

わが国の地域間商品取引流通の空間的形態と その変化

—1960～1972年を対象にして—

日野正輝

I 本研究の目的	(5) 小売業計の仕入先表
II 分析対象および分析手法	IV 地域間商品取引流通の空間的形態の変 化
(1) 資料	(1) 卸売業の仕入先表の変化
(2) 対象業種	a) 卸売業計
(3) 対象年次	b) 農畜産物・水産物卸売業
(4) 分析手順	c) 衣服・身のまわり品卸売業
III 地域間商品取引流通の空間的形態	d) 機械器具卸売業
(1) 卸売業計	(2) 卸売業の販売先表の変化
a) 仕入先表 b) 販売先表	a) 卸売業計
(2) 農畜産物・水産物卸売業	b) 農畜産物・水産物卸売業
a) 仕入先表 b) 販売先表	c) 衣服・身のまわり品卸売業
(3) 衣服・身のまわり品卸売業	d) 機械器具卸売業
a) 仕入先表 b) 販売先表	(3) 小売業計の仕入先表の変化
(4) 機械器具卸売業	V 結 語
a) 仕入先表 b) 販売先表	

I 本研究の目的

商品の地域間流通は、地域的分業関係の主要な現象形態の一つであり、地域構造の解明を研究課題とする地理学にとってきわめて重要な研究対象である。しかし、この方面の研究自体は、研究対象の重要性にもかかわらず、これまでのところ決して十分なものではなかった¹⁾。なるほど、そこには地域間流通に関する資料の絶対的不足という大きな研究障害が存在したが〔注1〕53頁〕、その点を差引いて判断してもなお研究蓄積の不十分さは否めない。少なくとも本稿で問題とする全国レベルでの地域間商品取引流通に限って言えば、資料的制約に加えて従来の分析

視点および分析手法にも少なからずその原因があったといえる。

全国レベルでの地域間商品取引流通に関する研究は、これまで主に卸売商圏研究として行われてきた。そこでは都市勢力圏の視点から、東京・大阪・名古屋などの大都市の卸売商圏の一次的な画定およびそれにもとづく全国空間の認識に分析の主眼が置かれていた〔注1〕54頁〕。しかし、現実の卸売段階は一次卸・二次卸といった用語が示すように多段階に分化し、各段階の卸売業者はそれぞれ販売対象を機能的に分有している。例えば、一次卸売業者は取引単位の大きい再販売業者（二次卸売業者と大規模小売業者）や産業用使用者を主な販売先とし、最終卸売業者は小規模な小売業者を販売先とする。そして

1) 長谷川典夫：流通，特に卸売業に関する地理学的研究について，東北地理26の1，1974，pp. 53-56.

この販売対象の機能的分有は、空間的にはある地域がある都市の一次卸売商圈に属すると同時に他都市の二次卸売商圈にも属するといった、商圈の重層的展開として現われる。しかも、卸売段階の段階構成は商品によって異なるため、商圈を都市単位にとらえる場合には、上記の商圈の重層的展開は錯綜したものとなる。さらにまた、卸売業者の販売形態²⁾および取引単位の規模の大きさが販売活動に対する距離的制約を軽減するために、同レベルの卸売業者の商圈の重複がこれに加わる。したがって、卸売商圈の分析にあたっては、商圈の重層的かつ複雑な形態を前提とした多元的な考察が必要とされる。そしてここに、卸売商圈の一元的な画定を意図した従来の卸売商圈研究の不十分さが認められると同時に、長谷川が指摘した流通機構との関連における地域間商品取引流通の分析が要請されてくる³⁾(注1) 55頁)。

他方、従来の分析手法は、各地域の仕入額の仕入先地域別比率や販売額の販売先地域別比率を算出し、自地域内取引額比率を除いた上記比率の最上位クラスに注目することによって、各地域がどの大都市の商圈に属するかを判別するものであった。したがって、そこでは取引額の大きい地域も小さい地域も同一に取扱われるために、取引規模の大きい大都市(域)間取引の全国レベルにおける地域間取引流通上の位置が必ずしも十分に把握されなかった。このことは、都市の階層構造に沿った流通の空間的形態、すなわち、まず大都市から大都市へと流通し、次いで大都市から周辺の中小都市へと流通する形態を考えると、手法上の大きな欠点といわざるをえない。さらにまた、上記の手法によって

画定される商圈は潜在的に変動の少ないものであったといえる。なぜならば、上記の手法の下では、商圈の変動は上記比率の最上位の順位変化の出現によってはじめて確認されるものであり、そうした事態は短期間では起りがたいからである。これらの点から、従来の分析手法は流通の階層的構造の抽出や時間的変化の分析には不適當であったといえる。そして後者の点からすれば、従来の卸売商圈研究における時間的変化の分析の不足も故なしとしない。しかし、この時間的変化の分析の不足については、高度経済成長期を通じての大手メーカーの流通部門の垂直的統合や小売業界におけるチェーンストアの台頭などによる流通機構の変動が広く指摘され、空間的形態をも含めた流通の変動の分析の必要性が高まっていたことからすると、単なる手法上の理由だけによって片付けられるものではなく、むしろ地理学における流通に対する取組み自体の遅れとしてとらえざるを得ない。

本稿は、以上の認識から、戦後高度経済成長期における全国レベルでの地域間商品取引流通の空間的形態を、各地域間取引流通量を共通の尺度で比較秤量する後述の手法により、流通段階別および業種別に把握し、その時系列的比較を目的とするものである。

II 分析対象および分析手法

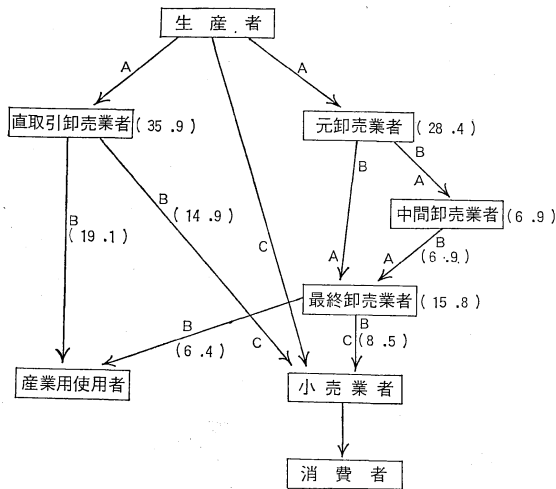
(1)資料 全国レベルでの地域間商品取引流通に関する資料はきわめて少なく、なかでも経年的に入手可能なものとなると、1960年以降の商業統計表における都道府県別・産業分類別・仕入先別年間販売額(以下、「わが国の商業」の用

2) 小売業の基本的な販売形態は店頭販売であるため、その商圈は距離的制約を強くうける顧客の買物行動の範囲によって決定される。これに対し、卸売業の場合は、店頭販売もあるが、訪問販売が中心であり、その販売域は距離よりもむしろ需要量によって決定される。この点に関連して、Vance, J. E. は「需要累積(demand accumulation)」の概念を提起している。Vance, J. E.: THE MERCHANT'S WORLD, Prentice-hall, 1970, 国松久弥訳: 商業・卸売業の立地, 大明堂, 1973, pp. 93-99.

3) 森川洋: 商業(経済地理学会編: 経済地理学の成果と課題, 第2集, 大明堂, 1977, 所収) pp. 169-186.

語法にならって仕入先表という）および同販売先別年間販売額（販売先表）しかない。そこで、本分析においてもこの資料を用いるが、資料の問題点についてははできるかぎり配慮することに努めた。⁴⁾

(2)対象業種 分析の対象業種は、卸売業計、農畜産物・水産物卸売業、衣服・身のまわり品卸売業、機械器具卸売業のそれぞれの仕入先表・販売先表、および小売業計の仕入先表である。



第1図 流通経路図

A, B, Cは、それぞれ卸売業の仕入先表、販売先表、および小売業の仕入先表に計上される取引を表わす。

()内の数値は、1966年の流通段階別卸売業者年間販売額の対総卸売年間販売額比率を表わす〔わが国の商業—1966—〕, p.57)

この対象業種の選定は、地域間商品取引流通の空間的形態は流通段階によって、また商品の生産・消費の形態によって異なるという想定にもとづく。つまり、卸売業計の仕入先表・販売先表および小売業計の仕入先表は前者の点から、また卸売業の3業種は後者の点から、それぞれ取上げたものである。

卸売業の仕入先表・販売先表および小売業の仕入先表のそれぞれに計上される取引には、第1図にみられるようにながりの重複部分が存在する。しかし、相対的には、卸売業の仕入先表、同販売先表、小売業の仕入先表は流通段階の上位、中位、下位に対応するものとして位置づけられる。

他方、対象とした卸売業の3業種の取扱い商品は、生産の形態からみて、小規模・分散的生産を特徴とする農畜産物・水産物、大規模・集中的生産を特徴とする機械器具、その中間的形態にある衣服・身のまわり品と分類しうる。そして一般に、小規模・分散的に生産される商品の流通は流通経路の長い収集・分散型の形態を典型とし、大規模・集中的に生産される商品の流通は流通経路の短い分散型の形態を典型とすると考えられる。⁶⁾ 事実、上記3業種の年間販売額

第1表 卸売業、小売業の仕入先および販売先の業態別構成 (1972年)

業種	仕入先						販売先						
	計	自店製造	本支店間移動	生産業者	卸売業者、その他	国外	計	本支店間移動	卸売業者	小売業者	産業用使用者	国外	一般消費者
卸売業計	100	0.8	22.2	44.7	26.9	5.4	100	6.1	35.6	23.1	28.7	5.8	0.6
農畜産物・水産物卸売業	100	0.9	11.7	35.4	49.9	2.0	100	9.2	44.4	39.1	6.2	0.3	0.7
衣服・身のまわり品卸売業	100	2.7	12.8	47.0	36.7	0.7	100	10.8	27.0	56.9	2.8	2.0	0.4
機械器具卸売業	100	0.7	35.4	42.7	19.0	2.2	100	5.9	25.4	27.7	33.4	6.6	1.0
小売業計	100	2.2	20.3	13.4	63.7	0.3	100	0.3	0.2	1.0	0.5	0	98.1

(1972年商業統計表、産業編)

