82

港北ニュータウン建設総合基本計画案策定報告書
第３部　各論編

商業・業務施設の成立条件の検討

昭和44年3月

日本都市計画学会
日本リサーチセンター

ま　え　が　き

この報告書は，横浜市より日本都市計画学会に委託された港北ニュータウン建設総合基本計画案策定に関する研究報告書のうち株式会社日本リサーチセンターが担当した港北ニュータウンにおける商業・業務施設の成立条件の検討の研究成果を収録したものである。

全体の報告書は次のような構成でまとめられている。

第1部　総　括　編

本研究全体の総括および今後横浜市が港北ニュータウン建設について検討しなければならない重要な項目と提言

第2部　総　論　編

本年度作業の前提，広域的条件の検討，計画条件の検討（人口，土地利用），交通計画，施設計画，造成計画の要旨，行政上，事業実施上の問題点等の概要

第3部　各　論　編

交通輸送計画（鉄道，道路），施設計画（公共施設，社会施設），商業業務施設，工業立地，特定地区開発計画，造成計画，総合建設費の検討の7項目の研究成果の収録

以上のように3部作で構成されている。この研究を進めていった過程で多くの助言や示唆を下さった方々に深く感謝の意を表するとともに，このような研究機会を与えて下さった横浜市当局に深く感謝する次第です。

昭和44年3月

日本都市計画学会

港北ニュータウン建設総合基本計画案策定委員会

委員長　高　山　英　華

はしがき

この調査報告書は，日本都市計画学会の作業メンバーとして，横浜市港北ニュータウンにおける商業業務施設の成立条件に関する調査研究の結果である。

単なるベッドタウンでなく，乱開発を防止しつつ計画的に都市建設を行ない，母都市横浜市に対して副都心としての機能を持たせるというマスタープランの構想に基き，昭和60年における日本経済のフレームとこの地域における経済的，社会的構造の変化をおりこみ，商業業務施設の成立条件と必要スペースについて，主として実証的な立場から調査研究を行なった。当初予定されていたところの商業業務施設の地区内分配システムおよび人口流入に対処した施設構成のシステムの検討については，別途検討することとなったので，これはこの報告書に含まれていない。

調査研究をすすめるに当っては，とくに日本都市計画学会の横浜都市問題企画委員会事務局長，二宮公雄氏にお世話になった。また，ここに列記できないが，いろいろな方から有益な助言や協力をいただいた。記して感謝の意を表したい。

なお，報告書は，主として富永正文，小林功，山口貴久男，中川俊彦がそれぞれ分担執筆した。

日本リサーチセンター

常務取締役　　安　永　武　巳

目　　次

はしがき

序　章　調査の基本的立場と分析の方法 …… 1

0－1　調査の基本的立場 …… 1

0－1－1　調査の目的 …… 1

0－1－2　商業・業務施設の範囲 …… 1

0－1－3　マスタープランとの関係 …… 1

0－2　調査の手順 …… 2

0－3　分析の方法 …… 2

1　章　昭和60年における社会的・経済的諸環境の分析 …… 4

1－1　首都圏の動向と横浜市 …… 4

1－1－1　首都圏計画と南西部の開発 …… 4

1－1－2　横浜市の都市機能と港北ニュータウンの位置づけ …… 6

1－2　社会的・経済的要因の分析 …… 16

1－2－1　脱工業化社会への歩み …… 16

1－2－2　通信革命・交通革命 …… 16

1－2－3　巨帯都市革命 …… 16

1－2－4　価値観の変化と将来の生活 …… 17

1－2－5　20年後の国民生活 …… 20

1－3　小売業の変革の方向 …… 23

1－3－1　小売業の動向についての概要 …… 23

1－3－2　首都圏の商業動向 …… 25

1－3－3　横浜市および周辺での商業動向 …… 37

1－3－4　商業施設の動向 …… 39

2　章　商業・業務施設の成立条件 …… 43

2－1　卸売業成立の条件 …… 43

2－1－1　卸売業務の機能についての一般的諸条件 …… 43

2－1－2　卸売業務施設についての分業 …… 43

2－1－3　物的流通に関する環境の変化 …… 43

2－1－4　卸売業の立地条件についての考察 …… 49

2－1－5　卸売業務の動向と港北ニュータウン内での立地条件…… 50
2－2　小売業の成立条件 …… 51
2－2－1　百貨店の立地要因の変貌 …… 51
2－2－2　チェーン・スーパーおよび量販店の動向 …… 54
2－2－3　ショッピングセンター時代への移行 …… 60
2－3　サービス業の成立条件の検討 …… 61
2－3－1　サービス業立地の二面性 …… 61
2－3－2　今後の都市内スポーツ施設のあり方 …… 62
2－4　盛り場形成に関する要因の分析 …… 68
—新宿・池袋等での消費者行動を対象として—
2－4－1　盛り場形成と消費者行動 …… 68
2－4－2　盛り場利用のモチベーション …… 68
2－4－3　盛り場利用の決定要因としての〃便利さ〃の価値 …… 69
2－4－4　盛り場づくりの核としての百貨店の役割り …… 70
2－5　商業核形成の仮設 …… 74
—立川市における実証的研究—
2－5－1　問題の提起 …… 74
2－5－2　立川市をとりあげた理由 …… 74
2－5－3　商業核形成の条件 …… 75
2－5－4　理論構成の概要 …… 75
2－5－5　中央線沿線の市（区）における計測の結果 …… 77
2－6　商業核の形成についての法則の検討 …… 81

3　章　市民の消費行動からみた横浜市の商業地域と港北ニュータウン商業核の関係…… 85
3－1　横浜市商業核の現状 …… 85
3－1－1　横浜市商業の概要 …… 85
3－1－2　横浜西口ショッピングセンター …… 87
3－1－3　伊勢佐木町ショッピングセンター …… 97
3－1－4　元町商店街 …… 98
3－1－5　横浜西口と伊勢佐木町と元町の比較 …… 99
3－1－6　浮揚する町田市商店街 …… 100
3－1－7　他地域の商店街状況 …… 104
3－2　消費行動からみた既存商業核の関係 …… 105
3－2－1　横浜市周辺地域の商勢圏 …… 105

3－2－2　消費行動からみた横浜周辺の商業街 …… 108
3－2－3　港北区住民の購買行動 …… 113

4　章　　港北ニュータウンの商業・業務施設の性格規定と必要スペースの算定 …… 117
4－1　港北ニュータウン商勢圏の設定 …… 117
4－1－1　商勢圏の捉え方 …… 117
4－1－2　商勢圏の設定 …… 118
4－2　港北ニュータウンの居住者と港北ニュータウンの商業・業務施設のあり方 …… 122
4－2－1　後背地人口としての港北ニュータウンの居住者 …… 122
4－2－2　港北ニュータウンの商業・業務施設のあり方 …… 124
4－2－3　とくにモータリゼィション対策について …… 128
4－2－4　戦略地域としての「田園都市」の考察 …… 129
4－3　必要スペースの算定 …… 132
4－3－1　算定方法概要 …… 132
4－3－2　家計消費支出をベースとしたスペース算定 …… 134
4－3－3　小売関係施設のスペース算定 …… 148
4－3－4　事業所関係施設のスペース算定 …… 156
4－3－5　卸売業の施設面積 …… 160
4－4　施設別の算定 …… 162
4－4－1　買物動線と商品分類 …… 162
4－4－2　商品分類と関連して考察すべき店舗形態 …… 162
4－4－3　商品分類に関して考察すべきその他の分類基準 …… 163
4－4－4　商品別にみた施設別の販売比率 …… 165
4－5　スポーツ施設のスペース算定 …… 166
4－5－1　スポーツ施設のタイプと設置基準 …… 166
4－6　開発戦略および開発主体 …… 168
4－6－1　横浜市と港北ニュータウン建設事業 …… 168
4－6－2　民間企業の活用 …… 170

資　料　編

序　章　　調査の基本的立場と分析の方法

0－1　調査の基本的立場

0－1－1　調査の目的

港北ニュータウンにおける商業，業務施設の成立条件を調査し地区内での必要スペースの各種試算を行なうことを目的とする。すなわち，首都圏，および横浜市における商業，業務施設のありかたとその推移の動向を把握することにより，港北ニュータウン地域における一般的な方向を明らかにする一方，港北ニュータウンの商勢圏によって規定されるであろう商業施設の必要スペースを試算し，あわせて，業務施設のスペース試算を行なう。

0－1－2　商業，業務施設の範囲

この調査においては，商業，業務施設の範囲，ないし調査対象として，ほぼ次のように定めた。これは，一つには港北ニュータウンの調査を行なう他グループとの分担領域をきめたこと，一つには，商業施設の成立については，質的水準と集積度を捨象すれば，一応，人口の大きさとその分布に対応する商業施設が形成されることは確実であるが，業務施設，とくにオフィスビルの成立については，ほとんど成立の見込みがないこと，の二つの理由からである。

〔商業施設の範囲〕

卸売業……主として生鮮食料品，原材料，一次加工品および消費財（工場製品）

小売業……すべての小売業（とくにショッピングセンター，スーパー，百貨店，専門店という区分にしたがって）

サービス業……対個人サービス業およびレジャー産業

〔業務施設の範囲〕

金融・保険……主として銀行店舗

電力・ガス……主として営業所

ビ　　ル……主として貸事務所

すなわち，業務施設については，商業活動や消費生活と非常に関連のつよいもの，ないし，商業活動に付随して成立するものに限定した。

0－1－3　マスタープランとの関係

港北ニュータウンの基本構想を貫く思想は，計画的な都市開発による乱開発の防止と，母都市横浜の副都心的機能を持つ新らしい都市，しかも都市農業を内包した都市の建設ということである。このような基本構想を背景とするマスタープランと，それによって当然決定される港北ニュータウンの性格にあわせて商業，業務施設の成立条件と必要スペースを試算する。

０－２　調査の手順

(1)　昭和６０年を目標年次とする。

港北ニュータウンの完成を昭和６０年と想定し，昭和６０年の時点における港北ニュータウンの人口，その所得水準，生活意識および，港北ニュータウンを取りまく諸環境を予測する。

(2)　今後の商業施設の動向を明らかにする。

商業の大型化、集中化の傾向，都市化の進行によってもたらされる立地条件の変化の方向を明らかにし，総合的消費施設としてのショッピングセンターの成立に関する基本方向を見出す。さらに，消費生活の高度化に対応して，対個人サービス業，飲食業，娯楽業，教養施設などの動向を明らかにする。

なお，業務施設の動向については，前述の範囲に限定した関係上とくに分析は行なっていない。

(3)　以上の結果を総合し，別途，統計的に算定された家計消費支出，商業販売額，単位売場面積当り売上高等を計算の要素とし，目標年次における商勢圏の推定，消費支出の域外流出率，域外からの流入率等を算定した。

なお，昭和６０年の必要スペースの試算であるので，その途中経過については，計算を行なっていない。

０－３　分析の方法

(1)　家計消費支出の推計

主として総理府「家計調査」に基き，消費支出のうち，この調査対象とする商業施設で支出される消費金額の割合を，人口５万以上の都市の全世帯について，時系列的に測定した。

(2)　単位面積当り販売額の推計

昭和４１年通産省「商業統計」に基き，東京都区部にある法人の事業所，もしくは常時従業者を使用している事業所の数値を算定した。

(3)　事例研究

商業核の成立条件を実証的に明らかにするため，盛り場や立川を事例の研究対象として採り上げ，数量的な分析を行なって，郊外商業核成立条件を明らかにした。

(4)　街頭調査

横浜市の繁華街に来た人びとについて購買行動に関する街頭調査を行ない，買物行動のパターン，繁華街の競合ないし補完関係および近隣消費率の推計に当っての資料とした。

実施年月日	昭和４４年６月１日（日）　天候　晴
	昭和４４年６月２日（月）　天候　晴
対象時間	９時～１９時
調査地点	伊勢佐木町
	横浜駅西口（ダイヤモンド地下街入口）
対象者数	1,２４５人

(5) その他

以上のほか，すでに発表されている研究や調査の結果，および各種統計資料について検討し，その結果の一部と，日本リサーチセンターで行なった調査，研究の成果をおりこんで，分析と推計を行なった。

なお，商業施設の成立に非常に関連のふかい交通体系や人口については，マスタープラン作成担当者からの資料提供によるものを採用した。

1章　昭和６０年における社会的・経済的諸環境の分析

１－１　首都圏の動向と横浜市

１－１－１　首都圏計画と南西部の開発

(1)　新全国総合開発計画と首都圏南西部の開発計画

新全国総合開発計画においては，首都圏にひきつづきわが国の政治，経済，文化の中核としての役割を期待し，あわせて，今後ますます拡大する国際交流の門戸としての役割を想定している。この限りにおいて，東京を中心とする現在の首都圏のいっそうの拡大強化という方向が強く打ち出されているわけである。一方，首都圏中央部における過密の弊害を除去するため，地域の再編成を行ない，中心部は中枢管理機能の強化と防災の観点から積極的な都市再開発が行なわれ，内陸地域および周辺部は，それぞれの地域の特性に応じた開発が行なわれる。神奈川県は，このような構想の下で開発が進められることとなろうが，その主要な点を列記すれば，ほぼ次のようなものであろう。

横浜市とその周辺：

横浜市の再開発と港北ニュータウンの建設を含む，大規模住宅都市の開発がすすみ，工業生産は次第にこの地域から排除され，その地域経済における比重は相対的に低下しよう。横浜市は，とくに東京に集中する管理中枢機能の適切な分散をはかる対象地域として，ほとんど，圏内唯一の地位をもつところから，新しいビジネス・センター，国際的な総合教育センターなどがつくられることとなろう。

東海道線の沿線地域：

すでに見られるように首都圏のビジネス・センターに対応する住宅地域としての性格をつよめつつ港北ニュータウン級の住宅都市建設が，高速通勤鉄道の沿線に建設されることとなろう。これらの住宅都市は，在来のベッドタウンの範ちゅうをこえたものとなり，機能的には，住宅地としての性格をもちつつも，一つの都市としての機能をも持つものとなろう。

内陸山間部地域：

近郊農業，新たな内陸工業基地，レクリェーション・ゾーンとしての開発と整備がすすめられよう。

(2)　首都圏の道路，鉄道，港湾，空港

o道　路　　圏内の中核都市と東京とを結ぶ高速自動車道路の建設および，東京を中心とする大環状道路の建設がその中心計画である。とくに東京外部環状，湾岸道路，関東環状道路などは，放射状の道路体系とのネットを形成することとなり，千葉，神奈川の距離は東京湾口の架橋によって著しく短縮されることとなろう。

o鉄　道　　東北新幹線，成田新幹線，通勤高速鉄道のほか，主要在来線の強化，武蔵野線，

鹿島線，京葉線の建設がすすめられることとなろう。また，大都市地域内においては，地下鉄網の整備拡充と各線の相互乗り入れにより，都市内交通は一段と高速化されよう。

o港　湾　　東京湾は広域港湾として整備され，横浜港，東京港の重要性は依然として変らないが，新たな工業基地の建設に対応して，鹿島，水戸，日立などに拠点港湾が整備され，東京湾内港湾への過度集中がかなり緩和されよう。

o空　港　　国際交流の増大に対応すべく，成田，東京の両国際空港の整備が行なわれ，あわせて地方空港が整備されるであろう。

(3)　首都圏各地域の機能分担関係

o東京は管理中枢機能の中心であり，その一部が横浜に配置されるであろう。都市の再開発は，東京よりも横浜が先行する形となり，横浜市は，新らしく生まれ変りつつ，ビジネス・センターをもつ。また，情報化社会に対応して，中枢管理機能を担当するすぐれた人材を育成・再訓練する必要がたかまるところから，その目的を果しうる教育機関，研究機関が必要となり，また研究開発情報の国際交流をはかるために，横浜市には，国際的な総合教育センターが建設される。

o水戸，宇都宮，前橋，甲府は，中核都市として機能させるため，工業機能とあわせて地方的管理中枢機能を強化する方向で都市整備が計画的に行なわれよう。

o筑波地区　神奈川県南地区には大規模な研究学園都市がつくられる。

o九十九里，伊豆・大島，富士・箱根，上信越，日光は圏内の主要な観光レクリェーション・ゾーンとして整備保全が行なわれる。

o鹿島，水戸・日立，宇都宮，前橋・高崎，甲府には圏内の主要な工業基地が整備，再配置され，東京湾内の主要な工業基地は五井地区のみとなろう。

oその他の地域においては，都市的整備の行なわれる東京近郊住宅地区の環境整備のほか，とくに立地の有利性をいかして，周辺地区などに生鮮食料品の主産地形成を主眼とする農業整備，野菜出荷施設の整備が強化されるであろう。また，八ケ岳，奥日光などには畜産基地がつくられよう。

o東京から３０～４０Kmの主要幹線交通の結節点においては，大規模な流通センター，中央卸売市場，食品流通センター等が計画的に配置され，水産物供給基地として三崎，銚子の漁港整備と流通施設の整備がすすめられよう。

(4)　首都圏の人口配置とその推移

首都圏人口の推移予測は表1－1のとおりである。今後の２０年間に首都圏外から流入超過人口は約４２０万人と見込まれているが，そのほとんどが都市に住むであろうし，今後一層進展するであろうし，今後一層進展すると思われる人口の都市集中を考えると市街地人口の増加率はきわめて高くなると予想される。

地域別に見ると，南関東においては，昭和４０年代の増加が著るしく，北関東では，増加の速度，量，ともに大きく，人口の配分は依然として，南関東に高いが，その構成比は，昭和５０

年から昭和６０年にかけて，８０％から７９％へとやや減少するであろう。

表１－１　首都圏人口の予測

地域別	S．40	S．50	S．60	増加率 %		市街地人口率 %		
	千人	千人	千人	50/40	60/50	S．40	S．50	S．60
首都圏	26,963	33,123	37,874	228	143	635	751	800
北関東	5,947	6,711	7,961	128	186	248	419	559
南関東	21,016	26,412	29,913	257	136	744	835	865

資料：　首都圏整備委員会事務局「首都圏整備の長期展望」　（S43．10）

註　北関東＝茨城，栃木，群馬，山梨
　　南関東＝埼玉，千葉，東京，神奈川

また，東京区部への通勤通学者は，昭和４０年に比し，昭和６０年には2.4倍強に達し，その方面別割合も大きく変化し埼玉方面が全体の３１％を占め，三多摩方面は１８％で，もっとも少なくなると予測されている。（表１－２参照）

表１－２　東京区部への通勤通学者表

方面別	S．40		S．50		S．60		60/40
	人員	比	人員	比	人員	比	
	千人	%	千人	%	千人	%	倍
神奈川県	393	283	657	246	763	225	194
三多摩，山梨県	344	248	531	199	611	180	178
埼玉，栃木，群馬	368	265	819	306	1,047	309	285
千葉，茨城	284	204	664	249	970	286	342
計	1,389	1000	2,671	1000	3,391	1000	244

資料：　首都圏整備委員会事務局「首都圏整備の長期展望」　（S43．10）

1-1-2 横浜市の都市機能と港北ニュータウンの位置づけ

1) 横浜市と港北地区の果たすべき機能

交通・通信の飛躍的発達と，行政面における効率化の重視は，必然的に広域行政の実現を迫ることとなろう。少なくとも１都３県をブロックとする首都圏が現在の府県制を越えた行政単位となろう。横浜市はそのなかで，昭和６０年には人口３００万を擁し，情報と物流の両面において港湾の機能を飛躍的に高めるであろう。また，北部，西部の地域は，横浜市に就業する

人びととともに，東京で就業する人びとの住宅地 － 中級の住宅地を提供することとなろう。

2) 就業構造と職種構造

―高学歴型３次産業比率，ホワイトカラー比率の増大―

その地域に集る人びとがどんな生活意識をもち，どんな消費態度ないし購買行動を示すかは，そこに住む人びとの職業ないし職種や年令構成などと大きな関連をもつ。またそこに集る人びとの職業構成や，年令構成は都市の機能と関連をもつことはあきらかである。

わが国の産業別就業者の構成比は表１－３にみる通り３０年から４０年にかけて大きく変化した。第１次産業比率は４１.１％から２４.６％へ実に１６.５％ポイントの減少であり，第２次産業比率は２３.８％から３２.３％へ8.５％ポイントの上昇，第３次産業比率も３５.１％から４３.１％へ約８％ポイントの上昇をみた。

この１０年間に東京都や横浜市において起った産業構造の変化はもう少し複雑である。すなわち,横浜市においては第２次産業比率は３０年から４０年にかけて着実に上昇したが，そのふえ方は３０年代の後半には極めて鈍化した。一方，東京都においては，第２次産業比率は３５年をピークに減少傾向に向った。第３次産業比率は逆に，横浜市，東京都ともに３５年にかけて減少しその後上昇している。

以上の事実は，東京都ではすでに重化学工業化の過程は終り，工業のなかでは都市型の工業に特化し，また同じ製造工業のなかでも直接，物的生産に従事する職種よりも研究，開発，調査といった高学歴型のホワイトカラーが相対的にウエイトを増しつつあることを物語っている。横浜市も若干の遅れで東京型に変化しつつあるとみられる。また第３次産業内部においても，情報，知識，教育といった第４次産業的職種の増大，低学歴型，低質労働的職種に従事する者の相対的減少といった傾向があることを示すものと思われる。

職種別の就業者の構成でみると（表１－４）上の推論は一層明確に示されるであろう。全国では，農林漁業者の構成比の減少，ブルーカラーの著増，ホワイトカラーの漸増がみられるが，東京都においてはあまり大きな変化は認められない。横浜市においてはホワイトカラー，ブルーカラーの構成比の増大，農林漁業，販売サービス業の就業者構成比の減少がみられる。

２０年後には，技術革新，知識産業ないし情報産業の発達を反映し，全国平均でホワイトカラーは３２.７％に大幅増，逆にブルーカラーは３４.４％へとやゝ減少することとなろう。横浜市においては，東京の管理中枢機能，情報機能を補完し，新規開発住宅地においては，これらの機能に関連ある，高学歴型のホワイトカラーが多く居住することとなろう。したがって港北区域においても，のちにみるような現在の逗子市に近い職種別就業構成となり，ホワイトカラー比率は４６％程度となろう。また農林漁業の就業者も，施設園芸，ホビーファーム，植木，造園などごく少数に限られることとなり，１％程度となろう。

3) 横浜市と港北地域住民の生活

―全国平均よりレベル高く，東京人意識をもつ―

表１－３　　産業別就業構造

単位：％

地域別	第１次産業				第２次産業				第３次産業			
	30年	35年	40年	60年	30年	35年	40年	60年	30年	35年	40年	60年
港北区		19.3	8.9			39.5	45.8			41.2	45.3	
横浜市	8.7	5.2	2.9		34.6	43.5	44.2		56.6	51.3	52.9	
神奈川県	15.5	10.1	6.1		31.6	42.2	44.7		52.9	47.7	49.1	
東京都	3.8	2.2	1.5		38.2	42.9	41.5		58.0	54.8	57.0	
全国	41.1	32.6	24.6	8.6	23.8	29.2	32.3	37.7	35.1	38.2	43.0	53.7

資料：３０，３５，４０年は国勢調査から組直し。６０年は日本リサーチセンターの推計による。

表１－４　　職種別就業構造

単位：％

地域別	ホワイトカラー				ブルーカラー				農林漁業就業者				販売サービス業就業者			
	30年	35年	40年	60年	30年	35年	40年	60年	30年	35年	40年	60年	30年	35年	40年	60年
港北区		30.4	33.2	46.0		35.6	41.7			19.3	8.9			14.8	16.2	
横浜市	25.8	28.2	29.8		42.4	46.1	47.5		8.6	5.1	2.8		23.2	20.6	20.0	
神奈川県	23.7	25.1	27.0		38.3	44.6	48.0		15.4	10.0	6.0		22.6	20.2	18.9	
東京都	29.9	30.1	31.5		38.4	42.2	41.7		3.8	2.2	1.4		27.8	25.5	25.3	
全国	15.7	17.4	20.7	32.7	27.1	32.9	36.9	34.4	40.5	32.4	24.5	8.6	16.7	17.2	17.9	24.3

資料：表１－３と同じ。

１０年後，２０年後の国民生活の構造ないし，消費パターンは所得水準の上昇，自由時間の増大によって著るしく変貌を遂げよう。将来，地域間の所得格差はなお存在するであろう。したがって，地域の職業ないし職種構成の差による所得格差は残ることとなる。

こうした要因を考慮に入れて，昭和６０年の横浜市の１人当り市民所得を推定すると，１人当り国民所得７７万６千円を２５％程度上回るほぼ１００万円となろう。

横浜市民の消費構造は表１－５にみる通り，都市世帯と比べて，エンゲル係数が１～２ポイント低い（勤労者世帯で1.1ポイント，全世帯で2.3ポイント）こと，雑費の比率が４～５ポイントも高い点に特色がみられる。サンプル数が少ないのでこうした点を横浜市の特徴として特に強調することは差し控えたいが，ある程度はいえるであろう。

昭和５０年の横浜市の世帯当り平均１カ月の消費支出は９万円（４０年価格，以下同じ）を越え，６０年には１４万円を越えるものと思われる。横浜市の世帯数は１００万に近く，港北区だけをみても２５万世帯を上回る。したがって，これらの人びとの購買態度が横浜および港北地域の商業のあり方を大きく左右することとなる。耐久的な商品や高額商品あるいは奢侈商品の買物は足の便がよくなるにつれて東京の都心，副都心のショッピングセンターのヒキが大きくなる可能性がみられる。

表１－５　　消費構造の比較

昭和４２年　　単位：％

	横浜市		人口５万以上都市	
	全世帯	勤労者世帯	全世帯	勤労者世帯
消費支出	100.0	100.0 (98,237円)	100.0	100.0 (82,650円)
食料費	34.3	33.4	36.6	34.5
主食	6.0	5.8	7.1	6.7
その他の食料費	28.3	27.5	29.5	27.9
住居費	8.8	8.6	10.5	11.3
家具什器	3.9	4.0	5.4	5.8
光熱費	4.1	4.0	4.5	4.3
被服費	10.3	10.2	11.0	10.9
雑費	42.5	43.8	37.4	39.0
交通通信	3.1	3.1	2.8	2.9
教養娯楽	7.1	7.0	7.2	7.0

資料：「家計調査」総理府統計局

4)　港北区域と東京の関係

―拡大する東京圏，港北地域は東京，横浜の両勢力圏に―

都市圏の範囲は生活行動圏を基準にして決定することが妥当であろう。

生活行動圏としてとらえる場合，当該地域に居住する就業通学者のうち，母都市に就業通学する者の比率をとり，この就業通学依存率と通勤時間による時間距離との関係から都市の圏域をある程度おさえることができる。核（母都市）が複数の場合には，依存率の高低によって２つの都市圏の影響力をみることができる。こうした観点から神奈川県における，横浜市と東京

都の圏域（影響圏）を地図に落したのが図１－１と図１－２である。両図を比較すれば，東京都の圏域が横浜市を越えて，東海道，横須賀線の沿線に大きく伸びており，横浜市の圏域より遠く拡がっていること，東京と横浜の影響を力関係でみると，横浜の影響の強い神奈川県下の地域はわずかに横浜市域全体と横須賀市と他の２，３町に過ぎない。

しかも注目すべきは，県下各市の職種構成と上の就業通学依存率との関係をみると，ホワイトカラー比率の高い地域ほど東京への就業通学依存率が高く，横浜市への依存率が低い点である。たとえば，逗子市（４１.１％），鎌倉市（４０.３％），藤沢市（３４.３％），茅ケ崎市（３２.５％）はホワイトカラー比率がいずれも３０％を越える。これらの市の東京への就業通学依存率は２０％を越えているが，横浜へのそれは１０％台ないし１０％以下となっている。

さらに，各市からの東京都心３区と横浜都心４区への就業通学者の比率をみると，川崎（8:2）鎌倉，藤沢，茅ケ崎，相模原（以上７：３）とほとんどの市で東京都心への割合が高くなっており，横浜都心への就業通学者数が多い地域は，横須賀，大和の２市だけである。

こうした傾向は比較的生活に余裕のある中流階級，ホワイトカラー層が良好な生活環境を求めて，あるいはより広い住いを求めて，湘南方面をはじめ，横浜の西部に住宅地をもとめた結果である。近年，民間業者あるいは公団などによる大量の住宅供給がこの地域において行なわれており，こうした住宅地に居住する人々の多くは東京都に就業する人々となろう。

横浜市においては，鶴見区は例外としても（横浜都心４，東京都心６の割合），港北，戸塚，保土ケ谷など新興住宅地域はいずれも東京都心への就業者の割合が高く，今後新たに居住する人びとは一層東京への就業通学者が増大することが予想される。しかも，東京都心からの通勤新幹線がこの地域を通ることも計画されており，通勤新幹線の乗車駅が作られる地域においては一層東京への依存率は増すに違いない。

横浜市の人口

近年の地域別の転出入超過人口の推移をグラフに示すと，図１－４の通りである。最近では転出入超過人口全体の４０％が東京地区によって占められているが，このことからも東京からオーバーフローして横浜市に流入する人口の大きさを推しはかることができよう。それとともに，横浜市がなお，人口の収容余力を大きく残していることを知ることもできる。のちに述べるような就業通学依存率の点からもわかるように，東京都と横浜市あるいは神奈川県はすでに市域，県域を越えて一体化した生活圏を構成しつつあるといえよう。

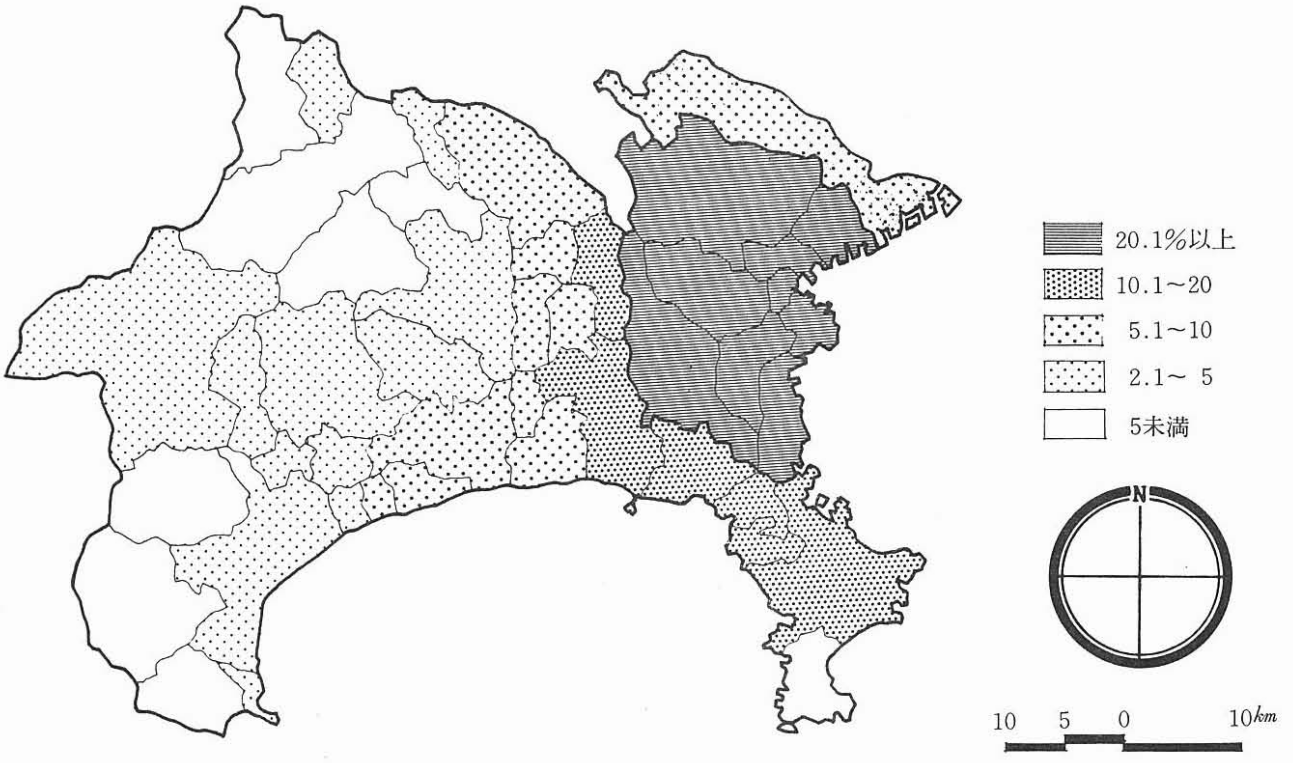


図１－１　神奈川県の横浜市への就業・通学依存率図

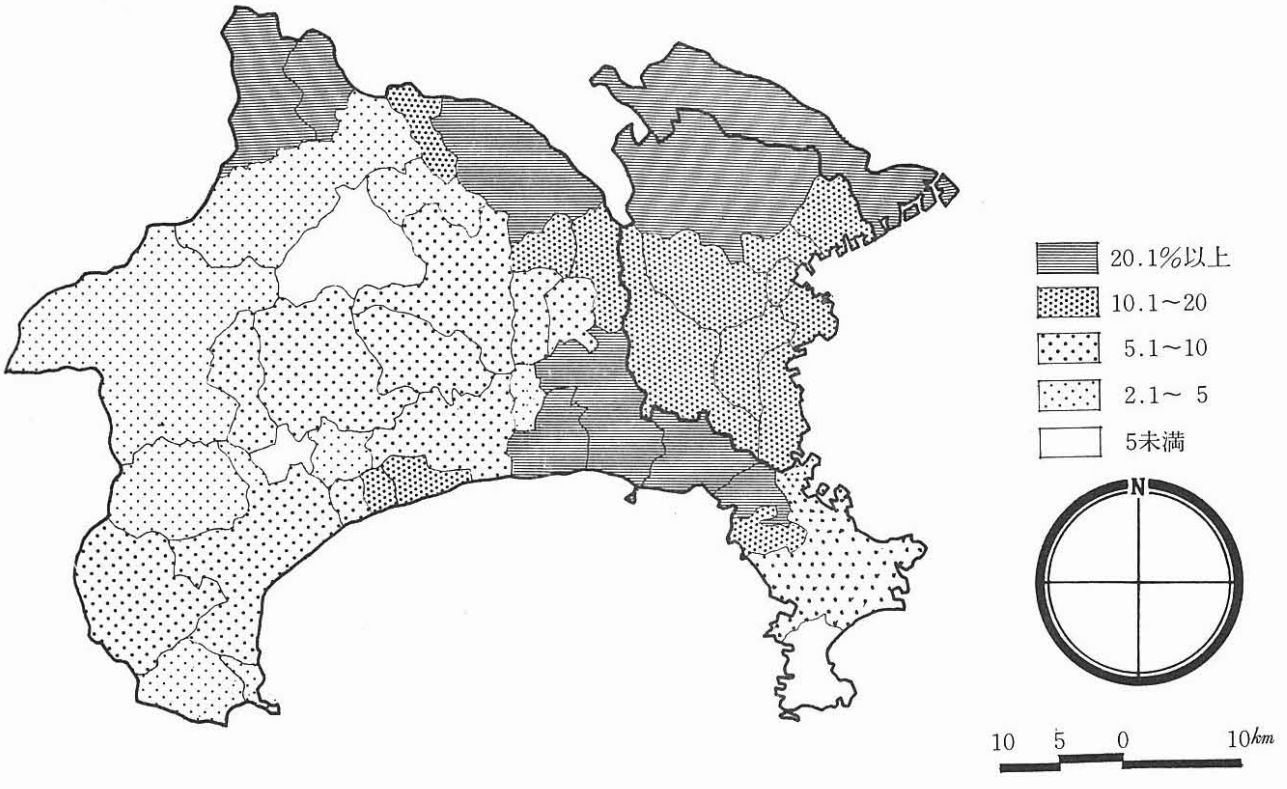


図１－２　神奈川県の東京都への就業・通学依存率図

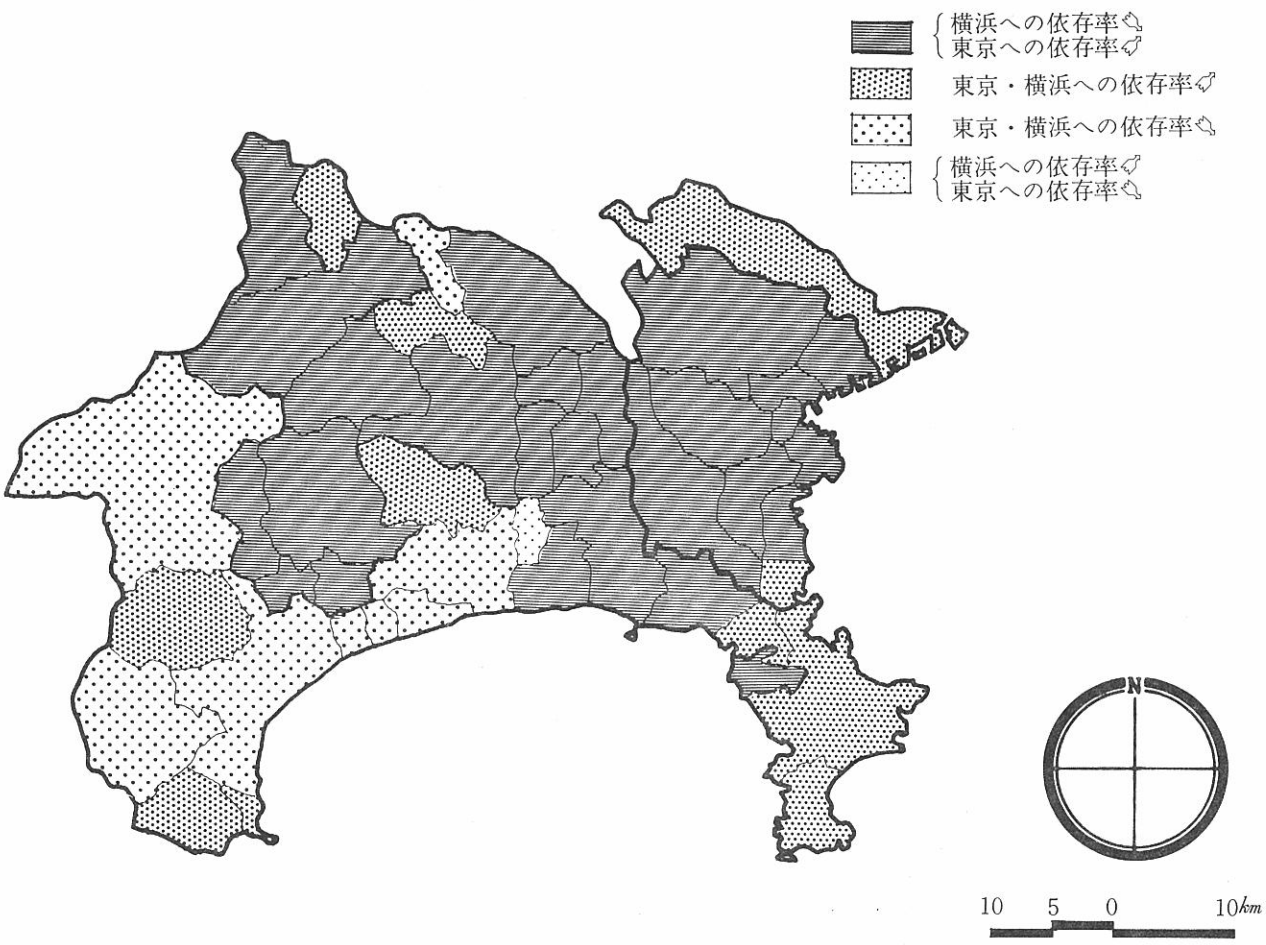


図１－３ 東京と横浜両都市に対する依存関係の推移

図１－４　横浜市への転出入超過人口の推移

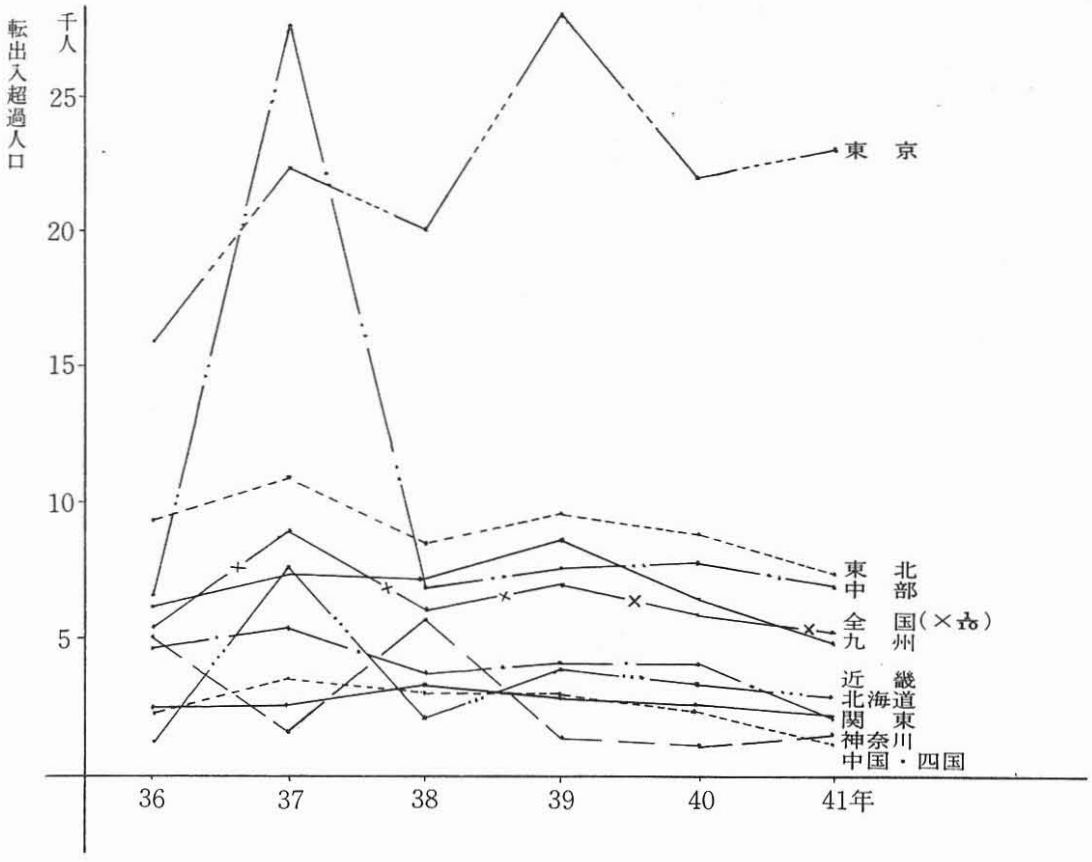


表１－６　　横浜市の人口増加

単位：％

区別	25年～30年		30年～35年		35年～40年		40年～42年		傾向	
	自然増加	社会増加	自然増加	社会増加	自然増加	社会増加	自然増加	社会増加	自然増加	社会増加
横浜市	7.3	12.9	6.4	13.9	8.5	21.6	3.2	5.5		
鶴見区	8.6	9.1	7.1	7.5	8.5	2.5	3.3	△2.2		減少
神奈川区	8.1	25.3	6.4	14.1	8.0	6.1	3.0	△0.6		減少
西区	6.8	10.9	5.1	△1.4	5.7	△5.7	1.8	△4.8		減少
中区	5.7	12.2	5.2	11.5	6.6	4.1	2.2	△1.0		減少
南区	6.7	13.4	5.8	7.7	7.6	20.0	2.9	5.2		
保土ケ谷区	7.9	22.7	8.4	40.1	10.8	44.3	3.8	8.5		急増
磯子区	5.6	3.5	4.7	4.8	7.3	21.2	2.8	5.1		
金沢区	8.0	6.1	5.3	6.4	7.3	13.4	2.8	3.7		
港北区	7.3	11.6	7.2	25.7	9.9	49.3	3.7	14.2		急増
戸塚区	7.3	10.9	7.4	30.9	12.0	70.9	4.1	18.7		急増

資料：横浜市

註）　△印はマイナスを表わす

区別にみた人口増加

表１－６は自然増，社会増に分けて，これまでの人口の増加傾向を示したものであるが，つぎのような特色がみられる。

①　４０年以降，臨海４区において社会増がマイナスに転じたこと（西区のみは３０～３５年ですでにマイナス）。

②　北部および西部の港北，保土ケ谷，戸塚の３区において，近年のスプロール現象を反映して社会増が著るしいこと。

③　横浜市の各区の自然増加率は，近年1.5～2.0％と全国平均の1.0％と比べて著るしく高いこと（青年層，中年層の流入が多いことの結果）。

横浜市自体が東京のドーナツ現象の影響をうけつつ，横浜市においても類似の現象がおこりつつある。

今後の人口の推移については，いろいろな角度から検討すべきであるが，ここでは，２つの面から検討してみることとする。第１は，過去の傾向と今後に予想される要因とを考えて，人口増加率を想定して想定人口を導き出す法，第２は，横浜市の土地利用，ないし人口収容力的観点からするものである。

第１．横浜市の人口増は３５～４０年を頂点として，やや増加率は鈍化の傾向をみせている。また，東京２３区の市街地再開発による土地の立体的利用により，東京からの流入人口も今後減少傾向に向かうものと思われる。さらに公害問題，地価上昇など，横浜市に工場の立地する外部経済条件が次第に減少すること，それに伴なう若年労働力人口の流入の減少なども考えられる。これらの条件を考え合わせ，今後の人口増加率を４２～５０年，年率３％，５０～５５年,年率2％，５５～６０年,年率1.5％と一応想定してみると表１－７のように，横浜市の人口は，５０年２４６万５千人，６０年には２９３万１千人となる。

第２．土地の人口収容能力といった観点から横浜市の将来人口を検討してみよう。人口密度ないし人口の土地収容力は,土地面積の絶対水準によって決まるのではなく，そこに投下される住宅関連投資の大きさによって決定されるという意見に反対するものではないが，それにも自から限度がある。しかも自然の陽光，植物の緑に対する欲求，さらには生活水準の上昇にともなうより大きな住宅に対する欲求をも考え合わせると，（反面，都心部再開発による高層住宅化は，都心部への人口のＵターン現象をともなうが）ここ１５～２０年程度の各区の人口密度は，表１－８の(4)欄に示される程度を想定することは大きく的を失したものとはいえないだろう。その場合の各区の人口は(5)欄に示す通りとなり，横浜市の人口は，３２３万８千人となり，４２年の人口を６６％上回ることとなる。今後大きく人口増の見込まれる地域は，港北区（３倍強），戸塚（2.6倍弱）の２区である。これをさきに示した想定人口増加率による，総人口２９３万１千人と比べると約３０万人の差があるが，２０年後の横浜市の人口は大よそ３００万人前後となるだろう。ここでは地域別の人口も算出されているので便宜上，土地収容力的観点からするものを６０年の人口と想定することとする。

表１－７　　横浜市の将来人口

想定年平均人口増加率	４２ ～ ５０年	３　％
	５０ ～ ５５年	２　％
	５５ ～ ６０年	1.5　％
参考（実績）	２５ ～ ３０年	3.75％
	３０ ～ ３５年	3.75％
	３５ ～ ４０年	5.4　％
	４０ ～ ４２年	4.25％

	４２年	５０年	６０年	50／42	60／42
人　口	千人 1,945.3	千人 2,465	千人 2,931	％ 127	％ 151

表１－８　　横浜市の人口，人口密度（収容力的観点からみた）

昭和６０年

	面積 Km² (1)	人口（42年）千人 (2)	人口密度 人／Km² (3)	想定人口密度人／Km²(4)	想定人口(60年)千人 (5)	(5) ／ (2) ％	市推計 60年 千人
横浜市	410.90	1,945.3	4,711		3,238	166	3,512
鶴見区	28.04	258.7	9,213	10,000	280	108	302
神奈川区	22.32	201.0	8,532	10,000	223	111	247
西区	6.25	101.2	16,100	15,000	94	93	105
中区	12.59	138.5	10,404	12,000	151	109	149
南区	32.59	268.4	8,236	10,000	326	121	403
保土ケ谷区	51.54	250.4	4,859	7,000	361	144	505
磯子区	18.15	103.2	5,856	7,000	127	123	159
金沢区	22.88	91.8	4,013	7,000	160	174	144
港北区	122.27	277.1	2,264	7,000	856	309	843
戸塚区	94.27	254.9	2,693	7,000	660	259	656

註 1. 面積は「横浜市町区域要覧」（昭４１年）によった。

2. 人口は１０月１日現在，国勢調査ベース。

１－２　社会的，経済的要因の分析

１－２－１　脱工業化社会への歩み

―すでに脱工業化の萌しもみられる―

戦後２０年，わが国は技術革新を中核とする重化学工業化によって，大きな経済成長を遂げた。昭和３０年以降１３年間の経済成長は年率１０％におよび，４３年の１人あたり国民所得も1,０００ドル水準に達した。

すでに，わが国においては，①東海道ベルト地帯を中心とする巨帯都市革命―そこに生れている高密度社会，②国民の９割が抱く中間層意識，③５人に１人は大学生というほどの高等教育の滲透，④消費における２次的消費から３次的消費への相対的ウエイトの移行，⑤純粋３次的職種（高学歴型第３次職種）の増大傾向など，脱工業化の特徴を示すいくつかの重要な傾向が現われ始めている。ハーマン・カーンなどによれば，脱工業化社会はほぼ１人あたり国民所得4,０００ドル水準において実現するといわれているが，わが国では，すでに，1,０００ドル水準において，先どりしたかたちで脱工業化へ進みつつあるとみることができよう。

１－２－２　通信革命，交通革命

―通信・交通革命は広域行政を必然化する―

コンピューターのハードウエアならびにソフトウエアの発達は，オンライン・リアルタイム・システムやタイムシェアリングシステムのような，通信回線と結んだコンピューターの高度な利用形態を大幅に増大させることとなる。これらコンピューターの高度な利用が，国および地方公共団体の行政面や，企業の経営形態やさらには家庭における消費者の行動にまで及ぼす影響は測り知れないほど大きなものがある。

一方，新幹線網の拡充，あるいは高速道路網の整備，モータリゼーションの進展，航空網の発達など交通面における革命的な変革も予想される。

例えば，国鉄のビジョンによれば，昭和６０年には，東京―仙台１時間５０分，東京―博多５時間４０分，東京―新潟１時間３０分など現在の時間距離は２分の１ないし３分の１に短縮されることとなる。空の国内交通もエアバスの就航などによって，気軽に利用でき，人々の意識距離を大幅に短縮することとなろう。

さらに，目を国外に転じた場合には，ＳＳＴ，ジャンボジェット機の就航により，海外諸国との時間，意識，経済各面における距離の短縮が実現する。これが通信手段の発達，ならびに貿易および資本の自由化と相まって，国際社会の一員としての日本を人々に益々意識させることとなろう。

１－２－３　巨帯都市革命

―東海道ベルト地帯への「人」，情報，資本の集積―

すでにわが国は世界的にみて，最も高密度な社会を形成している。単位面積あたりの所得密度でみた場合，おそらく世界第１級の地位にランクされよう。しかもそのうちでも密度の高い

地域は，東海道ベルト地帯に集中している。

進学率の上昇，とりわけ大学進学率の上昇にともなう高等教育革命と交通革命とは今後も人口の都市集中，なかんずく東海道ベルト地帯への人口集中をおし進めることであろう。

重要なことは，この巨帯都市の地域に，とくにそのセンターである首都圏に，高等教育を受けた人材が集積すること，海外および国内の行政，経済，文化各面にわたる高次の情報が集ること（行政，経済，文化などの諸管理機能の集積の結果として）である。人材の集積，富の集積，情報の集積がこの地域の性格をより高度なものに塗り変え，そこに実現する消費生活もまた，常に平均的な国民の生活を一歩進んだものとなるであろう。

横浜地区に属する港北区域は，こうした巨帯都市のセンターに近く，しかも関西に向かうベルトのやや内陸部に位置する。そこに居住する人々の生活意識，生活態度は，東京人あるいは首都圏人としてのそれであろう。

1－2－4　価値観の変化と将来の生活

イ）国民生活を規定する諸条件

—所得水準の上昇，労働時間の減少—

消費構造あるいは生活構造を第一義的に規定するものは所得であり，所得は経済成長の度合いに依存して決まる。

一方，生活時間のうち，生活必需時間，労働時間，家事時間などを差引いた自由な時間の量が人々の生活の態様を大きく左右する。

これら以外にも生活構造，生活パターンに影響を与える社会的，経済的要因はいろいろあろう。しかし，これら経済的社会的要因が直接に生活構造ないし生活パターンを決定するのではなく，その間に人びとの欲望を通じて形成される価値観（あるいは社会的価値）が媒介項として存在することとなる。

価値の変化については，次の項で述べることとして，ここでは，10年後，20年後に実現するであろう計量可能な指標（基礎的諸元）について1表にとりまとめておこう。

表1－9がそれである。

まず，われわれの推計によると，全国人口は，昭和50年には1億900万人，60年には1億2,160万人と，ほぼ年率1％ないし1.1％の増加が見込まれる。一方，労働力人口は，新規加入の生産年令人口の増加率の減少傾向，および進学率の上昇傾向を反映して，今後伸び率は大きく減少することとなろう。女性の職場進出の傾向と老令人口の労働力化の傾向如何が1つの鍵となるが，労働力人口は50年には5,260万人，60年には5,420万人程度となろう。

経済成長の見通しについては，次のように考えられる。労働力人口の伸び率，さらには絶対数の減少，海外からの移入による革新的生産技術の減少傾向，限界資本係数の増大傾向など，生産要素ないし生産技術面からする成長の制約要因がまず考慮されねばなるまい。一方ある程

表１－９　　主要指標の将来値

	昭和４０年	昭和５０年	昭和６０年
人口（万人）	9,828	10,900	12,160
労働人口（万人）	4,764	5,260	5,420
GNP（10億円）	31,345	66,120	125,890
１人当り国民所得（千円）	255	448	776
１世帯当り消費支出(月円)	51,820	78,600	128,000
産業別労働者数構成比(%)	１次 24.6　２次 32.3　３次 43.1	１次 14.0　２次 86　３次	１次 8.6　２次 37.7　３次 53.7
１週間当り労働時間(時)	48	45	40
週休２日制の実施（%）	総事業所数の３%で実施	総事業所数の６０%	一般化
１週間当り自由時間(時)	28.5	36	46
進学率 大学(%)	15	25	38
進学率 高校(%)	67.8	90	95
雑費比率（%）	36.0	39.0	41.0

註1. 金額はすべて４０年表示の実質価格

註2. 将来値はすべて日本リサーチセンターの推計による。

度の経済水準に達したのちにも日本人がバイタリティーを失なわず，経済の高度成長を目指して努力するだろうかという〃勤労意識〃と係わる成長の原動力についても考慮されねばなるまい。こうした点を考え合わせて，経済成長率を５０年まで，年率８%弱，５１～５５年を７%，５６～６０年を６３%，６０年までの通期で７２%と仮定すれば，国民総生産は，４０年の31兆3,４５０億円が５０年には６６兆1,２００億円，６０年には１２５兆8,９００億円に達することとなる。

これから，１人あたり国民所得を推計すると，５０年には，４４万８千円，６０年には７７万６千円と，６０年には４０年の２５万５千円のほぼ３倍（実質で）に達する。

産業構造を，産業別就業者数の構成比でみると，１次産業比率は４０年の２４.６%が５０年には１４%，６０年には８６%へと大幅に低下して，６０年には現在の最も先進的な諸国の水準に近づく。一方，３次産業比率は４０年の４３１%が６０年には５３７%へと１０%ポイントかた上昇し，産業構造は指標でみても大きく高度化することとなる。

労働生産性の向上は，一方で労働者の所得の上昇をもたらすが，またある程度の所得水準に到達したのちは，余暇を選好する誘因も増大するであろう。こうして，労働者の週平均労働時間は，４０年の４８時間程度から５０年には４５時間に，６０年には４０時間へと大幅に減少することとなろう。同時に，現在では，週休２日制を実施している事業所は，全体の３%程度であるが，５０年には６０%，６０年には，ほとんどの事業所において何んらかのかたちで週休２日制が実施されることとなろう。

労働時間の減少と，家事労働の合理化などは，当然人々の自由選択的な時間―自由時間の増

大をもたらす。たとえば，３０才代男女の平均でみると、昭和４０年の週平均２８.５時間が50年には３６時間に，６０年には４６時間へと増大するであろう。生活時間の内容の変化は，所得水準の上昇と相まって，生活の態様に大きな変化をもたらすことはいうまでもあるまい。一口に言えば生活の高度化であり，生活におけるレジャー，教育関係などの重要度が大きく増すことである。

(ロ) 価値観の変化

―消費者選択の基準としての価値観にも大きな変化がみられる―

戦後新たに生れた価値意識を整理すると，つぎの９つのものに価値がおかれているといえよう。

(1) Average Life への欲求

(2) 物質生活充足への意欲

(3) 楽しみへの積極的志向

(4) 安定への欲求

(5) 家庭生活の尊重

(6) 女性の役割の増大

(7) 教育の重視

(8) 簡便さの尊重

(9) 個性化

たとえば，戦前「分を知る」という考え方が広く行なわれ，社会的階級や，職業によって，生活様式や持物や，そして，言葉遣いも異なっていた。伝統的秩序と価値体系の崩壊，階層帰属意識の平準化は，大量消費と画一化としてマスコミ効果という裏づけによって，他人志向型の人間を生みだし「人並み意識」を植えつけた。３０年代にみられた三種の神器を中核とする消費革命は，average life への欲求 ― つまり，人がもつなら自分も，あるいはお隣りで買ったから家でもといった意識が，物質生活充足への意欲や簡便さの尊重といった価値意識とともに強く定着したことは否めないだろう。

また，有名校への進学熱は，少なく生んだ子を大事に育てたいという親の愛情と，少数の者しか入学できない有名校に子供をやっているという親のミエとが複雑に入り混じった姿であり，（もちろん学校制度そのものおよび有名校卒業者に与えられる社会的特権といった長年にわたる社会の慣習がその根本原因であるが.）こうした行動を支える価値意識は，養育の重視，個性化への欲求とみることができよう。

ところで，こうした価値観は今後どのように変化するであろうか。所得水準の上昇，進学率の上昇，自由時間の増大など社会的，経済的要因の変化にともない，たとえ衣，食，住，レジャーそれぞれの生活の側面によって価値意識の表現形態に強弱があっても，全体的傾向としてはつぎのような方向が注目されることとなろう。

(1) 私的消費の充実から公的消費の充実への変化

(2) フローの重視からストックの重視

(3) 画一化の傾向から個性化への欲求

(4) 物質生活偏重から精神生活を重視する傾向も，とくに１０年後以降には現われよう。

すでににある程度の私的消費の水準に到達したのちには，自分の住んでいる生活環境のよくなることを強く望むようになる。

道路整備，都市公園の充実，公的施設の充実などを欲求すると同時に，河川の汚濁や大気の汚染などに対する改善の欲求が強く出よう。しばしば指摘されるように，わが国においては，公共投資が民間の投資や私的消費に比べて著しく劣っている。これが社会のヒズミをもたらしているといえよう。

公的消費の問題とも関連するが，人びとは所得あるいは一時的な消費といったフローの重視から，蓄積の豊かさこそ安定した幸福な生活の基礎であるといった価値意識を強めるであろう。個人的レベルばかりでなく，社会公共施設といった公的なレベルにおいてもこうした意識が強まるであろう。

大量生産機構は画一的大量商品の消費を経済社会にビルトインすることとなった。けれどもすでにこうした傾向に対して豊かな人びとや一部の人びとは違った意識をもって行動している。大都会の真中に，飛騨の民家を思わせるイロリを切った黒光りする一室を作ったり，手作りの民芸調の家具をおいたり，あるいは江戸時代の箪笥まで動員されている。

みかたによっては，複製の洋画を壁面に飾ることさえ，個性化への欲求の萌しとみることができよう。こうして，所得水準の上昇とともに，個性化の傾向は益々強まるであろう。

さらに，近年の経済効率尊重主義，物質的豊富さの実現のためには，少々の自然破壊も辞せずといった意識や，価値を「物」にのみおくといった意識も物質面での豊かさが実現するにつれて徐々に変化するであろう。

名所や史蹟景観の，保存と育成の声も次第に大きくなってきている。また，物の豊かさのみを求めて精神の貧困さを顧みない風潮に対する反省も生まれつつある。こうした傾向も所得水準の上昇，２次的消費から３次的消費へと重点が移行するにつれて強くなるであろう。

１－２－５　２０年後の国民生活

―生活の重点は，住とレジャーに―

国際的なクロスセクションでみても，あるいは同一社会の所得階級層別にみたクロスセクションの場合にも，さらに時代の経過にともなう平均的な所得の上昇によっても，一般に所得の増大とともに，エンゲル係数は低下する。逆に教養，娯楽，教育，交際といった３次的消費から構成される雑費の構成比は所得の増大とともに上昇する。また住居費は，家賃，地代と家具什器支出とからなるが，モータリーゼーションの進展と４０年代の第２次消費革命，４０年代後半に始まるであろう第３次消費革命を通じて，そのウェイトは高まるであろう。こうした傾

向は，１０年，２０年後の消費構造を指標化した表１－１０によってもあきらかにみられる。

すなわち，消費支出に占める食料費の割合は，４０年の３８.１％から，５０年には３２.５％，６０年には２８.９％へと大幅に低下し，住居費の割合は４０年の9.9％から５０年には１３.８％，６０年には１５.７％へと大きく上昇する。また雑費の割合も４０年の３６.０％から５０年には３９.０％，６０年には４１％へと上昇する。一方被服費と光熱費の割合は弱含み横這いに推移するであろう。

食生活では，穀類の消費の減少，蛋白質食品とくに動物性蛋白質の摂取割合が増大しよう。とくに畜産物食品の摂取量が増大する。野菜類では，根菜類，果菜類から高級な葉茎類へと消費の重点は移行するであろう。また次第に食費に占める飲料，菓子などの嗜好性食品の割合も増大するであろう。

一方，食生活のパターンといった面からすると，洋風加工食品の需要は，average lifeの欲求，簡便さの尊重といった価値意識を通じて増大するであろう。反面，食生活を楽しくするためには，家庭生活の尊重，楽しみへの積極的志向といった価値観を通じて，手のこんだおいしく豊かな食事を求める傾向も強まるであろう。

衣生活の面は，わが国の生活のうちで最も充実した部門とみて差し支えなかろう。したがって，人並みな衣生活をしたいという欲求や，地位の象徴としての衣料といった意味はすでに失なわれているといってよい。もちろん，ホワイトカラーないしサラリーマンが背広を着てネクタイを絞めるといった没個性化によって集団の一員であることの安心感を得るといった種類の機能は残るであろう。衣料消費水準の向上は，Ｔ．Ｐ．Ｏに応じた衣料の着分け，流行に合った新しいものを次々に使い捨てるといった傾向も生まれよう。また，高級化ないしデラックス化の傾向も生まれよう。さらに女性の身の回り品関係では，個性の発揮といった価値観を通じて，天然の宝石あるいは貴金属に対する関心が高まるであろう。

住生活は，わが国で最も立ち遅れた部門である。とくに近年は人口の都市集中と核家族化の傾向とが，都市における住宅事情を極めて悪いものとしている。したがって一般的にみた場合には，１０年後といえども首都圏における住居の水準は望ましいほどの高さにまで達することは困難であろう。

住宅問題は，土地の価格の問題とは切り離すことができない。庭つきの一戸建て住宅に対する庶民の欲求は強いとはいえ，さいきんでは都心から1時間半圏に坪5万円以下の土地をみつけることは難しくなりつつある。こうして公的住宅建築は，土地の有効利用の点からも中高層がその主流を占め，一方，民間住宅，分譲業者も通勤に比較的便利な地域にマンション式の分譲住宅を建てることが多くなろう。都心部の再開発による高層住宅も次第に増加するであろう。こうして，一時都心から離れて郊外に住んだ人びとが都心に舞い戻る，いわゆるＵターン現象も増加しよう。

住宅の構造面からみると，技能労働者の不足からプレハブ化の傾向や新建材の普及が促進さ

表１－１０　　１０年後，２０年後の消費構造

単　位：%

	昭　４０	所　得　効　果			所得効果＋拡散効果			モータリーゼーションを考慮に入れた係数		価　格　効　果	
		４５	５０	６０	４５	５０	６０	５０	６０	５０	６０
消　費　支　出	円 51,832									円 78,600	円 128,040
（実　質）	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食　料　費	38.1	36.0	33.0	31.2	34.7	32.5	29.6	31.6	27.9	32.5	28.9
住　居　費	9.9	11.0	12.5	13.5	12.0	13.0	15.0	14.2	16.5	13.8	15.7
光　熱　費	4.6	4.3	4.5	4.5	4.3	4.5	4.4	4.5	4.3	4.3	4.2
被　服　費	11.4	12.0	12.5	11.8	12.0	12.0	11.5	11.2	11.0	10.4	10.2
雑　費	36.0	36.7	37.5	39.0	37.0	38.0	39.5	38.5	40.3	39.0	41.0
（穀　類）	（8.4）	（7.3）	（6.0）	（3.0）	（6.6）	（5.0）	（2.8）	（4.8）	（2.8）	（5.1）	（3.0）
（その他食料）	（29.7）	（28.2）	（27.0）	（28.0）	（28.1）	（27.5）	（26.8）	（27.3）	（25.1）	（26.0）	（26.0）

註　1.　住居費には持家の帰属家賃を含まない。

2.　自動車購入費は住居費（家具什器）に含む。

れよう。また，木材の不足は，コンクリートの住宅やアルミ，プラスチック製品の住宅への使用を一層促進することとなろう。

住生活に関する限り，人並み意識あるいは物質生活充足の欲求といった価値観は一般的にはここ当分の間，強く現われるであろう。上からみると刑務所のようだといわれ，どのドアも同じである公団住宅，あるいは同じアルミサッシの戸と画一的な新建材の壁，人びとはこうした住宅にインテリア商品や家具で個性化への欲求を充たす程度というのが，ここ10年程度の傾向であろう。

fun morality ― 楽しむことはよいことだという価値意識は生活におけるレジャーのウェイトを益々高めている。30年代に入ってテレビの普及は「ミル」レジャーあるいはごろ寝レジャーを盛行させた。けれども近年レジャーの傾向もドライブ，旅行，スキー，ゴルフ，ボーリングといった自から参加して楽しむ「スル」レジャーが増大する傾向が出ており，これは各種調査結果にも現われている。今後の傾向としては，自由な時間量の増大と所得水準の上昇は，益々レジャーを受動的なものから活動的なものへ，小型なものから大型なレジャーへ，あるいはモータリゼーションが家族で一緒に楽しむ，家庭中心型のレジャー活動や若いグループのレジャーを活発化させるであろう。

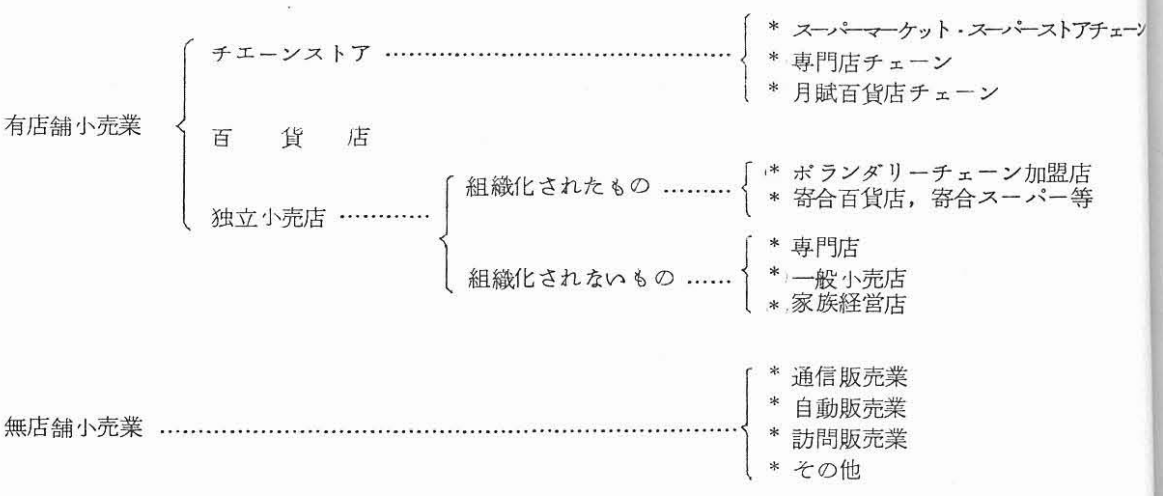
1－3　小売業の変革の方向

1－3－1　小売業の動向についての概要

流通革命の名が生れて後，小売業の形態は大きく変貌をとげている。その一つはスーパーマーケット，スーパーストアーに代表される，セルフサービスと大量販売によるコストダウンを特色とする量販店であり，第2は大衆所得の上昇に伴う消費者行動の高級化，多様化の傾向に応えた専門店の抬頭である。

他方，大規模経営のメリットをねらいとした大型商業資本によるチェーン化の動き，およびこれに対抗することをねらいとした独立小売店によるボランタリーチェーン結成の動きなどが注目される。以上のほか，通信販売，自動販売，訪問販売など，新らしい小売形態もかなりの発展をみている。

なお百貨店は資本力を強みとして大きく成長しているが主として高級品，専門店的品揃えに特色をおいた都心型と，これに加え，大衆品，なかにはスーパー商品をも取り扱うターミナル型との二つの傾向がみられる。以上を要約するとおおむねつぎの通りとなる。



ところで，人口の大都市集中，大都市における郊外分散，大衆所得の上昇，モータリゼーションの進行，あるいは労働力の不足，賃金の上昇，内外競争の激化など，消費者および小売業をとりまく諸環境変化のなかにあって，小売業の形態はどのように変化するであろうか。

小売業はこれまで，いろいろの不合理性，前近代性を内包していた。たとえばこれまでの消費者の買物行動圏の狭さは，日用品，生鮮食料品小売業の地域独占を可能にし，零細生業店の存立を可能にしたし，百貨店の絶対的優位性は納入，返品等をめぐる卸売商との前近代的取引慣行，あるいは買上げ品の配送，サービスガールなどにみられる過剰サービスを可能にした。しかし，モータリゼーションによる行動圏の拡大と情報革命の進行による適確迅速な情報網の普及による消費者選択の合理化，あるいは労働力不足の一層の進行は以上にみられる不合理性，前近代性を破壊する機会をもたらすにちがいない。

