

# 福島県における洋装衣料品小売店の立地と機能 —都市階層性の視点から—

岩 動 志乃夫

## Location and Function of Retail Clothing Shops in Fukushima Prefecture : From the Viewpoint of Urban Hierarchy

Shinobu ISURUGI

### 1. はじめに

都市は経済的魅力と非経済的魅力とを有し（清水・服部，1970），前者に関してはこれまで企業の本社や支店の立地の分析（阿部，1991；1996；日野，1996）に代表されるように経済的機能に関する多数の研究がなされてきた。一方，後者に関してはファッションタウンとしての魅力の分析（アーバンアメニティ研究所，1994）や都市の情報発信量（阿部，1992）に関する分析に代表されるように非経済的機能の面からの研究が多くなされてきた。筆者はこれまで都市における経済的機能と非経済的機能の両面から洋装衣料品小売店の立地に関する分析を進めてきた（岩動，1996b）。その中で地方都市の都市階層の相違による洋装衣料品小売店の立地が流通面や取り扱い製品のブランド等で異なることを指摘してきた。県内に県域中心都市が一都市しか存在しない県の特性はいくつか明らかにしたもの（岩動，1997a；1997b），県域中心都市が県内に複数存在する県の洋装衣料品小売店の立地特性の分析（岩動，1996a）は対象県が限定されていたため課題であった。そこで本稿では県内に3つの県域中心都市を有する福島県を対象にして，洋装衣料品小売店の立地特性を明らかにすることを目的とする。洋装衣料品を扱うスーパー，ホームセンター，県内外の資本からなる洋装衣料品小売店の立地に関する考察を進め，特に地元資本の洋装衣料品小売店が取り扱っている製品の流通形態を分析することにより，各都市階層に立地する小売店の特性を明らかにしてみたい。

### 2. 福島県における衣料品小売店の立地

#### (1) 衣料品小売吸引力指数にみる市町村の特性

福島県10市80町村のうち衣料品小売吸引力指数<sup>1)</sup>が1.0以上を示す市町村は郡山市1.832，白河市1.757，原町市1.375，会津若松市1.374，矢吹町1.217，福島市1.158，いわき市1.152，浪江町1.141，

棚倉町1.112, 相馬市1.024, 本宮町1.00の11市町である(第1図)。中でも都市圏人口が30万人以上の都市圏は郡山都市圏480,309人<sup>2)</sup>, 福島都市圏419,834人<sup>3)</sup>, いわき都市圏375,748人<sup>4)</sup>であり, これら3都市と他7都市の都市圏規模の相違は明らかである。そこで本稿では郡山市, 福島市, いわき市の3市を県域中心都市とする。

県域中心都市の3市を除く7市のうち衣料品小売吸引力指数が1.0以上を示す都市は4市, 1.0未満の都市は須賀川市, 喜多方市, 二本松市の3市である。これら7市は衣料品小売吸引力指数が1.5以上のきわめて高い値を示す都市から1.0未満の都市に至るまで, 数値の幅が広いことが特徴である。7市の都市圏人口は会津若松都市圏の人口202,280人から相馬都市圏の人口162,558人に至るまでいずれも21万人未満の都市群である。したがってこれら7市は同規模都市と考え小都市とする。

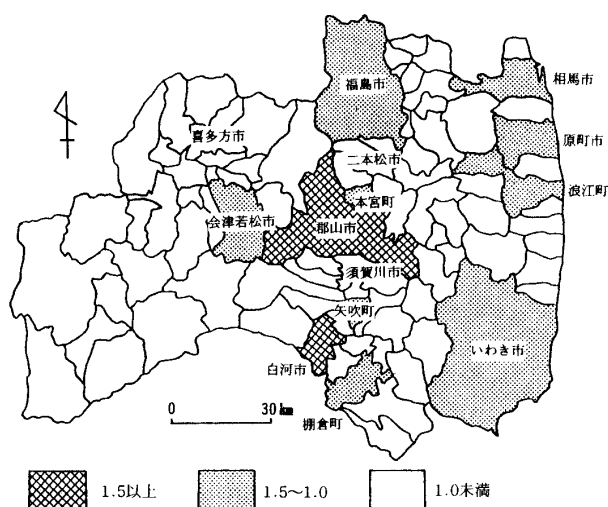
衣料品小売吸引力指数が1.0以上を示した4町を除く76町村の同指数はいずれも1.0未満である。このようにほとんどの町村が1.0未満であるため, 町村は小都市レベル以下の都市階層に位置づけられるものとする。以上, 福島県の県域中心都市, 小都市, 町村に3区分される都市階層にもとづいて洋装衣料品小売店の立地特性を明らかにしてみたい。

## (2) 業態別にみる洋装衣料品小売店の立地

### ① 県外資本スーパーおよびホームセンターの立地

スーパーとホームセンターの福島県への出店は, 亀宗(本社: 水戸市)が1964年と1967年にいわき市へ出店したのを皮切りとして, その後東北ニチイ(本社: 仙台市)が福島市(1969年)へ出店するなど, 1960年代は近隣県資本のスーパーの出店によるものが主流であった。1970年代に入ると長崎屋が福島市(1970年)と会津若松市(1971年)へ, イトーヨーカ堂がいわき市(1971, 75年)と白河市(1971年)へ, ダイエー(現・トポス)が郡山市(1975年)へそれぞれ出店し, 県外大手資本スーパーの出店がみられた。さらにいわき市へはホソガネ(本社: 茨城県高萩市)が1972年, 亀宗が1975年と1977年にそれぞれ出店し, 東北ニチイが福島市(1978年)へ, 光商事(本社: 仙台市)が小高町(1979年)へそれぞれ出店し, 近隣県に本社を有するスーパーも1970年代後半に出店が増加した。1980年代に入るとイトーヨーカ堂が福島市(1985年)と郡山市(1989年)へ, ジャスコが相馬市(1989年)へ, 東北ニチイが会津若松市(1982年)へ, エンドー(本社: 仙台市)が保原町へ出店し, 大手資本スーパーが都市部へ, 近隣県に本社を有するスーパーが小都市とそれ以下の階層へ出店した(第2図)。なお詳細な出店年代は不明であるが亀宗は1970年代後半の時期に船引町, 石川町, 小野町, 棚倉町, 塙町, 矢吹町へ出店し, 先の傾向をより鮮明に反映している。

以上を要約すると1960年代に近隣県に資本を有するスーパーの進出がみられた福島県では1970年



第1図 福島県における衣料品小売吸引力指数  
資料: 『住民基本台帳』(1991年)  
: 『商業統計表』(1991年)より作成

代に入り大手資本スーパーが都市部へ進出した。1970年代後半には近隣県に資本を有するスーパーが3つの都市階層すべてに出店している。1980年代には大手資本スーパーが県域中心都市へ、近隣県に資本を有するスーパーは小都市と町へそれぞれ出店し、都市階層による店舗展開の相違がみられた。このようにして福島県では洋装衣料品を提供する県外資本のスーパーとホームセンターによる出店の量的分散化が図られていった。

