

## 第7章 平戸市小売業の商圈構造と活動水準

安部文彦

### 1 平戸市小売業の概況

平戸市は歴史の重みを今なお伝える街である。佐世保バスターミナルより1時間余り、平戸大橋を渡ると、そこを起点に南西の方向へ細長く続く平戸島全島が平戸市となっている。当市は昭和30年1月1日、平戸町、中野村、獅子村、紐差村、中津良村、津吉村、志々伎村の1町6村が合併し、平戸市へ昇格した。市制制定当初は、43,302人という最大の人口規模を容れていたが、35年40,879人、40年36,602人、45年32,865人、50年30,728人

と衰退の一途をたどっている。産業別就業人口を見ると、農林水産業が昭和30年の13,978人から50年の6,771人、さらに60年4,967人へと急速に減少しており代わって第3次産業の漸増、とくにサービス業の増加が注目される。

さて、表Ⅱ-7-1などにより最近の平戸市小売業の現状と推移を見てみよう。

#### (1) 小売業の商店数

昭和57年の平戸市の商店数は526店、63年は480店で46店の減少、増加率0.913倍となっている。これは県全体の商店数が57年24,701店、63年

表Ⅱ-7-1 平戸市小売業の基礎データ

	昭和57年	昭和63年	増 加 率	計 算 式
平戸市人口(人)①	30,075	28,277	0.940	
商店数(店)②	526	480	0.913	
総売場面積(m <sup>2</sup> )③	22,646	22,698	1.002	
総従業者数(人)④	1,334	1,431	1.073	
小売業総販売額(百万円)⑤	11,660	13,848	1.188	
1店当り売場面積(m <sup>2</sup> )⑥	43.05	47.29	1.098	③/②
1店当り従業者数(人)⑦	2.54	2.98	1.173	④/②
1店当り販売額(百万円)⑧	22.17	28.85	1.301	⑤/②
従業者1人当り販売額(万円)⑨	874	968	1.108	⑤/④×100
1m <sup>2</sup> 当り販売額(万円)⑩	51.49	61.01	1.185	⑤/③×100
店舗密度(人口1,000人当り店舗数)⑪	17.49	16.97	0.970	②/①×1,000
人口集中度(%)	1.88	1.78	0.947	①/県人口
販売集中度(%)	1.42	1.42	1.004	⑤/県販売額
商業人口(人)	22,632	22,551	0.996	⑤/県人口1人当り販売額
人口1人当り販売額(万円)	38.77	48.97	1.263	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)。

22,862店で1,839店の減少、増加率0.926倍であるのに比較して、減少の程度は高い（表Ⅱ-7-1および表Ⅱ-7-4）。

## (2) 小売業の売場面積

昭和57年の売場面積は22,646㎡、63年は22,698㎡で、その間52㎡、率にして0.2%という微々たる増加にとどまっている。これは県全体の総売場面積が57年1,144,932㎡、63年1,293,583㎡で、増加面積148,651㎡、増加率13.0%から見ると、平戸市はかなり下回っており、小売商業施設にあまり変化がなかったことになる（表Ⅱ-7-1および表Ⅱ-7-5）。

## (3) 小売業従業者数

平戸市の昭和63年の従業者数は1,431人で、57年の1,334人と比べて97名、率にして7.3%増となっている。これは県全体が63年82,102人、57年78,772人で3,330人、率にして4.2%増であることと比べて、増加率は県平均より高い（表Ⅱ-7-1）。

## (4) 小売業総販売額

昭和63年の当市の年間販売額は13,848百万円である。これは、57年と比べ2,188百万円、率にして18.8%の増加となる。なお、これを県全体と比べると、57年の年間販売額822,899百万円から63年の973,405百万円へと、その差150,506百万円、率にして18.3%増であることからして、ほぼ同水準で伸びていることになる（表Ⅱ-7-1および表Ⅱ-7-7）。

## 2 平戸市小売業の集積構造

### (1) 行政人口

平戸市の昭和63年の人口は28,277人である。こ

れは、57年の30,075人より1,798人減、減少率6.0%である。長崎県全体が57年の1,597,294人から63年の1,585,121人へと12,173人減、減少率0.8%となっている。そして、この人口の減少はおのずから商業環境悪化を意味することになる。ちなみに、この期間の長崎県市部人口の総計は殆ど変動はなく、現状維持の状態である中で、平戸市と福江市の人口減が特に目につく。また、県全体の人口の微減は郡部の減少で生じたことになる（表Ⅱ-7-2）。

