

### 商業の地域システム

・商業… 財貨やサービスを、生産者・提供者から、需要者・消費者に「流通」させる経済活動

⇒ 地域と地域をつないで「システム」化する活動そのもの

- ・家庭消費者に販売 ⇒ 小売業
- ・産業需要者に販売 ⇒ 卸売業

### 商業の地域システム

- ① 流通構造の地域システム
- ② 商業の立地システム
- ③ 商業集積地の地域構造
- ④ 商業集積地間の競合システム  
… 「商圏」の構造

### ・商業と「都市」の密接な関係

・商業が集りやすい場所は、経済立地論的には、交通ターミナルなどの「アクセス拠点」。それは「都市」そのもの。

・歴史的にみても、**定期市**の場所や**商人**の集住地が「**町場**」となり、その多くが今日の**都市**や**商業地**に継承。

・その商勢や**商圏**の競合関係は、**都市の規模分布**や盛衰を規定する条件に。

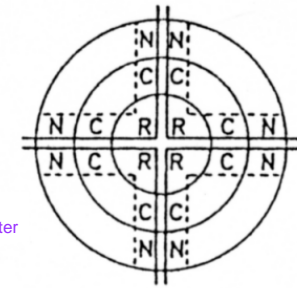
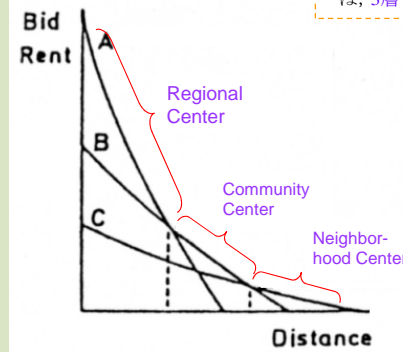
・流通を担う**卸売事業者**が、管轄地域の**営業拠点**をどこに立地させるかは、その場所（都市）の人口規模と盛衰に影響を与えてきた。

★地理学者**W.Christaller**は、**都市の本質は地域の「中心」**となることであり、その実体は周辺地域に財やサービスを提供すること、つまりは**商業・サービス機能の集積地**であるとする「**中心地理論**」を打ち立てた。

### 都市商業の立地分化

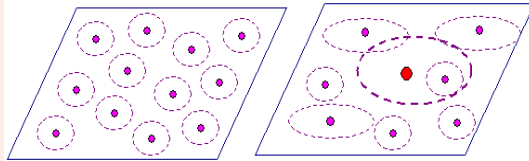
- ・地代支払い力による商業の立地分化
- ⇒ 中心 … 高級品、専門品、買回り品
- 周辺 … 日常、安価、最寄品

