

「岐阜県小売商業の実態調査」報告書

小売業と地域経済

ポータレス化の中での小売業と地域的基盤

(要約版)

平成 12 年 3 月

(財)岐阜県産業経済研究センター

(財)岐阜県産業経済研究センターは平成 12 年 4 月 1 日付けをもって(財)岐阜県産業経済振興センターに名称変更されます。

はじめに 小売業と地域経済

91年のバブル崩壊以降、国内経済は戦後最悪とまでされる雇用情勢に代表されるように、未だかつて経験したことのない長期不況に苦しんでいる。資産デフレを契機とした国内需要の低迷は、円高を契機として進んだ製品輸入の拡大や、対外・対内直接投資による国境を超えた生産システムの再編成、規制緩和を契機に進む資本市場・金融システムの自由化、電子商取引に代表される物流技術・情報伝達手段の発達によって進んできた世界的な規模での市場統合といったグローバル化の流れの中で供給側の過剰構造を表面化させ、企業収益の悪化や雇用情勢の深刻化、所得の低迷を通じた国内需要の疲弊をまねいている。さらに、これらとあいまって商業・小売業の分野では、バブル期以降に進んできた都市圏の影響力の拡大や、量販店、コンビニ、通信販売といった新しい業態の躍進といった趨勢も受け、既存の中小小売店や地方都市の中心商店街の衰退を招いており、市場というパイが縮小する中での地域間、あるいは業態間の競合と淘汰といった産業論の視点で語られることが多い。

しかし、少し引いて考えてみると、小売業や商店街の抱える今日的な問題は、また地域経済や地域社会の抱える矛盾や課題が、地域の「顔」としての商業基盤に目に見える形で浮き出てきたものであるともいえる。前回の調査では、このような観点から県内商業基盤の構造変化の実態と、今日抱えている問題点や課題を捉えてきた。そこで大きなテーマとなってきたのは、戦後の日本特有の国土計画に根ざした産業再配置政策を中心に進んだ階層的な地域産業構造の形成が、今日のグローバル経済化の中で国境という枠組みが希薄になっていく、という形で崩壊しつつあり、このことが都市の外延化の中での県内中心商店街の問題や、周辺地域における業態間競合という現実反映されているというものである。だが、グローバル化が進む中での地域経済の問題は、一面ではそこで述べられたような地域間の成長と衰退への二極化という面を有していると同時に、他方では県、あるいは地域といった枠組みの中でも産業間、企業間、個人間の格差と二極化へとつながっていく。それは結果としてみれば国とか、県とか、地域という枠組みが、企業の経営展開や人々の雇用、消費といった日常生活において希薄化していくというボーダレス化の流れの中で、個々の地域経済が多様化し、細分化されていくという流れでもある。

本稿ではこのような観点から、前回の調査を受けて県内商業基盤の構造変化の実態、特にその地域的多様性を明らかにし、その地域経済や地域社会との関係を描くことに主を置いている。このうち、第1章では昨年度に県内として包括的に論じた岐阜県小売業の現状を、個々の地域間の差異性、特異性に着目しながら、質的、構造的な変化と再編の過程を位置付けていく。また、第2章ではこうした再編の背景にある地域の人口動態や消費志向の変化という観点、そして第3章ではそれらの背後にある所得基盤としての地域の産業構造の再編という観点から、地域社会やその経済的基盤である地域経済の推移が、地域の商業基盤の再編にどのような影響を与えていくのか、という点をテーマにしている。そして最後に第4章では、これらを踏まえた今日的な小売業の問題について、その政策的な展望を含めて検討を行っており、グローバル化という経済環境の変化によって国や地域といった枠組みが希薄化していくというボーダレス化の流れの中で、小売業という地域の商業基盤の問題を従来型の産業政策といった供給側の視点のみでなく、地域社会や地域経済との関連性を踏まえたうえで、個人や企業にとって地域とか、都市といった枠組みがもつ現代的な意義をどう捉えていくことができるのか、という観点からの課題を提示している。

(利用上の注意)

