

中心集落の小売商圏・その分布と階層構造

— 東播州農村部の一事例 —

須原 英士 雄

【要約】 地域が機能的な面から捉えられるようになって以来、中心集落は常に重要な研究対象となって来た。そこで筆者は、中心集落の持つ各種の勢力圏の中から小売商圏を取り上げ、それについて、従来行われて来た市町村行政単位レベルの分析よりもさらに一層細かい、集落単位の分析を行って、その微細な構造を明らかにしようと考えた。また、中心集落の商圏分布を決定する重要な要素として、①中心地条件、②交通条件のほかに、③それらに対する購買者側の反応条件というものを考え、これら三つから成る小売商圏形成原理によって商圏分布の実態を適確にとらえることが出来ると考えた。そこで、表記のフィールドにおいて実態調査を行い、これらの諸点を検討した結果、商品階級別商圏によって作り出される階層的サービス供給構造の詳細が明らかになった。ほか各中心集落の実際の商圏分布と前記三条件、特に購買者の反応条件との間に様々の密接な関連の見られることが確認された。

史料 五一巻三号 一九六八年五月

—

今日の世界では、よほどの未開地でない限り、完全な自給自足的な生活というものは出来ない。特に我国のように社会的分業の発達した所においては、人々は、他の人々によって生産・販売される物品や提供されるサービスを、自分自身が物品を生産・販売したり、サービスを提

供したりして得た貨幣によって購買することなしには、毎日の生活を送って行くことが出来ない。

ところで、このような物品販売業者やサービス提供者が或る程度以上集中して存在し、周辺住民の日常生活上の諸要求を満足せしめるような活動を行っている集落を「中心集落」と言う。従って、我国や我国と同様に社会的分業の発達した国々では、住民達と中心集落との交渉は、その日

常生活にとって必要不可欠のものとなっている。このようにして成立する両者の関係を結合関係と呼ぶならば、各種様々な交渉によって生ずるこの結合関係の空間的分布様式を究明することは、中心集落を地域統一者として形成される結節地域の構造説明に資する所大であると考えられる。

このような中心集落やその機能の及ぶ範囲（影響圏・関係圏）等に関する研究は従来数多くなされて来た。まず、中心集落とその影響圏の分布をはじめて理論的考察によって体系づけたのは W. Christaller^①であった。彼の唱えた中心集落の階層的分布や、その関係圏の階層的分布構造が、後に続く数多くの中心地研究の基礎となったことは周知の通りである。Christaller の理論の特色は、供給（サービス）、交通、行政という三つの原理によってそれぞれ形成される三種類の中心地システムを想定していることであり、時により場所によってそれらのうちいづれか一つの原理が支配的に働き、その地区の中心地のシステムを規定すると考える。即ち、或る地区の中心地システムが供給原理によって支配されている場合には、中心地において供給されるすべてのサービスは、それぞれ 3 の冪数に相当する k 値を

持ち、交通原理に支配されている場合には同様に 4 の冪数、行政原理の支配下にある場合には 7 の冪数に相当する k 値を持つとする^②。

これに対し A. Lösch は、このような三原理による k 値の変化を考えず、各サービスには個有の k 値があつて、それぞれ個有の供給地（中心地）網を持つとする。そしてそれらが或る一地点（大都市）を共有点として重り合つて、一つの中心地システムが形成されていると考える^③。

このように Christaller と Lösch によって基礎付けられた中心地理論は、その後数多くの人々によって受継がれ、批判され、発展させられたが、中心地システムにおける階層性を考える場合の問題点は、概ね次の三つにまとめ得ると考えられる。即ち、①中心集落の間に、その人口や機能等から見て、例えば city, town, village, hamlet とうような明確な階段状の区分が見られるか否か、②そのような非連続的階層性を認めると認めざるとに拘らず、各種の大きさの中心集落の空間的排列に何等かの規則性が認められるか否か、③そのような様々の大きさの中心集落の、様々な機能別の勢力圏（供給圏）が、どのような形で重ね合

わせられ、また組合わせられることによって、住民の需要が充たされているのか、という三つである。

①に関しては、J. E. Brushをはじめとする階層性存在説と、R. Viningの無段階階説との間に論争があったが、B. J. L. Berry等の研究により、或る程度の完結性を持つた小地域単位で見れば明らかな階層性が存在するが、それらを集めたより大きい単位で見れば階層性は見えなくなる、という形で一応の解決が得られた。^⑥

②に関しては、ChristallerやLöschの言うような中心地の幾何学的分布が、各地の実例の場合において求め得るかどうかを確かめようとする努力が主として為されて来たが、また一方では、幾何学的な型にとらわれずに、中心集落の機能的役割を考慮に入れつつ、小地域毎の中心集落の階層的分布型を求めようとする方向も見られる(例えば渡辺良雄氏の福島県における研究)^⑥。

③に関しては、各種指標に関するサービスマの重なり具合(整合・不整合)の検討から中心集落の総合的な勢力圏を求めようとする方向や、数式によってなるべく現実の単一或は総合的勢力圏に近い圏区分を行おうとする方向が主

流であった。そのため、低次から高次にわたる各種のサービスに対する農村住民の需要が、様々な階級の中心地の供給圏(勢力圏)のどのような階層的組合せによって充たされているかという点についての研究は従来手薄であったと言える。本稿の目的の一つはこの点に関する一研究事例を提示しようとする所にある。

一方、中心地の勢力圏を形成する一要素としての小売商圏についても様々な研究が行われて来たが、その分布に関する理論的研究はW. J. Reilly^⑦によって始められたと言つて良い。彼は、中心集落の商業上の中心性の大きさはその人口数に正比例し、その周辺における影響力(販売額)の大きさは、中心集落からの距離のほぼ二乗に反比例して弱まるという考えを提出したが、これによって、中心集落間の商圏の境界線を数式によって求めることが可能となった。この所謂「小売重力の法則」は、その後多くの人々によって検証され、また修正が加えられたが、我国では、西村陸男教授が中心性の指標や距離の妨害効果に関する検討を行われ、それぞれに最も適当な指標と数値とを求められた。^⑧

本稿では、中心集落と周辺住民との間に存在する様々な結合関係の中から小売商業活動による関係を取上げ、小売商圏の形成原理（特に購買者側から見た場合の）や、その階層的分布の微細な構造について若干の分析を試みてみたいと考える。

中心集落の勢力圏のうちでも特に小売商圏を取上げたのは、小売商品の売買による中心集落と周辺住民との交渉が、両者間の様々な交渉の中でも最も毎日の生活に密着したものであり、且つすべての住民世帯がほとんど例外なく持っている最も普遍的な中心集落との交渉であると考えられるからである。

二

(1) 小売商圏調査方法上の問題点 或る集落の商圏とは、その集落内で活動を行っている事業者の直接的な取引先が分布する空間的範囲のことである。従って正確には仕入圏や卸売販売圏もその中に含まれるが、ここでは前述の通り小売販売圏（或る集落の小売事業者と直接的取引関係を持つ購買者が居住している範囲）のみを問題にする。

ところで、或る中心集落の小売商圏と言っても、そこに存在するのは各種の商品それぞれについての別個の商圏であって、これら様々の商圏を総合した、一つの中心集落の総合的商圏というものが実体として存在するものかどうかについては、未だ一般に未確認の状態であると言って良い。従って本稿では、商圏とは原則として商品別（少くとも商品の種類別）の小売商圏を意味する。

また、商圏の限界線についても二様の解釈が出来る。即ち、商圏とはその本来の意味からすれば、前述の定義に示されたような人々が居住している全範囲を指す訳であるから、その限界線とは、そこを越えた向う側にはもはやそのような人々は存在しないという線のことである。しかし、実際の研究において或る中心集落の商圏と呼ばれるものの多くは、その中心集落での購買比率が他の中心集落での購買比率よりも大きい範囲を指している。従ってこの場合には、その中心集落の商圏の限界を越えた所にも、その中心集落での購買者は存在する訳である。前者を全域商圏、後者を優越商圏と名付けることが出来る。

次に、各中心集落の商圏を測定するためにはまず、周辺

地区において各中心集落との間に行われている交渉（取引）の量を測定しなければならない。測定に用い得る指標は二つある。即ちその第一は、問題としている地区の住民がその中心集落で買った商品の額であり、その第二は、同じく彼等がその中心集落へ買物に出かけた回数である。これまでの諸研究では、この兩者のうちのいずれに依ったかの区別がつかないものが多い。測定に当ってどちらを取るかということは、それによって商圏の広がりや、その内部の結合強度分布に差が生じるので、大きい問題となる。購買額によって調べた場合には、中心集落の挙げた販売額がどのような比重をもってその商圏内に分布しているかがわかるので、商業計画等の実用的な面での価値の高い結果が得られる。また一方、中心集落の勢力圏研究の有力な一手段として商圏研究を行おうとする場合には、住民と中心集落との間の結合感の強さは往來の頻繁さによってもたらされるかと考えられるので、買物回数によって測定を行う方が妥当性があると言えるであろう。

更に、実際の調査に当っては、どのような形での回答を求めめるかによって、幾つかの方式が生れて来る。即ち、商

品毎に (a) 単位期間内の購買額又は購買回数の実数を、関係する中心集落毎に答えさせる方式 (実数方式)、(b)

単位期間内の購買総額又は購買総回数の内に、関係する各中心集落での購買額又は購買回数がそれぞれ占めている割合を答えさせる方式 (指向比率方式)、(c) 単位期間内に

その商品を購入した中心集落のうち、購買額又は購買回数が最も多かった場所の集落名を一つだけ挙げさせる方式 (第一指向地方式) の三つである。この三つのそれぞれに

(i) 購買額による場合と、(ii) 購買回数による場合とがある訳であるから、実際の調査に当っては都合六つの測定方法が考えられることになる。そしてこれらのうちのいずれかの方式によって得られた数値を一定の地区（多くの場合集落）毎に平均すれば、その地区の住民集団と各中心集落との間の結合強度が求められる訳である。

これら六つの測定方式は、いずれも一長一短があり、一概にどれを最良のものと断定することは出来ない。しかし、調査実施上の難易度や、予想される回答の質等の点から、購買額によって調べる場合には第一指向地方式を、購買回数によって調べる場合には実数方式を取ることが最も望ま

しいと考えられる。尤も、後にも述べるように、筆者自身は実地調査の際、都合で購買回数による第一指向地方式を取った。第一指向地方式では、各世帯の第二指向地以下の僅少指向地での購買額や購買回数が抹殺されることになるが、筆者の調査によれば、第二以下の僅少指向地を持つ世帯の割合は意外に少ないものであり、また抹殺された僅少指向地を第一指向地とする多指向世帯もある訳であるから、この点に関してはそれほど神経質に問題にする必要はないと考えられる。

