

第8章 松浦市小売業の商圈構造と活動水準

安部文彦

1 はじめに

松浦市は昭和30年3月31日、新御厨町、志佐町、調川町の3町が合併し市制を施行した。翌4月15日には、今福町を編入合併し、同年の国勢調査では人口規模41,113人を誇ることとなった。同市は、当時長崎県北部における産業文化の一つの拠点として栄えていたが、エネルギー需要の変遷の影響をもろに受け、その中心的産業であった石炭産業は衰退し人口の減少傾向が続いた。しかし、今日、

産業振興も功を奏し、人口も増えはじめ、商業環境にも若干の明るさが見えつつある。

2 松浦市小売業の概況

(1) 小売総販売額

昭和63年の松浦市の年間販売額は12,161百万円、57年の9,075百万円と比べ3,086百万円、率にして34.0%の増加となっている。これは、63年の長崎県全体の年間販売額973,405百万円、57年822,899

表Ⅱ-8-1 松浦市小売業の基礎データ

	昭和57年	昭和63年	増 加 率	計 算 式
松浦市人口(人)①	24,665	25,136	1.019	
商店数(店)②	402	356	0.886	
総売場面積(m ²)③	17,723	17,644	0.996	
総従業者数(人)④	1,044	1,184	1.134	
小売総販売額(百万円)⑤	9,075	12,161	1.340	
1店当り売場面積(m ²)⑥	44.09	49.56	1.124	③/②
1店当り従業者数(人)⑦	2.60	3.33	1.281	④/②
1店当り販売額(百万円)⑧	22.57	34.16	1.514	⑤/②
従業者1人当り販売額(万円)⑨	869	1,027	1.182	⑤/④×100
1m ² 当り販売額(万円)⑩	51.20	68.92	1.346	⑤/③×100
店舗密度(人口1,000人当り店舗数)⑪	16.30	14.16	0.869	②/①×1,000
人口集中度(%)	1.54	1.59	1.030	①/県人口
販売集中度(%)	1.10	1.25	1.136	⑤/県販売額
商業人口(人)	17,616	19,803	1.124	⑤/県人口1人当り販売額
人口1人当り販売額(万円)	36.79	48.38	1.315	⑤/①×100

資料：『長崎県の商業』（各年版）

(注) 自動車及び燃料小売業を除く(以下同じ)。

百万円の差150,506百万円、率にして18.3%と比べても松浦市の増加率は大きく上回っている。また、この数値は市部平均増加率17.2%、郡部平均増加率21.5%をも上回り、県内での増加率のトップに位置している。当市の県内小売販売額シェアも、57年の1.1%から63年の1.2%へと0.1ポイント上昇し、商業活動に努力の後が見られる（表Ⅱ-8-1）。

(2) 小売業の商店数・売場面積・従業者数

松浦市の商店数はこの六年間に、46店舗すなわち11.4%の減少となっている。これは県平均増加率0.926倍、市部平均増加率0.932倍、郡部平均増加率0.915倍のいずれと比べてもその減少の程度は激しく、小売業販売額の場合とは逆に、店舗の減少率でトップとなっている。

売場面積の増加率は0.996倍で実質的には減少しており、県平均1.130倍、市部平均1.150倍、さらに郡部平均1.088倍さえも下回っている。しか

しそれにもかかわらず、総従業者数は1.134倍に増加し、増加率において県平均1.042倍、市部平均1.031倍、さらに郡部平均1.069倍を大きく上回っている。このことは、1店当り販売額の増加率1.514倍、従業者1人当り販売額の増加率1.182倍などの数値を含めて考察することによって、よりよく理解できるように、この期間中、小売商業の活動が活発になり、近代化、合理化が進んだことを意味している（表Ⅱ-8-1）。

3 松浦市小売業の競争環境

(1) 行政人口と商業人口

当市の行政人口は、昭和57年の24,665人から63年の25,136人へと471人増、増加率1.019倍となっている。これは、県全体の増加率0.992倍、郡部の増加率0.980倍でそれぞれ微減、市部計では増加率1.000で変化なしの中では、若干の明るい商

表Ⅱ-8-2 県内各都市の人口

	行政人口		
	57	63	63/57
長崎県	1,597,294 (100.0)	1,585,121 (100.0)	0.992
(市部計)	982,891 (61.5)	982,939 (62.0)	1.000
松浦市	24,665 (1.5)	25,136 (1.6)	1.019
長崎市	446,083 (27.9)	445,814 (28.1)	0.999
佐世保市	253,538 (15.9)	248,958 (15.7)	0.982
島原市	46,199 (2.9)	45,276 (2.9)	0.980
諫早市	83,412 (5.2)	88,032 (5.6)	1.055
大村市	66,546 (4.2)	70,783 (4.5)	1.064
福江市	32,373 (2.0)	30,663 (1.9)	0.947
平戸市	30,075 (1.9)	28,277 (1.8)	0.940
(郡部計)	614,403 (38.5)	602,182 (38.0)	0.980