### (2) 商業人口

都市小売商業の年間販売額は、都市域内および域外から流入する顧客への商業活動の成果である。商業人口は行政人口ともに、都市小売商業の競争構造を規定する重要な要因となる。これは、行政区域外からどれだけの顧客を引き寄せたかを、人の数でもって示すことになり、後で論ずる吸引力指数と同じ解釈ができる。なお、商業人口は、当該都市小売総販売額を県人口1人当り販売額で除すことによって算出される。

平戸市小売業の商業人口は、昭和57年22,632人、63年22,551人であり、その間の変化率は0.996で0.4%の減少となっている。これを行政人口と比べると、それぞれ57年7,443人、63年5,726人少なくなっている。これは、顧客を他地域から呼び込むことができず、逆に自市民を他都市の商業施設へ向かわせていることを意味する（表Ⅱ-7-3）。

このことは、当該都市人口が県全体の人口に占める比率、すなわち人口集中度と、当該都市販売額が県総販売額に占める比率、すなわち販売集中度の関係からも明らかにすることができる。表Ⅱ-7-2によれば、昭和63年の人口集中度1.78%

平戸市小売業の商圈構造と活動水準

に対し、販売集中度はそれを下回り1.42%となっている。

表Ⅱ-7-2 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
平戸市	30,075 (1.9)	28,277 (1.8)	0.940
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
松浦市	24,665 (1.5)	25,136 (1.6)	1.019
(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（以下同じ）。（ ）内は構成比。

表Ⅱ-7-3 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
平戸市	22,632 (1.4)	22,551 (1.4)	0.996
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
松浦市	17,616 (1.1)	19,803 (1.2)	1.124
(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人当たり小売販売額

(2) （ ）内は構成比。

(3) 店舗密度

店舗密度は店舗数を行政人口で除した数値で示される。一般に、人口1,000人当り店舗数で表し、その地域への小売業の参入や増床の難易度を表す。

平戸市の店舗密度は、昭和63年に人口1,000人当り17.0店となっており、これは57年の17.5店よ

り2.9%の減少となる。63年の県平均は14.4店、市部平均は14.5店であり、いずれも平戸市を下回っている。同じく63年時で平戸市より店舗密度の高い都市は、福江市(20.1店)、島原市(18.7店)の2市である(表Ⅱ-7-4)。

表Ⅱ-7-4 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
平 戸 市	526	480	30,075	28,277	17.5	17.0	0.971
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
松 浦 市	402	356	24,665	25,136	16.3	14.2	0.871
(郡部計)	9,452	8,645	614,403	602,182	15.4	14.4	0.935

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

(4) 店舗規模

平均店舗規模は1店当り売場面積でもって表される。すなわち、

平均店舗規模 = 総売場面積 / 店舗数 = (M/T) となり、店舗密度や施設密度と同様に、都市小売業の集積の程度や規模の構造を表し、新規参入や増床の可能性すなわち競争状況を説明する指標として使われる。

平戸市の店舗規模は、昭和57年43.1㎡、63年47.3

㎡であり、9.7%の規模拡大となった。しかし、県平均では57年が46.4㎡、63年が56.6㎡で22.0%の規模拡大、また市部平均では57年に50.3㎡、63年に62.1㎡で23.5%の規模拡大となっており、平戸市は規模とその拡大率ともに県と市のそれぞれの平均を下回ることとなった。また、平均店舗規模の小さい都市から数えると、福江市の次に平戸市となり、売場面積の増加率では福江市を下回っている(表Ⅱ-7-5)。

平戸市小売業の商圈構造と活動水準

表Ⅱ-7-5 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
平 戸 市	22,646	22,698	526	480	43.1	47.3	1.097
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
松 浦 市	17,723	17,644	402	356	44.1	49.6	1.125
(郡部計)	377,928	411,214	9,452	8,645	40.0	47.6	1.190

