

# 1 次的立地条件の性格と作用

——小売商業立地条件の分析——

木 地 節 郎

- I 立地条件の2形態
  - 1 人が集まる場所の条件
  - 2 立地条件の分類
- II 1次的立地条件の構成要素
  - 1 社会資本
  - 2 立地条件としての社会資本
- III 1次的立地条件の作用と限界
  - 1 立地移動
  - 2 立地固定化と立地移動における1次的立地条件の作用
  - 3 立地計画化と公共投資

本稿において扱う立地条件とは、小売商業の立地条件を指す。したがって、以下における立地条件、および集積・競争などについてはすべて小売商業に関してのことである。

## I 立地条件の2形態

### 1 人が集まる場所の条件

#### A 立地条件の意味

立地条件とは経営が所在する場所の条件であり、それは経営のもつ立地因子を満足させるような場所の条件である。

マウサーは小売業の立地にあたって、人口、交通、その場所の物理的条

件、他の場所との関係、将来性などの5条件に依存するとしている。これらの5条件についてはつぎのようにのべている。

「一般に、小売業の立地はつぎの5条件に依存している。

- (1) 商圈内の人口
- (2) 交通機関による近接方法、今日では特に駐車場の条件が重要
- (3) その場所における物理的條件の充足度——売場面積の大きさ、建物の形、周辺の環境、地区のサービス施設など
- (4) 他の場所との関係——通行者を一緒に吸引できるような店舗があるか  
そこは人々が買物をしたいと思うような場所であるかどうか
- (5) その場所の将来性——そこは発展している地区か斜陽地区か、周辺住民の年齢、所得、人種構成などどのように変わるか<sup>1</sup>

また、立地条件は自然的条件、社会的条件、経済的條件などに分けることもできる。

自然的条件は地点についての条件と地域についての条件に分けられる。地点についての自然的条件は立地する特定の場所が平坦地であるか、坂になっているかどうかなどの地形的条件が主なものであり、地域についての自然的条件は立地する特定の場所を含む一定の範囲の地域における条件であり、その地域に丘陵があるか、河川があるかなどという地形的条件と、さらに時には気象条件との関係が問題になる。

社会的条件は人口の分布状況、交通状態、公共施設の状態などの地域的分布、あるいはその集中、分散している点に関係してくる。

経済的條件は産業の発展状況に関係する。これを、商業以外の条件と商業に関する条件に分けるならば、商業以外の条件は産業の発展による人口の集中状況、所得の状況などになってあらわれる点が基礎になる。さらに

1 Ferdinand F. Mauser, *Modern Marketing Management, An Integrated Approach*, New York, 1961, p. 376.

小売商業以外とすると、農業を含めてそれぞれの事業所の立地と小売業の立地との関係については、一般に小売業を吸引したり、その立地を促進することは少なく、反対に、農地、工場、卸売業などの規模が大きくなると小売業の立地は不利になる。

これに対して、小売業が立地し、その集積がみられるようになると小売業の立地には有利になる。

したがって、経済的条件についてみると、小売業以外の発展、特に第2次産業の発展は地域の所得を高め、購買力を高めることによって小売業の立地、および集積に有利な条件となるが、特定の場所への立地という点では逆に不利になる。

このように、小売業以外の経済的条件が、小売業の立地に対して有利に作用しないのは小売業が直接には最終消費者の行動に依存するためにほかならない。

立地条件は小売業にとって、その経営が成立するための基本的条件であるといえる。しかし、立地条件は経営にとっては外部条件であり、それ故に経営内部における問題ではない。しかし、それ故にこそ、立地条件が経営の基盤となり、しかも、内部条件をそれに適合させなければならないという問題も出てくることになる。

ところで、外部条件としての立地条件はそれのみで経営の効率を生み出すのではなく、内部条件との関連において、さらに外部条件が内部条件と相互的に、しかも、一体的に作用することによって経営の効率を生み出すものであることはいうまでもない。スラッファは「各企業の生産費用はたんにそれ自身の生産量によって決定されるのではなく、さらに、それと同時に、それ以外のすべての企業の生産量によっても決定される」とし、部