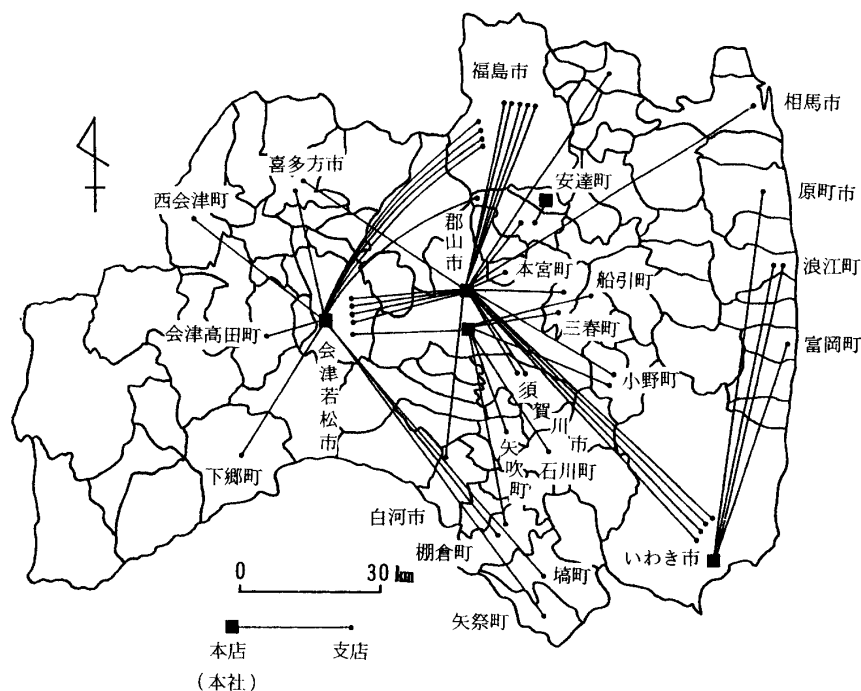
## ② 県内資本スーパーおよびホームセンターの立地

県内に資本を有するスーパーとホームセンターの他市町村への出店状況について取り上げる。県内資本スーパーの出店は1948年にライオン堂（本社：会津若松市）が会津若松市内に開業して開始されたが、本格的な店舗展開は同社が会津高田町（1966年）、二本松市（1968年）、西会津町（1968年）へ店舗展開を図った1960年代からである。また、この頃は藤越（本社：いわき市）がいわき市内（1963年、66年に2店）へ3店、ヨークベニマル（本社：郡山市）が郡山市内（1968年）へ出店しており、1960年代から会津若松市、いわき市、郡山市の3都市を中心に近隣町村への店舗展開が開始された時期であった。1970年代に入るとヨークベニマルは、郡山市6店（1972年、75年、76年、78年が2店、79年）、福島市4店（1973年、75年、76年、79年）、いわき市2店（1976年）、会津若松市2店（1975年、77年）、須賀川市（1976年）、三春町（1974年）へ各1店を出店させるなど、県



第2図 福島県における県外資本スーパーおよびホームセンター（洋装衣料品取扱店）の店舗展開

資料：『日本スーパーマーケット名鑑』（1992年）より作成



第3図 福島県における県内資本スーパーおよびホームセンター  
(洋装衣料品取扱店)の他市町村への店舗展開

資料：前掲 第2図

域中心都市を中心に次第に小都市、町レベルの階層へと出店範囲を拡大させていった。藤越はいわき市へ2店（1971年、76年）、浪江町へ2店（1970年、77年）を出店させ、県東部地域で店舗網の拡大を図っている。1980年代に入るとヨークベニマルは郡山市（1980年）、福島市（1980年）、いわき市（1981年）へ各1店を出店させたことに加え、会津若松市2店（1980年、83年）、白河市（1984年）、二本松市（1982年）、本宮町（1980年）へ各1店を出店させるなど、小都市以下の都市階層への出店が顕著となった。同様に藤越はいわき市4店（1980年、81年、85年、86年）への出店に加え、原町市（1983年）、富岡町（1981年）へ各1店を出店させ、県東部地域への店舗網の拡大がさらに進行した。ライオン堂は会津若松市4店（1985年、86年が3店）、喜多方市2店（1981年、87年）、田島町（1986年）へ1店進出させ、県西部地域への店舗展開を図ると同時に郡山市3店（1986年）、棚倉町（1989年）、塙町（1988年）、矢祭町（1988年）へ各1店を出店させており、県全域への店舗展開を図っている。1990年代にはヨークベニマルが郡山市、いわき市、須賀川市、梁川町へ、ライオン堂が郡山市へそれぞれ店舗を出店させた（第3図）。したがって福島県では郡山市、いわき市、会津若松市に本社を有するスーパー、ホームセンターが1960年代に各地域で店舗展開を開始し、1970年代には特に郡山市のヨークベニマル、1980年代には会津若松市のライオン堂が県のほぼ全域に店舗網を拡大させた。

