長 崎 市	27.8	28.1	1.011	33.5	1.015	35.6	27.5	27.4
佐世保市	15.6	15.2	0.974	17.5	0.967	18.1	18.4	17.7
島 原 市	3.6	3.6	1.000	3.9	0.949	3.7	4.1	4.4
諫 早 市	4.5	4.6	1.022	5.4	1.037	5.8	5.7	7.0
大 村 市	3.5	3.6	1.029	4.1	1.073	4.1	4.4	5.3
※福江市	2.7	2.8	1.037	2.6	0.962	2.6	2.4	2.5
※平戸市	2.5	2.3	0.920	2.0	0.900	1.9	2.1	2.0
※松浦市	1.9	1.7	0.895	1.6	0.938	1.4	1.6	1.4
市 部 計	61.7	61.6	0.998	70.2	0.997	73.3	66.1	67.6
都 部 計	38.3	38.4	1.003	29.8	1.007	24.5	33.9	32.4
県 計	100.0	100.0	1.000	100.0	1.000	100.0	100.0	100.0
県計/全国	1.53	1.56	1.020	1.41	1.007	1.13	1.31	1.31
	構 成 比 (%)		構 成 比 (%)		構 成 比 (%)		構 成 比 (%)	
長 崎 市								
佐世保市								
島 原 市								
諫 早 市								
大 村 市								
※福江市								
※平戸市								
※松浦市								
市 部 計								
都 部 計								
県 計								

資料：『商業統計表』（昭和54年、60年版）

注記：自動車・自転車小売業および燃料小売業は除く。ただし、福江市、平戸市、松浦市は自動車・自転車、燃料小売業を含むすべての小売業である。
したがって、長崎県8都市の総計と市部計の数値は一致しないが、誤差はわずかである。

以下の諸表・図はこの表2をベースに作成している。

舗数（1,470,243店）の1.56％に相当している。このうち市部は14,138店で県下の61.6％のシェアを占めているのに対し、郡部は8,826店で38.4％のシェアである。さらに都市別でみると、長崎市が6,464店（28.1％）、佐世保市が3,491店（15.2％）を有しており、両都市の店舗数は43.3％のシェアを占めている。諫早市（4.6％）から松浦市（1.7％）までの残り6都市は4,291店で18.6％のシェアである。

次に、推移をみると、高度経済成長以来、増加し続けた商店数が今回（昭和60年度）の商業センサスではじめて減少したのである。全国の店舗数の減少率は3.8％であったのに対し、長崎県のそれは2％の減少であった。このうち市部は2.2％の減少で、郡部の1.8％の減少より減少率が高くなっている。都市別でみると、平戸市（10.2％減）を最高に、松浦市、佐世保市、島原市、長崎市、諫早市の6都市は減少している。逆に、福江市（2.2％）、大村市の2都市は増加している。

② 従業者数

昭和60年現在で長崎県小売業の従業者数は77,960人を数え、これはわが国の従業者数（5,507,097人）の1.42％に相当している。このうち市部は54,540人で県下の70.0％のシェア、郡部は23,420人で30.0％のシェアを占めている。都市別でみると、長崎市が26,117人（33.5％）、佐世保市が13,649人（17.5％）を有しており、両都市で県下の過半数（51％）を占めている。諫早市（5.6％）から松浦市（1.5％）までの残り6都市は15,184人で19.5％のシェアを占めている。

次に、推移をみると、長崎県は6.4％の増加率を示して、全国のそれ（6.3％）とほぼ同じ数値である。このうち市部は6％、郡部は7.4％の増加を示し、郡部が高い増加率を示している。都市別でみると、大村市（12.8％）を最高に諫早市、長崎市、佐世保市、福江市、島原市の6都市が増加している。逆に、松浦市、平戸市の2都市が減少している。

③ 年間販売額

昭和60年現在で長崎県小売業の販売額は約8,810億円を計上し、これは全国の販売額(80兆3,391億)の1.1%に相当している。このうち市部は6,457億円で県下の73.3%のシェア、郡部は2,353億円で26.7%を占めている。都市別でみると、長崎市が3,140億(35.6%)、佐世保市が1,598億の(18.1%)を計上し、両都市で県下の53.7%を占めている。諫早市(6.7%)から松浦市(1.4%)まで残り6都市は1,799億円で20.5%のシェアである。

次に、推移をみると、長崎県は32.3%の増加率を示し、全国のそれ(35.8%)より少し低い増加率である。このうち市部は28.5%、郡部は44.0%の増加率であり、郡部がかなり高い増加率を示している。都市別でみると、諫早市(50.7%)を最高にすべての都市で増加している。特に諫早市、大村市の県央両都市の増加率は著しい。

④ 売場面積

昭和60年現在で長崎県小売業の売場面積は約120万㎡を計上し、これはわが国の売場面積(約9,182万㎡)の1.31%に相当している。このうち市部は約81万㎡で県下の67.6%のシェア、郡部は約39万㎡で32.4%のシェアとなっている。都市別でみると、長崎市が約33万㎡(27.4%)、佐世保市が約21万㎡(17.7%)を有しており、両都市で県下の45%ほどのシェアを占めている。また、諫早市(7.0%)から松浦市(1.4%)までの残り6都市は約27万㎡で22.6%のシェアである。

次に、推移をみると、長崎県は9.7%の増加率を示し、全国のそれ(10.2%)を下回っている。このうち市部は12.2%で全国を上回る増加率であるのに対し、郡部は4.8%とかなり低い増加率を示している。都市別でみると、諫早市(33.7%)、大村市(32.6%)の県央両都市の高い増加に続き、島原市、福江市、長崎市、平戸市、佐世保市の7都市で増加している。ただ、松浦市だけは3.7%の減少となっている。

Ⅲ. 小売業の平均店舗規模

平均店舗規模は都市小売業において現実に展開されている競争単位としての個々の小売業による規模構造や集中の程度を示すものである。そこで、この店舗規模を1店当り売場面積、1店当り従業者数、1店当り販売額の3指標でみていこう(表3)。

① 1店当り売場面積

1店当り売場面積は店舗数に対する売場面積の物的規模比率をいう。昭和60年現在で長崎県の1店当り売場面積は52.22㎡であり、これはわが国の水準(62.45㎡)より10㎡ほど狭くなっている。このうち市部は57.35㎡、郡部は44.00㎡で、市部が郡部より13㎡以上広がっている。したがって、長崎県の1店当り売場面積は全国平均よりかなり小さく、それも郡部ほどより小さいことがわかる。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、諫早市(78.97㎡)を最高に大村市、島原市、佐世保市の4都市があげられる。なかでも諫早

表 3 平 均 店 舗 規 模

指標 年 度	1店当り売場面積(㎡) (売場面積÷店舗数)			1店当り従業者数(人) (従業者数÷店舗数)			1店当り販売額(万円) (販売額÷店舗数)		
	昭和54年	昭和60年	60年/54年	昭和54年	昭和60年	60年/54年	昭和54年	昭和60年	60年/54年
都市名									
長崎市	46.14	50.78	1.101	3.70	4.04	1.092	3,779.7	4,857.1	1.285
佐世保市	55.13	60.69	1.101	3.64	3.91	1.074	3,582.3	4,577.1	1.278
島原市	52.60	63.30	1.203	3.35	3.50	1.045	3,097.4	3,989.9	1.288
諫早市	58.99	78.97	1.339	3.74	4.08	1.091	3,649.3	5,506.3	1.509
大村市	58.97	76.81	1.303	3.68	4.07	1.106	3,309.5	4,704.9	1.422
福江市	41.52	46.25	1.114	3.01	3.02	1.003	2,726.3	3,475.4	1.275
平戸市	38.91	46.82	1.203	2.52	2.76	1.095	2,141.5	2,718.8	1.270
松浦市	41.44	44.06	1.063	2.73	2.92	1.070	2,109.0	3,118.8	1.479
市部計	50.01	57.35	1.147	3.56	3.86	1.084	3,477.2	4,567.2	1.313
郡部計	41.24	44.00	1.067	2.43	2.65	1.091	1,819.0	2,665.5	1.465
県計	46.65	52.22	1.119	3.13	3.39	1.083	2,841.6	3,836.3	1.350
全 国	54.49	62.45	1.146	3.39	3.75	1.106	3,870.1	5,464.3	1.412

資料：商業統計表(表2)より作成。

市、大村市の県央両都市の水準は高く、全国水準より15㎡ほど大規模なものとなっている。意外だったのは、長崎市(50.78㎡)は全国水準はおろか県水準にも達していないということである。

次に、推移をみると、長崎県平均の1店当り売場面積は11.9%の増加率を示し、それだけ大型化しているといえるが、全国増加率(14.6%)よりは下回っている。このうち市部は14.7%で全国水準をわずかに上回る増加率であるのに対し、郡部は6.7%とかなり低い増加率で、市部の半分以下の増加率でしかなかった。したがって、市部と郡部の規模格差は拡大している。都市別でみると、市部平均増加率を超えている都市は、諫早市(33.9%)を最高に大村市、島原市、平戸市の4都市があげられる。なかでも諫早市、大村市の県央両都市の水準は30%以上の高い増加率を示している。また長崎市、佐世保市ともに10.1%の増加で長崎県水準を下回っている。

② 1店当り従業者数

1店当り従業者数は店舗数に対する従業者数の人的規模比率をいう。昭和60年現在で長崎県の1店当り従業者数は3.39人であり、これはわが国の水準(3.75人)より少ない。このうち市部は3.86人で全国水準より多く、郡部より1.21人ほど多くなっている。都市別でみると、市部平均を超えている都市は諫早市(4.08人)を最高に大村市、長崎市、佐世保市の4都市があげられる。長崎市については、1店当り売場面積の規模は相対的に小さいのに対し、1店当り従業者数の規模は相対的に大きいものとなっている。したがって、長崎市の平均店舗規模は、物的規模より人的規模に重点がおかれ、それが1店当り販売額を大きくしているものといえよう。さらにいえば、このような長崎市小売業の特性は、狭い平地に山の上まで続く限られた土地に形成されている街並みと造船不況をベースとした就業人口の過剰という経済事情によるものであろう。