資料：『全国市町村要覧』第一法規出版（各年版）
 (注) 行政人口は各年3月31日現在。()内は構成比。

松浦市小売業の商圈構造と活動水準

表Ⅱ-8-3 県内各都市の商業人口

	商 業 人 口		
	57	63	63/57
長 崎 県	- (100.0)	- (100.0)	-
(市部計)	1,194,631 (74.8)	1,174,832 (74.1)	0.983
松 浦 市	17,616 (1.1)	19,803 (1.2)	1.124
長 崎 市	577,701 (36.2)	566,475 (35.7)	0.981
佐世保市	305,576 (19.1)	287,132 (18.1)	0.940
島 原 市	61,207 (3.8)	62,117 (3.9)	1.015
諫 早 市	98,061 (6.1)	108,263 (6.8)	1.104
大 村 市	72,555 (4.5)	73,860 (4.7)	1.018
福 江 市	39,283 (2.5)	34,631 (2.2)	0.882
平 戸 市	22,632 (1.4)	22,551 (1.4)	0.996
(郡部計)	402,663 (25.2)	410,289 (25.9)	1.019

資料：『長崎県の商業』各年版（以下同じ）

(注) (1) 商業人口＝各市郡小売販売額／県人口1人当り販売額

(2) ()内は構成比。

業環境といえる。なぜなら、人口増は、おのずから市場の増加に結びつけることができるからである（表Ⅱ-8-2）。

商業人口は、当該都市小売総販売額を県人口1人当り販売額で除して算出する。これは当該都市が、市域外からどれだけの顧客を引き寄せ得たか、あるいは当該都市在住顧客を市域外へ逃がしているかを示す数値である。松浦市の場合、57年の17,616人から63年の19,803人へ2,187人増、増加率1.124倍となり市部平均増加率0.983倍、郡部平均増加率1.019倍のいずれをも上回っていて良好な活動成果を示したことになっている（表Ⅱ-8-3）。しかし、当該都市人口が県全体の人口に占める比率、いわゆる人口集中度と当該都市販売額が県総販売額に占める比率、いわゆる販売集中度の関係から見ると、決して楽観することはできない。すなわち、63年の人口集中度1.59%に対し

販売集中度は1.25%であり、その差0.34%は、松浦市民が市域外の商業施設へ、商品を求めて買物に出かけたことを物語っており、商業者の努力が期待される場所である（表Ⅱ-8-1）。

(2) 店舗密度と店舗規模

松浦市の店舗密度は、昭和63年に人口1,000人当り14.2店で、これは57年の16.3店より2.9%減少しており、57年には、県および市部平均より店舗密度は高かったが、63年現在、県および市部平均に近い数値となった（表Ⅱ-8-4）。

また、1店当り売場面積でもって示される平均店舗規模は、昭和63年には49.6㎡になり、57年が44.1㎡で1.125倍増加しているが、63年の県平均56.6㎡、市部平均62.1㎡と比べれば、それぞれ87.63%、79.87%の規模である（表Ⅱ-8-5）。

(3) 施設密度

施設密度も当市の場合、57年が71.9㎡、63年が

表Ⅱ-8-4 店舗密度

	商店数		行政人口		店舗密度		
	57	63	57	63	57	63	63/57
長崎県	24,701	22,862	1,597,294	1,585,121	15.5	14.4	0.929
(市部計)	15,249	14,217	982,891	982,939	15.5	14.5	0.935
松浦市	402	356	24,665	25,136	16.3	14.2	0.871
長崎市	6,893	6,453	446,083	445,814	15.5	14.5	0.935
佐世保市	3,832	3,445	253,538	248,958	15.1	13.8	0.914
島原市	879	846	46,199	45,276	19.0	18.7	0.984
諫早市	1,143	1,148	83,412	88,032	13.7	13.0	0.949
大村市	910	873	66,546	70,783	13.7	12.3	0.898
福江市	664	616	32,373	30,663	20.5	20.1	0.980
平戸市	526	480	30,075	28,277	17.5	17.0	0.971
(郡部計)	9,452	8,645	614,403	602,182	15.4	14.4	0.935