(2) 小売商圏の形成原理 小売商圏の形成に関しては、次のような諸条件が関係するものと考えられる。

(イ) 絶対的条件 或る商品に関する商圏が成立するためには、(a)何よりもまずその商品を欲する人の存在することが必要であり(需要の存在)、(b)且つその商品を売っている店が存在しなければならない(供給の存在)。野菜の商圏の形成が農村部において著しく貧弱なのは、(a)の条件を欠くからであり、また(b)の条件を欠く地域(例えば人口希薄な山間河谷等)の存在によって、それに接する中心集落の商圏が、意外な広さと強さをもってその方面へ延びると

いう現象が見られることになる。

次に、或る商品を販売する集落が二つ以上存在すると、中間地帯の住民は各種の条件によって、より有利な集落を購買地として選ぶことになる。購買地の選定に当っては、まず中心地自体の条件(中心地条件)と、中心地に至る迄の道中の条件(交通条件)とが考慮される。中間地帯の住民が或る集落を購買地として選定する理由としては、商品の種類によって若干は異なるけれども、①店が近いこと、②品物が豊富で、目的にかなったしかも品質の良いものがある可能性が高いこと、③値段が安いこと、④品選びが自由に出ること、⑤他の用事や買物も同じ場所で同時に済ませることが出来ること、等が従来の消費者購買調査報告の多くに共通して挙げられている。これ等のうち、①は交通条件に関連するものであるが、②以下はすべて中心地条件に関連するものである。

(ロ) 中心地条件 右の②以下のような購買地選定理由は、それぞれ次のような中心地条件によってもたらされると考えられる。即ち、(a)目的とする種類の商品を扱っている商店の数、(b)それらの商店の規模、(c)販売価格、(d)その

中心集落にある広義のサービス業（産業大分類のG~L）の種類の数、(e)商店街（商店所在地区）全体の大きさや都会的雰囲気等である。まず商店数が多く、またそれらの規模が大きければ、当然品物は豊富で品質の良いものも多く、かつ、多くの店で品物を比較してより良いものを買うことが出来る。そして同程度の品質であれば、販売価格の安い方に魅力があるのは当然である。更に、その中心集落に他の種類の商店やサービス業者（機関）が集中しておれば、多くの用事や買物を一度に済ませることが出来るので、結果的には、購買者コスト（商品価額+交通費+所要時間）が低下したのと同じ効果をもたらす。また、都会的雰囲気強いことは、購買者にショッピングの楽しみを与え、その中心集落の魅力を高めることになる。

(i) 交通条件 一般に、中心地条件の良さはそこに到る迄の交通条件の悪さによって相殺され、逆に、交通条件の良さが中心地条件の多少の悪さを補うことが出来る。交通条件としては、(a)所要時間、(b)所要交通費、(c)乗物の運行頻度、(d)乗物の乗換回数等が挙げられる。

ところで、以上の諸条件は、一瞥して明らかなく、総

てその発生源が購買者以外の所にあるものばかりである。従って狭い一地区について考えるならば、これらの条件は、その中に住む総ての購買者に平等に掛っているはずであり、従って彼等はすべて(i)、(ii)の諸条件により客観的に最も有利と判定される唯だ一つの中心集落へ集中して指向するはずである。ところが現実には、このようなことは中心集落そのものの中においてさえ下級食料品の場合以外は滅多に起らず、一地区内の購買者の指向地は数ヶ所に分れるのが普通である。このような現実の現象は、各購買者が(ii)及び(iii)のいわば客観的諸条件に対して様々な評価を下し、様々な反応の仕方をするために起る。即ち、購買者の反応条件というものが現実の商圏形成の上に大きい役割を果している訳である。

(ii) 購買者の反応条件 この条件を左右するものとしては、(a)購買世帯の所得水準、(b)購買世帯を構成する人々の職業、(c)購買者の好み、(d)伝統や仕来りによる特定の中心集落との結びつき、(e)旧来の、或は新しく生じた各種の条件による心理的要素等が挙げられる。これらについて若干の説明を加えるならば、まず(a)の所得水準は、販売価格

(中心地条件)と所要交通費(交通条件)とに対する購買者の反応を左右し、低所得水準の人々ほど、この両条件の良い中心集落の方へより強く指向することになるものと考えられる。次に(b)の購買世帯の職業は、家業の忙しさという面を通じて、交通条件のうちの特に所要時間に対する反応を左右する^⑭。また、或る中心集落への通勤者や通学者がある場合には、その中心集落との結びつきが他の中心地条件や交通条件の不利を或る程度超越して強まることになる。(c)の購買者の好みは、中心地条件や交通条件のすべてに対する購買者の反応を強く左右する上、購買者各人についてのばらつきが非常に大きいため、一地区内での指向地分化を生ぜしめる大きい要因をなしている。特に、中心地条件のうちの(a)(b)(d)(e)、交通条件のうちの(a)(c)(d)等に対する各人各様の反応をもたらしている主要な原因は、この購買者の好みであると考えて良い。(d)の伝統や仕来りによる特定の中心集落との結びつきとは、或る中心集落に特に親しい安心して買える商店があるとか、或る商品はこの店で買うことに昔から決っているとかが言うようなことで、場合によっては中心地条件や交通条件をかなりの程度にまで超越

することがある。(e)の各種の条件による心理的要素とは、行政区劃による心理的結合感や隔絶感、地区内の他産業での強い結びつきに影響された結合感等である。また、地形的障害の第一義的影響は、交通条件を通じて購買地選定の上に及ぼされるのであるが、地形的障害があること、又はあったことによる心理的影響も見逃がすことは出来ない。以上のような反応条件は、普通の場合、各購買者毎にその個性によってそれぞれ微妙に異っており、全体として見た場合、極めて多種多様であると考えて良い。そしてこのような状態であるからこそ、一地区内における指向地が、最有利中心集落一ヶ所に集中してしまうことなく「その地区から見た各中心集落の客観的有利性の高さに比例して」数ヶ所以上に分化することになるのである。そしてまた、或る中心集落の商圏内の結合強度が、中心集落からの距離の増加に反比例してなだらかに弱まって行くと一般に考えられ^⑮、多くの場合現実にもその通りになっているのは、このような購買者の反応条件の一般的特性に基いているのである^⑯。これに対し、もし或る一地区内の住民の多くに共通して特別の反応条件が存在するような場合には、その地区

内での指向地分化は、各中心集落の客観的有利性によって予想される状態から逸脱した、特殊な偏りを示すこととなる。先に見た(d)伝統・仕来りによる特定中心集落との結合や、(e)心理的要素等は、このような一地区内の住民の比較的多数に共通する反応条件となっている場合が多い。そしてこのような現象は、中心集落の側から見た場合には、商圏の広がり方や、その内部における結合強度分布の偏倚としてとらえられることになる。

(3) 小売商圏の階層的分布 では次に、(2)で述べたような商圏形成原理から、どのような小売商圏の分布が予想されるかについて述べてみたい。

その前に、商品の上・中・下級等の階級分けについて若干の説明が必要と考えられる。一般に、①単価が大きい商品ほど、②単位期間内の購買回数(購買頻度)の小さい商品ほど、③人口当り販売地(又は販売店)数の少ない商品ほど、④大都市指向性の大なる(即ち品選びに対する要求の大なる)商品ほど、上級品であると言われる。中でも③に由来する販売地の分布間隔の大きさは重要な目安である。従って、上級品の代表的なものとしては、家具、カメラ、ハ

ンドバッグ、紳士服及び婦人洋服等が挙げられる。また時計は、特殊専門商品とでも呼ばれるべきもので、購買頻度、人口当り販売店数共に少ないが、アフターサービスを比較的頻繁に必要とするため、近くの店で買われる傾向が強く、階級分けをするならば準上級品とするのが適当であろう。

これと良く似た特性を持つものに、各種の家庭電化製品がある。中級品の代表は、いわゆる普段着であり、肌着、カッターシャツ、子供服、学生服、靴下等が含まれる。また、日用雑貨も多くがここにランクされる。下級品の代表は食料品である。但し同じ食料品でも商品によってかなりの差がある。即ち、最下級は駄菓子であり、次いで野菜又は乾物、鮮魚、牛肉等の順に上級になって行く。

そこでまず、下級品の商圏から見て行くことにする。下級品は、すべての世帯で非常に頻繁に必要とされるものであるから、その需要量は龐大である。しかもその購買頻度は一週間の間に何回という単位なので、購買地迄の所要時間と交通費は出来るだけ少ない方がよい。この二つの理由により、下級品については農村部にも多数の販売地が立地することになる。従って下級品の優越商圏分布は、多数の狭

小な商圏がモザイク状にならない形を取ることが予想される。しかし下級品と言えども商品の質の良さや価格の低廉さに対する要求は当然存在するので、大規模な店が多数あつてサービスを競い、卸売業者にも近くて価格を安く抑えることの出来る大中心集落の方が、農村部に散在する小中心集落や小販売地よりも有利であり、その商圏は若干広くなる。また、大中心集落に向つて集中する交通機関も、その商圏の拡大に役立つものと考えられる。

次に中級品になると、全世帯が等しく必要とすることは下級品と変りないが、購買頻度は下級品に較べて格段に少くなる。当然、需要量も少くなると共に、一回の買物に費し得る交通費と時間も増大する。このため下級品販売地の総てが中級品販売地として存続することは不可能であり、その数はずつと少くなるはずである。ところで実際の減少比率は、筆者の調査によれば、約三分の一程度であつて、下級衣料品（中級品）と食料品（下級品）との購買頻度の差からすれば、かなり減り方が少いように感じられる。このような食遣いは、人々が中級品の購買に際して大きく二つの型に別れることによつて起つているものと考えられる。

これは人々の考え方の相違から来る現象であつて、購買者の反応条件の発現に外ならない。二つの型の人々とは、商品の質や豊富さを重んじ、少々遠くてもそれらの希望に適合条件を備へた大中心集落へ買いに出かける人々と、そのようなことに余り重きを置かず、より近くの販売地で手軽に買つて済ませようとする人々とである。前者の人々の存在により、大中心集落の商圏は優越・全域両商圏とも、下級品の場合に較べて著しく拡大する。一方、後者の人々の存在によつて極く身近かな販売地の存在が要求され、先程述べたような予想外に多数の中級品販売地が農村部に発生するものと考えられる。従つてその優越商圏分布の様子は、若干の大中心集落の大きい商圏と、多数の中小中心集落の小型の商圏とが混在することになるであろう。

