

## 小売商品市場の地域的分布

——昭和 45 年商業統計表に基く市場集中度の計測と分析——

米 谷 雅 之

### 1

利用可能な最新の商業統計表(昭和 45 年)に依れば商業機関による販売総額は 110 兆 1,043 億円に達しており、そのうち 88 兆 3,309 億円(80%)が卸売商業機関によって、残りの 21 兆 7,734 億円が小売商業機関によって各々達成されている。しかしながら、卸売商業機関が行う小売活動(5,852 億円)および小売商業機関が行う卸売活動(3,385 億円)を相殺すれば、わが国の小売市場の実質的な販売規模は 22 兆 201 億円となる。かゝる販売規模を有する小売市場は当然全国に均一的に分布している訳ではなく、人口、所得、生活様式およびその他諸種の地域的特性によってその分布が偏っている。

一般に、小売市場は人口や所得の分布に比例して大都市地域に集中する傾向を持つ。昭和 45 年の統計によれば、小売商品販売総額の 5 割近くは上位 7 都道府県(東京、大阪、北海道、愛知、神奈川、兵庫、福岡)によって占められている。なかでも東京都の占拠率は全体の 15%に達しており、他の府県と相当な格差を持っている。この小売市場の都市域への集中傾向は商品によって、それが持つ消費面での性格の為に大きく異なっている。生活必需品的性格を持つ商品は人口の分布と同程度にかなり地方分散的であろうし、反対に奢侈品的性格を持つ商品は所得の分布以上に都市域集中的なものとなるであろう。それはまたひとり消費面から制約を受ける丈ではなく製造企業が行うマーケティングおよび商業機関による販売政策の強弱によって大きく影

響されるであろう。このように販売額でみる小売商品市場の地域的分布の状況は種々なる要素間関連の一つの結果である。この分布の状態をある地域への集中の程度として把え、それを計測し分析することが本稿の目的である。

集中度の計測については種々のものが考えられるが、こゝではジニ (C. Gini) の係数を用いることにする<sup>①</sup>。各都道府県毎に商品販売額の占拠率を求め、上位都道府県から順次その累積占拠率をプロットしてゆくとローレンツ曲線を描くことができる。このローレンツ曲線と均等分布対角線とによって囲まれる「集中の面積」の均等分布対角線より上の面積に対する比率がジニの集中係数である。もしある商品の販売額が全ての都道府県で等しいならば、ローレンツ曲線は均等分布対角線に一致し集中の面積は存在しない。したがってジニの係数はゼロとなる。反対に、ある府県が販売額を独占している場合には集中の面積は均等分布線の上の面積に一致し、ジニの係数は1に等しくなる。

いま小売部門における市場の地域的分布の状態を経年的に見れば、昭和41年から昭和47年までの隔年のジニの係数はそれぞれ0.5028, 0.4844, 0.4828, 0.4752と減少傾向にあることが判る<sup>②</sup>。かかる傾向の原因については更に一層の分析を必要とするが、地方における所得水準の上昇とそれに伴う消費者意識の変化、大規模小売店の地方進出、製造企業によるマーケティング活動の強化等が考えられ、その結果として、小売市場が年とともに分散化の傾向にあることを示していると云える<sup>③</sup>。

このような全体としての小売市場の地方分散化傾向の中で、個々の小売商品市場はどの様になっているのであろうか。

- ① ジニの係数については次を参照。E. M. Singer, *Antitrust Economics: Selected Legal Cases and Economic Models*, 1968, Prentice-Hall, Inc., Chap. 13.
- ② この計算の基礎となった小売業年間販売額は商業統計表(産業編)から引用したものであり、小売商品年間販売額(品目編)とは異なる。なお昭和47年の販売額については次を参照した。東洋経済新報社、昭和49年版地域経済総覧、161頁。
- ③ 卸売業については、上位4都府県で全国の7割近くを占めており、したがってジニの係数も非常に高い水準を維持しており、小売業において見られる様な確実な低下傾向は認められない。

## 2

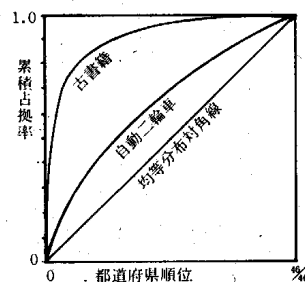
計算の基礎になったデータは、通産大臣官房調査統計部編「昭和45年商業統計表(品目編)」(昭和48年3月刊行)の都道府県別小売商品年間販売額であり、商品分類としては上記統計表に使用されている細分類(5桁分類)を用いた。それによれば、男子洋服、菓子、パン、豆腐・かまぼこ等加工食品、家具、建具、畳等の商品については「製造小売」と「製造小売でない小売」に各々分類されている。これは小売商品市場の地域的分布を検討する時には、むしろ分けずに用いた方が適当と考えられる側面もあるが、ここでは統一する為に統計表の分類に従った。