(注) 店舗密度 = $\frac{\text{店舗数}}{\text{行政人口}} \times 1,000$

表Ⅱ-8-5 店舗規模

	売場面積		商店数		店舗規模 (㎡)		
	57	63	57	63	57	63	63/57
長崎県	1,144,932	1,293,583	24,701	22,862	46.4	56.6	1.220
(市部計)	767,004	882,369	15,249	14,217	50.3	62.1	1.235
松浦市	17,723	17,644	402	356	44.1	49.6	1.125
長崎市	311,460	370,451	6,893	6,453	45.2	57.4	1.270
佐世保市	210,183	223,048	3,832	3,445	54.8	64.7	1.181
島原市	48,751	54,855	879	846	55.5	64.8	1.168
諫早市	71,248	98,445	1,143	1,148	62.3	85.8	1.377
大村市	57,383	66,972	910	873	63.1	76.7	1.216
福江市	27,610	28,256	664	616	41.6	45.9	1.103
平戸市	22,646	22,698	526	480	43.1	47.3	1.097
(郡部計)	377,928	411,214	9,452	8,645	40.0	47.6	1.190

(注) 店舗規模 = $\frac{\text{売場面積}}{\text{店舗数}}$
(1店当りの売場面積)

松浦市小売業の商圈構造と活動水準

表Ⅱ-8-6 施設密度

	売 場 面 積		行 政 人 口		施 設 密 度 (㎡)			指 数 (県=1.000)		
	57	63	57	63	57	63	63/57	57	63	63/57
長 崎 県	1,144,932	1,293,583	1,597,294	1,585,121	71.7	81.6	1.138	1.000	1.000	1.000
(市部計)	767,004	882,369	982,891	982,939	78.0	89.8	1.151	1.089	1.100	1.010
松 浦 市	17,723	17,644	24,665	25,136	71.9	70.2	0.977	1.003	0.860	0.857
長 崎 市	311,460	370,451	446,083	445,814	69.8	83.1	1.191	0.974	1.018	1.045
佐世保市	210,183	223,048	253,538	248,958	82.9	89.6	1.081	1.156	1.098	0.950
島 原 市	48,751	54,855	46,199	45,276	105.5	121.2	1.149	1.471	1.485	1.010
諫 早 市	71,248	98,445	83,412	88,032	85.4	111.8	1.309	1.191	1.370	1.150
大 村 市	57,383	66,972	66,546	70,783	86.2	94.6	1.097	1.202	1.159	0.964
福 江 市	27,610	28,256	32,373	30,663	85.3	92.2	1.081	1.190	1.130	0.950
平 戸 市	22,646	22,698	30,075	28,277	75.3	80.3	1.066	1.050	0.984	0.936
(郡部計)	377,928	411,214	614,403	602,182	61.5	68.3	1.111	0.858	0.837	0.976

(注) 施設密度 = $\frac{\text{売場面積}}{\text{行政人口}} \times 100$

70.2㎡で0.977倍となった。この数値は、63年の県平均81.6㎡、市部平均89.8㎡と比べると、それぞれ86.03%、78.17%の商業施設を有するのみである。しかも、市部・郡部も含めて、全県的に商業施設が増大した中で、当市のみが2.3%の減少となった(表Ⅱ-8-6)。

以上のことをまとめると、松浦市は人口が漸増傾向にある中で、商店総数を淘汰させつつ結果として総売場面積を僅かに減少させた。しかし、店舗規模拡大と効率向上を大きく進め販売額の増大に努力し、商業人口の増加にもつながらせたといえよう。

4 松浦市小売業の顧客吸引力

松浦市の吸引力指数は、昭和57年の0.715から63年の0.788へと1.102倍増加し、伸び率県内随一である。当市はこの6年間、店舗の大型化や従業者

の増員を行った上で、後で論じるように、人的効率ならびに売場効率の向上にかなりの成果を納め、市全体としても県内最高の販売額の増加率1.340倍を達成している。それにもかかわらず、当市の吸引力指数は、県下最下位の地位に甘んぜざるを得なかったわけである。そして、この6年間総売場面積が全く増えず、むしろ0.977倍の微減となっていることが気になることである(表Ⅱ-8-7)。

また、都市小売業の顧客吸引力は、都市人口1人当たり販売額でもって代替的に説明されることもある。なお、人口1人当たり販売額は、当該都市小売販売額を行政人口で除することによって得られる。

松浦市の人口1人当たり販売額は、昭和63年現在48.4万円で、57年の36.8万円と比べて11.6万円増、1.315倍となっている。一方、県人口1人当たり販売額は、57年51.5万円、63年61.4万円で9.9万円