上級品になると、質の良いもの、好みに合ったものが有るかどうかということが購買地選定の最大の決め手となる。また単価も高く、購買頻度も極めて少いため、購買地までの所要時間や交通費が少々大きくても、中・下級品の場合のような強い妨害条件とはならない。これらの理由によつて、上級品販売地は専門の販売店が数軒以上集つて立地し

得るような、大中心集落に限られることになり、それらのほぼ大きさのそろった大きい優越商圏によって農村部の全域が覆われることになると考えられる。

三

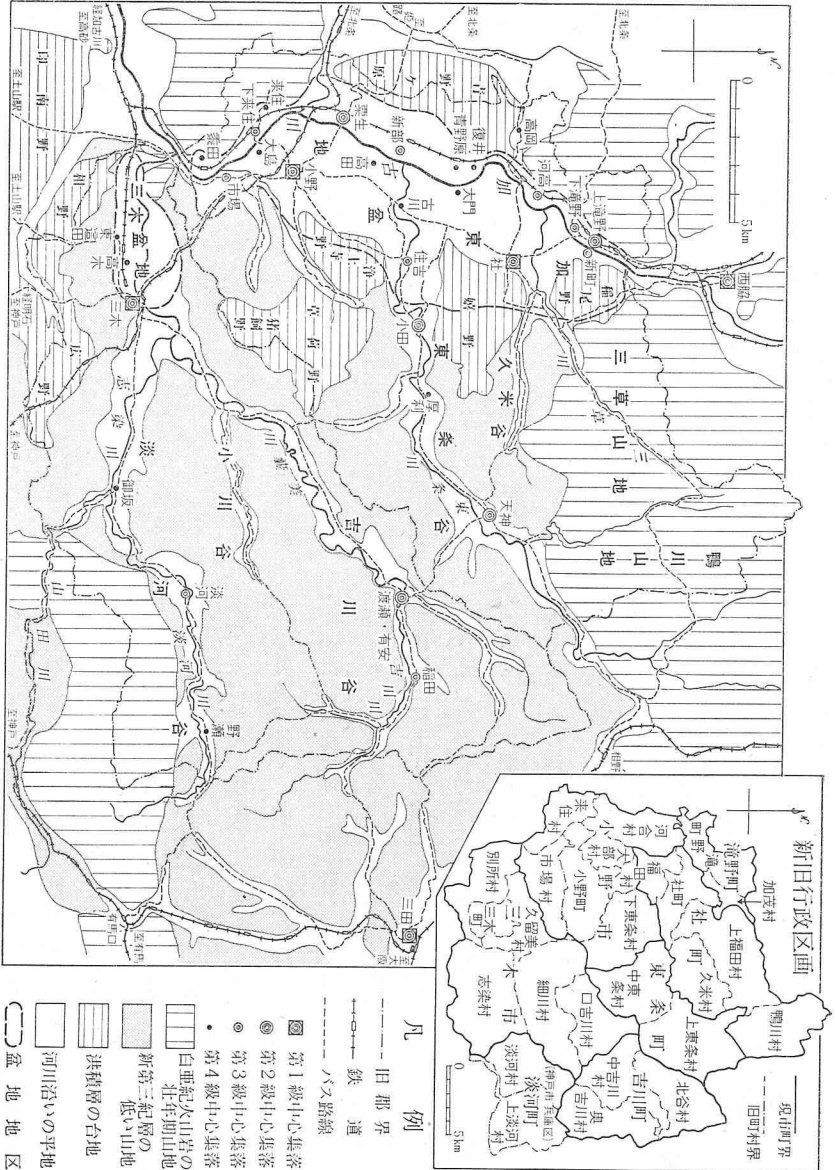
中心集落の小売商圏がどのような原理によって形成されるかについて、前章で考察を行った。筆者はこの原理を実際の場において確かめるため、昭和三九年に兵庫県の東播州内陸農村地帯をフィールドとして実態調査を行った。そこで本章では、フィールドに関して若干の説明を行っておきたい。

(1) 一般的特色 フィールドとして選んだ地域は、東播州の内陸部にある旧美嚢・加東両郡域で、東西・南北とも約二五軒、ほぼ円形をなす。その東南の半分が旧美嚢郡(一町一〇ヶ村)、西北半が旧加東郡(三町一二ヶ村)で、境界線は東北—南西方面へ、ほぼ直線的に走る。町村合併により、現在旧美嚢郡は一市二町(三木市、美嚢郡吉川町、神戸市兵庫区淡河町)、旧加東郡は一市三町(小野市、加東郡社町、同滝野町、同東条町)となっている(第一図参

照)。なお、以後本稿では便宜上、旧美嚢郡及び旧加東郡の全域をそれぞれ単に美嚢郡、加東郡と呼ぶことにする。

本地域の南縁は、神戸、明石、加古川、高砂等の海岸沿いの大都市や工業都市からほぼ一五軒の距離があり、それらによる都市化や工業化という面での影響は昭和三九年現在、未だ殆んど現われていない。本地域は兵庫県下でも有数の農業地帯で、農家率は昭和四〇年現在、五〇・二%、阪神間諸都市と明石市を除いた兵庫県下の平均値四〇・四%に較べてもかなり高い。また、小野市西部と現在の加東郡中部とに若干の農村工業が見られる以外は、特殊な産業も存在しないので、本地域はその全域がほぼ同質的な農村地域によって覆われているものと見なしうる。また本地域内には、その西縁部に南から三木、小野、社という三つの小都市があって、地域内に各種の勢力を及ぼしているほか、地域外からは東方から三田が同じ位強い勢力を及ぼしている^④。また、本地域内には前記の小都市のほかに、現加東郡東条町天神、現美嚢郡吉川町渡瀬等の旧村中心集落をはじめとする大小様々の中心集落が多数分布し、それぞれの近辺に勢力を及ぼしている。

第1図 地域外観図



以上のように本地域は、多数の中心集落が農村地域において形成している商圏の分布構造を見るには非常に適した土地であり、また次に述べるように、地形、集落等の面でも変化に富んでいて、それらが中心集落の商業の上に及ぼしている影響を観察する上でも便宜が多いと考えられる。

(2) 地形 本地域の地形は、第一図にもその概略を示したように、美濃郡と加東郡がそれぞれ一つの大きい地形的單元をなしている。加東郡は更に、西部の加古川本流沿いの盆地(加東盆地)、中部及び東部の低い新第三紀層の山地地帯、北部の白亜紀後期の火山岩から成る壮年期山地地帯の三つに分けられ、美濃郡の方は西端部の極く小規模な盆地(三木盆地)と、残りの部分全域に広がる低い新第三紀層山地地帯の二つに分けられる。なお、両郡とも、新第三紀層山地部と盆地部との間には、かなり広い洪積層の台地が広がっており、加東郡西端の加西郡境のものと共に、近年迄原野として未開拓のままに放置されていた。

両郡にわたって広い部分を占める新第三紀層山地地帯は、その中を流れる加古川支流の水系によって、第一図に示したような幾つかの谷筋に分けられるが、それらはそれぞれ

の中央を流れる主流沿いの比較的幅の広い谷底平地と、そこへ流入する小支流によって刻み込まれた無数の樹枝状支谷とから成っている。

(3) 集落 前節で述べた特色ある地形は、集落の形態にも影響を与えている。即ち、盆地部の集落が殆んどすべて人口六〇〇人前後の比較的大きい集村で、ほぼ等間隔に分布し、地域の人口密度も大きいのに対し、新第三紀層山地地帯では、人口は主流沿いの谷底平地に集中し、しかも集村をなさずに、家屋と家屋の間にかんがりの空間を持った疎状塊村をなす。一集落当りの人口も三〇〇人前後と少く、人口密度も北部の壮年期山地地帯に次いで低い^②。

本地域に分布する集落のうち、商業機能を持つものを、商店数及び商業の種類数によって区分してみると、第一表のようになる。三木、小野、社の三小都市が飛び抜けて大きく、これら三つを第一級中心集落と呼ぶことは全く問題が無い。これ以下になると明確な切れ目は認めにくくなるが、中心集落自体の人口の大きさを考えに入れるならば、渡瀬・有安^③と下滝野との間に一つの区切りをつけることが可能である。そこで渡瀬・有安以上の五集落を第二級中心

第一表 商店数及び商業の種類数による中心集落の階級区分

| 階級 | 中心集落 (人口) | 商店数 | 商業種類数 | 階級 | 中心集落 (人口) | 商店数 | 商業種類数 |
|-----|--------------|-----|-------|------------|----------------|-----|-------|
| 第一級 | 三木 (15,188) | 402 | 5 | 第四級 | 青野原 (841) | 12 | 4 |
| | 小野 (6,946) | 284 | 5 | | 厚利 (300) | 11 | 5 |
| | 社 (3,391) | 109 | 5 | | 高岡 (1,570) | 11 | 5 |
| 第二級 | 上天滝野 (1,683) | 39 | 5 | | 野瀬 (766) | 11 | 4 |
| | 天神 (853) | 39 | 5 | | 東田 (933) | 11 | 4 |
| | 栗生 (1,620) | 35 | 5 | | 米住 (659) | 10 | 4 |
| | 小田 (1,055) | 27 | 5 | | 古川 (678) | 10 | 4 |
| | 渡瀬・有安 (431) | 24 | 5 | | 大門 (508) | 9 | 4 |
| 第三級 | 下市河淡新下新稲住 | 19 | 5 | | 大島[小野] (1,309) | 9 | 4 |
| | 滝野場高河部 | 17 | 5 | | 黍田 (627) | 9 | 4 |
| | 野高 (1,247) | 16 | 5 | 高田 (495) | 9 | 4 | |
| | 河高 (881) | 16 | 5 | 御坂 (472) | 9 | 4 | |
| | 部 (1,382) | 16 | 5 | 高木 (1,319) | 10 | 3 | |
| | 住 (1,413) | 19 | 4 | | | | |
| | 町 (511) | 17 | 4 | | | | |
| | 田 (425) | 14 | 4 | | | | |
| | 吉 (712) | 14 | 3 | | | | |

* 商業種類数は産業中分類の小売業中からG43 (各種商品小売業) とG46 (飯食店) を除いた5種類中の数字。

** 商店数中にはG43の商店数を含む。
*** 印は、外にG46があることを示す。
印は、外にG43があることを示す。

集落とする。これらは、いわゆる旧村中心集落(旧村毎に
ないし二ヶ所存在)のうちでも特に規模の大きいもので、
上位旧村中心集落と呼ぶことが出来る。これより小さいも
のでは、商店数と種類数との間の相関も低くなって、いよ
いよ区切りがつけ難くなるが、種類数三以上で店数一四以
上のものと、種類数三以上で店数一三〇九のものとはそれ
ぞれ一グループをなすように見受けられるので、前者を第
三級、後者を第四級中心集落とする。第三級中心集落中
には、第二級中心集落と同様に旧村役場所在地が多く、これ
らを下位旧村中心集落と呼ぶことが出来る。

