

潜在購買力と流出入比率

澤 喜 司 郎

I はじめに

改正大店法が施行されて2年が経過し、同法の附則にもとづく見直し作業が産業構造審議会や中小企業政策審議会で行われてきた。この見直し作業に関する中間答申によれば、店舗面積などの規制をより緩和するようになっており、地域の中小小売商業にとっての商業環境はますます厳しくなるものと予想されている。

こうしたなかで、街づくりの一環としての中小小売商業の活性化が重要な課題となり、商店街の再開発や地元主導型のショッピングセンターづくりなど、各地でいろいろな取り組みが行われている。

商店街の再開発あるいは地元主導型のショッピングセンターづくりのいずれにおいても、その計画策定時に問題となるのが現実を正確に把握するための潜在購買力と流出入比率である。しかし、現在一般に使用されている潜在購買力の概念およびその計算方法、それに依拠して算出された流出入比率には、大きな問題があるといわねばならない。

まず、潜在購買力は都道府県単位で考えれば、一般的には、流出分を含め当該市町村で潜在的にもっている年間小売販売額（逆に言えば購買力）

を示すといわれ、それは各市町村の行政人口に県民 1 人当たり販売額（県の年間小売販売額÷県の行政人口）を乗ずることによって求められている。この概念および計算方法における問題点は、県民 1 人当たり販売額という考え方に立つために、購買力を家計に限定し、業務購買力つまり企業の購買力を無視していることである。例えば、この考え方に立って国民 1 人当たり年間販売額（＝購買額）を計算すると、平成 3 年現在では国民 1 人が小売店で 1 年間に支出した金額は 114 万 1945 円となり、仮に 1 世帯 3 人とすれば 342 万 5835 円となって、まったく現実離れをした数値となってしまふ。

次に、流出入比率は、当該市町村の年間小売販売額を上記の方法によって計算された潜在購買力で割ることによって求められている。ここでの問題点は、県民 1 人当たり販売額という考え方に立っているために、企業の購買力を無視していることを別としても、県民は他の都道府県ではまったく買物をしていないことを前提とし、消費者の県境を越えた現実的な広域的消費行動を無視していることである。

そこで、現在一般的にもちいられている潜在購買力や流出入比率には、上述したような問題点があるために、本稿では国レベルでの概念適用を基本として、家計潜在購買力や業務潜在購買力つまり企業の潜在購買力の算出を主要な課題とし、併せて 1 国の潜在購買力の都道府県単位への配分などについて、若干の分析と試算を試みたい。

II 小売業における年間販売額

全国の小売業における年間販売額は、『商業統計表』によれば、平成 3 年現在、140 兆 6381 億円であり、基本小売業（自動車・燃料・農耕用品小売業を除く）の年間販売額は 108 兆 6805 億円である¹⁾。

この年間販売額の推移をみると、表 2-1 に示されるとおり、全小売業においては昭和 45 年の 21 兆 7734 億円から昭和 51 年には 56 兆 290 億円、昭和 60 年には 101 兆 7191 億円へと年々増加し、平成 3 年には対昭和 45 年比で 6.5 倍増を

示し、これに対して基本小売業においては、昭和45年の17兆913億円から昭和51年には43兆9214億円、昭和60年には78兆4677億円へと年々増加し、平成3年には対昭和45年比で6.4倍増となっている。

基本小売業の年間販売額が全小売業の年間販売額に占める比率は、75%～80%の間で推移しているが、一定ではない。

表2-1 小売業の年間販売額の推移

(単位：百万円，億円)

	全小売業 年間販売額 (百万円)	基本小売業 年間販売額 (百万円)	%	実 質 国民総生産 (億円)	消費者 物 価 指 数	実 質 賃 金 指 数
45年	21,773,438	17,091,269	78.5	1,730,287	37.5	59.5
47年	28,292,696	22,415,031	79.2	1,983,252	42.0	71.2
49年	40,299,895	31,969,522	79.3	2,072,992	58.6	79.0
51年	56,029,007	43,921,423	78.4	2,243,215	70.9	82.4
54年	73,564,400	57,483,255	78.1	2,606,053	82.4	86.6
57年	93,971,191	72,200,402	76.8	2,871,843	94.6	87.7
60年	101,719,064	78,467,722	77.1	3,239,592	100.4	90.2
63年	114,839,927	89,899,970	78.3	3,706,417	101.7	97.2
3年	140,638,102	108,680,495	77.3	4,208,448	111.4	100.5

[注] ①基本小売業とは、自動車・燃料・農耕用品小売業を除く小売業をいう。
 ②実質国民総生産は昭和60年価格であり、消費者物価指数は昭和60年を、
 実質賃金指数は平成2年をそれぞれ100とする。

1) 年間小売販売額を商品別(中分類)をみると、飲食料品類が44兆3179億円(30.9%)、織物・衣類・身回品類が23兆4985億円(16.4%)、自動車・自転車類が19兆5533億円(13.6%)、家具・建具・什器類が16兆59億円(11.2%)、その他の商品類が39兆9121億円(27.9%)、計143兆6038億円となる。なお、これには卸売業による小売販売額が含まれている。

また、年間販売額を組織別にみると法人組織の商店が115兆7294億円(82.3%)、個人経営の商店が24兆9087万円(17.7%)である。法人組織の商店の販売先をみると、本支店間移動が1982億円(0.2%)、卸売業者が2184億円(0.2%)、小売業者が1兆2112億円(1.0%)、産業用使用者・その他が2997億円(0.3%)、国外(直接輸出)が29億円(0.0%)、一般消費者(家計および企業)が113兆7991億円(98.3%)と、その大半を一般消費者が占めるが、一般消費者以外への年間販売額は1兆9303億円となる。

