

九州全都市における商圈分析

瀧 田 嘉 勝

1. 分析課題

わが国における、戦後日本の高度経済成長は、1960（昭和35）年末に成立した池田勇人内閣が発表した所得倍増計画により始まったといわれている。この時、消費財における大量生産体制はさらに拡大し、大衆消費社会が誕生する。そして今後、企業のマーケティングも小売業も、この大衆消費社会によって支えられていくことになるが、こうした大衆消費社会の出現は零細小売業及び中小小売業^①（以下、特に注記しない限り、零細小売業と中小小売業をまとめて単に「中小小売業」と称することにする）にも事業機会を提供する。と同時に、時を同じくして急速に発展・大型化したスーパーマーケット^②（以下 SM と称す）は各地で中小小売業のとの紛争を発生させ、さらには百貨店をも巻き込む運動に発展する^③など、各地の中小小売業はこれら大型店の進出によって打撃を受けた。しかし、この時期の市場は、全体としてなお拡大しており、中小小売業もまた緩やかではあるが成長を続けることができた。その意味では、高度成長期を通じて、中小小売業はまだ発展する余力があったといえよう。

ところで、高度経済成長は人々の生活をも大きく変えた。すなわち戦後の核家族化の傾向は高度成長期に入って決定的となると同時に、「三種の神器」「新三種の神器」などと例えられる家庭電化製品の導入・普及は、家事労働の性質を大きく変え、核家族化の進展を促し、居住面積も徐々に拡大していく。加えて、公共交通機関の郊外延伸とマイカーの普及は人々の郊外への移動をも促進した。その結果、サラリーマンは郊外にマイホームを求めて

移動し、中小小売業の経営者・従業員もまた従来の店舗と居住の一体化した生活から離れ、都心部から都市郊外の住宅に居住するようになった⁴⁾。

そしてこの時期のSMの発展過程において、一部のSMは、食品主体あるいは非食品主体などの単一商品部門から食品・衣料品・雑貨等全てを取りそろえた総合SMへと発展し、時を同じくするように、チェーンストア方式を導入し積極的な多店舗展開を見せはじめる。その際の出店施策の重点地域は、都市の中心部である中心市街地から都市近郊部を中心とする郊外地域へと推移していったのである⁵⁾。

つまり、これら、人口および中小小売業の店舗・居住の分離と郊外化、SMを中心とした郊外への出店強化などの結果、いわゆる人口のドーナツ化現象が生じ、中心市街地（商業地）には純粋な商業機能としての店舗だけが残ったが、こうした郊外化の流れは、言い換えれば都市の拡大と連結の強化であったのである。

すなわち、それまでは程度のこそあれ、都市（以下では、特に指定しない限り、規模や市部・町村部を問わず、単に「都市」と総称することにする）は、比較的独立してその機能を維持していたが、人口の郊外化によって人々は日常的に都市間を移動するようになり、大都市とその周辺都市との依存関係が強くなっていったのである。

敷衍しよう。高度経済成長期、小売業では、特に地方の小都市や町村部の都市の場合、買回性の高い商品は近隣接する、より大規模な都市に立地する中心商店街（以下、特に注記しない限り、都市中心部に立地しその都市の中心となっている商店街を単に「中心商店街」と称することにする）に出かけるといった程度の都市間の連結はあったが、日常の生活用品は住宅に近隣する商店街で購入していたのである。すなわち、マイカーが普及し始めたとはいえ、人々の移動の中心手段はまだ鉄道であったこの当時は、消費者の移動手段が限られていたこともあり、特に食品や日用品では、住宅に近隣する商店街やその都市内の商店街での購買率は、まだかなり高かったのである。

ところが、鉄道網が都市間を頻繁に結び同時に高速化するなどして、平易

に高速移動が可能になるにしたがって、駅の機能が高まる。典型的なのが国鉄（現 JR）であり、都市の中心部からかなり離れた外縁部に位置する駅とその周辺が、駅機能が高まるに従って都市の新しい中心地として注目されるようになり、百貨店・SMなどの大型店や中小小売業が相次いで出店し、いわゆる駅前商店街が形成されることとなった⁶⁾。

その結果、かつての中心商店街と駅前商店街が比較的隣接している場合には両者が融合して巨大な商店街を形成し、両者が相当離れている場合には、2つの商業核をもつ都市が形成されたのである⁷⁾。

すなわち、既述のように、高度成長期は、SMや百貨店等の大型店は駅前や中心市街地を中心として急速に成長させ同時に、中小小売業にも存続の機会を提供していたのである。

しかし、1973（昭和48）年に発生した第一次石油危機によって、日本の経済は安定成長期に移っていき、それと並行するように小売業も急速な構造変化が現れ、特に、中小小売業における構造変化は、①階層としての中小小売業の数の減少、②業種構造の変化、という2つの局面で現れた。

すなわち、商店数では、1985年の商業統計で大規模化の傾向が明確に顕れると同時に、店舗数（事業所数）では、1982年には170万店を超えた小売店舗は2002年には130万店にまで減少し、特に常時従業者4人以下の小売店は145万店から90万店にまで減少したのである。こうした小売店舗数の減少の一因として考えられるのが、戦後まもなくから高度経済成長期に小売業に参入した世代が高齢化し、引退の時期を迎えたことが挙げられる。ただ、小売業が事業として魅力的であった時期には、子弟はたとえ一度は企業に就職しても後に事業を継承し世代交代が順調に行われていたことを考えるならば、世代交代が順調に伸展しないということは、もはや多くの個々の小売業では後継者がいない、ということであり、言い換えれば、それだけ小売業の魅力が低下したことも意味している。

また、高度経済成長期の進展とほぼ並行するようにして顕在化したのが、業種構造の変化である。核家族化の一層の進展は家庭内での加工機能をさら

に低下させ、それを反映するように素材型の小売店が減少し、加工品型の小売業が増加しはじめるのである⁽⁸⁾。

そして高度成長期が終わり、低成長期いわゆる成熟期に転じても、この傾向は基本的に変わらなかった。加えて消費者は新たな消費スタイルを手に入れ、華やかな消費文化を享受するようになり、メーカーによるブランド戦略がこの傾向に追い打ちをかけた。すなわちメーカーはブランドを確立することによって直接消費者に働きかけたが、ブランド商品の場合、品質への信頼感はメーカーとの間に成立するため、多くの商品の場合、小売段階ではそれまでの馴染みや小売店の商品知識よりも、価格と品揃えがより重要な競争手段となる。これは言い換えれば消費者は小売商の推奨によって購買するよりも、自ら選択しながら購買するようになることを意味しており、これは明らかに従来の小規模な専門店よりも大型店に優位に作用すると考えられる⁽⁹⁾。さらに、百貨店に代表されるようなストアロイヤリティの確立は、これら大型店に対して納入業者の新たな商慣習を生み、結果として中小小売業との格差がますます拡大することになった⁽¹⁰⁾。

加えて現在では、POS や EOS などの情報システムの発展・普及により小売業経営の効率化・高度化をもたらし、その結果、情報武装した小売業と情報化に対応できない小売業との経営格差が拡大しており⁽¹¹⁾、これらの情報化に対応できないような、小売業は相次いで相次ぐ転・廃業を余儀なくされていると考えられる。そしてその現象は、(チェーン組織に加盟していない) 独立店舗及び大規模な資本金や膨大な経営のノウハウの蓄積に欠ける中小小売業、特に生業的経営による零細小売業、により強く顕れていると考えられる。

つまり、上記のような小売業の大きな環境の変化の中で、先述のような小売商店数の減少がみられたのである。

そして、その結果として、既存の商業地における商業密度が低下し、同時に SM に代表される大型小売店の郊外進出などの影響も重なって、特に1980年代以降、小売業の郊外立地が急速に進むこととなった、と分析することが

できよう。

すなわち1980年代に始まった大規模小売店舗法の運用強化は大型店を出店反対運動の比較的弱い郊外に追いやり、大型SMの出店や郊外型ショッピングセンター（以下、ショッピングセンターをSCと称す）の開発を促す結果となり⁽¹²⁾、郊外型商業集積を形成させ、既存商店街に直接的な打撃を与え⁽¹³⁾、商店街に空店舗を発生させることとなったのである。空店舗は商業の集積地域としての商店街そのものの魅力を低下させるため、さらに空店舗が増加し、商店街の魅力を低下させるという悪循環に陥ってしまう。そしてこの悪循環は、単に商業の集積としての魅力の低下に留まらず、地域経済に密着した商業としての基盤をその根底から奪い去っていくのである。

さらに付け加えるならば、高度経済成長期における都市における小売業の外延的拡大は、人口の郊外化を伴う生活支援産業としての郊外化という意味合いももっていたが、1980年代以降の郊外化は、その枠組みをはるかに超えているといえる。例えば、郊外に開発される巨大なSCいわゆる郊外型商業集積は、それが立地する都市のみならず、周辺都市さらには都心部からも顧客を吸引する。その結果として、吸引される都市の小売業は深刻な事態を迎えつつある。

すなわち郊外型商業集積の相次ぐ出店は、単に小売店舗数が減少しているという漠然とした問題を超えて、都心部に近接するいわゆる副都心部の商店街はもちろんのこと、都市中心部に立地する中心商店街にさえも空店舗が発生するなど影響を及ぼしている。加えて今日では、その都市の商業集積の核としての中心商店街の求心力の低下の結果、都市全体の小売業ひいては都市全体そのものの魅力が失われつつある、といっても過言ではないといえよう⁽¹⁴⁾。

敷衍しよう。商店街の中核となっている中小小売業は、単独では消費者のニーズの全てを満たすことができない。商店街に隣・近接する大型小売店を含め、周辺の多数の小売業やサービス業と連携し依存しあい商店街を形成することによってはじめてその機能を達成できる。しかし今日、副都心部はも

ちろんのこと都市中心部においても商店街が解体されつつあり、それに伴って生活支援や都市の賑わいなど、いわば小売業全体としての機能さえ弱体化しつつあり、これは単に商業機能にとどまらず、全体としての都市機能の低下をも招いてしまう、といえよう⁽¹⁵⁾。

しかし、ここで考えておかなければならないことがある。

それは、消費者は決して郊外の店舗だけに向かったのではないということである。特に地方・地域の核となっている都市の中心商店街は周辺都市、特に町村部の都市から顧客を吸引している。つまり、これら都市の中心商店街と郊外型のSCやSMを中心とする郊外型の商業集積（以下、特に注記しない限り、郊外型のSCやSMなどを核とした郊外型の商業集積を、単に「郊外型商業集積」と称する）との競争は、都市内部の中心地の移動の問題、あるいは、各都市の中心商店街間の格差の問題と置き換えることもできよう⁽¹⁶⁾。

そこで本論文では、各都市における中心商店街間の競争をその都市内部の全ての店舗を含んだいわゆる都市間競争という視点に置き換え、主に商業統計表のデータをベースとして加工した九州全都市の業種ごとの吸引度指数を用い、そのデータおよび変化値を分析することにより、九州各県の都市間競争の構図の解明を試みる。

さらに、都市間競争の様相をより具体的に浮き彫りにするために、具体的な都市圏を例に挙げて、他の資料・データ等をも重ね合わせながら、より詳細・具体的な分析を試みる。

なお、基礎的なデータおよび市町村名は特に指定しない限り、1999年（平成11年）及び2002年（平成14年）年（年度）現在のものである。

2. 分析方法

(1) 地域間競争分析指標

本論文では、吸引度指数を用いた都市間・業種間変動とその変動率分析に

重点をおく。さらに一部の都市について、地域の自治体・シンクタンクなどが独自に行ったアンケート等も利用しながら、地域間競争の実態の詳細な分析を試みる。

1) 2002年の吸引度指数による都市別・業種別比較

$$\text{吸引度指数} = \frac{\text{販売集中度}}{\text{人口集中度}}$$

または

$$\text{吸引度指数} = \frac{\text{商業人口}}{\text{行政人口}}$$

または

$$\text{吸引度指数} = \frac{\text{都市人口 1人当り販売額}}{\text{県人口 1人当り販売額}} \times 100$$

吸引度指数は、当該都市・地域への他都市・地域からの顧客流入の程度を示す指標である。吸引度指数が100を超えている場合、その地域・都市はそれ以外の地域・都市から顧客を吸引していることになる。この時、その地域・都市の小売商業集積は当該地域・都市の住民に便宜と満足を提供しており、さらにその地域・都市それ自体が周辺都市・地域をも含めた小売業活動の中心地であることも意味している。

そこで、2002年の吸引度指数による、各都市別・各業種別の分析を試みる。

2) 2002年と1999年の吸引度指数による都市別・業種別の時系列比較

$$\text{変動率} = \frac{\text{2002年吸引度指数}}{\text{1999年吸引度指数}} \times 100 - 100$$

変動率は当該都市・当該業種による変動の影響力を計るための指標の一つである。母数が小さい程、「吸引度指数を単に減じた数値」より大きくなる傾向があるが、地域経済に対する影響力を勘案すると、変動率の方が適当であると考えた。

(2) 一部の都市を対象とした、詳細分析

具体的な都市について、その自治体・シンクタンクなどが独自に商店街を構成する店舗の店主・買い物客等を対象に実施したアンケート、市販されている商業統計以外の資料等も利用し本稿独自の再分析を試みながら、より具体的な都市間競争を解明する。

この際、特に大型店の進出状況を重視する。これは、大型店の店舗数および売場（店舗）面積⁽¹⁷⁾が都市における小売業集積の程度、言い換えれば競合状態に多大な影響を及ぼし、したがって吸引力指数に多大な影響を及ぼす要因の一つと考えられるからである⁽¹⁸⁾。

3. 九州商業の概略

本題に入る前に、商業（卸売業・小売業）における、全国に対する九州の位置づけおよび九州内での各県商業の位置づけを概説しておこう。

(1) 全国における九州の位置づけ

1) 卸売業

まず、図表1から卸売業における九州の位置づけをみてみよう。

卸売業計では、九州は事業所数の11.09%、従業員数の9.87%、年間販売額の7.07%を占めている。

次に、各業種ごとの構成比をみてみよう。

各種商品卸売業では、九州は事業所数の12.72%、従業員数の4.79%、年間販売額の1.59%を占めている。繊維・衣服等卸売業では、九州は事業所数の6.38%、従業員数の5.55%、年間販売額の3.30%を占めている。飲食料品卸売業では、九州は事業所数の13.29%、従業員数の12.74%、年間販売額の10.09%を占めている。建築材料、鉱物・金属材料等卸売業では、九州は事業所数の10.41%、従業員数の9.84%、年間販売額の7.56%を占めている。機械器具売業では、九州は事業所数の11.11%、従業員数の8.73%、年間販

図表1 全国における九州全体及び九州各県の割合（卸売業）

単位：%

	卸売業計			各種商品卸売業			繊維・衣服等卸売業			飲食料品卸売業		
	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額
福岡県	4.41	4.43	4.07	5.02	1.89	1.43	3.65	3.64	2.44	3.85	4.53	4.99
佐賀県	0.61	0.47	0.25	0.52	0.17	0.00	0.30	0.29	0.16	0.81	0.69	0.56
長崎県	1.07	0.87	0.44	1.38	0.57	0.03	0.34	0.29	0.11	1.70	1.37	0.75
熊本県	1.19	1.04	0.58	0.95	0.31	0.02	0.51	0.40	0.17	1.61	1.47	1.11
大分県	0.90	0.68	0.35	1.21	0.29	0.01	0.38	0.23	0.10	1.19	1.03	0.60
宮崎県	0.85	0.65	0.38	1.82	0.83	0.04	0.25	0.13	0.06	1.16	1.05	0.86
鹿児島県	1.19	0.97	0.64	1.38	0.49	0.03	0.43	0.32	0.15	1.68	1.47	1.42
沖縄県	0.87	0.74	0.35	0.43	0.25	0.03	0.52	0.23	0.12	1.28	1.12	0.61
九州計	11.09	9.87	7.07	12.72	4.79	1.59	6.38	5.55	3.30	13.29	12.74	10.90
全国計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	建築材料、鉱物、金属材料等卸売			機械器具卸売業			その他の卸売業					
	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額
福岡県	4.48	4.35	4.64	5.01	4.39	3.77	4.52	4.86	4.99	4.52	4.86	4.99
佐賀県	0.60	0.47	0.17	0.42	0.29	0.13	0.72	0.55	0.35	0.72	0.55	0.35
長崎県	1.00	0.83	0.40	0.86	0.67	0.36	1.01	0.86	0.60	1.01	0.86	0.60
熊本県	1.10	1.04	0.48	1.19	0.93	0.47	1.13	1.01	0.78	1.13	1.01	0.78
大分県	0.87	0.75	0.35	0.85	0.51	0.32	0.90	0.66	0.42	0.90	0.66	0.42
宮崎県	0.82	0.67	0.30	0.83	0.51	0.25	0.80	0.57	0.45	0.80	0.57	0.45
鹿児島県	0.78	0.91	0.82	1.18	0.83	0.43	1.07	0.89	0.72	1.07	0.89	0.72
沖縄県	0.75	0.82	0.38	0.76	0.60	0.27	0.83	0.72	0.45	0.83	0.72	0.45
九州計	10.41	9.84	7.56	11.11	8.73	6.01	10.99	10.12	8.77	10.99	10.12	8.77
全国計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

出典：経済産業省「商業統計表」

売額の6.01%を占めている。その他の卸売業では、九州は事業所数の10.99%、従業員数の10.12%、年間販売額の8.77%を占めている。

以上のことから、九州は、卸売業のほぼ1割を占めていると考えられる。その中でも飲食料品卸売業の割合が若干高く、逆に繊維・衣服等卸売業の割合が低い。また、事業所数に比較して、従業員数および年間販売額の割合が低い。このことは、九州が全体的に零細な企業が多いことを示すものであろう。

2) 小売業

図表2から人口における九州の割合は11.70%であるが、小売業全体では、九州は事業所数の13.40%、従業員数の11.92%、年間販売額の12.59%、売場面積の12.59%を占めている⁽¹⁹⁾。

次に、各業種ごとの構成比をみてみよう。

各種商品小売業では、九州は事業所数の12.71%、従業員数の9.56%、年間販売額の9.08%、売場面積の11.54%を占めている。繊維・衣服・身の回り品小売業では、九州は事業所数の11.57%、従業員数の11.15%、年間販売額の9.87%、売場面積の11.06%を占めている。飲食料品小売業では、九州は事業所数の14.61%、従業員数の12.14%、年間販売額の11.33%、売場面積の13.45%を占めている。自動車・自転車小売業では、九州は事業所数の12.86%、従業員数の11.61%、年間販売額の9.90%、売場面積の11.88%を占めている。家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、九州は事業所数の11.87%、従業員数の12.78%、年間販売額の11.21%、売場面積の14.26%を占めている。その他の小売業では、九州は事業所数の13.26%、従業員数の12.25%、年間販売額の11.01%、売場面積の11.77%を占めている。

このことから、小売業でも卸売業と同様にね九州は全国のほぼ1割を占めるが、規模的には全国平均よりやや小規模であるといえよう。

図表2 全国における九州全体及び九州各県の割合（小売業）

単位：％

	全小売業				各種商品小売業				織物・衣服・身の回り品小売業				飲食料品小売業				
	2002年人口	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積
福岡県	3.95	4.15	4.08	3.87	4.25	3.58	3.41	3.94	4.23	4.17	4.39	4.12	4.09	4.37	4.24	4.06	4.34
佐賀県	0.70	0.85	0.71	0.63	0.84	1.12	0.53	0.38	0.60	0.71	0.66	0.60	0.81	0.87	0.69	0.67	0.86
長崎県	1.20	1.50	1.25	1.10	1.17	1.66	0.95	0.75	0.97	1.24	1.28	1.16	1.30	1.76	1.28	1.22	1.34
熊本県	1.48	1.63	1.52	1.31	1.64	1.40	1.24	0.99	1.51	1.31	1.35	1.16	1.49	1.80	1.54	1.37	1.66
大分県	0.97	1.19	1.04	0.91	1.13	1.56	1.09	0.90	1.34	0.91	0.82	0.72	0.95	1.27	1.00	0.90	1.12
宮崎県	0.93	1.08	0.95	0.82	1.03	0.82	0.50	0.41	0.62	0.85	0.78	0.69	0.95	1.12	0.97	0.88	1.16
鹿児島県	1.41	1.72	1.39	1.26	1.54	1.36	0.94	1.00	1.14	1.14	1.03	0.88	1.18	1.97	1.41	1.33	1.89
沖縄県	1.06	1.29	0.99	0.76	0.99	1.20	0.98	0.71	1.12	1.24	0.86	0.55	0.89	1.45	1.01	0.90	1.06
九州計	11.70	13.40	11.92	10.65	12.59	12.71	9.64	9.08	11.54	11.57	11.15	9.87	11.66	14.61	12.14	11.33	13.45
全国計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	2002年人口	家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業															
		自動車・自転車小売業				その他の小売業											
		事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積	事業所数	従業員数	年間販売額	売場面積
福岡県	3.95	3.81	3.89	3.67	3.80	3.53	4.36	4.17	5.16	4.07	3.93	3.53	3.84	4.07	3.93	3.53	3.84
佐賀県	0.70	0.77	0.71	0.58	0.62	0.92	0.88	0.66	1.05	0.85	0.76	0.71	0.89	0.85	0.76	0.71	0.89
長崎県	1.20	1.21	1.14	0.88	0.87	1.34	1.37	1.11	1.41	1.41	1.26	1.13	1.09	1.41	1.26	1.13	1.09
熊本県	1.48	1.72	1.41	1.16	2.02	1.41	1.46	1.23	1.67	1.59	1.63	1.53	1.71	1.59	1.63	1.53	1.71
大分県	0.97	1.19	1.10	0.94	0.64	1.04	1.10	0.94	1.42	1.23	1.11	0.96	1.02	1.23	1.11	0.96	1.02
宮崎県	0.93	1.18	1.05	0.87	1.09	1.04	1.09	0.87	1.31	1.11	1.03	0.94	0.76	1.11	1.03	0.94	0.76
鹿児島県	1.41	1.87	1.45	1.18	1.88	1.52	1.50	1.25	1.50	1.68	1.52	1.44	1.59	1.68	1.52	1.44	1.59
沖縄県	1.06	1.11	0.85	0.62	0.96	1.06	1.02	0.72	1.05	1.23	1.02	0.76	0.87	1.23	1.02	0.76	0.87
九州計	11.70	12.86	11.61	9.90	11.88	11.87	12.78	11.21	14.26	13.16	12.25	11.01	11.77	13.16	12.25	11.01	11.77
全国計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

出典：経済産業省『商業統計表』・東洋経済新報社『地域経済総覧2003』

(2) 九州全体における各県商業の位置づけ

1) 卸売業

図表3から卸売業における九州の位置づけをみてみよう。

卸売業計において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(39.75%)、熊本県(10.76%)、鹿児島県(10.75%)の順、従業員数では福岡県(44.90%)、熊本県(10.57%)、鹿児島県(9.86%)の順、年間販売額では福岡県(57.55%)、鹿児島県(9.01%)、熊本県(8.27%)の順になっている。

次に、各業種ごとの構成比をみてみよう。

各種商品卸売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(39.46%)、宮崎県(14.29%)、長崎県・鹿児島県(ともに10.88%)の順、従業員数では福岡県(39.41%)、宮崎県(17.35%)、長崎県(11.86%)の順、年間販売額では福岡県(90.20%)、宮崎県(2.56%)、長崎県(1.72%)の順になっている。

繊維・衣服等卸売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(57.24%)、鹿児島県(8.11%)、熊本県(8.06%)の順、従業員数では福岡県(65.64%)、熊本県(7.27%)、鹿児島県(5.89%)の順、年間販売額では福岡県(74.11%)、熊本県(5.13%)、佐賀県(4.88%)の順になっている。

飲食料品卸売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(28.96%)、長崎県(12.83%)、鹿児島県(12.65%)の順、従業員数では福岡県(35.58%)、熊本県(11.56%)、鹿児島県(11.55%)の順、年間販売額では福岡県(45.77%)、鹿児島県(13.07%)、熊本県(10.17%)の順になっている。

建築材料、鉱物・金属材料等卸売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(43.04%)、熊本県(10.61%)、長崎県(9.63%)の順、従業員数では福岡県(44.15%)、熊本県(10.61%)、鹿児島県(9.24%)の順、年間販売額では福岡県(61.45%)、鹿児島県(10.89%)、熊本県

図表3 九州内における九州各県の割合（卸売業）

	卸売業計			各種商品卸売業			繊維・衣服等卸売業			飲食料品卸売業		
	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額
福岡県	39.75	44.90	57.55	39.46	39.41	90.20	57.24	65.64	74.11	28.96	35.58	45.77
佐賀県	5.47	4.81	3.52	4.08	3.52	0.30	4.71	5.29	4.88	6.10	5.40	5.13
長崎県	9.65	8.83	6.18	10.88	11.86	1.72	5.36	5.19	3.23	12.83	10.78	6.91
熊本県	10.76	10.57	8.27	7.48	6.37	1.00	8.06	7.27	5.13	12.12	11.56	10.17
大分県	8.15	6.91	5.02	9.52	6.06	0.78	5.91	4.17	2.91	8.97	8.08	5.50
宮崎県	7.66	6.61	5.44	14.29	17.35	2.56	3.86	2.42	1.78	8.75	8.28	7.89
鹿児島県	10.75	9.86	9.01	10.88	10.20	1.81	6.76	5.82	4.41	12.65	11.55	13.07
沖縄県	7.81	7.52	5.01	3.40	5.23	1.62	8.11	4.20	3.54	9.62	8.78	5.57
九州計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	建築材料、鋁物・金属材料等卸売			機械器具卸売業			その他の卸売業					
	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額	事業所数	従業員数	年間販売額
福岡県	43.04	44.15	61.45	45.09	50.28	62.77	41.15	48.05	56.89			
佐賀県	5.72	4.80	2.28	3.82	3.38	2.15	6.59	5.45	3.99			
長崎県	9.63	8.39	5.31	7.73	7.65	6.02	9.17	8.55	6.88			
熊本県	10.61	10.61	6.29	10.74	10.59	7.90	10.27	9.96	8.94			
大分県	8.40	7.63	4.70	7.61	5.81	5.34	8.20	6.48	4.84			
宮崎県	7.84	6.85	4.00	7.51	5.88	4.19	7.31	5.62	5.13			
鹿児島県	7.52	8.24	10.89	10.64	9.53	7.08	9.77	8.76	8.18			
沖縄県	7.24	8.33	5.09	6.86	6.87	4.55	7.55	7.14	5.14			
九州計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00			

出典：経済産業省「商業統計表」

単位：%

(6.29%)の順になっている。

機械器具卸売業において九州内での各県シェアは、事業所数では福岡県(45.09%)、熊本県(10.74%)、鹿児島県(10.64%)の順、従業員数では福岡県(50.28%)、熊本県(10.59%)、鹿児島県(9.53%)の順、年間販売額では福岡県(62.77%)、熊本県(7.90%)、鹿児島県(7.08%)の順になっている。

その他の卸売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(41.15%)、熊本県(10.27%)、鹿児島県(9.77%)の順、従業員数では福岡県(48.05%)、熊本県(9.96%)、鹿児島県(8.76%)の順、年間販売額では福岡県(56.89%)、熊本県(8.94%)、鹿児島県(8.18%)の順になっている。

以上のことから、九州内では、福岡県のシェアが圧倒的に高く、次いで業種ごとに長崎県・熊本県・鹿児島県が上位を占める結果になっている。

2) 小売業

最初に、図表4から各県人口のシェアをみると、福岡県(33.72%)、熊本県(12.63%)、鹿児島県(12.03%)、長崎県(10.29%)、沖縄県(9.08%)、大分県(8.32%)、宮崎県(7.99%)、佐賀県(5.95%)の順になっている。

次に、九州内における各県の構成比をみてみよう。

小売業計において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県(30.94%)、鹿児島県(12.82%)、熊本県(12.15%)の順、従業員数では福岡県(34.23%)、鹿児島県(11.64%)、熊本県(10.48%)の順、年間販売額では福岡県(36.28%)、熊本県(12.28%)、鹿児島県(11.81%)、売場面積では福岡県(33.75%)、熊本県(13.01%)、鹿児島県(12.25%)の順になっている。