表Ⅱ-8-7 吸引度の変化

	人口1人当り販売額(万円)			吸引度指数		
	57	63	63/57	57	63	63/57
長崎県	51.5	61.4	1.192			
(市部計)	62.6	73.4	1.173	1.216	1.195	0.983
松浦市	36.8	48.4	1.315	0.715	0.788	1.102
長崎市	66.7	78.0	1.169	1.295	1.270	0.981
佐世保市	62.1	70.8	1.140	1.206	1.153	0.956
島原市	68.3	84.3	1.234	1.326	1.373	1.035
諫早市	60.6	75.5	1.246	1.177	1.230	1.045
大村市	56.2	64.1	1.141	1.091	1.044	0.957
福江市	62.5	69.4	1.110	1.214	1.130	0.931
平戸市	38.8	49.0	1.263	0.753	0.798	1.060
(郡部計)	33.8	41.8	1.237	0.656	0.681	1.038

(注) 人口1人当り販売額 = $\frac{\text{小売販売額}}{\text{行政人口}}$ 、吸引度指数 = $\frac{\text{都市人口1人当り販売額}}{\text{県人口1人当り販売額}}$ または $\frac{\text{商業人口}}{\text{行政人口}}$

増、1.192倍となり、購買力水準は県平均を大きく下回ってはいるが、増加率において、県平均を上回る結果となっている(表Ⅱ-8-7)。

このことは、以下の関係式で示すことができる。

人口1人当り販売額の増加率 = $\frac{\text{小売総販売額の増加率}}{\text{行政人口の増加率}}$

松浦市 (1.315) = (1.340) ÷ (1.019)

長崎県 (1.192) = (1.183) ÷ (0.992)

上記に若干の説明をしよう。松浦市が、人口1人当り販売額の増加率で1.315倍という県下随一の高い成長を達成し得たのは、行政人口の増加率1.019倍が、県内8都市中第3位という追い風状況の中で、さらに、小売総販売額が1.340倍という最高の増加率であったことによる(表Ⅱ-8-7および表Ⅱ-8-2)。

以上のことから、松浦市を長崎県全8都市から考察しいかなる性格づけができるであろうか。

松浦市の63年の吸引度指数は0.788、人口1人

当り販売額は48.4万円であり、同年の市部平均それぞれ1.195、73.4万円と比べ、両数値を下回っている。また、次の章で論じる63年の売場効率1㎡当り68.9万円は、市部平均81.8万円をも下回ることになり、松浦市は、商圏の狭いすなわち狭域型都市といえよう。

5 松浦市小売業の活動成果

では、長崎県内各都市相互間における松浦市の位置づけという視点で、松浦市小売業の6年間におよぶ活動成果水準を、販売効率の面から見ていくことにする。

(1) 売場効率

松浦市の売場効率は、この6年間で1.346倍という大幅な効率向上があった。実数を見ると、昭和57年の1㎡当り販売額が51.2万円、63年が68.9万円であって、売場効率の順位では県内8都市中

松浦市小売業の商圈構造と活動水準

57が最下位、63年には、県下第1位という効率上昇を達成し、よって売場効率第5位へと急上昇をした。それにもかかわらず、市部平均81.8万円に程遠い状況である。というのは、8都市中41.98

%もの広い売場面積シェアを持ち、かつ売場効率も県内において抜きん出ている長崎市が、いかに売場効率の平均値を押し上げているかが理解できよう（表Ⅱ-8-8）。

表Ⅱ-8-8 売場効率

	1㎡当り販売額（売場効率）万円			売場効率指数（県=1,000）		
	57	63	63/57	57	63	63/57
長崎県	71.9	75.2	1.046	1.000	1.000	1.000
（市部計）	80.2	81.8	1.020	1.115	1.088	0.976
松浦市	51.2	68.9	1.346	0.712	0.916	1.287
長崎市	95.6	93.9	0.982	1.330	1.249	0.939
佐世保市	74.9	79.1	1.056	1.042	1.052	1.010
島原市	64.7	69.5	1.074	0.900	0.924	1.027
諫早市	70.9	67.5	0.952	0.986	0.898	0.911
大村市	65.1	67.7	1.040	0.905	0.900	0.994
福江市	73.3	75.3	1.027	1.019	1.001	0.982
平戸市	51.5	61.0	1.184	0.716	0.811	1.133
（郡部計）	54.9	61.3	1.117	0.764	0.815	1.067

(2) 人的効率

松浦市小売業の人的効率の上昇は、この6年間で1.182倍という県内8都市中第1位という好成績ではある。しかし、もともと人的効率そのものは低く、57年における従業者1人当り販売額は869万円、これを人的効率指数にすると0.832で県下最下位に位置していた。そして、63年現在においてもなお、市部平均1,264万円はおろか、県平均1,186万円の水準にも達し得ずにいる状態である。しかし、当市の小売業は店舗の淘汰0.886倍と小売総販売額の増加1.340倍を同時に達成した。その主たる要因の1つとして、人的効率の向上1.182倍と1店当り従業者数の増加1.281倍があるといえよう（表Ⅱ-8-9および表Ⅱ-8-1）。