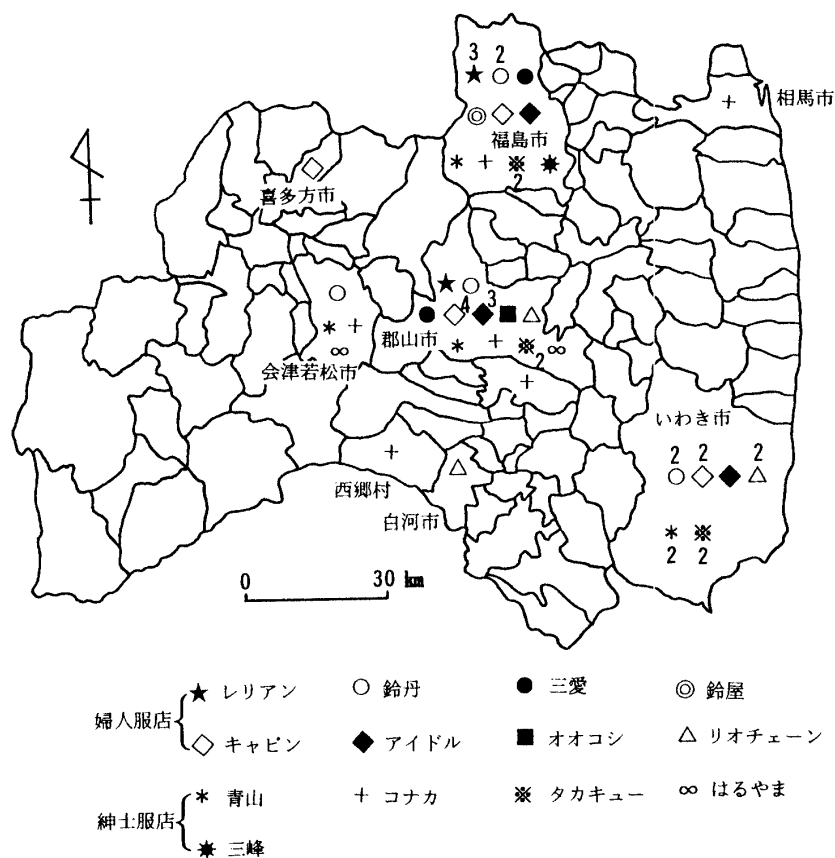
### ③ 県外資本洋装衣料品小売店の立地

婦人服、紳士服店の1993年度の売り上げ上位各10社の福島県での店舗展開を考察する。この中で福島県に出店しているのは婦人服店が8社、紳士服店が6社である。ただし紳士服店の売り上げ上位10社に含まれるゼビオは郡山市に本社を有する企業であるため、本稿では県内資本小売店として

扱う。

婦人服店、紳士服店とも出店がみられるのは郡山市11社（婦人服店7社、紳士服店4社）、福島市10社（6社、4社）、いわき市6社（4社、2社）、会津若松市4社（1社、3社）の4都市である（第4図）。小都市で婦人服店の立地がみられるのは会津若松市に加えて白河市と喜多方市に各1店のみである。したがって婦人服店が複数集中している福島市、郡山市、いわき市は小都市の店舗展開とは明らかに異なり、県域中心都市としての特性を有しているといえる。県域中心都市へはファッション性が立地要因に大きく関与する婦人服店とそれに加えて量的充足を目的とする紳士服店の出店が多数みられることより、質的側面と量的側面をみたす店舗が立地していることになる。

紳士服店は郡山市、福島市、いわき市の県域中心都市への出店に加え、さらに会津若松市3社、須賀川市、相馬市、西郷村へ各1社の進出がみられるように小都市や町村部にも店舗展開がなされている。したがって3つの都市階層すべてに店舗展開が図られていることから、紳士服店に代表される洋装衣料品小売店の立地は分散的立地傾向を示し、その出店先は町村レベルにまで達している。



2店舗以上の小売店は店舗数を数字で表示

第4図 福島県における県外資本洋装衣料品小売店の店舗展開

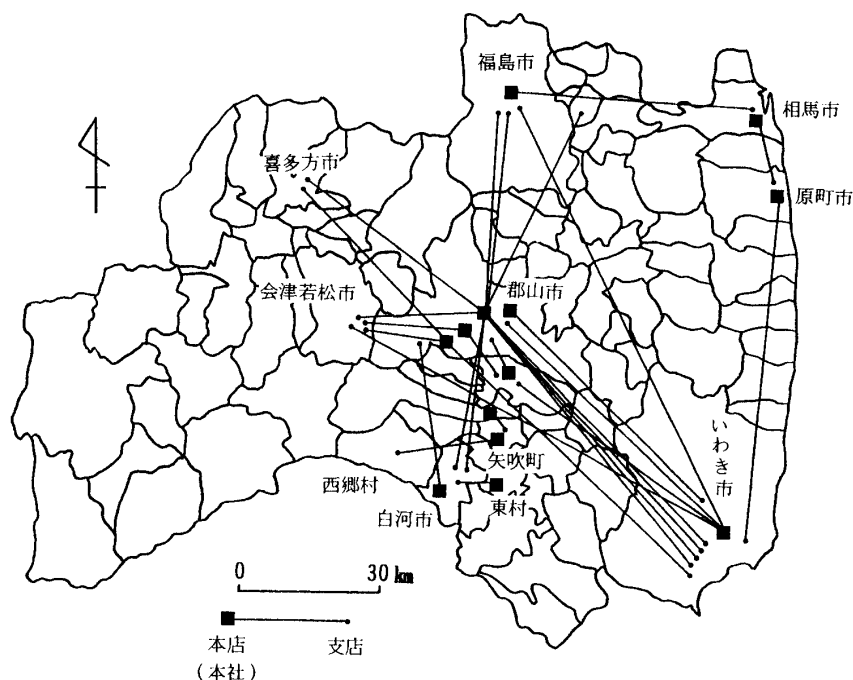
資料：『流通会社年鑑』（1993年），  
『ショッピングセンター名鑑』（1991年），  
『NTT タウンページ』（1994年）より作成

#### ④ 県内資本洋装衣料品小売店の立地と県外への店舗展開

県内に資本を有する洋装衣料品小売店の他市町村への店舗展開をみると、県内ほぼ一円に店舗展開を図っているのは、郡山市に資本を有する紳士服店のゼビオである。県内での店舗展開は郡山市4店をはじめ、いわき市4店、福島市2店、白河市2店、会津若松市、喜多方市、保原町、船引町の各1店である（第5図）。同様に広域的に店舗展開を図っているのは、いわき市に本社を有する婦人服店のハニーズがいわき市内、郡山市、福島市、会津若松市、須賀川市へ出店している。これも先のゼビオの店舗展開と同様に県内で広く店舗展開をしている例といえる。この2社以外で広域的店舗展開がみられるのは、原町市からいわき市への出店のように、小都市から上位都市への婦人服店の出店があげられる。また、郡山市からいわき市へ2店の出店がみられ、これらはいずれも婦人服店である。さらに福島市と郡山市から相馬市と喜多方市への出店のように県域中心都市から小都市への店舗展開がみられ、いずれも婦人服店の出店である。

狭域的店舗展開は白河市と須賀川市からそれぞれ郡山市へ出店しているように、小都市から県域中心都市への店舗展開がある。業種は婦人服店と総合衣料品店であった。また東村から白河市へのように村から小都市への出店もみられ、業種は総合衣料品店であった。したがって下位都市階層から上位都市階層へは専門店と総合衣料品店の両方の店舗展開がある。狭域的店舗展開の同階層間の店舗展開は、相馬市から原町市へ、鏡石町から矢吹町へ、矢吹町から西郷村へ各1店の出店がみられるが、いずれも総合衣料品店の出店である。狭域的店舗展開の上位都市階層から下位都市階層への店舗展開は、郡山市から会津若松市への出店のように婦人服店としての店舗展開がみられた。

県内に資本を有する洋装衣料品小売店8社が県外へ支店を出店させており、郡山市4社、いわき市2社、白河市、原町市の各1社である。中でも大規模に店舗展開を図っているのは郡山市3社



