

# 水戸市小売業の今後の方向

昭和43年7月1日現在の商業センサスによれば、年間商品販売額は5,485億円で、41年の3,869億円に比べ39.2%の増加があつたが、その増加分布は市部の増勢が強い。この市部の占める年間商品販売額は県内の75%を占めるが、このうち水戸、日立、土浦の3市で約50%を占めており、3市の動向は県内商況にも大きな影響力を有する。したがつて3市相互間の商圈確保のための経営改善が活発化しているが、最近、これに加えて都市資本による大型店の地方進出がめざましく、地元商店にとつて大きな問題として注視されているのである。とくに、水戸市においては、従来県内最大の商圈を維持し、安泰の中にあつたのであるが、すでに駅前を中心として、丸井、西友ストアの進出が決定し、今後の県内商圈分布を大きく変えようとしている。これらビックストアは、いずれも1社の総売上げが、水戸市小売業全体の販売額に匹敵する規模のものであり（西友ストア、44年度800億円、丸井 同370億円）その規模力を利用した

強力な販売戦略をもち、従つてそれらがそれぞれ開店ということになれば、これまで平穩に推移した水戸市小売業が、今後は大きな変革を余儀なくされるものと思われる。

こうした問題点をとらえて、常陽産業開発センターでは、機関紙「ニュー茨城」11月号に特別調査「水戸市小売業の今後の方向（大型店進出に関連して）」と題する調査結果を発表したので、次にこれを紹介させて戴き、参考に供することとした。

この問題はひとり水戸市だけの問題ではなく、水戸周辺の市町村はもちろん、県内商況にも大きな示唆を与えるものと思われるのである。

## I 大型店進出の影響予想

大型店進出を契機とする既存小売業への影響、変化と、一般的にいわれる対応策（必ずしも有効策ということではない）をとりまとめたのが表1である。

(表1) 大型店進出を契機とする変化と対応策

	商 (ブ ロ ッ ク) 街	商 (個 別 店) 店
影響・変化 ↑ ↓ 対応策	<p>商 圏 の 拡 大 (既存商圈内の購買力吸収増)</p> <p>立 変 顧 変 地 客 条 量 件 化 の 化 の 化</p> <p>↓ 中心商店街の移動</p>	<p>売 業 雇 賃 上 種 用 金 げ 面 的 面 上 へ の 影 影 へ の 影 難 響 響 響 昇</p> <p>↓ 経営面への影響</p>
	<p>大型店誘致、市街地型ショッピングセンターの建設などの商店街再開発事業、アーケード、カラー価値、共同駐車場など商店街改造 共同事業 顧客引止め、誘引のための魅力づくり事業</p>	<p>大型化 縮小化 総合化 専門化 協業化 チェーン化 系列化 他地区出店 ショッピングセンター出店 転廃業 駐車場設置 営業時間帯の変更 パート利用など雇用面の工夫</p>

(対応策として必ずしも有効策ということではなく、一般的にとりあげられているものを列記したもの)

もちろん、その影響の度合、変化の速度は、直接的には進出大型店の出店規模、形態、立地場所、販売戦略、迎えるつ地元商店の対応策如何ということになるが、大型店進出であられる影響変化が対応策をうみ、それがまた更に変化をもたらすという連鎖的な形で、水戸市の商業を変化させてゆくこととなる。

#### 1. 進出大型店の売上げ予想と既存小売店への影響

それでは、進出大型店の売上げはいつたいどの程度になるのか、まず売上げ面からその影響力をみてみよう。

ここでは、現在までに進出決定をみている大型店のうち、丸井、西友ストアーについてのみ売上げ予想を行なうこととする。しかし両店ともまだ最終的な出店規模は公表していないので、現時点で予想される売場面積にもとづき推計を行なえば、表2の通りとなる。

(表2) 水戸進出大型店の売上げ予想

	西友ストアー	丸井
開店予想	昭和45年11月以降	昭和45年8月
予想売場面積	3,500坪	2,000坪
坪当り予想売上げ (1年間)	200万円	150万円
年間売上げ予想	70億円	30億円

しかし、商圏の密度、出店形態等により売上げ効果も変ってくるので必ずしも予想通りとはなるまいが、既存小売店としては、この程度の数字を意識して対応策を考慮すべきであろう。両店あわせて十億円、初年度ベースでも70~80億円程度となろうが、これは、水戸市小売業販売額の2割をこえる数字である。

こうした予想をもとに、商業統計ベースで46年の水戸市小売業の販売額推計を行なえば、表3のようになる。

(表4)