---

2 P. Sraffa, *Das Kostenproblem in der Wirtschaftstheorie*, 1936. [菱山泉・田口芳引訳『経済学における古典と近代—新古典学派の検討と独占理論の展開—』, 有斐閣, 1956年, 53ページ]。

分均衡の研究にあたっては生産費用、各企業生産量、あらゆる企業生産量が考慮されなければならないとしている。

すなわち、立地条件は経営に対しては潜在的条件を与えるものであり、これが経営の内部条件と相互的に、一体的に作用することによって経営に関係することになるといえるのである。

不特定多数の人が集まるためには、そこへ来るための交通手段と、そこへ来る目的の存在が不可欠の条件である。

すなわち、立地条件の良し、悪しはこの2条件に関係するところが大きいといえる。

交通手段は道路と交通機関から成るが、それが立地条件として作用するためにはそれらの交通手段が利用しやすいということが必要である。たとえば、所要時間、費用、利用場所（駅、停留所、駐車条件など）までの距離などについてである。

交通系統の集中する場所は人が集まる場所となり、そこに商業地が形成されたことは古来多くの歴史的事実によってうかがえる。

元来、市という語が五十路、商路、集路などから出たともいわれるように、古くは軽市、海柘榴市などの古代の市において既に交通との関係がみられる。中世以降、特に、近世に到って街道の整備により宿場町が発展するとともに、そこは商業地として栄えたことなど、すべて交通と商業の関係、特に商業立地との関係を示すものであるといえる。

しかし、いかに交通に恵まれているといっても、その場所自体が目的地となり得るような施設がなければ単なる通過地点にすぎないことになる。そのような意味での施設は、大きく公共施設と商業施設に分けられる。

公共施設には交通機関も含まれるが、ここでは交通条件をその場所へ来るための手段として別にあげて考えているので、この場合の公共施設は交通機関を除いたものを指し、ある特定の場所にあつて多数の人がそこへ来

て利用するような施設を指している。したがって、交通機関以外の公共施設のことである。

商業施設については、ここでは小売商業施設のことであるが、この場合の小売商業施設は最終消費者を対象としているという点で物品販売業だけでなくサービス業も含めている。

人の集まる場所には商業施設が集積しやすい。かくして、交通系統の集中する場所は商業施設が集積するための条件をもつことになる。しかも、商業施設が集積することによって、そこへ人が集まることになり、商業施設の集積と人の集中とは相互に促進し合う関係になる。しかも、その関係は交通条件を媒介として成立つものであり、このため、商業施設の集積と人の集中の相互関係が促進されるほど、交通条件はさらに整備されなければならないことになる。

## 2 立地条件の分類

### A 立地条件と商業集積発展の関係

交通条件の有利な場所においては商業集積が進み、人の集中を促進することによって商業集積がさらに逸むとともに、人の集中が増加するに応じて、さらに交通条件の整備が必要になる。このようにして、その場所の立地条件がすぐれている場合には商業集積の進行が、さらに立地条件の改善を促すことになり、立地条件の改善は商業集積の拡大と相互に関係しながら促進されていくことになる。

したがって、立地条件と商業集積の相互的な促進の関係は無条件におこなわれるのではなく、立地条件の改善が前提となっていなければならないことになる。特に、そのなかでも交通条件の改善は重要である。

たとえば、歴史的商業地が現在もなお、ある都市の中心商業地になっているところは、交通条件の改善を中心に立地条件の改善によって商業集積を進めてきたところであるといえる。

ところで、立地条件と商業集積の関係、特に商業集積量の拡大は単に立地条件の改善のみが原因でないことはいうまでもない。なぜなら、商業集積のもつ集積力がどのような顧客吸引力をもっているかという点が重要な条件になるからである。