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

(5) 施設密度

施設密度は、行政人口100人当り売場面積 (㎡) で表す。平戸市の施設密度は、昭和57年75.3㎡、63年80.3㎡で、6.6%の増加である。これは、57年、63年のいずれも、密度とその増加率を含めて県平均、市部平均を下回っている。兩年の施設密度を下位から数えると、当市は松浦市の57年71.9㎡、63年70.2㎡の次に位置するものであり、この指標から見る限り、平戸市小売業の競争状況は相対的に低下してきているといえよう (表Ⅱ-7-6)。

3 平戸市小売業の顧客吸引力

都市小売業が、他地域からどれだけの顧客を引き寄せ得るかを表す指標として、吸引度指数がある。これは別名、便宜性指数あるいは顧客流出入比率とも呼ばれ、この数値が1を超えれば、市域外から当該都市へ顧客または購買力を吸引したこ

とになる。それは、買物の便宜性が高いという理由で1を超えた、と説明できる。また、1を下回れば、買物の便宜性が低かったという理由で顧客を引き寄せることができなかったことを意味する。

平戸市の場合、昭和57年は0.753、63年は0.798となっている。これは市部平均をかなり下回り、多くの地域住民が他地域の商業施設へ買物に出かけた、すなわち顧客が流出しているということになる (表Ⅱ-7-7)。

また、都市小売業の顧客吸引力は、人口1人当り販売額によっても見ることができる。

平戸市の人口1人当り販売額は、昭和57年が38.8万円、63年が49.0万円で26.3%の増加である。これを県人口1人当り販売額と比べると、それぞれ51.5万円、61.4万円で増加率19.2%となっていて、購買力水準は県平均をかなり下回っている。しかし、増加率においては、県平均を上回っていることに気づくであろう。

表Ⅱ-7-6 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
平 戸 市	22,646	22,698	30,075	28,277	75.3	80.3	1.066	1.050	0.984	0.936
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
松 浦 市	17,723	17,644	24,665	25,136	71.9	70.2	0.977	1.003	0.860	0.857
(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 =  $\frac{\text{売場面積}}{\text{行政人口}} \times 100$

表Ⅱ-7-7 吸引度指数と人口1人当り販売額

	行 政 人 口		販 売 額 (百万円)		人 口 1 人 当 り 販 売 額 (万円)			吸 引 度 指 数		
	57	63	57	63	57	63	63/57	57	63	63/57
長 崎 県	1,597,294	1,585,121	822,899	973,405	51.5	61.4	1.192			
(市部計)	982,891	982,939	615,454	721,451	62.6	73.4	1.173	1.216	1.195	0.983
平 戸 市	30,075	28,277	11,660	13,848	38.8	49.0	1.263	0.753	0.798	1.060
長 崎 市	446,083	445,814	297,622	347,866	66.7	78.0	1.169	1.295	1.271	0.981
佐世保市	253,538	248,958	157,428	176,325	62.1	70.8	1.140	1.206	1.153	0.956
島 原 市	46,199	45,276	31,533	38,145	68.3	84.3	1.234	1.326	1.373	1.035
諫 早 市	83,412	88,032	50,519	66,483	60.6	75.5	1.246	1.177	1.230	1.045
大 村 市	66,546	70,783	37,379	45,356	56.2	64.1	1.141	1.091	1.044	0.957
福 江 市	32,373	30,663	20,238	21,267	62.5	69.4	1.110	1.214	1.130	0.931
松 浦 市	24,665	25,136	9,075	12,161	36.8	48.4	1.315	0.715	0.788	1.102
(郡部計)	614,403	602,182	207,445	251,954	33.8	41.8	1.237	0.656	0.681	1.038

(注) 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  $\frac{\text{商業人口}}{\text{行政人口}}$

### 平戸市小売業の商圈構造と活動水準

このことを関係式で示すと以下のとおりである。  
 人口1人当り販売額の増加率＝小売総販売額の  
 増加率÷行政人口の増加率

$$\text{平戸市} (1.263) = (1.188) \div (0.940)$$

$$\text{長崎県} (1.192) = (1.183) \div (0.992)$$

すなわち、平戸市の人口1人当り販売額の増加率1.263倍が達成できたのは、行政人口の変動率が0.940と県平均の変動率0.992よりも大きく、より人口減に見舞われたにもかかわらず、小売業総販売額の増加率が県平均を若干上回ったことによる(表Ⅱ-7-7および表Ⅱ-7-2)。

