

京都市における小売商業の分布とその動向

伊 東 理

(昭和56年 5月30日受理)

- | | |
|----------------------|------------------------|
| (I) はじめに | (IV) 京都市における小売商業の地域的動向 |
| (II) 検討資料と地域の概観 | (1) 地帯別動向 |
| (1) 検討資料 | (2) 地区別動向 |
| (2) 地域の概観 | (V) むすび |
| (III) 京都市における小売商業の分布 | |
| (1) 小売商業の規模別分布 | |
| (2) 小売商業の業種別分布 | |

(I) はじめに

わが国では、高度成長以降小売商業には急激な変化がみられた。それは、消費活動における量的拡大と消費の多様化、購買様式の変化をともしつつ、同時に生産流通活動における技術革新が進展してきたことにある⁽¹⁾。

また、小売商業は、地域的には消費が概して小規模、分散的であるため、人口（購買力）の動向に応じて、さまざまな展開を示す産業活動であることから、高度成長以降小売商業の立地変動も著しい。

とりわけ、わが国の大都市（圏）では、高度成長期を通じて、上述の消費・流通環境をめぐる諸変化のほか、急激な大都市での人口増加と大都市圏の拡大にともなう人口の郊外化（分散化）が著しく、小売商業機能の立地と小売商業地の動向には急激な変化をみてきた。

ことに大都市では、大阪市を筆頭に、中心部から始まった人口ドーナツ化現象の外縁的拡大とも相俟って、人口の郊外移動はその速度を早めてきたことから、大都市での小売商業の変動は一層注目される。

ところで、既述の大都市（圏）の小売商業動向をめぐる研究は、必ずしも多いといえないが、概ね以下の2側面から進められてきた。即ち、大都市（圏）が一般に(i)都心地区、(ii)都心地区周辺（≒既成市街地）、(iii)郊外の3地帯から成立していることから、(1)3地帯の相対的關係およ

び(2)各地帯の個別的動向の両者から論じられてきた。

まず、前者の視点からの研究は、合衆国でいち早くみられた。合衆国では、モータリゼーションの進展を背景に、大規模かつ広域的な郊外化が進み、その結果計画的ショッピングセンター(planned shopping center)を核とする小売商業の郊外化が著しいことが指摘されている⁽³⁾。それに対して、大都市では都心地区周辺を中心に、小売商業の衰退化(Commercial blight)が特徴とされる⁽⁴⁾。

一方、合衆国などと異なり、主要交通手段を大衆交通に依拠し、郊外の空間的拡大も相対的に狭域であるわが国の場合には、主に次のことが明らかとされてきた。大都市圏における大都市の小売商業の地位は、林上⁽⁵⁾、大阪商工会議所⁽⁶⁾などの研究から、相対的に低下してきており、全般的な小売商業の郊外化は進んでいることが明らかとされてきた。しかしながら、小売商業機能の動向を詳細に検討した富田和暁は、財の性格によりその動向が異なり、低・中次中心機能の郊外化が進展するのに対して、高次中心機能では大都市に集積する傾向があることを指摘している⁽⁷⁾。

つぎに、後者の視点からの研究は、大都市の小売商業の実態研究にみられ、地域的には主として都心地区と既成市街地の動向について論じられてきている。近年の都心地区の動向については、服部銈二郎⁽⁸⁾、戸所隆⁽⁹⁾の研究がある。服部は東京銀座の都心商店街では業務化が進み、ショーウィンド化しつつある実態を明らかとし、また戸所は名古屋市では都心部の立体化が進むなかで、都心部の商業の変化は専門店チェーンの進出とファッション衣料など女性用品店舗などの専門化した機能の集積に特徴があることを実証している。

こうした都心地区の高度に専門化した機能集積に対して、都心地区周辺ないし既成市街地の小売商業動向については、正木久仁⁽¹⁰⁾、大阪市経済局⁽¹¹⁾、林上⁽¹²⁾などの研究がある。前2者は、いずれも大阪市では、都心地区と郊外の間際に介在する既成市街地内の商業地(二次的商店街)の衰退化(商圏の縮小化)が進んできたことを明らかとし、また林は、名古屋市でも都心部周辺の商業地区の衰微化が進んでいるものと指摘している。

本稿では、上述の研究成果を踏えつつ、京都市の事例について、小売商業の立地を考察した後に、小売商業の動向について検討するものである。

(II) 検討資料と地域の概観

(1) 検討資料

一般に大都市内部の小売商業の実態を検討するためには、(i)商業地の画定ないし統計単位の抽出および(ii)小売商業指標の設定が問題となる。とくに前者のことは重要であり、従来より地価などにより商業地を画定する方法と国勢統計区、メッシュなどを単位とした商業統計区を利用する方法が用いられてきたが、本稿の目標とする小売商業の動向をみるためには、統一的基準による経年的資料を必要とすることから、本分析では京都市が独自に集計した商業統計書を用い⁽¹³⁾、基本的

分析単位として国勢統計区（元学区）を用いることとした⁽¹⁴⁾。

この統計は、産業中分類ごとに商店数、従業員数、販売額が記載されており、検討にあたっては商店数、販売額を指標として適宜用いることとする。

なお、こうした統計の特性については、類似の統計を用い名古屋市の小売商業の分布と動向について実証的研究を行なった林上がすでに指摘したところであるが⁽¹⁵⁾、京都市の場合にも概ね次のようなことがいえる。この資料の利点は、(i)統計単位がほとんど変化しないので、分析単位を経年的に統一化することが可能であるため、地域的諸事象の変化を検討するのに都合がよい。(ii)小売商業のほか人口、事業所などの諸統計とも共通した統計単位であり、小売商業と他のデータとも比較が可能であるなどにあり、一方欠点は、実質的な商業地域などが複数の統計区により分断されている場合があるなどにある。以上のように、本資料は問題点がないとはいえないが、行政単位よりも詳細な小売商業の動向を探るためには貴重なものであることはいうまでもない。

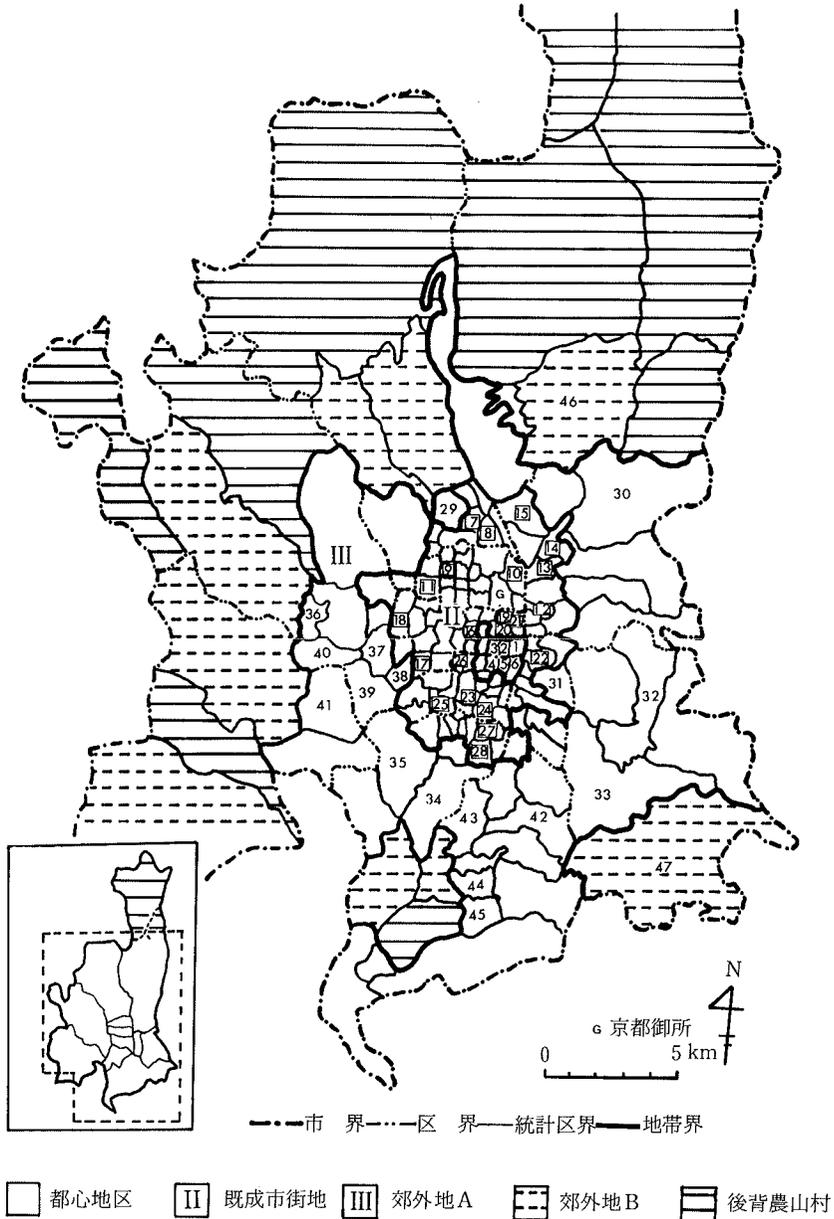
(2) 地域の概観

京都市は、京阪神大都市圏を構成する京都大都市圏の中心都市で、人口は昭和50年現在146.1万人であり、京都大都市圏（252.3万人）の57.9%を占める。前述のように、一般に大都市（圏）は都心地区、既成市街地、郊外から構成されるが、京都市の場合にも都心地区を中心にほぼ同心円状に各地帯が展開する。

第1図は、昭和39年に小林博が設定した京都市の地域構造図をもとに⁽¹⁶⁾、筆者がその後の変化を考慮して修正した地帯区分図である⁽¹⁷⁾。以下、この図の区分に従い各地帯の概観をみることにする。

都心地区は、概ね北＝御池通、南＝松原通、東＝鴨川、西＝西洞院通により画される範囲であり、昭和50年現在京都市の全事業所の7.3%が立地している。既成市街地は、都心よりほぼ南北5km、東西3km圏の範囲にあたり、西方には住工混在地区などもみられるが、おもに戦前からの住宅地帯にあたる。その外周の郊外地Aは、戦後の比較的早い時期から前2地帯より住宅・工業などの各種機能の外縁的拡大によって発展した地帯であり、西部、南部には京都市の工業機能が比較的集中している。郊外地Bは、昭和40年代以降に住宅地化が急激に進展してきた住宅専用地帯である。さらに、上述の実質的都市域の外側に、北部、西部では後背農山村が展開する。