・その結果としての**商業集積地**(≒商店街)としては、**3層**への分化が経験的に認められてきた。



Garner (1966) のモデル

### 都市の形成と階層的分化

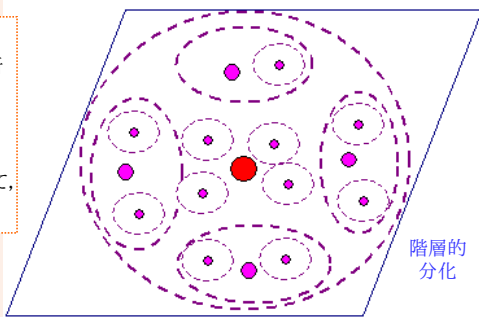


自給自足

競合・淘汰

・経済活動(交易)が盛んになるとともに、より**有利な地点**の場所に、より多くの**商業・サービス機能**が集積して**大規模化**

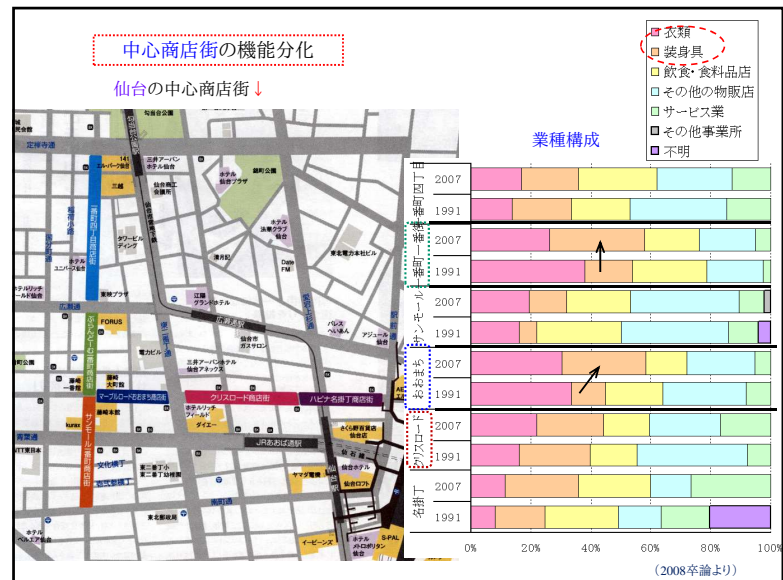
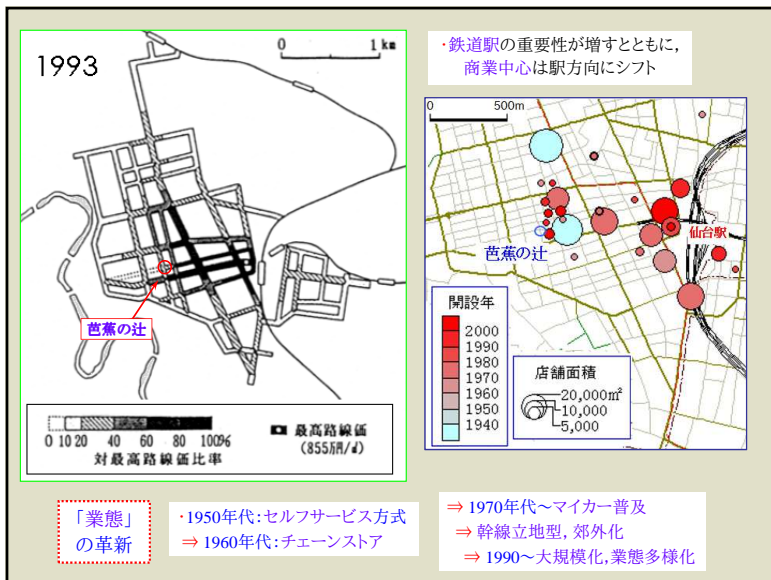
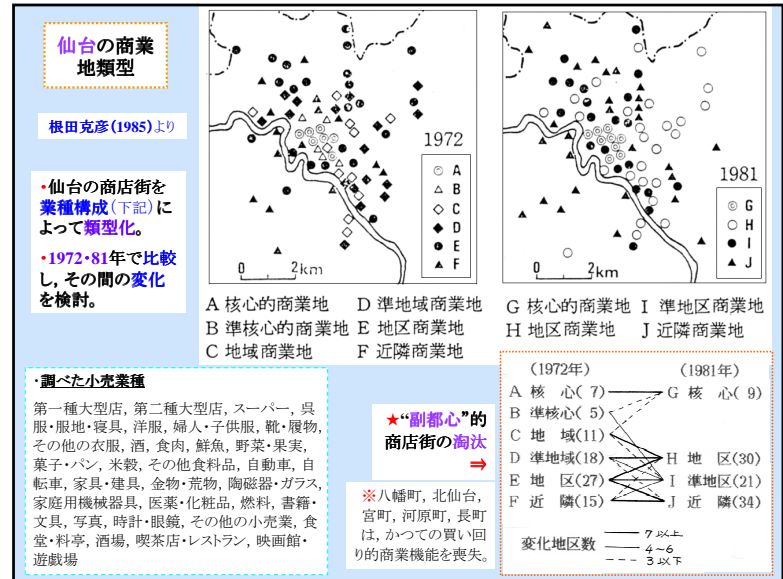
⇒ 地域内の各都市の規模は、**立地点の有利さの程度**に応じて、**階層的に分化**する。

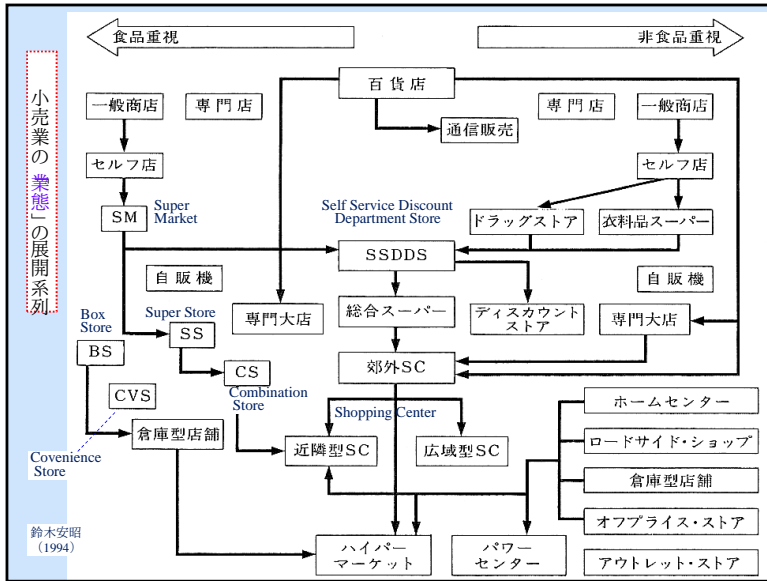


階層的  
分化

### 商店街のタイプ

	近隣型	地域型	広域型	超広域型
立地	近所	市域	郡域	県・隣県
商圏人口	1万人	数万人	20万人	100万人
街区距離	100m	300m	500m	1000m
業種	食品、生活必需品	食品、飲食、サービス	生活向上、ファッション、娯楽	高級品、専門店
核店舗		地方SC	百貨店、ファッションビル、SC	ブランド百貨店
交通	徒歩、自転車	クルマ	クルマ、鉄道、バス	クルマ、鉄道、高速バス