かくて，生活必需品については，セルフサービスによる大量販売方式が支配的となり，それも，大規模経営のメリットを発揮しうる大型チェーン方式による小売形態が一般化しよう。他方,大衆所得の上昇，生活水準の上昇は，消費の高級化，多様化を一層促進しようから，豊富な品揃えと高度の技術サービスを売り物とする専門店の発展をもたらす。また消費の大型化は耐久消費財の需要増加をもたらし，この分野ではディスカウンターとして発展するものと，企業のイメージアップと消費者への滲透をねらってチェーン化を進める高級品中心の専門店チェーンに分化しようが，とりわけ前者の発展が顕著となろう。

ところで，百貨店については前に都心型とターミナル型とがあることを指摘したが，大都市郊外人口の増大につれて，郊外店（衛星店）の建設が本格化する。その場合大衆品，ないし必需品については住宅地に近いスーパーがこれを担当しようから，ターミナル店の専門店的機能と量販店的機能は両極に分解し，後者はその機能を郊外スーパーに譲り，大型専門店へのイメージ・チェンジの必要に迫られる。

なお郊外には高級品専門の百貨店，大衆品取扱百貨店，およびスーパーマーケット，スーパ

ーストアーを核に各種専門店がこれを取巻くショッピングセンターが衛星的に建設されることになろう。もっとも，生鮮食料など特定の商品については，家族労働を主力とした生業店がある程度残存することになろうが，その他の商品については前近代的生業店は協業化などにより近代化を迫られ，独立小売店としての性格はかなり希薄となるものと思われる。

1－3－2　首都圏の商業動向

首都圏は大きくわけて，北関東ブロックの茨城，栃木，群馬，山梨の五県と，南関東ブロックの東京，埼玉，千葉，神奈川の一都三県の二ブロックに分けられる。

北関東ブロックは，南関東ブロックの商業活動と比べると低く，現在の商業活動を考察するには，まず問題外としてもよいであろう。

イ）東京都の商業動向

東京都における小売店数のここ数年の増減についてみると，35年1.0％増，37年2.0％減，39年2.2％増と39年まではほぼ横ばい状態を辿ってきたのに対し，41年は4.3％増と，最近になって急増してきている。昭和41年7月現在の小売店数は，125,522店を数える。この商店のうち23区に104,611店（総数に対する構成比83％）が分布しており，さらに市部に15,033店（同12％），郡部に5,275店（同4％）と，8割以上が区部に集中している。

東京都内の小売店の増減を中心としたブロック別*すなわち都心部，内延部，外延部，市郡島部に分けて地域間の状況を比較してみよう。

* 各ブロックの分類

「都心部」……千代田　中央　港

「内延部」……新宿　文京　台東　墨田　江東　品川　目黒　渋谷　中野　豊島

「外延部」……大田　世田谷　杉並　北　板橋　練馬　足立　葛飾　江戸川

まず人口の推移をみると，都心部では33年以降はっきりした下降現象をみせている。内延部では37年まで増加傾向を示し，それを頂点として，それ以降減少傾向に移り，41年は33年時点と同位置になった。

これに対して，外延部では年々増加傾向にあり，過去8年間に32％の増加をしている。さらに，市郡島部では年々著しい増加を示し，41年には68％の増加となっている。（図1－5　参照）

次に小売商店数の推移をみよう。

都心部においては，33年以降もっぱら減少傾向を示し，昭和41年には14％の減少である。内延部においても昭和35年以降減少傾向を示している。外延部では33～39年の6年間はほぼ横ばい状態であり，41年になって増加を示し，33年の10％増となった。市郡島部では33年以降増加傾向を示している。特に昭和37年以降著しい増加を示し，昭和41年には37％の増加をみている。（図1－6　参照）

人口増加と商店数増加との間に次の関係がみられる。

人口の都心から外延部，市部郡島部への拡散化に対応して，小売店自体も外部への移動傾向を示している。また，都内小売店の増加は市郡島部での急増にその主因を求めることができる。

４１年の都内小売店の総年間販売額は，１兆7,292 億円となっている。このうち区部には１兆5,103億円（総額に対する構成比８７.３％），市部に1,706 億円（ 9.9 ％） 郡部に４０７億円（ 2.4 ％）となっている。

年間販売額の動向をブロック別に比較してみると，（昭和３３年＝１００とした指数）

	３３年	３５年	３７年	３９年	４１年
都心部	100	125	155	176	196
内延部	100	130	183	241	257
外延部	100	125	178	228	289
市郡島部	100	133	200	302	409

の傾向にある。

都心部は，８年間に 1.９６倍 にとどまっている。これに対して，内延部は 2.５６倍 外延部は 2.８９倍を示し，さらに市郡島部では 4.０９倍と著しい伸長を示している。このように年間販売額も都心部よりも外延部，市郡島部へと至るに従って，伸び率が大きくなる傾向にある。しかし，最も高い販売額を示しているのは，都心部の中央区であり，次が内延部の新宿区，豊島区である。

人口増加と販売額増加率の地域別相関をみると図１－７ のごとく，あまり強い相関はみられない。新宿，豊島，台東，千代田，中央の５区は，人口増よりも販売額がかなり高く，商業面の発展の大きいことを物語っている。

ブロック別に小売店業種別構成の動向をみると，人口のドーナツ化現象に伴ない商店数も都心部で減少の傾向を示している，と同時

図１－５
人口数の推移

	33年	35年	37年	39年	41年
○中心部					
○中心部	100	100	98	93	85
○内周部	100	109	111	110	100
○外周部	100	121	118	125	132
○市郡島部	100	115	129	150	168

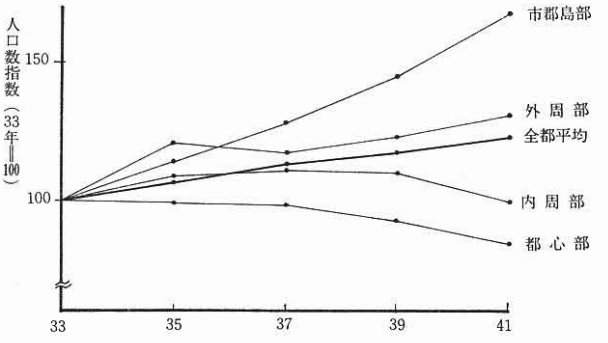
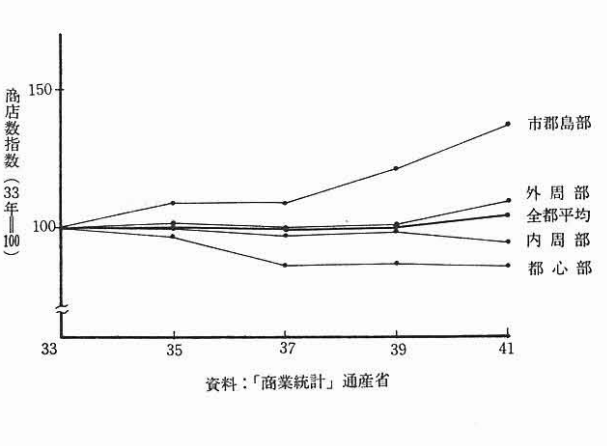


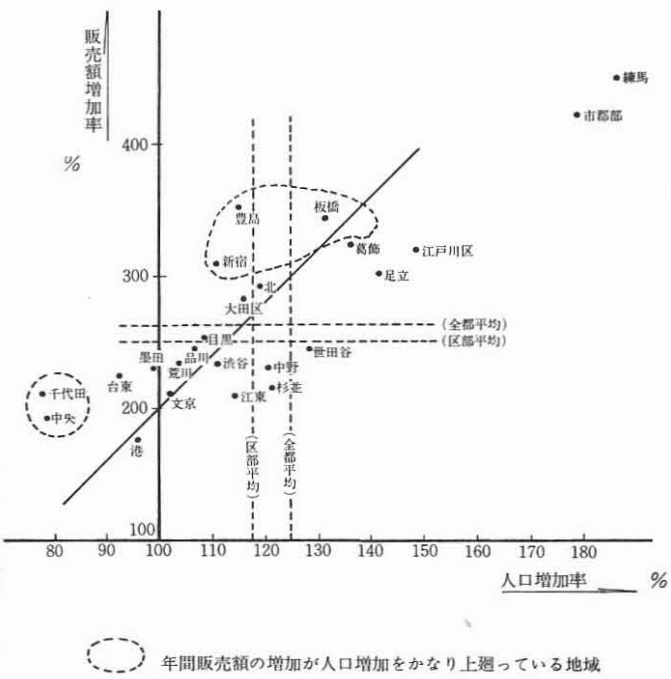
図１－６
商店数の推移

	33年	35年	37年	39年	41年
○都心部	100	97	87	87	86
○内周部	100	100	97	98	96
○外周部	100	102	100	102	110
○市郡島部	100	109	109	121	137



資料：「商業統計」通産省

図１－７　人口増加と小売業年間販売額増加の相関
（33年＝100とした41年の指数）



年間販売額の増加が人口増加をかなり上廻っている地域
資料：東京商工会議所

に業種の地域変化がみられる。

各種商品小売業，織物衣服身の廻り品小売業は，全地域で増加を示しているが，外周部，市郡部で特に増加している。

飲食料品小売業，家具建具什器小売業は，地域差が大きく，都心部，内延部では減少傾向を示し，外延部，市郡部の外側地域では増加傾向を示している。

その他の小売業（医薬品，化粧品，書籍雑誌等の小売）も外周部，市郡部の増加が激しい。（表１－１１　参照）

ロ）南関東の商業動向

東京都の商業の動きは，人口のドーナツ化現象とともに，都心部から外延部へ移動しつつある。その周辺の神奈川，埼玉，千葉の三県の商業の動きも同様の傾向がみられるであろうか。

神奈川県の小売業の動き

横浜市の昭和４１年の小売業の年間販売額は，３５年の2.８４倍と増加傾向を示している。これに対して，平塚市，藤沢市，茅ケ崎市は，それぞれ3.０３倍，3.０４倍，3.０３倍と著しい増加傾向を示し，さらに，外延部の相模原市，秦野市，厚木市，大和市は，それぞれ4.20倍，3.４４倍，3.９６倍，3.７４倍と大きな伸長を示している。（表１－１２　参照）

次に人口の推移を地域別にみよう。

都心部の西区，中区の人口増加は低く，３５年から４０年の５年間にそれぞれ０.１％と１０.７％の増加である。外延部に至るほど人口増加の激しい地域が多くなっている。たとえば，区部では保土ケ谷の５５.１％増，港北区５９.２％増，戸塚区８２.９％増があげられる。市部では藤沢市の４０.６％増，茅ケ崎市の４７.１％増，相模原市の６０.７％増，大和市の５８.６％増が人口増加の激しい地域である。（表１－１２　参照）

このように人口が都心から外延部に移るに従い小売業も都心から外延部に移動する傾向にある。

年間販売額の伸びが，人口の伸びを大きく上廻っている地域，すなわち人口に対する年間販売額の弾性値が大きい地域は，横須賀市，逗子市，三浦市，秦野市の外側地域にみられる。これは外側地域が商業発展の道を辿っていることを物語っている。しかし，都心の西区の年間販売額の弾性値が大きいことも見逃してはならないであろう。（表１－１２，図１－８　参照）

表１－１１　業種別・地域ブロック別商店数の増減

業種別	年次増減	全都計 実数	全都計 構成比	都心部 実数	都心部 構成比	内延部 実数	内延部 構成比	外延部 実数	外延部 構成比	市郡島部 実数	市郡島部 構成比
小売業合計	33	18,801	100.0	9,77177	100.0	48,801	100.0	4,4980	100.0	14,747	00.0
	41	25,520	100.0	8,335	100.0	46,750	100.0	4,9506	100.0	20,308	00.0
	増減	+5.7%		−14.5%		−4.2%		+10.1%		−37.7%	
各種商品小売業（デパートなど総合店）	33	44	0.04	13	0.13	20	0.04	3	0.01	3	0.02
	41	113	0.09	20	0.23	28	0.06	29	0.06	21	0.1
	増減	+156.8%		+53.8%		+40%		+866.7%		+600%	
織物衣料身の回り品小売業	33	19,176	16.1	1,894	19.4	8,576	17.6	6,731	15.0	1,916	13.0
	41	21,769	17.3	2,025	24.2	9,069	19.4	7,941	16.0	2,669	13.1
	増減	+13.5%		+6.9%		+5.7%		+18%		+39.3%	
飲食料品小売業	33	58,043	48.9	3,951	40.4	23,122	47.4	22,946	51.0	7,705	52.2
	41	60,136	47.9	3,062	36.6	21,227	45.4	24,853	50.2	10,642	52.4
	増減	+3.6%		−22.5%		−8.2%		+ %		+38.1%	
家具建具什器小売業	33	11,808	9.9	1,019	10.4	4,804	9.8	4,405	9.8	1,553	10.5
	41	12,830	10.2	732	8.8	4,760	10.2	5,015	10.1	2,273	11.2
	増減	+ %		−28.2%		−0.9%		+13.8%		+46.4%	
その他の小売業（医薬品，化粧品書籍，雑誌等）	33	29,730	25.0	2,894	29.6	12,279	25.2	10,895	24.2	3,570	24.2
	41	30,674	24.4	2,516	30.1	11,666	25.0	11,668	23.6	4,703	23.2
	増減	+3.0%		−13.1%		−5.0%		+7.1%		+31.7%	

資料：「商業統計」通産省
注：　島部を除いているのでブロック別の合計は計に一致しない。
　各ブロックの分類
　「都心部」：千代田区，中央区，港区
　「内延部」：新宿区，文京区，台東区，墨田区，江東区，品川区，目黒区，渋谷区，中野区，豊島区，荒川区
　「外延部」：大田区，世田谷区，杉並区，北区，板橋区，練馬区，足立区，葛飾区，江戸川区

表1－12　　首都圏の商業動向　　№1

市町村	年間販売額			人口増加率②	弾性値
	昭35	昭41	①昭35～41増加率	昭和35～40	①／②
	100万円	100万円	%	%	
東京都	823,905	1,942,450	135.8	12.2	11.131
市部	－	－	－	10.9	－
郡部	－	－	－	46.3	－
区部	753,364	1,720,411	128.4	7.0	18.343
八王子市	10,618	29,573	178.5	26.2	6.813
三鷹市	4,318	12,609	192.0	38.6	4.974
府中市	3,984	13,583	240.9	54.1	4.453
調布市	2,441	10,220	318.7	72.0	4.426
町田市	4,576	19,267	321.0	62.6	5.128
小金井市	2,173	8,336	283.6	66.9	4.239
小平市	－	6,272	－	99.1	－
日野市	－	5,108	－	56.7	－
国分寺市	－	5,206	－	65.3	－
立川市	8,435	24,621	191.9	22.9	8.380
神奈川県	210,433	589,261	180.0	28.7	6.272
市部	－	－	－	29.5	－
横浜市	93,352	265,103	184.0	30.0	6.133
鶴見区	13,351	30,343	127.3	11.0	11.573
神奈川区	10,506	24,420	132.4	14.1	9.390
西区	12,418	51,289	313.0	0.1	3.130.000
中区	25,773	62,480	142.4	10.7	13.308
南区	10,271	26,427	157.3	27.5	5.720
保土ケ谷区	5,762	18,209	216.0	55.1	3.920
磯子区	3,369	9,099	170.1	28.6	5.948
金沢区	2,798	7,133	154.9	20.7	7.483
港北区	4,887	18,493	278.4	59.2	4.703
戸塚区	4,217	17,209	308.1	82.9	3.717
横須賀市	19,496	42,114	116.0	10.5	11.048
川崎市	37,842	108,246	186.0	35.1	5.299
平塚市	7,692	23,311	203.1	24.6	8.256
鎌倉市	5,939	16,004	169.5	20.0	8.475
藤沢市	7,412	22,561	204.4	40.6	5.034
小田原市	10,627	25,476	139.7	14.9	9.376
茅ケ崎市	3,113	9,421	202.6	47.1	4.301
逗子市	2,224	4,952	122.7	9.2	13.337

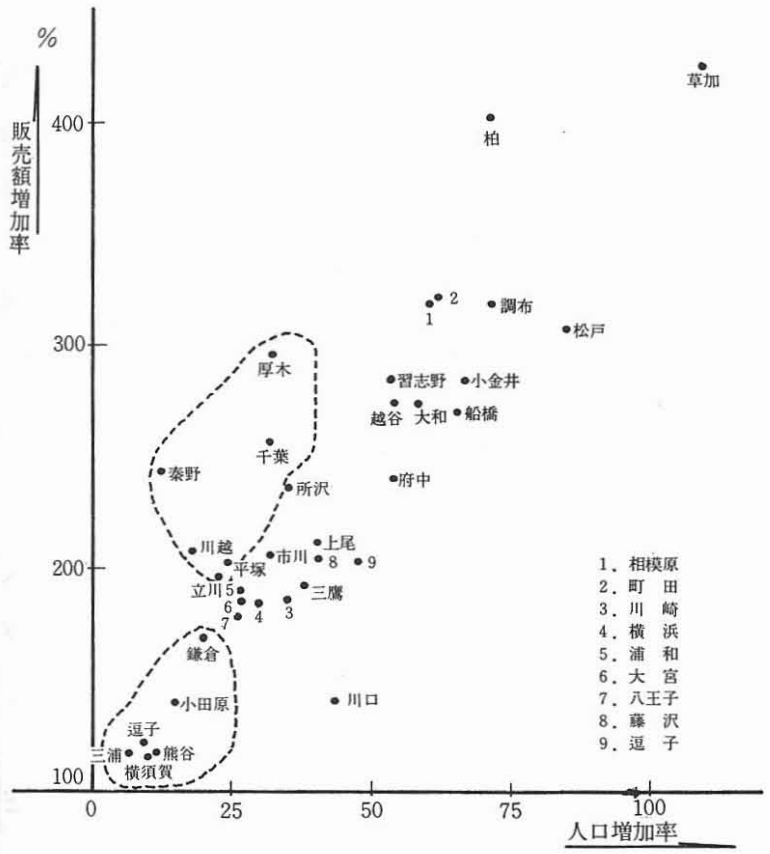
「都心部」：千代田区，中央区，港区
「内延部」：新宿区，文京区，台東区，墨田区，江東区，品川区，目黒区，渋谷区，中野区，豊島区，荒川区
「外延部」：大田区，世田谷区，杉並区，北区，板橋区，練馬区，足立区，葛飾区，江戸川区

市町村	年間販売額 昭35	年間販売額 昭41	年間販売額 ①昭35～41増加率	②人口増加率 昭和35～40	弾性値 ①／②
	100万円	100万円	%	%	
相模原市	3,779	15,856	319.6	60.7	5.265
三浦市	2,245	4,888	117.7	7.0	16.814
秦野市	1,593	5,474	243.6	13.0	18.738
厚木市	1,993	7,890	295.9	32.8	9.021
大和市	1,979	7,410	274.4	58.6	4.683
埼玉県	94,318	263,522	179.4	24.0	7.475
市部	70,985	194,069	173.4	25.1	6.908
川越市	5,217	16,098	208.6	18.3	11.399
熊谷市	6,792	14,746	117.1	11.6	10.095
川口市	7,272	17,586	141.8	43.4	3.267
浦和市	9,213	26,283	185.3	26.9	6.888
大宮市	8,931	25,879	189.8	26.9	7.056
所沢市	3,411	11,445	235.5	35.6	6.615
上尾市	1,342	4,197	212.7	40.9	5.200
草加市	1,504	7,881	424.0	109.4	3.876
越谷市	1,657	6,203	274.4	54.4	5.044
千葉県	93,593	272,235	190.9	17.2	11.099
市部	64,619	209,628	224.4	28.7	7.819
千葉市	16,017	57,183	257.0	32.2	7.981
市川市	7,550	23,137	206.5	32.2	6.413
船橋市	7,015	25,904	269.3	65.9	4.086
松戸市	3,737	15,202	306.8	85.2	3.601
習志野市	1,300	4,983	283.3	53.9	5.256
柏市	2,672	13,415	402.1	71.4	5.632
市原市	—	6,707	—	32.6	—
銚子市	3,819	9,121	138.8	0.0	—
館山市	3,557	8,187	130.2	0.31	—
木更津市	3,483	8,766	151.7	4.2	36.119
野田市	2,637	6,418	143.4	10.4	13.788
茂原市	2,089	6,737	222.5	7.9	28.165
成田市	1,951	4,009	105.5	△ 1.7	—
佐倉市	1,136	2,655	133.7	11.0	12.155
佐原市	2,672	6,073	127.3	△ 4.0	—

※ 弾性値： 本来の弾性値とは，限界性向的な考えであり，距離のある二時点の増加傾向ではない。
しかし，二時点の増加を用いてもその意味は充分はたしうる。

（資料：国勢調査（人口）および，商業統計による。）

図１－８　人口増加と販売額増加の相関



年間販売額の増加が人口増加を大きく上廻っている地域
資料：「国勢調査報告」総理府統計局
「商業統計表」通産省

埼玉県の商業動向

過去６年間販売額の増加の著しい地域は，外延部の川越市（４１年は３５年の3.1倍），所沢市（3.4倍），上尾市（3.1倍）と，東京に近い地域の草加市（5.2倍），越谷市（3.7倍）の両地域があげられる。

中心地の浦和市の外延部のうち東京に近い地域がより大きな伸びを示している。これは，次にかかげる人口の推移と密接な関係にある。

人口増加の著しい地域は，外延部にみられるが，特に大きい伸長を示したのが，東京に近い地域の草加市（５年間の伸び１０９.４％増），越谷市（同54.4％増），川口市（同43.4％増）である。

このように人口増と販売額との関係は深く，それぞれ増加の大きい地域は，外延部の地域で窺れる。しかしながら，埼玉県は，地理の関係上，特に中心部に近い越谷市，草加市に人口，販売額の著しい増加傾向がみられる。

人口増加に比較して，小売業の年間販売額の増加がかなり大きい地域，すなわち商業発展の著しい地域は，外延部の川越市，熊谷市，大宮市の三市である。これらの市の年間販売額の弾性値は，それぞれ，１１.３９９，１０.０９５，７.０５６である。

（表１－１２，図１－８～１１　参照）

千葉県の商業動向

小売業の年間販売額の増加傾向は，千葉市を中心に外延部に至るにつれて，著しくなるという傾向よりも，埼玉県と同様に，東京よりのつながりとしての外延部の内側の地域の増加傾向が大きい。

昭和３５年から４１年の年間販売額の増加傾向は，千葉市３.５７倍，市川市３.０７倍，船橋市３.６９倍，松戸市4.０７倍，習志野市３.８３倍，柏市５.０２倍と著しい伸びを示している。これらの地域は，千葉県の外延部として，千葉市から拡ってきたのではない。東京より拡ってきたものであり，東京の外延部的性質が強い。

千葉県の外延部として伸びの大きいのは，茂原市の３２３倍である。他の銚子市，佐原市，成田市等は２倍程度にとどまっている。

人口の推移をみると，東京都に近い千葉市，市川市，船橋市，松戸市，習志野市，柏市の人口の増加が激しい。それぞれ，３２２％，３２２％，６５９％，８５２％，５３９％，７１４％の増加率を示している。他の地域は，１０％前後の伸びである。特に千葉県の銚子市，成田市の東部では減少傾向あるいは停滞傾向にある。

人口増加よりも年間販売額の増加が大きく上廻っている地域は，木更津市，野田市，茂原市，佐倉市，千葉市，市川市があげられよう。

商業動向を人口の動向とからみ合わせて考えると，松戸市，習志野市，船橋市と東京により近い地域が大きく発展している。（表1−12 図１－８～１１ 参照）

首都圏の商業動向は，東京都の商業動向と密接な関係をもっている。

過密都市東京を脱出して，郊外に移動する人口を追って，小売業も副都心へ，郊外の都市へと消費者の集まる地域につぎつぎと出店している。商業の動向も人口の動向と同じ方向に伸びている。しかし，都心部は都心部で商業の発展はかなり大きいものがある。

このような状況をスーパーマーケットの出店でみると，図２－１２のごとくなる。

まず，都心から２０～３０㎞圏内の新興住宅地域の川崎，立川，川口，松戸，柏，市川などに現われ激戦化している。さらに３０～５０㎞圏の広域にひろがりつつある。

中でも現在もっとも激しい出店競争をつづけているのは，神奈川県下である。しかも，いずれも大型店舗，耐久消費財まで扱う総合スーパーばかりである。（注１）

神奈川県下のスーパーの展開に，一つの特徴がある。それは，出店場所がいずれの店舗も，西または南をめざしている。すなわち，横浜から藤沢方面へ西下するか，小田急，相鉄沿線を下るか，三浦半島を南下するかである。

これまで，首都圏の動向をみてきたのであるが，商業の発展が今後も続くところは，スーパーの出店にみられるごとく神奈川県下がかなり大きいウエイトを占めてくると思われる。

４３年７月１日現在で全国一斉に「商業統計調査」が実施されたが，その中で県内の大型小売店（百貨店，ビッグストア，スーパーマーケットなど）の小売業における位置づけは，店舗で０３％，従業員数で７％，売り場面積で１３７％，販売額の１３９％，商品手持額の１２２％をそれぞれしめている。

このように神奈川県は，首都圏の中でももっとも商勢圏として魅力をもつところであろう。

（註１）

西友ストアは，相模鉄道，小田急電鉄，東海道線の３沿線にチェーン網をめぐらせる。４月から６月までの３カ月間に，またたくまに６店を開設した。相模原市の相模大野店，横浜西郊外の希望ケ丘，瀬谷，鶴ケ峰，戸塚，横須賀市の衣笠，いずれも，売場１５００平方メートル前後の本格派ばかりである。

東光ストアは，横浜市金沢区に建設中のショッピングセンターにこの程，金沢八景店を出店する。また開発のさかんな京浜急行沿線に目をつけ近く京急上大岡駅前に店舗を着工する。東急が開発している多摩田園都市には，姉妹店のフードマート，ホームマートとともに出店する計画もある。

相模鉄道系の相鉄ストアは，将来ターミナル駅による相鉄二俣川駅に，ショッピングセンター形式の大型店

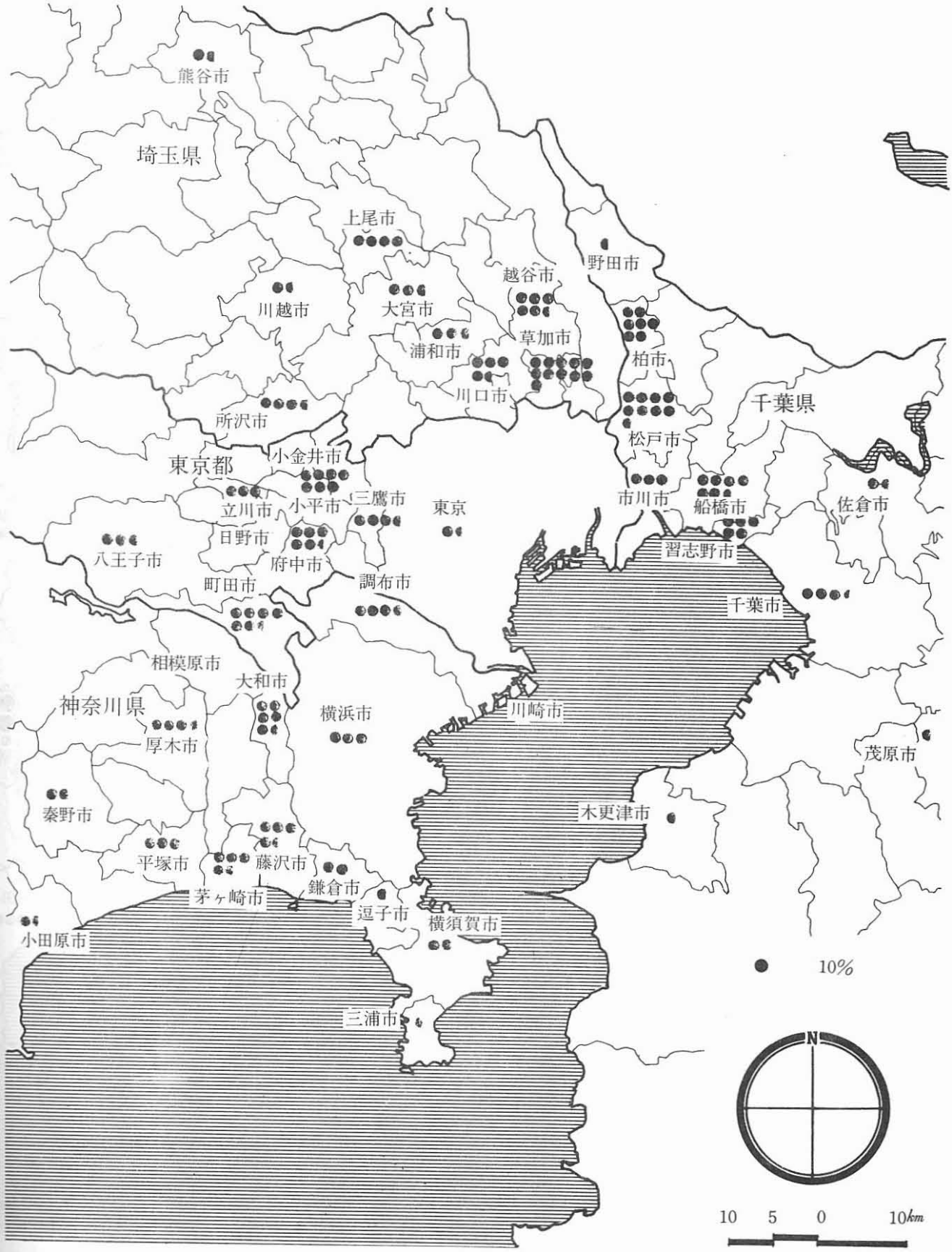


図１－９

人口の推移

―昭和35～40年の増加率―

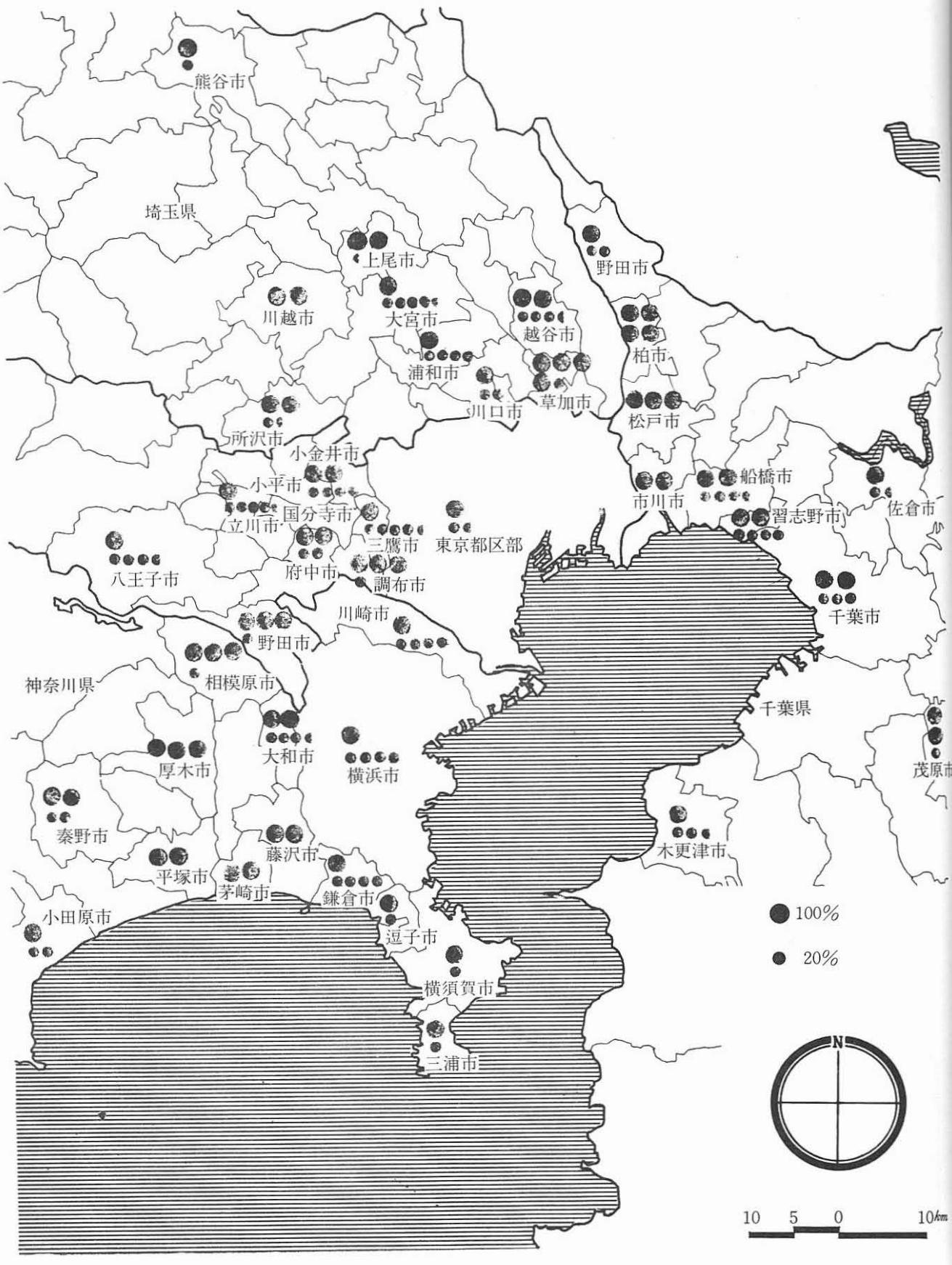


図１－10 小売業年間販売額の推移
（昭35～41の増加率）

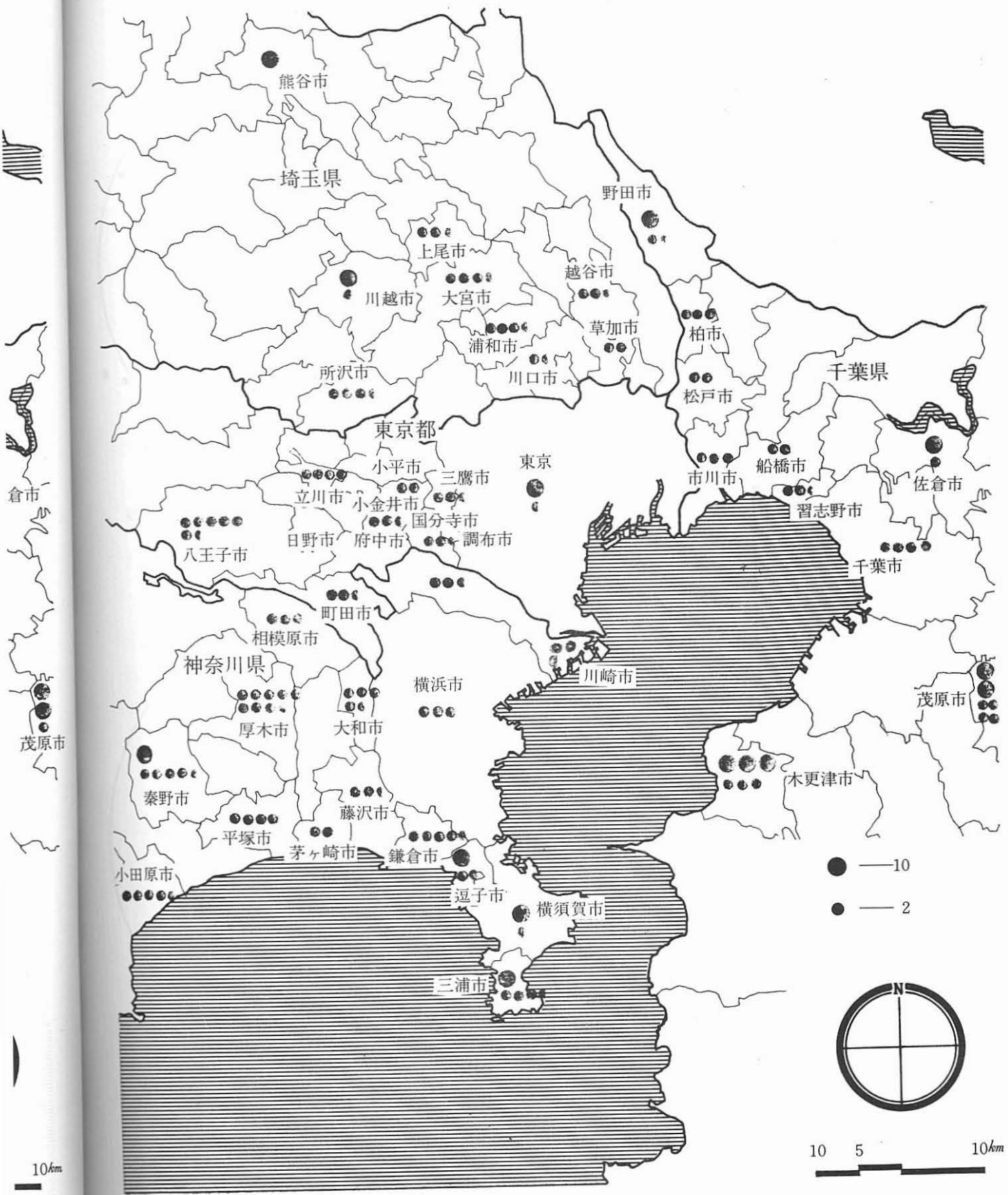


図１－11　人口に対する小売業年間販売額の弾性値

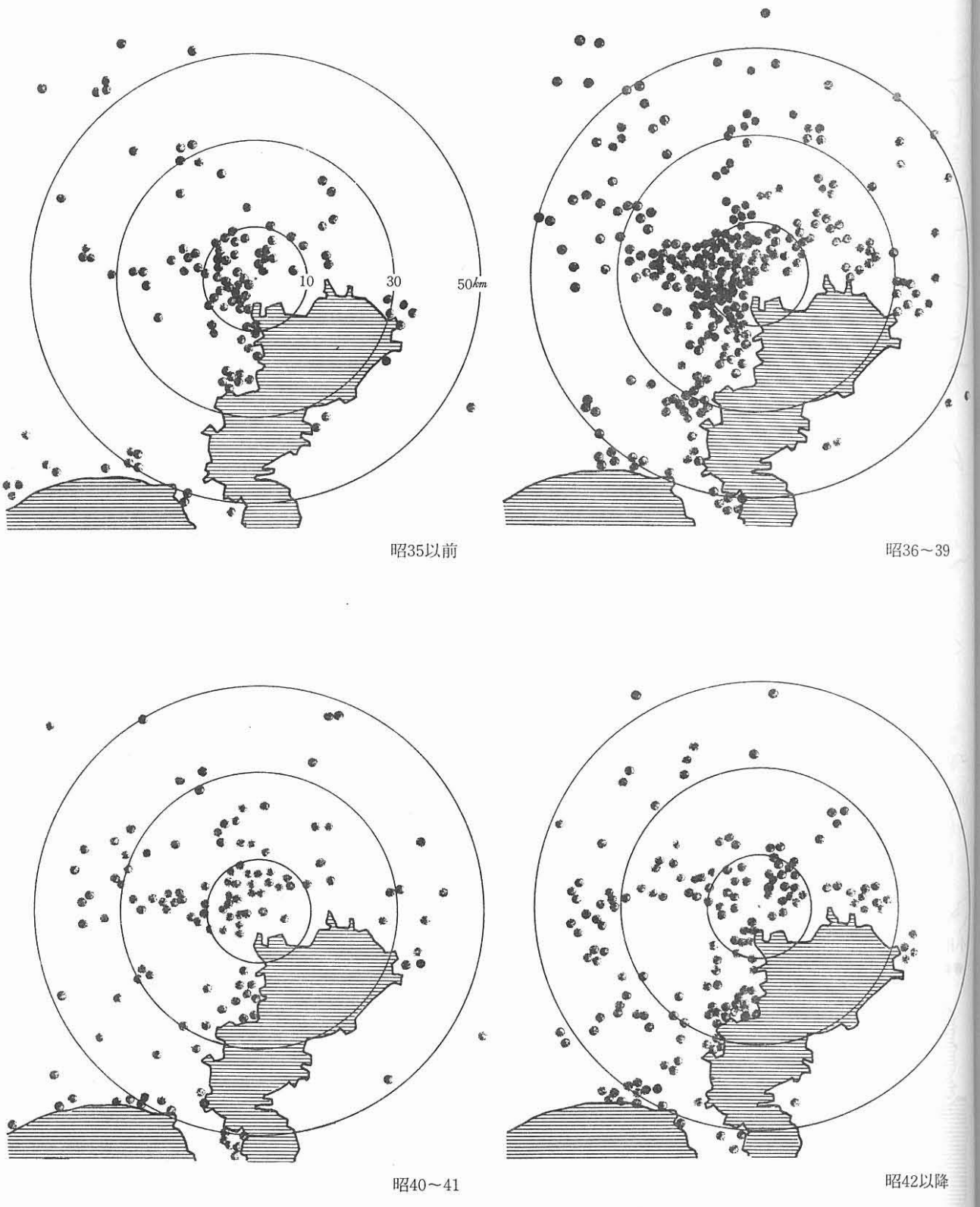


図１－12 開店年次別スーパー・マーケットの現況図

舗を建設する計画で，年内に着手する。相鉄と横浜高島屋が共同出資した相高は，この秋，逗子店を大型店に増改築し，藤沢市善行にも１５００平方メートルの大型店を開く予店である。小田急商事も伊勢原店を出店して，小田急沿線のＯＸチェーン網を広げている。

地元組のサンコーも，相鉄星川駅に新設店を開いたのを皮切りに，川崎，鶴見，大和市，鶴間で開店し，11月には東日本最大売場面積を擁する横浜駅西口店を新設する。

忠実屋も相模原，座間など小田急沿線に出撃しており，特に座間の相模原店は，延べ7,３００平方メートルの超大型店である。

１－３－３　横浜市および周辺での商業動向

イ）人口と小売業の動き

昭和３５年から４０年までの５年間に，著しく増加した横浜市の区は外延部の保土ケ谷区（５５.１％増），港北区（５９.２％増），戸塚区（８２.９％増）の三区である。これに対して，増加の低い区は，中心部の西区（０.１％増），中区（１０.７％増）である。

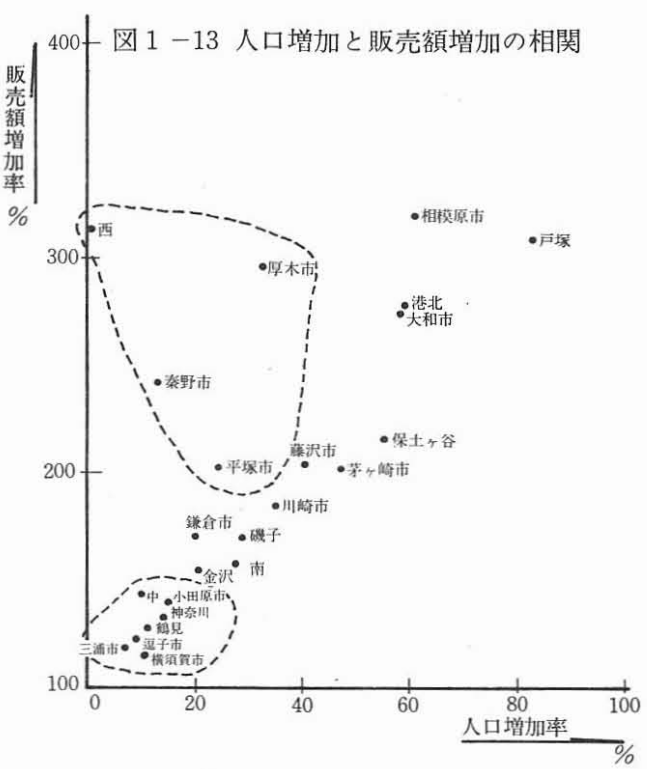
市部は，相模原市の６０.７％を筆頭に，大和市の５８.６％，茅ケ崎市の４７.１％，藤沢市の４０.６％とが著しい増加を示している。これに対して，横須賀市，小田原市，逗子市，三浦市は，増加率が低く，１０％前後にとどまっている。（表１－１２　参照）。

このように人口の郊外化が行なわれているのに対し，商業はどのように動いているであろうか。

横浜市の小売業年間販売額は，昭和４１年２６５１億円と３５年2.８４倍に増加した。中でも西区はダイヤモンド地下街の完成等もあり，６年間に4.１３倍にもふくれあがった。また戸塚区，港北区も著しい伸びを示し，それぞれ4.０８倍，３.７８倍にもおよんだ。鶴見区，神奈川区，中区は増加傾向は示しているが，その伸びは低く，2.４倍である。

市部では，相模原市，厚木市，大和市，秦野市の販売額の伸長が大きく，６年間にそれぞれ4.２０倍，３.９６倍，３.７４倍，3.44倍を示している。このような比較的新しい町で大きく伸びているのに対して，従来の大繁華街をもつ横須賀市，川崎市は，それほど大きく伸びず，5年間にそれぞれ2.１６倍と

図１－13 人口増加と販売額増加の相関



年間販売額が人口増加をかなり上廻っている地域

主要地域の人口に対する年間販売額の弾性値

鶴見区	11,573	横須賀市	11,048
神奈川区	3130,000	逗子市	13,337
中区	13,308	三浦市	16,814
秦野市	18,738		
厚木市	9,021		
小田原市	9,376		

資料：「商業統計」通産省
「国勢調査」総理府統計局

2.８６倍にとどまっている。

人口増加と年間販売額増加とは，強い相関はみられないが，人口増加の大きいところでは，年間販売額の増加も大きい傾向がある。

人口のドーナツ化現象とともに商業もその方向に発展している。神奈川県内で言えば，相模原市，大和市，厚木市，戸塚区，港北区，保土ケ谷区がその例にあげられる。

人口増加に比較して，年間販売額の増加がかなり大きく上廻っている地域は，西区，厚木市，秦野市等があげられる。これらの人口に対する年間販売額の弾性値は，３１３０.０００，９.０２１８.７３８であり，商業の発展の大きいことを物語っている。（図１－１３　参照）

中でも，横浜繁華街を中心とする西区は，人口が５年間で０.１％増と停滞しているのに対し，小売業の年間販売額の増加が３１３％という膨大な発展を遂げている。

ロ）西区の飛躍

昭和４３年の横浜市の小売業年間販売額は，３,９０７億円であり，そのうちで，中区が２２.７％を，西区が１７.２％を，港北区が８.５％，戸塚区が７.５％を占めている。中区が一番大きなウエイトを占めているのであるが，過去１０年間の伸びをみると，中区は４.２倍にとどまっている。これに対して，西区，港北区，戸塚区がそれぞれ９.１倍，８.２倍，９.４倍とかなり伸びている。

港北区と戸塚区は，３５～４０年の間に人口がそれぞれ，５９.２％と８２.９％と大きく伸び，年間販売額の伸びの主要な要因となっているものと思われる。（表１－１３　参照）

これに比較して，西区は，人口の伸びが０.１％にとどまっている。年間販売額の伸びの要因は，人口の伸びでなく，商業核の投入，たとえば，横浜駅前に横浜高島屋の開店，３６年の相鉄ビルの完成，３９年ダイヤモンド地下街の完成，４３年のおかだや百貨店とサンコーの進出等，によるところが非常に大きい。

表１－１３　　小売業の年間販売額の推移

	実数　100万円			構成比　%		
	３３年	４３年	比 33年=100	３３年	４３年	増△減
総数	75,276	390,726	519.1	100.0	100.0	－
鶴見区	11,889	42,020	353.4	15.8	10.8	△ 5.0
神奈川区	8,503	43,182	507.8	11.3	11.1	△ 0.2
西区	7,362	67,042	910.6	9.8	17.2	7.4
中区	21,142	88,579	419.0	28.1	22.7	△ 5.4
南区	8,724	37,178	426.2	11.6	9.5	△ 2.1
保土ケ谷区	4,636	27,438	591.8	6.2	7.0	0.8
磯子区	3,090	12,448	402.8	4.1	3.2	△ 0.9
金沢区	2,767	10,529	380.5	3.7	2.7	1.0
港北区	4,041	33,024	817.2	5.4	8.5	3.1
戸塚区	3,122	29,287	938.1	4.1	7.5	3.4

資料:「横浜市の商業統計」横浜市

このように西区の躍進は，横浜駅前のショッピングセンターの発展によるところが大きいのである。

横浜駅前は，現在西口にかたむいているが，東口の開発も動き出している。

東口の開発は，百貨店そごうの東口への進出の具体化をきっかけに動き出した。そのほかに，東口と桜木町，関内地域の間にあって同地域の面的開発の障害となっている三菱重工業横浜造船所の移転計画が進められていることと，高速道路羽横線，第三京浜国道の延長部分の東口通過が決まり，設計上地下街計画の具体化が進められている，などの東口再開発の緊急性が高まっている。

横浜駅東口は第一京浜国道に面しており，戦前は横浜の表玄関として繁したが，昭和３４年に横浜駅西口に高島屋が進出して以来，西口一帯が飛躍的に発展，東口はまったく遅れを取った形になっていた。その後４２年に横浜スカイビル会社（当時は，横浜駅前振興会社）がスカイビル建設を中心とした「横浜サンライトセンター」の構想を発表，はじめて東口再開発のマスタープランが提示されたそれによると，第一，第二の二つのスカイビルを中心に東口と西口を結ぶ大地下街を建設，さらにスカイビル裏の臨海地区には羽田―横浜間のモノレール，外航船客，同船員のサービス施設，ホテルなどを含む「海外センター」をつくる予定となっている。

４３年３月には第１スカイビルが完成したが，その後の悩み気味で「サンライトセンター計画」もたいした進展もなかった。そこへことし２月，三菱重工業横浜造船所の移転，および跡地再開発が本決まりになったことから，これとの関連で横浜駅東口の再開発が改めて横浜市の都心部再開発の焦点として脚光を浴びて来ている。

このように，横浜駅前は，西口のみならず，東口の開発が進展し，さらに大規模化するであろう。その結果，西区はより商業が発展するであろう。

１－３－４　商業施設の動向

卸売業と小売業を含めたわが国の商業は，昭和４０年代に入って，さらに大きな転換期を迎えようとしている。すなわち，昭和３０年代の，主として大量生産機構に対応した大量配給方法をつくり出すことが中心であった時期から―それらはセルフサービス方式の導入による販売方法の変化であったり，大量仕入れによるメリットを受け持つスーパーの登場であったり，生産者による垂直的流通系列化などであったが―わが国の経済社会の変化に対応した商業機構の総合的な転換の段階に入ったと考えられる。

それは次の二つに要約できる。

a　商業の大型化，集中化の傾向

b　立地環境の変化

商業の大型化，集中化の傾向は三つの方向をとる。すなわち従来，零細企業によって占拠されていた商業に大企業と呼ばれるべき企業が誕生し，経営規模が巨大化してきている。商業の中での大企業は商社と百貨店ぐらいで，昭和４１年の商業統計でみて，総店舗数１３７万のう

ち約１０５万が雇用労働力を使用しない家族経営店である。しかし最近になって，大スーパーチェーンが市場シェアーを拡大しつつあり，月販店の大規模化，あるいは総合商社も小企業の分野に積極的に進出しようとしており，商業もビッグビジネスの時代に突入したといえよう。

商業の大型化の二番目は，一店舗当りの規模が大型化し，いわゆる大型店舗の時期を迎えたことである。昭和３０年代の百貨店は大規模なもので３万平方メートルであり，４０年代に入って５万平方メートル，４０年代後半には１店当り７万平方メートルのものが計画されている。また，大都市の事例によると，昭和４０年に建設されたチェーン店の平均売場面積は，４４７平方メートルであるのに対し，４２年では６５３平方メートルの４６％の増加である。（大阪商工会議所「大阪のスーパーマーケット」）

企業合併，チェーン化による寡占化を，三番目にあげることができる。大企業による吸収（東京丸物の西武による吸収など），中規模スーパーの合併（フタギ，シロの合併によるＵＣチェーンなど）あるいはボランタリーチェーン，フランチャイズチェーンによる協業化など，いずれも寡占化の方策である。

商業の大型化を促す要因を列記しよう。

a　消費の多様化，総合化による取扱い商品の拡大

b　商業も規模競争に入り，また大規模利益の取得が可能となった。

c　商圏の拡大，消費人口の増加による営業規模の拡大

d　地価の高騰による土地の有効利用

つぎに，立地環境の変化の筆頭に挙げるべきものは都市化の進行であろう。

巨大都市人口が，郊外やベッドタウンに拡散する一方で，都心部には，ますます中枢管理機能が集中することになり，そのために居住者の低下を来し，人口のドーナツ化現象を来している。「商業は立地業である」といわれ，このことは，商業施設が人間の居住地を志向すると解釈できるから，かくして，有力小売業者は大都市の郊外やベッドタウンに出店を続けることになる。東京周辺では，船橋，大宮，立川，八王子，原町田など約３０キロメートル前後の地点がそれで，さらに遠距離に拡散する傾向にある。

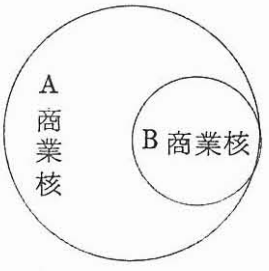
都市化の進行が商業に及ぼす第二の影響は，都心部の交通渋滞と，それに併って，優れて都心的都市施設である，流通施設，商業施設の機能を麻痺させ，これを解決させるために，商業機能の再配置を必要とする情況に立ち至っている。現に商業機能を副都心部あるいは周辺地域に移行させようとする動きは急テンポに見られている。

商勢圏の拡大も立地環境の変化として注目すべきものである。新国土総合開発計画によると，札幌―仙台―東京―名古屋―大阪―広島―福岡を結ぶ国土縦貫高速道路と，これから分岐する高速道路によって構成されるネットワークの建設が予定されている。これが機能するようになると，卸売業の商勢圏を急速に拡大するようになり，また流通施設の配置も，インターチェンジ傍に流通ターミナルが設置されるといったように，大巾に修正されることになろう。また，

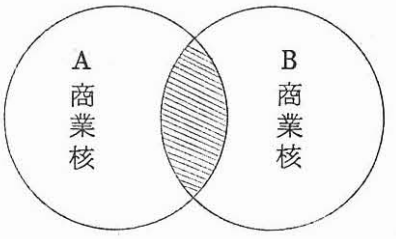
現在，二次卸商，地方卸商の存在が不安定となっている理由も，大型小売商の発達もさることながら，大規模卸商の商圏拡大によるところが大であると考えられるのである。

商勢圏の拡大は小売業においても顕著にみられている。鉄道網や道路網の整備，モータリゼーションの進行，マスコミの発達などによって，消費者の行動半径が広がってきている。このことは，消費者の消費に対する選択が大きくなったことを意味し，その結果，小売業の競争関係も様相を変えたものとなる。従来のように，同一地域内での商店間の競争から，地域相互の商業核と商業核との販売競争となり，さらにエスカレートして，都市と都市との商戦となってきている。こういった商業上の力学が，二つの商業核について図のように補完関係にたつか，競合関係に立つかのいずれかを選ばせることになる。

商業核の補完関係



商業核の競合関係



このような力学関係において優位にたったために，商業核や都市が有力な百貨店，スーパーを核として誘致しようとするのも，このような競争の性格の変化を如実に示すものといえよう。

２－１

２－１

卸売

a. 商

b. 商

c. 商

d. 商

e. 商

f. 商

g. 資

この

を持つ

２－１

卸売

a. 流

「流

総合的

その

まれる

開発計

ている

b. 鉛

生産

c. 兵

生鮮

d. 鉛

一般

２－１

これ

があり

1） 打

2章　商業業務施設の成立条件

2－1　卸売業成立の条件

2－1－1　卸売業務の機能についての一般的諸条件

卸売業者の機能は，メーカーと小売商の間にあって，次のような働きをするものといえよう。

a. 商品またはサービスの需給を調節する機能

b. 商品またはサービスを集荷分散する機能

c. 商品を選別する機能

d. 商品を移転する機能

e. 商品を保管する機能

f. 商品に関する情報を提供する機能

g. 資金融通および危険負担の機能

このような数多くの機能が実現されるためには，卸売業は秀れて大都市に集中する立地性向を持つことになる。

2－1－2　卸売業務施設についての分業

卸売業務施設を，その規模なり目的から類型化すると，つぎの4つとなる。

a. 流通センター

「流通業務市街地の整備に関する法律」に該当するもので，もっとも大規模な施設であり，総合的な機能を発揮する。

その中にはトラックターミナル，倉庫，卸総合センター，卸商業団地，中央卸売市場等が含まれる。すでに稼動している「京浜二区」などがあり，昭和60年を目標とした「新全国総合開発計画」では，都心から4～50キロ圏にある厚木，八王子，大宮，柏等への分散を意図している。

b. 卸商業団地

生産財または耐久消費財の卸売施設を中心として，倉庫，運輸施設を併置している。

c. 民営卸売市場

生鮮食料品を中心としたローカル卸売市場。

d. 卸総合センター

一般消費財を中心とした卸売施設。

2－1－3　物的流通に関する環境の変化

これからのわが国の流通部門に大きな変革をもたらすものとして，大きくいってつぎの7つがあげられよう。

1）技術革新　　1－1）コンピュータリゼーション

1－2）交通，通信技術

1－3）システム分析技術

1－4）輸送，荷役，包装，保管技術

1－5）保存，貯蔵技術

2）社会資本の充実　2－1）データ通信網の拡充

2－2）交通，通信施設の完備

2－3）交通機関の発達

3）民間資本の蓄積と巨大化

4）貿易，為替，資本取引の自由化

5）人手不足

6）都市化の進行

7）国民生活の飛躍的向上

これらは，もともと相互に有機的に関連しあって，国民経済全体としてのマクロの流通部門に大きな変革を与えると同時に，地域の流通，地域構造をも大きく変えることが予想される。とりわけ後者の，地域の流通，地域構造への影響は，われわれの「港北ニュータウンにおける商業，業務施設の成立条件」に関する外生的諸条件として重要な要件といわなければならない。

これら諸要因が，マクロの流通部門と地域の流通，地域構造へ与える影響を，まず，1）技術革新と2）社会資本の充実の関連からみてゆくことにしよう。1－1）コンピュータリゼーションはいまや急速に拡大しつつあり，2－1）データ通信網の拡充も着々と進行している。全国の銀行間で行なわれている為替通信事務は，すでに43年から地方銀行間で，44年からは都市銀行，信託銀行，その他の銀行との間で，それぞれデータ通信サービス網によって即時処理される。試みに，これまで2時間も要する青森－鹿児島間の為替通信事務は30秒にスピード化され，250円以上かかる電信為替の手数料は100円以下まで引き下げられよう。45年には，不特定多数の利用者が自由に加入できる電々公社の加入データ通信サービスが，東京，名古屋，大阪の3地区で実現され，つづいて50年頃までに，この3地区に加えて，横浜，京都，神戸，岡山，広島，北九州，福岡などの諸都市を核とする太平洋ベルト地帯に，加入データ通信サービス網が拡充され，さらに60年には全国の主要都市がこれに直結されて，加入データ通信サービスの全国的ネットワークが完成し，中核となる巨大な電子計算装置と直結されることによって，全国的なタイムシェアリング・システムを形成する。

交通については，すでに明らかにされているものだけで大きな変化がある。まず鉄道についてみると，昭和60年まで，全国の主要都市を結ぶ新幹線が完成し，東京－大阪間は時速500キロのリニアモーター式の第二東海道新幹線も建設される予定である。さらに在来線は全体にスピードアップされ，その主要幹線は時速130キロで，旅客の他に貨物輸送にも高度に利用される。鉄道を中心とする全国の貨物輸送の体系はフレートライナー方式の高度直行コンテナ

列車を中心とした輸送効率の高い鉄道を軸に，船舶，トラック・トレーラーとの「同芝一貫輸送方式」となろう。

この方式は，半経約１００キロの範囲にわたって大型トレーラーにより荷物を集め，これをコンテナターミナルに集中，高速（１３０Km/h）コンテナ列車で目的地のターミナルに直行輸送する。この方式を，従来のものと，東京－名古屋間を例に比較してみると，貨物１トン当りの平均輸送コストが，現在の時点で，道路の場合4,２００円，鉄道は3,３００円，内航5,９００円，所要時間は道路１０～１１時間，鉄道１２～１３時間である。これを大型トレーラーによる集荷 － フレートライナー（高速直行コンテナ列車） － 大型トレーラー配送にすると，トン当り輸送コストは3,１００円に低下，輸送時間も５～６時間短縮されて，約２倍のスピードアップである。航空機については，すでに昭和６０年はＳＳＴ時代に入っており，国内線主要空路は大型のビジネス・ジェット旅客機のネットができて，これに接続するローカル線も頻繁に発着するであろう。国内の旅客輸送は，この航空機と新幹線と発達した長距離バスが中心となる。

道路については，幹線高速自動車道が，東名，名神，中央の各高速道路を中心に全国に延びており，それとつながる主要幹線道路は整備され，自動車交通の量とスピードが向上する。また，空港，港湾施設も，通信・制御技術の発達や社会資本の莫大な投入によって増設，整備，拡充が行なわれ，自動化，省力化が大幅に促進される。

首都圏についてみると，東京湾を周廻する鉄道と道路が完成し，木更津－横浜間に時速１２０キロ以上の大型フオバークラフトが就航することによって，その間を２０分で結ばれることとあわせて，木更津周辺には東京よりはるかに近くなった横浜に通勤し，行楽し，ショッピングする人達の住宅が急増する。

民間資本の蓄積と巨大化は，これからも第二次産業を中心として行なわれ，これが，現在のわが国の弱点である流通部門に進出することによって，流通資本は大型化し，整備されよう。貿易，為替，資本取引の自由化も，外資がわが国の流通部門，販売サービス部門への進出をねらっており，６０年までのわが国流通部門はこうした激烈な競争によって著しく改善される。

人手不足は労働力省力化の方向へ，都市化の進行は都市の外部経済に対し，国民生活の飛躍的向上は，レジャーの増大と買物行動の拡大によって，それぞれ流通部門に影響を与えるであろう。

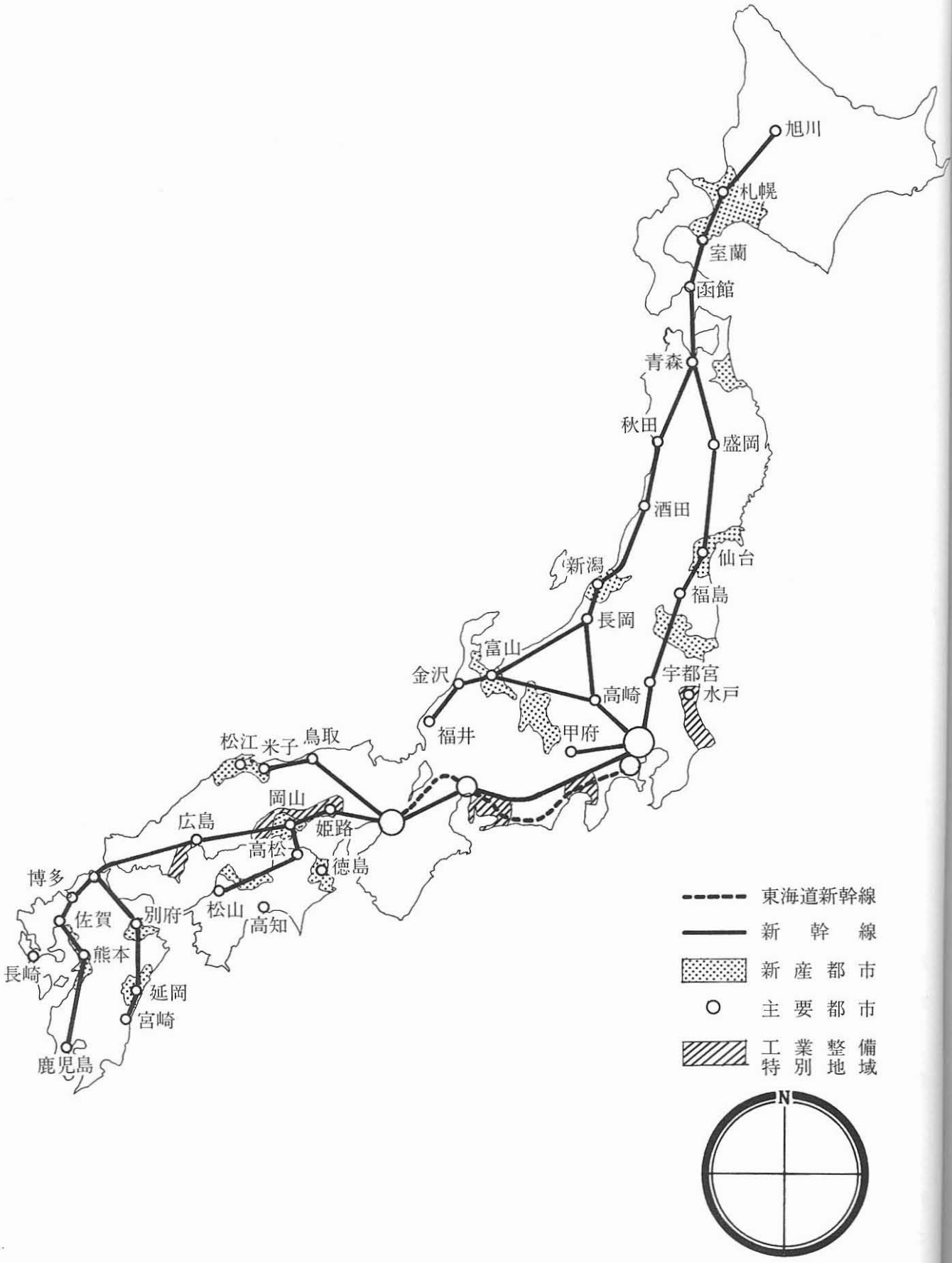


図２－１ 全国新幹線鉄道網図（昭60）

表２－１　　将来の主要都市間幹線鉄道の所要時間

区　　間	昭和４１年（現行）	昭和４６年	昭和５０年	昭和６０年
	時　分	時　分	時　分	時　分
東京－旭　川	21.55	17.50	(14.30)	＊ 6.20
〃－札　幌	19.25	16.10	12.50	＊ 5.50
〃－青　森	10.24	8.00	4.50	＊ 3.50
〃－盛　岡	7.05	(6.10)	＊ 2.50	＊(2.50)
〃－仙　台	4.44	3.50	＊ 1.50	＊ 1.50
〃－秋　田	8.30	6.40	4.00	＊ 2.50
〃－新　潟	4.45	3.50	3.20	＊ 1.30
〃－金　沢	5.58	5.30	(4.52)	＊ 1.50
〃－長　野	3.36	(3.10)	2.30	＊(1.30)
〃－名古屋	＊ 2.00	＊ 2.00	＊ 1.40	＊ 1.40
〃－大　阪	＊ 3.10	＊ 3.10	＊ 2.30	＊ 2.30
〃－高　松	7.55	6.10	(5.40)	＊ 3.40
〃－岡　山	5.50	＊ 4.10	＊ 3.30	＊ 3.20
〃－広　島	8.00	6.20	＊(4.10)	＊ 4.10
〃－博　多	12.15	10.20	＊ 5.40	＊ 5.40
〃－鹿児島	19.30	14.40	(10.00)	＊ 7.10
大阪－金　沢	3.40	3.00	2.40	＊ 1.20
〃－米　子	5.07	(3.07)	2.40	＊(1.20)
〃－広　島	4.20	3.00	＊ 1.40	＊ 1.40
〃－松　江	6.00	4.00	(3.47)	＊ 1.30
〃－高　松	4.15	3.00	2.30	＊ 1.10
〃－松　山	7.30	5.50	(5.20)	＊ 1.50
〃－博　多	8.35	6.30	＊ 3.10	＊ 3.10
〃－長　崎	11.30	8.20	4.50	＊ 3.50
〃－熊　本	10.26	7.50	(4.30)	＊ 3.50
〃－大　分	10.05	7.20	(4.00)	＊ 3.20
〃－宮　崎	13.41	9.50	(6.30)	＊ 4.10
〃－鹿児島	15.53	10.30	6.30	＊ 4.40

備考　1）国鉄第三次長期計画の終了する昭和４６年度までに新幹線を除く全国の主要幹線は複線電化と技術の改良によりスピードアップされ，同時に新幹線は岡山まで延長される。昭和５０年頃には新幹線が東京－盛岡，岡山－博多と新たに開通され，同時に新幹線のスピードが実施されている。昭和６０年には全国の主要幹線には新幹線が建設されている。

