

食料品の消費習慣と店舗密度

並 河 永

キーワード：流通の経済分析，店舗密度，小売店舗

1. はじめに

日本の店舗密度（人口あたり小売店舗数）が主要先進国に比べて高かったことは、広く知られている。

一方、日本の消費者の鮮度志向・品質志向が高い、という理解は広く受け入れられているように思われる。特に生鮮食料品については、そのような消費者は近い店舗を頻繁に訪れることになるので、それに対応して店舗密度が高くなっているのではないか、という見方がある。

著者もこのような漠然とした印象を共有するものであるが、ただこの指摘を他の話し手が語るのを聞く限りでは、イメージされているのは最近の日本、あるいは最大限溯っても、その話し手が直接体験した範囲の日本であるように思われる。この「日本的な」消費者の志向は、仮に正しいとして、どこまで溯れるのであろうか。

そしてその志向は、店舗密度の高さをどの程度まで量的に説明できるのであろうか。

店舗密度の高さを説明する仮説には並河[2000]で論じたように様々なものがあるが、この研究ではいわゆる「鮮度志向」を中心とする日本の伝統的な消費習慣が店舗密度に与えた影響を中心に、第二次大戦以前の日本における店舗密度や家計のデータを交えて、定量的な検討を行う。

2. 家計消費の中の生鮮食料品

労働者の生活に関する各種の社会問題に取り組むための資料として、労働者の家計に関する調査が行われ始めた経緯については、中鉢[1971]および総理府統計局編[1977]に詳しい。いくつかの先駆的な研究が発表され始めると、国勢院第一部（のちの内閣統計局）は1921年から全国規模の家計調査を行うべく予算を要求し始めた。ようやく1925（大正15）年から1926（昭和2）年にかけて行われた家計調査は、今日の家計調査の原型を成すものである。この調査は社会政策の基礎資料とすることを強く意識したものか、農業従事者を除く調査対象地域が主要都市・主要鉱山周辺であり、「給料生活者」と「労働者」に分かれた調査対象の比率も恣意的に定められ、今日のようなサンプリング方法ではない。また、サンプルのじつに20%以上が調査拒否や記入不備で放棄されている¹⁾。

今日の家計調査とは一部の категорияが異なり、果物は菓子と同 category になっていて分離できないなどの問題があるが、この数字と、全都道府県県庁所在地のデータが初めて公表されるようになった1963（昭和38）年の家計調査を比較してみよう。

表1に示すように、生鮮食品が消費財バスケットに占める比率は、戦前においても大きくなかった。その一方で、主食としての米が家計支出に占

表1 消費支出に占める各費目の比率(%)

| | 東京都 給料生活者 (1925) | 筑豊炭田 労働者 (1925) | 東京都区部 全世帯 (1963) |
|-----------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| 食料費 | 31.6 | 48.6 | 39.6 |
| 米麦費 | 10.0 | 24.9 | 7.1 |
| 肉・鮮魚・野菜合計 | 5.9 | 9.1 | 10.3 |
| 被服費 | 13.2 | 14.5 | 13.4 |

注：肉・鮮魚・野菜合計は、生鮮魚介類以外の魚介類を含み、果物を含まない。
比較の便のため1925年資料の制約に合わせた。
1963年の米麦費は「穀類」でありパンを含む。「全世帯」は勤労者と自営業者

める比重は、戦前ははるかに高かった。東京都の戦後の平均的家庭よりエンゲル係数が低い大正15年東京市の給料生活者も、米麦費が家計に占める比率では戦後の家庭を上回っていたのである⁽²⁾。エンゲル係数が高い筑豊炭田の労働者でも、食料費の過半が米麦費で占められ、それに比べれば副食費である生鮮食料品への支出は少なかった。

従って、「日本人の鮮度指向」が戦前から（ある程度は今日まで）存在することを認めたととしても、それが日本の飲食料品小売店舗全体、あるいは小売店舗全体と言ったレベルでの店舗密度を大きく引き上げたかという点、量的な観点から疑問が残る。