本報告書では、地域別分析を主体に行っているが、その地域区分は、岐阜県内を 10 ブロックに区分した広域市町村圏区分による。具体的には、以下の通りである。

広域市町村圏別の地域区分

広域市町村圏区分	本報告書で使用した略称	市・郡
岐阜地域	岐阜	岐阜市、羽島市、各務原市、羽島郡、本巣郡、山県郡
大垣地域	大垣	大垣市、海津郡、養老郡、不破郡、安八郡
揖斐地域	揖斐	揖斐郡
中濃地域	中濃	関市、美濃市、武儀郡
郡上地域	郡上	郡上郡
可茂地域	可茂	美濃加茂市、可児市、加茂郡、可児郡
東濃西部地域	東濃	多治見市、瑞浪市、土岐市、土岐郡
中津川・恵那地域	中恵	中津川市、恵那市、恵那郡
益田地域	益田	益田郡
飛騨地域	飛騨	高山市、大野郡、吉城郡

目次

はじめに	小売業と地域経済	
第1章	県内小売業の地域的な推移—内需低迷の中での構造変化—	2
(1)	小売業と「消費の場」	2
(2)	商業基盤の地域的な多様化	3
第2章	小売業を支える地域的基盤—人口動態と消費動向—	4
(1)	人口動態と地域的基盤	4
(2)	消費動向の変化と商業基盤の再編	5
第3章	地域の所得と産業基盤—小売業の基盤としての地域経済—	6
(1)	地域の所得と小売業	6
(2)	地域の産業と小売業	7
第4章	ボーダレス化の中での都市と小売業を考える視点	8
a.	小売業と地域的基盤	8
b.	ボーダレス化の中での地域と小売業	9

第1章 県内小売業の地域的な推移 内需低迷の中での構造変化

(1) 小売業と「消費の場」

【要約】

90年代の県内小売業の地域別動向について総じていえば、岐阜の伸び悩み、大垣、東濃などの相対的な地位の低下、可茂、中濃といった県南央部の新たな台頭という傾向がみられる。[図 1-3]

店舗数と販売額の推移を地域別に比較すると、岐阜と大垣の2地域では店舗数と販売額に一定の関係があるが、可茂や中濃では販売額の伸びに対して店舗数は減少傾向が強く、東濃や飛騨では販売額の伸びは弱い店舗数の減少傾向は緩やかであるなど、地域ごとにその特徴が異なる。店舗数と販売額の関係は、市場規模の拡大が店舗の存続余地を広げるといった直線的な関係にあるのではなく、店舗規模や業態といった面での小売業の質的な変化も伴っており、その内容も地域ごとに異なった傾向を示している。[図 1-5 ~ 図 1-6] 県内各地域の小売業は、それぞれの商業基盤の特性や地域的な背景に応じて多様な展開をみせている。店舗構成から地域の商業基盤の特性をみると、以下の4区分に類型化することができる。[図 1-7 ~ 図 1-9]

県内の中心地として機能してきた「岐阜」、県北部における中心地である「飛騨」： 岐阜については、衣服の構成比が圧倒的に高く、各種商品や最寄品である食料の構成比は低い。飛騨では、その他が高い反面、家具や自動車、各種商品については低い構成にとどまっている。この2地域については、衣服とその他という比較的商圈範囲が広い専門店の構成比が高く、食料や家具などの最寄品のウエイトが低い点で、県内では中心地的な位置付けにあるといえる。

人口が伸び悩む「郡上」「中恵」「益田」： これら3地域では、食料、家具などの最寄品やその他の構成比が高い反面、衣服や自動車の構成比は低い。これら3地域の小売業は、食料品や家庭用品などの日用品を主に取り扱う最寄型の構成となっている。

80年代の比較的早い時期から工業都市として成長してきた「大垣」、愛知県に隣接し住宅地化が進んだ「東濃」： この2地域では、各種商品の構成比が最も高い。また、それに加えて大垣では家具や自動車が、東濃では食料品の構成比も高い。この2地域における商業基盤の拡大は、急速な工業化や人口増大に起因する消費需要の拡大に呼応して進んできたといえる。

急速な人口拡大が続く「中濃」「可茂」と、近年人口の伸びが見られる「揖斐」： これら3地域では、日用品である食料と、生活圏の広域化に対応した自動車の構成比が高くなっている。加えて、揖斐の場合は、家具やその他などの構成比も高く、益田などと共通した側面も持っている。これらの地域は、80年代終盤以降になって人口の増加がみられた地域であり、特に、可茂と中濃では、この流れを背景とした消費需要の急速な拡大が進む中で最寄型を中心とした小売業が伸びてきている。