2）本表は日本国有鉄道「これからの国鉄」昭和４１年と同「全国幹線鉄道網・首都圏高速鉄道網」昭和４２年をまとめたもの。

＊印は新幹線のみの場合，（）内は日本リサーチセンター換算による。

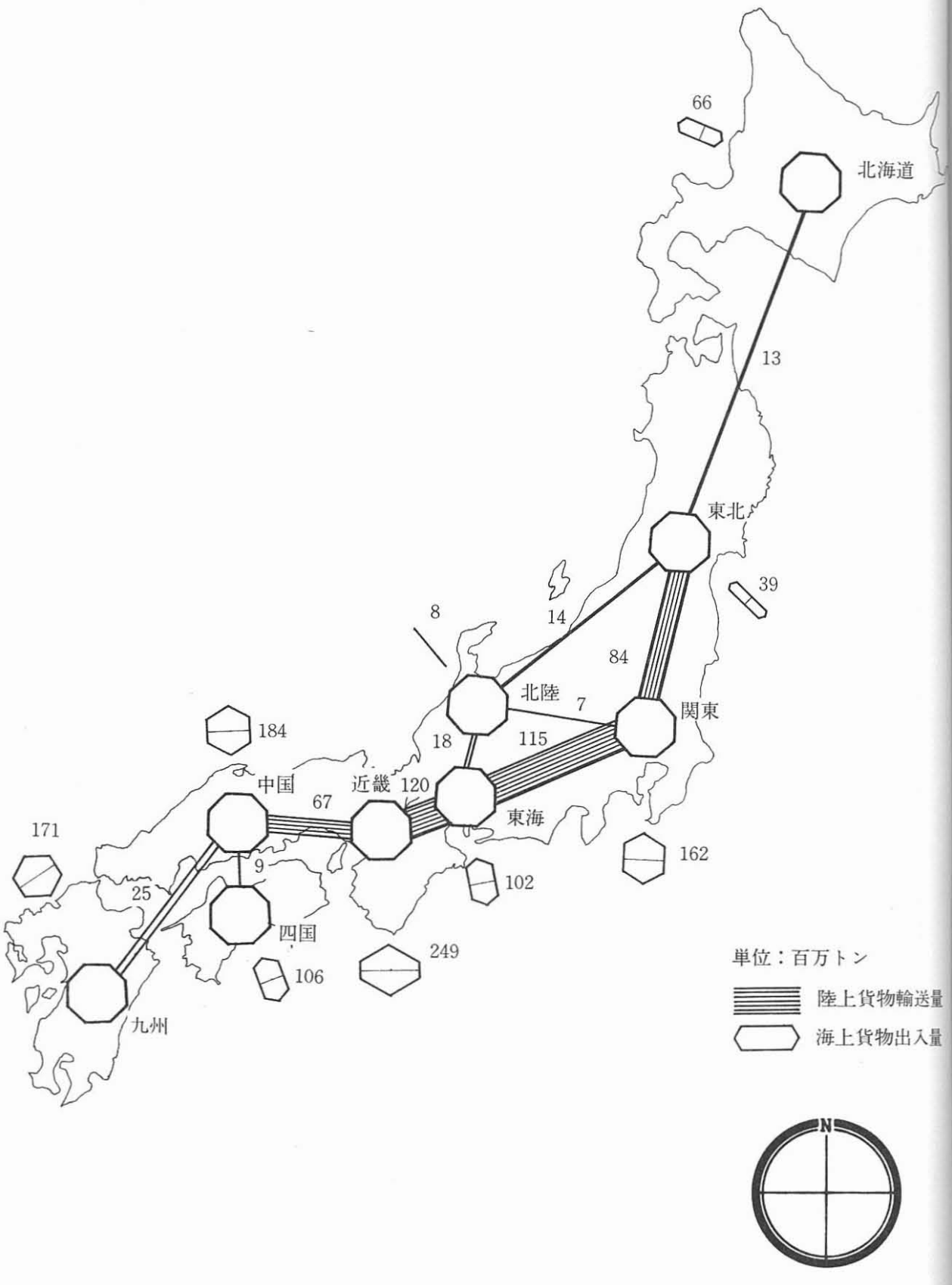


図２－２　昭55年度に予想される地域間の貨物輸送量

資：運輸省運輸経済懇談会物資流通部会の報告による

2－1－4　卸売業の立地条件についての考察

一般的にみて，卸売業が成立するための立地に関するチェックリストとして，つぎの諸点があげられよう。

表2－2

主体		立地に関する要求	
問屋団地	問屋	・交通網：	販売先に迅速な配達が出来ること。 大量な交通量をさばけること。 仕入先から迅速な配送を受けられること。
		・敷地：	まとまった敷地を，かなりの広さのゆとりをもって購入し得ること。 敷地は出来るだけ安いこと。
		・情報伝達：	電話，郵便の便利がよいこと。（大都市への直通電話可能な地域等）
	従業員	・通勤：	通勤時間が出来るだけ短いこと。
		・労働環境：	空気汚染，騒音等の悪条件がないこと。 ホワイトカラー的イメージに合う場所。
		・余暇：	厚生施設の利用が容易な場所。 都市中心部へのアプローチが容易であること。 宿舎はあまりものさびしい場所でないこと。
小売店		・交通：	主たる小売店の集積地より平均30分以内で団地に到着し得ること（但し自動車）。 充分な駐車場があること。
		・業種：	団地内だけで，全ての仕入を済せ得る程度の種類の業種が集っていること。 青果，鮮魚市場など関連する企業が一まとまりにあること。
		・情報伝達：	電話に便利がよいこと。
企業仕入先		・交通：	問屋への輸送が迅速，簡潔であること。
		・情報伝達：	電話の便がよいこと。
自治体		・交通：	道路の新設，改修等の費用が最小で効果最大の場所（既存道路の効果的利用）。 都市交通の混乱を解消し得る場所。
		・土地利用：	都市の土地利用を混乱させず，最も望ましい地区，流通関係を集中させ得る場所。
		・都市施設：	上下水道等の施設の建設が容易で費用のかからない場所。
		・施設規模：	有効な投資が可能な程度に大きな規模の団地。
公共企業体	国鉄	・鉄道引込線：	引込線可能な地点は限られる。
		・鉄道貨物駅：	取扱量，道路網との関連等，移転又は，増設の条件と地点は限られる。
	公電社	・電話：	特に強い条件はない。

註）　北海道，北見卸売団地基本計画による。

以上の立地選定についてのチェックリストを要約すると，つぎの四点にまとめられよう。

a　交通網との関係，とくに外域主要幹線および域内主要道路とのアクセスの良好さ。

b　流通機能を想定し，それを充分機能するに足るだけの空間スペースの確保。

c　商品の供給園および市場への接近。

d　土地入手の資金的，法的容易さ。

2－1－5　卸売業務の動向と港北ニュータウン内での立地条件

1）卸売業務の変化の方向

卸売業務の変化の方向を　a.　物的流通と取引流通，b.　卸売業の商圏の広域化，c.　問屋街の変遷，d.　大型小売店の進出という，四つの観点から考察してみよう。

a.　物的流通と取引流通

商品の標準化，規格化が進むと，商品の保管，輸送を行う場所と，取引を行う場所とが分離していくようになる。従って流通機能としての都市集中，都心集中はみられながらも，現物取引は少なくなる傾向をみせよう。

取引単位の大型化は，上位都市への卸機能の集中化をみせながら，物的流通の円滑化のために，輸送の結接点となる大都市効外にストックポイント，配送センターなどの建設が進むようになろう。

b.　卸売業の商圏広域化

道路をはじめとする交通通信の変化，なかんずく時間距離の短縮は，大都市に立地する大規模卸売業の商圏の広域化，それは支店の設置および地方卸商の系列化となって現われるのであるが広域化を加速する。これは量産品，規格品などその程度は大きくなる。

c.　問屋街の変遷

現在の問屋街は場所的に壁に突き当っており早急な対策が要望されている。これは，卸売業を利用する需要家の変動が大きく響いており，生産財の場合には，企業の移動があり，消費財の場合には人口の移動に伴う小売業の移動があり，卸売業もまた立地変革を迫られているのである。

立地変革を迫るもう一つの要因は，地理的現境の変化である。都心部での交通の過密化は限度に達しており，郊外に新らしい立地点を求めるようになっているのである。

東商が行った「卸売業における倉庫，集配送センターなどの流通施設の現状に関する調査」によると，建築材料，什器・家具・建具・機械器具関係では郊外に立地する比率が高く，またこれからの建設予定での地域分布をみると，都内が３０.７％，次いで神奈川の１８.２％，埼玉の１５.６％となっており，周辺地域に物流機能を移していこうとする姿勢がはっきりみられている。

d.　大型小売店の進出

小売部門での大型化が，卸売業に与える影響は大きい。(※)とくに量産規格化商品の取扱はチ

ェーン量販店での取扱が主となり，また，卸売業者の小売部門への進出がみられている。とくに後者の場合，ショッピングセンターのデベロッパーとしての進出，量販店チェーンとタイアップあるいは直接チェーンストアを経営するなど，積極的な動きをみせている。

※ 大型小売店では自社の流通センターを郊外に設置する働きがある。例えば西友ストアでは現在６０店のチェーン店をもち，これから毎年１０～１５店舗の開店を予定している。従って４７～４８年度には１００店を越すチェーン店を西友ストアは持つことになり，これらのチェーン店のディストリビューション機能，中継在庫，荷役．配送の機能をはたすため，府中に流通センターを設置する。予定面積は約４万平方メートルである。

2） 横浜市における卸売業務の動向

横浜市での卸売業の状況を逆に，横浜市の小売業が商品をどこから仕入れているかといった側面から考察すると表２－３のようになる。大ざっぱに言って，飲食料品関係では横浜市，その他県内に所在する卸売業から仕入れ，衣料身回品関係では，東京から仕入れているという仕入れルートを見ることができよう。

飲食料品の卸売機能では，とくに商品の供給圏および市場に接近していることが必要であり，そのために県内での仕入れ比率が高くなっており，その他の商品では，卸売業の都心集中化により，横浜市の場合も，東京から仕入れるという東京圏の中に完全に入ってしまっている現状をみることができよう。

２－２　小売業成立の条件の変化

２－２－１　百貨店の立地要因の変貌

現代のわが国小売業の王座を占めて来た百貨店の経営方針が大きな転換期を迎えている。それは２つの面で象徴的に観察されており，１つは，都心および副都心に立地していた百貨店が，積極的に郊外に進出するようになったことであり，他は百貨店のマーチャンダイジングに大きな変化がみられることである。

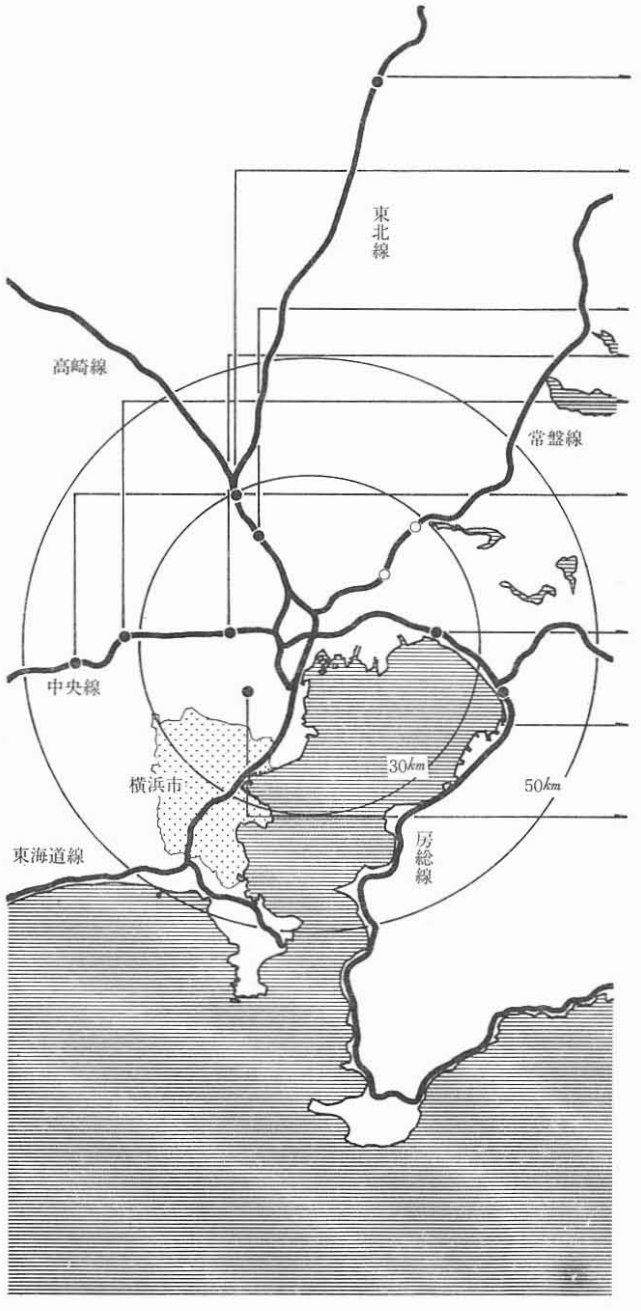
① 積極的な郊外店舗の計画（図２－３参照）

「多店舗政策」ということが，さいきんの百貨店の経営政策の中心をなしている。昭和３０年代での巨大店舗の拡張競争の時期（その結果，主要百貨店の本店は，いずれも５万～６万平方メートルの売場を持つようになった）から，店舗を郊外に数多く建設しようという方針転換である。百貨店がこのような郊外店計画を持つようになった背景は，いうまでもなく，郊外居住者の増加と，急激な売上げ増を実現するためには．多店舗政策をとらざるを得なくなったという内部事情と，そして，各地方自治体が，百貨店を積極的に誘致し，既成の商店街の核として近代化を図りながら，ターミナル店に吸いとられていた地元消費者の足を地元に留め，あわ

表２－３　横浜市小売業の商品別仕入先の割合

産業小分類別	年間販売額	県内	東京都	その他	自己製の商品	国外（輸入）
小売業	100.0	52.2	37.8	4.0	5.8	0.2
各種商品	100.0	29.0	67.0	4.0	－	－
呉服・服地，寝具	100.0	13.7	77.0	8.8	0.5	0.0
洋服	100.0	11.3	81.5	2.4	4.1	0.7
婦人・子供服	100.0	29.2	65.3	3.5	1.6	0.4
くつ，履物	100.0	20.7	74.9	3.0	1.0	0.4
その他の織物衣服，身のまわり品	100.0	16.3	74.6	7.2	1.7	0.2
各種食料品	100.0	77.0	16.1	6.6	0.2	0.1
酒，調味料	100.0	87.2	10.2	2.4	－	0.2
食肉	100.0	62.8	10.4	3.2	23.1	0.5
鮮魚	100.0	85.0	14.1	0.9	－	－
乾物	100.0	73.6	16.6	8.4	1.4	－
野菜，果実	100.0	89.6	5.1	5.3	－	－
菓子，パン	100.0	50.3	15.4	0.5	33.9	0.3
米穀類	100.0	99.0	0.4	0.6	0.0	0.0
その他の飲食料品	100.0	70.5	20.0	3.9	5.6	－
自転車，荷車	100.0	77.8	18.6	3.6	－	－
家具，建具，畳	100.0	33.4	41.5	18.8	6.3	－
金物，物	100.0	43.5	49.2	7.3	0.0	－
陶磁器，ガラス器	100.0	20.7	27.5	48.6	3.2	－
家庭用機械器具	100.0	65.4	26.1	0.9	7.6	－
その他の什品	100.0	20.3	34.9	44.8	－	－
医薬品，化粧品	100.0	68.0	27.8	2.1	2.0	0.1
農耕用品	100.0	56.3	24.0	18.9	0.8	－
燃料	100.0	39.7	7.8	0.7	51.8	－
書籍，文房具	100.0	23.7	74.9	0.9	0.5	－
中古品	100.0	42.4	57.2	0.4	－	－
他に分類されない	100.0	20.3	72.3	5.3	0.9	1.2

註　本表は年間販売額からみた仕入先である（法人および常時雇用従業者を使用している個人商店）



場　所	店　名	面積(㎡)
宇都宮	西　武	未開店
	(三越)	〃
大　宮	高島屋	25,500
	西　武	22,500
	松　屋	
南浦和	(三越)	未開店
吉祥寺	伊勢丹	15,700
立　川	伊勢丹	19,200
	高島屋	15,900
八王子	伊勢丹	4,800
船　橋	西　武	12,000
	松　屋	未開店
千　葉	そごう	8,000
	三　越	未開店
二子玉川	高島屋	15,300
(　)	内は未定	

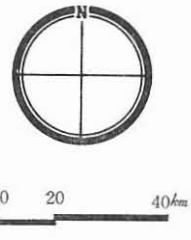


図２－３　有力百貨店の郊外店舗図

せて，財政収入を増やそうという一石何鳥かの効果を狙ったものである。

②　百貨店におけるマーチャンダイジングの変化

１９３０年（昭和５年）当時，アメリカの商業の中心は，わが国と同様，百貨店が主流を占めていた。しかし，その頃から急激に成長しはじめたスーパーマーケットにより，百貨店から食料品が姿を消すことになり，次いで登場したディスカウントストアが百貨店の売場から耐久消費財を持去り，ドラッグストア・バラエティストアが百貨店に挑戦するようになる。このアメリカにおける百貨店の趨勢は，日本の百貨店の未来を探る手がかりとして考えると，百貨店そのもののマーチャンダイジングが大きく変化していくに違いないのである。

現に，食料品を販売しない百貨店が誕生しており，（東京，渋谷，東急本店）また，ここ１０

年間の百貨店の品目別販売比率をみても，大きな変化がみられる。衣料品関係の比率は低下し，家庭用品の家具・什品等が高くなってきている。

③　イノベーターとしての百貨店

百貨店が量販店の功勢を受け，苦しい環境の下にあるとはいえ，流通業界の中では，その人材，信用，資金と，あらゆる面で主導的位置にあり，したがって，その企業力を生かしながら新しい販売方法の推進者として体質改善を図っている。

スーパーマーケットの兼営

専門店化

ショッピングセンターのデベロッパー

などの分野への進出がそれである。

2－2－2.　チェーンスーパーおよび量販店の動向

スーパーマーケット業界は，昭和47年を境いに，大きな変化をとげるだろうと予想されている。

すなわち，47年までは，立地争奪と経営地盤の強化およびマーケットシェアーの拡大（ストアーロィヤリティの拡大）の時期であり，この時期までに，各スーパーがチェーンストアーとしての増殖作用を行い，業界内での地位を確定する時期である。

48年以降は，寡占化への方向をとる時期で，チェーン同志の合併吸収がさかんに行われるようになるだろうというのである。従って現時点では，シェアー拡大が目標であるところから，有力な立地場所の争奪に対しての動きは激しい。

たとえば，上大岡（横浜）では東光ストアー，西友ストアー，サンコー，ダイエー，ほていやの各店が，戸塚（横浜）では西友ストアー，ダイエーが，大和（神奈川）では忠実屋とサンコーが，町田（東京）ではダイエー，西友ストアーの各店がそれぞれ土地争奪を演じているのも，その現れである。

以上のような商業立地をめぐる主要スーパー業者およびビッグストアの動向を要約すると，つぎの9点にまとめることが出きよう。

第1に店舗大型化とチェーン網拡大の強力な推進である。店頭販売の形式をとる小売業では ― 日本の場合，通信販売や訪問販売の形をとる小売大企業はまだ発達していない ― 店舗規模の拡大か，店舗数の増加以外に販売額を大量化することはできないのだから，ビック・ストアに属する企業ないしそれに向って成長しつつある企業が，これを強力に推進しているのは当然で，改めていうまでもないことかもしれない。しかし，このことは以下にのべるいろいろなビッグ・ストアの行動の基礎として再確認しておくことがぜひ必要であるし，さらにまた，競争関係の重点がこれまでのビック・ストアと一般小売業者との間の，それから，ビック・ストア相互間のものへ重点を移しつつある段階で，一そう激しさを加えているという意味でも，やはり注目されねばならないであろう。

たとえば，日本経済新聞社がこの程発表した有力５０社に関する調査によると，スーパーの代表とされる主婦の店ダイエーは，４３年の３８店，年商７５０億円を５０年には１６０店，5,８００億円に，西友ストアーは５８店５００億円を１９８店5,０００億円に，（図２－４）月賦百貨店の緑屋は４０店３００億円を６０店８５０億円に，丸井は２８店３００億円を４３店1,２００億円に，専門店の例として電機製品の星電社についてみれば５０店７５億円を２００店１８０億円に増加することを目標としている。以上の店舗数と販売高の動向は，１店舗当りの販売高，したがってまた店舗設備の拡大傾向を同時に示唆しており，現行百貨店法の規制面積をこえるものが続出すると見込まれている。

これらのチェーン網は，いうまでもなく居住人口のあとを追い，大都市の都心から周辺部へと拡散して行くが，そのさい当面の採算をこえて将来の有望地の物色・確保に力が注がれており，首都圏内にある人口５万程度で現在はまだ若干人口の減少を見つつある地方都市にさえ，２～３のビッグ・ストアがくつわを並べて出店し，地元の人々を驚かせている例がみられる。こうして本店の周囲に次第に足場を固めつつ，ナショナルチェーンを志向しているのであるが，このようなチェーン網の急展開は競争上必要な拠点を先取する必要と，チェーンの知名度を高め，それによって市場シェアーをさらに拡大するという両面から促進されつつある。

第２に，取扱商品の総合化，奥行きの拡大にともない，販売方法も多様化する傾向をしめていることが指摘される。電算機による管理技術の向上もこれを促進する一因に数えられるであろう。

日用品の安売りを主体として来たスーパーが，消費のデラックス化，日用品売り上げの一巡につれ，耐久消費財の取扱いをふやしてプロモーショナル・デパートメント・ストア化するに伴い，信販会社との提携，クレジット会社への加盟，自社直接の割賦販売などにより信用販売を行ないはじめた。主婦の店ダイエー，西友ストアー，長崎屋，イトー・ヨーカ堂などにその例がみられる。

スーパーが信用販売へ進出したのに対応して，月賦百貨店の間では，逆に期間を限って耐久消費財の安売りに進出する動きがみられるし，丸井では従来の店頭販売に訪問販売を加味して行くことになった。日経の５０社調査に対し，５０年までに手がける販売方法として，経営者のあげたところをみても，信用販売，通信販売，無人店舗，電話販売，会員組織販売など多彩をきわめている。

第３に，チェーン網の急速な拡大という事実から，中央で一括仕入れた商品をいかに合理的に配送するかという問題がクローズアップしてきた。

主婦の店ダイエーは，現在神戸市が造成中の埋立地に約３３,０００㎡の配送センターを４５年完成を目標に建設するし，西友ストアーは江古田センターの拡充につぎ，府中市に49,500㎡の用地を確保した。月賦百貨店の緑屋は，世田谷に集配センターを造成中だが，これは向う三ヶ年程度のつなぎで，別に八王子インターチェンジ近接地に約２０,０００㎡の用地を買収，47

図2－4 西友ストアの出店図

年ま
ホ
をま
百貨
横小
第
併設
市へ
次第
その
商品
ヒ
喫茶
めた
の展
ンに
レシ
千葉
宅地
いる
第
設す
して
があ
営業
一企
ら
百貨
ル
オ
な
や
の

年までには立体式の配送センターを建設する。

ボランタリー・チェーンも配送センターの整備に積極的で，ヒロマルグロサリー・チェーンを主宰する食品問屋広屋が三鷹に完成した配送センター（敷地１２,０００㎡）はその代表例。百貨店も衛星都市への出店増加につれ配送センターの整備を急いでおり，さらに，これら大規模小売業者に商品を供給する総合商社の側でも基地づくりが盛んとなっている。

第４に，さいきんのビック・ストアの出店に当っては，各種のサービス業部門，娯楽施設の併設される場合の多いのが指摘されねばならないだろう。従来，娯楽施設の少なかった衛星都市へ出店する場合，これはお客を吸引する有力な手段になると同時に，消費水準の上昇につれ次第にウエイトを増しつつあるレジャー向けの支出を併せて補足するという効果を持っている。その上，将来百貨店法の規制がゆるめられたあかつきには，必要に応じてこの部分をただちに商品売場に転換することも可能である。

ビック・ストアが手がけつつある小売業以外の分野には，ボーリング場，ビリヤード，食堂，喫茶，駐車場などがあるが，宅地分壌や住宅建設などの不動産部門に手を拡げるものも出はじめた。宅地分壌や住宅建設は小売業と一見無関係のようではあるが，それによって自己の店舗の周囲に計画的に人口の集積をつくり出し，立地条件を変えることができるし，高層マンションに店舗を付設する場合はそれだけのお客を確実におさえることにもなる。そういう意味ではレジャー施設の併設よりもっと深い含みもある訳である。緑屋では有力銀行と提携して埼玉，千葉など首都圏内で住宅の月賦販売を，スーパーの日新興産（ピンクベアー）は山梨と静岡で宅地分壌を行なっている。高層マンションにスーパーを併設する方式は青楓チェーンが進めているが，住友商事も同様の方式を推進している。

第５に，ビック・ストアが取扱い商品の総合化，販売方法の多様化や，サービス業部門を併設するに当って，同資本系統に属する企業間のグループ活動が組まれるが，その典型の一つとして西武流通グループ（西武百貨店，西友ストアー，マイマート，西武食堂，ピサ，西武日産）が指摘される。もう一つのタイプは，ビッグ・ストア自身が成長の過程で商品部門別あるいは営業種目別に，いくつかの外見的には独立した企業に分裂し，しかも実際の運営はほとんど同一企業に異らない緊密な連係が保たれている場合である。大規模のスーパーにしばしば見受けられるタイプで，百貨店法の適用を免れるのを直接の動機とするものが多く，したがって擬装百貨店の非難を浴せられている。

これら同資本系統に属する企業間のグループ活動と並んで，資本系統を別にする企業間のグループ活動も盛んになってきた。たとえばサンコー（本部川崎）のチェーン店には谷口電機，オオクボ（時計），東急カメラ，タケヤ（くつ），キディランド（おもちゃ），山田屋（同）などが入居，扇屋チェーン（本部千葉）も電機製品では星電社，めがねではイワキ，おもちゃはキディランド，山田屋と結んでいる。このどちらの場合もチェーン店に入居するメンバーの顔ぶれはほとんど一定している。このようなビッグ・ストアと専門店との関係は，ビック・

ストアと専門店との関係は，ビッグ・ストアの店舗内に専門店がテナントとして入る初歩的な形態から，共同出店契約にもとずいて計画的に店舗を新設する動きへ発展しており，さらに進んでは資本関係を結ぶものも現われている。

以上，２つのタイプのグループの活動は，必然的にショッピングセンターの建設へ進展するし，それを予想してグループ活動の組まれる場合もあるであろう。こうしてショッピングセンターがすでに出現しはじめているばかりでなく，人口配置の変化や自家用車の普及，さらには政府の奨励を背景に，今後，一層積極的にこれを建設する構想をビッグ・ストアは明らかにしている。

第６に，上記のグループ化が，たとえ小売業以外のサービス部門などで領域を異にする場合でも，直接消費者に結びつく段階でのいわば横の提携であるのに対し，メーカー，総合商社など流通段階を異にするものとの間の，縦の関係も進展していることが注目される。もっとも，商品供給についていえば，ダブルブランド商品の開発などを通じて，このような関係はすでに早くから見られたのであるが，たとえはパルナス製菓や不二家のビッグ・ストアへの出店，大手綿紡合繊各社の長崎屋，十字屋の株式取得，総合商社のビッグ・ストア向け専門卸会社設立や配送基地の整備，設備のリース，さらにさいきん発表された三菱商事と西友ストアーの提携にみられるような資金関係（店舗建設工事費の延払い）の進展は，縦の提携，グループ化が新らしい段階を迎えた象徴として注目されねはならない。

第７に，横・縦のグループ化により，トップクラス・ビッグストアの勢力が一層強化されたため中小業者の立場は次第に苦しくなり仕入面での共同化やボランタリー・チェーンの結成が進められているが，その中でビッグ・ストア相互の合併も進展しはじめたことが重視されねばならない。オカダヤ（本部四日市），フタギ（姫路市），シロ（吹田市）が合併の準備段階として４４年２月に設立した新会社，日本ユナイテッド・チェーンがそれで，なお他の大規模チェーン，地方チェーンにも参加を呼びかけている。このような資本の集中は，資本自由化を控えた厳しさを増す環境の中で今後さらに増加して行くことであろう。

第８に，銀行系クレジット会社の設立により，いよいよ銀行資本が流通部門に直接姿を現わすことになったが，これとビッグ・ストアとの関係が急速に深まりつつあることである。スーパーの中にもクレジット会社に加盟するものが増加しつつあること，月賦百貨店も自社直接の割賦販売のなかにクレジット会社に加盟するものがでていることは，販売方法の変化としてさきにも指摘したとおりである。しかし，ここでは販売方法の変化または多様化という側面ではなく，消費者への信用供与を通じて銀行資本と小売商業資本との癒着が進行している点が強調されねばならない。

クレジット会社は，ボランタリー・チェーンの間にも大きく進出しつつあり，若干の事例をあげるなら，日本紳士服チェーンはＪＣＢ，ダイヤモンドクレジットの両社に加盟，ボンボン寝装チェーン，センチュリー家具チェーン，テーラーズダイヤモンドチェーン，ミューズ会，

日本陶芸チェーン，東京レナウンＲＣＳ会などもＪＣＢと提携している。

ともに消費者信用を推進している販売会社と銀行クレジットの提携も進み，日本信販と東海銀行のミリオンカードは相互交流をはじめた。また，東海銀行と日本勧業銀行のように，クレジットカードに関して銀行同士の業務提携も進展しはじめている。

最後に，ビッグ・ストアにおける電算機体制の推進である。電算機の利用は事務計算から配送面での利用，ＯＣＲの導入による単品管理・計画発注の実施へ努力が向けられており，すでに情報検索への準備をはじめたところもある。ビッグ・ストアによる電算機の全面的な利用は，その競争力を著しく強化し，小売部門における資本の集中を新たな段階に引き上げる横杵の役割を果たすにちがいない。それと同時に，すでに買物相談などへの利用に萌芽的にしめされているとおり，将来は全く新らしい販売方法を発展させ，商業の姿を一変させる可能性を含んでいるということができるであろう。

＜専門店の動向＞

専門店ということばは，一般的には，かなり任意に使われていることが多いのであるが，一応，専門店の範囲を，次のような商業施設としてみることにしよう。

a. 商品構成が，単一商品または単一の系統にまとめられている。

b. 商品の奥行きが深く，消費者の高度な欲求を満足できる。

c. 専門店の店の性格は，同一商品内でもつねに高級化を志向し，また買回品中心となる傾向がある。

d. ストアイメージが鮮明であり，消費者が，そのためにストアロイヤリティを持つことが多い。

以上のような専門店に対する消費者の行動は，要約すると次の５点にまとめることができる。

a. 専門店での消費者の購入態度は，ひじょうに選択性が強い。

b. 店舗の立地場所に対する距離的な制約は比較的少ない。

c. 購入時には目的買いが大部分であり，無目的々，衝動買いをすることが少ない。

d. 専門店の商品では，低価格による価格訴求よりも，オリジナリティあるいは流行といったような商品訴求の方が強い訴求力を示すことが多い。

e. ノレンあるいは店の権威に対して敬意を示す。

ところで，専門店は．その立地特性として，集団化する傾向をもっている。それは，典型的な盛り場商店街である新宿，渋谷，池袋の商店街．あるいは銀座の商店街をとってみても．買回品の店舗が過半数を占めていることからも知られるわけである。（表２－４参照）すなわち，買回品を中心とした商店街では，専門店の集団化をはかることによって，いっそう消費者の吸収範囲を拡大することができるという，いわゆる累積効果の発現がみられることになる。

今後，消費生活が多様化，高度化するようになると，専門店の果す役割は増大していくことになるであろうし，その動向を要約すると次のようになる。

表２－４　商店街の業種構成

	銀座		新宿		道玄坂		池袋西口		吉祥寺		立川	
買回品	159	62	105	66	166	54	102	60	93	52	77	52
最寄品	31	12	17	11	55	18	33	19	55	29	33	22
サービス業	59	23	28	18	59	19	30	18	27	14	32	21
その他	9	3	9	5	26	9	5	3	8	5	7	5
計	258	100%	159	100%	306	100%	170	100%	184	100%	149	100%

資料：中小企業診断協会　　昭和３９年，実数は商店数

a.　専門店分野でのチェーンが成立するようになっている。すでに家具，時計，カメラなどの業界では，ごく一部のトップグループ５０～１００社で１２～４０％のシエアを占めている。積極的にチェーンを推進していこうとする動きがあり，専門店のナショナルチエーンに発展していく可能性がある。

b.　専門店の立地する場所は，買回性の強い商業核を最良とする性質を持っており，しかもこのような場所はますます限定されるようになってきているので，資本力のある大規模な専門店による独占化傾向が強くなり，そのことがまた，特定の専門店を大規模化させる原動力となっている。

c.　専門店がスーパーや百貨店と積極的に結びつこうとしている。スーパーとしては専門店が持っているノレンを活用してイメージの向上を図ろうとするわけだし．百貨店は，専門店の高度な商品化計画能力に期待し，専門店は，自身のチェーン拡大に役立たせることになる。

今後のショッピングセンター時代への商業集団のための原型というか，企業提携の方向へと発展していく可能性が強い。

２－２－３　ショッピングセンター時代への移行

商業，とくに小売業でみられる変革は，“郊外への立地”が象徴するように，いわば立地変革の段階に至ったとみることができ，この立地変革の先兵となっているのが，ショッピングセンターである。自動車が普及して車での買物が一般化するようになると駐車場が必要になる。ところが都心部では充分なスペースの確保が困難だから比較的ゆとりのある郊外に立地するようになる。

しかも郊外に立地しても，車を持った消費者の距離感はかわる。そういう意味ではショッピングセンターは都市化に対応した商業施設の変化であり，地域構造の変化に伴って，当然発生してこなければならなかった商業施設のイノベーションである。

アメリカでは現在１１,０００店以上のショッピングセンターがあり，全米小売業の約４０％に当る年間３０兆円（邦貨換算，昭和４１年）を売上げており，アメリカの小売業はショッピン

グセンターを除いては語れない現状にある。ところでショッピングセンターは表2－5のように，それぞれの機能分担による3つのタイプがあるが，いずれの型のショッピングセンターも大型化の方向にあり，また駐車場は通常，売場面積の3倍程度であり，その比率は増加傾向にある。

ところで，当初は商店の集団であったショッピングセンターは，さいきんでは消費に関するすべての施設 － デパート，スーパー，有名専門店，レストラン，クリーニング，修理サービス，銀行，不動産など － が備わっている。映画館，劇場，モーテル，コンベンションホールを配置し，魅力的な消費施設を有機的な組み合わせ（そういう点で，ショッピングセンターはシステム産業だと呼ばれる） が重要となる。また，ショッピングセンターがあらゆる消費施設を総合化しているところから，当然，地域社会の中心地となり，郊外地でのコミュニティセンターの役割を果すことになる。このデベロッパーの分野へ商社資本，デパート，スーパーなどが名乗りをあげており，昭和40年代の終りから50年代にかけて，相次いで，本格的なショッピングセンターが開発されることになると考えられる。

表2－5　ショッピングセンターのタイプ

	敷　地	店　数	駐車台数	商　勢　圏	中心商品
ネイヴアフッド スタイル	12,000坪 ～ 18,000	10～15の大規模店	500 ～ 1,000台	徒歩15分 Car3～4分 4,000人	最寄品
コミュニティ スタイル	18,000 ～ 60,000	15～40 デパート支店	1,000 ～ 3,000	徒歩15分 Car5～15分 20,000人	百貨店，スーパー サービス業，専門店
リージョナル スタイル	60,000 ～ 120,000	40～100	5,000以上	Car20分以内 100,000人	百貨店2店 サービス業

資料：" Super Market "

2－3　サービス業の成立条件の検討

2－3－1.　サービス業立地の二面性

1）日常的，基本的な生活サービスを提供するサービス業 － 対個人サービス業 － は，商品における最寄品的な性格を持ち，地域独占の傾向がみられる。従って，これらの業種が成立する条件は，ほぼ完全に支持人口の数によって定まる。

これらの業種は次のようなものである。

理容，美容，クリーニング，修理業など。

2） 機能志向による産業分類としてのレジヤー産業は，余暇時間の増大，生活目標としての“楽しみ”志向といった諸条件を背景に，生活装置としての重要性は，ひじょうに高まるものと考えられる。

この分野は，大きくは次の三つに分けられる。

a. スポーツ施設

自分でするスポーツは，今後とも，あらゆる階層にわたって普及していく。みるスポーツ施設も，かなりバラエティに富んだものとなる。

b. 教養的施設

各種学校など，教養的施設が女性に強く支持される。

c. 文化，芸術，学術的施設

社会的，公共的施設として，地域のプレステッジを高める。

2－3－2. 今後の都市内スポーツ施設のあり方

－ 昭和60年時点における市民生活との関連でみたときの1つの仮説 －

1） 都市内スポーツ施設の今後の方向

a. 都市内スポーツ施設への需要はふえる

所得の増加，自由時間の増加，健康，美しさへの関心増大というような背景から，スポーツとくに，自らするいわゆる「スル」スポーツがふえるであろう。地方公共団体のみならず，団体，会社等による体育施設の充実はその需要増加のスピードに追いつけないのではなかろうか。

したがって，地域社会におけるこういった新たな市民生活からの需要をまかなうために，営利団体が運動場，スポーツ施設，同関連施設の経営をはじめることか確実に予想される。

b. 新らしいタイプのスポーツ施設がふえる

時代を反映して，スポーツに対する考え方も，スポーツ種目それ自体も変化する。昭和60年代においては，現在とはかなりちがった新らしいタイプのスポーツが生まれ，そのための施設が要求されることとなろう。

c. スポーツ施設の立地が変化する

都市化の進行，市街地再開発の進行，郊外住宅地の発展，ニュータウンの建設等の影響により，スポーツ施設の立地も今後かなり大幅な変化をみせるものと予想される。

かつて，郊外といわれた地域が，住宅地化するにともない企業所有の運動場などは，住宅用地として利用されるなどの土地利用の変化かおこるであろう。また，市街地の中心部に存在する必然性のないスポーツ施設は，再開発によって，公園，緑地，オフィス，公共用地等への転用の傾向も大きくなろう。

こういった傾向をうけて，前述のスポーツ施設に対する需要増大とあいまって，とくに用地を大規模に必要とするスポーツ施設は，現在よりも，いっそう郊外に立地せざるをえなくなるであろう。地価と利用者層の郊外移動とは，このような立地変化をおこさせる二つの主要な要

因であると考えられる。

d. スポーツの類型は大きく２つにわかれる

スポーツそのものの，生活に対するかかわり方の変化から類推すると，今後の都市内スポーツの類型は大きくは次の２つにわかれるとみてよかろう。

i）より娯楽的なものへの方向

他のいわゆるレジヤーとならんで，いわばレジヤーとしてのスポーツが盛んになるであろう。その主たる特色ないし表象はスポーツ参加それ自体が，非計画的，偶発的であること，したがって，用具を借りたり，買ったりできるようなスポーツがこれに該当する。

一方，用具そのものをたのしむようなスポーツ．たとえばアーチュリーとか，服装を誇示するようなスポーツ，たとえば，水泳，乗馬，などが，娯楽的なスポーツのもう１つの軸として成立するであろう。

ii）より鍛練的なものへの方向

健康，健康美に対する関心の増大，創造的なたのしみへの欲求増加などを背景とし，向上心満足への一つの方策としての「スル」スポーツは，より鍛練的な要素を強くしよう。若い人々は技能の向上を目標とし．中年層は体力の維持向上を目標とし，高年層は健康維持を目的とし，それぞれの好みと体力に適合したスポーツを選んでトレーニングをするようになるであろう。

この方向に属するスポーツは，現在のほとんど，あらゆるスポーツが該当するが，とくに高年層，婦人層を対象とした健康クラブ的なものが，都市内スポーツ施設として脚光をあびることとなろう。

この類型に属するスポーツの特色は，主として，する人の計画性があるという点に求められる。したがって，より娯楽的なスポーツが，偶発的であるのと対象的であると同時に，用具等は自分のもの，あるいはクラブのものといったふうに個人に帰属する形で保有されるであろう。

2）都市内スポーツ施設の立地特性

立地因子のうち，とくに重要な交通機関に関連して，都市内スポーツ施設の立地特性をみると，およそ次の３つのグループに大別することかできる。（表２－６参照）

〔タイプⅠ〕　大量輸送機関立地型（遠距離立地型）

総合グラウンド，総合体育館など，主として若い人びとを対象とする本格的なスポーツ施設は，大量輸送機関に接して立地させることか必要である。

これらの施設利用者の大部分は，学生，および２０代のビジネスマン，オフィスレディによって占められよう。その利用形態は，クラブ活動，対抗試合，体育，などのほかいわゆる大会形式のものもかなり予定されるであろうから，鉄道，バスによる大量かつ低廉な輸送手段をもつことが，利用上の見地からみて望ましい。

〔タイプⅡ〕　パーソナル交通手段立地型（中間地立地型）

たのしみ的な要素がつよく，かつ，計画的でない利用者を対象とするスポーツ施設は，どち

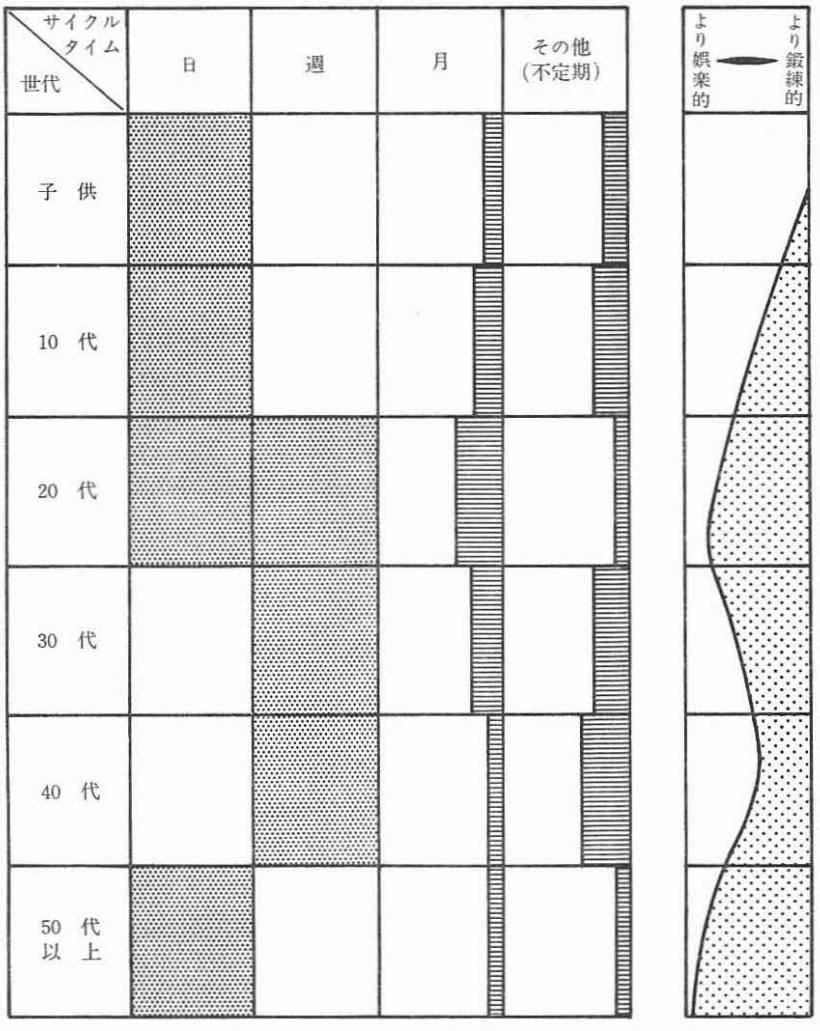


表２－６　年令階層(世代)別にみたスポーツ施設の利用のしかた
(サイクル・タイムと目的)

らかといえば，自家用車とか，タクシーなど，パーソナルな交通手段を利用して行きやすいところに立地することとなろう。

そのうちのあるものは，かなり都心部に立地するであろう。たとえば，ボーリング場，プールなどはその例である。

このタイプに属するものは，ほとんど施設型のスポーツであり，利用者も，すべての年代にわたっている。したがって交通機関もとくにパーソナルなものでなければならぬという理由はない。しかしながら，利用のしかたが，偶発的であり小グループで，あるいはたった１人で，ブラリと訪れるといったことから考えれば，必ずしも大量輸送機関に接して立地する必要性はないといえよう。

〔タイプⅢ〕　徒歩立地型（近隣立地型）

必ずしも歩いてということに限定しないが，住居から近くにあって，気軽に行けるスポーツ施設という意味である。例示的に言うならば，ちょうどタバコ小売店のように近隣住区というような小さな単位に一つという割合で数多く立地することが望ましいタイプのスポーツ施設を考えればよい。

このタイプに属するものの代表的なものは，こども運動場ないし児童遊園地であろう。大人の利用するものとしては，手軽なプール，テニスコート，卓球場，柔剣道場などであり，やや特殊なものとしては，比較的高令者を対象とする健康センター的なものである。

以上Ⅰ，Ⅱ，Ⅲ，３つのタイプを住宅地からの距離に着目して，それぞれ遠距離立地型，中

間地立地型，近隣立地型とよんでもよいであろう。

3）「みる」スポーツについて

以上は「する」スポーツについてのみふれたが，「みる」スポーツも娯楽の1つとして重要であろう。これを，スポーツ施設としてとりあげることは，いささか異論もあろうが，施設的にみれば，一部が重複利用されるということであろうから，その点について簡単にふれておきたい。

「みる」スポーツとして考えられるものは，イン・ドアのものと，アウト・ドアのものとに分かれよう。すなわち，

イン・ドア……ボクシング，レスリング，柔剣道，体操，ボウリング，アーチェリー水泳，スケート，卓球，バレーボール，バスケットボール　など。

アウト・ドア……野球，サッカー，ラグビー，競馬，オートレース，陸上競技，テニス　など。

イン・ドアのものについては，比較的，観客を集めやすいところ，すなわち，交通手段が豊富で，便利な地点にある総合体育館が多目的に利用されるようにつくられ，かつ観客のための設備をもっていれば，その施設がせいぜい1つか2つあれば充分であろう。

アウト・ドアのものについては5～6カ所の総合グラウンドのうちの1つに，同様な意味で観客のための施設をもつことによって足りるであろう。

4）サーキットについて

本来，サーキットは都市「内」施設ではない。しかし今後のスポーツカー時代と日本の道路事情等から考えると，スポーツカーをたのしむ施設が考えられてよいのではなかろうか。

港北ニュータウンの場合に即していうならば，計画地域外の，適当な地点に一周4～5 Kmのサーキットを造成し，平均速度100Km/h，最高速度150Km/hを楽しむことのできるone－wayのサーキットがつくられることが望ましい。入口から出口まで6周くらいとし，所要時間16～18分ていどに考えれば，外の休息，娯楽施設とあわせて，近傍のスポーツカーマニヤを集めることは極めて容易であろう。

スポーツ施設のモデル・スペース

駒沢オリンピック公園			420,000m²
野球場	36,000m²	サブトラック	
陸上競技場	30,000m²	バレー場	
体育館	22,500m²	ホッケー場	
大プール		弓道場	
球技場（ラグビー，フットボール……）		（何れも観覧席含む）	
馬事公苑（関連諸施設含む）			184,900m²
東京体育館			70×90 ＝ 6,300m²

表２－７　立地因子としての交通機関の種類と
都市内スポーツ施設との関係

	主なる利用段階		施設のタイプ		交通手段		
	若年層	中年高層	用地型	施設型	鉄道バス	自動車自転車	主として徒歩
テニス	◑	◑	○		○	○	○
バスケットボール	○		○		○		
バレーボール	◑		○		○		
野球	●		○		○		
サッカー	◑		○		○		
ラグビー	◑		○		○		
ハンドボール	○		○		○		
ホッケー	○		○		○		
陸上競技	○	○	○		○		
ボクシング	○			○	○		
レスリング	○			○	○		
すもう	○			○	○		
剣道	○	◑		○	○		○
柔道	○			○	○		○
ボーリング	●	◑		○	○	○	
ゴルフ		◑	○		○	○	
卓球	●			○	○		○
水泳	○			○	○	○	○
スケート	○			○	○	○	
アーチェリー	●			○	○	○	
射撃	●	◑		○	○	○	
乗馬		●	○			○	
（サーキット）	●		○			○	
トレーニング		○		○		○	○

○　トレーニング的要素の強いもの
◑　たのしみ的要素の強いもの
●　どちらの要素も同等程度のもの

国立競技場　　45,600m²

千駄谷室内プール（50mプール）　　4,950m²

代々木室内競技場　　15,400m²

バレー，バスケット場，　サーキット・トレーニング

後楽園野球場　　24,000m²

日本武道館　　10,000m²

後楽園アイスパレス　　70×70 ＝ 4,900m²

品川スケートセンター　　6,600m²

ミラノボウル（3F使用で80レーン）　　60×50 ＝ 3,000m²

平屋で1レーン当り　　111m²

品川ボウル（2F使用で120レーン）　　110×60 ＝ 6,600m²

平屋で1レーン当り　　110m²

註）　東京都区分詳細図（日地出版）

表2－8　スポーツ施設の都市内外立地

	都市内	都市外	立地型		都市内	都市外	立地型
陸上競技場	428	738	○	水泳プール	3,758	5,139	○
野球場	805	869	○	庭球場	1,619	1,838	○
体育館	5,583	12,980	○	レスリング場	27	7	○
ボクシング場	127	35	○	球技場	183	129	○
バレーボール場	1,025	1,557	△	バスケットボール場	289	502	△
運動広場	7,343	20,222	○	柔道場	761	893	○
剣道場	536	575	○	弓道場	299	331	○
アーチェリー	22	5	○	すもう場	169	506	△
卓球場	481	369	○	射撃場	44	25	○
アイススケート場	70	107	△	ローラースケート場	12	4	○
ゴルフ場	149	337	△	ゴルフ練習場	219	32	○
ボーリング場	279	76	○	馬場	52	11	○
キャンプ場	42	586	△	サーキット	1	1	△

註）立地型で○印は都市立地型のスポーツ施設。△印は都市外立地型のスポーツ施設。

都市内は人口10万人以上の都市を，都市外は10万人以下を指している。

昭和42年10月10日現在。日本体育協会「スポーツ施設調査報告書」より作表。

立地型は都市内40％以上。

2－4　盛り場形成に関する要因の分析

－新宿，池袋等での消費者行動を対象として－

2－4－1　盛り場形成と消費者行動についての関連仮設

a. 商業核を形成するには核店として百貨店が誘致される必要がある。新宿，池袋等の繁盛している副都心では，そこに存在する百貨店の内容が，副都心への来客者を積極的に吸引する機能を果していることが多く，従って，副都心の規模は百貨店の規模と相関する。しかし，百貨店の魅力による吸引力と，副都心そのものが固有に持っている魅力との間には，相互補完的な関係が見られている。（魅力的吸引要因，能動的要因，百貨店主導型要因）

b. 商業核が形成されるには，"交通の便"がよいことか必要である。副都心あるいは盛り場の形成要因としては，現状では高速鉄道の結節点に立地し，商勢圏内消費者に「交通に便」なる印象を与えることが大切であり．事実，「交通に便」なるような宅地と結ぶ交通体系の整備と，交通導線の良好な状態をつくりあげる必要がある。（交通便利的要因，受動的要因，大衆交通機関主導型要因）

2－4－2.　消費者調査からみた盛り場利用のモチベーション

消費者行動に関する調査のうち，とくに盛り場利用あるいは百貨店利用の調査結果をみながら，消費者の盛り場利用のモチベーションをみよう。

表2－9は，東京都民を対象に，都内の主要な盛り場利用の目的を見たものである。

表2－9　主要盛り場の利用状況

	銀座	上野	浅草	新宿	池袋	渋谷
買物	50%	36%	50%	50%	47%	38%
食事・喫茶	47	29	25	37	33	27
映画・演劇	53	22	28	46	25	37
娯楽，レクリエーション	21	19	24	27	23	14
散歩	29	18	12	11	7	6
デパートめぐり	38	26	10	35	37	22
鑑賞・見学	17	35	4	12	12	10

（註）　各盛り場に対する目的別回答数（MA）
立正大　服部銈二郎氏による。

この結果から幾つかの問題点が指摘出来るが，とくに最近の都心部は"働くための拠点"という形での機能分化が進み，生活利便のための買物およびサービス機能は，副都心に移行し，そこに，ショッピングセンター，アミューズメントセンターなどを包含した盛り場に委譲されてきている傾向を見ることができよう。もっとも，盛り場の中においても，それぞれ機能的に分化し特化しつつある面がみられる。

たとえば，銀座では映画，演劇，上野では美術鑑賞，見学などがあげられるが，しかし，すべての盛り場に共通して高い比率を見せている「買物」「デパートめぐり」－すなわち，ショッピングに係わる機能の大きさが知られるであろう。

端的にいって，盛り場は，大規模な商業・サービス核の生成したものだといえる。

表2－10　盛り場利用の理由

選　択　要　因	全体に対する比率
1. 利便性要因	
1）便利だから	5.7 %
2）近い（交通便がよい）	67.6
3）通勤の途中	1.2
4）道路や駐車施設がよいから	6.3
2. 魅力的要因	
1）専門的が多い	3.4
2）よい店が揃っている	2.3
3）百貨店があり，行きつけている	23.2
4）街の雰囲気が好き	4.0
5）娯楽施設，よい飲食店がある	10.2
6）なじみの店がある	3.6
7）その他	19.6

（註）　日本リサーチセンター「デパート利用調査」による。

次に，盛り場のうち，商業，サービス機能の強い新宿，池袋，渋谷の三つの盛り場について，そこを利用する消費者から「利用する理由」について調査結果を整理すると，表2－10のようになる。

すなわち，消費者が特定の盛り場を利用する理由は，「交通の便がよく，近い」ということと，「百貨店がある」の二つを筆頭に，大きく分類すると，地理的，距離的な移動の利便性に関する要因と，百貨店を中心として，専門店およびレジャー，サービス業に関する要因が魅力的な要因となっていることが知られる。前者は，消費者と盛り場を結ぶ動線と，人口のはりつき具合からくる受動的要因とも呼ぶことができ，後者の魅力的要因は，ある種の経営動向，資本動向によって計画的に充実し得るものであるところから，能動的要因と呼べよう。

2－4－3　盛り場利用の決定要因としての"便利さ"の価値

便利な盛り場が，もっともよく利用される盛り場である － ということが実証される。すなわち，もっともよく利用する盛り場と，消費者がもっとも便利だと考えている盛り場の間には，次のような関係がみられている。

新宿をもっとも多く利用しているもののうち，
　新宿が一番便利だと答えた割合……　97.3％
池袋をもっとも多く利用しているもののうち，
　池袋が一番便利だと答えた割合……　85.9％
渋谷をもっとも多く利用しているもののうち，
　渋谷が一番便利だと答えた割合……　86.3％
日本橋をもっとも多く利用しているもののうち，
　日本橋が一番便利だと答えた割合……　24.4％
銀座をもっとも多く利用しているもののうち，
　銀座が一番便利だと答えた割合……　49.0％

（注）　電通：消費者調査（42年5月）による。

カッコ内の日本橋，銀座の二か所は，都心的性格のために異った傾向を見せているが，新宿，池袋，渋谷の盛り場では，便利さと利用頻度の高さとの一致は非常に高い。

表２－11　交通の便と利用頻度

		合計	交通の便がよいデパート						
			日本橋三越	新宿三越	池袋三越	池袋西武	伊勢丹	上野松坂屋	渋谷東急
よく利用するデパート	合計	100.0	0.9	0.9	5.6	61.8	14.3	7.4	5.1
	日本橋三越	100.0	25.0			37.5	12.5	25.0	
	新宿三越	100.0		100.0					
	池袋三越	100.0			46.2	46.2			7.7
	池袋西武	100.0			5.5	81.4	5.5	3.4	2.1
	伊勢丹	100.0				9.1	86.4		4.5
	上野松坂屋	100.0						100.0	
	渋谷東急	100.0							100.0

註）　日本リサーチセンター「デパート利用調査」（４３－５）による。

これと類以した調査データとして，都内の主要百貨店について"交通の便"と"利用状況"を見ても（表2－１１参照）同じような傾向が見られていることがわかる。

２－４－4.　盛り場づくりの核としての百貨店の役割り

盛り場の顧客誘引のための能動的な要因である"魅力"は，先に見たように次の三つに分けられる。

ⅰ）百貨店に関すること。

ⅱ）専門店に関すること。

ⅲ）娯楽，サービス施設に関すること。

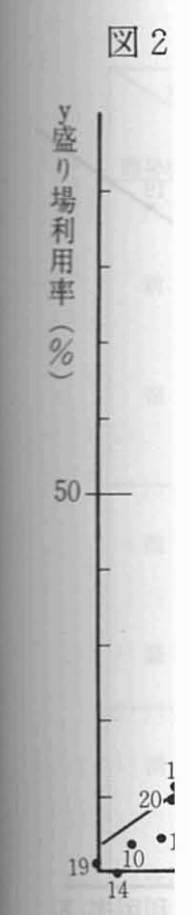
消費者調査の結果，そのうちでも，とくに百貨店が核としての役割を大きく果していることが知られる。盛り場と買物の関係は最も本質的なものであるところから，百貨店の存在は，盛り場全体の顧客誘引の大きな構成要因となっていることを考察しよう。（表2－１２参照）

図２－５から図２－７までの三つの図は，都内に居住する主婦が"利用するデパート"と"利用する盛り場"との関係を図示したものであるが，新宿，池袋，渋谷のいずれの場合もこの両者の相関が非常に高い。新宿の場合この両者を数式化すると，

$$y = 2.4790 + 0.9913x$$　　相関係数＝0.9913

ここで，ｙは新宿の盛り場利用率であり　　ｘは新宿の百貨店の利用率である。

図２－５に見られるように，盛り場と百貨店の利用率分布は，ほとんど一直線に近いことと同じに，その勾配が$\frac{1}{4}\pi$である。言い換えれば，両者の間には，非常に強い相関があり，両



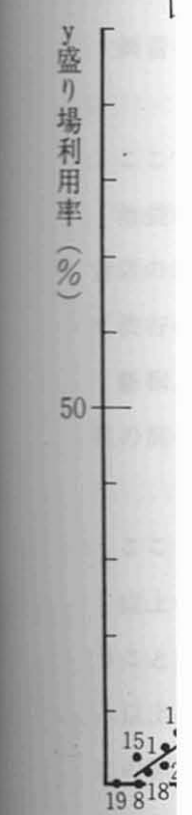


図２－５　盛り場の利用と百貨店利用の状況
新宿の場合

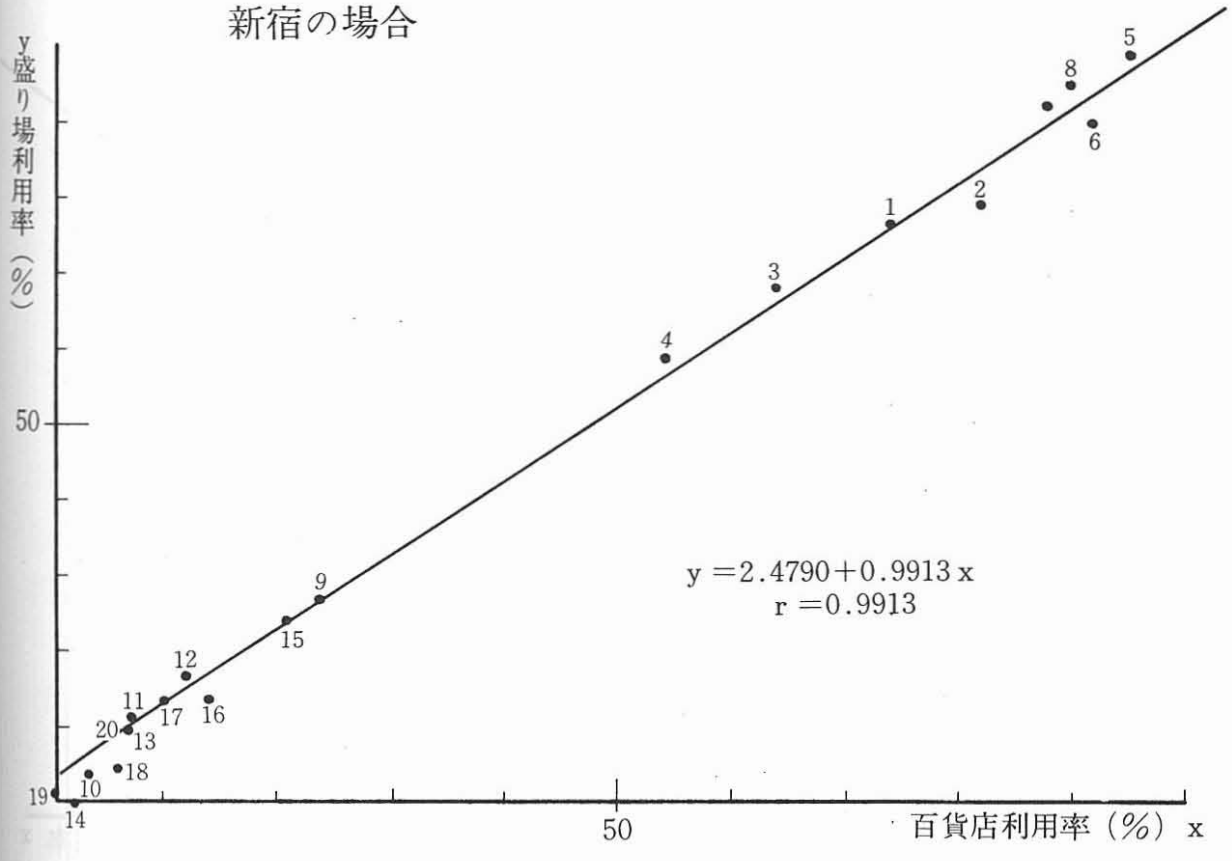


図２－６　池袋の場合

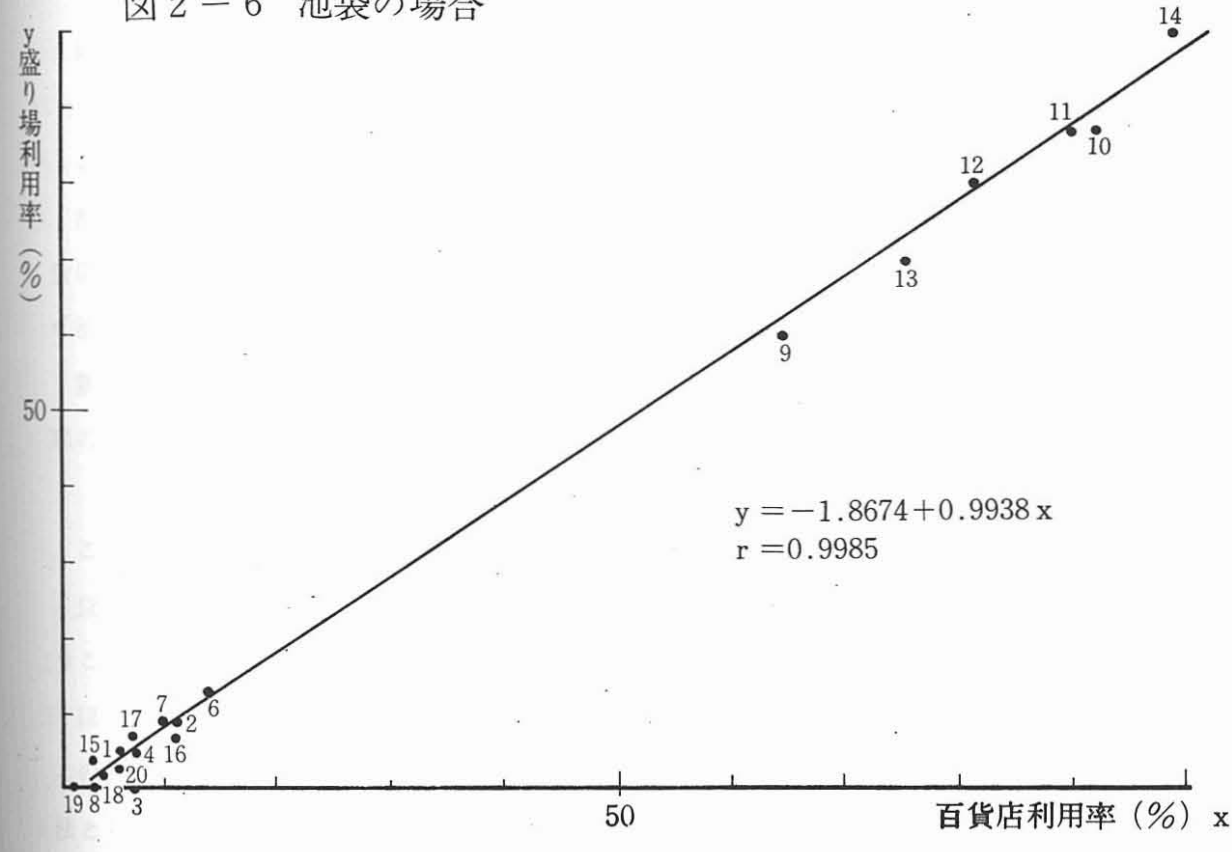
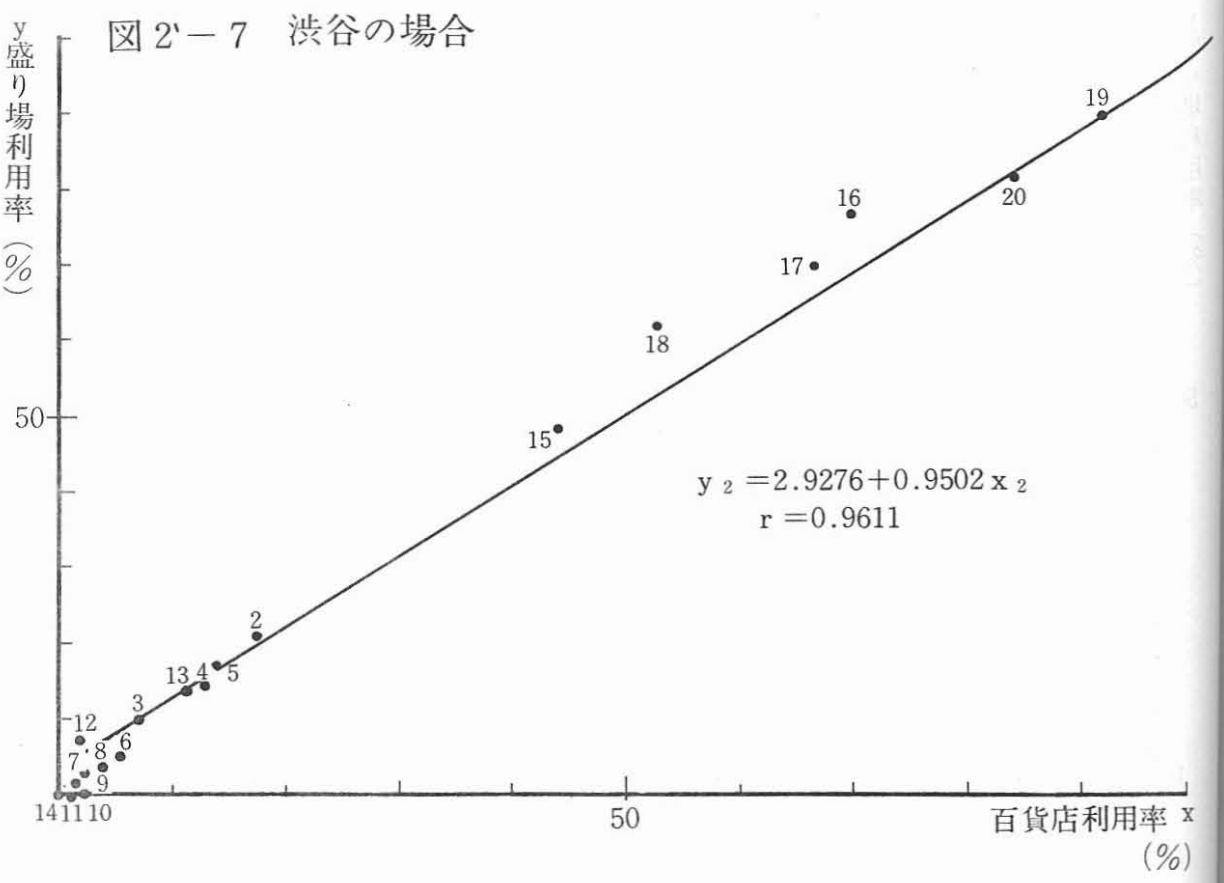


図2'－7　渋谷の場合



備考
新宿商勢圏地点　1～8
池袋商勢圏地点　9～14
渋谷商勢圏地点　15～20

表2－12　盛り場利用と百貨店利用の状況

商勢圏地点＼利用場所		新宿		池袋		渋谷		
		百貨店	盛り場	百貨店	盛り場	百貨店	盛り場	
新宿	1	74	76	6	5	1	0	杉並区成宗
	2	82	79	11	9	18	21	杉並区高井戸
	3	64	68	7	0	7	10	新宿区代々木
	4	54	59	7	5	13	14	世田谷区代田
	5	95	99	1	0	14	17	新宿区高田本町
	6	92	90	14	13	6	5	新宿区諏訪町
	7	88	92	10	9	2	3	中野区広町
	8	90	95	3	0	4	4	中野区駅前通り
池袋	9	24	27	65	60	1	2	練馬区関町
	10	3	4	92	87	2	0	練馬区石神井
	11	7	11	90	87	1	0	練馬区旭ケ丘
	12	12	17	81	80	3	7	板橋区本町
	13	7	10	72	70	11	14	北区赤羽
	14	2	0	99	100	0	0	板橋区成増
渋谷	15	21	24	3	4	44	49	世田谷区太子堂
	16	14	14	11	7	70	77	世田谷区弦巻町
	17	10	14	7	7	67	70	目黒区碑文谷
	18	6	5	4	2	53	62	渋谷区恵比寿
	19	0	1	1	0	92	90	渋谷区桜ケ丘
	20	7	10	5	3	84	82	渋谷区上智町

者の利用率がほとんど同程度であるということである。

＜池袋の場合＞

新宿の場合と同様に，池袋の利用率と池袋にある百貨店の利用率の間には，非常に高い相関が見られ，他の盛り場よりも高い。

その相関係数は，1に近く0.9985である。

両者の関係を数式化すると，

$y_1 = -1.8674 + 0.9938 x_1$　　相関係数＝0.9985

ここでy_1は池袋の盛り場利用率であり，　x_1は池袋の百貨店利用率である。

池袋は，他の盛り場よりも，百貨店の位置が非常に大きく，主婦にとって池袋の利用は，百貨店の利用であるといった面が強い。

＜渋谷の場合＞

新宿，池袋よりも，全体的に両者とも利用率が低い。しかし，やはり盛り場と百貨店の利用率の間には，高い相関が見られる。

$y_2 = 2.9276 + 0.9502 x_2$　　相関係数＝0.9611

ここでy_2は渋谷の盛り場利用率であり，　x_2は渋谷の百貨店利用率である。

以上のことから，よく利用する盛り場と百貨店のある盛り場とは，一致する傾向にあるということが知られる。

以上のことから，われわれは盛り場形成の原則的側面を考察することができたのであるが，この原則は，さらには二つの盛り場の相互の顧客の誘引を決定し，商勢圏を決定するための手法として活用できる。すなわち，グラビティから盛り場相互の顧客の誘引力は“盛り場の魅力度に正比例し，盛り場に行く便利さの二乗に逆比例する”ということで，次のように図式化さ

れる。

$$\text{顧客誘引力}\quad Im = \frac{Ch}{Fa^2}$$

Ch ≒百貨店の売場面積 ÷ 専門店数　　Fa ≒所要時間

このような法則性が港北ニュータウンと町田の両商業核の勢力圏の分岐と，上記式の組み変えによる。港北ニュータウン核の必要面積の算出が可能となろう。

2－5　商業核形成の仮説

－ 立川市における実証的研究 －

2－5－1. 問題の提起

最近，首都圏内において，百貨店の郊外進出の事例が少なからず見うけられる。これらについて，おおかたの見方は，いわゆる人口の郊外移動（ドーナツ化）と，小売商業の大型化を，その主たる要因とするものである。つまり，この二大要因が，必然的に大型小売商業の立地を規定しており，その結果が，百貨店，スーパーの郊外進出となって現象しているということである。港北ニュータウンの商業施設はこのような，郊外化の潮流の中にあって，果して他のいくつかの成功事例と同様に，商業核として成立しうるものであるのかどうか，また，もし成立するならば，それは，いかなる条件がなければならぬか。