つぎに、消費を基本的に規定する人口の動向をみることにする。京都市の人口は、昭和35年の128.5万人から、昭和50年の146.1万人へと増加してきたが、現在では人口増加も停滞的（昭和55年147.3万人）となってきた。一方、京都大都市圏の人口は、昭和35年の192.1万人から、昭和50年の252.3万人へと約60万人増加し、人口の郊外化は現在では京都市域外の周辺市町村に中心がある。京都市内の人口動向を概観すると、都心地区では、昭和30年代から人口減少傾向を示し、昭和35～50年の15年間に約42%減少した。こうした都心地区から始まる人口空洞化現象は、漸次既成市街地へと外縁的拡大を遂げ、同15年間の人口変化をみると昭和35年74.7万人から昭和50年55.5万人へと約26%人口減少し、この地帯で人口増加をみたのは88統計区のうちわずか1地区にすぎない。



第1図 京都市の地帯構造図

番号で指した主要地区は、以下の通り

- | | | | | | | | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|---------|---------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 1 立誠 | 2 生祥 | 3 日影 | 4 豊園 | 5 開智 | 6 永松 | 7 鳳徳 | 8 紫明 | 9 嘉楽 | 10 京極 | 11 仁和 | 12 聖護院 |
| 13 養正 | 14 養徳 | 15 葵 | 16 城巽 | 17 朱雀第七 | 18 朱雀第八 | 19 富有 | 20 柳池 | 21 銅駝 | 22 弥栄 | 23 植柳 | 24 皆山 |
| 25 大内 | 26 郁文 | 27 山王 | 28 東和 | 29 待風 | 30 修学院 | 31 清水 | 32 山階 | 33 勤修 | 34 上鳥羽 | 35 吉祥院 | |
| 36 饒鉄野 | 37 山ノ内 | 38 西院Ⅱ | 39 西京極 | 40 梅津 | 41 桂 | 42 深草 | 43 竹田 | 44 板橋 | 45 南浜 | 46 岩倉 | 47 醍醐 |

第1表 京都市の地帯別人口推移

	統計区数	人 口 (千人)				昭和35～50年 人口増加地区数
		昭和35年	昭和40年	昭和45年	昭和50年	
都心地区	10	45 (3.5%)	38 (2.8%)	31 (2.2%)	26 (1.8%)	0 (0.0%)
既成市街地	88	747 (58.1%)	710 (52.0%)	634 (44.7%)	555 (38.0%)	1 (1.1%)
郊外地A	42	439 (34.2%)	544 (39.9%)	639 (45.0%)	710 (48.6%)	30 (71.5%)
郊外地B	9	36 (2.8%)	59 (4.3%)	100 (7.0%)	153 (10.5%)	9 (100.0%)
後背農山村	9	18 (1.4%)	14 (1.0%)	15 (1.1%)	17 (1.2%)	2 (22.2%)
計	158	1,285 (100.0%)	1,365 (100.0%)	1,419 (100.0%)	1,461 (100.0%)	42 (26.6%)

[資料] 各年次の『京都市の人口』(京都市統計センター)による。

第2表 京都市の行政区別小売商業推移

	商 店 数				年 間 販 売 額 (億円)			
	昭和43年	昭和47年	昭和51年	51/43	昭和43年	昭和47年	昭和51年	51/43
北区	1,762 (7.8%)	1,800 (7.5%)	1,707 (7.1%)	0.97	147 (4.5%)	248 (4.8%)	400 (4.4%)	2.72
上京区	2,817 (12.5)	2,853 (11.9)	2,672 (11.2)	0.95	288 (8.7)	370 (7.2)	663 (7.3)	2.30
左京区	2,285 (10.2)	2,158 (9.0)	2,457 (10.3)	1.08	211 (6.4)	270 (5.2)	736 (8.1)	3.49
中京区	3,713 (16.5)	3,803 (15.8)	3,572 (14.9)	0.94	587 (17.8)	941 (18.2)	1,463 (16.1)	2.49
東山区	2,564 (11.4)	2,983 (12.4)	3,251 (13.6)	1.27	234 (7.1)	440 (8.5)	881 (9.7)	3.76
下京区	3,234 (14.5)	3,249 (13.5)	2,795 (11.7)	0.86	1,089 (33.1)	1,496 (29.0)	2,500 (27.4)	2.30
南区	1,447 (6.4)	1,557 (6.5)	1,604 (6.7)	1.11	292 (8.9)	432 (8.4)	656 (7.2)	2.25
右京区	2,414 (10.7)	3,122 (13.0)	3,191 (13.4)	1.32	212 (6.4)	531 (10.3)	951 (10.4)	4.49
伏見区	2,237 (10.0)	2,498 (10.4)	2,645 (11.1)	1.18	233 (7.1)	430 (8.3)	861 (9.5)	3.70
京都市計	22,473 (100.0)	24,023 (100.0)	23,894 (100.0)	1.06	3,293 (100.0)	5,156 (100.0)	9,110 (100.0)	2.77

[資料] 各年次の『商業統計結果報告書』(京都市統計課)による。

以上の人口減少2地帯に対して、郊外地では人口増加をみてきた。既成市街地に接する郊外地Aでは、昭和30年代後半から昭和40年代前半にかけて急激な人口増加をみたが、この地帯でも過去15年間で人口減少をみた統計区が12地区みられるなど、現在では人口増加も鈍化してきている。一方、郊外地Bで急激な人口増加をみるのは、同A地帯よりも約5年のタイムラグをとらない昭和40年代以降であり、京都市域外の周辺市町村での人口増加が顕著となってくる時期と対応する。後背農山村では、飛地的に一部住宅地化が進展しつつある地区もみられるが、人口は総じて衰微ないし停滞的である（第1表）。

つづいて、小売商業の動向についてみると、京都市の小売商業は昭和51年現在商店数23,897店、年間販売額9111.4億円であり、昭和43年同22,473店、同3294.5億円に比して、それぞれ1.06倍、2.77倍の増加をみている。しかしながら、昭和43～51年の8年間の小売商業活動の変化は、単に量的拡大を遂げただけではなく、行政区単位でも様相を異とし、商店数では下京区24%減をはじめ9行政区のうち4区で減少し、一方右京区32%増など周辺区で増加してきた。同様に販売額では、その増加比が上京区・下京区2.30倍から右京区4.49倍まで格差が著しく、中心区である下京、中京両区の販売額シェアは昭和43年50.9%から昭和51年43.5%へと低下するなど、小売商業の立地変動が進行してきている（第2表）。

第3表 業種別小売商業の変化（昭和43, 51年）

	商 店 数			年 間 販 売 額 (億円)		
	昭和43年	昭和51年	51/43	昭和43年	昭和51年	51/43
各 種 商 品	15	27	1.80	694	1,872	2.70
衣 料	3,288	3,661	1.11	357	1,109	3.11
食 料 品	10,536	10,498	0.99	959	2,520	2.63
自動車・自転車	604	744	1.23	309	831	2.69
家 具 等	2,437	2,574	1.06	344	932	2.71
そ の 他	5,591	6,390	1.14	630	1,846	2.93
小 売 業 計	22,473	23,894	1.06	3,293	9,111	2.77

〔資料〕各年次の『商業統計結果報告書』（京都市統計課）による。

さらに、こうした地域的变化とともに業種構成上の変化も進行してきたことは注目できる。第3表のように、商店数、販売額の変化は業種ごとに異なり、商店数では「食料品」小売業が減少傾向を示し、一方百貨店、大型スーパーなど「各種商品」小売業、「自動車・自転車」小売業、「その他」小売業の総合型小売業および需要の拡大が著しい業種での増加が目立ってきている。また、販売額では、「衣料」小売業、「その他」小売業の両小売業が相対的に成長してきており、「食料品」小売業を筆頭に他の業種はその増加比が全市平均を下回ってきている。

(III) 京都市における小売商業の分布

本節では、京都市の小売商業の動向を検討する前段階として、昭和51年の商業統計結果表によって、京都市の小売商業の分布の現状をみることにする。

(1) 小売商業の規模別分布

小売商業ないし小売商業地の分布をみる場合、一般に商店数を指標とされるが、現実的には各商店の業種およびその立地点などにより、商店数が同一でも、1店舗当りの重みには格差があるため、小売商業(地)の規模・性格は大きく相違する場合が多い。そこでここでは、上述の問題点をできるだけ少なくするため、年間小売販売額(飲食店を除く)を指標として用いる。

第4表 主要小売商業地区の類型

小売商業販売額配分率 小売商業 吸引力係数	～ 50.0 %	49.9 ~ 10.0 %		9.9 ~ 5.0 %
		49.9~25.0%	24.9~10.0%	
5.00 ~	立誠(衣) 豊国(衣) 永松(衣) A	開智(衣)	B	生祥(食)
2.00 ~ 4.99		南浜(衣)	京極(衣) C	嘉楽(衣) 城巽(白) 富有(衣) 柳池(衣) 銅駝(衣) 日彰(衣) 弥栄(衣) 植柳(衣) E
1.00 ~ 1.99			養徳(白) 山階(衣) 九条塔南(白) 吉祥院(白)	紫明(白) 聖護院(衣) 養正(衣) 朱雀第七(衣) 朱雀第八(白) 清水(衣) 大内(衣) 郁文(衣) 上鳥羽(白) 西院II(白) 西京極(衣) 板橋(衣) F
0.50 ~ 0.99			仁和(衣) D	待鳳(衣) 鳳徳(衣) 葵(衣) 勸修(衣) 七条第三(衣) 山王(衣) 東和(白) 嵯峨野(衣) 山ノ内(白) 梅津(白) 桂(衣) 深草(衣) G