以上のことから考察するに、長崎県内全都市から見た平戸市の都市タイプを、敢えて類型化すれば次のようになる。すなわち、平戸市は昭和63年における吸引度指数が0.798、人口1人当り販売額が49.0万円であり、同年の市部平均それぞれの指数と販売額1.195および73.4万円を下回り、また次の章で論じる売場効率(63年、1㎡当り61.0

万円)も市部平均(63年、1㎡当り81.8万円)をも大きく下回ることになり、過密でかつ商圈の狭い、つまり過密型狭域都市に位置づけられよう。

## 4 平戸市小売業の活動水準

平戸市小売業の活動水準を、県内8都市の相互の関係から見ていこう(表Ⅱ-7-8)。

### (1) 売場効率

売場効率は1㎡当り販売額で示される。平戸市の1㎡当り販売額は、昭和57年には51.5万円、63年には61.0万円で効率は6年間で18.4%上昇している。しかし県平均は、57年が71.9万円、63年が75.2万円、伸び率4.6%であり、平戸市の売場効率は県平均と比べると57、63の両年ともかなり下回っている。また、売場効率の市部平均は、57年80.2万円、63年81.8万円、2.0%増、郡部平均は57年54.9万円、63年61.3万円、11.7%増であり、

表Ⅱ-7-8 小売業の効率

	売場効率(1㎡当り販売額, 万円)			人的効率(従業者1人当り販売額, 万円)		
	57	63	63/57	57	63	63/57
長崎県	71.9	75.2	1.046	1,045	1,186	1.135
(市部計)	80.2	81.8	1.020	1,112	1,264	1.137
平戸市	51.5	61.0	1.184	874	968	1.108
長崎市	95.6	93.9	0.982	1,143	1,295	1.133
佐世保市	74.9	79.1	1.056	1,094	1,263	1.154
島原市	64.7	69.5	1.074	1,052	1,177	1.119
諫早市	70.9	67.5	0.952	1,211	1,372	1.133
大村市	65.1	67.7	1.040	1,071	1,263	1.179
福江市	73.3	75.3	1.027	1,066	1,093	1.025
松浦市	51.2	68.9	1.346	869	1,027	1.182
(郡部計)	54.9	61.3	1.117	886	1,006	1.135

効率性では県下最下位の位置に属している。しかし、この6年間における効率性の上昇の程度は、県、市ならびに郡部平均を上回っている。

## (2) 人的効率

人的効率は従業者1人当たり年間販売額で示される。平戸市の従業者1人当たり年間販売額は、昭和57年が874万円、63年が968万円、その間の6年で10.8%の効率上昇となっている。また、県平均従業者1人当たり販売額は、57年1,045万円、63年1,186万円、13.5%の効率上昇であるが、長崎県平均と比べて、当市は兩年とも効率はかなり悪く、効率上昇の程度も県平均を下回る結果となっている。続いて市部平均と比べると当市の人的効率の悪さはさらにはっきりしてくる。なお、郡部計を見ると、57年の郡部の平均が886万円、63年は1,006万円、13.5%の効率上昇であることから見て、それぞれの都市の効率とその上昇率のいずれも、平戸市が下回る結果となっている。

## 5 平戸市小売業の業種構造

### (1) 小売業の業種別規模と効率

#### ① 業種別規模等

平戸市の商店数は、表Ⅱ-7-10に示されているように57年が522店、63年が477店となっており45店の減少となった。では、業種および業種相互の関係を見るとどうであろうか。

当市には各種商品小売業は存在しないので次の中分類項目である織物・衣服・身の回り品小売業から論ずることとする。57年から63年の6年間を見ると、商店数と従業者数には大きな変化はなく、売場面積は若干伸びている。また、その小分類である婦人・子供服小売業において

も商店数が1.238倍増加し、売場面積も1.189倍増加したにもかかわらず、逆に販売額が0.879倍に減少している(表Ⅱ-7-11)。そのことは、表Ⅱ-7-9の業種別推移および表Ⅱ-7-10の業種別店舗状況において、より具体的に実数でもって説明することができる。すなわち、

- a) 1店当たり従業者数は57年が3.71人、63年  
が2.85人
- b) 1店当たり売場面積は57年が102.29㎡、63  
年が98.23㎡
- c) 1店当たり販売額は57年が47.10百万円、  
63年が33.42百万円となり、