### 小売業の分類

※日本標準産業分類「小売業」の低位分類  
冒頭のほんの一部

大分類	中分類	小分類	細分類	分類番号
小売業				2002~ ~1999 ~1994
各種商品小売業				5500 54 53
百貨店、総合スーパー				5510 541 531
その他の各種商品小売業(従業者が)				5590 549 539
織物・衣服・身の回り品小売業				5600 55 54
呉服・服地・寝具小売業				5610 551 541
呉服・服地小売業				5611 5511 5411
寝具小売業				5612 5512 5412
男子服小売業				5620 552 542
婦人・子供服小売業				5630 553 543
婦人服小売業				5631 5531 5431
子供服小売業				5632

以下省略

- 商品の産業分類 ⇒ 右表:「業種」
- 商品の購入形態 ... 最寄品(店), 買回り品(店)
- 規模
  - 旧大店法(1974) ... 3,000㎡以上: 一種, 500㎡以上: 二種
  - 大規模小売店舗立地法(2000.6) ... 1,000㎡以上: 大規模店舗
- 売り方(売られ方) ... 「業態」
- 商品の購入頻度 ... 日買物財, 週買物財, 月買物財, 年買物財 ...
- 商業地域の研究では、個人消費者を顧客とする飲食店や対個人サービス(消費者サービス)業も、しばしば「小売業」とあわせて調査対象とされる。

### 統計における「商業」の定義

... 有体的商品を購入して販売する事業で、一般に卸売業、小売業といわれるもの。

「小売業」とは ... 「卸売業」とは ...

- 個人用(農林漁家への販売を含む)または家庭用消費のために商品を販売するもの
- 産業用使用者に少額に商品を販売するもの
- 商品を販売しかつ同種商品の修理を行う事業所。  
※修理料が商品販売額より多い場合でも修理業とせず小売業とする。修理を専業としている事業所は修理業。
- 自店で製造した商品をその場所で家庭用消費者に販売する「製造小売」事業所。  
例: 菓子店、パン屋、弁当屋、豆腐屋、調剤薬局等
- ガソリンスタンド
- 主として無店舗販売を行う事業所(販売する場所は無店舗であっても、商品の販売活動を行うための拠点となる事務所などがある訪問販売、通信・カタログ販売事業所)で、主として個人または家庭用消費者に販売する事業所
- 売店 ... 官公庁、会社、工場、団体、遊園地などの事業所の中にある売店で、当該事業所以外のものによって経営される場合には、独立した小売業。

- 小売業または他の卸売業に商品を販売するもの
- 産業用使用者に、商品を大量・多額に販売
- 業務用に使用される商品(事務用機械及び家具、病院、美容院、レストラン、ホテルなどの設備、産業用機械、建設材料など)を販売するもの
- 製造業の会社が、別の場所に経営している自己製品の卸売事業所(主として統括的管理的事務を行っている事業所を除く)。例えば、家電メーカーの支店や営業所が自己製品を問屋等に販売している場合、その支店や営業所は卸売事業所となる。
- 商品を卸売し、かつ同種商品の修理を行う事業所(修理料収入の方が多くても同種商品を販売している場合は修理業とせず、卸売業とする。)
- 他の事業所のための商品売買の代理、あつせんをするもの。一般に次のように呼ばれている事業所が含まれる ... 卸売商、問屋、商社、貿易商、製造業者の販売事業所、買継商、仲買人、代理商、農産物集荷業

### 「業態」の分類

(商業統計2007)

業態	取扱品目	売場面積	備考
百貨店・総合スーパー	大型百貨店	3000㎡以上(都特別区及び政令指定都市は6000㎡以上)	ここでの百貨店(551)とは、衣食住の商品群のそれぞれが10%以上70%未満を取扱う従業者50人以上の、いわゆる百貨店と、総合スーパー
	大型総合スーパー		
	その他の百貨店	上記未満	
専門スーパー	衣料品スーパー	衣が70%以上	
	食料品スーパー	食が70%以上	250㎡以上
	住関連スーパー	住が70%以上	
コンビニエンス・ストア	食料品を扱う	30~250㎡	営業時間14時間以上
ドラッグストア	6011を扱う		
その他のスーパー			
専門店	1 衣料品専門店	衣類90%	561~4, 5691, 5692, 5699のいずれか
	2 食料品専門店	食品90%以上	572~8, 5791~3, 5794, 5795, 5799のいずれか
	3 住関連専門店	住関連90%以上	5811~4, 582, 591~2, 599, 601~7, 6091~6, 6099のいずれか
中心店	1 衣料品中心店	衣が50%以上	
	2 食料品中心店	食が50%以上	
	3 住関連中心店	住が50%以上	
その他の小売店			「専門店」に該当する店を除く

※商業学(鈴木安昭1994)の分類とはニュアンスが違う