* 小売商業販売額配分率

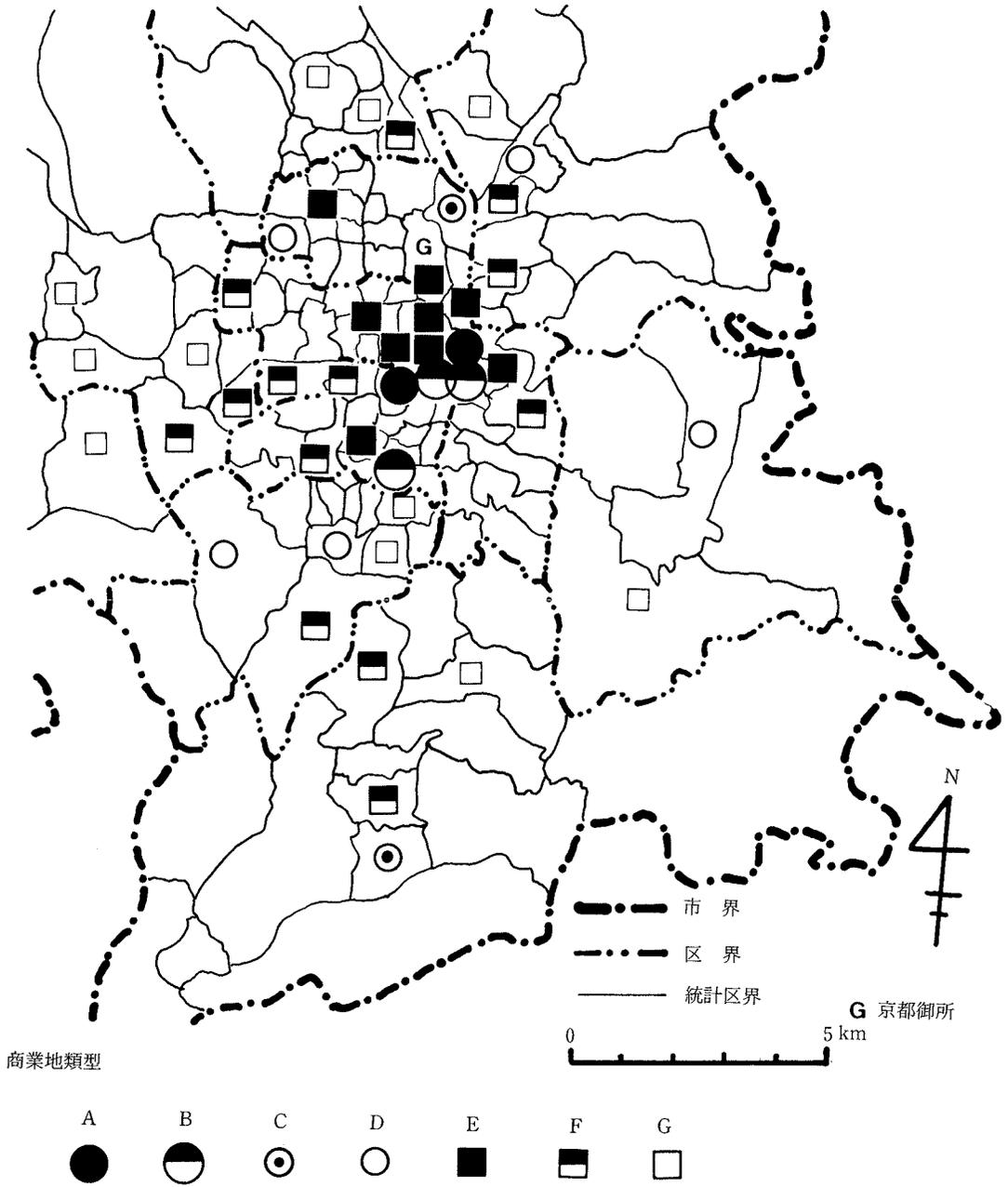
$\frac{m \text{地区販売額}}{\text{京都市販売額}}$

** 小売商業吸引力係数(特化係数)

$\frac{m \text{地区販売額}}{\text{京都市販売額}} \div \frac{m \text{地区人口}}{\text{京都市人口}}$

*** ()内は、業種間販売額特化係数のうち、
最大値をとる業種

各：各種商品 衣：衣料 食：食料品
白：自動車・自転車 家：家具など
そ：その他



第2図 京都市の主要小売商業地区

第4表は、主要小売商業地を抽出し、その規模をみるため、小売商業販売額配分比率を算出し、同時に各小売商業地の性格を探るため、小売商業吸引力係数（販売額の対人口特化係数）と各地区での最も代表的な業種（業種間特化係数で最大値を取る業種）を求め、前2者の指標をもとに小売商業地をグループ別けしたものである。また、上述の分類による主要小売商業地の類型別分布は、第2図のごとくである。

さて、小売商業販売額配分比率（千分率）では、50.0%以上の3地区（全地区の1.9%）を筆頭に、以下50.0%未満～10.0%＝9地区（同5.7%）、10.0%未満～5.0%＝33地区（同20.9%）、5.0%以下＝113地区（同71.5%）となり、同比率5.0%以上の小売商業地区（45地区、28.5%）の累積販売額比率は630.0%となる。一方、各小売商業地の該当地区内外で発生する需要に対し応需するサービス水準（＝中心性）の目安として算出した小売商業吸引力係数では、永松地区の58.26をはじめ同係数5.00以上の地区は6地区を数え、以下5.00未満～2.00＝12地区（担し、配分比率5.0%以下の2地区を含む）、2.00未満～1.00＝36地区（同20地区を含む）となり、同係数1.00以上の特化地区は54地区（34.2%）で、これらの地区の累積販売額比率は652.8%に達する。

以上の両指標の考察から、京都市の小売商業分布は、30%前後の地区で60%強の集中をみていることとなる。そのうち、小売商業販売額配分比率5.0%以上、商業吸引力係数1.00以上の31地区、19.7%（仁和地区を除く、A～Fの小売商業地区）が、京都市の重要な小売商業地と考えられ、これら諸地区の累積販売額比率は、全市の581.5%を占める。

つぎに、主要小売商業地の分布についてみることにする。小売商業販売額配分比率、小売商業吸引力係数ともに最大であるのは、市内最大の商業中心（四条河原町交差点周辺）に相当する永松地区（配分比率68.0%）であり、つづいて市内最大の百貨店の立地する豊園地区（67.8%）、永松地区に北接し四条河原町北～三条河原町間の路線を中心とする立誠地区（55.1%）となる〔Aグループ〕。これら3地区について配分比率が25.0%以上と大きいのは、都心地区を構成する開智地区（25.2%）、京都駅前の皆山地区（49.4%）のBグループおよび伏見区・京阪桃山駅前を中心とする南浜地区（28.8%）となる。上述の6地区（累積配分比率294.3%）についていうと、永松、豊園、立誠、開智の4地区が実質上京都市の中心商業地区を形成し（同216.1%）、京都駅前の皆山地区はその吸引力係数も高いことから、小規模ではあるが中心商業地区と並ぶ商業中心地である。こうした2大商業中心地に対して、南浜地区は郊外で最大の2次的商業中心地である⁽¹⁸⁾。

つぎに、配分比率25.0%未満～10.0%の小売商業地区は、中心商業地区から約4～6km圏に立地する。既成市街地に立地する京極（11.1%）、仁和（10.4%）両地区は、その代表的業種が「食料品」小売業にあるなど、最寄品店舗の集積した小売商業地区である。その他の4地区〔Dグループ〕は、業種構成上「自動車・自転車」小売業ないし「各種商品」小売業の販売額比率が極めて高いという特徴をもつ吉祥院（配分比率24.5%、上記業種の販売額比率79.9%）、養徳（同12.4%、同56.6%）、九条塔南（同11.7%、同47.5%）、山階（16.7%、同67.4%）の各地区である。前3地区

は、市内では代表的な自動車小売業の集中地区に相当し、山階地区は同地区に立地する大型スーパー1店の販売額が全販売額の50%以上を占めており、その店舗を中心に山科盆地の中心商業地区であり、その性格は南浜地区に類似する郊外地の二次的商業地である⁽¹⁹⁾。

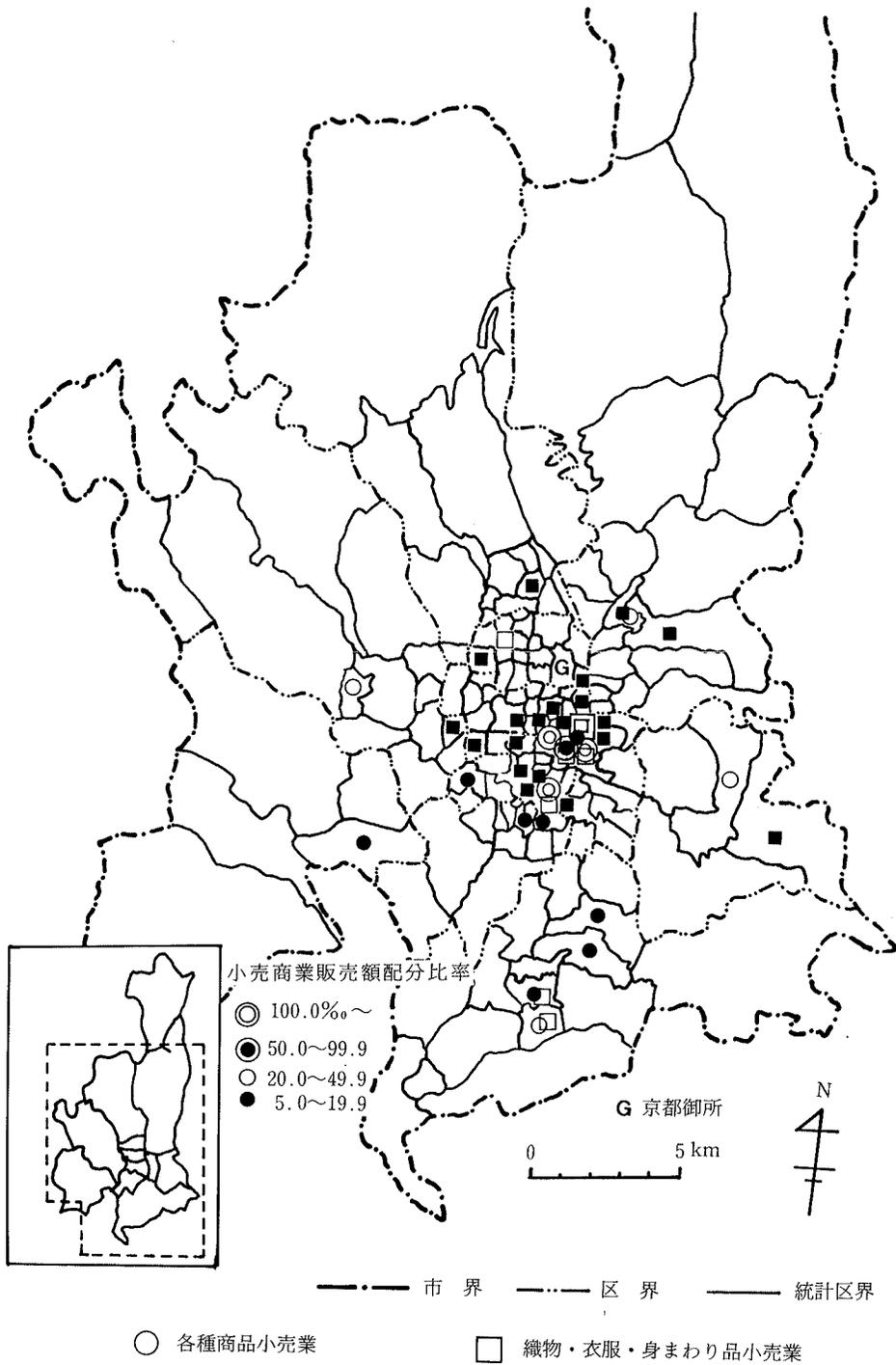
配分比率が10.0%未満～5.0%の小売商業地区は、その業種構成がさまざまであるが、吸引力係数によって分類した各グループの分布は、中心からE→F→Gグループの順でほぼ同心円状に展開している。生祥地区の6.48を筆頭に吸引力係数2.00以上のEグループの小売商業地区は、嘉楽地区(8.3%)を除き、すべて中心商業地区、京都駅前の皆山地区に連続している。とりわけ中心商業地区に隣接する諸地区は、銅駝(8.5%)、弥栄(6.5%)、日彰(7.2%)各地区などでその商店密度は低下するものの中心商業地区と街路状に連続した商業集積を形成しており、そのほか富有地区(6.0%)では家具街(夷川通)、生祥地区(9.7%)では専門的食料品街(錦小路通)など中心商業地区に不足する機能の補完的意味をもつ特定業種の特化地区であるなど、中心商業地区と機能的に結びついた小売商業地区である。