これについては、商業集積量の大きさと、他の集積地との比較における相対的な集積力という点から考えてみなければならない点がある。

まず、集積量の大きさと顧客吸引力の関係についてみると、中小商業のみの集積と大型店舗が加わった集積を比較した場合は、その集積量、さらに集積力においてかなりの差がみられるという点を指摘しなければならない。これは、中小商業の規模(=売場面積)が零細であること、その店舗配置が道路に沿って線状になっていること、一定の地域内に限られていることなどによるものといえる。

したがって、集積量が拡大していく段階についてみる場合も、中小商業のみの集積がおこなわれている段階と大型店舗が加わった段階の集積は同一にみることができなるといえる。

また、集積力は顧客吸引力でもあるが、その強さは他の集積地の集積力との相対的關係によってきまる。それは、換云すれば集積地間における集積量の差の問題である。したがって、集積量の相対的關係によって集積力、したがって顧客吸引力が変化することになる。このような関係は立地移動、特に中心商業地の移動などの現象としてあらわれてくる。

## B 集積の発展段階

当初、何らかの有利な立地条件によって少数の店舗が立地し、やがて、それが集積を形成するようになる。そして、集積が形成されるようになると集積の利益を求めて新たな立地が進み、集積は拡大することになる。

したがって、この場合の新たな立地が進み、それによって集積が拡大するに到るための立地条件は、当初の、少数の店舗が立地していた段階の立

地条件とは異なることになる。すなわち、当初の段階においては、集積ということは立地条件の構成要素になっていなかったのであるが、集積が形成され、さらに拡大していく段階においては集積自体が立地条件の構成要素になっている。

そこで、われわれは集積が構成要素となる以前の立地条件を1 次的立地条件、集積が構成要素となつてからの段階の立地条件を2 次的立地条件として、立地条件の性格とその作用を分類した。このような観点から、1 次的立地条件を「自然的条件、社会的条件、および商業機能以外の経済的条件から成る立地条件」<sup>3</sup>とし、2 次的立地条件を「1 次的立地条件に商業施設が付加された立地条件」<sup>4</sup>とした。

以上のような規定からも明らかなように、1 次的立地条件の構成要素は2 次的立地条件の構成要素としても生かされていることになる。しかし、2 次的立地条件は集積をさらに拡大させ、また、集積力を強化させるような立地条件ともいえるのであり、1 次的立地条件に比較してむしろ質的に変化していると見ることができるのである。

## II 1 次的立地条件の構成要素

### 1 社会資本

既述のように、1 次的立地条件は自然的条件、社会的条件、商業機能以外の経済的条件に分けられる。このうち、特に小売業の立地、特にその集積に及ぼす影響から重視されるのは社会的条件である。

もっとも、ここで社会的条件というのは一般に立地条件の構成を分類する場合に使用される用語ではあるが、実際は社会経済的条件と解すべきで

3 木地節郎『小売商業の集積と立地』1970年、大明堂、7ページ。

4 同書、8ページ。

ある。なぜなら、立地条件構成要素としての社会的条件のなかで特に重要な要素となっているのは社会資本の形成としてあらわれる諸事象をさすのであり、それはそれ自体の経済的効果と、他の経済的効果への波及の関係を問題にするものでなければならないからである。

そして、このような意味での社会的条件のうち、特に立地条件として重要視されるのは交通条件であるといえる。

社会資本は「それなしでは生産活動や国民生活が成り立たなくなるような、一般的な経済活動の基礎条件を構成している」<sup>5</sup>ものである。もともと「社会資本は学術用語ではなく……、学術用語として、われわれは公共財ということばをもっている」<sup>6</sup>のであるが、「公共財はフローであり、そういうフローを生み出すために必要とされるストックを、われわれは社会資本とみなす」<sup>7</sup>と解されている。

そこで、社会資本の内容であるが、これについては経済審議会、社会資本分科会によると、「狭義には

公共投資＝行政投資＋政府企業投資

となるが、広義には民間投資のうちでも、機能的に狭義の社会資本に対応するフローは

公共投資＋民間投資の一部

＝公共投資＋〔私鉄、私立学校、私立病院、民間住宅〕

である」<sup>8</sup>とされている。

そこで、社会資本がこのように理解され、また、それが一般的な経済活動の基礎条件であるという点をふまえて、社会資本と立地条件、特に1次の立地条件との関連について検討してみたい。