#### 水戸商圏内小売業

	人 口			購 買 需 要 総 額 (人口×水戸商圏内1人当たり平均購買額)		
	39年	41年	43年	39年	41年	43年
水戸市商圏内計	1,020,469	1,021,687	1,035,746	72,600	89,740	116,636
水戸市	154,983	158,279	166,603	11,019	13,881	18,759
日立市	179,703	179,879	186,137	12,777	15,775	20,959
石岡市	36,789	37,193	38,205	2,612	3,262	4,302
那珂湊市	33,620	33,543	33,566	2,390	2,942	3,780
常陸太田市	36,974	36,679	36,476	2,629	3,217	4,107
勝田市	52,625	54,031	59,777	3,742	4,739	6,731
高萩市	32,497	32,398	30,295	2,311	2,841	3,411
北茨城市	55,334	54,284	51,071	3,934	4,761	5,751
笠間市	31,082	30,863	30,457	2,210	2,707	3,429
東茨城郡	128,687	128,439	128,112	9,150	11,264	14,425
西茨城郡	58,685	58,623	58,741	4,173	5,141	6,614
那珂郡	103,571	103,250	103,363	7,364	9,055	11,639
久慈郡	67,875	66,641	64,159	4,826	5,844	7,224
多賀郡	10,346	10,133	10,420	736	889	1,173
旭村	10,759	10,546	10,449	765	925	1,177
銚田町	26,939	26,906	27,915	1,915	2,300	3,143
備考	(40.10.1 現在人口)	(41.10.1 現在人口)	(43.10.1 現在人口)	(水戸商圏内1人当たり平均購買額) 39年 71.1千円 41年 87.7千円 43年 112.6千円		

(表3)

## 水戸市小売業販売額推計

(単位億円)

		43年	46年		47年	
		実績	予想A	予想B	予想A	予想B
小売販売額計		352 (100.0)	501 (100.0)	567 (100.0)	570 (100.0)	650 (100.0)
大型店	既存大型店	70	100	105	112	120
	同増築分	—	15	15	30	30
	進出大型店	—	60	60	100	100
	計	70 (19.8)	175 (34.9)	180 (31.7)	242 (42.5)	250 (38.5)
一般小売店		282 (80.2)	326 (65.1)	387 (68.3)	328 (57.5)	400 (61.5)

(註) ○ 予想A：販売額の伸びが過去4年間平均伸び率程度(12.6%)であり、水戸近隣地域内でのシェアが従来同様47%程度にとどまる場合。

○ 予想B：販売額の伸びが年平均15%まで増加し、大型店進出で水戸近隣地域内でのシェアが50%を越えると予想した場合。

○ 既存大型店増築分及び進出大型店販売額は、完成時予想により調整。進出大型店には丸井、西友ストアー以外のものは含まない。

○ 商業統計ベースで推計(各年6月末現在)

予想Aにみるように大型店が進出しても吸収購買力の伸びが従来程度で、商圈の拡大もない場合は、水戸

市の既存小売業は、それだけ直接的なマイナス影響をうけるわけであり、この場合、これもなかなかむずか

## の購買力吸収状況(市郡別)

小売販売実績 (C) (百万円)			販売性向 比率 (C/B) (%)		
39年	41年	43年	39年	41年	43年
72,600	89,740	116,636	100.0	100.0	100.0
21,889	27,279	35,159	198.6	196.5	187.4
15,480	19,030	25,177	121.2	120.6	120.1
3,993	5,465	6,457	152.6	167.5	150.1
2,123	2,651	3,463	88.8	90.1	91.6
2,664	3,396	3,935	101.3	105.6	95.8
3,367	4,011	5,921	90.0	84.6	88.0
2,349	2,844	3,190	101.6	100.1	93.5
2,259	2,712	3,029	57.4	57.0	52.7
1,878	2,048	2,943	85.0	75.7	85.8
5,888	6,044	8,482	64.4	53.7	58.8
2,779	3,602	4,837	66.6	70.1	73.1
3,485	4,428	6,394	47.3	48.9	54.9
2,343	2,885	3,844	48.6	49.4	53.2
243	324	388	33.0	36.5	33.1
121	211	322	15.8	22.8	27.4
1,739	2,810	3,095	90.8	119.1	98.5
各年商業統計調査結果					

しいことではあるが、既存大型店がなお従来同様の伸び率を維持できると仮定すれば、一般小売業店は、年平均5%程度の伸びに甘んじなければならなくなる。このことは大型店進出前の伸び率を勘案すればその進出後の一般小売店は、総体としては、売上げが停滞することを意味する。

従つて水戸市の小売業が、大型店の進出を迎えてなおかつ全体的に従来同様の売上げ増を示すためには、購買力の伸びに期待するか商圈の拡大をはかつて、購買力の吸収増に努めるほかない。