しかし店舗密度は数を見て規模を見ない指標である。生鮮食料品を扱う店舗が著しく小規模・多数であれば、例えその売上総額が小さくても、店舗密度の業種間平均を大きく引き上げる可能性がないとはいえない。これを次節で検討しよう。

3. 店舗数の内訳とその時系列比較

昭和14年臨時国勢調査は、戦時経済への移行に伴い配給制度の基礎資料とするために行われた調査で、国勢調査という名称はついているが、調査項目は現在の商業統計に近い。この調査によって業種別の店舗数を知ることができるので、昭和15年国勢調査の人口データと組み合わせて、戦前の店舗密度を知ることができる。

ただし、卸と小売の区分が、現在の商業統計と大きく異なっている。現在の商業統計は、各商店

に卸・小売の（業種分類別）販売額を調査表に記入させ、小売部門の売上が卸部門のそれより大きければ、その商店を小売店に分類する方法を取っている。ところが昭和14年臨時国勢調査は、卸と小売の両方で売上のある商店を「卸小売」として別立てに括っており、数字を接続することができない。従って、卸小売を含めた小売店舗数と含めない小売店舗数を適宜使い分けて、分析の目的を達する必要がある。まず、飲食料品小売店舗数と、その内訳について、表2に示す。なお1940年における日本（現在の国土）の人口は約7311万人であり、店舗数以上に店舗密度は現代より相対的に高い。

先に見たように、戦前において、食料品への支出に占める生鮮食品（青果・鮮魚・食肉）の比率は20%程度であったと思われる。表2によると、小売店舗数で見た生鮮食品小売店のシェアは30%程度であるから、生鮮食品小売店は売上の割に多数、言い換えれば零細多数であったと言っても良い。1939年の数字には、飲食料品小売店舗全体で96080軒の露天商・行商を含むことも付記すべきであろう。

図1に、平均売上規模の業種間比較を示す⁽³⁾。やはり、生鮮食料品（肉・魚・青果）小売店は相対的に小規模である。（縦軸は年間売上高、単位は円）

ただ飲食料品小売店舗数全体からすれば、生鮮食品小売店は30%に過ぎない⁽⁴⁾。ある程度の影響はあるが、他の要因で説明しなければならぬ部分も大きいというべきであろう。