次に、推移をみると、長崎県平均の1店当り従業者数の増加率は8.3%であり、全国増加率(10.6%)を下回っている。このうち市部の増加率は8.4%で郡部のそれ(9.1%)より低い増加率である。都市別でみると、市部平均増加

率を超えている都市は、大村市（10.6%）を最高に平戸市、長崎市、諫早市の4都市があげられる。

③ 1店当り販売額

1店当り販売額は店舗数に対する販売額の比率である。これは小売業の活動水準ないし効率を示す指標である。昭和60年現在で長崎県の1店当り販売額は3,836.3万円であり、これはわが国の水準（5,464.3万円）より約1,600万円強ほど下回っている。このうち市部は4,567.2万円 で全国水準より約900万円ほど少なく、郡部（2,655.5万円）の約1.7倍に相当する。したがって、長崎県小売業の活動水準ないし効率は全国水準の7割程度とかなり低く、市部でさえ8割5分程度しかなく、郡部では5割以下と著しく低くなっている。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、諫早市（5,506.3万円）を最高に長崎市、大村市、佐世保市の4都市があげられる。このうち諫早市だけがかろうじて全国水準を上回っている。逆に、平戸市は郡部平均なみの低さである。

次に、推移をみると、長崎県平均の1店当り販売額の増加率は35.0%であり、全国水準（41.2%）を下回っている。このうち市部の増加率は31.3%であるのに対し、郡部は46.5%の高い増加率を示し、全国水準より高いものとなっている。したがって、長崎県の市部と郡部との格差は縮少している。都市別でみると、市部平均増加率を超えている都市は、諫早市（50.9%）を最高に松浦市、大村市の3都市だけである。残り5都市はすべて30%以下の増加率でしかない。

(3) 小売業の集積・競争構造

都市における小売活動の水準や態様を規定する最も基本的な要因は、都市における小売業の集積・競争構造そのものである。この指標としてはいろいろ考えられるが、ここでは店舗密度、売場面積密度（表4）ならびに店舗集中度（表5）についてみていこう。

表 4 店舗密度・売場面積密度

指標 年度 都市名	店 舗 密 度 (店舗数÷行政人口)(店/千人)			売 場 面 積 密 度 (売場面積÷行政人口)(㎡/人)		
	54 年	60 年	60年/54年	54 年	60 年	60年/54年
長 崎 市	14.62	14.38	0.984	0.67	0.73	1.090
佐 世 保 市	14.48	13.96	0.964	0.80	0.85	1.063
島 原 市	18.25	18.03	0.988	0.96	1.14	1.188
諫 早 市	12.98	12.08	0.931	0.77	0.95	1.234
大 村 市	12.63	12.08	0.956	0.75	0.93	1.240
福 江 市	20.05	21.04	1.049	0.83	0.97	1.169
平 戸 市	19.24	18.41	0.957	0.75	0.86	1.147
松 浦 市	17.78	16.00	0.900	0.74	0.70	0.946
市 部 計	14.78	14.33	0.970	0.74	0.82	1.122
郡 部 計	14.82	14.65	0.989	0.61	0.64	1.049
県 計	14.80	14.45	0.976	0.69	0.75	1.087
全 国	13.28	12.19	0.918	0.72	0.76	1.056

資料：商業統計表（表2）および『ながさきの統計』、『人口推計月報』より作成。

① 店舗密度

都市への小売業の集積を推進する最も基本的な要因が当該都市における人口集積の規模であることから、一般に人口規模の大きい都市ほど小売業の集積水準も高いという傾向がみられる。したがって、都市小売業の集積の程度をとらえるにさいしては、人口集積との関連でとらえることが必要である。店舗密度は行政人口（ここでは1,000人）に対する店舗数の比率をいう。これは当該都市における小売業の競合関係や当該都市への新規参入の難易度を示す指標として、都市小売業の集積構造の分析にさいして最も多く用いられている。

昭和60年現在で長崎県の店舗密度は14.45店であり、これはわが国の水準（12.19店）より高くなっている。この点で、長崎県小売業の店舗過密性が特色づけられる。このうち市部は14.33店で郡部（14.65店）よりわずかに低く、市部と郡部の格差はほとんどみられない。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、福江市（21.04店）を最高に平戸市、島原市、松浦市、長崎市の5都市があげられる。つまり、これら5都市における小売店舗の集積度は相対的に

過密であり、小売業の競合関係もかなり厳しいといえる。これに対し、諫早市、大村市、佐世保市の3都市は市部平均以下であり、特に諫早市、大村市は全国水準よりわずかであるが低くなっている。したがって、これら3都市における小売店舗の集積度はそれほど過密でなく、競合関係もそれほど逼迫しているとはいえない。

次に、推移をみると、長崎県平均の店舗密度は2.4%ほど減少しており、この減少率は全国の水準(8.2%)よりかなり低い。つまり、長崎県小売業の競合関係はいくぶん緩和されているが、全国の水準に比して、以前として厳しい状態にある。このうち市部の減少率は3.0%で郡部の1.1%よりかなり高くなっている。都市別でみると、福江市を除いた7都市においては、いずれも減少を示し、店舗密度が低下している。市部平均減少率を超えている都市は、松浦市(10.0%)を最高に諫早市、大村市、平戸市、佐世保市の5都市があげられる。なお、長崎市の小売店舗密度は相対的に過密状態にあり、それだけ小売業の競合関係もかなり厳しく、その推移をみてもほとんど緩和されていない。

② 売場面積密度

売場面積密度は行政人口に対する売場面積の比率をいう。この指標は都市における小売業の集積程度を売場面積規模の側面から示すものであり、前述の店舗密度と同様に、都市における小売業の事業機会の程度したがってまた新規参入の可能性を示す指標である。昭和60年現在で長崎県の売場面積密度は 0.75m^2 で全国の水準(0.76m^2)とほとんど同じ規模である。このうち市部は 0.82m^2 で郡部(0.64m^2)よりかなり高くなっている。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、島原市(1.14m^2)を最高に福江市、諫早市、大村市、平戸市、佐世保市の6都市があげられる。つまり、これらの6都市は小売業にとっての事業機会、したがってまた新規参入の可能性は小さいということを意味する。逆に、松浦市と長崎市は平均以下である。特に長崎市は店舗密度と売場面積密度とでは違った傾向を示している。つまり店舗密度では相対的に過密で競合関係が厳しいのに対し、逆に売場面積密度では事業機会あるいは新規参入の可能

性は大きいことを示している。

次に、推移をみると、長崎県平均の売場面積密度は8.7%ほど増加し、全国の水準(5.6%)より高く、それだけ長崎県小売業の事業機会が減少していることを意味している。このうち市部の増加率は12.4%と高く、それに対して郡部は4.9%と低くなっている。つまり、市部は小売業の事業機会あるいは新規参入の可能性が小さくなっているということである。都市別でみると、市部平均増加率を超えている都市は大村市(24.0%)を最高に諫早市、島原市、福江市、平戸市の5都市があげられ、それだけ小売業の事業機会ならびに新規参入の可能性が減少してきているといえる。残り松浦市、佐世保市、長崎市の3都市は市部平均を下回った増加率であり、特に松浦市は逆に減少している。

表 5 店 舗 集 中 度

指標 年度 都市名	店 舗 集 中 度						
	昭 和 54 年			昭 和 60 年			60年/54年
	人口集中度 (A)	店舗集中度 (B)	店舗集中度 人口集中度 (C)	人口集中度 (A')	店舗集中度 (B')	店舗集中度 人口集中度 (C')	店舗集中度 人口集中度 C'/C
長 崎 市	28.2	27.8	0.986	28.3	28.1	0.993	1.007
佐世保市	15.9	15.6	0.981	15.7	15.2	0.968	0.987
島 原 市	2.9	3.6	1.241	2.9	3.6	1.241	1.000
諫 早 市	5.2	4.5	0.865	5.5	4.6	0.836	0.966
大 村 市	4.1	3.5	0.854	4.3	3.6	0.837	0.980
福 江 市	2.0	2.7	1.350	2.0	2.8	1.400	1.037
平 戸 市	1.9	2.5	1.316	1.8	2.3	1.278	0.971
松 浦 市	1.5	1.9	1.267	1.6	1.7	1.063	0.839
市 部 計	61.7	61.7	1.000	62.1	61.6	0.992	0.992
郡 部 計	38.3	38.3	1.000	37.9	38.4	1.013	1.013
県 計	100.0	100.0	1.000	100.0	100.0	1.000	1.000

資料：商業統計表(表2)および『ながさきの統計』、『人口推計月報』より作成。

③ 店舗集中度

店舗集中度は、当該都市の店舗数とその都市の所属県の店舗数に占める比率をいう。これは、店舗密度や売場面積密度と同様に、小売業の集積度ならびに競

合関係を示す指標である。店舗集中度は既に店舗数の所（表2参照）で説明している。一般的にいて、人口集積が高まれば店舗数の集積度も高まるのは当然のことである。都市小売業の競合関係や活動水準をとらえるためには、都市の人口集中度と店舗集中度とを対比してみることが必要となる。そこで、人口集中度に対する店舗集中度の比率を指数表示した数値（表5、店舗集中度 C' ）が1以上であるということは、一般に当該都市における小売業の集積度が相対的に過密気味であって競合関係も相対的に緊迫しているといえる。逆に、1以下は集積度や競合関係も比較的に緩やかであるといえよう。