第一級中心集落(小都市)を大中心集落とすると、第
二・三級中心集落(旧村中心集落)は中位中心集落と呼ぶ
ことが出来、第四級中心集落及びそれ以下は小中心集落又
は群小販売地と呼ぶことが出来る。なお、中心集落と呼ば
れるためには、少くとも周辺の二、三集落にかなり強いサ
ービスを及ぼしていることが必要であるが、以上の区分は
商店数、商業種類数によつただけのもので、実際にこ
こに挙げた第三、四級中心集落のすべてが中心集落と呼ぶ
に値するかどうか、そこ迄の判定を行うことは不可能であ

る。低い階級の中心集落の活動を中心集落側の資料のみから求めようとする場合には、この点が問題となる訳であって、どうしても実態調査を行うことが必要となる。

以上の中心集落の分布は第一図中に示してある。やはり西部の高人口密度地帯に密な分布を示しており、美濃郡中部と加東郡北部が中心集落を欠く地域となっている。

(4)交通 本地域の交通機関の主役はバスであり、その路線は先に見た地形に強く支配されているものの、全体に良好な発達を示している(第一図参照)。殆んどの路線を姫路市に本社を置く神姫自動車株式会社が独占しているが、重要な路線としては、①西脇を発して本地域西縁部の小都市を連ね、三木から明石へ出て神戸の三宮に至るもの、②同じく西脇から発して社から東へ折れ、本地域の北半部を東西に貫いて天神、渡瀬から三田に至るもの、③三木から発して本地域の南部を東西に貫き、三田に至るもの、④同じく三木から発して吉川谷を遡り、渡瀬に至るもの、⑤小野から発して東条谷を遡り、天神に至るもの、⑥社から発して本地域の北辺部を東北進し、旧鴨川村の平木に至るもの等がある。これらのバス路線は、地域内の住民が各小都市

やそれ以下の中心集落へ向うのに大きい便宜を与えているほか、社、小野、三木、三田等の小都市から鉄道や幹線バスに乗って神戸や大阪等の大都市へ出かける時の中継交通機関の役割を果している。

一方鉄道では、粟生から小野、三木へと本地域の西南部を横切って神戸に至る神戸電鉄粟生線と、三田から神戸へ向う同電鉄の三田線、同じく三田から大阪へ向う国鉄福知山線の三つが重要である。本地域西縁部を南北に貫く国鉄加古川線と支線の三木線は、運行回数が多い上、バス路線の集中心から外れた加古川西岸を走っているため、重要な意味は持っていない。

四

前記のフィールドにおける実態調査は、昭和三九年六月下旬から七月上旬にかけて行った。調査はアンケート方式を取り、地域内の全中学校(一九校)の御協力を得て、第一、二両学年の全生徒を通じ各家庭の家政責任者に記入してもらった。多忙な職務の中にも拘らず御協力を厭われず、調査票総数五一〇二票、有効回収数四二三一票という厩大

な配布・回収作業を成功に導いていただいた各中学校の諸先生方に対し、深く感謝の意を表する次第である。

中学校生徒の家庭は、彼等生徒の両親が概ね三〇歳〜四〇歳の働き盛りであり、地域の経済活動の中心をなしていると考えられるので、統計学的に言えば母集団を正確に代表するサンプルではないけれども、出て来る結果は、商圏という経済活動の考察に十分耐え得るものであると確信する。

回答方式は、原則として購買回数による第一指向地方式としたが、購買地が二ヶ所以上にわたっていずれにも優劣が付け難い場合にのみ、そのすべてを記入させることとした。集計は商圏の微細な構造を見る必要から、すべて大字単位に行った。調査品目は一八としたが、ここでは各商品階級をよく代表するものとして、菓子（下級品）、普段着（中級品）、時計（準上級品）、家具（上級品）の四品目を取上げ、以下順にその商圏分布の実態を解説して行きたい。

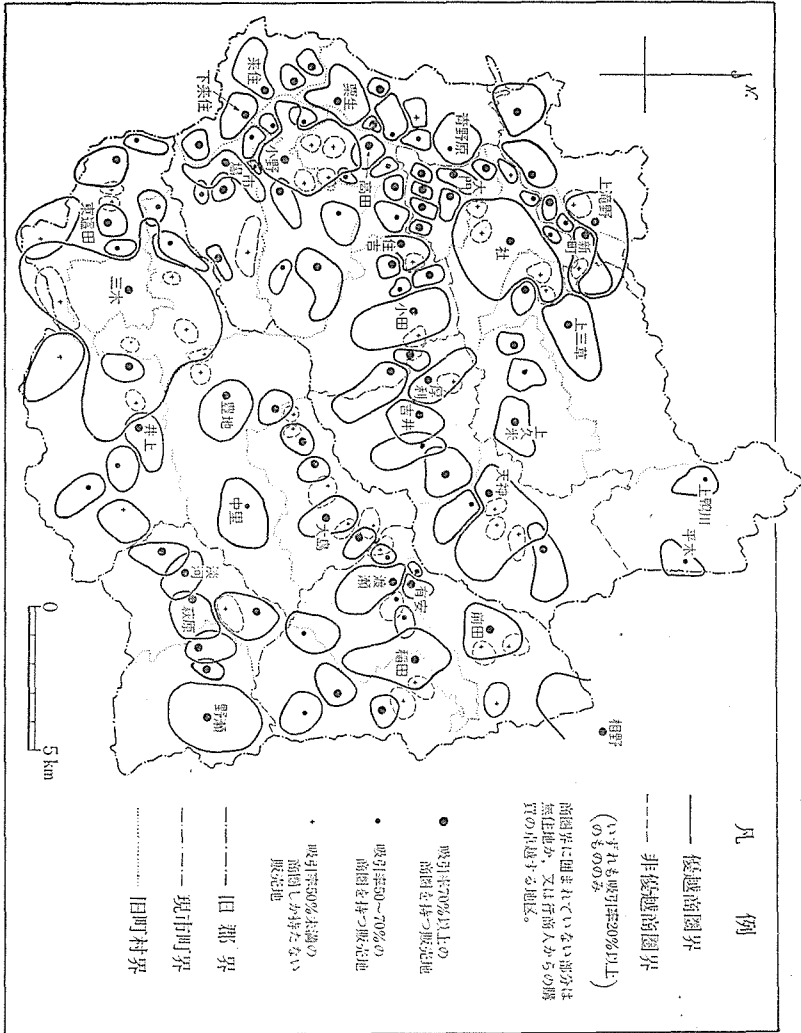
(1) 菓子 調査対象となった家庭には必ず最低一人は子供が居る訳であるから、ここに言う菓子とは駄菓子のことである。駄菓子は一般的に見ても最も安価で最も頻繁な（毎

日と言っても良い）需要を持った最下級の商品であり、すべての商品の中で最も販売地が多い。今回の調査で指向地として挙げられた集落は、両郡内で大小合わせて一六〇余に上り、全集落（約二六〇）のおよそ六割に当る。

菓子の販売地数で両郡地域面積を割ると、二・九平方料となり、人々は平均してほぼ一料以内に必ず一つは菓子の販売地を持っていることになる。従って、この一料という距離は、毎日徒歩や自転車や気軽に買物に出かけることので出来る最大限の距離を示すものと考えられる。

菓子販売地のうち、吸引率二〇%以上の商圏を持つもの（一四〇）の優越商圏を明示したものが第二図である。大きさの殆んど違わない小商圏が目白押しに並んだ特徴ある商圏分布を見ることが出来る。小都市や旧村中心集落等の商圏が若干大きくなってはいるが、それも大部分は販売地から二料以内におさまっている。ただ、中には三木のように、優越商圏が中心地から五料を越える所迄及んでいて、先程の考察からすれば奇異に思われるものもあるが、これも調査票を調べてみると、交通の便の良いこのような地区では、より上級の鮮魚や肉等の買物（一週間に二、三回）の

第2図 菓子 の 商 圏 分 布



ついでに菓子も三木で買いためて来るといふ人が多いためであることがわかる。そして、このような特に大きい優越商圏(三木、小野、社、天神等)の内部に数多くの補助的販売地の立地が見られるのは、菓子本来の買い方をする人々の需要がこの地域においても多数存在していることを示している。

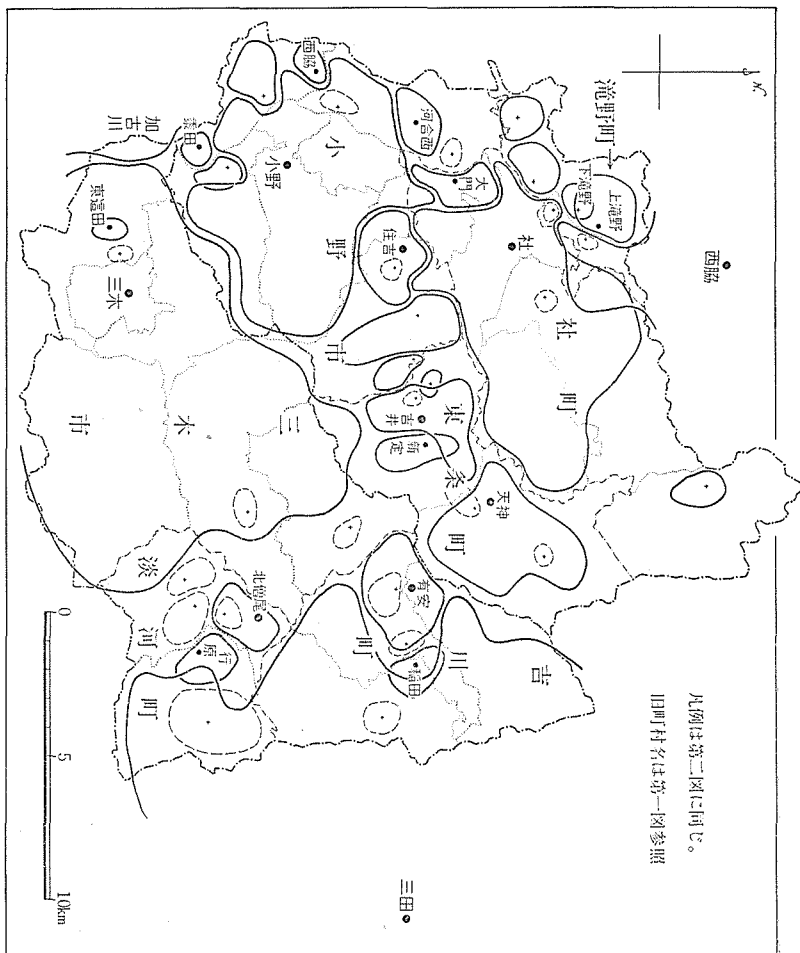
なお、より上級の食料品である鮮魚や肉になっても、総販売地数は余り減少せず、調査票に現われた指向地は両郡合わせて一三八に達する(全集落の五〇%)。しかし一方、三木、小野、社等の小都市の優越商圏は、その内部に若干の補助的販売地を残しながらも、かなりの拡大を見せ、品質(鮮度)の良さを求める人が多くなって、中級品の特性を示し始めていることが知られる(第四図参照)。また食料品については、集落形態と販売地分布との関連も明らかに読み取ることが出来る。即ち、加東・三木両盆地の集村分布地域では、鮮魚及び肉の販売集落は全集落の七〇%弱に達するのに対し、非集村地域では約四〇%に過ぎない。これは人口密度の違いによる差もあるであろうが、集村では人々が店の近くに密集して任んでいるので、集落内の購買