さて、1 国の経済活動全体を生産の側面から捉えた実質国民総生産 (X1) と全小売業の年間販売額 (Y1) の関係を見ると、

$$Y1 = -1.92996E+09 + 1.35601E+08 \ln X1 \dots\dots\dots (2.1)$$

$$R = 0.992791$$

(2.1) 式に示されるとおり、そこには実質国民総生産が増大すれば全小売業の年間販売額も増大するという関係が認められる。

同様に、実質国民総生産 (X1) と基本小売業の年間販売額 (Y2) の関係を見ると、

$$Y2 = -1.48573E+09 + 1.04428E+08 \ln X1 \dots\dots\dots (2.2)$$

$$R = 0.993873$$

(2.2) 式に示されるとおり、全小売業の場合と同様に、実質国民総生産が増大すれば基本小売業の年間販売額も増大するという関係が認められる。

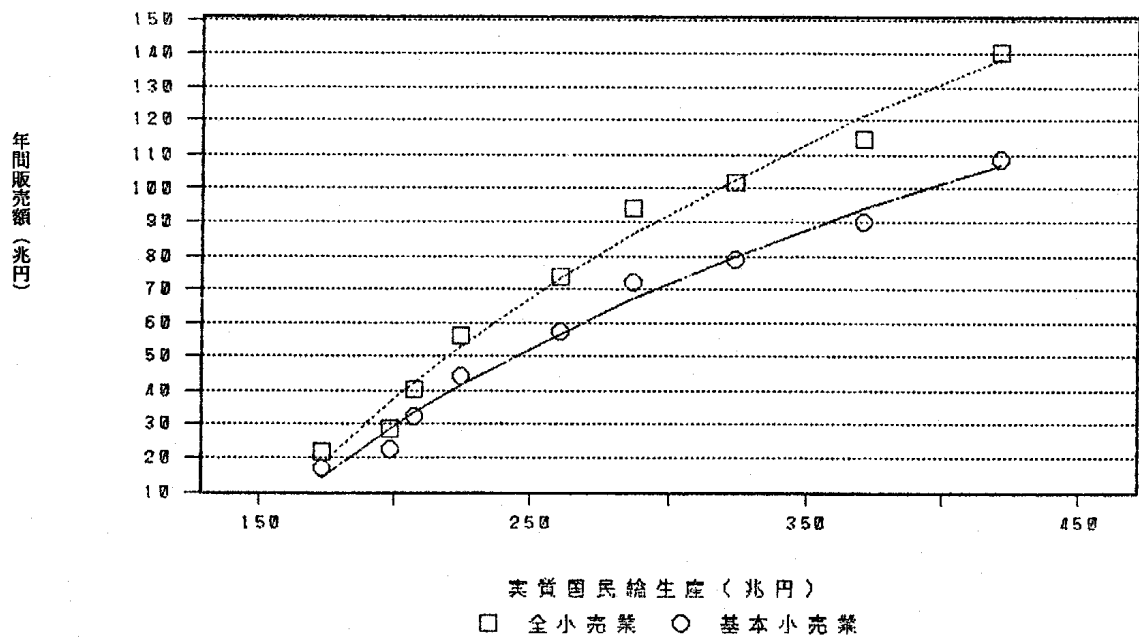


図2-1 実質国民総生産と年間販売額との関係

他方、消費者物価指数 (X2) と全小売業の年間販売額 (Y1) および基本小売業の年間販売額 (Y2) の関係を見ると、

$$Y1 = 9.71687E+06 e^{0.0240657 X2} \dots\dots\dots (2.3)$$

$$R = 0.996808$$

$$Y2 = 7.78459E+06 e^{0.0237411 X2} \dots\dots\dots (2.4)$$

$$R = 0.996108$$

(2.3) 式および (2.4) 式に示されるとおり、いずれも消費者物価指数が上昇すれば年間販売額も増大するという関係が認められる。

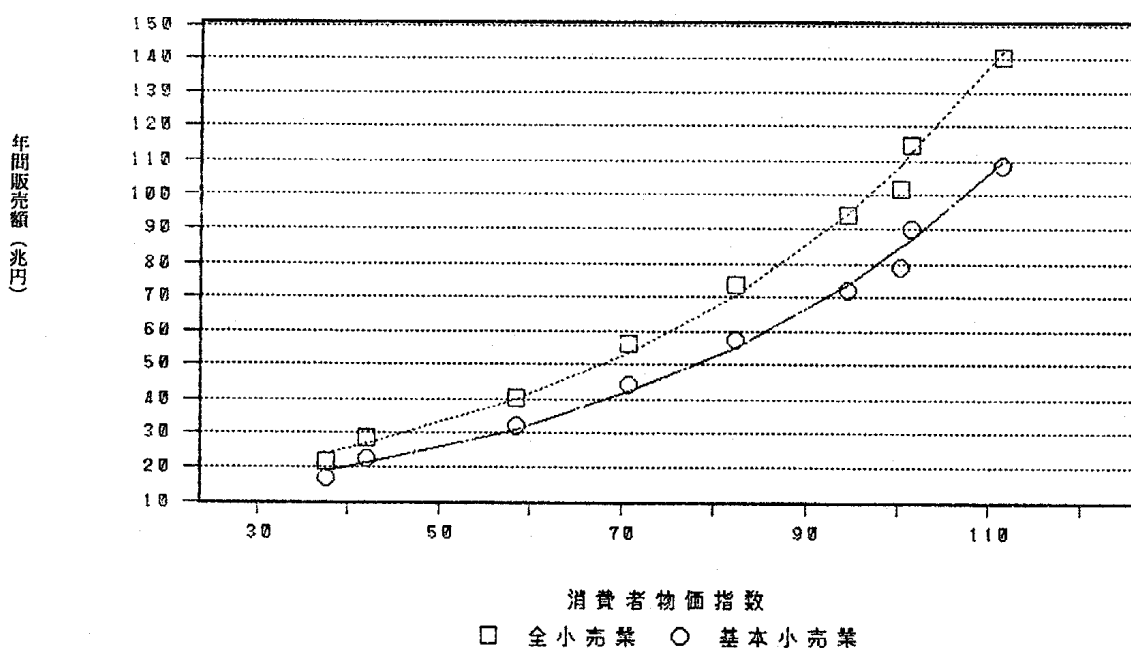


図2-2 消費者物価指数と年間販売額との関係

さらに、実質賃金指数 (X3) と全小売業の年間販売額 (Y1) および基本小売業の年間販売額 (Y2) の関係を見ると、

$$Y1 = 961405 e^{0.049917 X3} \dots\dots\dots (2.5)$$

$$R=0.974588$$

$$Y2=784242 e^{0.0494009 X3} \dots\dots\dots (2.6)$$

$$R=0.976985$$

(2.5) 式および (2.6) 式に示されるとおり、いずれも実質賃金指数が上昇すれば年間販売額も増大するという関係が認められる。

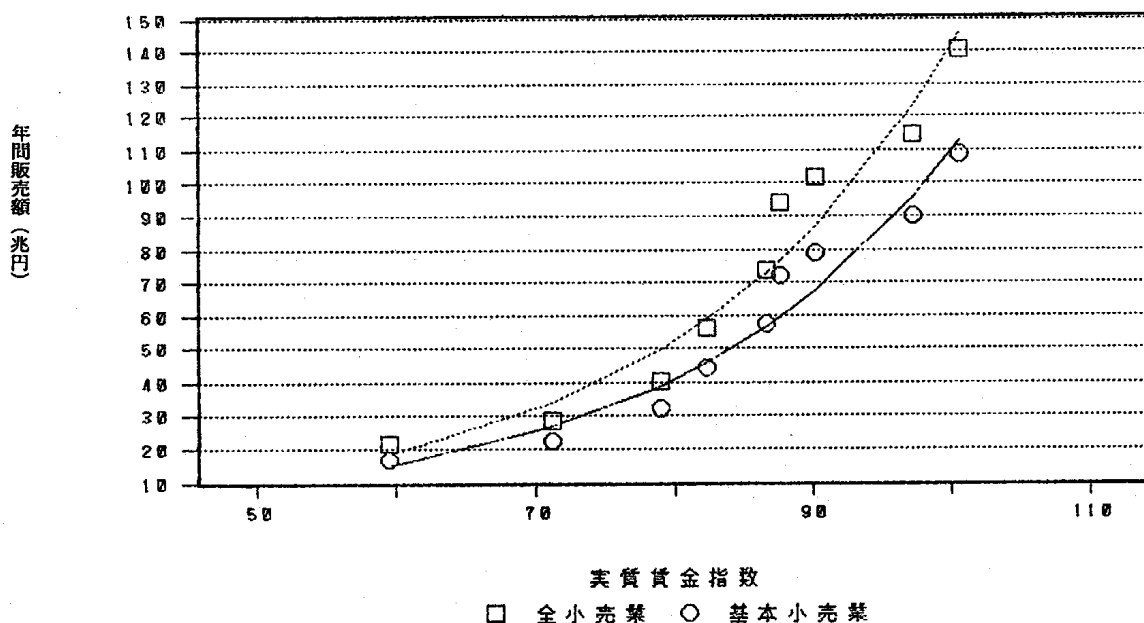


図2-3 実質賃金指数と年間販売額との関係

このように、実質国民総生産や消費者物価指数、実質賃金指数と小売業の年間販売額との関係をみたが、これは単に経済活動全体の動向や物価あるいは賃金の動向との関係をみただけであって、その因果関係をみたものではない。そのため、経済活動が活発化し、あるいは物価や賃金が増したからといって小売業の販売額が増大するというものではない。

そこで、経済活動や物価あるいは賃金と小売業の年間販売額との因果関係的な販売性向（寄与度）を明らかにするために、全小売業の年間販売額の対前期伸び率（Y3）あるいは基本小売業の年間販売額の対前期伸び率

(Y4)と、実質国民総生産(X4)、消費者物価指数(X5)、実質賃金指数(X6)のそれぞれの対前期伸び率の関係をみると、

$$Y3 = 5.12612 \times 0.059514^{X4} \times 0.05267^{X5} \times 0.00565985^{X6} \quad \dots (2.7)$$

$$R^2 = 0.915799$$

$$Y4 = 5.65882 \times 0.0531947^{X4} \times 0.0481291^{X5} \times 0.123628^{X6} \quad \dots (2.8)$$

$$R^2 = 0.909367$$

(2.7) 式および (2.8) 式に示されるとおり、そこには実質国民総生産、消費者物価指数、実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると小売業の年間販売額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められるのである²⁾。

そして、このような相関関係が認められたことにより、それぞれの年における小売業の年間販売額の伸び率に対する経済活動や物価あるいは賃金の上昇の寄与度を示したものが図2-4および図2-5である。

III 家計における年間消費支出額

全国の家計における年間消費支出額は、『家計調査年報』によれば、平成3年現在、135兆4157億円（一世帯当たり392万5358円）である³⁾。

この年間消費支出額の推移をみると、表3-1に示されるとおり、昭和45年の25兆843億円から昭和51年には61兆2559億円、昭和60年には106兆136億円へと年々増加し、平成3年には対昭和45年比で6.5倍増となっている。

2) 同様の分析を商品別に行った結果、飲食料品、織物・衣類等、家具・建具等については、いずれもは実質国民総生産や消費者物価指数、実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると、年間販売額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められたが、自動車等、その他の商品については認められなかった。

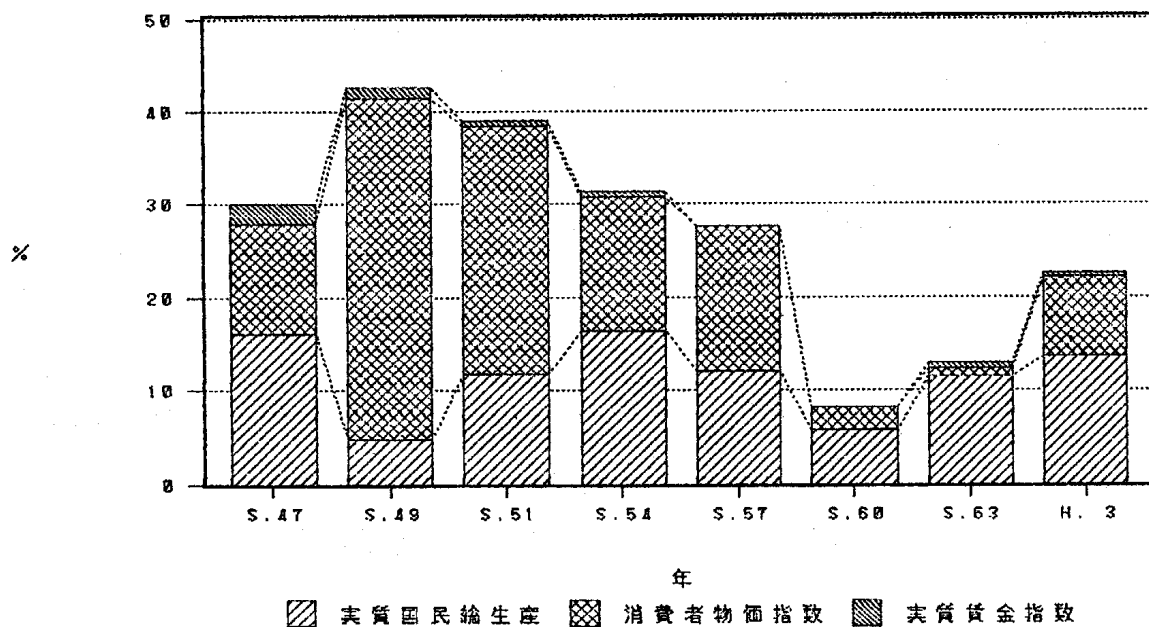


図2-4 全小売業の販売額の伸び率に対する寄与度

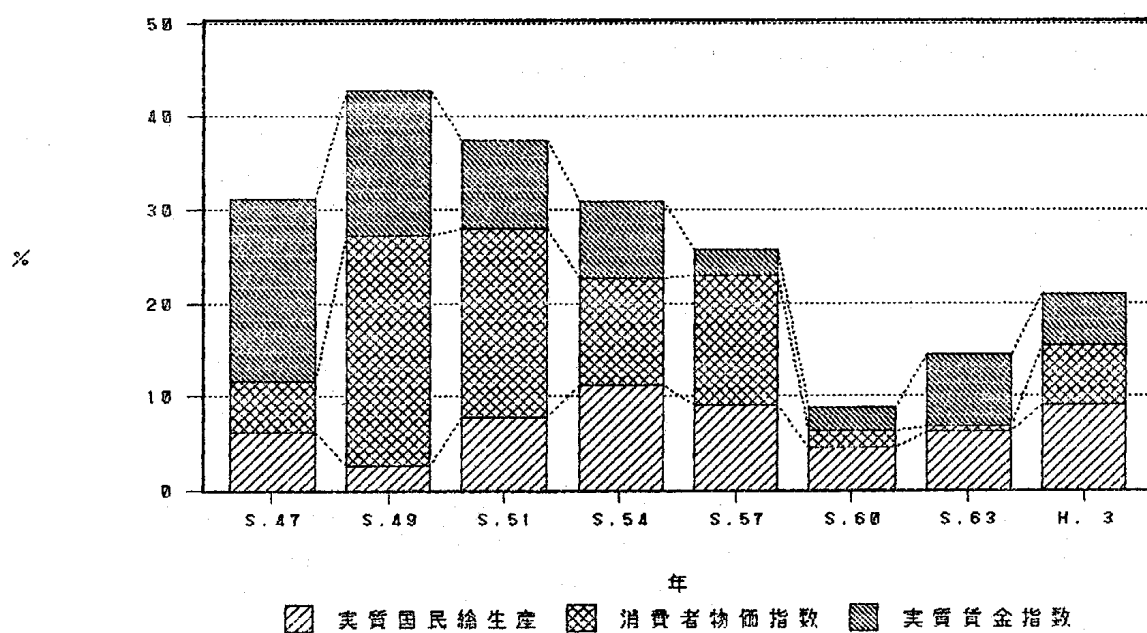


図2-5 基本小売業の販売額の伸び率に対する寄与度

表3-1 家計消費支出額の推移

(単位：百万円, 円, %)

	全国家計消費 支出額 (百万円)	世帯当たり 消費支出額 (円)	一人当たり 消費支出額 (円)	対前期 伸び率 (%)
45年	25,084,256	954,369	239,791	
47年	31,314,548	1,152,309	293,208	24.8
49年	45,860,686	1,632,286	418,535	46.5
51年	61,255,891	2,097,484	546,220	33.6
54年	77,551,066	2,576,363	672,680	26.6
57年	94,658,375	3,038,024	803,710	22.1
60年	106,013,575	3,277,373	883,389	12.0
63年	117,290,291	3,493,468	962,388	10.6
3年	135,415,701	3,925,358	1,099,540	15.5

さて、消費者物価指数 (X2) と家計消費支出額 (Y5) の関係をみると、

$$Y5 = 1.20912E + 07 e^{0.0220376 X2} \dots\dots\dots (3.1)$$

$$R = 0.99612$$

(3.1)式に示されるとおり、そこには消費者物価指数が上昇すれば家計消費支出額も増大するという関係が認められる。

また、実質賃金指数 (X3) と家計消費支出額 (Y5) の関係をみると、

$$Y5 = 1.4462E + 06 e^{0.0457698 X3} \dots\dots\dots (3.2)$$

$$R = 0.975353$$

3) 家計における年間消費支出額を消費支出項目別 (大分類) にみると、食料費が37兆1307億円 (27.4%)、住居費が6兆9367億円 (5.1%)、光熱・水道費が7兆4439億円 (5.5%)、家具・家事用品費が5兆9438億円 (4.4%)、被服及び履物費が10兆4296億円 (7.7%)、保健医療費が3兆7730億円 (2.8%)、交通・通信費が12兆6929億円 (9.4%)、教育費が5兆8834億円 (4.3%)、教養娯楽費が13兆5266億円 (10.0%)、諸雑費が8兆1477億円 (6.0%)、小遣い・交際費等が23兆5073億円 (17.4%) である。