次に、各業種ごとの構成比をみてみよう。

各種商品小売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数で

は福岡県 (28.19%)、長崎県 (13.07%)、熊本県 (12.28%) の順、従業員数では福岡県 (35.34%)、熊本県 (12.91%)、大分県 (11.29%) の順、年間販売額では福岡県 (43.42%)、鹿児島県 (11.06%)、熊本県 (10.88%)、売場面積では福岡県 (36.67%)、熊本県 (13.11%)、大分県 (11.65%)、の順になっている。

織物・衣服・身の回り品小売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県 (36.00%)、熊本県 (11.29%)、長崎県 (10.75%) の順、従業員数では福岡県 (39.36%)、熊本県 (12.07%)、大分県 (11.49%) の順、年間販売額では福岡県 (41.73%)、熊本県 (11.76%)、長崎県 (11.72%)、売場面積では福岡県 (35.10%)、熊本県 (12.77%)、長崎県 (11.12%)、の順になっている。

飲食料品小売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県 (29.88%)、鹿児島県 (13.52%)、熊本県 (12.32%) の順、従業員数では福岡県 (34.89%)、熊本県 (12.69%)、鹿児島県 (11.65%) の順、年間販売額では福岡県 (35.82%)、熊本県 (12.06%)、鹿児島県 (11.75%)、売場面積では福岡県 (32.29%)、鹿児島県 (14.03%)、熊本県 (12.37%)、の順になっている。

自動車・自転車小売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県 (29.62%)、鹿児島県 (14.57%)、熊本県 (13.40%) の順、従業員数では福岡県 (33.50%)、鹿児島県 (12.47%)、熊本県 (12.18%) の順、年間販売額では福岡県 (37.04%)、鹿児島県 (11.96%)、熊本県 (11.67%)、売場面積では福岡県 (31.98%)、熊本県 (17.05%)、鹿児島県 (15.83%)、の順になっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県 (29.73%)、鹿児島県 (12.81%)、熊本県 (11.92%) の順、従業員数では福岡県 (34.07%)、鹿児島県 (11.76%)、熊本県 (11.41%) の順、年間販売額では福岡県 (37.18%)、長崎県 (12.24%)、鹿児島県 (11.12%)、売場面積では福岡県 (36.19%)、熊本県 (11.69%) の順になっている。

図表5 大型小売店における九州および各県の割合（2002年7月現在）

	実数		構成比（全国比）		構成比（九州内比）	
	店舗数 （店）	店舗面積 （m ² ）	店舗数 （%）	店舗面積 （%）	店舗数 （%）	店舗面積 （%）
福岡	717	3470156	4.1	4.5	35.7	39.7
佐賀	136	565172	0.8	0.7	6.8	6.5
長崎	167	686146	1.0	0.9	8.3	7.8
熊本	255	1132688	1.5	1.5	12.7	12.9
大分	191	860466	1.1	1.1	9.5	9.8
宮崎	185	628676	1.1	0.8	9.2	7.2
鹿児島	238	845728	1.4	1.1	11.9	9.7
沖縄	119	562815	0.7	0.7	5.9	6.4
九州計	2008	8751847	11.6	11.4	100.0	100.0
全国計	17360	76816017	100.0	100.0		

出典：東洋経済新報社『全国大型店総覧2003』

%)、鹿児島県（10.51%）、の順になっている。

その他の小売業において九州内での各県シェアの上位3県は、事業所数では福岡県（30.91%）、鹿児島県（12.79%）、熊本県（12.09%）の順、従業員数では福岡県（32.03%）、熊本県（13.29%）、鹿児島県（12.42%）の順、年間販売額では福岡県（32.06%）、熊本県（13.86%）、鹿児島県（13.08%）、売場面積では福岡県（32.06%）熊本県（14.52%）、鹿児島県（13.48%）、の順になっている。

また図表5にみられるように、大型小売店においても福岡県のシェア高く、次いで熊本県、鹿児島県が2位グループを形成するという構図になっているが、店舗数と店舗面積との関係では、福岡県、沖縄県が店舗面積がやや大規模な大型小売店が多く、逆に宮崎県、鹿児島県にやや小規模な大型小売店がおおいと推察される。

最後に総括すると、これらのことから、全体的に小売業も卸売業と同様に、九州内では福岡県の占める割合が高く、次いで長崎県・熊本県・鹿児島県が2位グループを形成していると言えよう。

4. 各縣市町村別における商圈分析結果

以下では、九州各県の全市町村（以下、市町村を総称して「都市」と呼称することにする）について、吸引度指数の算出・分析と、さらに小売業種（品目ごと）の吸引度指数の算出・分析を試みる。なお、以下、特に指定しない限り、吸引度指数の計算が可能な都市を「該当都市」、データの一部もしくは全部が「全くなし」または「秘匿値」によって吸引度指数が計算不可能な都市を「非該当都市」と称することにする。

さらに、2002年と1999年の吸引度指数変動における非該当都市において、1999年には当該小売業の事業所が存在しているが2002年には無くなった都市を「無有都市」（なお当該小売業が存在している場合、吸引度指数が算出できたか否かは問わない。以下同じ）、1999年には当該小売業の事業所が無かったものが2002年には存在している都市を「有無都市」、1999年と2002年両方とも当該小売業の事業所が存在していない都市を「無無都市」、1999年と2002年両方とも当該小売業の事業所が存在している（しかし、2002年もしくは1999年データのいずれかもしくは両方が秘匿値のため吸引度指数の計算が不可能な）都市を「有有都市」と称することにする。

（1）福岡県

最初に、図表6および図表7から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の福岡県の全都市97のうち、吸引度指数が100以上の都市が18、50以上100未満の都市が43、50未満の都市が32で、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。

また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は久山町（307.01）で、以下、新宮町（179.28）、穂波町（172.63）、志免町（164.30）、福岡市（138.88）の順になっている。一方最も低い都市としては、大島村（14.35）であり、以下、星野村（28.23）、築

図表 6 2002年吸引度指数(福岡県)

項目	合計	各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具	その他
都市数	97	97	97	97	97	97	97
該当都市数	93	19	77	95	68	85	93
100以上	18	7	13	26	18	22	28
50以上100未満	43	8	15	58	18	10	53
50未満	32	4	49	11	32	53	12
非該当都市数	4	78	20	2	29	12	4
うち事業所数無	0	52	2	0	2	1	0
都市数	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数	95.9	19.6	79.4	97.9	70.1	87.6	95.9
100以上	18.6	7.2	13.4	26.8	18.6	22.7	28.9
50以上100未満	44.3	8.2	15.5	59.8	18.6	10.3	54.6
50未満	33.0	4.1	50.5	11.3	33.0	54.6	12.4
非該当都市数	4.1	80.4	20.6	2.1	29.9	12.4	4.1
うち事業所数無	0.0	53.6	2.1	0.0	2.1	1.0	0.0

注：業種名の略称は次の通り。各種＝各種商品
 品小売業、織物・衣服＝織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品＝飲食料品小売業、自動・自転車＝自動車・自転車小売業、家具他＝家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業、その他＝その他の小売業
 資料：経済産業省『商業統計表(市町村表)』より作成

図表 7 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市(福岡県)

全小売業		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
久山町	307.01	穂波町	252.61	久山町	1012.77	久山町	386.71	新宮町	635.07	新宮町	447.67	久山町	234.89
新宮町	179.28	穂波町	212.51	穂波町	179.44	三瀬町	289.65	志免町	344.54	志免町	328.78	久山町	171.47
穂波町	172.63	福岡市	180.10	福岡市	178.00	穂波町	173.59	久山町	337.42	久山町	235.41	八女町	169.63
志免町	164.30	八女町	141.49	久留米市	138.53	志免町	162.61	穂波町	287.90	穂波町	196.71	遠賀町	165.22
福岡市	138.88	北九州市	139.87	甘木市	134.17	宮田町	149.18	飯塚市	171.92	飯塚市	158.49	穂波町	157.20
赤村	29.18	筑紫野市	59.99	鞍手町	5.58	金田町	40.49	糸田町	3.62	北野町	8.42	北野町	42.44
糸田町	28.42	前原市	46.04	筑穂町	3.69	矢部村	39.56	立花町	3.61	北海町	7.27	北海町	40.91
筑城町	28.34	筑後市	41.02	三輪町	1.58	大平村	30.08	大刀洗町	2.15	大野町	7.15	須恵町	40.90
星野村	28.23	飯塚市	29.71	須恵町	1.31	立花町	26.13	庄内町	1.97	庄内町	6.82	星野村	40.53
大島村	14.35	小郡市	24.32	朝倉町	1.21	築城町99	21.11	赤村	1.53	赤村	3.65	大平村	17.69

注：出典：図表6に同じ

城町 (28.34)、糸田町 (28.42)、赤村 (29.18) となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は7、50以上100未満の都市が8、50未満の都市が4、非該当都市が78となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は52となっている。

また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は穂波町 (252.61) で、以下、志免町 (212.51)、福岡市 (180.10)、八女市 (141.49)、北九州市 (139.87) の順になっている。一方最も低い都市としては、小郡市 (24.32) であり、以下、飯塚市 (29.71)、筑後市 (41.02)、前原市 (46.04)、筑紫野市 (59.99) となっている。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は13、50以上100未満の都市が15、50未満の都市が49、非該当都市が20となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は久山町 (1012.77) で、以下、志免町 (179.44)、福岡市 (178.00)、久留米市 (138.53)、甘木市 (134.17) の順になっている。一方最も低い都市は、朝倉町 (1.21) であり、以下、須恵町 (1.31)、三輪町 (1.58)、筑穂町 (3.69)、鞍手町 (5.58) となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は26、50以上100未満の都市が58、50未満の都市が11、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は久山町 (386.71) で、以下、三潞町 (289.65)、穂波町 (173.59)、志免町 (162.61)、宮田町 (149.18) の順になっている。一方最も低い都市は、築城町 (21.11) であり、以下、立花町 (26.13)、大平村 (30.18)、矢部村 (39.56)、金田町 (40.49) となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は18、50以上100未満の都市が18、50未満の都市が32、非該当都市が29となっている。な

お、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は庄内町(635.07)で、以下、新宮町(344.54)、三橋町(337.42)、三輪町(287.90)、苅田町(171.92)の順になっている。一方最も低い都市は、志摩町(1.53)であり、以下、碓井町(1.97)、大刀洗町(2.15)、築城町(3.61)、糸田町(3.62)となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は22、50以上100未満の都市が10、50未満の都市が53で、非該当都市が12となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は新宮町(447.67)で、以下、志免町(328.78)、久山町(235.41)、穂波町(196.71)、飯塚市(158.49)の順になっている。一方最も低い都市は、赤村(3.65)であり、以下、庄内町(6.82)、大刀洗町(7.15)、立花町(7.15)、金田町(8.42)となっている。

その他の小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は28、50以上100未満の都市が53、50未満の都市が12で、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は久山町(234.89)で、以下、颯田町(171.478)、八女市(169.63)、遠賀町(165.22)、穂波町(157.20)の順になっている。一方最も低い都市は、大平村(17.69)であり、以下、星野村(40.53)、須恵町(40.90)、玄海町(40.91)、北野町(42.44)となっている。

次に、図表8および図表9により、2002年-1999年の吸引度指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、全小売業の2002年-1999年の吸引度指数変動において、福岡県の全都市97のうち、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が73、マイナス(▲)の都市が18、非該当都市が6となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は6、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、

図表8 2002年/1999年吸引度指数変化 (福岡県)

項目	合計							その他
	都市数	各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動車	家具他	その他	
都市数計	97	97	97	97	97	97	97	97
該当都市数計	91	15	74	95	55	81	93	93
増加	73	8	45	71	36	42	66	66
減少	18	7	29	24	19	39	27	27
非該当都市数	6	82	23	2	42	16	4	4
うち有	6	28	20	2	38	15	4	4
有	0	2	1	0	1	0	0	0
無	0	17	0	0	1	0	0	0
無	0	35	2	0	2	1	0	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	93.8	15.5	76.3	97.9	56.7	83.5	95.9	95.9
増加	75.3	8.2	46.4	73.2	37.1	43.3	68.0	68.0
減少	18.6	7.2	29.9	24.7	19.6	40.2	27.8	27.8
非該当都市数	6.2	84.5	23.7	2.1	43.3	16.5	4.1	4.1
うち有	6.2	28.9	20.6	2.1	39.2	15.5	4.1	4.1
有	0.0	2.1	1.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0
無	0.0	17.5	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0
無	0.0	36.1	2.1	0.0	2.1	1.0	0.0	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表9 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市 (福岡県)

項目	全小売業			各種商品			織物・衣服			飲食料品			自動車			家具他			その他		
	都市名	吸引度指数	変化率	都市名	吸引度指数	変化率	都市名	吸引度指数	変化率	都市名	吸引度指数	変化率	都市名	吸引度指数	変化率	都市名	吸引度指数	変化率	都市名	吸引度指数	変化率
上位5都市	久山町	548.40	▲12.56	志免町	388.25	▲18.15	久山町	684.05	▲16.27	久山町	2372.81	▲20.27	久山町	2215.39	▲22.15	久山町	2215.39	▲22.15	椎田町	176.42	▲17.64
	志摩町	108.67	▲13.38	田川市	187.15	▲12.41	津屋崎町	167.27	▲13.48	小石原村	134.85	▲14.97	二丈町	405.78	▲40.58	二丈町	405.78	▲40.58	久山町	167.27	▲16.73
	椎田町	80.75	▲19.59	筑後市	182.41	▲11.32	岡垣町	114.97	▲7.49	宮田町	103.37	▲10.34	小石原村	252.06	▲25.21	小石原村	252.06	▲25.21	志摩町	166.01	▲16.60
	芦屋町	43.81	▲26.59	水市	111.33	▲11.33	那珂川町	74.97	▲7.50	方城町	100.90	▲10.09	中間市	184.57	▲18.46	中間市	184.57	▲18.46	遠賀町	108.37	▲10.84
	添田町	41.26	▲51.71	八女市	111.33	▲11.33	田主丸町	40.41	▲4.04	大平村	100.90	▲10.09	川崎町	96.61	▲9.66	川崎町	96.61	▲9.66	大刀洗町	78.27	▲7.83
下位5都市	方城町	▲12.56	▲13.18	穂菜町	▲13.40	▲13.40	稲築町	▲40.41	▲40.41	大刀洗町	▲18.93	▲18.93	赤村	▲70.23	▲70.23	直方市	▲70.23	▲70.23	直方市	▲22.23	▲22.23
	津屋崎町	▲13.38	▲13.38	久留米市	▲25.49	▲25.49	甘木市	▲44.00	▲44.00	三輪町	▲22.40	▲22.40	大刀洗町	▲71.43	▲71.43	苅田町	▲71.43	▲71.43	苅田町	▲26.26	▲26.26
	須恵町	▲19.59	▲19.59	前原市	▲33.36	▲33.36	川崎町	▲56.97	▲56.97	水巻町	▲23.13	▲23.13	筑穂町	▲56.17	▲56.17	新宮町	▲73.95	▲73.95	新宮町	▲26.55	▲26.55
	粕屋町	▲26.59	▲26.59	古賀市	▲33.36	▲33.36	前原市	▲79.57	▲79.57	矢部町	▲28.24	▲28.24	朝倉町	▲58.51	▲58.51	朝倉町	▲80.98	▲80.98	小石原村	▲40.56	▲40.56
	大島村	▲51.71	▲51.71	筑紫野市	▲85.68	▲85.68	古賀市	▲85.61	▲85.61	築城町	▲53.76	▲53.76	庄内町	▲67.39	▲67.39	庄内町	▲88.30	▲88.30	方城町	▲42.69	▲42.69

注・出典：図表6に同じ

各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は久山町(+548.40)で、以下、志摩町(+108.40)、椎田町(+80.75)、芦屋町(+43.41)、添田町(+41.26)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、大島村(▲61.41)であり、以下、粕屋町(▲36.59)、須恵町(▲19.59)、津屋崎町(▲13.38)、方城町(▲12.56)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が8、マイナス(▲)の都市が7、非該当都市が82となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は28、有無都市2、無有都市は17、無無都市は35となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は志免町(+388.25)で、以下、田川市(+187.15)、筑後市(+182.41)、甘木市(+113.42)、八女市(+111.33)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、筑紫野市(▲52.68)であり、以下、古賀市(▲33.36)、前原市(▲25.49)、久留米市(▲13.40)、穂波町(▲13.18)となっている。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が45、マイナス(▲)の都市が29、非該当都市が23となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は20、有無都市1、無有都市は0、無無都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は久山町(+6840.51)で、以下、津屋崎町(+167.27)、岡垣町(+134.85)、那珂川町(+114.97)、田主丸町(+74.97)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、古賀市(▲85.91)であり、以下、前原市(▲79.57)、川崎町(▲56.97)、甘木市(▲44.00)、稲築町(▲40.41)となっている。

食料品小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が71、マイナス（▲）の都市が24、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は久山町（+438.84）で、以下、小石原村（+351.79）、宮田町（+165.59）、方城町（+103.37）、大平村（+100.90）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、築城町（▲53.76）であり、以下、矢部村（▲28.24）、水巻町（▲23.13）、三輪町（▲22.40）、大刀洗町（▲18.93）となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が36、マイナス（▲）の都市が19、非該当都市が42となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は38、有無都市は1、無有都市は1、無無都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は久山町（+2372.81）で、以下、北野町（+650.81）、朝倉町（+230.15）、小竹町（+213.92）、香春町（+207.27）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、颯田町（▲58.51）であり、以下、碓井町（▲58.51）、須恵町（▲56.17）、杷木町（▲41.29）、大和町（▲32.66）となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が42、マイナス（▲）の都市が39、非該当都市が16となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は15、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は久山町（+2215.39）で、以下、二丈町（+405.78）、小石原村（+252.78）、中間市（+184.57）、川崎町（+96.61）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、庄内町（▲

88.30)であり、以下、朝倉町(▲80.98)、筑穂町(▲73.95)、大刀洗町(▲71.43)、赤村(▲70.23)となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が66、マイナス(▲)の都市が27、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は4、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は椎田町(+176.42)で、以下、久山町(+167.27)、志摩町(+166.01)、遠賀町(+108.37)、大刀洗町(+78.27)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、方城町(▲42.69)であり、以下、小石原村(▲40.56)、新宮町(▲26.55)、荻田町(▲26.26)、直方市(▲22.23)となっている。

以上、これらのことから福岡県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引度指数について小売業全体としては、吸引度指数が高い都市は人口の多い「市部」が半数(吸引度指数100以上の18都市中8都市。なお福岡県の市は24都市)を占めるが、市部全体の1/3に過ぎない。また町村部が吸引度指数100以上の都市の半数を占める。但し、それらは市部とそれに隣・近接する町村部に多く、郊外型商業集積が大都市近郊に立地している様子が窺える。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市が他の県より多く、同小売業が複数分散して立地していることが窺われる。そして特に「久山町」が「織物・衣服・身の回り品小売業」で突出した吸引度指数を示している。

また、品目別吸引度指数の上位には、常に「久山町」「新宮町」「穂波町」がランクされており、これらの都市に大規模な郊外型商業集積が立地していることが推察される⁽²⁰⁾。

③変動幅では、小売業全体としては8割近い都市がプラス傾向を示してい

る。言い換えれば、その分マイナスとなっている都市は落ち込み方が激しいことを意味している。

④変動幅を品目別にみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」・「飲食料品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」でマイナス50%を超えた都市が存在し、特に「織物・衣服・身の回り品小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」ではマイナス80%を超えた都市すら存在しており、これらの都市では当該小売業が壊滅的な打撃を受けていることを示すものであろう。

(2) 佐賀県

最初に、図表10および図表11から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の佐賀県の全都市49のうち、吸引度指数が100以上の都市が10、50以上100未満の都市が23、50未満の都市が12で、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は上峰町(168.24)で、以下、武雄市(146.96)、佐賀市(141.53)、鳥栖市(128.29)、江北町(125.65)の順になっている。一方最も低い都市としては、脊振村(17.29)であり、以下、肥前町(33.59)、巖木町(34.39)、芦刈町(35.54)、富士町(36.55)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は2、50以上100未満の都市が3、50未満の都市が0、非該当都市が44となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は21となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は佐賀市(186.64)で、以下、唐津市(182.11)、鹿島市(75.80)、鳥栖市(71.35)、伊万里市(64.37)の順になっており、該当都市が5であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

図表10 2002年吸引度指数(佐賀県)

項目	合計	各種商品	繊維・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具他	その他
都市数計	49	49	49	49	49	49	49
該当都市数計	45	5	42	49	20	38	38
100以上	10	2	8	12	7	13	13
50以上100未満	23	3	11	32	5	8	8
50未満	12	0	23	5	8	17	17
非該当都市数	4	44	7	0	29	11	11
うち事業所数無	0	21	1	0	4	0	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	91.8	10.2	85.7	100.0	40.8	77.6	77.6
100以上	20.4	4.1	16.3	24.5	14.3	26.5	26.5
50以上100未満	46.9	6.1	22.4	65.3	10.2	16.3	16.3
50未満	24.5	0.0	46.9	10.2	16.3	34.7	34.7
非該当都市数	8.2	89.8	14.3	0.0	59.2	22.4	22.4
うち事業所数無	0.0	42.9	2.0	0.0	8.2	0.0	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表11 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市(佐賀県)

上位都市	全小売業	各種商品		繊維物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
		都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
5	武雄市	上峰市	186.64	上峰町	254.88	三瀬村99	212.82	有田町	199.35	肥前町	552.91	牛津町	141.03
5	佐賀市	唐津市	182.11	大和町	221.91	浜玉町	164.65	諸富町	189.84	諸富町	221.89	北茂安町	118.35
5	佐賀市	鹿島市	75.80	武雄市	179.14	武雄市	162.60	中原町	164.96	中原町	188.59	呼子町	117.11
5	鳥栖市	鳥栖市	71.35	鳥栖市	163.75	神埼町	156.78	江北町	159.91	江北町	180.81	三田川町	115.15
5	伊万里市	伊万里市	64.37	佐賀市	156.30	唐津市	119.86	牛津町	136.61	牛津町	145.79	嬉野町	108.45
下位	江北町	江北町	36.55	有明町	12.53	上峰町	49.36	肥前町	31.74	肥前町	15.72	鳥栖市	15.89
5	芦刈町	芦刈町	35.54	富士町	12.00	山内町	47.71	小海町	27.57	玄海町	11.94	唐津市	13.86
5	巖木町	巖木町	34.39	平良町	10.90	二根町	46.33	塩田町	18.27	久保田町	10.53	武雄市	12.18
5	肥前村	肥前村	33.59	肥前町	5.79	芦刈町	31.97	有明町	10.13	有明町	10.23	伊万里市	12.08
5	背振村	背振村	17.29	北茂安町	3.83	背振村	23.21	富土町	9.27	富土町	6.02	多久市	11.94

注・出典：図表6に同じ

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は8、50以上100未満の都市が11、50未満の都市が23、非該当都市が7となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は上峰町(254.88)で、以下、山都町(221.91)、武雄市(179.14)、鳥栖市(163.75)、佐賀市(156.30)の順になっている。一方最も低い都市は、北茂安町(3.83)であり、以下、肥前町(5.79)、平良町(10.90)、富士町(12.00)、有明町(12.53)となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は12、50以上100未満の都市が32、50未満の都市が5、非該当都市が0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は三瀬村(212.82)で、以下、浜玉町(164.65)、武雄市(162.60)、神崎町(156.78)、唐津市(119.86)の順になっている。一方最も低い都市は、脊振村(23.21)であり、以下、芦刈町(31.97)、三根町(46.33)、山内町(47.71)、上峰町(49.36)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は7、50以上100未満の都市が5、50未満の都市が8、非該当都市が29となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は4となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は鳥栖市(199.35)で、以下、佐賀市(189.84)、北方町(164.96)、三田川町(159.91)、唐津市(136.61)の順になっている。一方最も低い都市は、平良町(8.03)であり、以下、北茂安町(9.27)、諸富町(10.13)、塩田町(18.27)、小城町(27.57)となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は13、50以上100未満の都市が8、50未満の都市が17で、非該当都市が11となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は有田町(552.91)で、以下、諸富町(221.89)、

中原町 (188.59)、江北町 (180.81)、牛津町 (145.79) の順になっている。一方最も低い都市は、富士町 (6.02) であり、以下、有明町 (10.23)、久保田町 (10.53)、玄海町 (11.94)、肥前町 (15.72) となっている。

その他の小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は8、50以上100未満の都市が20、50未満の都市が19で、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は牛津町 (141.03) で、以下、北茂安町 (118.35)、呼子町 (117.11)、三田川町 (115.15)、嬉野町 (108.45) の順になっている。一方最も低い都市は、多久市 (11.94) であり、以下、伊万里市 (12.08)、武雄市 (12.18)、唐津市 (13.86)、鳥栖市 (15.89) となっている。

次に、図表12および図表13により、2002年-1999年の吸引度指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、全小売業の2002年-1999年の吸引度指数変動において、佐賀県の全都市49のうち、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が22、マイナス (▲) の都市が23、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は4、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は大和町 (+81.55) で、以下、北茂安町 (+38.28)、平良町 (+32.51)、三田川町 (+25.91)、神崎町 (+25.13) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、三日月町 (▲26.54) であり、以下、大町町 (▲19.06)、鳥栖市 (▲18.44)、多久市 (▲18.16)、北方町 (▲14.56) となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が1、マイナス (▲) の都市が3、非該当都市が45となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は16、有無都市8、無有都市は6、無無都市は15となってい

図表12 2002年/1999年吸引度指数変化 (佐賀県)

項目	合計		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数
都市数計	49	100.0	49	100.0	49	100.0	49	100.0	49	100.0	49	100.0
該当都市数計	45	91.8	4	8.2	49	100.0	49	30.6	38	77.6	47	95.9
増加	22	44.9	1	2.0	28	42.9	4	8.2	16	32.7	20	40.8
減少	23	46.9	3	6.1	21	57.1	4	22.4	22	44.9	27	55.1
非該当都市数計	4	8.2	4	91.8	0	0.0	0	69.4	11	22.4	2	4.1
うち有	4	8.2	16	32.7	0	0.0	0	61.2	10	20.4	2	4.1
有	0	0.0	8	16.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
無	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.0	1	0.0	0	0.0
無	0	0.0	15	30.6	0	0.0	0	6.1	0	0.0	0	0.0
無	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	0.0	0	0.0	0	0.0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	91.8	91.8	8.2	8.2	79.6	79.6	30.6	30.6	77.6	77.6	95.9	95.9
増加	44.9	44.9	2.0	2.0	57.1	57.1	8.2	8.2	32.7	32.7	40.8	40.8
減少	46.9	46.9	6.1	6.1	22.4	22.4	22.4	22.4	44.9	44.9	55.1	55.1
非該当都市数計	8.2	8.2	8.2	91.8	20.4	20.4	0.0	69.4	22.4	22.4	4.1	4.1
うち有	8.2	8.2	16	32.7	18.4	18.4	0.0	61.2	20.4	20.4	4.1	4.1
有	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0
無	0.0	0.0	12.2	12.2	2.0	2.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無	0.0	0.0	30.6	30.6	0.0	0.0	6.1	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0
無	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

注・出典：図表6と同じ

図表13 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市 (佐賀県)