5 飯田経夫、山田浩之編『社会資本の経済学』有斐閣、1976年、9ページ。

6 同書、9ページ。

7 同書、20ページ。

8 飯田経夫、斉藤精一郎『社会資本の政治経済学』日本経済新聞社、1973年、9ページ。



## 2 立地条件としての社会資本

### A 外部経済

立地条件は店舗をある場所に成立させるための条件である。したがって立地条件は経営からみれば外部経済であることはいうまでもない。

外部経済は「受け取る主体にプラスの効果を与える外部効果<sup>9</sup>」であり、また、マーシャルは「その産業の一般的発達に依存する経済<sup>10</sup>」とし、「何れかの物の総体生産規模の増大は一般にかかる代表的営業の大きさ、従ってその有する内部経済を増大するであらう。又、この増大は該営業が享受する外部経済を常に増大し、之によって該営業は以前よりも比例以下の労働、犠牲の費用をもって製造し得るに至るであらう<sup>11</sup>」としている。

しかし、立地条件についてみると、それは外部経済であるが、具体的には外部経済の構成は集積が進行するにつれて変ってくる。

特に、集積が進んで、やがて集積の利益によって新たな立地が促進されるようになると、集積していること自体が立地条件として作用することになるからである。

### B 立地条件としての作用

立地条件は、別の見方をすれば、人が集中するための場所の条件ともいえる。そのためには、人がそこへ来るための条件と、その場所が何らかの目的となり得るような条件が必要である。前者は交通手段であり、後者はその場所に存在する施設である。そのような施設については商業施設と商業以外の施設に分けられるが、1 次的立地条件においては既述のように商業以外の施設が問題になり、それは主として公共施設になる。

したがって、1 次的立地条件としての交通、およびその他の公共施設は

9 飯田経夫、斉藤精一郎、前掲書、49ページ。

10 A, Marshall, *Principle of Economics*, 1920, [大塚金之助訳『経済学原理』第2分冊, 改造社, 1928年, 206ページ。]

11 同訳書, 281ページ。

ともに社会資本であり、1次的立地条件のうち、主要な要素は社会資本によって構成されているといえる。

公共財は同時消費，結合供給されるという性質を有する。<sup>12</sup> 社会資本を公共財と同義に使用される用語であるとするならば，<sup>13</sup> 社会資本は多数の人によって同時消費されるといえるし，そのことは多くの人が集中するための不可欠の条件となる。

社会資本としての交通が立地条件として作用することは上述の通りであるが、しかし、だからといって、一般的な意味での交通がそのまま立地条件として作用するということはいえない。

たとえば、鉄道が通っているということ自体は、ある特定の場所の立地条件とはならない。鉄道が立地条件として作用するのは、その鉄道を利用することのできる場所においてである。

したがって、立地条件としての交通は、交通手段の種類、その交通手段を利用できる場所によって規定されることになる。

一方、交通は人が集中するための条件となるのであるから多くの交通系統が集中している場所ほど人が集中しやすいことになる。したがって、その場所で利用できる交通手段の数が多いほど立地条件として有利になる。

また、商業以外の施設とは多数の人が同時に利用することができる公共施設である。これには、公共機関のほか、市民会館、公園などのような政府、地方自治体の公共投資に関係する施設、劇場などのような民間投資によるものも含まれる。

したがって、1次的立地条件からみると、特に交通とその他の公共施設の結合によって、その場所が、人がそこへ集中するための目的とそこへ来るための手段を同時に形成することによって、場所の吸引力が強化される

12 飯田経夫，齊藤精一郎，前掲書，16-17ページ。

13 飯田経夫，山田浩之編，前掲書，9ページ。

ことになる。

このように、1 次的立地条件においては、そのなかの社会的条件、経済的条件などといわれるものは社会資本が構成要素になっていることがわかるのであるが、このような点からみるならば、1 次的立地条件がすぐれているかどうかは社会資本の充実度に関連するといえる。