者を確実につかむことが出来、経営が成り立ち易いためであると考えられる。

(2) 普段着 普段着になると、第三図によっても明らかとなり、販売地数は格段に減少する。調査票上の指向地は両郡合わせて五五であり、食料品の場合の三〜二・五分の一である。三木、小野、三田等の小都市の優越商圏が著しい拡大を見せ、中心地から最低三軒、最大は一二〜一三軒の所に迄達する。しかしこれら小都市の優越商圏が直接境を接して角逐し合っている部分はまだ少く、その間隙を埋めるような形で五〇近い販売地の優越商圏が分布している。但し、全域商圏を以って見ると、この部分も小都市の商圏で覆われており、既に中級品の段階において本地域のほぼ全域に強弱の差こそあれ小都市の商業勢力が行きわたっていることが知られる。

(3) 時計 時計は先にも述べたように準上級品に属する。販売地数は中・下級品に較べて極端に少く、本地域もその全域が三木、小野、社、三田、天神、渡瀬のわずか六つの中心集落の商圏によってほぼ完全に覆われてしまう。その状況は第四図に太い破線で示したが、上級品の家具や中・下

第3図 普 段 着 の 商 圏 分 布



級品の商圏分布と較べて特に目立つ特色は、天神と渡瀬という二つの上位旧村中心集落の商圏が大きいことである。

両集落共、時計の専門店は一軒あるだけであるが、その商圏は、内部の結合強度分布も同心円的で、規模こそ小さいけれども、質的には十分小都市の商圏に匹敵する。この両中心集落が三田——三木——小野——社という小都市を結んだ時に出来る大きい半円のちようど円心部に位置しているということと、同じように専門店を一軒持つ上滝野と来住が、それぞれ社、小野という小都市(いずれも専門店三軒を持つ)に近接し過ぎていたため、大きい商圏を持ち得ずにいるということは、興味深い事実である。即ち、頻繁なアフター・サービスを必要とする商品においては、いくら上級品であっても中心集落のサービスが及び得る距離に限界があるということ^③、販売地間の距離がこの上限の二倍を越えると、それらの中間に新しい販売地が発生し、かなり強力な商圏をその附近に形成することが可能であること等を示しているものと考えられる。

(4) 家具 家具販売店の所在地数は、小売専門店のみの場合でも既に時計の販売店数より多く、実際にはこの上に農

村部の家具製造業者からの購買が加わるので、更に多くなり、本地域内でも二〇近くを算えることが出来る。しかしながら家具は時計と違って買いっ放しであり、しかも高価で購買頻度が極く小さく、目的に合ったものを見つけないには品数が豊富であることが強く要求されるので、専門店が教軒以上ある小都市への指向が非常に強い。そのため販売地は多数あるが、小都市以外のものの商圏は狭く弱く、殆んど問題にならず、本地域はその全域が第四図に示した通り、三木、三田、小野、社の四小都市の優越商圏によって完全に覆い尽くされる。

なお、本地域の位置から見て、家具のような最上級品では神戸等の大都市での購買が多くなるものと予想されるが、実際にはその比率は神戸に近い美嚢郡域においてさえ意外に低い^④。これは、家具という商品の性格上、買った店から自宅迄配達してもらわなければならないが、無料配達をしてもらえる距離には限度があつて、余り遠く離れた所で買う訳に行かず、いきおい近くの小都市で購入する人が多くなるためであろう。

なお、本地域において、大都市での購買者の比率が最大

となるのはよそゆき着である。特に、大都市への交通の便が良い小都市自体と、いずれの小都市からも遠い商圏境界地帯において大都市への指向者比率が高い。このため小都市の上級衣料品販売は、他の上級品販売に較べて不振であり、その優越商圏も中級品の普段着の場合より若干拡大しているという程度で、家具や時計等の商圏に較べてかなり弱小である。なお、この品目については、洋服、和服とも農村部に比較的多数存在する仕立屋からの仕立購入が若干見られ、^② 購売地数も三〇余りで家具よりも多いことが、今一つの特色となっている。

五

中心集落の品目別商圏分布の、兵庫県東播州内陸部における実態は前章で述べた通りであるが、それらの階層的分布構造について、第二章の(3)での予想とも比較しながら次に述べてみたい。

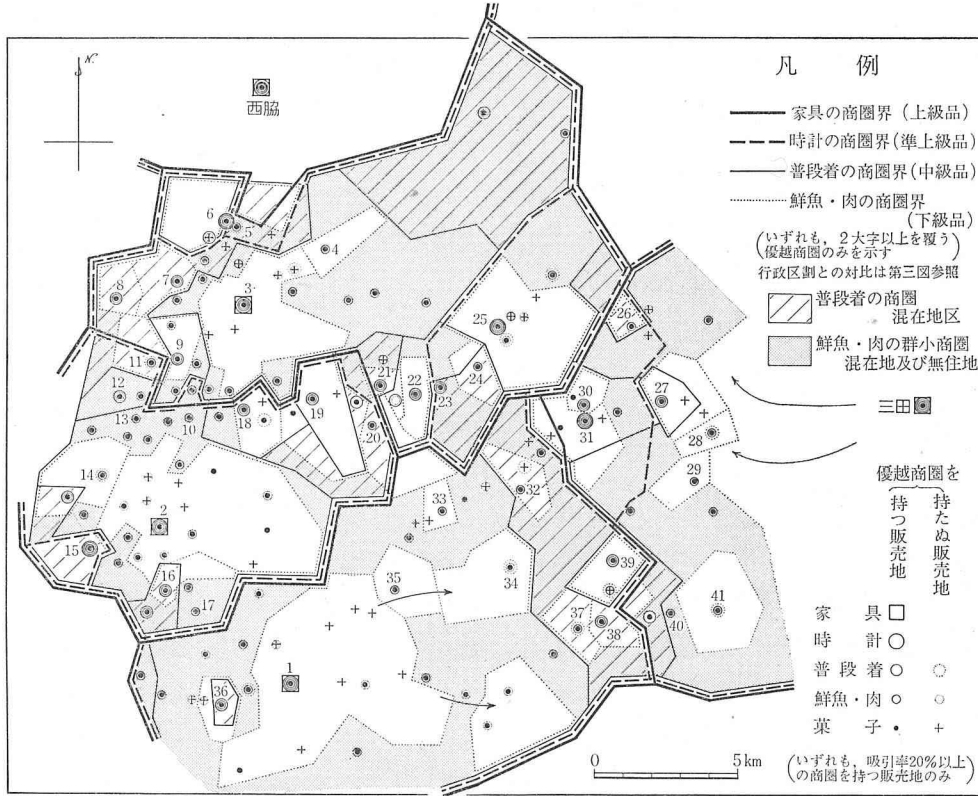
本地域における下級品(鮮魚及び肉)、中級品(普段着)、準上級品(時計)、上級品(家具)の四商圏を若干簡略化して重ね合わせ、更に最下級品(菓子)の販売地をも含め

た各商品販売地と共に示したものが第四図である。下級品から上級品へ向うにつれて販売中心集落が小さいものから順次姿を消して行き、それに伴ってより大きい中心集落の商圏が、より下級の商品ではより小さい中心集落の商圏によって占められていた部分を併呑しつつ拡大して行く様子を良く読み取ることが出来る。即ち、農村地帯住民の様々な商品に対する需要は、各階級の中心集落の商圏の次のような組合わせによって充たされていることがわかる。

まず上級品は、第二章の(3)で予想した通り、第一級中心集落たる小都市によってその殆んどすべての需要が充たされており、全地域が小都市のほぼ大きさのそろった強い優越商圏(大部分が吸引率五〇〜七〇%以上)によって覆われている。

準上級品になると、その需要を充たす中心集落として、小都市のほかに若干の上位旧村中心集落が現われて来る。この上位旧村中心集落が大きい役割を果し得るのは、いずれの小都市からも遠く離れた地域のみであるが、その附近の住民の需要はもっぱらこの中心集落によって充たされている。商圏分布から見ると、ちようど上級品における小都

第4図 階級別商圏の階層的分布



番号 集落名

| | | | |
|----|------|----|-----|
| 1 | 三木 | 26 | 前田 |
| 2 | 小野 | 27 | 稲田 |
| 3 | 社 | 28 | 市野瀬 |
| 4 | 上三草 | 29 | 楠原 |
| 5 | 新町 | 30 | 有安 |
| 6 | 上滝野 | 31 | 渡瀬 |
| 7 | 河高 | 32 | 大島 |
| 8 | 高岡 | 33 | 東中里 |
| 9 | 大門 | 34 | 中里 |
| 10 | 古川 | 35 | 豊地 |
| 11 | 青野原 | 36 | 東這田 |
| 12 | 河合西部 | 37 | 淡河原 |
| 13 | 新栗 | 38 | 萩尾 |
| 14 | 粟生 | 39 | 北僧 |
| 15 | 来住 | 40 | 東畑 |
| 16 | 市場 | 41 | 野瀬 |
| 17 | 樞山 | | |
| 18 | 住吉 | | |
| 19 | 小中 | | |
| 20 | 厚利 | | |
| 21 | 吉井 | | |
| 22 | 新定 | | |
| 23 | 岡本 | | |
| 24 | 岡 | | |
| 25 | 天 | | |