Fグループの小売商業地区の分布は、主に中心商業地区から4～7km圏の既成市街地、郊外地Aの両地帯でみられ、郊外地Aでの小売商業地区は、西院II(阪急京都線西院駅周辺、6.8%)、西京極(阪急京都線西京極駅周辺、9.0%)、板橋(京阪・近鉄丹波橋駅周辺、9.4%)など郊外鉄道の駅周辺に立地している。各小売商業地区の主要機能は多様であるが、「自動車・自転車」小売業、「家具など」小売業、「その他」小売業の業種に特化する地区が多い。

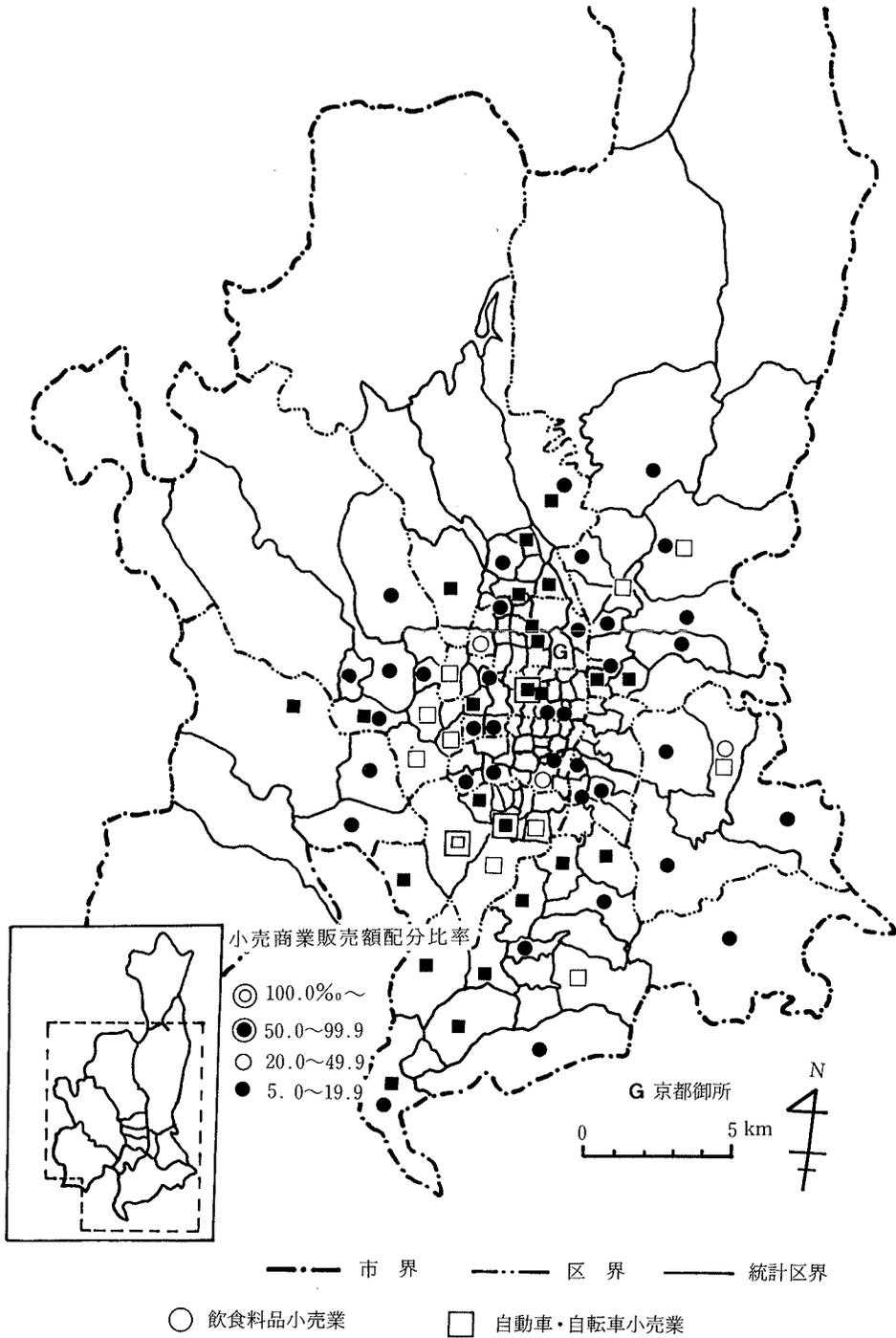
最も外側に位置するGグループの小売商業地区は、当該地区の人口規模が比較的大きく、主に中心商業地区から6～8km圏に分布し、多くは既成市街地と郊外地Aのフリンジに立地している。郊外地Aには、Fグループと同様に嵯峨野(京福北野、嵐山線帷子ノ辻駅周辺、9.1%)、桂(阪急京都、嵐山線桂駅周辺9.0%)、深草(京阪深草駅周辺7.0%)各地区の郊外鉄道の駅周辺に発達した小売商業地区がみられる。このグループの小売商業地区の主要機能は、山ノ内地区(5.2%)など3地区＝「自動車・自転車」小売業、鳳徳地区(5.7%)＝「衣料」小売業となるが、他の8地区はすべて「食料品」小売業ないし「各種商品」小売業(スーパー)である。

(2) 小売商業の業種別分布

前節では主要小売商業地の分布についてみたが、ここでは小売商業中分類業種ごとにその分布についてみることにする。なお分析にあたっては、各業種について、(i)業種間特化係数1.50以上および販売額配分比率5.0%(対京都市)以上ないし(ii)販売額配分比率10.0%以上の統計区を特定業種の主要商業地区とし、その分布を考察することとした。以下、各業種別にみることにする(第3～5図)。



第3図 業種別主要商業地区の分布 (各種商品小売業と織物・衣服・身まわり品小売業)



第4図 業種別主要商業地区の分布 (飲食料品小売業と自動車・自転車小売業)

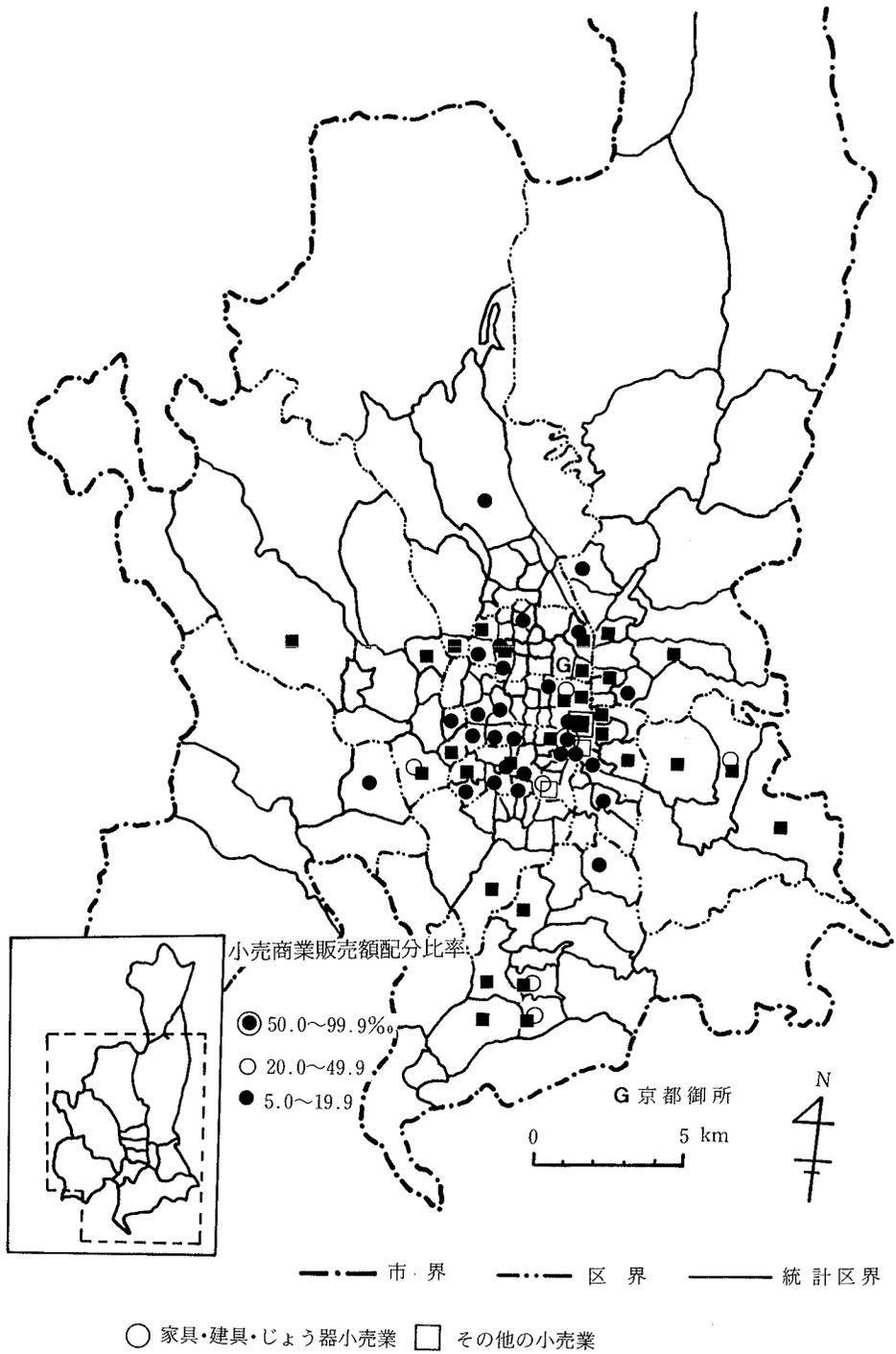
〔各種商品小売業〕 この業種の主要商業地区は、16地区と他の業種に比してもっとも少なく、百貨店、比較的規模の大きいスーパー（≒売場面積1,000㎡以上）の立地点と概ね一致する。主要商業地区は、(i)豊園、永松、開智、立誠の都心4地区、(ii)京都駅前の皆山、同裏の九条弘道、山王地区の2大集積地がみられ、そのほか既成市街地に2地区、郊外地Aでは嵯峨野、川岡、南浜などの各郊外鉄道駅周辺および山科区山階地区など7地区となる。販売額配分比率では、都心4地区で651.9%を占め、つぎに皆山地区118.8%となり、2大小売商業地で全市の3/4以上と極度に集中している。これら5地区以外では山階（48.3%）、南浜（31.4%）地区など郊外地Aの大型スーパー立地地区に集中している。