そして、ストックとしての社会資本は公共投資および民間投資の一部をフローとするものであるから、公共および民間の投資量によって、その場所の1 次的立地条件が規定されることになる。

このことは、公共および民間の投資量の増加によって立地条件が改善されていくものであることを意味する。

ところで、当初、このような投資がおこなわれるのは商業地の立地条件を創出し、それを強化するためという目的をもってなされることは少ない。たまたま、都市整備の一環として投資されることによって、立地条件の整備、強化となるのであり、しかも、一旦、その立地条件によって店舗が立地し、さらに集積が形成され、集積が拡大していくと、当初の1 次的立地条件は拡大した集積を支えていくことができなくなる。

それは、具体的にはつぎのような関係になる。

ある場所が交通にめぐまれているとそこに人が集中してそこに店舗が立地し、やがて、店舗数が増加して集積が形成されるようになる。そうなる  
と集積の利益を求めて人はさらに集中し、さらに店舗数の増加によって集積が拡大して、人の集中と集積の拡大が相互に促進し合うことになる。<sup>14</sup>

このようにして、人の集中が一層増加すると、当初の交通条件では支えられなくなり、交通条件の改善がなされるようになる。

14 集積の利益は集積することから生ずる集積体と集積を構成する個別経営の利益である。しかし、集積することによって顧客側の利益も生じ、それによって集積体と個別経営の利益が生ずることになる。したがって、顧客側の利益は経営側の利益の原因となり、両者一体的に考えられるが、正確にみれば分けて考えられる。

このような関係は歴史的商業地の存続条件のなかにもみられる。すなわち、歴史的商業地が過去の交通条件に依存して立地した場合、かつては過去の有利な立地条件に依存していたのであるが、その後、新しい交通機関が出現してくると、新しい交通機関を利用できるように改善していったならば交通機関の種類が変わっても1次の立地条件が作用することになり、それによって歴史的商業地の存続が可能になる。

以上においてみてきたように、社会資本は1次の立地条件を構成し社会資本が充実されていくにしたがって1次の立地条件が強化されていくことになるとともに、また、1次の立地条件を強化するために社会資本の充実が必要になってくるともいえる。

また、1次の立地条件は集積が成立し、さらに拡大していく段階においても作用するのであり、集積の利益によって新たな立地を促進して集積を拡大させていく段階となり、かくて2次の立地条件が作用するようになっても、1次の立地条件は消滅するのではなく、2次の立地条件の基盤として存在することになる。

### Ⅲ 1 次的立地条件の作用と限界

#### 1 立地移動

1 次的立地条件によって店舗が立地し、それが集積するようになると、これに2 次的立地条件が加わって集積を発展させるようになる。

この場合、2 次的立地条件の作用によって、当初は中小商業の集積が形成されて集積が新たな立地をよび、集積が拡大して1 次的集積の段階になる。その後、この集積のなかに大型店舗が立地して集積量が拡大し、それとともに集積力が一層強化されて2 次的集積の段階に到る。

このように、集積が拡大していく場合のすべての過程において1 次的立

地条件が作用していることはいうまでもないが、2 次的集積地が1 次的集積地よりも集積量が増加し、それによって2 次的集積地の集積力が強化されるようになると、1 次的立地条件の重要度が低下してくるように見える。事実、大型店舗の吸引力が強く作用し、1 次的立地条件の有利な商業地よりも集積力が強くなる場合もある。しかし、それにしても、2 次的立地条件だけが遊離しているのではなく、あくまで1 次的立地条件の基盤の上に2 次的立地条件が作用しているのであるから、如上の場合においても1 次的立地条件を無視することができないことはいうまでもない。

2 次的集積地における立地条件の作用は、1 次的立地条件と2 次的立地条件の総合的作用としてあらわれるものであり、しかも、その強弱の度合はあくまで競合商業地との相対的關係になってあらわれる。そのことが、立地条件の変化による立地移動の原因ともなっている。