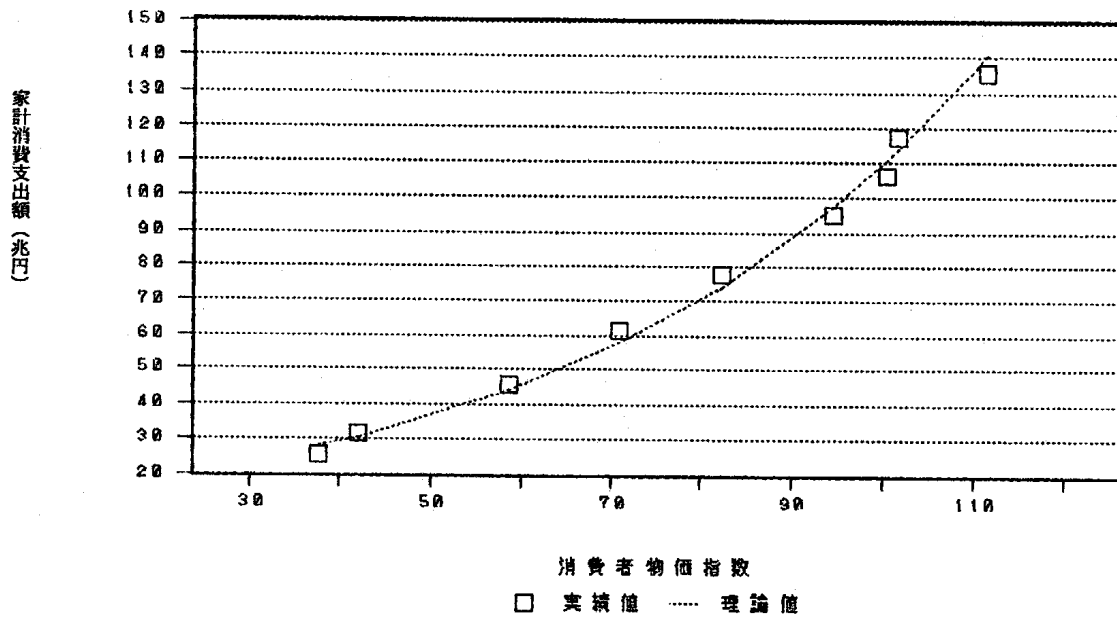


図3-1 消費者物価指数と家計消費支出額との関係

(3.2)式に示されるとおり、そこには実質賃金指数が上昇すれば家計消費支出額も増大するという関係が認められる。

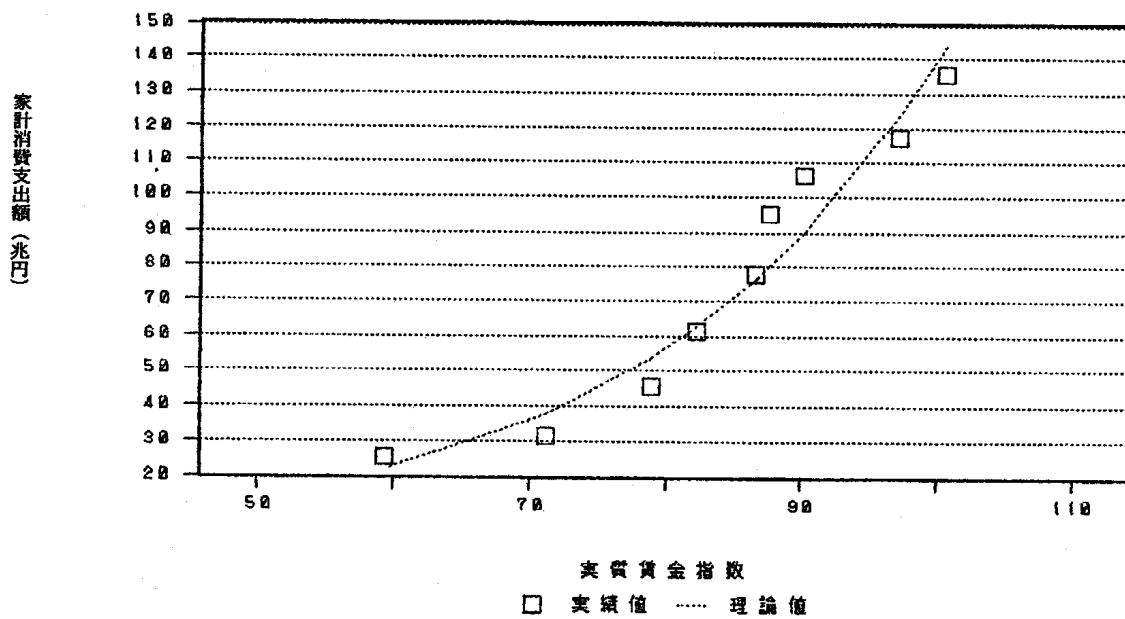


図3-2 実質賃金指数と家計消費支出額との関係

このように、消費者物価指数や実質賃金指数と家計消費支出額との関係をみたが、これは単に消費者物価あるいは実質賃金の動向との関係をみただけであって、その因果関係をみたものではない。

そこで、物価あるいは賃金と家計消費支出額との因果関係的な消費支出性向(影響度)を明らかにするために、家計消費支出額の対前期伸び率(Y6)と、消費者物価指数の対前期伸び率(X5)、実質賃金指数の対前期伸び率(X6)の関係をみると、

$$Y6 = 7.47113 + 0.980043 X5 + 0.25106 X6 \quad \dots\dots\dots (3.3)$$

$$R^2 = 0.960636$$

(3.3)式に示されるとおり、そこには消費者物価指数や実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると家計消費支出額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められる。つまり、物価や賃金が上昇すれば、家計消費支出額も増大するのである⁴⁾。

このような相関関係が認められたことにより、それぞれの年における家計消費支出額の伸び率に対する物価あるいは賃金の上昇の影響度を示したものが図3-3である。

4) 同様の分析を消費支出項目別に行った結果、食料費、住居費、家具・家事用品費、被服及び履物費、教養娯楽費、諸雑費、小遣い・交際費等については、いずれも消費者物価指数や実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると、消費支出額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められたが、光熱・水道費、保健医療費、交通・通信費、教育費については認められなかった。

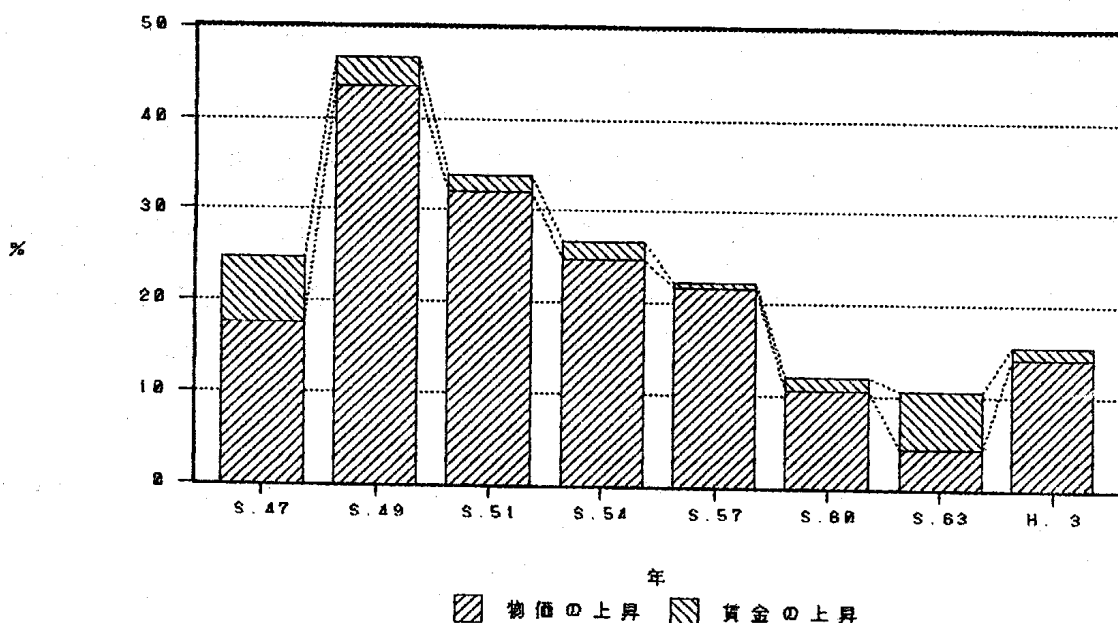


図3-3 家計消費支出額の伸び率に対する影響度

IV 家計における小売購買額

平成3年現在の全国の家計における年間消費支出額は135兆4157億円であり、これは食料費、住居費、光熱・水道費、家具・家事用品費、被服及び履物費、保健医療費、交通・通信費、教育費、教養娯楽費、諸雑費、小遣い・交際費等から構成されていた。

そこで、これらの消費支出項目のうち家賃や外食費、交通・通信費、医療費、理美容サービス費などを除き、小売店において支出する全商品の家計小売購買額をみると、それは平成3年現在、67兆6872億円（一世帯当たり196万2083円）である。

この全商品の家計小売購買額の推移をみると、表4-1に示されるとおり、昭和45年の15兆7625億円から昭和51年には36兆7028億円、昭和60年には55兆7390億円へと年々増加し、平成3年には対昭和45年比で4.3倍増となっている。また、全商品の家計小売購買額が家計消費支出額に占める割合は、昭和45年の62.8%から年々低下し、平成3年には50.0%となっている。こ

のことは、周知の通り、交通・通信や教育に対する消費支出額が著しく増加していることによる。

表4-1 家計小売購買額（全商品）の推移

(単位：百万円, 円, %)

	全国家計消費 支出額 (百万円)	全国家計小売 購買額 (百万円)	%		世帯当たり 小売購買額 (円)	一人当たり 小売購買額 (円)	対前期 伸び率 (%)
45年	25,084,256	15,762,499	62.8		599,708	150,681	
47年	31,314,548	19,239,855	61.4		707,986	180,149	22.1
49年	45,860,686	28,177,339	61.4		1,002,896	257,153	46.5
51年	61,255,891	36,702,838	59.9		1,256,754	327,280	30.3
54年	77,551,066	43,687,796	56.3		1,451,374	378,949	19.0
57年	94,658,375	51,853,373	54.8		1,664,214	440,268	18.7
60年	106,013,575	55,738,969	52.6		1,746,374	464,461	7.5
63年	117,290,291	60,760,520	51.8		1,809,740	498,551	9.0
3年	135,415,701	67,687,221	50.0		1,962,083	549,603	11.4

また、小売店において支出する全商品の家計小売購買額のうち、自動車、燃料、農耕用品を除く基本商品の小売購買額は、62兆1445億円（一世帯当たり180万1401円）である。

この基本商品の家計小売購買額の推移をみると、表4-2に示されるとおり、昭和45年の14兆8471億円から昭和51年には34兆140億円、昭和60年には49兆5690億円へと年々増加し、平成3年には対昭和45年比で4.2倍増となっている。また、基本商品の家計小売購買額が家計消費支出額に占める割合は、昭和45年の59.2%から年々低下し、平成3年には45.9%となっている。

さて、消費者物価指数 (X2) と全商品の家計小売購買額 (Y7) の関係をみると、

$$Y7 = 136660 X2^{1.31439} \dots\dots\dots (4.1)$$

$$R = 0.99786$$

表4-2 家計小売購買額（基本商品）の推移

(単位：百万円, 円, %)

	全国家計消費 支出額 (百万円)	全国家計小売 購買額 (百万円)	%	世帯当たり 小売購買額 (円)	一人当たり 小売購買額 (円)	対前期 伸び率 (%)
47年	31,314,548	18,078,511	57.7	665,251	169,275	21.8
49年	45,860,686	26,415,159	57.6	940,176	241,071	46.1
51年	61,255,891	34,014,013	55.5	1,164,685	303,304	28.8
54年	77,551,066	40,122,335	51.7	1,332,924	348,022	18.0
57年	94,658,375	46,266,330	48.9	1,484,900	392,831	15.3
60年	106,013,575	49,569,003	46.8	1,553,061	413,048	7.1
63年	117,290,291	54,573,438	46.5	1,625,459	447,785	10.1
3年	135,415,701	62,144,549	45.9	1,801,401	504,594	13.9