〔織物・衣服・身の回り品小売業〕「衣料」小売業の主要商業地区は、27地区と「各種商品」小売業について少なく、販売額配分比率では立誠地区228.0%と高く、つづいて開智（33.2%）、永松（25.2%）地区の都心の諸地区、皆山地区（24.3%）、南浜地区（33.2%）、嘉楽地区（24.5%）となる。以上の6地区は、他の諸地区とは配分比率で相当な格差があり、いずれも小売商業吸引力係数2.00以上の小売商業地区にあたり、西村孝彦が行なった京都市の中心地階層区分でも高次中心地（I～II階層）に相当している⁽²⁰⁾。このように「衣料」小売業は、中心性（≒小売商業吸引力係数）の高い地区に集中しているが、その他の主要商業地区は、都心地区周辺をはじめとして既成市街地内に多く分布し、主に中心商業地区から3 km圏内に分布している。

〔飲食品小売業〕 「食料品」小売業の主要商業地区は、42地区ともっとも多くを数える。販売額配分比率が最大であるのは、皆山地区の43.6%であり、以下仁和地区（20.4%）、山階地区（20.0%）、鏡山地区（19.6%）などとなる。観光土産部門のウェイトが大きいと考えられる京都駅前の皆山地区を除外すると、配分比率が高い地区は、いずれも人口規模の大きい諸地区であり、主要商業地区の分布は、郊外地Aを中心に分散的に分布している。

〔自動車・自転車小売業〕 この業種は、小分類では「自動車」小売業が95.0%を占めることから、実質的には「自動車」小売業の分布を意味する。「自動車・自転車」小売業の主要商業地区は、35地区と「食料品」小売業について多い。販売額配分比率が最大の地区は、吉祥院地区の215.0%であり、以下九条塔南地区（60.8%）、城巽地区（51.9%）、西京極地区（42.0%）、東和地区（28.6%）、養徳地区（27.8%）などとなる。この業種の主要商業地区の分布は、例えば「衣料」小売業とは対比的に、中心商業地区から3 km圏内には城巽地区など5地区にみられるにすぎず、多くの主要商業地区は同圏より外側に分布している。とくに、吉祥院地区をはじめとする京都市南部、西京極地区をはじめ京都市南西部の主要道路沿線（国道1号線、国道9号線など）に集中地区を形成していることが特徴といえる。

〔家具・建具・じゅう器小売業〕 この業種は、小分類では「家具・建具・畳」小売業=20.9%、「家庭用機械器具」小売業=56.5%を占めることから、主に実質的には家具小売店、家電小売店の分布を意味する。「家具など」小売業の主要商業地区は、33地区であり、販売額配分比率で上位を占める



第5図 業種別主要商業地区の分布 (家具・建具・じょう器小売業とその他の小売業)

地区は、開智地区(67.7%)を筆頭に、西京極地区(41.0%)、富有地区(39.4%)、皆山地区(30.2%)、南浜地区(24.5%)、板橋地区(23.1%)、山階地区(21.8%)などとなる。この業種の主要商業地区は、中心商業地区ないしその周辺に位置し家電専門店街(寺町通)を含む開智地区、家具専門店街(夷川通)を形成する富有、竹間両地区がみられるほか、多くの主要商業地区は中心商業地区から3~5 km圏の既成市街地西部および郊外地Aでは小売商業吸引力係数1.00以上で小売商業販売額比率も高い主要小売商業地区に分布している。

〔その他の小売業〕 「その他」小売業の主要商業地区は、33地区であり、そのうち販売額配分比率の上位3地区は、立誠地区=95.9%、皆山地区=33.8%、永松地区=29.1%となり、2大小売商業地区に含まれる各地区で多くを占める(累積販売額配分比率158.8%)。その他の主要商業地区の配分比率は、西京極地区=19.6%、上鳥羽地区=18.0%などとなり、上記3地区とは相当な格差がある。しかしながらこの業種の主要商業地区の分布は、都心地区から郊外地Aまでの3地帯に広範にみられ、「食料品」小売業について分散的に展開している。

〔業種別主要商業地区の相互比較〕 上述してきたように各業種の主要商業地区の分布は、業種ごとに空間的パターンを異とする。そこで上述の結果をまとめる意味で各業種の主要商業地区を都心地区を中心にその分布を相互比較すると、概ね以下の『分散的』業種、『集心的』業種、『各種商品』小売業の3類型に大別することができる。

もっとも『分散的』な業種としては、「食料品」小売業があり、その主要商業地区の分布は、人口規模の大きい地区で販売額規模が大きく、広範囲に分布する。つぎに『分散的』な業種は「その他」小売業で、中心商業地区と京都駅前地区(皆山地区)に販売額がやや集中するものの、主要商業地区の分布は後背農山村を除く各地帯にみられる。また、「自動車・自転車」小売業の主要商業地区の分布は、主に中心から4~5 km圏外にみられ、かなり「分散的」といえるが、同時に販売額の分布は京都市南部・南西部の主要道路沿線に集中する。

一方、もっとも『集心的』な業種は「衣料」小売業であり、中心性の高い地区で販売額の集中をみ、多くの主要商業地区の分布は中心から3 km圏内にとどまる。ついでやや『集心的』な業種は、「家具など」小売業で、主に主要商業地区は中心から約3~5 km圏に多くみられ、比較的規模の大きい主要小売商業地区(前節の主要小売商業地区の分類では、E~Gグループの商業地)に立地している。

以上の分布上2類型される業種群に対して、『各種商品』小売業は、特異な分布パターンを呈する。「各種商品」小売業は、販売額では京都市の2大小売商業地区に極度に集中しているが、この業種は事実上小売業態を異とする百貨店、大型スーパーから構成されていることから、主要商業地区の主な分布は、2大小売商業地区および既成市街地を越えて郊外の鉄道沿線に沿った諸地区にみることができるといえる。

(IV) 京都市における小売商業の地域的動向

前章で検討した小売商業の地域的分布は、昭和51年現在の実態をみたものであり、それは一つの“時の断面”を明らかにしたものと見える。そこでここでは、小売商業の地域的動向について、商業統計の調査項目が現在のものとなった昭和43年以降の資料を用いて検討することとする。

(1) 地帯別動向

京都市における小売商業の地域的動向について、その一般的傾向を探るため、まず京都市の地帯構造に即して、商店数、販売額の変化をみることにする。

①業種別商店数の地帯別立地変化 小売商店の分布は、第2章でも概観したように行政区単位においても地区ごとに大きな変化がみられた。そこで第5表は、小売商店分布の変化をより明瞭にみるため、地帯ごとに業種別商店数と人口の変化について、相対的な立地変化を求めたものである⁽²¹⁾。以下、地帯ごとに商店数の変化をみる。

第5表 地帯別商店数の相対的变化（昭和43, 51年との比較）

	小売業計	各種商品	衣料	食料品	自動車・ 自転車	家具など	その他	人口
都心地区	0.91	0.55	1.00	0.88	0.75	0.78	0.85	0.67
既成市街地	0.94	0.11	0.96	0.91	0.84	0.91	0.92	0.77
郊外地A	1.09	3.00	1.04	1.16	1.37	1.15	1.16	1.15
郊外地B	1.58	—	2.01	1.42	1.73	2.24	1.55	1.99
後背農山村	0.79	—	0.45	1.02	1.42	0.31	1.16	1.10

〔資料〕各年次の『商業統計結果報告書』（京都市統計課）および昭和43, 51年の『京都市の人口速報』（京都市統計センター）による。

都心地区では、全商店数はもとより業種別でも総じて商店数の減少が認められるが、「衣料」小売業だけは商店数の減少をみていない。都心地区と同様に人口減少の著しい既成市街地では、全商店数では都心地区に比して減少比率は小さいものの、減少業種はすべてにわたる。

つぎに現在京都市の人口の約半数を占める郊外地Aでは、全業種で商店数の増加を示し、とくに「各種商品」小売業（3.00）、「自動車・自転車」小売業（1.37）の増加が目立つ。また、郊外地Bでは、郊外地Aと同様にすべての業種で増加し、「衣料」小売業（2.01）、「家具など」小売業（2.24）の増加比率が高い。

後背農山村では、全商店数は減少しているものの、「自動車・自転車」小売業（1.42）の増加が目立つほか、「その他」小売業（1.16）、「食料品」小売業（1.02）も若干増加している。