(2) 商業基盤の地域的な多様化

【要約】

販売効率や店舗の規模、業態といった観点から、85年時点における県内各地域の小売業の質的な面についてみると、以下の4区分に類型化することができる。[図 1-23]

岐阜・大垣・東濃地域： 店舗当たり販売額や店舗当たり売場面積、従業者当たり販売額が高い水準にあり、規模の大きな店舗が多く、販売効率が高い。このことから、付加価値の高い商品を取り扱っている店舗が多く、商業拠点的な位置付けにあるといえる。

揖斐・中濃・郡上地域： 店舗規模、販売効率とも低いが、従業者当たり売場面積と従業者当たり販売額は相対的に高い。このことから、食料品スーパーなどの最寄品を取り扱うセルフ方式の中小小売店が多いという構成が考えられる。

可茂地域： 店舗当たり売場面積など店舗規模の面では高いが、売場面積当たり販売額などの販売効率は低い。このことは、大規模な店舗が多いとはいえ、付加価値の高いものではなく飲食料や日用雑貨などの最寄品の構成が高いことを示している。

中恵・益田・飛騨地域： 売場面積でみた店舗規模や従業者当たり売場面積などが低い反面、売場面積や従業者数でみた販売効率が高い。このことから、対面販売を中心とした、付加価値の高い商品を取り扱う中小小売店が多い構成と考えられる。

90年代にかけて地域の小売業の特性は、大きく変化してくる。85年から97年までの変化の方向によって、以下のように類型化することができる。[図 1-24 ~ 図 1-25]

可茂・中濃地域： 販売額の伸びが著しく、売場面積当たり販売額や店舗当たり従業者数の伸びが高い。店舗当たり販売額も大きな伸びを示している。市場規模の拡大が、売場面積当たり販売額の伸びや新規の出店などを呼び、従業者数や売場面積の拡大を支えている。

大垣・東濃・揖斐・中恵地域： これらの地域で上昇がみられるのは従業者当たり売場面積や店舗当たり売場面積、従業者当たり販売額であり、一方、店舗当たり販売額や店舗当たり従業者数の伸びは弱い。この要因は売場面積当たり販売額の増加にあり、販売額が伸び悩む中で、セルフ方式を中心とした業態への転換が進んでいる。つまり、これらの地域では、規模の拡大と生産性の上昇が両立した形での拡大均衡ではなく、市場規模が停滞する中で、効率化を追求している状況がうかがえる。

岐阜・郡上・益田地域： 売場面積当たり販売額の伸びがみられる反面、従業者や売場面積でみた店舗規模の拡大といったような変化はほとんどみられない。この点から、バブル崩壊以降、需要が低迷する中で、これらの地域では既存店舗の淘汰という形での再編が専ら進んでいるといえる。

飛騨地域： 90年以降、売場面積規模の拡大という傾向が一転して弱まる中で、従業者当たり販売額や売場面積当たり販売額の上昇がみられる。販売額が落ち込む中で、極端な業態の変化はみられない。その要因としては、売場面積当たり販売額が一定の高い水準を保っていることがあり、この点には観光産業の存在という背景が関係している

第2章 小売業を支える地域的基盤 人口動態と消費動向

(1) 人口動態と地域的基盤

【要約】

年齢構成別の人口の推移から、各地域は以下の3区分に類型化することができる。[図 2-1 ~ 図 2-6]

若年層の構成比が高く、経済活動や地域社会において中心地的な位置付けにある「岐阜」「大垣」といった都市部： 近年においては、若年層の流入傾向は弱まっており、都市部としての地位の低下が生じている。その結果、小売販売額は伸び悩み、構造的な変化へとつながってきている。このような状況は、岐阜よりも大垣でより鮮明である。