(4.1)式に示されるとおり，そこには消費者物価指数が上昇すれば全商品の家計小売購買額も増大するという関係が認められる。

同様に，消費者物価指数 (X2) と基本商品の家計小売購買額 (Y8) の関係をみると，

$$Y8 = 163138 X2^{1.25053} \dots\dots\dots (4.2)$$

$$R = 0.997663$$

(4.2)式に示されるとおり，そこには消費者物価指数が上昇すれば基本商品の家計小売購買額も増大するという関係が認められる。

また，実質賃金指数 (X3) と全商品の家計小売購買額 (Y7) および基本商品の家計小売購買額 (Y8) の関係をみると，

$$Y7 = 1.36633E + 06 e^{0.0396599 X3} \dots\dots\dots (4.3)$$

$$R = 0.975227$$

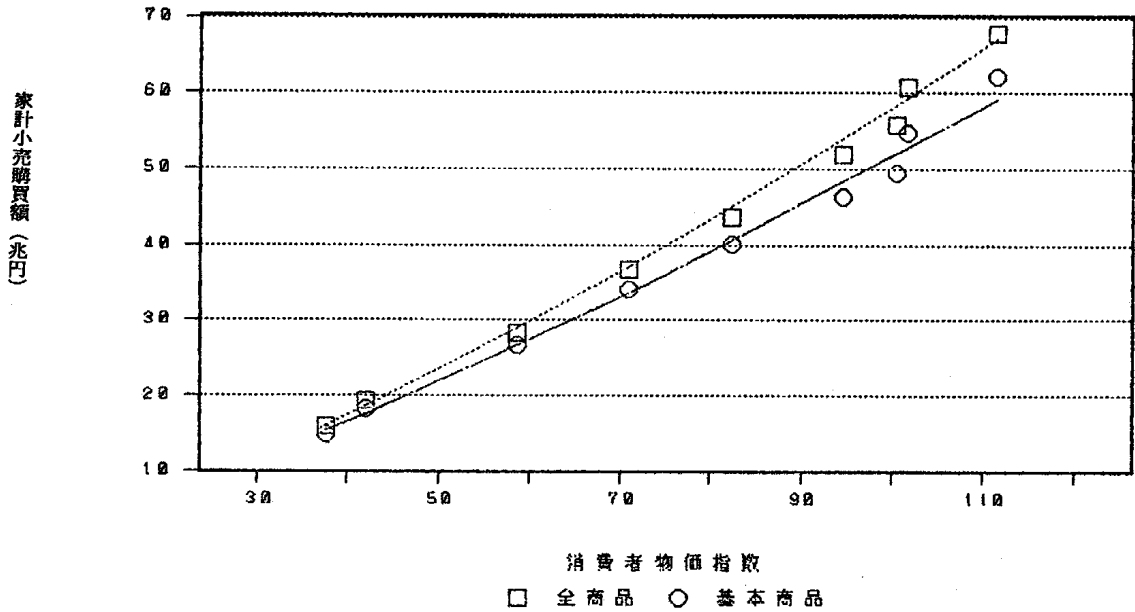


図4-1 消費者物価指数と家計小売購買額との関係

$$Y8 = 1.39389E+06 e^{0.038396 X3} \dots\dots\dots (4.4)$$

$$R = 0.978674$$

(4.3) 式および (4.4) 式に示されるとおり、そこには実質賃金指数が上昇すれば家計小売購買額も増大するという関係が認められる。

このように、消費者物価指数や実質賃金指数と家計小売購買額との関係をみたが、これは単に消費者物価や実質賃金の動向との関係をみただけであって、その因果関係をみたものではない。

そこで、物価あるいは賃金と家計小売購買額との因果関係的な消費支出性向（影響度）を明らかにするために、全商品の家計小売購買額の対前期伸び率（Y9）および基本全商品の家計小売購買額の対前期伸び率（Y10）と、消費者物価指数の対前期伸び率（X5）、実質賃金指数の対前期伸び率（X6）の関係をみると、

$$Y9 = 2.28106 + 1.03721 X5 + 0.385069 X6 \dots\dots\dots (4.5)$$

$$R^2 = 0.96456$$

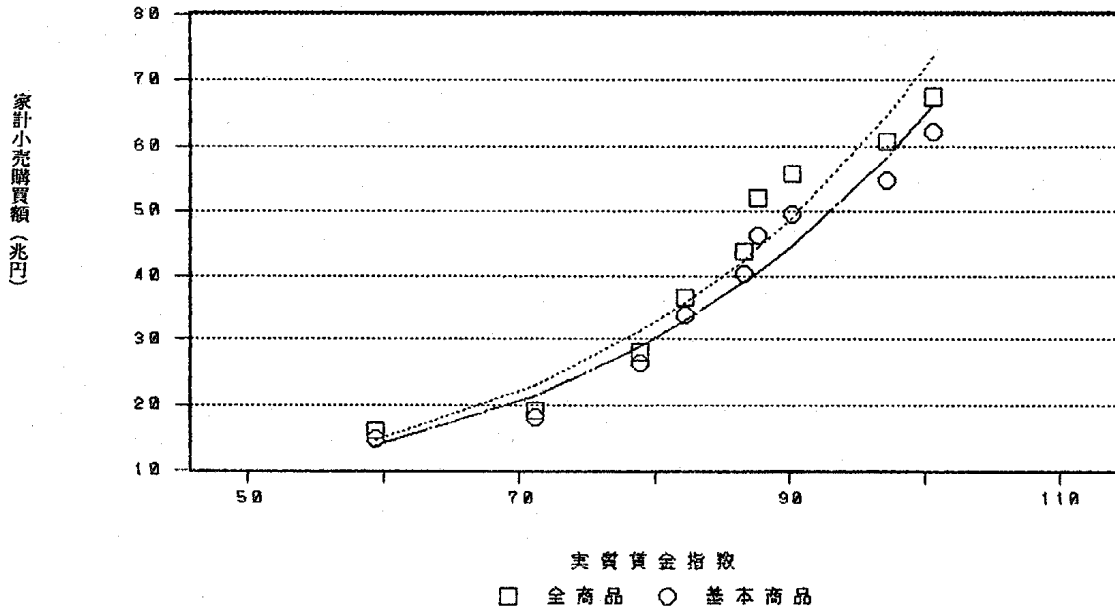


図4-2 実質賃金指数と家計小売購買額との関係

$$Y_{10} = 2.15597 + 0.984486 X_5 + 0.456219 X_6 \dots\dots\dots (4.6)$$

$$R^2 = 0.960134$$

(4.5) 式および (4.6) 式に示されるとおり、いずれも消費者物価指数や実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると家計小売購買額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められる。つまり、物価や賃金が上昇すれば、家計小売購買額も増大するのである⁵⁾。

このような相関関係が認められたことにより、それぞれの年における家計小売購買額の伸び率に対する物価と賃金の上昇の影響度を示したものが図4-3および図4-4であり、物価の上昇の影響は全商品の家計小売購買力に対するよりも、自動車、燃料、農耕用品を除く基本商品の家計小売購買力

5) 同様の分析を商品別に行った結果、飲食料品、織物・衣類等については、いずれも消費者物価指数や実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると、家計小売購買額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められたが、自動車等、家具・建具等、その他の商品については認められなかった。

に対して強くなっている。

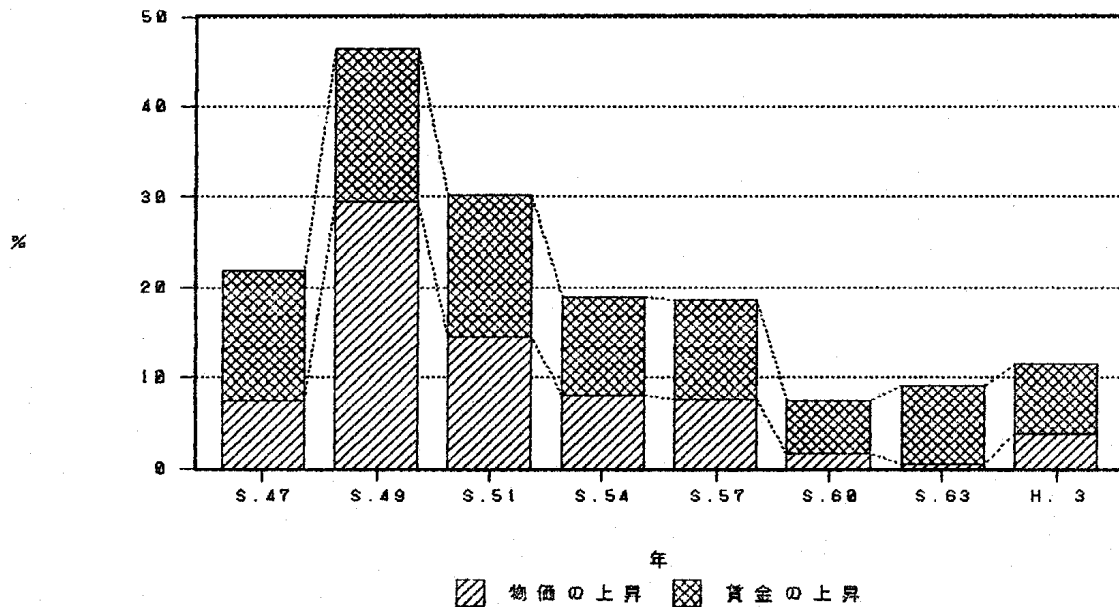


図4-3 全商品の家計小売購買額の伸び率に対する影響度

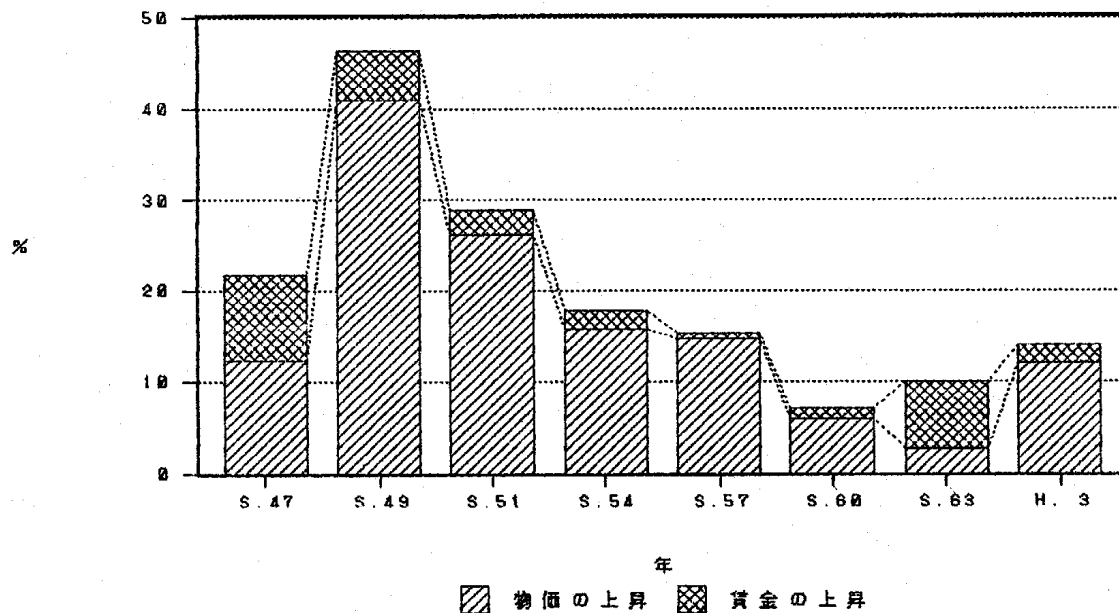


図4-4 基本商品の家計小売購買額の伸び率に対する影響度

V 企業における小売購買額

企業における小売購買額を算出するにあたっては、以下のような仮説が成り立つであろう。つまり、全国の小売店での販売額のうち家計への販売額を除いたものが企業への販売額に相当するであろうというものである。

そこで、企業小売購買額は、

$$\text{全国小売業販売額} = \text{全国家計小売購買額} + \text{全国企業小売購買額}$$

という前提のもとで試算する⁶⁾。

平成 3 年現在の全国の小売業における年間販売額（全商品）は 140 兆 6381 億円であり、全国の家計小売購買額は 67 兆 6872 億円である。したがって、全商品に関する全国の企業小売購買額は 72 兆 9509 億円と試算される。