項目	全小売業		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
上位5都市	大和町	81.55	唐津市	95.66	川副町	175.58	江北町	87.76	大和町	63.33	大和町	580.34	平良町	116.74
	北茂安町	38.28	佐賀市	▲8.45	上峰町	155.11	北茂安町	84.59	中原町	54.08	中原町	168.62	北茂安町	100.25
	平良町	32.51	鳥島市	▲19.29	大和町	106.02	神埼町	76.23	川副町	14.75	川副町	142.69	三田川町	88.40
	神埼町	25.91	鳥島市	▲55.53	小城町	99.46	武雄市	36.41	東与賀町	1.30	東与賀町	132.13	西有田町	63.50
	三田川町	25.13	鳥島市	▲55.53	武雄市	80.56	三田川町	29.78	諸富町	▲0.96	諸富町	111.97	千代田町	57.66
下位5都市	北方町	▲14.56	唐津市	▲14.56	蔵木町	▲35.45	北方町	▲17.18	富士町	▲13.98	富士町	▲58.84	多久市	▲86.96
	多久市	▲18.16	唐津市	▲18.16	北方町	▲37.01	川副町	▲18.91	北茂安町	▲17.07	北茂安町	▲63.98	唐津市	▲88.12
	鳥島市	▲18.44	唐津市	▲18.44	大和町	▲42.67	小野町	▲19.47	三田川町	▲28.42	三田川町	▲68.76	伊万里市	▲88.70
	三日月町	▲19.06	唐津市	▲19.06	鳥島市	▲50.44	北茂安町	▲19.48	有明町	▲37.73	有明町	▲68.87	武雄市	▲89.15
	三日月町	▲26.54	唐津市	▲26.54	多久市	▲74.14	背振村	▲40.93	神埼町	▲56.69	神埼町	▲83.41	鳥栖市	▲90.41

注・出典：図表6と同じ

る。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は唐津市(+95.66)となっており、該当都市が1であるため、上記都市以外は全てマイナス(もしくは非該当都市)である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、鳥栖市市(▲55.53)であり、以下、鹿島市(▲19.29)、佐賀市(▲8.45)、となっており、該当都市が3であるため、上記都市以外は全てプラス(もしくは非該当都市)である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が28、マイナス(▲)の都市が11、非該当都市が10となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は9、有無都市0、無有都市は1、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は川副町(+175.58)で、以下、上峰町(+155.11)、大和町(+106.02)、小城町(+99.46)、武雄市(+80.56)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、多久市(▲74.14)であり、以下、鳥栖市(▲50.44)、大町町(▲42.67)、北方町(▲37.01)、巖木町(▲35.45)となっている。

飲食料品小売業では、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が21、マイナス(▲)の都市が28、非該当都市が0となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は0、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は江北町(+87.76)で、以下、北茂安町(+84.59)、神埼町(+76.23)、武雄市(+36.41)、三田川町(+29.78)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、脊振村(▲40.93)であり、以下、小城町(▲19.48)、嬉野町(▲19.47)、川副町(▲18.91)、北方町(▲17.18)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が4、

マイナス (▲) の都市が11、非該当都市が34となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は30、有無都市は0、無有都市は1、無無都市は3となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は西有田町 (+63.33) で、以下、平良町 (+54.08)、鳥栖市 (+14.75)、塩田町 (+1.30)、該当都市が4であるため、上記都市以外は全てマイナス (もしくは非該当都市) である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、諸富町 (▲56.69) であり、以下、北茂安町 (▲37.73)、三日月町 (▲28.42)、久保田町 (▲17.07)、三田川町 (▲13.98) となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が16、マイナス (▲) の都市が22、非該当都市が11となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は10、有無都市は1、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は大和町 (+580.34) で、以下、中原町 (+168.62)、川副町 (+142.69)、東与賀町 (+132.13)、諸富町 (+111.97) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、神崎町 (▲83.41) であり、以下、有明町 (▲68.87)、三田川町 (▲68.76)、北茂安町 (▲63.98)、富士町 (▲58.84) となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が20、マイナス (▲) の都市が27、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は平良町 (+116.74) で、以下、北茂安町 (+100.25)、三田川町 (+88.40)、西有田町 (+63.50)、千代田町 (+57.66) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、鳥栖市 (▲90.41) で

あり、以下、武雄市（▲89.15）、伊万里市（▲88.70）、唐津市（▲88.12）、多久市（▲86.96）となっている。

以上、これらのことから佐賀県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引度指数について小売業全体としては、吸引度指数が高い都市は人口の多い「市部」が半数（吸引度指数100以上の10都市中5都市。なお佐賀県の市は7都市）を占めるが、町村部も半数を占める。但しそれらは市部とそれに隣・近接する町村部に多く、特に福岡県に近接する県の東部に多い。したがってこれらの都市に郊外型商業集積に立地している様子が窺える。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市は全て市部になっているが、その他の業種では、町村部の都市が吸引度指数上位を占めている。但し、「上峰町」が常に上位を占めているものの、「家具・じゅう器・家庭用機械器具」の有田町を除いて突出している都市は見あたらない⁽²¹⁾。また「自動車・自転車小売業」では、吸引度指数が100を超えた7都市中6都市が市部、さらに6割の都市が非該当都市となっており、当該小売業が市部に集中していることがわかる。

③変動幅では、小売業全体としてはプラス都市・マイナス都市ほぼ同数であり、近隣都市間で激しい都市間競争が展開されていることが窺われる。マイナス都市の中に佐賀市・唐津市・鳥栖市などの市部が数多く含まれていることは、いわゆる郊外化が進展している証とみることができよう。

④変動幅を品目別にみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」・「飲食料品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」・「その他の小売業」でマイナス50%を超えた都市が存在し、特に「家具・じゅう器・家庭用機械器具」・「その他の小売業」ではマイナス80%を超えた都市すら存在しており、これらの都市では当該小売業が壊滅的な打撃を受けていることを示すものであろう。

(3) 長崎県

最初に、図表14および図表15から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の長崎県の全都市79のうち、吸引度指数が100以上の都市が15、50以上100未満の都市が36、50未満の都市が25で、非該当都市が3となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は多良見町(192.91)で、以下、時津町(167.70)、愛野町(134.41)、郷ノ浦町(131.44)、新魚目町(129.39)の順になっている。一方最も低い都市としては、大島村(21.74)であり、以下、玉之浦町(22.27)、香焼町(28.01)、峰町(29.54)、南串山町(33.55)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は4、50以上100未満の都市が0、50未満の都市が1、非該当都市が74となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は41となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は佐々町(230.54)で、以下、長崎市(202.46)、佐世保市(151.14)、大村市(118.76)、時津町(1.25)の順になっており、該当都市が5であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は10、50以上100未満の都市が20、50未満の都市が26、非該当都市が23となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は有家町(351.34)で、以下、長崎市(145.83)、新魚目町(141.29)、佐世保市(134.13)、諫早市(124.40)の順になっている。一方最も低い都市は、西海町(0.78)であり、以下、布津町(2.32)、鷹島町(5.00)、外海町(10.07)、三和町(11.12)となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は23、50以上100未満

図表14 2002年吸引度指数(長崎県)

項目	合計	各種商品	繊維・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具・他	その他
都市数計	79	79	79	79	79	79	79
該当都市数計	76	5	56	79	37	62	76
100以上	15	4	10	23	5	9	19
50以上100未満	36	0	20	44	7	10	33
50未満	25	1	26	12	25	43	24
非該当都市数	3	74	23	0	42	17	3
うち事業所数無	0	41	0	0	7	1	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	96.2	6.3	70.9	100.0	46.8	78.5	96.2
100以上	19.0	5.1	12.7	29.1	6.3	11.4	24.1
50以上100未満	45.6	0.0	25.3	55.7	8.9	12.7	41.8
50未満	31.6	1.3	32.9	15.2	31.6	54.4	30.4
非該当都市数	3.8	93.7	29.1	0.0	53.2	21.5	3.8
うち事業所数無	0.0	51.9	0.0	0.0	8.9	1.3	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表15 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市(長崎県)

全小売業	各種商品		繊維・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具・他		その他	
	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
上位5都市	多良見町	192.91	佐々町	230.54	有家町	351.34	多良見町	244.97	佐世保市	250.31	鷹島町	290.17
	時津町	167.70	長崎市	202.46	長崎市	145.83	新魚目町	225.15	多良見町	226.79	小長井町	249.23
	愛野町	134.41	佐世保市	151.14	新魚目町	141.29	愛野町	197.41	時津町	198.68	愛野町	231.68
	郷ノ浦町	131.44	大村市	118.76	佐世保市	134.13	長与町	177.28	佐々町	189.46	上五島町	152.74
	新魚目町	129.39	時津町	1.25	諫早市	124.40	大島町	170.69	北有馬町	177.36	多良見町	152.59
下位5都市	南串山町	33.55	三和町	11.12	南串山町	39.45	雷江町	9.06	小長井町	7.96	芦辺町	10.08
	峰町	29.54	外海町	10.07	芦辺町	39.31	南有馬町	5.67	野母崎町	7.44	勝本町	7.89
	香焼町	28.01	鷹島町	5.00	小長井町	38.71	有家町	5.67	西海町	7.14	石田町	5.28
	玉之浦町	22.27	布津町	2.32	香焼町	32.67	西海町	3.55	三和町	4.37	上泉町	4.17
	大島村99	21.74	西海町	0.78	玉之浦町	23.90	世原町	3.26	森山町	3.10	峰町	3.53

注・出典：図表6に同じ

の都市が44、50未満の都市が12、非該当都市が0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は多良見町(244.97)で、以下、新魚目町(225.15)、愛野町(197.41)、長与町(177.28)、大島町(170.69)の順になっている。一方最も低い都市は、玉之浦町(23.90)であり、以下、香焼町(32.67)、小長井町(38.71)、芦辺町(39.31)、大島村(40.98)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は5、50以上100未満の都市が7、50未満の都市が25、非該当都市が42となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は7となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は時津町(568.23)で、以下、多良見町(370.88)、田平町(245.91)、佐世保市(148.63)、大村市(110.14)の順になっている。一方最も低い都市は、世知原町(3.26)であり、以下、西海町(3.56)、有家町(5.67)、南有馬町(5.67)、富江町(9.06)となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は9、50以上100未満の都市が10、50未満の都市が43で、非該当都市が17となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は佐世保市(250.31)で、以下、多良見町(226.79)、時津町(198.79)、佐々町(189.46)、北有馬町(177.36)の順になっている。一方最も低い都市は、森山町(3.10)であり、以下、三和町(4.37)、西海町(7.14)、野母崎町(7.44)、小長井町(7.96)となっている。

その他の小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は19、50以上100未満の都市が33、50未満の都市が24で、非該当都市が3となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は鷹島町(290.17)で、以下、小長井町(249.23)、愛野町(231.68)、上五島町(152.74)、多良見町(152.59)の順になっている。一方最も低い都

市は、峰町 (3.53) であり、以下、上県町 (4.17)、石田町 (5.28)、勝本町 (7.89)、芦辺町 (10.08) となっている。

次に、図表16および図表17により、2002年－1999年の吸引度指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、2002年－1999年の吸引度指数変動において、長崎県の全都市79のうち、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が31、マイナス (▲) の都市が43、非該当都市が5となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は5、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は小長井町 (+95.88) で、以下、多良見町 (+49.14)、鷹島町 (+26.61)、崎戸町 (+20.78)、西彼町 (+20.61) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、峰町 (▲45.96) であり、以下、伊王島町 (▲42.68)、奈留町 (▲30.97)、有明町 (▲27.44)、奈良尾町 (▲24.30) となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が3、マイナス (▲) の都市が1、非該当都市が75となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は25、有無都市9、無有都市は10、無無都市は31となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は大村市 (+15.99) で、以下、長崎市 (+6.56)、佐世保市 (+2.52) であり、該当都市が3であるため、上記都市以外は全てマイナス (もしくは非該当都市) である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、佐々町 (▲11.94) であり、該当都市が1であるため、上記都市以外は全てプラス (もしくは非該当都市) である。

繊維・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が13、マイナス (▲) の都市が38、非該当都市が28となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は28、有無都市0、無有都市は0、無無都市は

図表16 2002年/1999年吸引度指数変化 (長崎県)

項目	各種商品		繊維・衣服		飲食料品		自動・自転		家具他		その他	
	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
合計	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
都市数計	74	74	51	51	32	32	58	58	76	76	76	76
該当都市数計	31	31	13	13	10	10	14	14	34	34	34	34
増加	43	43	38	38	44	44	22	22	44	44	42	42
減少	5	5	28	28	0	0	47	47	21	21	3	3
非該当都市数	5	5	28	28	0	0	40	40	20	20	3	3
うち有	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
有	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0
無	0	0	0	0	0	0	6	6	0	0	0	0
無	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
無	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	93.7	93.7	64.6	64.6	40.5	40.5	73.4	73.4	96.2	96.2	96.2	96.2
増加	39.2	39.2	16.5	16.5	12.7	12.7	17.7	17.7	43.0	43.0	43.0	43.0
減少	54.4	54.4	48.1	48.1	27.8	27.8	55.7	55.7	53.2	53.2	53.2	53.2
非該当都市数	6.3	6.3	35.4	35.4	0.0	0.0	59.5	59.5	26.6	26.6	3.8	3.8
うち有	6.3	6.3	31.6	31.6	0.0	0.0	50.6	50.6	25.3	25.3	3.8	3.8
有	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	1.3	1.3	0.0	0.0
無	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.6	7.6	0.0	0.0	0.0	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表17 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市 (長崎県)

項目	全小売業		各種商品		繊維・衣服		飲食料品		自動・自転		家具他		その他	
	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
上位5都市	小長井町	95.88	大村市	95.88	有家町	251.90	多良見町	112.70	宇久町	82.62	北有馬町	1613.27	小長井町	178.02
	多良見町	49.14	長崎市	6.56	西彼町	54.50	若松町02	54.31	時津町	54.26	上対馬町	146.23	外海町02	99.88
	鷹島町	26.61	佐世保市	2.52	南有馬町	46.38	森山町	47.33	加津佐町	49.05	鷹島町	92.38	伊王島町	99.65
	崎戸町	20.78	佐々町	▲11.94	江迎町	26.57	西彼町	40.42	石田町	28.02	小佐々町	70.75	布津町	74.36
	新井町	20.61	佐々町	▲11.94	東彼杵町	26.24	高島町	34.44	佐々町	9.76	多良見町	48.01	高島町	72.67
下位5都市	奈良尾町	▲24.30	佐々町	▲24.30	鷹島町	▲34.38	高島町	▲27.99	長々町	▲38.22	田平町	▲66.61	勝本町	▲90.40
	有明町	▲27.44	佐々町	▲27.44	富江町	▲36.74	見見町	▲30.89	森山町	▲38.83	有明町	▲68.94	芦辺町	▲91.20
	伊王島町	▲30.97	佐々町	▲30.97	十々石町	▲44.29	三井峯町99	▲32.57	三和町	▲39.02	西海町	▲70.03	上対馬町	▲91.42
	伊王島町	▲42.68	佐々町	▲42.68	世知原町	▲45.33	小佐々町	▲36.31	布津町	▲40.97	上松町	▲70.27	上対馬町	▲93.31
	峰町	▲45.96	佐々町	▲45.96	西海町	▲79.48	伊王島町	▲52.88	南有馬町	▲84.33	三和町	▲92.34	峰町	▲97.41

注・出典：図表6に同じ

0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は有家町(+251.90)で、以下、西彼町(+54.50)、南有馬町(+46.38)、江迎町(+26.57)、東彼杵町(+26.24)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、西海町(▲79.48)であり、以下、世知原町(▲45.33)、千々石町(▲44.29)、富江町(▲36.74)、鷹島町(▲34.38)となっている。

飲食料点小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が35、マイナス(▲)の都市が44、非該当都市が0となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は0、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は多良見町(+112.70)で、以下、若松町(+54.31)、森山町(+47.33)、西彼町(+40.42)、西海町(+34.44)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、伊王島町(▲52.88)であり、以下、小佐々町(▲36.31)、三井楽町(▲32.57)、国見町(▲30.89)、高島町(▲27.99)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が10、マイナス(▲)の都市が22、非該当都市が47となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は40、有無都市は0、無有都市は1、無無都市は6となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は宇久町(+82.62)で、以下、時津町(+54.26)、加津佐町(+49.05)、石田町(+28.02)、佐々町(+9.76)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、南有馬町(▲84.33)であり、以下、布津町(▲40.97)、三和町(▲39.02)、森山町(▲38.83)、長与町(▲38.22)となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス

(+)の都市が14、マイナス(▲)の都市が44、非該当都市が21となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は20、有無都市は0、無有都市は1、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は北有馬町(+1613.27)で、以下、上対馬町(+146.23)、鷹島町(+92.38)、小佐々町(+70.75)、多良見町(+48.01)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、三和町(▲92.34)であり、以下、松浦市(▲70.27)、西海町(▲70.03)、有明町(▲68.94)、田平町(▲66.61)となっている。

その他の小売業では、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が34、マイナス(▲)の都市が42、非該当都市が3となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は3、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は小長井町(+178.02)で、以下、外海町(+99.98)、伊王島町(+99.65)、布津町(+74.36)、鷹島町(+72.67)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、峰町(▲97.41)であり、以下、上県町(▲93.91)、上対馬町(▲91.42)、芦辺町(▲91.20)、勝本町(▲90.40)となっている。

以上、これらのことから長崎県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引力指数について小売業全体としては、吸引力指数が高い都市は人口の多い「市部」が1/3(吸引力指数100以上の15都市中5都市。なお長崎県の市は8都市)を占める。町村部の都市は2/3を占めるが、これらは、同県の県庁所在地で最も人口の多い長崎市、同県2位の人口をもつ佐世保市近郊に集中している。したがって、これらの都市に郊外型商業集積に立地している様子が窺える。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市のトップは「佐々町」であるが、長崎市の吸引度指数は200超、佐世保市の吸引度指数も150を超えている。また、「自動車・自転車小売業」で「時津町」が500を超えているが、それ以外は、突出している都市は見あたらない⁽²²⁾。また「自動車・自転車小売業」では、吸引度指数が100を超えた都市は5都市で5割強の都市が非該当都市となっている。

③変動幅では、小売業全体としてはプラス都市よりマイナス都市の方がやや多く、近隣都市間で激しい都市間競争が展開されていることが窺われる。マイナス都市の中に長崎市・諫早市・松浦市などの市部が数多く含まれていることは、いわゆる郊外化が進展している証とみることができよう。

④変動幅を品目別にみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」・「飲食品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」・「その他の小売業」でマイナス50%を超えた都市が存在し、特に「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」・「その他の小売業」ではマイナス80%を超えた都市すら存在しており、これらの都市では当該小売業が壊滅的な打撃を受けていることを示すものであろう。

(4) 熊本県

最初に、図表18および図表19から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の熊本県の全都市94のうち、吸引度指数が100以上の都市が15、50以上100未満の都市が40、50未満の都市が21で、非該当都市が18となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は免田町(196.70)で、以下、本渡市(154.66)、小川町(144.73)、人吉市(140.43)、嘉島町(130.63)の順になっている。一方最も低い都市としては、鹿央町(11.70)であり、以下、久木野村(16.48)、菊鹿町(17.41)、須恵村(22.05)、産山村(26.38)となっている。

図表18 2002年吸引度指数 (熊本県)

項目	合計	各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具他	その他
都市数計	94	94	94	94	94	94	94
該当都市数計	76	4	56	94	56	67	90
100以上	15	2	10	25	14	10	26
50以上100未満	40	1	12	49	12	20	40
50未満	21	1	34	20	30	37	24
非該当都市数	18	90	38	0	38	27	4
うち事業所数無	0	63	10	0	9	2	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	80.9	4.3	59.6	100.0	59.6	71.3	95.7
100以上	16.0	2.1	10.6	26.6	14.9	10.6	27.7
50以上100未満	42.6	1.1	12.8	52.1	12.8	21.3	42.6
50未満	22.3	1.1	36.2	21.3	31.9	39.4	25.5
非該当都市数	19.1	95.7	40.4	0.0	40.4	28.7	4.3
うち事業所数無	0.0	67.0	10.6	0.0	9.6	2.1	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表19 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市 (熊本県)

上位5都市	全小売業		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
免田町	196.40	熊本市	206.07	錦町	375.27	免田町	246.51	鹿本市	297.16	本町	324.43	免田町	267.03	
本渡市	154.66	熊本市	160.51	小川町	266.38	長陽村	171.88	本渡市	173.71	本渡市	296.52	小川町	193.09	
小川町	144.73	荒尾市	80.89	熊本市	161.51	人吉市	160.32	熊本市	153.68	熊本市	154.47	津奈木町	185.18	
人吉市	140.43	宇土市	38.43	熊本市	148.57	小国町	147.27	宇土市	151.09	宇土市	147.35	一の宮町	172.27	
嘉島町	130.63	宇土市	136.41	大津町	136.41	大津町	145.31	免田町	148.88	大津町	123.71	多良木町	160.30	
薩山村	26.38	天草町	8.52	球磨村	6.99	波野村	22.38	宮原町	6.89	泉村	9.00	久木野村	22.62	
須恵村	22.05	嘉島町	6.99	波野村	5.95	須恵村	16.30	白水村	6.40	豊野村	8.60	東陽村	19.97	
菊鹿町	17.41	有明町	4.95	西原村	4.95	鹿央村	12.62	天草町	6.21	坂本村	6.04	鹿央町	19.94	
久木野村	16.48	西原村	3.77	山江村	3.77	鹿央村	9.49	牛深市	4.10	鹿北町	5.80	菊鹿町	18.96	
鹿央町	11.70	西原村	3.77	山江村	3.77	山江村	9.49	三和町	3.43	相良村	1.57	御所浦町	17.45	

注・出典：図表6に同じ

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は2、50以上100未満の都市が1、50未満の都市が1、非該当都市が90となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は63となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は熊本市(206.07)で、以下、荒尾市(160.51)、八代市(80.89)、宇土市(38.43)、の順になっており、該当都市が4であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は10、50以上100未満の都市が12、50未満の都市が34、非該当都市が38となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は10となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は錦町(375.27)であり、以下、小川町(266.38)、熊本市(161.51)、本渡市(148.57)、人吉市(136.41)の順になっている。一方最も低い都市は、西原村(3.77)で、以下、泗水町(4.95)、有明町(5.95)、嘉島町(6.99)、天草町(8.52)の順になっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は25、50以上100未満の都市が49、50未満の都市が20、非該当都市が0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は免田町(246.51)で、以下、長陽村(171.88)、人吉市(160.32)、小国町(147.27)、大津町(145.31)の順になっている。一方最も低い都市は、山江村(9.49)であり、以下、鹿央町(12.62)、須恵村(16.30)、波野村(21.54)、球磨村(22.38)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は14、50以上100未満の都市が12、50未満の都市が30、非該当都市が38となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は9となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は嘉島町(297.16)で、以下、人吉市(173.71)、不知火町(153.68)、

免田町 (151.09)、宇土市 (148.88) の順になっている。一方最も低い都市は、三加和町 (3.43) であり、以下、牛深市 (4.10)、天草町 (6.21)、白水村 (6.40)、宮原町 (6.89) となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は10、50以上100未満の都市が20、50未満の都市が37で、非該当都市が27となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は鹿本町 (324.43) で、以下、本渡市 (296.52)、熊本市 (154.47)、宇土市 (147.35)、大津町 (123.71) の順になっている。一方最も低い都市は、相良村 (1.57) であり、以下、鹿北町 (5.80)、坂本村 (6.04)、豊野村 (6.04)、泉村 (9.00) となっている。

その他の小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は26、50以上100未満の都市が40、50未満の都市が24で、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は免田町 (267.03) で、以下、小川町 (193.09)、津奈木町 (185.18)、一の宮町 (172.27)、多良木町 (160.30) の順になっている。一方最も低い都市は、御所浦町 (17.45) であり、以下、菊鹿町 (18.96)、鹿央町 (19.94)、東陽村 (19.97)、久木野村 (22.62) となっている。

次に、図表20および図表21により、2002年-1999年の吸引度指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、2002年-1999年の吸引度指数変動において、熊本県の全都市94のうち、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が40、マイナス (▲) の都市が34、非該当都市が20となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は20、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は玉東町 (+56.08) で、以下、竜北町 (+57.08)、嘉島町 (+42.87)、免田町 (+37.27)、

図表20 2002年/1999年吸引度指数変化 (熊本県)

項目	合計	各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具他	その他
都市数計	94	94	94	94	94	94	94
該当都市数	74	4	49	92	41	62	88
増加	40	2	22	50	23	29	46
減少	34	2	27	42	18	33	42
非該当都市数	20	90	45	2	53	32	6
うち有	20	21	34	2	42	30	6
有	0	6	1	0	2	0	0
無	0	22	4	0	2	0	0
無	0	41	6	0	7	2	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数	78.7	4.3	52.1	97.9	43.6	66.0	93.6
増加	42.6	2.1	23.4	53.2	24.5	30.9	48.9
減少	36.2	2.1	28.7	44.7	19.1	35.1	44.7
非該当都市数	21.3	95.7	47.9	2.1	56.4	34.0	6.4
うち有	21.3	22.3	36.2	2.1	44.7	31.9	6.4
有	0.0	6.4	1.1	0.0	2.1	0.0	0.0
無	0.0	23.4	4.3	0.0	2.1	0.0	0.0
無	0.0	43.6	6.4	0.0	7.4	2.1	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表21 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市 (熊本県)

全小売業		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
上	66.08	熊本市	16.95	合志町	242.88	東陽村	114.13	七城町	160.36	嘉島町	1559.06	津奈木町	462.76
5	57.68	荒尾市	4.06	河浦町	61.41	鹿北町	108.89	阿蘇町	106.26	泗水町	191.19	玉東町	156.21
位	42.87	八代市	▲25.73	菊陽町	49.15	鹿北町	87.00	白水村	101.17	甲佐町	128.95	山江村	100.58
都	37.27	宇土市	▲80.17	不知火町	49.09	横島町	66.11	南園村	85.92	合志町	96.12	城南町	71.28
市	36.91			菊陽町	32.98	長隣村	58.63	横島町	83.64	鹿北町	87.94	一の宮町	67.09
白	▲24.55			水上村02	▲36.19	鹿北町	▲36.35	坂橋町	▲18.80	長洲町	▲58.69	宮原町	▲40.19
下	▲25.11			小川町	▲37.94	西合志町	▲36.58	玖波町	▲29.09	坂橋町	▲59.56	鏡	▲44.72
5	▲31.35			蘇陽町	▲46.78	御船町	▲43.13	泗水町	▲38.18	酒本町	▲63.28	岡原村	▲47.51
都	▲33.58			泗水町	▲65.04	山江村	▲58.18	天来村	▲51.29	天来村	▲67.76	新和町	▲49.91
市	▲37.01			南関町	▲78.30	一の宮町	▲59.66	天来町	▲83.57	天来町	▲70.97	菊鹿	▲60.95

注・出典：図表6に同じ

白水村 (+36.91) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、菊陽町 (▲37.01) であり、以下、菊花町 (▲33.58)、鹿央町 (▲31.35)、鏡町 (▲25.11)、玉名市 (▲24.55) となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が2、マイナス (▲) の都市が2、非該当都市が90となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は21、有無都市6、無有都市は22、無無都市は41となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は熊本市 (+16.95) で、以下、荒尾市 (+4.06)、であり、該当都市が2であるため、上記都市以外は全てマイナス (もしくは非該当都市) である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、宇土市 (▲80.17) であり、以下、八代市 (▲25.73)、であり、該当都市が2であるため、上記都市以外は全てマイナス (もしくは非該当都市) である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が22、マイナス (▲) の都市が27、非該当都市が45となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は34、有無都市1、無有都市は4、無無都市は6となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は合志町 (+242.88) で、以下、河浦町 (+61.41)、菊陽町 (+49.15)、不知火町 (+49.09)、菊鹿町 (+32.98) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、南関町 (▲78.30) であり、以下、泗水町 (▲65.04)、蘇陽町 (▲46.78)、小川町 (▲37.94)、水上村 (▲36.19) となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が71、マイナス (▲) の都市が50、非該当都市が42となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい

い5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は東陽町（+114.13）で、以下、竜北町（+108.89）、横島町（+66.11）、長陽村（+58.63）、西原村（+56.61）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、一の宮町（▲59.66）であり、以下、山江村（▲58.18）、御船町（▲43.13）、西合志町（▲36.58）、産山村（▲36.35）となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が23、マイナス（▲）の都市が18、非該当都市が53となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は42、有無都市は2、無有都市は2、無無都市は7となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は嘉島町（+160.36）で、以下、泗水町（+106.26）、甲佐町（+101.17）、合志町（+85.92）、鹿北町（+83.64）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、天水町（▲83.57）であり、以下、長陽村（▲51.29）、牛深市（▲38.18）、砥用町（▲29.09）、長洲町（▲18.80）となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が29、マイナス（▲）の都市が33、非該当都市が32となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は30、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は七城町（+1559.06）で、以下、阿蘇町（+191.19）、白水村（+128.95）、南関町（+96.12）、横島町（+87.94）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、植木町（▲70.97）であり、以下、砥用町（▲67.76）、泗水町（▲63.28）、坂本村（▲59.06）、松橋町（▲58.59）となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が46、マイナス（▲）の都市が42、非該当都市が6となっている。なお、非該当都市の