表4は、東北地域に石岡市、鉾田町、旭村を加えたものを一応水戸商圈と設定し、その地域内の販売性向（購買需要額に対する小売販売額の比率）をみたものであるが、これによると水戸市の小売業は、43年で販売性向187.4%と市内購買需要額のほぼ2倍に近い購買力吸収を行なつてゐることを示している。市内はもちろんであるが、水戸市からおよそ30K圏の那珂湊市、常陸太田市、勝田市、笠間市、東茨城郡、西茨城郡、那珂郡、鉾田町、旭村（以下水戸近隣地域とよぶ）などからの購買力吸収度合の強いことがわかる。

(表5) 水戸商圈内購買力指標

		農 業 粗 生 産 額	工 業 現 金 給 与 支 払 額	計
		億 円	億 円	億 円
水 戸 商 圏 内 計	39年	454	315	769
	41年	527	373	900
	43年	656	631	1,287
水 戸 市 及 水 戸 近 隣 地 域 内	39年	359	109	468
	41年	417	137	554
	43年	523	235	758
そ の 他 地 域 内	39年	95	206	301
	41年	110	236	346
	43年	133	396	529

農 業 粗 生 産 額：農林省統計調査事務所  
工業現金給与支払額：工業統計

では、この地域の購買力の伸びはどうか。表5は水戸商圈内の主要な購買力源として、農業粗生産額と工業現金給与支払額の推移をみたものであるが、工業現金給与支払額の急伸を主因に、両者合計で、年率20%近くの伸びを示している。従つて一方ではレジャー消費等非小売店向消費支出割合は増加傾向にあるものの、小売店向消費支出についても今後は少なくとも年15%以上の増加は期待できるのではないかとみられ

(表6) 水戸近隣地域内小売業動向

区 分	水戸近隣地域内総計			水 戸 市			他 の 市 町 村			
	百万円	構 成 比 (%)		百万円	構 成 比 (%)		百万円	構 成 比 (%)		
昭 和 39 年	人 口	637,925	100.0		154,983	24.3		482,942	75.6	
	総 額	45,933	100.0	100.0	21,889	47.7	100.0	24,044	52.3	100.0
	衣服身の回り	10,159	100.0	22.1	6,082	59.9	27.8	4,077	40.1	17.0
	飲 食 料 品	17,854	100.0	38.9	7,436	41.6	34.0	10,418	58.4	43.8
	自 転 車 ・ 荷 車	857	100.0	1.9	198	23.2	0.9	659	76.9	2.7
	家 具 什 器 そ の 他	5,863 11,200	100.0 100.0	12.8 24.3	2,828 5,345	48.1 47.7	12.9 24.4	3,035 5,855	51.8 52.3	12.6 24.4
昭 和 43 年	人 口	655,459	100.0		166,603	25.4		488,856	74.6	
	総 額	74,551	100.0	100.0	35,159	47.2	100.0	39,392	52.8	100.0
	衣服身の回り	11,775	100.0	23.9	11,135	62.6	31.7	6,640	37.4	16.8
	飲 食 料 品	28,791	100.0	38.7	11,548	40.1	32.6	17,243	59.9	43.8
	自 転 車 ・ 荷 車	1,002	100.0	1.3	231	23.1	0.7	771	76.9	2.0
	家 具 什 器 そ の 他	9,800 17,183	100.0 100.0	13.1 23.0	4,315 7,930	44.0 46.2	12.3 22.5	5,485 9,253	56.0 53.8	13.9 23.5

(註) 他の市町村：水戸市への購買力流出が目立つ那珂湊市、常陸太田市、勝田市、笠間市、東茨城郡、西茨城郡、那珂郡、鉾田町、旭村（表4参照）

資料：商業統計調査結果

る。

また、水戸市小売業販売額の前記水戸近隣地域内におけるシェアは、大型店進出による購買力吸収増から、一応従来の47%から50%程度にアップするものと予想してみよう。(表6参照)

表3の予想Bはこうした予想にもとづいて推計を行なったものであるが、この場合で、漸く一般小売店は年率10%程度の伸び率(39年~43年間年平均12.2%)が期待できることになる。

しかし水戸近隣地域にとつて、これらの購買力流出

増は、郡部小売店の少なくとも700~800店の売上げ分に相当するものだけに影響は大きい。

さらに、商圈拡大も期待されるところであるが、北部の日立地区は、このところローカルチェーンを主体とする大型店進出が目立ち、むしろ水戸への購買力流出阻止的な方向に進んでおり、南部の石岡地区等も、土浦の大型店進出等による商業機能充実、通勤範囲内である都内への購買力流出等で、これまた水戸への購買力流入がさらに難かしくなつてきている。表7は、県内地域別に小売業の販売額推移をみたものである