以上述べてきたように、松浦市を2つの活動成

果指標で見ると物的・人的効率向上の跡は十分認められる。しかし、その水準を県内各都市と比較する限り、当市は行政的には、文字どおり都市地区でありながらも郡部の指標に似ていて、63年の便宜性指数あるいは吸引力指数0.788が示すように、買物に不便すなわち魅力度の低い街となっている。

6 松浦市の業種構造分析

松浦市小売業のこの6年間における推移は、一口で言えば、商店数と売場面積を減らし、従業者数を若干増やした。そして、その上で販売額を大幅に増大させ、増加率において県内トップを飾ったといえることができる。では、いかなる業種がど

表Ⅱ-8-9 人的効率

	従業者1人当り販売額(人的効率)万円			人的効率指数(県=1,000)		
	57	63	63/57	57	63	63/57
長崎県	1,045	1,186	1.135	1.000	1.000	1.000
(市部計)	1,112	1,264	1.137	1.064	1.066	1.002
松浦市	869	1,027	1.182	0.832	0.866	1.041
長崎市	1,143	1,295	1.133	1.094	1.092	0.998
佐世保市	1,094	1,263	1.154	1.047	1.065	1.017
島原市	1,052	1,177	1.119	1.007	0.992	0.985
諫早市	1,211	1,372	1.133	1.159	1.157	0.998
大村市	1,071	1,263	1.179	1.025	1.065	1.039
福江市	1,066	1,093	1.025	1.020	0.922	0.904
平戸市	874	968	1.108	0.837	0.816	0.975
(郡部計)	886	1,006	1.136	0.848	0.848	1.000

ういう活動をすることによって、全体として上に述べたような結果に結びついたかを、業種ごとにかつ活動要因の相互の関連性を踏まえて検討してみよう。

(1) 小売業の業種別規模と効率

① 業種別規模等

織物・衣服・身の回り品小売業は、1店当り従業者数が57年の2.78人から63年の3.19人へ1.149倍、1店当り売場面積が71.88㎡から78.49㎡へ1.092倍、1店当り販売額が30.68百万円から34.84百万円へ1.136倍となっているが、それ程注目すべき数値ではない。しかし、その小分類項目である婦人・子供服小売業は、商店数の増加に比例して従業者数1.457倍、売場面積1.559倍、販売額1.492倍へと大きく伸ばしている。しかし、これは総数で言えることであって、既存のものと同程度の規模の店が多く出店したことを意味していて、規模拡大が進んだわけではなかった(表Ⅱ-8-11および表Ⅱ-8-12)。

続いて飲食料品小売業は、この6年間で、商店数を0.866倍に、売場面積を0.977倍に減少させながらも、従業者数を1.151倍に、さらに販売額を大きく1.460倍へと増加させている。また、規模拡大も順調に進められ、1店当り販売額を1.686倍に、1店当り従業者数を1.329倍に、1店当り売場面積を1.128倍にしている。その小分類項目である各種食料品小売業は、昭和63年現在、1店当り従業者数5.56人、1店当り売場面積119.08㎡、1店当り販売額90.28百万円となっていて、飲食料品小売業に比べてかなりの大型化が進んでいるが、この6年間における規模の拡大率に関しては大きな開きはない(表Ⅱ-8-10、表Ⅱ-8-11、表Ⅱ-8-12)。

一方、家庭用機械器具小売業は、商店数を僅かに0.957倍へと減少させつつ、従業者数1.036倍、売場面積1.299倍、販売額1.284倍へと増大させ、1店当り販売額など規模拡大も順調に推移した。また、医薬品・化粧品小売業は商店数

松浦市小売業の商圈構造と活動水準

1.625倍、販売額1.800倍、従業者数線1.706倍、
売場面積1.795倍へと大きく成長したが、店舗規
模などはほとんど変化がなかった。このことは、
すなわち、市場の増大につれて現在と同規模の