このような問題意識をもって，立川市とその関連商業活動を実証的に研究し，そこから見出される若干の論理的帰結をもって，一つの「商業核形成の仮説」とする試みが，以下の内容である。資料の制約等，作業上のいくつかの困難にもかかわらず，われわれはこの実証研究的な検討を通じて，一つの仮説をつくりえたと考えている。

2－5－2. 立川市をとりあげた理由

この実証研究において，立川市をとりあげた理由は，ほぼ以下のとおりである。

a. 立川市の性格は，新宿，八王子の両商業核の中間にあって，商業都市としての色彩を濃くしつつある。

b. 新宿という大ターミナルからは郊外地というべき地点にあり，かつ，国電中央線によって結ばれている関係は，横浜中心部 － 港北ニュータウンの関係に類似している。

c. 単なる駅前商店街でなく，周辺地域からの買物行動を吸引するような「核」として成立している。

d. 新宿 － 立川というような関係，ならびに，八王子，三鷹，国分寺など，関係のある商業，住宅地とは国電中央線を主動脈として結ばれており，すべて東京都下であるため，資料の入手が比較的容易である。

e. その他の事例，たとえば，所沢，大宮，船橋などはいずれも参考とすべき点が多いが，上

述の理由により資料の入手困難なこと，ならびに，ターミナルとの対応関係が必ずしも１対１でないことが，短期間の研究としては不利である。

2－5－3. 商業核形成の条件についての仮説

立川市の事例に基いた実証的検討の結果を要約すると，次のごとくである。

① 都心部の商業核から分裂して，周辺地域をも含みうる商業核が郊外に成立するには，都心商業核，関連商業核の間に一定の距離間隔を必要とする。

われわれの研究結果では，その距離はほぼ１０～１５Km であると算定された。（なお社会的距離の項参照）

② 郊外商業核を発生させるに必要な地元消費人口は，少なくとも１０万人である。

③ 郊外商業核を発生させる市のD. I. D. 地区人口比は一般に，周辺都市のそれよりも１０ポイント以上高い。

④ 都心部との結びつきが強いということ，とくに通勤依存率が高いということは，必らずしも郊外商業核を妨げるものではない。

⑤ 有力商業資本の進出によって商業核形成が加速されるということは，因果関係が相互依存的であるために立証しえないが，常識的にみて，ありうることである。

2－5－4. 理論構成の概要

分析の態度としては，公表された統計等で観察しうる社会的な諸変量（人口，販売額など）の間に，いかなる論理的数量関係ないし函数関係が成り立つかを探索しようとするものである。したがって，論理的な関係のある変量については，一応，網羅的に当ったが，分析を容易ならしめるための，主として便宜上の理由から，基礎的な概念をごく少数にしぼった。すなわち：

1. 人口…… 市町村，区の人口は国勢調査および住民登録人口による。
2. 商業販売額 …… 通産省，商業統計の小売業販売額を基準とし，必要に応じて飲食店販売額をも含める。
3. 交通…… 距離は交通公社「時刻表」記載の駅間距離を用い，各区，市につきただ一つの駅（以下主要駅という）を対応させ，その駅間距離をもって，市間距離とした。
   自動車交通は考慮されていない。
4. 消費支出額…… 主として総理府「家計調査」を基とし，店舗支出の割合を商業統計小売業販売高と対応させつつ推計した。
5. 世帯数…… 東京都，食糧配給登録台帳記載の世帯数を採用した。
6. その他…… この実証研究で用いた新らしい概念がある。それについて説明をしておこう。

（A）社会的距離

定義式　$D = \frac{F}{\alpha} = \frac{Po \cdot Pi}{d^2 oi}$

ただし　D＝社会的距離

F＝2市間の引力

α＝定数

Po＝ターミナル（新宿）の年間乗客数

Pi＝i市（区）の主要駅の年間乗客数

doi＝ターミナル　－　i市間の鉄道距離（主要駅間の距離）

各市（区）について各年ごとにDを計算する。

〔説明〕　有名なライリー法則を引用するまでもなく，社会現象の説明に，引力法則の応用が行なわれていることは周知のとおりである。

ここでは，単純な型の引力法則が，二つの市の間に成立つと想定し，その作用力の大きさは，二市間の「社会的な距離」ともいうべき概念と一次式で結ばれていると考えた。

「社会的距離」は，一種の結びつきの度合であるため，質量概念としては単なる人口を用いず，上述主要駅における年間乗客総数（国鉄資料による）を採用した。

年間乗客総数は，定期乗客数と定期外乗客数とにわかれるが，この研究では，総数のみでとりあつかった。上記区分による分析を併用しなかったのは，一つには飲食店売上を含めなかったこと，一つには時間的制約によるものである。

なお，ターミナル新宿の乗客数については，山手，中央の区分がないので　その両者を含んだものを採用している。もっぱら資料の制約と便宜的な理由とに基く。

（B）地元消費率

定義式　$Ci = \frac{Si}{Ei \cdot Hi}$

ただし　Ci＝i市の地元消費率

Ei＝i市の1世帯当り平均消費支出額（年間）

Hi＝i市の世帯数

Si＝i市の小売業販売額（年間）

各市（区）について，各年ごとにCi を計算する。

〔説明〕　ある市をとって考えると，その市の人口がその市内で支出する消費支出額は，その市に存在する商業施設等の質と量とによって異るはずである。完結した体系では，総消費支出と総販売額とは，電気，ガス，水道料，授業料，家賃などの調整項目を操作すれば一致するはずである。つまり，調整後，E，H，SについてCを計算すれは完結した体系ではC＝1となるはずである。現実には，ある市の家計は，他の市（区）で支出するから，Cの値は1の上・

下に分布する。

そこでCの値は，上記定義式にしたがって，「地元消費率」とよんでよいであろう。

厳密には，他市の家計からの売上もSに含まれるので，正確な意味での地元消費とは言えない。しかし，一般に観察されるところでは，地元消費率が1より低い地域に，多くの割合の他市家計消費支出が含まれているとは考えにくい。したがって，Cを地元消費率とみなすことが許されてよいであろう。ただ，Cが1をこえるということは，本来の地元消費率ではありえぬことなので，別の適当な名称を考えてもよい。

2－5－5. 中央線沿線の市（区）における計測の結果

(1) 社会的距離（D）の計測結果

表2－13

主要駅	市（区）	35年	37年	39年	41年
新宿	新宿	∞	∞	∞	∞
中野	中野	153.8	165.7	204.6	242.4
荻窪	杉並	34.8	38.4	51.7	64.8
吉祥寺	三鷹武蔵野	18.7	22.8	28.7	33.3
武蔵小金井	小金井	3.6	5.2	8.1	10.2
国分寺	国分寺	3.0	3.8	5.1	6.6
国立	国立	1.6	2.1	2.9	4.0
立川	立川	2.8	3.6	5.0	6.2
豊田	日野	0.4	0.5	0.7	0.9
八王子	八王子	0.9	1.1	1.5	1.9
拝島	昭島	—	0.2	0.4	0.5
青梅	青梅	—	0.1	0.2	0.2

Dの定義式から，Dの値が大きいほど新宿との社会的距離が近いということであり，各市（区）とも年々社会的距離が近くなっていること，立川と国分寺は同じ社会的距離にあること，八王子は日野より社会的距離が近いことなどがわかる。

Dと実際の主要駅間距離，および，所要時間との関係などは，表2－14および図2－8に示したとおりである。

図2－8からは，立川，八王子は，特異なポジションをもつことが明らかであろう。

表2－14　新宿と国電中央線主要駅間の距離，時間

昭和44年4月8日現在

	新宿からの距離	所要時間	特別快速による所要時間
新宿	0.0 Km	0.0分	00分
中野	4.4	6.0	5.0
荻窪	8.4	13.0	
吉祥寺	12.2	18.0	
武蔵小金井	18.8	29.0	
国分寺	21.1	32.0	
国立	24.2	35.0	
立川	27.2	39.0	27.0
豊田	32.8	45.0	34.0
八王子	37.1	52.0	38.0
拝島	34.1	51.0	
青梅	45.7	69.0	

資料：44年4月8日改正時刻表による。

図 2－8　社会的距離と鉄道距離との関係

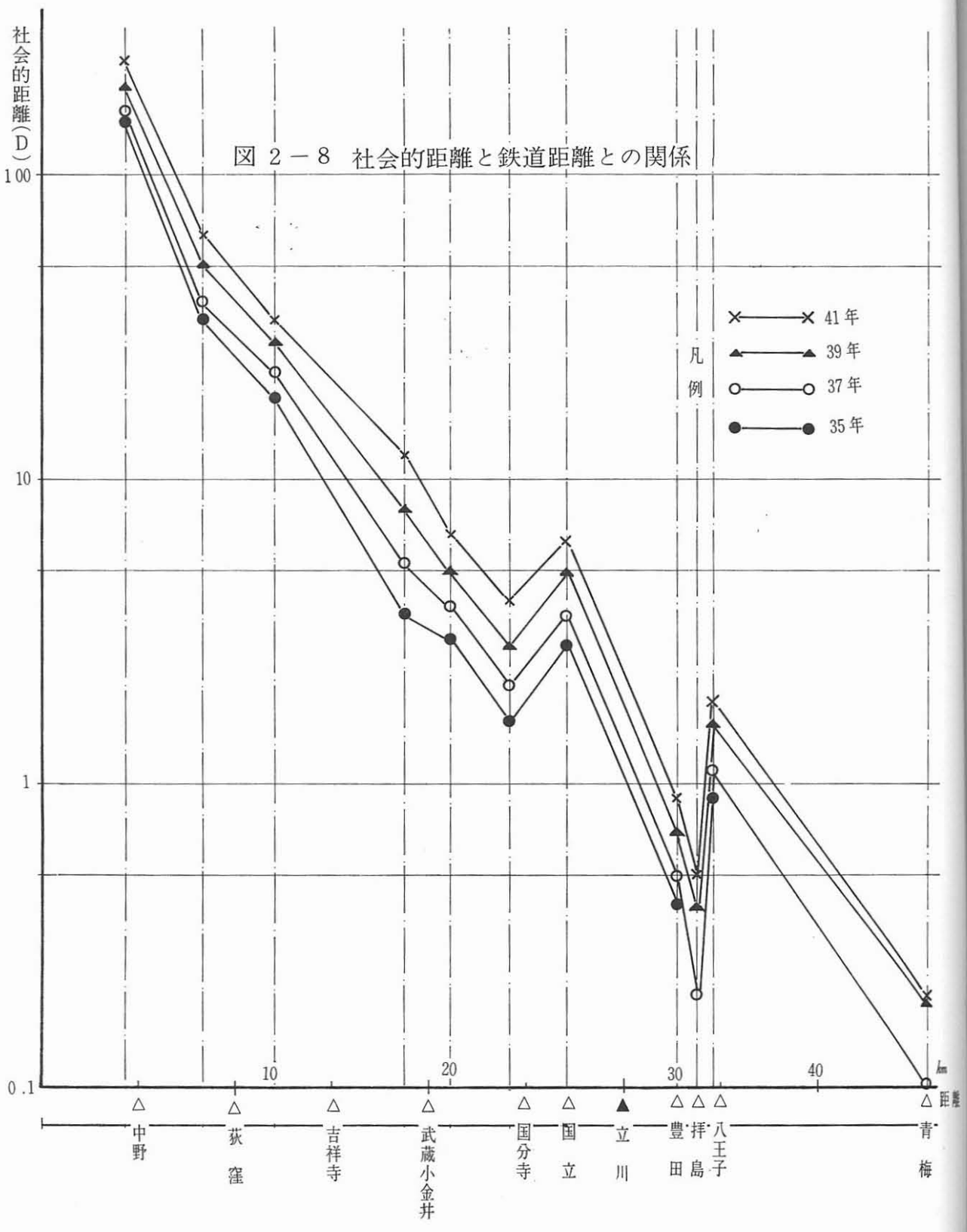
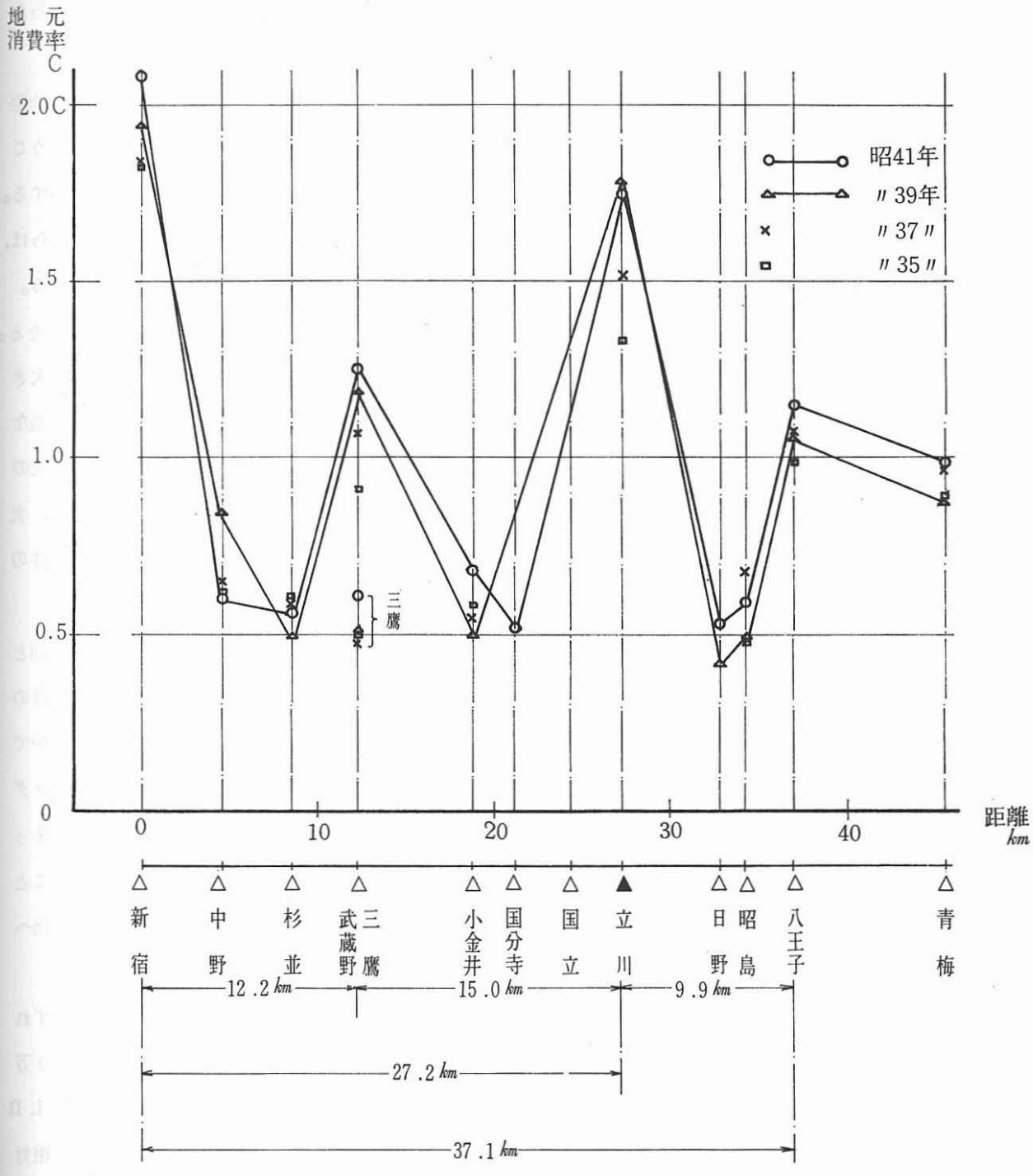


図２－９　距離と地元消費率との関係



(2) 地元消費率（C）の計測結果

表2－15

市，区	35年	37年	39年	41年
新　宿	1.83	1.85	1.95	2.08
中　野	0.61	0.65	0.86	0.60
杉　並	0.60	0.59	0.50	0.56
武蔵野	0.91	1.07	1.20	1.25
三　鷹	0.51	0.49	0.52	0.62
小金井	0.58	0.55	0.50	0.69
国分寺	—	—	—	0.52
国　立	—	—	—	—
立　川	1.33	1.52	1.80	1.75
昭　島	0.49	0.69	0.52	0.59
日　野	—	—	0.42	0.53
八王子	0.99	1.08	1.07	1.15
青　梅	0.89	0.98	0.89	0.99

以上の検討の結果，次のようなことが明らかとなる。

① C（地元消費率）は新宿からの地理的距離に単純比例して傾向的低下を示すということは，限定された区間についてのみ妥当する。したがって，適当な地理的距離を保つならば，Cは距離に応じて起伏することもありうる。

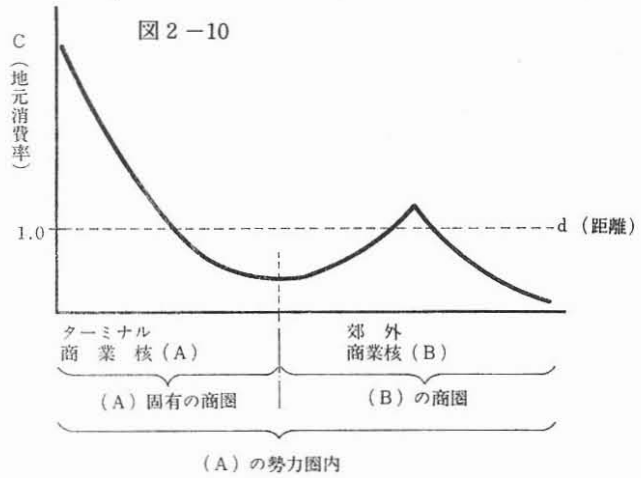
この関係を図示すれば図2-10のようになる。

② 都心への通勤依存率の高い市では，大きな商業核が成立しないとは言えない。適当な距離を保っている場合には，都心との交流の大きいこと（社会的距離の近いこと）は，大量の人の流動をもたらし，商業核成立条件の一つであるかのごとき場合がある。

このことは，間接的に通勤動線の方向と買物動線の方向とが異って存在する場合のあることを示したものと理解することができる。また，都心での高級なショッピングを必要とする人びとが，ある程度まとまって郊外に居住するようになれば，そのことは場合によっては，商業資本の郊外進出への一つの誘因たりえよう。

③ 武蔵野市，立川市，八王子市のいずれの場合においても，地元消費人口は10万人をこえている。また，この3市のD. I. D. 地区人口比は，周辺都市に比較すると相対的に高い。つまり，都市集中がある程度進行している場合で，他の商業核と適当な距離を保ち，かつ，都心との交流度合が高いところに，郊外商業核が成立している。

図2－10



以上の結果は，中央線，新宿 － 八王子の間において昭和35～41の間に観察された事実に基いてのものである。当然のことながら，これだけで，すべての郊外商業核の立地を論ずることはできない。しかしながら，中央線沿線における経験の一部は，一般に他の郊外商業核成

立にとって意味のある原理的な問題を含んでいると思われる。われわれは，それらのすべてを明らかにすることはできなかったが，なおかつその重要な部分は，明らかにしえたと考えている。

2－6　商業，業務施設の機能についての検討

以上のいくつかの実証分析および経験法則によって，われわれは商業核の形成および発展についての法則性といったものを発見することができた。

本節では，要約をかねながら，これら商業核形成の検討を行ってみることにしよう。

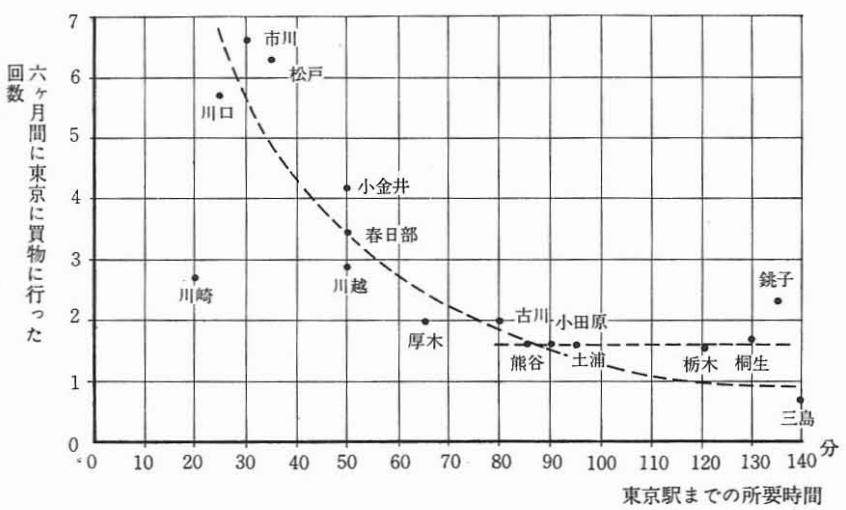
1）都心および副都心からの距離が，商業核形成に微妙に作用する。あまり近くても，またあまり遠くても大規模な商業核を形成することが困難である。副都心の直接影響圏を脱していながら比較的近いという「求心性要因」があり，１０数キロが妥当な距離となっている。一方，商勢圏の関係で見るならば，完全に距離（地理的，時間的）に関連する。（図２－１１参照）

2）人口的要因としての人口密度の高いことが必要である。また，大規模商業核を形成するための基礎人口は１０万人，商勢圏全部で２０万人程度が必要である。

3）大規模商業核をつくるためには，核店として，百貨店を誘引することが必要である。現在の消費者には，とくに主婦階層にとっては，盛り場に出かけることが，百貨店に出かけることと類似な感覚で受け止められることが多い。

また，核店として百貨店を誘引することは，次のような機能を果すことになる。

図２－11 東京商勢圏と距離の関係



注）東京商工会議所「周辺居住者の消費行動」42－10

a. 顧客分布の地域的不均斉性を，人を吸収することによって修正。

b. 商品の市場的性格による量および質の選択性の増加。

c. 価格数量の比較の必要性。

d. 単調的な都市生活人の慰楽性。

横浜駅西口が高島屋の立地によって，横浜西口全体が充実した商

業核を形成し得たのであり，最近では，地方都市，郊外都市のいずれも，商業力の浮揚を図って，百貨店の誘致に積極的となっているのも，この辺に，その原因を求められる。

4）「便利さ」が，商業核への消費者に対して積極的な意味を持つ。これは鉄道，バス，自動車等の交通体系の要衝に立地することの重要性を意味し計画的に行い得るニュータウンでは，大規模商業核形成のための計画的交通が大切となる。

5）商業施設集中化の原理

商業施設は，特定地域に集中化させることによって，さらに高次の商品なりサービスを消費者に提供するようになり，このような地点への消費者の集中が，さらに商業施設を集積させるという因果関係を持って生成発展してきている。すなわち，商業は地域的に集中化の傾向を持つということであり，このような事情は，人工的に商業施設を配置しようとする。港北ニュータウンにあっても変らない原則の一つである。

この商業施設の集中化の機能を要約するとつぎのようになろう。

a. 集中による消費者の購買活動に対する便宜の供与

多数の小売店が近接していることは，たとえ異業種の商店が多くなくとも，消費者に商品ないし，サービスの選択範囲を拡大させることになるので，消費者の便宜を与える割合が高い。

これはさらに2つの側面を持っている。1つは同業種の施設が多数立地することによって，多品種 － 高級品から低級品といった商品の水準によるマーチャンダイジングセグメントが可能となり，それだけ，消費者の選択範囲を拡げることになる。

もう1つの側面は，異業種の多数の商店が存在することによって，商品ないしサービスの種類がふえて，品目の多様性は増大するわけである。

多品種，多業種は，さらに関連する商品を多く派生させることになる。多数の商店の存在は，一面においては対立性を持ってはいるが，他面では補完性をも発生させ，これが，商店の集中化の1つの原理的機能となっている。商業機能の集中化は当然，消費者の集中化を伴う。

b. 共同および競争関係による購買の促進機能

商業施設が集中化することによる各種の共同的活動，それらには共同施設（アーケード，駐車場など），共同宣伝，共同サービスなど，多様な共同活動が含まれるが，これらの活動が，消費者の購買意欲を高め，さらに，共同活動かなくとも，多数の商店が集中化することによって，消費者はウインドー・ショッピングと衝動的な購買行動に走るようになり，商業施設の集中化は，規模メリットの1つの変型とも考えられる。

また，同業種にせよ多数の商店が存在する場合には，品質・価格，サービスなどの面で競争が行われ，消費者の購買意欲を刺激することになる。

c. 集中化による楽しみ機能

各種の消費者調査の結果，消費者は買物に楽しみの側面を求めていることが知られている。これに応えるための形態として商業施設の集中化があり，良好な雰囲気あるいはムードを誘

発することになる。

6）商業施設の規模拡大と需要の創造

商品生産の段階に於いて，“需要は創り出すものだ”というマーケティング上の考えがある。商業施設においても，この法則は充分適用されうるし，商業施設も，規模競争（スケール・メリット）の段階に入ったといわれるのは，このような商業施設の動きを背景としたものである。

そういった点では，商業施設は極大化と極小化の，二つの異なる方向に“二極分化”していこうとしている，といえるだろう。中途半端な，ないしは対応する市場に対してのマニマムな施設では，a. 施設スプロール（住宅団地などでは採算面を考え，最少の商業施設をしか計画せず，その結果，団地周辺に各種の商業施設が乱立するような事例）b. 計画施設の過少化（その結果，需要は市外に流出し，かえって計画した施設のスクラップ化を早めるような事例）を招来する。

これに反して，大きな商業施設は大きな需要を創造する，少なくとも，周辺に購買力が存在する場合には，この傾向がみられる。

3 –

3 –

最

店,

ると

であ

倍,

図

これ

商店

2(

%と

昭

の期

これ

あり

な

港北

3章　市民の消費行動からみた横浜市の商業地域と港北ニュータウン商業核の関係

3－1節　横浜市商業核の現状

3－1－1.　横浜市商業の概要

最近の横浜市の商業活動を簡単にふれてみよう。横浜市の昭和43年度の商店数は，33,509店，従業者数は162,648人，年間販売額は1兆2,059億円であり，これを昭和33年と比較するとそれぞれ

	「昭和33年＝100.0とした場合」	「増加率」（昭38～41）	「増加率」（昭41～43）
商店数	141.7	12.6％	9.2％
従業者数	167.6	15.2	4.6
年間販売額	441.8	26.7	16.3

であり，10年間で年間販売額は44倍となっている。業種別では卸売業4.0倍，小売業5.2倍，飲食店6.0倍と飲食店が非常な増加を示し，昭和43年に491億円へと上った。

区別に商業活動をみると戸塚区，港北区，保土ケ谷区の周辺地域の伸びが非常に大きい。これらの区は人口の急増地域にあたる。また市中心地域である中区の商業活動の伸びも大きい。商店数でみると昭和41年から昭和43年の伸びは，戸塚区が21.4％，港北区が20.9％と20.0％以上の増加を示している。年間販売額の伸びでは，港北区が64.7％，戸塚区が43.8％と非常に大きい増加を示している（表3－1参照）。

昭和40年の区別の来街者数は，表3－2のごとくであり，神奈川区，保土ケ谷区，港北区の順に大きく，神奈川区は，38千人の来街者をもち，神奈川県全体の31％を占めている。これは他の区の3倍程の大きいものである。しかし，年間増加来街者数推定は，1,397人であり，保土ケ谷区の1,411人とほとんど変りない。

次に横浜市の主要繁華街の商業核形成の推移およびヒンターランド等について分析を行ない，港北ニュータウンに与える影響を調べてみよう。

表３－１　区別商店数・年間販売額の推移

	区別	昭３３	昭４１	昭４３	昭33年＝1000 昭４３	昭４１～４３の増加率
商店数（店）	総数	23,649	30,697	33,509	141.7	9.2%
	鶴見	3,581	4,138	4,426	123.6	7.0
	神奈川	3,125	3,704	3,834	122.7	3.5
	西	2,303	2,866	2,956	128.4	3.1
	中	4,626	5,783	6,446	139.3	11.5
	南	3,861	4,452	4,568	118.3	2.6
	保土ケ谷	1,571	2,573	2,925	186.2	13.7
	磯子	1,103	1,383	1,533	139.0	10.8
	金沢	1,025	1,150	1,192	116.3	3.7
	港北	1,451	2,495	3,016	207.9	20.9
	戸塚	1,003	2,153	2,613	260.5	21.4
年間販売額（一〇〇万円）	総数	272,939	1,036,734	1,205,906	441.8	16.3
	鶴見	24,282	62,058	84,896	349.6	36.8
	神奈川	37,104	163,610	192,729	519.4	17.8
	西	41,331	233,648	198,062	479.2	△15.2
	中	119,563	376,758	447,590	374.4	18.8
	南	28,027	79,726	112,180	400.3	40.7
	保土ケ谷	6,101	33,588	42,181	691.4	25.6
	磯子	3,980	24,633	32,879	826.1	33.5
	金沢	3,411	9,594	13,015	381.6	35.7
	港北	5,486	28,543	47,017	857.0	64.7
	戸塚	3,654	24,576	35,351	967.5	43.8
年間販売額人口千人当り（一〇〇万円）	総数	271.7	557.5	589.0	270.5	5.7
	鶴見	113.6	242.3	326.3	287.2	34.7
	神奈川	234.1	825.3	948.9	405.3	15.0
	西	405.4	2,271.4	1,982.1	489.0	△12.7
	中	1,049.2	2,730.4	3,235.4	308.4	18.5
	南	152.7	309.6	402.9	263.9	30.1
	保土ケ谷	51.5	142.7	155.8	302.8	9.2
	磯子	56.1	248.3	307.1	547.8	23.7
	金沢	50.2	108.1	136.2	271.3	26.0
	港北	42.3	113.2	150.0	354.1	32.5
	戸塚	38.6	106.1	126.0	326.7	18.7

資料：「昭和４３年商業統計調査」　横浜総務局行政部統計課

表３－２　商圏内吸引人口の伸び

	来街構成比	来街者推定	過去人口増加率	年間増加来街者推定
西区	8.8%	10,656人	年 0.68%	72人
保土ケ谷区	13.8	16,710	8.45	1,411
神奈川区	31.1	37,659	3.71	1,397
中区	5.6	6,782	3.03	205
南区	7.7	9,324	2.23	287
磯子区	5.0	6,055	2.64	135
金沢区	3.6	4,359	2.90	115
鶴見区	4.8	5,812	6.94	168
港北区	13.7	16,589	8.14	1,151
戸塚区	5.9	7,144	4.21	581
市内計	75.4	121,090		5,522
市外	24.6	39,506		
合計	100.0	160,596		

資料：神奈川商工指導所

3－1－2. 横浜西口ショッピングセンター成立の推移

ダイヤモンド地下街および西口商店街の出現，高島屋開店等が核の導入になってきたが，それ以外の各種の施設の導入状況を年次別に追ってみよう。

(1) 横浜西口の商業核形成の推移

昭和30年 ◦センター設立母体（相鉄不動産K．K．）の創立
◦種核の導入，前駆的PR「ローラー・スケート場」の営業開始

昭和31年 ◦商店街態核の導入（57店名品街）
◦大型各種小売店（高島屋ストアー），映画館2，総合食堂（相模食堂）オープン

昭和32年 ◦動線経路の整備ターミナル乗入複線工事完了（相鉄西横浜ー横浜間複線化）
◦商店街拡張分（名店街，10店）オープン
◦寄合総合店が成立 （文化会館，店数91店，映画館2，その他）オープン

昭和33年 ◦商店街拡張部分（名品街東側裏）オープン
◦動線経路の増加導入（国鉄東西連絡地下道開通）
◦核連繋構成部分的アーケード（名品街と文化館との連絡用歩道横断アーケード）完成

昭和34年 ◦百貨店核の導入（横浜高島屋），各種総合小売店（相商ストア）有名専門店

昭和35年 ◦商店街核の再導入（新西口街の大部完成オープン）

昭和36年 ◦百貨店拡張（高島屋床面積増加）
◦第2次核連繋の構成（百貨店と隣接寄合百貨店との連絡空中歩廊「スカイブリッジ」完成）
◦地下商店街を含むオフィスビル核の導入（相鉄ビル完成，18店オープン）

昭和37年 ◦駅ビル店の導入（駅ビル寄合百貨店「横浜ステーション・ビル」オープン）

昭和39年 ◦地下街完成（核集積の完了）

昭和43年 ◦おかだや百貨店とサンコーが進出（資料 神奈川県商工指導所）

以上の10年間において，商店街態一つという単核センターが地理的，社会的要因等を含め，大規模百貨店，寄合百貨店，レジャー商店街，駅ビル，スーパーマーケット，オフィスビル，地下商店街態の核集積に成長した。この核の成長は，主として業種構成的調査を軸として，面積的増加の方向（売場面積：当初の単核を100とする指数において,16倍の増加成長を示した。）によって行なわれていった。すなわち拡張によって不足業種の追加充足，同系業種集中による核ポテンシャルの増大，核面積拡大によるセンターの帯状～面状核事化，などが逐年連続的に実施された。このような「核」集積の推移に対して，来街者数はどのように増加してき

たであろうか。

商店街の人口集積を横浜駅の利用客と西口商店街の客との比率，すなわち〃来街率〃によってあらわすと表３－３，図３－１のごとく昭和３１年の商店街態投入（西口商店街出現）により，来街率は１６％から３４％へと１８ポイントの増加となっている。これと同程度の増加の要因が百貨店核の導入，すなわち高島屋の開店であり，昭和３３年の３３％から５３％へと増加を示した。

図３－１ 西口商店街への来客率

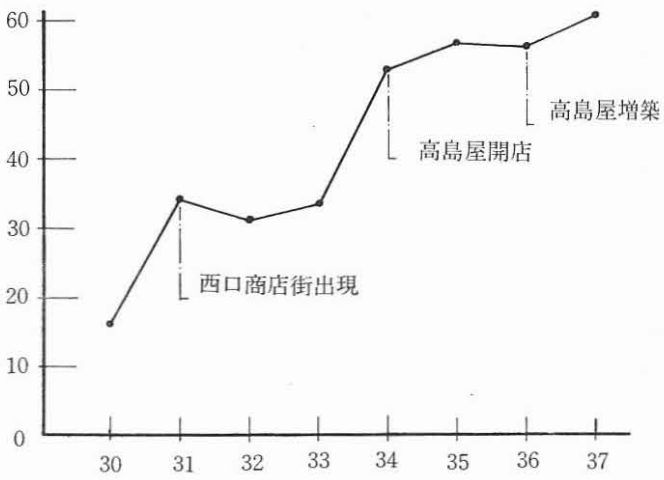


表３－３　　集中人口および来街率の伸び

	横浜駅の総利用客数	西口降車客数	来街率	摘　　要
昭和３０年	100,000人	16,296	16 %	
３１	120,412	41,147	34	西口商店街出現
３２	134,517	40,993	31	
３３	148,108	49,555	33	
３４	176,894	92,860	53	高島屋開店
３５	207,644	118,576	57	
３６	239,290	135,986	56	高島屋増築
３７	265,706	160,596	60.4	

資料　神奈川県商工指導所

(2)　横浜駅西口の商業面での特性

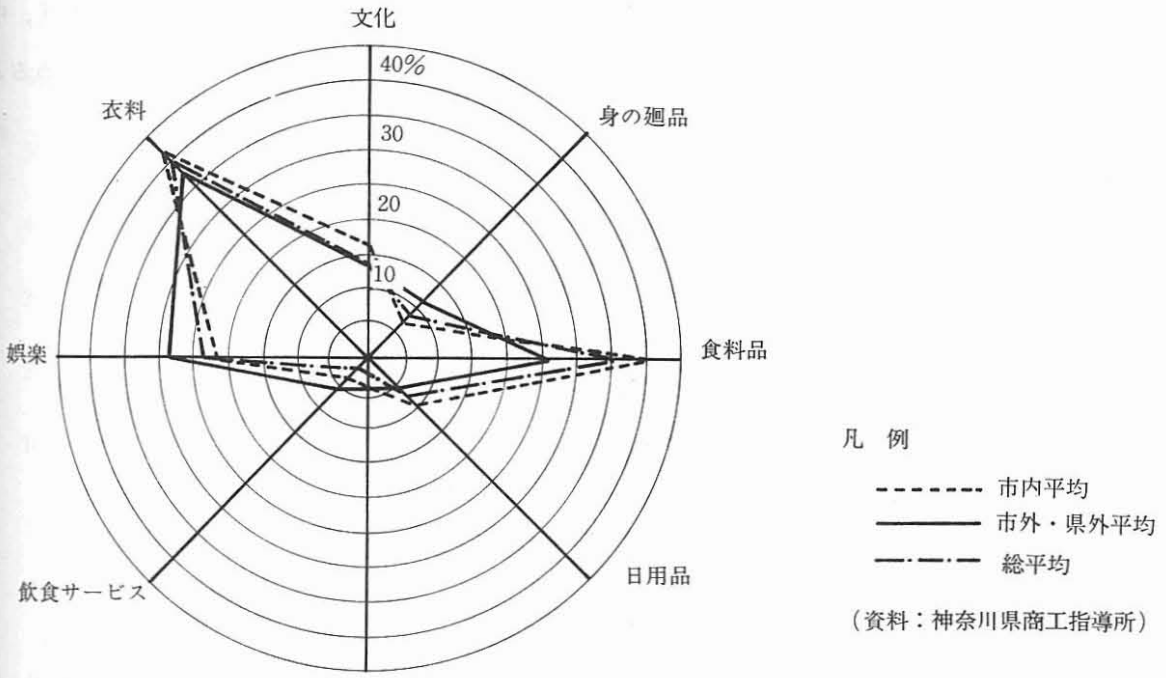
ａ．副都心的性格をもつ

西口ショッピング・センターでどの商品を多く買うか，すなわち業種別の購買商品に関する現状は，図３－２のごとく衣料品と娯楽関係品が高く，次に食料品，日用品の順である。この割合は東京圏のスケールと構造から考えると文化品，身の廻り品業種の購買度がひくく都心的性格をもっているとはいいがたい。都心的性格をもつためには，これらに対する購買度がもっと高くなることが必要であろう。現在の購買度からは，副都心あるいは副々都心的性格をもっていると言える。

これを商業立地の観点からみると，横浜駅西口の発展が伝統ある伊勢佐木町商店街に対し，

脅威の存在となり，それと共に横浜の商業立地は東京の都心により接近することになったのであるが，これは都市としての横浜が首都圏における分業的都市に変化した一面でもある。

図3－2 横浜駅西口の購買性好意度グラフ



（資料：神奈川県商工指導所）

(3) 横浜駅西口ショッピング・センターの商勢圏

横浜駅西口の商勢圏は，国鉄（東海道，京浜東北線，横須賀線）および三私鉄線（京浜急行線，東急東横線，相模鉄道線）ぞいにその圏域を求めることができる。しかしながら，(1) 横浜市そのものが神奈川県の東部に偏りすぎていること，(2)東京都との時間距離（time distance）が短く，東京駅から1時間ないし1時間半の位置にある。(3)市内から東京都への日々の人口流動が著るしく高く（横浜市から東京への流出人口17万），かつ県下から横浜市への流入も東京よりは少ない（県下から市への流入は11万，東京区部へは23万），(4)神奈川県と東京都を結ぶ交通路線はほとんど東京指向的であり横浜指向が弱い，などの諸条件を横浜市がもっている。すなわち，横浜は県下の中央都市であると同時に東京の衛星的都市でもあるという二重性格が存在している。また，横浜市内に伝統を誇る伊勢佐木町と新しい横浜駅西口ショッピング・センターが共存している。これらの諸要因が商勢圏をより複雑化させている。横浜駅西口ショッピング・センターの商勢圏は次の通りである。

市内にわたる商勢圏は

市の北西五区（鶴見区，神奈川区，港北区，保土ケ谷区，戸塚区）を主体とする。

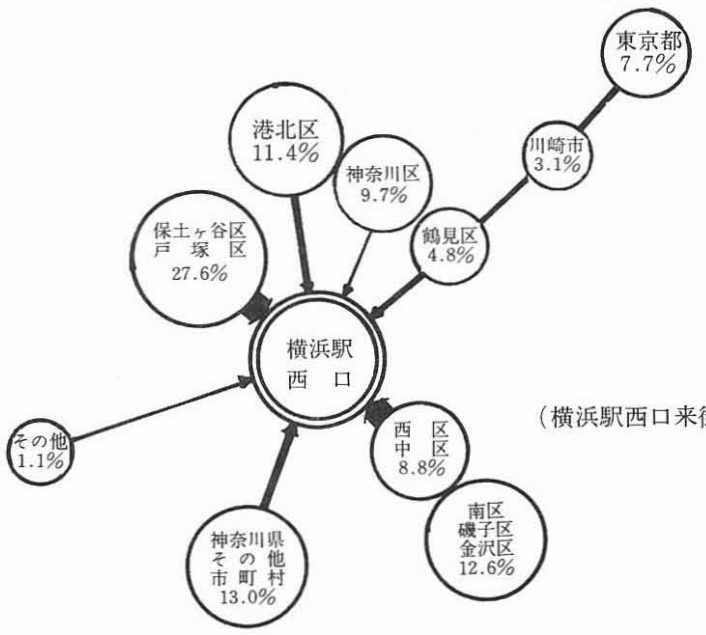
市外にわたる商勢圏は

湘南方面（藤沢以西小田原にわたる）と県央方面（大和，厚木，伊勢原，秦野を含む）および川崎方面をもつ。来街者の背後地を量的に捉えると，市内からが74.9％，県内から16.1％，県外から8.8％の割合である。県内からのうちで川崎から3.1％，県外からでは東京7.7

%が主要なものである。

西口の商勢圏は，上述のごとく横浜市内が主とみられるが，このうちとくに北西五区のウエイトが高い。西口への総数を100.0とした場合，保土ケ谷区，戸塚区の両区で２７.６％，神奈川区９.７％，港北区１１.４％，鶴見区４.８％で北西五区で５３.５％を占めており，西区，中区の両区で８.８％，南区，磯子区，金沢区の３区で１２.６％と南西五区で２１.４％を占めるという割合である。

図３－３ 横浜駅西口来街者の居住地分布図



（横浜駅西口来街者数＝100.0）

(4) 横浜駅西口の来街者の状況

６月１日・２日の横浜駅西口における事例調査（資料編　参照）をもとに，来街者の購買状況をみてみよう。

a．来街者の横浜駅西口へ出向いた目的（来街の動機）

買物	・・・・・・・	５８.５％
レジャー	・・・・・・・	１２.０％
散歩	・・・・・・・	６.５％
通過経路	・・・・・・・	１１.７％
その他	・・・・・・・	１７.４％

b．横浜駅西口で何を一番多く買うか（商品部門別買上げ状況）

洋服類（上着類）が圧倒的に多く全体の約６０％を占めている。次に多いのが食料品の10.1％である。

c．横浜駅西口への来街頻度

１ケ月に１０回以上来る人々が一番多く，次が２，３回来る人々である。

図３－４　商品部門別買上げ状況

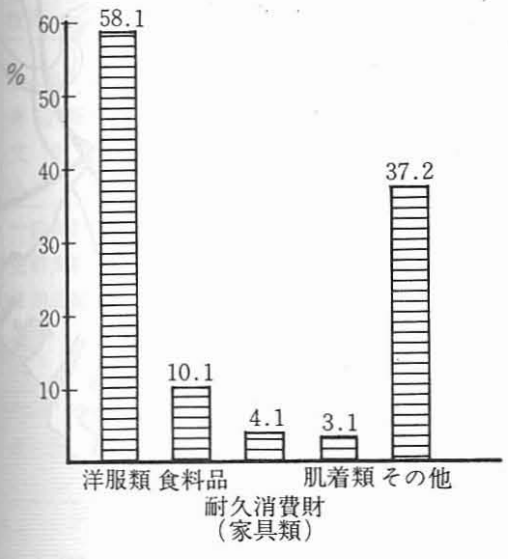
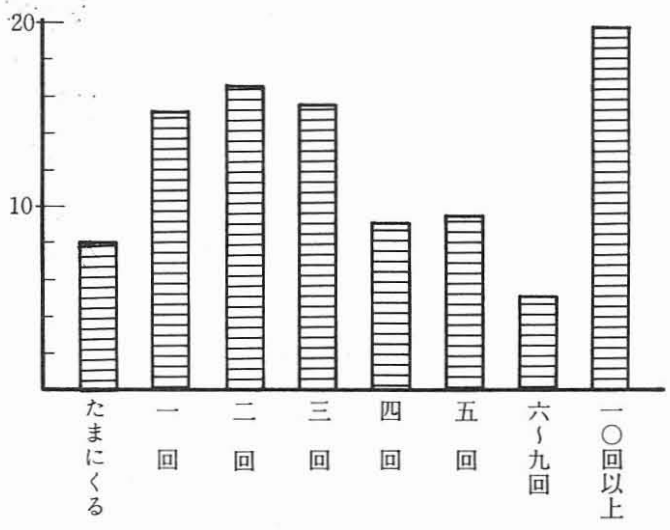


図３－５　来街頻度分布図



以上のごとく，横浜駅西口は横浜市にとって一番大きなショッピング・センターでもあり，新しくつぎつぎと商業核が導入されて，商業集積をみたところである。この横浜駅西口を形成している主要なものは，横浜駅名品街，相鉄文化会館，相鉄有名店，ステーションビル，ダイヤモンド地下街，相高ストアー，高島屋，おかだ屋百貨店である。これらについての売場面積1坪当り年間販売額，1店当り一日平均客数と購買率は表３－４～６を参照。またダイヤモンド地下街の一日入場者数とその流動状況については図３－４を参照。

表３－４　西口業種構成総合表（店数及び売場面積による構成比率）

区分	業種	店数	%	ステーションビル ㎡	名品街 ㎡	新西口 ㎡	相鉄会館 ㎡	相鉄ビル ㎡	合計 ㎡	%
買回品	総合店	2		21,216					21,216	30.5
	衣料品	61		1,053	405	446	1,920	20	3844	5.5
	文化品	66		1,468	441	487	221	69	2,676	3.84
	身辺細貨	39		602	168	145	226	17	1,158	1.66
	名品	45		339	151	17	87		594	0.8
	計	213	42.5	24,678	165	1,095	2,444	106	29,488	42.3
最寄品	食料品	27		234	9		176		410	0.58
	和洋菓子	29		121	1,119		116	89	445	0.588
	果実	5		148	33				181	0.26
	スーパー	1		90					90	0.176
	計	62	12.4	593	152		292	89	1,126	1.6
飲食サービス	飲食	147		3327	2358	13290	723	508	20206	29.0
	娯楽	23		1,525		8,225			9,750	114.0
	サービス	11		260	85	79	36	54	514	0.74
	案内所	3		50	8				50	0.16
	その他	41		1,003	188	7,331			852	122
	計	225	45.1	6,165	2,631	28,925	759	562	39,042	56.1
合計		500	100	31,436	3948	30,020	3495	757	69,656	100%

（註）　総合店の２店は，相高ストアーおよび高島屋。　　（資料）　神奈川県商工指導所

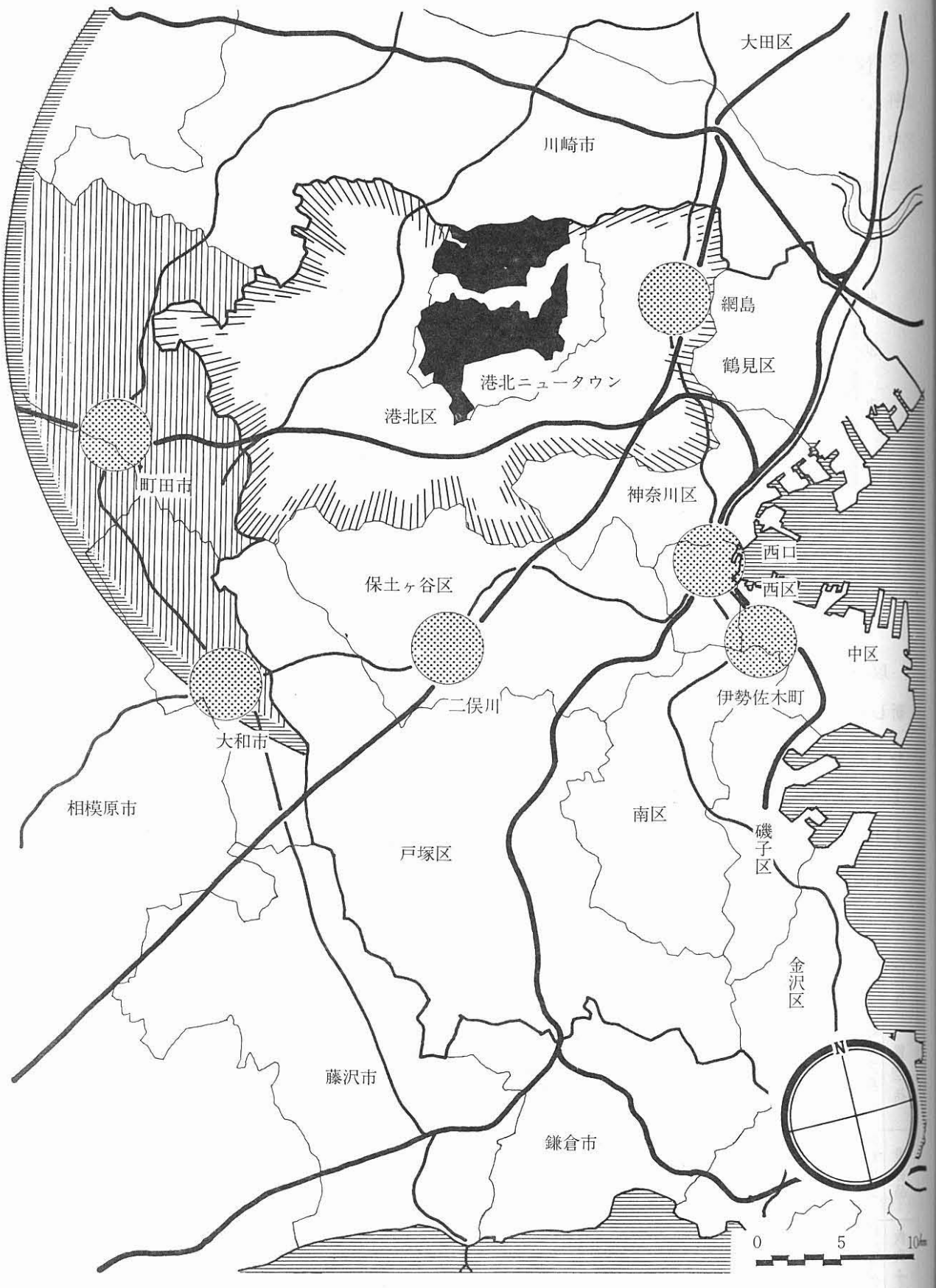


図３－６　港北ニュータウンと既在商業街

表3 －5　業種中分類別売場１坪当り年売上高の比較

昭37年実績

大分類	街別 / 業種別分類	横浜駅西口名品会		相鉄文化会		相鉄有名店会		横浜駅ビル商店会		地域合計	
		1坪当り年売上	指数%	1坪当り年売上	指数%	1坪当り年売上	指数%	1坪当り年売上	指数%	1坪当り年売上	指数%
		千円		千円		千円		千円		千円	
買回り品種	衣料品	3,509	186.2	1,044	55.4	880	46.7	2,106	111.7	1,885	100
	身辺細貨	5,851	211.5	1,296	46.8	819	29.6	3,100	112.0	2,767	100
	文化品	2,681	152.5	644	36.6	1,267	72.1	2,441	138.9	1,753	100
	小計	12,041	187.8	2,904	46.6	2,966	46.3	7,647	119.3	6,405	100
最寄り品種	一般食料品	7,429	187.9	1,572	40.3	—	—	2,839	71.8	3,953	100
	生鮮食料品	5,385	129.9	2,136	51.5	—	—	4,914	118.6	4,145	100
	日用品雑貨	—		—		—	—	1,129	100	1,129	100
	菓子	5,356	127.4	2,410	52.0	—	—	4,843	115.2	4,203	100
	小計	18,176	135.3	6,138	45.7	—	—	13,725	102.2	13,430	100
飲食サービス	サービス	613	109.1	—		540	96.1	534	95.0	562	100
	飲食店	1,245	73.8	3,546	210.2	760	45.1	1,197	71.0	1,687	100
	小計	1,858	82.6	3,546	157.7	1,300	57.8	1,731	77.0	2,249	100
合計		32,069		12,668		4,266		23,303		22,089	100

（資料）　表3－4と同じ

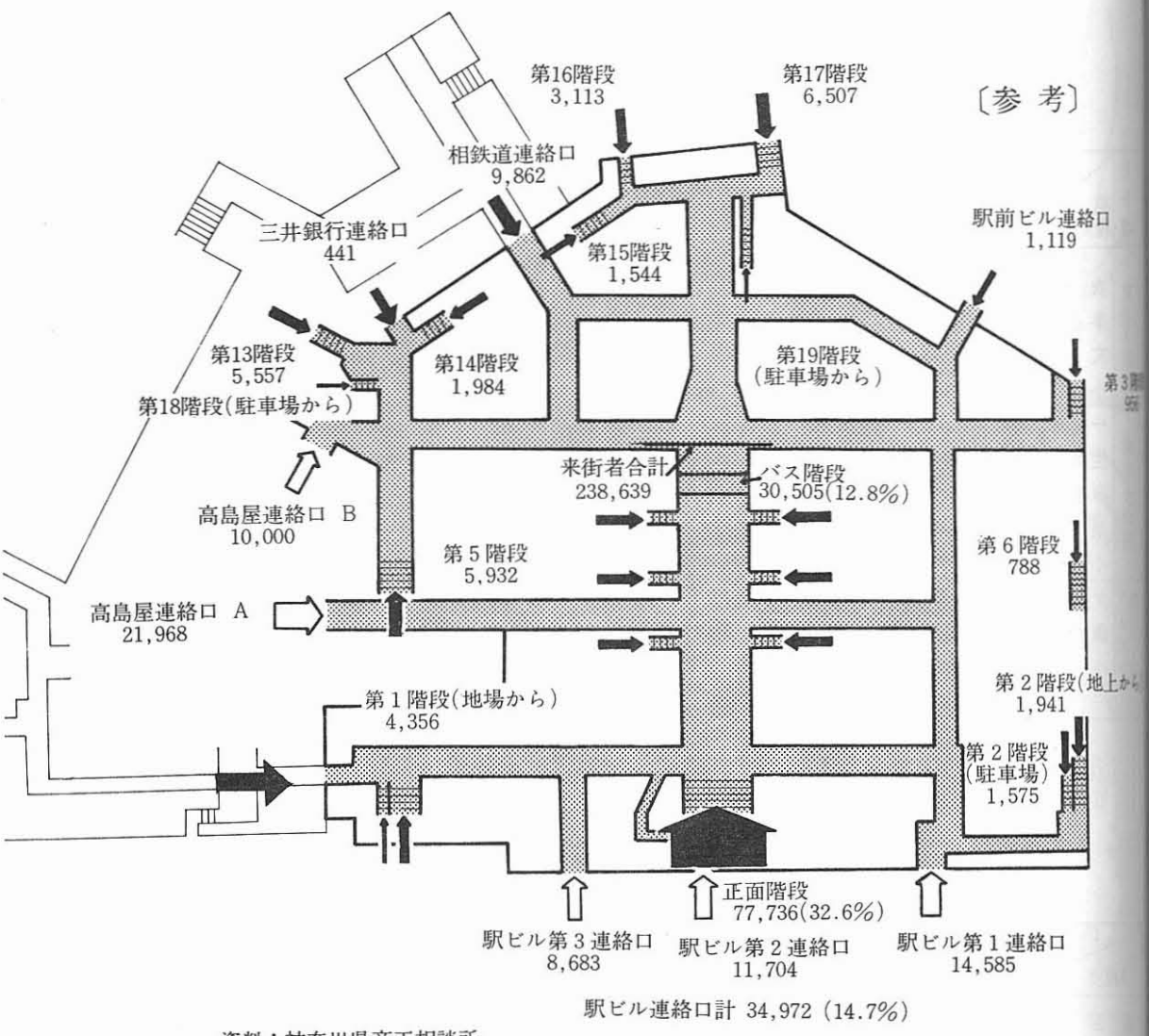
表3 －6(1)　各商店街ブロック別1店当り一日平均客数

業種別 / 街別	横浜駅西口名品会		相鉄文化会		相鉄有名店会		横浜駅ビル商店会		地域全体の1日平均客数	
買回り品	188人	21.9%	81人	14.7%	29人	17.9%	111人	13.6%	102人	15.6%
最寄り品	308	36.1	59	10.6	—	—	330	40.6	232	35.5
飲食・サービス	359	42.0	413	74.7	133	82.1	373	45.8	319	42.9
合計	855	100	553	100	162	100	814	100	653	100

表3 －6(2)　1店当り一客の購買単価

業種別 / 街別	地域総合平均値		横浜駅西口名品会		相鉄文化会		相鉄有名店会		横浜駅ビル商店会	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
買回り品	629	100	579	92	558	39	544	86	836	133
最寄り品	273	100	320	117	292	107	—	—	208	76
飲食・サービス	160	100	157	98	130	81	180	113	175	109
計	1,062	100	1,056	99	980	92	724	68	1,219	115

（資料）　神奈川県商工指導所



資料：神奈川県商工相談所

図 3 － 7　昭和41年 3 月26日(土)についての来街者図

（各階段の数字は来街者人員を示す）
（カッコ内の%は全来街者中の比率をいう）
時間：AM 10：00～PM 10：00

(5) 今後の開発

横浜駅は，国鉄・東海道，横須賀線，私鉄・東横，相鉄，京浜急行が乗り入れ，バスも市，相鉄，神奈中，東急，京浜急行，江の島その他，これに市電（東口）と交通機関の要所となっており，現在一日平均の流動客は，だいたい平日４０～４５万人，休日で７０～８０万人にのぼる。

西口の発展は，商業核の形成の節に述べた通り，昭和３０年に相模鉄道が横浜駅のターミナル性と東京の人口膨張に着目し，自社所有地を利用して繁華街建設に乗り出した。昭和３１年に横浜駅名品街を開業して以来，相鉄文化会館，相模会館，相鉄ビル，さらに横浜ステーションビル，横浜地下街と相ついで建設し，現在では横浜高島屋と東光ストアーを核としてショッピング・センターを形成している。昭和４３年には，川崎岡田屋総合店のおかだ屋百貨店とサンコー（ディスカウント・ストア）が進出し，横浜駅西口の商勢圏を広げつつある。

このような発展の中で，相模鉄道はかねてより構想を練っていた横浜西口の再開発を図ることになり，第１期工事を３月着手している。この計画は床面積で日本最大となる新相鉄ビル建設を中心に進めるもので完成のあかつきには，横浜西口はさらに大規模なものとなる予定である。

相鉄が西口再開発に乗り出した最大の原因は，沿線人口の急増に対処するためである。相鉄沿線は昭和４３年，西友，サンコーの両社によって「じゅうたん爆撃」がおこなわれたが，神奈川県下で商業地として最も魅力のあるところである。これに加えて，同社では二俣川～平塚間の新線を建設する計画である。新線は，小田急江の島湘南台，国鉄相模原香川で交差し，新設駅１６，小田急湘南までは４７年末，平塚までは５２年完成の予定である。同沿線は公団鶴ケ台団地，県営上飯田団地はじめ，宅地開発が急速に行なわれているところである。いわば，西口再開発は交通量の増大にともなうものでこれに並行してマンモスショッピング・センターを建設しようと言うものである。

相鉄の計画では，鉄筋コンクリート地下２階，地上８階建（１部１０階）敷地面積1万7683平方メートルの規模）高島屋の各階フロアーをそのまゝ線路側にのばすような方法をとり，高島屋とテナント店のフロアーを通しにするのはもちろん現在の名品街，相鉄文化会館，高島屋，五番街，高島屋と道路をはさんだ駐車場（高島屋の売場となり倍増）がすっぽり１つのビルの中に入る。

相鉄の発着はビルの２階脇に設け，混雑を緩和するために小田急新宿駅のように，乗客はいったん１階におりて国・私鉄に乗りかえる方法をとる。また，名品街の道路（サンコーに抜ける部分）は残すが，それ以外の通路はビル内に包含され，そのかわりビル横南北に２２メートル道路をつくる。この道路には横浜市の地下鉄計画（４５年といわれるが具体的に未定）から駅がつくられることになっている。また，東急ホテルも増築の計画がなされており，それに伴なってダイヤモンド東光ストアーあるいはホテルの地下にある横浜東光ストアーの増築も考えられる。

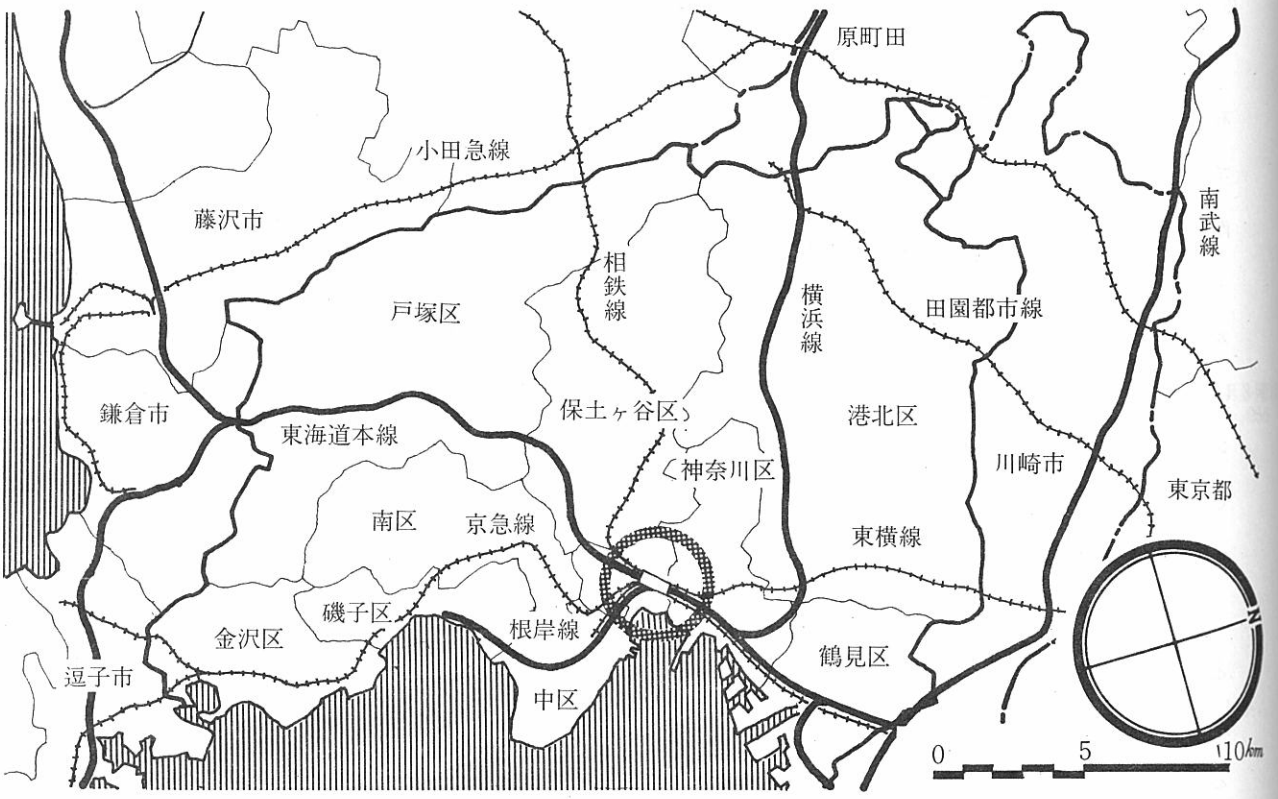


図３－８　横浜駅西口の商勢圏

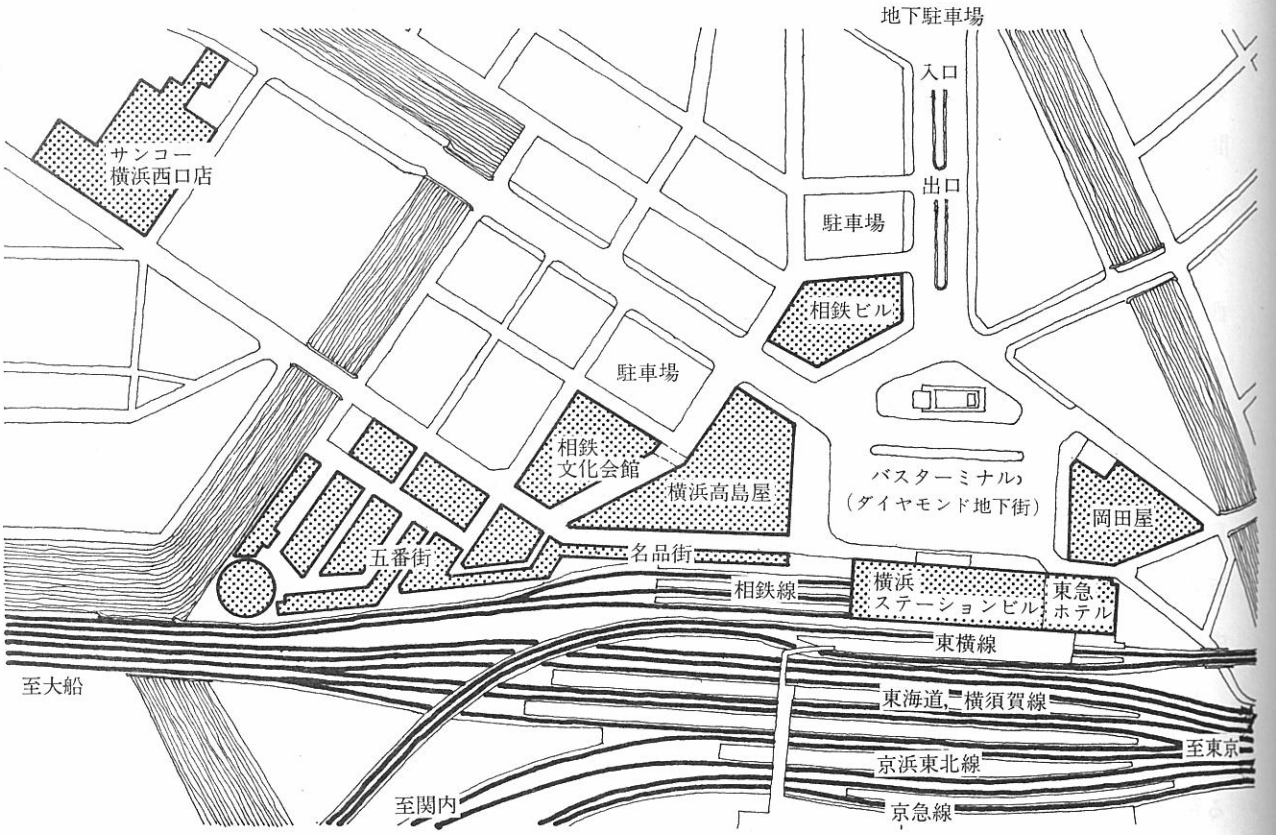


図３－９　横浜駅西口略図

このように，横浜駅西口は大規模化をますます進め，商勢圏の拡大へ乗り出していくものと思われる。

3－1－3　伊勢佐木町ショッピング・センターの現況

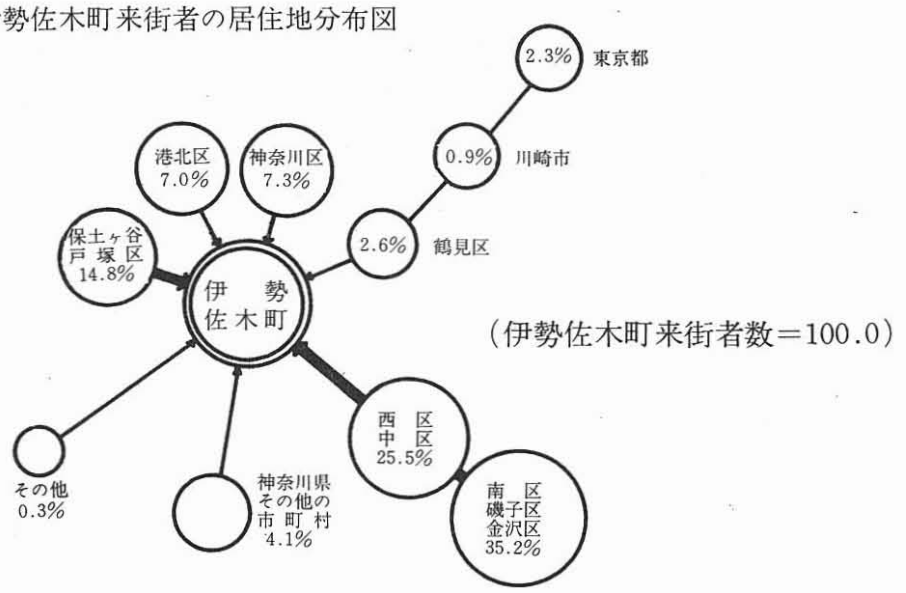
(1)　伊勢佐木町商勢圏

伊勢佐木町は，伝統を誇る古い商業街であり，新しい横浜駅西口の商業街と競合関係にある。横浜駅西口商業核の商勢圏が，市内では北西五区の保土ケ谷，神奈川，戸塚，港北，鶴見を主体とし，市外では川崎方面および県央方面と湘南方面にわたっている。これに対して，伊勢佐木町商業核の商勢圏は，市内では南西五区の南区，磯子区，金沢区，西区，中区を主体とし，市外では三浦半島方面（横須賀，三浦，逗子，葉山，鎌倉を含む）におよんでいる。

伊勢佐木町への来街者の背後地分布を定量化すると，市内からが92.4％，県内から5.0％，県外から2.6％の割合である。県内からのうちで川崎0.9％，県外からでは東京2.3％を示している。

伊勢佐木町の商勢圏は，横浜駅西口よりもより横浜市内を主としていると言える。上述のようにこのうちとくに南西五区のウエイトが高い。伊勢佐木町来街者を100.0とみた場合，西区と中区の両区で25.5％，南区と磯子区と金沢区の三区で35.2％と南西五区で60.7％を占めるに至っている。これに対し保土ケ谷区，戸塚区の両区で14.8％，神奈川区7.3％，港北区7.0％，鶴見区2.6％と北西五区で31.7％を占めているという割合である。