中で、有有都市は6、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は津奈木町(+462.76)で、以下、玉東町(+156.21)、山江村(+100.58)、城南町(+71.28)、一の宮町(+67.09)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、菊鹿町(▲60.95)であり、以下、新和町(▲49.91)、岡原村(▲47.51)、鏡町(▲44.72)、宮原町(▲40.19)となっている。

以上、これらのことから熊本県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引力指数について小売業全体としては、吸引力指数が高い都市は人口の多い「市部」が半数(吸引力指数100以上の15都市中8都市。なお熊本県の市は11都市)を占める。町村部の都市は半数を占めるが、これらは、同県の県庁所在地で最も人口の多い熊本市近郊、特に同市の北部から東部にかけての都市に多い傾向がある。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市のトップは「熊本市」で吸引力指数は200超、第二位の「荒尾市」の吸引力指数も160を超えている一方で、非該当都市も90あり、同小売業が極めて限定した都市に立地していることが窺える。また、他のカテゴリーでは最高でも300強で、他の県のように突出している都市は見あたらない⁽²³⁾。また「自動車・自転車小売業」では、吸引力指数が100を超えた都市は14都市で非該当都市は4割で、他県と比較しても少ない。

③変動幅では、小売業全体としてはマイナス都市よりプラス都市の方がやや多く、近隣都市間で激しい都市間競争が展開されているものの、集約化の傾向も窺われる。プラスの都市の中に町村部、特に過疎地が含まれていることは、母数に起因することが大きいと思われるが、地域活性化の効果が現れているとも受け取れる。

④変動幅を品目別にみると、全てのカテゴリー（「各種商品小売業」・「織物・衣服・身の回り品小売業」・「飲食料品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」「その他の小売業」）でマイナス50%を超えた都市が存在し、特に「各種商品小売業」・「自動車・自転車小売業」でマイナス80%を超えた都市すら存在しており、これらの都市では当該小売業が壊滅的な打撃を受けていることを示すものであろう。しかし他県と比べて極端に大きい変動幅のあるカテゴリーや都市は見あたらず、小売業がかなり分散していることが看取できよう。

（５）大分県

最初に、図表22および図表23から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の大分県の全都市58のうち、吸引度指数が100以上の都市が10、50以上100未満の都市が18、50未満の都市が19で、非該当都市が11となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は三光村（166.39）で、以下、中津市（124.40）、日田市（121.58）、大分市（118.84）、佐伯市（118.26）の順になっている。一方最も低い都市としては、上津江村（20.52）であり、以下、大田村（23.68）、耶馬溪町（27.09）、上浦町（29.64）、天瀬町（35.78）となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は3、50以上100未満の都市が4、50未満の都市が1、非該当都市が50となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は34となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は大分市（172.67）で、以下、臼杵市（133.70）、別府市（101.15）、中津市（95.93）、日田市（85.67）の順になっている。一方最も低い都市としては、宇佐市（17.32）であり、以下、竹田市（75.71）、佐伯市（83.22）、の順に

図表22 2002年吸引度指数(大分県)

項目	合計	各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具他	その他
都市数計	58	58	58	58	58	58	58
該当都市数	47	8	37	58	23	43	58
100以上	10	3	6	15	7	13	20
50以上100未満	18	4	9	29	7	6	29
50未満	19	1	22	14	9	24	9
非該当都市数	11	50	21	0	35	15	0
うち事業所数無	0	34	6	0	8	2	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	81.0	13.8	63.8	100.0	39.7	74.1	100.0
100以上	17.2	5.2	10.3	25.9	12.1	22.4	34.5
50以上100未満	31.0	6.9	15.5	50.0	12.1	10.3	50.0
50未満	32.8	1.7	37.9	24.1	15.5	41.4	15.5
非該当都市数	19.0	86.2	36.2	0.0	60.3	25.9	0.0
うち事業所数無	0.0	58.6	10.3	0.0	13.8	3.4	0.0

注・出典：図表6に同じ

図表23 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市(大分県)

上位5都市	全小売業	各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
		都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
1	三光村	166.39	172.67	三光村	496.73	湯布院町	170.46	二光村	146.00	三光村	166.45	湯布院町	153.42
2	中津市	124.40	133.70	別府市	182.32	中津市	141.57	佐伯市	131.85	佐伯市	160.65	緒方町	142.53
3	大分市	121.58	101.15	中津市	152.35	安岐町	140.83	日田市	125.10	挾間町	155.92	豊後高田市	137.02
4	日田市	118.84	95.93	大分市	135.12	豊後高田市	140.33	竹田市	117.55	日田市	133.31	久住町	129.22
5	佐伯市	118.26	85.67	玖珠町	104.84	玖珠町	132.14	佐伯市	116.36	宇佐市	132.32	安小津町	126.70
下位5都市	天瀬町	35.78	83.22	武蔵町	12.66	三光村	34.86	九重町	9.69	庄内町	11.86	姫島村	38.05
1	上浦町	29.64	75.71	直入町	4.83	上津江村	26.08	耶馬溪町	9.43	山香町	10.29	本匠村	34.52
2	耶馬溪町	27.99	17.32	蒲江町	2.95	大田村	22.68	大野町	4.93	天瀬町	7.60	直川村	27.45
3	大田村	23.68		大山町	2.35	本匠村	18.03	湯布院町	2.44	真玉町	6.88	米水津村	19.30
4	上津江村	20.52		千歳村	0.60	前津江村	13.23	蒲江町	1.95	野津原町	3.30	上浦町	19.28

注・出典：図表6に同じ

なっており、該当都市が8であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は6、50以上100未満の都市が9、50未満の都市が22、非該当都市が21となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は6となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は三光村(496.73)で、以下、別府市(182.32)、中津市(152.35)、大分市(135.12)、玖珠町(104.72)の順になっている。一方最も低い都市は、千歳村(0.60)であり、以下、大山町(2.35)、蒲江町(2.95)、直入町(4.83)、武蔵町(12.66)となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は15、50以上100未満の都市が29、50未満の都市が14、非該当都市が0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は湯布院町(170.46)で、以下、中津市(141.57)、安岐町(140.83)、豊後高田市(140.33)、玖珠町(132.14)の順になっている。一方最も低い都市は、前津江村(13.23)であり、以下、本匠町(18.03)、大田村(22.68)、上津江村(26.08)、三光村(34.86)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は7、50以上100未満の都市が7、50未満の都市が9、非該当都市が35となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は8となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は大分市(146.00)で、以下、中津市(131.85)、日田市(125.10)、竹田市(117.55)、佐伯市(116.36)の順になっている。一方最も低い都市は、蒲江町(1.95)であり、以下、湯布院町(2.44)、大野町(4.93)、耶馬溪町(9.43)、九重町(9.69)となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は13、50以上100未満の都市が6、50未満の都市が24で、非該当都市が15となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は2と

なっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は三光村(166.45)で、以下、佐伯市(160.65)、挾間町(155.92)、日田市(133.31)、宇佐市(132.32)の順になっている。一方最も低い都市は、野津原村(3.30)であり、以下、真玉町(6.88)、天瀬町(7.60)、山香町(10.29)、庄内町(11.86)となっている。

その他の小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は20、50以上100未満の都市が29、50未満の都市が9で、非該当都市が0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は湯布院町(153.42)で、以下、緒方町(142.53)、豊後高田市(137.02)、久住町(129.22)、安心院町(126.70)の順になっている。一方最も低い都市は、上浦町(19.28)であり、以下、米水津村(19.30)、直川村(27.45)、本匠村(34.52)、姫島村(38.05)となっている。

次に、図表24および図表25により、2002年-1999年の吸引力指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、2002年-1999年の吸引力指数変動において、大分県の全都市58のうち、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が22、マイナス(▲)の都市が22、非該当都市が14となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は14、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は挾間町(+98.45)で、以下、安岐町(+21.46)、庄内町(+20.76)、弥生町(+20.09)、佐賀関町(+18.16)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、武蔵町(▲30.36)であり、以下、宇目町(▲26.73)、姫島村(▲25.47)、蒲江町(▲17.66)、久住町(▲15.23)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が0、マイナス(▲)の都市が5、非該当都市が53となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は8、有無都市11、無有都市は11、無無都市は23となってい

図表24 2002年/1999年吸引度指数変化 (大分県)

項目	合計	各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具他	その他
都市数計	58	58	58	58	58	58	58
該当都市数計	44	5	32	54	21	42	54
増加	22	0	12	33	8	19	23
減少	22	5	20	21	13	23	31
非該当都市数	14	53	26	4	37	16	4
うち有	14	8	19	4	29	13	4
有	0	11	1	0	3	1	0
無	0	11	2	0	0	1	0
無	0	23	4	0	5	1	0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	75.9	8.6	55.2	93.1	36.2	72.4	93.1
増加	37.9	0.0	20.7	56.9	13.8	32.8	39.7
減少	37.9	8.6	34.5	36.2	22.4	39.7	53.4
非該当都市数	24.1	91.4	44.8	6.9	63.8	27.6	6.9
うち有	24.1	13.8	32.8	6.9	50.0	22.4	6.9
有	0.0	19.0	1.7	0.0	5.2	1.7	0.0
無	0.0	19.0	3.4	0.0	0.0	1.7	0.0
無	0.0	39.7	6.9	0.0	8.6	1.7	0.0

注・出典：図表6と同じ

図表25 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市 (大分県)

全小売業	各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
上位5都市	別府市	▲4.21	山国町	184.44	本耶馬深町	80.90	弥生町	154.06	三光村	453.17	直入町	153.99
	安岐町	▲7.55	挾間町	119.40	野津原町	78.46	真玉町	110.76	三光村	313.73	大田村	98.34
	宇佐市	▲24.82	三光村	72.68	安岐町	76.62	朝地町	11.75	大山村	178.19	真玉町	69.23
	中津市	▲32.85	犬飼町	68.14	千歳村	48.81	日出町	9.44	武蔵町	61.23	佐賀岡町	49.92
		▲37.41	湯布院町	36.47	朝地町	44.40	蒲江町	7.36	杵築市	60.84	緒方町	35.14
下位5都市	久住町	▲15.23	国東町	▲42.55	宇目町	▲22.55	院内町	▲26.00	蒲江町	▲57.61	院内町	▲35.33
	蒲江町	▲17.66	蒲江町	▲58.58	三重町	▲28.31	杵築市	▲29.59	安岐町	▲65.22	十蔵村	▲36.08
	姫宇町	▲26.73	直入村	▲61.78	久住町	▲29.18	耶馬深町	▲44.15	山香町	▲71.19	三光村	▲40.95
	武蔵町	▲30.36	千歳村	▲64.94	真玉町	▲30.13	九重町	▲53.27	緒方町	▲78.21	姫島村	▲43.31
				▲89.28	武蔵町	▲46.60	山国町	▲55.16	大田村	▲89.61	宇目町	▲47.86

注・出典：図表6と同じ

る。

また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は、前記の通り、該当なしである。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、中津市（▲37.41）であり、以下、宇佐市（▲32.85）、日田市（▲24.82）、大分市（▲7.55）、別府市（▲4.21）となっている。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引力指数の変動がプラス（+）の都市が12、マイナス（▲）の都市が20、非該当都市が26となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は19、有無都市1、無有都市は2、無無都市は4となっている。

また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は山国町（+184.44）で、以下、挾間町（+119.40）、三光村（+72.68）、犬飼町（+68.14）、湯布院町（+36.47）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、千歳村（▲89.28）であり、以下、直入町市（▲64.94）、臼杵市（▲61.78）、蒲江町（▲58.58）、国東町（▲42.55）となっている。

飲食料品小売業では、吸引力指数の変動がプラス（+）の都市が33、マイナス（▲）の都市が21、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は4、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は本耶馬溪町（+80.90）で、以下、野津原町（+78.46）、安岐町（+76.62）、千歳村（+48.81）、朝地町（+44.40）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、武蔵町（▲46.60）であり、以下、真玉町（▲30.13）、久住町（▲29.13）、三重町（▲28.31）、宇目町（▲22.55）となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引力指数の変動がプラス（+）の都市が8、

マイナス（▲）の都市が13、非該当都市が37となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は29、有無都市は3、無有都市は0、無無都市は5となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は弥生町（+154.06）で、以下、真玉町（+110.76）、朝地町（+11.75）、日出町（+9.44）、蒲江町町（+7.36）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、山国町（▲55.16）であり、以下、九重町（▲53.27）、耶馬溪町（▲44.15）、杵築市（▲29.59）、院内町（▲26.00）となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が19、マイナス（▲）の都市が23、非該当都市が16となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は13、有無都市は1、無有都市は1、無無都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は三光村（+453.17）で、以下、挾間町（+313.73）、大山村（+178.19）、武蔵町（+61.23）、杵築市（+60.84）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、大田村（▲89.61）であり、以下、緒方町（▲78.21）、山香町（▲71.19）、安岐町（▲65.22）、蒲江町（▲57.61）となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が23、マイナス（▲）の都市が31、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は4、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は直入町（+153.99）で、以下、大田村（+98.34）、真玉町（+69.28）、佐賀関町（+49.92）、緒方町（+35.14）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、宇目町（▲47.86）であり、以下、姫島村（▲43.31）、三光村（▲40.95）、千歳村（▲36.08）、院内町（▲35.33）

となっている。

以上、これらのことから大分県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引力指数について小売業全体としては、吸引力指数が高い都市は人口の多い「市部」が7割（吸引力指数100以上の10都市中7都市。なお大分県の市は11都市）を占め、他の市のほとんどが同指数90以上を占めている。したがって、同県は市部の商業集積が極めて強い県とすることができよう。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市のトップは「大分市」次いで「臼杵市」であり、該当都市8都市の全てが市部の都市で占められており、このことから市部の商業集積が極めて強い県であることが窺えよう。また、「織物・衣服・身の回り品小売業」で「三光村」が突出しており⁽²⁴⁾、「自動車・自転車小売業」では、6割の都市が非該当都市となっている。

③変動幅では、小売業全体としてはプラス都市とマイナス都市が同数であり、激しい都市間競争が展開されていることが窺われる。マイナス都市の中に大分市・竹田市・別府市などの市部が数多く含まれていることは、市部への集中度が高いとはいえ、いわゆる郊外化が進展している証とみることができよう。

④変動幅を品目別にみても、「織物・衣服・身の回り品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」でマイナス50%を超えた都市が存在し、特に「織物・衣服・身の回り品小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」ではマイナス80%を超えた都市すら存在しており、これらの都市では当該小売業が特に大きな打撃を受けていることを示すものであろう。ただ、「飲食料品小売業」・「自動車・自転車小売業」に代表されるように、比較的マイナスの幅が小さいカテゴリーもあり、カテゴリーごとの差が比較的明確に示されている県と言えよう。

(6) 宮崎県

最初に、図表26および図表27から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の宮崎県の全都市44のうち、吸引度指数が100以上の都市が6、50以上100未満の都市が22、50未満の都市が10で、非該当都市が6となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。

また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は高鍋町(135.08)で、以下、宮崎市(128.99)、都城市(123.17)、日向市(124.93)、小林市(115.06)、の順になっている。一方最も低い都市としては、北川町(25.86)であり、以下、西米良村(26.83)、北方村(28.66)、諸塚村(38.87)、山ノ内町(40.70)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は3、50以上100未満の都市が1、50未満の都市が2、非該当都市が38となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は31となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は高城町(242.62)で、以下、宮崎市(220.07)、延岡市(106.96)、日南市(56.76)、川南町(38.20)の順になっている。一方最も低い都市としては、西都市(5.47)であり、該当都市が6であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は6、50以上100未満の都市が6、50未満の都市が19、非該当都市が13となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は高鍋町(171.02)で、以下、宮崎市(163.88)、都城市(130.08)、延岡市(114.92)、日向市(112.44)の順になっている。一方最も低い都市は、木城町(8.21)であり、以下、山之口町(9.56)、高岡町(14.16)、山田町(15.10)、南郷村(17.10)となっている。

図表26 2002年吸引度指数 (宮崎県)

項目	各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
	都市数	合計	都市数	合計	都市数	合計	都市数	合計	都市数	合計	都市数	合計
実数												
該当都市数	計	38	6	31	6	42	26	36	44	44	42	44
	100以上	6	3	6	12	5	7	13	7	7	13	19
	50以上100未満	22	1	6	23	3	7	19	7	7	19	10
	50未満	10	2	19	7	18	22	10	22	22	10	2
非該当都市数		6	38	13	2	2	18	8	8	8	2	2
うち事業所数無		0	31	2	0	6	1	0	1	1	0	0
都市数	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
構成												
	100以上	86.4	13.6	70.5	86.5	59.1	81.8	95.5	81.8	81.8	95.5	95.5
	50以上100未満	13.6	6.8	13.6	27.3	11.4	15.9	29.5	15.9	15.9	29.5	29.5
	50未満	50.0	2.3	13.6	52.3	6.8	15.9	43.2	15.9	15.9	43.2	43.2
比		22.7	4.5	43.2	15.9	40.9	50.0	22.7	50.0	50.0	22.7	22.7
非該当都市数		13.6	86.4	29.5	4.5	40.9	18.2	4.5	18.2	18.2	4.5	4.5
うち事業所数無		0.0	70.5	4.5	0.0	13.6	2.3	0.0	2.3	2.3	0.0	0.0

注・出典：図表6と同じ

図表27 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市 (宮崎県)

都市名	全小売業		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他		
	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
上位5都市															
高鍋町	135.08	高城町	242.62	高鍋町	171.02	高鍋町	128.75	日向市	182.53	日向市	201.53	川南町	161.77	川南町	161.77
宮崎市	128.99	宮崎市	220.07	宮崎市	163.88	高千穂町	123.53	綾町	154.61	綾町	164.09	高鍋町	135.37	高鍋町	135.37
日向市	124.93	延岡市	106.96	都城市	130.08	清武町	114.43	高鍋町	152.85	高鍋町	158.75	小林市	133.01	小林市	133.01
日南市	123.17	日南市	56.76	延岡市	114.92	都城市	113.44	宮崎市	120.74	宮崎市	151.18	都城市	124.50	都城市	124.50
小城市	115.06	川南町	38.20	日向市	112.44	日向市	113.38	宮崎市	111.64	宮崎市	129.88	日向市	116.49	日向市	116.49
山之口町	40.70	西都市	5.47	南郷村	17.10	山田町	44.69	新富町	19.90	新富町	12.84	北川町	38.89	北川町	38.89
諸塚村	38.87	山田町	24.00	山田町	15.10	北方村	42.01	都農町	18.77	椎葉村	10.62	須木村	36.91	須木村	36.91
北方村	28.66	高岡町	14.16	北川町	14.16	北川町	38.12	山田町	7.69	東野町	9.97	北方村	35.72	北方村	35.72
西米良村	26.83	山之口町	9.56	須木村	9.56	須木村	37.02	高岡町	5.93	田野町	9.60	西米良村	26.15	西米良村	26.15
北川町	25.86	木城町	8.21	諸塚村	8.21	諸塚村	35.67	南郷町	2.44	山田町	7.99	北郷村	25.73	北郷村	25.73
下位5都市															

注・出典：図表6と同じ

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は12、50以上100未満の都市が23、50未満の都市が7、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は高鍋町（128.75）で、以下、高千穂町（123.53）、清武町（114.43）、都城市（113.44）、日向市（113.38）の順になっている。一方最も低い都市は、諸塚村（35.67）であり、以下、須木村（37.02）、北川町（38.12）、北方村（42.01）、山田町（44.69）となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は5、50以上100未満の都市が3、50未満の都市が18、非該当都市が18となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は6となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は高鍋町（182.53）で、以下、小林市（154.61）、宮崎市（152.85）、日南市（120.74）、延岡市（111.64）の順になっている。一方最も低い都市は、南郷町（2.44）であり、以下、高原町（5.93）、山田町（7.69）、都農町（18.77）、高岡町（19.90）となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は7、50以上100未満の都市が7、50未満の都市が22で、非該当都市が8となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は日向市（201.53）で、以下、綾町（164.09）、高鍋町（158.75）、宮崎市（151.18）、高千穂町（129.88）の順になっている。一方最も低い都市は、山田町（7.99）であり、以下、田野町（9.60）、東郷町（9.97）、椎葉村（10.62）、新富町（12.84）となっている。

その他の小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は13、50以上100未満の都市が19、50未満の都市が10で、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都

市は川南町 (161.77) で、以下、高鍋町 (135.37)、小林市 (133.01)、都市市 (124.50)、日向市 (116.49) の順になっている。一方最も低い都市は、北郷村 (25.73) であり、以下、西米良村 (26.15)、北方村 (35.72)、須木村 (36.91)、北方町 (38.89) となっている。

次に、図表28および図表29により、2002年-1999年の吸引度指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、2002年-1999年の吸引度指数変動において、宮崎県の全都市44のうち、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が20、マイナス (▲) の都市が15、非該当都市が9となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は9、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は高鍋町 (+15.14) で、以下、高城町 (+14.90)、清武町 (+14.58)、都農町 (+14.50)、野尻町 (+14.38) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、川南町 (▲19.70) であり、以下、日之影町 (▲17.91)、南郷町 (▲15.11)、木城町 (▲13.61)、西都市 (▲7.95) となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が1、マイナス (▲) の都市が3、非該当都市が40となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は6、有無都市は3、無有都市は10、無無都市は21となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は宮崎市 (+11.62) であり、該当都市が1であるため、上記都市以外は全てマイナス (もしくは非該当都市) である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、西都市 (▲91.40)、以下、日南市 (▲45.40)、延岡市 (▲27.16) であり、該当都市が3であるため、上記都市以外は全てプラス (もしくは非該当都市) である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の

都市が12、マイナス（▲）の都市が17、非該当都市が15となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は13、有無都市0、無有都市は0、無無都市は2となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は高城町（+67.78）で、以下、高崎町（+57.61）、高鍋町（+50.04）、清武町（+47.15）、高千穂町（+24.35）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、田野町（▲49.68）であり、以下、川南町（▲41.29）、山之口町（▲39.91）、新富町（▲37.15）、高原町（▲27.18）となっている。

飲食料品小売業では、吸引力指数の変動がプラス（+）の都市が19、マイナス（▲）の都市が23、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は東郷町（+29.99）で、以下、西郷村（+18.48）、西都市（+16.30）、都農町（+15.09）、椎葉村（+14.23）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、諸塚村（▲43.13）であり、以下、山田町（▲36.20）、高城町（▲32.93）、田野町（▲28.00）、川南町（▲25.62）となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引力指数の変動がプラス（+）の都市が5、マイナス（▲）の都市が17、非該当都市が22となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は16、有無都市は0、無有都市は1、無無都市は5となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は木城町（+17.47）で、以下、山之口町（+12.01）、宮崎市（+10.49）、佐土原町（+8.89）、高鍋町（+5.21）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、山田町（▲52.51）であり、以下、川南町（▲42.06）、高岡町（▲27.17）、田野町（▲19.61）、南郷村（▲

17.96) となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が11、マイナス(▲)の都市が23、非該当都市が10となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は9、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は1となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は野尻町(+131.93)で、以下、都農町(+90.93)、高千穂町(+75.42)、高鍋町(+70.85)、日向市(+45.55)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、串間市(▲67.44)であり、以下、川南町(▲67.29)、高崎町(▲66.99)、小林市(▲62.57)、椎葉村(▲53.42)となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が28、マイナス(▲)の都市が14、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は北郷町(+42.23)で、以下、小林市(+35.09)、清武町(+34.88)、高岡町(+31.69)、山田町(+31.56)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、北郷町(▲49.98)であり、以下、須木村(▲39.61)、北方村(▲31.55)、日之影町(▲31.38)、南郷町(▲28.47)となっている。

以上、これらのことから宮崎県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引度指数について小売業全体としては、吸引度指数が高い都市は人口の多い「市部」が8割(吸引度指数100以上の6都市中5都市。なお宮崎県の市は9都市)を占め、商業集積が都市部に集中していることが窺える。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市のトップは「高鍋町」であり、他のカテゴリーの小売業で「高鍋町」は常に上位を占めているが、数値は突出したものではない。また同県の県庁所在地である「宮崎市」も常に上位を占めているが、その他の市では県北部では「日向市」と「延岡市」、県西部では「小林市」と「都城市」等、カテゴリーよりかなり分散、言い換えればカテゴリーごとに分担する傾向がみられ、これは町村部の都市でも同様である⁽²⁵⁾。また「自動車・自転車小売業」では、吸引度指数が100を超えた都市は4都市で4割の都市が非該当都市となっている。

③変動幅では、小売業全体としてはマイナス都市よりプラス都市の方がやや多いが、プラスの幅・マイナスの幅いずれも他県より小さく、これはカテゴリーごとに都市商業が機能分担を始めている証左とも考えることができる。

④変動幅を品目別にみても、「各種商品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」でマイナス50%を超えた都市が存在しているものの、「各種商品小売業」を除いては、マイナス80%を超えた都市は存在していない。ただ「その他の小売業」を除いて、プラスの都市数が少なく、やや集約化の傾向もみられよう。

(7) 鹿児島県

最初に、図表30および図表31から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、全小売業において、2002年の鹿児島県の全都市96のうち、吸引度指数が100以上の都市が17、50以上100未満の都市が44、50未満の都市が26、非該当都市が9となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は東町(157.69)で、以下、加世田市(135.18)、溝辺町(133.04)、鹿児島市(130.68)、国分市(129.68)の順になっている。一方最も低い都市としては、十島村(9.07)であり、以下、鹿島村(14.67)、三島村(16.19)、坊津町(20.73)、大和村(24.06)、住用村(25.56)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は4、50以上100未満の都市が0、50未満の都市が0、非該当都市が92となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は65となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は鹿児島市(211.73)で、以下、指宿市(147.05)、出水市(133.49)、鹿屋市(124.39)の順であり、該当都市が4であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は7、50以上100未満の都市が14、50未満の都市が35、非該当都市が40となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は7となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は川内市(176.04)で、以下、名瀬市(167.23)、鹿児島市(164.79)、国分市(163.37)、鹿屋市(131.90)の順になっている。一方最も低い都市は、野田町(6.70)であり、以下、市来町(7.01)、坊津町(8.92)、屋久町(11.89)、金峰町(13.59)となっている。

飲食料品小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は25、50以上100未満の都市が60、50未満の都市が9、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は溝辺町(234.30)で、以下、和泊町(178.42)、上屋久町(170.03)、上甕村(165.99)、与論町(165.99)の順になっている。一方最も低い都市は、坊津町(24.02)であり、以下、十島村(26.68)、鹿島村(28.84)、鶴田町(32.53)、財部町(39.77)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は10、50以上100未満の都市が12、50未満の都市が35、非該当都市が39となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は7となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も

高い都市は加世田市 (218.03) で、以下、大隅町 (212.10)、川内市 (188.13)、隼人町 (175.95)、野田町 (158.16) の順になっている。一方最も低い都市は、笠利町 (2.50) であり、以下、根占町 (5.25)、瀬戸内町 (60.2)、東郷町 (6.94)、東町 (7.34) となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は11、50以上100未満の都市が11、50未満の都市が48で、非該当都市が26となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は4となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は国分町 (248.77) で、以下、鹿児島市 (161.06)、名瀬市 (155.02)、出水市 (145.18)、始良町 (138.68) の順になっている。一方最も低い都市は、笠利町 (2.72) であり、以下、郡山町 (8.42)、串良町 (8.98)、松元町 (9.26)、横川町 (9.78) となっている。

その他の小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は32、50以上100未満の都市が44、50未満の都市が16で、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は東町 (411.23) で、以下、龍郷町 (165.60)、溝辺町 (159.98)、志布志町 (159.25)、東串良町 (154.00) の順になっている。一方最も低い都市は、十島村 (1.41) であり、以下、鹿島村 (16.85)、薩摩町 (24.61)、大和村 (25.42)、下甕村 (26.00) となっている。