また、百貨店取扱商品については商品細分類を用いずに産業分類の「(431)百貨店」の販売額を用いた<sup>④</sup>。

以上の方法によって計測された各商品のジニの係数は〈第1表〉の通りである。それによると、最も高い集中を示す商品は古書籍(0.8207)であり、反対に最も低い集中(したがって最も高い地方への分散)を示す商品は自動二輪車(0.3064)となっており、その他の商品はこの二つの商品を両極とする集中度のスペクトラムの上に位置づけられる<sup>⑤</sup>。われわれはこのようにして集中係数の軸上に並んだ商品を5つの商品群に分類して把えることができるであろう。この場合、分類の基準となる集中係数の値は論理的な方法で割り出されたものではなく、所得分布、人口分布を参考にしながら、云わば思惟的に決定されたにすぎない。したがって、特に各商品群の境界領域にある商品についてはそれを当該商品群に実質的に分類される商品として位置づけ

④ なお若干の商品項目で2県以上にわたり秘匿数字Xが見られたが、これについてはそれが属する中分類商品項目の数字もしくは相関の高い商品項目の数字を基準にして、未知部分の販売額の合計を比例配分して処理した。

⑤ 最高の集中度を示す古書籍と最低の集中度を示す自動二輪車のローレンツ曲線は次のようになっている。



〈第1表〉小売市場における商品の集中度

●最高度集中商品群

古書籍・古雑誌	.82072
骨とう品	.74890
百貨店取扱商品	.69093
荷車	.68048

●高度集中商品群

豆腐かまぼこ(製造小売)	.63148
その他の中古品	.62921
パン(製造小売)	.61959
牛乳	.60952
中古衣類	.59669
茶類	.57625
卵・鳥肉	.57480
パン(非製造小売)	.56636
写真機・写真材料	.56325

●中度集中商品群

楽器・レコード	.54911
新聞	.54456
豆腐かまぼこ(非製造小売)	.52917
果実	.52800
玩具・娯楽品	.52762
料理品	.52624
畳(非製造小売)	.52302
食肉	.52259
乾物	.52255
運動具	.52083
建具(非製造小売)	.51671
かばん袋物	.51341
雑穀豆類	.51332
野菜	.51246
化粧品	.50908
荒物	.50829
その他の小売商品	.50736
米麦	.50693
くつ	.50535
書籍・雑誌	.50451
小間物化粧品	.50338
兼営飲食店	.50042
男子洋服(製造小売)	.49870
医薬品	.49754
その他の衣服身回品	.49430

下着	.48809
乗用車	.48605
紙文具	.48597
小売総額	.48264 ※
その他の什器	.48186
時計メガネ	.48090
花・植木	.47992
酒・調味料	.47630
菓子(非製造小売)	.47588
その他の飲食料品	.47511
家具(非製造小売)	.47511
婦人子供服	.47269
菓子(製造小売)	.47248
家具(製造小売)	.46704
家庭用電気機器	.46000
タバコ喫煙具	.45229

●低度集中商品群

畳(製造小売)	.44956
肥料飼料	.44891
金物	.44800
その他の家庭用機器	.44239
呉服・服地	.43554
自動車部品	.43126
石油(含自動車用)	.43083
鮮魚	.42860
燃料	.42066
寝具	.42006
はきもの	.41644
陶磁器・ガラス器	.41569
苗・種子	.41407
トラック	.40988

●最低度集中商品群

農機具	.39934
ミシン	.39887
みやげ品	.38262
建具(製造小売)	.36911
自転車	.36607
自動二輪車	.30635

注：数字は、ジニの係数を示す。

※小売総額の係数計算の基礎となったデータも商業統計表(品目編)に依拠した。

ることには若干の問題がある。しかしながら、思惟的に設定された基準値であってもそれが相対的にしろ意味を持っているものであるならば、その基準値によって数個の商品群に分類して把握することは、各商品市場の地域的分布の状態を知る上で有効であると考ええる。いま、集中係数が0.65以上の商品を最高度集中商品群、0.65未満0.55以上の商品を高度集中商品群、0.55未満0.45以上の商品を中度集中商品群、0.45未満0.40以上の商品を低度集中商品群、0.40未満の商品を最低度集中商品群として各々分類する。(〈第1表〉参照。参考までに昭和45年における所得分布および人口分布のジニ係数を計測すると、それぞれ0.5175、0.3978となった。)

それに依れば、古書籍、骨とう品、荷車等の特殊な商品および百貨店の分布を反映する百貨店取扱商品が「最高度集中商品群」に入っており、「高度集中商品群」には特殊な商品(その他の中古品、中古衣類)、都市型食品(パン、牛乳、卵・鳥肉)および専門品(写真機)が入っている。通常、衣食住に用いられる商品は「中度集中商品群」や「低度集中商品群」の中に入っており、かなりの程度で地方への分散が認められる。「最低度集中商品群」には農機具、ミシン・編機、みやげ品、自転車等が入っており、それらは集中係数において人口の分布と近似している。

なお、注意すべきことは後の分析でも明らかなように、荷車、肥料・飼料、苗・種子、農機具と云った商品はほとんどの商品が持つ傾向とは逆に、東京都および大阪府の二大都府県が占める比率が非常に低くなっており、その点で他の商品とその市場分布のパターンを異にしている。

## 3

〈第2表〉は各々の商品販売額の都道府県別の占拠率(千分比)を示したものである。商品は販売規模の最大順位から、都道府県は小売総額の占拠率の最高順位からそれぞれ並べている。但し、「製造小売」あるいは「製造小売でない小売」商品が出てきた場合には見易さのために他方の同一商品を次に掲げた。それによれば、小売総額の24%が東京、大阪の二大都府県で占められ