中高年層の構成比が高く、人口の流入がみられる「東濃」「可茂」「中濃」、近年になって同様の傾向を示す「揖斐」といった住宅地： 80年代終盤以降、伸びてきた可茂と中濃では、小売販売額が伸びており、商業基盤の拡大が進んでいる。それより早い時期に住宅地化が進められた東濃では、人口の伸びは現在でもみられるが、働き盛り世代の相対的な減少によって小売販売額は伸び悩んでいる。近年になって人口の伸びがみられ始めている揖斐では、小売業の急激な質的な変化をみせているが、その裏側には地域内でも成長する側と淘汰される側との極端な二極化現象が進んでいる。

高齢化が進み、若年層の流入傾向も弱い「郡上」「中恵」「益田」「飛騨」といった県北東部： 人口規模の停滞が続いていることから、小売販売額が伸び悩んでおり、特に郡上や益田では、業態面でもほとんど変化がみられず、商業基盤の衰退ともいえる状況にもつながっている。

(2) 消費動向の変化と商業基盤の再編

【要約】

人口や年齢構成の変化による地域の小売業への影響としては、以下のようなことが指摘できる。[図 2-7～図 2-11]

岐阜・大垣地域(都市部): 都市部での求心力の低下が、10代後半から20代の流入減という傾向に表われてきている。10～20代の階層では、選択的な支出の占める割合が高いが、このため、商圈範囲が広い買回り品などへの支出にも影響が及んでいる。この点は、バブル崩壊後の景気低迷による全般的な選択的支出の切り詰めとあいまって、都市部における中心商店街の衰退という問題にも関係している。

可茂・中濃・東濃・揖斐地域(住宅地):

- 30～50代の中高年層を中心に人口の流入が進む可茂や中濃では、人口増による市場規模の拡大が進むとともに、基礎的で最寄型の商業基盤へのシフトという需要構成の変化もみられる。
- 東濃でも人口の増加傾向が続いているが、早い時期に流入してきた年齢層の高齢化などによって、市場規模は相対的に伸び悩んでいる。
- 揖斐では、90年代以降に進んだ住宅地化により、近年人口が増大傾向にあるが、地域外との競合によって小売販売額は伸び悩んでおり、業態の急速な転換が生じている。

郡上・中恵・益田・飛騨地域(県北東部):

- 郡上、益田、飛騨については、若年層の流出と人口構成の高齢化によって、小売販売額は伸び悩んでいる。また、業態の変化はほとんどみられない。
- 中恵では、近年、若年層を含めた転出傾向の緩和がみられ、販売額が伸び悩む中で小売業の業態の変化がみられる。

第3章 地域の所得と産業基盤 小売業の基盤としての地域経済

(1) 地域の所得と小売業

【要約】

地域の小売販売額は地域の所得と密接な関係をもっている。しかもそれは、地域所得すなわち市場規模が商業のパフォーマンスを規定するという量的な関係にとどまらず、地域の年齢構成や、雇用者世帯か自営業世帯かといった世帯構成が、商業基盤の構造的な変化に関係している。昼夜間人口比率で表される地域外との流入出も、地域の商業基盤に影響を与えている。[図 3-1 ~ 図 3-11]

雇用者所得の伸びが高い「可茂」「中濃」「東濃」： 店舗当たり売場面積で見られる店舗規模の拡大や従業者当たり売場面積の拡大がみられる。雇用者層、特に年齢別で見た40～50代の増加が、不況の中でも切り詰めることのできない基礎的な食料や衣服などへの消費支出の伸びにつながっている。またこのことは、郊外型の大型量販店やコンビニエンスストアといった規格品を扱い、スケール・メリットが機能しやすい最寄型小売業への需要増につながっている。

個人企業所得の伸びが高い「中濃」「郡上」「益田」「飛騨」： 売場面積当たり販売額や人口当たり販売額の伸びが高い。地域の自営業者を中心とする個人企業の基盤が堅調であり、このことが、単に基礎的な支出項目のみならず、選択的な支出を含めた需要増につながっている。特に中濃では、個人企業所得及び雇用者所得の双方とも伸びが強いが、これが90年以降の小売販売額の大きな成長を支えている。

昼夜間人口比率が低い「可茂」「揖斐」「東濃」： 所得や消費性向の変化に比較して、小売販売額の伸びは相対的に弱い。可茂では地域外への所得流出はあるものの、地域の所得の伸びが高く、最寄品を中心とした商業基盤の拡大と業態の変化の両面が進んでいる。揖斐や東濃では、所得の流出傾向が強い一方で、地域の所得の伸びが弱いために、地域の小売業の成長には結び付いていない。