次に、図表32および図表33により、2002年－1999年の吸引度指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、2002年－1999年の吸引度指数変動において、鹿児島県の全都市96のうち、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が41、マイナス (▲) の都市が42、非該当都市が13となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は13、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は東町

図表32 2002年/1999年吸引度指数変化(鹿児島県)

項目	合計		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数	数	指数
都市数計	96	100.0	96	100.0	96	100.0	96	100.0	96	100.0	96	100.0	96	100.0
該当都市数計	83	4	4	48	94	40	67	90	67	90	67	90	67	90
増加	41	3	3	20	56	17	24	46	24	46	24	46	24	46
減少	42	1	1	28	38	23	43	44	23	44	23	43	23	44
非該当都市数	13	92	92	48	2	56	29	6	56	29	29	6	56	29
うち有	13	20	20	40	2	47	25	6	47	25	25	6	47	25
有	0	7	7	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
無	0	27	27	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
無	0	38	38	6	0	7	4	0	0	0	4	0	0	0
無	0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
都市数計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
該当都市数計	86.5	4.2	4.2	50.0	97.9	41.7	69.8	93.8	69.8	93.8	69.8	93.8	69.8	93.8
増加	42.7	3.1	3.1	20.8	58.3	17.7	25.0	47.9	17.7	25.0	17.7	25.0	17.7	25.0
減少	43.8	1.0	1.0	29.2	39.6	24.0	44.8	45.8	24.0	44.8	24.0	44.8	24.0	44.8
非該当都市数	13.5	95.8	95.8	50.0	2.1	58.3	30.2	6.3	58.3	30.2	30.2	6.3	58.3	30.2
うち有	13.5	20.8	20.8	41.7	2.1	49.0	26.0	6.3	49.0	26.0	26.0	6.3	49.0	26.0
有	0.0	7.3	7.3	1.0	0.0	2.1	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0
無	0.0	28.1	28.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無	0.0	39.6	39.6	6.3	0.0	7.3	4.2	0.0	7.3	4.2	4.2	0.0	7.3	4.2
無	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

注・出典：図表6に同じ

図表33 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市(鹿児島県)

上位都市	下位都市	全小売業		各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
		都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数
東郷町	南種子町	108.81	▲22.20	鹿屋市	34.14	伊仙町	68.96	東串良町	52.55	吉田町	850.27	東郷町	393.38	東郷町	393.38
龍郷町	薩摩町	95.89	▲22.43	指宿市	9.61	喜界町	59.26	鹿島村99	49.77	大隅町	708.98	龍郷町	190.48	龍郷町	190.48
東串良町	長島村	90.25	▲24.46	鹿児島市	0.12	末吉町	45.03	串良町	48.93	南種子町	245.20	日吉町	116.71	日吉町	116.71
日吉町	十長島町	44.60	▲30.90	出水市	▲13.17	市来町	33.60	野田市	41.02	田代町	136.62	東串良町	85.83	東串良町	85.83
入来町	有明町	36.17	▲40.71	出水市	▲13.17	伊集院町	32.00	大口市	33.53	志布志町	133.72	里村	81.36	里村	81.36
南種子町	薩摩町	▲22.20	▲22.43	出水市	▲13.17	吹上町	▲33.90	十島村	▲26.23	大隈占町	▲71.80	伊仙町	▲40.42	伊仙町	▲40.42
薩摩町	長島村	▲22.43	▲24.46	出水市	▲13.17	栗野町	▲34.30	菱刈町	▲27.67	末吉町	▲73.64	有明町	▲40.81	有明町	▲40.81
十長島町	有明町	▲24.46	▲30.90	出水市	▲13.17	牧野町	▲34.55	字検村	▲33.16	横川町	▲76.93	長島町	▲44.70	長島町	▲44.70
有明町	有明町	▲30.90	▲40.71	出水市	▲13.17	菱刈町	▲39.60	阿久根市	▲33.90	有明町	▲87.61	薩摩町	▲44.80	薩摩町	▲44.80
				出水市	▲13.17	与論町	▲75.52	加世田市	▲52.13	菱刈町	▲87.94	山川町	▲45.65	山川町	▲45.65

注・出典：図表6に同じ

(+198.81)で、以下、龍郷町(+95.89)、東串良町(+90.25)、日吉町(+90.25)、入来町(+36.17)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、有明町(▲40.71)であり、以下、長島町(▲30.90)、十島村(▲24.46)、薩摩町(▲22.43)、南種子町(▲22.20)となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が3、マイナス(▲)の都市が1、非該当都市が92となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は20、有無都市7、無有都市は27、無無都市は38となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は鹿屋市(+34.14)で、以下、指宿市(+9.61)、鹿児島市(+0.12)、であり、該当都市が3であるため、上記都市以外は全てマイナス(もしくは非該当都市)である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、出水市(▲13.17)であり、該当都市が1であるため、上記都市以外は全てプラス(もしくは非該当都市)である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が20、マイナス(▲)の都市が28、非該当都市が48となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は40、有無都市1、無有都市は1、無無都市は6となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は伊仙町(+68.96)で、以下、喜界町(+59.26)、末吉町(+45.03)、市来町(+33.60)、伊集院町(+32.00)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、与論町(▲75.52)であり、以下、菱刈町(▲39.60)、牧園町(▲34.55)、栗野町(▲34.30)、吹上町(▲33.90)となっている。

飲食料点小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が56、マイナス(▲)の都市が38、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となって

いる。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は東串良町(+52.55)で、以下、鹿島村(+49.77)、串良町(+48.93)、野田町(+41.02)、大口市(+33.53)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、加世田市(▲52.13)であり、以下、阿久根市(▲33.90)、宇検村(▲33.16)、菱刈町(▲27.67)、十島村(▲26.23)となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が17、マイナス(▲)の都市が23、非該当都市が56となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は47、有無都市は2、無有都市は0、無無都市は7となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は東串良町(+152.25)で、以下、大隅町(+50.03)、南種子町(+34.60)、隼人町(+23.13)、伊集院町(+20.05)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、有明町(▲62.90)であり、以下、山川町(▲44.83)、串木野市(▲36.52)、市来町(▲35.98)、吾平町(▲34.45)となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が24、マイナス(▲)の都市が43、非該当都市が29となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は25、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は4となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は吉田町(+850.27)で、以下、溝辺町(+708.98)、田代町(+245.20)、松元町(+136.62)、志布志町(+133.72)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、菱刈町(▲87.94)であり、以下、有明町(▲87.61)、横川町(▲76.93)、末吉町(▲73.64)、大根占町(▲71.80)となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス(+)の都市が46、マイ

ナス(▲)の都市が44、非該当都市が6となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は6、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は東町(+393.38)で、以下、龍郷町(+190.48)、日吉町(+116.71)、東串良町(+85.83)、里村(+81.36)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、山川町(▲45.65)であり、以下、薩摩町(▲44.80)、長島町(▲44.70)、有明町(▲40.81)、伊仙町(▲40.42)となっている。

以上、これらのことから鹿児島県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引力指数について小売業全体としては、吸引力指数が高い都市は人口の多い「市部」が約6割(吸引力指数100以上の17都市中10都市。なお鹿児島県の市は14都市)を占め、市部の7割が吸引力指数100を超えている。また町村部の7都市は大都市よりかなり遠距離に所在しており、これらの都市は地域単位で独立した商圈を形成していると考えられる。

②品目別では、「各種商品小売業」の該当都市のトップは「鹿児島市」であり、吸引力指数は200超、第二位の「指宿市」の吸引力指数も150弱であるが、該当都市が4(全て市部の都市)と他県に比較して少ない。すなわち同小売業は都市部に集中していることが窺える。また、「その他の小売業」で「東町」が400を超えているが、それ以外は、突出している都市は見あたらない⁽²⁶⁾。また「織物・衣服・身の回り品小売業」では非該当都市が4割弱にも上り、これも他県には見られない傾向である。

③変動幅では、小売業全体としてはプラス都市とマイナス都市がほぼ拮抗しており、近隣都市間で激しい都市間競争が展開されていることが窺われる。しかしマイナス都市の中に鹿児島市・大口市など市部が同県の市部の過半数を超える8都市が含まれていることは、いわゆる郊外化が進展している証と

みることができよう。

④変動幅を品目別にみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」・「飲食料品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」でマイナス50%を超えた都市が存在し、特に「家具・じゅう器・家庭用機械器具」ではマイナス80%を超えた都市すら存在しており、これらの都市では当該小売業が特に大きな影響を受けていることを示すものであろう。

(8) 沖縄県

沖縄県では、1999年の商業統計調査時点から、2002年の商業統計調査時点までの間に豊見城村が豊見城市へ、仲里村と具志川村が合併して久米島村へ変更になっている。

このため以下では、特に注記がない限り、2002年時点での市町村標記（都市標記）で述べることにする。

最初に、図表34および図表35から2002年の吸引度指数についてみてみよう。

まず、2002年の沖縄県の全都市52のうち、吸引度指数が100以上の都市が11、50以上100未満の都市が17、50未満の都市が20で、非該当都市が4となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は北谷町（215.87）で、以下、那覇市（131.76）、浦添市（124.93）、南風原町（119.93）、平良市（119.53）の順になっている。一方最も低い都市としては、知念村（8.87）であり、以下、渡名喜村（10.68）、具志頭村（23.27）、城辺町（24.28）、与那城町（31.90）となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は4、50以上100未満の都市が2、50未満の都市が1、非該当都市が45となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は31となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市

図表34 2002年吸引度指数(沖繩県)

項目	合計	各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他
		都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	
都市数計	52		52		52		52		52		52	
該当都市数計	48		7		27		21		34		42	
100以上	11		4		8		13		8		15	
50以上100未満	17		2		4		26		3		5	
50未満	20		1		15		11		19		6	
非該当都市数	4		45		25		2		31		18	
うち事業所数無	0		31		11		0		15		6	
都市数計	100.0		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0	
該当都市数計	92.3		13.5		51.9		96.2		40.4		65.4	
100以上	21.2		7.7		15.4		25.0		15.4		19.2	
50以上100未満	32.7		3.8		7.7		50.0		5.8		9.6	
50未満	38.5		1.9		28.8		21.2		19.2		36.5	
非該当都市数	7.7		86.5		48.1		3.8		59.6		34.6	
うち事業所数無	0.0		59.6		21.2		0.0		28.8		11.5	

注・出典：図表6と同じ

図表35 2002年吸引度指数 上位都市・下位都市(沖繩県)

上位都市	全小売業	各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他		
		都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数			
5都市	北谷町	215.87	北谷町	454.35	北谷町	563.49	与那国町	206.42	北谷町	418.22	北谷町	289.74	南大東村	226.85
	那覇市	131.76	具志川市	241.50	平良市	188.38	名護市	159.78	北谷町	259.57	具志川市	224.53	北谷町	184.29
	浦添市	124.93	那覇市	173.15	那覇市	171.55	南大東村	136.15	南風原町	187.32	西原村	197.02	伊是名村	179.52
	南風原町	119.93	名護市	110.15	具志川市	148.71	与那城町	123.36	沖繩市	154.75	石川市	153.76	渡嘉敷村	155.45
	平良市	119.53	浦添市	86.42	与那国町	123.33	伊平屋村	116.29	西原村	151.50	那覇市	129.89	名護市	142.64
下位都市	与那城町	31.90	与那城町	63.34	伊良部町	7.55	伊江村	33.62	本部町	12.76	読谷村	12.68	今帰仁村	48.95
	城辺町	24.28	宜野湾市	18.51	与那城町	5.70	具志頭村	31.43	今帰仁村	11.90	国頭村	9.65	東風平町	41.39
	具志頭村	23.27			東風平町	5.48	伊良部町	22.60	勝連町	6.06	与那城町	8.81	佐敷町	38.35
	渡名喜村	10.68			城辺町	1.99	竹富町	15.77	久米島町	5.77	佐敷町	7.13	与那城町	36.04
	知念村	8.87			北中城村	0.43	勝連町	13.25	与那城町	3.11	東風平町	5.09	勝連町	22.49

注・出典：図表6と同じ

は北谷町 (454.35) で、以下、具志川市 (241.50)、那覇市 (173.15)、名護市 (110.15)、浦添市 (86.42) の順になっている。一方最も低い都市としては、宜野湾市 (18.51) であり、以下、沖縄市 (63.34)、の順であり、該当都市が7であるため、上記都市以外は全て非該当都市である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は8、50以上100未満の都市が4、50未満の都市が15、非該当都市が25となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は11となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は北谷町 (563.49) で、以下、平良市 (188.38)、那覇市 (171.55)、具志川市 (148.71)、与那原町 (123.33) の順になっている。一方最も低い都市は、北中城村 (0.43) であり、以下、城辺町 (1.99)、東風平町 (5.48)、与那城町 (5.70)、伊良部町 (7.55) となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は13、50以上100未満の都市が26、50未満の都市が11、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は与那国町 (206.42) で、以下、名護市 (159.78)、南大東村 (136.15)、与那城町 (123.36)、伊平屋村 (116.29) の順になっている。一方最も低い都市は、勝連町 (13.25) であり、以下、竹富町 (15.77)、伊良部町 (22.60)、具志頭村 (31.43)、伊江村 (33.62) となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数が100を超えた都市は8、50以上100未満の都市が3、50未満の都市が10、非該当都市が31となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は15となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は浦添市 (418.22) で、以下、北谷町 (259.57)、南風原町 (187.32)、沖縄市 (154.75)、西原村 (151.50) の順になっている。一方最も低い都市は、与那城町 (3.11) であり、以下、久米島町 (5.77)、勝連町 (6.06)、今帰仁村 (11.90)、本部町 (12.76) となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は10、50以上100未満の都市が5、50未満の都市が19で、非該当都市が18となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は6となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は北谷町(289.74)で、以下、具志川市(224.53)、西原村(197.02)、石川市(153.76)、那覇市(129.89)の順になっている。一方最も低い都市は、南風平村(5.09)であり、以下、佐敷町(7.13)、与那城町(8.81)、国頭村(9.65)、読谷村(12.68)となっている。

その他の小売業では、吸引力指数が100を超えた都市は15、50以上100未満の都市が21、50未満の都市が6で、非該当都市が9となっている。なお、非該当都市の中で、事業所数が全くない都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数により上位5都市・下位5都市をみると、最も高い都市は東大東村(226.85)で、以下、北谷町(184.29)、伊是名村(179.52)、渡嘉敷村(155.45)、名護市(142.64)の順になっている。一方最も低い都市は、勝連町(22.49)であり、以下、与那城町(36.04)、佐敷町(38.35)、東風平町(41.39)、今帰仁村(48.95)となっている。

次に、図表36および図表37により、2002年－1999年の吸引力指数変動による、時系列比較を試みる。

まず、2002年－1999年の吸引力指数変動において、沖縄県の全都市52のうち、吸引力指数の変動がプラス(+)の都市が18、マイナス(▲)の都市が26、非該当都市が8となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は8、有無都市0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引力指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は伊是名村(+285.62)で、以下、渡名喜村(+153.74)、大宜味村(+69.98)、渡嘉敷村(+56.49)、金武町(+48.75)の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、城辺村(▲66.11)であり、以下、浦添市町(▲21.17)、久米島村(▲19.61)、東風平町(▲18.09)、豊見城市(▲16.70)

図表36 2002年/1999年吸引度指数変化(沖繩県)

項目	合計		各種商品	織物・衣服	飲食料品	自動・自転車	家具他	その他
	都市数	計						
実数	都市数計	44	4	26	50	18	32	38
	該当都市数	18	1	17	21	10	10	19
	増加	26	3	9	29	8	22	19
	減少	8	48	26	2	34	20	14
構成	うち有	8	14	12	2	18	14	14
	有	0	3	3	0	1	0	0
	無	0	3	1	0	2	2	0
	無	0	28	10	0	13	4	0
比率	都市数計	100	100	100	100	100	100	100
	該当都市数	84.6	7.7	50.0	96.2	34.6	61.5	73.1
	増加	34.6	1.9	32.7	40.4	19.2	19.2	36.5
	減少	50.0	5.8	17.3	55.8	15.4	42.3	36.5
構成	うち有	15.4	92.3	50.0	3.8	65.4	38.5	26.9
	有	0.0	26.9	23.1	3.8	34.6	26.9	26.9
	無	0.0	5.8	5.8	0.0	1.9	0.0	0.0
	無	0.0	5.8	1.9	0.0	3.8	3.8	0.0
構成	うち有	0.0	53.8	19.2	0.0	25.0	7.7	0.0
	有							
	無							
	無							

注・出典：図表6と同じ

図表37 2002年/1999年吸引度指数変化 上位都市・下位都市(沖繩県)

全小売業	都市名	吸引度指数	各種商品		織物・衣服		飲食料品		自動・自転車		家具他		その他	
			都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数	都市名	吸引度指数		都市名
上位5都市	伊是名村	285.62	那覇市	1.84	奥志川市	180.25	伊是名村	315.21	那覇市	44.36	伊是名村	470.14	伊是名村	275.05
	渡名喜村	153.74	北谷町	▲2.38	東風平町	162.64	大宜味村	126.51	豊見城市	33.52	西原村	423.02	伊江村	59.56
	大宜味村	69.98	浦添市	▲43.37	西原村	123.88	金武町	70.50	名護市	25.25	嘉手納町	283.99	金武町	47.08
	渡嘉敷村	56.49	沖繩市	▲55.43	平良市	99.12	大里村	69.28	西原村	23.97	玉城村	166.48	大宜味村	40.96
	金武町	48.75			大里村	79.23	中城村	29.86	今帰仁村	17.38	名護市	37.52	中城村	26.93
下位5都市	豊見城市	▲16.70			伊良部町	▲20.47	知念村	▲40.95	北中城村	▲23.09	大里村	▲44.51	西原村	▲33.17
	東風平町	▲18.09			竹富町	▲24.83	粟国村	▲51.07	宜野湾市	▲24.35	国頭村	▲57.99	今帰仁村	▲39.30
	久米島村	▲19.61			北中城村	▲39.00	南大東町	▲59.72	与那城町	▲40.38	中城村	▲61.45	佐敷町	▲52.76
	浦添市	▲21.17			中城村	▲47.94	下地町	▲62.68	東風平町	▲41.22	本部町	▲65.55	城辺村	▲60.19
	城辺村	▲66.11			名護市	▲56.89	城辺村	▲78.96	大里村	▲72.89	東風平町	▲76.74	南大東村	▲69.70

注・出典：図表6と同じ

となっている。

さらに、各業種別の内訳をみてみよう。

各種商品小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が1、マイナス（▲）の都市が3、非該当都市が48となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は14、有無都市3、無有都市は3、無無都市は28となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は那覇市（+1.84）であり、該当都市が1であるため、上記都市以外は全てマイナス（もしくは非該当都市）である。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、沖縄市（▲55.43）であり、以下、浦添市（▲43.37）、北谷町（▲2.38）、であり、該当都市が3であるため、上記都市以外は全てプラス（もしくは非該当都市）である。

織物・衣服・身の回り品小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が17、マイナス（▲）の都市が9、非該当都市が26となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は12、有無都市3、無有都市は1、無無都市は10となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は具志川市（+180.25）で、以下、東風平町（+162.64）、西原村（+123.88）、平良市（+99.12）、大里村（+79.23）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、名護市（▲56.89）であり、以下、中城村（▲47.94）、北中城村（▲39.00）、竹富町（▲24.83）、伊良部町（▲20.47）となっている。

飲食料品小売業では、吸引度指数の変動がプラス（+）の都市が21、マイナス（▲）の都市が29、非該当都市が2となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は2、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は伊是名村（+315.21）で、以下、大宜味村（+126.51）、金

武町 (+70.50)、大里村 (+69.28)、中城村 (+29.86) の順になっている。

一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、城辺町 (▲78.96) であり、以下、下地町 (▲62.68)、南大東村 (▲59.72)、粟国村 (▲51.07)、知念村 (▲40.95) となっている。

自動車・自転車小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が10、マイナス (▲) の都市が8、非該当都市が34となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は18、有無都市は1、無有都市は2、無無都市は13となっている。

また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は那覇市 (+44.36) で、以下、豊見城市 (+33.52)、名護市 (+25.25)、西原村 (+23.97)、今帰仁村 (+17.38) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、大里村 (▲72.89) であり、以下、東風平町 (▲41.22)、与那城町 (▲40.38)、宜野湾市 (▲24.35)、北中城村 (▲23.09) となっている。

家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が10、マイナス (▲) の都市が22、非該当都市が20となっている。なお、非該当都市の中で、有有都市は14、有無都市は0、無有都市は2、無無都市は4となっている。

また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は伊是名村 (+470.14) で、以下、西原村 (+423.02)、嘉手納町 (+283.99)、玉城村 (+166.48)、名護市 (+37.52) の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、東風平町 (▲76.74) であり、以下、本部町 (▲65.55)、中城村 (▲61.45)、国頭村 (▲57.99)、大里村 (▲44.51) となっている。

その他の小売業では、吸引度指数の変動がプラス (+) の都市が19、マイナス (▲) の都市が19、非該当都市が14となっている。なお、非該当都市の

中で、有有都市は14、有無都市は0、無有都市は0、無無都市は0となっている。また、各都市の具体的な吸引度指数変動によりプラスの変動幅が大きい5都市・マイナスの変動幅が大きい5都市をみると、最もプラスの変動幅が大きい都市は伊是名村（+275.05）で、以下、伊江村（+59.56）、金武町（+47.08）、大宜味村（+40.96）、中城村（+26.93）の順になっている。一方マイナスの変動幅が大きい都市としては、南大東村（▲69.70）であり、以下、城辺村（▲60.19）、佐敷町（▲52.76）、今帰仁村（▲39.30）、西原村（▲33.17）となっている。

以上、これらのことから沖縄県の都市間競争の特徴を述べると、以下のようになろう。

①2002年の吸引度指数について小売業全体としては、吸引度指数が高い都市は人口の多い「市部」が約6割（吸引度指数100以上の11都市中7都市。なお沖縄県の市は11都市）を占める。吸引度指数100以上の町村部の都市は4都市であるが、これらは、同県の県庁所在地がある那覇市とその周辺である本島の南部地域に集中しており、同地域が同県の中心地域であることを示すものであろう。

②品目別吸引度指数では、「各種商品小売業」のトップは「北谷町」であり、吸引度指数は400を超えており、「具志川市」も250弱、県庁所在地である「那覇市」は170超である。「飲食料品小売業」を除いた各カテゴリーにおいて、非該当都市が10都市以上ある。このことは、同県が島嶼県であることが大きく関係していると考えられる⁽²⁷⁾。

③変動幅では、小売業全体としてはプラス都市よりマイナス都市の方がやや多く、近隣都市間で激しい都市間競争が展開されていることが窺われ、マイナスの都市の中には、「石川市」・「平良市」など市部の都市が5都市含まれており、市部の都市と町村部の都市間で激しい都市間競争が行われていることを示している。と同時に、島嶼部では競争はほとんどなく、独立した商圈が維持されている可能性もある。

④変動幅を品目別にみると、「各種商品小売業」・「織物・衣服・身の回り品小売業」・「飲食料品小売業」・「自動車・自転車小売業」・「家具・じゅう器・家庭用機械器具」「その他の小売業」でマイナス50%を超えた都市が存在しているが、マイナス80%を超えた都市は存在していない。但しこれらの都市は「非該当都市」となっている可能性があり、「飲食料品小売業」を除くカテゴリーでは他県より非該当都市の割合が高くなっている。

5. 長崎市における吸引力度変化要因分析

ここでは九州の各県の都市のうち、具体例として長崎県（長崎市）とその勢力エリア（通勤依存率5%以上の都市）について、吸引力度指数の変化の要因を、主に商業統計以外の資料・データを用い、定性的角度も考慮しながら分析を試みる。

長崎市の主な選定理由は、以下の通りである。①各県県庁所在都市のなかでも吸引力度指数が最低であるものの、各県の県庁所在都市の中で、主に大型小売店が含まれる各種商品小売業の吸引力度指数の増加が著しいこと。②中心市街地に大規模な再開発が行われていること、③地形的に中心市街地が分断されている形になっており、それらを路面電車・バスなどが結ぶ形になっていること、などからである。以下はその分析結果である。

(1) 長崎市および長崎都市圏の概要

長崎市は、長崎県の県庁所在地であり、市の面積241.3平方キロメートル（2003年）、人口約42万（2004年）、可住地人口密度3648人、産業構成は第一次産業2.1%、第二次産業20.5%、第三次産業76.6%、でこの数値は同県平均（第一次産業9.6%、第二次産業23.6%、第三次産業66.4%）より、第一次産業の比率が低く、第三次産業の割合が高くなっており、これは可住地人口密度3648人の高さ（県平均は941人）からも推察できるように耕地面積が非常に少ないことを意味するものであろう⁽²⁸⁾。このことは、同市の市街地の

約70%が傾斜地で占められており、同市人口の20%以上が傾斜地に居住していることから裏付けられよう⁽²⁹⁾。

また、事業所数は約2万1千箇所（2001年）、新設住宅は約2500戸（2002年度）自動車保有台数約14万台などとなっており⁽³⁰⁾、造船・水産・観光を中心とした都市で、傾斜地を始めとする地形の複雑さを有しこれが都市の発展を阻害する大きな要因となっているものの、都心部の再開発もまた進行しつつある都市と言える。

なお、図表38および図表39にみられるように、長崎市への通勤依存率5%以上の都市は長崎市（長崎市への通勤依存率90.7。単位は%。以下同様）・香焼町（55.0）、長与町（52.1）、三和町（51.6）、時津町（36.9）など2市11町で、面積は約664平方キロメートル、2004年現在の人口約65万人であり、このエリアが長崎市の勢力エリア（＝商圏）とみることができよう。

この勢力エリアで特徴的なのは、沖縄を除く九州各県県庁所在地都市の勢力エリアの中で最小で、長崎県第二の都市である佐世保市の勢力エリアの約8割であることである。

しかし、エリア内の人口は第5位にもかかわらず人口密度は、福岡市に次いで第2位である。このことは同都市圏が、平地が少ないため集合住宅が多いことを示唆するものであろう。また平地が少ないことは農業産出額が同県第二の都市である佐世保市の勢力エリアの7割で、沖縄を除く九州各県県庁所在地都市の勢力エリアの中で最少であることから証明されよう。

また、エリア内で吸引度指数が100を超えた都市が4都市あるが、そのいずれもが、複数の大型小売店と計1万m²以上の店舗面積を有しており、大型商業施設の吸引度指数に対する影響の大きさがうかがえる。

（2） 吸引度指数変動

長崎市の吸引度指数変動は、以下の通りである。

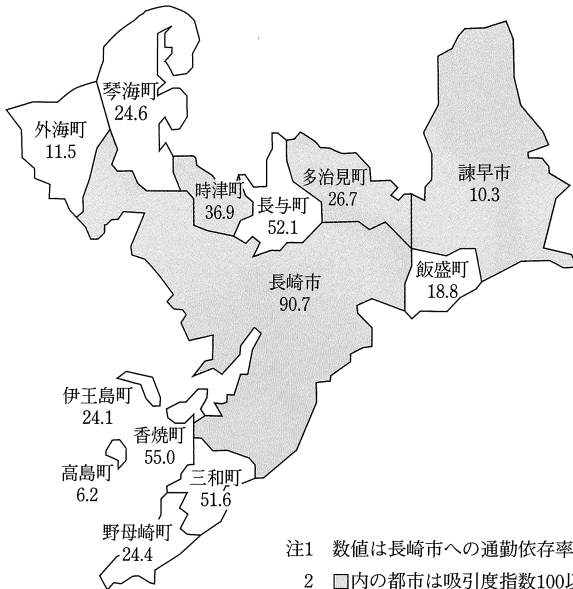
- ①全小売業（1999年111.41。なおデータが得られた77市町村中11位であり、以下11/77と表記する→2002年110.76、県内12/76）、