ており、これは所得の占拠率（二都府県で26.4%）を若干下まわっているにすぎない。

いまこの二大都府県で30%以上の占拠率を示す商品を列挙すれば次の通りである（括弧内は累積占拠率を示す）。

○古書籍	(56.8%)	○骨とう品	(48.0%)
○百貨店取扱商品	(46.9%)	○豆腐かまぼこ〈製造小売〉	(37.4%)
○写真機	(33.3%)	○パン〈製造小売〉	(33.0%)
○楽器レコード	(32.3%)	○その他の中古品	(31.7%)
○花・植木	(31.6%)	○牛乳	(31.5%)
○茶類	(30.6%)		

これ等は高度に都市型の商品として位置づけることができよう。なかでも古書籍、骨とう品、百貨店取扱商品は東京都だけで全国の30%以上の占拠率を占めており「最高度集中商品群」の性格を表わしている。

反対に、次の様な商品は上記二大都府県の累積占拠率が10%にも満たず、農村型商品もしくは高度分散商品の何れかに位置づけられる（括弧内は累積占拠率を示す）。

○農機具	(1.0%)	○肥料・飼料	(2.2%)	○荷車	(6.1%)
○苗・種子	(6.7%)	○みやげ品	(7.5%)	○建具〈製造小売〉	(8.0%)
○自動二輪車	(9.3%)				

特に荷車には農業県に高度に集中しており、農機具、肥料、飼料、苗・種子といった商品も農業県を中心として全国的に分散している。また自動二輪車、建具（製造小売）、みやげ品はそれが「最低度集中商品群」に属しているために、二大都府県の累積占拠率が低くなっていると理解することができる。

全商品の小売販売額の分布は上位7都道府県で全体の50%近くを占めており、これは商業統計表（品目編）ベースで0.48264（産業編ベースでは0.48276）の集中係数を示している。これは所得分布の集中度を若干下回っており、人口分布のそれをはるかに上回っている。また、世帯数の分布の状況を見るとその集中係数は昭和45年時で0.44120となり<sup>⑥</sup>、したがって小売販売

額の集中の程度は所得と世帯数の集中の程度の間にあると云える。

小売業年間販売額と所得、世帯数および人口との関連度は何れも高く、とりわけ世帯数との相関係数は0.9955となり最も高い。一方、商店数の分布は人口の分布と最も高い相関(0.9910)にある<sup>⑦</sup>。すなわち、わが国の小売市場について都道府県別データでみる限り、小売店舗の分布は人口分布に、販売額の分布は世帯数の分布に近似している<sup>⑧</sup>。このことは小売市場全体についてのみ云えることであり、個々の小売商品市場については明言することはできない。個々の商品市場はそれが規定される種々になる市場要因によってその分布は大きく異っている。例えば、古書籍・古雑誌や骨とう品等の最高度集中商品群に属する商品の市場要因と最低度集中商品群に属する自転車や自動二輪車の市場要因とは大きな差異がある。かかる異質的な市場要因の存在ゆえに、その結果として地域的分布の状態に差異を生ぜしめているのである。また、同一商品群の中に属している商品の間でも販売規模の大小によって、商品が持つ市場要因は異っているであろう。販売規模の大きい百貨店取扱商品(全商品販売額に対する比率は9.9%)と販売規模の小さい荷車(同比率は0.1%以下)とでは共に最高度集中商品群に属しながらも、その市場要因は大きく異なっていると考えられる。

いま、販売規模と商品の集中度の関連についてみれば〈第3表〉の通りである。それによると販売規模の大きい商品(云わば必需品的性格の強い商品)は中度もしくは低度集中商品群に属している。逆に、販売規模が小さい商品の集中度は相対的に高くなっていると云える。特に最高度集中商品群は百貨店取扱商品を除けば、その販売規模は非常に小さい。本来、百貨店取扱商品は商品の地域的分布を検討する場合には個々の商品に分括されるべき性質のものであり、データ収集の制約上から便宜的に分類された商品区分にすぎな

⑥ 計算の基礎は、自治省、住民基本台帳にもとづく人口・世帯数表に依る。

⑦ 何れも昭和45年の都道府県データに依る。東洋経済新報社、地域経済総覧(昭和48年版)参照。

⑧ cf. R. D. Tousley, E. Clark and F. E. Clark, *Principles of Marketing*, 1962, pp. 171-182. そこでは米国での事例が検討されている。