この全商品に関する企業小売購買額の推移をみると、表 5-1 に示されるとおり、昭和 45 年の 6 兆 109 億円から昭和 51 年には 19 兆 3262 億円、昭和 60 年には 45 兆 9801 億円へと年々増加し、平成 3 年には対昭和 45 年比で 12.1 倍増となっている。また、企業小売購買額が小売販売額に占める割合は、昭和 45 年の 27.6% から年々上昇し、平成 3 年には 51.9% と過半を占め、そうした意味で昭和 45 年以降の小売販売額の増大は家計に依るよりも企業に依るところが大きいといえる。

また、平成 3 年現在の自動車、燃料、農耕用品を除く基本商品に関する全国の年間小売販売額は 108 兆 6815 億円であり、基本商品に関する全国の家計小売購買額は 62 兆 1445 億円である。したがって、基本商品に関する全国の企業小売購買額は 46 兆 5359 億円となる。この推移をみると、昭和 45 年の 2 兆 2441 億円から昭和 51 年には 9 兆 9074 億円、昭和 60 年には 28 兆 8987 億円

6) 小売業の販売額のなかには、注 1) で示したように一般消費者以外への販売額も含まれているが、その比率が小さいことから、ここではこれを考慮しないこととする。

へと年々増加し、平成3年には対昭和45年比で20.7倍増となっている。また、それが小売販売額に占める割合は、昭和45年の13.1%から年々上昇し、平成3年には42.8%となっている。

表5-1 企業小売購買額の推移

(単位：百万円, %)

		全 国 小売購買額	全国家計 小売販売額	全国企業 小売購買額		対前期 伸び率
					%	
全 商 品	45年	21,773,438	15,762,499	6,010,939	27.6	
	47年	28,292,696	19,239,855	9,052,841	32.0	50.6
	49年	40,299,895	28,177,339	12,122,556	30.1	33.9
	51年	56,029,007	36,702,838	19,326,239	34.5	59.4
	54年	73,564,400	43,687,796	29,876,604	40.6	54.6
	57年	93,971,191	51,853,373	42,117,818	44.8	41.0
	60年	101,719,064	55,738,969	45,980,095	45.2	9.2
	63年	114,839,927	60,760,520	54,079,407	47.1	17.6
	3年	140,638,102	67,687,221	72,950,881	51.9	34.9
基 本 商 品	45年	17,091,269	14,847,147	2,244,122	13.1	
	47年	22,415,031	18,078,511	4,336,520	19.3	93.2
	49年	31,969,522	26,415,159	5,554,363	17.4	28.1
	51年	43,921,423	34,014,013	9,907,410	22.6	78.4
	54年	57,483,255	40,122,335	17,360,920	30.2	75.2
	57年	72,200,402	46,266,330	25,934,072	35.9	49.4
	60年	78,467,722	49,569,003	28,898,719	36.8	11.4
	63年	89,899,970	54,573,438	35,326,532	39.3	22.2
	3年	108,680,495	62,144,549	46,535,946	42.8	31.7

さて、1国の経済活動全体を生産の側面から捉えた実質国民総生産(X1)と全商品に関する企業小売購買額(Y11)の関係をみると、

$$Y_{11} = -4.18084E+07 + 27.0777 X_1 \dots\dots\dots (5.1)$$

$$R = 0.991213$$

(5.1)式に示されるとおり、そこには実質国民総生産が増大すれば全商品に関する企業小売購買額も増大するという関係が認められる。

同様に、実質国民総生産(X1)と基本商品に関する企業小売購買額(Y12)との関係を見ると、

$$Y12 = -3.06913E+07 + 18.3407 X1 \dots\dots\dots (5.2)$$

$$R = 0.993171$$

(5.2)式に示されるとおり、全商品の場合と同様に、実質国民総生産が増大すれば基本商品に関する企業小売購買額も増大するという関係が認められる。

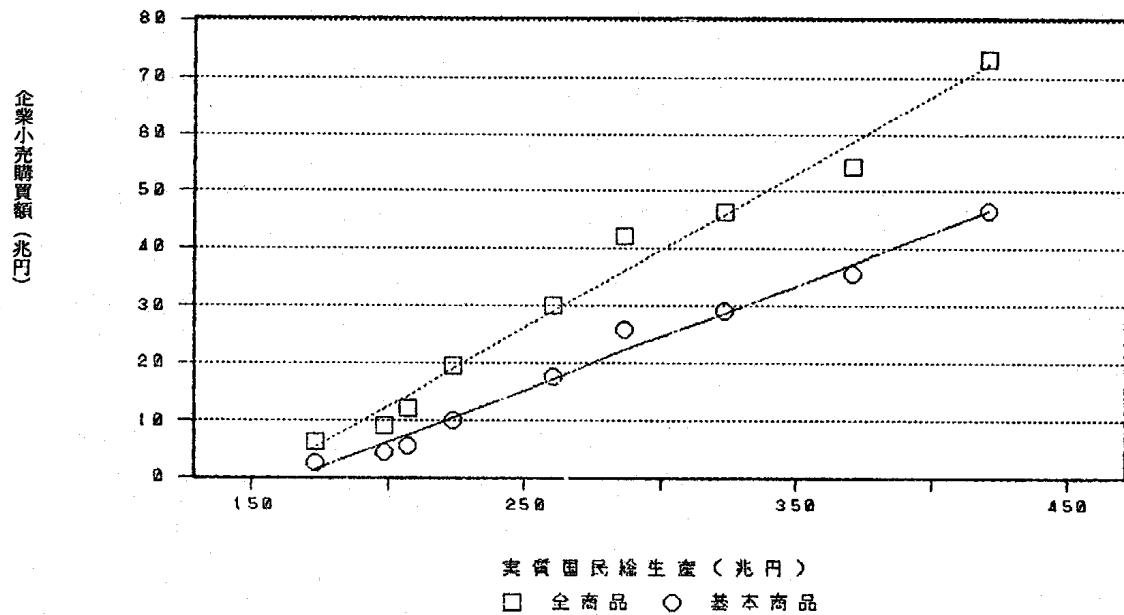


図5-1 実質国民総生産と企業小売購買額との関係

他方、消費者物価指数(X2)と全商品に関する企業小売購買額(Y11)および基本商品に関する企業小売購買額(Y12)の関係を見ると、

$$Y11 = 2.00458E+06 e^{0.0320809 X2} \dots\dots\dots (5.3)$$

$$R = 0.995377$$

$$Y_{12} = 646254 e^{0.038729 X_2} \dots\dots\dots (5.4)$$

$$R = 0.991106$$

(5.3) 式および (5.4) 式に示されるとおり、いずれもそこには消費者物価指数が上昇すれば企業小売購買額も増大するという関係が認められる。

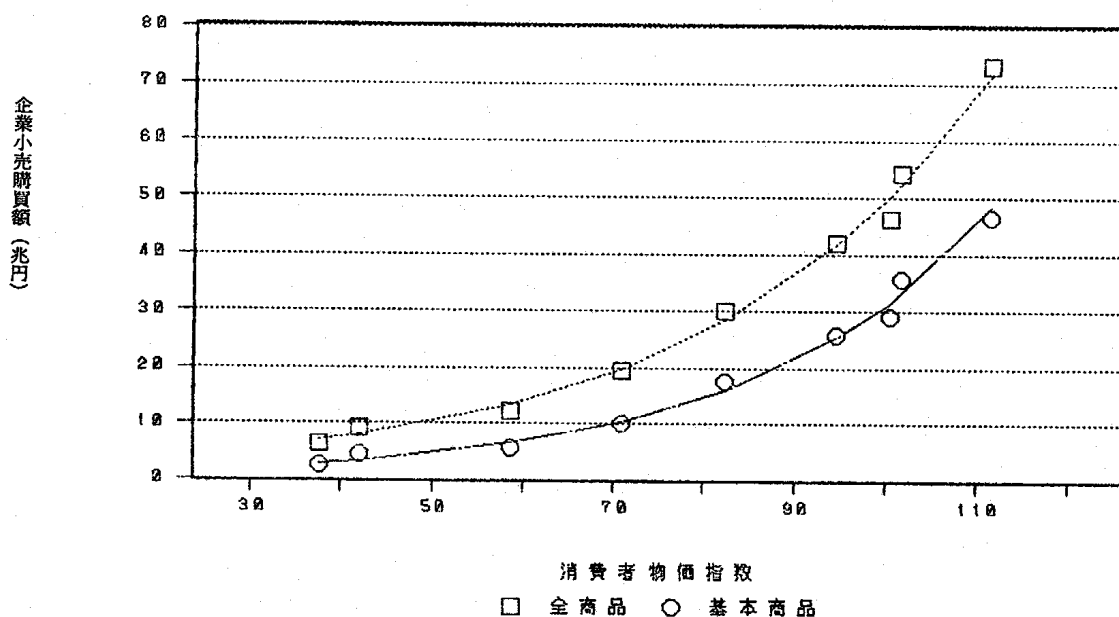


図5-2 消費者物価指数と企業小売購買額との関係

さらに、実質賃金指数 (X3) と全商品に関する企業小売購買額 (Y11) および基本商品に関する企業小売購買額 (Y12) の関係を見ると、

$$Y_{11} = 94127 e^{0.0662692 X_3} \dots\dots\dots (5.5)$$

$$R = 0.969552$$

$$Y_{12} = 15497.2 e^{0.0804264 X_3} \dots\dots\dots (5.6)$$

$$R = 0.970143$$

(5.5) 式および (5.6) 式に示されるとおり，そこには実質賃金指数が上昇すれば企業小売購買額も増大するという関係が認められる。

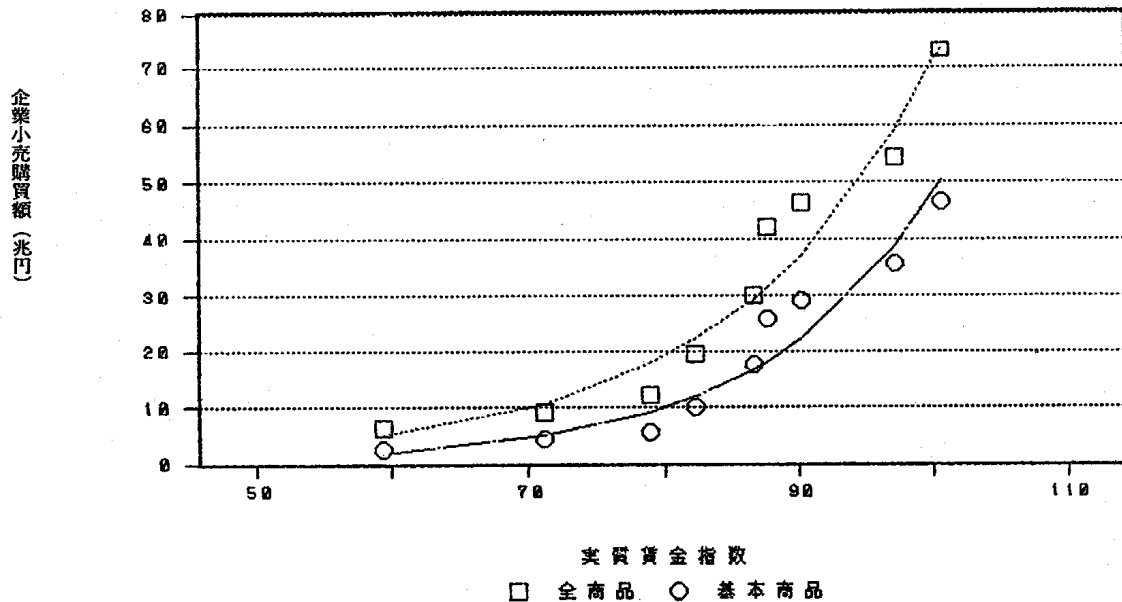


図5-3 実質賃金指数と企業小売購買額との関係

このように，実質国民総生産や消費者物価指数，実質賃金指数と企業小売購買額との関係をみたが，これは単に経済活動全体の動向や消費者物価あるいは実質賃金の動向との関係をみただけであって，その因果関係をみたものではない。