4) 商業統計表全般にかかわる問題点については、下記の文献を参照。仕入先表、販売先表のみにかかわる問題点としては、都道府県別不詳額が年次によってかなり異なる点が指摘できる。したがって、時系列比較にあたっては、この点に対する配慮も必要とされる。日本経済新聞社日本経済データ開発センター：経済分析のためのデータ解説、日本経済新聞社、1976, pp.165-175。佐藤肇：日本の流通機構、有斐閣、1974, pp.77-78。

5) 荒川祐吉：商業構造と流通合理化、千倉書房、1969, p.32。

6) 収集・分散型：小規模生産者→産地間屋→集散地間屋→消費地間屋→小売商→消費者。分散型：大規模生産者→一次卸→二次卸→小売商→消費者。(秋本齊夫：商業段階(森下二次也監修：商業の経済理論、ミネルヴァ書房、1976, 所収) pp.120-138を参照)。

の仕入先および販売先の業態別構成をみると(第1表), 農畜産物・水産物卸売業, 衣服・身のまわり品卸売業, 機械器具卸売業の順に卸売業者間の取引額比率が低くなり, 後者ほど流通経路が短くなっていることを示す。したがって, 上記3業種は地域間商品取引流通の空間的形態においても恐らく異なった特徴を示すものと推察される。

(3)対象年次 対象年次は, 1960年(1962年), 1966年, 1968年, 1972年である。この年次の選定は以下の理由による。

まず1960年と1972年の場合は, 資料の存在が1960年以降に限られること, および分析開始時点での最新の商業統計表は1972年のものであったことによる⁷⁾。また, 1966年と1968年の場合は, 1967年の産業分類の改正により, 1960年と1972年の直接的比較に必要なとされる共通の基準が失われたため, 1960年と1972年の比較を, 1960年と1966年, 1968年と1972年の比較に分けて行うことにしたためである。なお, ()内に示した1962年については, 1960年の商業統計表には仕入先表しか存在しないため, 販売先表に関して

は1962年の資料によって代替する必要があるためである。また, 1960年の仕入先表は総合の部に記載されており⁹⁾, 甲の部の他年次の仕入先表との比較においては, 小売業の場合は好ましくない¹⁰⁾。そのため, 小売業の仕入先表に限っては1962年の仕入先表を用いた。

(4)分析手順 従来の卸売商圏研究における手法については既述の通りであるが, この他にも地域間流通の空間的形態の把握に関する計量的手法はいくつか開発されている。例えば, Nystuen and Dacey のグラフ理論にもとづく手法¹¹⁾, あるいは Berry などの主成分分析の適用など¹²⁾ ¹³⁾である。しかし, いずれの手法も一長一短があり, 分析手法はあくまでも分析の目的および資料の性質などから選択・工夫されなければならない。本分析では, 変化量の計測という点に重点をおき, 下記の手法を用いることにする。

まず対象とした仕入先表・販売先表を, 当該総国内年間販売額から都道府県別不詳額を差引いた値で万分率化し, そのうち上位150位までを主要取引ラインとして抽出する。ここで, 総

- 7) 1972年以前の商業統計表の調査対象地域には沖縄県は含まれていない。したがって, 本分析の対象地域も沖縄県を除く全国に限られる。
- 8) 例えば, 従来「繊維品卸売業」, 「鉱物・金属材料卸売業」, 「機械器具卸売業」などに格付けされていた総合商社が, 1968年の商業統計表からは新たに「各種商品卸売業」として分類されるようになった。また, ガソリンスタンド, 自動車販売店は卸売業から小売業へと分類がえされた。
- 9) 総合の部とは, 法人組織および常用従業者をもつ個人商店の調査(甲調査)と常用従業者をもたない個人商店の調査(乙調査)とを総合したものである。ただし, 1972年の商業統計表では, 甲調査は法人組織のみを対象としている。
- 10) 卸売業の場合, 乙調査の対象となる商店の販売額は総卸売販売額の1%未満であり, 総合の部と甲の部との違いはさして問題にならない。しかし, 小売業の場合, 乙調査の対象となる商店の販売額は総小売販売額の約32%(1960年時点)にもおよんでおり, 総合の部と甲の部を同一視して比較するには無理がある。
- 11) Nystuen, J. D. and Dacey, M. F.: A Graph Theory Interpretation of Nodal Region, Regional Science Association, 7, 1961, pp. 29-42.
- 12) Berry, B. J. L.: Interdependency of Spatial Structure and Spatial Behavior: a general field theory formulation, in Davies, W. K. D. ed.: The Conceptual Evolution in Geography, University of London Press, 1967, pp. 394-416.
- 13) 森川洋: わが国の物資流動に関する一考察, 広島大学文学部紀要, 第37巻, 1977, pp. 180-191.
- 14) Nystuen and Dacey のグラフ理論の応用は, 直接的な地域間流動量をもとに, 間接的な流動をも含んだ地域間流動の構造を把握しようとしたものである。しかし, 著者自身が指摘しているように, 間接的な流動はグラフ理論の定理のように直接的な流動によって一意的に規定されるものかどうかは確かでない。また, 定理の成立条件を満たすために, 一次的結合行列の要素 x_{ij} を列和の最大値で除算して, $|x_{ij}| < 1$ とするが, その場合, 列和の最大値を除算の基準とする論理的根拠にも欠ける。他方, Berry の手法は, 多種類の地域間流動量を主成分分析によって解析することにより, 基本的な地域間流動の形態を抽出するものである。この手法は, アプリオリに分析の対象項目を選定する方法に比べて, 分析の客観性は高い。しかし, 時系列比較という点からすれば, この手法には厳密な変化量の計測は望めない。なぜなら, その手法によって抽出される基本的な地域間流動の形態を表わす次元は, 年次によって変化し(因子負荷量の構成は年次によって変化する), 変化量の計測に必要な共通尺度とはなりえない。

国内年間販売額から都道府県別不詳額を差引いているのは、都道府県別不詳額の年次間の変動の影響を少しでも取除くためである¹⁵⁾。また、主要取引ラインとして上位150位までを抽出したのは、できるだけすべての府県が少なくとも1つの他府県と取引関係をもつようにと意図していることである。

次いで、抽出した数値をOD行列に整理し、それを地図化し、各表に情報として内在された地域間取引流通の基本的な空間的形態を読みとる。そして時系列比較として、OD行列の年次間の減算を行い、変化量を要素とするOD行列を求める。そして、それを地図化することによって、空間的形態の変化を読みとる。

III 地域間商品取引流通の空間的形態

ここでは、1960年・1962年の仕入先表・販売先表を中心に対象業種の空間的形態を考察する。

(1) 卸売業計

a) 仕入先表 仕入先表における他府県間取引は、取引の空間的範囲の観点から、飛地的な形態をとる全国的スケールの取引と面的に連続した取引圏を形成する地域的取引とに類型化できる(第2図)。

全国的スケールの取引は主に大都市域間取引¹⁶⁾から構成されている。また、大都市域間取引は、取引規模および取引の相互性の点から、3大都市域間取引、3大都市域と大都市圏内の副次的中心都市域との取引、3大都市域と広域中心都市域との取引とに分類しうる。3大都市域間取引は、取引規模の大きさもさることながら、取引の相互仕入関係を特徴とする。これは、3大

都市域が、程度の差はあれ、ともにメーカー本社や元卸売業者の集積地であると同時に、需要の大集積地であることによる。次の3大都市域と副次的中心都市域との取引は、取引量の点からみると同圏内取引が圧倒的に強く、その意味ではむしろ地域的取引とみなせる。しかし、副次的中心都市域も、取引規模は小さいながら同圏外の大都市域に対する仕入先地となっており、その点で全国的スケールの取引中心地として位置づけられる。これは、副次的中心都市域にも少なからずメーカー本社の集積があり、それが当該地域を他の大都市域の一次卸売業者の仕入先地としているためといえよう。これに対し、3大都市域と広域中心都市域との取引は、後者の前者からの一方的な仕入を特徴とし、広域中心都市域の取引流通における中継地的特性を物語る。

他方、地域的取引は、従来の卸売商圏研究によってすでに確認されていることだが、東京、大阪、愛知、福岡を仕入中心地とする東日本地域、西日本地域(九州地方を除く)、東海地域、九州地域の4取引圏¹⁷⁾の存在を示す。

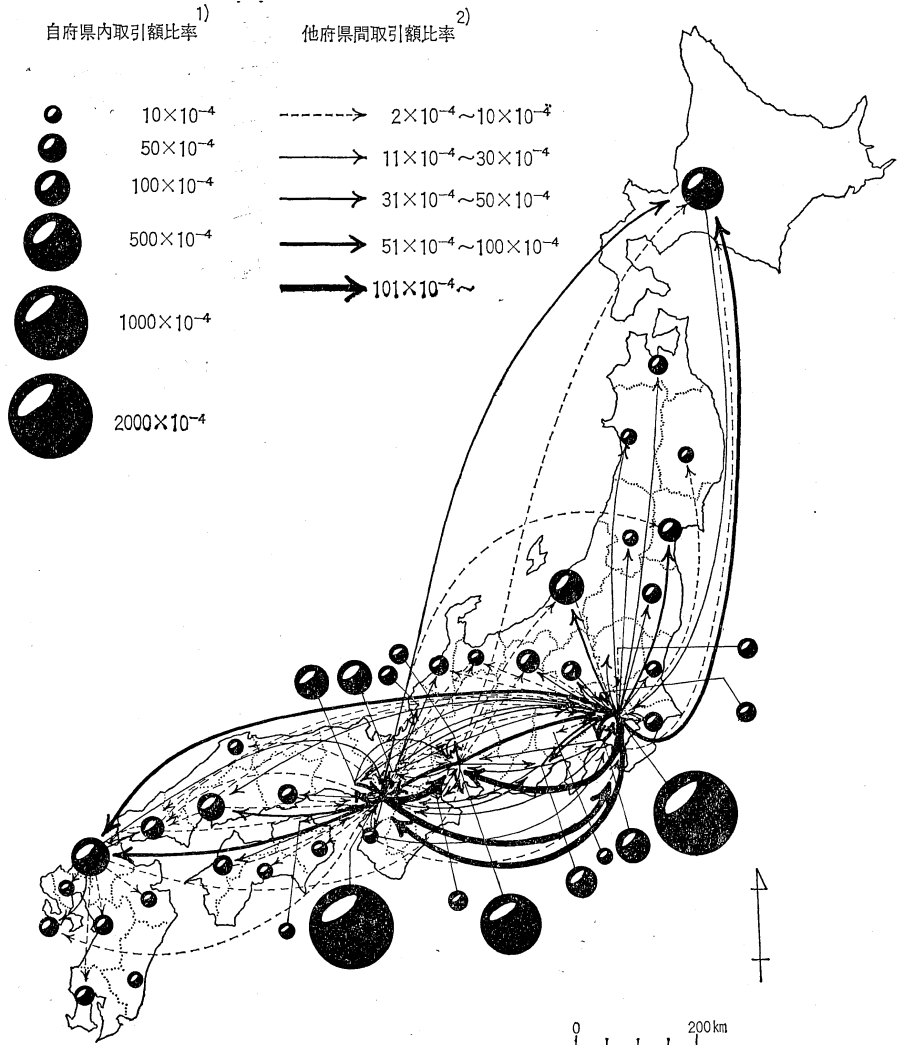
なお、自府県内仕入額¹⁸⁾の対総国内仕入額比率(以下、自府県内仕入額比率という)についてみると(表省略)、3大都市域や北海道を除く各府県の自府県内仕入額比率は、上記の仕入先中心地からの仕入額比率とほぼ等しい値にあり、各府県の仕入の二元的構成を示す。このことから、それが流通段階を異にする卸売業者の存在によるものか、また流通経路を異にする業種によるものかといった問題が問われてくる。それゆえ、地域間流通に関する流通段階別および業種別の考察の必要性が再認識される。