第5図 福島県における県内資本洋装衣料品小売店の他市町村への店舗展開

資料：『全国繊維企業要覧』（1994年）より作成

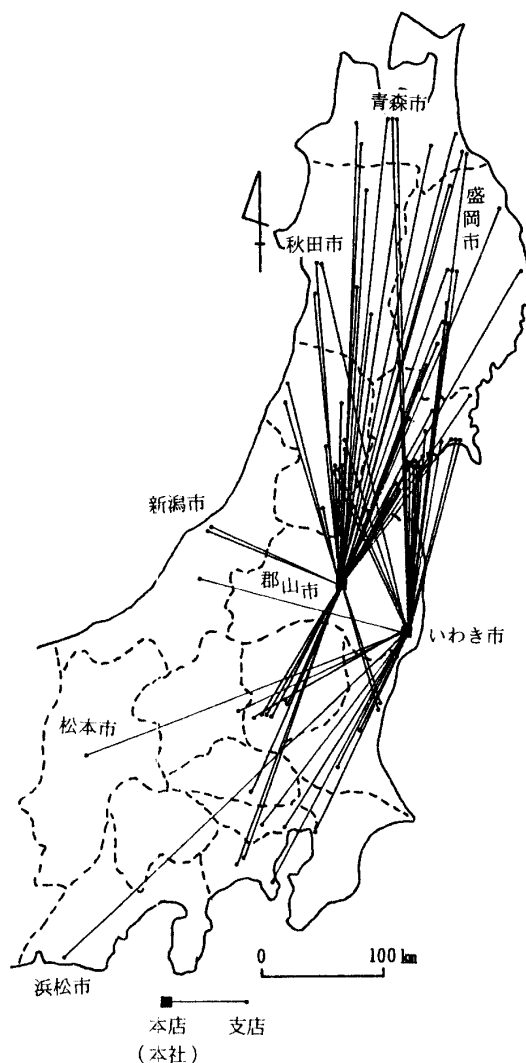
(紳士服店・ゼビオ, 婦人服店・ショーエー, 婦人服店・ルルナカヤ), いわき市1社(婦人服店・ハニーズ)であるのでこれらの店舗展開を考察する。郡山市からは上位都市である仙台市1店, 県域中心都市である山形市2店, 新潟市2店, 盛岡市, 青森市, 秋田市, 弘前市の各1店をはじめ, 東北地方の小都市へも多数の出店がみられる。さらに宇都宮市, 海老名市, 伊勢原市等の関東地方への出店もみられる。また, いわき市からは仙台市6店, 山形市, 盛岡市, 青森市へ各2店の出店をはじめ, 東北地方の小都市へも多数の出店がみられる。加えて松本市, 浜松市, 長岡市のように中部地方への出店もみられ, 東日本へ店舗展開が図られている。東京都への店舗展開は大田区, 調布市への出店である(第6図)。このように他県への店舗展開において郡山市3社, いわき市1社から東北地方を中心として東日本一円に店舗展開がみられたのは福島県の県域中心都市に立地する洋装衣料品小売店の大きな特性である。

### 3. 洋装衣料品小売店の流通と機能

#### (1) 県内資本店経営者の経歴にみる経営姿勢

県域中心都市, 小都市, 町村の3つの都市階層にもとづき, 各都市階層に立地する洋装衣料品小売店の経営者の特性と商品の仕入特性による比較検討を行った。対象にした洋装衣料品小売店が立地する市町村は9市12町村であり, 総数は63社である<sup>5)</sup>。戦前から経営している小売店は15社(都市部12, 町村部3), 戦後に創業した小売店は48社(都市部39, 町村9)であり, 全体の76.2%の小売店が戦後の開業である。そのうち1980年以降に開業した7社の小売店は, 県域中心都市が6社, 町村が1社であり, 近年は上位都市階層での開業が主流になってきている(第1表)。

洋装衣料品小売店の現在の経営展開を把握する上で, かつて他社で勤務した経験の有無をはじめとして, 各経営者の築いてきた経験歴(以後, 修行経験歴と称す)はたいへん重要である<sup>6)</sup>。そこで自店開業以前の各経営者の修行経験歴を小売店の創業年別にみると, 他社での修行経験歴を有する経営者は, 全経営者63人中28人(44.4%)であり, 内訳は県域中心都市20人, 小都市4人, 町村4人であった(第2表)。これは各都市階層の経営者の54.1%, 30.8%, 36.4%がそれぞれ経験していることを示している。また1944年以前から営業している小売店の現在の経営者の14人中2人



第6図 福島県に資本を有する洋装衣料品小売店の県外への店舗展開

資料：前掲 第5図

第1表 小売店の創業年

	県域中心都市	小都市	町 村
～1944年	7	5	3
45～79年	25	8	8
1980年～	6	0	1
合 計	38	13	12

資料：前掲 第5図

第2表 経営者の自店以外での勤務経験

	県域中心都市		小都市		町 村	
	有	無	有	無	有	無
～1944年	2	5	0	5	0	2
45～79年	14	11	4	4	3	5
1980年～	4	1	0	0	1	0
合 計	20	17	4	9	4	7
割 合	54.1%	45.9%	30.8%	69.2%	36.4%	63.6%

※県域中心都市と町村の不明各1人を除く  
資料：前掲 第5図第3表 衣料関係勤務経験者の勤務場所  
(都市階層別)

	県域中心都市	小都市	町 村	合 計
県域中心都市	4	0	0	4
自小都市町村	—	0	0	0
他小都市町村	0	0	0	0
東 京	9	1	0	10
大 阪 市	1	0	0	1
名古屋市	2	1	0	3
宇都宮市	1	0	0	1
結 城 市	0	0	1	1
不 明	2	0	0	2
合 計	19	2	1	22

※複数回答を含む  
資料：前掲 第5図

(14.3%)、1945年から79年に開業した小売店の現在の経営者の41人中21人(51.2%)、1980年以降開店した小売店の経営者の6人中5人(83.3%)がそれぞれ修行経験を有しており、近年開業する小売店の経営者ほど修行経験を有する割合が高くなる。これには歴史を有する小売店の経営者ほど最初から自社で勤務する傾向が強いためでもあるがその他にも要因がある。

そこでこの修行経験歴を有する経営者28人の前勤務先の職種をみると20人(71.4%)が衣料関係企業での勤務経験があった。したがって修行経験を有する経営者の7割以上が自社の勤務以前に他の衣料関係企業に勤務し、その時に得た知識や経営法、商法等を自社勤務後の経営に少なからず生かしていると考えられる。1980年以降開店する大半の小売店の経営者は特にこの傾向が顕著である。衣料関係で修行経験を有する20人のうち、県域中心都市の小売店経営者の勤務経験先は東京9人、県内の県域中心都市4人、名古屋市2人、大阪市、宇都宮市が各1人となっており、県域中心都市を含む上位階層の都市で衣料品関係職種に勤務していたことになる(第3表)。小都市と町村の小売店経営者のうち修行経験者は各2人、1人と少ないため一概にはいえないものの、たとえば町村の小売店経営者にみられた結城市での修行経験は、上位都市階層の小売店経営者に多くみられた先進地での勤務経験とは必ずしもいえない。したがって県域中心都市と下位都市階層の小売店経営者とは修行経験先に相違がみられる。県域中心都市の小売店経営者は自市以上の階層の都市で衣料関係の勤務経験を有し、3つの都市階層の中では積極的で進取の姿勢がうかがえる。