そこで，経済活動や物価あるいは賃金と企業小売購買額との因果関係的な消費性向（影響度）を明らかにするために，全商品に関する企業小売購買額の対前期伸び率 (Y13) あるいは基本商品に関する企業小売購買額の対前期伸び率 (Y14) と，実質国民総生産 (X4)，消費者物価指数 (X5)，実質賃金指数 (X6) のそれぞれの対前期伸び率との関係をみると，

$$Y13 = 1.42802 \times X4^{0.65392} \times X5^{0.555371} \times X6^{0.14633} \dots\dots (5.7)$$

$$R^2 = 0.995707$$

$$Y_{14} = 0.429025 \times X_4^{1.10941} \times X_5^{0.616978} \times X_6^{0.242282} \dots \quad (5.8)$$

$$R^2 = 0.909367$$

(5.7) 式および (5.8) 式に示されるとおり，そこには実質国民総生産，消費者物価指数，実質賃金指数の対前期伸び率が高くなると企業小売購買額の対前期伸び率も高くなるという強い正の相関関係が認められる。なお，賃金の上昇は企業にとっては人件費の増大を意味するため，人件費が増大すれば小売購買額も増大するとは考えられないが，人件費の増大は企業の経営が好調であるという前提で，賃金は企業の経営状態を現すものと理解すれば，この相関は成り立つであろう。

そして，このような相関関係が認められたことにより，それぞれの年における企業小売購買額の伸び率に対する経済活動や物価あるいは賃金の上昇の影響度を示したものが図5-4および図5-5である。

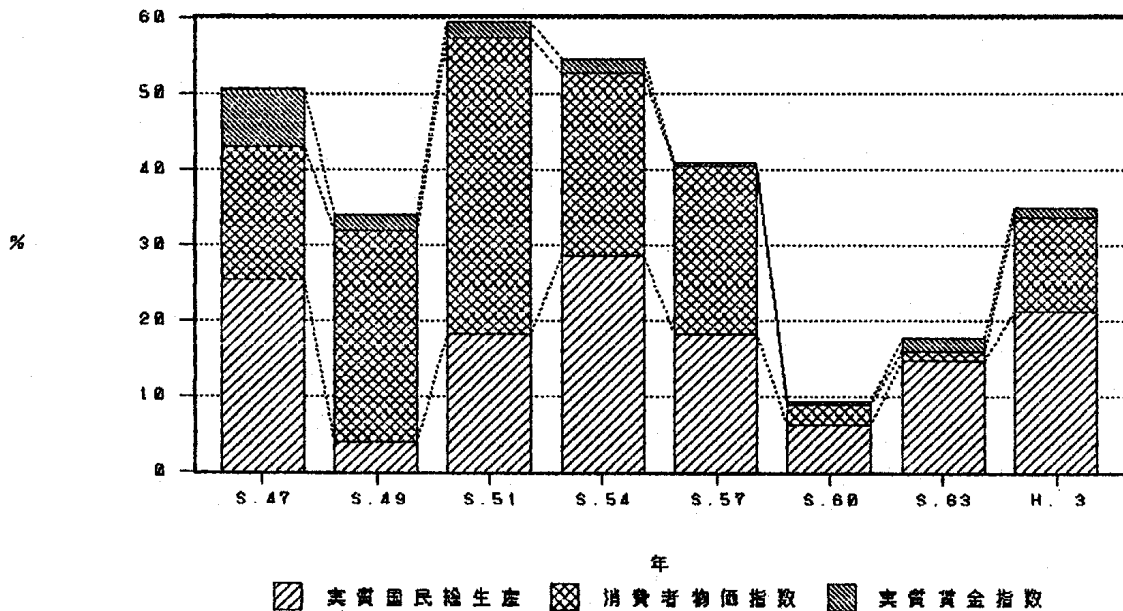


図5-4 企業小売購買額（全商品）の伸び率に対する影響度

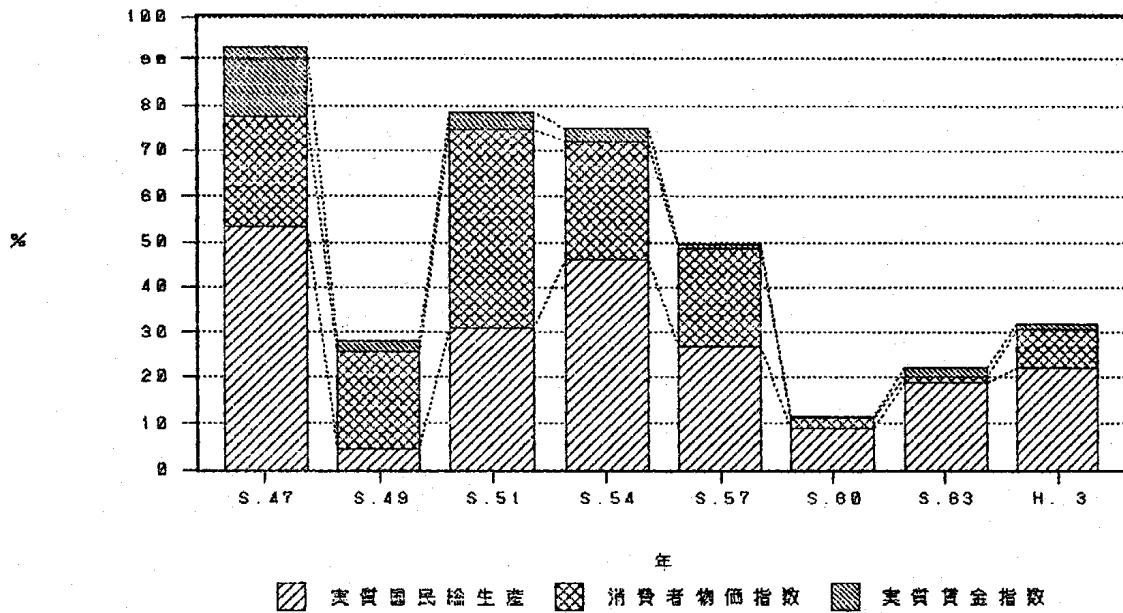


図5-5 企業小売購買額（基本商品）の伸び率に対する影響度

VI 地域潜在小売購買額と流出入比率

全商品に関する家計小売購買額は平成 3 年現在、67兆6872億円であり、一世帯当たりでは196万2083円、一人当たりでは54万9603円となり、また基本商品に関する家計小売購買額は62兆1445億円、一世帯当たりでは180万1401円、一人当たりでは50万4594円である。しかし、『家計調査年報』における調査都市別に世帯一人当たりの小売購買額をみると、表6-1に示されるとおり、そこには非常に大きな格差がみられ。例えば、世帯一人当たりの全商品の小売購買額が最も多いのは山口市の64万5290円であり、次いで水戸市の64万3460円、浦和市の64万748円であり、逆に最も少ないのが那覇市の34万9821円、次いで鹿児島市の50万674円、長崎市の50万1623円である。

そこで、都市別の世帯一人当たりの小売購買額の格差を明らかにするために、全商品に関する世帯一人当たりの小売購買額 (Y15) および基本商品に関する世帯一人当たり小売購買額 (Y16) と、勤労者世帯の勤め先収入 (X7) および物価指数 (X8)⁷⁾ の関係を見ると、

表6-1 都市別の家計小売購買額

(単位：円)

	全商品小売購買額		基本商品小売購買額		勤め先 収入 (月)	物価 指数
	世帯	人	世帯	人		
札幌	1,760,963	519,458	1,620,524	478,031	482,865	75.0
青森	1,738,731	522,141	1,582,257	475,152	512,162	82.5
盛岡	1,798,019	510,801	1,654,288	469,968	458,391	77.0
仙台	1,891,648	545,143	1,738,051	500,879	491,289	79.8
秋田	1,933,289	607,953	1,704,997	536,163	508,077	76.2
山形	2,027,079	566,223	1,790,708	500,198	647,350	67.7
福島	1,936,753	547,105	1,751,137	494,671	517,952	75.7
水戸	2,162,027	643,460	1,903,340	566,470	596,454	132.1
宇都宮	2,099,992	599,998	1,941,455	554,701	539,112	110.3
前橋	1,883,270	550,664	1,722,600	503,684	483,291	94.3
浦和	2,249,027	640,748	1,970,470	561,388	581,266	118.3
千葉区	2,239,173	623,725	1,925,116	536,244	464,242	98.3
東京区	2,183,369	629,213	2,052,586	591,523	585,194	147.8
横浜	2,118,898	612,398	1,986,906	574,250	577,257	122.4
新潟	2,132,972	614,689	1,875,611	540,522	575,706	132.0
富山	2,025,027	567,235	1,834,705	513,923	641,305	106.6
金沢	1,975,110	539,647	1,824,280	498,437	552,986	101.8
福井	1,903,328	522,892	1,761,783	484,006	525,535	104.1
甲府	2,028,315	626,023	1,803,366	556,595	481,809	95.8
長野	2,082,538	593,316	1,840,722	524,422	493,961	114.6
岐阜	2,038,677	550,994	1,762,778	476,426	572,747	76.2
静岡	2,014,174	557,943	1,792,053	496,413	543,640	117.4
名古屋	1,864,221	538,792	1,693,392	489,420	470,161	81.0
津	2,003,555	608,983	1,752,921	532,803	551,333	107.6
大津	2,213,190	604,697	1,964,419	536,727	535,140	92.2
京都	1,884,012	530,708	1,774,295	499,801	452,872	86.7
大阪	1,920,622	578,501	1,785,053	537,666	475,853	62.7
神戸	1,869,996	531,249	1,752,440	497,852	453,740	95.4
奈良	2,044,000	549,462	1,876,908	504,545	520,279	99.3
和歌山	1,900,259	542,931	1,811,113	517,461	514,479	119.6
鳥取	1,945,991	549,715	1,750,982	494,628	502,765	110.5
松江	1,915,086	563,261	1,715,307	504,502	505,766	138.8
岡山	2,040,596	622,133	1,845,131	562,540	530,007	99.2
広島	1,932,148	580,225	1,773,719	532,648	522,853	75.8
山口	2,077,835	645,290	1,830,883	568,597	618,851	130.6
徳島	1,925,453	537,836	1,814,960	506,972	519,719	129.5
高松	1,883,846	547,630	1,691,640	491,756	515,404	134.4
松山	1,790,121	514,403	1,626,280	467,322	490,123	108.8
高知	1,751,294	547,279	1,656,725	517,726	473,097	119.8
福岡	1,818,479	503,734	1,675,534	464,137	506,988	102.8
佐賀	1,864,208	549,914	1,739,918	513,250	567,568	92.8
長崎	1,755,679	501,623	1,600,198	457,199	443,204	61.8
熊本	1,729,055	510,046	1,555,748	458,923	494,919	110.1
大分	1,925,351	556,460	1,729,281	499,792	559,909	102.7
宮崎	1,724,435	508,683	1,534,552	452,670	455,820	113.5
鹿児島	1,612,170	500,674	1,408,117	437,303	457,475	62.5
那覇	1,304,832	349,821	1,246,197	334,101	358,879	55.9

$$Y_{15} = -3.2526E+06 + 272427 \ln X_7 + 49946.7 \ln X_8 \quad (6.1)$$

$$R^2 = 0.486847$$

$$Y_{16} = -2.44397E+06 + 206148 \ln X_7 + 52318.9 \ln X_8 \quad (6.2)$$

$$R^2 = 0.476973$$

(6.1) 式および (6.2) 式に示されるとおり，そこには収入が多く物価指数が高くなるにしたがって世帯一人当たりの小売購買額が多くなるという正の相関関係が認められる。

このような相関関係が認められたことにより，上記の公式をもちいて都道府県単位の家計潜在小売購買額を求め，全国計が全商品に関しては67兆6872億円，基本商品に関しては62兆1445億円となるように比例配分した結果が表6-2に示されている。

なお，ここでの都道府県単位での家計潜在小売購買額の算出に際して，収入については労働省『毎月勤労統計調査報告（地方調査）』の常用労働者1人平均月間現金給与総額をもちい，物価指数については総務庁『消費者物価指数年報』の消費者物価地域差指数をもちいている。