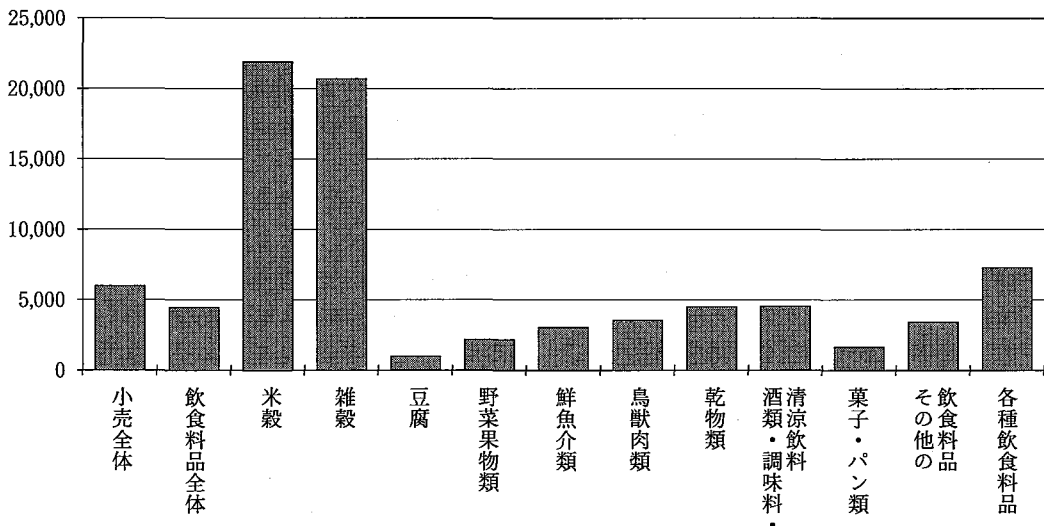
食料品の消費習慣と店舗密度

表2 飲食料品小売商店数とその変化

| | 昭和14(1939)年 「卸小売」を含む | 昭和14(1939)年 「卸小売」を含まない | 昭和57(1982)年 |
|-------------|-------------------------|---------------------------|-------------|
| 飲食料品小売商店数 | 1059798 | 962419 | 725585 |
| 米穀・雑穀小売店 | 104021 | 81418 | 42467 |
| 青果・鮮魚・食肉小売店 | 310792 | 288811 | 153289 |
| 菓子・パン小売店 | 251618 | 237897 | 175941 |

資料：昭和14年臨時国勢調査，昭和57年商業統計表

図1 平均売上規模の業種間比較（卸小売含まない，年商は円単位）



むしろ量的にそれに匹敵するか，以後の急減の影響も含めればそれを上回るほど日本の店舗密度に大きな影響を与えたと言えるのが，菓子・パン小売業である。生鮮三品の小売店合計に匹敵するほど多数であり，図1に示すように平均売上規模も小さい。そして並河 [2000] で述べたように，1960年代以降この業種は大きく店舗数を減らして行く。

1916年から1918年にかけて東京都の月島地区で行われ，1919年に結果が刊行された「月島調査」は，関谷 [1970] として復刊されたが，これによると調査者たちは労働者の町である月島地区に駄菓子屋が多いことに強い印象を受けている。この人口30788人の地区には，米屋から豆腐屋まで菓子屋以外の飲食物小売店が合計173軒あるの

に対し，駄菓子屋だけでじつに131軒を数えるのである（関谷 [1970]，67頁および159頁）⁵⁾。そして多くの回顧談に現れるように，1950年代まで駄菓子屋は子供の生活にとって大きな位置を占める場所であって，まさに生活習慣に密着した店種であった。このことにはもっと大きな関心が払われて良いように思われる。

さて，生鮮食料品小売店が店舗密度に与える影響は，その後どのように推移したであろうか。表には示していないが，昭和57年における各種食料品小売業の商店数は90604軒である。これらを（生鮮食品売場を持つ）食品スーパーとみなすなら，青果・鮮魚・食肉小売店との合計は243893軒となる。1939年の卸小売を含む青果・鮮魚・食肉小売店は310792軒であったのだから，21.5

%減少したことになる。実際には食品スーパーには青果・鮮魚・食肉それぞれの売り場があるのが普通であるし、飲食料点小売業とはみなされない総合スーパーにも生鮮食品売場のあるものが多いから、第2次大戦直前から1982年前後までを取れば、生鮮食品売場の数は減少していないどころか、むしろ増加したのではないと思われる。

これに対し、生鮮食料品が家計消費支出に占める比率は低下する傾向にある。家計調査のデータ(勤労者世帯)を用いると、魚介類・肉類・野菜・海草・果物への支出が消費支出に占める比率は、昭和35(1960)年には13.3%であったが、平成9年には9.0%まで低下している。これは外食や調理済食品が食生活に占める比重を高めたためであろう。単身者世帯は家計調査の対象とならないが、平成6(1994)年全国消費実態調査報告のデータ(勤労者世帯)で単身者世帯について同様の数字を求めると、4.0%とさらに低い数字になる。これは単身者が外食などに頼りがちであることを反映したものと思われる。