## (2) 流通と機能

### ① 小売店の直接仕入先企業

ここでは卸売企業を1. 専門卸売企業(主に紳士服、婦人服、あるいはその両方を扱う企業)、2. 総合卸売企業(1に加えて生地や洋品等も扱う企業)、3. 繊維商社(2に加えて糸や化学繊維等も扱う企業)、4. 総合商社(3に加えてその他の産業にも広く従事する企業)、5. 地方卸売



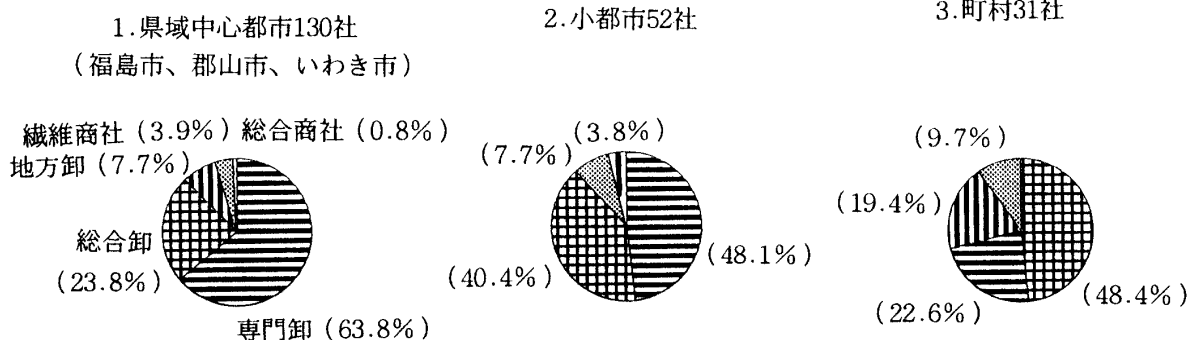
企業（１～４の企業の衣料品関係製品の２次卸としての機能を有する企業）の５つに分類にして考察を試みた<sup>7)</sup>。

専門卸売企業からの仕入れは県域中心都市63.8%，小都市48.1%，町村22.6%である。したがって専門卸売企業から直接仕入れる小売店は，上位都市階層の小売店ほど高くなる傾向にある。反対に総合卸売企業からの仕入れは町村48.4%，小都市40.4%，県域中心都市23.8%であり，町村部が最も高い割合を示し，下位都市階層の小売店ほど高くなる傾向にある（第7図－A）。このような傾向は上位階層の都市ほど洋装衣料品小売店の専門化が顕著になるのに対して，町村部の洋装衣料品小売店は専門性が未分化であるため，総合衣料品店としての機能が強まるためである。また地方卸売企業から仕入れる割合も町村19.4%，小都市3.8%，県域中心都市7.7%と町村部の小売店が最も高く，都市部の小売店はいずれも10%以下の低い割合を示している。

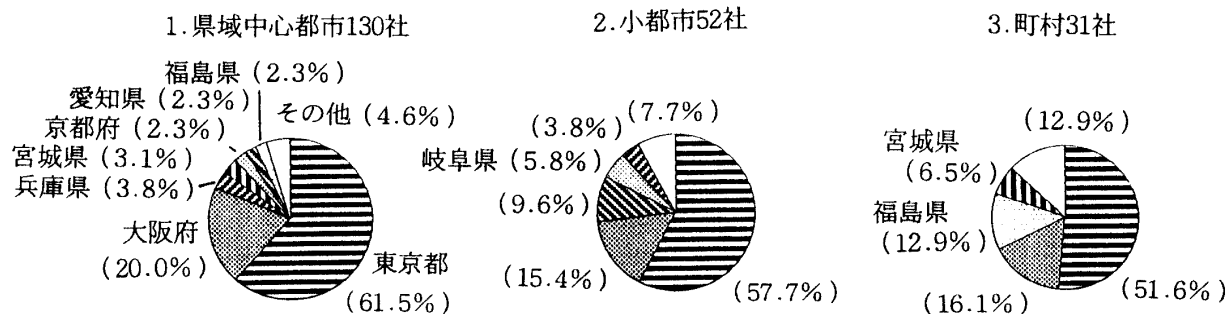
各都市階層の小売店の仕入先卸売企業を都道府県別にみると，東京都の企業からが最も多く，県域中心都市61.5%，小都市57.7%，町村51.6%であった（第7図－B）。県域中心都市の小売店は東京都の卸売企業からの仕入れが6割を越え，以下大阪府20.0%，兵庫県3.8%，宮城県3.1%となっている。小都市の小売店は東京都に次いで大阪府15.4%，愛知県9.6%，岐阜県5.8%，兵庫県3.8%となっている。

一方，町村部の洋装衣料品小売店の仕入先卸売企業は，東京都に次いで大阪府16.1%，福島県12.9%，宮城県6.5%であり，福島県と隣接する宮城県の地方卸売企業に依存する割合が高いこと