以上の結果を要約すると、全市に占める商店数シェアが0.6%（昭和51年）とわずかな後背農山村を除いて、人口減少の著しい都心地区、既成市街地では相対的に商店数が減少し、一方人口増加をみってきた郊外の2地帯ではいずれも商店数は増加している。このように小売商店の分布は、一般に人口分布の地帯間の変化に順じて、変動を遂げてきているものといえる。しかしながら、小売商店の分布変化は業種ごとに異とすることも明らかとなった。とりわけ、「各種商品」小売業では郊外地Aでの増加比率が高く、この地帯で大型スーパーの開設が進んできたことを物語っており、「衣料」小売業では全商店数の減少が著しい都心地区で、この業種のみ減少していないことが注目できる。さらに「食料品」小売業、「その他」小売業は、人口動向とほぼ対応して、変動してきたものと考えられる。また、「自動車・自転車」小売業では、郊外地Aから外側の3地帯で増加してきており、「家具など」小売業では郊外の2地帯で増加をみている。

②業種別販売額シェアの動向 小売商店は、上述のように全般的な人口の分散化にともないその分布も遠心的拡大化を遂げてきた。しかしながら、小売商店は一般に業種、規模、立地点などにより、その販売額を異にするので、小売商店数の分散化が進展してきたからといって、小売商業の分散化（郊外化）が進行してきたとは断定できない。そこでここでは、業種別販売額の動向を地帯別シェアの変化によりみることにする。なお、検討年次は上述の分析と同様に昭和43年以降とし、また「各種商品」小売業は昭和43、47年次の数値を把握することができなかったので省略する（第6表）。

〔都心地区〕 全小売業の販売額シェアは、昭和43年の31.0%から昭和51年の27.0%へと昭和47～49年間を除き、ほぼ一貫して低下してきた。業種別には、「食料品」小売業の低下が著しく、上述の8年間にその販売額シェアは2分の1以下に低下した。そのほか、「家具など」小売業、「その他」小売業もそれぞれ3.5%、4.6%の減少をみる。こうした低下傾向を示す諸業種に対して、前述したようにその商店数でも相対的に減少していない「衣料」小売業は、昭和43年の26.6%から一貫して上昇傾向を示し、昭和51年には34.4%を占めるに至り、8年間で7.8%の増加をみってきたこととなる。以上のことから、都心地区では小売商業の全般的なシェアの低下は進むものの、前章で明らかとなった高次中心地に集中する傾向のある「衣料」小売業のシェアが上昇していることから、高次中心機能に限ってそのシェアの上昇が進んできたものと考えられる。

〔既成市街地〕 全小売業の販売額シェアは、昭和43年の43.2%から昭和51年の37.7%へと一貫した低下傾向を示し、既成市街地は、販売額のシェア減少がもっとも著しい地帯である。業種別には、年度間の変動が比較的大きい「自動車・自転車」小売業を除く4業種が、すべて相当なシェアの減少をみってきている。昭和43～51年間の変化では、「衣料」小売業＝7.3%減、「食料品」小売業＝7.2%減、「家具など」小売業＝7.2%減、「その他」小売業＝12.8%減となり、いずれの業種のシエ

第6表 業種別販売額のシェア（対京都市）の推移

I 都心地区

	小売業計	衣 料	食 料 品	自動車・自転車	家具など	その 他	人 口
昭和43年	31.0%	26.6%	11.3%	3.1%	17.1%	20.2%	2.5%
昭和45年	29.8	30.9	10.2	2.8	17.6	19.8	2.3
昭和47年	28.1	31.0	8.4	1.8	15.0	16.5	2.1
昭和49年	28.5	32.5	7.5	9.5	16.3	20.9	1.9
昭和51年	27.0	34.4	5.4	2.6	13.6	16.6	1.7

II 既成市街地

	小売業計	衣 料	食 料 品	自動車・自転車	家具など	その 他	人 口
昭和43年	43.2%	51.4%	56.3%	26.3%	58.6%	57.8%	48.4%
昭和45年	41.0	44.4	50.8	35.8	57.4	52.1	45.2
昭和47年	40.8	42.2	51.5	29.0	58.4	54.1	42.9
昭和49年	40.4	44.6	52.0	24.2	52.9	47.3	40.6
昭和51年	37.7	44.1	49.1	29.9	51.4	45.0	38.2

III 郊外地A

	小売業計	衣 料	食 料 品	自動車・自転車	家具など	その 他	人 口
昭和43年	24.5%	21.5%	29.3%	68.9%	22.6%	19.3%	42.4%
昭和45年	26.8	24.1	34.9	59.2	22.3	24.9	44.5
昭和47年	28.1	25.4	35.6	65.8	23.2	25.4	45.8
昭和49年	28.2	22.0	36.2	62.6	26.7	27.0	47.0
昭和51年	31.6	19.8	39.5	62.4	31.9	34.5	48.3

IV 郊外地B

	小売業計	衣 料	食 料 品	自動車・自転車	家具など	その 他	人 口
昭和43年	2.0%	0.5%	2.8%	1.4%	1.7%	2.2%	5.6%
昭和45年	2.2	0.6	3.8	2.1	2.7	2.9	6.9
昭和47年	2.8	1.4	4.1	3.4	3.3	3.5	8.1
昭和49年	2.6	0.9	3.9	2.8	4.1	4.3	9.4
昭和51年	3.4	1.7	5.6	4.7	3.1	3.4	10.6

V 後背農山村

	小売業計	衣 料	食 料 品	自動車・自転車	家具など	その 他	人 口
昭和43年	0.3%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.5%	1.1%
昭和45年	0.2	0.0	0.3	0.1	0.0	0.3	1.1
昭和47年	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.5	1.1
昭和49年	0.3	0.0	0.4	0.9	0.0	0.5	1.1
昭和51年	0.3	0.0	0.4	1.1	0.0	0.5	1.2

〔資料〕各年次の『商業統計結果報告書』（京都市統計課）による。

ア低下も他の地帯に比して最大となっている。

〔郊外地A〕 前述した2地帯に対して、郊外地Aでは全小売業の販売額シェアは、一貫して増加してきており、昭和43年の24.5%から昭和51年の31.6%へと7.1%のシェア上昇を遂げてきた。しかしながら、業種ごとの販売額シェアの変化は、さまざまであり、かなり複雑に展開してきたことがうかがわれる。昭和43～51年間で一貫したシェアの上昇をみた業種は、「食料品」小売業（10.2%増）、「家具など」小売業（9.3%増）、「その他」小売業（15.2%増）であり、一方「衣料」小売業、「自動車・自転車」小売業ではこの間にそれぞれ1.7%、6.5%の減少をみている。「自動車・自転車」小売業では、年次間の変動が著しいものの全般的には低下傾向を示すに対して、「衣料」小売業では、昭和43～47年間に上昇傾向を示し、昭和47年以降ではシェアの低下が進んできている。以上のようにこの地帯では、前章でみたように「食料品」小売業、「その他」小売業の比較的分散的な立地傾向を示す業種が、人口増加にともなってその販売額シェアを上昇させてきたことによって、小売商業全体として拡大を遂げてきたものといえよう。

〔郊外地B〕 郊外地Bは、京都市では対象年次間の人口増加がもっとも著しかった地帯であり、人口と小売商業販売額との乖離が最大で、全般的な小売商業の集積も遅れている。したがって、いずれの業種もその販売額シェアは小さいが、販売額の動向は、全小売業、全業積にわたり全般的に上昇傾向を示している。

〔後背農山村〕 この地帯は、人口割合も少なく、小売商業販売額も極めてわずかであり、「自動車・自転車」小売業で若干のシェア上昇がみられるが、総じてほとんど変化がない。

以上の商店数、販売額の変化を検討した結果は、つぎのように要約される。

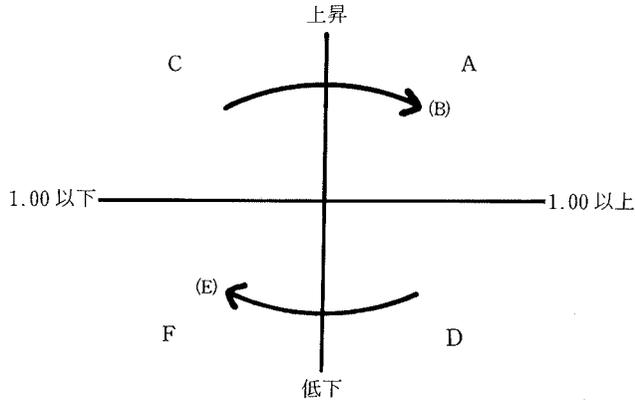
京都市における小売商業活動の全般的動向は、都心地区、既成市街地の両地帯で相対的に縮小化してきたのに対して、郊外の2地帯では、人口増加を背景に小売商業活動は拡大化してきている。しかしながら、業種別動向を加味すると、都心地区では、人口減少にともなう「食料品」小売業、「その他」小売業などのシェア低下による全般的な小売商業の縮小化が進むとともに、同時に「衣料」小売業の集中化によって高度化（専門化）が進展してきたものと考えられる。一方、郊外地では、人口増加にともない特に「食料品」小売業、「その他」小売業のシェアが拡大し、そのほか「家具など」小売業、「各種商品」小売業の進出も著しい。このような都心地区での高次の機能の集中化と郊外地での小売商業活動の拡大化が進んでいるなかで、その中間地帯である既成市街地では相対的に衰退化傾向がもっとも著しいものといえる。

(2) 地区別動向

前節で明らかにした京都市の小売商業活動の動向は、量的なデータを指標として地帯別に一般的傾向を求めた結果である。そこでえられた実態は、必ずしも個々の小売商業地区全般にあてはまるものとみるのは早計である。また、検討したことがらが量的（商店数、販売額）な変化であり、例えば郊外地では小売商業の拡大が進んできたなどの事実は、人口の変化にともなう消費需要の変化に負うところも大きいものと考えられ、昭和43～51年間の小売商業の変化が個々の小売商業地区で中心性の変化、業種構成上の変動などの質的变化をともなったかどうかは不明である。したがってここでは、上述のようなことがらについて考察するため、分析単位をさらにミクロに統計区単位に求めて検討することとする。