人的サービス度(1㎡当たり従業者数)も57年の0.036人から63年の0.029人に減少するなど、小規模零細店舗化と人的サービス低下となっている。

次に飲食料品小売業は、商店数を0.879倍に減少させているが、売場面積1.096倍と販売額1.394倍はともに順調に増加させ規模拡大を進めている。その中心となるのは、小分類項目である各種食料品小売業である(表Ⅱ-7-9、表Ⅱ-7-10、表Ⅱ-7-11)。各種食料品小売業は商店数を55店から47店へと減少させてはいるが、従業者数は121人から211人へ1.744倍、売場面積は2,582㎡から3,995㎡へ1.547倍、販売額も同じく1,242百万円から2,688百万円へ2.164倍と大きく成長している。一方、家具・建具・什器小売業ならびにその小分類業種の家庭用機械器具小売業は市場の縮小と店舗の淘汰がなされた。また、医薬品・化粧品小売業は1店当たり従業者数、1店当たり売場面積、および1店当たり販売額に若干の規模拡大が見られる(表Ⅱ-7-9、表Ⅱ-7-10)。



平戸市小売業の商圈構造と活動水準

表Ⅱ-7-9 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	522	477	1,325	x	22,335	x	11,567	x
各種商品	-	-	-	-	-	-	-	-
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	54 (21)	53 (26)	165 (78)	168 (74)	3,973 (2,148)	4,324 (2,554)	1,908 (989)	1,992 (869)
飲食物品 (各種食料品)	282 (55)	248 (47)	644 (121)	758 (211)	9,073 (2,582)	9,942 (3,995)	5,073 (1,242)	7,071 (2,688)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	63 (28)	50 (21)	194 (104)	156 (78)	4,533 (2,216)	2,914 (1,187)	1,573 (952)	1,430 (801)
その他 (医薬品・化粧品)	123 (12)	126 (14)	322 (29)	x (34)	4,756 (525)	x (734)	3,013 (342)	x (438)

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-7-10 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)	2.54	x	42.79	x	22.16	x	0.059	x
各種商品	-	-	-	-	-	-	-	-
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	3.06 (3.71)	3.17 (2.85)	73.57 (102.29)	81.58 (98.23)	35.33 (47.10)	37.58 (33.42)	0.042 (0.036)	0.039 (0.029)
飲食物品 (各種食料品)	2.28 (2.20)	3.06 (4.49)	32.17 (46.95)	40.09 (85.00)	17.99 (22.58)	28.51 (57.19)	0.071 (0.047)	0.076 (0.053)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	3.08 (3.71)	3.12 (3.71)	71.95 (79.14)	58.28 (56.52)	24.97 (34.00)	28.60 (38.14)	0.043 (0.047)	0.054 (0.066)
その他 (医薬品・化粧品)	2.62 (2.42)	x (2.43)	38.67 (43.75)	x (52.43)	24.50 (28.50)	x (31.29)	0.068 (0.055)	x (0.046)

(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。

② 業種別効率

織物・衣服・身の回り品小売業の売場効率は、昭和57年の48.02万円から63年の46.07万円、変化率0.959と微減程度であるのに対し、その小分類、婦人・子供服小売業は57年の46.04万円から63年の34.03万円、変化率0.739となり売場効率を低下させている。このことは、人的効率にもほぼ類似の傾向がみられる。すなわち、織物・衣服・身の回り品小売業の従業者1人当り販売額の変化率1.025に対し、婦人・子供服小売業の人的効率は変化率0.926で低下している（表Ⅱ-7-12）。

一方、飲食料品小売業は、先に論じた規模拡大傾向に加えて効率向上も大きいと言わねばならない。その中心は、業種別規模の項で注目された各種食料品小売業である。各種食料品小売業は、57年から63年の6年間で、売場面積を1.547倍へと広げながらも、1㎡当り販売額を1.399倍増加させている。従業者数も同じく6年間で1.744倍へと増加させつつも、従業者1人当り販売額（人的効率）を1.241倍へと伸長させている（表Ⅱ-7-11および表Ⅱ-7-12）。