### A 【業態別】



### B 【都道府県別】



第7図 3つの都市階層にみる県内資本洋装衣料品小売店の業態別および都道府県別の仕入先企業  
資料：前掲 第5図

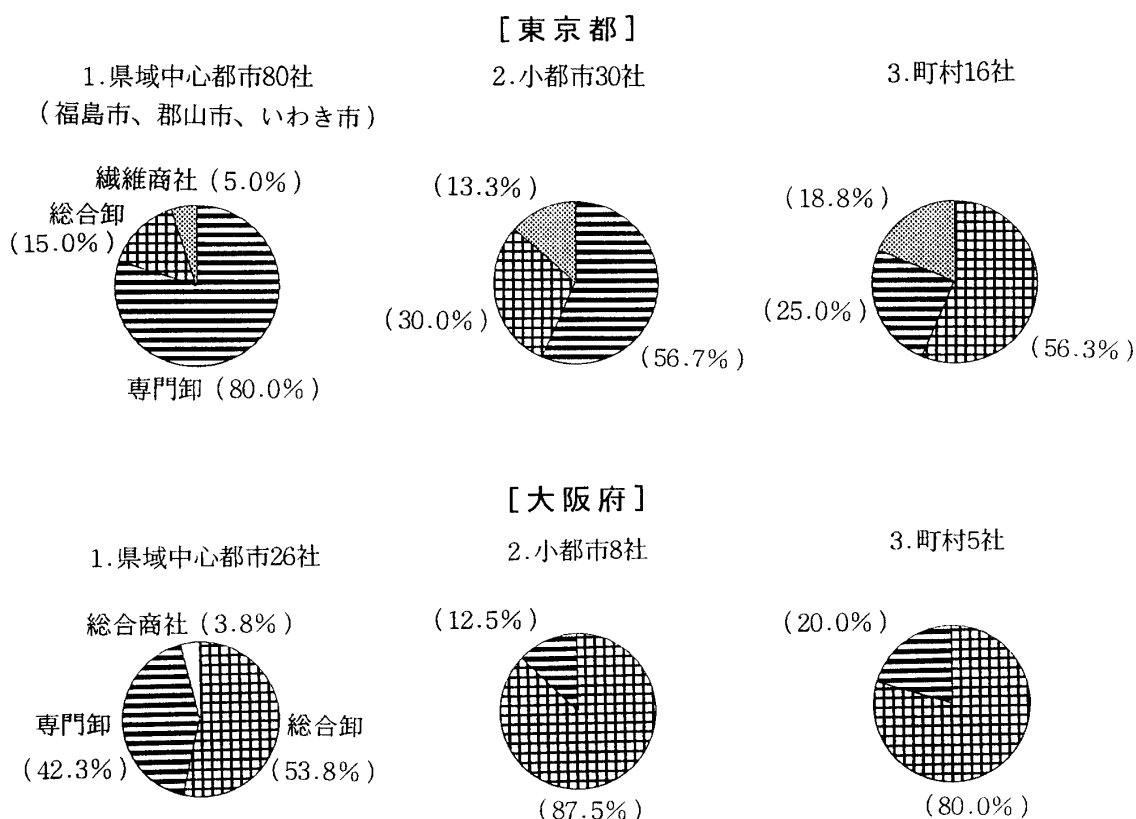
を示している。上位都市階層の小売店ほど多数の卸売企業から製品の直接仕入れが多くなるため、福島県等の地方卸売企業の割合は相対的に低下して表れる。反対に町村部の小売店は多くの製品を県内や隣接県の卸売企業に依存しているため、全体に対する割合が高くなり、これが町村の小売店の特性になっている。

いずれの都市階層の小売店においても依存する割合の高かった東京都の仕入先卸売企業の業態は、県域中心都市の小売店が専門卸売企業80.0%，総合卸売企業15.0%であり、ほとんどが専門卸売企業で占められている。小都市の小売店は専門卸売企業56.7%，総合卸売企業30.0%であり、県域中心都市の小売店が示す傾向に準ずる。一方、町村の小売店は総合卸売企業56.3%，専門卸売企業25.0%となっており、総合卸売企業からの仕入れが最も高い割合を示し、都市部の傾向とは異なっている（第8図）。したがって上位都市階層に立地する小売店ほど東京都の専門卸売企業への依存が高くなり、低次都市階層ほど総合卸売企業に依存する割合が高くなる。

第7図－Bによれば都市部の小売店が仕入れる卸売企業で東京都に次いで割合が高いのは大阪府の卸売企業であった。その内訳をみるといずれも総合卸売企業の占める割合が高く、県域中心都市53.8%，小都市87.5%，町村80.0%であり、東京都の卸売企業にみられた傾向とは様相を異にしている（第8図）。

## ② 小売店が仕入れる地方卸売企業の仕入特性

福島県の小売店が仕入れる地方卸売企業のうち、特に依存する割合の高い福島県6社、宮城県6



第8図 業態別にみる東京都と大阪府の仕入先企業  
資料：前掲 第5図

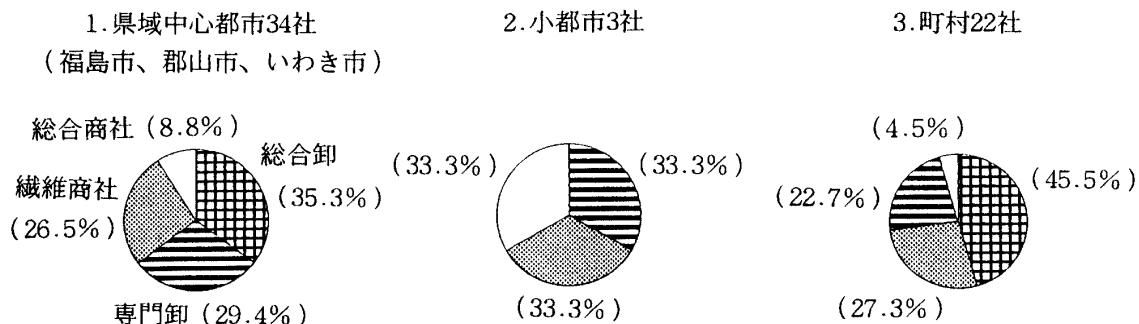
社の合計12社をここでは取り上げる。この地方卸売企業12社を通して仕入れる取引先企業の業態は県域中心都市の小売店が総合卸売企業35.3%，専門卸売企業29.4%，繊維商社26.5%，総合商社8.8%，小都市の小売店が専門卸売企業33.3%，繊維商社33.3%，総合商社33.3%，町村の小売店が総合卸売企業45.5%，繊維商社27.3%，専門卸売企業22.7%，総合商社4.5%であった。（第9図－A）。県域中心都市の小売店では地方卸売企業を通して総合卸売企業の製品を仕入れる割合が最も高いことを示し、反対に専門卸売企業の製品は少ないことになる。これは地方卸売企業を通しての仕入れでは、小売店経営者の意向を反映した経営ができるとはいいいがたく、経営者が個性的なファッション性を提供するためには専門卸売企業との直接取引が多くなり、この傾向が県域中心都市の小売店では強まるためである。

一方、町村部の小売店は地方卸売企業を通して仕入れる製品の仕入がさまざまな企業に及んでいることになる。特に町村の小売店の仕入れに占める福島県の卸売企業の割合が高かったことから、町村の小売店は地方卸売企業を通して総合卸売企業の製品や繊維商社、さらには専門卸売企業の製品を多く仕入れていることになる。直接仕入れでも総合卸売企業に依存する割合が高かったが、地方卸売企業にも総合卸売企業の製品を依存していることが下位階層の小売店の仕入れにみられる特性として指摘できよう。