図表38 長崎市勢力エリア主要指標

都市名	2003年 面積 (km ²)	2004年 住民基本 台帳人口 (人)	2004年 住民基本 台帳世帯数 (世帯)	2000年 長崎市への 通勤依存率 (%)	2001年 事業所数 (カ所)	2002年 歳出額 (百万円)	2002年 農業 産出額 (千万円)	2002年 新設住宅 戸数 (戸)	2003年 自動車 保有台数 (台)	2002年 全小売業 吸引度指数	2002年/1999年 全小売業 吸引度指数 変動率	大型小売店 (2002年7月現在)	
												店舗数 (店)	店舗面積 (m ²)
長崎市	241.3	417146	177342	90.7	20989	198408	490	2537	138492	110.76	▲ 0.58	45	686146
香焼町	4.5	4509	1940	55.0	235	2800	×	11	1683	28.01	▲ 16.85	0	0
長与町	28.8	42723	14950	52.1	1269	10269	130	385	17737	86.41	1.99	1	4122
三和町	21.7	12108	4704	51.6	368	4212	68	24	4867	43.02	4.68	1	2014
時津町	20.6	28928	11089	36.9	1398	9048	55	187	13472	167.70	3.44	8	33252
多良見町	37.9	17308	5937	26.7	769	8811	173	121	9370	192.91	49.14	2	15931
琴海町	67.6	13014	4520	24.6	453	5341	164	61	6417	65.22	▲ 10.96	1	2470
野母崎町	20.9	7419	3002	24.4	446	4034	23	16	2429	37.66	3.45	0	0
伊王島町	2.3	932	480	24.1	67	1998	1	1	161	38.42	▲ 42.68	0	0
飯盛町	24.8	8399	2590	18.8	317	4097	248	44	3800	37.61	▲ 15.00	0	0
外海町	46.6	5161	2330	11.5	259	5314	23	46	2277	×	×	1	1850
諫早市	145.5	94673	36390	10.3	4816	35968	502	965	45807	117.96	▲ 0.92	7	23930
高島町	1.3	868	495	6.2	69	3821	×	0	149	41.87	13.57	0	0
合 計	663.8	653188	265769		31455	294121	1877	4398	246661			66	769715

出典：西日本新聞社『九州データブック2005』・東洋経済新報社『全国大型店総覧2003』

図表39 長崎市勢力エリア図



注1 数値は長崎市への通勤依存率（単位：％）

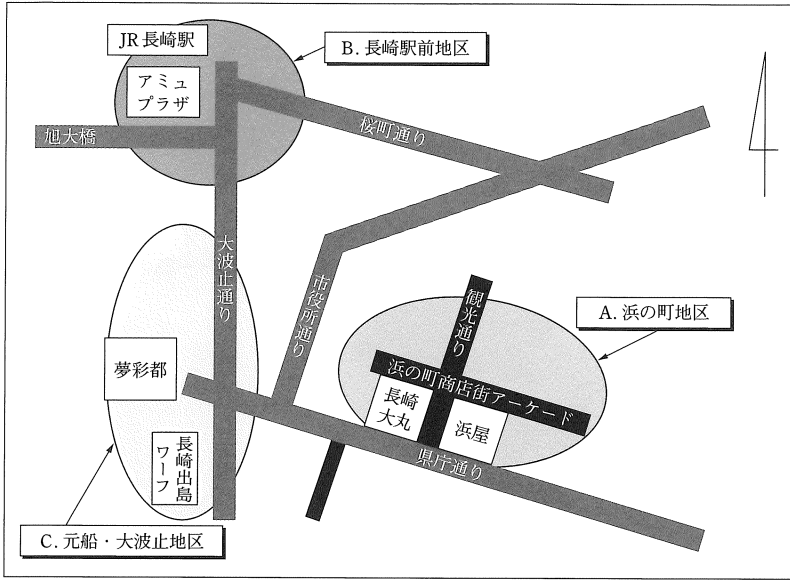
2 □内の都市は吸引力指数100以上の都市

データ出所：西日本新聞社マーケティンググループ編「九州データブック2005」
西日本新聞社2004年 P68

- ②各種商品小売業（1999年190.00、県内2/8→2002年202.46、県内2/5位）、
- ③織物・衣服・身の回り品小売業（1999年142.11、県内4/64→2002年145.83、
県内2/56）
- ④飲食料品小売業（1999年100.36、県内25/79→2002年97.47、県内25/79）
- ⑤自動車・自転車小売業（1999年91.48、県内9/46→2002年91.71、県内
6/37）
- ⑥家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業（1999年90.56、県内16/67→
2002年90.43、県内11/62）
- ⑦その他の小売業（1999年100.90、県内27/79→2002年102.34、県内18/76）

以上の通りであるが、ここで注目されるのは、各種商品小売業の大幅な伸びである。そこで以下では、各種定量的データの他に、地元金融機関系列の

図表40 長崎市中心市街地及び中心商店街配置図



地域流通経済研究所『どうなる中心市街地』2002年 P56より転載

経済研究所の調査研究やその他シンクタンクなどが実施した各種アンケート等の定性的なデータも取り入れながら、その要因と吸引力指数変動がもたらした結果・影響について分析を試みる。

(3) 要因分析

図表40にみられるように、長崎市の中心商業地は、「浜の町地区」・「長崎駅前地区」・「元船・大波止地区」の3つに分類することができよう。中でも「浜の町地区」は同地区の振興の中心的役割を果たしている「浜市商店連合会」が100年以上の歴史を刻んでいることから解るように、従来からの中心商業地である。これに駅前という立地の良さを背景として発展してきた「長崎駅前地区」と近年大規模な再開発が行われている「元船・大波止地区」があり、「長崎駅前地区」・「元船・大波止地区」は隣接しているものの、

「浜の町地区」はやや離れており（公共交通機関を用いて10～15分程度）、前述の二つの地区とは分断された形になっている。

さて、長崎市の各種商品小売業の吸引力指数が大きく伸びた要因として考えられるのが、市内中心部の港湾地区の再開発に伴う同地区への相次ぐ量販店の進出である。すなわち、2000年4月に元船町にイズミを核店舗とする「夢彩都」（店舗面積約3万2千 m^2 、延床面積約8万 m^2 。駐車場収容台数不明）が開店し、近接する尾上町には2000年9月に「アミュプラザ長崎」（店舗面積約2万 m^2 、延床面積5万9千 m^2 。駐車場収容台数800台）の巨大店舗が開店した。長崎市の中心商店街の中核をしめる百貨店である「浜屋」（店舗面積約1万7千 m^2 、延床面積約2万 m^2 ）・「長崎大丸」（店舗面積約1万 m^2 、延床面積約1万 m^2 ）と比較しても、2000年に相次いで開店した店舗が非常に巨大であり、長崎市のみならず近隣市町村に与えたインパクトが大きいものであったか容易に推察できよう。ちなみに長崎都市圏では、1999年～2002年間に開店した店舗面積1万 m^2 以上の巨大店舗は、多良見町に「OK コスモポリス」（店舗面積1万2千 m^2 、延床面積1万4千 m^2 ）のみであり、この結果、長崎市にこれら巨大店舗を中心とした新たな商業ゾーンが形成されたといっても過言ではない⁽³¹⁾。

（4） アンケート調査にみる中心商店街の概要

ここで、長崎市・長崎商工会議所・長崎経済研究所が合同で実施したアンケート結果を中心として、2000年に相次いで開店した巨大店舗の影響の考察を試みる。

まず、両巨大店舗と同市中心商店街である「浜町地区商店街」の3カ所で平日・休日各300人を対象としてアンケート調査が行われたが、その中で特徴的なのが、回遊性がほとんど見られないことである。特に「夢彩都」と近接する「アミュプラザ長崎」間の回遊性は1割以下であり、この両巨大店舗がワンストップショッピング性を備えていることを意味している。また浜町商店街はわずかながら両巨大店舗への回遊性がみられる⁽³²⁾。

さらに重要なのが、市内商店街への来街頻度である。両巨大店舗でのアンケートでは市内商店街への訪問頻度は「増えた」との回答が1割を超えているのに対し浜町来街者へのアンケートでは2%にしか過ぎず、逆に（浜町への来街頻度は）「減った」との回答が7割を占めることは、市内中心商店街への来街者が、両巨大店舗の出現によりそこで止まってしまう現象が生じていることを、物語っていると言えよう⁽³³⁾。

さらに2001年11月～12月に中心商業地・副都心部・市内住宅地に近接する商店街など、長崎市内の43商店街に属する商店（個店）2442店を対象として実施されたアンケート調査（有効回答数708店・回答率29.0%）では、以下のような結果が示されている⁽³⁴⁾。

両巨大店舗の開店の影響では、6割以上の店舗が「影響を受けた」と回答し⁽³⁵⁾、来街者は、約8割が「減った」と回答しているが、中心地区の商店街では「増えた」との回答も1割弱見受けられ、他の商店街との商店街の性格・基盤の違いを示すものとなっている。

また、対応策の実施状況では、「行っている」・「検討中」が5割弱。これに対し「特に何もしていない」・「何をすればよいかわからない」が5割強であり、「対応策を実施していない」理由として、「影響が少ないので行う理由がない」が3割強あるものの、「資金的余裕がない」が3割強「自分の代までと考えている」が2割強あり、現在の商店街の各店舗が抱える抱えている後継者問題・資金難などの問題が典型的に浮き彫りにされている結果となっている。また、商店街には7割弱の店舗が「商店街に協力」しており、その具体的内容では、第1位「イベント・売り出し」、「商店街の再開発」、「顧客誘引力のある店舗の誘致」などであるが、「特にない」との回答も第4位になっている⁽³⁶⁾。

さらに、2002年3月に財団法人地域流通経済研究所が行ったアンケート調査でも以下のようなことが指摘されている⁽³⁷⁾。

同調査では、中心商業地を前記3地区（「浜の町地区」・「長崎駅前地区」・「元船・大波止地区」）と規定しての調査であるが、同時期・同様の調査方

法で行われた、沖縄を除く九州7県の調査と比較しても活気のある中心商業地の一つに挙げられている。

そこで、同調査より、各地区別の特徴をみると、次のようになる。

①浜の町地区は、他の2地区と比較して停滞感が強い。

これは、同地区が従来からの中心商店街であり、商業集積度も高い地区である。と同時に、周辺道路の道幅も必ずしも十分でなく、駐車場も少ない。さらに、他の県庁所在地に立地する百貨店も比較的売場面積が小さいことに代表されるように、売場面積の小さい専門店が密集した地域であり、広大な駐車場・巨大な核店舗を軸とした、他の2地区の影響を受けて、同地区の停滞傾向が推察される結果となっている。ただ同時に、伝統ある同地区へ愛着も強く、同地区への高い期待感を表すものとも考えることができよう。

②長崎駅前地区では、全体的に満足度が高く、特に「見る・聞く」というエンターテイメント的な満足度が高い。

ただ、ここで注意しなければならないのが、このような評価は、前記の「アミュプラザ」による影響が大きいと思われ、必ずしもこの地区全体の評価と一致するとは限らないことである。逆に言えば、「アミュプラザ」が同地区の再開発に大きく寄与し、前記のような結果に結びついたとも言え、今後この地区の集客の増減は、「アミュプラザ」で集客した顧客を、どのようにそれ以外の個店に流すことができるか、その努力にかかっているとと言える。つまりこれからが本当の意味で、発展もしくは停滞の重要な分岐点にさしかかっている地区とも言えよう。

③元船・大波止地区では、「買う」の満足度は高いが、さらに全体的な機能充実を望んでいる。

ただ、このような評価は、「長崎駅前地区」と同様に「夢彩都」による影響が大きいと思われ、必ずしもこの地区全体の評価とは一致していないと思われる。

しかしながらこの地区は、周辺の出島地区も含めて再開発が進められている地区であり、これらの再開発により、地区全体の魅力が上昇し、大きな発

展が期待される地区でもある。また、既述のように、現在はあまり他の地区との回遊性は認められていないが、今後近接する「長崎駅前地区」を始めとして、その他の地区（従来からの長崎市の中心商店街である「浜の町地区」やこれら3地区の峡間にある商店街など）との連携を深めることにより、さらなる発展が見込める地区とも言えよう⁽³⁸⁾。

(5) 長崎市商店街に関する若干の考察

以上、商業統計以外の各種アンケート・統計データ等も交えて長崎市の中心商業地を始めとする商店街の現状と課題をみてきたが、これらのことから、長崎市の商店街の現状を分析するならば、次のことが言えるであろう。

市内中心部の両巨大店舗の開店は、回遊性はないものの市内の中心商店街への影響が大きく、若干ではあるがプラスの影響もみられるが、一方では、市内周辺部の住宅地に立地する地元商店街への影響はマイナス面も少なからずあり、現在の不況・消費者の購買意欲の低下などとも相まって、住宅地に立地する商店街を中心とした、商店街の再編成が行われる可能性が十分にあると言えよう。

また、同市は、両巨大店舗と中心商店街の間に若干の距離があり、このことが消費者の回遊性が低くなっている要因の一つと考えられる。今後、中心商店街と両巨大店舗を結ぶ導線の整備によっては中心商店街との一体感も生じ、さらに大きな商圈を形成することも可能と考えられる。その回遊性を高める方策として、市民の脚として定着している市内電車⁽³⁹⁾・バスなどの公共交通機関の路線・運賃体系等の再検討は欠かせないものになるだろう。

また長崎市の特性として、既述のように、①背後に後背地が迫っており、平地が少なく傾斜地が多い、②市内中心部が地形により分断されているなど、九州の他の県庁所在都市にみられない特徴を有している。このことは、開発の余地が少なく人口が伸び悩み、交通網の整備の障害になるなど、これまでどちらかといえば不利に働くことが多かった。しかし同時に県外の大型店の進出を阻み、比較的、郊外型商業集積の影響も少ない。すなわち、この地形

により、市内の住宅地へ近接する商店街にとって、大型店の出店を阻む大きな要因となっており、逆に言えば、この地形の恩恵により、これまで地場専門店が比較的強い力を保持してきたといえよう⁽⁴⁰⁾。

ただ、そして、「長崎駅前地区」・「元船・大波止地区」に出現した両巨大店舗の影響は特に既存の中心商店街である「浜の町商店街」を中心に、影響を受けている商店街（特に副都心部や都心周辺部の地元の商店街）も少なからずみられ、そこでは、地元密着型の商店街への特化と同時に、時には商店街の再配置・再配置も含めた、都市計画を含めた再開発の必要性があると言えよう。

6. 総括および若干の考察

(1) 総括

1) 2002年吸引度指数

最初に図表41において、九州全体および各県の全小売業について2002年吸引度指数をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体では89.6%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、長崎県(96.2%)・福岡県(95.9%)・沖縄県(92.3%)となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合の九州全体の平均は17.9%であり、それが高い上位3県を挙げると、沖縄県(21.2%)・佐賀県(20.4%)・長崎県(19.0%)となっている。

次に各業種ごとにみてみよう。

図表42において、九州全体および各県の各種商品小売業について2002年吸引度指数をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体では10.2%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県(19.6%)・大分県(13.8%)・宮崎県(13.6%)となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合の九州全体の平均は5.1%であり、それが高い上位3県を挙げると、沖縄県(7.7%)・福岡県(7.2%)・宮崎県(6.8

図表41 2002年吸引度指数（全小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		510	93	45	76	76
	100以上		102	18	10	15	15
	50以上100未満		243	43	23	36	40
	50未満		165	32	12	25	21
	非該当都市数		59	4	4	3	18
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		89.6	95.9	91.8	96.2	80.9
	100以上		17.9	18.6	20.4	19.0	16.0
	50以上100未満		42.7	44.3	46.9	45.6	42.6
	50未満		29.0	33.0	24.5	31.6	22.3
	非該当都市数		10.4	4.1	8.2	3.8	19.1
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		47	38	87	48	
	100以上		10	6	17	11	
	50以上100未満		18	22	44	17	
	50未満		19	10	26	20	
	非該当都市数		11	6	9	4	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		81.0	86.4	90.6	92.3	
	100以上		17.2	13.6	17.7	21.2	
	50以上100未満		31.0	50.0	45.8	32.7	
	50未満		32.8	22.7	27.1	38.5	
	非該当都市数		19.0	13.6	9.4	7.7	

出典：図表1と同じ

%) となっている。

図表43において、九州全体および各県の織物・衣服・身の回り品小売業について2002年吸引度指数をみると、全都市に占める該当都市の割合は、

図表42 2002年吸引度指数（各種商品小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		58	19	5	5	4
	100以上		29	7	2	4	2
	50以上100未満		19	8	3	0	1
	50未満		10	4	0	1	1
	非該当都市数		511	78	44	74	90
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		10.2	19.6	10.2	6.3	4.3
	100以上		5.1	7.2	4.1	5.1	2.1
	50以上100未満		3.3	8.2	6.1	0.0	1.1
	50未満		1.8	4.1	0.0	1.3	1.1
	非該当都市数		89.8	80.4	89.8	93.7	95.7
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		8	6	4	7	
	100以上		3	3	4	4	
	50以上100未満		4	1	0	2	
	50未満		1	2	0	1	
	非該当都市数		50	38	92	45	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		13.8	13.6	4.2	13.5	
	100以上		5.2	6.8	4.2	7.7	
	50以上100未満		6.9	2.3	0.0	3.8	
	50未満		1.7	4.5	0.0	1.9	
	非該当都市数		86.2	86.4	95.8	86.5	

出典：図表1に同じ

九州全体では67.1%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、佐賀県（85.7%）・福岡県（79.4%）・長崎県（70.9%）となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合の九州全体の平均は12.0

図表43 2002年吸引度指数（織物・衣服・身の回り品小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		382	77	42	56	56
	100以上		68	13	8	10	10
	50以上100未満		91	15	11	20	12
	50未満		223	49	23	26	34
	非該当都市数		187	20	7	23	38
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		67.1	79.4	85.7	70.9	59.6
	100以上		12.0	13.4	16.3	12.7	10.6
	50以上100未満		16.0	15.5	22.4	25.3	12.8
	50未満		39.2	50.5	46.9	32.9	36.2
	非該当都市数		32.9	20.6	14.3	29.1	40.4
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		37	31	56	27	
	100以上		6	6	7	8	
	50以上100未満		9	6	14	4	
	50未満		22	19	35	15	
	非該当都市数		21	13	40	25	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		63.8	70.5	58.3	51.9	
	100以上		10.3	13.6	7.3	15.4	
	50以上100未満		15.5	13.6	14.6	7.7	
	50未満		37.9	43.2	36.5	28.8	
	非該当都市数		36.2	29.5	41.7	48.1	

出典：図表1と同じ

%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県（16.3%）・沖縄県（15.4%）・宮崎県（13.6%）となっている。

図表44において、九州全体および各県の飲食料品小売業について2002年吸

図表44 2002年吸引度指数（飲食料品小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		561	95	49	79	94
	100以上		151	26	12	23	25
	50以上100未満		321	58	32	44	49
	50未満		89	11	5	12	20
	非該当都市数		8	2	0	0	0
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		98.6	97.9	100.0	100.0	100.0
	100以上		26.5	26.8	24.5	29.1	26.6
	50以上100未満		56.4	59.8	65.3	55.7	52.1
	50未満		15.6	11.3	10.2	15.2	21.3
	非該当都市数		1.4	2.1	0.0	0.0	0.0
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		58	42	94	50	
	100以上		15	12	25	13	
	50以上100未満		29	23	60	26	
	50未満		14	7	9	11	
	非該当都市数		0	2	2	2	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		100.0	95.5	97.9	96.2	
	100以上		25.9	27.3	26.0	25.0	
	50以上100未満		50.0	52.3	62.5	50.0	
	50未満		24.1	15.9	9.4	21.2	
	非該当都市数		0.0	4.5	2.1	3.8	

出典：図表1に同じ

引度指数をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体では98.6%であり、該当都市率が100%の県が佐賀県・長崎県・熊本県・大分県となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合

図表45 2002年吸引力指数（自動車・自転車小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		308	68	20	37	56
	100以上		74	18	7	5	14
	50以上100未満		67	18	5	7	12
	50未満		167	32	8	25	30
	非該当都市数		261	29	29	42	38
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		54.1	70.1	40.8	46.8	59.6
	100以上		13.0	18.6	14.3	6.3	14.9
	50以上100未満		11.8	18.6	10.2	8.9	12.8
	50未満		29.3	33.0	16.3	31.6	31.9
	非該当都市数		45.9	29.9	59.2	53.2	40.4
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		23	26	57	21	
	100以上		7	5	10	8	
	50以上100未満		7	3	12	3	
	50未満		9	18	35	10	
	非該当都市数		35	18	39	31	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		39.7	59.1	59.4	40.4	
	100以上		12.1	11.4	10.4	15.4	
	50以上100未満		12.1	6.8	12.5	5.8	
	50未満		15.5	40.9	36.5	19.2	
	非該当都市数		60.3	40.9	40.6	59.6	

出典：図表1に同じ

の九州全体の平均は12.0%であり、それが高い上位3県を挙げると、長崎県（29.1%）・宮崎県（27.3%）・福岡県（26.8%）となっている。

図表45において、九州全体および各県の自動車・自転車小売業について

2002年吸引度指数をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体では54.1%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県（70.1%）・熊本県（59.6%）・鹿児島県（59.4%）となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合の九州全体の平均は13.0%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県（18.6%）・沖縄県（15.4%）・熊本県（14.9%）となっている。

図表46において、九州全体および各県の家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業について2002年吸引度指数をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体では76.4%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県（87.6%）・宮崎県（81.8%）・長崎県（78.5%）となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合の九州全体の平均は16.7%であり、それが高い上位3県を挙げると、佐賀県（26.5%）・福岡県（22.7%）・大分県（22.4%）となっている。

図表47において、九州全体および各県のその他の小売業について2002年吸引度指数をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体では93.3%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、大分県（100.0%）・長崎県（96.2%）・福岡県（95.9%）となっている。また、県全都市に占める吸引度指数が100を超える都市の割合の九州全体の平均は29.2%であり、それが高い上位3県を挙げると、大分県（34.5%）・鹿児島県（33.3%）・宮崎県（29.5%）となっている。

以上、これらのことから、次のことが言えよう。

すなわち、飲食料点小売業が全体的に該当都市数の割合が高く地域に根ざした小売業であることがわかる。これに対し、自動車・自転車小売業に非該当都市が多く、ある特定都市・地域に集中する傾向があるといえる。

また、各種商品小売業では、該当都市数が各県とも10%前後であり、それも市部に集中する傾向がある。この理由として、第一に百貨店などの各種商品小売業の多くが都市立地型であること、第二に郊外型商業集積（ショッピングセンター）は、専門店の集合体であるという側面もあり、各種商品小売

図表46 2002年吸引度指数(家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業)

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		435	85	38	62	67
	100以上		95	22	13	9	10
	50以上100未満		77	10	8	10	20
	50未満		263	53	17	43	37
	非該当都市数		134	12	11	17	27
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		76.4	87.6	77.6	78.5	71.3
	100以上		16.7	22.7	26.5	11.4	10.6
	50以上100未満		13.5	10.3	16.3	12.7	21.3
	50未満		46.2	54.6	34.7	54.4	39.4
	非該当都市数		23.6	12.4	22.4	21.5	28.7
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		43	36	70	34	
	100以上		13	7	11	10	
	50以上100未満		6	7	11	5	
	50未満		24	22	48	19	
	非該当都市数		15	8	26	18	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		74.1	81.8	72.9	65.4	
	100以上		22.4	15.9	11.5	19.2	
	50以上100未満		10.3	15.9	11.5	9.6	
	50未満		41.4	50.0	50.0	36.5	
	非該当都市数		25.9	18.2	27.1	34.6	

出典：図表1と同じ

業に該当しないケースもあること、第三に町村部に単独で立地した場合、データの一部が秘匿値となった結果、それらの都市が非該当都市になったことが考えられよう。

図表47 2002年吸引度指数（その他の小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		531	93	38	76	90
	100以上		166	28	13	19	26
	50以上100未満		247	53	8	33	40
	50未満		118	12	17	24	24
	非該当都市数		38	4	11	3	4
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		93.3	95.9	77.6	96.2	95.7
	100以上		29.2	28.9	26.5	24.1	27.7
	50以上100未満		43.4	54.6	16.3	41.8	42.6
	50未満		20.7	12.4	34.7	30.4	25.5
	非該当都市数		6.7	4.1	22.4	3.8	4.3
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		58	42	92	42	
	100以上		20	13	32	15	
	50以上100未満		29	19	44	21	
	50未満		9	10	16	6	
	非該当都市数		0	2	4	10	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		100.0	95.5	95.8	80.8	
	100以上		34.5	29.5	33.3	28.8	
	50以上100未満		50.0	43.2	45.8	40.4	
	50未満		15.5	22.7	16.7	11.5	
	非該当都市数		0.0	4.5	4.2	19.2	

出典：図表1に同じ

2) 2002年／1999年吸引度指数変化

最初に図表48において、九州全体および各県の全小売業について2002年／1999年吸引度指数変化をみると、全都市に占める該当都市の割合は、九

図表48 2002年/1999年吸引度指数変化(全小売業)

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		490	91	45	74	74
	増加		267	73	22	31	40
	減少		223	18	23	43	34
	非該当都市数		79	6	4	5	20
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		86.1	93.8	91.8	93.7	78.7
	増加		46.9	75.3	44.9	39.2	42.6
	減少		39.2	18.6	46.9	54.4	36.2
	非該当都市数		13.9	6.2	8.2	6.3	21.3
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		44	35	83	44	
	増加		22	20	41	18	
	減少		22	15	42	26	
	非該当都市数		14	9	13	8	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		75.9	79.5	86.5	84.6	
	増加		37.9	45.5	42.7	34.6	
	減少		37.9	34.1	43.8	50.0	
	非該当都市数		24.1	20.5	13.5	15.4	

出典：図表1に同じ

州全体平均は86.1%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県(93.8%)・長崎県(93.7%)・佐賀県(91.8%)となっている。また、吸引度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体平均は46.9%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県(75.3%)・宮崎県(45.5%)・鹿児島県(42.7%)となっている。

次に各業種ごとにみてみよう。

図表49 2002年／1999年吸引度指数変化（各種商品小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		44	15	4	4	4
	増加		19	8	1	3	2
	減少		25	7	3	1	2
	非該当都市数		525	82	45	75	90
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		7.7	15.5	8.2	5.1	4.3
	増加		3.3	8.2	2.0	3.8	2.1
	減少		4.4	7.2	6.1	1.3	2.1
	非該当都市数		92.3	84.5	91.8	94.9	95.7
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		5	4	4	4	
	増加		0	1	3	1	
	減少		5	3	1	3	
	非該当都市数		53	40	92	48	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		8.6	9.1	4.2	7.7	
	増加		0.0	2.3	3.1	1.9	
	減少		8.6	6.8	1.0	5.8	
	非該当都市数		91.4	90.9	95.8	92.3	

出典：図表1に同じ

図表49において、九州全体および各県の各種商品小売業について2002年／1999年吸引度指数変化をみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体平均は7.7%であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県（15.5%）・宮崎県（9.1%）・大分県（8.6%）となっている。また、吸引度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体平均は3.3%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県（8.2%）・長崎県（3.8%）・

図表50 2002年/1999年吸引度指数変化（織物・衣服・身の回り品小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		348	74	39	51	49
	増加		169	45	28	13	22
	減少		179	29	11	38	27
	非該当都市数		221	23	10	28	45
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		61.2	76.3	79.6	64.6	52.1
	増加		29.7	46.4	57.1	16.5	23.4
	減少		31.5	29.9	22.4	48.1	28.7
	非該当都市数		38.8	23.7	20.4	35.4	47.9
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		32	29	48	26	
	増加		12	12	20	17	
	減少		20	17	28	9	
	非該当都市数		26	15	48	26	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		55.2	65.9	50.0	50.0	
	増加		20.7	27.3	20.8	32.7	
	減少		34.5	38.6	29.2	17.3	
	非該当都市数		44.8	34.1	50.0	50.0	

出典：図表1と同じ

鹿児島県（3.1%）となっている。

図表50において、九州全体および各県の織物・衣服・身の回り品小売業について2002年/1999年吸引度指数変化をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体平均は61.2であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、佐賀県（79.6%）・福岡県（76.3%）・宮崎県（65.9%）となっている。また、吸引度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体