他方，全商品に関する全国の企業小売購買額は平成3年現在，72兆9509億円であり，基本商品に関しては46兆5359億円と算出された。この企業小

7) この物価指数は，『家計調査年報』における米，生鮮魚介，生鮮肉，生鮮野菜，生鮮果実，灯油，背広，婦人服の購買金額と購買数量をもちい，以下の公式により算出した。

$$Y_j = \frac{\sum_i (P_{ij}/Q_{ij} \times P_{ij})}{\sum_j [\sum_i (P_{ij}/Q_{ij} \times P_{ij})] / N}$$

Y_j : j 都市における物価指数

P_{ij} : j 都市における i 商品の購入金額

Q_{ij} : j 都市における i 商品の購入数量

j : 都市名

i : 商品

N : 都市数

表6-2 都道府県別の家計潜在小売購買額

(単位：百万円，円)

	全商品小売購買額		基本商品小売購買額		平均現金 給与総額 (月)	物 価 地域差 指 数
	都道府県	人	都道府県	人		
北海道	2,902,309	514,256	2,699,379	478,300	323,812	102.1
青森	648,585	427,966	627,321	413,934	249,064	99.1
岩手	653,190	457,127	622,312	435,517	272,667	99.1
宮城	1,140,522	509,073	1,062,946	474,447	318,700	102.0
秋田	558,442	451,507	533,267	431,153	268,550	97.9
山形	590,581	469,307	559,509	444,616	282,915	99.6
福島	1,008,534	477,741	951,425	450,688	290,959	98.6
茨城	1,596,803	557,058	1,460,990	509,679	371,043	100.3
栃木	1,044,540	538,391	962,225	495,963	349,766	100.9
群馬	1,067,423	541,986	981,528	498,373	354,665	99.4
埼玉	3,400,871	533,040	3,141,776	492,430	342,402	103.5
千葉	3,163,996	570,050	2,883,757	519,560	385,197	101.9
東京	7,574,559	651,188	6,760,440	581,198	487,042	112.0
神奈川	4,716,400	594,640	4,273,731	538,829	410,932	108.6
新潟	1,246,845	503,386	1,164,658	470,205	313,234	101.8
富山	596,518	530,507	551,040	490,062	341,557	100.5
石川	609,650	525,724	564,306	486,621	336,155	101.1
福井	420,840	512,663	391,704	477,170	322,041	102.4
山梨	447,785	521,995	415,172	483,977	331,865	101.8
長野	1,130,288	523,055	1,046,929	484,479	333,989	100.1
岐阜	1,049,923	506,723	978,720	472,359	317,592	99.9
静岡	2,058,340	559,383	1,884,489	512,137	370,736	104.8
愛知	3,862,348	584,309	3,505,083	530,261	401,985	102.8
三重	967,528	536,073	891,799	494,114	347,765	100.1
滋賀	663,642	541,344	610,810	498,248	352,604	101.5
京都	1,404,489	553,166	1,288,265	507,390	364,223	103.9
大阪	5,125,833	599,647	4,633,335	542,032	419,665	105.4
兵庫	3,079,297	573,048	2,805,640	522,122	387,348	104.0
奈良	734,911	531,800	678,874	491,251	342,062	101.9
和歌山	581,776	533,409	536,968	492,326	344,210	101.2
鳥取	294,118	474,519	277,731	448,081	288,765	97.3
島根	367,670	470,083	348,280	445,291	283,285	100.2
岡山	1,077,784	557,239	986,473	510,029	370,376	101.6
広島	1,593,366	560,033	1,456,413	511,897	374,417	100.4
山口	833,815	532,456	769,102	491,133	345,028	98.3
徳島	434,011	516,856	402,801	479,689	328,348	98.9
香川	560,139	544,144	514,631	499,936	357,181	99.2
愛媛	778,601	508,223	724,731	473,060	320,500	97.5
高知	402,420	482,198	379,172	454,341	293,876	100.7
福岡	2,573,879	538,755	2,371,364	496,365	349,655	101.7
佐賀	408,407	463,296	387,944	440,082	277,940	99.1
長崎	756,541	482,684	712,889	454,834	293,893	101.5
熊本	909,873	491,880	853,035	461,153	304,017	98.6
大分	610,522	490,839	572,660	460,399	302,979	98.7
宮崎	550,135	465,693	521,325	441,306	281,707	95.9
鹿児島	897,917	498,870	839,585	466,462	310,227	99.4
沖縄	591,254	476,285	558,014	449,508	289,971	98.0

売購買額をベースとして、都道府県単位での企業小売購買額を算出するにあたっては、以下のような仮説が成り立つであろう。つまり、都道府県単位での企業小売購買額は、そこに所在する事業所数や事業所規模（例えば従業者数）に比例するというものである。

そこで、都道府県単位での企業潜在小売購買額は、

$$Y_{1j} = Z \times \left(\frac{G_j}{2 \Sigma G_j} + \frac{H_j}{2 \Sigma H_j} \right) \dots\dots\dots (6.3)$$

- Y_{1j} : j 都道府県における企業潜在小売購買額
- Z : 全国の企業小売購買額
- G_j : j 都道府県における事業所数
- H_j : j 都道府県における従業者数

によって求めることができるが、物価指数の地域差を考慮する必要があり、そこで (6.3) 式によって求められた数値を

$$Y_{2j} = Z \times \frac{Y_{1j} \times P_j}{\Sigma (Y_{1j} \times P_j)} \dots\dots\dots (6.4)$$

- Y_{2j} : j 都道府県における修正企業潜在小売購買額
- Y_{1j} : j 都道府県における企業潜在小売購買額
- Z : 全国の企業小売購買額
- P_j : j 都道府県における消費者物価地域差指数

によって修正した結果が表6-3に示されている。なお、ここでの都道府県単位での企業潜在小売購買額の算出に際して、事業所数と従業者数のウェイトを同等としているが、これは確かな根拠があるものではない⁸⁾。

表6-3 都道府県別の企業潜在小売購買額

(単位：百万円)

	全商品 小売購買額	基本商品 小売購買額	事業所数 (社)	従業者数 (人)	物価 地域差 指数
北海道	3,121,683	1,991,347	292,288	2,603,010	102.1
青森	752,994	480,341	77,852	600,558	99.1
岩手	740,601	472,435	74,415	609,830	99.1
宮城	1,263,606	806,064	117,795	1,060,325	102.0
秋田	666,595	425,226	69,548	540,086	97.9
山形	724,739	462,317	74,246	577,863	99.6
福島	1,142,543	728,837	113,735	960,225	98.6
茨城	1,457,533	929,772	137,807	1,247,064	100.3
栃木	1,128,377	719,800	109,184	931,860	100.9
群馬	1,172,980	748,253	116,310	973,562	99.4
埼玉	2,925,093	1,865,940	270,604	2,402,290	103.5
千葉	2,316,883	1,477,958	212,598	1,978,030	101.9
東京	10,328,967	6,588,930	777,470	8,777,116	112.0
神奈川	3,993,844	2,547,705	322,774	3,386,814	108.6
新潟	1,531,646	977,049	152,447	1,204,374	101.8
富山	710,043	452,942	69,662	582,644	100.5
石川	787,401	502,289	80,594	608,510	101.1
福井	563,428	359,415	57,046	428,927	102.4
山梨	538,986	343,824	56,303	400,209	101.8
長野	1,307,037	833,769	130,754	1,058,958	100.1
岐阜	1,242,696	792,725	129,790	962,423	99.9
静岡	2,361,033	1,506,122	217,615	1,898,086	104.8
愛知	4,281,067	2,730,927	381,776	3,690,636	102.8
三重	1,013,424	646,471	98,710	844,813	100.1
滋賀	660,181	421,135	61,650	558,447	101.5
京都	1,654,683	1,055,535	163,001	1,260,279	103.9
大阪	6,125,296	3,907,375	541,343	5,074,032	105.4
兵庫	2,963,811	1,890,639	279,371	2,364,593	104.0
奈良	548,019	349,585	54,481	430,593	101.9
和歌山	604,920	385,883	65,168	437,585	101.2
鳥取	335,680	214,133	34,706	278,383	97.3
島根	459,221	292,941	48,238	350,858	100.2
岡山	1,061,369	677,055	100,542	883,374	101.6
広島	1,641,918	1,047,393	156,234	1,393,220	100.4
山口	849,270	541,756	85,708	707,850	98.3
徳島	464,837	296,523	49,793	356,943	98.9
香川	607,509	387,535	62,090	489,876	99.2
愛媛	817,931	521,765	86,566	657,612	97.5
高知	468,629	298,942	50,811	340,012	100.7
福岡	2,671,517	1,704,182	255,382	2,198,545	101.7
佐賀	453,029	288,991	45,620	372,147	99.1
長崎	767,463	489,571	77,302	599,133	101.5
熊本	909,947	580,462	92,487	747,808	98.6
大分	652,265	416,085	67,648	522,889	98.7
宮崎	594,988	379,548	64,529	481,838	95.9
鹿児島	918,663	586,022	97,288	707,424	99.4
沖縄	646,539	412,432	72,577	477,177	98.0
全国	72,950,881	46,535,946	6,753,858	60,018,831	100.0

そして、都道府県単位での地域潜在小売購買力を算出するにあたっては、それは家計における潜在小売購買力と企業における潜在小売購買力を合計したものであるとし、そこで、地域潜在小売購買額は、

$$\text{地域潜在小売購買額} = \text{家計潜在小売購買額} + \text{企業潜在小売購買額}$$

という前提のもとで計算し、それに基づいて算出された流出入比率は表6-4に示されるとおりである⁹⁾。流出入比率が1.00を超えるのは基本商品に関しては東京都 (1.20)、香川県 (1.17)、大阪府 (1.12)、北海道 (1.09)、京都府 (1.08)、神奈川県 (1.03)、千葉県 (1.03)、兵庫県 (1.02)、広島県 (1.02)、福岡県 (1.00) の1都1道2府7県にすぎない。逆に、流出入比率が低いのは沖縄県 (0.69)、鹿児島県 (0.82)、和歌山県 (0.83) などである。

Ⅶ おわりに

以上のように、全国の家計における年間消費支出額は平成3年現在、135兆4157億円（一世帯当たり392万5358円）であり、このうち家賃や外食費、交通・通信費、医療費、理美容サービス費などを除き、小売店において支出する全商品に関する家計小売購買額は67兆6872億円（一世帯当たり196万

8) しかし、事業所数 (X1) と従業者数 (Y1) の間には

$$Y1 = -254168 + 10.6648 X1 \quad (R = 0.992947)$$

上記に示されるように、事業所数が多くなるにしたがって従業者数が多くなるという極めて強い正の相関関係が認められるために、事業所数と従業者数による都道府県別の企業潜在小売購買額の算出においては事業所数と従業者数のウェイトは大きな問題とはならない。

9) なお、企業における潜在小売購買額の取扱いについて留意しなければならないことは、企業における商品の購入形態が「特定の業者と契約」が55.0%、「小売店に随時購入に行く」が30.0%、その他が11.0%、不明が4.0%であるために、企業潜在小売購買額として示された金額のすべてを吸引可能な潜在小売購買力とすることはできないということである。和木町商工会『ショッピングセンター可能性調査報告書』平成6年3月。

表6-4 地域潜在小売購買力と流出入比率

(単位：百万円)