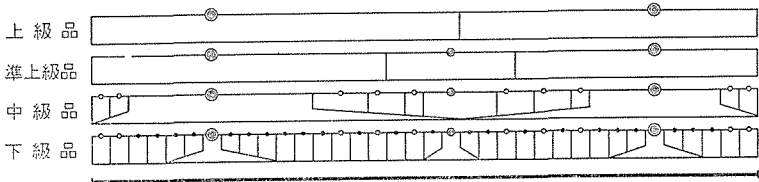
市の優越商圏の一隅にこのような上位旧村中心集落の小さいけれども強い優越商圏が嵌め込まれたような形になっている。

中級品になると、商圏の分布は急に複雑となる。小都市の優越商圏は後退し、それらの間に中小中心集落(販売地)の優越商圏が出現する。各販売地の商圏の大きさに最も大きい差が生じるのがこの中級品である。中級品の供給に於いての大きい特色は、先程述べた中小中心集落の優越商圏分布地帯において、供給ルートの二元化が起っていることである。即ち、上級品、準上級品、及び次に述べる下級品においては、或る集落の優越商圏内の需要はもっぱらその集落によって一元的に供給されていたの^④に対し、中級品は第二章の(3)で述べた購買者の兩型分化のため、中小中心集落の優越商圏内においても多数の小都市指向者が存在し、そのためこの地帯の住民の需要は、小都市と中小中心集落という二つのサービス供給ルートによって二元的に充たされていることになる訳である。これは商圏分布の面においても、中小中心集落の優越商圏が、若干の例外を除いて余り強いものでなく(普段着の場合、五〇余りの中小販売地の商

圏の中でも、七〇%以上の吸引率部分を持つものはわずか五つに過ぎない)、それらの分布地域をも小都市の全域商圏が覆っているという事実となって現われている。

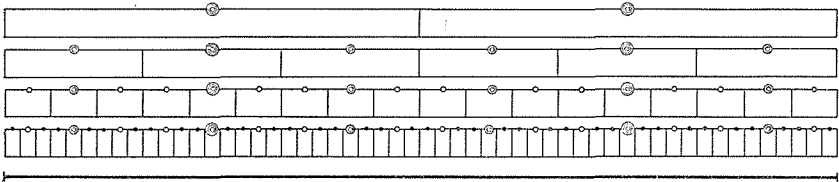
下級品では、第二章で予想した通り、住民の需要の大部分はもっぱら彼等の極く近くに存在する小販売地(大半が中心集落と呼ぶに値しない)によって充たされており、再び供給ルートはほぼ全域において一元化する。その結果、商圏の分布は、大きさのほぼそろった小さい、しかし強力な(菓子の場合、一六〇余の販売地の商圏のうち六八もが七〇%以上の吸引率部分を持つ)優越商圏が目白押しに並ぶことになる。また、小都市の優越商圏は予想通り他の中小中心集落や群小販売地の優越商圏よりも大きくなっている。しかし、最下級品の菓子の場合は、その拡大の要因は菓子販売に関する小都市自体の魅力ではなくて、より上級の食料品購買に際しての菓子の「ついで買い」であった。そのため、「ついで買い」以外の菓子本来の買い方をする人々の需要に依り、小都市の菓子優越商圏中には多数の小販売地の補助的商圏が分布しており、このような部分においてのみ供給ルートの二元化が起っている。

第5図 商圏の階層的分布構造模式図



以上のような様々の商品階級別商圏の階層的分布構造を模式図化して示すと第五図のようになる。この図は先の第四図を水平方向から眺めたものと言って良く、或る一つの地域（最下部の太実線で示されている）の上に、下級から上級までの各階級の商圏が積み重って、地域住民の需要を充たしている様子が示されている。各中心集落（各階級の商圏の上部線上に点で示されている）の持つ優越商圏の大きさは、上部線上での横幅によって示され、その強さは各中心集落を下から囲んでいる多角形の底の深さによって示されている。大きい中心集落の商圏が小さい中心集落の商圏の底部へ楔形に食い込んでいるのは、その大きい中心集落の全域商圏が優越商圏のずっと外側まで大きく

第6図 W. Christaller の供給原理支配地域における商圏の階層的分布構造模式図



◎ B 中心地 ◎ K 中心地 ○ A 中心地 ・ M 中心地

[W. Christaller (1933), (1960)により筆者原図]

延びていることを示している。このように上部と下部がそれぞれ別の中心集落の商圏になっているということは、取りも直さずその地域で供給ルートの二元化が起っているということであり、従って上部線から下部線迄直接達する矩形の商圏が並んでいる部分では、住民の需要は一元的な供給ルートによって充たされている訳である。

同じ図式により、Christaller の考えた商圏の階層的分布構造を、供給原理支配の場合について模式図化してみると第六図のようになる。彼の考えは、商品階級毎に別々の商圏分布を設定している点や、

第二表 販売上限商品の階級による中心集落の階級区分

| 階級 | 中心集落 | 階級 | 中心集落 |
|-----|------------|-----|------------------|
| 第一級 | 木野 | 第三級 | 原利町部谷本草地里瀬瀬河原田 |
| | 三小社 | | 野 |
| 第二級 | 神安野 | 第四級 | 背厚新新中岡上豊中市野淡萩前大島 |
| | 天波瀬・有滝 | | 三野 |
| 第三級 | 吉門井田場田岡高生田 | | |
| | 住大吉小市東高河粟稲 | | |

上級品になるにつれてサービス供給地数が減少し、代りに各中心集落の商圏が拡大することをとらえている点では、良く商圏の階層的分布構造を把握している。しかし彼の考えは、或る一つの商品階級の商圏分布中にあるのは、すべての中心集落は全く同等の大きさの商圏しか持っていないと見なして、大中心集落の商業がその有利性の故に他の小中心集落よりも大きい商圏を持ち得るということを見無視している点や、供給ルートがすべての階級の商圏中で常に一元的であると考えている点（即ち購買者の反応の分化とということに全く考え及んでいない点）などで、やや現実と離れた不備な考え方であったと言えることが出来る。

次に、或る集落がどの程度高い階級の商品についてまで販売中心集落として活動しているかということによって、その中心集落の商業上の階級を決定し得るとすれば、第四図から直ちにそれを求めることが出来る。即ち、最下級の菓子から最上級の家具迄の各階級の商品の販売について中心集落であるような集落を第一級中心集落とし、最下級の菓子から準上級品の時計までのものを第二級、同じく中級品の普段着までのものを第三級、菓子と上級食料品の鮮魚及び肉の販売中心集落であるものを第四級として、それぞれに当てはまる集落を求めてみると、第二表のようになる。

これを第三章の(3)で求めた商店数・商業種類数による中心集落階級区分(第一表)と比較してみると、第一表の第一級中心とこの第一級中心とは完全に一致するが、第二級以下ではかなり異同が見られる。特に、第一表で上位のクラスにランクされていた中心集落の中には、こちらでランクの落ちたものや名前さえ見えなくなったものが目立つ一方、こちらで第三・四級にランクされているものの中には、第一表に名前が出ていなかったものや下位のクラスから上って来たものが多数見受けられる。ランクの下ったもの

中には、すぐ近くのより大きい中心集落に圧迫されていることが明らかなものや、地形の關係上他集落にまで商圏を及ぼし得ず、中心集落と呼ぶにふさわしくないので第二表で省かれたものなど（下滝野、下來住、高田、來住、黍田等）、理由のはっきりしているものもあるが、例えば淡河のように、昔からの中心的集落（宿場町）で、大中心集落からも遠く離れ、地形的障害も見当たらないのに、上級商品で自集落内の購買者さえも十分につかみ得ていないものもある。これについては、淡河の商店が外売に主力を置いて経営を維持しているのではないかとということが考えられる。そのような場合ならその活動は、購買者側から見れば行商或は出張販売人からの購入ということになるので、その中心集落の商圏としては現われて来ない訳である。新興商店街に圧されている古くからの中心商店街が、その附近の人からは殆んど見捨てられながらも、周辺農村部の顧客を外売という形で繋ぎ留め、その経営を維持している例は、大阪府の堺市等においても見られる。^④ 一方、第二表でランクの上った中心集落については、商業ばかりでなく、各種のサービス業の数や種類も考慮に入れた上での、第一表の

ランク付けの再検討が必要であろう。

このような中小中心集落の實際の商圏規模と、商業・サービス機能の種類や数との關係、階級区分等の問題については、また稿を改めて論じたい。

なお、Löschの中心地システムでは、上級品販売の中心集落でありながら、中級品或は下級品の販売機能を全く欠く集落が極く普遍的に存在することになっている。^⑤ 本地域内にも確かにそれに近い集落が存在するが、その数は非常に少く、本地域内でも三、四集落しか無い上に、いずれも弱いとは言え、より下級の商品の販売機能を持っている。従って、Löschの考えは、少くとも商圏の階層的分布構造については、本地域の現実と合致しない。

六

次に、第二章の(2)で述べたような小売商圏形成原理が、實際の商圏分布、特に商圏境界線形成に当たってどのように作用しているかという点について、今少し詳しく考察してみたい。

需要者が購買地を決定するに当たって考慮する条件として、

第二章の(2)では①中心地条件と②交通条件とを挙げた。今、二つの都市間に直通の交通機関がほぼ平均して走っている場所を取上げて考えると、両都市の間のちょうど真中に位置する集落では両都市への交通条件が同一なので、どちらの都市をその住民のより多くが購買地として選んでいるかということとは、両都市の中心地条件の優劣によってのみ決定されているはずである。本地域においてこのような条件に当てはまる集落を、同程度の規模の小都市を結ぶルートの上で探してみると、三木——淡河——三田間の東畑(淡河町上淡河地区)、三木——小野間の檜山(小野市市場地区)、小野——社間の古川(小野市福田地区)等が見出される。

そこでまず、三木——淡河——三田間の東畑について調べてみると、家具、時計、よそゆき着の買廻品三品目とも、三田の商圏に属しており、阪神への指向者を除いた残りの殆んどすべてが三田へ指向している^④。従って、買廻品三品目に關しては、共に三田の中心地条件が三木のそれより良いということが予想される。そこで第二章の(2)で挙げた各中心地条件によって三田と三木の有利性を比較し、本當に

第三表 四小都市の商業及びサービス業

| | 買廻品取扱商店数(一店当平均従業者数) | | | 広義のサービス業の種類数 | | |
|-----|---------------------|--------|--------|-----------------|----------------|-----|
| | よそゆき着 | 時 計 | 家 具 | 商 業 (G43~49) | サービス業 (H~L) | 計 |
| 三 田 | 15(3.1) | 6(4.3) | 5(4.0) | 54 | 61 | 115 |
| 三 木 | 15(4.5) | 6(2.0) | 3(4.5) | 54 | 58 | 112 |
| 小 野 | 14(2.6) | 3(2.7) | 5(2.6) | 52 | 34 | 86 |
| 社 | 9(4.2) | 3(2.3) | 3(2.3) | 51 | 41 | 92 |