(表7) 県内地域別小売業動向

	小売業販売額(百万円)			増加率 (43年/39年)	県内シェア			人口増加率 (%)
	39年	41年	43年		39年	41年	43年	
県内計	132,697	166,852	217,364	63.8	100.0	100.0	100.0	1.4
県北 (水戸市)	66,747 (21,889)	81,254 (27,279)	106,762 (35,159)	60.0 (60.6)	50.3 (16.5)	48.8 (16.3)	49.1 (16.2)	1.4 (7.5)
県南	30,953	39,267	50,783	64.1	23.3	23.5	23.4	2.6
県西	26,362	34,914	45,387	72.2	19.9	20.9	20.9	0.6
鹿行	8,635	11,418	14,433	67.1	6.5	6.8	6.6	0.2

資料：商業統計調査結果

が、水戸市を含む県北地域の伸び率の相対的な低下、シェア後退が目立っており、競合商圈内での水戸市の吸引力が弱まっていることを示している。

西友ストア、丸井等はナショナルチェーンの出店であり、当然、商圈の拡大は期待できるとしても、しかしどちらかといえば、前記のような商圈動向もあり、既住近隣商圈内での購買力の奪い合いがより目立つ状態になる可能性が強いとみられる。

大型店進出が、水戸市小売業の商圈拡大、購買力吸収増等に作用するとの立場に立つ予想Bによつても、大型店のシェアは、水戸市内に於て、従来の20%から30%台に上昇することとなり、一般小売店のシェアはそれだけ低下する。それはさらに、各商店の対応力の強弱により影響のあらわれ方が異なつてこよう。

## 2. 業種的な影響

次に、大型店進出を契機とする水戸小売業の業種的な影響をみてみよう。

進出決定大型店のうち、丸井の43年度商品別販売比率は次の通りである。衣料品が主体となるが、徐々に耐久消費財や、レジャー商品のウエイトも高まりつつある。高額品を主体とし、しかもヤングマーケットに強味をみせるのは水戸店も同様であろう。

また西友ストア水戸店の業種構成は、このほど発表された計画では、衣料品中心のファッションセンターと、食料品、耐久消費財、雑貨等からなるホームセンターを核として、その補完的な業種、あるいは比較購買性業種の専門店の出店が予定され、さらに、飲食店などのサービス性、スポーツ用品等のレジャー性のテナントも加わり、購買力吸収に相乗的な効果を発揮するような市街地型ショッピングセンターとしての建設が計画されている。

表6にみるように、水戸市小売業は、その商圈内において、特に衣料品販売への特化が目立っており(水戸近隣地域内における衣料販売額の約63%を占める)、販売性向をみても(表8)2.46%と、衣料品購

(表8の1) 丸井の商品販売比率

婦 人 子 供 服	13.7%
洋 品 雑 貨	7.6
紳 士 服	22.0
呉 服・布 団	7.2
家 具・家 庭 用 品	19.5
電 器・楽 器	14.3
時 計・カ メ ラ・貴 金 属	8.0
靴 ・ 鞆	4.6
ス ポ ー ツ 用 品	2.8
そ の 他	0.3
計	100.0

(表8の2) 水戸近隣地域内における水戸市小売業の購買力吸収状況

		39年	43年
人 口		154,983人	166,603人
水戸近隣地域内購買人口	小 売 業 計	千円 72.0	千円 113.7
	織物、衣服、身のまわり品	15.9	27.1
	飲 食 料 品	28.0	43.9
	家 具、建 具、什 器	9.2	15.0
	そ の 他	18.9	27.7
購 買 需 要 額	小 売 業 計	百万円 11,159	百万円 18,943
	織物、衣服、身のまわり品	2,464	4,515
	飲 食 料 品	4,340	7,314
	家 具、建 具、什 器	1,426	2,499
	そ の 他	2,929	4,615
小 売 業 販 売 額	小 売 業 計	百万円 21,889	百万円 35,159
	織物、衣服、身のまわり品	6,082	11,135
	飲 食 料 品	7,436	11,548
	家 具、建 具、什 器	2,828	4,315
	そ の 他	5,543	8,161
販 売 性 向	小 売 業 計	% 196.2	% 185.6
	織物、衣服、身のまわり品	247.0	246.6
	飲 食 料 品	171.3	157.9
	家 具、建 具、什 器	198.3	172.7
	そ の 他	189.2	176.8

○購買需要額＝水戸近隣地域内人口1人当たり平均需要額×人口

○販売性向＝ $\frac{\text{小売販売額}}{\text{販売需要額}}$

買需要の吸収度は極めて高いことを示している。次に販売性向の高いのは家具什器類である。従来水戸市小売業が強味を發揮してきたこれらの業種は、進出大型店もまた強味をみせるものであろうし、一般小売店の対応は、一層むづかさをましてこよう。

某進出大型店の場合、例えば婦人靴下は、年間300万足、スカートは70万着、毛布は40万枚の売上げといった具合に、大量販売にうらづけられた大量仕入が可能であり、そうした商品についてはもちろん競争にならないが、今後のショッピングセンター計画は、それに加えての専門品の取扱いであり、一般小売店との競合分野はさらに広がってきている。