仮に今日の外食内容に関する完全な献立データがあったとしても、そこからその献立の鮮度志向を測ることは困難である。月島調査にはいくつかの家庭の詳細な献立表が記されているが、よく登場する煮しめ・煮物では今日のサラダなどと違って、多少古い材料も使えるし、焼き魚にしても干物ならば多少の保存は利く⁶⁾。刺身などはほとんど登場しないのである。月島調査の献立を見て直ちに鮮度志向の強さを感じ取ることはできない。

口に入るときにどのような状態であるにせよ、生鮮食品が鮮度を要求されるのは消費者の手に渡るまでであって、流通段階においてである。従って店舗密度への影響に関して言えば、日本人が実際に口にする料理の内容が変化したかどうかよりも、日本の消費者が小売店を通じて買う生鮮食料品の額が、消費に占める比率を落とすつつあることが重要であり、先に挙げた数字でこの低下は確認できる。

これに対して、先ほど述べたように、少なくとも昭和57年前後⁷⁾までは生鮮食料品の売場数はそれほど減少していないか、あるいは増加する傾

向にあったと考えられる。並河[2000]で見たようにその後急速な店舗の減少・店舗密度の低下が全国的に起こっている。これは外食・半製品・既製品へとシフトする日本人の食習慣の変化と関係するとも考えられるが、商業統計表・業態別統計編によれば、1991(平成3)年から1997(平成9)年にかけても食品スーパーは全都道府県において店舗増加が続いており、消費者にとって生鮮食料品の購入場所が減少してしまったかどうかは、なお簡単には論じられない。この時期には周知のように大規模小売店舗法が運用緩和から廃止に至るプロセスが進んでおり、こうした制度的要因でスーパーの出店ラッシュがあったとも言われるが、大規模店間の競争とその後の減少による影響は、統計上まだ明白ではない。

4. 地域差

商業統計において小売商店数が最大になった昭和57年前後には、飲食料品店舗密度にかなりの都道府県間格差があったことは、並河[2000]で確認した通りである。この時期まで飲食料品店舗密度は人口急増地域で低く、それ以外の地域で高水準にとどまる傾向があり、それを過ぎると全国的な低下が始まった。生鮮食料品を多く消費することが「日本的な消費生活」のひとつの側面であり、そうした消費生活が地方において色濃く残っていたとすれば、店舗密度の推移(変化しないことも含めて)のいくらかはそれによって説明できよう。しかし結論から言うと、5節で示す都道府県クロスセクションデータによる回帰分析によれば、この地域差は日本的な消費習慣以外の要因、特に地域間の所得格差でかなり説明することができる一方、食習慣に直接関係すると思われる変数にはあまり説明力がない。この節では、なぜ消費生活の地域差から店舗密度の差を説明できないかについて検討する。

1964(昭和39)年と1994(平成6)年の全国消費実態基本調査から、大都市と町村部の家計支出に占める魚介・食肉・青果の比率を求めたものが表3である。

食料品の消費習慣と店舗密度

表3 大都市圏と町村部の生鮮食品支出比率
(勤労者世帯)

| | 1964 (昭和 39) 年 | 1994 (平成 6) 年 |
|-----|----------------|---------------|
| 大都市 | 11.8% | 9.4% |
| 町村部 | 11.2% | 9.6% |

注：2人以上の一般世帯。大都市はそれぞれの調査年度で人口100万人以上の都市。

生鮮食品は魚介、肉、野菜・海藻、果物。

昭和39年の生鮮食品には乾物が含まれるが、平成6年の数字には含まれない。

資料：全国消費実態調査報告

勤労者世帯に自営業者等を加えた全世帯では、例えば1964年には大都市13.8%、町村11.7%と差が広がるが、表の縦横の数字で見た大小関係は変わらない。戦後の早い段階では、むしろ大都市部のほうが所得のより大きな割合を生鮮食品に費やしていたと思われる。