店舗が数多く出店したことを意味することにな
り、婦人・子供服小売業と似た傾向を辿ってい
る（表Ⅱ-8-10、表Ⅱ-8-11、表Ⅱ-8-
12）。

表Ⅱ-8-10 業種別推移

	商 店 数		従 業 者 数		売場面積 (㎡)		販売額 (百万円)	
	57	63	57	63	57	63	57	63
小 売 業 計	396	352	1,031	1,178	17,652	17,502	9,028	12,134
各 種 商 品	1	—	x	—	x	—	x	—
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	40 (11)	37 (17)	111 (35)	118 (51)	2,875 (839)	2,904 (1,308)	1,227 (488)	1,289 (728)
飲 食 料 品 (各種食料品)	216 (31)	187 (36)	535 (141)	616 (200)	9,057 (3,150)	8,850 (4,287)	4,901 (1,704)	7,154 (3,250)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	51 (23)	46 (22)	162 (83)	x (86)	2,976 (785)	x (1,020)	1,493 (736)	x (945)
そ の 他 (医薬品・化粧品)	88 (8)	82 (13)	x (17)	x (29)	x (303)	x (544)	x (130)	x (234)

資料：通産省『商業統計表』（各年版）、以下同じ。

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。()内の数字は内数。

表Ⅱ-8-11 業種別店舗状況

	1店当り従業者数(人)		1店当り売場面積(㎡)		1店当り販売額(百万円)		1㎡当り従業者数(人)	
	57	63	57	63	57	63	57	63
小売業計(平均)	2.60	3.35	44.58	49.72	22.80	34.47	0.058	0.067
各 種 商 品	x	—	x	—	x	—	x	—
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	2.78 (3.18)	3.19 (3.00)	71.88 (76.27)	78.49 (76.94)	30.68 (44.36)	34.84 (42.82)	0.039 (0.042)	0.041 (0.039)
飲 食 料 品 (各種食料品)	2.48 (4.55)	3.29 (5.56)	41.93 (101.61)	47.33 (119.08)	22.69 (54.97)	38.26 (90.28)	0.059 (0.045)	0.070 (0.047)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	3.18 (3.61)	x (3.91)	58.35 (34.13)	x (46.36)	29.27 (32.00)	x (42.95)	0.054 (0.106)	x (0.084)
そ の 他 (医薬品・化粧品)	x (2.13)	x (2.23)	x (37.88)	x (41.84)	x (16.25)	x (18.00)	x (0.056)	x (0.053)

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。()内の数字は内数。

表Ⅱ-8-12 活動要因指数の推移

		商店数	販売額	従業者数	売場面積	1店当り販売額	1人当り販売額	1店当り従業者数	1㎡当り販売額	1店当り売場面積
		T	S	N	M	S/T	S/N	N/T	S/M	M/T
平均	57	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	63	0.889	1.344	1.143	0.992	1.512	1.176	1.286	1.355	1.116
各種商品	57	-	x	x	x	x	x	x	x	x
	63	-	x	x	x	x	x	x	x	x
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	57	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	63	0.925	1.051	1.063	1.010	1.136	0.989	1.149	1.041	1.092
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(1.545)	(1.492)	(1.457)	(1.559)	(0.966)	(1.024)	(0.943)	(0.957)	(1.009)
飲食料品 (各種食料品)	57	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	63	0.866	1.460	1.151	0.977	1.686	1.268	1.329	1.494	1.128
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(1.161)	(1.907)	(1.418)	(1.361)	(1.643)	(1.345)	(1.221)	(1.401)	(1.172)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	57	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	63	0.902	x	x	x	x	x	x	x	x
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(0.957)	(1.284)	(1.036)	(1.299)	(1.342)	(1.239)	(1.083)	(0.988)	(1.357)
その他 (医薬品・化粧品)	57	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	63	0.932	x	x	x	x	x	x	x	x
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(1.625)	(1.800)	(1.706)	(1.795)	(1.108)	(1.055)	(1.050)	(1.003)	(1.105)

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。

② 業種別効率

この6年間、当市は、自動車・自転車小売業および燃料小売業を除く小売業平均で、売場効率1.356倍、人的効率1.176倍という、県内では非常に高い効率向上を成し遂げた。では具体的には、どんな業種が効率向上への推進力となり得たかを見ることにする(表Ⅱ-8-13および表Ⅱ-8-14)。

当市の場合、売場効率平均値の上昇1.356倍に大きく貢献したのは飲食料品小売業である。なお、飲食料品小売業の従業者数は616人で、

これは、松浦市小売業の業種シェア52.29%を占めることになる。また、売場面積は8,850㎡で業種シェア50.57%、販売額は7,154百万円で業種シェア58.96%、となり、それぞれ過半数を占める主要業種となっている。その上でなお、売場効率の上昇率は1.494倍となっていて、他の業種が売場効率低下か現状維持状態の中で、飲食料品小売業がいかに平均値を押し上げているかが理解できよう。

一方、人的効率は先に述べたように、小売業平均で1.176倍の上昇である。特に注目すべき

松浦市小売業の商圈構造と活動水準

業種は、飲食料品小売業であって1.268倍の伸びを示している。また、その小分類各種食料品小売業も1.345倍という、より高い上昇率である。他に、家庭用機械器具小売業も1.239倍へと人的効率を向上させている。