そこで、立地移動を立地条件と集積の発展段階との関係から考えてみなければならぬのであるが、その概要はつぎのようになる。

#### (1) 1 次的立地条件のみの場合

まだ集積の利益が生ずるほどの段階に到っていない場合には1 次的立地条件のみが作用している。この段階で1 次的立地条件に変化がおこるとその影響力は大きく、これが有利に変化すれば店舗の新立地となり、これが不利に変化すればその場所の店舗が他地区へ移動するという現象になってあらわれる。しかし、既存店舗に移動がおこっても集積の利益が生ずるほどには集積していないのであるから、この段階では中心商業地の移動に概当するほどのものではない。

#### (2) 1 次的立地条件に2 次的立地条件が加わり、1 次的集積がみられる場合

中小商業の集積が形成され、集積の利益によって新たな店舗が加わって集積が拡大している場合である。したがって、立地条件は1 次的立地条件

と2次的立地条件が作用していることになる。

これは具体的には大型店舗が立地していない商業地の場合にあたる。

この型の商業地は他に大型店舗をもつ2次的集積地が形成されるとその方へ中心が移動することが多い。しかし、他に2次的集積地がないとすれば、1次的集積地間ではどうであろうか。

1次的集積が形成されたところは、まず1次的立地条件にめぐまれていて、これがさらに2次的集積を形成することになるための基礎的条件にもなる。

それはとも角として、この場合、集積が成立するための基礎は1次的立地条件によるのであるから、1次的立地条件の変化は立地と集積の存続、発展に大きく影響し、時には立地移動もおこることになる。しかし、1次的立地条件を交通とその他の公共施設に分けてみた場合、立地に与える影響は異なる。

#### (a) 交通の変化

特に、交通が変化する場合は立地移動がおこることが多い。過去の立地移動はほとんどこの型になる。この場合、集積が形成されていても交通が変化することによって、顧客を吸引する力がなくなり、他の交通の有利な場所へ移動することになる。

その具体的な形としてつぎの場合がある。

#### (i) 街道沿いの商業地から駅前など近代的交通機関の利用場所附近への移動

江戸時代の5街道やその他の街道沿いに発達した商業地が明治以降も商業地となっていたが、鉄道の開通、市街地の整備、拡大などによって駅前へ移動したものである。

草加、越谷、春日部などでは日光街道沿いの商業地から駅周辺へ移動

厚木では本町、天王町から駅周辺へ移動

津島では橋詰，銀座から天王町へ移動

草津では東海道沿いの草津地区から大路地区（駅周辺）へ移動

三田では本町から駅前へ移動

松山では古町から港町，大街道へ移動

- (ii) 海上交通から陸上交通への変化にともない港附近から主要幹線道路の近く，または駅周辺へ移動

かつて陸上交通が不便であった頃は海上交通に依存したため，港附近に商業地が発達したが，道路開設，鉄道開通などによって陸上交通が主になると陸上交通が利用できる場所へ中心が移動した。

沼津では伊豆方面への交通が海上を主としていた頃の大門町から駅周辺へ移動

堅田では琵琶湖の水上交通によって本町，出町が栄えたが後に駅前へ移動

米子では港に近い立町，灘町から本通りへ移動

- (iii) バスの開通によって徒歩に依存していた当時の商業地が移動

長野では大門町，桜町から権堂町へ移動

五条では新町から本町へ移動

倉吉では西町から本町，銀座へ移動

以上の例にみられるように，既に集積が形成されていても，交通が不便になれば交通の有利な場所に新しい集積が形成されるようになり，やがてそこへ中心が移動していくことになるのであり，このような型は集積と立地移動に関する一般的傾向とみてよい。