このことの解釈はふたつ考えられる。表には示していないが同調査によると、1964年には大都市と町村部の家計あたり消費支出の比率は100:65.7であり、大きな地域間格差があった。これが1994年には100:95.4と小さくなっている。所得格差がいわゆる消費財バスケットの構成に与える影響が薄れた結果、単身者の多さ・年齢構成の違いなど他の要因が地域差に大きく影響するようになったというのがひとつの解釈である。しかし表2で先に見たように、所得が高い都市住民の家計で生鮮食品への支出比率が高まるかということ、それは考えづらい。

もうひとつの解釈は、この種の調査で捉えきれない農産物など現物収入の影響が大きく出た、というものである⁶⁾。

ともあれ表3を見る限り、生鮮食品の「日本的な」消費パターンが第2次大戦前後の店舗密度の地域差に影響するとすれば、その影響は大きくないであろうし、あるとすればむしろ大都市部で店舗密度は高くなるであろう。

大都市部と地方の差の背後に隠れているかもしれない要因として、地域の年齢構成の差、特に高齢化の問題がある。次にこれを取り上げよう。

もし高齢者が伝統的な食習慣をより色濃く残しているとするれば、高齢者世帯は他の世帯よりも支

表4 65歳以上人口の比率

| | 1960 (昭和 35) 年 | 1980 (昭和 55) 年 |
|-------|----------------|----------------|
| 全国平均 | 5.7% | 9.1% |
| 北東北3県 | 4.5~5.3% | 8.8~10.5% |
| 四国4県 | 7.2~8.5% | 11.6~13.1% |
| 南九州3県 | 6.0~7.2% | 10.5~12.7% |

資料：国勢調査報告

北東北3県は青森・秋田・岩手、南九州3県は宮崎・熊本・鹿児島

出のより大きな割合を生鮮食品に当てるはずである。実際、1994(平成6)年全国消費実態調査報告のデータによると、魚介類・肉類・野菜・海藻・果物への支出が消費支出に占める比率は高齢者夫婦世帯⁹⁾では11.7%であり、世帯員2人以上の勤労者世帯が平均9.4%なのに比べると大きい。逆に、同データの単身者世帯では平均4.0%であることはすでに述べた。

ところが表4に示すように、高度成長期以前において、大都市のない県の年齢構成が高かったかということ、概ねそのような傾向はある¹⁰⁾のだが、一樣にそうともいえない。

一般的に言えば戦後の長期間にわたって、地方から大都市部への人口移動が続いたわけだが、その進行は地方によって様ではなく、北東北のように高度成長期直前まで全国平均より若い年齢構成を持っていた地方もある。高齢者との消費構成の差異はもともと大きなものではないだけに、それをうまくとらえる説明変数を用意することの困難さも増すのである。

店舗密度、エンゲル係数、高齢化の関係を調べるため、これらの数値についてそれぞれ様々な組み合わせで単相関を取り、結果を表5にまとめた。高齢化の尺度としては、表4と同様、各都道府県の65歳以上人口比率を取った。なおn=46のとき、標本相関係数の両側5%有意水準は、およそ0.29である。

1963(昭和38)年は各県庁所在地のデータが初めて家計調査で公表された年だが、この年のエンゲル係数だけがその直前年次だけでなく、1982(昭和57)年の飲食料点店舗密度ともある程度の

表5 店舗密度・エンゲル係数・高齢化の相関表

| | DENS S 35 | DENS S 57 | ENGEL S 38 | ENGEL S 47 | ENGEL S 57 | ENGEL H 9 |
|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|-----------|
| DENS S 57 | 0.62 | | | | | |
| ENGEL S 38 | 0.31 | 0.27 | | | | |
| ENGEL S 47 | 0.20 | 0.03 | 0.48 | | | |
| ENGEL S 57 | 0.10 | -0.02 | 0.44 | 0.63 | | |
| ENGEL H 9 | 0.02 | -0.21 | 0.47 | 0.52 | 0.73 | |
| AGE S 35 | 0.35 | 0.22 | 0.22 | -0.13 | -0.15 | -0.12 |