表Ⅱ-8-13 業種別売場効率

	販売額(百万円)			売場面積(m ²)			1㎡当り販売額(万円)		
	57	63	63/57	57	63	63/57	57	63	63/57
計(平均)	9,028	12,134	1.344	17,652	17,502	0.992	51.14	69.33	1.356
各種商品	x	-	-	x	-	-	x	-	-
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	1,227 (488)	1,289 (728)	1.051 (1.492)	2,875 (839)	2,904 (1,308)	1.010 (1.559)	42.68 (58.16)	44.39 (55.66)	1.040 0.957
飲食料品 (各種食料品)	4,901 (1,704)	7,154 (3,250)	1.460 (1.907)	9,057 (3,150)	8,850 (4,287)	0.977 (1.361)	54.11 (54.10)	80.84 (75.81)	1.494 (1.401)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	1,493 (736)	x (945)	x (1.284)	2,976 (785)	x (1,020)	x (1.299)	50.17 (93.76)	x (92.65)	x (0.988)
その他 (医薬品・化粧品)	x (130)	x (234)	x (1.800)	x (303)	x (544)	x (1.795)	x (42.90)	x (43.01)	x (1.003)

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。

表Ⅱ-8-14 業種別人的効率

	販売額(百万円)			従業者数(人)			従業者1人当り販売額(万円)		
	57	63	63/57	57	63	63/57	57	63	63/57
計(平均)	9,028	12,134	1.344	1,031	1,178	1.143	875.65	1,030.05	1.176
各種商品	x	-	-	x	-	-	x	-	-
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	1,227 (488)	1,289 (728)	1.051 (1.492)	111 (35)	118 (51)	1.063 (1.457)	1,105.41 (1,394.29)	1,092.37 (1,427.45)	0.988 (1.024)
飲食料品 (各種食料品)	4,901 (1,704)	7,154 (3,250)	1.460 (1.907)	535 (141)	616 (200)	1.151 (1.418)	916.07 (1,208.51)	1,161.36 (1,625.00)	1.268 (1.345)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	1,493 (736)	x (945)	x (1.284)	162 (83)	x (86)	x (1.036)	921.60 (886.75)	x (1,098.84)	x (1.239)
その他 (医薬品・化粧品)	x (130)	x (234)	x (1.800)	x (17)	x (29)	x (1.706)	x (764.71)	x (806.90)	x (1.055)

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。

(2) 業種別活動水準の相関分析

前節では、松浦市小売業の業種別規模・効率などについて論じ全体的特徴を明らかにした。本節ではさらに進めて、業種別に活動要因を指数化し、分析を進めることによって、販売額の変動にいかなる要因が多くかかわっているかを明らかにする。

さて、販売額の変動とその規定要因との相関関係から考察するに、次の4つの関係式が成り立つ¹⁾。以下、これらの関係式に、表Ⅱ-8-12の活動要因指数をあてはめることによって検討を加えたい。

- ① 販売額の増加率 = 店舗数の増加率 × 1店当り販売額の増加率
- ② 販売額の増加率 = 店舗数の増加率 × 人的効率の上昇率 × 1店当り従業者数の増加率
- ③ 販売額の増加率 = 売場面積の増加率 × 売場効率の上昇率
- ④ 販売額の増加率 = 店舗数の増加率 × 売場効率の上昇率 × 1店当り売場面積の増加率
- ① 店舗数と1店当り販売額との関係

まず、①式に表Ⅱ-8-12の小売業平均をあてはめると以下のとおりとなる。

$$(1.344) = (0.889) \times (1.512)$$

すなわち、松浦市小売業平均(自動車・自転車小売業および燃料小売業を除く。以下の分析も同様)の販売増1.344倍をもたらしたのは、1店当り販売額の増加1.512倍によるものである。このことは業種としては、飲食料品小売業、各種食料品小売業および家庭用機械器具小売業にもいえることである。しかし、婦人・子供服小売業の場合は、1店当り販売額はむしろ0.966倍に減少しており、販売額の増加要因は、店舗数の増加率1.545倍によるものである。また、医薬品・化粧品小売業の販売増1.800倍は、商