15) 都道府県別不詳額は特定地域(東京・大阪)に片寄っているが、この点については分析の過程で個々に対処した。

16) 本稿では、大都市域とは北海道・宮城・東京・神奈川・愛知・京都・大阪・兵庫・広島・福岡を指し、広域中心都市域とは北海道・宮城・広島・香川・福岡を指すことにする。

17) ただし、北陸地方は東京・大阪・愛知からの仕入が重複する。

18) 仕入先表の数値は年間販売額を仕入先地別に集計したものであり、ここにいう自府県内仕入額は正しくは自府県内仕入年間販売額である。



第2図 卸売業計の仕入先の空間的パターン (1960年)

1) 自府県内取引額の対総国内取引額比率

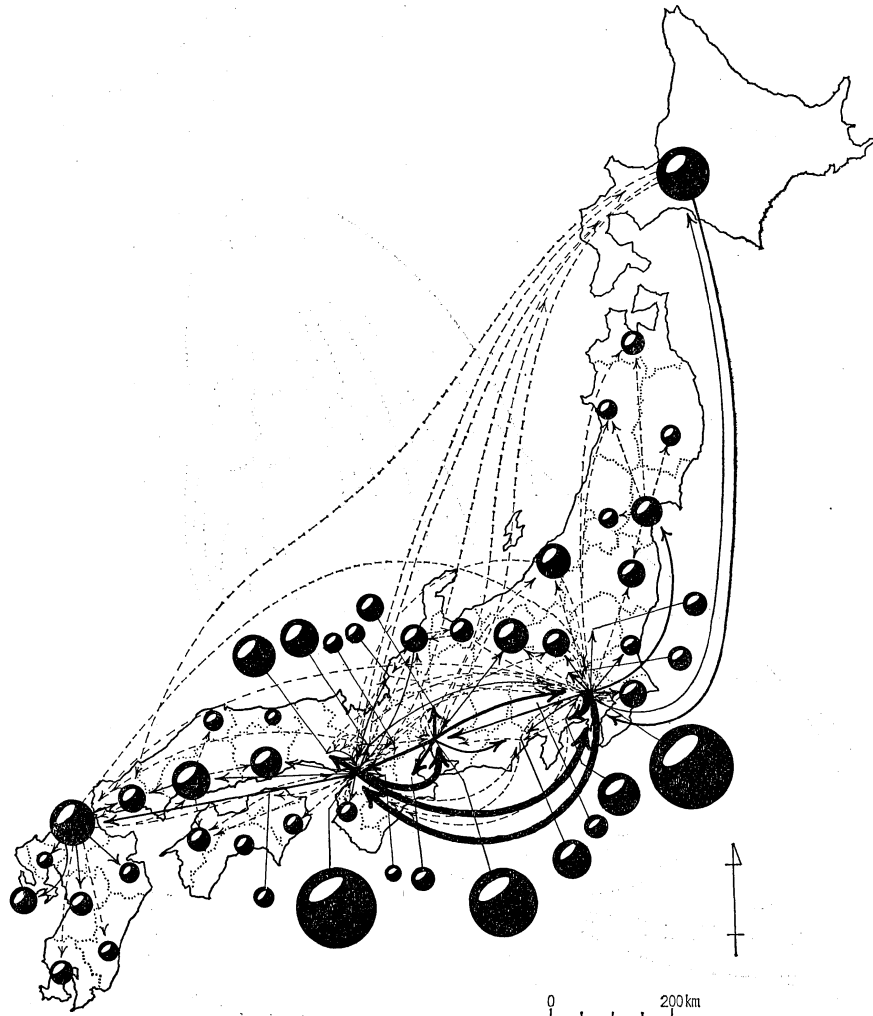
2) 他府県間取引額の対総国内取引額比率

b) 販売先表 仕入先表にみられた他府県間取引の2類型はここにおいても認められる。しかし、そこには仕入先表と販売先表との流通段階の違いを示す相違点がある(第3図)。

まず全国的スケールの取引に関していえば、3大都市域間取引を除く大都市域間取引の規模は、仕入先表の場合に比べて全般的に小さくなっている。これは、一つには、総卸売販売額の約16%(1966年時点)を占める最終卸売業者の販売先が主に自府県内に限られているために、販売先表ではおのずと自府県内販売額比率(自府

県内年間販売額の対総国内年間販売額比率)が高くなり、大都市域間取引を含めた他府県間取引額比率が低くなるためである。また一つには、仕入先表の大都市域間取引の主要な取引内容が販売先表の対象外となる一次卸売業者のメーカーからの仕入であったためと考えられる(第1図)。

次に地域的取引に関していえば、販売先表では宮城・広島を中心とする東北地域・中国地域の2取引圏の存在があらたに認められる。また1966年以降に限られるが、香川を中心とする四国地域も認められ(図省略)、卸売業の販売段階



第3図 卸売業計の販売先表の空間的パターン（1962年）

における広域中心都市ごとの取引圏の存在が窺われる。

（2）農畜産物・水産物卸売業

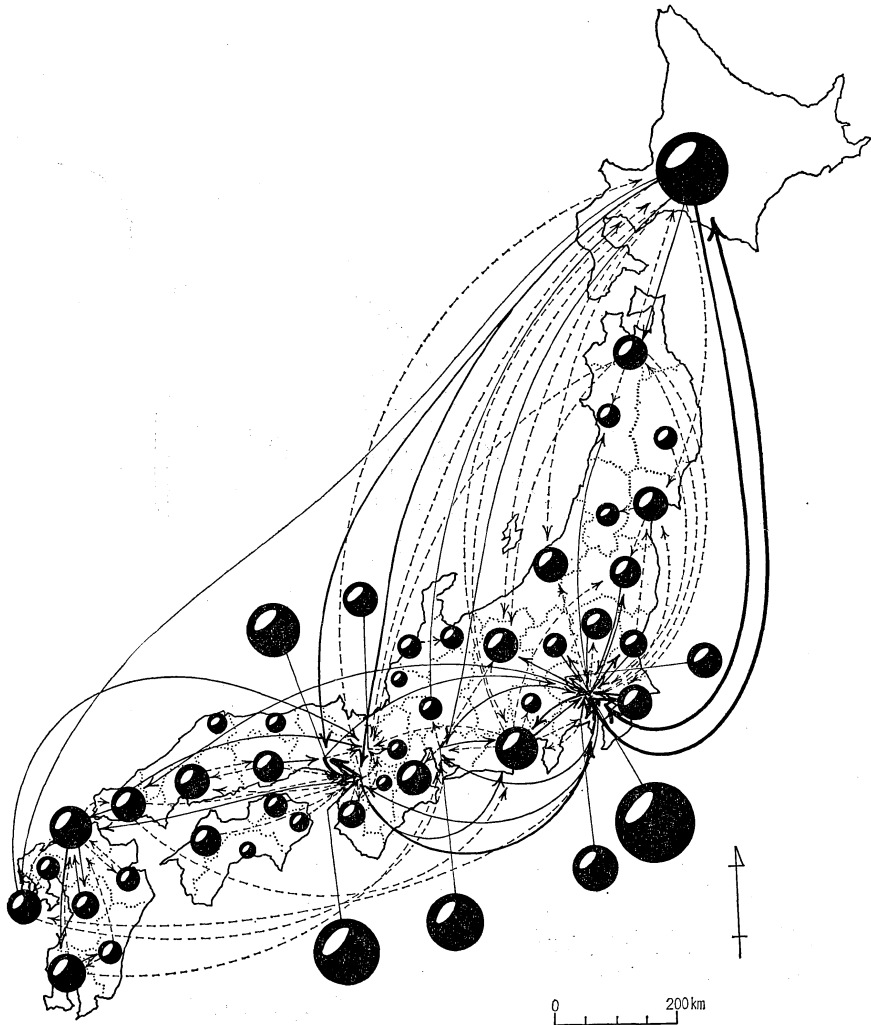
a) 仕入先表 当該業種の特徴は、他府県間取引ラインが複雑で、しかもその規模が小さい（自府県内仕入額比率が全般的に高い）ことである（第4図）。これは、一般的に生産・消費ともに小規模・分散的な商品の流通経路は細く長い形

態をとるといわれていることから理解できる。また具体的には、生産・消費の普遍的存在（自府県内仕入額比率の全般的高位性を支える）、自府県内レベルでの集荷過程の存在（生産地域の自府県内仕入額比率を高める¹⁹⁾、分散段階での仲間取引の存在（消費地域の自府県内仕入額比率を高める²⁰⁾、運搬性・貯蔵性に欠ける商品の存在（遠距離取引を困難にする²¹⁾、などの要因によるものと考え

19) 自府県内生産物の他府県出荷に移出業者（農協・商人）が介在する場合、移出業者の仕入額はすべて自府県内仕入額として計上されるため、生産地域の自府県内仕入額比率が自ずと高くなる。

20) 中央卸売市場での卸売人と仲買人の取引を例にしていえば、仲買人の卸売人からの仕入額は自府県内仕入額として計上される。

21) 安藤万寿男：生鮮食料品の供給圏・転送圏からみた名古屋市都市圏（伊藤郷平編著：中京圏，大明堂，1972，所収）pp. 162-177.