〈第2表〉都道府県別占拠率

商品分類 販売高 (億円)		小売総額	百貨店 商店	乗用車	石油	酒・調味料	家電	米麦	呉服 服地	トラック
府県別シェア (全国=1000)		220,201	21,714	15,618	13,907	13,733	13,622	8,173	6,563	6,250
東京	京	155	316	147	110	133	137	150	132	107
大阪	阪	88	153	71	64	87	95	94	72	81
北海道	道	59	34	56	72	68	52	67	60	45
愛知	知	57	63	70	70	46	61	58	62	66
神奈川	川	56	47	62	47	66	54	66	41	22
兵庫県	庫	44	48	29	39	44	47	45	47	36
福岡	岡	37	46	44	36	40	40	40	38	29
静岡県	岡	31	9	35	41	31	27	35	35	35
埼玉	玉	30	17	30	30	33	26	35	24	31
千葉	葉	28	19	26	26	32	24	28	24	36
広島	島	24	11	32	30	25	29	19	29	26
京都	都	23	32	26	17	19	23	22	23	16
新潟	潟	20	10	15	20	23	20	20	21	18
長野	野	20	7	21	22	18	19	14	19	29
茨城	木	17	9	16	19	17	15	14	20	22
岐阜	阜	16	5	23	19	14	17	15	20	35
岡山	山	16	9	18	19	14	17	13	16	19
宮城	城	15	14	11	18	16	14	15	17	15
福島	島	15	11	13	17	17	13	13	14	21
群馬	馬	15	8	20	19	15	13	13	13	21
栃木	木	14	8	15	21	14	12	13	13	17
山梨	口	14	9	16	18	16	16	14	17	11
三重	重	14	6	19	14	11	15	13	18	18
熊本	本	12	12	10	12	12	12	14	9	20
長崎	崎	11	7	8	12	15	13	15	13	9
青森	森	11	6	8	12	13	12	9	13	13
鹿児島	島	11	7	9	14	10	11	10	12	19
秋田	田	10	4	10	10	12	11	6	14	13
山形	形	10	4	10	11	11	10	8	11	15
愛媛	媛	10	8	10	11	10	13	10	15	13
岩手	手	10	4	9	11	12	10	9	13	8
石川	川	10	4	15	10	7	12	8	13	17
大分	分	9	8	10	11	10	9	9	10	9
富山	山	9	6	9	10	7	10	8	12	11
和歌山	山	8	5	7	9	8	9	10	8	10
宮崎	崎	8	6	9	9	8	8	7	6	14
香川	川	8	2	7	8	7	12	7	11	8
滋賀	賀	7	2	7	8	7	7	8	7	6
高知	知	6	3	5	9	7	7	6	10	11
高松	井	6	1	8	8	5	8	5	8	9
島根	根	6	3	6	7	7	8	5	8	11
佐賀	賀	6	3	6	8	7	6	6	7	7
奈良	良	6	2	5	7	6	10	8	7	5
山梨	梨	6	4	6	7	6	5	5	6	5
徳島	島	5	2	6	6	5	6	7	6	7
鳥取	取	5	5	4	6	5	5	4	6	4



婦 子 人 服	その他の 飲食料品	菓 子 (非製造)	菓 子 (製造)	鮮 魚	た ば こ	下 着 類	野 菜	食 肉	家 具 (非製造)
6,074	5,523	5,291	1,656	5,239	4,922	4,793	4,637	4,464	3,913
159	133	147	161	110	131	145	160	172	135
86	58	73	66	59	90	101	73	83	88
52	92	58	51	78	51	60	54	48	52
49	37	56	47	34	55	49	60	52	64
59	70	64	67	62	54	62	81	82	58
52	39	42	40	36	49	58	42	50	44
34	39	35	27	37	35	27	33	34	37
37	28	30	38	34	32	32	36	30	31
28	30	36	32	33	32	27	39	36	30
22	39	34	23	33	29	28	30	38	30
28	26	20	13	21	23	24	28	22	26
19	19	24	34	21	23	21	18	20	28
20	27	23	30	23	22	21	18	18	19
19	19	23	24	35	18	18	21	18	19
17	20	20	16	17	20	16	13	15	17
16	10	17	19	15	15	16	17	12	17
14	16	16	12	16	17	17	17	13	19
14	20	18	14	20	15	14	14	14	15
12	17	18	18	23	16	13	16	14	13
12	13	15	16	17	19	16	15	13	14
12	12	14	15	17	16	14	14	13	14
14	15	12	6	13	15	13	14	13	18
14	9	14	16	18	15	13	14	13	18
15	15	11	9	15	14	10	10	13	9
15	15	11	12	11	13	12	9	10	11
11	15	9	13	15	10	12	7	10	14
12	17	10	15	9	13	10	8	12	9
10	15	13	13	19	9	11	10	10	10
10	13	12	14	19	11	10	10	10	9
12	9	9	13	7	12	10	10	9	10
9	13	11	12	17	10	12	9	8	10
10	7	10	18	13	9	10	12	10	11
10	11	9	7	9	10	7	7	8	9
10	6	8	12	12	9	8	10	9	12
9	7	8	6	8	11	11	8	9	8
9	12	6	8	7	9	6	7	7	6
9	6	7	9	6	8	9	8	6	10
7	5	8	9	11	9	7	5	7	10
6	9	5	5	8	6	6	5	5	6
8	6	7	7	8	6	9	7	6	7
6	6	7	5	6	7	6	5	4	5
7	7	6	6	8	7	5	5	5	5
7	4	7	7	7	8	8	6	5	6
6	6	7	8	7	6	6	5	6	6
7	5	6	5	3	7	6	5	4	5
4	4	5	2	4	5	4	4	2	6