なお、岐阜や飛騨では、所得及び消費性向の変化に比して小売販売額の伸びが強いが、これは、都市的な機能を背景に昼夜間人口比率が高く、地域外からの吸引があるためと考えられる。

(2) 地域の産業と小売業

【要約】

産業構成から地域の所得や小売業との関係を考えてみると、以下のような特徴が指摘できる。[図 3-12 ~ 図 3-21]

サービス産業を基盤とした「東濃」「岐阜」:

- 東濃では、地域内の所得基盤を地域外に依存する傾向が強く、また、製造業の落ち込みがみられる。こうした状況のなか、購買行動を通じた地域外への所得の流出や、住宅地として新興地域である可茂との競合から、小売販売が伸び悩んでいる。業態面でも、店舗規模の大型化、売場面積当たり販売効率の低下などの変化がみられる。
- 岐阜は、名古屋など県外中心地との競合という問題はあるが、県内では相対的に中心地としての地位を保っている。都市的な機能を背景に、県内他地域からの吸引を通じて、地域内の所得の伸び悩みを補い、一定の小売販売額の伸びを維持している。

製造業を基盤とした「大垣」「中濃」「可茂」「中恵」:

- 可茂や中濃では、製造業の伸びが顕著であり、可茂では地域外からの雇用者層の転入、中濃では個人企業の堅調さに支えられて小売販売額は伸びを示している。
- 同時に可茂では、住宅地化、雇用者化の中での地域外への所得の流出により、地域内の小売店舗の最寄型化、大型化などの業態転換がみられる。個人企業所得の割合が高い中濃においても、近年の雇用者化の中で同様の傾向はみえ始めている。
- 大垣では、主要産業である製造業の落ち込みが著しく、総生産及び所得の伸び悩みがみられ、小売販売額が伸び悩んでいる。
- 中恵では、製造業の推移は堅調だが、製造業以外の産業は軒並み県平均を下回ることから、総生産及び所得の伸び悩みがみられ、小売販売額が伸び悩んでいる。

所得基盤が建設業及び農林水産業に特化している「郡上」「益田」「飛騨」「揖斐」:

- 郡上や益田、飛騨は、昼夜間人口比率が高く、また所得に対する総生産の比率も高いことから、域内産業への依存度が高いといえる。特に90年以降、郡上では建設業が、また益田では建設業に加えて農林水産業も大幅に生産面での拡大をみせており、個人企業所得の伸びも強い。このことが、小売業でみた面積当たり販売額や人口当たり販売額の伸びにつながっている。
- 揖斐は、県内で最も所得基盤の域外依存度が高い地域となっている。地域外で働き、地域内に居住する勤労者が増加しているため、地域内での雇用者所得が拡大している。しかしながら、地域内の商業の伸びはそれほど強くなく、業態面からも店舗規模の大型化が急速に進んでいる。

飛騨については、地域内の生産及び所得とも伸び悩んでいるが、90年以降の小売販売額はこれらの4地域の中で相対的に堅調である。これは、県北部における中心地としての機能の他、サービス業の伸びにみられる観光産業の存在があり、地域特有の要因によって地域外からの消費を吸引している側面がある。

第4章 ポーダレス化の中での都市と小売業を考える視点

a. 小売業と地域的基盤

以上のことから、小売業の今日的な課題を巡る視点としては以下のとおりあげられる。中心商店街の低迷や周辺地域における中小商店の衰退といった問題は、例えば県外中心都市との競争や進出量販店との競合といった商業という産業における競争や淘汰といった問題である以前に、それぞれの商店街や小売店の存立基盤である地域経済や地域社会の問題でもある。地域の人口や所得、その基盤となる地域産業の盛衰は小売業そのものの推移と深く関係しており、地域経済の成長なくしては小売業の成長もおぼつかない。さらに、それは所得の拡大が小売販売額の拡大に結びつくという単純な量的、規模的な関係だけでなく、質的な構造変化にも関係してくる。地域の年齢構成や雇用者・自営業者といった人口・所得構成の違いは、地域における需要構造の変化を通じて小売業の構造的な変化をもたらす。例えば雇用者層の拡大は地域における基礎的な消費の拡大を促すが、それと同時に大型量販店やコンビニエンスストアといった業態への転換も促す。他方、域外産業に域内の所得基盤を依存する傾向が強ければ、地域内での所得の拡大と同時に、買回り品等の商圈範囲が広域的な分野を中心に、購買行動でも域外依存度が高くなる。