- (b) 交通以外の公共施設の移転，新設などによる影響

1 次的立地条件のうち，交通以外の公共施設との関係では，公共施設の種類によってその影響の仕方も異なる。

公共施設の移転などにおいて，商業地への影響がみられるものとしては

官公庁の移転があげられる。これに2種の型があり、その1は計画道路などの新設にともなう新道路沿いに移転する場合で、この型は各都市にみられる。

高知では官公庁の西部地区への集中により、中心商業地は中種、京町から京町、帯屋町へ移動したといわれるが、他都市の場合もそうであるように、官公庁の移転が直接の原因ではなく、やはり、道路という交通条件が直接の原因であるとみるべきであろう。

つぎに、第2の型としてあげられるのは市町村の合併により、新しい官公庁地区がえられる場合で、日向では細島町から市制施行後は本町、仲町へ移動した。

一般に官公庁の移転によって商業地が移動するのは、従来の商業地の集積力が弱く、しかも、新しい官公庁地区は交通が便利であるということに原因がある。したがって、それによって商業地の移動がおこるのは小都市の場合になる。

官公庁の移転が問題になるといっても、これは官公庁地区として多くの官公庁が集中している場合である。また、官公庁以外の公共施設の場合についても、その他の条件に変化がなく、単に公共施設の移転、新設ということだけでは商業地の移動に影響を与えるほどの関係は低い。

### (3) 2次的集積が形成され、2次的立地条件が強力に作用している場合

これは1次的集積に加えて、大型店舗が立地し2次的集積が形成されている場合で、

2次的集積地における1次的立地条件の作用の度合

1次的集積地との競合関係

などが、1次的立地条件との関係から問題になってくる。

まず、2次的集積がみられる商業地において、1次的立地条件がどの程度まで影響しているかという点についてみよう。



2 次的集積地における吸引力の最大の要因となっているのはいうまでもなく大型店舗である。その場合、大型店舗の顧客吸引力は、大型店舗という規模の利益が経営的に生ずるばかりでなく、顧客の側からも規模の利益が受入れられることによって出てくる。そして、このような規模の利益が実現するためには多数の顧客がいることを前提とする。とすれば、1 次的立地条件のうち、交通条件は不可欠の基礎条件になるといえる。しかし大型店舗自身が吸引力をもっているのであるから、交通以外の1 次的立地条件は顧客吸引条件からみると重要度は低くなる。

つぎに、1 次的集積地と2 次的集積地との競合関係についてはどうであろうか。

現実には、1 次的集積地から2 次的集積地への中心移動が各都市でみられるのであるが、なかには、2 次的集積地が形成されているのに1 次的集積地が依然としてその都市の中心商業地になっている例も皆無とはいえない。

1 次的集積地から2 次的集積地への中心移動においては、大型店舗が加わることによって集積量が拡大し、1 次的集積地に比較して集積力が強化されることがその主要な原因となっていることはいうまでもないが、しかし、そのためには1 次的立地条件のうち、特に有利な交通条件にめぐまれていることが必要である。

一方、1 次的集積地の方も、中心商業地になっている場合は有利な交通条件をもっているはずである。しかし、両商業地にみられる有利な交通条件は内容からみれば必ずしも同一のものではない。

1 次的集積地における交通については道路の整備がその主要な内容になっている場合が多い。したがって、大量輸送機関としてはバスが利用される。これに対して、2 次的集積地の方は最近の例として鉄道のほか、駐車場などの条件をもつことが多い。

もし、1次的集積地が鉄道などの大量輸送機関と広い駐車場をもつことができるような条件の場所ならば、そこには大型店舗が立地して2次的集積地へと進んでいることが多い。このような条件がないために大型店舗の立地がなく、したがって、1次的集積の段階に止まっているということになる。

もっとも、1次的集積地と2次的集積地の間では集積量においても問題がある。2次的集積地があるのに1次的集積地が中心になっている場合は2次的集積地の集積量から大型店舗をとってしまうと、1次的集積地の集積量の方が大きいのが普通である。また、量的な点だけではなく、各店舗の経営水準からみても、このような場合は1次的集積地の方が高い。