図3－10 伊勢佐木町来街者の居住地分布図



(2)　伊勢佐木町来街者の状況

次に6月1日（日），2日（月）の伊勢佐木町における事例調査（資料編の表参照）をもとに，来街者の買物行動を分析する。

(a)　来街者の伊勢佐木町へ出向いた目的（来街の動機）

買物 ……	67.8％	散歩 ……	14.5％
レジャー ……	9.1％	通過経路 ……	13.0％

その他　・・・・・・　5.2％

(b)　商品部門別買上げ状況

横浜駅西口の買上げ状況と同様に洋服類（上着）が一番多い。しかし，横浜駅西口より10％程度低い値を示している。次に多い品物は食料品の6.3％である。

(c)　伊勢佐木町への来街頻度

1ケ月に1～2回来街する人々が一番多く24.7％である。10回以上来る人々が横浜駅西口よりも7％程低いのと,また，ほとんど来ない人々が15％もあり，横浜駅西口よりも5％程度も高いのが着目される。全体的に伊勢佐木町への来街頻度は低く，1ケ月平均3.4回である。これは横浜駅西口への来街平均頻度の4.2回より0.8ポイント低い。

図3－11 商品部門別買上げ状況

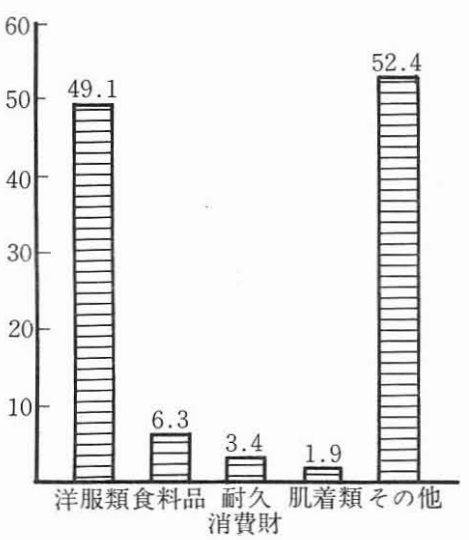
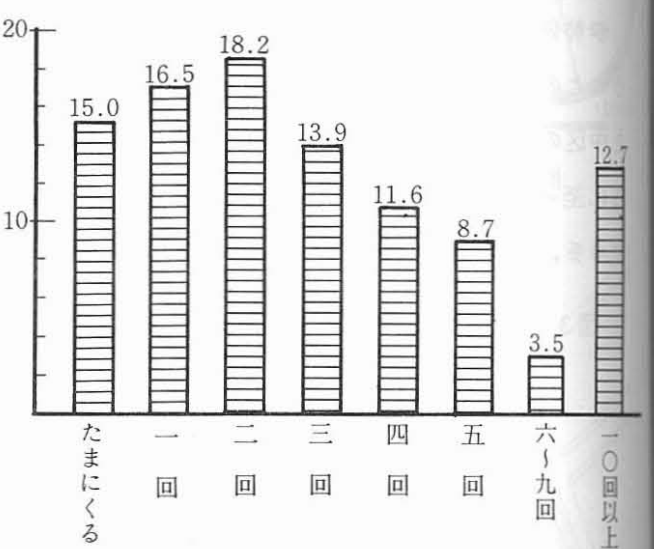


図3－12 来街頻度分布図



3－1－4　元町商店街の現況

元町は，明治初期にその背後台地の山手が外人住宅地となり，これら外人居留民の日常必需品の販売からはじめられ，舶来品が店頭に並べられた。東京からの客足も吸収するようになった。このように特色ある伝統を有している。

しかし，元町は自然発生的な商店街と根本的に区別する必要があろう。

元町は，横浜駅西口，伊勢佐木町と比べると規模は非常に小さい。横浜市内住民の商品別購買先をみても,元町を選んでいる頻度は小さく，衣料品（紳士服，婦人，子供服，生地，呉服，洋品，寝具，セーター，婦人下着類）の購買先として元町を多く利用している地区は，鶴見区の8％と中区の5.3％である。他の地区は1％前後である。

文化品（家庭電気器具，時計，眼鏡，楽器，家具等）の購買先としては，中区の2.5％を除いては1％にも満たない。横浜市10区で0.5％である。

身の廻り品（靴，履物，小間物，カバン，袋物，化粧品，アクセサリー等）としては，鶴見区の8.2％と中区の6.4％が多い利用率であり，他の地区は1～2％にとどまっている。

3－1－5　横浜西口と伊勢佐木町と元町の比較

三大ショッピング・センターの店舗数及び年間販売額，市場占有率を比較すると表3－7の通り，店舗数は横浜駅西口と伊勢佐木町との差は50店程度にとどまっているが，元町は153店と横浜駅西口の三分の一の規模である。横浜駅西口の店数495店は，その属する西区の店舗の17.3％と六分の一を占めている。これに対して伊勢佐木町と元町は，その属する中区の店舗の5,783店の7.8％と2.6％をそれぞれ占めている。横浜駅西口の年間販売額は，340億円で元町の35億円の約10倍，伊勢佐木町の246億円より100億円の増である。また，区内年間販売額518億円の65.7％と半分以上を占めている。伊勢佐木町は，中区の年間販売額615億円の40.0％を，元町は中区の5.7％を占めている。

このように,横浜駅西口ショッピング・センターの商業力は，他のショッピング・センターに比較するとかなり大きなものをもっている。横浜駅西口の西区商業に占める比重を考えれば，店舗数17.3％，売場面積46.7％，年間販売額65.7％で，西口のもつ商店集団の強みがいかに大きいものであるかを理解できよう。

横浜市内に対する三つのショッピング・センターの商品別市場占有率は，衣料品と身の廻り品においては横浜駅西口が強くそれぞれ30.2％と27.2％であり，文化品では伊勢佐木町が強く20.9％である。元町はいずれの商品にも弱く衣料品2.0％，文化品0.5％，身の廻り品2.4％の市場占有率である。

市場占有率を横浜市の区別にみると横浜駅西口は，衣料品，文化品，身の廻り品ともに神奈川区，西区，保土ケ谷区，港北区の占有率が高い。特に神奈川区の占有率が高く，衣料品に関しては64.1％，文化品27.6％，身の廻り品52.9％である。これらの地域には，衣料品と身の廻り品の占有率は40％以上を示しているが，文化品に関して低く25％前後である。

伊勢佐木町は，衣料品，文化品，身の廻り品の別なく，中区，南区，磯子区よりの市場占有率が高い。特に中区が高く衣料品68.4％，文化品52.2％，身の廻り品43.9％の占有率を有している。伊勢佐木町は，各区ごとにみると衣料品，文化品，身の廻り品ともに似通よった占有率を示している。たとえば，西区では，衣料品19.4％，文化品18.0％，身の廻り品13.6％，磯子区では，衣料品46.1％，文化品40.0％，身の廻り品34.4％の占有率を示している。

表3 －7　　三大商業繁華街の比較

	Ⓐ 店舗数	Ⓑ 区内店舗数	Ⓒ 年間販売額	Ⓓ 区内年間販売額	Ⓐ/Ⓑ	Ⓒ/Ⓓ	市場占有率 衣料	文化品	身の廻り品	売場面積
	店	店	億円	億円	%	%	%	%	%	㎡
元町	153	5,783	(推定)35	615	2.6	5.7	2.0	0.5	2.4	6,861
伊勢佐木町	443	5,783	246	615	7.8	40.0	25.5	20.9	16.7	56,280
横浜駅西口	495	2,866	340	518	17.3	65.7	30.2	13.9	27.2	38,875

註：1. 元町の年間販売額は推定，他は昭和41年商業統計調査による。
2. 「横浜駅西口」にはダイヤモンド地下街（119店，65.7億円）と駅ビル（175店，71.7億円）を含む。
3. 区内店舗数は，卸・小売・飲食店の総数。
4. 市場占有率は「消費性向」（神奈川県商工指導所，昭和42年3月）より作成。
市場占有率は，横浜市内の住民の何%がこのセンターに買いにくるかを示している。

よりわかりやすくみるために，横浜市10区の平均をみると衣料品25.5%，文化品20.9%，身の廻り品16.7% と商品別には特徴的なものがなく，全体的な商品の購入先になっている。これに対して上記のように 横浜駅西口は，衣料品の購入先としての力が強く10区平均で衣料品30.2%，文化品13.9%，身の廻り品27.2%の占有率と衣料品と身の廻り品が高い。

元町は，衣料品，文化品，身の廻り品ともに占有率が低く2%前後にとどまっている。敢えて言えば，鶴見区と中区が高く，鶴見区では衣料品8.0%，文化品0.5%，身の廻り品8.2%，中区では衣料品5.3%，文化品2.5%，身の廻り品6.4%の占有率である。（以上表3－8参照）

3－1－6. 浮揚する町田市商店街

港北ニュータウン商業核として競合関係にたち,しかも，現在すでにかなり高度な商業集積をみせている。先発の町田市商業核についての考察を行ってみよう。

(1) 町田市における商業核の形成と現状

町田市は小田急線で新宿駅より31Km，急行で30分，横浜線がこれに交叉して交通の要所となり，商業地を形成する要因となっている。

町田市の小売店数は41年次で年間販売額202億円を売上げ35年からの6年間で商店数で41%，従業員で93%の増加をみせ，年間販売額では4.5倍となっている。

とくに，小田急線新原町田駅と横浜線原町田間が商業地域を構成しており，本年6月開店したスーパーチェーン「ダイエー」をはじめビックストアーが軒並み出店しており，かなり大規模，かつ水準の高い商業核を形成している。（図3－13参照）しかも近い将来，有名デパートの進出計画が2店（東京大丸と小田急）あり，市としても昭和50年までには大商業都市として発展させていきたい意向である。

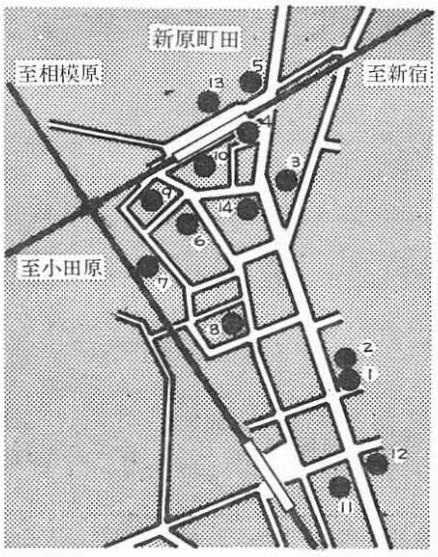
このような町田における商業の活況は，商勢圏人口の増加もさることながら小田急線沿線には，上り方向では新宿までこれといった商業施設がなく，小田原，江の島方面では厚木，藤沢

表3－8　区別・商品別の市場占有率

	衣料品				文化品				身の廻り品			
	近くの商店	横浜駅西口	伊勢佐木町	元町	近くの商店	横浜駅西口	伊勢佐木町	元町	近くの商店	横浜駅西口	伊勢佐木町	元町
鶴見区	48.2	12.3	1.7	8.0	62.5	4.9	2.4	0.5	60.1	11.6	1.4	8.2
神奈川区	23.4	64.1	6.2	1.0	38.6	27.6	9.3	0.0	36.1	52.9	4.2	2.0
西区	35.7	40.3	19.4	1.1	40.9	22.3	18.0	0.6	37.6	45.6	13.6	1.1
中区	15.4	7.3	68.4	5.3	28.2	4.7	52.2	2.5	39.4	9.5	43.9	6.4
南区	32.3	12.0	52.9	0.6	40.9	5.4	41.1	0.0	55.5	12.5	29.8	0.5
保土ケ谷区	35.3	49.4	13.3	0.0	47.4	24.1	12.0	0.0	51.3	40.9	6.6	0.4
磯子区	29.7	19.4	46.1	1.0	34.8	8.4	40.0	0.0	42.1	18.8	34.4	2.5
金沢区	28.0	29.8	26.8	0.3	53.4	10.3	20.4	0.0	49.1	20.6	20.6	0.6
港北区	33.9	42.6	8.9	1.1	43.7	21.8	7.4	0.8	48.7	37.7	6.0	1.3
戸塚区	55.0	25.0	11.5	0.5	64.5	9.5	5.8	0.3	65.0	22.3	6.5	0.5
10区平均	33.7	30.2	25.5	2.0	45.5	13.9	20.9	0.5	48.5	27.2	16.7	2.4

資料　：　「消費性向調査書」神奈川県産業診断協会

註　：　各項の合計が100.0とならないのは，項目に東京，川崎等が除かれているから。これらの値は表3－7を参照。



港北ニュータウン商業核の商勢圏

	店　名	売場面積(㎡)	売上げ(年商億)	備　考
①	松山百貨店	不　明	不　明	
②	吉川百貨店	6,600	28	11,000㎡に拡張予定
③	長崎屋	1,120	9	拡張予定
④	ＯＸストアー	2,200	10	
⑤	緑屋	12,000	不　明	
⑥	丸井	875	不　明	
⑦	大正堂家具	3,630	不　明	
⑧	さいか屋	9,300	26	
⑨	静岡屋	970	13	21,000㎡に拡張計画東京大丸とタイアップ
⑩	大丸百貨店	不　明	不　明	
⑪	ダイエー	8,000	36	※44.6開店
⑫	伊勢丹ストア	不　明	不　明	※開店未定
⑬	小田急デパート	不　明	不　明	※開店未定
⑭	十字屋	2,000	6	
⑮	まつや	2,937	不　明	

図３－13 町田市商業核の主要商店の配置と規模

資：東京商工会議所調べ 昭43／12

※印は計画中

まで競合する地域がなく，横浜線でも横浜，八王子までのかなり長い距離にわたって商業核が形成されておらずしたがって町田への集中化が加速されるようになってきたものと考えられる。

(2)　町田商業核と商勢圏と購買状況

町田市は近年になって，急激にサラリーマンのベットタウン的性格の強い都市へと変化している。とくにこの市では，集団住宅の建設が盛んで山崎団地（３2,５００人），本町田団地（１4,０００人），鶴川団地（２1,０００人）などがあり，昭和４０年で１1.6 万人の人口であったが，市の予測では５０年に１足先に３０万人に達成し，６０年には５０万人の都市に成長する予定である。

町田商業核の商勢圏をみるために，来街者の地域別比率をみると，表３－９のようになる。

すなわち，町田，相模原，大和の三市の居住者で７7.9％を占め，第一次商勢圏を構成し，横浜市（主として港北区）の一部と川崎市の一部，それぞれに厚木市と高座郡で第二次商勢圏を構成している。

なお，町田商業核の大規模化は，それに対応する商勢圏地域を拡大する傾向をみせている。つまり，従来の町田の商勢圏は町田，相模原，大和の三市による８キロ圏，３０万人というとであったが，ダイエーの出店により，横浜，川崎の一部を吸収して１２万世帯，４０万人を

対象とするようになり，このような商勢圏拡大により，周辺の中小商店街，相模原市や大和市，座間町などでは，商勢圏縮少に悩んでおり，町田商業核の商勢圏は，現在では横浜，新宿，八王子，厚木とそれぞれ接しながら競合する関係に立っている。なお，町田商業核の第一次商勢圏人口をみると，表3－10の通りであり昭和50年で70万人以上となる。

表3－9　町田商業核への来街者の地域

地域別	休日	平日	平均
町田市	44.5 %	42.2 %	43.8 %
相模原市	28.4	26.2	27.7
大和市	6.8	5.3	6.4
横浜市	5.4	9.1	6.5
川崎市	2.9	5.9	3.9
厚木市	1.5	2.7	1.8
高座郡	7.1	4.3	6.2
その他	3.4	4.3	3.7
計	100.0	100.0	100.0

註）東京商工会議所　43年10月

表3－10　商勢圏人口の伸び

	町田市		相模原市		大和市		合計	
	実数	指数	実数	指数	実数	指数	実数	指数
昭和35年	77,269	61	101,655	62	40,975	63	213,899	62
40年	115,916	100	166,377	100	64,991	100	344,284	100
45年	181,000	156	233,000	143	99,000	152	513,000	149
50年	300,000	259	280,000	171	137,000	211	717,000	208

註）推定人口は町田市商工業調査診断書による。

(3) 町田商業核の港北ニュータウンに与える影響

現在，港北区に居住している一部の人たちが買廻り品を町田市に依存している例はかなりみられている。

ところで，町田市の商業核の形成をみると従来は，小田急線新原町田駅周辺に同市の代表的な商店が集まっていたのであるが，最近に至って横浜線原町田駅周辺にも数多く立地するようになっている。ダイエーおよび伊勢丹ストアがそうであるが，これは横浜線沿線，つまり多摩ニュータウン，田園都市，および港北区ニュータウンを意識したロケーションである。

3－1－7　他地域の商店街の状況

横浜市の3大ショッピングセンター（伊勢佐木町，元町，横浜駅西口）を含む西区と中区を除けば南，磯子，神奈川，保土ケ谷区が次に店舗数の多い地域である。規模の観点からみれば鶴見区，磯子区，保土ケ谷区が大きい。

表3－11　店舗数の規模別商店街

（昭和42年4月1日現在）

	計	10店舗以下	11～30	31～50	51～70	71～100	101以上	備考
全市	211	7（3.2）	78（37.0）	61（28.9）	28（13.3）	16（7.6）	21（10.0）	
鶴見	18	1	5	6	2	1	3	
神奈川	23	0	11	7	3	1	1	
西	26	0	10	2	7	3	4	
中	31	0	6	12	6	2	5	昭和40年6月現在
南	24	0	7	8	4	3	2	
磯子	23	4	9	6	3	0	1	
金沢	13	0	9	4	0	0	0	
戸塚	19	2	13	4	0	0	0	
保土ケ谷	21	0	7	10	2	2	0	
港北	13	0	1	2	1	4	5	

資料：「横浜市商店街総連合会概要」
（註）　中区は44商店街であるが，一部の商店街の店舗数が総括されているため31商店街として計上した。

表3－12　市内主要商店街

区分	商店街名	組合員数	最寄駅	法人任意別	最寄駅乗客数（千人）
鶴見	本町通商店街（協）	112	国電　鶴見小野町駅.鶴見駅	法人	－
	鶴見銀座商店街（協）	172	京浜急行　鶴見駅	〃	33,859
	つくの商店街（協）	101	－	〃	－
神奈川	大口通商店街（協）	121	国電　大口駅	法人	3,418
西	久保町ニコニコ商店会	108	相鉄　西横浜駅	任意	2,304
	岡野南幸商和会	129	相鉄　平沼橋駅	〃	1,329
	横浜ステーションビル商店会	170	横浜駅	〃	151,106
	横浜地下街商店会	140	〃	〃	151,106
中	（協）伊勢佐木町1･2丁目商和会	113	国電　関内駅 京浜急行　日の出町駅	法人	19,116
	（協）伊勢佐木町商店街	313	京浜急行　日の出町駅 桜木町駅	〃	6,600
	野毛商店街（協）	259	京浜急行　日の出町駅	〃	39,297
	宮川町商栄会（協）	123	京浜急行　日の出町駅	〃	6,600
	（協）元町SS会	150	国電　石川町駅	〃	5,892
南	横浜橋商店街（協）	144	京浜急行　黄金町駅	法人	5,068
	横浜銀星会（協）	125	京浜急行　弘明寺駅	〃	4,047
磯子	磯子商栄会	106	－	任意	－
港北	日吉商店街（協）	120	東横線　日吉駅	法人	14,981
	大倉山商栄会	107	東横線　大倉山駅	任意	5,865
	妙蓮寺地区商店連合会	176	国電　菊名駅 東横線　菊名駅	〃	17,173
	中山商店街（協）	153	国電　中山駅	法人	4,890
	長津田商店街（協）	125	国鉄　長津田駅 田園都市線　長津田駅	〃	2,846

（註）(1)最寄駅とは半径500m内の駅をいう。
(2)最寄駅乗客数は昭和40年度
(3)資料：「よこはま経済」横浜市経済局

3－2　消費行動からみた既存商業核の関係

3－2－1. 横浜市周辺地域の商勢圏

商業施設も住宅地域も交通路線沿いに発展し，都市化が進められている。また当然のごとく各商業核の商勢圏も鉄道路線分布と主要都市の規模とに密接な関係をもっている。そこで，神奈川県の主要商勢圏を,県内を横断している主要路線小田急線と国鉄東海道線沿いに分析してみよう。

(1) 小田急沿線の商業核の分布

小田急線は都の新宿，渋谷，世田谷の各区から狛江町を走り，神奈川県川崎市に入りその北部地域を通過，再び東京都に入り町田市を通過して,神奈川県に入り以下，相模原市，座間町，海老名町，厚木市，伊勢原町，秦野市，松田町を通過して終点小田原市に至っており，東京都の3区，1市1町，神奈川県の5市4町を走っている。当沿線中の乗降客数の上位駅をみると,第1位新原町田，2位下北沢，3位登戸，4位本厚木，5位相模大野となっている。

この沿線は，居住環境に恵まれた地域であるため，比較的古くより人口集積がみられるとともに，近年における東京周辺の宅地開発ブームに乗り,百合ケ丘駅，鶴川駅，新原町田駅，相模大野駅，相模原駅周辺に公営団地および民間業者による住宅開発が進められている。

小田急沿線の商業動向をみると商業面でもっとも大きい影響力をもっているのが新宿であり，当沿線全域にその力をおよぼしている。各駅の地元購買客の流出先のほとんどが新宿であり，新宿以外の当沿線上の商業都市の影響は非常に小さい。これは，新宿への交通便と新宿商業核の急激な拡大によるものと考えられる。

新宿商業核の商業力は，横浜商業核および八王子商業核の商業力にも波及し，それら商業核の当沿線他地域への影響力は小さく，局部的なものである。横浜，八王子商業核の影響は当沿線上の新宿より30Km～40Km間の地域にあらわれている。

当沿線において最も大きな商業地として発展をみせているのが原町田であり，この商業地は，従来，新宿の補助商店街としての性格が強かったが，現在では新宿が正面からの競合相手となっている。また，横浜，八王子に対しては，その規模においても十分これらに対抗できる力をつけてきたため，これら両都市と大きな競合をみせ，従来のそれらの商勢圏地域を侵蝕しつつある。

次に大きい商業核が厚木商店街である。これは他地域より比較的大きい地元商圏をもっている程度であり，他地域への格別強い影響力を有してはいない。しかし，東名高速道路の開通，住宅地化の進展に伴なってここ最近活況を表し，拡大の道を進んでいる。

原町田，厚木に次いで商業面で発展しているのが，秦野市商店街である。しかし秦野市商店街は，盆地という地形的要因と都市への通勤圏距離からはずれているという地理的要因に恵まれず，秦野盆地内のみの商勢圏にとどまっている。また，このような拡大する諸条件を備えていないことから今後も商勢圏は盆地内にとどまっていると考えられる。（図3－12参照）

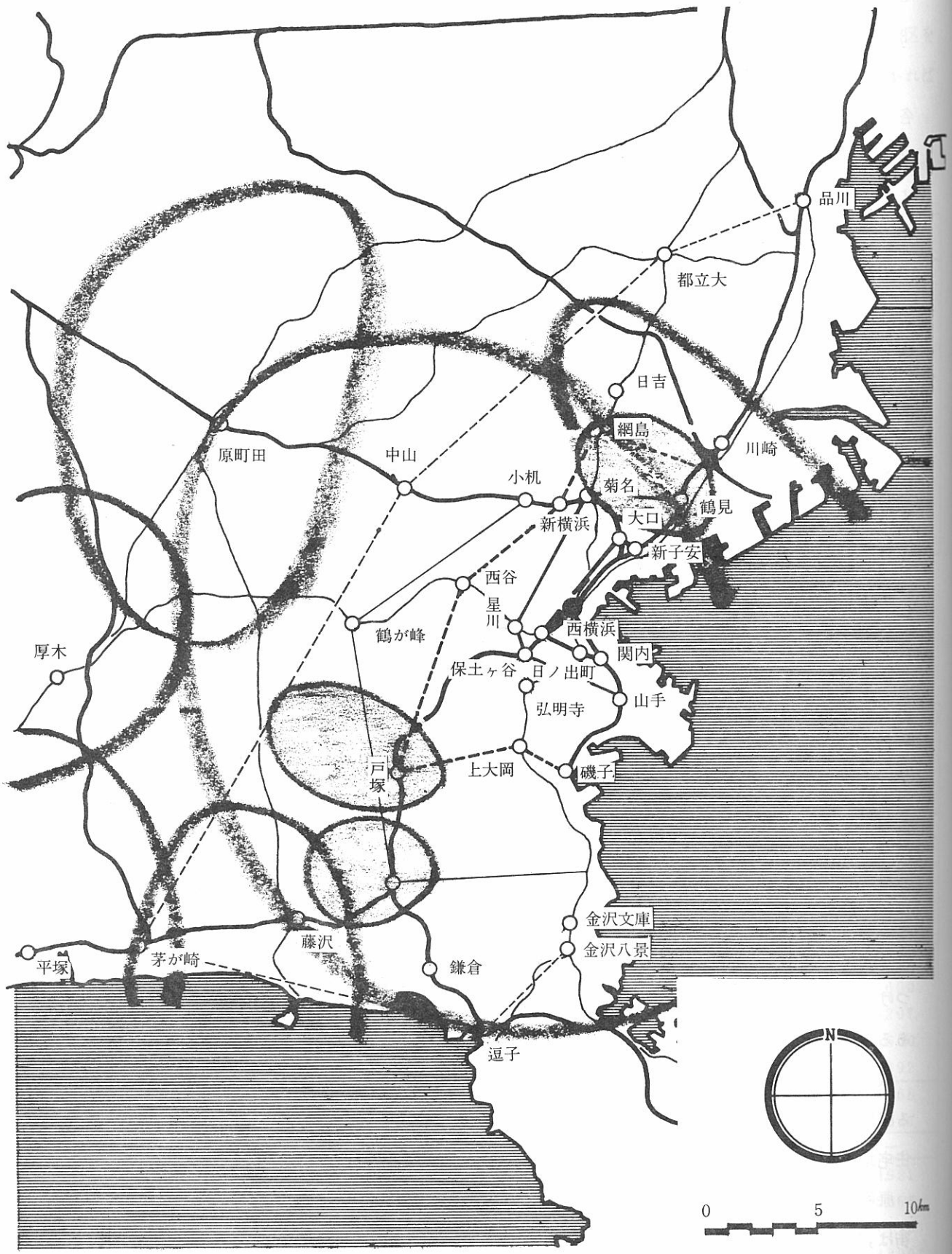


図3－14 所要時間と商勢圏分布図
※横浜駅よりの所要時間を示す

(2) 東

東海
り，こ
商業核
船，茅
横浜
島屋百
拡大を
次に
川崎
原地区
を中心
平塚
中間地
が力を
横浜
を中心
今後も
横浜
の競合
両街で
伊勢
賀，三

(2) 東海道沿線の商業核の分布

東海道線沿いの横浜市周辺の商業核は，力の強いものとしては川崎，横浜，藤沢，平塚があり，この中で一番他地域への影響力が大きいのは横浜商業核である。これらの影響力の大きい商業核，すなわち商勢圏の幅広い商業核の谷間にあり，力の弱い商業核である鶴見，戸塚，大船，茅ケ崎商業核が存在している。

横浜駅商勢圏は，駅の西口に昭和３１年に５７店の名品街が出現し，昭和３４年には横浜高島屋百貨店が開店し，昭和３９年にはダイヤモンド地下街が完成をみて，ここ数年間飛躍的な拡大をし，商業力を強めている。

次に主要商業核の商勢圏をみてみる。

川崎駅前商業核は，東京駅から１８Km，横浜駅から１２Kmという地点にあり，商勢圏は中原地区の東横線から臨海側地区，大師，田島，中央，御幸の旧市街各地区，隣接する鶴見地区を中心に東京の大田区の一部（蒲田の工場地帯）に亘っている。

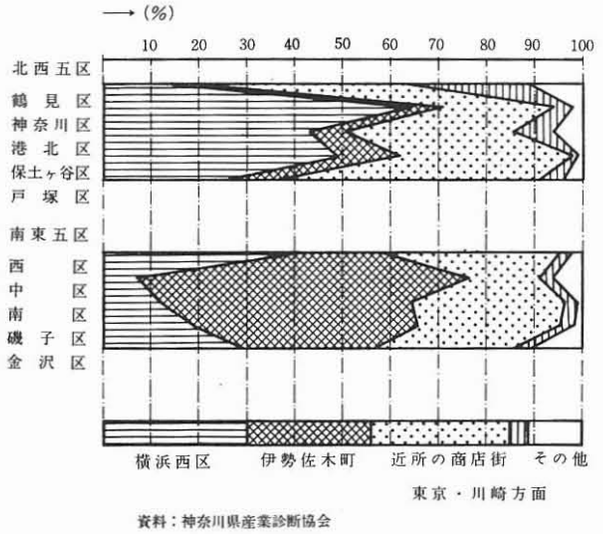
平塚商業核の商勢圏は，秦野，伊勢原，厚木などの西部地区の広い後背地と二宮と国府津の中間地点から大磯，茅ケ崎，藤沢にまたがる地域である。しかしながら，厚木，藤沢両商業核が力を有しつつあり，平塚商業核の商勢圏からはずれつつある。

横浜西口の商業核は，年々大規模化が進み，北西五区（鶴見，神奈川，港北，保土ケ谷，戸塚）を中心に湘南方面と大和，厚木，伊勢原，秦野および川崎方面にまで及ぶ商勢圏をもっている。今後もより力強いものをもって商勢圏を広げていくものと思われる。

横浜市内には，伝統をもつ伊勢佐木町と新しい横浜西口の商業街をもつという複雑な商業圏の競合がみられる。横浜市内の両街の競合関係をみると図３－１３の通りである。また，この両街での横浜全市への力をみると，６０～７０％程度の商業勢力を示している。

伊勢佐木町の商勢圏は，南西両区（西，中，南，磯子，金沢）を中心に三浦半島方面の横須賀，三浦，逗子，葉山，鎌倉におよんでいる。

図３－15 横浜駅西口と伊勢佐木町との勢力分野の比較



資料：神奈川県産業診断協会

３－２－２　消費行動からみた横浜周辺の商業街

(1)　衣料品の購買行動

神奈川県内の衣料品（紳士服，婦人・子供服，生地，呉服，洋品，寝具，セーター，婦人下着等）の購買行動をみると，横浜市内の住民は，横浜市内の商業街 ― 横浜駅西口，元町，伊勢佐木町 ― の利用が一番多く中でも中区，神奈川区，磯子区，南区，保土ケ谷区では，それぞれ，８１.０％，７１.３％，６６.５％，６５.５％，６２.７％の人々が利用している。しかし，鶴見区，戸塚区の住民は，近くの商店街の利用が大きくて，横浜市の商業街の利用が少なく，それぞれ２２％と３７％にとどまっている。東京の利用は，交通網の関係もあり，非常に区により異なった値を示している。鶴見区は東京に一番近いこともあって，１０.４％の人々が流出している。次に多く東京へ流出しているのが，港北区の５％と神奈川区の４.５％であり，その他の区は２％から１％程度と著しく小さい。

横浜市以外の神奈川県下の住民の衣料品購買行動は，ほとんどの市で近くの商店街を利用している。特に地元の商店街の利用が高い市は，地元に大規模の商業街を有している横須賀市，平塚市，逗子市，三浦市，秦野市，厚木市，小田原市である。それぞれの利用率は９３.８％，９６.０％，６２.１％，５３.８％，６１.３％，８４.０％，９６.０％と市の有している商業核の大きさに比例している。横浜市内の商業街を多く利用している地域はほとんどなく，むしろ，東京の商業街を利用している地域の方が高い。中でも東京の利用の高い地域は，７１.０％の利用度の相模原市，６７.７％の大和市，８２.０％の津久井郡である。この地域は，いずれも横浜へ出向くよりも東京へ出向く方が，交通機関上便利であることによる。たとえば，相模原市は小田急線により，新宿より３４.９Km運賃１２０円，１時間７分の時間距離にある。

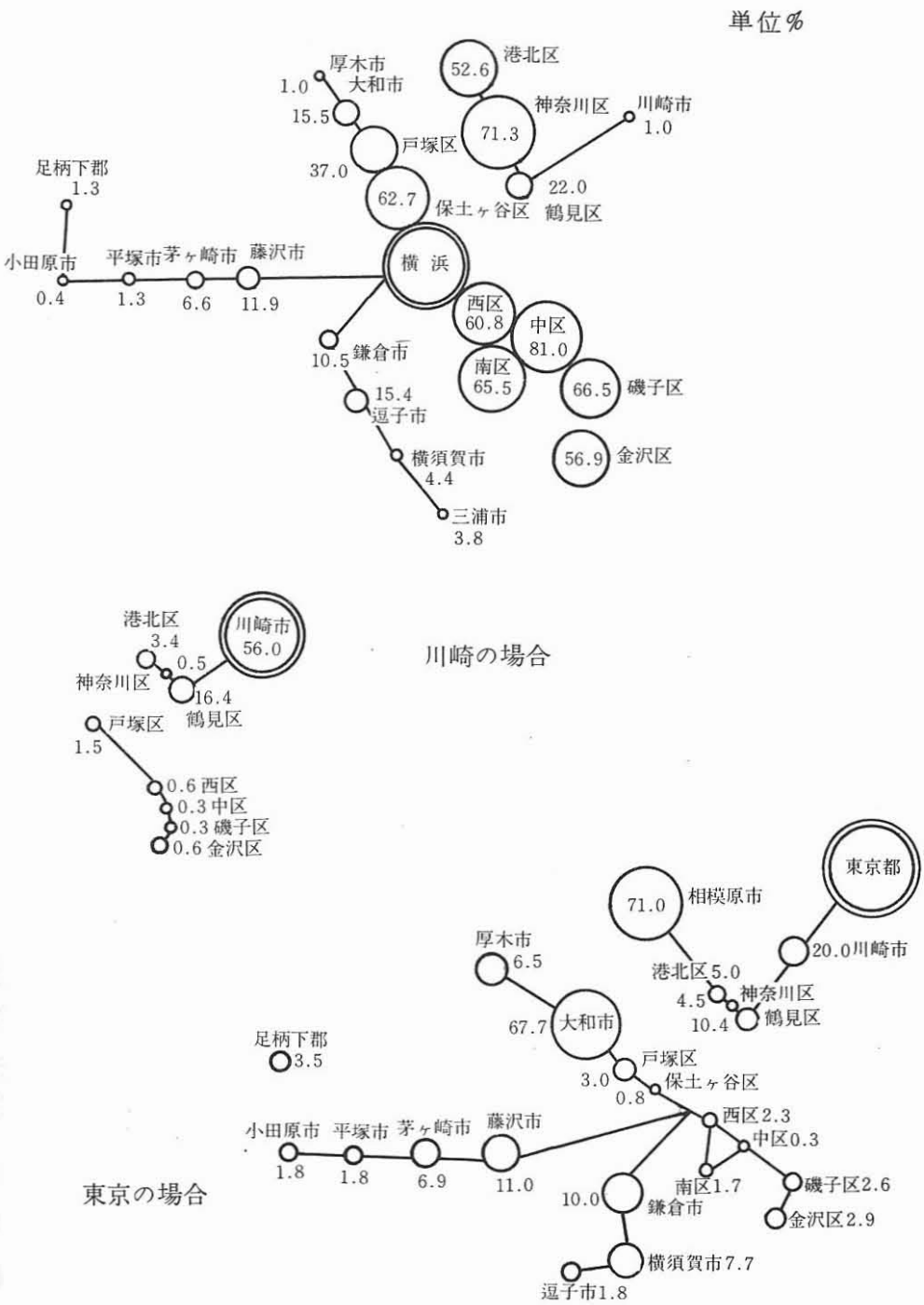
衣料品の購買行動は，全体的にみて，横浜市外の住民では近くの商店で買うことが多く，第２次的購買地域としては大規模商業街地域（東京，小田原）である。これに対して，横浜市内の住民は全体的に，横浜市の商業街（伊勢佐木町，横浜駅西口，元町）の利用が５０％ラインを越えている。次いで多く利用するのが近くの商店である。東京の商業街の利用は１％前後の利用とかなり少くない。しかし，鶴見区は東京の利用が大きく１割の利用度を示している。
（図３－１４，表３－１１参照）

(2)　文化品の購買行動

神奈川県内の文化品（家庭電器具，時計，眼鏡，楽器，家具等）の購買行動をみよう。

横浜市内住民の文化品の購買先は，大半の区が近くの商店街である。中でも鶴見区，戸塚区は近くの商業街を利用する率が高く，それぞれ６２.５％と６４.５％の利用率を示している。他の区域は３０～４０％の利用率である。横浜市内の商業核（伊勢佐木町，元町，横浜駅西口）を利用する地域は，その周辺に住んでいる人々が多く，中区の５９.４％の利用率，西区の４６.５％磯子区４８.４％，西区４０.９％となっている。東京の商業街の利用は，市内の住民の購買行動をみる限りでは，衣料品の購買よりもやや多く利用している。衣料品と同様に交通の便の良い鶴

図３－16 衣料品の購買行動



見区，神奈川区の東京の利用率が高く，それぞれ１７.３％と１４.５％である。

しかしながら，横浜市以外の市郡部では，東京の利用率は全体的に減少している。高くても津久井郡の５６.２％の利用率と相模原市の３１.５％と大和市の３１.７％であり，他の地域では１０％足らずである。ほとんど近くの商店で購入しており，横浜市内の商業街でも購買は少くない。特に平塚市，三浦市，秦野市，厚木市では，近くの商店での購入が大きくそれぞれ９８.２％，７３.１％，８４.８％，８９.０％の利用率を示している。

このように衣料品の購買先にくらべて文化品の購買先が近くの商店に多いのは，文化品が耐

表３－１３　神奈川県住民の品目別購買先状況

（単位 %）

購買先 地区	衣料品										文化品										身の廻り品									
	近くの商品	横浜	川崎	横須賀	平塚	小田原	厚木	藤沢	東京	その他	近くの商店	横浜	川崎	横須賀	平塚	小田原	厚木	藤沢	東京	その他	近くの商店	横浜	川崎	横須賀	平塚	小田原	厚木	藤沢	東京	その他
横浜市平均（10区）	33.7	57.6	2.3	1.1					3.6	1.6	45.5	35.2							8.2	11.0	48.5	46.3	1.6	0.7					3.0	
鶴見区	48.2	22.0	16.4	2.0					10.4	1.0	62.5	7.8							17.3	12.4	60.1	21.2	9.8						8.9	
神奈川区	23.4	71.3	0.3						4.5	0.3	38.6	36.9							14.5	10.0	36.1	59.1	0.3						4.5	
西区	35.7	60.8	0.6						2.3	0.6	40.9	40.9							6.0	12.3	37.6	60.3	0.9	0.3					0.9	
中区	15.4	81.0	0.3						2.5	0.8	28.8	59.4							4.2	7.5	39.4	59.8							0.8	
南区	32.3	65.5							1.7	0.6	40.9	46.5							4.0	8.3	55.5	42.8							1.7	
保土ケ谷区	35.3	62.7							0.8	1.2	47.3	36.1							5.0	11.6	51.3	47.9							0.8	
磯子区	29.7	66.5	0.3						2.6	1.0	34.8	48.4							6.8	9.4	42.1	55.7	0.3						1.9	
金沢区	28.0	56.9	0.6	88					2.9	2.7	53.4	30.7							6.5	9.4	49.1	41.8		6.2					2.9	
港北区	33.9	52.6	3.4						5.0	5.0	43.7	30.0							8.7	17.6	48.7	45.0	2.9						3.4	
戸塚区	55.0	37.0	1.5	0.5					3.0	3.0	64.5	15.6							8.5	11.5	65.0	27.3	1.5	0.5					3.7	
横須賀市	15.6	4.4		78.2					1.8		32.2	4.0		58.4						5.4	31.0	4.8		62.7					1.2	
川崎市	22.0	1.0	56.0						20.0	1.0	38.0	2.0	35.0						20.0	5.0	48.0	1.0	35.0						16.0	
平塚市	96.0	1.3				0.3			1.8	0.8	98.2	0.5							0.8	0.5	98.6	0.6							0.8	
鎌倉市	26.5	10.5						49.0	10.0	4.0	25.0	14.5		0.5				42.0		18.0	50.0	12.6						31.0	3.8	0.6
藤沢市	17.1	11.9			11.0			48.1	11.0		25.5	10.1			2.9			43.5	14.8	3.2	16.5	4.2			2.2			22.8	4.5	49.7
小田原市	12.4	0.4			1.0	83.6			1.8	0.8	25.1	0.2			1.0	61.7			4.0	2.0	21.3	0.2			0.6	74.1			3.1	0.6
茅ケ崎市	20.3	6.6			61.6			4.4	6.9	0.3	45.2	5.9			29.4			3.4	7.8	8.1	56.6	7.6	0.4		30.0			3.4	6.6	
逗子市	62.1	15.4		10.5				0.5	7.7	3.8	61.3	17.9		8.2				0.3		12.3	68.4	15.4		9.6				0.2	7.4	
相模原市	22.4								71.0	6.7	60.8								31.5	7.7	50.8								46.8	2.4
三浦市	53.8	3.8		35.9						6.4	73.1			19.2						6.0	63.4			24.4						12.2
秦野市	61.3	1.8			10.3	14.0	0.5		5.8	5.8	84.8	0.5			2.3		1.0		5.0	6.5	76.0	1.5			4.2	11.0	0.8		6.4	
厚木市	84.0	1.0			50	05			6.5		89.0	1.0							5.0	5.0	90.6	4.0			1.6				0.6	
大和市	16.1	15.5							67.7	0.6	47.8	14.3							31.7	6.2	37.0	13.2							49.8	
高座郡	7.5	5.5			31.0		42.5		13.5		32.0	2.5			16.5		29.5		15.0	4.5	24.7	4.9			17.6		40.1		12.7	
中郡	13.8	2.4			72.4	1.7	4.8		2.8	2.1	42.1	2.1			40.0				7.9	7.6	47.2	3.2			42.0	1.0	3.8		4.4	
足柄上郡	12.5	0.6			3.0	49.0			1.9	32.9	52.1	0.6			3.0	31.3			2.8	10.2	31.8	1.1			2.7	30.2			1.6	32.4
足柄下郡	9.0	1.3			5.8	79.8			3.5	0.5	27.5	2.0			6.5	57.3			3.8	3.0	23.2	1.7			5.0	65.7			4.2	
愛甲郡	11.9	1.9			1.9	0.6	73.8		5.6	4.4	41.9	0.6			0.6		45.6		3.8	7.5	30.4	1.2			2.4		59.0		6.6	
津久井郡	15.1								82.0	2.4	34.3								56.2	9.5	40.0								47.0	13.0

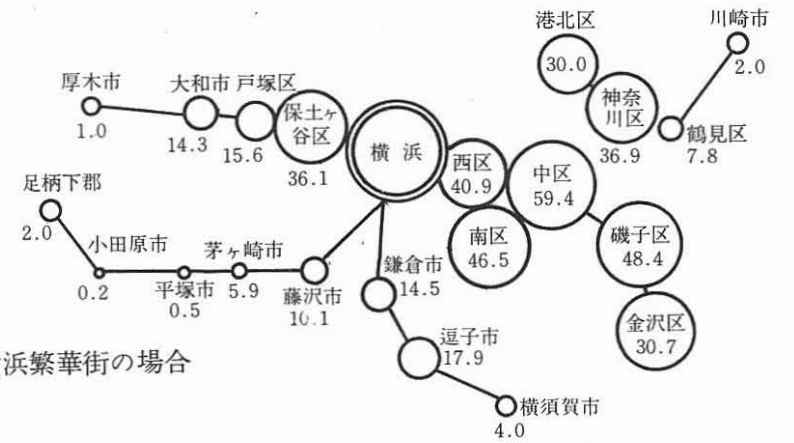
註：　衣料品の内容　紳士服，婦人服，子供服，生地，洋品，寝具，セーター，下着等
　　　文化品の内容　家庭電気器具，時計，眼鏡，楽器，家具等
　　　身の廻り品の内容　靴，履物，小間物，カバン，袋物，化粧品，アクセサリー等

資料：「消費性向調査書」（神奈川県商工指導所　昭和４２年３月）

久消費財的な商品であることによるところが大きいと思われる。（図３－１７・表３－１３参照）

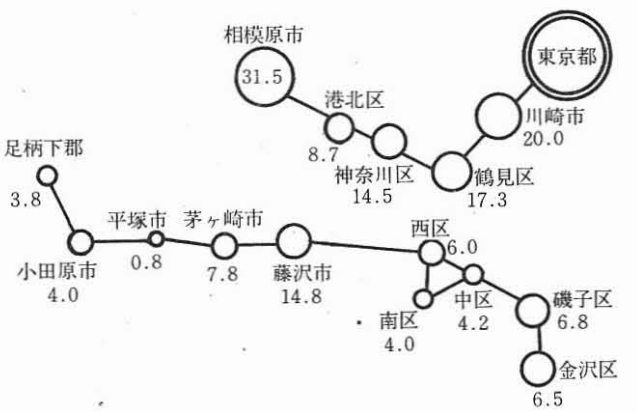
図３－17 文化品の購買行動

単位％



横浜繁華街の場合

川崎の場合



東京の場合

(3) 身の廻り品の購買行動

横浜市内住民の身の廻り品（靴，履物，小間物，カバン，袋物，化粧品，アクセサリー等）の購買地は，近くの商店と横浜市内の商業街（伊勢佐木町，元町，横浜駅西口）とが五分五分である。鶴見区と戸塚区の両区が近くの商店が多く，それぞれ６０.１％と６５.０％の利用率を示している。横浜市内の商業街を多く利用しているのは，利用率５９.１％の神奈川区と６０.３％の西区と５９.８％の中区の商業核の周辺地域である。購買地として東京の商業核が他の区よりも多いのは鶴見区である。しかし，利用率は衣料品および文化品と比較すると極めて小さく８.９％にとどまっている。

横浜市外の市郡部の身の廻り品の購買地は，大きく分けて近くの商店に集中している地区と他の商業街に集中している地区とに二分される。特に近くの商店をよく利用している地区は，平塚市と逗子市と三浦市と秦野市と厚木市である。それぞれの利用率は，９８.６％，６８.４％，

資料：「消費性向調査書」（神奈川県商工指導所　昭和４２年３月）

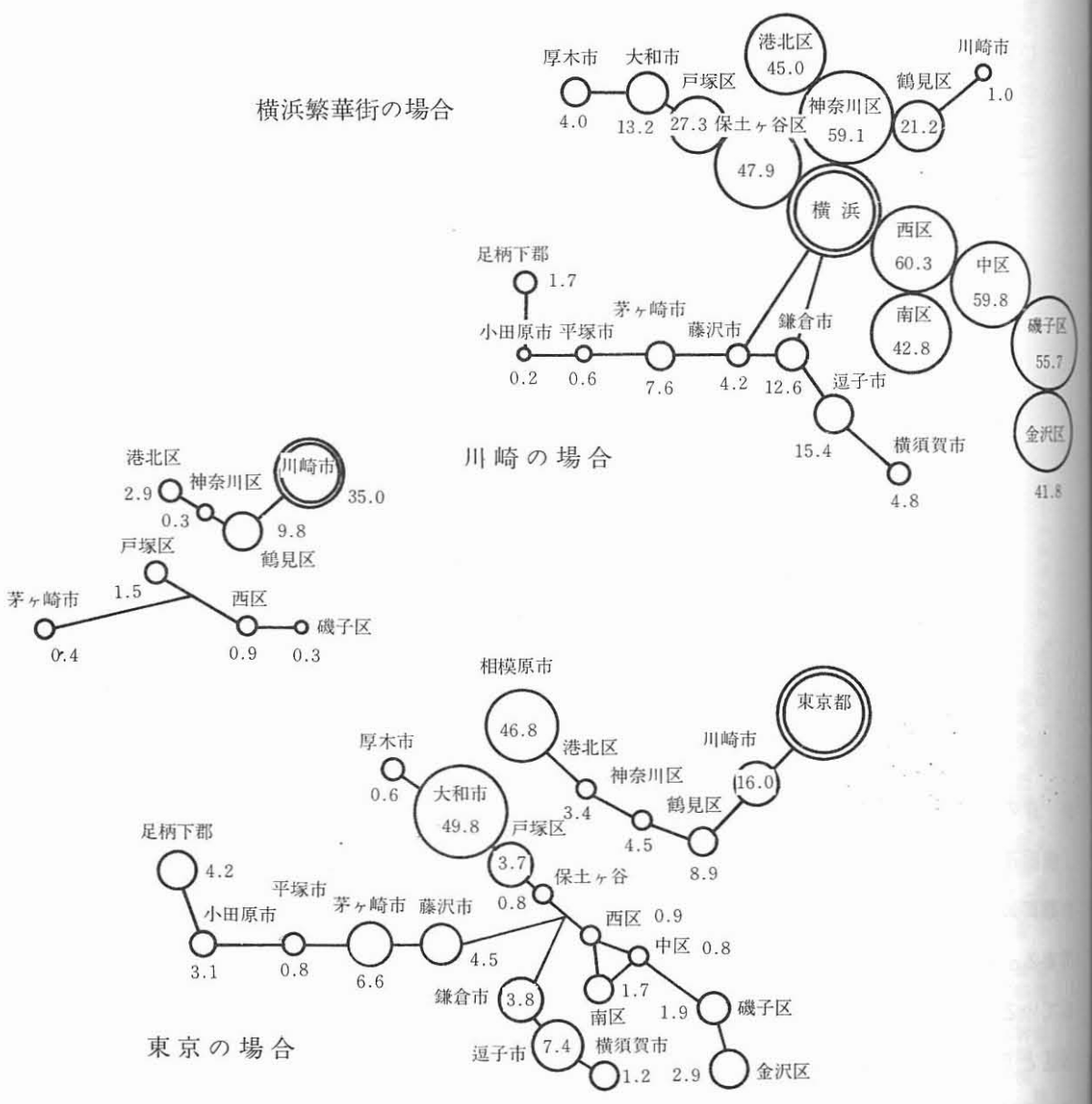
文化品の内容　家庭電気器具，時計，眼鏡，楽器，家具等
身の廻り品の内容　靴，履物，小間物，カバン，袋物，化粧品，アクセサリー等

６３.４％，７６.０％，９０.６％と高い比率を示している。この地域は，横浜市内の商業核および東京に交通の便がよくないことによるのであろう。

横浜市内の商業核の利用は，全体的に非常に小さく，むしろ東京の利用の方が大きい。特に相模原市と大和市と津久井郡は衣料品および文化品の購買先の分布と同様に東京の利用が大きい。それぞれ５０％近い数値の４６.８％，４９.８％と４７.０％とを示している。（図３－１８，表３－１３参照）

図３－18 身の廻り品の購買行動

単位％



上記のように，衣料品，文化品のごとくやや高級品なものは近くの商店で購入するのではなく，横浜市内の商業核 ― 伊勢佐木町，元町，横浜駅西口 ― あるいは東京の商業街のごとく，大規模のところに購買地をもとめている。身の廻り品のような低価格的なものは比較的近くの商店で購入している。また，購買地は，交通機関にも大きく左右されやすく，鶴見区，あるいは大和市，相模原市，津久井郡のような地域は東京への交通の便がよいために東京への流出が

他の地域よりも多い。横浜市への流出についても同様のことが言え，横浜への交通の便の良い西区，南区，神奈川区地域の横浜への流出量が大きい。

商勢圏は，交通機関によって規定されると同時に，その商業核の規模とに左右される。

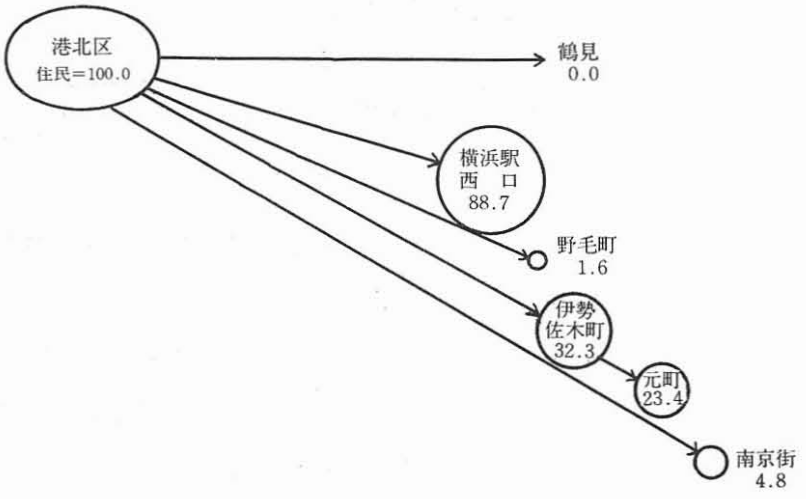
3－2－3　港北区住民の購買行動

港北ニュータウン居住者の購買行動を分析するにあたり，現在，港北区に住んでいる人々の購買行動を6月1日・2日に横浜駅西口および伊勢佐木町において行なった購買行動調査をもとに分析しよう。（表3－13参照）

(1)　よく出かける横浜市内の繁華街

横浜駅西口が圧倒的に多く88.7％であり，伊勢佐木町，元町がその半分以下の32.3％と23.4％である。

図3－19 よく出かける繁華街



(2)　品目別の購買先

よく出かける繁華街は，横浜駅西口であったが，食料品，下着類，洋服類，家具類と品目別にみた場合はどのようであろうか。

食料品は，近くの商店が多く8割を超えている。

図3－20 食料品の購買先

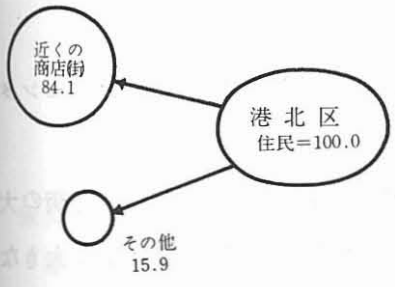
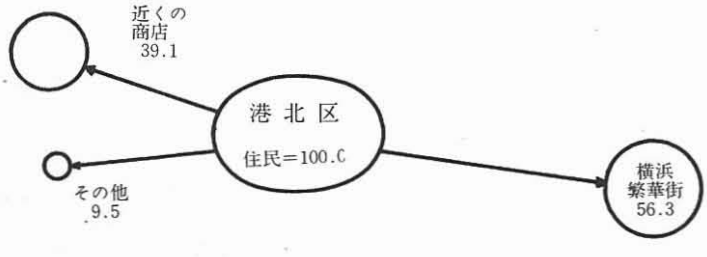


図3－21 下着類の購買先



下着類は食料品と異なり，半分の人々が横浜繁華街で求め，4割程度が近くの商店で求めている。

洋服類の購買先は，横浜繁華街が8割程度を占め，近くの商店は俄然減少してしまう。東京

へ出かける人々が増加し，1 割強に昇っている。

図３－22 洋服類の購買先

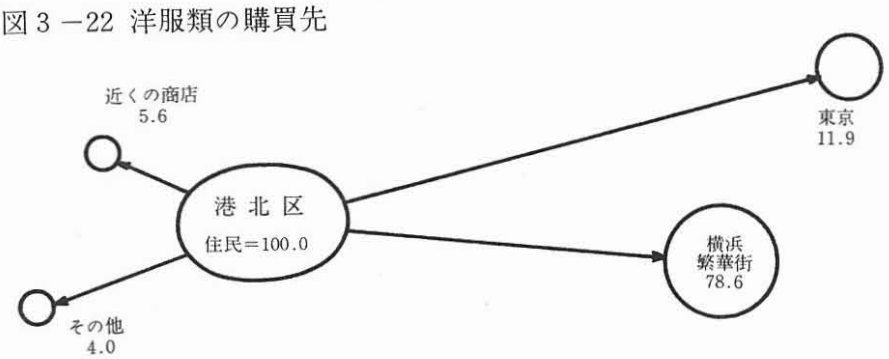
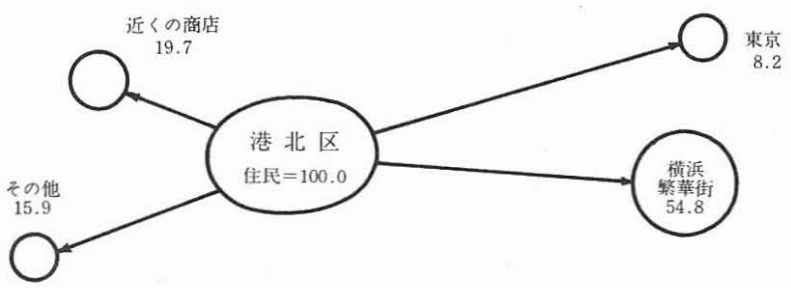


図３－23 家具類の購買先



家具の購買先は，下着類の購買先とよく似ており，横浜繁華街への購買が５４.８％である。これに対して，近くの商店の利用が減少し１９.７％である。

このように食料品を除けば，購買先として横浜繁華街のウエイトが高い。特に洋服類でのウエイトが高くあらわれている。これは，横浜繁華街が港北区周辺より都市的性格の店舗をもっており，港北区が横浜繁華街に大きく依存していると言えるであろう。これは調査対象全体平均より横浜繁華街の利用が多いことよりもうかがえる。

(3) 東京への依存

洋服類の購買先として１１.９％の人々が東京をあげているが一般的に東京へよく出かけるのであろうか。

買物によく出かける（平均月１回以上）人は，港北区の５１.２％と約半分であり，東京へレジャー目的で出かける人は，４１.５％である。いずれも調査対象者全体平均よりも高い値を示している。

このように港北区は，横浜繁華街への依存が大きく，中でも横浜駅西口ショッピングセンターへの依存が大きいと言えよう。

港北ニュータウンが完成した時点においては，横浜繁華街が，ニュータウン内の商店街の大きな競合的な位置となる。また，現在より交通が便利になれば，横浜繁華街の存在はより大きなウエイトとなるであろうし，東京との競合関係も無視出来なくなるであろう。

表3－13　港北区住民の購買行動

(1) 横浜駅西口あるいは伊勢佐木町（調査地点）へ出かける一ケ月平均回数

月平均	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
0回（2・3ケ月に一度位）	19.0	11.4
1　回	17.6	15.2
2　回	18.4	17.0
3　回	12.8	14.9
4　回	7.2	9.6
5　回	12.8	8.9
6～9回	6.4	4.9
10回以上	12.8	18.0
平均　3.6回		

(2) よく出かける横浜の繁華街

場所	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
横浜駅西口	88.7	78.1
元町	23.4	19.3
伊勢佐木町	32.3	46.4
南京街	4.8	4.1
野毛山	1.6	2.7
鶴見	0	1.3
その他	4.0	4.2

(3) 食料品を買う主要場所

場所	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
近くの商店（街）	84.1	81.6
その他	15.9	18.4

(4) 下着類を買う主要場所

場所	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
近くの商店（街）	39.1	36.9
横浜繁華街	56.3	50.7
その他	9.5	12.4

(5) 洋服類を買う主要場所

場所	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
近くの商店（街）	3.6	10.0
横浜繁華街	78.6	71.8
東京	11.9	11.0
その他	4.0	7.2

(6) 家具類を買う主要場所

場所	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
近くの商店（街）	19.7	23.3
横浜繁華街	54.8	50.3
東京	8.2	7.8
その他	17.2	17.7

(7) 東京へ買物に出かけるか否か（平均月一回以上）

回　答	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
ある	51.2	43.1
ない	48.8	56.9

(8) 東京へレジャー目的で出かけるか否か（平均月一回以上）

回　答	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
ある	41.5	37.4
ない	58.5	62.6

(9) 横浜駅（西口）あるいは伊勢佐木町までの所要時間

所要時間	港北区住民（%）	調査対象者全体（%）
6～10分	15.9	12.6
11～20	33.3	28.3
21～30	27.0	27.4
31～45	10.3	12.9
46～60	7.9	10.3

備　考

調査場所

横浜駅西口と伊勢佐木町との2ヶ所

調査日時

6月1日（日），6月2日（月）

全調査対象者の住所

	港北区	鶴見区	神奈川区	西・中区	保土ケ谷区 戸塚区	南区 磯子区 金沢区	川崎市	神奈川県（左記を除く）	東京	その他	計
構成比	10.2	4.2	9.0	13.5	24.0	18.9	2.5	10.5	6.2	0.9	100.0

4章　港北ニュータウンの商業業務施設の性格規定と必要スペースの算定

4－1　港北ニュータウン商勢圏の設定

4－1－1　商勢圏の捉え方

商勢圏つまり港北ニュータウン商業核の営業が及ぶ範囲，すなわち港北ニュータウン商業核を利用する消費者の拡がりを設定するに際して，次のような作業手順を行なうことにした。

1）商勢圏を形成する基礎的な要因は，その商業核が提供する商品およびサービスである。（資料編　参照）

これは商勢圏を形成する機能的要因と呼ぶことができるものである。消費者は彼等の欲望を充足させるために，この機能に向って足を伸ばすのであり，買回品，最寄品，専門品といった商品の分類は，商品の機能が消費者の来街する範囲を大きく左右するものであることを示している。そして一般的にいって，買回品，専門品あるいは娯楽的サービス機能が強いほど，商勢圏の範囲は広い。

2）商勢圏の構成は多層的である。

商品やサービスの機能が，消費者の欲望に対応するものであるから，最寄品の商勢圏と買回品，専門品のそれとは自ずから異ったものとなる。実証的な研究事例によると，それぞれ異なる商品を販売している商業施設では，それぞれ来街する顧客の範囲が大きく違うことが明らかとなっている。表4－1はそれをみたものであり，買回品，専門品を中心に品揃えを行っている百貨店や盛り場商店街では，電車やバスを利用する顧客が多いのに対し，食料品や最寄品を中心

表4－1　各業種の来店者の所要時間の分布　（％）

		百貨店	マーケットスーパー	盛り場商店街	郊外商店街	レストラン
徒歩の場合	10分以内	3.3	31.5	8.2	29.9	27.1
	30分以内	4.9	33.0	4.9	37.1	17.2
	30分以上	－	3.5	－	3.4	－
	小　計	8.2	68.0	13.1	70.4	44.3
電車の場合	10分以内	6.6	－	6.7	2.8	4.9
	30分以内	32.6	4.0	37.9	2.0	22.6
	30分以上	34.9	－	22.1	－	4.3
	小　計	74.1	4.0	66.7	4.8	31.8
バスの場合	10分以内	2.0	10.0	1.3	9.5	2.0
	30分以内	6.2	16.0	7.4	7.4	10.2
	30分以上	4.5	－	8.7	6.8	6.4
	小　計	12.7	26.0	17.4	23.7	18.6
その他		5.0	2.0	2.8	1.1	5.3
計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

註；池袋および都下田無市において調査

に販売しているスーパーマーケット，郊外商店街では，徒歩とバスが顧客動線の中心をなしている。

以上の2つのことから，商勢圏はその商業核が販売する商品構成によって，商勢圏を遠近に多層化し，また商勢圏のあり方がその商業核の性格を規定しその関係を図式化すると 図4－1 および図4－2のようになる。

図4－1 商業核の性格区分

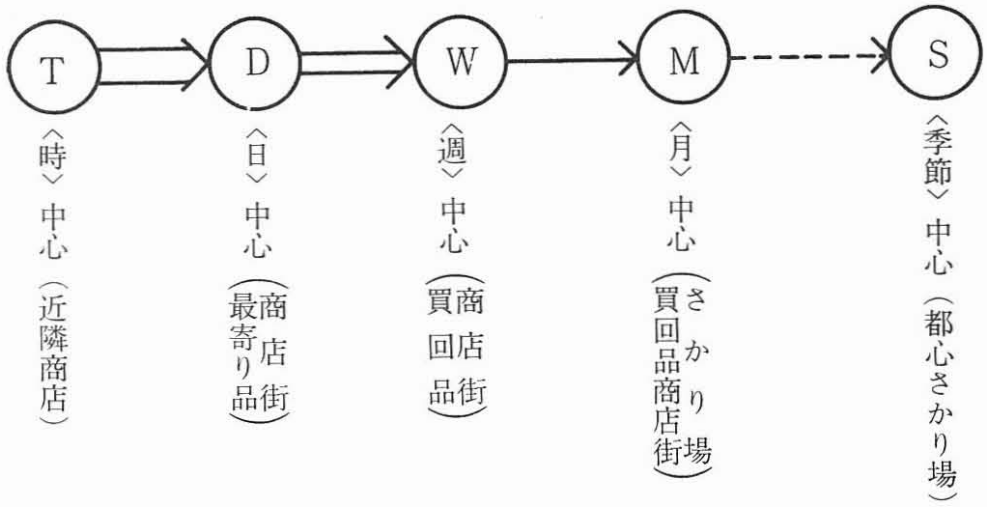
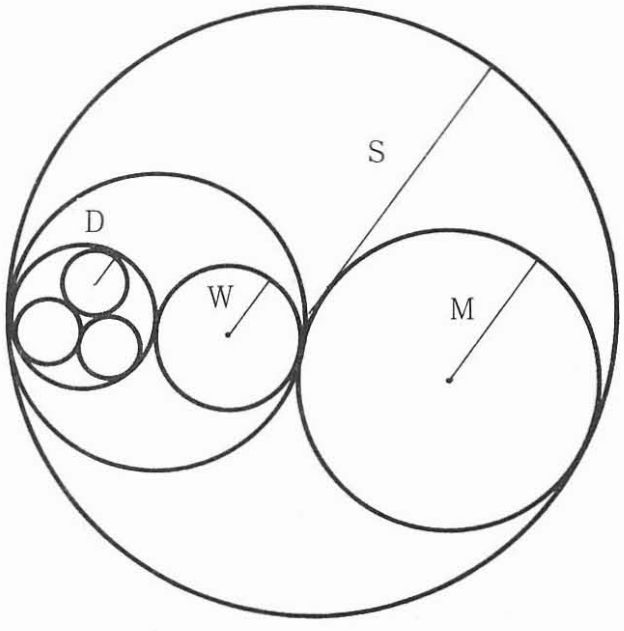


図4－2 商勢圏の構成



4－1－2 商勢圏の設定

1）商業核はつねに補完，競合する商業核を持つ。

従って商勢圏は同心円とはならず，競合関係にあるところでは浸蝕を受け，また補完関係にあるところでは，その商品の消費性向および消費者行動により，多層化した商勢圏を形成する。

図4－3 横浜周辺の商勢圏

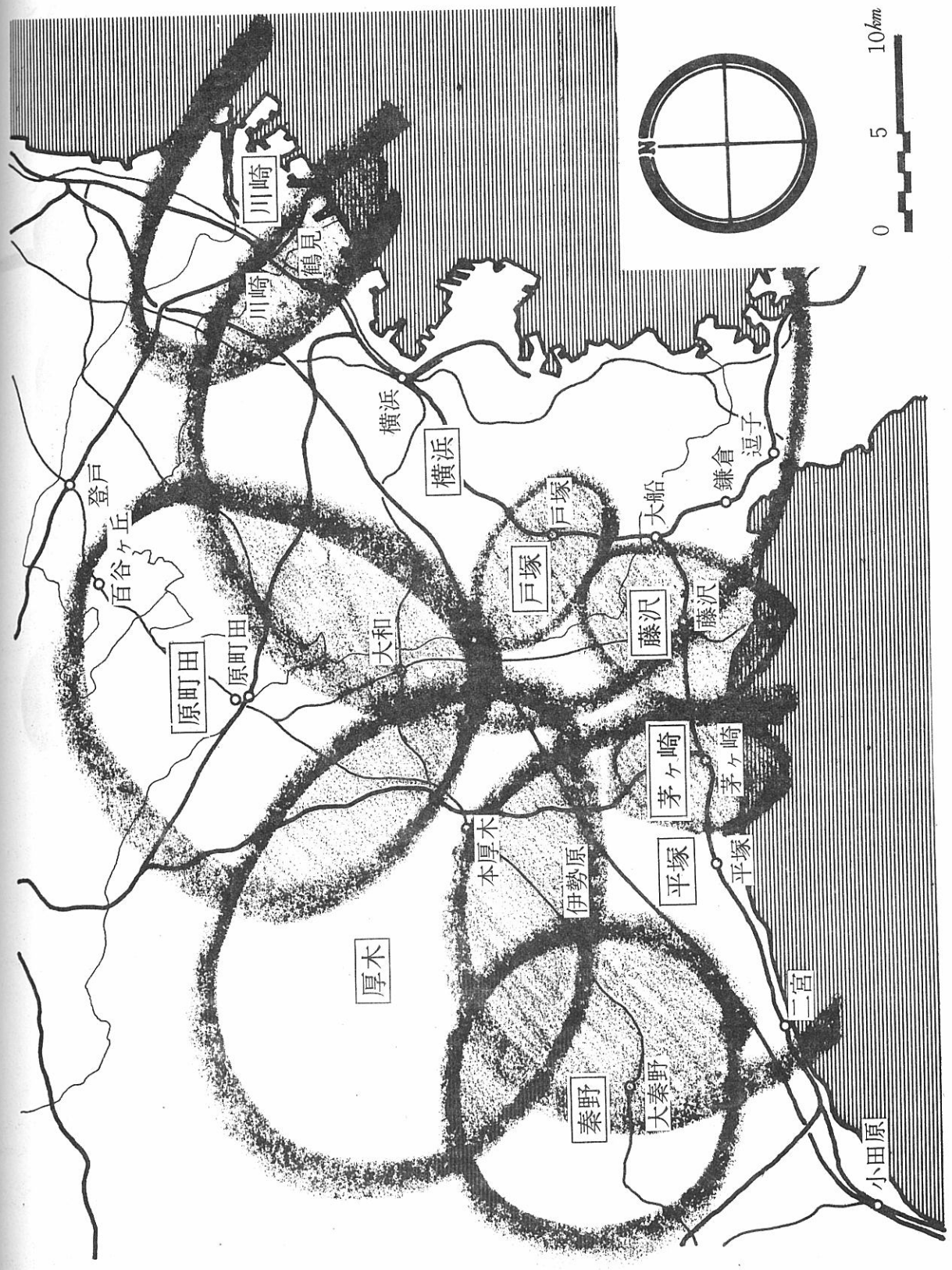
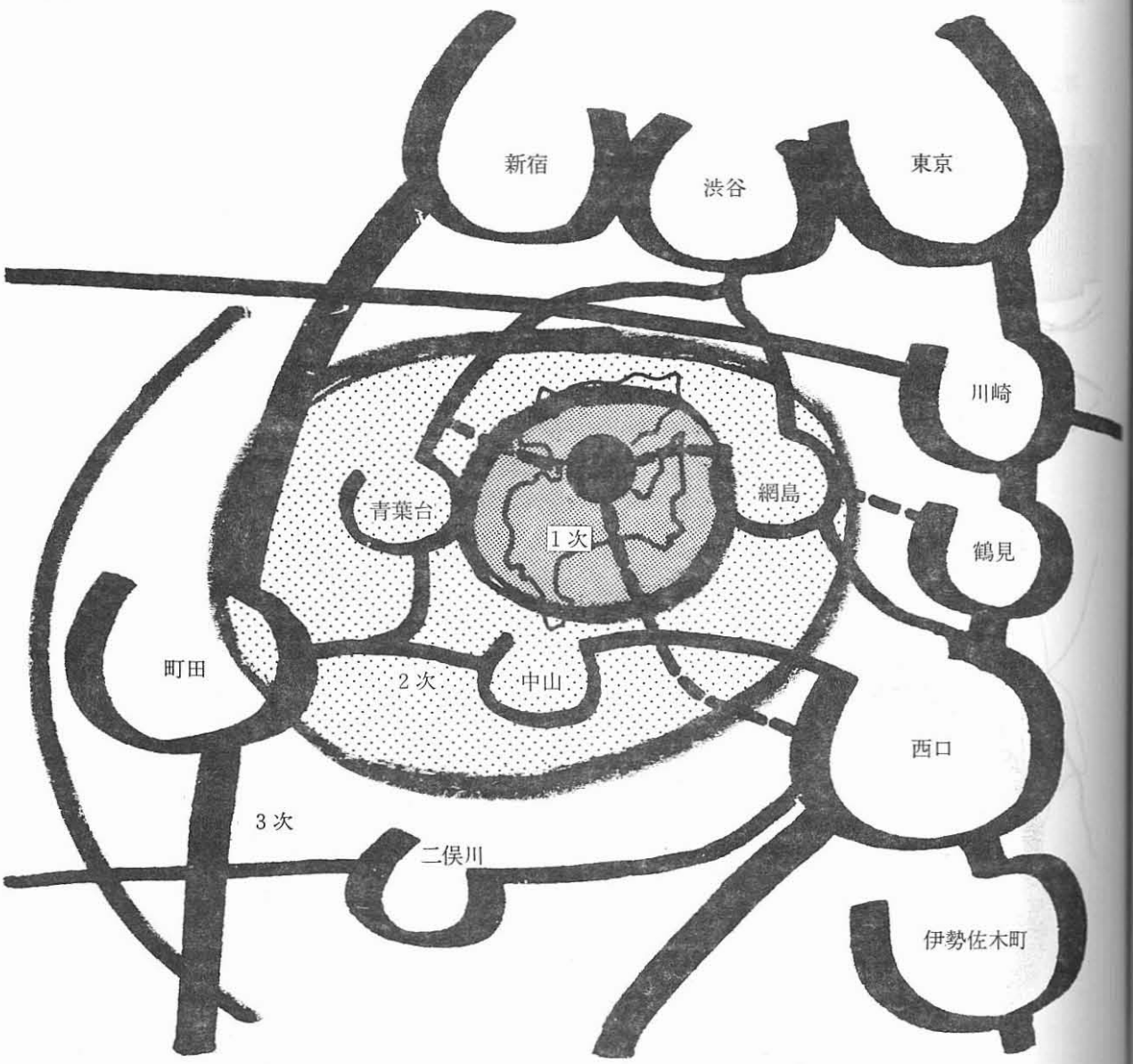