店数1.625倍と1店当り販売額1.108倍によるものであることが理解できよう。

- ② 店舗数、人的効率および1店当り従業者数との関係

小売業平均を同様にして②式にあてはめると以下のとおりである。

$$(1.344) = (0.889) \times (1.176) \times (1.286)$$

これは、活動要因指数を3つ利用することによって、販売額の増加原因をより詳しく分析しようとするものである。

小売業平均では、商店数が0.889倍に減少しているにもかかわらず販売増1.344倍に貢献したものは、1店当り従業者数1.286倍と人的効率1.176倍である。これに似た業種は飲食料品小売業と家庭用機械器具小売業である。各種食料品小売業と医薬品・化粧品小売業は、活動要因の3指数とも増加させているが、各種食料品小売業では人的効率の上昇1.345倍が、また医薬品・化粧品小売業では、店舗数の増加率1.625倍が販売増への貢献度としては大きい。なお、婦人・子供服小売業は、1店当り従業者数はむしろ0.943倍へ減少させたが、人的効率は1.024倍の微増となっており、販売増に最も貢献度の高い要因は1.545倍を示した店舗増である。

- ③ 売場面積と売場効率との関係

小売業の平均を同様にして③式にあてはめると以下のとおりである。

$$(1.344) = (0.992) \times (1.355)$$

この関係式によると、小売業平均で販売額が1.344倍になったのは、売場面積が0.992倍へと減少したにもかかわらず、売場効率が1.355倍へ大きな効率向上を達し得たからである。小売業平均に類似の傾向を示すものに飲食料品小売

業がある。また、売場面積の増加が主たる要因で販売増に結びつけたものに、婦人・子供服小売業、家庭用機械器具小売業および医薬品・化粧品小売業がある。なお、各種食料品小売業は、売場面積と売場効率の両要因とも大きく伸ばすことによって、1.907倍という高い販売額の増加を達成している。

④ 店舗数、売場効率および1店当り売場面積との関係

小売業の平均を同様に④式にあてはめると以下のとおりである。

$$(1.344) = (0.889) \times (1.355) \times (1.116)$$

上記の関係式により、小売業平均の販売増1.344倍をもたらしたのは、店舗数の0.889倍という減少にもかかわらず、1.355倍という売場効率の上昇と、1.116倍の1店当り売場面積の増加によるものであることが理解できよう。これと同様の活動要因を挙げて説明できる業種は、飲食物品小売業である。なお、織物・衣服・身の回り品小売業も、販売額の大幅な増加は得られてないとはいえ同様の説明ができる。また、各種食料品小売業は3要因ともまんべんなく増加させ、1.907倍という販売増へ結びつけた。婦人・子供服小売業は主として店舗数の増加1.545倍により、また、家庭用機械器具小売業は1店当り売場面積の増加1.357倍によって販売増とし、さらに医薬品・化粧品小売業は、主として店舗数の増加1.625倍によってそれを達成している。

7 むすび

これまで、松浦市小売業の昭和63年現在における状況とそれに至る6年間の推移を、主として産業組織論的アプローチを用いて分析してきた。

最後にここで、むすびとして、57年から63年に至る2点間を、商業統計の基本的数値である店舗数、従業者数、売場面積、販売額を中心に松浦市小売業の動向を見ていこう。

当市小売業は店舗数と売場面積が減少し、従業者数は若干の伸びを示したが、特に販売額の増加がいちじるしい。個々の業種に目を転じると、中分類すべての業種が店舗数を減少させているなかで、小分類である各種食料品小売業の店舗数増加は注目に値する。各種食料品小売業は、それと並行して従業者数と売場面積を増加させつつ店舗の大型化を進め、人的・物的効率化を図ることに成功した。そして、この6年間で1.907倍の販売増を達成した。ちなみに、松浦市小売業における各種食料品小売業という業種シェアをみると、店舗数シェアでは57年の7.83%から63年の10.23%へ、販売額シェアでは57年の18.87%から63年の26.78%へとシェア拡大が進んでいる。すなわち、63年現在の各種食料品小売業は、約10%の店舗数で約27%の販売額を構成していることになる(表Ⅱ-8-10および表Ⅱ-8-11)。そして、自動車・自転車小売業および燃料小売業を除く当市の販売額の増加分3,106百万円のうち2,253百万円、構成比にして72.54%は、実に各種食料品小売業を含む飲食物品小売業が占めているのである。

また、織物・衣服・身の回り品小売業、家庭用機械器具小売業ならびに医薬品・化粧品小売業も規模拡大の努力が見られる。

しかし、当市が長崎県の北端に位置し、各種数値、指標から見て郡部の性格を色濃く残していることは事実である。その中において当市は人口の漸増傾向という好環境を受けて、商業人口を増やし顧客吸引力を高めつつあるといえよう。

〔注〕

- 1) 活動要因相関分析の関係式は、鈴木 武「分析視角」『都市小売業の商圈構造と活動水準』九州流通政策研究会、昭和63年、pp.16~18を利用した。