そこで、一般に1次的集積地と2次的集積地の競争をみるとつぎのようになる。

**集積量** 大型店を除くと1次的集積地の方が集積量が多い場合が多い。

しかし、大型店を加えると2次的集積地の集積量の方が大きい。

**交通** 1次的集積地は主として道路、バスに依存するが、駐車場は通常広くとれない。2次的集積地は道路、バス、鉄道などの利用が可能な場合が多い。

**交通以外の1次的立地条件** 1次的集積地では歴史的商業地が多く、官公庁地区などと隣接している場合がある。2次的集積地では交通以外の1次的立地条件はほとんど関係がない。

したがって、2次的集積地への立地移動がおけるとすれば、集積量と交通条件の有利さによるものとみななければならない。

(4) 2次的集積地ができて1次的集積地の中心として位置が変わらない場合

以上の検討からみると、2次的集積地ができていても、1次的集積地が依然として中心商業地であり得る場合は集積量の格差が小さく、交通条件

においては1次的集積地の方が有利な場合になる。したがって、この場合は集積量の格差が小さいこともさることながら、1次的立地条件の作用が強く、このため集積量の劣勢を補うことができるということになる。

もつとも、現実には大型店舗のない1次的集積地が現在も中心商業地になっている場合は、2次的集積地における大型店舗の規模が大きくない場合中小商店の集積量が小さい場合、また、それらの中小商店の経営水準が低い場合などにみられる。清水、相生、呉などについてもこのことがいえる。

## 2 立地固定化と立地移動における1次的立地条件の作用

集積が形成されてから後に、他の集積地へ立地が移動する場合、移動しない場合などについて1次的立地条件との関係を若干検討してきたのであるが、これらの場合を通じて1次的立地条件がどのように作用しているかという点を整理しておくことにしよう。

既述のように、1次的立地条件のなかで、特に影響力が大きいのは交通である。そこで、交通条件を中心にしてこの点をみると、それは2次的立地条件が加わった後においても影響力の大きいことには変りないが、1次的集積の段階と2次的集積の段階では影響の仕方が異なっていることがわかった。

まず、1次的立地条件のみの場合は、立地条件の変化による影響は極めて大きくあらわれる。

ついで、1次的集積が形成されて、2次的立地条件が加わるようになっても、1次的立地条件の影響力は大きいですが、1次的集積地間の競合では集積量の差も関係してくるようになる。

これが、2次的集積になると、1次的集積地と2次的集積地の間はもちろんのこと、2次的集積地間の競合においても集積量の差が大きく影響してくる。したがって、1次的立地条件の影響力は、1次的集積の段階に比

較すると集積量も条件として加わることになるため相対的には比重が低下することになる。しかし、この場合の1次的立地条件の影響力自体は1次的集積の段階よりも強いといわなければならない。なぜなら、1次的集積の段階よりも、より大きな集積量を成立させるための基盤になっているからである。

この点は特に指摘しておかなければならないところである。つまり、集積量が増加して集積力が強化され、それによって顧客吸引力が強化されても1次的立地条件の重要度は低下するものではないということである。最近、各地にみられる郊外SCの場合に、特にこの点が妥当する。

### 3 立地計画と公共投資

以上のような検討からもいえることは、商業地の集積量が拡大するにつれて、交通条件を中心とする1次的立地条件の重要度は、集積量の増大ということとの関係においては重要度が低下しているように見えるが、実は却って重要度が増しているということである。

したがって、商業地の発展にともない集積量が増加してくれば、社会資本の充実はさらに必要になってくる。

しかし、商業地と公共投資に関しては、商業地の集積量増加が公共投資の必要性をよびおこし、必要な公共投資がなされた時には既に集積量がそれ以上になっていることが多い。そこで、商業地の位置とその規模を都市構造のなかでとらえていくためには、むしろ公共投資の先行によって立地の計画化をはかることが重要であるといわなければならない。

(注) 1次的集積は中小商店のみの集積、2次的集積は1次的集積に大型店舗が加わった集積を指す。この点については既発表の拙稿で度々のべてあるので、本稿ではその説明を省略した。