図表51 2002年/1999年吸引度指数変化（飲食料品小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		555	95	49	79	92
	増加		306	71	21	35	50
	減少		249	24	28	44	42
	非該当都市数		14	2	0	0	2
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		97.5	97.9	100.0	100.0	97.9
	増加		53.8	73.2	42.9	44.3	53.2
	減少		43.8	24.7	57.1	55.7	44.7
	非該当都市数		2.5	2.1	0.0	0.0	2.1
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		54	42	94	50	
	増加		33	19	56	21	
	減少		21	23	38	29	
	非該当都市数		4	2	2	2	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		93.1	95.5	97.9	96.2	
	増加		56.9	43.2	58.3	40.4	
	減少		36.2	52.3	39.6	55.8	
	非該当都市数		6.9	4.5	2.1	3.8	

出典：図表1に同じ

平均は29.7%であり、それが高い上位3県を挙げると、佐賀県（57.1%）・福岡県（46.4%）・沖縄県（32.7%）となっている。

図表51において、九州全体および各県の飲食料品小売業について2002年/1999年吸引度指数変化をみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体平均は97.5%であり、該当都市率が100%の県が佐賀県・長崎県、次いで同じく97.9%の県が福岡県・熊本県・鹿児島県となっている。また、吸引

図表52 2002年／1999年吸引度指数変化（自動車・自転車小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		244	55	15	32	41
	増加		113	36	4	10	23
	減少		131	19	11	22	18
	非該当都市数		325	42	34	47	53
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		42.9	56.7	30.6	40.5	43.6
	増加		19.9	37.1	8.2	12.7	24.5
	減少		23.0	19.6	22.4	27.8	19.1
	非該当都市数		57.1	43.3	69.4	59.5	56.4
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		21	22	40	18	
	増加		8	5	17	10	
	減少		13	17	23	8	
	非該当都市数		37	22	56	34	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		36.2	50.0	41.7	34.6	
	増加		13.8	11.4	17.7	19.2	
	減少		22.4	38.6	24.0	15.4	
	非該当都市数		63.8	50.0	58.3	65.4	

出典：図表1に同じ

度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体平均は53.8%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県(73.2%)・鹿児島県(58.3%)・大分県(56.9%)となっている。

図表52において、九州全体および各県の自動車・自転車小売業について2002年／1999年吸引度指数変化をみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体平均は42.9であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県

図表53 2002年／1999年吸引度指数変化（家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		414	81	38	58	62
	増加		165	42	16	14	29
	減少		249	39	22	44	33
	非該当都市数		155	16	11	21	32
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		72.8	83.5	77.6	73.4	66.0
	増加		29.0	43.3	32.7	17.7	30.9
	減少		43.8	40.2	44.9	55.7	35.1
	非該当都市数		27.2	16.5	22.4	26.6	34.0
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		42	34	67	32	
	増加		19	11	24	10	
	減少		23	23	43	22	
	非該当都市数		16	10	29	20	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		72.4	77.3	69.8	61.5	
	増加		32.8	25.0	25.0	19.2	
	減少		39.7	52.3	44.8	42.3	
	非該当都市数		27.6	22.7	30.2	38.5	

出典：図表1と同じ

(56.7%)・宮崎県(50.0%)・熊本県(43.6%)となっている。また、吸引度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体平均は19.9%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県(37.1%)・熊本県(24.5%)・沖縄県(19.2%)となっている。

図表53において、九州全体および各県の家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業について2002年／1999年吸引度指数変化をみてみると、全都市に占める

図表54 2002年/1999年吸引度指数変化（その他の小売業）

		県名	合計	福岡	佐賀	長崎	熊本
実数	都市数計		569	97	49	79	94
	該当都市数計		528	93	47	76	88
	増加		282	66	20	34	46
	減少		246	27	27	42	42
	非該当都市数		41	4	2	3	6
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	該当都市数計		92.8	95.9	95.9	96.2	93.6
	増加		49.6	68.0	40.8	43.0	48.9
	減少		43.2	27.8	55.1	53.2	44.7
	非該当都市数		7.2	4.1	4.1	3.8	6.4
		県名	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	
実数	都市数計		58	44	96	52	
	該当都市数計		54	42	90	38	
	増加		23	28	46	19	
	減少		31	14	44	19	
	非該当都市数		4	2	6	14	
構成比	都市数計		100.0	100.0	100.0	100.0	
	該当都市数計		93.1	95.5	93.8	73.1	
	増加		39.7	63.6	47.9	36.5	
	減少		53.4	31.8	45.8	36.5	
	非該当都市数		6.9	4.5	6.3	26.9	

出典：図表1に同じ

該当都市の割合は、九州全体平均は72.8であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、福岡県（83.5%）・佐賀県（77.6%）・宮崎県（77.3%）となっている。また、吸引度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体平均は29.0%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県（43.3%）・大分県（32.8%）・佐賀県（32.7%）となっている。

図表54において、九州全体および各県のその他の小売業について2002年/

1999年吸引度指数変化をみてみると、全都市に占める該当都市の割合は、九州全体平均は92.8であり、該当都市率が高い上位3県を挙げると、長崎県（96.2%）・福岡県（95.9%）・佐賀県（95.9%）となっている。また、吸引度指数変化における県全都市に占める増加都市の割合の九州全体平均は49.6%であり、それが高い上位3県を挙げると、福岡県（69.8%）・宮崎県（63.6%）・熊本県（48.9%）となっている。

以上、これらのことから、次のことが言えよう。

まず各業種において、福岡県の該当都市数が他の県より多い傾向がある。これは人口の多さによる市場の大きさも一因と考えられるが、数多くの都市に同種複数の小売業が林立していることを意味しており、競争の厳しさを物語るものであろう。

また、全般的に長崎県・宮崎県において増加都市数の割合が高い。このことはこれらの県の都市間競争が激化していることを意味するものであろう。今後この競争の結果が顕在化し、いわゆる「勝ち組の都市」と「負け組の都市」との分化が起き始める可能性があり、注目されよう。

（2） 若干の考察

これまで、吸引度指数に着目して、都市間競争における県別・品目別の特徴の分析を試みた。

その中で、「織物・衣服・身の回り品小売業」における福岡県久山町の吸引度指数（1012.77）に代表されるように、異常値とも思われるほどの吸引度指数の高さが散見されることがある。これはとりもなおさず、郊外型商業集積の影響に他ならない。そして、これら郊外型商業集積による影響は、これまでの都市間競争の中心であった大都市間の競争とはまた異なった、①大都市と（郊外型商業集積に代表される大型店が出店している）中小都市、②（大型店の出店している）中小都市とそうでない中小都市との競争の激化、などの現象を生み出し、現在では、より複雑な都市間競争が展開されている。

そしてこの都市間競争の大きな要因の一つになっているのが、前述のように、人口の郊外化・モータリゼーションと、その結果としての消費者行動の広域化であるといえる。

すなわち、1970年代から生じた人口の郊外化やモータリゼーションによる消費者行動の広域化は中小小売業に大きな影響を与え、消費者が徒歩もしくは自転車で行動していた狭い範囲の小商圈によって支えられていた中小小売業の立地構造はそれによって崩れ、さらに、それに伴い大型店の出店も都心から郊外へ、大都市から地方都市へ、地方都市から地方町村へと店舗展開が行われ、個々の中小小売業やそれらによって構成されていた商店街は、大きな打撃を被ったのである⁽⁴¹⁾。

とくに、郊外型商業集積は幹線道路沿いに立地することが多く⁽⁴²⁾、大規模な駐車場も備えている。また住宅地より郊外まで新たな幹線道路やバイパス道路などの道路整備も進められている結果、渋滞も少なく車でのアクセスが容易になっている。

これに対して、中心市街地はモータリゼーション以前に都市構造が形成している都市も多く、その後も対応の遅れが目立つ都市も多いなど、郊外部に比較して交通事情が相対的に劣る都市が多い、さらに十分な容量の駐車場を備える店舗や商店街も決して多いとはいえない。つまりこれが、特に大都市の場合に自家用車によるアクセスより、鉄道など公共交通機関がその広域的なアクセスの主な手段として用いられている大きな要因の一つとも考えることができ、逆に言えば、大都市の多くが自動車でのアクセスには不向きな都市構造である、といえる。

さらに、アクセスする際の距離抵抗にも都市中心部へ向かうことと郊外部へ向かうことでは大きく異なる。すなわち、同じ距離でも、都市中心部を目的とする距離抵抗は、郊外を目的とする場合の距離抵抗よりも大きい。

このため交通手段のアクセス頻度や買物の利便性・距離的抵抗などを考慮した評価は、中心商店街へ行く場合と郊外型商業集積へ行く場合とでは大きく異なる。つまり、公共交通機関を利用したアクセスの利便性などは中心商

店街の方が勝っているものの、自動車を利用した距離的抵抗に関しては、郊外型商業集積が勝っているといえる。

その結果、大都市圏と地方都市圏の違いは生じるものの、同じ程度の魅力のある商業集積の場合、自家用車を利用した買物の進展によって、都市の中心商店街は立地場所としての優位性を失う一方、郊外型商業集積はより優位性を増すことになる。その結果、中心商店街を含む中心市街地全体の機能が低下するとともに、さらに都心部周辺に立地するいわゆる近隣商店街の地元購買率も低下していくと同時に、郊外型商業集積の機能が高まる結果となったのである⁽⁴³⁾。

言い換えれば、消費者のモータリゼーションを軸とした消費者行動空間の広域化ならびに多目的買物志向により⁽⁴⁴⁾、郊外型商業集積の利用の増大が進展していったとみることができる。そしてこのような郊外型商業集積の利用の増大は、まずモータリゼーションに対応できない都市外縁部の住宅地に立地する近隣型の商店街に影響を及ぼし、さらに都市の中心商店街に波及する。と同時に、零細小売業から百貨店を始めとする大型店まで影響を及ぼし、特に零細小売業に、より大きな影響を与えたと推察することができるのである。

またこのような傾向は、1975年頃から始まった広大な駐車場を有するSMやSCなどの郊外への店舗展開に起因すると考えられ、この時期を境にして、これまでのような百貨店やSMなどによる特定の競争業種への影響という部分的な競争関係から、SMやSCを構成する多くの業態による全競合業種への影響という全面的な競争関係へ移行し、同時に中小小売業はより厳しい競争下に置かれるという事態が生じたといえることができる。その一例が、この頃より商店街において「大型店の進出による影響」がとくに指摘され、その中で商店街全体の問題として「駐車場問題」が当面の重要な課題として取り上げられるようになったことであり、その背景には、先述のような競争関係の変化があったといえる⁽⁴⁵⁾。

また、近年、これらの競争関係の変化は、地域経済にも大きな影響を与え始めている。

言うまでもなく小売業は流通の末端部分に位置することから、地域社会や消費者行動に強く影響を受けざるをえない。特に町村部その中でも中山間・島嶼部などでは地域が過疎化すれば市場自体が縮小することに直結し、これは、いうまでもなく地元商店街の衰退を意味する⁽⁴⁶⁾。

加えて、商店街を取り巻く環境の変化や競争構造の変化のみならず、それを構成する中小小売業内部での構造的な変化、すなわち、具体的には、個々の店舗の退出が生じていることも商店街衰退の一因といえるだろう。すなわち、中小小売業の参入の容易さという条件が変化し、さらに退出条件も単に競争に負けたり、自然な小売業者のライフサイクルで退出するというのではなく、中小小売業の中での経営形態や業種構造の変化などによる退出が生じているのである⁽⁴⁷⁾。

さて、2000年4月に大店法に代わり大店立地法が成立・施行されたが、その結果として、これまで以上に大型店の出店が容易になったことが指摘されている⁽⁴⁸⁾。その結果、商店街は大きなダメージを受けやすくなったとも言え⁽⁴⁹⁾、特に大都市を除く地方都市の中心市街地は、商業機能を失いつつある。中心市街地には他の機能もあるとはいえ、主に中心商店街によって担われている重要な機能を失うことは、単に経済的機能のみならず「街の顔」や「賑わい」を欠落させることになる⁽⁵⁰⁾。

ところが、これまで多くの商店街では、商店街の置かれた環境が劇的に変化したにもかかわらず、自らの商業機能のみに拘泥し、地域社会へさまざまな働きかけが必要だということに乏しかった。もとより商業機能は商店街にとって、最も重要な機能であり、これなくして激烈な商業競争に勝ち抜くことはできないと考えられるが、地域の核として商店街を捉える時、単なる商業機能の集積だけでは、機能的に高度な水準をもつ計画型商業の後塵を拝することになる。

今、商店街はこうした状況を熟知し、競争相手と同じ価値観で勝負するのではなく、外部資本の計画型商業ができない分野で、その強みを発揮することが求められているのではないか。またこうした観点こそが商店街経営の戦

略的な視点といえ、これこそ商店街による地域への働きかけとしての「まちづくり」といえる。これまでも先進的な商店街では、単に商業機能蓄積のみの政策から、脱皮しなければならないという漠然とした理解はあったが、現実の複雑な意思決定の難しさから、その取り組みが遅れてきたといえよう。

当然、そこにはさまざまな要因があろう。例えば、商店街を構成する商店の意思決定レベルの差異が指摘できる。これは、例えば商店街内におけるいわゆる企業型の小売業と生業型の小売業との対応の違いとも言い換えることができよう。

通常、企業型の小売業の経営戦略は、地域を超えて拡大する戦略を取ることから、自店の商業機能の高度化に重点が置かれ、ともすればそれぞれの地域社会の動向には鈍感となりやすいといわれる。各地におけるまちづくりの主体が、生業型の小売業だということは、こうした事情を反映しているといわれる。

ところが、本来こうした地域社会と最も密接な関係を持つべき生業型の小売業が、現在直面しているのは、近年の長期的な経済不況からもたらされている経営不振であり、それは経営的無気力を誘引する。とりわけ、集団経営活動における意思決定システムの複雑さが、多くの個店経営者の挫折感につながるといふ事例も少なくなく、多くの地域では、もはや商店街経営に参加する余裕のない個店が増加している。そこでは、集団経営の重要性は十分理解しても、自店の経営がそれ自体が危ぶまれる状況に陥ったため、心ならずも集団経営活動から離脱する経営者が増えているのであり、こうした点に、商店街の経営主体の限界を指摘できよう。しかし、それゆえにこそ、商店街は地域社会との密接な関わりという最大の利点を活用するためにも、より一層、地域のなかで自らの位置を確立していくことが望まれると考えられよう⁽⁵¹⁾。

敷衍しよう。地域社会、特に、①中心商店街が立地する中心市街地から遠距離に居住している人々、②郊外型 SC が数多く出店する幹線道路から離れていた⁽⁵²⁾、バス路線がないなどアクセスの悪い地域に居住している人々す

なわち幹線道路が未整備であったりバス・鉄道などの公共交通機関の未整備（あるいは撤退）などにより移動手段が乏しい人々、例えば行動範囲が狭く機動性の低い障害者や高齢者⁽⁵³⁾やマイカーをもたない主婦など、③勤務形態等で時間的制約を受ける人びとなどにとっては、自宅から徒歩や自転車などで行ける範囲に小売店があることは、単に地域経済の観点だけではなく、ライフラインの一部としても大変意義のある重要な事項であるといえる。そしてこれは過疎地域に代表される町村部ばかりではなく、人口の空洞化した大都市中心部に居住する人々にとってもまた同様であり、その意味でも中小小売業は社会的にも大変重要な役割があるといえる⁽⁵⁴⁾。

この点では、コンビニエンスストア（以下「CVS」と称する）が、過去、万屋に代表される中小小売業が担ってきた役割を担うことのできる可能性（もしくは期待される面）があり⁽⁵⁵⁾、さらにインターネットやチラシ・パンフレットなどと宅配便を利用した通信販売、保冷車や簡単な調理が可能な設備を有した自動車の利用などによる移動販売などの活用は、万屋のような従来の中小小売業がなくなり、前記のような、いわば「買物弱者」ともいえる人々の救済や地域社会の崩壊の危機を打開する有効な手段の一方策として考えられる。

ただ、いずれの場合でも、今日の小売業を取り巻く環境では、中小小売業（特に生業型の小売業）が漫然と経営し事業を継続できるものではない。

ここで重要なことは、特に①中小規模の市部における中心商店街、②都市外縁部を形成する商店街、などのいわば地域経済の基盤部を形成する商店街において、その商店街を構成する中小小売業が、郊外型商業集積や都心部に立地する大型店などに対抗するためには、商店街全体としては勿論のこと、その個々の店に魅力や存在のコンセプトが明確に提示されなければならないことである⁽⁵⁶⁾。それは、例えば、①消費者ニーズに対応した業態の転換、②品質のよい商品やサービスの提供、③異業種・同業種を多様にとりまぜた商店街を構築することなどが挙げられ、これらをより進展させることが、商店街の活性化に結びつく重要な要素であると考えられる⁽⁵⁷⁾。また、このことは

中心市街地でも過疎地であっても基本的には異なることはないと思われる⁽⁵⁸⁾。

さらに、単に商業集積としての商店街を地域の市街地として再構築するためには、個々の小売業の努力を基本として、都市規模や都市の性格に鑑みた金融機能や通信機能、コミュニティ施設の整備充実なども商店街自体に必要とされるのである⁽⁵⁹⁾。ここでは、そこに買い物に来る来街者の声を反映させた総合的な施策⁽⁶⁰⁾、各自治体が有する多様な組織との連携⁽⁶¹⁾、また、それらに伴う付帯事項で、例えば各商店街のコンセプトを明確にすることも求められる、といえよう⁽⁶²⁾。

そして、これらの商店街の中で、失われつつあるものは単に経済的機能のみならず「街の顔」や「賑わい」が挙げられ、しかもそれは、基本的には個々の店舗、さらには商店街全体から発せられる活気に起因するものでなければならず⁽⁶³⁾、逆にいえば「賑わい」こそ、あらゆる商店街振興施策の原点であると考えられる。

これは、言い換えれば、地域経済の核としての商店街は、個々の店舗それぞれの盛衰は別として、全体として常に「賑わい」がなければならないといえる。そして、その「賑わい」を維持するためには、空店舗対策⁽⁶⁴⁾や公園や駐車場さらには公共交通機関の整備⁽⁶⁵⁾およびこれらと商店街の連携⁽⁶⁶⁾などの都市環境整備、NPOを始めとする地域団体や個々の来街者とのコミュニケーション支援、税制上の優遇措置あるいは補助制度が必要とされ、さらに広域的・長期的には複数の商店街の連携の促進、都市の成長管理計画（GMP）交通需要管理（TDM）を組み合わせた交通網の整備⁽⁶⁷⁾、土地利用計画など、地域支援策におけるハード・ソフト両面での支援体制の整備⁽⁶⁸⁾が望まれることになるといえよう。

加えて、都市間競争の結末として忘れてはならない問題がある。それが、多少先述したたように、山中間部・漁村部など町村部、特に過疎地を中心とした、生活の基盤としての商業の存立の問題である。

このような地域では、郊外型商業集積と地元商店街との都市間（地域間）競争を始めとして、人口減少による市場縮小、商店経営者の高齢化による後

継者問題など数多くの問題を抱え、近年それがより深刻化していると考えられる。

このような環境の中で、現時点、すなわち、本論文で使用したデータ（主に商業統計表）では、カテゴリーや規模等の差こそあれ、全ての都市で小売業が存在していた。しかしながら、今後さらに地域住民の高齢化、人口の社会的流出・自然減などの問題が深化すれば、過疎地を中心に小売業の店舗が全くなくなってしまう事態も十分に考えられる。この時、コストや販売機会の問題はあるものの、移動販売や通信販売等で地域住民の最低限の購買は確保できる可能性はあるが、店舗が無くなってしまうこと自体、その地域の住民にとって重要な生活の基盤の一つを失うことであり、まさに地域社会自体の崩壊に直結しかねない⁶⁹⁾。そしてこの現象は、例えば既出の図表8と図表9における「織物・衣服」の朝倉町（吸引度指数1.21）からも看取できるように、既に現実のものとなりつつある。ただ、朝倉町は福岡市近郊の都市であり、周辺の都市とを結ぶ道路網や鉄道を始めとする公共交通機関などの交通網の整備がなされており、この結果は周辺の都市に吸引度指数を奪われたと分析できる。しかしながら、もしこれが中山間部などの過疎地の都市で、交通網の整備が遅れたり近郊に有力な都市がない環境であれば、地域社会が崩壊し、地域住民が日常生活に不自由している事態に陥っている可能性があることは、想像に難くない。

時として我々は、大都市やそれに準ずる中規模以上の都市における中心商店街とその近郊に立地する郊外型商業集積との競争に目を奪われ、それらを中心に議論を展開する傾向にある。しかし地域社会の存続という視点からいえば、中小の市部あるいはそれ以下の町村部の小売業の動態や問題点を把握し、その振興・維持政策の方向性を議論することは、前者に勝るとも劣らない重要性があると考えられる。

今後、大都市を中心とした市部の小売業への政策ばかりではなく、町村部、特に過疎地やそれに準ずる地域・都市の小売業への振興（あるいは存続）政策も、強く望まれるところであろう。

注

- (1) 百貨店、スーパー等の大規模小売業をのぞく小売業は、一般には、中小小売業と総称され、零細小売業は、このような広義の中小小売業の底辺を占める小売業である。しかし、厳密には、中小小売業と零細小売業は区分される。これは、単に経営規模の相対的な大小とというちがいに留まらず、質的な差異によるものである。

零細小売業とは、商店主が1人で、あるいは家族とともに経営する小規模な小売業のことである。これに対して、中小規模の企業としての中小小売業は、他人労働（雇用労働力）に依拠して経営をおこない、最大限利潤の獲得を経営の目的とする。つまり、零細小売業は単に自営業であり、中小小売業は利益を追求する企業と言える。

杉本修「零細小売業はいかにして存続しているか」糸園辰雄／中野安／前田重朗／山中豊国編『転換期の流通経済 小売業』大月書店 1989年P 90

- (2) スーパーの原型とも言えるのが、1953年12月に東京・青山に開店した青果物食品店の「紀ノ国屋」（売場面積110㎡）であり、これはわが国初のセルフサービス方式の店舗である。ただ、総合食品店ではないといったことから本格的なスーパーマーケットとは言えないかも知れないが、一般的にはわが国におけるスーパーの第1号店とされている。

建野堅誠『日本スーパー発達史年表』創成社 1994年P 4。

- (3) 1950年代から1960年代にかけて、百貨店はターミナル駅の駅ビルやその直近に出店するいわゆる「ターミナル百貨店」が東京の都心部を中心に大量に出現した。例えば大丸（東京駅）・そごう（有楽町駅）・西武百貨店および東武百貨店（池袋駅）、名鉄百貨店（名古屋駅）などである。そしてこの結果、1960年代には従来の都心型百貨店とターミナル百貨店との並立時代を迎えることになる。

ただ百貨店は1960年代半ば以降、新業態として急成長を遂げたスーパーや既存小売店（専門店）などとの競争が激化し、その結果、特に大都市に立地するこれら百貨店を中心に、既存店舗の増床・増改築、大都市周辺部や地方都市への進出などの多店舗化、地方百貨店との連携強化などの対抗策が実施された。

他方、地方百貨店も、大都市に立地する百貨店との結びつきを強化すると同時に、価格訴求を強化する政策をとるなどして、この競争激化の対応策を実施した（神保充弘「百貨店の日本的展開とマーケティング」マーケティング史研究会編『日本流通史』同文館 2001年P 31-P 34）。

また、地方小売業のなかには、本店は百貨店へ支店はスーパーへと分化して生き残りをはかった例も多い

後藤寛「大都市圏における大型小売店の競合と棲み分け」荒井良雄・著本健二編『日本の流通と都市空間』古今書院 2004年P 39。

- (4) 石原武政「中小小売業」石原武政・矢作俊行編『日本の流通100年』有斐閣 2004年P 287-P 288。
- (5) 建野堅誠「スーパーの日本的展開とマーケティング」マーケティング史研究会編 前掲書P 57-P 59、P 62。

- (6) 例えば、1970年度から始まった商業近代化地域計画は、多くの場合、この成長しつつある駅前の商業地としての可能性を支持し、駅前開発を推進した。駅前にはロータリーが設置され、スーパーが核店舗として出店し、アーケードを付設した商店街が形成されたのである（石原武政「中小小売業」石原武政・矢作俊行編『日本の流通100年』有斐閣2004年P290-P291）。

この、駅前へのスーパーへの出店は大都市のターミナル百貨店の地方版とも言えるものであると言える。

- (7) 石原武政 前掲論文。石原武政・矢作俊行編 前掲書 P290-P291。
 (8) 例えば、食料品でいえば、スーパーはこうした商品の高加工化をリードすることでその業態を確立していった。すなわち中食用の総菜を含む、家庭用加工済み商品が急速に成長し、伝統的に食品流通の末端を担ってきた業種専門店やそれによって構成された小売市場は、こうした商品形態の変化と食品スーパーのによる鮮度管理技術の高度化によって、その地位を大きく後退させた。

さらに衣料品の分野でも、毛糸や生地代わって、手袋やセーター、ブラウスやジャケットといった加工済みの商品が前面に登場するようになる。消費財メーカーは実に細やかなものまで生産し、商品を市場に送りだし、消費者がそれを受け入れたのである。

石原武政 同上論文、石原武政・矢作俊行編 同上書 P291-P292。

- (9) 石原武政 同上論文、石原武政・矢作俊行編 同上書 P293。
 (10) 例えば、当時、新興の衣料品（洋服）卸売業であった榎山（株）（現在のオンワード榎山）は1953年委託販売制度と派遣店員制度を試行しており、この商習慣は1960年代以降浸透する結果となった。これは百貨店にとって十分な品揃えを行う上での人的資源および資金の不足を克服し、売れ残りリスクからも開放される結果となった。しかし同時に、価格決定権を納入業者へ譲渡する結果になっただけでなく、商品仕入担当者の商品評価、品揃え、商品企画等に関する能力を退化させることになり、納入業者主導の画一的な売場づくりが展開され、さらに商品知識や接客姿勢などの販売能力も低下することとなった。

神保充弘「百貨店の日本的展開とマーケティング」マーケティング史研究会編 前掲書 P39-P40。

- (11) 例えば、情報ネットワークを整備し、ボランティアチェーンまたはフランチャイズシステムの組織形態で成長しているコンビニエンスストアは狭い商圏を対象とする中小小売業（特に飲食料品小売業）にとって大きな脅威となっていることは、間違いないと思われる。

懸田豊「流通構造の推移からみる中小小売業」久保村隆祐／流通問題研究会編『中小流通業革新への挑戦』日本経済新聞社1999年P107-P108。

- (12) 本論文では、SCとは一つの経営体（デベロッパー）が中心となって計画・開発した建物にキーテナントとしてSMや百貨店等の大型店と専門店や飲食店・映画館等のサービス業・娯楽施設など多様な業種が入り多種多様な商品・サービスを提供する商業集積を指すこととする。なおSCは郊外ばかりではなく都市中心部に立地するタイ

プ、キーテナントがないものなども含まれる（庄司健一「ロードサイドビジネスの発展とその背景」北村隆一編著『ポスト・モータリゼーション』学芸出版社 2001 年 P 75）。

なお SC の生い立ちは 1948 年オハイオ州のタウン・アンド・カントリー・ショッピング・センターに始まるとされている。

また、日本における本格的 SC の建設は、1969 年の三和銀行・日本生命・高島屋等が出資する東神開発株式会社による「玉川高島屋ショッピング・センター」にはじまるとされており、1970 年代に入って増加した。なお当初は規模の比較的小さい、「近隣型」や「地域型」が多かった（西村多嘉子「消費生活をささえる小売商業」保田芳保・加藤義忠編『新版 現代流通入門』1994 年 P 25）。

なお、アメリカは自動車の普及と高所得者の郊外移動に対応した郊外型 SC を中心に展開したが、イギリスやドイツにおいては中心市街地の商業を保護する視点より、郊外に開発される大規模商業施設を規制したため、アメリカのような郊外型 SC はその主流とならなかった。しかしながら、アメリカを始めイギリスやドイツでも中心市街地の商業の衰退をもたらしたといわれる。