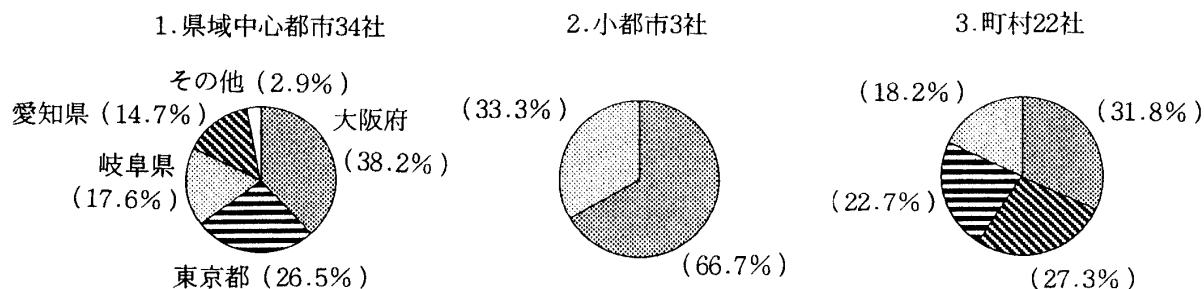
### ③ 小売店の東京都の企業からの仕入特性

小売店とアパレル企業の直接取引でいずれの都市階層の小売店とも関わりの深かった東京都の仕

## A 〔業態別〕



## B 〔都道府県別〕



第9図 福島県の洋装衣料品小売店を対象として福島県、宮城県の卸売企業が扱う製品の業態別および都道府県別の仕入先企業

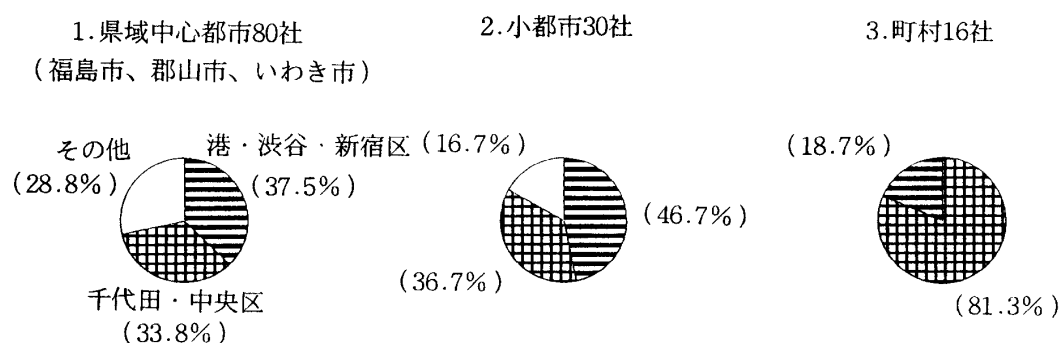
資料：前掲 第5図

入先企業を考察した。県域中心都市の小売店が仕入れる東京都の企業80社中、港・渋谷・新宿区のアパレル企業は30社（37.5%）、千代田・中央区のアパレル企業は27社（33.8%）であった。小都市は30社中、港・渋谷・新宿区の企業が14社（46.7%）、千代田・中央区の企業が11社（36.7%）であった。町村は16社中、千代田・中央区の企業が13社（81.3%）、港・渋谷・新宿区の企業が3社（18.8%）であった（第10図）。港・渋谷・新宿区のアパレル企業から仕入れる割合は、県域中心都市と小都市で高く、反対に千代田・中央区のアパレル企業から仕入れる割合は、町村の小売店で高くなっている。このことは港・渋谷・新宿区のアパレル企業は福島県の小売店へ商品を流通させる場合、県域中心都市をはじめとする上位都市階層への依存率が高く、町村のような下位都市階層で依存率が低くなることを示している。

港・渋谷・新宿区のアパレル企業は製造卸企業がほとんどであり、県域中心都市の小売店が仕入れる同地域の企業30社中、港区と渋谷区のアパレル企業が83.3%に相当する25社を占める。その多くは青山、原宿、千駄ヶ谷界隈に立地するアパレル企業であり、この地域の企業群は主に1970年代以降に急増したもので、従来より千代田・中央区に集積している比較的大きな資本力を有する企業群とは立地特性が大きく異なる。後者は古くから流通の拠点としての優位性を主な立地要因として機能してきた歴史を有するのに対して、前者は近年になって流通の優位性もさることながら、先端的ファッションビジネス情報の有無を最も重要な立地要因として集積したのである。したがってファッション性やその情報を最大の立地要因としている企業群から製品を多数仕入れている県域中心都市の小売店は、この地域からの製品はもちろん、それに加えてブランドやファッション流行の動向といった先端的ファッション情報を取り入れていることになる。このように青山、原宿のアパレル企業群は、わが国最先端のファッション情報の発信源であり、福島県への波及は県域中心都市の小売店に集中しているのである。

次に小都市の小売店も県域中心都市の傾向にほぼ準ずるが、卸売企業の総数では県域中心都市が80社であるのに対して、小都市が依存する卸売企業数は30社であり半数にも満たない。したがって港・渋谷・新宿区の企業が46.7%を占めてはいるものの、県域中心都市の多数の製品から構成される内容とは異なり、県域中心都市に比べると多彩なファッション性が展開しているとは一概にはいえない。

最後に町村に立地する小売店は紳士・婦人服をはじめ洋品、肌着、呉服、寝具等を扱う小売店が



第10図 福島県の小売店が仕入れる東京都の仕入先企業  
資料：前掲 第5図

たいへん多く、洋装衣料品小売店としての専門性が未分化の店舗がほとんどである。したがって製品の仕入先も千代田・中央区の商社や総合卸売企業等への依存率が81.3%と3つの都市階層の中で最も高い。消費者は日常利用する必需品の入手を求めるため、洋装衣料品小売店としての専門性が薄く、港・渋谷・新宿区の先端的企業群に製品を依存する割合は3つの都市階層の中で最も低くなるのである。

#### 4. おわりに

近隣県に資本を有するスーパーは、1960年代前半に県域中心都市へ出店し、1960年代後半には県内資本スーパーが、小都市と町レベルの階層で店舗網を拡大した。1970年代に入ると大手資本スーパーの都市部への出店が顕著になり、近隣県に資本を有するスーパーと県内資本スーパーは、すべての都市階層へ店舗網を拡大している。1980年代に入ると大手資本スーパーは県域中心都市へ出店し、近隣県に資本を有するスーパーが小都市と町村へ店舗展開を図っている。一方、郡山市、いわき市、会津若松市にそれぞれ本社を有する県内資本のスーパーは、それぞれ県央、県東、県西を中心に店舗網を展開させている。洋装衣料品を扱う内外の資本による量販店が、県内の3つの都市階層すべてに出店しており、小売店の立地の量的分散化を促進させたといえる。この傾向は県外大手資本の紳士服店の立地にも表れている。

一方、県外大手資本の婦人服店の出店は、県域中心都市に多数集積しており、小都市以下の都市階層への出店はきわめて少ない。したがってファッション性が小売店の経営に大きく関与し、質的側面を重視する洋装衣料品小売店の立地は、県域中心都市へ集中して立地する傾向を示す。