府県別 シェア (全国=1000)	商品分類 販売高 (億円)	家具 (製造)	燃料	その他 の商品	医薬品	果実	書籍	男子 既製服	化粧品	乾物
		742	3,362	3,264	3,256	3,133	3,123	2,954	2,925	2,860
東	京	74	77	166	154	186	183	158	154	138
大	阪	88	38	110	101	73	88	88	100	92
北	海	31	126	57	49	75	51	62	49	32
愛	知	97	46	65	58	55	59	48	64	63
神	川	47	52	50	58	70	49	58	59	76
兵	庫	74	33	35	51	41	40	44	51	61
福	岡	27	37	31	37	29	38	35	40	31
静	岡	32	34	31	30	29	35	35	34	34
埼	玉	42	41	20	34	35	23	27	28	35
千	葉	27	33	29	30	32	23	25	31	32
広	島	19	26	22	23	24	25	30	26	35
京	都	38	15	32	24	19	29	21	23	25
新	潟	22	25	14	16	19	21	22	18	21
長	野	18	24	18	16	17	17	21	16	15
茨	木	14	22	12	16	13	15	16	12	18
岐	阜	26	20	13	16	13	13	14	17	19
岡	山	16	15	13	15	16	18	14	16	25
宮	城	10	20	16	15	17	20	18	11	6
福	島	18	20	10	12	13	16	15	12	9
群	馬	15	20	10	14	15	14	15	14	14
栃	木	15	17	10	14	14	12	14	12	15
山	口	5	17	11	12	14	14	15	16	17
三	重	10	15	11	14	13	13	15	12	13
熊	本	5	14	8	14	8	10	11	15	12
長	崎	3	12	15	11	8	10	14	12	9
青	森	14	17	11	11	10	12	13	10	8
鹿	島	14	12	10	12	8	11	10	8	4
秋	田	9	13	13	10	10	10	11	8	5
山	形	12	16	9	8	9	9	11	7	4
愛	媛	27	10	12	10	8	10	10	11	11
岩	手	9	15	6	8	9	10	11	9	3
石	川	16	9	10	8	12	12	9	8	17
大	分	8	10	8	10	7	8	8	10	5
富	山	13	10	10	7	9	10	8	7	9
和	山	23	8	12	10	7	7	10	10	12
宮	崎	6	7	25	8	6	6	6	6	4
香	川	12	9	12	8	8	8	6	10	12
滋	賀	10	8	5	7	6	6	8	7	11
高	知	9	8	9	5	4	5	5	6	4
福	井	8	7	6	6	7	6	6	7	7
島	根	3	8	6	5	6	6	8	5	6
佐	賀	3	8	5	8	4	6	5	6	3
奈	良	6	7	4	7	6	5	7	7	9
山	梨	8	6	7	7	6	4	3	5	8
徳	島	6	5	5	6	6	5	4	6	7
鳥	取	7	5	4	4	4	6	5	4	5

農機具	金物	肥料飼料	自動車 部品	寝具	くつ	荒物	紙文具	牛乳	時計 メガネ
2,642	2,639	2,552	2,343	2,336	2,012	2,010	2,003	1,903	1,829
3	107	10	88	111	179	144	156	217	156
7	81	12	71	68	78	71	98	98	93
162	70	103	77	60	66	55	51	40	56
23	53	67	67	54	51	30	51	54	54
6	60	15	56	57	64	76	55	98	50
7	41	35	41	38	39	67	45	49	43
34	30	32	31	33	35	46	30	24	39
22	31	63	38	38	30	30	32	29	32
29	39	51	36	31	28	42	32	50	24
37	38	51	25	33	32	34	28	39	25
18	18	11	24	24	24	16	24	14	28
9	20	9	21	21	17	19	30	28	26
44	25	24	23	24	22	17	23	17	21
31	24	54	29	24	18	27	18	14	20
33	26	53	18	19	14	20	19	14	14
14	20	18	23	17	13	12	16	10	16
27	12	19	15	15	14	15	16	10	18
28	17	16	14	19	19	20	15	11	17
35	18	26	16	21	14	22	17	9	16
18	16	28	18	17	16	19	14	13	14
30	16	22	16	16	12	13	14	12	12
21	12	16	14	17	13	11	12	8	16
16	13	11	13	17	10	15	13	15	14
26	12	18	17	11	11	8	11	7	12
12	11	16	11	12	14	9	11	4	12
23	13	17	18	17	14	8	11	6	11
21	16	21	13	13	11	9	10	9	13
31	12	14	12	13	11	11	10	5	10
33	12	26	13	13	11	13	12	6	10
12	10	8	10	11	11	8	10	5	11
30	15	21	11	17	15	11	10	6	10
7	9	2	17	12	9	9	9	6	10
15	9	13	11	13	9	6	9	7	9
16	9	3	11	9	10	6	10	3	8
9	8	16	8	8	6	8	8	7	10
13	9	13	9	7	7	4	5	4	7
10	7	7	8	8	7	6	7	7	8
19	7	6	7	8	5	8	7	7	6
12	10	9	6	6	5	9	7	2	5
10	7	2	9	8	6	4	8	5	7
13	6	6	10	7	6	6	6	3	7
11	6	12	7	8	5	5	5	3	6
6	6	5	5	6	4	8	7	7	6
5	8	8	6	8	5	8	6	8	5
8	7	10	5	7	5	6	8	4	6
7	4	2	4	5	6	4	4	2	6