* よそゆき着は「洋服小売業」と「婦人子供服小売業」の合計。
 ** 商業の種類数は細分類56種類(日常生活に關係の深いもの)中の値。
 *** サービス業の種類数は細分類99種類(日常生活に關係あるもの)中の値。

三田の方がより有利になっているかどうかを検討してみなければならぬ。

まず、(a)目的とする商品を扱っている商店数については、よそゆき着と時計では両都市に差はなく、家具では三田の方が二軒多い(第三表参照)。(b)それらの店の規模については、よそゆき着では三木の方が大きく、時計では三田の方が大きい、家具については大した差が見られない^⑤。(c)販売価格については、適当な資料が無いのであるが、兵庫県統計課の小売物価調査^⑥によれば、昭和三八年

十一月現在、三木市の隣の小野市では、よそゆき着が三田市よりもほぼ一割方高く、逆に家具が二割ほど安く、時計は同額であることがわかる。ここでは小野市の値を三木市と同じであると見て代用する。(d)その中心集落に存在する広義のサービスの種類数については、第三表により三木と三田の間には殆んど差がないことがわかる。(e)都会的雰囲気については、神戸と大阪の商業勢力の影響を早くから受け、それに対する対策を心掛けて来た三田の方が、三木よりも遙かに優っており、また商店街自体も大きく(商店街延長は三木の約一・五軒に対し三田は約三軒に達する)、その雰囲気もずっと洗練されていて、周辺の住民から見た場合の魅力はずっと大きい。

以上の中心地条件における両都市の優劣をまとめてみると第四表のようになる。いずれの品目においても三田の優位が明白であり、東畑の住民の大部分がこの三品目について三田を購買地として選んでいる実態と良く一致している。そこで中央点の集落という制限を外し、交通条件を加えて考えると、この東畑における三田の中心地条件上の優位も、三木の方へ位置が移ると共に交通条件の悪化によって

第四表 品目別中心地条件優位都市(三木と三田)

| 品目 | よそゆき着 | 時計 | 家具 |
|------|-------|-------|-------|
| (a) | 三木>三田 | 三木>三田 | 三田 |
| (b) | 三木 | 三田 | 三木>三田 |
| (c) | 三田 | 三木>三田 | 三木 |
| (d) | 三木>三田 | 三木>三田 | 三木>三田 |
| (e) | 三田 | 三田 | 三田 |
| 総合評価 | 三田>三木 | 三田>三木 | 三田>三木 |

場合は、価格と都会的雰囲気というこの商品の購買にあって最も大切な条件で三田の方が遙かに優っているし、淡河・上淡河村境は地形的裏付けを全く持っていないが、淡河であるから、その消滅した現在では三田の商圏が当然もつと西方まで延びていて然るべきなのであるが、旧淡河村域に入ると三田への指向者は三木への指向者の一〇分の一以下になってしまう。このような商圏境界線の出来方から見て、以前村境があったということが、淡河・上淡河両村

相殺され、三木の優位へと徐々に移って行くはずである。ところが実際には、三田の商圏は三品目とも東畑から約一・五軒三木寄りの、旧淡河・上淡河村境(地形的裏付けを持たない)で途絶えてしまいい、それから西は完全に三木の商圏に急遷してしまふ。よそゆき着などの

第五表 品目別中心地条件優位都市（三木と小野）

| 品目 | よそゆき着 | 時 計 | 家 具 |
|------|-------|-------|-------|
| (a) | 三木 | 三木 | 小野 |
| (b) | 三木 | 小野 | 三木 |
| (c) | — | — | — |
| (d) | 三木 | 三木 | 三木 |
| (e) | 三木≥小野 | 三木≥小野 | 三木≥小野 |
| 総合評価 | 三木>小野 | 三木>小野 | 三木>小野 |

民の三木及び三田に対する結合感の上に、なお大きい影響を与えていることは疑いの余地が無いと考えられる。

次に、三木——小野間の檜山の場合は、地形的裏付けを持つ行政区劃が商圏の広がり方の上に著しい影響を与えている例である。両都市の中心地条件を東畑の場合と同様の方法で比較してみると第五表のようになり、買廻品三品目とも三木の方が優っている。従って檜山は三品目とも三木の商圏下に入るはずである。しかるに実際は三品目とも小

野の商圏下に入っており、三木への指向者も確かに見られることは見られるが、小野への指向者の方が遙かに多数である。この場合、檜山の購買者を中心地条件からの予想に逆って小野へ向わせている原因は、三木との間に存在する峠（比高約五〇米）と、それに伴う行政

区劃（旧郡界、現市界）であろう。もちろん現在ではこの峠を切通しにして神戸電鉄と国道一七五号線が通っており、電車とバスの非常に頻繁な往来もあるので、実際上の交通の障害には殆んどなっていない。しかしこれが介在することによる三木との間の心理的隔絶感は強く、それだけ小野へ指向する人を増加させているものと考えられる。

また、小野——社間の古川の場合、詳しいことは省略するが、三品目とも小野の中心地条件の方が優っており、事実古川は三品目とも小野の商圏下に入っている。しかしここで注目すべきは、社の商圏が全域商圏をも含めて、古川へ全く食い込んでいないことである。古川はもともと北方の旧福田村（現社町）に属していた集落であり、社との間には旧村境も地形的障害も無いのであるから、先に見た諸例からすれば、社の商圏が少し位古川の中へ入り込んでいても良いはずである。しかるに社への指向者が全く見られないというのは、この集落の住民の間に広く共通して存在する特殊な反応条件による所が大きいと考えられる。即ち、古川とその東隣の久保木（旧福田村。ここにも社の商圏は全く及んでいない）の両集落は、算盤珠と木珠の生産地で、古

くから小野との関係が深く、更に昭和三〇年の町村合併に際しては福田村の一部として一度は現社町へ入っておきながら、激しい分町運動によって翌年小野市へ分町合併したという経緯を持っている。従ってこれらの事情が住民の心理に影響して、小野との強い結合感と社への反撥感という住民感情が生れ、それが特殊な反応条件となって商圏の上へも映し出されて来たものと考えられる。

ところで、或る地区内に特殊な反応条件をもたらす要因の一つに、特定の中心集落への通勤・通学者の存在があるのではないかとこのことを第二章で予想した。本地域内においても事実、社への通勤者の多い東条町域へ、社の時計、家具の優越商圏が入り込んで、直交通機関のある小野の商圏の侵入を阻止している例や、買廻品において三田の強い商圏下に入る吉川町で、三田及び三田を通じての阪神地方への通勤・通学者が非常に多い例などが見られる。通勤者の数はまだこの地域の全人口に較べれば少く、また通学者が買廻品の買物をすることは考えられないけれども、同じ村や集落から、或る特定の中心集落へ通勤或は通学する人が多いということになれば、他の住民の心理にもその中

心集落との結合感が知らず知らずのうちに生じ、それがほかの有利な条件と重った場合にその中心集落への指向率の上昇として現われるということは、十分に予想され得る所である。

七

以上、中心集落の小売商圏の形成と分布について、集落（大字）単位というミクロな段階での実態を明らかにし、若干の考察を試みて来たが、ここでそれらを簡単にまとめ結びとしたい。

中心集落の或る商品に関する小売商圏は、周辺部の住民がその中心集落をその商品の購買地として選定することによって形成される。購買地選定に当って考慮される条件としては、①中心地条件（その商品を扱っている商店の数と規模、価格、その中心集落に存在する広義のサービスの種類数、商店街全体の都会的雰囲気等）、②交通条件（その中心集落迄の所要時間、所要交通費、乗物の運行頻度、乗換回数等）、③購買者の反応条件（所得水準、職業、好み、特定の中心集落との伝統的結びつき、各種の心理的要素等）の三つがある。中心地条件の

良さが交通条件の悪さによって相殺され、一方、交通条件の良さが中心地条件の悪さを補うことによって、或る地区(集落)から見た様々な中心集落の客観的有利性が決定される。そして各購買者は、彼等が持っている多種多様な反応条件に照らして、これらの各中心集落の客観的有利性に対する評価を下し、各々独自の購買先を決定する。かくして、その地区に及んでいる様々な中心集落の客観的有利性の高さに比例した指向地分化がその地区内で起ることになり、それらが全地域にわたって総合されて、各中心集落の優越商圏や全域商圏が出来上ることになるのである。

このようにして形成された商品別の中心集落の商圏は、下級品から上級品へと階層的構造を以って積み重なり、一地域内の住民の各種のサービス(広義)に対する需要を充たしている。また、各中心集落は、それぞれその供給し得るサービスの階級について個有の上限を持っており、そのサービス上限の階級が低い中心集落ほど多数存在する。そして、より階級の高いサービスになるほどそれを供給し得る中心集落は少くなり、また一つの中心集落がサービスする範囲も大きくなる。このような高い階級のサービスを

供給している大中心集落は、その持つ各種の有利な条件により、下級のサービス供給においても小中心集落の持つ商圏よりも大きい商圏を持つことが出来る。

以上のような商圏の階層的分布構造は、筆者が兵庫県下の東播州内陸農村部において行った実態調査においてもほぼ完全に実証され、更に、商圏分布における大中心集落の優位性は中級品において最も強力で発揮されること、中級品においては大中心集落の優越商圏の外側に、大中心集落と中小中心集落とによる供給ルートの二元化地帯が広い範囲にわたって形成されていること、上級品及び下級品ではルートは全域にわたってほぼ一元的であること等の事実が明らかとなった。

また、実態調査の結果から求められた小都市間の買廻品の小売商圏界の位置を、各小都市の中心地条件や交通条件、境界地区の購買者の反応条件等によって検討した結果、先に述べた中心地条件の各要素がほぼ妥当なものであることが認められたほか、商圏境界の位置を強く規定する要素として、新旧の行政区劃、地形的区劃、他産業による特定の中心集落との強い結びつき等のあることが確かめられた。

なお、小都市の買廻品の商圏がいずれも同じような位置に落着くものであるということが、この実態調査によって明らかとなったが、これは、少くとも買廻品に關しては都市の総合的商圏を設定し得る可能性のあることを示すものであると思われる。西村睦男教授が理論的に求められた中心集落の総合的商圏も、中心性の指標として買廻品販売活動の強さを表わす「食料品を除いた小売業販売額」を用いておられるので、この買廻品共通商圏界に近いものが表わされているものと考えられる。もっとも、総合的商圏の求め方は、サービス業やその他の機能をも含めた中心集落の総合的な勢力圏を求める上においても重要な問題となるので、更に各方面から詳しい検討が加えられる必要があると考えられる。

① W. Christaller: Die zentralen Orte in Süddeutschland, Jena, 1933.