横森豊雄「商業集積形成の国際比較」関根孝・横森豊雄編著『街づくりマーケティングの国際比較』同文館 1998 年 P 36-P 37。

- (13) 商店街実態調査によれば、1970 年代には「繁栄している」と回答する商店街がおよそ 40% 強存在していたのに対して、1990 年代の初めには 10% を切り、1990 年代の半ば以降はほぼ 2% 前後を推移するようになる。

石原武政 前掲論文、石原武政・矢作俊行編 前掲書 P 293-P 295。なお同書によれば、原資料は「商店街実態調査」各年度。

- (14) 石原武政 同上論文、石原武政・矢作俊行編 同上書 P 290-P 291。

さらに付け加えるならば、このような商業集積間競争は、組織として商業集積の性格から生じた競争問題であり、商業集積それ自体であり、もう一つはその商業集積を構成している個々の小売商である。それぞれの商業集積、多の商業集積との差別化を図る一方、商業集積内部で個々の小売商もまた相互に差別化を行っている。商業集積間競争の特質はこのような 2 つの競争レベルにある。商業集積間競争についてじゃ、この競争の二重性によって上述したような商業集積間競争と商業集積内競争の両側面から検討する必要がある。

業種「流通構造における競争の枠組」白石善章／田中道雄編著『現代日本の流通と社会』ミネルヴァ書房 2004 年 P 24-P 25。

- (15) 石原武政 同上論文、石原武政・矢作俊行編 同上書 P 293-P 295。
 (16) 宮崎卓朗「流通革新と地域構造」矢田俊文編著『地域構造論の軌跡と展望』ミネルヴァ書房 2005 年 P 53-P 54。
 (17) 本論文では、売場面積と店舗面積と両方を用いる。その違いは以下の通り

①売場面積

経済産業省『商業統計表』に使用されている用語であり、具体的には以下の通り。

事業所が商品を販売するために実際に使用している売場の延床面積を指し、食堂・喫茶、野外展示場、配送所、階段、連絡通路、エレベーター、エスカレーター、休憩

室、洗面所、事務室、倉庫、他に貸している店舗（テナント分等）は除く。

出典：経済産業省『商業統計表（市区町村表）』P 12。

②店舗面積

東洋経済新報社『全国大型小売店総覧』に用いられている用語であり、具体的には以下の通り。

2001年1月までに開店した店舗では、原則として大店法3条による確定した店舗面積。また2001年2月以降に開店した既存店及び新設・変更予定店については原則として大店立地法に則って大型店設置者が届け出た店舗面積、あるいは出店後の実際の営業面積。

なお、大店法と大店立地法では通路等の取扱いなどで、その範囲は異なる。

出典：東洋経済新報社『全国大型小売店総覧2003』P 7。

- (18) 都市分析のフレームワークに関しては、拙稿「都市間競争のダイナミズム」（『第一経大論集第31巻第4号』2001年、拙稿「都市間競争と業種変動」（『第一経大論集第30巻第4号』2000年、岩永忠康「都市小売業と分析課題」建野堅誠・岩永忠康編著『都市小売業の構造と動態』創成社1999年P 3-P 4、鈴木武「分析視角」九州流通白書編集委員会編『1984年度九州流通白書』九州流通政策研究会1985年 P 17-P 20 などを参照のこと。
- (19) 牛乳小売業、自動車小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業の事業所では売場面積の調査を行っていない。
出典：経済産業省 前掲書 前掲ページ。
- (20) 新宮町の大型商業集積（大型小売店）は、店舗面積1万 m^2 を超えるものが2店をはじめ、延べ10店5万8千 m^2 、久山町には1万 m^2 を超えるものが2店をはじめ、3店延べ6万6千 m^2 、穂波町には店舗面積1万 m^2 を超えるものが1店をはじめ、10店延べ5万1千 m^2 がある。特に久山町は1施設で6万5千 m^2 で、これは、当時（2002年）、天神地区の百貨店・寄合百貨店の単独店舗で敵うものはなく、同地区の百貨店3店の店舗面積計14万2千 m^2 の約46%を占める巨大なものである。
週刊東洋経済（編）前掲書 P 1555-P 1557、P 1591-P 1592、P 1596。
- (21) 佐賀県で最も店舗面積が大きい施設は3万8千 m^2 （大和町）であるが、1万 m^2 を超える大型商業施設をもつ都市は、県全体49都市中9都市（うち市部6都市）であり、市部の力が強いことがわかる。また上峰町の大型商業施設は2店2万5千 m^2 であるが、うち1店がその9割弱を占めている。
週刊東洋経済（編）同上書 P 1605-P 1619。
- (22) 長崎市の大型商業施設は45店・店舗面積合計約24万 m^2 であるが、このうち2000年に開店した2商業施設で25%以上を占め、いずれも県内で五指に入るほどの大型商業施設である。すなわちこれが吸引力指数に大きく影響していると考えられる。
また佐世保市の大型商業施設は34店・約17万 m^2 、佐々町は4店・約1万2千 m^2 であり、店舗面積1万 m^2 以上の施設はない。
週刊東洋経済（編）同上書 P 1621-P 1637。
- (23) 熊本市の大型商業施設は100店・46万1千 m^2 、荒尾市は8店・4万6千 m^2 、八代市

は17店・7万 m^2 、宇土市は8店・5万3千 m^2 であるが、同県で最大のものは、店舗面積4万8千 m^2 （南関町）である。

週刊東洋経済（編） 同上書 P 1639-P 1664。

- (24) 大分市の大型商業施設は74店・42万6千 m^2 、臼杵市は10店・3万7千 m^2 である。三光村は2店・2万4千 m^2 であるが内1施設で同村の8割超を占める。なお同県で最大のものは、店舗面積6万5千 m^2 （大分市）であり、この施設が大分市の吸引度指数に多大な影響を与えたことは間違いない。

週刊東洋経済（編） 同上書 P 1665-P 1683。

- (25) 宮崎市の大型商業施設は59店・23万 m^2 、延岡市は21店・6万8千 m^2 、日向市は11店・5万4千 m^2 、小林市は12店・3万 m^2 、都城市は25店・8万7千 m^2 、である。高鍋町は7店・1万6千 m^2 であるが、1万 m^2 はおろか5千 m^2 の施設すらない。なお同県で最大のものは、店舗面積3万3千 m^2 （宮崎市）であり、これは他県に比較して比較的小規模であるといえる。

週刊東洋経済（編） 同上書 P 1685-P 1703。

- (26) 鹿児島市の大型商業施設は77店・27万4千 m^2 、指宿市は8店・3万3千 m^2 である。東町には大型商業施設はない。なお同県で最大のものは、店舗面積3万 m^2 （鹿児島市）で、しかも同市の中心商店街に立地する百貨店であり、このことは吸引力指数の数値（2002年数値130.68）と併せて、同県の同市の中心商店街が未だに吸引力を維持していることを意味するものであろう。

週刊東洋経済（編） 同上書 P 1705-P 1728。

- (27) 那覇市の大型商業施設は33店・店舗面積15万7千 m^2 、具志川市は9店・6万5千 m^2 である。北谷町は7店・4万8千 m^2 である。なお同県で最大のものは、店舗面積2万9千 m^2 （那覇市）である。

週刊東洋経済（編） 同上書 P 1729-P 1741。

- (28) データ出所：『地域経済要覧2003』東洋経済新報社2002年P 1621-P 1638。
- (29) 参考コメント及びデータ出所：岡本裕志「長崎市の傾斜市街地について」長崎経済研究所『ながさき経済』2002年12月号P 30。
- (30) データ出所：西日本新聞社マーケティンググループ編「九州データブック2005」西日本新聞社2004年P 177-178。
- (31) データ出所：週刊東洋経済（編）『全国大型小売店舗要覧2003』東洋経済新報社2002年P 1621-P 1638。
- (32) これは、①浜町地区が中心商店街であると同時に、近隣地区も含めてオフィスが集中している地域であること、②長崎市の重要な公共交通機関である市内電車の経路上に両店舗があること。③特に「アミュプラザ長崎」はJR長崎駅に隣接していることなどの要因も影響していると考えられる。
- (33) 参考コメント及びデータ出所：岡本裕志「市内主要地における買物調査」長崎経済研究所『ながさき経済』2002年5月号P 35-P 40。
- (34) 同調査は、前記中心商業地区3地区を始めとしてその周辺に立地し、広義において長崎市の中心商業地を形成する商店街の商店の他、その他の地区については市内を東西

南北に分類しアンケート調査を行っているが、有効回答数では中心商業地に立地する個店の回答が過半数を占める。

- (35) 同アンケート調査は第1回調査として平成12年11月～12月にも実施され、今回は第2回目に相当する。そして、「影響を受けた」との回答は、第1回調査より今回調査の方がやや増加しており、両巨大店舗の開店の影響が徐々に拡大していることが推察される。
- (36) 参考コメント及びデータ出所：岡本裕志「大型商業施設進出による市内商店街の影響」長崎経済研究所『ながさき経済』2002年5月号P35-P40。
- (37) 同団体の本アンケート調査は電話帳からの無作為抽出した対象者に電話で事前承諾後、調査票を郵送し自記したのち郵送による回収を行うという方式が採用された。
飯田俊之・野田恵介・隈田直宏「生活者が求める九州各都市の「街」地域流通経済研究所『どうなる中心市街地』2002年P2。
- (38) 参考コメント及びデータ出所：野田恵介「九州各都市中心市街地の利用状況と機能評価」地域流通経済研究所 同上書P56-P63。
- (39) 長崎市の路面電車は民営で路線内は均一運賃で100円。1984年に運賃を改訂してから、今日まで堅持しており、日本一安価な路面電車として知られており、現在、低床型バリアフリー車両(LRV)の導入も始まっている。

路線は、本線、桜町・蛍茶屋支線、大浦支線を合わせて4系統・延べ21.1kmであり、平日の最も運行本数の多い区間は「蛍茶屋～公会堂前」の814本であるが、残念ながら、長崎駅前～(夢彩都のある)大波止～(長崎市中心商店街である「浜の町」商店街の入口である)西浜町～(市役所・公会堂等の施設がある)公会堂前～桜町～長崎駅前という循環線は運行されていない。また、大波止地区より浜の町地区へ短絡する幹線道路(通称、県庁坂)もあるが、軌道は敷設されていない(参考資料：田栗優一『長崎「電車」が走る街今昔』JTBパブリッシング2005年、P18、P66、P89、P146)。

また、長崎の路面電車の発達した背景の一つとして、①傾斜地形が多い、②傾斜地に狭い階段状の路地が無数に入り組んでいる、③駐車場の確保が難しい、④幹線道路に限られているため渋滞が発生しやすいなど地形の不利による道路網の整備の遅れやそれにとまなうモータリゼーションの未発達などが挙げられるが、長崎の交通網の整備を検討する上で、この地形の問題は避けて通れない大きな課題である。

先の短絡線(県庁坂)の例では、未だに軌道が敷設されていない大きな理由の一つにこう配の問題もあると思われる。しかしながら今後、市内中心部の回遊性を高める意味からも、短絡線(県庁坂)への路線開設や市内中心部の主要地点を回る循環線の運行なども検討課題の一つであると言える。

- (40) 田代雅彦「多機能化する地方中核都市」財団法人九州経済調査協会『都市再編と地域の変容(99年版九州経済白書)』1999年P147。
- (41) 人口の郊外化やモータリゼーション化は低成長経済に入ってから急速に進展し、1980年代に入ってから本格化した。また、人口の郊外化は1970年代からとくに進展し、それに連動して大型店の出店も都心から郊外へ、大都市部から地方都市(市部)へ、地方都

市 から地方都市（町村部）へ店舗展開が行われた。すなわち大型店の立地は1960年代は50% 台近くが「商店街型立地」で、「郊外立地」は5~10% 台であったのに対して、1975年あたりからその割合は一挙に逆転し、「商店街型立地」は26~27% 台に急速に低下したのに対して、「郊外型立地」は45~46% 台へ急速に上昇したのである。

加えてモータリゼーションの動きも、全国の全世帯の自家用自動車の保有率でみるならば、1965年にはわずか5.7% であったものが、1970年には22.1% へ、さらに1975年は41.8% へ急増し、1980年には56.0% と過半数を超え、1975年から1980年にかけて自家用車の保有率は50% 台に入り、1980年代には60% 台へ、そして1990年代には70% 台へはいつている。

このことから、1970年代半ばから急速にモータリゼーションが進展したことを考えることができよう。

出家健治『零細小売業研究』ミネルヴァ書房2002年P 54-P 55。

- (42) 例えば、1999年現在で、福岡市およびその福岡市周辺では百貨店を除く大型店は60カ所以上に上る。また1989年から1999年に30カ所が開業しているが、その内訳は都心部12カ所、郊外部18カ所で郊外部が多い。ただ、郊外部への出店も主要幹線道路沿いもしくは鉄道沿線が多い（拙稿「都市圏小売流通システムの競争構造」安部文彦・山本久義・岩永忠康編著『現代マーケティングと流通』多賀出版P 164）。

また、1999年7月から2004年までにできたSCを始めとする大型小売業や都市中心部の再開発計画による商店街の改変による売場面積の増加をみてみると、都心部を含む福岡市部242313 m²、周辺部283194 m²で、若干周辺部が多いものの、ほとんど互角であると言える。但し1店舗あたりで見ると、周辺部は市部の約1.4倍になっており、周辺部の方が市部より大型であることが言える（データ出典は西日本新聞社『九州データブック2005』P 121）。

- (43) 岩崎邦彦『都市とリジョーナル・マーケティング』中央経済社1999年P 32-P 35。

さらに、岩崎氏は同書において、中心市街地における商業集積の魅力度が郊外の商業集積の魅力度に比べて半減したケースを分析しており、その結果、経営が成立しない小売業が急増し、郊外への移転や廃業などによって、さらなる空洞化が進み、結果として中心市街における商業集積のさらなる機能低下をまねき、購買力流出をもたらすというマイナス循環を発生させることになることを分析している。

岩崎邦彦 同上書 P 35-P 36。

- (44) わが国でも、僅か200~300mの距離に買物に出かける場合でも、マイカーを使う若者が出てきている（原田英生『ポスト大店法時代のまちづくり』日本経済新聞社1999年P 205）。

ただ、これは最近の治安の悪化等の社会的要因も考慮されなければならないとは言え、過度の自動車使用・自動車依存とも言える現象であり、環境面・資源保護の視点からも 再検討される問題であろう。

- (45) 出家健治 前掲書 P 54-P 55。

- (46) しかし、小売業は単に地域社会や消費者行動の影響を受けるだけではない。逆に小売

業の業態開発が消費者の行動を変化させる側面もある。たとえば、高加工食品の提供は家庭における加工機能を低下させ、家族を消費単位に純化させてきた。また24時間営業は確実に消費者の生活時間に変化をもたらしつつあるなど、小売業と消費者・地域経済はどちらが一方的に影響を与えるのではなく、互いに影響し合い、今日まで発展していることにも留意する必要がある。

石原武政 前掲論文、石原武政・矢作俊行編 前掲書 P 295-P 297。

- (47) なお出家健治氏は、中野安氏の論文を引用しながら、以下のような論旨を展開している。

氏は商店数の減少の中心が中小小売業の中でも特に減少が激しいのは、零細小売業であることを確認した上で、その衰退の原因を参入・退出条件の変化という側面からとらえ、参入面では「競争の激化＝収益性の悪化、労働条件の劣悪性その他により、参入インセンティブが低下している」とみる。そして零細規模クラスでも、競争単位が基本的にはコンビニエンス・ストアのような巨大かつシステム化された集合体に移ってきていることから、一般的には「大企業の傘下にはいることなくして、単独で競争力を保持することはますますむずかしくなってきた」という。そのことは「最も参入が容易であったこの分野でも、参入障壁が著しく高まった」とみている。さらに多様なサービス分野の発展は潜在的参入者にその選択肢を拡大したといえ、そこから参入の抑止作用がはたらいたとみる。また退出面では「小零細商に特有の問題だが、後継者難による廃業が大きな要因」とみる。「これは、たんに店主のライフ・サイクルという自然的要因だけによって規定されるのではなく、かれらが個別的に所属する地域市場における競争の激化、競争力の喪失＝収益性の悪化というすぐれて経済的問題に相関する（もしそれが高収益ないし高収入を保障し、労働条件がよい事業＝仕事であるなら、一般的には後継者難などは生まれまいだろう）」という。そしてあわせて巨大システムなすコンビニエンス・ストアの急速な拡大が対象市場が同じであるだけに、彼らに対し直接の打撃となり、その退出を促進させたと指摘するのである。

出家健治 前掲書 P 54・P 55。

なお、同氏が参考にした中野安氏の論文（原資料）は、同氏によれば、中野安「1980年代の日本の小売業」糸園辰雄編「現代資本主義と流通」（ミネルヴァ書房 1989年）である。

- (48) 大店法と大店立地法との間での主な変更点は、第1に主目的が中小小売の保護から地域環境保全・消費者利益の保護に変わったことである。ここで戦前から続いた「中小商業者保護」の流通政策は完全に終わったことになる。第2は対象店舗面積であり、500 m² 超から 1000 m² 超に変わった。もちろんすでに現行法の中でも実質的に 1000 m² まではほぼ無審査で認められているが、いずれにしても大型化に拍車がかかる。第3は審査内容であり、これまでは店舗面積や閉店時間、休業日数、開店日など申請店舗に直接関わる事項が対象とされてきたが、今後は直接的な事項はまったくなくなり、交通渋滞、ごみ処理、騒音などの地域環境への影響が対象となる。第4は審査期間であるが、これは最長1年と変わらない。第5は審査主体であり、これまでは国または県、政令指定都市であったが、国がなくなり県または政令指定都市（市町村も参

加) へとおりにることになったことである。

山川充夫『大型店立地と商店街再構築』八朔社 2004 年 P 132。

- (49) さらに、山川氏は、大店立地法の問題点を、以下のように述べている。

「(大店立地法の問題点として)、大店立地法での大型店の審査対象区域は市街化区域であり、市街化調整区域は対象外とされている。それだけでなく、大型店が産業立地政策に組み込まれ、不況下で工場や研究所などの誘致が進んでいないもとは、大型店が新たな誘致対象としてとらえられることである。都市計画法の改正で特別用途地区が設置できる 85 市区に対する調査では、この特別用途地区に大型店を積極誘致しようと希望している都市は 21 市に及んでいる。出店規制を考えているのは 64 市区であり規制が強いのは関東や九州、近畿ブロックに多く、また人口規模では 20 万人未満の都市や大都市周辺の住宅都市などで目立っている」と。

山川充夫 同上書 P 132-P 133。

- (50) 山川充夫 同上書 P 133。

- (51) 田中道雄「商店街と地域社会」白石善章／田中道雄編著『現代日本の流通と社会』ミネルヴァ書房 2004 年 P 167-P 168。

- (52) 但し、幹線道路であっても比較的早い時期に開通したものは、既に沿線にさまざまな施設が建設されてしまっている結果、特に郊外型商業集積のような広大な敷地を必要なものについては、土地の絶対量の確保や土地価格等の問題が生じやすい。これに対し新たに道路が開発される際には、比較的そのような問題が克服されやすいといえる。

また交通量が多すぎる幹線道路では渋滞が発生する可能性が高く、このことが逆に買い物を遠ざける可能性もある。その点では幹線道路よりも住宅地内の道路の方が好ましいとする見方もある(川野訓志「神奈川県および国道 16 号線沿線の商業」川野訓志・坂本秀夫・中山健・鷲尾紀吉『ロードサイド商業新世紀』同友館 1999 年 P 73-P 75)。

それから、千葉県木更津市にみられるように、地方の都市の中にはその中心商店街の核となる大型店が閉店したために、中心商店街が大きなダメージを被っている例がある。

このような点を考慮すると、郊外型の大型 SM や SC などは、元々既存の商店街などの商業集積がない(もしくは非常に脆弱な)都市・地域に出店することが少なくないが、都心部・郊外部を問わず、百貨店や郊外型商業集積のような大型店が閉店になった場合、影響は多大であると考えられ、特に中小都市では大都市以上に影響は大きく、最悪の場合、その都市・地域の小売業はほとんど壊滅的な打撃を被り、地域住民の生活基盤さえも大きく揺らぐことが考えられる。このため、大型店の閉店後の地域商業政策は、地域振興やそこに生活する住民の生活維持の視点からも大きな政策課題の一つとなろう。

- (53) 現在の自動車免許保有率は非常に高く、現在 30 歳前後の人々は男性で約 9 割、女性で約 6 割であると言われている。また、高齢者の移動手段として鉄道を利用する割合が低くなっていき、自動車の利用の割合が高くなっていくというデータもある。特に免許保有率が高く常日頃から自動車に慣れ親しんでいる、現在、若～中年の人々がが

高齢者となっていく数十年後を考えると、モータリゼーションはさらに進行する可能性もある、という指摘もなされている。

藤井聡「高齢化社会と交通需要の変化」北村隆一編著『ポスト・モータリゼーション』学芸出版社 2001年 P 175-P 177、P 183。

- (54) 番場博之「中小小売業の役割と今日的課題」阿部真也編『中小小売業と街づくり』大月書店 1995年 P 34-P 35。

- (55) 町村部、特に過疎地域で中心となる小売業は、「よろずや（万屋）」に代表されるように売場面積が500㎡未満で食料品などの日常生活品を品揃えし、セルフサービス方式を用いず、チェーン化されていない事が多い。しかしこれらの小売店は後継者もいないことが多く、商品の仕入先である二次・三次卸が淘汰されつつあり、品質・数量・種類などの面で十分な商品の調達に困難になりつつある。そうした中で、今日の小売業態で注目されるのがCVSの存在である。これは①食料品を中心とした品揃えであること、②商品調達システムが確立されていることが挙げられる。

しかしながら、商圏となる地域の人口密度・配送距離と配送コストなどを考えると多くの問題も抱えているといえよう。

土屋純「コンビニの農山村地域への展開可能性」荒井良雄・箸本健二編 前掲書 P 160-P 162。

- (56) 1997年に熊本市で実施された「商店街実態調査」のなかの「商店街の問題点および課題」という設問項目の中で、上位に上がった項目には従来からの「後継者不足」「駐車場不足」「大型店の悪影響」もあるが、「個店の魅力低下」「業種構成・品揃えの魅力の低下」といった点も上げられている。これは、商店街問題を自分たち（店主）の努力の問題として認識している証左であり、商店街全体の魅力の根源となる個店の活性化の原点は、自店の自己努力ということを物語るものであろう。そして、その骨幹というべきものが、消費者ニーズの内容を念頭において品揃えすることである。それは情報機器で武装する事ばかりでなく、例えば、来店する顧客からの情報や店頭アンケートなど、店頭を軸とした消費者情報の自発的収集方策は数多くあるが、そのような情報収集をしている小売業は意外と少ないのが実情のようである。

出家健治「小売業における自立と連携」熊本学園大学産業経営研究所編『熊本県産業経済の推移と展望』日本評論社 2001年 P 164。

- (57) 毒島龍一氏によると、市民からみた中心街や商店街の活性化には欠くことのできない4つの条件が存在するという。それは①消費者ニーズの個性化・多様化・個性化に 대응する個店の存在、②地域コミュニティに支持を得られ存在意識を認められうる商業機能、③これらを支えるタウンマネジメント組織力、④地方自治体の新たな中心街・商店街活性化への理解と参加、である。

毒島龍一「商店街の支援策」小川雅人・毒島龍一・福田敦著『現代の商店街活性化戦略』創風社 2004年 P 178。

- (58) 例えば、過疎地では配送機能や小分け機能、店舗内陳列の代わりに迅速に取り寄せるサービスなどが重視されると思われるが、これは、中心商店街内での専門店の機能としても重要であり、万屋のような過疎地の生業的小売店が、単に商品を陳列してい

ば販売できたという時代は、終わりを告げつつあるのかも知れない。

(59) 山川充夫 前掲書 P 133。

(60) 例えば東京都の『東京都商店街実態調査』(2002年)によると、NPO等の地域団体との連携について「ある」が20.2%であるのに対し「ない」は65.3%であり、まだまだ進んでいないことがわかる。ただ一方では、「機会があればNPOと連携していきたい」という意見が実績のある商店街で41.9%、実績のない商店街で32.9%あり、意識の高さ・危機感の強さが窺えるものとなっている。

小川雅人「商店街と地域団体との連携」小川雅人・毒島龍一・福田敦著 前掲書 P 134-P 138。

(61) 田中道雄 前掲論文、白石善章／田中道雄編著 前掲書 P 167。

(62) 商店街は、商圈の広さから近隣型・地域型・広域型・超広域型に分類する方法がある(詳しくは拙稿「都市間競争のダイナミズム」第一経大論集第31巻第4号、2003年P 89を参照のこと)。

ただこれからは、ターゲットとなる顧客層、例えば、東京・巣鴨地藏通り商店街にみられるように「高齢者にポイントを絞った商店街」作りや東京・武蔵小山商店街のように江戸時代からの老舗からビデオショップまで揃い、庶民に根ざした「庶民の街」としての商店街作り(池澤寛『市民のための都市再生』学芸出版社2002年P 170、P 176-P 178)などのように、各商店街全体と個々の店舗の方向性を一致させ、顧客層を絞り込み、ある程度統一感のある商店街形成が望まれよう。

また地元企業が参加した中心商店街の核となる百貨店の再生(個店対応)では、熊本市の百貨店である『(旧)熊本岩田屋』が閉店の危機に陥った際、地元企業や阪神百貨店の支援を受け『県民百貨店(くまもと阪神)』として営業を継承した例があり、これも中心商店街再生の一方策と考えることができよう。

麻倉佑輔・大西茜『最新・全国百貨店の店舗戦略』同友館2003年P 134-P 135。

(63) 山川充夫 前掲書 P 133。

(64) この時、例えば退出店舗に対し、新たな新規参入店舗をどのように誘致するか。公園や駐車場などのハード面だけではなく、税制上の優遇措置などのソフト面も含めての支援体制が必要となる。

山川充夫 同上書 同上ページ。

(65) 公共交通機関には2つの大きな領域ないし役割がある。第一は大量輸送機関としての機能である。第二にまちづくりにおいて回遊支援装置としての役割である(安部文康「まちづくりにおける都市交通の役割」石原武政・加藤司『商業まちづくりネットワーク』ミネルヴァ書房2005年P 117)。

前者は都市間高速バスや(大都市圏の環状線などを除く)JR・私鉄などの鉄道が代表例であり、後者は市内循環バス・路面電車などが挙げられ、路面電車は、これまで全国各地で廃止が相次いでいる。ただ九州では長崎市(民営)・熊本市(市営)・鹿児島市(市営)があるが、資源・環境保護の面からもこれら路面電車が再評価されており、本稿の事例調査で取り上げた長崎市のように、中心市街地の回遊性の向上の面からも、これら路面電車の整備は中心市街地活性化方策の検討課題の一つといえよう。

- (66) 例えば、郊外型商業集積である、福岡市西区のマリノアシティは、最寄駅(地下鉄「姪浜駅」)から30~60分毎に無料送迎バスを運行し、近接するマリナタウンでは、同施設内で買物をした消費者に対しバス割引券を配布するなどの例がみられるが、このような対策は、本来、高齢者が多く移動が困難な過疎地の商店街にこそ必要であろう。
- (67) 香川正俊「熊本市中心部の交通と街づくり」熊本学園大学産業経営研究所編 前掲書 P 373。
- (68) 山川充夫 前掲書 P 133。
- (69) 経済産業省『平成14年度 商業統計表(市区町村表)』によれば、九州で最も小売事業所数の少ない都市は沖縄県・北大東村の6事業所(「飲食料品小売業」4、「家具・じゅう器・機械器具小売業」1、「その他の小売業」1)であるが、その他にも10未満の都市が以下の通り存在する。沖縄県・粟国村=9事業所(「飲食料品小売業」4、「その他の小売業」3の計8事業所)、沖縄県・渡名喜村=9事業所(「飲食料品小売業」8、「その他の小売業」1)、熊本県・深田村=9事業所(「飲食料品小売業」4、「家具・じゅう器・機械器具小売業」1、「その他の小売業」4)
- なお、全国的にみると、これら小売事業所数が10未満の都市は、離島部・山間部を中心に12都県・25都市に及んでおり、最も少ない都市は愛知県・富山村(「飲食料品小売業」1事業所のみ)である。