また、家具・建具・什器小売業ならびにその小分類項目の家庭用機械器具小売業は、1店当り売場面積など規模構造としては概ね縮小傾向にあるが、売場効率、人的効率ともに上昇しており、特に売場効率は家具・建具・什器小売業が1.414倍、家庭用機械器具小売業が1.571倍と効率向上の程度が顕著である。このことは、店舗数と店舗規模の淘汰・縮小の後、効率の高い店舗が生き残り、かつ成長拡大していったと考えられよう。なお、医薬品・化粧品小売業は業種別規模の項で論じたように、若干の規模拡大

は進んだが売場効率の変化率は0.916へと低下し、人的効率は、従業者数が増えているにもかかわらず、変化率1.092と僅かではあるが効率向上の跡が見られる（表Ⅱ-7-12）。

(2) 業種別活動水準の相関分析

前節では、平戸市小売業の業種別規模・効率などを論じ、全般の特徴を明らかにした。ここでは、さらに進めて、業種別に活動要因を指数化し、その変動値を検討し、業種ごとに相関分析を行うことによって細部を明らかにしたい<sup>1)</sup>（表Ⅱ-7-11）。

① 店舗数と1店当り販売額の関係

販売額（S）、店舗数（T）および1店当り販売額（S/T）の間には次の関係式が成り立つ。

$$S = T \times S / T$$

上記関係式に従い昭和57年を基準（1.000）として、63年の販売額、店舗数、1店当り販売額を指数化した関係式は次のとおりである。

$$\text{販売額の増加率} = \text{店舗数の増加率} \times \text{1店当り販売額の増加率}$$

織物・衣服・身の回り品小売業の数値をあてはめると以下のとおりとなる。

$$(1.044) = (0.981) \times (1.064)$$

すなわち、期間中の織物・衣服・身の回り品小売業は4.4%の販売増となったが、これは店舗数が1.9%減少したにもかかわらず、1店当り販売額が6.4%増加したことによる。以下、織物・衣服・身の回り品小売業の指数を使って説明する。

② 店舗数、従業者1人当り販売額および1店当り従業者数の関係

1店当り販売額（S/T）は、従業者1人当

平戸市小売業の商圈構造と活動水準

表Ⅱ-7-11 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	0.914	x	x	x	x	x	x	x	x
各種商品	57	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-
織物・衣服・身の回り品 (婦人服・子供服)	57	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	63	0.981	1.044	1.018	1.088	1.064	1.026	1.038	0.960	1.109
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(1.238)	(0.879)	(0.949)	(1.189)	(0.710)	(0.926)	(0.767)	(0.739)	(0.960)
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	0.879	1.394	1.177	1.096	1.586	1.184	1.339	1.272	1.247
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(0.855)	(2.164)	(1.744)	(1.547)	(2.531)	(1.241)	(2.040)	(1.399)	(1.809)
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	0.794	0.909	0.804	0.643	1.145	1.131	1.013	1.414	0.810
	57	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)
	63	(0.750)	(0.841)	(0.750)	(0.536)	(1.121)	(1.121)	(1.000)	(1.569)	(0.715)
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	1.024	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	(1.167)	(1.281)	(1.172)	(1.398)	(1.098)	(1.093)	(1.004)	(0.916)	(1.198)