W. Christaller: Die Hierarchie der Städte, Lund Studies in Geography, Ser. B. Human Geogr., No. 24, (Proceedings of the IGU Symposium in Urban Geography, Lund 1960), 1962.

② W. Christaller (1933) 前掲, p. 85.

③ k 値とは、各中心集落によってサービスされている集落の総数を意味する。従って、最も低い階級のサービス(例えば日常食料品販売)

を提供する集落は、供給原理支配下の地区では三集落に一つずつある(即ちk 値 = 3)、交通原理支配下では四集落に一つ(k 値 = 4)、行政原理支配下では七集落に一つ(k 値 = 7) ずつあることになる。また、これより二階級高いサービスを提供する集落の場合なら、供給、交通、行政原理がそれぞれ支配する地区では、二七集落、六四集落、三四三集落にそれぞれ一つずつあることになる。

④ A. Lösch: Die räumliche Ordnung der Wirtschaft, Jena, 1940.

⑤ 森川洋「中心地の階層性と都市の規模別分布」『人文地理』二〇巻一号、一九六八年。

⑥ Y. Watanabe: The Central Hierarchy in Fukushima Prefecture, Science Reports of Tohoku Univ. (Geogr.), 4, 1956.

⑦ W. J. Reilly: The Law of Retail Gravitation, New York, 1931.

⑧ 西村睦男「勢力圏の設定——商圏」、『人文地理』一七巻六号、一九六五年。中心性の指標としては、「(小売業販売総額) — (食料品販売額)」が最も適当であり、また周辺での影響力の強さに反比例する「距離のn乗」に關しては、n = 2とするのが最適であるとされた。

⑨ 普及着とよめ着の場合、典型的商圏交錯地においてさえ、このような世帯は全体の二五%以下に過ぎなかった。

⑩ 強きの方は、実数方式によって商圏を求めた場合には、必ず現れるとは限らない。

⑪ 「品選びが自由だから」という購買地選定理由は、数多くの消費者購買調査の結果に共通して出現しているが、その意味する所は甚だ莫然としていて不明確である。

例えば、(i)同じ商品を方々の店で比較し、沢山の現物の中から最も良いものを選び出すことが出来るということの意味する場合もあろうし、(ii)面識度の低さ、或は店員の客慣れの良さから来る気兼ねの無さ

を指す場合や、(iii)その逆で、購入先の店が非常に面識度の高い店であるため、店員の助言も受けながら自由に品選び出来るということを目指す場合もあると考えられる。

一般には(i)の場合を意味していると考えるのが妥当であろう。なお、(i)と(ii)は中心地条件に由来しているが、(iii)は後に述べる購買者の反応条件に由来している。

⑫ 『明石市商業調査及び商店街診断報告書』、一九五九年。

『下関市商業環境並びに商店街診断報告書』、一九五九年。

『岩国市商業環境並びに商店街診断報告書』、一九六一年。

阪神広域経済調査会編『神戸をめぐる消費者のうきき(市民消費者生活交流実態調査報告書)』、一九六一年。

『堺市消費者購買実態調査報告書』、一九六二年。

⑬ 例えば、家族労働に頼っている小工業者や商業者、農繁期の農家等の場合、何よりも時間が惜しいので、多少中心地条件が悪くても交通条件(特に所要時間)の良い近所の中心集落や商店を指向することになる。

⑭ Reillyの小売重力の法則はこの考えを基礎に置いて組立てられている。

⑮ このように一地区内での指向地分化は非常に普遍的な現象であるが、これに対し一世帯内の指向地分化は、注⑨でも述べた通り、余り普遍的なものではない。なぜなら、或る一つの商品の購買者は家族の中の誰ということが大体決っているため、その商品はその人にとって最も有利な購買地一ヶ所で常に購入される可能性が高いからである。

⑯ 「高級品」ではない。高級品とは同一商品内での上等の品物を意味する。一商品内での上等品と下等品との間の価格の開きは、上級商品と下級商品との間のそれに較べれば、それ程大きいものではない。

⑰ 各市町の人口は左記の通りである(昭和三十九年一月一日現在)。

三木市

三八、〇三一人

美養郡吉川町 八、一八六八

神戸市兵庫区淡河町 四、七二八八

小野市 三六、〇四八八

加東郡社町 一七、三九一人

加東郡滝野町 八、五六二人

加東郡東条町 七、一四九八

旧美養・加東両郡域合計 一一〇、〇八六八

⑯ 小野市の旧小野町とその周辺の算盤・木珠、農具(鎌)生産、加東郡東条町と社町東部の釣針生産等。

三木市の旧三木町及びその周辺での利器工匠具生産は、農村工業と言うには若干疑問がある。

ほかに、加東郡滝野町には西脇の播州織物工業の一部と見なされるものが立地しているが、極く少数で、もちろん農村工業ではない。

⑰ 三木、小野、社、三田の四小都市の市街地部人口は左記の通りである(昭和三十五年国勢調査時)

三木 一五、一八八八

小野 六、九六四人

社 三、三九一人

三田 九、三六三人

⑱ 集落の境が集村地域のように明確にはわからないので、一行政部落当りの人口を平均した。

なお、集村地域の「集落当り人口は、三木、小野、社の三大集村(市街地)の人口を除いた平均値である。

⑲ 集村地域旧一二ヶ町村平均人口密度 三一八人/平方町

(三市街地の人口を含みます)

疎状塊村地域旧一二ヶ村平均人口密度 一五三人/平方町

壮年期山地地帯旧二ヶ村平均人口密度・七六人/平方料

② 吉川町渡瀬と同町有安は、間に吉川川を挟んで向い合った対向集落とも考えられる集落であつて、しかも商業機能の上から見ると、渡瀬は下・上級品の、有安は中級品の販売を分担して互に補充し合つてゐる。従つてこの二集落は双子集落と考えて、一集落として扱つた方がよいと考えられる。集落そのもの大きさや、他のサービス機能の数という点では渡瀬の方がずっと大きい。

③ ①は大幹線であつて運行回数も格段に多く、鉄道に十分匹敵する役割を果している。

②以下は、小都市同志、或は小都市と大きい中心集落とを結ぶ連絡バス路線である。

③ 三木や三田では中心地区から最大八〇九料の所に迄及び、バスを利用しなければ往来は不可能である。

④ 他に西脇、上滝野、来住（小野市来住地区）の優越商圏もあるが、小範圍である。

⑤ 本地域の例からすると、一二〜一五料位ではないかと考えられる。

⑥ 美養郡全域の購買者中、神戸及び大阪買いに行くのは僅かに七・〇%で、時計の二一・八%はもちろん、中級品の普及着の七・三%にさえ劣る。

⑦ 美養郡全域の購買者中、二〇・八%に達する。

⑧ 但しその全体に占める比率は余り大きいものではなく、美養郡の場合、六・六%である。

⑨ 即ち、一つの販売地の優越商圏と全域商圏との間に大きさの差が少く、且つ優越商圏内の結合強度は全体にわたつて強力である。

⑩ 「大阪大都市圏に関する共同調査報告——堺市域のばあい——」
（商業、京都大学文学部地理学教室、日本地理学会一九六八年度春季大会発表）

⑪ A. Losch, 前掲 (1940)

⑫ 例えは、小野市河合地区の河合西は、普及着のみについては第三級中心の上位に匹敵する商圏と販売量を持っているが、鮮魚及び肉や菓子では、自集落内の優越商圏さえもようやく有るか無いかという位の非中心集落である。

⑬ 東畑における買廻品三品目の指向地比率は次の通りである。

よそゆき着

| | |
|--------|-----|
| 三田へ | 四三% |
| 神戸へ | 三六% |
| 三木へ | 一七% |
| その他 | 一四% |
| 総票数 一四 | |

時計

| | |
|-------|-----|
| 三田へ | 四五% |
| 神戸へ | 四四% |
| 三木へ | 四五% |
| その他 | 四四% |
| 総票数 九 | |

家具

| | |
|-------|-----|
| 三田へ | 四五% |
| 神戸へ | 四五% |
| 三木へ | 四五% |
| その他 | 四五% |
| 総票数 九 | |

⑭ 三木の家具取扱店の三軒中、一軒（四人）は日用雑貨店で、家具専門店ではないから、三木の一店当平均従業者数は実質的にはもう少し小さくなる。

⑮ 『兵庫県統計書・昭和三十九年』、一九六六年。

⑯ 櫻山における買廻品三品目の指向地比率は次の通りである。

よそゆき着

| | |
|--------|-----|
| 小野へ | 三二% |
| 神戸へ | 一五% |
| 三木へ | 二九% |
| その他 | 二四% |
| 総票数 一七 | |

時計

| | |
|--------|-----|
| 小野へ | 五〇% |
| 三木へ | 二一% |
| 神戸へ | 一四% |
| その他 | 一四% |
| 総票数 一四 | |

家具

| | |
|-------|-----|
| 小野へ | 七二% |
| 三木へ | 一四% |
| 神戸へ | 一四% |
| その他 | 一四% |
| 総票数 七 | |

⑰ 西村睦男、前掲（一九六五）。

（京都大学大学院学生）

but one of the various forms of classical democracy advocated since the Declaration of Independence.

Retail Trade Areas of the Central Place

—Its distribution and hierarchical structure—

by

Fujio Suhara

Through analysing the retail trade areas of the central place on each rural settlement, this article attempts to explain its minute distribution structure which has been unable to be acquired.

At first, three factors which determine the distribution of retail trade areas of the central place should be as follows; (1) centrality conditions, (2) traffic conditions, and (3) consumers' response conditions. Then the hierarchical structure of distribution, which is found among those trade areas according to various goods that should be formed by these factors, is to be presumed.

The result of the author's investigation into the actual condition at the inland area of eastern Harima 播磨 province in Hyôgo 兵庫 prefecture has brought the real existence of the hierarchical structure of the distribution of retail trade areas which agrees with his presumption, and the close relation between consumers' response conditions and distribution of the trade area of each goods.

Of a So-called Internal Character in Agatanushi's

県主 Official Duty

by

Naokichi Niino

There has been a theory that Agatanushi 県主 was a lord of the land which was directly controlled by the ancient Imperial family and that he was also Tomonomiyatsuko 伴造 who was an agency of the Imperial household management. But in case the Agatanushi's territory is under the Imperial direct control, it follows that there is the Imperial private