このような視点から小売業の問題を考えていくと、それは単に産業としての小売業という問題だけでなく、地域の経済構造や産業構造の抱える現実が端的に反映されているものでもある。企業行動や人のグローバル化、ポーダレス化が進むということの本質の一側面は、県内でもみられるような生活圏の広域化や今日の電子商取引の進展に端的に表れているように、消費者や市場のニーズに対する選択肢が物理的な距離や制度的な障害を乗り越えて多様化し、その幅が広がっていくところにある。その中で、今日の小売業に生じている問題は、これまで一定の地理的な範囲で完結してきた地域の所得の循環が既存の枠組みを超え、所得の流入側と流出側の地域的不均衡が拡大していくという現象が表れているのもであるともいえる。

したがって、小売業に対する政策も、一面的な競争政策としての商業振興策のみでなく、地域社会や地域経済との関係、その中での小売業の機能的な位置付けを理解した上で、地域的な多様性に即した施策が採用されなければならない。例えば、地域の小売業の衰退が地域経済の伸び悩みに関係しているのであれば、まず問われるべきは商店街振興や小売業の競争力強化という問題のみでなく、地域の産業、所得機会の創出であろう。また、それと同時に高齢化や過疎化が進む周辺地域、過疎地では、産業としての小売業という視点のみでなく、公益性や社会的必要性という観点から、地域における流通機能が衰退の危機にさらされている、という視点から考えることも必要となるのではないだろうか。

さらに、その地域の小売業の問題が今日問われている中心商店街としての地位の低下にあるのであれば、それは単なる商業拠点相互の地域間競争や、店舗間・業態間の地域内競合という問題のみでなく、地域経済自体の地位の低下、周辺化の問題であることも多い。小売業の中心地としての機能は歴史的にも産業や文化の中心地としての機能と密接に関連しており、

商業や商店街自体の振興策と同時に、地域の産業や文化の創造、中心地としての機能をつくりだすことも必要となる。言い換えれば、小売業や商店街が情報発信の一つの場であれば、その場の充実と同時に、その中身、コンテンツの形成が必要であり、そのためには小売業という個別産業の問題としてのみではなく、地域の産業や市場、生活文化との関係といった幅広い観点からのアプローチが求められる。グローバル化、ボーダレス化が進む中での中心商店街の問題は、都市としての機能、産業や文化を通じた地域からの価値の創造という問題として改めて見直されなければならない。

b. ボーダレス化の中での地域と小売業

小売業の問題に端的に表われているように、グローバル化が進む中で地域間、国家間の経済競争は今日、その意味も内容も大きく変化してきている。戦後、日本経済の高度成長期を通じた貿易競争は、国家という枠組みを前提とした国家間の経済競争であり、また、70年代のブレトン・ウッズ体制の崩壊と変動相場制への移行、オイルショックを契機とした貿易不均衡の拡大によって進んできたグローバル化の流れも、80年代後半までは国家を超えた競争や再編成にさらされる製造業などの産業がある一方で、サービス産業などでは専ら地域的な市場に依存し、国内、地域内で需給関係が決定されてきた。

しかし、情報伝達技術や物流技術の発達、資本市場や金融システムの世界的な規模での統合といった流れによって、今日、世界中のあらゆる企業・産業が世界中のあらゆる消費者に対して財・サービスを提供できるという可能性が高まりつつある。そして、こうした世界市場の形成によって、経済競争の形態も地域間とか、国家間という枠組みを前提とした比較優位の問題から、枠組みを取り払った後に残る個々の企業や産業、人の相互間での競争上の優位性という問題へと変化してきた。そこで生じるのは今日県内の小売業にみられることと同様、地域間の商業拠点相互の競争という側面のみならず、中小小売店と量販店、コンビニといったような例からも分かるように、地域内でさえも成長する側と衰退する側への両極化していくということでもある。