	全 商 品				基 本 商 品			
	年間販売額 (百万円)	潜在購買力 (百万円)	流入購買力 (百万円)	流出入 比 率	年間販売額 (百万円)	潜在購買力 (百万円)	流入購買力 (百万円)	流出入 比 率
北海道	6,995,080	6,023,992	971,088	1.16	5,091,444	4,690,726	400,718	1.09
青森	1,473,301	1,401,579	71,722	1.05	1,083,391	1,107,662	-24,271	0.98
岩手	1,360,937	1,393,791	-32,854	0.98	947,728	1,094,747	-147,019	0.87
宮城	2,508,937	2,404,128	104,809	1.04	1,846,728	1,869,010	-22,282	0.99
秋田	1,231,864	1,225,037	6,827	1.01	901,872	958,494	-56,622	0.94
山形	1,272,263	1,315,319	-43,056	0.97	889,552	1,021,826	-132,274	0.87
福島	2,115,882	2,151,077	-35,195	0.98	1,492,784	1,680,262	-187,478	0.89
茨城	3,048,356	3,054,335	-5,979	1.00	2,132,698	2,390,762	-258,064	0.89
栃木	2,234,783	2,172,917	61,866	1.03	1,578,716	1,682,026	-103,310	0.94
群馬	2,174,563	2,240,403	-65,840	0.97	1,510,456	1,729,781	-219,325	0.87
埼玉	6,262,572	6,325,964	-63,392	0.99	4,822,349	5,007,716	-185,367	0.96
千葉	5,776,137	5,480,879	295,258	1.05	4,490,239	4,361,715	128,524	1.03
東京	18,862,750	17,903,526	959,224	1.05	16,008,534	13,349,370	2,659,164	1.20
神奈川	8,682,261	8,710,244	-27,983	1.00	7,002,069	6,821,436	180,633	1.03
新潟	2,513,287	2,778,490	-265,203	0.90	1,843,804	2,141,707	-297,903	0.86
富山	1,267,552	1,306,561	-39,009	0.97	908,301	1,003,982	-95,681	0.90
石川	1,335,139	1,397,051	-61,912	0.96	975,136	1,066,595	-91,459	0.91
福井	943,733	984,268	-40,535	0.96	682,877	751,119	-68,242	0.91
山梨	958,955	986,771	-27,816	0.97	697,715	758,996	-61,281	0.92
長野	2,515,740	2,437,325	78,415	1.03	1,760,949	1,880,698	-119,749	0.94
岐阜	2,204,231	2,292,619	-88,388	0.96	1,545,943	1,771,445	-225,502	0.87
静岡	4,135,184	4,419,373	-284,189	0.94	3,112,633	3,390,610	-277,977	0.92
愛知	8,126,556	8,143,415	-16,859	1.00	6,070,626	6,236,009	-165,383	0.97
三重	1,991,488	1,980,952	10,536	1.01	1,428,907	1,538,270	-109,363	0.93
滋賀	1,273,114	1,323,823	-50,709	0.96	924,405	1,031,945	-107,540	0.90
京都	3,099,211	3,059,172	40,039	1.01	2,523,898	2,343,801	180,097	1.08
大阪	11,447,684	11,251,129	196,555	1.02	9,606,681	8,540,711	1,065,970	1.12
兵庫	5,973,551	6,043,108	-69,557	0.99	4,781,568	4,696,279	85,289	1.02
奈良	1,216,780	1,282,929	-66,149	0.95	966,195	1,028,460	-62,265	0.94
和歌山	1,006,354	1,186,696	-180,342	0.85	765,488	922,851	-157,363	0.83
鳥取	633,856	629,798	4,058	1.01	474,451	491,864	-17,413	0.96
島根	769,643	826,892	-57,249	0.93	548,913	641,221	-92,308	0.86
岡山	2,022,106	2,139,153	-117,047	0.95	1,519,278	1,663,528	-144,250	0.91
広島	3,342,016	3,235,284	106,732	1.03	2,548,289	2,503,806	44,483	1.02
山口	1,626,210	1,683,084	-56,874	0.97	1,222,897	1,310,858	-87,961	0.93
徳島	787,537	898,848	-111,311	0.88	592,384	699,324	-106,940	0.85
香川	1,294,163	1,167,649	126,514	1.11	1,051,357	902,166	149,191	1.17
愛媛	1,445,595	1,596,532	-150,937	0.91	1,140,038	1,246,495	-106,457	0.91
高知	799,706	871,049	-71,343	0.92	598,148	678,114	-79,966	0.88
福岡	5,168,292	5,245,396	-77,104	0.99	4,076,323	4,075,546	777	1.00
佐賀	827,086	861,436	-34,350	0.96	597,008	676,934	-79,926	0.88
長崎	1,328,595	1,524,004	-195,409	0.87	1,043,924	1,202,460	-158,536	0.87
熊本	1,728,082	1,819,820	-91,738	0.95	1,312,482	1,433,497	-121,015	0.92
大分	1,225,462	1,262,787	-37,325	0.97	918,624	988,745	-70,121	0.93
宮崎	1,136,414	1,145,123	-8,709	0.99	803,282	900,873	-97,591	0.89
鹿児島	1,596,121	1,816,579	-220,458	0.88	1,167,382	1,425,608	-258,226	0.82
沖縄	898,976	1,237,793	-338,817	0.73	672,027	970,446	-298,419	0.69

2083円) となった。他方、全国の企業における全商品に関する小売購買額は72兆9509億円と試算され、それは小売業の年間販売額の51.9%を占めていた。

これらの試算にもとづいて都道府県単位での流出入比率を計算した結果、流出入比率が1.00を超えていたのは基本商品に関しては東京都、香川県、大阪府、北海道、京都府、神奈川県、千葉県、兵庫県、広島県、福岡県の1都1道2府7県にすぎなかった。

そして、これらの試算結果が果たして現実を的確に現しているかどうかが問題となり、現実を的確に現すものでなければ論理の再構築を行わねばならない。大方のご指摘とご批判を待つ次第である。また、本稿で得られた結果を検証する意味で、以下の補論において地元の山口県について同様の試算を行った。その結果は、寡聞な筆者には満足のいくものであった。

最後に、戦後最長となりつつある近年の不況のなかで、多くのデパートや小売店の販売額が大幅に減少しているが、筆者はこれは主として企業小売購買額の減少によるものであると考えている。そのため、本年に実施される商業調査が待たれ、結果が公にされた時点で、この問題について改めて論じたい。

補論 山口県における地域潜在小売購買力と流出入比率

山口県における地域(市町村別)潜在小売購買力と流出入比率を上記と同様の手続きによって算出を試みしてみる。

まず、市町村別の家計潜在購買力の算出に際しては、表6-2に示されたように、山口県家計潜在小売購買力は全商品に関しては8338億円、基本商品に関しては7691億円を前提として、これを各市町村に配分するものとする。この配分においては、収入や消費者物価指数の市町村差を考慮しなければならないが、利用可能な十分なデータがないために、収入については「市町村民所得統計」の人口1人当たり家計所得水準格差(昭和63年度)をも

ちい、消費者物価指数の市町村差については山口県統計課「消費者物価指数と家計」の県内4市総合をもちいる。

次に、市町村別の企業潜在小売購買力の算出に際しては、表6-3に示されたように、山口県企業潜在小売購買力は全商品に関しては8493億円、基本商品に関しては5418億円を前提として、これを(6.3)式および(6.4)式に準じて各市町村に配分するものとする。

こうして算出された市町村別の潜在小売購買力および流出入比率は、以下の表8-1に示されるとおりである。流出入比率が1.00を超えるのは基本商品に関しては14市のなかでは柳井市(1.29)、徳山市(1.25)、長門市(1.13)、下関市(1.06)、岩国市(1.05)、山口市(1.01)、小野田市(1.01)の7市にすぎない。

(脱稿：平成6年5月10日)

表8-1 山口県地域潜在小売購買力と流出入比率

(単位：百万円)

	全 商 品				基 本 商 品			
	年間販売額 (百万円)	潜在購買力 (百万円)	流入購買力 (百万円)	流出入 比 率	年間販売額 (百万円)	潜在購買力 (百万円)	流入購買力 (百万円)	流出入 比 率
下関	292,303	278,486	13,817	1.05	229,222	216,297	12,925	1.06
宇部	190,791	186,070	4,721	1.03	142,478	144,459	-1,981	0.99
山口	147,326	140,726	6,600	1.05	110,928	110,180	749	1.01
萩	55,119	55,214	-95	1.00	41,181	42,258	-1,077	0.97
徳山	164,825	134,688	30,137	1.22	129,663	103,659	26,004	1.25
防府	130,297	129,928	369	1.00	98,197	100,917	-2,720	0.97
下松	47,814	57,044	-9,230	0.84	33,133	44,636	-11,503	0.74
岩国	133,629	123,299	10,330	1.08	100,549	95,950	4,599	1.05
小野田	46,534	45,963	570	1.01	36,517	36,132	384	1.01
光	49,869	51,212	-1,343	0.97	37,824	40,415	-2,591	0.94
長門	35,228	31,003	4,226	1.14	26,797	23,641	3,157	1.13
柳井	52,332	41,583	10,750	1.26	41,365	32,096	9,269	1.29
美祢	17,645	21,982	-4,337	0.80	10,807	17,032	-6,225	0.63
新南陽	33,763	40,625	-6,862	0.83	22,827	31,145	-8,318	0.73
久賀	4,881	5,888	-1,007	0.83	3,904	4,499	-595	0.87
大島	3,946	8,213	-4,268	0.48	2,833	6,452	-3,619	0.44
東和	2,166	6,455	-4,289	0.34	X	4,980	X	X

表8-1 山口県地域潜在小売購買力と流出入比率 (つづき)

(単位：百万円)

	全 商 品				基 本 商 品			
	年間販売額 (百万円)	潜在購買力 (百万円)	流入購買力 (百万円)	流出入 比 率	年間販売額 (百万円)	潜在購買力 (百万円)	流入購買力 (百万円)	流出入 比 率
橋	3,960	6,691	-2,731	0.59	X	5,171	X	X
和木	1,991	6,897	-4,906	0.29	X	5,493	X	X
由宇	4,347	8,114	-3,767	0.54	X	6,519	X	X
玖珂	10,388	9,341	1,047	1.11	X	7,378	X	X
本郷	X	1,576	X	X	X	1,233	X	X
周東	9,442	12,840	-3,398	0.74	6,156	10,265	-4,110	0.60
錦	2,868	5,581	-2,713	0.51	X	4,271	X	X
大島	1,530	3,622	-2,092	0.42	X	2,909	X	X
美川	X	2,358	X	X	X	1,835	X	X
美和	2,245	5,052	-2,806	0.44	X	4,017	X	X
上関	1,907	5,888	-3,981	0.32	X	4,539	X	X
大和	3,489	7,359	-3,869	0.47	X	6,064	X	X
田布施	11,081	15,220	-4,140	0.73	8,116	12,203	-4,087	0.67
平生	7,812	12,902	-5,090	0.61	X	10,174	X	X
熊毛	6,860	13,048	-6,188	0.53	4,164	10,694	-6,530	0.39
鹿野	3,213	5,004	-1,791	0.64	X	3,954	X	X
徳地	5,277	9,269	-3,992	0.57	X	7,378	X	X
秋穂	4,710	7,831	-3,121	0.60	X	6,282	X	X
小郡	34,640	31,130	3,510	1.11	X	23,379	X	X
阿知須	5,430	8,169	-2,738	0.66	X	6,515	X	X
楠	3,757	7,841	-4,084	0.48	X	6,103	X	X
山陽	16,184	22,388	-6,203	0.72	X	17,781	X	X
菊川	5,200	7,082	-1,882	0.73	3,267	5,657	-2,390	0.58
豊田	6,951	8,140	-1,189	0.85	4,038	6,345	-2,307	0.64
豊浦	13,719	19,091	-5,372	0.72	10,660	15,184	-4,525	0.70
豊北	9,236	14,608	-5,373	0.63	5,946	11,608	-5,662	0.51
美東	3,407	6,795	-3,389	0.50	X	5,309	X	X
秋芳	6,048	8,119	-2,071	0.74	X	6,350	X	X
三隅	3,671	5,978	-2,307	0.61	X	4,765	X	X
日置	2,243	4,364	-2,122	0.51	X	3,463	X	X
油谷	5,508	9,229	-3,721	0.60	3,432	7,260	-3,828	0.47
川上	X	1,540	X	X	X	1,181	X	X
阿武	2,875	5,148	-2,273	0.56	X	4,042	X	X
田万川	3,080	4,583	-1,503	0.67	X	3,530	X	X
阿東	7,945	10,205	-2,260	0.78	5,154	8,011	-2,857	0.64
むつみ	X	2,428	X	X	X	1,923	X	X
須佐	2,115	4,358	-2,243	0.49	X	3,367	X	X
旭	X	2,451	X	X	X	1,960	X	X
福栄	X	2,465	X	X	X	2,001	X	X