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。

り販売額(S/N)と1店当り従業者数(N/T)の積の関係にある。すなわち、

$$S = T \times S/N \times N/T$$

という関係式が成立する。以下、同様に変動指数をあてはめると次のとおり。

販売額の増加率=店舗数の増加率×従業者1人当り販売額の増加率×1店当り従業者数の増加率

$$(1.044) = (0.981) \times (1.026) \times (1.038)$$

すなわち、期間中の販売額増加率4.4%は、店舗数が1.9%減少したにもかかわらず、従業

者1人当り販売額2.6%と1店当り従業者数3.8%の増加によるものといえる。

③ 売場面積と1㎡当り販売額の関係

販売額(S)の変動指数は、売場面積の変動指数(M)と1㎡当り販売額の変動指数(S/M)の積として説明される。この関係式は以下のとおりである。

$$S = M \times S/M$$

販売額の増加率=売場面積の増加率×1㎡当り販売額の増加率

$$(1.044) = (1.088) \times (0.960)$$

表Ⅱ-7-12 業種別効率

	売場効率 (1㎡当り販売額, 万円)			人的効率(従業者1人当り販売額, 万円)		
	57	63	63/57	57	63	63/57
平均	51.79	x	x	872.98	x	x
各種商品	-	-	-	-	-	-
織物・衣服・身の回り品 (婦人・子供服)	48.02 (46.04)	46.07 (34.03)	0.959 (0.739)	1,156.36 (1,267.95)	1,185.71 (1,174.32)	1.025 (0.926)
飲食物品 (各種食料品)	55.91 (48.10)	71.12 (67.28)	1.272 (1.399)	787.73 (1,026.45)	932.85 (1,273.93)	1.184 (1.241)
家具・建具・什器 (家庭用機械器具)	34.70 (42.96)	49.07 (67.48)	1.414 (1.571)	810.82 (915.38)	916.67 (1,026.92)	1.131 (1.122)
その他 (医薬品・化粧品)	63.35 (65.14)	x (59.67)	x (0.916)	935.71 (1,179.31)	x (1,288.24)	x (1.092)

(注) 自動車・自転車小売業、燃料小売業を除く。

この関係式を読むと、期間中の販売額の増加は、1㎡当り販売額が4.0%減少したにもかかわらず、売場面積が8.8%増加したことに起因するとの理解ができればよい。

④ 店舗数、1㎡当り販売額および1店当り売場面積の関係

販売額の変動指数(S)は、売場効率(1㎡当り販売額: S/M)と店舗規模(1店当り売場面積: M/T)の各変動指数の積であるので、次の関係式が成り立つ。

$$S = T \times S / M \times M / T$$

これに変動指数をあてはめると次のとおり。

$$\begin{aligned} \text{販売額の増加率} &= \text{店舗数の増加率} \times \text{1㎡当り} \\ &\text{販売額の増加率} \times \text{1店当り売場面積の増加率} \\ (1.044) &= (0.981) \times (0.960) \times (1.109) \end{aligned}$$

この関係式は、活動要因指数を3つ使用することによって、販売額の増加理由をより詳細に分析したものと見える。これによると、販売額

4.4%の増加は、店舗数や売場効率の増加、上昇によるものではなく、店舗規模の増大によるものであることが判明する。

以上の関係式から総合的に判断すると以下のように説明できよう。すなわち、織物・衣服・身の回り品小売業の販売増(4.4%)は、店舗数の減少(△1.9%)と売場効率の低下(△4.0%)があったにもかかわらず、主として売場面積の増加(8.8%)、従業者総数の増加(1.8%)および人的効率の上昇(2.6%)による。なお、売場面積の増加要因は、特に当市の場合、店舗規模拡大(1店当り売場面積の増加率10.9%)によるところが大きいといえる。

続いて、以上の関係式①～④を飲食物品小売業、家具・建具・什器小売業さらに医薬品・化粧品小売業へと適用し、内部構造の分析検討を加えることができるわけであるが、本稿では紙幅の関係で割愛する。

## 6 まとめ

ではここで、昭和57年から63年に至る2点間の基本的商業統計数値である店舗数、従業者数、売場面積、販売額を中心に、平戸市小売業の動向を見ていこう。なお、63年時調査〔中分類58—その他の小売業〕の従業者数、売場面積、販売額の3数値に秘匿があり、これは小売業計（平均）に影響を及ぼし分析不可能となっている。従ってここでは主として、小分類項目のX以外の数値を見ることになる。

当市の小売業の店舗総数は、この6年間で減少しているが、その中において織物・衣服・身の回り品小売業は、店舗規模の拡大と人的効率化が進みつつある。また、飲食料品小売業は店舗数が減少するなかで、従業者数、売場面積および販売額が大きく伸び、人的・物的合理化、近代化が進ん

でいる。そして、その牽引力はいうまでもなく、その中の小分類業種の各種食料品小売業である。

しかし、長崎商業8都市の中での当市の昭和63年現在の小売業の現状は、吸引度指数および売場効率が市部平均を大きく下回り、特に売場効率においては郡部平均をさえ下回っている現実から、商圈が狭くかつ合理化・近代化の立ち遅れた都市となっている。このことは、人口漸減という過酷な商業環境によるところも大きいといわねばならないであろう。

〔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。

(平成4年3月25日脱稿)

〈付記〉本稿は、『長崎県立大学論集』Vol. 25, No. 3・4, 長崎県立大学学術研究会発行、平成4年3月30日に寄せた拙稿を修正したものである。