既存小売店の業種の対応は特に努力を要しようし、大型店進出をプラスのものにするかマイナスのものにするかの1つのポイントはここにあると思われる。

なお、こうした小売店の動向と関連して、その売上げの伸長に密接な関連をもつ地元卸売業者への影響も無視できないものがある。古い調査になるが、昭和40年商品流通調査では、水戸市の卸売業者は水戸市を含む県北地域内への販売ウエイトが65%にも達している。ということは、大型店の進出影響範囲内への卸販売が多いということである。進出大型店は地元卸商からの仕入は皆無であろうから、それだけ、地元卸商としてはマイナスの影響をうけるわけである。今後さらに大型店の進出はふえる見込であり、小売商同様、対応策の検討が急務であろう。

### 3. 商業立地面への影響

当然ながら大型店の進出は、商店街の立地条件に大きな変化を与えることになる。

水戸市の商業機能は、国道50号線に沿って駅前から大工町までのおよそ2kmに及び線状の商店街に集積されている。

表9は、43年9月実施の水戸市個別商店経営調査結果から算出した商店街別の1店平均年間販売額であるが、これから商店街別の小売販売額を計算すれば、駅前から大工町までの小売販売額は、全市のおよそ70～75%程度と推計される。伊勢甚、志満津、十字屋等の大型店を含む泉町、南町でその大半を占め、水戸市の

中心商店街となっている。

ところが、前記進出決定の大型店は、いずれも水戸駅前に出店する。駅前商店街の小売販売額は丸興を含

めても、現在は10%には満たないと推計される。駅前商店街は前記の線状商店街の中でも、もつとも発達のおくれていた商店街であった。

(表9-1) 水戸市商店街別一商店当たり年間平均小売販売額 (昭和42年実績) (単位 万円)

	総 合	駅 前 (駅前、宮町、 柵町)	南 町	泉 町	西 部 (大工町、雷神 前、向井町、 谷中、上水戸)	下 市	南 部 (南部商店会 吉田神社下 商店会)
衣 料 品	3,455	475	7,394	7,998	1,922	2,062	1,200
身 辺 雑 貨	2,980	2,707	8,944	1,699	914	977	—
文 化 品	2,743	732	8,218	3,950	1,639	1,312	560
食 料 費	3,088	1,851	2,795	13,077	3,379	3,228	1,227
菓 子	1,081	1,325	2,176	1,117	1,053	464	441
日 用 品	2,955	1,500	4,113	4,225	3,979	706	668
小 売 店 平 均	2,848	1,405	7,308	5,806	2,087	1,562	912
卸 売	12,157	8,533	31,000	14,900	20,311	15,176	—
飲 食 店	972	670	1,547	2,405	620	375	182
サ ー ビ ス 業	1,524	6,042	300	415	478	—	65
そ の 他	3,096	1,273	8,505	4,503	6,034	556	—
総 平 均	3,396	2,350	7,035	5,532	6,226	2,243	812
小 売 店 坪 当 平 均	119	112	153	151	112	73	70

(昭和43年9月実施 水戸市個別商店経営調査結果より)

では今後はどうなるのか、結論からいつて西友ストア、丸井、丸興を主軸として、駅前への商業集積は、今後急速に進んでくるものとみられ、その他の商店街に、より強力な大型店出店がなければ、駅前と、泉町の2つの核の主力争いという状態になろう。その場合、この2つの核からはずれた商店街は、よほどの対応策を打ち出さないかぎり、相対的に顧客吸引力は弱められてこよう。

従来は泉町付近を中心として、線状商店街を上下に顧客は回遊したため、核商店街途上の商店街も、繁盛を示したが、駅前を、泉町の2核対立の状態となれば、顧客の購買行動は、2核間での比較購買に時間を費すこととなり、その途上の商店街での購買頻度は低下することになろう。2核間の距離が近いのなら別であるが、1km以上にも及ぶとすれば尚更であろう。

さらに2核を比較した場合、顧客動員的な観点からみて、駅前の立地条件はすぐれている。小売業の立地最適地は人の集まる場所である。

国鉄の1日平均乗車人員は、定期25千人、定期外10千人、計35千人に及ぶ。バスによる流入も、主要バス会社の調べでは一般客だけで、市外から流入客は、1日平均40千人に及ぶ。これらの流入客を水戸駅経由か、泉町経由かに分けてみると、7割強が駅前経由で水戸市内に入っている。(それは、水戸商店圏内人口の分布をみても明らかである。)

従つて駅前での強力な大型店立地は当然に上市をはじめ市内他地区への購買力流入をストップさせる作用をすることが予想される。駅前の商業機能が充実してくれば、その傾向はさらに強まってくるものとみられる。