昭和60年現在で指数1を超えている都市は、福江市（1.400）を最高に平戸市、島原市、松浦市といった小規模・辺境都市に集中しているのが特徴的であり、それだけこれら小規模・辺境都市における小売業の競合関係が相対的に緊迫しているといえよう。このほか長崎市は1以下ではあるが、市部平均よりわずかに高い数値を示している。

次に、推移をみると、この人口集中度に対する商店集中度の比率を高めている都市は福江市、長崎市の2都市である。それだけこの2都市は小売業にとって競合環境が厳しくなり、競合関係が緊迫化しつつあるといえよう。さらに市別平均（0.992）を超えている都市は、福江市、長崎市のほか島原市の3都市があげられる。これに対して、この比率を低下されている佐世保市、大村市、平戸市、諫早市、松浦市の5都市は小売業の競合関係をやや緩和しつつあるとみてよいであろう。

（4）顧客吸引力（商圈）

都市小売業の活動水準や態様を規定する要因は、都市小売業の集積構造とならんで都市間・地域間の小売競争構造つまり商圈あるいは顧客吸引力にも存在している。ここでは吸引度指数、人口1人当り販売額についてみていこう（表6）。

表 6 吸引度指数・人口1人当り販売額

指標 年度 都市名	吸 引 度 指 数 (商業人口÷行政人口)			人口1人当り販売額 (販売額÷行政人口)(万円)		
	昭和54年	昭和60年	60年/54年	昭和54年	昭和60年	60年/54年
長 崎 市	1.314	1.260	0.960	55.27	69.84	1.264
佐 世 保 市	1.234	1.153	0.934	51.87	63.89	1.232
島 原 市	1.344	1.297	0.965	56.52	71.92	1.272
諫 早 市	1.126	1.199	1.065	47.36	66.50	1.404
大 村 市	0.994	1.025	1.031	41.81	56.85	1.360
福 江 市	1.300	1.319	1.015	54.67	73.12	1.337
平 戸 市	0.980	0.903	0.921	41.21	50.05	1.215
松 浦 市	0.892	0.900	1.009	37.49	49.89	1.331
市 部 計	1.223	1.181	0.966	51.41	65.46	1.273
郡 部 計	0.641	0.704	1.098	26.95	39.05	1.449
県 計	1.000	1.000	1.000	42.05	55.44	1.318
全 国	1.000	1.000	1.000	51.39	66.62	1.296

資料：商業統計表（表2）および『ながさきの統計』、『人口推計月報』より作成。

① 吸引度指数

吸引度指数は行政人口に対する商圈人口の比率をいう。さらに、これは人口集中度に対する販売集中度の比率によっても示される。この指数は、都市の小売業集積がどの程度に当該市域外から購買力ないし顧客を吸引しているかを示す指標であり、顧客流出比率指数とも小売中心地性指数とも呼ばれているものである。また、指数は、通産省による大型店の出店調整のための審査指標のなかでは便宜性指標とも呼ばれているが、それは、この指標が都市小売業集積のもつ便宜性に対する当該都市の居住者の満足度を間接的に示すものであるからにはかならない。そして、この吸引度指数が1を超えておれば、当該都市は市域外から購買力ないし顧客を吸引しているのである。逆に、この吸引度指数が1を下回る場合には、市域外への購買力ないし顧客の流出がみられるといつてよからう。

昭和60年現在で長崎県下8都市の平均吸引度指数は1.181である。なお郡部は0.704の数値である。都市別でみると、市部平均指数（1.181）を超えている都市は、福江市（1.319）を最高に、島原市、長崎市、諫早市の4都市があげ

られる。つまり、これらの4都市の小売業集積の顧客吸引力は相対的に大きいということである。もちろん、福江市、島原市の場合は、分母の行政人口に対する分子の商業人口の比率が大きいということで、相対的に高いといえよう。それに対し、長崎市の場合は、分母の行政人口も分子の商業人口とともに大きく、絶対的にも高いといえよう。また、市部平均を下回っている都市は、佐世保市、大村市、平戸市、松浦市の4都市があげられる。特に平戸市、松浦市は1よりかなり低い数値となっており、逆に市域外へ顧客ないし購買力が流出していることになる。

次に、推移をみると、市部は3.4%ほど減少しているのに、郡部は9.8%ほど増加している。都市別でみると、吸引度指数を高めている都市は、諫早市(6.5%)を最高に、大村市、福江市、松浦市の4都市があげられ、それだけ顧客吸引力を上昇させていることになる。特に、諫早市、大村市の県央2都市の顧客吸引度指数の増加は著しい。これに対して、長崎市、佐世保市、島原市、平戸市の4都市は顧客吸引力を低下させ、さらに市部平均も下回っている。

② 人口1人当り販売額

吸引度指数を算出する場合には、既述のように、行政人口に対する商業人口の比率、さらに、県人口1人当り販売額に対する当該都市人口1人当り販売額の比率としても求められる。したがって、県域内における都市小売業集積の顧客吸引力をとらえようとする場合には、県人口を所与のものとみなしてよいのであるから、都市の顧客吸引力は、基本的には、当該都市の人口1人当り販売額の水準によって決まるといってよいであろう。また、そのためにこそ、人口1人当り販売額は吸引度指数の代替指標であるといわれるのである。人口1人当り販売額は行政人口に対する販売額の比率をいう。これは当該都市住民の購買力水準を示し、また都市小売業の購買力吸引の程度を近似的に示すものである。

昭和60年現在で長崎県民1人当り販売額は55.44万円であり、これは全国の水準(66.62万円)より11万円強ほど低い。このうち市部は65.46万円で全国水

準をわずかに下回っている程度であるのに、郡部は39.05万円と市部の6割程度でしかなく、市部と郡部の格差が著しい。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、福江市(73.12万円)を最高に、島原市、長崎市、諫早市の4都市があげられる。したがって、これら4都市は、顧客吸引力が相対的に高いといえる。これに対し、佐世保市、大村市、平戸市、松浦市は市部平均以下で、顧客吸引力が相対的に低いといえよう。

次に、推移をみると、県民1人当たり販売額は31.8%の増加率を示し、全国の水準(29.6%)を上回っている。このうち市部の増加率は27.3%であるのに対して、郡部の増加率は44.9%の高い増加を示し、市部と郡部の格差が縮小してきている。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、諫早市(40.4%)を最高に、大村市、福江市、松浦市の4都市があげられる。これら4都市は、購買力つまり顧客吸引力が上昇傾向にあるといえよう。これに対し、長崎市、佐世保市、島原市、平戸市は、顧客吸引力が低下傾向にあるといえよう。

(4) 販売効率

販売効率は都市小売業において現実には展開されている競争単位としての個々の小売業による経営活動の効率を示すものである。そこで販売効率を示す指標として売場効率(1㎡当り販売額)と人的効率(従業者1人当り販売額)についてみていこう(表7)。

① 売場効率(1㎡当り販売額)

売場効率は売場面積に対する販売額の物的比率をいう。昭和60年現在で長崎県の売場効率は73.47万円であり、これは全国の水準(87.50万円)より14万円ほど低い。このうち市部は79.64万円で全国水準より8万円ほど低く、郡部は60.59万円と27万円ほど低い数値になっている。都市別でみると、全国水準ならびに市部平均を超えている都市は長崎市(95.65万円)のみである。このことは長崎市に効率性の高い小売業、特に大規模小売業が相対的に多く集積していることも考えられうる。残り7都市は市部平均はもちろん全国水準をはるかに

表 7 販 売 効 率 指 標

指標 年度 都市名	売 場 効 率 (1 m ² 当り販売額) (万円) (販売額÷売場面積)			人 的 効 率 (従業者1人当り販売額) (万円) (販売額÷従業者数)		
	昭和54年	昭和60年	60年／54年	昭和54年	昭和60年	60年／54年
長 崎 市	81.91	95.65	1.168	1,020.7	1,202.1	1.178
佐 世 保 市	64.98	75.42	1.161	983.2	1,170.7	1.191
島 原 市	58.89	63.03	1.070	924.2	1,141.1	1.235
諫 早 市	61.87	69.73	1.127	975.3	1,348.7	1.383
大 村 市	56.12	61.26	1.092	900.2	1,155.4	1.283
福 江 市	65.67	75.14	1.144	905.4	1,152.6	1.273
平 戸 市	55.03	58.07	1.055	849.9	985.6	1.160
松 浦 市	50.90	70.78	1.391	773.7	1,066.8	1.379
市 部 計	69.53	79.64	1.145	976.5	1,183.9	1.212
郡 部 計	44.11	60.59	1.374	749.4	1,004.5	1.340
県 計	60.91	73.47	1.206	908.9	1,130.0	1.243
全 国	71.02	87.50	1.232	1,141.8	1,458.8	1.278

資料：商業統計表（表2）より作成。

下回っている。つまり、これら都市小売業の投資効率がいかに低いかを示している。

次に、推移をみると、長崎県の売場効率は20.6%の増加率を示し、全国の水準（23.2%）より下回っている。このうち市部は14.5%の増加率でしかないのに、郡部は37.4%と高い増加率を示している。したがって、市部と郡部の売場効率の格差が縮小してきている。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、福江市（39.1%）を最高に、長崎市、佐世保市の3都市を数える程度である。

② 人的効率

人的効率は従業者数に対する販売額の比率をいう。昭和60年現在で長崎県の人的効率は1,130.0万円であり、これは全国の水準（1,458.8万円）より330万円ほど低い。このうち市部は1,183.9万円、郡部は1,004.5万円となっている。都市別でみると、全国水準を上回った都市は県下に存在しない。市部平均を超えてる都市は、諫早市（1,348.7万円）と長崎市の2都市があげられる。残り