商品分類 府県別 シェア (全国=1000)		新聞	楽 器	料理品	パ ン (非製造)	パ ン (製造)	男 子 注文服	その他の 家庭機器	写真機	卵鳥肉
販売高(億円)		1,559	1,529	1,502	1,432	339	1,366	1,255	1,212	1,181
東 京	京 阪	160	222	110	176	255	196	93	219	155
大 阪	道 知	105	101	110	99	75	81	11	114	144
北 海	道 知	53	46	54	48	28	54	70	47	32
愛 知	川 庫	59	54	60	64	32	44	53	55	65
神 奈 川	兵 庫	69	51	83	72	98	52	43	61	70
兵 庫	岡 岡	57	45	60	40	53	40	52	48	63
福 岡	岡 岡	34	38	27	30	29	35	38	28	45
静 岡	岡 玉	28	31	53	25	33	35	28	30	27
埼 玉	岡 玉	36	22	21	45	31	27	29	22	24
千 葉	葉 葉	33	19	23	53	26	26	23	20	29
廣 島	島 都	23	27	33	22	14	25	22	24	26
京 新	都 鴻	25	23	20	20	16	17	27	25	34
長 新	野 野	20	19	33	17	23	19	24	19	12
茨 新	野 木	21	22	19	12	39	20	25	17	13
岐 茨	阜 木	16	10	9	22	21	18	18	13	12
岡 岐	山 阜	13	14	15	13	16	13	19	15	16
宮 岡	山 城	12	16	13	15	6	16	16	16	14
宮 福	城 島	15	11	12	16	11	12	17	17	11
福 群	島 馬	14	12	12	12	23	13	18	11	7
		17	14	18	15	16	15	14	12	9
栃 山	木 口	14	13	17	13	23	13	11	10	10
山 三	重 本	13	16	19	13	6	17	15	14	11
熊 長	崎 森	13	13	11	12	4	18	11	10	13
青 鹿	島 田	9	8	7	8	5	15	14	8	11
児 秋	形 媛	7	9	8	11	7	13	9	9	9
山 愛	媛 媛	8	9	13	14	8	11	12	9	6
		8	8	4	12	13	10	13	6	12
		7	7	7	8	5	10	14	8	11
		9	7	11	5	4	9	13	9	6
		7	11	5	6	8	13	13	8	15
岩 石	手 川	8	8	8	13	4	7	13	9	6
大 富	分 山	7	8	11	6	8	10	12	8	5
和 宮	山 崎	8	8	5	8	5	9	8	6	14
香 滋	川 賀	7	9	12	4	3	8	11	7	4
高 福	知 井	8	9	5	4	7	7	9	8	9
		4	7	11	7	4	11	6	5	7
		4	10	9	3	3	9	9	9	6
		8	6	12	5	3	4	9	7	7
		4	6	7	3	6	7	8	6	3
		5	5	10	4	4	7	7	6	5
島 佐	根 賀	5	5	6	4	1	4	7	5	5
奈 山	良 梨	6	4	5	4	3	6	6	3	5
山 德	島 取	6	4	3	6	4	4	11	6	6
鳥 島		4	4	3	5	10	5	6	6	3
		5	6	2	3	9	7	5	5	4
		5	5	4	3	1	5	6	3	3

運動具	ミシン	その他の 衣身 返品	小 化 間 粧 物 具	豆 腐 か ま ぼ こ (非 製 造)	豆 腐 か ま ぼ こ (製 造)	陶磁器	かばん	玩 具	自転車
1,132	1,004	922	898	865	595	830	823	795	774
196	95	164	187	129	176	132	190	147	83
102	8	65	91	85	198	71	84	106	59
53	50	56	60	65	29	61	56	64	56
46	52	40	45	90	38	37	54	60	54
50	42	53	51	63	53	42	50	59	36
40	40	51	42	47	81	44	45	49	40
35	45	63	37	50	19	31	38	36	30
35	27	29	32	27	23	32	39	39	32
25	35	27	36	22	32	30	25	37	43
20	23	27	21	28	26	24	21	29	31
22	27	21	25	32	9	26	30	24	21
21	22	50	19	30	52	36	24	25	23
27	24	17	16	14	20	19	22	16	34
22	20	13	19	14	14	27	16	14	19
16	18	20	20	9	15	18	13	14	25
16	27	17	13	11	12	17	13	20	21
12	22	21	17	29	6	13	15	15	22
13	20	13	10	11	21	18	16	8	19
13	16	9	15	9	9	16	13	11	21
18	19	14	14	7	15	17	14	15	23
13	16	12	17	6	11	16	11	11	22
15	12	12	11	28	3	16	14	13	14
11	13	15	10	12	6	14	12	18	17
12	14	13	13	14	7	12	10	9	14
8	13	12	10	16	7	13	10	9	6
11	12	7	14	14	4	13	12	8	16
8	12	10	9	8	11	13	9	6	12
13	12	15	9	7	2	12	14	7	19
12	10	9	9	7	6	10	12	8	17
9	17	8	12	10	6	13	10	11	14
13	10	8	11	10	6	11	12	9	15
7	10	8	10	9	12	20	10	11	8
9	10	10	9	11	4	11	7	7	11
7	9	11	9	8	9	9	9	10	11
9	9	8	7	5	6	8	7	9	11
7	10	6	6	7	4	10	6	4	14
8	12	7	10	8	4	14	8	9	10
5	8	11	7	5	8	8	4	7	13
7	6	7	6	5	8	5	6	5	9
4	8	9	7	8	6	8	8	8	10
5	6	5	4	10	2	7	5	4	10
5	7	7	6	5	4	22	5	3	7
4	38	8	7	5	10	6	6	7	6
5	8	6	8	3	5	7	4	5	7
6	10	5	7	5	2	4	6	7	7
6	5	2	5	6	1	10	4	4	7