第4図 農畜産物・水産卸売業の仕入先表の空間的パターン (1960年)

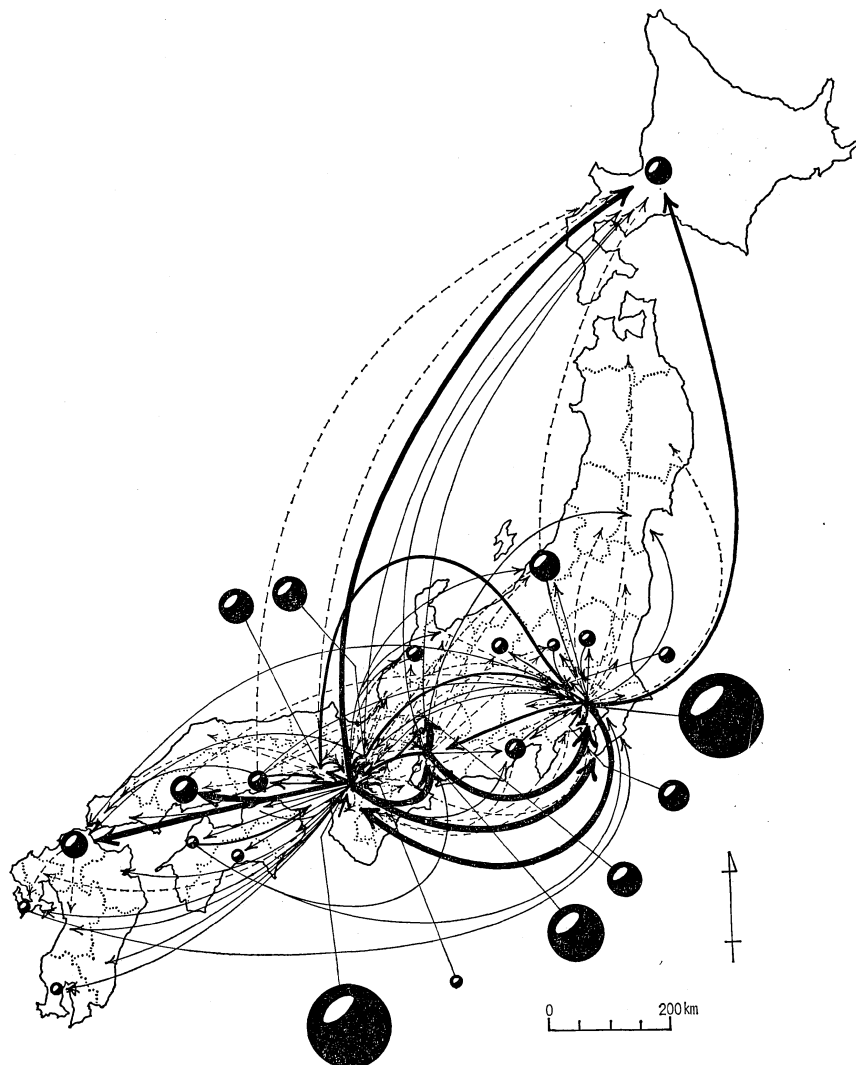
られる。

しかし、この複雑で小規模な他府県間取引も、生産地域と消費地域(集散地域)との関係として整理するとき、基本的な2タイプの取引形態が認められる。一つは、生産地域から東京・大阪などの大消費地域への取引ラインであり、いま一つは、東京・大阪・愛知・福岡などの集散地域から周辺諸県への取引ラインである。さらに前者の取引ラインについては、大消費地域に近い生産地域の場合はほとんど近接の大消費地域に出荷するのに対し、遠隔の生産地域の場合は複数の大消費地域へ分散出荷するのが認めら

れる。

b) 販売先表 販売先表の地域間取引も、一見ただけでは小規模な他府県間取引ラインが複雑に走る姿しかとらえられない。しかし、仕入先表の場合と同様に生産地域と消費地域との関係の観点からみると、そこには生産地域から消費地域への販売ラインと集散地域から周辺諸県への販売ラインとが識別できる(図省略)。

生産地域から消費地域への販売ラインは、生産地域の集荷業者(農協、商人等)の大消費地域への販売を示すものであり、収集・分散型の流通経路を特徴とする当該業種特有の形態といえ



第5図 衣服・身のまわり品卸売業の仕入先表の空間的パターン（1960年）

る。また、仕入先表にみられた大消費地域に近接した生産地域と遠隔の生産地域との取引先構成の違いがここにおいても認められる。他方、大消費地域から周辺諸県への販売ラインは主に転送を内容とするものとみなせるが、その空間的形態には、卸売業計の場合と同様に仕入先表の4取引圏に加えて宮城・広島を中心とする東北地域・中国地域の存在が認められる。

（3）衣服・身のまわり品卸売業

a) 仕入先表 衣服・身のまわり品の生産形態は、製造業部門においては小規模・分散的な部門に属するが、それでも府県単位にみると東京・大阪・愛知などの主要生産地域への生産の集中度は高い²²⁾。しかも、それら主要生産地域に立地する大手卸売業者は自府県内生産物のみならず他府県生産物の集荷も行っている²³⁾。したが

22) この点を、1960年の工業統計表における「衣服・その他の繊維製品製造業」の製造出荷額を指標として示すと、製造出荷額の上位5都府県（大阪・東京・岡山・埼玉・愛知）の出荷額合計は全国の総出荷額の約63%にも達する。

23) 大阪府立商工経済研究所の調査結果によると、大阪市東区に立地する衣料品卸売事業所（調査票回答率は20%）の商品仕入額の約4割までが他府県仕入となっている。大阪府立商工経済研究所：卸売業をとりまく環境の変化と卸売業機能の実態—繊維二次製品一、1976、p. 23.

って、主要生産地域への取引の集中は生産の集中以上であるとみなせる。第5図にみられる主要生産地域を基点とする他府県間取引規模が生産形態から予想される以上に大きいのは、この主要生産地域への取引の集中によるためである。また、東京・大阪が周辺諸県を中心とする他府県からの仕入ラインを持つが、これは上記の主要生産地域の他府県生産物集荷を示すものといえる。さらにまた、3大都市域が大生産地域であるにもかかわらず規模の大きい相互仕入関係を示すのは、3大都市域が当該商品の多品種多様性および全国ブランドの存在により商品供給地域であると同時に大需要地域となっているためといえよう。

一方、取引圏としては、東京を中心とする東日本地域、大阪を中心とする西日本地域といった全国の2大区分がみられる。そして、愛知・福岡を中心とする東海地域・九州地域は大阪の取引圏の中の2次的な存在として認められる。

b) 販売先表 販売先表においても、大都市域間取引をはじめとする全国的スケールの取引が卓越し、卸売業計にみられた広域中心都市域ごとの取引圏の存在は部分的にしか認められない(図省略)。例えば、宮城を中心とする東北地域の存在は認められず、また広島・福岡を中心とする中国地域・九州地域も大阪の販売圏と重複する形で存在している。

これは、当該業種の販売形態が出張販売などによる小売業者への直販を特徴とするためである。すなわち、当該商品流通においては、東京・大阪・愛知などの大手卸売業者が各地域の小売業者へ直接販売するケースが卓越し、広域中心都市域を経由して販売される割合は他業種に比べて小さいためである。²⁴⁾

(4) 機械器具卸売業

a) 仕入先表 当該業種の特徴は、大都市域間取引額比率が他業種に比べて高いことである。1960年の仕入先表での他府県間取引額比率は万分率で3711にも達するが、その約64%が大都市域間取引で占められている。しかもこの大都市域間取引には、卸売業計の場合と同様に相互仕入関係を持つ3大都市間取引、3大都市域からの一方的な仕入を特色とする3大都市域と広域中心都市域との取引²⁵⁾、といったタイプの違いが存在する(図省略)。また、神奈川・兵庫の2副次的中心都市域はここでは3大都市域の仕入先地となっている。したがって、当該業種における大都市域間取引については、卸売業計の大都市域間取引に関して指摘した諸点がより明瞭な形をとって展開したものとみなせる。

取引圏についていえば、東京を仕入先中心地とする東日本地域、大阪を仕入先中心地とする西日本地域といった2大取引圏の存在が一応認められる。しかし、東京の仕入先中心地としての機能は全国的規模にあり、西日本地域の諸県も東京からの仕入ラインを持つ。また、愛知・広島・福岡も独自の取引圏を形成するには至らないが、周辺諸県の仕入先地となっている。

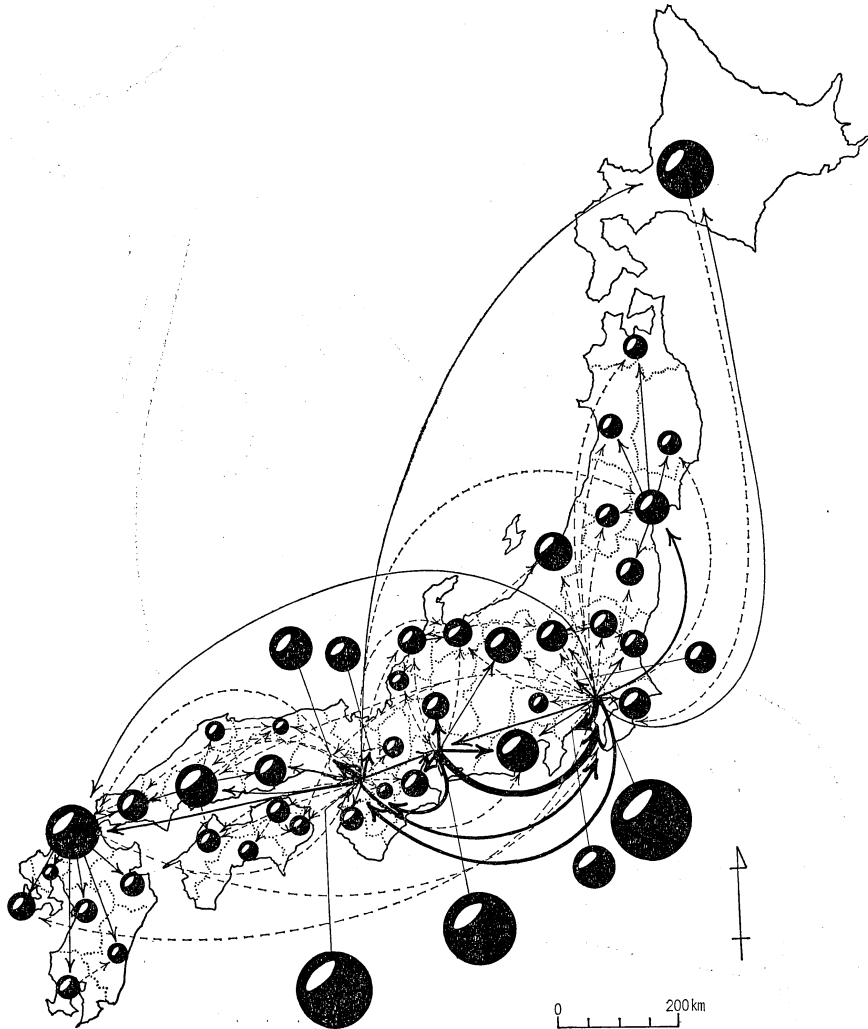
b) 販売先表 これに対し、販売先表の場合には、卸売業計の場合にもまして明瞭な広域中心都市域ごとの取引圏の存在を示す(第6図)。また、大都市域間取引額比率は仕入先表に比べて著しく低い。