#### 4. 個別商店経営面への影響

前述のような変化にもとづく影響のほか、個別商店経営にとって大きな問題となるのは雇用問題であろう。

進出大型店の出店規模が明らかにならない現時点で

は予測しがたいが、前記予想の出店規模とすれば、西友ストア、丸井を合わせて、やはり400人前後の店員を必要としよう。それらの地元採用率如何によつては一般小売店ばかりでなく、他産業についても雇用面が影響をうけることになる。

さらに初在給は、来年度採用で高卒30千円を打ち出しており、県内企業との格差が目立っている。大型店進出を機に、雇用面では量、質ともに影響はまぬかれまい。

定着性の向上をはかつて、賃上げ巾を大きくすれば、収益面に影響しようし、今後はこうした面からも、綿密な経営管理が要請されてこよう

## II 地元商店の対応策と今後の方向

大型店進出を契機とする水戸市小売業への影響、変化について、売上げ面、業種的な面あるいは商業立地面、個別商店経営面から大雑把にとらえてみたが、その影響は決してマイナス面ばかりでなく、経営努力により、プ

ラス効果が期待されることは、前述の通りである。

地元商店の対応策として一般的にいわれているものを表1に掲載したが、しかしそれらが必ずしも有効な対応策ということではない。それぞれの商店街あるいは商店にとって影響、変化の度合は異なるわけであり、立地条件もちがう。それらの条件、変化方向をふまえた的確な対応策の発見検討が必要とされよう。

### 1. 立地条件変化への対応策

大型店進出による水戸市内小売業の売上げ面への影響は、中核商店街が複数化し、それにもとづく立地条件の変化によつてもたらされよう。すなはち駅前及び泉町などの大型店立地地区商店街は、対応策如何によつては販売増ないし、少なくとも従来程度の販売上伸が期待できる余地はあろうが、その他地区商店街は、顧客の回遊度合が低下し、販売は伸び悩むおそれがある。今後は、おそらく商店街ごとの顧客の引き合い競争となろう。顧客吸引のための商店街活動、魅力づく

(表9-2) 西友ストア—ショッピングセンターの業種構成

西友プロパー	テナント補完性	テナント比較購買性	テナントサービス性	テナントレジャー性
ファッションセンター ホームセンター	時計、化粧品、眼鏡くすり、陶漆器、婦人靴、洋菓子、紳士靴、呉服、子供靴 ボタン、洋裁文具	—	クリーニング スナック 生花 軽食堂 寿司スタンド	音楽教室 ゲームコーナー ハイキング用品
—	書籍、楽器レコード 貴金属、民芸品 婦人生地 絵画材料 カメラ	婦人洋品、服、ベビー 婦人アクセサリ、ネクタイ、紳士洋品服 ランファン、ハンドバッグ、紳士アクセサリ、高級靴、玩具 高級パン	中華スタンド パブレストラン 寿司、お好焼 バーラー 甘味 生そば	カーアクセサリ 大小鳥店 熱帯魚 釣具 ブレイランド
—	毛皮 宝石 スポーツ用品 輸入照明 高級インテリア	婦人帽子 婦人イージー 紳士イージー 照明	ビアホール、超高級レストラン、とんかつ、ゴーゴーバー、中華レストラン、朝鮮料理、和食堂、すき焼、割ぼう料理、天ぷら、しゃぶしゃぶ、うなぎ、プール、旅行案内所、銀行、美容室、医療部門	自動車販売 書画骨とう、ヨットボート、画ろう ゴルフ用品 鉄砲店 山岳用品 スキー用品



りが対応策として考えられねばなるまい。

購買者側からみれば、現状は、各商店街とも個性特色がないという。個別商店では、徐々に専門店的な個性を發揮したものが生れつつあるが、さらに商店街ぐるみで特色を出す工夫を加えなければ、大型店を中心とする強力な核商店街に対抗することは困難であろう。

なお現在の水戸中心商店街への顧客流入人口は、主として駅前と、大工町とからなるが、これは、今後は中間商店街である泉町、南町とつてむしろ不利な条件になる。辛うじて常陸太田からの流入人口が泉町付近にあるにすぎない。

バスばかりでなく、自家用車による購買客の流入も多くなろう。水戸商圏内に於ける自家用乗用車の普及台数は、この4年間に3.4倍に増加している。今後は駐車場などのほか、こうした交通経路面からの立地条件改善についての働きかけもあわせて考えてゆく必要がある。

## 2. 業種的な対応策

進出大型店の業種構成は、かなり予想が可能である。大型店との競合度合、自店の立地条件、対象購買層等を考慮して業種的な対応を検討する必要がある。これは、取扱商品ばかりでなく、自店の販売形態