商品分類		自動二輪	はきもの	茶類	みやげ品	建具 (製造)	建具 (非製造)	花植木	兼営 飲食店	その他 の什器
府県別 シェア (全国=1000)	販売高 (億円)	757	753	647	596	591	227	481	415	389
東大北愛神兵福静埼千	京	61	116	208	60	33	56	230	211	85
	阪	32	92	98	15	47	85	86	43	159
	海	45	47	32	46	21	67	57	22	52
	道	39	51	53	12	81	33	60	49	34
	知	31	47	65	54	44	80	67	67	45
	川	32	45	43	30	56	39	45	25	47
	庫	31	31	38	13	19	37	32	14	28
	岡	39	32	57	92	38	23	25	46	45
	岡	46	28	40	5	30	74	30	25	17
	玉	26	30	29	12	40	59	31	25	19
広京新長茨岐岡宮福群	島	24	28	20	16	21	11	19	18	28
	都	32	25	28	44	22	42	31	26	39
	鴻	42	20	23	17	41	23	12	17	18
	野	32	22	13	47	36	6	17	26	41
	木	23	18	11	10	22	41	14	17	21
	阜	14	20	7	15	35	12	15	12	14
	山	28	19	11	9	14	22	14	21	21
	城	20	13	18	22	11	13	12	17	16
	島	30	15	12	25	20	7	11	23	14
	馬	21	16	17	26	14	16	13	21	14
栃山三熊長青鹿秋山愛	木	23	15	12	38	21	15	13	38	7
	口	16	14	9	17	11	4	9	10	10
	重	22	14	7	24	36	3	11	37	19
	本	22	15	9	27	9	21	9	17	11
	崎	18	17	7	30	5	32	5	8	12
	森	12	12	6	17	12	11	8	15	17
	島	21	14	11	20	12	9	7	8	11
	田	16	10	9	9	23	7	6	14	11
	形	18	9	10	14	14	4	10	10	5
	媛	14	15	6	12	10	3	7	6	12
岩石大富和宮香滋高福	手	17	11	7	15	11	9	7	9	12
	川	7	10	8	14	21	5	14	6	15
	分	11	11	7	29	11	6	4	5	10
	山	7	10	7	3	40	19	7	5	15
	山	15	17	8	22	12	6	7	10	4
	崎	17	8	4	18	9	6	5	8	7
	川	12	10	6	28	9	7	6	12	10
	賀	11	8	6	6	16	32	8	5	11
	知	10	9	3	9	6	21	2	6	4
	井	7	8	4	10	16	12	6	6	8
島佐奈山徳鳥	根	13	6	6	19	12	3	4	6	11
	賀	10	8	7	2	5	5	3	5	5
	良	7	9	7	11	10	6	6	2	4
	梨	10	10	5	23	8	6	5	12	5
	島	9	9	2	2	5	3	6	3	4
取	7	4	3	13	10	3	4	10	5	

畳 (製造)	畳 (非製造)	雑穀豆	苗・種子	骨とう品	その他の 中古品	古書籍	中古衣類	荷車
367	104	353	164	158	101	53	48	4
123	154	118	33	331	240	489	152	3
93	99	135	34	149	77	79	127	58
48	52	55	91	4	57	16	68	108
60	30	57	41	38	55	42	101	37
44	55	49	60	21	88	100	53	37
56	51	37	41	30	37	29	51	32
27	24	40	46	8	33	13	53	8
33	34	28	43	9	16	8	10	13
31	26	35	37	3	20	11	16	16
20	54	34	55	2	24	12	9	21
21	19	13	12	12	39	14	24	8
37	36	26	39	112	40	88	18	66
38	27	31	19	12	41	5	19	13
16	28	19	40	16	5	5	9	161
10	10	23	29	1	16	1	5	190
22	15	24	14	65	11	7	4	53
10	11	10	13	12	7	9	7	3
12	10	12	14	2	8	2	12	3
16	11	13	15	3	4	2	18	8
11	10	14	16	4	17	3	7	8
13	18	9	15	7	8	5	7	16
10	7	13	17	6	8	2	9	3
18	8	9	14	7	3	5	6	16
15	20	16	28	8	9	3	23	0
10	9	7	19	4	9	4	30	8
15	16	18	6	1	4	4	14	0
14	29	16	29	3	7	2	12	11
13	11	5	11	2	2	2	4	8
11	9	8	10	7	5	2	11	3
12	3	17	9	3	8	6	26	8
12	7	13	18	1	2	1	11	0
13	12	6	7	31	16	4	4	3
9	8	8	19	2	6	3	17	8
15	13	8	7	25	11	3	6	3
11	7	5	12	6	3	2	5	0
8	5	9	20	1	3	0	2	8
6	6	5	7	2	2	2	5	5
10	5	11	8	6	9	1	6	5
7	1	5	9	0	3	4	8	8
10	3	3	5	8	10	1	3	5
8	15	3	7	12	2	1	4	11
5	5	6	9	3	6	1	4	5
10	8	8	10	8	7	2	2	3
5	4	11	4	1	2	1	9	3
8	6	6	3	5	2	1	3	5
7	7	1	8	4	15	2	8	11