図４－４ 港北ニュータウン商業核の商勢圏



概 念 図

ＫＯＨの商勢図
―圏内人口と圏内購買力―

商勢圏	地　　区	世帯数	人口数
1 次	港北ニュータウン	93,750	300,000
2 次	港北ニュータウンを除く 港北区	169,690	543,000
3 次	相模原市の一部 大和市 〃 町田市 〃	384,690	1,231,000
計	（1～2次のみ）		(843,000)

〈昭和60年の商勢圏人口〉

港北ニュータウン周辺の商業核および商勢圏についての現状をみると，図４－３のようになる。すなわち，港北区は全体として横浜商業核（横浜西口および伊勢佐木町）の影響圏内に入りながら，西部から原町田商業核の影響を受けている。そこで，昭和６０年次での港北ニュータウン商業核の競合および補完関係，さらにはまた，それによって形成される商勢圏のパターンを概念的に図示すると，図４－４のようになるであろう。

横浜商業核とは補完関係に先立ち競合関係としては，町田商業核（小田急線新原町田駅から横浜線原町田駅間）および，青葉台によって代表される田園都市線沿線の商業核があり，このような関係から，港北ニュータウン商業核の商勢圏を次のように分類する。

第一次商勢圏　　港北ニュータウン全域

第二次商勢圏　　港北ニュータウンを除く港北区

第三次商勢圏　　相模原市，大和市，町田市の一部

註）　商勢圏分類の基準は，第一次が機能的には最寄品から買回品までの，原則として地域独占が可能な地域であり，販売高も全体の６０％以上を占める地域。

第二次商勢圏は買回品を中心とした地域であり，第三次商勢圏では，特殊な商品等に特化した地域である。

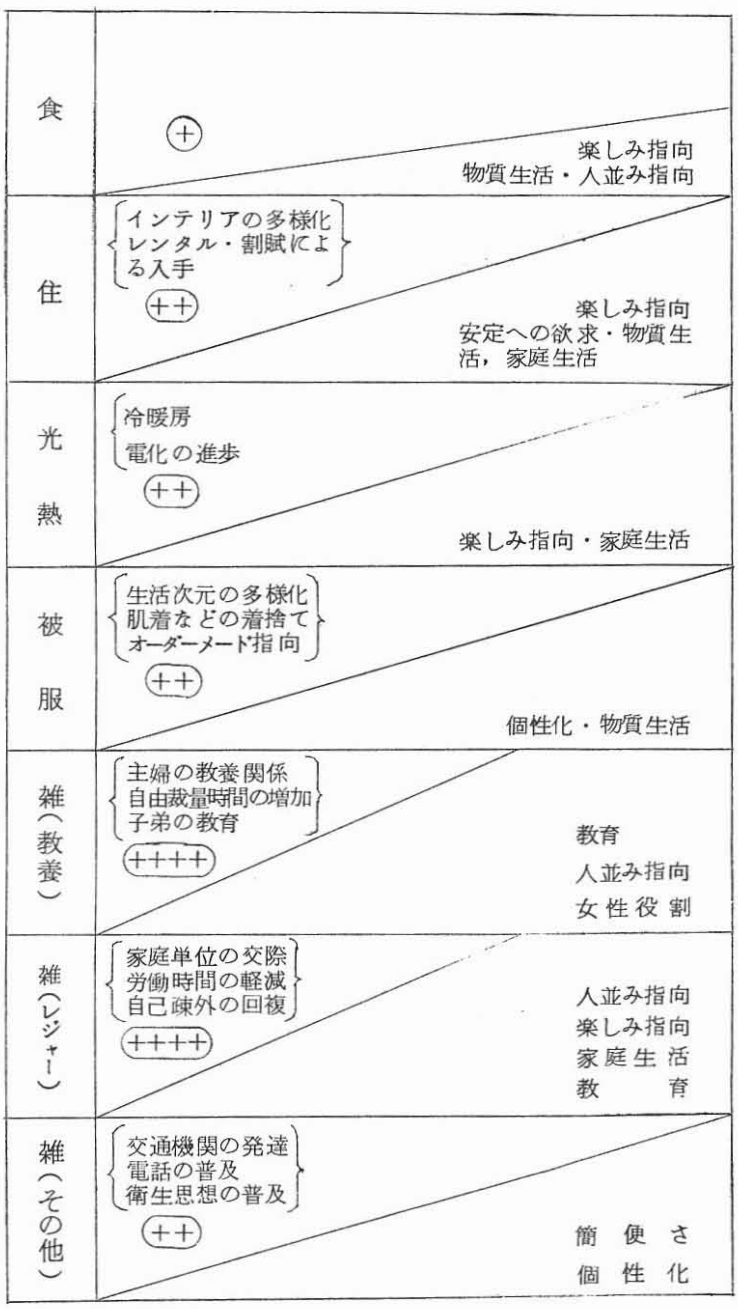
2）商勢圏の競合には，後背地の人口以外の要因が大きく働く。商勢圏が独占市場でない場合には，一　ほとんどの場合，商勢圏は解放的であり，独占状態がありえないのであるが―交通上の要因，すなわち，交通路線の集中度の大小，あるいは，魅力的要因（業種構成，店舗構成，商品構成およびこれらの集積によって起る商業魅力）に大きく作用されることになる。

4－2　港北ニュータウンの居住者と港北ニュータウンの商業業務施設のあり方

4－2－1　後背地人口としての港北ニュータウンの居住者

港北ニュータウン商業核の性格は，一義的には その商勢圏に居住する人たちの生活様式なり消費者行動に大きく左右されることになる。そこで，この地域に居住する人たちについての概観を試みようとするのであるが（詳細は2章，2－1および2－2参照），これを図式化するとつぎのようになる。

表4－2　価値観の消費費目に及ぼす影響



註）
- ⊕印は強くなるもので，⊕⊕はさらに強力になるもの。
- 各ワクの左下から右上に及ぶ斜線は，時間的に左下の「現在」から右上の「昭和60年」への消費量を示している。
- 斜線の角度が大きいほど増加の量の大きいことを表わす。
- 斜線の上側の⊕の数が価値観の作用量と作用する力の強さを示す。
- 斜線の下側に列記した価値観は，その領域の消費を増加させるようにとくに働くものであり，斜線の上側に列記してある項目はその内容および生活条件の顕著なものを示す。

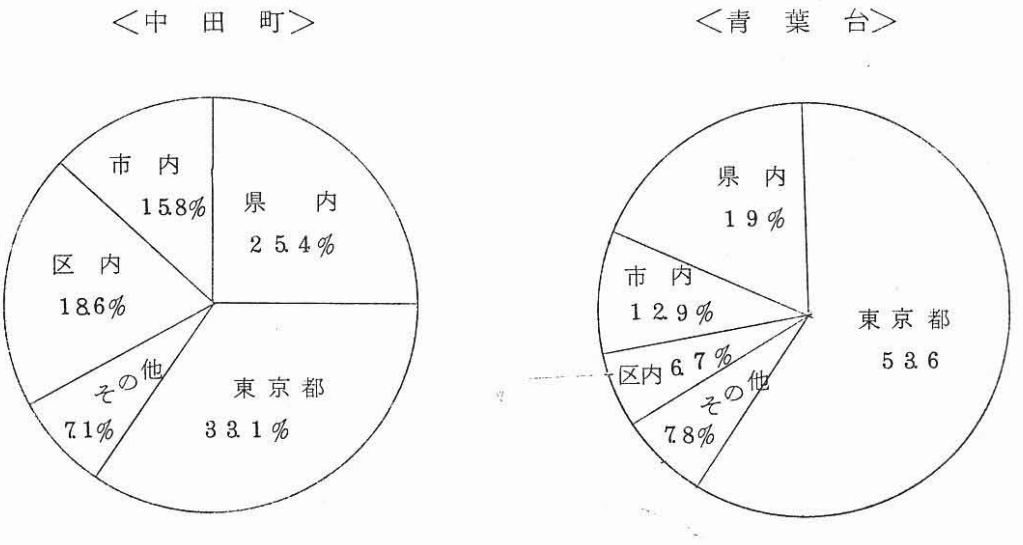
表4－3　　生活環境のパターン

		郊　外　生　活
職　　業		サラリーマン（ホワイトカラー） 個人営業と一部経営者
年　　令		若年層が支配的 一部高年令層
所　　得		中　堅　層 所得一部高所得層
生活環境	文化施設・娯楽施設	利用に支障はない
	通　　勤	不便はない
	人間疎外　・　環境	強　　し
	自　　然	やや不足
価値観	物質生活と精神生活	物質生活重視
	マイホーム主義に対する欲求	関心強し，反面少数の 家庭否定主義者もある
	人間回復に対する欲求	強　　し
	人並み意識か個性尊重か	人並み意識強し
	ストックとフローの評価	社会的ストックの充実に対する 要求強し 個人生活はフローの方が強い
消費生活	エンゲル係数 （都市平均２８％）	２６％
	その他の特色	住居費，文化生活費の比重高し

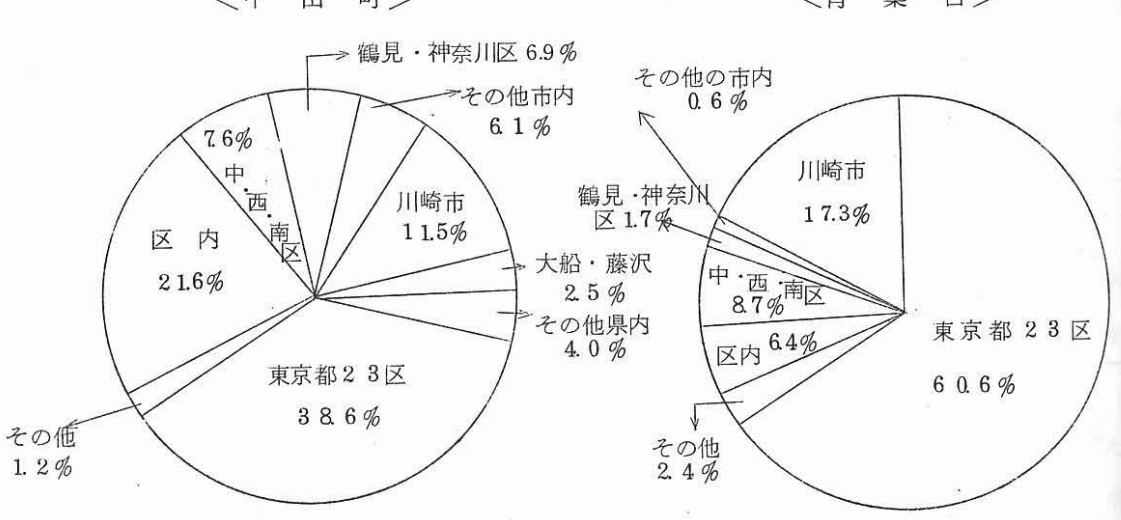
このほか，この地域の居住者は，東京からの移住者が多いので（図4－5参照），その生活を持ちこむようになるだろう。

図４－５　　青葉台地域転入者の前住地調べ

転入前の前住地



世帯主の勤務場所



資料；横浜市市民生活白書

４－２－２　港北ニュータウンの商業施設のあり方

１）市場力決定上の問題

およそいかなる市場も，後背人口の規模とその流動を抜きにしてはその消長を論ずることはできない。その意味では，人口が市場力を決定する第１の条件であることはいうまでもないが，人口の集積が直ちに市場の規模と性格を決定するとはいえない。市場力を決定する要因はいろいろあるが，これを大別すると需要的側面と供給的側面に分けることができよう。

需要的側面

1）人口，およびその流動―当該市場の立地条件，とくに住宅からの距離，都心，ターミナルへの交通導線との関係，および域内交通

2）住民の職業，学歴，年令，所得など

供給的側面

1）当該市場の伝統と商業的蓄積，環境（自然的環境，社会的環境）および娯楽施設，生活関連施設などの集積の程度

2）競争市場，とくに母都市既存商店街の影響力―規模と性格，魅力度

3）競争市場，とくに先発上位市場との時間的，経済的距離

およそ，「百貨店」の名のつく程度の大型商業施設，あるいは大規模ショッピングセンター（専門店，スーパーマーケット，量販店などを含む）などが成り立つためには，その背後に２０万人程度の人口集積が必要である。しかしいかに百貨店あるいはショッピングセンターを支えるに足る常住人口があるとしても，それが通勤，通学，あるいは生活用務によりいくつかの駅から他地域に流動する交通導線である場合には大きな市場力として結集し，顧客として動員することは困難であろう。

もちろん，目的客については域内交通事情とモータリゼーションの滲透如何，および当該商業施設魅力度如何により相当程度動員できるにちがいない。しかしこの場合も域内に転在する日用品商店街との間に自ら機能分担が行なわれるであろうから，たとえ後背人口が２０万人を超える場合でも，高級品，専門品，量販品などの購入を目的とする客のみで，この種の商業施設が成り立ちうるか否かについてはかなりの不安が存しよう。このような場合，その成否決するうえで，その地点がすでに商店街としてどの程度の伝統と蓄積をもっているかが重要なポイントとなろう。

ところで，ショッピングセンターが成り立ちうるとした場合，その市場がどのような魅力，特色をもつ市場として成長するかは，当該地域住民の年令構成，職種構成，あるいは所得水準に大きく依存しよう。この地域がどんな性格のどんな環境となるかは，この地域にどんな住民が住むかに依存するが，商業施設を中心とする環境も，どんな人が住むかに関連をもち，両者は相互依存の関係にあるといえよう。

また，当該市場が特色あるショッピングセンターとして成りたつためには，その地点の周辺にある先発市場との関係が問題となろう。１つには母都市市場との関係であり，もう１つは，当該市場より３０Km圏に散在する市場との関係である。

2）魅力ある業種・施設の組合わせが必要

通常，競争関係にある二つの市場の人口吸引力は，両都市間の距離に反比例し，人口の大きさに正比例するので，近くに大きな都市がある場合，顧客は当然その都市に吸引される。とりわけ，商業施設も，人口に応じてより大きな施設があるのが普通であり，商業施設以外の吸引力の強いサービス施設も充実しているので，人口は自然この方向に流れるのが普通である。した

図4－6 港北ニュータウンと周辺の鉄道網
（含計画路線）

がって，
けようと
のであ
するため
港北ニ
田がある
新たに設
は，この
港北ニ
横線がニ
4～5km
したがっ
ゼーショ
商業施設
るいはホ
ント施設
3）昭和
港北ニ
当然のこ
後の価値
急速な変
施設計画

がって，一定規模の魅力ある既存市場から少くとも３０分以内の地点に，新たに商業施設を設けようとする場合，それは当該地域の目的客の流出をくい止めるに足る規模と特色をもったものである必要がある。しかもそれは，周辺に散在する既存の群小市場の顧客をも積極的に吸引するためにも必要な条件といえよう。

港北ニュータウンの場合，６０年には３０万人に達する可能性をもち，当該地域の周辺に原町田があるが，それほどに大きなものでなく，特筆すべき特色をもった市場もない。したがって，新たに設けられる施設如何によっては，これらの地域の顧客の動員も可能であろう。ただ問題は，この地域の交通導線と母都市「横浜既存商業施設」との関係である。

港北ニュータウンの鉄軌道のロケィションは図４－６にみるように，田園都市線，横浜線，東横線がニュータウンの外周をコの字型に走り，これらの駅もそれぞれ，この地域の中心部から４～５Kmの地点に散在し，商業核を形成し得るに足るターミナルは現在のところ見あたらない。したがって通過客に大きな期待をかけることは困難であり，遠からず訪れるであろうモータリゼーション時代にふさわしい目的客に焦点をしぼることが賢明であろう。しかも横浜市内既存商業施設迄の距離はおおむね２０分程度であり，余程魅力ある思い切って大きな商業施設，あるいはボーリング，スケートセンターなど若者や夜の客をも動員できるような，アミューズメント施設などの併設が計画されないかぎり，顧客の横浜市への流出を防ぐことは困難であろう。

3）昭和６０年次の価値観からの編成

港北ニュータウンの建設が完了するのは，昭和６０年であり，いまから１０数年の将来である。当然のことながら，港北ニュータウンの街づくりはもちろん，施設計画においても，１０数年後の価値観に立ってつくられたものである必要がある。経済的にも都市の構造の面からも年々急速な変化を遂げている現在にあっては，その必要性はさらに強いものとなろう。

レジャー志向の社会的風潮にあわせて

周休２日制が一般化した労働環境にあわせて

３０００ドル経済の立場に立った発想で

未来的思考方法によった

施設計画であることが，大切な条件としてあげられるのである。

４－２－３　とくにモータリーゼーション対策について

１）モータリゼーションの進行

乗用車の普及は現在11世帯に１台の普及をみせ，わが国のモータリゼーションもようやく本格化する動きをみせ始めている。将来の乗用車の普及については，道路および駐車場の確保という二つの大きな条件の変化によって左右される部分が多いが，昭和５０年で４世帯に１台，昭和６０年には1.5世帯に１台の普及となることは，ほぼまちがいのないところであろう。(註)

註；日本リサーチセンターの予測による昭和６０年の乗用車の普及台数は世帯数の７５％程度の台数となり，3,０００万台の保有台数となる。日本自動車工業会およびトヨタ自動車では，昭和６０年で2,７００万台，1.3世帯に１台の普及率と推定している。

車の世帯普及率が50%以上となると，当然車による買物を意識した商業施設の構成が，ひじょうに重要なものとなってくる。アメリカにおけるショッピングセンターの成立は（駐車場が売場面積の３～４倍程度確保されている）モータリゼイションの影響を無視しては語れないし，わが国でも，昭和５０年代を意識したショッピングセンターでは，3,０００台程度の駐車場をもったショッピングセンターが次々と計画されており，昭和５０年以降に，本格的なショッピングセンター時代が訪れると想像される。（三井不動産がデベロッパーとなり，三越を核店とする浦安ショッピングセンターなど）

２）車利用者の増加と駐車難の現状

横浜西口への買物客で自家用車による来街者が増加しているという数字がある。

横浜市大山口教授の「横浜西口への来街者調査」による利用交通機関のうち，乗用者によるものは，４１年に6.７％，４２年では9.５％と大きく増加，日本リサーチセンターが４４年に実施した結果では6.５％となっている。また消費者がデパートを利用する際に駐車場のあることがそのデパートに行く動機になっている事例が多く，とくに生活程度が高いほど，その比率が高いのは，将来のカーショッピングの先行事例を示すものであるといえよう。（朝日新聞"デパートに関する調査"〔１９６８年〕では生活程度が「上」の世帯では３8.2％が，同じく「中の上」では１6.6％が，駐車場があることがデパート利用の動機となっている）

一方，既成の商店街では，交通環境は悪化する一方で，深刻な駐車場難に陥入っている。

すなわち都内１８２の商店街について客用駐車場の有無をみたところ，店舗総数１6,１６１店のうち，わずか１２４店で全体の0.８％にすぎない。駐車場の不足を訴えている商店街は全体の８０％以上もあるのにもかかわらず，駐車場整備計画のあるものが１割程度で，土地の不足と資金難を理由としている。車の増加に対応できない既成商店街の悩み，しかも増加する一方の車の利用という今日的な状況の現出である。（以上数字は東商調査４４年１月による）

港北ニュータウンにおいても，駐車スペースを過大に確保しておくことが，将来の都市機能を強化する上でもぜったいに必要なことといえるであろう。

4－2－4　戦略地域としての「田園都市」の考察

港北ニュータウンが，田園都市線の居住者を吸引できるかどうかが港北ニュータウン商業核の形成に重要な影響を与える。ところがこの田園都市に対しては，町田商業核，溝ノ口商業核が戦略活動を開始しようとしており，また，田園都市内で，核を形成して吸収しようという計画もある。この可能性についての検討を行なうことにしよう。

1）田園都市線の概観

大井町（京浜東北線に接続）をターミナルとして，旗の台で池上線（五反田 — 蒲田間，東急電鉄）と，大岡山で目蒲線（目黒 — 蒲田間，東急電鉄）と，自由ケ丘で東横本線（渋谷 — 横浜・桜木町，東急電鉄）と，溝ノ口で南武線（立川－川崎間，国鉄）と，長津田で横浜線（八王子 — 横浜間，国鉄）といずれも交叉し，つくし野に至る主として，多摩丘陵地を横断して走る27.8㎞の鉄道である。（図4－7参照）

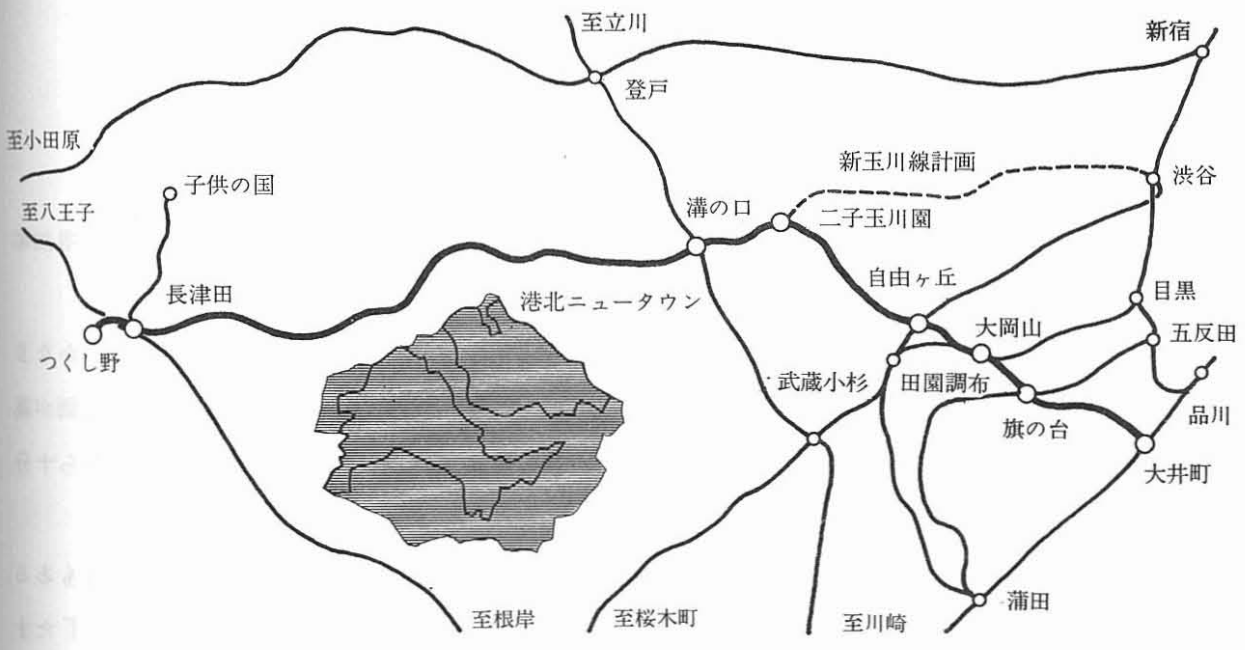


図4－7　田園都市線概略図

田園都市線が他の東京周辺の郊外電車と比して異なる点は，東京周辺の私鉄が，都心部に向って求心的に走り，いわゆる放射線状を示しているにもかかわらず，田園都市線では，これが横断状に走行しており，従って他の線路と交叉する形が多くなっていることである。

2）多摩田園都市の概略（その1）

東京周辺の地形をみると，丘陵地帯が2ケ所あることがわかる。一つは，村山貯水池のある狭

山丘陵であり，もう一つは，八王子から横浜にかけての多摩丘陵地帯である。

多摩田園都市は,この多摩丘陵のうち，上記，田園都市線の沿線に開発され，あるいは，今後開発を予定されている地域を指している。

面積は，世田ケ谷区の大きさに匹敵する４３００万㎡，将来の居住人口は，４０万人（新宿区の人口に匹敵）を計画している。ところで，この多摩田園都市の開発には，東急グループが電鉄を中心として，積極的に開発しており，これに土地分譲やアパート（東急では，いわゆる高級中層アパートを"ドイル"と呼んでおり，この他，高層アパートも建築している）の分譲を行なう不動産。住宅密度の高いところには，東光ストアーを出品させるという開発方式を進めている。

この地域の人口推移をみると

昭和３５年１０月	約２５,０００人
昭和３９年１０月	約３８,０００人
昭和４０年１０月	約５７,０００人
昭和４１年１０月	約６２,０００人
昭和４２年１０月	約７７,０００人
昭和４３年　２月	約９０,０００人

（東急電鉄調べ）

となっており，最近の７年間に３倍以上の増加を示し，年率３０パーセント程度の高い増加率である。

しかし,この地域が，予定通り４０万人程度の人口を吸引することができるかどうかは，かなり疑問視されなければならない。その理由として考えられるものは，一つには，すでに地価が高騰してきていることである。（これについては，後ほど詳細にみることにするが，駅から十分ほどの地区で，坪６万円位になっている）。

また，地質的にいって，ここでは大規模な集団住宅の建設が行なわれ難いという事情もある。

現在まで建設されている集団住宅は，これを日本住宅公団の場合を例にとってみると，「たまプラーザ」1,２５４戸，「青葉台団地」８２１戸があり，その他神奈川県住宅公社の「桜台団地」があるが，今後このような大規模な団地が建設されることは，あまり期待できなくなっている（註）

以上の二つの理由から，この地域での住宅建設は，東急を中心とした民間の住宅建築業者の建設にまつか，あるいは，土地購入者の自力建築に頼らざるを得なくなり，目標の計画人口に到達することは，困難かあるいは非常な，長期間を要するということになるであろう。

3） 多摩田園都市のセンター構成

図４－８は,多摩田園都市は概略図である。土地の開発方法は，いわゆる区整理方式（地主が土地を出し合って，道路を造り，整地する方式）によって行なわれ，大きく三つのブロックに分けられている。

§ 第一ブロック（４００万坪）　川崎市

このブロックのセンターとして，「鷺沼」が予定されており，都心および主要地への交通所要時間は次の通りである。

鷺沼 ⟶ 銀座	４３分（自由ケ丘経由）
鷺沼 ⟶ 東京	４９分（大井町経由）
鷺沼 ⟶ 渋谷	３４分（自由ケ丘経由）
鷺沼 ⟶ 横浜	４３分（長津田経由）
鷺沼 ⟶ 川崎	３０分（溝ノ口経由）

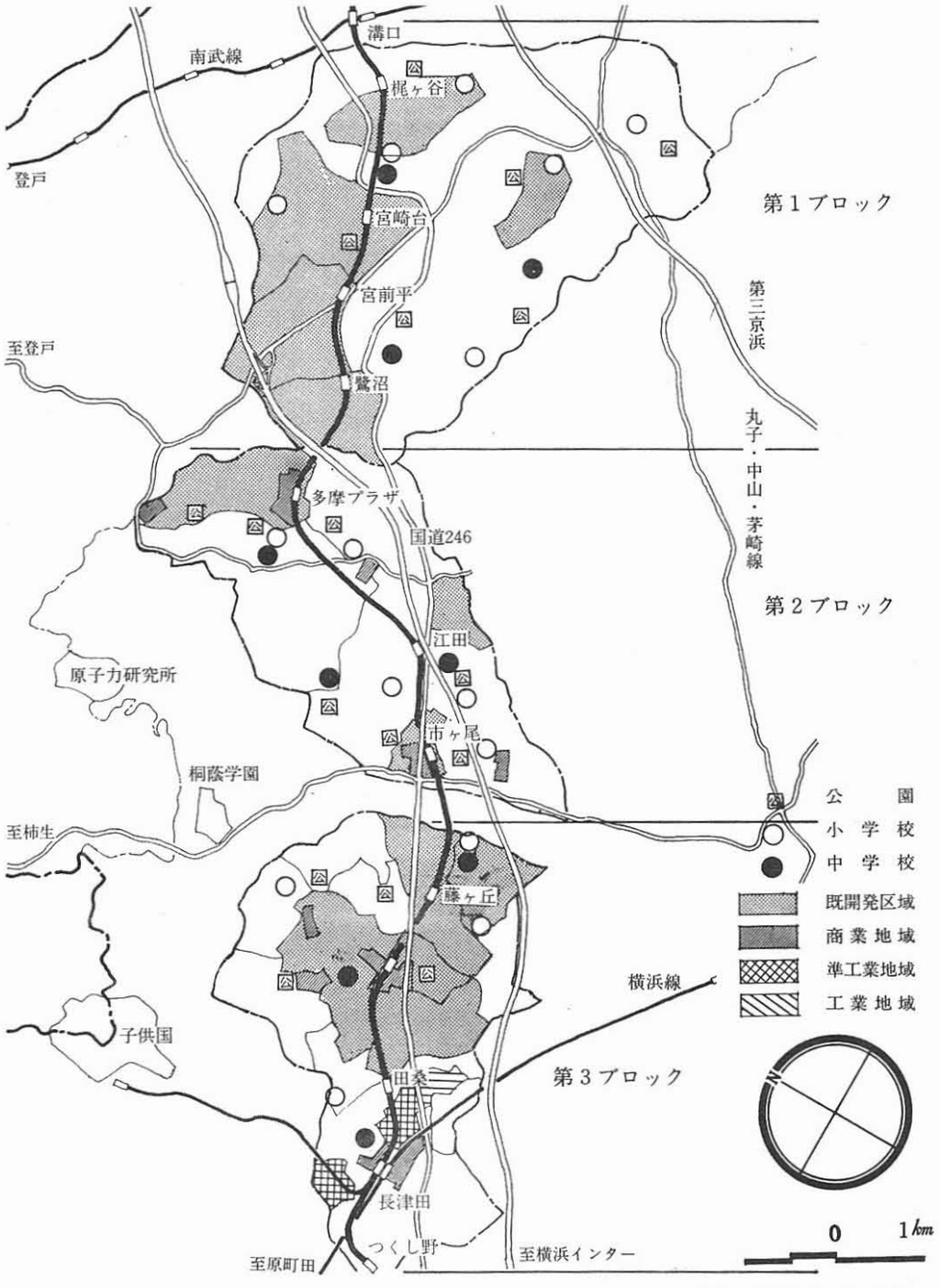


図４－８ 多摩田園都市の概略図

§ 第二ブロック（３００万坪）横浜市港北区

このブロックでは「たまプラーザ」がセンターとしての役割りを果しており，都心および主要地への交通所要時間は，次の通りである。

たまプラーザ	⟶ 銀座	４５分（自由ケ丘経由）
たまプラーザ	⟶ 東京	５１分（大井町経由）
たまプラーザ	⟶ 渋谷	３６分（自由ケ丘経由）
たまプラーザ	⟶ 横浜	４１分（長津田経由）
たまプラーザ	⟶ 川崎	３２分（溝ノ口経由）

またこの地区のうち，江田地区を大規模なオフィス街にしようという計画がある。

§ 第三ブロック（４００万坪）横浜市港北区

このブロックのセンターとして「青葉台」があり，現在この青葉台が沿線でもっとも，ショッピングセンターとしての機能が充実している。青葉台から，都心および主要地への交通所要時間は次の通りである。

青葉台	⟶ 銀座	５４分（自由ケ丘経由）
青葉台	⟶ 東京	６０分（大井町経由）
青葉台	⟶ 渋谷	４５分（自由ケ丘経由）
青葉台	⟶ 横浜	３２分（長津田経由）
青葉台	⟶ 川崎	４１分（溝ノ口経由）

その他，つくし野を中心にして，第四ブロックが形成されてきている。

4）商業核形成の可能性

田園都市での商業核の形成は，せいぜいコミュニティ・スタイルのものが限度で，さらに高次な，大規模な商業核の形成が不可能といった感が深い。

その理由の最大のものは，地価が高騰しすぎたことと，人口密度がそれほど高くないこと，および車による動線計画がなされていないことによる。港北ニュータウンが，車のアプローチを考慮した大規模な施設を建設するならば，かなり高い密度で，ここの居住者を吸引することが可能である。

4－3　必要スペースの算定

4－3－1　算出方法概要

港北ニュータウンは最終計画人口３０万人であり，従前の団地の様な感じではなく，一つの都市的単位としてみることが出来よう。また，港北ニュータウンの位置が横浜市の中心から約

１０㎞の地点にあり，横浜市の副都市的性格さえみられる。

港北ニュータウンの商業・業務施設の算定においては，上記のことを考慮して行なう必要がある。すなわち，通常の団地サイズで算定するのではなく，一つの人口３０万の都市単位として考え算定する。

算定方法としては次のようなものがある。

ⅰ）家計消費支出をベースとして考える方法

港北ニュータウンの商勢圏の需要額を推定し，港北ニュータウン商業核の吸収率（商業力）との関係を考慮して必要商業供給額を推定する。これと供給額に対する原単位必要売場面積との関係を用いて商業・業務施設のスペースを算定する。

ⅱ）類似都市の商業・業務施設の現況よりのスペース算定

港北ニュータウンと類似の都市を選定して，その施設の構成および規模を分析し，類似都市平均を用いてスペースを算定する。これは，海外の調査研究，たとえば，カンバーノールド.ニュータウンの施設計画に例を見ることができる。

ここでは，事業所統計，商業統計により，類似都市の施設の現況を分析するとともに，過去の調査結果を参考とし，総合的な観点から商業・業務施設の一基準を設定する。それをもってスペースを算定する。

ⅲ）都市比較法

港北ニュータウンの地理的位置と都市間の経済関係と似通った都市を選定する。これは上記とは多少異なり，二都市間の類似を見出して行なう。たとえば，港北ニュータウンと横浜市の繁華街あるいは東京の二都市間関係と類似しているものとして，立川市と新宿区の二都市を選定して，これの計量化を行なう。しかし，ここではこの手法を用いない。他の節にて，商業核の間の事例研究として現況を分析する。

他の方法としては，グラビィティモデルによる商業核間の力関係を計量化し施設スペースを算定する方法がある，しかしこの手法は，品目別施設スペースまで詳細には分析することが困難である。と同時に経済関係を分析し施設スペースを算出するにはモデル自体に問題がある。

また，施設のスペースを決定する諸要因を見い出し，計量モデルを作成する方法もある。以上の二つの手法はモデル自体にも，またデータにも諸問題がみられるため，ここでは用いない。

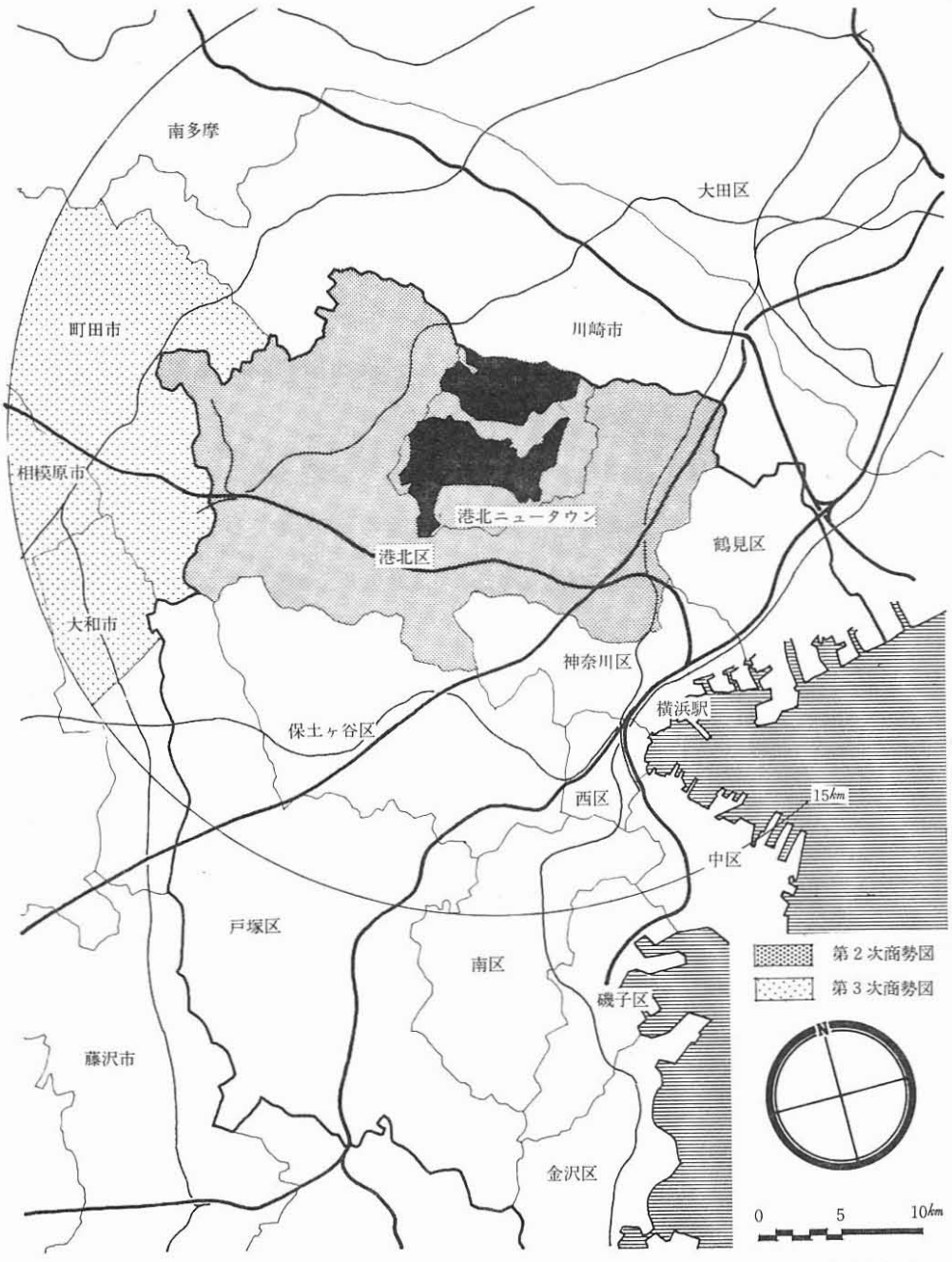


図４－９　港北ニュータウンの商勢圏分布図

４－３－２　家計消費支出をベースとしたスペース算定

商業施設は，大きく分けて卸売業関係と小売業関係とに二分類される。ここではまず小売業関係の店舗施設の売場面積と業務施設の必要面積を算出する。この両者を含む港北ニュータウン商勢圏内の潜在購買力を表わすものとして，港北ニュータウン商勢圏の家計消費支出ベースによるものがあげられる。

以下，この家計消費支出ベースによって小売業，業務関係のスペースを算定しよう。（ここにおける業務関係とは，洗濯業，理容業，病院，教育関係等のサービス業関係等を言う。）

消費支出分類を大きく，食料関係，住居関係，光熱関係，被服関係，雑費関係の五つに分けて，

スペース算定する。

i) 商勢圏人口

昭和60年の交 通網および現在の商業核，たとえば二俣川，横浜西口，川崎，東京等の規模を考慮すると，川崎市，鶴見区，保土ケ谷区等は港北ニュータウンの商業地域外にとられるであろう。

その結果，港北ニュータウンの商勢圏は，次の通りである。

第1次圏……港北ニュータウン内

第2次圏……港北区全域

第3次圏……相模原市，大和市，町田市の港北ニュータウンの中心より15㎞圏域（それぞれ，全市域の七分の二，十分の七，五分の四にあたる。）（図4－9参照）

過去の趨勢より昭和60年の商勢圏別人口と世帯数を推定すると，第1次商勢圏は，人口30万人，世帯数9万4千世帯であり，第2次商勢圏は，人口54万人，世帯数17万世帯，第3次商勢圏は，人口55万人，世帯数17万2千世帯である。

表4－5　商勢圏別人口

	昭和40年		昭和60年	
	世帯数	人口	世帯数	人口
	（世帯）	（人）	（世帯）	（人）
第1次商勢圏				
港北ニュータウン	——	——	93,750	300,000
第2次商勢圏				
横浜市港北区	63,355	235,046	169,690	543,000
第3次商勢圏	48,391	184,518	172,780	552,870
相模原市の1部	12,188	46,680	28,470	31,110
大和市の1部	12,464	45,494	34,130	109,200
町田市の1部	43,739	92,344	110,180	352,560

（註）① 第3次商勢圏は港北ニュータウン中心地より15㎞の地域

② 昭和60年の世帯数は1世帯当り人員3.20人をもって推計

表４－６　２０年後の三市の人口

		昭和３５年	昭和４０年	昭和４５年	昭和５０年	昭和６０年
東京	実数（千人）	9,683.8	10869.2	11,429.7	11,685.1	11,850.1
	①前期比		1.122	1.052	1.022	1.014
町田市	実数（人）	71,269	115,916	181,000	300,000	440,700
	②前期比		1.626	1.561	1.657	1.469
	②／①		1.449*	1.484	1.621	1.449*
神奈川	実数（千人）	3,443.2	4430.7	5,179.6	6,134.6	6,988.5
	③前期比		1.287	1.169	1.184	1.139
相模原市	実数（人）	101,655	166,377	233,000	280,000	318,920
	④前期比		1.637	1.400	1.202	1.139
大和市	実数（人）	40,975	64991	99,000	137,000	156,043
	⑤前期比		1.586	1.523	1.384	1.139
	④／③		1.272	1.198	1.015	1.000
	⑤／④		1.232	1.303	1.151	1.000

註）①　昭和３５年，昭和４０年は「国勢調査」による。

②　東京，神奈川の将来値は厚生省人口問題研究所の推定による。

③　町田市，相模原市，大和市の昭和４５年，昭和５０年の人口は町田市商工会議所の推定による。昭和６０年は日本リサーチセンターの推定による。

第３次商勢圏の人口，世帯数の推定は，次の三段階をもって行なった。

第１段階……東京都，神奈川県の人口を推定する。

第２段階……２０年後の東京都，神奈川県の人口から町田市，相模原市，大和市の人口を推定する。

第３段階……２０年後の町田市，相模原市，大和市の人口と，商勢圏域の市域に占める割合とをもって，商勢圏人口を推定する。

第１段階の東京都，神奈川県の２０年後の人口は，厚生省人口問題研究所の推定値を用いた。

第２段階の町田市，相模原市，大和市の将来人口については，昭和５０年の１０年後までは，町

田市商工会議所の推定値を用い，２０年後推定には，昭和５０年までの県と市の人口増加傾向の対比と，人口密度の趨勢を用いて行なった。

町田市人口推定── 各５年間の東京都の人口増加率と町田市のそれとの比率の傾向は年々増加しているが，昭和６０年には，人口密度から考え減少するものと思われる。都と市の比率は昭和４０年1.４４９となると推定されよう。

昭和60年の町田市の人口，世帯数は，４４０,７００人，１３７,７２０世帯となろう。

相模原市,大和市の人口推定 ──── 各５年間の県と市の人口増加率の比率の傾向は，両市とも町田市と異なり，減少傾向にある。この趨勢に従って減少すれば，昭和６０年には1.０００となるであろう。つまり，県平均と両市との増加傾向は同程度になるであろう。

２０年後の相模原市，大和市の人口，世帯数は，それぞれ３１８,９００人，９９,６６０世帯と１５６,０００人，４８,７５０世帯となるであろう。

ii) 消費支出の変化

(1) 店舗関係消費支出

この商勢圏内の６４８,１３０ 世帯（ 2,０７４,０００人）が，どのような消費行動をするかをみる前に，まず，家計消費支出のうち，どれほどが店舗関係（小売業関係のほかに業務施設関係も含む）の消費支出であるか，また時系列的観察を行なうならば，その変化がみられるか否かの検討を試みる必要があろう。

表４－７は，これを「家計調査」総理府統計局により人口５万以上の都市の全世帯についてみたものである。昭和４１年の店舗関係消費支出総額と店舗関係外消費支出との比率は，６８.９対３１.１であり，これを年次別にみると，２年間に店舗関係消費支出総額が（店舗関係＋店舗関係外）に対して２ポイント程度づつの減少傾向を示している。

しかし，昭和６０年までこの趨勢が継続するものとは考えられず，ミニマム・リミット(minimam limit)が存在するであろう。店舗関係消費支出総額係数〔(店舗関係消費支出総額÷(店舗関係消費支出総額＋店舗関係外消費支出総額)〕でのミニマム・リミットは６０％程度と考えられる。昭和６０年はその時点に相当し，店舗関係消費支出総額係数５７.９％と推定される。

この内訳の食料費,被服費は，現在と変らず，すべてが店舗で買い求められるであろう。光熱費・雑費はかなり店舗関係支出が減少し，それぞれ，２８.０％と２０.０％となる。住居費もやや減少するが，この中に自動車購入費も含入されていることもあり６０％のラインは割らないものと予想される。（図４－１０参照）

図４－10 店舗関係消費支出係数

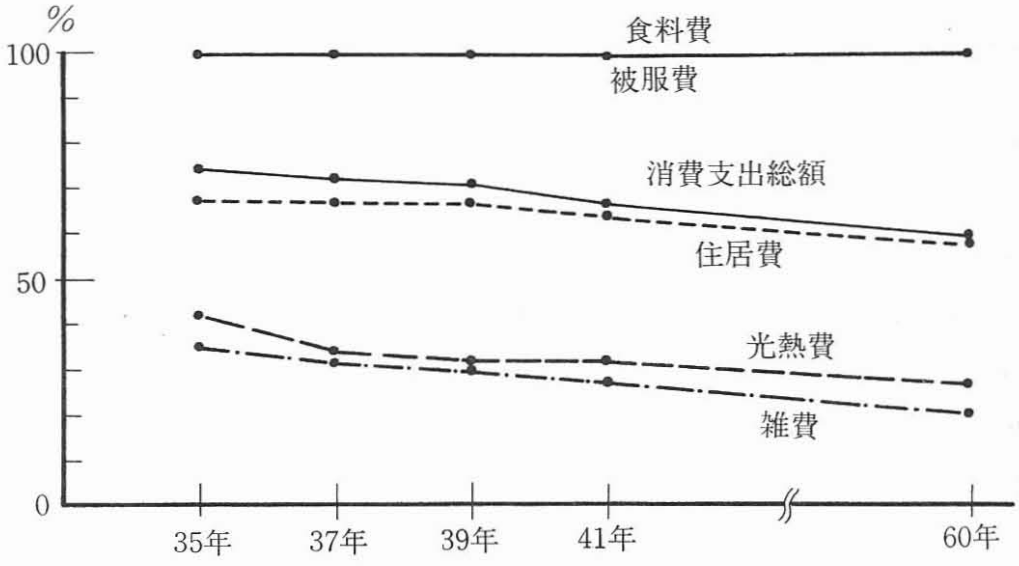


表4－7　店舗関係消費支出構成

単位　%　　人口5万以上の都市（全世帯）一世帯当たり家計

項目		昭35	昭37	昭39	昭41	昭60
店舗関係外消費支出係数（%）	消費支出総額	25.0	26.9	28.8	31.1	42.1
	内訳　食料費	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	住居費	31.6	31.5	31.8	33.3	40.0
	光熱費	58.8	64.0	67.4	68.0	72.0
	被服費	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	雑費	64.1	67.2	69.9	71.7	80.0
店舗関係消費支出係数（%）	消費支出総額	75.0	73.1	71.2	68.9	57.9
	内訳　食料費	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	住居費	68.4	68.5	68.2	66.7	60.0
	光熱費	41.2	36.0	32.6	32.0	28.0
	被服費	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	雑費	35.9	32.8	30.1	28.3	20.0

註1.　店舗関係消費支出係数

＝店舗関係消費支出額÷（店舗関係消費支出額＋店舗関係外消費支出額）

2.　各項の店舗関係外消費項目は

光熱費……電気，ガス代　　住居費……家賃，地代，水道料

雑　費……診療代，交通通信費，教育費，教科書代，聴取観覧料，補習塾月謝代，その他の月謝代，旅行費，信仰費，冠婚葬祭費，仕送金，負担金，損害保険料，贈与金，女中給料，こづかい，つきあい費

3.　昭和60年は日本リサーチセンター推定

資料；「家計調査」総理府統計局

(2)　20年後における家計消費支出

すでに1－2でふれたように，一人当り国民所得は昭和40年の26万円から，10年後には45万円に，さらに20年後には78万円と成長するであろう。このような中で，さらに経済的要因，社会的要因および価値観の変化が伴い，消費支出の伸びとその構造は大きく変化すると思われる。昭和50年，55年，60年の消費支出総額は，昭和40年の51,832円に対し，それぞれ，78,600円，103,500円，128,040円（昭和40年価格）となるであろう。これは，20年間に約2.5倍の増加である。昭和60年の消費構造の変化をみると，エンゲル係数は所得増大等の影響により，昭和40年の38.1%から10%減少して28.9%とな

る。住居費係数はモータリゼーションの進展等により，６％増加して１５.７％となる。雑費係数は，価値観の変化によるところが大きくて，５％増加の４１.０％となるであろう。（表４－８参照）

表４－８　　一世帯あたり１カ月の家計消費支出

人口５万以上の都市（全世帯）（円）

年	消費支出 総額	（内訳） 食料費	住居費	光熱費	被服費	雑費
昭40	51,832	19,738	5,157	2,389	5,916	18,632
	(1000)	(381)	(99)	(46)	(114)	(360)
42	61,091	22,855	6,424	2,730	6,725	22,858
	(1000)	(366)	(105)	(47)	(110)	(374)
50	78,600	25,545	10,847	3,380	8,174	30,654
	(1000)	(325)	(138)	(43)	(104)	(390)
55	103,500	31,775	15,215	4,451	10,661	41,400
	(1000)	(307)	(147)	(43)	(103)	(400)
60	128,040	37,004	20,102	5,378	13,060	52,496
	(1000)	(289)	(157)	(42)	(102)	(410)

註；昭和６０年は日本リサーチセンター推計

資料；「家計調査」総理府統計局

では，昭和６０年の店舗関係消費支出は，どれほどになるであろうか。

これを２０年後の店舗関係消費支出係数と家計消費支出係数とを用いて導き出すと表４－９の通り，店舗関係消費支出総額で７４,１３０円となり，現在の店舗関係外も含んだ全体の消費支出総額に相当する。これらより，商勢圏全体の１カ月あたり店舗関係消費支出を推定すると，

第１次商勢圏……（月間）　6,949.7 百万円

第２次商勢圏……（月間）12,579.1

第３次商勢圏……（月間）12,808.2

であり，港北ニュータウン商勢圏全体で３２３億円になる。これはあくまで，商勢圏人口全体の店舗関係消費支出総数である。

表4－9　昭和60年の一世帯あたり店舗関係家計消費支出

1カ月　(円)

	店舗関係消費支出総額	(内訳) 食料費	住居費	光熱費	被服費	雑費
昭60	74,130	37,004	12,061	1,506	13,060	10,499
	(100.0)	(49.9)	(16.3)	(2.0)	(17.6)	(14.2)

註）日本リサーチセンター推計

店舗関係家計消費支出＝家計消費支出×店舗関係消費支出係数

表4－10　20年後の店舗関係消費支出

(全世帯あたりの1カ月)(百万円)

消費別＼商勢圏	第1次	第2次	第3次	計
食料関係	34691	62792	63936	161419
住居関係	11307	20466	20839	52612
光熱関係	1412	2556	2602	6570
被服関係	12244	22162	22565	56971
教育・娯楽・雑用品関係	9843	17816	18140	45799
小計	69497	125792	128082	323371

註）商勢圏別店舗関係消費支出＝商勢圏別世帯数×1世帯あたり店舗関係消費支出

iii) スペース算定

(1) 港北ニュータウンでの購入係数

この商勢圏別店舗関係消費支出総額がすべて港北ニュータウンでの潜在購買力となるかと言えば，決してそうではない。たとえば，食料関係および光熱関係の購買は，圧倒的に住居地周辺で行なわれるであろうから，第3次商勢圏の相模原市，大和市，町田市の食料関係および光熱関係の消費支出は，港北ニュータウンでの潜在購買力と直接結びつかないであろう。これに対して住居関係および教養・娯楽関係は，商業核の特性に大きく左右され，遠くでも購買行動がみられるであろうから，第3次商勢圏の消費支出は，港北ニュータウンでの潜在購買力に，それほど大きくはないであろうが多少影響を及ぼすものと思われる。このような影響率をあらわすのが表4－11の「港北ニュータウンでの購入係数」である。

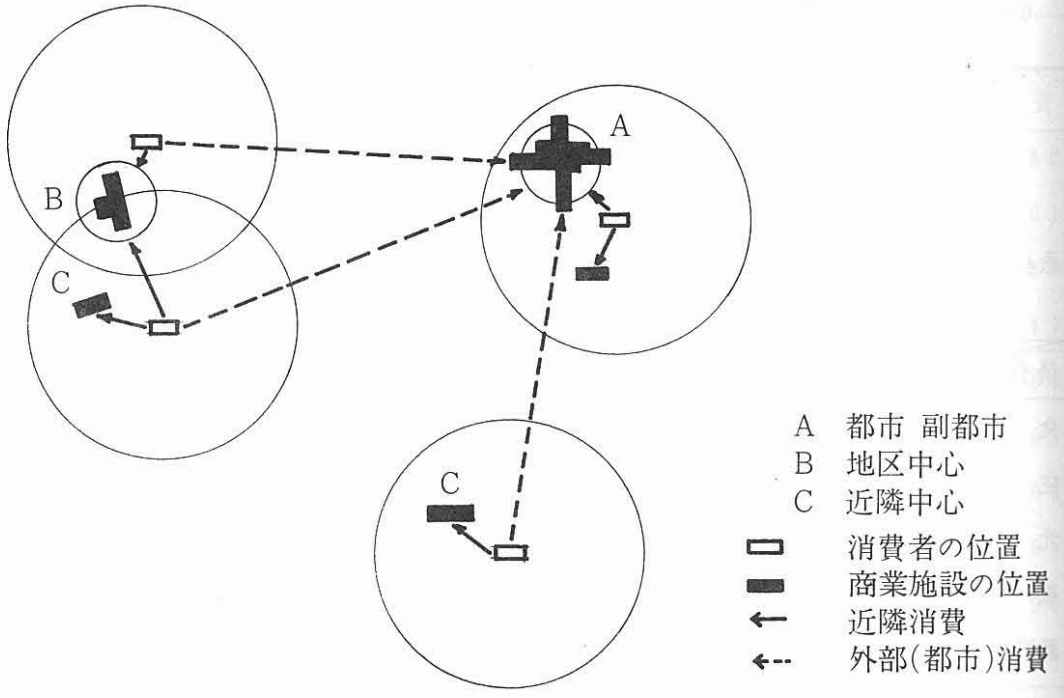
いわゆる，これは第1次商勢圏においては，近隣消費率（ある商品あるいはサービスに対する全消費のうちで近隣地で消費される割合）であり，第2・3次商勢圏においては，近隣消費外のうち港北ニュータウンのショッピングセンターで消費する割合である。

買入係数は，商勢圏人口とともに港北ニュータウンの商業力を大きく左右する。つまり，商業

施設の成立を決定する要因でもある。

では,購入係数に,言い換えれば近隣消費率に影響を及ぼす諸因子はどのようなものであろうか。

(a) 住居と商業地の関係位置



(b) 交通機関

(鉄道網，道路網)

(c) 住民の収入階層の位置

(収入階層が家計消費の内容に変化をもたらす)

(d) 住民の家族構成

(家事担当者の外出自由度の差)

(e) 主婦の職業の有無

(f) 地方的慣習や個人の嗜好や性格等

これらの5つがあげられるが(c)～(f)を分析し，港北ニュータウンの購入係数を算定することは困難であるため，主として住居と商業地の関係位置を分析して，購入係数を算定する。また，他の商業地は将来どの程度のショッピングセンターに発展するか。近隣中心はどこにどの程度成立するか，ニュータウンに設けられる商業施設の商勢圏とそれはいかに競合するかの問題も考慮に入れ算定する。

ここにおいては最高値と最低値とをもたせ，幅のある分析を進めている。それは購入係数を一つに決定する理由がきわめて少なく，段階をもたせた方が誤差の大なる危険性が少くないため

である。具体的な数値算定には，横浜西口と伊勢佐木町における買い物調査（３－２ 港北区の消費行動参照）と千里ニュータウンの近隣消費率（資料編参照）を基礎として行なったものである。

表4 -- 11　港北ニュータウンでの購入係数

（%）

項目＼商勢圏	第１次圏		第２次圏		第３次圏	
	最高	最低	最高	最低	最高	最低
食料関係	100	90	5	0	0	0
住居関係	70	60	60	50	10	5
光熱関係	100	95	5	0	0	0
被服関係	80	75	55	40	0	0
教養・娯楽雑用品関係	75	65	55	50	10	5

註）日本リサーチセンターの推計

(2) 売場面積と販売高

店舗関係消費支出額と港北ニュータウンでの購入係数により，商勢圏内の住民の港北ニュータウンでの年間潜在購買力が推定される。これは供給側の観点に立てば，年間販売額にあたる。その年間販売額に対する商店の売場面積はどれほど必要であるかを，検討するにあたり，まず，売場面積１㎡あたりの年間販売の推移を分析しよう。ここでは，ショッピングセンターの商業力を大きく左右する百貨店の単位面積あたり販売額の推移を代表としてみよう。

地域別のこの売場面積あたりの能率は，表４－１２のごとくである。昭和４１年における六大都市百貨店の１㎡あたりの販売額は４７万２千円であり，これに対して地方都市百貨店のそれは２６万８千円であって，前者は後者の1.8倍という大きさになっている。両地域間におけるこうした売場面積あたりの販売能率格差は概ね1.8対１ぐらいで，ここ数年来推移している。これは，売場面積１㎡あたり販売額の伸びの動向が

表４－１２　売場面積１㎡あたりの販売額（百貨店）

（千円，%）

	昭３５	昭３６	昭３７	昭３８	昭３９	昭４０	昭４１
六大都市百貨店	272	336 (123.5)	359 (106.8)	422 (117.5)	447 (105.9)	441 (98.7)	472 (107.0)
地方都市百貨店	149	172 (115.4)	188 (109.3)	214 (113.8)	233 (108.9)	248 (106.4)	268 (108.1)

（ ）の数値は前年比，
資料；百貨店販売統計（通産省）

六大都市百貨店と地方都市百貨店との間において基本的に大同小異であることによるものである。

地方都市百貨店と六大都市百貨店との間における販売格差の生じる要因は，第１に規模の差異（大規模化利益），第２に需要密度の差異（人口の稠密さ，所得の高さ），第３に売場面積の資本回転率の差異等である。

地域間格差は，六大都市内においてもみられる（表４－１３），このように，単位面積あたり販売額は，時系列的にも，地域間にも，大きな格差がみられる。これに加え，ここで推定しようとするもの品目別の単位面積あたりの販売額である。

品目別の時系列データは，分類上の変動（「商業統計」通産省の分類）がみられるため，推定が非常に困難である。

いわゆる，時系列分析も，クロス分析も，以上の事柄により行なわれがたい。

表４－１３　売場面積１㎡あたり販売額（百貨店）

（六大都市）　　万円

地域別＼昭和	３６年	３７年	３８年	３９年	４０年	４１年
東京	３９.６	４３.９	４７.８	４９.１	４６.３	４８.８
大阪	３１.９	３７.８	４３.１	４７.９	４９.４	５３.４
京都	２４.７	２９.４	３２.５	３３.２	３３.１	３６.８
神戸	２８.６	３４.３	４０.１	４１.５	４３.９	４７.４
名古屋	２３.５	２６.９	２９.８	３３.５	３４.８	２７.３
横浜	２７.２	２８.４	３０.９	３６.３	３６.７	３８.３
計	３３.６	３５.９	４２.２	４４.７	４４.１	４９.２

資料　通産省より

港北ニュータウン商業施設内の単位面積あたり販売額は，現在の東京都の従業員のある小売店の単位面積あたり販売額を用いた。この理由は次の通りである。

第1に，流通変革により，港北ニュータウンの商業施設は，現在の横浜市より東京都の販売能率に近くなると思われる。

第２に，現在，従業員のいる程度の規模が，昭和６０年時点では一般化するものと思われる。

表4－14　港北ニュータウンの売場面積1㎡あたりの年間販売額

項目	売場面積1㎡あたり年間販売額
	千円
食料関係	590.7
住居関係	468.1
光熱関係	392.8
被服関係	513.2
雑費関係	551.5

資料：昭和41年「東京の商業統計」より作成

(3) 売場面積の推定

商勢圏別店舗関係消費支出，購入係数および売場面積1㎡あたり年間販売額を用いて，商勢圏内住民の港北ニュータウンでの年間潜在購買力とその必要売場面積を推定すると次の結果となる。（表4－14参照）

表4－15　20年後の港北ニュータウンの年間潜在購買力

商勢圏	消費別	最高	最低
		百万円	百万円
第一次	食料関係	41,629.2	41,066.4
	住居関係	9,498.0	8,140.8
	光熱関係	1,694.4	1,609.2
	被服関係	11,754.0	11,019.6
	教養・娯楽雑用品関係	8,858.4	7,677.6
	小計	73,434.0	69,513.6
第二次	食料関係	3,768.0	0
	住居関係	14,736.0	12,279.6
	光熱関係	153.6	0
	被服関係	14,626.8	10,638.0
	教養・娯楽雑用品関係	11,758.8	10,689.6
	小計	45,043.2	33,607.2
第三次	食料関係	0	0
	住居関係	2,500.8	1,250.4
	光熱関係	0	0
	被服関係	0	0
	教養・娯楽雑用品関係	2,176.8	1,088.4
	小計	4,677.6	2,338.8
合計		123,154.8	105,459.6

註）潜在購買力＝港北ニュータウンでの購入係数×商勢圏別店舗関係家計消費支出

表４－１６　昭和６０年における港北ニュータウンの必要売場面積

	年間潜在購買力　百万円		必要売場面積　㎡	
	最　高	最　低	最　高	最　低
食料関係	45,397.2	41,066.4	76,853.2	69,521.6
住居関係	26,734.8	21,670.8	57,113.4	46,295.2
光熱関係	1,848.0	1,609.2	4,704.7	4,096.7
被服関係	26,380.8	21,657.6	51,404.5	42,201.1
教養・娯楽雑用品関係	22,794.0	19,455.6	41,330.9	35,277.6
合　計	123,154.8	105,459.6	231,406.7	197,392.2

（注）　算出方法

①　年間潜在購買力＝商勢圏別店舗関係消費支出（年間）×港北ニュータウンでの購入係数

②　必要売場面積＝年間潜在購買力÷売場面積１㎡あたり年間販売額

港北ニュータウンでの必要売場面積は次の通りである。

年間潜在購買力	必要売場面積
最高値……１２３,１５４.８ 百万円	２３１,４０７ ㎡
	（　２３.１　ha）
最低値……１０５,４５９.６ 百万円	１９７,３９２ ㎡
	（　１９.７　ha）

（売場面積推定のフローチャートと計算式　図４－１１，　表４－１７参照）

港北ニュータウンの必要営業面積，すなわち非営利面積＋売場面積は

最高値……２８９,２５８　㎡（延２８.９ ha）

最低値……２４６,７４０　㎡（延２４.７ ha）

となる。ここでは非営利面積が売場面積の四分の一必要であるという前提に立って推定されている。

図４－１１　〝必要売場面積〟推定のフローチャート

需要側

供給側

図４－11　〝必要売場面積〟推定のフローチャート

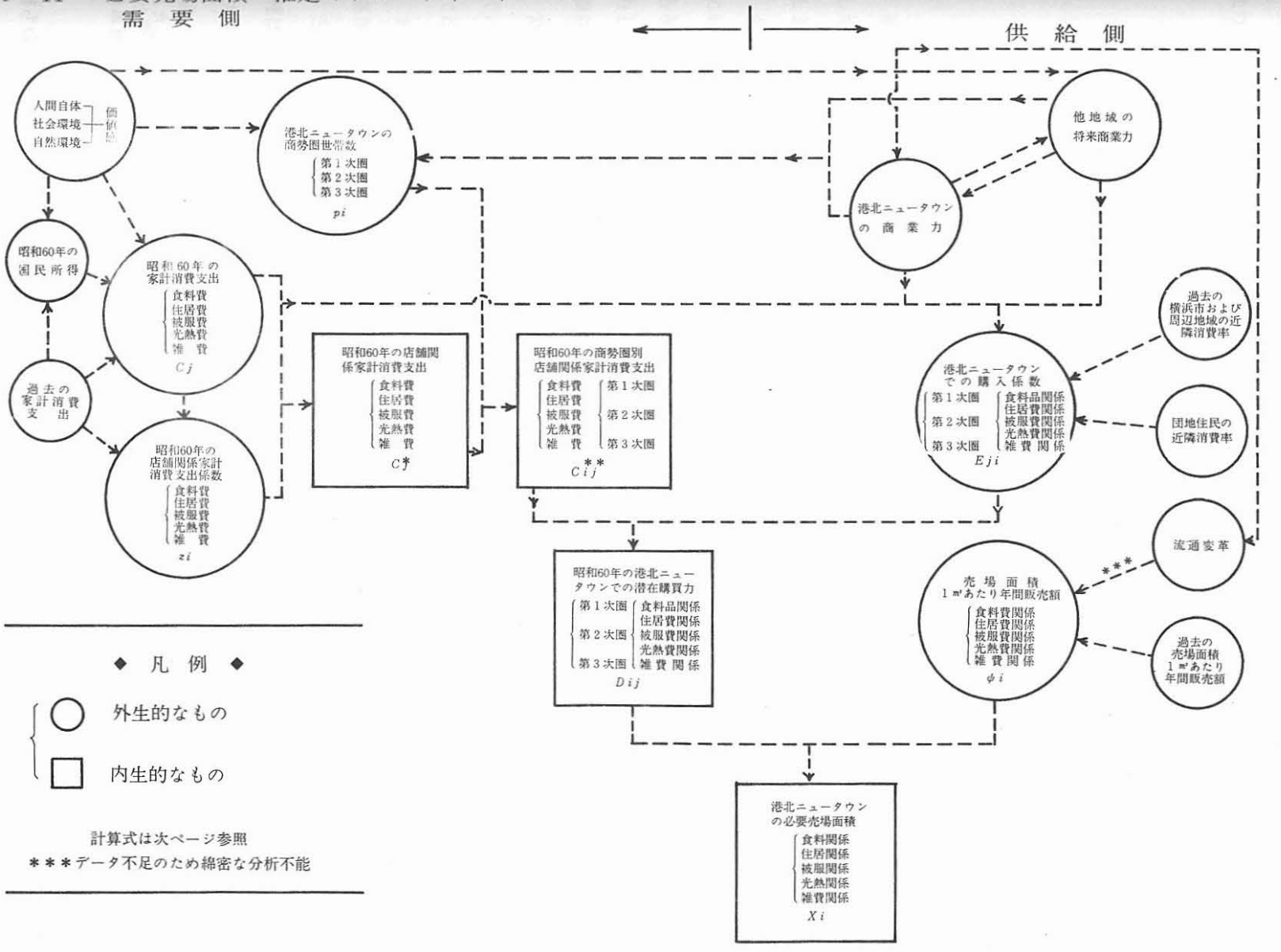


表4－17

スペース算定の計算式

$$[X_j]=[\sum_i D_{ij}]\left[\frac{1}{A_j}\right]$$

$$[\sum_i D_{ij}]=[E_{1j}][C^{**}_{j1}]+[E_{2j}][C^{**}_{j2}]+[E_{3j}][C^{**}_{j3}]$$

$$[C^{**}_{ij}]=[P_i][C^{*}_{j}]$$

$$[C^{*}_{j}]=[C_j][B_j]$$

行列説明

$[X_j]$	j列ベクトル
$[\sum_i D_{ij}]$	j列ベクトル
$\left[\frac{1}{A_j}\right]$	対角要素$\frac{1}{A_j}$の〔3，j〕対角行列
$[E_{ij}]$	j列ベクトル
$[C^{**}_{ji}]$	i列目がC^{**}_{ji}であり，他の列が0ベクトルである〔j,i〕行列
$[C^{**}_{iN}]$	〔i，j〕行列
$[P_i]$	対角要素がP_iである正方対角行列
$[C^{*}_{j}]$	j列がC^{*}_{j}である〔i，j〕行列
$[C_j]$	j列ベクトル
$[B_j]$	対角要素がB_jである正方対角行列
i	商勢圏第1次，第2次，第3次をあらわす
j	消費分類，食料費，住居費，被服費，光熱費，雑費をあらわす