それでは、こうした地域、あるいは都市といった枠組みが消失していく、というボーダレス化の流れの中で、旧来から問われてきたような都市や地域の顔としての小売業や商業基盤の位置付け、あるいは中心商店街にみられるような商業集積のもつ意義は失われていくとみるべきだろうか？確かに、インターネットを使った仮想商店街などの事例をみると、集客要件としての商業集積、あるいは集積利益という意味では一定程度、そのような流れが進むかもしれない。あるいは、生産や就労の場という意味での都市がもつ意味が、サテライトオフィスや企業間電子商取引といった雇用形態、企業間関係の再編の中で薄れていくとすれば、都市という一つの社会的な産物自体、その人々の生活様式における位置付けは大きく異なったものになるだろう。

しかし、その一方で距離的な近接性が、経済活動において全く意味を持たなくなるわけではない。例えば、情報という経営資源を一つとってみても、情報伝達技術の発達によって入手コストが低下していき、その距離的な無差別性が増していけば増していくほど、経済主体間の競争上の優位性を規定するのはそのような技術的な面では克服できない、ローカルな、

あるいは人間的な手段でしか入手できないものによって、つまり具体的にはフェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションや、その基盤にある信頼とか、日常的なコミュニティといったものによって規定されることになるだろう。あるいは、商業集積の持つ一つの意味を、街並みやショー・ウインドウといった空間、雰囲気体験という点におけば、それらの全てがネットで代替されるわけでもない。

小売業や商業集積に対する地域社会、地域経済といった地域的基盤の意味を考えた場合、一つにはこうした情報という意味での域内市場のニーズ、より広義には地域の生活様式とか、文化との関係が考えられる。先に、グローバル化の進展の一つの意味を、生産者から消費者やその集合体としての市場ニーズに対する選択権の拡大として述べたが、そのような観点からすれば、地域の小売業や商店街は「顔」としての情報の発信拠点であると同時に、これらの雑多なニーズが集う受信拠点でもある。しかも、その内容もネットによるマーケティングなどで得られるような定型化された情報ではなく、ローカルで人間的なものであるという点で重要な意味をもっており、市場ニーズや情報に対するアンテナを張り、それをいかに取り込んでいくか、という点が一つの方向性だろう。

また、逆に供給側の視点からすれば、地域の産業や文化の発信拠点としての商業基盤の持つ意味が再認識される必要もあるかもしれない。地域的に、あるいは距離に対して無差別になっていくナショナルな、あるいはグローバルなコンテンツを追い求めるだけではなく、例えば飛騨のような観光地における商店街のように、ローカルな、あるいは地域的に独自の産業や文化の発信拠点として位置付けることも一つの方向性であるといえる。

今日の小売業の抱える問題は、グローバル化とボーダレス化の流れによって、企業や産業にとっての国境や地域といった既存の枠組みがもつ意味が薄れ、財やサービス、その裏側にある資本といった経済循環が一定の地理的な範囲内では完結しなくなっていく、という経済構造の変化の中で、雇用や財政といった問題と同様に、枠組みに縛られざるをえない要素との軋轢の中で生じているものであるといえる。しかしそれは、裏を返せばこのような雇用や財政、人々の生活といったものと同様に、既存の中小小売店、あるいは商店街といったものが地域的な基盤に立脚して存在してきたものであるということを示している。したがって、小売業の問題を考える重要な視点の一つには、こうした地域経済や地域社会といった枠組みが、小売業という産業にとってどのような意味で競争優位を形成する資源となりうるか、言い換えれば「機会」となりうるのか、という点にあるように思われる。

この資料についてのお問い合わせ、ご意見等は下記までご連絡してください。
〒500-8505

岐阜市藪田南 5-14-53 岐阜県民ふれあい会館 10階

(財)岐阜県産業経済研究センター

Tel:058-277-1084 Fax:058-273-5961

E-mail:center@sanken.pref.gifu.jp

URL: <http://www.sanken.pref.gifu.jp>

(財)岐阜県産業経済研究センターは平成12年4月1日付けを
もって(財)岐阜県産業経済振興センターに名称変更されます。