これらの点から、当該業種の場合には、1960年代初期においてすでに3大都市および広域中心都市ごとの販売のブロック化が進行していたとみなせる。

(5) 小売業計の仕入先表 小売業計の仕入先

24) この点は、第1表の当該業種の販売先の業態別構成からも理解できる。また、注23) 前掲書 p.17, 24 の調査結果である。調査票回答者の48.9%が出張販売を行い、また販売額の74.2%までが小売業者への販売であることから明らかである。

25) ただし、機械工業の集積地域である広島の場合は相互仕入関係に近い形態を示す。



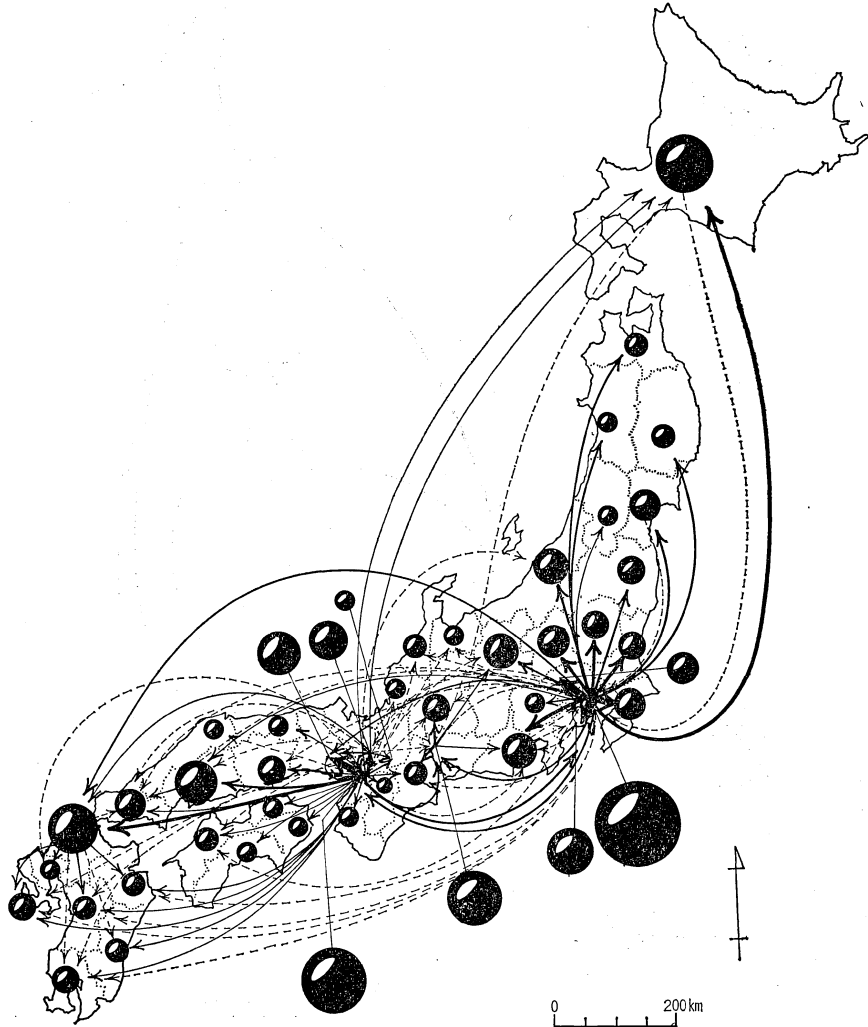
第6図 機械器具卸売業の販売先表の空間的パターン（1962年）

表の空間的形態は、流通段階から考えて、卸売業計の販売先表の空間的形態とかなり共通した面を持つと予想される。しかし、両者間には自府県内取引額比率の高位性を除けばほとんど共通性は認められない（第7図）。

卸売業計の販売先表は、広域中心都市域ごとの取引圏および規模の大きい3大都市域間取引の存在を示したのに対し、ここにみる小売業の仕入先表は、取引圏としては東京・大阪を中心とする東日本地域・西日本地域といった2大取引圏の形態を示す。また、3大都市域間取引も存在するにはするが、その取引規模は他の他府

県間取引とほとんど変わらない。

このような差異の生じた理由を考えると、まず後者の点については、3大都市域の卸売機能は当該地域の小売業者の全階層の需要に十分に対応しうるだけのレベルにあり、他地域からの仕入を必要としないためといえよう。次に前者の点については、卸売業計の販売先表は消費財流通よりもむしろ生産財・投資財流通の形態を反映するのに対し、小売業計の仕入先表は消費財流通の形態を反映するといった違いによると考えられる。この点は、卸売業計における消費財と生産財・投資財の構成比が29.2%と60.3



第7図 小売業計の仕入先表の空間的パターン (1962年)

% (1966年時点)²⁶⁾にあること、および広域中心城市に立地し広域にわたって卸売活動を行う大手企業の支店の多くが産業用商品を取扱っていることから傍証される。²⁷⁾

IV 地域間商品取引流通の空間的形態の変化

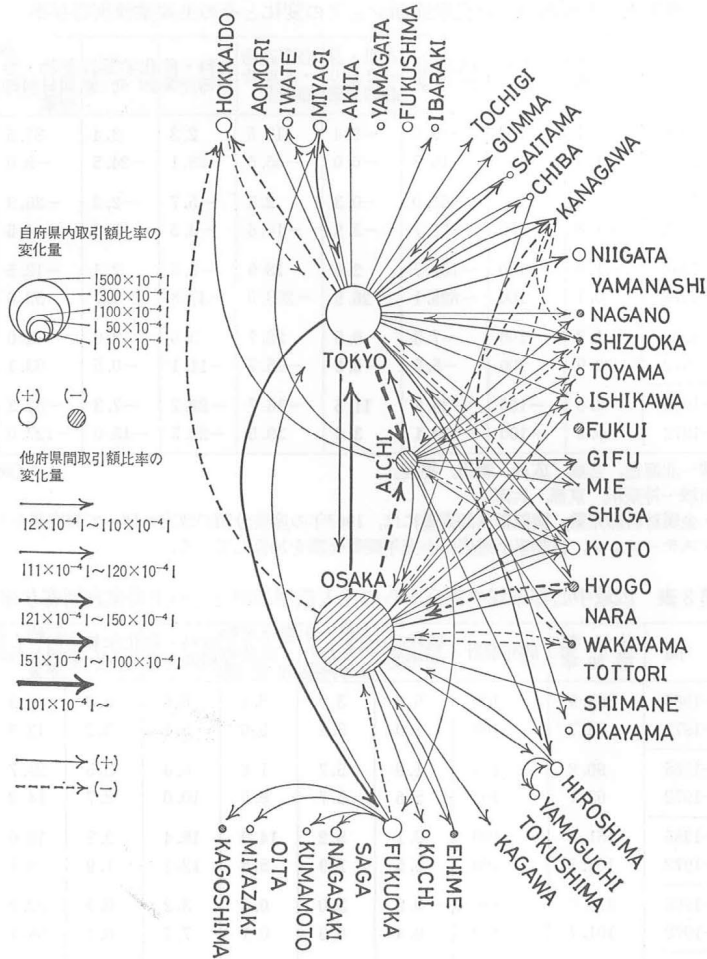
(1) 卸売業の仕入先表の変化

a) 卸売業計 卸売業計の仕入先表の基本的な空間的形態は、全般的には1960—1966年および1968—1972年の両期間にわたって維持ないし強化されているといえる。しかし、東京と大阪を起点とする取引に焦点をあててみると、そこには構造的変化が認められる (1960—1966年については第8図, 1968—1972年については図省略)。

東京と大阪の自都府内仕入額比率の推移は、

26) 1966年の商業統計表の品目編における卸売業を下記のように分類した場合の比率。生産財：繊維品卸売業、化学製品卸売業、鉱物・金属材料卸売業、再生資源卸売業、投資財：機械器具卸売業、建築材料卸売業、消費財：衣服・身のまわり品卸売業、農畜産物・水産物卸売業、食料・飲料卸売業、医薬品・化粧品卸売業、家具・建具・什器卸売業。

27) 九州経済研究所：福岡市の中枢管理機能と都市結合—福岡市内支店企業アンケート分析一、九州経済統計月報31の4、1977, pp.37-46, とくに p.42 の表1。



第8図 卸売業計の仕入先表の変化（1960—1966年）

前者が連続した伸びを示すのに対し、後者は逆に低下するといった対照を示す。とくに、1960—1966年においてこの対照はきわだっている。また、広域中心都市域の東京・大阪からの仕入額比率においても、東京からの仕入額比率が増大傾向にあるのに対し、大阪からのそれは停滞的である。

この現象の生起には、戦後の重化学工業化に伴った卸売商品構成の変化が最大の直接的要因として働いているといえる。²⁸⁾すなわち、戦後の業種別卸売販売額構成は、重化学工業化に伴

て、従前の繊維品卸売業がなお首位の座を占める構成から機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業を中心とする構成へと大きく移行した。この移行は、繊維品卸売業が大阪に集中し、機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業が東京に集中していたために、東京の卸売販売額の対全国卸売販売額比率（販売額シェア）の増大と大阪の同シェアの低下となって現われた。²⁹⁾この点は、東京と大阪の卸売販売額シェアの変動量に対する業種別寄与率によって確かめられる。つまり、東京のシェアが1960—1966年に著しく伸びるが、

28) この他の要因としては、中枢管理機能の研究などに指摘されている企業本社の東京への集中などが考えられる。

29) 長岡顕：商業・金融業の変貌と地域的配置（野原敏雄・森滝健一郎編：戦後日本資本主義の地域構造，汐文社，1975，所収）pp.131-153.