記号は図4－11参照

4－3－3　小売関係施設のスペース算定

以上は家計調査ベースによる港北ニュータウンの商業・業務施設の必要スペースを推定したものである。ここでは，商業施設，特に小売業関係の中分類別施設のスペースを類似都市原単位法により推定しよう。

類似都市の選定基準として，人口規模（10～30万人）および都市立地の面，すなわち横浜繁華街，あるいは東京と港北ニュータウンの経済関係面の二基準を設けた。この二面において類似している都市を東京都市圏，中京都市圏，京阪神都市圏から33都市* を選び，それらの都市の商業施設，中でも小売関係の施設の現況を分析する。それをもとに人口30万都市の港北ニュータウンの小売業関係施設スペースを推定する。

(1) 類似都市の小売業の現状分析

33の類似都市を東京，中京，京阪神の三圏に分類し，各都市圏別の人口1万人あたり年間販売額の動きをみると表4－18

＊類似都市（各都市の経済的性格は資料編参照）

東京都市圏……川越　川口　浦和　大宮　市川　船橋　八王子　府中　調布　町田
（15都市）　平塚　鎌倉　藤沢　小田原　相模原

中京都市圏……大垣　豊橋　岡崎　一宮　豊田
（5都市）

京阪神都市圏……大津　岸和田　豊中　吹田　高槻　守口　枚方　茨木　八尾　寝屋川
（13都市）　明石　西宮　伊丹

の通りである。

東京都市圏の人口一万人あたり年間販売額が，他の中京，京阪神都市圏より大きな額を全体を通して示している。たとえば，小売業総平均では，東京都市圏1,219百万円，中京都市圏1,147百万円，京阪神都市圏876百万円である。

各業種内の各都市圏の動向は，それほど変らない。特に目立つところをあげれば，東京都市圏においては，野菜，果物小売業，燃料小売業，酒・調味料の販売額が高く，中京都市圏では，各種商品小売業の販売額が高い。京阪神都市圏では，他の都市圏より特に大きい業種はなく，むしろ低い業種がある。たとえば，呉服，服地，寝具小売業の人口一万人あたり36百万円，酒・調味料小売業の30百万円の年間販売額である

時系列の動きをみる際には，販売額を人口でデフレートし，人口一万人あたりに直したのみでなく，物価指数でデフレートする必要がある。しかしその相互の業種分類が不一致のため，ここではデフレートされていない名目値のままで使用した。

また，中分類の業種（たとえば，洋服小売業，鮮魚小売業の分類）は，調査時により多少分類基準が異なるため，時系列的には捉えられない。

三都市圏の大分類別業種の人口一万人あたり年間販売額の動きをみると，大きな増加傾向にある業種は各種商品小売業（衣，食，住にわたる商品を小売している業種），家具什器小売業（中で大きい伸びを示しているのが，家庭用機械器具小売業）である。織物，衣服身のまわり品小売業，飲食料品小売業も増加は示しているけれども，それほど大きな増加率ではない。その他の小売業（医薬品，化粧品小売業，燃料小売業等）は，増減傾向不明である。

表４－１８　人口一万人あたりの年間販売額　No. 1

（百万円）

項目	昭和	東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
総計	37年	1,603	3,024	1,240	1,675
	39年	2,122	3,609	1,220	1,992
	41年	2,704	4,692	1,850	2,503
卸売業	37年	801	2,324	501	914
	39年	1,119	2,932	653	1,210
	41年	1,485	3,546	975	1,596
40・41 一般卸売業	37年	772	2,340	501	903
	39年	1,137	2,935	653	1,218
	41年	1,485	3,546	974	1,596
小売業	37年	793	701	540	679
	39年	942	949	670	836
	41年	1,219	1,147	876	1,073
*43 各種商品小売業	37年	20	18	1	11
	39年	17	76	5	21
	41年	83	117	53	88
44 織物・衣服・身のまわり品小売業	37年	173	164	83	136
	39年	208	211	102	167
	41年	215	246	126	184
441 呉服服地・寝具小売業	39年	61	75	33	52
	41年	65	88	36	57
442 洋服小売業	39年	45	33	15	32
	41年	36	38	20	30
443 婦人子供服小売業	39年	23	41	15	23
	41年	45	49	20	36
444 くつ・履物小売業	39年	18	20	11	15
	41年	22	26	12	19
449 その他の織物・衣服身のまわり品小売業	39年	63	42	26	45
	41年	63	45	39	51
45 飲食料品小売業	37年	364	252	282	314
	39年	443	336	327	381
	41年	554	400	433	483
451 各種食料品小売業	39年	42	57	26	38
	41年	66	63	42	56
452 酒・調味料小売業	39年	100	57	63	79
	41年	108	69	30	90
453 食肉小売業	39年	24	12	17	19
	41年	38	28	37	36

註）3店舗以上を有する都市が極めて少ない。
項目の欄の数字は分類番号である。

表4 － 19　人口一万人あたりの年間販売額　No. 2

（百万円）

	昭和	東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
454 鮮魚小売業	39年	24	12	17	19
	41年	29	16	24	24
455 乾物小売業	39年	9	14	13	10
	41年	9	6	16	11
456 野菜・果物小売業	39年	49	40	31	41
	41年	58	38	39	48
457 菓子・パン小売業	39年	62	49	39	51
	41年	68	59	53	61
458 米穀類小売業	39年	79	59	65	70
	41年	91	84	79	85
459 その他の飲食料品小売業	39年	75	29	48	58
	41年	85	37	63	68
47 自転車・荷車小売業	37年	5	7	4	5
	39年	8	15	5	8
	41年	8	13	7	8
48 家具・建具・什器小売業	37年	95	97	70	86
	39年	130	127	92	114
	41年	134	151	108	126
481 家具・建具・畳小売業	39年	29	33	19	26
	41年	40	45	27	36
482 金物・荒物小売業	39年	27	18	18	22
	41年	27	19	18	22
483 陶磁器・ガラス具小売業	39年	3	2	2	3
	41年	5	4	2	4
484 家庭用機械器具小売業	39年	43	72	32	43
	41年	62	66	70	64
*489 その他の什器小売業	39年	X	X	X	X
	41年	X	2	X	X
49 その他の小売業	37年	131	140	96	119
	39年	79	136	79	88
	41年	195	220	150	181
491 医薬品・化粧品小売業	39年	34	37	33	34
	41年	39	47	40	40
493 燃料小売業	39年	25	14	11	18
	41年	34	19	11	23
494 書籍・文房具小売業	39年	37	35	28	33
	41年	55	42	41	47

註）＊ 3店舗以上を有する都市が極めて少ない。　Xは百万円未満。
項目の欄の数字は，分類番号である。

ロ) スペース算定

これらの類似都市の小売業の規模と動向をもとに，港北ニュータウンの小売業施設必要スペースを算定しよう。

スペース算定を行なうにあたって以下の三点を前提条件とすることが出来よう。

i) 年間販売額は，商勢圏人口に基づく。

1都市の年間販売額は，その行政区域人口にのみ基づくものでなく，その商勢圏人口にも基づく広範囲なものである。

よって，行政区域人口でデフレートした年間販売額の大きさは，その都市の需要力のみならず，商勢圏の広さも物語っている。

ii) 昭和60年の人口一万人あたり年間販売額は，現在の2.470倍となる。

本来ならば，過去の趨勢と20年後の価値観および物的生活の豊かさを考慮して，年間販売額の伸びを予測すべきである。しかし，過去の趨勢が，業種によっては，はっきりと増減傾向を示しているが，大半は，特に中分類となると分類基準も問題化して，増減傾向が不明確である。そのため，4－3で行った家計消費支出の20年後の伸び，いわゆる現在の2.470倍を用いた。その伸びを用いた理由は，小売業の年間販売額の源泉が，家計消費支出の店舗関係に関する消費支出にあることによる。

iii) 港北ニュータウンの人口一万人あたり年間販売額は，類似都市の総平均である。

類似都市の選定を，港北ニュータウンの人口規模と経済的都市立地とに基づいたことにより，その類似都市の総平均は港北ニュータウンの平均的なものを表わしていると言っても良いであろう。よって，港北ニュータウンの人口一万人あたり年間販売額は，類似都市の総平均で代表されよう。

これをもとに，港北ニュータウンの小売関係施設のスペースを算定する，その算定方法は次の通りである。

$$\text{港北ニュータウンの小売関係必要売場面積（m²）} = \frac{\text{港北ニュータウンの年間販売額}}{\text{売場面積1m²あたりの年間販売額}}$$

港北ニュータウン（30万人口）年間販売額

＝類似都市の昭和60年人口一万人あたり年間販売額×30

類似都市の昭和60年人口一万人あたり年間販売額

＝昭和41年人口一万人あたり年間販売額×2.470

これを用いた結果は

	年間販売額（百万円）	必要売場面積（㎡）
小売関係全体……		156,041
各種商品小売関係……	6,510	11,383
織物・衣服・身のまわり品関係……	13,620	26,539
飲食料品小売関係……	35,790	60,589
自転車・荷車小売関係……	600	2,943
家具・建具・什器小売関係……	9,330	19,932
（自動車関係）……		10,000）
その他の小売業関係……	13,410	24,655

（表4－20参照）

註（ ）内の数値は，商業統計ベースに含まれない小売業の自動車販売関係である。

家計消費支出ベースと上記の商業統計ベースとの間の住居関係の大きな差異は現在地元外購入が多いことによる。今後は地元購入が増加するであろう。

（例）	品物買物先	（地元）	（デパート）	（その他）
	大型買物先 ------	31.3	20.3	48.6％
	洋服・洋品 ------	40.8	53.7	5.5％

である。非営利面積を含めると，すなわち必要営業面積は195,051.3㎡（20ha）である。

この港北ニュータウンの小売関係必要売場面積は，ただ単に住民人口30万人に対して必要なスペースでなく，前提条件（ｉ）で述べたごとく，全商勢圏を考慮しての昭和60年時点でのスペースである。（表4－20参照）

表4 －２０　港北ニュータウンの年間販売額と必要売場面積

産業分類	人口１万人当りの年間販売額		売場面積１㎡当りの	港北ニュータウン（人口30万人）	
	昭和４１	昭和６０①	年間販売額③	年間販売額	必要売場面積
	百万円	百万円	千円	百万円	㎡
小売関係	1070	2642		79260	146041
4 各種商品小売関係	88	217	571.9	6510	11383
44 織物衣服身のまわり品小売関係	184	454	513.2	13620	26539
441 呉服服地寝具小売	57	141	543.3	4230	7786
442 洋服小売	30	74	463.9	2220	4786
443 婦人子供服小売	36	89	566.2	2670	4716
444 くつ履物小売	19	47	502.3	1410	2807
449 その他の織物衣服身のまわり品小売	42	103		3090	6444
45 飲食料品小売関係	483	1193	590.7	35790	60589
451 各種食料品小売	56	138	523.3	4140	7911
452 酒調味料小売	90	222	659.2	6660	10103
453 食肉小売	36	89	644.4	2670	4143
454 鮮魚小売	24	59	486.9	1770	3635
455 乾物小売	11	27	576.5	810	1405
456 野菜果物小売	48	119	506.3	3570	7051
457 菓子パン小売	61	151	485.5	4530	9331
458 米穀類小売	85	210	893.4	6300	7052
459 その他の飲食料品小売	72	178		5340	9958
47 自転車荷車小売関係	8	20	203.9	600	2943
48 家具建具什器小売関係	126	311	468.1	9330	19932
481 家具建具畳小売	36	89	249.1	2670	10719
482 金物荒物小売	22	54	351.4	1620	4610
483 陶磁器ガラス具小売	4	10	365.4	300	821
484 家庭用機械器具小売	64	158	770.5	4740	6152
*489 その他の什器小売	X				
49 その他の小売業関係	181	447	543.9	13410	24655
491 医薬品化粧品小売	40	99	478.3	2970	6210
493 燃料小売	23	57	392.8	1710	4353
494 書籍文房具小売	47	116	639.4	3480	5443

註）①２０年間の伸び率を家計消費支出の伸び（2.470倍）と同一と仮定

②昭和４１年「商業統計表」通産省

③昭和４１年「東京の商業」東京統計協会より作成

④＊３店舗以上を有する都市が極めて少ない，Xは百万円未満

ここでスペース算定に使用した売場面積1㎡あたり年間販売額について検討してみよう。

小売業の年間販売額および販売能率と関係の深い家計消費支出総額と単位面積あたりの年間販売額とについて過去6年間の推移を考慮すると，昭和35年から昭和41年の6年間に家計消費支出総額(人口5万人以上の全世帯）が実質で263％増加したのに対して，単位面積あたり年間販売額（全国）は20.5％の増加である。この両者の比率，すなわち家計消費支出に対する単位面積あたり年間販売額の弾性値は0.779（$=\frac{0.205}{0.263}$）である。(表4−20−2参照)

この弾性値が今後20年間においても一定であるという仮定に立って昭和60年の単位面積あたりの年間販売額（全国）を推定すると，小売業平均で現在の24万円に対して51万円になる。

その推定方法は，20年後の家計費支出128千円の20年間の伸び，1.470と弾性値0.779から，昭和60年までの20年間の単位面積あたり年間販売額の伸び率1.145と推定して求める。

表 4−20−2

家計消費支出総額と売場面積1㎡あたり年間販売額

		昭和35年	昭和41年	昭35〜41年増加比	昭和60年	20年後の増加比
家計消費支出（円）人口5万以上全世帯	名目	31,276	56,097			
	実質	42,265	53,375	0.263	128,040	1.470
小売業売場面積1㎡あたり年間販売額（全国）（万円）	名目	14	24			
	実質	19	23	0.205	51	1.145
消費者物価指数 昭和40年=100.0		74.0	105.1			

註）実質は昭和40年価格

家計消費支出に対する単位面積あたり年間販売額の弾性値は$\frac{0.205}{0.263}$=0.779である

20年後の港北ニュータウン商業施設の業種別売場面積1㎡あたり年間販売額を推定するにあたり大きく二つの問題点がある。

i）業種別の単位面積あたり年間販売額を推定する際に必要な時系列分布が，統計上困難である。（時点ごとに分類区分異なる）

ii）それと同時に，業種別時系列推定方法が困難である。(単位面積あたり年間販売額におよぼ

す各業種ごとの要因をみいだすことが困難等による）

iii) 港北ニュータウンと類似している都市を一つ選ぶことが困難である。（類似都市を２０程度挙げ，それを分析することはこの分析においてはあまり意味がない）

以上のことを考え合せ，港北ニュータウンの業種別単位面積あたり年間販売額として，昭和６０年の全国ベースの単位面積あたり年間販売額５１万円をやや上回り，都心的性格をもっている現存の都市の単位面積あたり年間販売額を用いた。

その年間販売額として東京都の従業員のいる商店の平均を用いた。（東京都を用いた理由は，家計調査ベースにおけるスペース算定の節を参照）

港北ニュータウン商業施設の売場面積１㎡あたり年間販売額は，小売業全体平均で５４.８万円となろう。

（なお，全国の単位面積あたり年間販売額の推多については，資料編参照）

４－３－４　事業所関係施設のスペース算定

事業所関係施設（業務施設）のスペース算定を，小売関係施設のスペース算定と同様に，類似都市原単位法を用いる。

小売関係施設の業種等の基準が「商業統計」総理府統計局であるのに対して，ここでは「事業所統計」総理府統計局を基準とした。

事業所関係施設とは，金融保険業，不動産業，運輸通信業，電気・ガス・水道業，サービス業，飲食店関係をいう。（詳細は表４－２２参照）

類似都市原単位法に必要な類似都市の選定基準は，小売関係施設の際と同じ基準であり，同都市を用いる。すなわち，人口規模および経済的都市立地を選定基準とし，東京都市圏，中京都市圏，京阪神都市圏から類似都市を３３市設定する。

この３３都市の事業所関係施設の現況と過去および将来の趨勢を分析する。それに加えて，これまでの施設に関する種々の調査を考察する。このような総合的な分析を施して後に，事業所関係施設のスペースを算定する。

類似都市の３３市の事業所施設の現況を分析する指数，いわゆる施設のスペース算定の基準となるものとしては，施設の規模を表示する従業員数の人口でデフレートした指数を用いる。算定基準として，事業所数も考えられるが，事業所関係施設では，同業種内でも１事業所数あたりの面積の大きさに格差があるため，事業所数は用いず，従業員数を用いる。

業種別の人口１０万人あたりの従業員数の現状をみると，一番大きい値を示しているのが，業種の性質上，医療保険業，対事業所サービス業，理髪理容業関係である。三都市圏はともに同様の値を示し，いずれも特に目立ったものはない。

施設スペース算定の前提条件として

i) 従業員数は，商勢圏人口に対して成り立っている。

各業種の従業員数は，その都市の行政区域人口にのみ対しての規模でなく，商勢圏人口に対し

てである。

ii) 港北ニュータウンの人口１０万人あたり従業員数は，類似都市の総平均である。

これは,類似都市の３３都市は，港北ニュータウンの人口規模および経済的都市立地と類似しているものを選定したことによる。

これに基づいてスペース算定を行なう。その算定方法は，次の通りである。

$$\text{港北ニュータウンの必要施設面積} = \frac{\text{港北ニュータウンの従業員数}}{\text{従業員１人あたりの施設面積}}$$

$$\text{港北ニュータウンの従業員数} = \text{類似都市の１０万人あたり従業員数} \times 30$$

表４－２１　　３０万人あたりの店舗必要施設面積

項　　目	３０万人当りの従業者数（人）	従業員一人当りの平均施設面積(m^2)	必要施設面積(m^2)
H　金融保険業	2,755.2	60	165312
I　不動産業	824.7	60	4,9482
J　運輸通信業	4,017.9	60	24,1074
K　電気・ガス・水道業	433.5	60	26010
L　サービス業	8,219.4		
80 旅館，貸間，下宿，その他の宿泊	615.9	60	36954
81 対個人サービス業	2,790.6	60	167436
83 対事業所サービス業	743.1	60	44586
84 自動車修理ガレージ業	774.3	60	46458
85 その他の修理業	229.2	60	13752
861 映画館	101.7	300	30510
88 医療保健業	2,028.1	60	121680
89 法務	486	60	2916
90 教育	1,424.7	60	85482
91 宗教	378.9	60	22734
92 他に分類されないサービス業	528.6	60	31716
93 非営利団体	709.2	60	42552
94 その他のサービス業	135.6	60	8136
46 飲食店	3,197.7	84	268607

註）　従業員一人あたりの平均施設面積は，日本住宅公団「多摩ニュータウン計画」の事例を用いた。
項目の数字は，分類番号である。

その結果は，次の通りである。（表４－２１参照）

必要施設面積

金融保険業関係 …… 16,531.2 m^2

不動産業関係 …… 4,9482

運輸通信業関係 …… 24,1074

電気・ガス・水道業関係 …… 2,601.0

サービス業関係 …… 75,491.2

飲食店関係 …… 26,860.7

詳細の業種については，表４－２２を参照のこと

表4－22　　人口１０万人あたりの従業員数　（昭和４１年）

（人）

項目	東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
H 金融保険業	8854	1,1803	8558	9184
50 銀行信託業	2355	2439	1646	2089
I 不動産業	2550	1666	3396	2749
J 運輸通信業	1,2138	1,6820	1,3523	1,3393
K 電気・ガス・水道業	1373	2464	1136	1445
L サービス業	37736	4,2368	35097	37398
80 旅館，貸間，下宿その他の宿泊	1600	1641	2735	2053
801 旅館	998	1413	1877	1407
81 対個人サービス業	8968	1,1215	8952	9302
811 洗濯業	2399	2210	2129	2264
813 写真業	742	329	291	502
814 理髪理容業	4779	5796	4369	4771
815 浴場業	752	640	924	803
83 対事業所サービス業	1966	5292	1984	2477
84 自動車修理ガレージ業	2212	3752	2556	2581
85 その他の修理業	713	930	758	764
86 映画業	1995	470	304	1098
862 映画館	349	470	276	339
87 娯楽業（映画を除く）	4267	3030	2788	3497
88 医療保健業	6677	6270	7045	6760
881 病院	3520	2726	3831	3561
89 法務	153	230	145	162
90 教育	5622	3484	3843	4749
906 特殊学校	（27）	－	－	（18）
907 各種学校	845	1070	593	780
91 宗教	1006	1957	1292	1263
92 他に分類されないサービス業	1822	1962	1615	1762
93 非営利的団体	2631	1301	2465	2364
94 その他のサービス業	556	836	184	452
46 飲食店	1,1833	1,1475	8953	1,0659
460 食堂・レストラン	2492	3042	2829	2706
461 料理かっぽう店	1367	1457	698	1117
462 中華料理店	1648	452	345	954
463 そば・うどん店	1045	847	763	902
464 すし屋	1113	1062	1031	1073
465 酒場	968	899	627	823
468 喫茶店	908	1063	1115	1013

資料；「事業所統計」　通産省

4－3－5　卸売業の施設面積

港北ニュータウンの商業施設として卸売業をみる場合，3－1に記述した通り，生鮮食料品卸売業が中心となるであろう。

(1)　ニュータウン内の仕入れ年間販売額

ここでは，生鮮食料品卸売業と生鮮食料品以外の卸売業とに二分類して，施設面積を推定しよう。

港北ニュータウン内の小売業の年間販売額793億円に対して，どれほどの卸売業が必要であろうか。言い換えれば，小売業年間販売額100のうち，港北ニュータウン内の卸売業（地元の卸売業）から何パーセント仕入れ，他の卸売業から何パーセント仕入れるであろう。横浜市の小売業を事例にとってみると，生鮮食料品については，県内（地元）仕入れが80%，生鮮食料品以外のものについては，県内（地元）仕入れが46.2%である。

表4－23　横浜市小売業の商品別仕入れ先の割合

産業分類	年間販売額	県内	県外
生鮮食料品	100.0	79.1	20.9
（食肉）			
（鮮魚）			
（野菜・果物）			
生鮮食料品以外	100.0	46.2	53.8
非生鮮食料品			
（衣料品）			
（家具什器）			
（医薬品・化粧品）			
（そ他）			

註）　法人および常時雇用従業者を使用している個人商店について

港北ニュータウンの小売業が，ニュータウン内で仕入れる比率を横浜市の県内仕入れ比率と同値であると仮定する。

この仕入れ比率は，流通変革，政策的なものにより，今後かなり変化していくものと思われる。横浜市の卸売業が，現行のまま進められていくとするならば，上記の仮定は成立するであろう。

これを用いて，港北ニュータウンの小売業のニュータウン内で仕入れる年間販売額は，次表の通りである。

表4－24　港北ニュータウンの小売業のニュータウン内仕入れ年間販売額

産業分類	年間販売額	ニュータウン内仕入れ
生鮮食料品	8010 百万円	6,335.91 百万円
生鮮食料品以外	71,250	32,917.50

(2) 施設面積の算定

ニュータウン内仕入れ年間販売額，生鮮食料品６３.４億円，生鮮食料品以外３２９.２億円の需要をみたすためには，どれほどの商店数と施設面積が必要であろうか。

卸売業1商店あたり年間販売総額は,東京都の従業員のいる商店の状況を用いた。これは，家計調査ベースの際と同様の理由，つまり２０年後の港北ニュータウンの卸売業程度の販売能率となると仮定されるであろうことによる。

表4－25　1商店あたり年間販売額　（卸売業）

産業分類	商店数	年間販売額	1商店あたりの年間販売額
	店	百万円	百万円
生鮮食料品	2,993	590,814	19740
生鮮食料品以外	14,085	4,883,407	34671

資料；「東京の商業」　東京都

1商店あたり面積を産業分類別に算出することは，過去のデータが不足しているため不可能である。ここでは，卸売業全体の平均を用いた。1店舗あたり面積を１２２.１m^2と推定した（多摩ニュータウンの事例より推計）。

港北ニュータウン内の仕入れ年間販売額と1商店あたり年間販売額，面積より，港北ニュータウン卸売業の施設面積を算出した結果が表4－26である。

ここで一つの問題がある。それは，小売業の年間販売額と卸売業の年間販売額との一致の問題である。小売業の年間販売額は，卸売業のそれに，さらに商業マージンと運賃が加算された値である。商業マージンと運賃とは，非常に推計が困難であると同時に，それは今後流通変革により減少していくものであろうことにより，面積の推定では両者の年間販売額が一致するという仮定に立って行なった。

表4－26　港北ニュータウンの卸売業施設面積

産業分類	商店数	面積
	店	m^2
生鮮食料品	32	3,907
生鮮食料品以外	95	11,600

註）駐車場を含んでいないため，やや小さく推定されている。

現状のまま続くと仮定した数字であり，流通変革により今後大きく変化するものと思われる。また，卸売業は政策により，かなり変化する要因を含んでいる。

算出方法

施設面積＝商店数×1商店あたり施設面積

商 店 数＝港北ニュータウン内仕入れ年間販売額÷卸売業の1商店あたり年間販売額

港北ニュータウン内仕入年間販売額＝港北ニュータウンの小売業年間販売額×地元仕入比率

4－4　施設別の算定

4－4－1　買物動線と商品分類

買物動線は次のように考えることができる。

- 買物動線
  - 日常買物動線 ―― 基礎的消費財
  - 非日常的買物動線 ―― 随意的消費財

〔参　考〕

- 最寄品
- 買廻品
  - } 消費者行動に着目しての分類
- 専門品・その他 ―― 供給条件に着目しての分類

4－4－2　商品分類と関連して考察すべき店舗形態

商業核を構成する要素としての店舗がどんな形態であるかは，広義の立地因子によって決定される。いわゆる自然発生的な商業集積において，その法則性＊が見出される。ところで，都市計画，ないし，地域計画の一環として，港北ニュータウンの場合のように，政策的に立地因子をある程度，変えうるような場合には，その法則性を活用して，商業核を構成すべき主要な店舗の形態とその構成を事前に決定，実施することが可能である。このような観点から，ここでは，要素としての店舗形態について，次の分類基準を採用することとする。

- 要素としての店舗形態
  - 百　貨　店＊＊
  - 量　販　店
  - 専　門　店
  - そ　の　他（主としての生業店）

＊類似都市における商業，とくに小売業の形態別店舗数参照（ data で実証）

表4－27　都市類型別ショッピングセンターとデパートとの関係（単位は実数）

人口	A			B			C			D			E			F			G			合計		S/D
	市名	S	D	市名	S	D	市名	S	D	市名	S	D	市名	S	D	市名	S	D	市名	S	D	S	D	
20万人～40万人	富山	1	2	旭川	5	2	姫路	4	2	宇都宮	2		函館	1	2	福島	1	3	宮崎	2	2			
	静岡	1	2	千葉	3	3	倉敷	1	1	高知	2	2	秋田	3	2	浦和	3							
	豊橋	2	1	新潟	3	3	福山	1	1	大分	2	1	長野		2	佐世保		1						
	墨田区	2		金沢	7	2	四日市	2	2	鹿児島	1	3	吹田	1										
	豊島区	3	4	岐阜	3	2							下関	2	1									
	中野区	2		清水	1								大宮	2										
	新宿区	5	5	西宮	2								小樽	1	3									
	渋谷区	3	1	岡山	3	1																		
	目黒区	3		呉	1																			
	台東区	2	2	徳島		2																		
	港区	3		高松		1																		
				大牟田	1	1																		
	小計	27	17		29	17		8	6		7	6		10	10		4	4		2	2	87	62	1.4

（註）S：ショッピングセンター　　D：デパート

S/D：デパート1店に対するショッピングセンターの店数

都市類型：AおよびBは一般的総合都市，Cは工業，Dは商業，Eは交通，Fは公務サービス業，Gは観光に，それぞれ特化している都市。おおむね10万人に1店の割りで百貨店がある。

** いわゆる月賦百貨店といわれるものは，この分類では表面化しない。

その理由は「月賦」は要するに店舗形態ではなく，「売り方」とくに「代金回収方式」に着目した分類であるからである。したがって，月賦販売百貨店といわれるようなものは実質的には，百貨店か，（専門店か）のいずれかに分類されることとなる。

またV・C（ボランタリー・チェーン），F・C（フランチャイズ・チェーン），R・C（レギュラー・チェーン）等のいわゆるチェーン組織は，要素としての各店舗の組み合せ，ないしは結合組織であるため，この分類には表面に出てこないのは当然である。

4－4－3　商品分類に関して考察すべき，その他の分類基準

商品そのものに着目した分類基準として：――

イ）　流通経路

ロ）　商品の素材

ハ）　商品の生産方式

ニ）　ブランド

消費者のビヘイビアに着目した分類基準として：――

イ）　購買動機

ロ）　購買距離

ハ）　購入主体と購入対象（パーソナル商品とファミリィ商品）

購入者＝需要者　　購入者＝主婦（家族の為に買う）

ニ）　のれん（店格，ストア　ロイヤリティ）

ホ）　ブランド

これらのうち「のれん」「ブランド」については店舗形態と消費支出のパターンとの間に，ほぼ下表のごとき関係が経験的に成立している。このことは「政策的」見地から計画された商業核の成立条件を考慮する際に重要であると思われる。

表４－２８　　三つの基準*による商品分類の組み合せ

②要素としての店舗形態	①消費支出に関連した分類		③のれん・ブランド有意性		
	基礎的消費財	随意的消費財	のれん有意	ブランド有意	のれんブランド非有意
百貨店	⋯	⋯	◎	○	
量販店	／／／			◎	
専門店		／／／	◎	○	
	／／／			○	○

※　前段参照　①消費支出に関連した分類
②店舗形態
③のれん・ブランド

◎ ····極めて有意　　／／／ ····適合した領域

○ ····やや有意　　⋯ ····適合させうる領域

□ ····適合しない領域

4－4－4　商品別にみた施設別の販売比率

わが国の商業施設の動向は，さきにみた通り，大規模化，大企業化の方向を辿っており，従ってそれを象徴する2つの傾向についての考慮を払う必要がある。

(a)　商業施設が大規模店，チェーン店によって占められるシェアーは急激に拡大し，量産品，規格品はスーパーアイテムとなり，趣味的商品，のれん商品は専門店およびデパートによって販売されるようになる。

現在のわが国では大企業と呼ばれる小売業で販売される比率は２０％弱に過ぎない。（デパート１０％，スーパーなど大型店１０％）残りの８０％が零細店によって販売されているが，米国では小売総額の７０％がシアーズロバック（４２年販売額，２兆６３００億円）を頂点とするビッグチェーンによって，売上げられている。わが国も趨勢として，急激に，このような大規模化の方向をとっている。

(b)　わが国の消費者はデパートおよびスーパーでの商品購入が中心である。デパートの持っている「豊かさ」のイメージと，スーパーの持っている「合理性，低価格政策」が消費者の価値感と合致するからであり，この傾向はさらに強化されよう。同時に，小売業が宣伝機能，仕入販売機能などで，完全に規模メリットを受けられる状態となっており，消費者の選択と相まって，寡占化，集中化は進行しよう。横浜市の小売業の年間販売額をみると，つぎのようになる。

	昭和２７年	昭和４１年	増加率
小売業全体	34,294 百万円	261,920百万円	7.6 %
百貨店の売上げ	1,235	30,157	24.4

以上のことから各種の消費者調査の結果を勘案しながら，港北ニュータウンにおける商業販売額を販売施設によって配分すると，表４－２９のようになるものと想定される。

表４－２９　品目別の商業施設別・販売比率　(%)

	百貨店	量販店	専門店	一般小売店	計
飲食料店	－	３５	5	６０	１００.０
住居関係	５０	１０	４０	－	１００.０
被服関係	３０	３０	４０	－	１００.０
教養・文化用品	６０	－	３０	１０	１００.０

これを各品目で必要としたスペースに適用して配分すると表４－３０のようになる。

表４－３０　各施設別のスペース　(m^2)

	百貨店	量販店	専門店	一般小売店	計
飲食料品	－	24,500	3,500	42,000	70,000
住居関係	25,000	5,000	20,000	－	50,000
被服関係	12,600	12,600	16,800	－	42,000
教養・文化用品	12,000	－	6,000	2,000	20,000
計	49,600	42,100	46,300	44,000	182,000

すなわち，以上のスペースから現在の商業施設の標準的な規模をみると，

営業面積

中規模百貨店……25,000㎡

量販店　大型……5,000

量販店　中型……2,000

専　門　店……150

一般小売店……70

により店数を求めると次のようになる。

百　貨　店……2店

量販店　大型……3店

量販店　中型……14店

専　門　店……310店

一般小売店……630店

4－5　スポーツ施設のスペース算定

（2章サービス業の成立条件参照）

4－5－1　スポーツ施設のタイプと設置基準

スポーツ施設のタイプを，立地因子と関連させながら考察すると，次の3つとなる。

タイプⅠ　大量輸送機関立地型

遠距離立地型

大規模施設型

タイプⅡ　パーソナル交通手段立地型

中間立地型

タイプⅢ　徒歩立地型

近隣立地型

各タイプに応じて，次のような設置基準を考える。

タイプⅠ

施設内容としては，テニスコートなど，各種のスポーツ施設を収容した総合運動場として考え，10万人，10住区程度に1カ所，したがって，ニュータウン内に3カ所程度の設置を考慮する。なお，タイプⅠでは，外部地域からの来街を期待できるような〝人集め施設〟の役割を持たせ，同時に“みるスポーツ”―テニス，バスケット，サッカーなど，あらゆるスポーツの分野でのプロフェッショナルの技を観ようという〝みるスポーツ〟は依然として，多くの人を集

めることになるであろうか―を行うための施設としても転用が可能なように設計されている。

タイプⅡ

3ないし4住区（３５,０００人～４０,０００人程度）を単位として設置される。

タイプⅢ

住区単位に設置されることが好ましい。なお，住区の単位人口は１０,６００人程度とし，*港北ニュータウン内には２８住区が構成されるとみなしている。

*住区＝小学校区とする

小学校区＝２４クラス×４０人＝９６０人

人口研推計によれば6～11才の人口は，全人口対比9％であるので，従って，1住区当り１０,６００人となる。

以上の基準に従って，スポーツ施設の必要面積についての試策を行うと表4－31のようになる。

表4－31　スポーツ施設必要面積（試算）

タイプ	施設	施設内容	設置数	単位面積	必要面積	備考
Ⅰ（遠距離立地型）	総合運動場（含体育館）	テニスコート バスケットコート バレーボールコート 野球場 サッカー場 ラグビー場 ハンドボール場 ホッケー場 陸上競技場	1		800,000 m^2 内訳 (400,000 200,000 200,000)	附属施設を含む
Ⅱ（中間立地型）	総合プール	(50mプール 2 25mプール 3 雑プール)	3	80,000 m^2	240,000 m^2	
	総合体育館		3	7,000 m^2	21,000 m^2	
	ボーリング場	ボーリング	4	1,600 m^2	6,400 m^2	
	ゴルフ練習場	（200yd×50yd）	7	13,000 m^2	91,000 m^2	
	馬場		1	200,000 m^2	200,000 m^2	事苑参馬公を考
	その他					
Ⅲ（近隣立地型）	トレーニングセンター 運動クラブ	建物，床面積400～500 m^2 （卓球，柔剣道場）	28	1,000 m^2	28,000 m^2	
	プール	（簡易施設プール） （25×10m）	28	500 m^2	14,000 m^2	
	テニスコート	（3面）	28	20,000 m^2	560,000 m^2	

必要面積合計　1,960,400 m^2

4－6　開発戦略および開発主体

4－6－1　横浜市と港北ニュータウン建設事業

港北ニュータウン建設が，横浜市六大事業の一つであり，かつ，首都圏の今後の社会経済の動向にそった大規模都市建設事業であることから，この事業の推進については，とくに次のような諸点が留意されるべきであろう。すなわち：――

① 単なる大規模団地開発でなく，都市開発であるべきこと。

② 計画―実施のプロセスにおいて必要な調整がとくに綿密に行なわれるべきこと。

③ 事業計画者たる市，および事業実施主体の双方にとって事業実施による利益を享受しうる条件を整備すべきこと。

①については，とくに説明するまでもないが，従来構想され，実施された大住宅団地は，それがいかに大規模なものであったとしても，つまるところ街づくりのレベルにとどまっており，決して，都市建設ないし都市開発というようなものではなかった。千里ニュータウンの計画においても，高蔵寺ニュータウンの計画においても，意図としては，都市開発的な方向でとらえられようとしているが，いろいろと問題が少くないようである。

しかしながら，港北ニュータウンの場合においても，また，今後計画されるいかなるニュータウンにおいても，原則的にみて，大団地づくりから，都市建設へという基本的態度の転換が必要となることは明らかであり，かつまたそれは時代と人びとの要請であろう。したがって場合によっては，既成都市機能の劣弱化を補いつつ，その再開発を容易ならしめる任務をニュータウンが持ったり，諸環境の変化によりよい適応をするための核としての役割を，新都市建設がもったりすることは，むしろ必然の方向であろう。港北ニュータウンに，母都市横浜に対する副都心としての機能を持たせるというマスタープランの構想は，この方向と考え方に完全に一致するものであり，困難は少くないにしてもその実現には最大の努力を傾注すべき事業である。人口３０万を擁し，東京，横浜の二つの巨大都市をひかえた有利な立地条件を最大限に活用し，既成諸都市や隣接地域との諸関係を保ちつつ，それ自身一つの完結した都市システムをつくることは，すでに「理想」ではなく「現実」の問題となっている。現実化した問題を具体化するために，副都心的構想を実現するという姿勢は強く貫かれていなければならぬ。

②については，いろいろ多岐にわたった検討がなされていることと思われるが，ここでは，主として都市建設の一つのカナメである商業・業務施設の建設，とくにその望ましい展開のプロセスを考慮しつつ，若干の提案をこころみたい。

自然発生的な都市にあっては，街路ぞいに，小さなマトマリのある店舗群が発生し，人口の集積と，交通体係の変化とによって影響をうけつつ，主として，鉄道，バス等のいわゆる大量輸送機関のターミナルや，停車場に，次第に大きな商業，娯楽施設を形成していった。このような，いわば，自然的成長のプロセスにおいても，商店街は消長をくり返し，そのあるものは幾度にもわたる再開発をへて，次第に高次の商業集積を実現したのである。

このような経験から学ぶことは多いが，われわれの問題に即して重要なものをあげれば，およそ次の二点であろう。すなわち：

○都市はそれ自身，時代の変化に適応して変貌をとげて行き，商業，娯楽施設は，それをもっとも鋭敏に反映している。したがって，かりに，完結した計画やプログラムがあっても都市経済，地域経済構造などの変化があれば，商業・業務施設や娯楽施設は，計画とは別個の方向に発展する。

○長期にわたってみれば，必ずスクラップ・アンド・ビルドがある。道路，鉄道，住宅，公共施設，商業業務施設，公園，緑地，医療施設等とすべてのものは，時代の技術進歩と人びとの欲求に対応すべく「とりかえ」が必要である。

こういった事実ないし見方は，港北ニュータウンの建設にとって，どのように受けとめるべきであろうか。われわれの考え方では，第一に，計画それ自体のプロセスが，昭和60年までにわたるということから，その変化に対応すべく調整可能な計画がつくられるべきことであり，第二に，それにもかかわらず，スクラップ・アンド・ビルドを予定しつつも，昭和60年における望ましい都市システムを明確にして，事業をその方向に誘導するということである。

このため，プロセスについては，さまざまな提案の中から合目的ないくつかの提案を，代替案として用意する必要があろうし，3～5年ごとくらいにマスタープランそのものの再検討を行ない，必要な限度においてサブ・システムを調整することがスケジュールに組みこまれる必要があろう。

商業施設の場合に即して言うならば，参入する私企業がきまる過程において団地の選定，規模の決定などが行なわれたとしても，実現するまでの期間，望ましい状態でその団地を有効に利用することなどが積極的に考えられるべきであろう。

③については，横浜市自体として開発による利益を獲得することは当然であるが，そのためにも民間企業の積極的導入ないし，市，県，国などの公共部門と企業，住民など民間部門との役割分担と相互の利益確保が問題である。民間企業進出の最大の誘因は相対的に高い利潤率獲得の見込みが多いことである。企業経営の原則から考えて，人口のはりつく以前から商業施設が立地することは全くありえないし，人口増加のピッチよりもややおくれて，商業施設の進出がみられるというのが常識である。とすれば，自然発生的な商業なり，開発初期の小規模な人口をまかなうに足るほどの小規模商業がまず立地することが考えられ，30万の人口を想定した大型商業施設の進出はニュータウン完成期に見られると考えておかねばならぬ。

もし，少しでも早く商業集積を実現するのであれば，早期進出を容易かつ安全ならしめる何等かの具体的方法がとられる必要がある。また，開発のテンポを早めるために，住宅公団だけでなく，住宅や都市的施設の建設活動に，もっと民間企業を参加させることは港北ニュータウンにとって極めて重要な課題であると考えられるが，この場合にも，それらのいわゆる開発参加企業（ディベロッパー）が，よい利潤をあげうる機会を造出することが不可欠であり，そのプロセスにおいて，競争原理にもとづく民間企業経営の効率の高さを都市建設に役立てること

ができるであろう。要するに，よい利潤の見込がないところには民間資本の進出はありえないので，港北ニュータウン建設のような長期にわたる大規模事業については，とくに，公共部門と民間部門との適切な役割分担と相互補完関係の確立，およびそれにもとづく当事者の利益確保が，極めて重要な課題であるといえよう。

4－6－2　民間企業の活用

前項で明らかにしたように，単に商業施設，業務施設についてのみならず，より総合的に事業実施主体として民間開発企業，いわゆる民間ディベロッパーの活用が望ましい。港北ニュータウンが，基本構想どおり，副都心としての機能をもつためには，開発の速度ははやいほど好ましい。少くとも人口１０万の集積を3年以内に実現しうるならば，副都心的構想は，なかば実現したと考えてよいであろう。このためにも開発段階において，民間ディベロッパーを少くとも5社以上参加させ，それぞれ マスター• プランにしたがって，その枠の範囲内で，ある程度自由な活動を展開させることは，横浜市の意図と利益に直結するものである。

高蔵寺ニュータウンの場合に積極的に考えられたような開発銀行資金の導入は，他の市中銀行や，生保などの資金を導入する場合に極めて戦略的に重要であり，この点は特に留意すべき事項である。

また，計画の実施に当っても，基本的な構想や思想にかかわりのない変更は，もしその変更がディベロッパーにとって著るしく有利となり，かつ全体システムに極端に悪影響を及ぼさぬかぎり，寛大に対処するという弾力的な態度が，民間ディベロッパーの活用に当ってとくに留意すべきであろう。このような見地からみて，主として副都心的な機能を早く整備するために，民間ディベロッパーの活躍の余地をできる限り拡大することが望ましい。以下に記した諸提案は，こういった考え方にもづずくものであり，網羅的ではないが，重要ないくつかのポイントとして考えるべきであろう。

〔提　案〕

A　土地利用に関すること；――

用途地域の指定，建築規制，容積制限等については，後に進出する商業施設を想定し，実現するまでの期間中，いつでも進出に対応しうるような，弾力的な土地利用を考えるべきである。たとえば，商業立地上の戦略的な地点については，用地の先行取得はもちろん，その利用についても，当分の間運動場とか簡易駐車場とか，催しもの場とかの形で利用しておき，進出の時点で，本来の用途にもどるなどの方法は，積極的に考慮されるべきである。

B　開発地点の選択とその規模および順序に関すること；――

どの地点からどの程度の規模で開発をすすめるかは，事業の進行を円滑にするために，特別な研究を必要とするであろう。地下鉄建設と，住宅増加とを矛盾なく同時並行事業としてすすめるためには，いかなる方策が必要か，というような問題についても同様である。

たとえば，現存の鉄道を有効に活用しつつ出来るだけ早い時期にかなりの人口集積を実現す

るには，人口規模5万くらいまでならば，横浜線の増車，増発と，バスの利用とでやれるのではなかろうか。もし技術的にも経済的にもこれが成立つのであれば，開発地点は，主として横浜線に近い方から選択するというのが実際的であるかもしれない。また開発順序としては，将来の公共用地取得なり，民間の用地の買収を考慮し，地価の上昇を相対的に低めるような開発順序が考えられるべきであろう。開発の規模についてもまた同様である。

C　多数地点の同時開発に関すること

大阪市の地下鉄大増設経験を参考にするならば，数カ所以上（できれば5つ以上）の地点においてほとんど同時並行的に事業が実施された場合，地価の上昇は，単一地点の事業が一つだけ進行する場合にくらべて，著るしく低いという事実が見られている。すなわち，大阪市では，過去，地下鉄建設に伴って，その沿線の地価は，きまって異常な高騰を示した。しかし，近年における膨大な事業が，市内のあらゆる地点で同時並行的に実施されたときには，沿線地価の上昇は，過去のどの場合よりも非常に小さかったと言われている。おそらく，そのすべての沿線に買出動する土地ブローカーの資金は事業量が大きく，かつ分散していたために，相対的に非常に少ない量であったため，スペキレーションは起らなかったのであろうといわれている。もちろん，大阪市内の土地事情と，港北ニュータウン区域内のそれと，同一に論ずることはできないが，いずれにせよ，地価の上昇をもたらすのは，本来的には，特定地点の土地に対する需要と供給との関係であり，需給関係を極度に逼迫させなければ，地価の異常な上昇は回避できるというのがわれわれの基本的な考え方である。したがって，少くとも数カ所において，同時に事業を実施することは望ましいことであり，道路建設，住宅建設についてこの考え方を応用することは充分考慮されてよい。

D　損失補塡制度に関すること

これについては二つの側面がある。一つは公共部門対民間部門の役割分担に応じて発生する問題であり，その最も重要な形態は，公共部門の取得用地の低価払下げによる公共部門の損失補塡である。

今一つは，民間の早期出店によるリスクないし初期損失の補塡である。その主要な形態はバス運賃体係の期限つき低運賃政策と，未利用遊休施設の金利補助であろう。

前者については，その補塡方法としていろいろなものが考えられようが，長期にわたる法人税収，地方税収と同時に，施設リース料による補塡を併せ考えることなどは，その一例であろう。

後者については，これまたいろいろな方法が考えられようが，前者との相殺形式を基本とし，かつそれに加えて，低利融資や産業教育の引きうけ，集団福利施設の建設，従業員住宅確保への優先的配慮など，多角的な，かつ進出企業の関心と必要度のたかいサービスを考慮することなど，その一つの行きかたであろう。

図4－12　商業・業務施設の総括図

＜面　積＞

家計消費支出ベース

食料関係	69,521.6 ㎡	
住居関係	46,295.2 ㎡	197,392.2 ㎡
光熱関係	4,096.7 ㎡	
被服関係	42,201.1 ㎡	
教養・娯楽・雑用品関係	35,277.6 ㎡	

小売業ベース

各種商品小売関係	11,383 ㎡	
飲食料品小売関係	60,589 ㎡	
自転車・荷車小売関係	2,943 ㎡	
家具・建具・什器小売関係	19,932 ㎡	156,041 ㎡
自動車関係	10,000 ㎡	199,645 ㎡
織物・衣服・身まわり品関係	26,539 ㎡	
その他の小売業関係	24,655 ㎡	

事業所ベース

飲食店	26,860.7㎡		
対個人サービス業	16,743.6 ㎡		
旅館，貸間，下宿その他の宿泊	3,695.4	サービス業 65,491.2 ㎡	140,539.7 ㎡
対事業所サービス業	4,458.6		
自動車修理ガレージ業	4,645.8		
その他の修理業	1,375.2		
映画館	3,051.0		
医療保健業	12,168.0		
法務	291.6		
教育	8,548.2		
宗教	2,273.4		
他に分類されないサービス業	3,171.6		
非営利団体	4,255.2		
その他のサービス業	813.6		
金融保険業	16,531.2㎡		
不動産業	4,948.2㎡		
運輸通信業	24,107.4㎡		
電気・ガス・水道業	2,601.0㎡		

図4－13

スポーツ施設必要面積

Ⅰ（遠距離立地型）

総合運動場（含体育館）　800,000㎡

Ⅱ（中間立地型）

総合プール	240,000㎡
総合体育館	21,000㎡
ボーリング場	6,400㎡
ゴルフ練習場	91,000㎡
馬場	200,000㎡
その他	

Ⅲ（近隣立地型）

トレーニングセンター 運動クラブ	28,000㎡
プール	14,000㎡
テニスコート	560,000㎡

1,960,400㎡

小売店関係の店舗数

（1店当り営業面積）

百貨店	2店	25,000㎡
量販店 大型	3店	5,000
量販店 中型	14店	2,000
専門店	310店	150
一般小売店	630店	70

表4 －３２　店舗関係施設面積の総括

家計消費支出ベース		事業所・小売業ベース	
食料関係	69,522㎡	飲食料品関係	60.589㎡
		飲　食　店	26.861
		小　　計	87,450
（こづかい等による食費が含まれていない）			（17,928）
住居関係	46,295	自転車・荷車小売関係	2,943
光熱関係	4,097	自動車関係	10.000
		家具・建具・什器小売関係	19,932
		燃料小売関係	4.353
	50.392		37,228
	（13,164）	（地元消費増大が考慮外となつている）	
被服関係	42,201	織物・衣服・身のまわり品小売関係	26.539
		各種商品小売関係	11,383
	（4,279）		37,922
教養・娯楽・雑用品関係	35,278	その他の小売業（燃料関係のぞく）	20.302
		対個人サービス	16.744
			37,046
			（1,768）
	197,393		199,646

資　料　篇

職種別就業者数

昭和40年

職種別就業者数

昭和40年

	横須賀市		川崎市		平塚市		鎌倉市		藤沢市	
	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)
総数	150,835	100.0	426,292	100.0	63,493	100.0	52,631	100.0	79,467	100.0
ホワイトカラー	35,527	23.6	103,377	24.3	16,422	25.9	21,195	40.3	27,252	34.3
農林漁業	5,591	3.7	8,469	2.0	6,675	10.5	1,514	2.9	5,823	7.3
販売サービス	28,745	19.1	74,781	17.5	11,618	18.3	11,178	21.2	15,575	19.6
ブルーカラー	80,961	53.7	239,484	56.2	28,766	45.3	18,725	35.6	30,790	38.7

	小田原市		茅ヶ崎市		逗子市		相模原市		三浦市	
	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)
総数	68,379	100.0	44,882	100.0	18,741	100.0	74,873	100.0	19,349	100.0
ホワイトカラー	15,494	22.7	14,599	32.5	7,705	41.1	19,579	26.1	2,690	13.9
農林漁業	7,250	10.6	3,468	7.7	385	2.1	6,909	9.2	8,116	41.9
販売サービス	13,668	20.0	7,824	17.4	3,927	21.0	12,301	16.4	3,991	20.6
ブルーカラー	31,951	46.7	18,974	42.3	6,723	35.9	36,069	48.2	4,550	23.5

	秦野市		厚木市		大和市					
	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)				
総数	27,707	100.0	30,688	100.0	30,891	100.0				
ホワイトカラー	5,853	21.1	6,194	20.2	7,340	23.8				
農林漁業	6,323	22.8	7,018	22.9	1,900	6.2				
販売サービス	4,141	14.9	4,615	15.0	5,894	19.1				
ブルーカラー	11,386	41.1	12,859	41.9	15,756	51.0				

資料；「国勢調査」総理府統計局

産業別就業者数

昭和４０年

	横須賀市		川崎市		平塚市		鎌倉市		藤沢市	
	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)
総数	150,835	100.0	426,292	100.0	63,493	100.0	52,631	100.0	79,467	100.0
第一次産業	5,827	3.9	8,358	2.0	6,708	10.6	1,609	3.1	5,908	7.4
第二次産業	52,981	35.1	238,412	55.9	28,620	45.1	20,542	39.0	33,839	42.6
第三次産業	92,012	61.0	179,324	42.1	28,151	44.3	30,458	57.9	39,689	49.9

	小田原市		茅ヶ崎市		逗子市		相模原市		三浦市	
	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)
総数	68,379	100.0	44,882	100.0	18,741	100.0	74,873	100.0	19,349	100.0
第一次産業	7,361	10.8	3,474	7.7	429	2.3	6,955	9.3	8,641	44.7
第二次産業	28,532	41.7	20,009	44.6	6,721	35.9	34,012	45.4	2,639	13.6
第三次産業	32,470	47.5	21,382	47.6	11,588	61.8	33,888	45.3	8,067	41.7

	秦野市		厚木市		大和市					
	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)				
総数	27,707	100.0	30,688	100.0	30,891	100.0				
第一次産業	6,342	22.9	6,987	22.8	1,923	6.2				
第二次産業	9,923	35.8	12,147	39.6	14,644	47.4				
第三次産業	11,437	41.3	11,552	37.6	14,322	46.4				

資　料；「国勢調査」総理府統計局

住居水準の比較

住　居　水　準　の　比　較

		昭和35年					昭和40年				
		普通世帯数	同構成比	1世帯当り人員	1室当り世帯人員	1人当り畳数	普通世帯数	同構成比	1世帯当り人員	1室当り世帯人員	1人当り畳数
		千世帯	%	人		畳	千世帯	%	人	人	畳
	総数						456.2	100.0	3.65		
横	住宅	343.5	100.0	4.00		3.60	453.0	99.3	3.65	1.34	4.03
	持家	172.8	50.3	4.70		2.70	211.7	46.4	4.35	1.19	4.66
浜	借家	100.4	29.2	3.43		3.22	188.2	41.3	2.92	1.65	3.12
市	給与住宅	20.1	5.8	3.96		2.54	41.7	9.1	3.62	1.40	3.83
	間借り	38.0	11.1	2.10		−	11.4	2.5	3.03	2.16	2.52
	総数	2,182.8	100.0	4.03			2,897.0	100.0	3.46		
東	住宅	2,174.7	99.6	4.03		3.35	2,883.9	97.8	3.46	1.30	4.12
	持家	1,037.1	47.5	4.82		3.87	1,142.4	39.4	4.41	1.11	5.02
京	借家	750.3	34.4	3.35		2.67	1,441.3	49.8	2.71	1.62	3.06
都	給与住宅	147.6	6.8	3.87		3.41	221.4	7.6	3.57	1.37	4.03
	間借り	239.7	11.0	2.88		2.08	78.8	2.7	2.97	2.11	2.58
	数数	19,571.3	100.0	4.56			23,117.1	100.0	4.05		
全	住宅	19,524.7	99.8	4.57		4.27	23,023.3	99.6	4.05	1.13	5.09
	持家	12,732.8	65.1	5.05		4.71	13,732.9	59.4	4.62	1.03	5.76
	借家	4,533.1	23.2	3.66		3.08	7,165.3	31.0	3.11	1.43	3.53
国	給与住宅	1,293.1	6.6	4.08		3.61	1,679.5	7.3	3.67	1.29	4.29
	間借り	965.7	4.9	3.05		2.39	445.6	1.9	3.07	1.92	2.97

資料；国勢調査　1%抽出結果，横浜市の35年のみ市勢要覧（1967年版）による

神奈川県の横浜市と東京都への通勤・通学依存率（昭和３５年）

	当地に常住する就業者および通学者数	うち横浜市に従業通学する者の数	同比率	うち東京都に従業通学する者の数	同比率
	人	人	%	人	%
横浜市	683,618	512,628	75.0	100,399	14.7
横須賀市	139,937	17,110	12.2	8,245	5.9
川崎市	326,188	20,418	6.3	72,614	22.3
平塚市	52,913	4,024	7.6	3,763	7.1
鎌倉市	48,392	6,995	14.5	11,995	24.8
藤沢市	59,994	6,446	10.7	11,204	18.7
小田原市	61,662	2,169	3.5	3,215	5.2
茅ヶ崎市	31,986	3,325	10.4	5,419	16.9
逗子市	18,880	3,548	18.8	4,065	21.5
相模原市	47,860	4,272	8.9	9,378	19.6
三浦市	19,386	121	0.6	198	1.0
秦野市	19,604	445	2.3	1,323	6.7
厚木市	23,688	953	4.0	1,472	6.2
大和市	18,840	3,303	17.5	2,706	14.4
葉山町	7,557	1,170	15.5	1,325	17.5
寒川町	5,953	335	5.6	265	4.5
海老名町	9,326	798	8.6	487	5.2
座間町	7,628	459	6.0	1,134	14.9
綾瀬町	4,276	405	9.5	134	3.1
大磯町	10,308	920	8.9	1,395	13.5
二宮町	6,329	619	9.8	660	10.4
伊勢原町	13,794	426	3.1	964	7.0
西秦野町	5,849	117	2.0	369	6.3
中井町	3,263	94	2.6	76	2.1
大井町	3,628	94	2.6	154	4.2
松田町	5,427	163	3.0	300	5.5
山北町	7,814	291	3.7	345	4.4
南足柄町	10,287	169	1.6	211	2.1
開成町	2,807	57	2.0	95	3.4
橘町	3,223	165	5.1	181	5.6
箱根町	13,272	10	0.1	121	0.9
真鶴町	4,014	81	2.0	145	3.6
湯河原町	10,244	97	0.9	288	2.8
愛川町	7,521	28	0.4	102	1.4
清川村	1,344	0	0	14	1.0
城山町	2,540	120	4.7	358	14.1
津久井町	6,998	69	1.0	236	3.4
相模湖町	3,800	10	0.3	1,055	27.8
藤野町	4,076	0	0	846	20.8

資料；「国勢調査」総理府統計局

横浜市の市内へと東京都への通勤・通学依存率（昭和３５年）

	当地に常住する就業者および通学者数	うち横浜市に従業通学する者の数	同比率	うち東京都に従業通学する者の数	同比率
	人	人	%	人	%
鶴見区	118,381	79,533	67.2	20,680	17.5
神奈川区	86,345	63,894	74.0	14,340	16.6
西区	52,444	42,445	80.9	6,126	11.7
中区	65,286	55,455	84.9	7,107	10.9
南区	94,827	79,842	84.2	8,860	9.3
保土ヶ谷区	66,905	49,365	73.8	10,622	15.9
磯子区	36,126	29,405	81.4	4,088	11.3
金沢区	34,150	24,601	72.0	3,590	10.5
港北区	74,046	48,785	65.9	16,525	22.3
戸塚区	55,108	39,303	71.3	8,461	15.4

資料；「国勢調査」総理府統計局

横浜市の市内へと東京都への通勤・通学依存率（昭和４０年）

	当地に常住する就業者および通学者数	うち横浜市に従業通学する者の数	同比率	うち東京都に従業通学する者の数	同比率
	人	人	%	人	%
鶴見区	145,273	95,869	66.0	27,968	19.3
神奈川区	109,225	78,913	72.2	19,673	18.0
西区	58,966	47,180	80.0	7,359	12.5
中区	79,636	67,249	84.4	8,992	11.3
南区	133,587	105,281	78.8	16,851	12.6
保土ヶ谷区	112,812	78,081	69.2	20,632	18.3
磯子区	52,364	40,789	77.9	6,814	13.0
金沢区	48,334	33,335	69.0	5,894	12.2
港北区	127,454	77,012	60.4	34,804	27.3
戸塚区	110,807	73,207	66.1	19,420	17.5

資料；「国勢調査」総登府統計局

神奈川県の横浜市と東京都への通勤・通学依存率（昭和４０年）

	当地に常住する就業者および通学者数	うち横浜市に従業通学する者の数	同比率	うち東京都に従業通学する者の数	同比率
	人	人	%	人	%
横浜市	978,458	6,916	71.2	168,407	17.2
横須賀市	175,059	5,262	14.4	11,102	6.3
川崎市	484,174	2,379	6.7	128,521	26.5
平塚市	74,386	4,685	6.3	5,103	6.9
鎌倉市	63,268	9,105	14.4	15,928	25.2
藤沢市	93,265	9,725	10.4	19,532	20.9
小田原市	79,143	2,600	3.3	4,047	5.1
茅ヶ崎市	52,225	4,985	9.5	10,975	21.0
逗子市	22,959	4,299	19.4	5,279	23.0
相模原市	87,215	5,095	5.8	19,127	21.9
三浦市	21,792	390	1.8	329	1.5
秦野市	32,242	713	2.2	2,567	8.0
厚木市	34,988	1,410	4.0	2,795	8.0
大和市	35,325	4,610	13.1	5,463	15.5
葉山町	9,299	1,411	15.2	1,855	19.9
寒川町	9,131	574	6.3	386	4.2
海老名町	16,973	1,215	7.2	1,383	8.1
座間町	16,730	952	5.7	3,037	18.2
綾瀬町	7,287	684	9.4	502	6.9
大磯町	13,116	1,125	8.6	1,759	13.4
二宮町	8,152	734	9.0	818	10.0
伊勢原町	18,436	649	3.5	1,509	8.2
中井町	3,424	87	2.5	74	2.2
大井町	4,442	127	2.9	199	4.5
松田町	6,508	206	3.2	392	6.0
山北町	8,476	299	3.5	362	4.3
南足柄町	13,027	228	1.8	312	2.4
開成町	3,839	63	1.6	129	3.4
橘町	3,932	182	4.6	215	5.5
箱根町	15,605	23	0.1	144	0.9
真鶴町	4,992	120	2.4	238	4.8
湯河原町	12,704	172	1.4	398	3.1
愛川町	8,533	61	0.7	237	2.8
清川村	1,420	0	0	26	1.8
城山町	3,921	101	2.6	481	12.3
津久井町	7,243	76	1.0	280	3.9
相模湖町	4,374	10	2.3	1,354	31.0
藤野町	4,391	0	0	1,218	27.7

資料；「国勢調査」総理府統計局

神奈川県の横浜都心へ東京都心との通勤・通学比率（昭和４０年）

	横浜都心４区に就業通学する者の数	東京都心３区に就業通学する者の数	横浜都心４区と東京都心３区に就業通学する者の数	横浜都心４区との比率	東京都心３区との比率
	人	人	人	%	%
横浜市		82,915			
横須賀市	12,938	5,715	18,653	69.4	30.6
川崎市	11,487	43,327	54,814	21.0	79.0
平塚市	2,854	2,841	5,695	50.1	49.9
鎌倉市	4,384	10,389	4,773	29.7	70.3
藤沢市	5,478	11,780	7,258	31.7	68.3
小田原市	1,758	2,144	3,902	45.1	54.9
茅ヶ崎市	3,122	6,769	9,891	31.6	68.4
逗子市	2,150	3,281	5,431	39.6	60.4
相模原市	2,810	5,274	8,084	34.8	65.2
三浦市	203	217	420	48.3	51.7
秦野市	450	642	1,092	41.2	58.8
厚木市	861	815	1,676	51.4	48.6
大和市	2,307	1,845	4,152	55.6	44.4
葉山町	694	1,096	1,790	38.8	61.2
寒川町	332	200	532	62.4	37.6
海老名町	666	403	1,069	62.3	37.7
座間町	526	903	1,429	36.8	63.2
綾瀬町	333	129	462	72.1	27.9
大磯町	694	1,093	1,787	38.8	61.2
二宮町	409	500	909	45.0	55.0
伊勢原町	403	389	792	50.9	49.1
中井町	43	17	60	71.7	28.3
大井町	61	95	156	39.1	60.9
松田町	143	162	305	46.9	53.1
山北町	226	171	397	56.9	43.1
南足柄町	157	148	305	51.5	48.5
開成町	52	48	100	52.0	48.0
橘町	109	118	227	48.0	52.0
箱根町	23	60	83	27.7	72.3
真鶴町	86	123	209	41.1	58.9
湯河原町	129	203	332	38.9	61.1
愛川町	41	25	66	62.1	37.9
清川村	0	0	0	0	0
城山町	61	29	90	67.8	32.2
津久井町	43	10	53	81.1	18.9
相模湖町	10	85	95	10.5	89.5
藤野町	0	31	31	0	100.0

資料；「国勢調査」総理府統計局

神奈川県の横浜都心と東京都心への通勤・通学比率（昭和40年）

	横浜都心4区に就業通学する者の数	東京都心3区に就業通学する者の数	横浜都心4区と東京都心3区に就業通学する者の数	横浜都心4区との比率	東京都心3区との比率
	人	人	人	%	%
鶴見区	9,376	12,528	21,904	42.8	57.2
神奈川区	64,443	9,900	74,343	86.7	13.3
西区	39,848	3,943	43,792	91.0	9.0
中区	61,641	5,234	66,875	92.2	7.8
南区	89,384	8,473	97,857	91.3	8.7
保土ヶ谷区	26,433	11,294	37,727	70.1	29.9
磯子区	14,764	3,808	18,572	79.5	20.5
金沢区	8,664	2,987	11,651	74.4	25.6
港北区	17,102	14,287	31,389	54.5	45.5
戸塚区	13,488	10,461	23,949	56.3	43.7

資料；「国勢調査」総理府統計局

註） 横浜都心4区とは，神奈川区，西区，中区，南区であり，東京都心3区とは，千代田区，中央区，港区である。

横浜市への転出入超過人口の推移

（人）

年別	北海道	東北	関東（東京・神奈川除く）	東京	神奈川	中部	近畿	中国四国	九州	計
昭和36年	2,450	9,372	4,624	15,962	5,035	6,567	1,246	2,376	6,181	53,813
37	2,590	10,985	5,370	22,384	1,572	27,604	7,627	3,537	7,348	89,017
38	3,264	8,577	3,708	20,087	5,740	6,956	2,085	3,075	7,054	60,546
39	2,826	9,730	4,123	28,054	1,408	7,663	3,960	2,884	8,656	69,304
40	2,610	8,944	4,179	22,025	1,095	7,860	3,407	2,443	6,431	58,994
41	2,155	7,460	2,106	23,175	1,526	6,934	2,908	1,186	4,797	52,247

資料；横浜市

敷地面積別住宅数の比較

（市部）		敷地面積						1戸あたり平均敷地面積
		住宅総数	64.4㎡以下（～19坪）	64.5～163.6㎡（20～49坪）	163.7～328.8㎡（50～99坪）	328.9～659.4㎡（100～199坪）	659.5㎡以上（200坪～）	
		% 千戸	%	%	%	%	%	㎡
横浜市	一戸建長屋建住宅総数	100 (267)	26.2	38.5	24.9	7.6	2.8	163
	持家（専用住宅）	100 (155)	14.1	39.3	34.0	9.7	2.8	190
	持家（併用住宅）	100 (30)	19.5	36.9	22.0	12.1	9.6	960
	借家(公団・公営・公社・民営・給与)	100 (82)	51.5	37.5	8.9	1.8	0.4	84
神奈川県	一戸建長屋建住宅総数	100 (621)	22.3	37.6	26.0	9.3	4.8	195
	持家（専用住宅）	100 (351)	10.3	36.8	34.8	12.4	5.8	235
	持家（併用住宅）	100 (70)	13.3	35.5	24.8	14.2	12.3	1,047
	借家(公団・公営・公社・民営・給与)	100 (200)	46.7	39.5	11.1	2.1	0.7	94
東京	一戸建長屋建住宅総数	100 (1,207)	33.1	41.6	17.1	6.1	2.1	140
	持家（専用住宅）	100 (625)	21.2	44.3	22.8	8.8	2.9	173
	持家（併用住宅）	100 (212)	27.6	49.2	16.2	5.2	2.0	139
	借家(公団・公営・公社・民営・給与)	100 (370)	56.5	32.5	8.1	2.1	0.7	85
全国	一戸建長屋建住宅総数	100(11,386)	26.5	35.2	21.9	11.3	5.1	192
	持家（専用住宅）	100(5,399)	14.8	36.0	28.8	14.2	6.1	232
	持家（併用住宅）	100(2,202)	11.3	30.7	27.6	20.0	10.4	293
	借家(公団・公営・公社・民営・給与)	100(3,785)	51.9	36.6	8.7	2.0	0.8	89

資料；住宅統計調査（昭和38年）

横浜市区別人口と増加率

（人，％）

区別	25年	30年	35年	40年	42年	30/25	35/30	40/35	42/40
横浜市	951,189	1,143,687	1,375,100	1,788,915	1,945,272	（3.75） 20.2	（3.75） 20.2	（5.4） 30.1	（4.25） 8.7
鶴見区	170,868	201,028	230,377	255,755	258,698	17.7	14.6	11.0	1.2
神奈川区	107,068	142,797	172,068	196,258	201,008	33.3	20.5	14.1	2.4
西区	85,292	100,446	104,173	104,255	101,171	17.8	3.7	0	3.0
中区	89,813	105,925	123,624	136,882	138,481	17.9	16.7	10.7	1.2
南区	142,763	171,525	194,558	248,108	268,416	20.1	13.4	27.5	8.2
保土ケ谷区	74,156	96,822	143,804	223,038	250,422	30.6	39.2	55.1	12.3
磯子区	62,343	67,991	74,458	95,716	103,249	9.1	9.5	28.6	7.9
金沢区	56,040	63,974	71,446	86,251	91,825	14.2	11.7	20.7	6.5
港北区	93,421	111,095	147,688	235,046	277,118	18.9	32.9	59.2	17.9
戸塚区	69,425	82,084	113,514	207,606	254,884	18.2	38.3	82.9	22.8

註） カッコ内は年平均増加率
資料；「国勢調査」総理府統計局

横浜市の所得構成

		生産所得構成比(%)							個人所得構成費(%)	
		第一次産業	第二次産業	(建設業)	(製造業)	(第三次産業)	(卸・小売業)	(サービス業)	勤労所得	個人業主所得
昭和三十五年	横浜市	1.6	52.8	6.0	46.8	45.6	12.1	10.8	61.3	9.4
	神奈川県	4.0	53.2	6.0	47.0	42.8	12.3	11.6	61.1	11.5
	東京都	0.8	38.7	4.9	33.7	60.5	24.8	9.6	53.2	15.8
	全国	14.3	37.5	5.7	30.3	48.3	16.8	15.6	50.6	28.5
昭和三十九年	横浜市	1.0	49.6	7.9	41.7	49.4	13.4	10.3	71.4	10.3
	神奈川県	2.5	53.9	8.9	44.7	43.6	12.2	10.8	62.1	11.3
	東京都	0.4	40.8	8.3	32.4	58.8	24.8	8.8	56.7	14.4
	全国	10.5	39.4	7.4	31.1	50.1	17.0	16.6	54.0	25.2
昭和四十年	横浜市	0.9	46.9	8.0	38.9	52.2	13.8	11.2	71.2	9.8
	神奈川県	2.3	51.0	8.4	42.4	46.7	12.9	11.5	63.8	10.9
	東京都	0.3	37.5	6.7	30.8	62.2	25.8	9.2	58.3	13.6
	全国	10.3	38.0	7.4	29.7	51.6	17.2	17.0	55.6	24.5