い。それは百貨店の規模分布を検討する際に意味を持つ性格のものであり、百貨店販売額の上位都道府県への集中が非常に高いことを示している。したがって、純粹の最高度集中商品群の市場規模はそれが持つ特殊商品的性格の為に何れも非常に小さく、限定された市場による経営上の制約から最高度の集中を示していると考えられる。このことは販売規模の小さい高度集中商品群（中古衣料、その他の中古品）についても妥当する。

販売規模が大きくかつ集中度が低い商品の中に製造企業の市場支配力が強いと思われる商品のほとんどが入っている。乗用車、家庭用電気機器、医薬品、化粧品等は中度集中商品群に、石油、トラック、肥料・飼料等は低度集中商品群に、農機具・マシンは最低度商品群にそれぞれ入っており、販売規模は何れも高水準にある。このような商品はマシンの直営店、化粧品や医薬品のチェーンストア、自動車ディーラー、ガソリン・スタンド、家電製品のチェーンストア等のように、製造企業による流通部門の末端までの強力な市場支配体制によって、かなり高い程度に市場の分散化が進行していると考えられる。

通常的生活に必要な食料品のほとんどが比較的の高い分散傾向を示している中で、牛乳、パン、卵・鳥肉等の商品は高度集中商品群に属す。これ等は何れも大都府県への集中が非常に高く、例えば牛乳については全国の21%以上が東京都に集中している。これは消費者のライフ・スタイルが未だ地域的に若干異っていることを反映したものであると理解することができる。また、販売規模が極めて小さい上にかなり分散的な商品、例えば畳（非製造小売）や苗・種子等については、経営上の制約を克服する為の他の商品との兼営販売形態をとるケースが多いことが予想される。

## 4

商品によって異った市場要因を持つが故にその地域的分布の状態は大きく異っている。われわれはそれを販売額の都道府県別データによる集中度の計測を通して考察してきた。したがって、それは解釈の上で若干の制約を持つ



〈第3表〉販売規模と集中度別商品群

販売規模 集中度 分類	1.0%以上	0.99%~ 0.5%	0.49%~ 0.1%	0.1%未満
最高 集中度 商品集 群中	百貨店取扱商品			古書籍 骨とう品 荷車
高度 集中 商品群		牛乳 パン(非製造) 写真機 卵鳥肉	豆腐かまぼこ(製造) 茶類 パン(製造)	中古衣料 他の中古品
中度 集中 商品群	乗用車 医薬品 酒調味料 果実 家庭電気機器 書籍 米 麦 男子服 婦人子供服 (非製造) その他の飲料品 化粧品 菓子(非製造) 乾物 下着 その他 タバコ 野菜 食肉 家具(非製造)	くつ 荒物 紙文具 時計メガネ 菓子(製造) 新聞 楽器 料理品 男子服(製造) 運動具	他の衣服身回品 小間物。 豆腐かまぼこ(非製造) かばん 玩具 家具(製造) 花植木 他の什器 雑穀豆類 建具(非製造)	畳(非製造)
低度 集中 商品群	石油 自動車部品 呉服服地 寝具 トラック 鮮魚 燃料 金物 肥料飼料	他の家庭機器	陶磁器 はきもの 畳(製造)	苗種子
最低 集中度 商品集 群中	農機具	ミシン	自転車 自動二輪車 みやげ品 建具(製造)	

ていることは云うまでもない。第一はそれが都道府県データに基くことに依る。各都道府県はその中に都市部と郊外もしくは農村部を持っており、必ずしも同質的ではない。ある商品が東京都や大阪府に集中しているからといって、直ぐにこれを都市型商品と断定することはできない。また、集中度それ自身にしてもある都道府県を全体としてその内部での商品分布の状態を検討すると、〈第1表〉に示した結果とは多少異ったものになるであろう。第二はそれが商品の販売額データに基くことに依る。したがって、それは実現された需要の分布を示すものであり、潜在的な需要や小売店舗の分布を示すものではない。

商品の集中度は当該商品が持つ属性はもとより、購買慣習、生産事情、経営事情、競争条件、地理的事情等の諸種の要因によって大きく異っている。この中であって、総体としての小売販売総額は年々地方分散化の傾向にあることは前述した通りである。スーパーマーケット等の新興大型小売業者の成長等により、一方で大規模業者への販売の集中が進んでいる<sup>⑨</sup> 反面に、他方で小売業の地方分散化が進行していることは興味ある対称を示している。これには種々の要因が考えられるが、中でも製造企業による系列化を中心としたマーケティングの強化、およびスーパーに代表される大型小売店の成長は見逃すことができない要因であろう。これ等は小売販売額の大規模業者への集中とそれの地方への分散を同時的に遂行する。事実、スーパーの店舗数の地域的分布はその集中度が0.3847<sup>⑩</sup> とかなり分散しており、人口分布のそれを下回っている。

以上の分析は、各商品の経年的な集中度変化の分析を通して一層厳密に考察されなければならない。これについては別の機会に譲りたい。

(S.49.7.4)

⑨ 中村孝士、田島義博編、流通とチャネル行動、昭和44年(日本生産性本部)、97-106頁。

⑩ 東洋経済新報社、地域経済総覧(昭和48年版)の昭和45年統計により算出。