①小売商業吸引力係数の変化 ここでは、昭和43年の小売商業吸引力係数をベースとして、昭和51年の同係数との比較により、各統計区の実質的な変化を考察する。小売商業吸引力係数の意味は、前章でも述べるところであったが、個々の統計区の小売商業活動が当該地区内外で発生する消費需要に対して供給するサービス水準である。この係数は、目安として概ねつぎのことがいえる。同係数が1.00以上の地区は、当該地区内の需要のほか地区外の需要の一部をも吸引している地区であり、同係数が1.00以下の地区は、当該地区の需要の一部が他地区に流出している地区であるものと想定される。したがって、同係数が上昇した地区は、当該地区内外に発生する消費に対して供給力水準を増加させたことを意味するものと考えられる。

第6図は、小売商業吸引力係数の変化をもとに、小売商業の変化を類型区分したものである。垂直軸は小売商業吸引力係数の変化を示し、正の方向は昭和43～51年間に同係数が上昇したことを意味し、負の方向は同係数が下降したことを意味する。また水平軸は同係数1.00を規準に正の方向では1.00以上、負の方向では1.00以下であることを意味する。なお、小売商業吸引力係数の変化は、多くの場合1.00を規準に垂直軸で画される同係数1.00以上ないし1.00以下の領域内で変化してきたが、一部の地区では1.00以上から1.00以下、ないし1.00以下から1.00以上に変化してきたグループ（矢印で示す）もみられる。上述した基準によって類型化した小売商業吸引力係数の変化は、第7表のごとくであり、もっとも多い変化の類型は、両年次とも同係数が1.00以下で、昭和43～51年間に同係数が上昇したC型（48地区、30.4%）であり、ついで両年次とも1.00以下で低下したF型（46区、29.1%）となり、以下はA型（15.8%）、D型（10.8%）、B型（8.2%）、E型（5.7%）の順となる。また、昭和43～51年間で小売商業吸引力係数が上昇した地区（A、B、C型）は86地区（54.4%）を数え、低下した地区（D、E、F型）の72地区（45.6%）を上回り、この間の全般的な傾向としては、供給力水準を高めた地区が相対的に多くを占める。



第6図 小売商業吸引力係数の変化類型

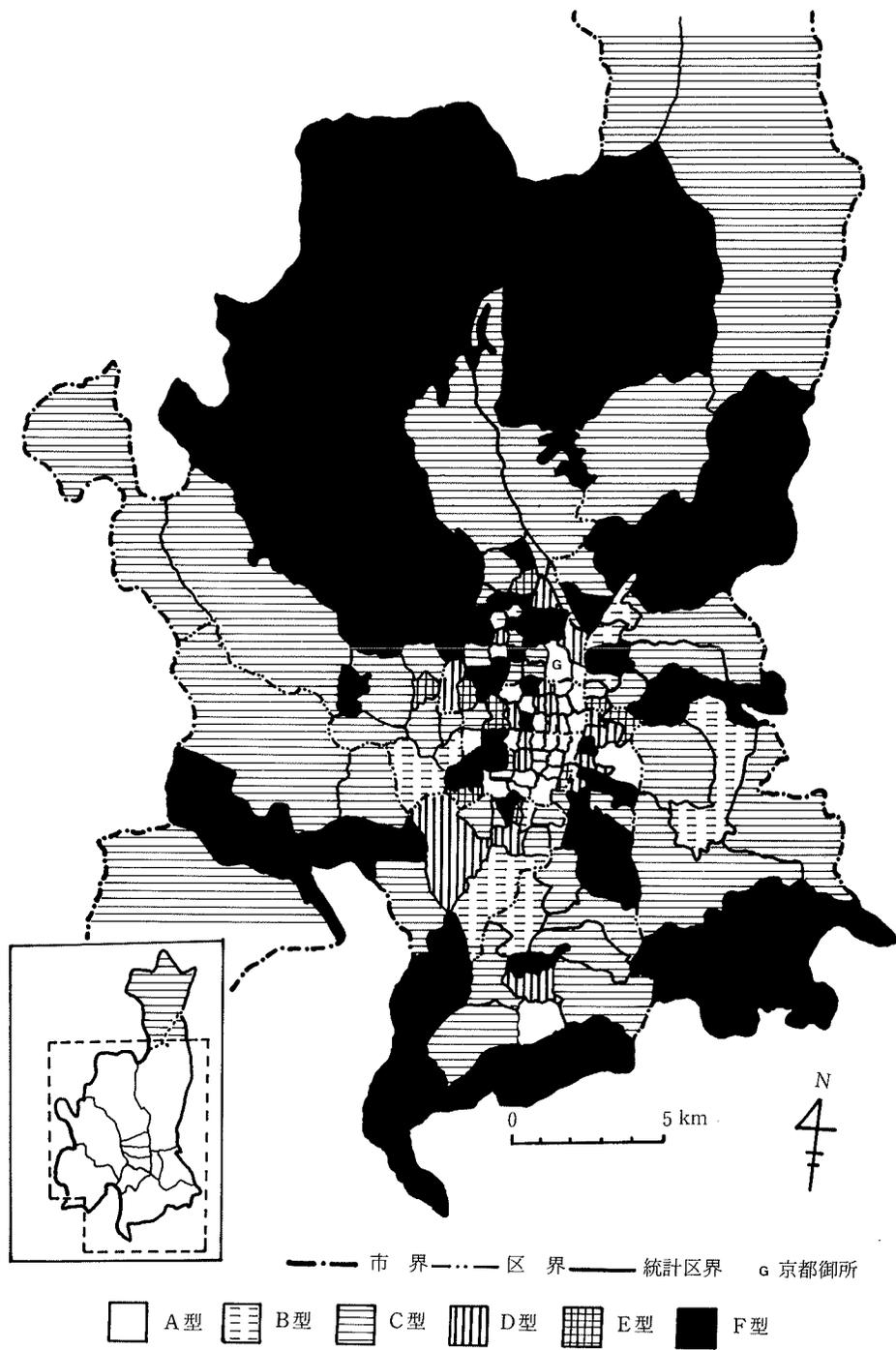
第7表 小売商業の変化類型（地帯別地区数）

	昭和43～51年の小売商業吸引力係数の変化		小売商業の変化の類型（地区数）					
			上昇系			低下系		
	上昇地区	低下地区	A型	B型	C型	D型	E型	F型
都心地区	8	2	8 (80.0%)	—	—	2	—	—
既成市街地	43	45	15 (17.0%)	8 (9.1%)	20 (22.7%)	12 (13.6%)	8 (9.1%)	25 (28.4%)
郊外地A	25	17	2 (4.8%)	5 (11.9%)	18 (42.9%)	3 (7.1%)	1 (2.4%)	13 (31.0%)
郊外地B	6	3	—	—	6 (66.7%)	—	—	3 (33.3%)
後背農山村	4	5	—	—	4 (44.4%)	—	—	5 (56.6%)
計	86	72	25 (15.8%)	13 (8.2%)	48 (30.4%)	17 (10.8%)	9 (5.7%)	46 (29.1%)

〔資料〕各年次の『商業統計結果報告書』（京都市統計課）による。

* 小売商業吸引力係数の算出は、第4表に同じ

各類型の地区別分布は後述するが、小売商業吸引力係数の展開は、地帯別にみても明瞭なように地域差をもつ（第7表）。同係数の上昇した地区の割合が比較的多いのは、都心地区および郊外の2地帯である。都心地区では、当該地区外の需要に対する吸引力を一層上昇させたA型（80.0%）が多くを占め、郊外地では上昇地区が郊外地A＝59.6%、郊外地B＝66.7%を占め、郊外では人口と小売商業販売額との乖離を縮小化してきた地区（C型）が多い。こうした2地帯に対して既成市街地および後背農山村では、低下地区が上昇地区より多くを数え、例えば既成市街地では、小売商業吸引力係数が昭和43年の1.00以上から昭和51年には1.00以下に低下した地区（E型）が8地区含まれるなど、総じてこの地帯での小売商業活動は質的にも衰微化してきたことをうかがわせる。



第7図 京都市における小売商業の地区別変化

②小売商業変動の地域的分布 第7図は、小売商業の変化の空間的パターンを検討するために作製した小売商業変化の類型別分布図である。

以下では、この図をもとに上述のようにグループ化した各類型ごとに分布を検討し、さらに小売商業変動の空間的パターンを考察する。

A型の地区の分布は、ほとんどが中心商業地区から3km圏内にみられ、例外は郊外で最大の小売商業地である南浜地区にすぎない。この類型に相当する多くの地区は、都心および京都駅前の2大商業地区に接続しており、春日地区から皆山地区間の河原通と永松地区から成徳地区間の四条通の2路線を中心に連続的に展開している。

つぎに昭和43年から昭和51年に小売商業吸引力係数が1.00以下から1.00以上となったB型の地区は、中心商業地区から5～7km圏に分布し、多くは既成市街地と郊外地Aのフリンジ地帯にみられる。また、この類型に相当する地区は、いずれも前章で検出した自動車小売業の主要商業地区に該当し、小売商業吸引力係数の上昇は、竹田、上鳥羽、九条弘道、西院IIの各地区などでは自動車小売業の発展に負うところが大きく、養徳、山階各地区では「各種商品」小売業の進出によって同係数を上昇させた地区にあたる。

C型の地区は、主として中心商業地区から5km圏より外側で広範に分布する。既成市街地では、葵、岡崎地区など主に東方および北方の住宅地に分布し、郊外では桃山・音羽地区など住宅機能に特化した諸地区にみられる。

D型の地区の分布は、中心商業地区から西方・東方の1～3km圏内に集中していることが特徴である。そのほかこの類型に相当する地区は、既成市街地では比較的階層の高い中心地（≒商業地）にあたる嘉楽、京極の両地区、郊外地Aでは南浜地区に隣接する板橋地区および自動車小売業の集中する吉祥院、九条塔南の両地区である。

E型の地区は、既成市街地に集中し(88.9%)、その分布は中心商業地区から西方3～5km圏、東方2～3km圏にみられ、多くは前述したD型の集中する諸地区と外接している。

F型の地区は、主に中心商業地区から3～5km圏の既成市街地と郊外地Aおよび市域の北方・南方の外周部に分布している。この類型に相当する諸地区の性格は、上述の両者では様相を異とする。前者では、とくに既成市街地西方に多く分布し、これらの諸地区は上述したD、E型の諸地区とともに一体化した小売商業吸引力係数の低下地区を形成している。また後者は、後背農山村も含まれるが、多くは修学院、醍醐、向島地区など京都市ではもっとも遅く住宅地化が進んだ人口規模の大きい諸地区にあたる。