についても再検討を加えるべきであろう。なお、西友ストアー水戸店は地元専門店を含めてテナント募集も行なう予定である。ショッピングセンターへの出店など積極的な対応も業種によつては可能であろう。

なお、むずかしいことではあろうが、前記の商店街ぐるみの対応策と関連して、今後は南店街全体としての業種構成についても検討する余地があろうし、そうした面での商店街としての個性發揮も充分考えられよう。

## 3. その他の対応策

営業活動面の対応策として、例えば営業時間帯の変更も1つの対応策として考えられよう。前述のように、顧客の今後の購買行動が進出大型店ないし既存大型店中心ということになれば、一般小売店としては、

	水戸市内就業者中 市 外 居 住 者	同 流 入 率
昭和30年	8,847	14.9
〃 35 〃	11,096	15.9
〃 40 〃	17,549	21.1
〃 45 〃	25,031	25.0
〃 50 〃	34,282	27.0
〃 55 〃	43,819	28.5

(表10) 都心通勤サラリーマンのショッピング行動

	合 計	勤 務 先 の 近 所	通 勤 経 路 上 に 在 る 場 所	自 宅 の 近 く (下 車 駅 近 く を 含 む)	そ れ 以 外 の 場 所	と くに ない	調 査 対 象
合 計	100.0	39.4	28.4	10.6	5.7	17.4	
背 広	100.0	47.5	9.5	8.3	34.1	0.8	男 性
ネ グ タ イ	100.0	65.1	13.1	8.4	10.8	2.7	〃
紳 士 服	100.0	54.1	16.5	12.2	16.7	0.7	〃
化 粧 品	100.0	33.1	7.2	46.8	9.8	3.2	〃
婦 人 服	100.0	52.3	22.5	10.9	14.1	0.6	女 性
ハ ン ド バ ッ ク	100.0	51.4	23.4	8.0	17.3	0.5	〃
婦 人 靴	100.0	51.4	25.7	10.3	12.9	0.3	〃
化 粧 品	100.0	52.8	7.4	21.8	17.5	0.4	〃
食 料 品	100.0	22.5	33.7	39.2	2.4	3.0	男 女
帰 途 飲 食	100.0	54.6	23.4	5.2	6.4	14.7	〃

東京商工会議所調 (昭44.2)

大型店の営業時間帯外での営業による購買力吸収も考慮の余地がある。その場合の購買層があるかということになるが、例えば、水戸市の場合、県内の行政、文教、流通の中心地として、流入する就学、就業者は多い。とくに就業者については、昭和40年で17,549人と流入率21%に及んでおり、今後更に流入率の高まりが予想されている。

現時点での市外居住就業者がおよそ20千人とすれば、かりに1人当り年収50万円としても、総額100億円に達するわけであり、購買力吸収増をはかる対象と

しては、見逃がせないものがある。

これらの就業者の購買行動については調査結果もなく不明であるが、参考までに都心通勤サラリーマンについての購買行動についての調査結果をみれば勤務地での購買者率は70%を示し極めて高率であることがわかる。水戸の場合もその退勤後に、ショッピングが楽しめるよう商店側の営業時間が考慮されれば、少なくとも県内のどの地区よりも水戸の商業機能は充実しているはずであり、従来以上の購買力吸収増が期待できるものとみられる。

(表11) 近 県 主 要 都 市 の 小 売 業

		水 戸 市	宇 都 宮 市	前 橋 市	高 崎 市	千 葉 市	
人 口 (千人)		164	278	223	180	390	
小 売	商 店 数 (店)	2,350	4,464	3,725	3,197	4,303	
	売 場 面 積 (千㎡)	104.4	179.5	181.6	162.3	234.1	
販 売	従 業 者 数 (人)	9,555	17,268	13,269	11,072	17,974	
	販 売 額 (百万円)	35,159	59,043	41,307	37,499	58,915	
販 指 標	1 商店当たり平均販売額 (百万円)	14.9	13.2	11.1	11.7	13.9	
	1 ㎡ 当たり " (千円)	336.6	328.9	227.4	231.0	256.0	
	従業員1人当たり " (千円)	3,679	3,419	3,113	3,387	3,333	
	1 店 当 たり 売 場 面 積 (㎡)	44.4	40.2	48.8	50.8	54.4	
	1 店 当 たり 従 業 員 (人)	4.1	3.9	3.6	3.5	4.2	
人口1人当たり販売額 (千円)		214.4	212.5	185.2	208.3	153.6	
標	大 型 店	39 年	18.6	18.6	7.7	3.3	15.7
	シ ェ ア ー (%)	43 年	19.8	17.2	7.2	13.0	25.8