6都市はすべて市部平均を下回り、特に平戸市、松浦市は県水準をも下回っている。

次に、推移をみると、長崎県の人的効率は24.3%の増加率を示し、全国の水準(27.8%)を下回っている。このうち市部は21.2%の増加率でしかないのに、郡部は34.0%と全国水準をはるかに上回る高い増加率となっている。物的効率と同じく、市部と郡部の人的効率の格差は縮小してきている。都市別でみると、市部平均を超えている都市は、諫早市(38.3%)を最高に、松浦市、大村市、福江市、島原市の5都市があげられる。

みられるように、長崎県小売業の活動成果である販売効率指標は、売場効率が全国水準の85%、人的効率が77%ほどの低い水準でしかない。さらに、県下8都市をみても、売場効率が全国水準を上回ったのは長崎市だけであり、人的効率では全国水準を超えた都市は皆無である。このことは、長崎県小売業ならびに県下8都市小売業の低効率性さらには零細過密性を反映しているものと推測される。特に売場効率より人的効率が低いことは、造船不況をベースとした経済不況とそれによる過剰就業人口が商業部門へ流れ込んでいることも考えられよう。

3. 都市小売業の類型化

都市の小売業は、それを取り巻く歴史的に固有な立地条件や産業構造、都市機能、文化的背景などにはぐくまれて生成し発展を遂げている。そこで、ここでは、長崎県下8都市を①吸引度指数、②吸引度指数と売場効率指数の現在値、③吸引度指数と売場効率指数の変動値、④吸引度指数と人的効率の変動値によって都市小売業の類型化を試み、さらに⑤吸引度指標変動要因を分析していくものである。

① 都市類型(Ⅰ)——吸引度指数による都市類型

既述したように、吸引度指数は通産省による大型店の出店調整審査指標のなかの便宜性指標と同じもので、当該都市住民の小売業に対する満足度を間接的

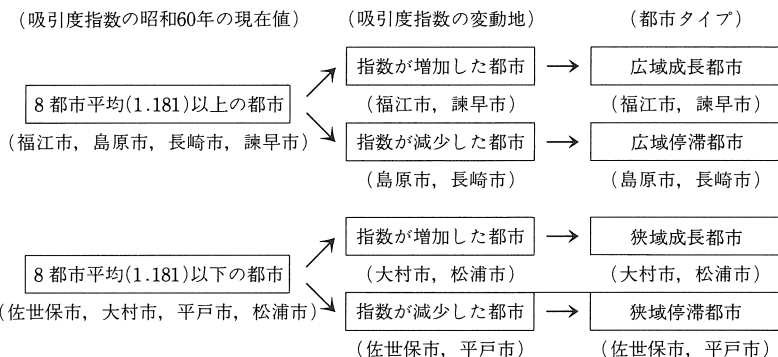
表 8 都市類型 (1) — 吸引度指数による都市類型

昭 和 54 年				昭 和 60 年				推 移
都 市 タイプ	都 市	吸引度指数	順位	都 市 タイプ	都 市	吸引度指数	順位	成長・停滞別
広域都市	島 原 市	1.344	1	広域都市	福 江 市	1.319	1	成 長
	長 崎 市	1.314	2		島 原 市	1.297	2	停 滞
	福 江 市	1.300	3		長 崎 市	1.260	3	停 滞
	佐世保市	1.234	4		諫 早 市	1.199	4	成 長
狭域都市	諫 早 市	1.126	1	狭域都市	佐世保市	1.153	1	停 滞
	大 村 市	0.994	2		大 村 市	1.025	2	成 長
	平 戸 市	0.980	3		平 戸 市	0.903	3	停 滞
	松 浦 市	0.892	4		松 浦 市	0.900	4	成 長
	平 均	1.223			平 均	1.181		停 滞

資料：表 6 より作成。

注記：都市配列は吸引度指数の大きさにしたがっている。

図 1 都市類型 (1) — 吸引度指数による都市類型 (昭和60年現在)



資料：表 8 より作成。

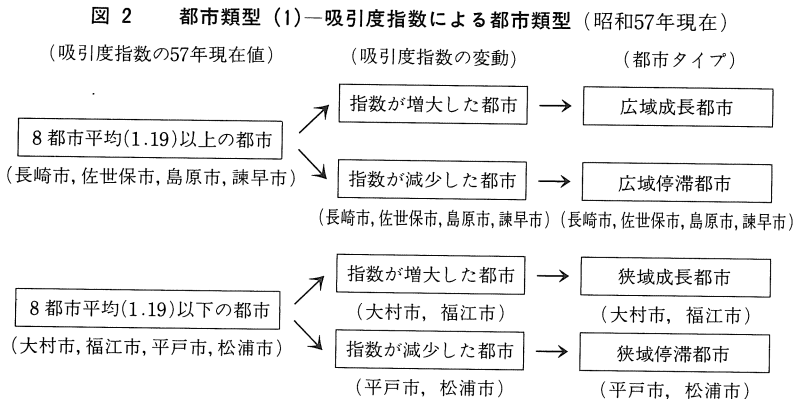
に表示するものである。これは都市小売業の活動成果を消費者サイドからとらえたものである。このような視点から、長崎県下8都市を4つに区分したものが表8であり、それをよりわかりやすく図式化したものが図1である。

図1を説明すると、昭和60年現在で吸引度指数が相対的に高い都市を広域型、相対的に低い都市を狭域型と呼び、便宜的に昭和60年現在の県下8都市の吸引度指数の単純平均値である1.181を区分の基準とした。次に、昭和54年と昭和60年との2時点間の変化を算出し、昭和54年に比べて昭和60年の数値が高まっ

た都市を成長型、低下した都市を停滞型と区分した。そして、吸引力指数の現在値と変動によって広域成長都市、広域停滞都市、狭域成長都市、狭域停滞都市に類型化した。

図1によると、広域成長都市には、福江市、諫早市があげられる。広域停滞都市には、島原市、長崎市があげられる。狭域成長都市には、大村市、松浦市があげられる。狭域停滞都市には、佐世保市、平戸市があげられる。したがって、4都市タイプにそれぞれ2都市があがっている。

次に、昭和54年から60年までの6年間の推移(図1)と昭和54年から57年までの3年間の推移(図2)を比べてみると、違った位置にある都市は福江市、諫早市、佐世保市、松浦市の4都市である。すなわち、福江市は狭域成長都市から広域成長都市へ、諫早市は広域停滞都市から広域成長都市へ、松浦市は狭域停滞都市から狭域成長都市へそれぞれ格上げられている。それに対して、佐世保市は広域停滞都市から狭域停滞都市へ格下げられている。このことは、県の基幹都市である佐世保が造船不況をベースとした経済全般の不況を反映しているものであり、佐世保市小売業の地盤沈下を物語っているものであろう。こ



資料：岩永忠康「長崎県の小売業の現状と構造分析」『地域論叢』長崎総合科学大学地域科学研究所, No. 2, 昭和60年3月, 52ページ。

注記：(1) 推移(変動)は昭和54年6月1日から昭和57年6月1日までの3年間。

(2) 商業統計表(昭和54年, 昭和57年)の小売業計を利用している。したがって、自動車・自転車小売業および燃料小売業を含んでいる。

れに対して、諫早市は、造船不況をベースとした県経済不況のもとに、県の経済再編成地域さらに長崎市のベッタウン地域として浮上していることを反映して、諫早市小売業の活動が高まってきていることを意味するものである。また、松浦市は昭和54年から60年までの6年間で行政人口、商業人口ともわずかながら増加しており、行政人口に対する商業人口の比率もわずかながら高い。その意味では積極的な狭域型成長都市といえよう。なお、福江市は、行政人口、商業人口ともに低い数値であるが、行政人口に対する商業人口の比率がかなり高いということである。さらに推移をみると、行政人口、商業人口ともに減少しているが、行政人口の減少率が商業人口の減少率よりも高く、そのため吸引度指数が増加している。したがって、福江市の場合は、その意味では消極的な広域型成長都市といえよう。

② 都市類型（Ⅱ）——吸引度指数と売場効率の現在値による類型化

都市類型（Ⅰ）では吸引度指数のみで都市小売業の類型化を試みた。ここでは、吸引度指数と売場効率という小売業の2つの活動成果指標にもとづいて、

表 9 都市類別（Ⅱ）—吸引度指数と売場効率の現在値による類型化

昭和54年				昭和60年			
都市名	吸引度指数	売場効率	都市小売業タイプ	都市名	吸引度指数	売場効率	都市小売業タイプ
長崎市	1.314	81.91	効率広域都市	長崎市	1.260	95.65	効率広域都市
島原市	1.344	58.89	過密広域都市	福江市	1.319	75.14	過密広域都市
福江市	1.300	65.67	〃	島原市	1.297	63.03	〃
佐世保市	1.234	64.98	〃	諫早市	1.199	69.73	〃
諫早市	1.126	61.87	過密狭域都市	佐世保市	1.153	75.42	過密狭域都市
大村市	0.994	56.12	〃	大村市	1.025	61.26	〃
平戸市	0.980	55.03	〃	平戸市	0.903	58.07	〃
松浦市	0.892	50.90	〃	松浦市	0.900	70.78	〃
市部平均	1.223	69.53		市部平均	1.181	79.64	
県平均		60.91		県平均		73.47	
全国		71.02		全国		87.50	