以上述べてきたことから特筆されることを地帯構造に即してみると、京都市の小売商業の変化は京都市最大の商業中心点である四条河原町を起点に河原通を軸に接続する南北約4km（丸太町通～京都駅前）、幅1kmの諸地区及び四条通を軸とする鴨川←西洞院間の諸地区では小売商業の吸引力水準の上昇をみている。中心商業地区をはじめとするこれらの地区では、「衣料」小売業の

販売額シェア（対全市）が上昇してきており、高度化が進展してきたものと考えられる。この成長地区をとりまく東方約2 km圏、西方約5 km圏に存在する諸地区は、相対的に多くの地区で吸引力水準の低下をみる。とくに既成市街地の西方は、低下地区が連担しており、小なくとも本調査期間に限ればブライト化の様相を濃厚にしてきたものといえる。

この衰退化傾向が認められる地帯より外側では、種々の変化類型に相当する地区がみられるが、大局的には、B、C型の卓越する吸引力水準を上昇させてきた地帯が展開し、さらに市域の外周部ではF型の卓越する低下地帯を形成する。B型の地区では、「各種商品」小売業、自動車小売業、C型の地区では、主に「食料品」小売業、「その他」小売業の発展を吸引力水準の上昇要因として、この地帯では、小売商業は量的かつ質的に分散化（小売商業の郊外化）を遂げてきているものと考えられる。一方、後者の低下地帯は後背農山村を除くと最近年急激な人口増加をみてきた諸地区に相当することから、人口増加と小売商業集積とのタイムラグにより、一時的に吸引力水準を低下させてきたものと想定できよう。

(V) む す び

近年大都市の小売商業は、急激な変化をみてきている。本稿は京都市を事例として京都市の小売商業の実態をみた後、小売商業の地域的変動を大都市の地帯構造に即して検討しようと試みたものである。本稿で明らかになった主要なことがらをまとめると以下のごとくである。

①国勢統計区を分析単位として小売商業地の分布を検討した結果、京都市には小売商業販売額が全市の5%以上のシェアを有する主要小売商業地区が44地区抽出され、各小売商業地区は規模、小売商業吸引力係数などから7グループに区分されることが明らかとなった(第4表)。京都市の主要小売商業地区は、第一に四条河原町を中心とする中心商業地区があり、ついで京都駅前地区、伏見区の京阪伏見桃山駅前の南浜地区となり、これら3地区の販売額は京都市の約30%に達する。さらに南浜地区と並ぶ郊外の二次的商業地区である山科盆地の山階地区が続く。上記4地区以外の主要小売商業地区は、自動車小売業の販売額シェアが極めて高い自動車小売業の集中地区がみられるほか、主に都心部周辺と郊外鉄道の沿線に立地する。さらに、これらの小売商業地区は、中心商業地からの距離により、その性格を異とすることも判明した。

②京都市における小売業の業種別分布を中分類別に検討した。その結果、中分類6業種の分布は、『分散的』業種、『集心的』業種、『各種商品』小売業の3業種群に大別されることが判明した。『分散的』業種では、「飲食料品」小売業、ついで「その他」小売業がもっとも分散的に立地し、さらに「自動車・自転車」小売業は中心商業地区から4～5 km圏外に多く立地し、京都市の南西部では自動車小売業の集中地区を形成している。一方、『集心的』業種は、「織物・衣服・身のまわり品」小売業、「家具・建具・じゅう器」小売業で、前者は比較的高次の中心地と中心商業地区から3 km圏内

に集心的に分布し、後者は中心から3～5 km圏に多く分布する。『各種商品』小売業は、おもに京都市の2大中心商業地区（中心商業地区、京都駅前地区）と郊外鉄道沿線に立地している。

以上の①②が、昭和51年商業統計結果をもとに考察した京都市の小売商業の地域的事態である。この考察を前提として、さらに小売商業の変化を昭和43～51年間について検討した。その結果は、つぎのように要約される。

③京都市の地帯構造に即して小売商業の変化について、商店数、販売額の量的なデータにより検討した結果、総じて都心地区、既成市街地（≡都心部周辺地帯）では小売業の縮小化傾向を認められるに対して、人口増加をみてきた郊外地ではいずれの指標もシェアが増大し、小売業の拡大化が進んできていることが明らかとなった。さらに、業種別に検討した結果、都心地区では、全般的な小売商業のシェア低下が進むものの、「衣料」小売業のシェアは一貫して上昇してきていることが明らかとなり、高次中心機能の都心地区への集心化が進んできているものと考えられる。

④小売商業の実質的な変化をみるため、国勢統計区を単位に、昭和43年と昭和51年の小売商業吸引力係数を比較することで検討した。その結果、(i)中心商業地区と京都駅前の2大小売商業地区および市内最大の商業中心地点四条河原町を起点に河原町通を軸とする南北各2 km(幅1 km)、四条通の路線に沿う西方約1.5 kmの諸地区では、小売商業吸引力水準を高めてきており、これらの諸地区では相対的な小売商業の発展をみている。(ii)こうした中心商業地区をはじめとした小売商業地区の発展に対して、その周辺の中心から東約2 km圏、西約5 km圏の既成市街地では、市内でもっとも衰退的傾向が強い地帯となっている。とりわけ、中心より西方5 km圏の既成市街地に含まれる諸地区の相対的低下は著しく、この地帯がブライツ化の様相を濃厚にしてきているものといえる。(iii)上述の低下地帯の外側では、総じて小売商業の吸引力水準の上昇が認められ、実質的な小売商業の郊外化が展開している。などのことが明らかになった。

以上の京都市における小売商業の動向をめぐって明らかとなったことがらは、林が既に名古屋で実証したことがら⁽²²⁾をはじめ従来指摘されてきたことがらとも概ね一致している。しかしながら、本稿で明らかとなったことは、Scott⁽²³⁾のいう長期的な一般的な傾向(long term trends)なのか一時的な現象(short term movements)であるのかは今後の検討を要するものと考えられる。

〔付記〕本研究を行うに際しては、昭和54年度文部省科学研究費（個人奨励研究A「大都市における小売業の立地と小売商業構造の変動」、課題番号479168）を使用した。

(注)

(1) 佐藤肇『日本の流通機構』、有斐閣、1974、pp 187～216。

- (2) 小林 博「大都市圏の圏域」, 都市問題研究, 12-6, 1960, pp. 20~27.
- (3) Vance, J. H. Jr., "Emerging Patterns of Commercial Structure in American Cities", Lund Studies in Geogr., Series B.24, 1962, pp. 485~518.
- (4) Berry, B. J. L., "Commercial Structure and Commercial Blight", Chicago Research Paper 85, 1963.
- (5) 林上「名古屋市中心とする小売業の地域的動向」, 名古屋商工, 35-2, 1977, pp. 2~18.
- (6) 大阪商工会議所『大阪都市圏小売商業システムの動向』, 大阪商工会議所, 1973.
- (7) 富田和暁「名古屋大都市圏における小売業・サービス業の立地動向」, 地理学評論, 50-10, 1977, pp. 559~577.
富田和暁「京阪神大都市圏における小売業・サービス業の立地動向」, 横浜国立大学人文紀要, 第1類哲学・社会科学26, 1980, pp. 31~50.
- (8) 服部銈二郎「巨大都市の都心商店街—東京銀座の場合—」, 日本都市学会年報, 7, 1973, pp. 189~201.
- (9) 戸所隆「名古屋における地下街の形成—都心立体化の一形態として—」, 人文地理, 31-3, 1979, pp. 1~19.
- (10) 正木久仁「大阪市における中心地体系—小売業・サービス業を指標として—」, 人文地理, 28-2, 1976, pp. 1~26.
- (11) 大阪市経済局『変わりゆく大阪市小売商業—その実態と展望—』, 大阪市経済局, 1972.
- (12) 林上「名古屋市中における小売業の地域的分布とその推移」, 経済地理学年報, 23-1, 1977, pp. 3~28.
- (13) 京都市総務局統計課『京都市の商業—昭和51年商業統計調査結果報告—』(京都市, 1977)をはじめ昭和43, 45, 47, 49年の同種の資料である。
- (14) 国勢統計区は、国勢調査ごとに一部修正されるが、本稿では使用する資料のもっとも古い昭和43年現在の国勢統計区に統一した。
- (15) 前掲(12)。
- (16) 小林博『京都市の機能地区分類』, 京都市統計解析センター, 1964, pp. 15~19.
- (17) 小林博〔前掲(16)〕は、昭和39年当時の京都市の地域構造を都心部、既成市街地、郊外地、後背農山村地域から成立しているものとしている。本稿では、この分類に準拠し、昭和39年以降の変化などを考慮して、以下の点のみを修正した。
- ①小林が分類した既成市街地のうち、都心地区と連担していない南浜、板橋、唐橋の3地区を郊外地Aの分類に入れた。
- ②小林が分類した郊外地をすべて郊外地Aと呼ぶこととした。
- ③小林が分類した後背農山村地域のうち、昭和40年代から人口が急増した岩倉、醍醐など9地区(昭和35~50年間の人口増加率50%以上の地区)をもってあらたに1地帯として郊外地Bを設けた。
- (18) 木地節郎「京都市における商店街の実態」(京都市・京都商店連盟『京の商店街—1973—』, 1973。) pp.5~17.
- (19) 戸所隆「山科盆地の都市的発達とその問題点—大都市地域に位置する盆地の一例として—」, 日本都市学会年報, 14. 1980. pp. 37~53.
- (20) 西村孝彦「都市内部中心地区の階層と形態指標の対応関係—京都市の事例—」, 人文地理, 31-6, pp. 44~58.
- (21) 本稿でいう相対的な立地変化とは、(昭和51年*i*地帯の*j*業種の商店数/昭和51年京都市の*j*業種の商店数)を(昭和43年*i*地帯の*j*業種の商店数/昭和43年京都市の*j*業種の商店数)で除した数値を*i*地帯の*j*業種の相対的な立地変化を表わす尺度と考えたものである。上述の式によって算出された数値が1.00以上の場合には、相対的に拡大(増加)したことを意味し、1.00以下の場合には、相対的に縮小(減少)したことになる。
- (22) 前掲(12)。
- (23) Scott, P., "Geography and Retailing" Hutchinson Univ. Press, 1970, pp. 78~91.