県内資本の洋装衣料品小売店の県内他市町村への店舗展開は、郡山市といわき市から県全域への出店がみられ、これ以外では広域的店舗展開が小都市から県域中心都市へ、県域中心都市から県域中心都市へ、県域中心都市から小都市へ、いずれも洋装衣料品専門店としての出店であった。狭域的店舗展開は小都市から県域中心都市へ、町村から小都市へ総合衣料品店と専門店の両方みられるが、前者がやや多い。小都市間、町村間の店舗展開も総合衣料品店であった。

県内資本の洋装衣料品小売店の立地は3つの都市階層とも戦前からみられるものの、近年は都市部での開業が主流であり、その経営者ほど他社での修行経験を有する割合が高い。都市部の中でも県域中心都市の小売店経営者は県域中心都市、もしくはそれより上位階層の都市で勤務経験を有していた。それに対して町の小売店経営者は小都市での勤務経験であり、県域中心都市の小売店経営者の傾向とは異なっている。つまり県域中心都市の小売店経営者は県内外のファッション先進地での経営法を修得する目的であるのに対して、下位都市階層の小売店経営者は先進地に加えて近隣の小都市でも小売店経営法を修得しており、両者の内容は異なっている。

県域中心都市の小売店はアパレル企業からの直接仕入れの割合が高く、特に東京都港区、渋谷区といったファッション先進地の企業から仕入れる割合が最も高い。これら県域中心都市の小売店は高いファッション性を有する製品を扱い、加えて経営者は先端的で個性的な経営法によって各小売店の特性を打ち出しており、この経営法は経営者の勤務経験によっても裏付けられる。したがって県域中心都市の小売店は県内では量的・質的側面とも充実し、多様な消費者ニーズに対応が可能であると同時に、より先端的な小売経営が可能な都市であることも示している。

小都市の小売店は県域中心都市の傾向に準じ、港・渋谷・新宿区の卸売企業からの仕入れが千代田・中央区の卸売企業よりも多いものの、県域中心都市と比べると港・渋谷・新宿区の卸売企業数に大きな相違があり、洋装衣料品は量と種類において県域中心都市よりも少なくなる。町村の小売店は洋装衣料品小売店としての専門性が未分化であるため、総合卸売企業に依存する割合が高く、同時に福島県、宮城県等の地方卸売企業に依存する割合が最も高くなっている。低次都市階層の小売店は明らかに高次都市階層の小売店とは経営者の経営理念、製品の仕入れやその仕入先企業等で特性が大きく異なっているのである。

## 注および参考文献

- 1) 本稿でいう衣料品小売吸引力指数とは各市町村の衣料品販売額の県内シェア（1991年）を各市町村の人口の県内シェア（1991年）で除した値のことである。
- 2) 都市圏は『国勢調査』（1990年）を資料に母都市への通勤・通学流出率が10%以上の市町村を特定し、『住民基本台帳』（1993年）をもとにして都市圏人口を設定した。これによると郡山都市圏は郡山市、須賀川市、本宮町、三春町、大玉村、白沢村、鏡石町、岩瀬村、船引町の2市4町3村から構成される。
- 3) 前掲2) 同様、福島都市圏は福島市、桑折町、国見町、保原町、飯野町、梁川町、霊山町、月舘町、川俣町、安達町の1市10町から構成される。
- 4) 前掲2) 同様、いわき都市圏はいわき市、広野町、楡葉町の1市2町から構成される。
- 5) 『全国繊維企業要覧』（1994年）に掲載されている小売店を対象にした。内訳はいわき市20社、郡山市10社、福島市8社、会津若松市4社、白河市、原町市、須賀川市、喜多方市、保原町の各2社、相馬市、川俣町、本宮町、鏡石町、田島町、東村、矢吹町、小野町、大熊町、富岡町、浪江町の各1社である。
- 6) ここでいう修行経験歴とは小売店の積極的な経営姿勢を考察するため、自社勤務の他に他社で勤務した経験を有する経営者のことである。したがって他社での勤務経験がなく、家業を継承する形式で自社に勤務して、その自社勤務を通してさまざまな経営法を修得する中から、商品取引先等を構築した経営者は対象にしない。
- 7) 1, 2は卸売企業、製造卸売企業の両方をそれぞれ含むものとする。

アーバンアメニティ研究所（1994）：『町は素敵なファッションの舞台』。たいせい、193p.

阿部和俊（1991）：『日本の都市体系研究』。地人書房、323p.

阿部和俊（1996）：『先進国の都市体系研究』。地人書房、150p.

阿部和俊（1992）：来日外国人アーティストの公演日程からみた地域間・都市間比較，地理学評論，65，pp. 911-919.

岩動志乃夫（1996a）：洋装衣料品小売店の立地と機能 ―青森県を例に―，東北文化研究所紀要，28，pp.97-108.

岩動志乃夫（1996b）：北東北における洋装衣料品小売店の立地と機能，日本地理学会予稿集，50，pp.50-51.

岩動志乃夫（1997a）：秋田県における洋装衣料品小売店の立地と機能 ―都市階層性の視点から―，宮崎女子短期大学紀要，23，pp.1-15.

岩動志乃夫（1997b）：洋装衣料品小売店の立地と機能 ―山形県を例に―，東北文化研究所紀要，29，pp.181-

194.

清水馨八郎・服部銑二郎（1970）：『都市の魅力』。鹿島出版会，280p.

日野正輝（1996）：『都市発展と支店立地』。古今書院，220p.

[1997年11月29日受理]

## **Location and Function of Retail Clothing Shops in Fukushima Prefecture : From the Viewpoint of Urban Hierarchy**

Shinobu ISURUGI

The purpose of this paper is to analyze the location and function of retail clothing shops in Fukushima Prefecture. Fukushima City, the capital of Fukushima Prefecture, has 2.9 hundred thousand inhabitants. Koriyama City has 3.3 hundred thousand and Iwaki City has 3.6 hundred thousand inhabitants. There are 3 big prefectural cities in Fukushima with a population of over 2.5 hundred thousand. The mens' and ladies' clothing shops in these 3 big cities consist of local and non-local retail stores. In the 3 big cities, there are more wholesale products originating from Tokyo from Minato and Shibuya-ku (Aoyama and Harajuku respectively) than wholesale products from Chiyoda and Chuo-ku (Kanda and Nihonbashi respectively). The fashion sense of clothes found in Aoyama and Harajuku is excellent. As a result, the 3 big cities have become the fashion center of Fukushima Prefecture.

There are 7 small cities in Fukushima with a population of under 1.2 hundred thousand. There are many non-local mens' clothing shops, but there are few non-local ladies' clothing shops in small cities. The local clothing shops in small cities consist of both mens' and ladies' western clothing shops and clothing shops which also sell accessories, such as shoes, belts, hats, underweares, etc.

There are 80 towns and villages in Fukushima with a population of under 30 thousand. Most of the clothing shops in these towns and villages sell both, western clothes and accessories.