資料：表6，表7より作成。

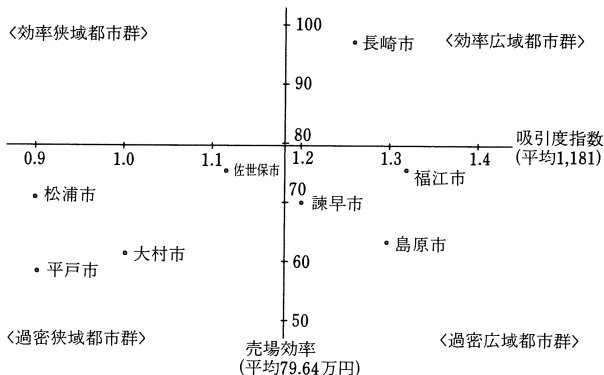
注記：都市配列は吸引度指数の大きさにしたがっている。

県下8都市の小売業を類型化することにしたい。吸引度指数については、都市住民の小売業に対する満足度を間接的にはあるが表示する活動成果指数であるということは既述したとおりである。また、売場効率については、小売活動に投入される諸資源が効率的かつ有効に利用されているかどうかを示す活動成果指標であると考えられるからである。換言すれば、都市小売業の活動成果を消費者視点と企業視点との両面からとらえていくことに狙いがあるのである。

このような視点から県下8都市の小売業のタイプを4つに区分したものが表9である。まず、行政人口に対する商業人口の比率である吸引度指数が相対的に高い都市の小売業を広域型、相対的に低いそれを狭域型の小売業と呼ぶことにし、便宜的に昭和60年現在における県下8都市小売業の吸引度指数の単純平均値1.181を区分の基準とした（この点については、表8あるいは図1を参照されたい）。次に、効率性指標については、同じく昭和60年現在における県下8都市の売場効率の単純平均値である79.64万円を区分の基準とし、これを超える売場効率を維持している都市の小売業を効率性、それ以下のものを過密型のタイプとして類型化した。

表9の結果をわかりやすく図表上にプロットしたものが図3である。横軸に吸引度指数、縦軸に売場効率指数がとられており、図表上の右上の第1象限に

図3 都市類型（Ⅱ）——吸引度指数と売場効率の現在値による類型化（昭和60年現在）



位置づけられたグループは効率広域都市である。同様に、図の左上の第2象限のグループは効率狭域都市、左下の第3象限のグループが過密狭域都市、右下の第4象限のグループが過密広域都市となる。

第1象限に位置する諸都市の小売業は、効率の面でも商圈規模の面でも平均水準を上回っている最も好ましいタイプの小売業であるといえよう。これに対し、第2象限および第4象限に位置づけられる諸都市の小売業は、商圈規模あるいは効率のいずれかにおいて平均水準を下回り、商圈水準が相対的に狭いか効率が相対的に低いかであるといえよう。そして、第3象限に位置づけられる諸都市の小売業は、商圈規模および効率のいずれの指標においても平均水準以下であって、商圈が狭いだけでなく活動水準も極めて低いという不利な状況にあるといわねばならない。

図3によれば、第1象限に位置する都市は長崎市のみである。長崎市は県庁所在都市としてまた県の行政・経済の中心都市として商業活動においても中心性を発揮している。第2象限に位置する都市は県下に存在しない。第4象限に位置する都市は、福江市、島原市、諫早市の3都市があげられる。このうち福江市・諫早市の小売業においていくぶん低い水準にあるとはいえ、活動水準としてはそれほど問題があると思われない。問題であるのは島原市である。島原市の小売業は商圈規模においてかなり高い水準にあるけれど、効率において相当に低い水準にあり、小売業の零細過密性を反映している。第3象限に位置する都市は、佐世保市、大村市、平戸市、松浦市の4都市があげられる。このうち佐世保市の小売業は商圈規模、効率ともに相対的に低い水準にあるとはいえ、問題はないといってもよいであろう。これに対して、松浦市の小売業については、効率性はそれほど低くないが、商圈規模つまり顧客吸引力の水準が極めて低く県下8都市のうちで最低位であり、しかも吸引度指数が1以下で市域外へ流出していることを意味する。また、大村市、平戸市の小売業については、商圈規模（吸引力）も効率も極めて低い水準であり、業種構成の再検討や効率的店舗の配置など、活性化のための抜本的な打開策を講じることが必要であるとおもわれる。

③ 都市類型（Ⅲ）—— 吸引力指数と売場効率の変動値による類型化

ここで、昭和54年当時における都市類型化と比較してみると、表9にみられるように、この6年間に都市類型に変化がみられない。つまり、効率広域都市は1都市→1都市、効率狭域都市は0→0、過密広域都市は3都市→3都市、過密狭域都市は4都市→4都市である。

このような都市類型化の変化の状況を昭和54年から60年までの期間における都市小売業の活動指標の側面からとらえたものが、表10である。ここでは、この6年間ににおける吸引力指標と効率性指標の変化率を算出し、その変化の違いによって都市小売業が4つのタイプに区分される。まず、吸引力指数が昭和54年に比べて上昇したものを成長型、低下したものを停滞型として区分する。この表10でいえば、吸引力指数の60年/54年が1.000を超えたものが成長型となるが、この成長型に属する都市は、松浦市、諫早市、大村市、福江市の4都市があげられる。

さらに、いまひとつの指標である売場効率の変化をみると、この数値は昭和54年に対して比較の対象となる60年の販売額を物価上昇率でデフレートした実

表 10 都市類型（Ⅲ）—吸引力指数と売場効率の変動値による類型化

指標 年度 都市名	吸 引 度 指 数			売場効率（万円/㎡）			都市小売業タイプ
	昭和54年	昭和60年	60年/54年	昭和54年	昭和60年	60年/54年	
松 浦 市	0.892	0.900	1.009	50.90	58.11	1.142	効率成長都市
諫 早 市	1.126	1.199	1.065	61.87	57.25	0.925	過密成長都市
大 村 市	0.994	1.025	1.031	56.12	50.30	0.896	〃
福 江 市	1.300	1.319	1.015	65.67	61.69	0.939	〃
長 崎 市	1.314	1.260	0.960	81.91	78.53	0.959	過密停滞都市
島 原 市	1.344	1.297	0.965	58.89	51.75	0.836	〃
佐世保市	1.234	1.153	0.934	64.98	61.92	0.953	〃
平 戸 市	0.980	0.903	0.921	55.03	47.68	0.866	〃
市部平均	1.223	1.181	0.966	69.53	65.39	0.940	
県 全 体				60.91	60.32	0.990	
全 国				71.02	71.84	1.012	

資料：表6、表7より作成。

注記：昭和60年の売場効率は、消費者物価上昇率（21.8%）でデフレートした実質値。

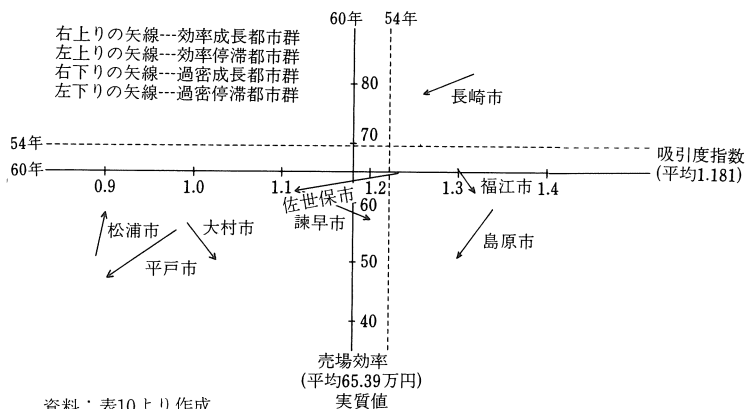
：都市配列は吸引力指数の増加率の大きさにしたがっている。

質値でとられているが、売場効率の実質的な上昇が認められる効率型の小売業は、県下で松浦市のみである。これに対し、他の7都市は、その程度に差はあるにせよ、いずれも売場効率の実質的な低下を余儀なくされており、過密型のグループとして一括される。

そこで、吸引力指数と効率指標の組み合わせによって、効率成長型、効率停滞型、過密成長型、過密停滞型の4つの類型に分けてみると、便宜性と効率性の両面で健全であり進歩のあとが認められる効率成長型の都市小売業は、松浦市のみである。残り7都市のうち、諫早市・大村市・福江市は効率性に問題がある。また、長崎市・島原市・佐世保市・平戸市は、便宜性と効率性とも問題を含むことになる。なお、長崎県全体の効率性の増加は0.990（1%減）であるのに、8都市平均の数値は0.940（6%減）とかなり低下している。これに対し、全国水準のそれは1.012（1.2%増）を示している。したがって、小売業の実質売場効率は全国水準は上昇しているのに、長崎県のそれは低下しており、特に8都市平均はその低下率が高くなっている。

以上の点をわかりやすく図示したのが図4である。ここでも、横軸に吸引力指数、縦軸に売場効率がとられているが、各都市の矢印の出発点にあたるのが昭和54年の数値であり、矢線の終点が昭和60年の数値を示している。し

図4 都市類型（Ⅲ）——吸引力指数と売場効率の変動値による類型化



たがって、矢線の方向と長さとは当該都市小売業の当該期間中の変化の方向と大きさを示すことになる。すなわち、右上がりの矢線を描く都市群は効率成長都市群、左上がりの矢線を描く都市群は効率停滞都市群、右下がりの矢線を描く都市群は過密成長都市群、左下がりの矢線を描く都市群は過密停滞都市群である。

④ 都市類型（Ⅳ）—— 吸引度指数と人的効率の変動値による類型化

都市類型（Ⅱ）・（Ⅲ）では、吸引度指数と売場効率という小売業の2つの活動成果にもとづいて、県下8都市の現在値ならびに変動値による類型化を試みた。ここでは、吸引度指数と人的効率との2つの活動成果指標にもとづいて、県下8都市の変動値による類型化を試みよう。