第2表 主要地域の卸売販売額シェアの変化とその主要業種別寄与率

主要地域	期 間	シェアの変動	卸売業計	繊維品卸売業	衣服・身のまわり品卸売業	農畜産物・水産物卸売業	食料・飲料卸売業	化学製品卸売業	※ 鉱物・金属材料卸売業	※ 機械器具卸売業	※ 建築材料卸売業
東 京	1960—1966	8.1	100	-9.0	-0.4	17.5	2.3	3.4	37.5	30.8	2.5
	1966—1972	-1.4	-100	-15.3	-6.0	-65.6	-23.1	-24.5	-9.0	29.3	14.4
大 阪	1960—1966	-6.3	-100	-61.0	-0.3	2.3	-5.7	-2.2	-26.9	-2.8	1.7
	1966—1972	-1.8	-100	-51.7	-3.9	-19.6	-3.5	-7.8	4.5	19.0	-2.7
愛 知	1960—1966	-1.8	-100	-101.7	2.6	18.9	-6.6	2.4	-12.5	-1.7	0.1
	1966—1972	0.1	100	-825.1	26.9	-253.5	-47.8	4.7	33.6	1,186.3	8.8
広域中心 ¹⁾ 都市域	1960—1966	1.3	100	-7.3	0.5	22.7	3.0	3.9	-4.0	39.8	17.6
	1966—1972	0.9	100	-5.9	-0.6	-15.7	-11.1	-0.5	33.1	62.2	23.7
副次的中心 ²⁾ 都市域	1960—1966	-0.8	-100	-35.8	11.5	-16.7	-22.2	-7.3	-32.3	0.6	0.4
	1966—1972	-0.1	-100	-119.1	3.2	39.5	-22.5	-13.0	-127.0	204.2	-7.4

1) 広域中心都市域～北海道、宮城、広島、香川、福岡。 (商業統計表, 品目編)
 2) 副次的中心都市域～神奈川、京都、兵庫。
 ※ 1972年の鉱物・金属材料卸売業、機械器具卸売業には、1967年の産業分類の改定に伴って卸売業から小売業に分類変更されたガソリンステーション、自動車小売店の小売年間販売額を加算している。

第3表 広域中心都市域の東京からの仕入額増加率とその主要業種別寄与率

地 域	期 間	仕入額増加率	卸売業計	繊維品卸売業	衣服・身のまわり品卸売業	農畜産物・水産物卸売業	食料・飲料卸売業	化学製品卸売業	※ 鉱物・金属材料卸売業	※ 機械器具卸売業	※ 建築材料卸売業
全 国	1960—1966	162.9	100	5.3	3.7	5.4	6.6	3.8	33.2	23.3	3.4
	1968—1972	73.7	100	1.9	3.1	5.6	5.1	3.2	12.6	17.4	2.3
北 海 道	1960—1966	90.2	100	1.9	5.7	1.8	6.4	3.5	23.7	44.9	0.2
	1968—1972	63.1	100	5.6	5.7	8.0	10.0	2.7	14.2	35.2	7.9
宮 城	1960—1966	131.8	100	0.1	5.2	14.0	18.4	2.3	18.6	18.2	5.8
	1968—1972	101.7	100	5.5	2.9	5.5	12.2	1.9	9.8	38.5	6.3
広 島	1960—1966	379.6	100	-0.2	3.0	0.8	3.2	0.9	32.2	43.8	6.3
	1968—1972	101.7	100	0.4	0.3	0.1	7.2	0.5	56.7	30.3	0.6
香 川	1960—1966	211.2	100	0.1	2.8	0.6	-1.1	2.4	15.8	73.9	1.5
	1968—1972	65.3	100	0.2	1.9	8.2	49.1	0.9	15.1	22.0	3.9
福 岡	1960—1966	245.4	100	0	0.9	1.3	4.1	-0.1	1.4	90.3	0.3
	1968—1972	95.2	100	10.4	3.2	3.8	13.6	3.1	12.6	19.0	0.7

(商業統計表, 産業編)

その伸びは機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業に大きく依存し、大阪のシェアの低下には繊維品卸売業が強く働いている(第2表)。また、広域中心都市域の東京からの仕入額の増大についても、業種別の検討から、それは主に機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業における仕入額の増大によるものであったことがわかる(第3表)。

b) 農畜産物・水産物卸売業 当該業種の場合、資料の問題点に加えて生産の地域的分散性

および価格の不安定性などにより、変動量は他業種に比べて大きく、かつ不規則な面が強い。したがって、そこから一貫した傾向は見出しがたい(図省略)。ただ、強いていえば、自府県内仕入額比率の低下傾向が指摘できる。

比較の両期間にわたって、自府県内仕入額比率を維持ないし上昇させた府県はわずかに岩手・宮城・佐賀の3県のみである。これに対し、両期間とも比率の低下する府県は14都府県にも及ぶ³⁰⁾。また、自府県内仕入額比率の合計は、

30) 栃木、群馬、東京、山梨、長野、静岡、三重、京都、大阪、兵庫、山口、徳島、愛媛、宮崎の計14都府県である。

1960年の7594から1972年の6565(万分率)まで漸減している。この事はまた、他府県間取引比率の上昇を意味するが、高度経済成長期に進行したといわれる中央卸売市場志向の主産地形成から予想される大都市域を基点とする取引ライン(大都市の仕入ラインと転送ライン)の強化は、部分的かつ断続的にしか認められない。

c) 衣服・身のまわり品卸売業 当該業種の変化として注目される第1の点は、東京・大阪の他府県仕入額比率が増大していることである(図省略)。東京の場合は、1960—1966年には静岡から山形にかけての諸県からの仕入額比率を一律に高めている。また、1968—1972年では、東京の仕入額シェアの低下および都道府県別不詳額比率の増大などにより前期間に上昇した取引ラインが低下するところもみられるが、連続して上昇する取引ラインも存在する。他方、大阪の場合には、1960—1966年では北陸・近畿の諸府県からの仕入額比率を高め、1968—1972年では中国・四国地方からの仕入額比率を高めている。これらの現象に関しては、生産配置の研究などによってすでに指摘されている縫製業の地方分散化の現われとして理解できる。^{32) 33)}

第2に注目される点は、中国以西の諸県が大阪から仕入額比率を低下させていることである。これは、当該地域の需要の相対的減少によるというよりも、むしろ当該地域の卸売業者を経由する流通量の相対的減少によると考えられ、地方問屋の相対的な衰退を示唆する。³⁴⁾

d) 機械器具卸売業 当該業種の仕入先表の変化図は、一見しただけでは、大都市域間取引

額比率および大都市域と他の県との取引額比率の不規則な増減が認められるだけであろう(図省略)。しかし、下記の視点からそれを見るとき、そこには一定の傾向が読みとれる。

機械器具生産は戦後もっとも量産化・規格化が進んだ分野であり、拡大再生産を意図するメーカーにとって大量販売体制の確立が企業間競争上必然化し、メーカーによる流通部門の垂直的統合が活発に行われてきた。その結果、流通過程における大量取引の拡大および流通経路の短縮化が他業種に比べて進行したといわれる。³⁵⁾したがって、当該業種の仕入先表では、卸売業者のメーカー本社あるいはメーカーの販売会社からの直接仕入に対応する諸府県の3大都市域からの仕入額比率の増大が予想される。

この予察から、当該業種の仕入先表の変化を見直すとき、必ずしも顕著ではないが、3大都市域および神奈川・兵庫の副次的中心都市域を起点とする取引ラインの強化傾向を見いだすことができる。例えば、福岡・広島(の東京からの仕入額比率(1960—1966年)、および九州諸県の東京・大阪からの同比率、宮城・北海道の愛知からの同比率、福岡の神奈川からの同比率、東京の兵庫からの同比率(1968—1972年)、などである。

(2) 卸売業の販売先表の変化

a) 卸売業計 広域中心都市域の周辺諸県への販売額比率および自県内販売比率は、地域による程度の差はあるものの、両期間にわたって高まっている(1962—1966年については第9図、1968—1972年については図省略)。この現象は、先

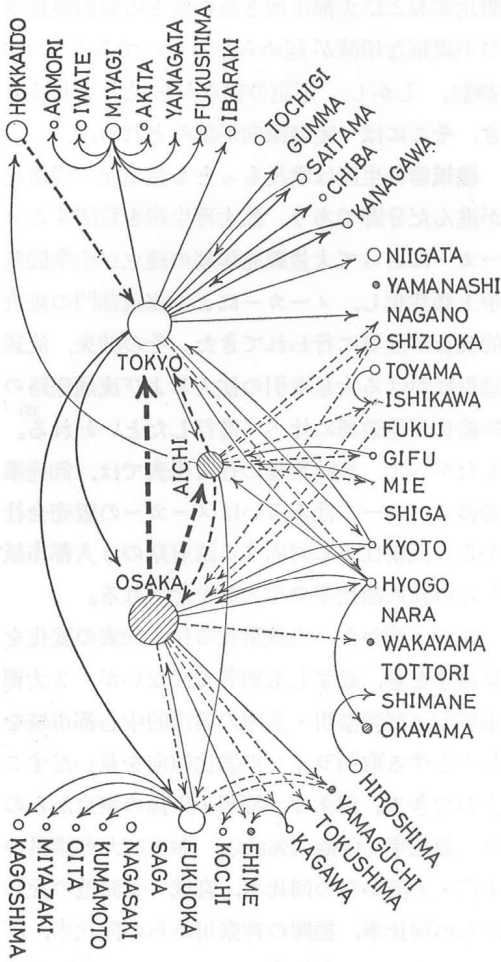
31) 東京の仕入先別年間販売額の対全国比率は、1968年の34.1%から1972年の31.2%へと低下している。また、東京の仕入先別年間販売額における都道府県別不詳額比率は、1968年の4.7%から1972年の7.5%へと増大している。