商業統計調査結果より

まして進出大型店の営業時間は上記の通りで、現在の水戸市小売店の大部分の閉店時間よりおそくなる見込である。

(店名)	(営業時間)
丸井	10.00~19.30
丸興	10.00~19.00
西友	10.00~18.45

また、今後は一般に夜のショッピングにウエイトをおいた営業時間帯へと移行される傾向にあ

り、水戸市の場合も、単に大型店対策としてばかりでなく、そうした一般的な購買行動の変化に対応する意味でも、営業時間帯の再検討は必要であろう。

丸井、西友ストアの進出決定、引き続き大型店進

出の動きに刺戟され、水戸市小売業にも漸く積極的な対応気運が盛り上がってきた。

このほど発足した商工会議所推進の「青年経営者研究会」もその1つのあらわれであろうし、一部商店会の商店街改造ビジョンの発表も、1つの対応態度を示すものであろう。商店街の事業で雷神前商店街の防災街区建築も軌道にのるのであろうし、また、大型店では伊勢甚、志満津両百貨店の増築申請もすでに認可されている。

一方、南町では、重厚な専門店の新築開店が相つぎ、それぞれ、今後の小売業界の変化を見直しての対応努力を示している。

従来、県北の独占的な商圈を背景に水戸市小売業は順調に推移し、販売効率からみても表11のように、他市にぬきんでて良好であることを示している。

しかし今後、前記の2店にとどまらず、大型店の出店が相つぎ、商圈かく乱がおこつた場合はどうなるの

か、その実例として千葉市の場合をみてみよう。

千葉市は、地元資本の奈良屋、扇屋、田畑の3百貨店の商圈の中に、都心百貨店の「十合」が進出、丸井、丸興、緑屋、十字屋も加わつて商戦が激化したところである。

(表12) 大型店、一般小売店の販売動向比較 (水戸市、千葉市)

		水 戸 市			千 葉 市		
		39年	43年	43/39	39年	43年	43/39
大 型 店	商 店 数 (店)	8	5	(%)	5	7	(%)
	売 場 面 積 (㎡)	10,673	16,500	154.6	21,915	57,963	264.5
	従 業 員 数 (人)	1,109	963	86.8	1,535	2,262	147.4
	販 売 額 (百万円)	4,061	6,972	171.7	6,188	15,562	251.5
	1店当たり販売額 (百万円)	507	1,394	274.7	1,238	2,223	179.6
	1㎡当たり " (千円)	381	423	111.0	282	268	95.0
	従業者1人当たり " (千円)	3,662	7,024	191.8	4,031	6,880	170.7
一 般 小 売 店	商 店 数 (店)	2,191	2,345	107.0	3,478	4,296	123.5
	売 場 面 積 (㎡)	84,212	87,952	104.4	114,468	176,106	153.8
	従 業 員 数 (人)	7,799	8,592	110.2	12,680	15,712	123.9
	販 売 額 (百万円)	17,828	28,187	158.1	33,349	44,445	133.3
	1人当たり販売額 (百万円)	8.1	12.0	148.1	9.6	10.3	107.3
	1㎡当たり " (千円)	212	321	151.4	291	252	86.6
	従業者1人当たり " (千円)	2,286	3,281	143.5	2,630	2,829	107.6

(註) 大型店は商業統計調査結果における百貨店及びその他各種商品小売業分を計上した。商業統計調査結果より。

表12は、商業統計調査により、水戸市と千葉市の小売業の推移を、大型店、一般小売店に分けて比較してみたものである。

まず、千葉市の大型店の販売シェアは、39年の16%から、43年には26%に大巾上昇している。大型店は39年対比43年には2.5倍の販売増に対し、一般小売店は、33%の増加にとどまつた。年率7.4%の微増である(水戸市は年率12.2%増)。1店当り販売額、従業者1人当たり販売額でみれば、大型店はそれぞれ80%近くの著増を示したのに対して、一般小売店は、それぞれ7%の低率に甘んじなければならなかつた。物価上昇を考えれば、実質横ばいないし減少である。

しかし競争激化から、43年の1平方米当たり販売額は、大型店、一般小売店とも、いずれも39年のそれを下回っている。

一方では都内への購買力流出もあり、大型店攻勢も

ますます激化するところから、一般小売店のシェアは、さらに低下する見込である。

また最近の例では、西友ストアの浦和店開店についての浦和商工会議所の調査によれば、買物のための来街者中西友ストアでの買物者率は、前後3回の調査平均で65%の高率に達し、その他大型店(31%)一般小売店(4%)に大きく差をつけていることがわかる。

浦和の場合、西友ストアの出店が、来街者を多くし、地元商業にプラスになった面はあるというもの、やはり両市の例をみても大型店進出の影響は、予想以上に大きくきびしいとみなければなるまい。

水戸の場合、その進出開店までの残された時間は短かい。しかし各商店、商店街とも、充分対応策を練り、きたるべき大型店進出ショックに耐えうるよう備えをかためるべきであろう。