言及したように、売場面積1㎡当り販売額で示される売場効率が小売業の物的投資効率を示すものであるのに対して、従業者1人当り販売額で示される人的効率は小売業従業者のいわゆる労働生産性を示す指標である。表11は、県下8都市小売業の吸引度指数ならびに人的効率について昭和54年から60年にいた

表 11 都市類型（Ⅳ）—吸引度指数と人的効率の変動値による類型化

指標 年度 都市名	吸 引 度 指 数			人的効率（万円/人）			都市小売業タイプ
	昭和54年	昭和60年	60年/54年	昭和54年	昭和60年	60年/54年	
諫 早 市	1.126	1.199	1.065	975.3	1,107.3	1.135	効率成長都市
大 村 市	0.994	1.025	1.031	900.2	948.6	1.054	〃
福 江 市	1.300	1.319	1.015	905.4	946.3	1.045	〃
松 浦 市	0.892	0.900	1.009	773.7	875.9	1.132	〃
島 原 市	1.344	1.297	0.965	924.2	936.9	1.014	効率停滞都市
長 崎 市	1.314	1.260	0.960	1,020.7	986.9	0.967	過密停滞都市
佐世保市	1.234	1.153	0.934	983.2	961.2	0.978	〃
平 戸 市	0.980	0.903	0.921	849.9	809.2	0.952	〃
市部平均	1.223	1.181	0.966	976.5	972.0	0.995	
県 平 均				908.9	927.8	1.021	
全 国				1,141.8	1,197.7	1.049	

資料：表6、表7より作成。

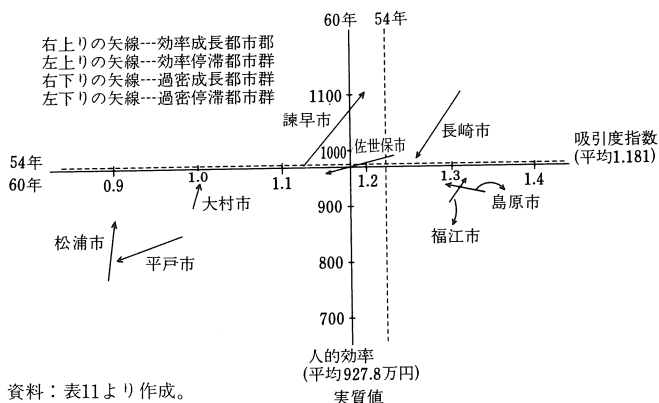
注記：昭和60年の人的効率は、消費者物価上昇率（21.8%）でデフレートした実質値。

：都市配列は吸引度指数の増加率の大きさにしている。

る推移を示したものである。この表11では、吸引力指数はさきの表10と同じであるが、売場効率の変化のかわりに人的効率の推移が示されており、その実質的な上昇と下降の区分によって効率型と過密型の類型区分がなされている。この表11からも明らかなように、県下8都市のうち5都市の小売業がこの期間中に人的効率の実質的な向上を実現している。表10でみた売場効率の推移では実質的に効率性が向上した都市は1都市であったことを考えると、最近における都市小売業の効率向上の努力は物的な側面よりも人的な側面において行なわれているといってもよいであろう。

そこで、表11をわかりやすく図示したのが図5である。この表11と図5からわかるように、この6年間に人的効率が向上している都市は、諫早市、大村市、福江市、松浦市、島原市の5都市である。この5都市のうちで、さらに吸引力指数も上昇している効率成長都市は、諫早市、大村市、福江市、松浦市の4都市があげられる。ただ、島原市は人的効率の向上に対して吸引力指数の下降によって効率停滞都市として特徴づけられる。他方、この6年間に人的効率が下降している都市は、長崎市、佐世保市、平戸市の3都市である。しかも、これらの3都市は吸引力指数でも低下しており過密停滞都市として特徴づけられる。なお、過密成長都市は存在しない。

図5 都市類型（V）——吸引力指数と人的効率の変動値による類型化



資料：表11より作成。

⑤ 吸引度指数変動要因の分析

すでに記述したように、吸引度指数は行政人口に対する商業人口の比率としてみちびきだされる。このことは、換言すれば、商業人口ならびに行政人口の水準が吸引度指数を規定する要因であるということである。そこで、ここで問題にしたいのは、昭和54年以降の吸引度指数の変動ならびにそれをもたらしている要因をどのようにとらえるかということである。とりわけ、吸引度指数の推移が成長型都市あるいは停滞型都市としてランクされている諸都市がこの6年間に顧客吸引力を上昇または低下させた背景といったものを、これら規定要因との関連から分析してみたい。

まず最初に、表12によって、この6年間に吸引度指数の水準を上昇させた成長型都市としてランクされている諫早市、大村市、福江市、松浦市の4都市についてみよう。4都市のうち諫早市、大村市、福江市の3都市は行政人口および商業人口とも増加しているだけでなく、商業人口の増加が行政人口の増加を上回っていることがわかる。しかし、福江市については、行政人口および商業人口とも減少しているが、行政人口の減少が商業人口の減少を上回っているために、吸引度指数の上昇がもたらされたといえる。したがって、この分析結果からいえることは、これら4都市のうち実質的に成長を遂げたといっていよい都

表 12 吸引度指数規定要因の推移 (60年/54年) 昭和54年=1.000

都市類型	都 市 名	吸引度指数	行政人口	商業人口	市人口1人当り販売額
成長都市	諫 早 市	1.065	1.074	1.143	1.404
"	大 村 市	1.031	1.065	1.098	1.360
"	福 江 市	1.015	0.974	0.988	1.337
"	松 浦 市	1.009	1.006	1.016	1.331
停滞都市	島 原 市	0.965	0.992	0.957	1.272
"	長 崎 市	0.960	1.007	0.965	1.264
"	佐 世 保 市	0.934	0.993	0.928	1.232
"	平 戸 市	0.921	0.939	0.865	1.215
市 部 平 均		0.966	1.009	0.974	1.273
郡 部 平 均		1.098	0.994	1.092	1.449

資料：表1、表6より作成。

注記：都市配列は吸引度指数の大きさにしたがっている。

市は、諫早市、大村市、松浦市の3都市であるということである。

次に、この6年間に吸引度指数の水準を低下させたため停滞型都市としてランクされている島原市、長崎市、佐世保市、平戸市の4都市についてみよう。これら4都市においてはすべて商業人口が減少している。このうち長崎市は、行政人口が増加しているにもかかわらず商業人口が減少していることにより、顧客吸引力が低下することになったのである。換言すれば、長崎市においては、人口規模に見合うだけの商業施設の充足がこの期間にみられなかったということであろう。また、島原市、佐世保市、平戸市の3都市においては、行政人口も商業人口もともに減少しているのであるが、行政人口の減少以上に商業人口の減少が大きくなっている。その結果、これら都市小売業の顧客吸引力が低下しているということである。

4. 顧客吸引力・販売額変動要因の分析

(1) 人口1人当り販売額による顧客吸引力の分析

すでに言及したように、吸引度指数を算出するさいに最も一般的に用いられるのは、商業人口を行政人口で除すという方法であるが、この吸引度指数は、都市人口1人当り販売額を県人口1人当り販売額で除すことによっても算出することができる。したがって、県域内における都市小売業の顧客吸引力を比較する場合には、県人口1人当り販売額を所与のものとしてよいのであるから、都市の顧客吸引力は、基本的には、当該都市の人口1人当り販売額の水準によって決まるといってよいであろう。

さて、人口1人当り販売額は売場効率と売場面積密度との積に分解される。その関係式を示せば、次のとおりである。

人口1人当り販売額 $S/P = \text{売場効率 } S/M \times \text{売場面積密度 } M/P$ (第1式)

また、売場面積密度は店舗密度と店舗規模との積に分解されるので、人口1人当り販売額は以下の関係式でも示されることになる。

人口1人当り販売額 $S/P = \text{売場効率 } S/M \times \text{店舗密度 } T/P \times \text{店舗規模 } M/T$
(第2式)

表 13 人口1人当り販売額変動要因の推移（60年／54年）

昭和54年=1.000

吸引度指数による 都 市 タイ プ		都 市 名	人口1人当り 販 売 額 S/P	売場効率 S/M	売場面積 密 度 M/P	店舗密度 T/P	店舗規模 M/T
成長型 " " "	広域型	諫 早 市	1.404	1.127	1.234	0.931	1.339
	"	福 江 市	1.337	1.144	1.169	1.049	1.114
	狭域型	大 村 市	1.360	1.092	1.240	0.956	1.303
	"	松 浦 市	1.331	1.391	0.946	0.900	1.063
停滞型 " " "	広域型	島 原 市	1.272	1.070	1.188	0.988	1.203
	"	長 崎 市	1.264	1.168	1.090	0.984	1.101
	狭域型	佐 世 保 市	1.232	1.161	1.063	0.964	1.101
	"	平 戸 市	1.215	1.055	1.147	0.957	1.203
		市 部 平 均	1.273	1.145	1.122	0.970	1.147
		郡 部 平 均	1.449	1.374	1.049	0.989	1.067
		県 平 均	1.318	1.206	1.087	0.976	1.119
		全 国 平 均	1.296	1.232	1.056	0.918	1.146

資料：表3, 4, 6, 7より作成。

注記：都市配列は都市タイプ別に人口1人当り販売額の水準にしたがっている。

みられるように、人口1人当り販売額の変動は売場効率および売場面積密度といった2指標の変動の合成変量であり、また、売場効率、店舗密度ならびに店舗規模といった3指標の合成変量でもある。表13は、このような人口1人当り販売額の変動要因の推移を示したものである。そこで、この表13にもとづいて、人口1人当り販売額の規定要因としてのこれらの指標の変動をみることにし、県下8都市の顧客吸引力の推移をとらえることにしよう。