32) 1960—1972年の「衣服・その他の繊維品製造業」における大阪と東京の製造出荷額の対全国比率は、(大阪:22.2%、東京:15.0%)から(13.2%、8.7%)へと大きく低下している。逆に、この期間に上記比率を上昇さす府県は、愛知・岐阜といった当該商品の主要生産地域と、工業化の遅れた東北・山陰・四国・九州などの諸県である。

33) 山口不二雄:戦後日本資本主義における工業配置の諸類型について、法政大学地理学集報第6号、1977、pp.1-39。

34) この点は、間接的ではあるが、衣服・身のまわり品卸売業の総年間販売額に占める単独店の比率からも理解できる。つまり地方中小問屋の多くが、単独店であるが、単独店の上記比率は、1968年の54.4%から1972年の47.8%へと落込み、単独店の相対的な地位の低下を示す。

35) メーカーによる流通部門の垂直的統合に関しては種々の観点から議論されているが、ここでは注4)の佐藤の前掲文献、pp.125-188、を参考にした。



第9図 卸売業計の販売先表の変化 (1962—1966年)

の仕入先表の変化として確認した広域中心都市域の東京からの仕入額比率の増大などの関連から、広域中心都市域の中継地的機能の拡充および当該地域への需要の集積として理解できる。また、当該地域の周辺諸県への販売額比率の上昇に対する業種別寄与率をみると、機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業、食料・飲料卸売

業の3業種がその中心的役割を果していることがわかる(第4表)。これらの業種は、東京・大阪などに立地する大手メーカーや全国卸売業者による広域中心都市への支店配置が広く行われている分野である。したがって、上記の現象については、「全国中心都市域(東京・大阪)³⁶⁾→広域中心都市域→周辺諸県」といった階層的な流通経路にそって流れる商品の販売額規模の拡大によると考えてさしつかえなからう。

なお、先の仕入先表の変化で指摘した繊維品卸売業の販売額シェアの低下は、ここにおいても1962—1966年の大阪・愛知の自府県内販売額比率の大きな落ち込みとなって現われている。

b) 農畜産物・水産物卸売業 当該業種の場合、上述の卸売業計にみられた広域中心都市域の周辺諸県への販売額比率の増大傾向は認められない(図省略)。また、高度経済成長期における人口の3大都市圏への集中から予想される当該地域の自府県内販売額比率ならびに他府県からの当該地域への販売額比率の上昇も、部分的かつ断続的にしか認められない。さらにまた、同時期に人口減少をみた東北諸県が逆に自県内販売額比率の連続した上昇を示す。

資料の信憑性の問題もあるが、これらの点から、当該業種の販売先表の変化については、地方市場での需要の増大および集荷形態の地域的差異の作用が考えられる。とくに後者の点についていえば、東北諸県の自府県内販売額比率およびその伸びは当該地域の人口規模(需要量)から考えて異常に大きく、そこには集荷業者による仲間取引が多く存在していると推察される。³⁸⁾

c) 衣服・身のまわり品卸売業 当該業種の

36) 「全国中心都市域」の用語は、通産省企業局編、地域経済と流通近代化、1970、pp.9-11、において東京・大阪を指す用語として用いられた「全国中心都市」にもとづく。
 37) 都市規模別の青果物卸売市場取扱高に限っていえば、1966年以降では、大都市市場よりも中小都市市場の方が取扱高の伸びが高くなっている(「小林孝一：都市と青果物流通、地理21の1、1976、pp.32-43.」の表1、表2)。
 38) 青果物流通に関していえば、出荷体制は地域によって異なる。例えば、愛媛県のみカンの出荷は主に農協を中心とした共同出荷であるのに対し、青森県のリンゴの場合には、買子(仲買人)を伴った移出商による出荷がなお卓越している。大原純一：愛媛県におけるミカン出荷体制と市場選択の動向(桑原正信監修：現代農産物流通論3、青果物流通の経済分析、家の光協会、1969、所収) pp.67-93。岩林秀泰：青森県におけるリンゴ出荷体制と市場選択の動向(同上)、pp.94-130。

第4表 広域中心都市域の周辺諸県への販売額増加率とその主要業種別寄与率

地域	期間	販売額増加率	卸売業計	繊維品卸売業	衣服・身のまわり品卸売業	農畜産物・水産物卸売業	食料・飲料卸売業	化学製品卸売業	鉱物・金属材料卸売業	機械器具卸売業	建築材料卸売業
全 国	1962—1966	87.5	100	2.4	6.1	11.5	9.4	4.6	26.7	21.8	5.1
	1968—1972	66.4	100	3.9	5.6	9.7	7.5	4.0	11.5	18.6	4.7
東 北	1962—1966	203.4	100	0.1	3.1	3.0	19.9	-1.2	21.7	25.6	7.0
	1968—1972	141.7	100	x	2.0	3.3	15.4	2.7	17.2	35.6	6.7
中 国	1962—1966	105.2	100	1.3	6.4	-0.9	11.1	2.0	27.5	29.9	9.6
	1968—1972	101.2	100	0.8	2.8	1.0	4.5	1.4	27.3	35.8	7.8
四 国	1962—1966	299.3	100	1.9	4.3	3.3	21.6	6.0	6.7	28.5	7.2
	1968—1972	132.8	100	x	5.4	5.3	12.0	4.8	24.2	23.1	14.1
九 州	1962—1966	111.1	100	0.5	1.9	1.1	9.5	1.8	28.0	39.7	6.8
	1968—1972	92.3	100	0.6	1.4	3.4	15.4	3.3	28.9	29.2	10.3

(商業統計表, 産業編)

xは、1972年の繊維品卸売業の販売額に各種商品卸売業の販売額が加算されていたために、寄与率の算出ができなかったことを示す。

第5表 衣服・身のまわり品卸売業の業態別仕入構成(1972年)

地域	自店内製造	本支店間移動	生産者	卸売業者その他	国外
全 国	2.7	12.8	47.0	36.7	0.7
東 京	3.5	14.3	51.4	29.7	1.1
宮 城	1.2	33.8	26.6	38.3	—
福 岡	1.5	46.3	26.2	25.9	—

(1972年商業統計表, 産業編)

場合、卸売業計ほどではないが、宮城・福岡の2県が周辺諸県への販売額比率を伸ばしている(図省略)。この現象から、当該業種においても東京・大阪などに立地する全国卸売業者の広域中心都市への支店配置が展開されつつあることが推察される。この点は、間接的ではあるが、宮城・福岡の当該業種の仕入先業態別構成からも裏付けられる。つまり、宮城・福岡の仕入先業態別構成における本支店間移動の割合が著しく高く、支店が当該地域の卸売活動の中心を占めていることを示す(第5表)。また、3大都市域間取引額比率も上昇傾向を示すが、この現象も3大都市域のそれぞれに立地する大手企業の支店の相互配置によるものと考えられる。

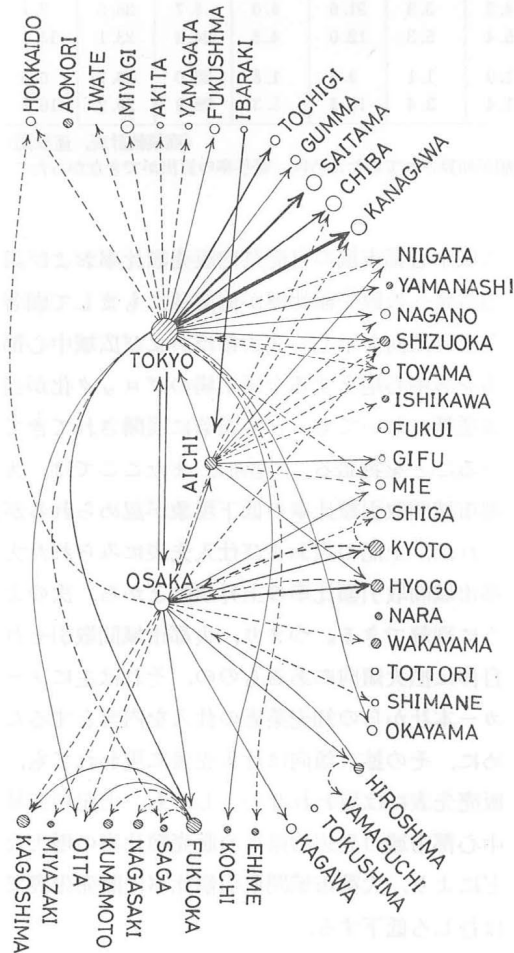
なお、自府県内販売額比率は、大都市域を除く府県では全般的に低下傾向にあり、地方問屋の相対的な地位の低下を示唆する。

d) 機械器具卸売業 機械器具卸売業の場合、

広域中心都市域の自府県内販売額比率および周辺諸県への販売額比率が他業種にもまして顕著な上昇傾向を示し、3大都市および広域中心都市を各中心地とする全国市場のブロック化が当該業種においてもっとも顕著に展開されてきていることを物語る(図省略)。またここでは、大都市域間取引額比率の低下現象が認められるが、これは、上記の点および仕入先表にみられた大都市域間取引額比率の上昇傾向とから、次のように理解できる。つまり、大都市域間取引それ自体は拡大傾向にあるものの、それは主にメーカー本社からの卸売業者の仕入を内容とするために、その拡大傾向は仕入先表に現われても、販売先表には現われない。しかも、上記の広域中心都市域の周辺諸県への販売額比率の増大などにより、大都市域間取引額比率は販売先表ではむしろ低下する。

(3) 小売業計の仕入先表の変化 スーパー・マーケットのチェーン展開を背景として出てきた流通革命論からすると、小売業の仕入先表においては、東京・大阪からの各府県の仕入額比率の上昇が予想される。すなわち、広域にわたってチェーン店を持つ大手スーパーの場合は、規模のメリットをいかして、東京や大阪などに立地する大手卸売業者やメーカー本社から一括