資料；「県民所得統計」経済企画庁および横浜市より

人口1人当り小売業販売額と製造品出荷額の比較

	小売業年間販売額		同格差指数		百貨店年間販売額		同格差指数		製造品出荷額		同格差指数	
	35年	39年	35年	39年	35年	39年	35年	39年	35年	41年	35年	41年
	千円	千円			千円	千円			千円	千円		
港北区	331	608	72	71	−	−	−	−	−	3486	−	101
横浜市	679	1158	147	135	61	139	130	143	4167	5999	250	174
神奈川県	611	1062	132	124	50	108	106	111	4082	7494	245	217
練馬区	346	550	75	64	−	x	−	x	−	970	−	28
東京都区部	907	1593	196	185	195	348	415	359	2680	4600	161	133
東京都	851	1474	184	172	169	295	360	304	2525	4318	151	125
全国	462	859	100	100	47	97	100	100	1668	3453	100	100

資料；横浜市および東京都

国電中央線主要駅年間乗車人員　（総数）

（千人）

駅名＼年	35年	36年	37年	38年	39年	40年	41年	42年
1 新宿	108,338	109,306	115,750	121,610	133,297	142,241	152,636	159,993
2 中野	27,482	27,469	27,723	29,523	29,713	29,688	30,740	31,845
3 荻窪	22,648	23,720	23,436	25,646	27,343	28,122	29,967	30,845
4 吉祥寺	25,734	27,636	29,320	30,765	32,049	31,946	32,455	33,204
5 武蔵小金井	11,611	10,869	15,875	19,073	21,551	22,191	23,630	24,035
6 国分寺	12,366	13,235	14,666	16,204	17,130	17,970	19,337	19,624
7 国立	8,850	9,691	10,614	11,944	12,800	13,772	15,248	16,123
8 立川	19,292	20,574	23,266	26,449	28,015	29,155	30,017	31,190
9 豊田	3,525	4,139	4,580	5,237	5,832	6,226	6,523	6,657
10 八王子	11,182	11,635	12,727	14,024	15,178	15,851	16,909	17,333
11 拝島		2,014	2,319	2,826	3,280	3,428	3,614	3,832
12 青梅		2,497	2,580	2,719	2,793	2,869	2,895	2,955

資料；国鉄（東京）

立川周辺地域の商業指数 (i)

	昭和35年					昭和37年				
	小売業 ① 売上高(百万円)	世帯数	世帯当り 消費支出(百万円)	年間店舗関係② 家計支出(百万円)	$C = \frac{①}{②}$	小売業 ① 売上高(百万円)	世帯数	世帯当り 消費支出(百万円)	年間店舗関係② 家計支出(百万円)	$C = \frac{①}{②}$
新宿区	64,899	113,121	4,246.4	355,164	1.83	87,995	125,852	5,868.5	474,648	1.85
中野区	18,956	98,672	3,704.0	309,804	0.61	26,584	108,155	5,043.3	407,904	0.65
杉並区	25,797	137,598	5,165.3	432,024	0.60	34,882	155,987	7,273.7	588,300	0.59
武蔵野市	9,569	33,622	1,262.1	105,564	0.91	15,239	37,865	1,765.6	142,800	1.07
三鷹市	4,318	26,764	1,004.7	84,036	0.51	5,957	31,968	1,490.7	120,564	0.49
小金井市	2,173	11,891	446.4	37,332	0.58	3,187	15,407	718.4	58,104	0.55
国分寺市										
立川市	8,435	20,246	760.0	63,564	1.33	13,153	22,893	1,067.5	86,340	1.52
昭島市	1,627	10,603	398.0	33,288	0.49	3,407	13,019	607.1	49,104	0.69
日野市		10,461					12,821			
八王子市	10,618	34,316	1,288.2	107,748	0.99	15,415	37,790	1,762.1	142,524	1.08
青梅市	3,162	11,309	424.5	35,508	0.89	4,423	12,024	560.7	45,348	0.98

(註) 1世帯当り支出額 37,539円／月
店舗支出係数 69.7%

(註) 1世帯当り支出額 46,630円／月
店舗支出係数 67.4%

資料；「商業統計」通産省
「家計調査」総理府統計局

立川周辺地域の商業指数 (ii)

	昭和39年					昭和41年				
	小売業 ① 売上高(百万円)	世帯数	世帯当り 消費支出(百万円)	年間店舗関係 ② 家計支出(百万円)	C = ①/②	小売業 ① 売上高(百万円)	世帯数	世帯当り 消費支出(百万円)	年間店舗関係 ② 家計支出(百万円)	C = ①/②
新宿区	127803	143942	83990	655128	1.95	142595	138687	90490	684108	2.08
中野区	46877	119642	6981.1	544524	0.86	37868	128451	8381.2	633624	0.60
杉並区	39689	176139	102777	801660	0.50	48526	175708	114646	866724	0.56
武蔵野市	21527	39308	22936	178896	1.20	25452	41423	27028	204336	1.25
三鷹市	9357	39299	22931	178860	0.52	12609	41198	26881	203220	0.62
小金井市	4563	20160	11763	91752	0.50	8336	24622	16065	121452	0.69
国分寺市		16366				5206	20130	13134	99288	0.52
立川市	22014	26892	15691	122388	1.80	24622	28505	18599	140604	1.75
昭島市	3656	15440	9009	70272	0.52	4634	15972	10421	78780	0.59
日野市	3146	16408	9574	74676	0.42	5108	19542	12751	96396	0.53
八王子市	21435	43837	25579	199512	1.07	29573	52321	34138	258084	1.15
青梅市	5272	12963	7564	59004	0.89	6818	14004	9137	69072	0.99

(註) 1世帯当り支出額 58350円/月
店舗支出係数 65.0%

(註) 1世帯当り支出額 65248円/月
店舗支出係数 63.0%

資料
- 商業統計
- 世帯数は東京都統計年鑑
- 世帯当り支出は東京都統計年鑑
- 店舗支出係数は家計調査

立川市の諸指標

分類	項目	昭35	昭37	昭39	昭41	昭43
人口	総人口	67,949	87,223	99,576	101,794	
	乗車人員（年間）定期	12,708,633	15,348,192	19,028,895	20,760,356	
	乗車人員（年間）定期外	6,583,125	7,917,573	8,986,338	9,256,785	
	(立川駅) 計	19,291,758	26,265,765	28,015,233	30,017,141	
商業	卸売業販売額（単位千円）	13,185,061	26,030,000	28,512,000	40,575,000	
	小売業販売額（単位千円）	8,435,278	13,240,000	20,806,000	24,516,000	
	飲食店販売額（単位千円）	1,143,777	1,728,530	2,737,000	3,373,000	
	卸売業従業員数	2,101	2,541	3,363	3,779	
	小売業従業員数	4,898	5,663	6,378	6,942	
	飲食店従業員数	2,831	2,890	3,120	3,627	
都市・アクティビティ	事業所数 総数	3,732			5,266	
	鉱業	3			0	
	建設業	177			297	
	製造業	229			406	
	卸売小売業	2,086			2,847	
	金融保険業	102			135	
	不動産業	45			223	
	運輸通信業	30			75	
	電気ガス水道業	5			8	
	サービス業	1,055			1,275	
市街化	市面積（単位m^2）	4,648,891	4,572,900	15,578,200	15,531,000	15,361,000
	宅地面積（単位m^2）	3,208,891	3,265,800	6,610,900	7,210,000	7,247,000
	商業地面積（単位m^2）	295,917	296,500	611,900	612,000	608,000
消費者	個人所得（東京都平均）	1809,310	2,666,958	3,474,263	4,390,700	

資料；東京都統計年鑑

立川市周辺地域人口分布状況

	昭和35年			昭和40年		
	(A) 人口	(B) DID人口	(B)/(A)	(C) 人口	(D) DID人口	(D)/(C)
	人	人	%	人	人	%
新宿区	413,690	413,690	100.0	413,190	413,910	100.0
中野区	351,360	351,360	100.0	376,697	376,697	100.0
杉並区	487,210	487,210	100.0	536,792	536,792	100.0
武蔵野市	120,337	120,337	100.0	133,516	133,516	100.0
三鷹市	98,038	84,261	85.9	135,873	120,629	88.8
小金井市	45,734	34,802	76.1	76,323	71,176	93.3
国分寺市	39,098	23,665	60.5	64,645	54,381	84.1
国立市	32,609	26,112	80.1	43,477	34,396	79.1
立川市	81,951	66,369	81.0	100,719	87,089	86.5
昭島市	44,805	31,147	69.5	59,655	48,082	80.6
日野市	43,394	18,332	42.1	67,979	36,544	53.8
八王子市	164,622	93,464	56.8	207,753	119,282	57.4
青梅市	56,896	18,686	32.8	60,892	19,952	32.8

資料；「国勢調査」総理府統計局

註） DID人口とは人口集中地区（Densely Inhabited Districts）人口である。

立川市の人口推移

人口＼年次	昭44	昭40 (10／1)	昭35 (10／1)
総数	115,353	100,719	81,951
男	58,312	50,590	40,598
女	57,041	50,129	41,353
年令別			
0～14才	26,833	233,345	21,690
15～64	84,036	733,335	57,395
65～	4,484	44,039	2,866
職業別就業者数			
総数		48,573	36,575
Ⅰ専門的技術的職業従事者		2,703	2,347
Ⅱ管理的職業従事者		1,563	990
Ⅲ事務従事者		9,552	5,767
Ⅳ販売従事者		7,258	5,603
Ⅴ農林漁業従事者		1,713	1,915
Ⅵ採鉱採石従事者		4	56
Ⅶ運輸通信従事者		2,807	1,785
Ⅷ技能工生産工程従事者単純労働者		16,321	12,214
Ⅸ保安サービス従事者		1,358	0
Ⅹサービス職業従事者		5,289	5,895
Ⅺ分類不能の職業		5	3
面積（Km^2）		24.44	23.30

資料；昭和44年……「東京の人口」（住民基本台帳による東京都の世帯と人口）東京都
昭和40，35年……「国勢調査」総理府統計局

店舗関係外消費支出構成－1世帯当り年間消費額－

人口5万人以上の都市（全世帯）

No. 1

項目	昭35	昭37	昭39	昭41
消費支出	375,659円	465,359円	574,003円	973,158円
食料費	163,427	189,619	228,612	262,807
*外食費	11,323	14,386	18,279	21,565
住居費	33,544	49,114	57,234	69,078
*家賃・地代	8,746	13,299	15,675	19,596
*水道料	1,839	2,168	2,540	3,373
*自動車	…	276	658	2,842
光熱費	19,290	22,979	26,060	30,656
*電気・ガス代	1,335	14,701	17,554	20,847
被服費	46,828	62,040	71,245	77,867
*洗濯代	3,309	4,114	5,155	5,801
雑費	112,570	141,607	190,852	232,750
*診療代	4,457	6,148	8,308	10,102
*入浴料	2,868	3,134	3,191	3,113
*理髪料	1,155	1,529	1,979	2,206
*パーマネント代	1,046	1,304	1,729	1,866
*セット代	…	597	930	1,274
*交通・通信費	7,647	10,025	14,208	18,961

次頁へつづく

項　　目	昭　35	昭　37	昭　39	昭　41
	円	円	円	円
＊教　育　費	10,786	12,962	19,341	24,513
＊教　科　書　代	1,219	1,044	950	650
＊聴　取　観　覧　料	3,176	3,670	4,029	4,118
＊補　習　塾　月　謝　代	…	…	…	1,409
＊その他の月謝代	2,237	3,720	5,677	5,588
＊旅　行　費	…	3,266	4,803	6,425
＊信　仰　費	…	1,645	1,899	2,339
＊冠　婚　葬　祭　費	…	1,297	1,781	2,285
＊仕　送　金	3,402	5,015	5,930	8,263
＊負　担　金	2,118	2,679	3,381	4,004
＊損　害　保　険　料	1,006	1,151	1,492	2,326
＊贈　与　金	7,246	10,300	16,219	19,858
＊女　中　給　料	492	664	858	760
＊こ　づ　か　い	26,663	30,406	42,180	52,513
＊つ　き　あ　い　費	1,656	2,116	2,377	2,663
（＊の合計）	113,726	151,616	201,123	249,260
店舗関係外消費支出 (%)	(30.3)	(32.6)	(35.0)	(37.0)
店舗関係消費支出の比率 (%)	69.7	67.4	65.0	63.0

註：店舗関係消費支出と「商業統計」の小売業との概念不一致は農耕用品小売業（商業統計）である

＊の項目は店舗関係外消費支出項目あるいは，商業統計との不一致の項目である

資料　「家計調査」総理府統計局

3 章 関 係

横浜駅西口及び伊勢佐木町における消費行動調査

（日本リサーチセンター実施）

＝目　次＝

（題）……（主要項目とのクロス）……（頁）

日　　時……目的，買物の内容，パートナー，職業，住所……

場　　所……目的，買物の内容，レジャーの内容，年令，住所……

月平均回数……所要時間，職業，年令，住所……

所要時間……目的，交通機関，住所……

職　　業……日時，場所，東京への買物，東京へのレジャー……

年　　令……月平均，目的，レジャーの内容，買物の内容，
東京への買物，東京へのレジャー，東京での買物の
場所，東京でのレジャーの場所，パートナー……

住　　所……繁華街の場所，下着類，洋服，食料品，家具類，
月平均回数，東京への買物，東京へのレジャー，
所要時間……

＜日　時＞

目　的

実数　人
（構成比）%

日時＼目的	レジャー	買　物	散　歩	通過経路	その他	無回答	対象者数
6月1日	65 (11.1)	377 (64.7)	57 (9.8)	55 (9.4)	75 (12.9)	1 (0.2)	583 (100.0)
6月2日	75 (11.3)	383 (57.9)	51 (7.7)	95 (14.4)	99 (15.0)	— (—)	662 (100.0)
合　計	140 (11.2)	760 (61.0)	108 (8.7)	150 (12.0)	174 (14.0)	1 (0.1)	1245 (100.0)

買物の内容

日時＼内容	食料品	下着類	洋　服	耐久消費財	その他	無回答	対象者数
6月1日	34 (9.0)	8 (2.1)	211 (56.0)	19 (5.0)	133 (35.3)	33 (8.8)	377 (100.0)
6月2日	28 (7.3)	11 (2.9)	175 (45.7)	8 (2.1)	146 (38.1)	35 (9.1)	383 (100.0)
合　計	62 (8.2)	19 (2.5)	386 (50.8)	27 (3.6)	279 (36.7)	68 (8.9)	760 (100.0)

パートナー

日時＼パートナー	一人で	家族連れで	友人と	その他	無回答	対象者数
6月1日	110 (18.9)	318 (54.5)	129 (22.1)	12 (2.1)	14 (2.4)	583 (100.0)
6月2日	140 (21.1)	341 (51.5)	153 (23.1)	7 (1.1)	21 (3.2)	662 (100.0)
合　計	250 (20.1)	659 (52.9)	282 (22.7)	19 (1.5)	35 (2.8)	1245 (100.0)

職　業

日時＼職業	勤務東京	勤務横浜	勤務その他	勤務地無回答	自営	主婦東京	主婦横浜	主婦その他	主婦住所無回答	その他	無回答	対象者数
6月1日	47 (8.1)	80 (13.7)	27 (4.6)	8 (1.4)	29 (5.0)	87 (14.9)	154 (26.4)	47 (8.1)	11 (1.9)	85 (14.6)	8 (1.4)	583 (100.0)
6月2日	18 (2.7)	100 (15.1)	9 (1.4)	5 (0.8)	34 (5.1)	105 (15.9)	204 (30.8)	44 (6.6)	20 (3.0)	110 (16.6)	13 (2.0)	662 (100.0)
合　計	65 (5.2)	180 (14.5)	36 (2.9)	13 (1.0)	63 (5.1)	192 (15.4)	358 (28.8)	91 (7.3)	31 (2.5)	195 (15.7)	21 (1.7)	1245 (100.0)

住　所

日時＼住所	港北区	鶴見区	神奈川区	西・中区	保土ヶ谷戸塚区	南・磯子金沢区	川崎市	神奈川県(左記を除く)	東　京	その他	無回答	対象者数
6月1日	58 (9.9)	33 (5.7)	61 (10.5)	70 (12.0)	133 (22.8)	96 (16.5)	17 (2.9)	62 (10.6)	40 (6.9)	6 (1.0)	7 (1.2)	583 (100.0)
6月2日	68 (10.3)	19 (2.9)	50 (7.6)	97 (14.7)	164 (24.8)	137 (20.7)	14 (2.1)	68 (10.3)	37 (5.6)	5 (0.8)	3 (0.5)	662 (100.0)
合　計	126 (10.1)	52 (4.2)	111 (8.9)	167 (13.4)	297 (23.9)	233 (18.7)	31 (2.5)	130 (10.4)	77 (6.2)	11 (0.9)	10 (0.8)	1245 (100.0)

＜場　所＞

実　数　人
（構成比）％

目　的

場所＼目的	レジャー	買　物	散　歩	通過経路	その他	無回答	対象者数
横浜駅西口	108 (12.0)	526 (58.5)	58 (6.5)	105 (11.7)	156 (17.4)	－ (－)	899 (100.0)
伊勢佐木町	32 (9.2)	234 (67.6)	50 (14.5)	45 (13.0)	18 (5.2)	1 (0.3)	346 (100.0)
合　計	140 (11.2)	760 (61.0)	108 (8.7)	150 (12.0)	174 (14.0)	1 (0.1)	1245 (100.0)

買物の内容

場所＼内容	食料品	下着類	洋　服	耐久消費財	その他	無回答	対象者数
横浜駅西口	49 (9.3)	15 (2.9)	284 (54.0)	20 (3.8)	180 (34.2)	42 (8.0)	526 (100.0)
伊勢佐木町	13 (5.6)	4 (1.7)	102 (43.6)	7 (3.0)	99 (42.3)	26 (11.1)	234 (100.0)
合　計	62 (8.2)	19 (2.5)	386 (50.8)	27 (3.6)	279 (36.7)	68 (8.9)	760 (100.0)

レジャーの内容

場所＼内容	飲　食	映　画	パチンコ 麻　雀	その他	無回答	対象者数
横浜駅西口	8 (7.4)	12 (11.1)	1 (0.9)	67 (62.0)	21 (19.4)	108 (100.0)
伊勢佐木町	5 (15.6)	2 (6.3)	1 (3.1)	16 (50.0)	8 (25.0)	32 (100.0)
合　計	13 (9.3)	14 (10.0)	2 (1.4)	83 (59.3)	29 (20.7)	140 (100.0)

年　令

場所＼年令	才 18～20	才 21～25	才 26～30	才 31～35	才 36～40	才 41～50	51才 以上	無回答	対象者数
横浜駅西口	144 (16.0)	130 (14.5)	154 (17.1)	124 (13.8)	130 (14.5)	146 (16.2)	65 (7.2)	6 (0.7)	899 (100.0)
伊勢佐木町	37 (10.7)	50 (14.5)	50 (14.5)	56 (16.2)	70 (20.2)	54 (15.6)	29 (8.4)	－ (－)	346 (100.0)
合　計	181 (14.5)	180 (14.5)	240 (16.4)	180 (14.5)	200 (16.1)	200 (16.1)	94 (7.6)	6 (0.5)	1245 (100.0)

住　所

場所＼住所	港北区	鶴見区	神奈川区	西・中区	保土ケ谷 戸塚区	南・磯子 金沢区	川崎市	神奈川県 (左記を除く)	東　京	その他	無回答	対象者数
横浜駅西口	102 (11.3)	43 (4.8)	86 (9.6)	79 (8.8)	246 (27.4)	112 (12.5)	28 (3.1)	116 (12.9)	69 (7.7)	10 (1.1)	8 (0.9)	899 (100.0)
伊勢佐木町	24 (6.9)	9 (2.6)	25 (7.2)	88 (25.4)	51 (14.7)	121 (35.1)	3 (0.9)	14 (4.0)	8 (2.3)	1 (0.3)	2 (0.6)	346 (100.0)
合　計	126 (10.1)	52 (4.2)	111 (8.9)	167 (13.4)	297 (23.9)	233 (18.7)	31 (2.5)	130 (10.4)	77 (6.2)	11 (0.9)	10 (0.8)	1245 (100.0)

＜月平均回数＞

実数　人
（構成比）%

所要時間

回数＼所要時間	1～5分	6～10分	11～20分	21～30分	31～45分	46～60分	61～90分	91分以上	無回答	対象者数
1	5 (2.6)	12 (6.3)	42 (22.2)	67 (35.4)	32 (16.9)	24 (12.7)	3 (1.6)	1 (0.5)	3 (1.6)	189 (100.0)
2	7 (3.3)	21 (10.0)	67 (31.8)	47 (22.3)	32 (15.2)	31 (14.7)	3 (1.4)	3 (1.4)	— (—)	211 (100.0)
3	15 (8.1)	24 (13.0)	58 (31.4)	56 (30.3)	16 (8.6)	15 (8.1)	— (—)	1 (0.5)	— (—)	185 (100.0)
4・5	12 (5.2)	37 (16.1)	73 (31.7)	62 (27.0)	26 (11.3)	14 (6.1)	5 (2.2)	1 (0.4)	— (—)	230 (100.0)
6回以上	25 (8.8)	53 (18.7)	77 (27.1)	68 (23.9)	30 (10.6)	16 (5.6)	8 (2.8)	2 (0.7)	5 (1.8)	284 (100.0)
0	2 (1.4)	9 (6.3)	31 (21.8)	38 (26.8)	22 (15.6)	27 (19.0)	7 (4.9)	5 (3.5)	1 (0.7)	142 (100.0)
合　計	66 (5.3)	156 (12.5)	350 (28.1)	339 (27.2)	159 (12.8)	127 (10.2)	26 (2.1)	13 (1.0)	9 (0.7)	1245 (100.0)

職　業

回数＼職業	勤務東京	勤務横浜	勤務その他	勤務地無回答	自営	主婦東京	主婦横浜	主婦その他	主婦住所無回答	その他	無回答	対象者数
1	9 (4.8)	20 (10.6)	8 (4.2)	2 (1.1)	10 (5.3)	37 (19.6)	55 (29.1)	12 (6.3)	7 (3.7)	25 (13.2)	4 (2.1)	189 (100.0)
2	15 (7.1)	24 (11.4)	5 (2.4)	— (—)	16 (7.6)	31 (14.7)	69 (32.7)	22 (10.4)	6 (2.8)	23 (10.9)	— (—)	211 (100.0)
3	8 (4.3)	22 (11.9)	3 (1.6)	2 (1.1)	13 (7.0)	29 (15.7)	54 (29.2)	16 (8.6)	7 (3.8)	28 (15.1)	3 (1.6)	185 (100.0)
4・5	8 (3.5)	28 (12.2)	7 (3.0)	3 (1.3)	10 (4.3)	38 (16.5)	82 (35.7)	16 (7.0)	3 (1.3)	30 (13.0)	5 (2.2)	230 (100.0)
6回以上	15 (5.3)	75 (26.4)	9 (3.2)	5 (1.8)	9 (3.2)	29 (10.2)	56 (19.7)	6 (2.1)	4 (1.4)	69 (24.3)	7 (2.5)	284 (100.0)
0	10 (7.0)	9 (6.3)	4 (2.8)	— (—)	5 (3.5)	27 (19.0)	42 (29.6)	19 (13.4)	4 (2.8)	20 (14.1)	2 (1.4)	142 (100.0)
合　計	65 (5.2)	180 (14.5)	36 (2.9)	13 (1.0)	63 (5.1)	192 (15.4)	358 (28.8)	91 (7.3)	31 (2.5)	195 (15.7)	21 (1.7)	1245 (100.0)

年　令

回数＼年令	18～20才	21～25才	26～30才	31～35才	36～40才	41～50才	51才以上	無回答	対象者数
1	15 (7.9)	28 (14.8)	42 (22.2)	32 (16.9)	33 (17.5)	27 (14.3)	10 (5.3)	2 (1.1)	189 (100.0)
2	21 (10.0)	32 (15.2)	33 (15.6)	38 (18.0)	28 (13.3)	45 (21.3)	14 (6.6)	— (—)	211 (100.0)
3	25 (13.5)	26 (14.1)	31 (16.8)	37 (20.0)	26 (14.1)	27 (14.6)	13 (7.0)	— (—)	185 (100.0)
4・5	23 (10.0)	30 (13.0)	47 (20.4)	30 (13.0)	42 (18.3)	38 (16.5)	19 (8.3)	1 (0.4)	230 (100.0)
6回以上	80 (28.2)	50 (17.6)	31 (10.9)	25 (8.8)	45 (15.8)	37 (13.0)	14 (4.9)	2 (0.7)	284 (100.0)
0	17 (12.0)	13 (9.2)	17 (12.0)	18 (12.7)	26 (18.3)	26 (18.3)	24 (16.9)	1 (0.7)	142 (100.0)
合　計	181 (14.5)	180 (14.5)	204 (16.4)	180 (14.5)	200 (16.1)	200 (16.1)	94 (7.6)	6 (0.5)	1245 (100.0)

住　所

回数＼住所	港北区	鶴見区	神奈川区	中・西区	保土ヶ谷戸塚区	南・磯子金沢区	川崎市	神奈川県（左記を除く）	東京	その他	無回答	対象者数
1	22 (11.6)	6 (3.2)	15 (7.9)	16 (8.5)	41 (21.7)	34 (18.0)	8 (4.2)	27 (14.3)	15 (7.9)	2 (1.1)	3 (1.6)	189 (100.0)
2	23 (10.9)	8 (3.8)	16 (7.6)	23 (10.9)	48 (22.7)	56 (26.5)	3 (1.4)	20 (9.5)	14 (6.6)	— (—)	— (—)	211 (100.0)
3	16 (8.6)	9 (4.9)	14 (7.6)	27 (14.6)	48 (25.9)	36 (19.5)	9 (4.9)	15 (8.1)	10 (5.4)	1 (0.5)	— (—)	185 (100.0)
4・5	25 (10.9)	4 (1.7)	18 (7.8)	38 (16.5)	65 (28.3)	52 (22.6)	4 (1.7)	12 (5.2)	10 (4.3)	— (—)	2 (0.9)	230 (100.0)
6回以上	24 (8.5)	13 (4.6)	38 (13.4)	59 (20.8)	70 (24.6)	33 (11.6)	3 (1.1)	32 (11.3)	9 (3.2)	— (—)	3 (1.1)	284 (100.0)
0	15 (10.6)	12 (8.5)	9 (6.3)	4 (2.8)	25 (17.6)	21 (14.8)	4 (2.8)	24 (16.9)	18 (12.7)	8 (5.6)	2 (1.4)	142 (100.0)
合　計	126 (10.1)	52 (4.2)	111 (8.9)	167 (13.4)	297 (23.9)	233 (18.7)	31 (2.5)	130 (10.4)	77 (6.7)	11 (0.9)	10 (0.8)	1245 (100.0)

＜所　要　時　間＞

実　数　人
（構成比）％

目　　的

目的 / 時間(分)	レジャー	買　物	散　歩	通過経路	その他	無回答	対象者数
1～10	18 (8.1)	147 (66.2)	17 (7.7)	24 (10.8)	34 (15.3)	— (—)	222 (100.0)
11～20	33 (9.4)	226 (66.2)	33 (9.4)	42 (12.0)	34 (9.7)	1 (0.3)	350 (100.0)
21～45	64 (12.9)	307 (61.6)	39 (7.8)	54 (10.8)	64 (12.9)	— (—)	498 (100.0)
46～60	16 (12.6)	61 (48.0)	17 (13.4)	21 (16.5)	30 (23.6)	— (—)	127 (100.0)
61分以上	7 (17.9)	16 (41.0)	2 (5.1)	8 (20.5)	9 (23.1)	— (—)	39 (100.0)
合　　計	140 (11.2)	760 (61.0)	108 (8.7)	150 (12.0)	174 (14.0)	1 (0.1)	1245 (100.0)

交通機関

交通機関 / 時間(分)	電　車	バ　ス	乗用車	徒　歩	その他	無回答	対象者数
1～10	106 (47.7)	29 (13.1)	31 (14.0)	34 (15.3)	24 (10.8)	— (—)	222 (100.0)
11～20	207 (59.1)	91 (26.0)	36 (10.3)	14 (4.0)	15 (4.3)	— (—)	350 (100.0)
21～45	348 (69.9)	153 (30.7)	33 (6.6)	6 (1.2)	5 (1.0)	1 (0.2)	498 (100.0)
46～60	106 (83.5)	34 (26.8)	4 (3.1)	— (—)	2 (1.6)	— (—)	127 (100.0)
61分以上	32 (82.1)	8 (20.5)	5 (12.8)	1 (2.6)	2 (5.1)	— (—)	39 (100.0)
合　　計	803 (64.5)	315 (25.3)	110 (8.8)	56 (4.5)	48 (3.9)	4 (0.3)	1245 (100.0)

住　　所

住所 / 時間(分)	港北区	鶴見区	神奈川区	西・中区	保土ケ谷 戸塚区	南・磯子 金沢区	川崎市	神奈川県 (左記を除く)	東　京	その他	無回答	対象者数
1 ～10	24 (10.8)	5 (2.3)	39 (17.6)	84 (37.8)	31 (14.0)	29 (13.1)	2 (0.9)	3 (1.4)	2 (0.9)	— (—)	3 (1.4)	222 (100.0)
11 ～20	42 (12.0)	18 (5.1)	46 (13.1)	53 (15.1)	90 (25.7)	72 (20.6)	7 (2.0)	12 (3.4)	6 (1.7)	2 (0.6)	2 (0.6)	350 (100.0)
21 ～45	47 (9.4)	25 (5.0)	24 (4.8)	26 (5.2)	144 (28.9)	108 (21.7)	18 (3.6)	70 (14.1)	33 (6.6)	1 (0.2)	2 (0.4)	498 (100.0)
46 ～60	10 (7.9)	2 (1.6)	1 (0.8)	2 (1.6)	27 (21.3)	22 (17.3)	3 (2.4)	35 (27.6)	23 (18.1)	2 (1.6)	— (—)	127 (100.0)
61分 以上	3 (7.7)	1 (2.6)	1 (2.6)	2 (5.1)	5 (12.8)	2 (5.1)	1 (2.6)	8 (20.5)	11 (28.2)	5 (12.8)	— (—)	39 (100.0)
合　計	126 (10.1)	52 (4.2)	111 (8.9)	167 (13.4)	297 (23.9)	233 (18.7)	31 (2.5)	130 (10.4)	77 (6.2)	11 (0.9)	10 (0.8)	1245 (100.0)

＜職　　業＞

日　時

職業＼日時	6月1日	6月2日	対象者数
勤務　東京	47 (72.3)	18 (27.7)	65 (100.0)
勤務　横浜	80 (44.4)	100 (55.6)	180 (100.0)
勤務その他	35 (71.4)	14 (28.6)	49 (100.0)
主婦　東京	87 (45.3)	105 (54.7)	192 (100.0)
主婦　横浜	154 (43.0)	204 (57.0)	358 (100.0)
主婦その他	58 (47.5)	64 (52.5)	122 (100.0)
自営その他	114 (44.2)	144 (55.8)	258 (100.0)
合　　計	583 (46.8)	662 (53.2)	1245 (100.0)

実数人
(構成比)%

場　所

職業＼場所	横浜駅西口	伊勢佐木町	対象者数
勤務　東京	53 (81.5)	12 (18.5)	65 (100.0)
勤務　横浜	124 (68.9)	56 (31.1)	180 (100.0)
勤務その他	38 (77.6)	11 (22.4)	49 (100.0)
主婦　東京	156 (81.2)	36 (18.7)	192 (100.0)
主婦　横浜	250 (69.8)	108 (30.2)	358 (100.0)
主婦その他	87 (71.3)	35 (28.7)	122 (100.0)
自営その他	176 (68.2)	82 (31.8)	258 (100.0)
合　　計	8999 (72.2)	346 (27.8)	1245 (100.0)

東京への買物

職業＼有無	ある	ない	無回答	対象者数
勤務　東京	39 (60.0)	18 (27.7)	8 (12.3)	65 (100.0)
勤務　横浜	62 (34.4)	106 (58.9)	12 (6.7)	180 (100.0)
勤務その他	19 (38.8)	27 (55.1)	3 (6.1)	49 (100.0)
主婦　東京	109 (56.8)	75 (39.1)	8 (4.2)	192 (100.0)
主婦　横浜	112 (31.3)	240 (67.0)	6 (1.7)	358 (100.0)
主婦その他	46 (37.7)	73 (59.8)	3 (2.5)	122 (100.0)
自営その他	114 (44.2)	124 (48.1)	20 (7.8)	258 (100.0)
合　　計	509 (40.9)	672 (54.0)	64 (5.1)	1245 (100.0)

東京へのレジャー

職業＼有無	ある	ない	無回答	対象者数
勤務　東京	32 (49.2)	24 (36.9)	9 (13.8)	65 (100.0)
勤務　横浜	66 (36.7)	106 (58.9)	8 (4.4)	180 (100.0)
勤務その他	16 (32.7)	32 (65.3)	1 (2.0)	49 (100.0)
主婦　東京	71 (37.0)	104 (54.2)	17 (8.9)	192 (100.0)
主婦　横浜	99 (27.7)	251 (70.1)	8 (2.2)	358 (100.0)
主婦その他	38 (31.1)	83 (68.0)	1 (0.8)	122 (100.0)
自営その他	112 (43.4)	133 (51.6)	13 (5.0)	258 (100.0)
合　　計	444 (35.7)	742 (59.6)	59 (4.7)	1245 (100.0)

＜年　令　(I)＞

月平均

実数人
（構成比）%

年令(才) ＼ 回数	0	1	2	3	4	5	6～9	10回以上	無回答	対象者数
18～25	30 (8.3)	43 (11.9)	53 (14.7)	51 (14.1)	26 (7.2)	27 (7.5)	23 (6.4)	107 (29.6)	1 (0.3)	361 (100.0)
26～35	35 (9.1)	74 (19.3)	71 (18.5)	68 (17.7)	36 (9.4)	41 (10.7)	11 (2.9)	45 (11.7)	3 (0.8)	384 (100.0)
36才以上	76 (15.4)	70 (14.2)	87 (17.6)	66 (13.4)	57 (11.5)	42 (8.5)	26 (5.3)	70 (14.2)	— (—)	494 (100.0)
合計	142 (11.4)	189 (15.2)	211 (16.9)	185 (14.9)	119 (9.6)	111 (8.9)	61 (4.9)	223 (17.9)	4 (0.3)	1245 (100.0)

目的

年令(才) ＼ 目的	レジャー	買物	散歩	通過経路	その他	無回答	対象者数
18～25	57 (15.8)	185 (51.2)	35 (9.7)	43 (11.9)	67 (18.6)	1 (0.3)	361 (100.0)
26～35	46 (12.0)	249 (64.8)	35 (9.1)	43 (11.2)	38 (9.9)	— (—)	384 (100.0)
36才以上	36 (7.3)	325 (65.8)	38 (7.7)	64 (13.0)	65 (13.2)	— (—)	494 (100.0)
合計	140 (11.2)	760 (61.0)	108 (8.7)	150 (12.0)	174 (14.0)	1 (0.1)	1245 (100.0)

レジャーの内容

年令(才) ＼ 内容	飲食	映画	パチンコ麻雀	その他	無回答	対象者数
18～25	3 (5.3)	10 (17.5)	2 (3.5)	28 (49.1)	15 (26.3)	57 (100.0)
26～35	7 (15.2)	2 (4.3)	— (—)	28 (60.9)	9 (19.6)	46 (100.0)
36才以上	3 (8.3)	2 (5.6)	— (—)	26 (72.2)	5 (13.9)	36 (100.0)
合計	13 (9.3)	14 (10.0)	2 (1.4)	83 (59.3)	29 (20.7)	140 (100.0)

買物の内容

年令(才) ＼ 内容	食料品	下着類	洋服	耐久消費財	その他	無回答	対象者数
18～25	5 (2.7)	6 (3.2)	115 (62.2)	4 (2.2)	46 (24.9)	21 (11.4)	185 (100.0)
26～35	24 (9.6)	4 (1.6)	112 (45.0)	11 (4.4)	108 (43.4)	22 (8.8)	249 (100.0)
36才以上	33 (10.2)	9 (2.5)	159 (48.9)	12 (3.7)	124 (38.2)	25 (7.7)	325 (100.0)
合計	62 (8.2)	19 (2.5)	386 (50.8)	27 (3.6)	279 (36.7)	68 (8.9)	760 (100.0)

＜年　令　(II)＞

実数人
（構成比）%

東京への買物

有無 / 年令(才)	ある	ない	無回答	対象者数
18～25	189 (52.4)	147 (40.7)	25 (6.9)	361 (100.0)
26～35	142 (37.0)	225 (58.6)	17 (4.4)	384 (100.0)
36才以上	176 (35.6)	297 (60.1)	21 (4.3)	494 (100.0)
合　計	509 (40.9)	672 (54.0)	64 (5.1)	1245 (100.0)

東京へのレジャー

有無 / 年令(才)	ある	ない	無回答	対象者数
18～25	182 (50.4)	161 (44.6)	18 (5.0)	361 (100.0)
26～35	125 (32.6)	245 (63.8)	14 (3.6)	384 (100.0)
36才以上	137 (27.7)	331 (67.0)	26 (5.3)	494 (100.0)
合　計	444 (35.7)	742 (59.6)	59 (4.7)	1245 (100.0)

東京での買物の場所

場所 / 年令(才)	東京駅周辺	銀座	日本橋	新宿	浅草	渋谷	その他	無回答	対象者数
18～25	7 (3.7)	77 (40.7)	12 (6.3)	49 (25.9)	3 (1.6)	55 (29.1)	25 (13.2)	12 (6.3)	189 (100.0)
26～35	8 (5.6)	50 (35.2)	23 (16.2)	16 (11.3)	2 (1.4)	28 (19.7)	18 (12.7)	18 (12.7)	142 (100.0)
36才以上	12 (1.8)	52 (29.5)	43 (24.4)	26 (14.8)	3 (1.7)	28 (15.9)	24 (13.6)	20 (11.4)	176 (100.0)
合　計	27 (5.3)	180 (35.4)	78 (15.3)	91 (17.9)	8 (1.6)	111 (21.8)	68 (13.4)	50 (9.8)	509 (100.0)

東京でのレジャーの場所

場所 / 年令(才)	東京駅周辺	銀座	日本橋	新宿	浅草	渋谷	その他	無回答	対象者数
18～25	3 (1.6)	63 (34.6)	— (—)	40 (22.0)	— (—)	41 (22.5)	42 (23.1)	27 (14.8)	182 (100.0)
26～35	4 (3.2)	33 (26.4)	1 (0.8)	12 (9.6)	2 (1.6)	16 (12.8)	31 (24.8)	35 (28.0)	125 (100.0)
36才以上	5 (3.6)	32 (23.4)	5 (3.6)	10 (7.3)	5 (3.6)	15 (10.9)	38 (27.7)	38 (27.7)	137 (100.0)
合　計	12 (2.7)	128 (28.8)	6 (1.4)	62 (14.0)	7 (1.6)	72 (16.2)	111 (25.0)	100 (22.5)	444 (100.0)

パートナー

パートナー / 年令(才)	一人で	家族連れで	友人と	その他	無回答	対象者数
18～25	96 (26.6)	57 (15.8)	196 (54.3)	3 (0.8)	9 (2.5)	361 (100.0)
26～35	52 (13.5)	275 (71.6)	42 (10.9)	3 (0.8)	12 (3.1)	384 (100.0)
36才以上	100 (20.2)	327 (66.2)	43 (8.7)	13 (2.6)	11 (2.2)	494 (100.0)
合　計	250 (20.1)	659 (52.9)	282 (22.2)	19 (1.5)	35 (2.8)	1245 (100.0)

＜住　　所　(1)＞

実数人
(構成比)%

繁華街の場所

住所＼場所	横浜駅西口	元町	伊勢佐木町	南京街	野毛山	鶴見	その他	無回答	対象者数
港北区	110 (87.3)	29 (23.0)	40 (31.7)	6 (4.8)	2 (1.6)	— (—)	5 (4.0)	2 (1.6)	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	146 (89.6)	21 (12.9)	56 (34.4)	1 (0.6)	2 (1.2)	9 (5.5)	6 (3.7)	1 (0.6)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	509 (73.0)	138 (19.8)	401 (57.5)	33 (4.7)	25 (3.6)	4 (0.6)	24 (3.4)	4 (0.6)	697 (100.0)
川崎市	23 (74.2)	5 (16.1)	13 (41.9)	1 (3.2)	1 (3.2)	2 (6.5)	2 (6.5)	1 (3.2)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	108 (83.1)	24 (18.5)	38 (29.2)	3 (2.3)	2 (1.5)	— (—)	6 (4.6)	1 (0.8)	130 (100.0)
東京	55 (71.4)	15 (19.5)	18 (23.4)	5 (6.5)	1 (1.3)	1 (1.3)	7 (9.1)	3 (3.9)	77 (100.0)
その他	6 (54.5)	3 (27.3)	1 (9.1)	1 (9.1)	— (—)	— (—)	1 (9.1)	1 (9.1)	11 (100.0)
合計	962 (77.3)	237 (19.0)	571 (45.9)	51 (4.1)	33 (2.7)	16 (1.3)	52 (4.2)	14 (1.1)	1245 (100.0)

下着類

住所＼場所	近くの商店街	横浜繁華街	その他	無回答	対象者数
港北区	43 (34.1)	71 (56.3)	12 (9.5)	— (—)	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	72 (44.2)	64 (39.3)	26 (16.0)	1 (0.6)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	227 (32.6)	12 (59.1)	50 (7.2)	8 (1.1)	697 (100.0)
川崎市	11 (35.5)	9 (29.0)	10 (32.3)	1 (3.2)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	63 (48.5)	47 (36.2)	18 (13.8)	2 (1.5)	130 (100.0)
東京	29 (37.7)	16 (20.8)	30 (39.0)	2 (2.6)	77 (100.0)
その他	6 (54.5)	2 (18.2)	3 (27.3)	— (—)	11 (100.0)
合計	454 (36.5)	624 (50.1)	153 (12.3)	14 (1.1)	1245 (100.0)

洋服

近くの商(街)	横浜繁華街	東京	その他	無回答	対象者数
7 (5.6)	99 (78.6)	15 (11.9)	5 (4.0)	— (—)	126 (100.0)
19 (11.7)	113 (69.3)	10 (6.1)	21 (12.9)	— (—)	163 (100.0)
59 (8.5)	549 (78.8)	51 (7.3)	32 (4.6)	6 (0.9)	697 (100.0)
3 (9.7)	14 (45.2)	4 (12.9)	10 (32.3)	— (—)	31 (100.0)
26 (20.0)	81 (62.3)	13 (10.0)	8 (6.2)	2 (1.5)	130 (100.0)
8 (10.4)	22 (28.6)	38 (49.4)	8 (10.4)	1 (1.3)	77 (100.0)
— (—)	2 (18.2)	5 (45.5)	3 (27.3)	1 (9.1)	11 (100.0)
123 (9.9)	887 (71.8)	136 (11.9)	89 (7.2)	10 (0.8)	1245 (100.0)

食料品

住所＼場所	近くの商店街	その他	無回答	対象者数
港北区	106 (84.1)	20 (15.9)	—	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	128 (78.5)	34 (20.9)	1 (0.6)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	574 (82.4)	117 (16.8)	6 (0.9)	697 (100.0)
川崎市	27 (87.1)	4 (12.9)	— (—)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	101 (77.7)	27 (20.8)	2 (1.5)	130 (100.0)
東京	55 (71.4)	20 (26.0)	2 (2.6)	77 (100.0)
その他	8 (72.7)	2 (18.2)	1 (9.1)	11 (100.0)
合計	1006 (80.8)	227 (18.2)	12 (1.0)	1245 (100.0)

家具類

近くの商店街	横浜繁華街	東京	その他	無回答	対象象者数
24 (19.0)	67 (53.2)	10 (7.9)	21 (16.7)	4 (3.2)	126 (100.0)
52 (31.9)	64 (39.3)	12 (7.4)	33 (20.2)	2 (1.2)	163 (100.0)
129 (18.5)	424 (60.8)	29 (4.2)	91 (13.1)	24 (3.4)	697 (100.0)
8 (25.8)	4 (12.9)	2 (6.5)	15 (48.4)	2 (6.5)	31 (100.0)
45 (34.6)	37 (28.5)	11 (8.5)	31 (23.8)	6 (4.6)	130 (100.0)
15 (19.5)	12 (15.6)	30 (39.0)	17 (22.1)	3 (3.9)	77 (100.0)
5 (45.5)	— (—)	1 (9.1)	4 (36.4)	1 (9.1)	11 (100.0)
283 (22.7)	610 (49.0)	95 (7.6)	215 (17.3)	42 (3.4)	1245 (100.0)

＜住　　所　(II)＞

実数人
(構成比)%

月平均回数

住所＼回数	0	1	2	3	4	5	6～9	10回以上	無回答	対象者数
港北区	15 (11.9)	22 (17.5)	23 (18.3)	16 (12.7)	9 (7.1)	16 (12.7)	8 (6.3)	16 (12.7)	1 (0.8)	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	21 (12.9)	21 (12.9)	24 (14.7)	23 (14.1)	12 (7.4)	10 (6.1)	16 (9.8)	35 (21.5)	1 (0.6)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	50 (7.2)	91 (13.1)	27 (18.2)	111 (15.9)	84 (12.1)	71 (10.2)	28 (4.0)	134 (19.2)	1 (0.1)	697 (100.0)
川崎市	4 (12.9)	8 (25.8)	3 (9.7)	9 (29.0)	3 (9.7)	1 (3.2)	1 (3.2)	2 (6.5)	— (—)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	24 (18.5)	27 (20.8)	20 (15.4)	15 (11.5)	6 (4.6)	6 (4.6)	4 (3.1)	28 (21.5)	— (—)	130 (100.0)
東京	18 (23.4)	15 (19.5)	14 (18.2)	10 (13.0)	4 (5.2)	6 (7.8)	3 (3.9)	6 (7.8)	1 (1.3)	77 (100.0)
その他	8 (72.7)	2 (18.2)	— (—)	1 (9.1)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	11 (100.0)
合計	142 (11.4)	189 (15.2)	211 (16.9)	185 (14.9)	119 (9.6)	111 (8.9)	61 (4.9)	223 (17.9)	4 (0.3)	1245 (100.0)

東京への買物

住所＼有無	ある	ない	無回答	対象者数
港北区	63 (50.0)	60 (47.6)	3 (2.4)	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	69 (42.3)	87 (53.4)	7 (4.3)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	234 (33.6)	434 (62.3)	29 (4.2)	697 (100.0)
川崎市	20 (64.5)	11 (35.5)	— (—)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	62 (47.7)	64 (49.2)	4 (3.1)	130 (100.0)
東京	52 (67.5)	6 (7.8)	19 (24.7)	77 (100.0)
その他	7 (63.6)	3 (27.3)	1 (9.1)	11 (100.0)
合計	509 (40.9)	672 (54.0)	64 (5.1)	1245 (100.0)

東京へのレジャー

住所＼有無	ある	ない	無回答	対象者数
港北区	51 (40.3)	72 (57.1)	3 (2.4)	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	71 (43.6)	87 (53.4)	5 (3.1)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	217 (31.1)	457 (65.6)	23 (3.3)	697 (100.0)
川崎市	16 (51.6)	15 (48.4)	— (—)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	44 (33.8)	81 (62.3)	5 (3.8)	130 (100.0)
東京	40 (51.9)	17 (22.1)	20 (26.0)	77 (100.0)
その他	4 (36.4)	5 (45.5)	2 (18.2)	71 (100.0)
合計	444 (35.7)	742 (59.6)	59 (4.7)	1245 (100.0)

所要時間

住所＼時間	1～5分	6～10分	11～20分	21～30分	31～45分	46～60分	61～90分	71分以上	無回答	対象者数
港北区	4 (3.2)	20 (15.9)	42 (33.3)	34 (27.0)	13 (10.3)	10 (7.9)	2 (1.6)	1 (0.8)	— (—)	126 (100.0)
鶴見区 神奈川区	12 (7.4)	32 (19.6)	64 (39.3)	39 (23.9)	10 (6.1)	3 (1.8)	1 (0.6)	1 (0.6)	1 (0.6)	163 (100.0)
横浜市のその他の区	49 (7.0)	95 (13.6)	215 (30.8)	203 (29.1)	75 (10.8)	51 (7.3)	5 (0.7)	4 (0.6)	— (—)	697 (100.0)
川崎市	— (—)	2 (6.5)	7 (22.6)	10 (32.3)	8 (25.8)	3 (9.7)	1 (3.2)	— (—)	— (—)	31 (100.0)
神奈川県(上記を除く)	— (—)	3 (2.3)	12 (9.2)	35 (26.9)	35 (26.9)	35 (26.9)	6 (4.6)	2 (1.5)	2 (1.5)	130 (100.0)
東京	— (—)	2 (2.6)	6 (7.8)	16 (20.8)	17 (22.1)	23 (29.9)	9 (11.7)	2 (2.6)	2 (2.6)	77 (100.0)
その他	— (—)	— (—)	2 (18.2)	1 (9.1)	— (—)	2 (18.2)	2 (18.2)	3 (27.3)	1 (9.1)	11 (100.0)
合計	66 (5.3)	156 (12.5)	350 (28.1)	339 (27.2)	159 (12.8)	127 (10.2)	26 (2.1)	13 (1.0)	9 (0.7)	1245 (100.0)

店舗関係外消費支出構成－1世帯当り年間消費額－

人口5万人以上の都市（全世帯）

項目	昭 35	昭 37	昭 39	昭 41
消費支出	375,659	465,359	574,003	673,158
食料費	163,427	189,619	228,612	262,807
住居費	33,544	49,114	57,234	69,078
＊家賃地代	8,746	13,299	15,675	19,596
＊水道料	1,839	2,168	2,540	3,373
光熱費	19,290	22,979	26,060	30,656
＊電気ガス代	11,335	14,701	17,554	20,847
被服費	46,828	62,040	71,245	77,867
雑費	112,570	141,607	190,852	232,750
＊診療代	4,457	6,148	8,308	10,102
＊交通・通信費	7,647	10,025	14,208	18,961
＊教育費	10,786	12,962	19,341	24,513
＊教科書代	1,219	1,044	950	650
＊聴取視覧料	3,176	3,670	4,029	4,118
＊補習塾月謝代	…	…	…	1,409
＊その他の月謝代	2,237	3,720	5,677	5,588
＊旅行費	…	3,266	4,803	6,425
＊信仰費	…	1,645	1,899	2,339
＊冠婚葬祭費	…	1,297	1,781	2,285
＊仕送金	3,402	5,015	5,930	8,063
＊負担金	2,118	2,679	3,381	4,004
＊損害保険料	1,006	1,151	1,492	2,326
＊贈与金	7,246	10,300	16,219	19,858
＊女中給料	492	664	858	760
＊こづかい	26,663	30,406	42,180	52,513
＊つきあい費	1,656	2,116	2,377	2,663
(＊)の合計	94,025	125,276	165,202	210,593
店舗関係外消費支出	250	269	288	311
店舗関係消費支出の構成比	750	731	712	689

資料;「家計調査」総理府統計局

註）＊店舗関係外の消費支出項目である。

都市県別人口および事業所数

No. 1

項目			東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
面積 (Km²)	40年		7652	17710	7260	9022
人口密度(1Km²当り)	40年		27212	13990	40102	30286
世帯数(件)	40年		53366	43581	53658	51,998
人口 (人)	30年		105,516	129,933	95,099	105,112
	35年		124,171	150,534	118,096	125,772
	36年		126,222	146,567	121,475	127,433
	37年		132,843	150,641	130,410	134,581
	38年		142,460	154,474	146,524	145,881
	39年		151,627	161,433	150,897	152,825
	40年		169,912	171,590	166,699	168,901
	41年		174,302	174,793	169,810	172,607
人口増加率(%)	30年~40年		67.4	50.9	69.5	68.8
人口集中地区人口(人)	35年~40年		37.5	17.1	47.5	38.3
	40年		113,923	78,980	130,056	114,984
年令別人口 (40年)	総数		169,912	171,590	166,699	168,901
	実数(人)	0~14才	40,876	41,485	39,262	40,333
		15~64才	121,428	120,844	120,082	117,256
		65才以上	7,603	24,776	7,355	10,107
	構成比(%)	0~14才	24.0	23.9	23.7	23.9
		15~64才	71.4	70.8	71.9	71.5
		65才以上	3.9	5.3	4.4	4.3
15才以上就業者総数(人)	40年		79,140	92,299	77,234	80,383
産業別人口 (40年)	実数(人)	1次	6,341	14,220	3,395	6,374
		2次	33,306	44,860	34,462	35,512
		3次	39,440	33,195	39,358	38,461
	構成比(%)	1次	11.1	15.3	5.0	9.3
		2次	41.4	49.4	45.5	44.2
		3次	50.3	35.3	49.5	47.7

つづく

項目			東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
職業別人口	農林漁業	実数(人)	6,347	14,173	3,368	6,359
		構成比(%)	8.2	15.2	4.9	8.0
	生産運輸	実数(人)	32,762	45,726	32,927	34,792
		構成比(%)	41.0	50.3	36.0	40.4
	販売サービス	実数(人)	16,369	16,227	16,626	16,449
		構成比(%)	20.6	17.1	21.0	20.2
	事務技術管理	実数(人)	23,613	16,152	24,297	22,752
		構成比(%)	23.5	17.4	30.4	25.3
人口1万人当りの事業所数 (件)	41年		334	526	307	352
人口1万人当りの従業者数 (人)	41年		3,157	4,829	2,927	3,320
事業所数	実数(件)	38年	4,752	8,394	3,994	5,005
		41年	5,684	9,314	4,985	5,959
		38−41増減	1,599	920	992	954
	構成比(%)	38年	3.8	4.8	2.6	3.5
		41年	3.9	4.9	2.8	3.6
		38−41増減	22.6	12.8	29.6	23.9
産業別事業所数(昭和41年)	実数(件)	2次	1,172	2,977	775	1,289
		3次	4,512	6,337	4,210	4,670
	構成比(%)	2次	19.1	29.6	15.3	19.2
		3次	80.9	70.4	84.7	80.8

資　料；「国勢調査報告書」　総理府統計局

「事業所統計」　総理府統計局

年間販売額 №1

単位：百万円

項目	年	東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
総計	37	21,810.7	52,212.0	16,754.5	24,425.1
	39	32,759.1	68,400.0	20,522.4	33,636.9
	41	47,277.8	89,613.6	31,876.5	47,625.1
卸売業	37	11,356.0	42,047.0	7,306.0	14,411.0
	39	16,388.0	53,378.0	10,318.0	20,207.0
	41	26,561.0	69,550.0	16,998.0	29,307.0
40・41 一般卸売業	37	11,356.4	42,047.4	7,306.4	14,411.1
	39	17,720.9	53,377.8	10,318.2	20,207.3
	41	26,562.0	69,550.0	16,998.0	29,308.0
小売業	37	10,458.0	10,164.0	7,140.0	9,106.0
	39	15,038.0	15,022.0	10,204.0	13,131.0
	41	20,716.0	20,064.0	14,879.0	18,318.0
43 各種商品小売業	37	217.0	369.5	221	163.4
	39	392.8	989.6	107.8	369.7
	41	1,385.7	1,768.8	1,281.0	1,497.4
44 織物・衣服・身のまわり品小売業	37	2,272.0	2,476.0	1,099.0	1,841.0
	39	3,120.0	3,411.0	1,546.0	2,544.0
	41	3,897.0	4,314.0	2,102.0	3,253.0
441 呉服・服地・家具小売業	39	890.0	1,186.0	503.0	782.0
	41	1,088.0	1,508.0	614.0	965.0
442 洋服小売業	39	661.0	520.0	212.0	463.0
	41	664.0	645.0	308.0	521.0
443 婦人子供服小売業	39	335.0	679.0	219.0	341.0
	41	777.0	880.0	365.0	630.0
444 くつ・履物小売業	39	271.0	334.0	158.0	235.0
	41	369.0	476.0	193.0	316.0
449 その他の織物・衣服・身のまわり品小売業	39	961.0	692.0	423.0	709.0
	41	1,070.0	805.0	622.0	853.0
45 飲食料品小売業	37	4,785.0	3,740.0	3,766.0	4,222.0
	39	6,679.0	5,355.0	5,065.0	5,842.0
	41	9,500.0	7,126.0	7,340.0	8,289.0
451 各種食料品小売業	39	600.0	797.0	453.0	572.0
	41	1,127.0	1,066.0	772.0	1,008.0
452 酒・調味料小売業	39	1,521.2	927.8	960.0	1,210.2
	41	1,981.0	1,248.0	1,280.0	1,594.0
453 食肉小売業	39	429.2	354.9	371.7	395.3
	41	649.0	486.9	596.8	603.8

年間販売額　№2

単位；百万円

項　　目	年	東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平　均
454	39	3409	2166	2558	2886
鮮魚小売業	41	4624	304.9	354.4	3960
456	39	1339	144.2	187.7	1566
乾物小売業	41	161.9	94.9	265.5	192.6
456	39	731.6	6368	491.8	622.8
野菜　果物小売業	41	1011.3	703.7	672.4	831.2
457	39	9087	803.9	591.0	767.7
菓子・パン小売業	41	11768	10702	873.3	1041.1
458	39	11334	1024.6	990.3	1060.5
米穀類小売業	41	15739	16663	13472	14986
459	39	10624	4494	762.2	851.3
その他の飲食料品小売業	41	13895	685.0	11775	1199.2
47	37	72.7	112.9	50.0	69.9
自転車・荷車小売業	39	1171	232.7	85.0	122.3
	41	137.2	223.7	100.4	135.8
48	37	12691	14180	920.3	1154.3
家具・建具・什器小売業	39	17525	2034.2	1410.7	1660.5
	41	23078	2661.1	1936.4	2215.0
481	39	441.8	508.9	276.8	386.9
家具・建具・畳小売業	41	657.3	771.4	435.0	587.0
482	39	418.5	284.5	265.2	337.8
金物・荒物小売業	41	487.9	330.0	297.1	388.8
483	39	48.9	37.5	24.5	37.5
陶磁器・ガラス具小売業	41	94.8	94.2	30.2	69.2
484	39	675.5	1171.5	568.2	708.4
家庭用機械器具　小売業	41	1049.0	1440.9	1162.8	1153.2
489	39	4.5	14.8		4.3
その他の什器小売業	41	13.7	426.0	8.4	160
49	37	17786	1774.6	1292.8	1586.6
その他の小売業	39	14283	2398.3	1132.6	1458.6
	41	33168	3970.6	2504.4	3095.8
491	39	535.6	616.4	532.6	546.7
医薬品・化粧品小売業	41	680.3	832.1	679.1	702.8
493	39	387.9	228.0	159.6	273.7
燃料小売業	41	477.8	335.1	171.4	335.5
494	39	604.1	535.7	427.2	524.0
書籍・文房具小売業	41	792.5	724.3	704.0	747.3

資料；『商業統計』　通産省

人口10万人当りの店舗数（昭和41年）

単位：店

項目	東京都市圏	中京都市圏	京阪神都市圏	平均
H 金融保険業	466	638	461	490
50 銀行信託業	81	44	63	68
I 不動産業	122.7	102.0	110.4	114.7
J 運輸通信業	38.8	72.1	47.3	47.2
K 電気・ガス・水道業	2.5	4.9	3.7	3.3
L サービス業	7230	10180	7033	7600
80 旅館・賃間・下宿・その他の宿泊	468	573	531	509
801 旅館	24.4	42.3	18.2	24.7
81 対個人サービス業	2807	3816	2675	2908
811 洗濯業	561	603	465	529
813 写真業	110	138	117	118
814 理髪理容業	1477	1813	1327	1469
815 浴場業	151	152	316	216
83 対事業所サービス業	206	471	221	252
84 自動車修理・ガレージ業	355	495	313	360
85 その他の修理業	202	397	172	220
86 映画業	30	44	28	32
862 映画館	23	44	27	28
87 娯楽業（映画を除く）	276	539	233	299
88 医療保健業	1171	1202	1105	1151
881 病院	59	156	114	95
89 法務	57	86	50	58
90 教育	238	218	135	194
906 特殊学校	01	00	01	01
907 各種学校	53	129	44	61
91 宗教	486	1361	674	693
92 他に分類されないサービス業	643	724	370	556
93 非営利的団体	150	192	163	161
94 その他のサービス業	39	58	36	41
46 飲食店	2671	3221	2569	2714
460 食堂レストラン	499	707	779	641
461 料理かっぽう店	243	417	161	237
462 中華料理店	431	117	90	249
463 そばうどん店	221	280	347	280
464 すし屋	279	238	307	284
465 酒場	455	461	366	421
468 喫茶店	160	366	336	260

資料;「事業所統計」通産省

団地における近隣消費率

業種		主な取扱商品	一世帯当り年間(1)支出金額(円)	近隣消費率(2)(%)	消費頻度(3)回／月	一世帯当り年間推定(4)近隣消費額(円)
衣料品	呉服	呉服・附属品	3,635	(4.2)	0.45	(153)
	洋服	洋反・既成品・毛糸	14,049	(41.3)	0.78	(4,955)
	仕立	仕立一切	1,082	(37.3)	0.41	(408)
	洋品	下着・洋品一切	7,098	25.4	2.34	1,803
	小物	袋物・装身具・小間物	1,369	27.3	2.18	374
	フトン	フトン・蚊帳	1,973	(1000)	0.08	1,973
	靴	靴・同修理	2,688	(78.4)	0.79	(2,107)
	履物・雨具	下駄・傘・雨具	2,092	(53.6)	0.50	(1,121)
食料品	米穀	米・麦・穀類・粉・餅	30,350	99.3	3.74	30,138
	パン	パン・ジャム・バター	5,028	88.6	14.79	4,455
	鮮魚	鮮魚貝	7,768	93.7	11.93	7,279
	副食品	塩干・乾物・佃煮・漬物	13,938	82.0	19.45	11,429
	肉	鳥獣肉・ヘット・ラード	7,363	92.0	12.96	6,774
	卵	卵	5,129	99.5	8.88	5,103
	牛乳	牛乳・ヨーグルト	3,866	99.6	—	3,851
	野菜	野菜	11,217	96.0	23.03	10,768
	果物	果物・果物缶詰	5,896	75.1	11.30	4,428
	酒・調味料	酒調味料・清涼飲料	16,971	91.6	11.59	15,549
	菓子	和・洋・乾菓子	10,192	54.9	13.61	5,595
	氷	氷	286	1000	0.41	286
	茶・海苔	茶・海苔	2,603	90.6	2.92	2,358
	豆腐	豆腐・同加工品	2,183	97.7	7.44	2,133
飲食店	そば	そば・うどん・丼物	3,639	72.9	5.59	2,653
	すし	すし	1,439	55.8	1.03	803
	和喫茶	もちがし・しるこ・今川焼	379	(25.0)	0.17	95
	洋喫茶	コーヒー・ジュース	368	0.0	1.56	0
	中華料理	中華そば・その他	1,251	43.3	1.56	604
	その他の料理	和食・洋食	436	(26.0)	0.49	(113)
住用品	陶磁器	陶磁器・ガラス器	390	(54.7)	0.45	(213)
	金物	家庭用金物・大工道具	681	(87.4)	0.58	(595)
	荒物	荒物・洗濯石鹸	1,631	72.8	2.47	1,187
	家庭器具	電気器具・度量衡	2,141	(72.2)	0.78	(1,546)
	家具	家具	2,555	—	—	—
	燃料	薪・炭・石油	5,083	(1000)	0.04*	(5,083)
文化品	薬	医薬品	3,900	64.9	2.59	2,531
	化粧品	化粧品・化粧石鹸	4,156	47.4	5.22	1,970
	文房具	文房具	1,279	49.1	1.36	628
	書籍	書籍・雑誌	2,632	50.7	3.38	1,334
	玩具	玩具	750	37.4	1.15	280
	花	花	674	44.2	1.03	282
サービス	浴場		3,105	(1000)	2.68*	(3,105)
	理髪		1,077	(40.3)	0.99	(434)
	美容		1,062	(56.0)	0.58	(595)
	クリーニング		2,097	90.8	2.42	1,904
	医療		3,935	88.5	1.60	3,482

註）1. 総理府統計局1956.1～12・収入階層2～4万円・東京 2.3 近隣消費実態調査結果・都住宅協会団地1956.10 4. (1)×(2) 5 （数字）は頻度からみて信頼度の低いもの 6 浴場，燃料の頻度は，調査団地が風呂付アパートである点注意を要する 7 主人小遣等に含まれる外食費，煙草，新聞は調査から除外

資料；調査研究報告集（日本住宅公団）

購売施設別消費支出額及び比率（一世帯当り平均）

	合計 円	千里地区内 小計	自住区 近隣センター	自住区 サブセンター	他住区 近隣センター	千里南地区センター	配達 御用聞き	移動販売 露店	千里地区外 小計	沿線 商店街	都心デパート 商店街	職場
総世帯	金額 61,915	24,977	13,955	998	2,528	4,257	2,079	1,149	8,785	2,154	5,461	1,170
	割合 100%	40.3	22.5	1.6	4.1	6.9	3.4	1.9	14.2	3.5	8.8	1.9
公営住宅総世帯	50,396	22,024	11,798	2,385	2,432	3,446	1,326	636	6,457	2,425	2,883	1,150
	100	43.7	23.4	4.7	4.8	6.8	2.6	1.3	12.8	4.8	2.8	1.8
公団公社 〃	65,238	24,842	13,639	45	2,453	4,450	2,603	1,652	9,438	2,279	6,198	960
	100	38.1	20.9	0.1	3.8	6.8	4.0	2.5	14.5	3.5	9.5	1.5
分譲 〃	85,873	34,433	21,709	0	3,062	6,051	2,597	1,015	13,891	849	11,111	1,932
	100	40.1	25.3	0	3.6	7.0	3.0	1.2	16.2	1.0	12.9	2.2

購売施設別生鮮食料品消費支出額及び比率（一世帯当り平均）

	合計 円	千里地区内 小計	自住区 近隣センター	自住区 サブセンター	他住区 近隣センター	千里南地区センター	配達 御用聞き	移動販売 露店	千里地区外 小計	沿線 商店街	都心デパート 商店街	職場
総世帯	金額 9,841	9,183	4,710	346	945	1,461	967	753	592	325	254	11
	割合 100%	93.3	47.9	3.5	9.6	14.8	9.8	7.7	6.0	3.3	2.6	0.1
公営住宅総世帯	7,945	7,399	3,498	842	982	1,122	665	291	507	379	125	4
	100	93.2	44.0	10.6	12.4	14.1	8.4	3.7	6.4	4.8	1.6	0.1
公団公社 〃	10,148	9,372	4,540	3	919	1,693	1,094	1,123	675	327	332	17
	100	92.4	44.7	0	9.1	16.7	10.8	11.1	6.9	3.2	3.3	0.2
分譲 〃	14,432	13,908	8,908	0	922	1,711	1,450	918	493	90	392	10
	100	96.4	61.7	0	6.4	11.9	10.0	6.4	3.4	0.6	2.7	0.1

資料；調査研究報告集（日本住宅公団）

売場面積1㎡当りの年間販売額の推移

	売場面積1㎡当りの年間販売額				指数（昭和35年=100.0）			
	35年	37年	39年	41年	35年	37年	39年	41年
	万円	万円	万円	万円				
小売業計	14	14	21	24	100.0	100.0	150.0	171.4
43 各種商小売業	24	5	37	40	100.0	20.8	154.2	166.7
44 織物・衣服・身のまわり品の小売業	15	19	22	24	100.0	126.7	146.7	160.0
441 呉服・服地・寝具小売業	17	21	23	25	100.0	123.5	135.3	147.1
442 洋服小売業	18	22	23	25	100.0	122.2	127.8	138.9
443 婦人・子供服小売業	15	21	25	26	100.0	140.0	166.7	173.3
444 くつ・履物小売業	9	12	15	16	100.0	133.3	166.7	177.8
449 その他の織物・衣服身のまわり品小売業	14	19	21	23	100.0	135.7	150.0	164.3
45 飲食料品小売業	13	17	20	23	100.0	130.8	153.8	176.9
451 各種食料品小売業	11	14	18	21	100.0	127.3	163.6	190.9
452 酒・調味料小売業	17	22	25	28	100.0	129.4	147.1	164.7
453 食肉小売業	22	29	34	36	100.0	131.8	154.5	163.6
454 鮮魚小売業	12	16	18	20	100.0	133.3	150.0	166.7
455 乾物小売業	11	15	18	21	100.0	136.4	163.6	190.9
456 野菜・果実小売業	12	5	19	22	100.0	41.7	158.3	183.3
457 菓子・パン小売業	7	66	11	12	100.0	942.9	157.1	171.4
458 米・穀類小売業	30	36	40	48	100.0	120.0	133.3	160.0
459 その他の食料品小売業	11	14	16	19	100.0	127.3	145.5	172.7
47 自転車・荷車小売業	6	6	9	9	100.0	100.0	150.0	150.0
48 家具・建具・付品小売業	12	18	20	21	100.0	150.0	166.7	175.0
481 家具・建具・畳小売業	6	9	10	11	100.0	150.0	166.7	183.3
482 金物・荒物小売業	9	13	15	17	100.0	144.4	166.7	188.9
483 陶磁器・ガラス器小売業	8	10	13	16	100.0	125.0	162.5	200.0
484 家庭用機械器具小売業	28	40	41	43	100.0	142.9	146.4	153.6
*489 その他の什器小売業	9	15	20	21	100.0	166.7	222.2	233.3
49 その他の小売業	14	19	22	25	100.0	135.7	157.1	178.6
491 医薬品・化粧品小売業	12	17	22	25	100.0	141.7	183.3	208.3
492 燃料小売業	12	16	16	20	100.0	133.3	133.3	166.7
493 書籍・文房具小売業	16	21	26	29	100.0	131.3	162.5	181.3

資料；「商業統計表」通産省