まずはじめに、第1式に依拠しながら、県下8都市における売場効率と売場面積密度との関連をみよう。表12でみられるように、吸引度指数において好ましい状況を示している成長型都市は、諫早市、福江市、大村市、松浦市の4都市があげられる。このうち、諫早市、福江市、大村市は売場効率の増加よりも売場面積密度の増加が大きい。したがって、これら3都市では、顧客吸引力の増大あるいは人口1人当り販売額の増加が効率向上の努力よりも物的施設の規模拡大によってもたらされたものと考えられうる。ただ、福江市は、行政人口、商業人口とも減少している点を考慮すべきである。また、成長型都市としての

松浦市は、諫早市・福江市・大村市とは違って、売場面積密度が低下しているにもかかわらず、売場効率がそれを上回る著しい増加によって特徴づけられる。したがって、松浦市は、顧客吸引力の増大さらに人口1人当り販売額の増加がもっぱら効率向上の努力によってのみもたらされたものである。これに対して、顧客吸引度が低下した停滞型都市についてみると、島原市と平戸市は、売場効率の増加より売場面積密度の増加が大きくなっている。したがって、これら2都市では、人口1人当り販売額の増加が効率向上の努力よりも物的施設の規模拡大によってもたらされたものと考えられうる。また、長崎市と佐世保市は、売場効率の増加が売場面積密度の増加を上回っている。したがって、これら2都市では、人口1人当り販売額の増加が物的施設の規模拡大よりも効率向上の努力によってもたらされたものと考えられる。ただ、これらの停滞型都市のうち、行政人口が増加した長崎市を除いて、残り3都市はすべて行政人口と商業人口とも減少し、しかも商業人口の減少が行政人口の減少より著しかったということを考慮しなければならない。

そこで、さらに立ち入ってみるために、第2式に依拠しながら、店舗密度と店舗規模の変動をとらえることにしよう。店舗密度についてみると、福江市を除いた7都市はすべて低下している。これに対して、店舗規模は、すべて8都市が上昇している。このことは、店舗密度が低下しても、店舗規模がそれ以上に上昇することにより売場面積密度の増加につながるということである。換言すれば、たとえ店舗密度が低下しても、それをカバーするほど物的施設の拡充によって平均店舗規模が拡大するのであれば、人口1人当り販売額で示される顧客吸引力の水準は、結果として上昇することになるのである。そのためには、当該都市の市域内に魅力ある小売店舗の集積を積極的に促進することがとくに必要であるようにおもわれる。

(2) 販売額変動要因の相関分析

都市小売業の活動水準ないし商業力を最も端的に示すものは、当該都市における小売販売額それ自体の水準ならびにその変動の状況である。そこで、県下

8都市における販売額の推移とそれを規定している活動要因との相関関係について比較分析を試みよう。

販売額 S 、店舗数 T および 1店当り販売額 S/T のあいだには、一般に、次のような関係式が成り立つ。

販売額 $S =$ 店舗数 $T \times$ 1店当り販売額 S/T (第1式)

1店当り販売額は、人的効率 S/N と 1店当り従業者数 N/T との積でもあるので、上式は、次の関係式に表現しなおすることができる。

販売額 $S =$ 店舗数 $T \times$ 人的効率 $S/N \times$ 1店当り従業者数 N/T (第2式)

1店当り販売額は、また売場効率 S/M と 1店当り売場面積 M/T との積でもあるので、さきの関係式は、次のように変形することができる。

販売額 $S =$ 店舗数 $T \times$ 売場効率 $S/M \times$ 1店当り売場面積 M/T (第3式)

また、販売額 S 、売場面積 M および売場効率 S/M のあいだには、次のような関係式が成り立つ。

販売額 $S =$ 売場面積 $M \times$ 売場効率 S/M (第4式)

これらの関係式が意味していることは、都市小売業の販売額の変動が店舗数、

表 14 小売活動要因指数 (60年/54年)

昭和54年 = 1.000

都市名	販売額 S	店舗数 T	従業者数 N	売場面積 M	1店当り 販売額 S/T	1人当り 販売額 (人的効率) S/N	1店当り 従業者数 N/T	1㎡当り 販売額 (売場効率) S/M	1店当り 売場面積 (平均店舗規模) M/T
諫早市	1.507	0.999	1.090	1.337	1.509	1.383	1.091	1.127	1.339
大村市	1.448	1.018	1.128	1.326	1.422	1.283	1.106	1.092	1.303
松浦市	1.339	0.906	0.971	0.963	1.479	1.379	1.070	1.391	1.063
福江市	1.303	1.022	1.023	1.139	1.275	1.273	1.003	1.144	1.114
長崎市	1.273	0.991	1.081	1.090	1.285	1.178	1.092	1.168	1.101
島原市	1.262	0.980	1.022	1.179	1.288	1.235	1.045	1.070	1.203
佐世保市	1.223	0.957	1.027	1.054	1.278	1.191	1.074	1.161	1.101
平戸市	1.141	0.898	0.984	1.081	1.270	1.160	1.095	1.055	1.203
市部平均	1.285	0.978	1.060	1.122	1.313	1.212	1.084	1.145	1.147
郡部平均	1.440	0.982	1.074	1.048	1.465	1.340	1.091	1.374	1.067
県平均	1.323	0.980	1.064	1.097	1.350	1.243	1.083	1.206	1.119
全国平均	1.358	0.962	1.063	1.102	1.412	1.278	1.106	1.232	1.146

資料：表2、3、7より作成。

注記：都市配列は販売額の大きさにしたがっている。

従業者数、売場面積のほか、1店当り販売額、1人当り販売額（人的効率）、1店当り従業者数、1㎡当り販売額（物的効率）、1店当り売場面積などの諸要因によって規定されるということである。したがって、これらの関係式をもとにして、都市小売業の活動成果に変動をもたらした諸要因を分析することができる。そのために、昭和54年を基準（1.000）にして、60年の販売額、店舗数、従業者数、売場面積を指数化し、さらに、1店当り販売額、1人当り販売額、1店当り従業者数、1㎡当り販売額、1店当り売場面積の変動値を指数化して示したものが表14である。以下、この表に依拠しながら、県下8都市小売業の活動成果についての相関分析を試みることにしよう。

① 販売額、店舗数、1店当り販売額の相関関係

まずはじめに、販売額の変動指数Sを店舗数の変動指数Tと1店当り販売額の変動指数S/Tとの積として表している最初の関係式（第一式）を基礎として、これら3要因の相関関係をとらえることにしよう。

表14からも明らかなように、昭和54年から60年にいたる6年間における県下8都市小売業の販売額の変動を全体としてとらえると、以下のような関係式で示すことができる。

$$\text{販売額 (S)} = \text{店舗数 (T)} \times \text{1店当り販売額 (S/T)}$$

$$1.285 = 0.978 \times 1.313$$

すなわち、県下8都市平均の小売業は、この6年間に28.5%の増加を達成しているが、それは、店舗数が2.2%減少しているにもかかわらず、1店当り販売額が31.3%も増加したことによって達成されたものである。次に、これを都市別にみると、県下8都市のすべては、店舗数の増加よりも1店当り販売額の増加によって販売額の絶対水準を上昇させていることがわかる。さらにいえば、店舗数を増加させた都市は、大村市と福江市の2都市のみでその増加率も低い。逆に残り6都市すべては、店舗数が減少している。それにもかかわらず、県下8都市のすべては、1店当り販売額の増加率が店舗数の減少率を上回っていたので、その結果、販売額の絶対水準が上昇しているのである。したが

って、一般的に言えば、昭和54年から60年にいたる6年間の推移において販売額の上昇に寄与した基本的な要因は、店舗数ではなく1店当り販売額で示される店舗効率だということである。しかも、1店当り販売額の増加率が大きい都市ほど販売額の増加率も大きいといつてよいであろう。

② 1店当り販売額、人的効率、1店当り従業者数の相関関係

さらに示した第2の関係式は、販売額の増加Sが、店舗数の増加T、人的効率の増加S/Nおよび1店当り従業者数N/Tの3つの要因から成り立っていることを意味する。したがって、この関係式を用いて、県下8都市平均の小売業の販売額の変動の原因をこれら3要因に分けて示すと、以下の式で表される。

$$\text{販売額 (S)} = \text{店舗数 (T)} \times \text{人的効率 (S/N)} \times \text{1店当り従業者数 (N/T)}$$

$$1.285 = 0.978 \times 1.212 \times 1.084$$

しかし、販売額の変動に最も寄与した要因が1店当り販売額の増加であることはすでにみてきたところであるので、ここでは、1店当り販売額の増加を規定する要因としての人的効率と1店当り従業者数の相関関係をみることにする。この1店当り販売額の増加S/Tは、人的効率S/Nと1店当り従業者数N/Tの積であるので、次の式が成立する。

$$\text{1店当り販売額 (S/T)} = \text{人的効率 (S/N)} \times \text{1店当り従業者数 (N/T)}$$

$$1.313 = 1.212 \times 1.084$$

すなわち、県下8都市平均小売業の1店当り販売額はこの6年間に31.3%の増加となっているが、この1店当り販売額の増大に大きく寄与した要因は、1店当り従業者数の増加率(8.4%)よりも人的効率(1人当り販売額)の増加率(21.2%)が大きな影響を与えている。これを都市別にみても同じようなことがいえる。とくに、諫早市、松浦市、福江市においては、このような傾向がはっきりとみられる。ちなみに、長崎県水準ならびに全国水準の小売業においても、このような傾向がみられる。

③ 1店当り販売額、売場効率、店舗規模の相関関係

さらに提示した第3式は、販売額の増加 S が店舗数 T 、売場効率 S/M および1店当り売場面積（平均店舗規模） M/T の3要因から成り立っていることを意味する。したがって、この関係式を用いて、県下8都市小売業の販売額の変動の原因をこれら3要因に分けて示すと、以下の式で表される。