集中仕入を行う傾向にある。したがって、大手スーパーの全国的規模でのチェーンの展開は、小売業の仕入先表においては、各府県の東京・大阪からの仕入の強化につながると考えられる³⁹⁾。しかし、ここにみる小売業計の仕入先表の変化には、そうした傾向は認めがたい(1962—1966年については図省略, 1968—1972年については第10図)。



第10図 小売業計の仕入先表の変化
(1968—1972年)

むしろ、東北諸県の東京からの仕入額比率や九州諸県の大阪からの同比率はわずかながら低下している。

この予想と結果とのギャップについては、一つには、大型小売店の販売額シェアそのものがまだ2割にも達していないこと、および一括集中仕入といっても、それは特定商品に限られ、食料品などは地元仕入による場合が多いこと、などのためと考えられる⁴⁰⁾。また、一つには、消費需要の拡大に支えられた一般小売店の成長が大型小売店の流通経路に及ぼす影響を緩和しているためと考えられる⁴¹⁾。

他方、卸売業計の販売先表の変化から予想される、広域中心都市域からの周辺諸県の仕入額比率の増大も認めがたい。この点については、小売業計の仕入先表の形態のところで指摘した、広域中心都市域に立地し広域にわたって販売活動を行う卸売業者の多くが生産財・投資財卸であるためと推察される。

V 結 語

以上、全国レベルの地域間商品取引流通の空間的形態およびその変化について、流通段階別・業種別に考察してきたが、本稿のはじめに指摘した流通の空間的形態は流通段階によって、また商品(業種)によって異なるといった点は一応実証しえたと考える。

例えば、卸売業の仕入先表と販売先表とを比べた場合、大都市域間取引の規模および取引圏の範囲はいずれも仕入先表の方が大きく、一般に流通段階を下るにつれて取引圏が細分化され

39) 流通革命論については注4)の佐藤の前掲文献が詳しい。

40) この点は、経済地理学会第24回大会での討論において鈴木安昭が指摘したことでもある(経済地理学年報23の2, 1977 p. 74)。

41) この点を、従業者規模1~2人の零細小売店の商店数・年間販売額を指標に裏付けると、両指標とも小売業全体に対する比率はともに1960~1972年に大きく低下する(商店数: 71.0%→63.9%, 年間販売額: 23.8%→17.0%)。しかし、絶対量では、1972年の商店数は1960年の数値を維持し(0.1%増加), 年間販売額は実質約3.5倍に増大している(小売業計は約4.9倍の増大である)。これらの零細小売店は、一般に在庫能力がなく、商品仕入においては小口取引および小口配送を必要とする。そして、この零細小売店の必要が地方中小卸の存立基盤となっている(上原征彦: 地方中小卸排除論への疑問, 東洋経済, 臨時増刊流通特集号, 1976, pp. 100-103.)。

ると同時に、取引圏内の取引も強化されるということが確認できる。また、業種間の差異についても、農畜産物・水産物流通は小規模な他府県間取引の複雑な形態を特徴とするのに対して、機械器具流通は規模の大きい大都市域間取引および広域中心都市域ごとの販売圏の存在を特徴とするといった、業種間の質的な違いが認められる。

空間的形態の変化に関しては、大阪の取引流通における地位の低下、衣服・身のまわり品卸売業における東京・大阪の他府県仕入額比率の増大傾向、および機械器具卸売業における広域中心都市域の周辺諸県への販売の拡大などが主要な変化として見出された。そして、これらの変化の検討から、産業構造の変化に伴った卸売業の業種構成の変化、衣服・身のまわり品の生

産配置の変動、大手企業の広域中心都市域への支店配置などの変化要因も確認できた。また、流通革命論から予想された小売業の東京・大阪からの仕入の強化は、少なくとも府県レベルでは顕在化していないことが明らかになった。

しかし、マクロな統計的分析を意図した本分析では、地域間流通の空間的形態と流通機構との具体的な関連づけはほとんどなしえなかった。この点は、今後の課題としたい。

本稿を作成するに当たり、名古屋大学文学部地理学教室の井関弘太郎教授、石水照雄教授、石原潤助教授に御教示をいただいた。ここに記して感謝の意を表します。

なお、本稿は1977年人文地理学会大会で発表したものに修正・加筆したものである。

(名古屋大学・院)

Spatial Patterns of Inter-Regional Trades and Their Changes in Japan, 1960~1972

Masateru HINO

The purpose of this paper is to analyze spatial patterns of interregional trades and their changes by stages of distribution routes and by industries in Japan.

The data were obtained from the statistics concerning the inter-regional trades in the Census of Commerce. The statistics are composed of two substatistics: one shows total sales in wholesaling and retailing for one year by prefectures, industries, and buying sources (the table for buying sources). The other shows total sales in ones by prefectures, industries, and selling destinations (the table for selling destinations).

Five categories of industries were chosen for the objects of analysis; all wholesale, agricultural product wholesale, clothing and apparel wholesale, machinery and equipment wholesale, and all retail. These three subdivided groups of wholesale were chosen with the assumption that the spatial pattern of distribution of some goods largely depends upon the form and spatial distribution of their production and consumption. That is, agricultural products are dispersedly produced and consumed to a small amount in respective areas, while machines and equipments are concentratedly produced to a great amount. Clothes and apparels are medium in characteristics between the agricultural products and the machines and equipments in the form and spatial distribution of the production and consumption (Table 1).

The years of analysis are 1960 (1962), 1966, 1968 and 1972. The years chosen are based upon the availability of data and changes of industrial classification in the Census of Commerce.

The procedure of analysis is as follows: firstly, values of each table of buying sources and table of selling destinations of industries chosen are divided by summation of respective total sales

(excluding sales of unknown buying sources or selling destinations) for one year in the table of buying sources and table of selling destinations; secondly, 150 values are selected in order of magnitude of ratios of the values thus divided to identify the main trade routes from each table for buying sources and selling destinations; thirdly, the values selected are arranged to the format of O-D matrix (origin-destination matrix) and then mapped; fourthly, quantities of changes of the above O-D matrices between the years are calculated. The changes of spatial pattern are discussed by means of mapping of the quantities thus calculated.

The findings are summarized as follows:

- 1) The two types of inter-regional trades are distinguished at the stage of buying by wholesalers (Fig.2, Fig.5); one is the region-wide trades which form regional trade areas, the eastern Japan with Tokyo as the buying center, Tokai district with Aichi, the western Japan (excluding Kyushu district) with Osaka, and Kyushu district with Fukuoka; the other type of the inter-regional trades is the nation-wide trades mainly composed of trades between metropolitan prefectures. Trades among the three largest metropolitan prefectures (Tokyo, Osaka and Aichi) are characterized by the large volume of trades of each of those prefectures and between every set of the two prefectures. The trades between the three largest metropolitan prefectures and prefectures with regional capitals (Hokkaido, Miyagi, Hiroshima, Kagawa, and Fukuoka) are characterized by the one-direction of buying from the metropolitan prefectures to the latter prefectures. This fact indicates that regional capitals have some functions as the relaying centers in trades (Sapporo in Hokkaido, Sendai in Miyagi, Hiroshima in Hiroshima, Takamatsu in Kagawa, and Fukuoka in Fukuoka).
- 2) As for the stage of selling by wholesalers, seven selling areas are distinguished; Tohoku district as selling area of Miyagi, Kanto district of Tokyo, Tokai district of Aichi, Kinki district of Osaka, Chugoku district of Hiroshima, Shikoku district of Kagawa, and Kyushu district of Fukuoka (Fig.3, Fig.6). On the other hand, the trades between metropolitan prefectures are also recognized there, but the volume of these trades is smaller than the one for the stage of wholesalers' buying. Through these facts, it is possible to understand that national market space should be divided into selling areas of both the three largest cities (Tokyo, Osaka, and Nagoya) and regional capitals for the stage of wholesaling.
- 3) The pattern of inter-regional trades for the stage of buying by retailers from wholesalers and/or producers is regarded as being similar to the one for the stage of selling by wholesalers. It is true that retailers mainly buy goods from wholesalers (Fig.1, Table 1), but there exist remarkable differences between those two patterns. The spatial pattern of retailers' buying shows that Japan is largely divided into two areas, the eastern Japan buying from Tokyo and the western Japan buying from Osaka (Fig.7). This indicates that there are two types of retailers in prefectures, the one buying goods from the same prefecture and the other from Tokyo or Osaka. On the other hand, the volume of trades between the three largest metropolitan prefectures is remarkably small there. This indicates that the three metropolitan prefectures have so enough function of wholesale supply of all kinds of goods to all retailers.
- 4) There are differences of spatial patterns among the three subdivided groups of wholesale. In the distribution of agricultural product the proportions of both buying and selling in the same prefecture are generally large, while proportions and spheres of inter-regional trades are small (Fig.4). These characteristics fundamentally originate from the disconcentrated distribution and small quantity of both the production and consumption of agricultural products for respective areas. To the contrary, the distribution of machines and equipments shows that the proportions of inter-regional trades, particularly the trades between metropolitan prefectures, are large and the sphere

of inter-regional trades are also large (Fig.6). These are caused by spatial concentration of production and head offices of the enterprises of machines and equipments in Tokyo and Osaka.

5) Three changes are found for the spatial patterns of wholesalers' buying, wholesalers' selling, and retailers' buying. The first is that inter-regional trades in each selling area for the stage of wholesaling have been consistently intensified (Fig.9, Table 4). Particularly, this trend is recognized remarkable for the distribution of machines and equipments. In connection with this, the increase of branch offices of big enterprises in the metropolitan prefectures can be regarded as the main cause for such an intensifying trend. The second is that the centrality of Osaka in trades has gradually declined in keeping pace with the change of industrial structure of Japan (Fig.8, Fig.9.). Industrial structure of Japan has been transformed as the heavy and chemical industries play more important role among the industries since the late 1950s. As a result, the textile industry has relatively lowered its importance in the structure of industries. Osaka, the central region of production and trade of textile products, has relatively lowered its centrality of trades. To the contrary, Tokyo, the central region of production and trades of heavy and chemical products, has increased its centrality of trades (Table 2, Table 3). The third is concerned with the shortening of distribution routes expected from a theory of the so-called distribution revolution, which has not yet achieved enough (Fig.10). One of the reasons for this is that the market share of chain stores in retailing has not yet reached even up to 20%. Another reason is that many small retailers remain as a whole to occupy the largest market share and maintain their old and lengthy distribution channels.