販売額 (S) = 店舗数 (T) × 売場効率 (S/M) × 1店当り売場面積 (M/T)

$$1.285 = 0.978 \times 1.145 \times 1.147$$

すでにみたように、販売額の変動に最も大きく寄与した要因が1店当り販売額の増加であるので、ここでも、1店当り販売額という小売活動成果に規定的なインパクトをあたえる要因としての売場効率と平均店舗規模について、それら2要因の相関関係をみることにする。

この1店当り販売額の増加 S/T は、売場効率 S/M と平均店舗規模 M/T との積に分解されるので、以下の式が成立する。

1店当り販売額 (S/T) = 売場効率 (S/M) × 平均店舗規模 (M/T)

$$1.313 = 1.145 \times 1.147$$

すなわち、昭和54年から60年にいたる6年間における県下8都市の1店当り販売額の増加率は31.3%であるが、この増加率をもたらした要因は、売場効率の増加14.5%、平均店舗規模の増加14.7%にもとづくものである。ともあれ、県下8都市平均でみると、売場効率の増加と平均店舗規模の増加とはほとんど大差はなく、後者が前者をわずか0.2%上回っているほどである。しかし、都市別にみると、この2要因の関係は必ずしも一様ではない。県下8都市平均の場合と同様に、平均店舗規模の増加が売場効率の増加を上回っている都市は、諫早市、大村市、島原市、平戸市の4市があげられる。しかも、これら4都市はみな平均店舗規模の増加率がかなり高くなっている。したがって、これら4都市小売業の1店当り販売額の増加は、平均店舗規模の増加が大きく寄与していることになる。これに対して、松浦市、福江市、長崎市、佐世保市は、平均店舗規模より売場効率の寄与率が高い。とりわけ、松浦市は、売場効率が県下最高の増加(39.1%)を示している。ちなみに、県平均小売業や全国平均小売業

の1店当り販売額の増加寄与率は、平均店舗規模が売場効率より高い。

④ 1店当り販売額と人的効率、売場効率、店舗規模の相関関係

以上、1店当り販売額を規定する要因として、人的効率、1店当り従業者数、売場効率、平均店舗規模についてみてきたのであるが、これら4要因のうちではどの要因が1店当り販売額の増加に最も規定的なインパクトをあたえているのであろうか。

第2式や第3式、さらに表14からも明らかなように、県下8都市小売業平均についていえば、人的効率の増加(21.2%増)が最も大きく寄与しており、以下、平均店舗規模の増加(14.7%増)、売場効率の増加(14.5%増)、1店当り従業者数の増加(8.4%増)となっている。

この1店当り販売額の変動に対する規定要因としてのこれらの諸要因の相関関係をみると、まず、これら諸要因のうちで人的効率の増加が1店当り販売額の増加に最も大きく寄与している都市は、諫早市、福江市、長崎市、島原市、佐世保市の5都市であり、これら5都市は人的効率を向上させることによって販売額の水準を高めていることがわかる。次に、店舗規模の増加が販売額の増加に最も大きく寄与している都市は、大村市、平戸市の2都市である。また、売場効率の増加が販売額の増加に最も大きく作用している都市は松浦市だけである。ちなみに長崎県平均についていえば、人的効率の増加(24.3%増)を最高に、売場効率の増加(20.6%増)、店舗規模の増加(11.9%増)、1店当り従業者数の増加(8.3%増)となっている。また、全国平均では、人的効率の増加(27.8%増)を最高に、売場効率の増加(23.2%増)、店舗規模の増加(14.6%増)、1店当り従業者数の増加(10.6%増)となっている。

⑤ 販売額、売場面積、売場効率の相関関係

前出の第4式は、販売額の変動Sが売場面積の変動Mを売場効率の変動S/Mとにもとづいていることを示している。そこで、昭和54年から60年にいたる県下8都市の小売販売額の変動を指数表示して関係式を作成してみると、以下の

ようになる。

販売額 (S) = 売場面積 (M) × 売場効率 (S/M)

$$1,285 = 1,122 \times 1,145$$

すなわち、県下8都市平均の小売販売額はこの6年間に28.5%の増加となっているが、この増加率をもたらした要因は、売場効率の増加(14.5%増)と売場面積の増加(12.2%増)である。これを都市別にみると、売場面積の増加が売場効率の増加を上回っている都市は、諫早市、大村市、島原市、平戸市の4都市があげられる。特に諫早市、大村市においては、このような傾向がはっきりとうかがわれる。つまり、これら4都市では、販売額の増加は売場効率の増加よりも売場面積の拡大に大きく依存する方法で達成されたということである。これに対して、松浦市、福江市、長崎市、佐世保市は、売場面積の拡大によるより売場効率の向上によって販売額の増加が達成されたということである。特に、松浦市については、売場面積が減少しているにもかかわらず、売場効率の増加(39.1%)が最高であったため、販売額の増加も33.9%と高いものになっている。

5. お わ り に

これまで商業統計表にもとづき長崎県の小売業ならびに県下8都市小売業の構造分析を行なった。そこでは、長崎県小売業を多くの指標によって多面的に分析したつもりである。ここでは、小売業を規定する4つの基礎指標をもとに、長崎県小売業を全国水準と比較して特徴づけ、さらに県下主要都市小売業の特徴を整理してみよう。

昭和60年現在における長崎県小売業の特徴を対全国シェアからみていくと、行政人口シェア(1.32%)に対して、店舗数シェア(1.56%)と従業者数シェア(1.42%)が高く、逆に販売額シェア(1.10%)と売場面積シェア(1.31%)が低くなっている。つまり、長崎県小売業は、人口に比べて店舗と従業者が多く、逆に販売額が少なく売場面積が小さいということである。このことから長

崎小売業は零細過密性と低効率性に特徴づけられる。

また、昭和54年から60年までの推移をみると、これまで増加しつづけていた店舗数は今回はじめて減少した。これに対して従業者数・売場面積・販売額はすべて増加しており、特に販売額の増加は著しい。このことは、長崎県小売業の活動水準が上昇したこと、また1店舗当りの販売額が増加したことを意味している。さらに詳しくみると、活動水準上昇の指標である物的効率ならびに人的効率も上昇している。なかでも長崎県小売業は、人的効率のウェイトが高い。この結果、長崎県小売業の零細過密性と低効率性の特徴はいくぶん弱まっている。しかしながら、全国水準の推移と比較してみると、逆に、いっそう長崎県小売業の低効率で零細過密性の特徴が強まっているのである。さらに、これら4つの基礎指標をベースとして算出される店舗規模をはじめとした多くの指標からも、長崎県小売業が低効率で零細過密性の特徴を強めているといえよう。

次に、県下主要都市の類型化についてみよう。長崎県小売業は全体的には低効率・零細過密性として特徴づけられるが、しかし個々の都市小売業についてみると、それぞれ各都市小売業固有の特徴を有している。従来、長崎県の経済ならびに人口は、長崎市と佐世保の2大都市をベースとした二眼レフ的な集積構造に特徴があった。しかし、両都市の基幹産業である造船不況を契機として長崎県の経済が再編成を余儀なくされ、県南の長崎市、県北の佐世保市に加えて、県央の諫早市・大村市の経済ならびに人口のウェイトが高まってきている。このことが諫早市・大村市の小売業に大きく反映している。つまり、行政人口でみると、諫早市、大村市は県下最高の増加率を示している。同様に、商業人口も諫早市、大村市は最高の増加率を示している。しかも両都市とも商業人口の増加が行政人口の増加を上回り、それだけ顧客吸引度指数を高めているのである。さらに販売額の増加率については、諫早市が50.7%、大村市が44.8%と高い増加を示している。この両都市とは対称的に、長崎市については、行政人口はわずかに増加したが、逆に商業人口は減少している。佐世保市については行政人口、商業人口とも減少し、しかも商業人口の減少が行政人口の減少を上回っている。このことから両都市の顧客吸引度指数は低下している。さらに販売

額については長崎市も佐世保市もともに20%台の増加を示しているが、これは県平均ならびに8都市平均以下の増加でしかない。そこで、表11の都市類型（Ⅳ）からみると、諫早市・大村市は効率成長都市として特徴づけられるのに、逆に長崎市・佐世保市は過密停滞都市として特徴づけられる。

以上、小売業はそれを取り巻く環境要因、特に経済活動水準や消費構造としての人口に規定されていることがわかる。長崎県小売業についてみると、長崎県の経済は造船不況による厳しい状況にあり、それが長崎県小売業の低効率・零細過密性の特徴をいっそう強めている。さらに、都市小売業については、長崎県の経済再編成過程に対応して、諫早市・大村市が顧客吸引力や販売額といった商業力の著しい増加を示している。これに対して、逆に、長崎市、佐世保市はその商業力を低下させている。

＜主要参考文献＞

1. 通商産業省『商業統計表』昭54年度版、昭和60年度版。
2. 長崎県総務部情報統計編『ながさきの統計』昭和54年6月、昭和60年5月。
3. 総務庁統計局編『人口推計月報』昭和54年6月、昭和60年5月。
4. 九州流通白書編集委員会編『都市小売業の環境・構造・活動成果』九州流通政策研究会、1982年度。
5. 九州流通白書編集委員会編『都市小売業の地域間競争と業種変動』九州流通政策研究会、1984年度。
6. 九州流通白書編集委員会編『都市小売業の商圈構造と活動水準』九州流通政策研究会、1987年度。
7. 岩永忠康「長崎県の小売業の現状と構造分析」『地域論叢』長崎県総合科学大学地域科学研究所、No.2、昭和60年3月。

※本稿執筆にさいしては、福岡大学の鈴木武先生にアドバイスを頂いた。この機会に心からのお礼を申しあげたい。