注：各変数名は次の規則によりつけられている。

DENS=飲食料品店舗密度（商業統計表、国勢調査・人口推計年報）

ENGEL=県庁所在地エンゲル係数（家計調査、全世帯）

AGE=65歳以上人口比率（国勢調査）

S 35~S 57, H 9 調査年次

時系列的な比較のため、沖縄県のデータは除いている。

相関を持っている。エンゲル係数どうしは年度が違ってても有意な相関関係を持っており、何らかの地域性に関する情報が含まれていると思われるが、店舗密度を単独で説明する力は小さい。

先に見たように、1960（昭和35）年時点でも地方の人口構成は都市部よりも高めであり、そのため人口構成が老齡寄りの県は平均的には、並河[2000]で確認したように店舗密度が高めになる。ところが65歳以上人口比率とエンゲル係数は、有意なほど大きくはないがマイナスの相関を持つ。これは直観に反する結果である。

周知のように、家計調査の「都道府県別データ」は県庁所在地に住む家計に限られる。地方の高齡化の影響は、比較的壮年の働き手が多い県庁所在地では明確にデータに現れづらいのかもしれない。また、高齡者世帯が他の都道府県より少し多いと言っても、全家計を平均したエンゲル係数にそれが影響を与えるには、まだ少なすぎるのかもしれない。年齢構成（の変化）とエンゲル係数の関係については、なお分析を要する。

ところで、「日本の食生活」が生鮮食品を近隣で頻繁に購入することを意味しているとしたら、人口あたり店舗密度だけでなく面積あたり店舗密度も高いはずである。そこで、飲食料品小売店舗数を各都道府県の面積（平方キロ）で割った数値を求めた。これを面積店舗密度（表6）と呼ぶことにする。

表には示していないが、最低は北海道の0.33

表6 面積店舗密度（飲食料品、1960年）
上位10県

| | |
|-----|-------|
| 東京 | 26.30 |
| 大阪 | 21.37 |
| 神奈川 | 9.63 |
| 愛知 | 5.94 |
| 福岡 | 5.52 |
| 埼玉 | 4.45 |
| 香川 | 3.82 |
| 京都 | 3.42 |
| 千葉 | 3.38 |
| 長崎 | 3.31 |

資料：商業統計表、国勢調査

である。沖縄を除く46都道府県のうち、2を越えているのは上位15都府県である。政令指定都市を持つ都府県は概ね上位にある（兵庫は11位）が、香川・長崎は政令指定都市を持たず、隣接県でもない。このほか静岡・佐賀・茨城・熊本が面積店舗密度2以上で上位15県に入っているが、これらの県に共通項を求めるのは困難である。

ただ1960年の時点で、すでに埼玉や千葉の面積店舗密度がかなり高いことは、人口急増地域の店舗密度が低いことのひとつの説明となるように思われる。人口が密集し、地理的に商圈が重なり合うところまで店舗が増えると、それ以上店舗密度は上がらずに店舗規模が大きくなり始める、という仮説が考えられる。これは店舗密度の水準そのものよりも、その変化に影響すると考えたほうが直観的にうなずける。この研究に続けて、都道

府県データを時系列的に接続したパネルデータ分析を行う予定だが、この仮説の当否も含め、面積店舗密度と店舗密度の関係についての詳しい分析はその際に行うことにしたい。

また、概ね大都市を擁する都道府県の面積店舗密度が高いと言うことは、面積店舗密度と店舗密度の間には逆相関があると言うことである。そこで計算したところ、1960年の店舗密度と面積店舗密度の相関係数は -0.32 である。鮮度志向を店舗密度の高さに関連付けることは、面積店舗密度に結び付けるべき直観（人口あたりの）店舗密度に結び付けると言う誤りを含んでいるのかもしれない。

5. 日米比較

食料品に限って店舗密度の変化を考える場合、どの先進国でもスーパーマーケットの影響が重要であることは論を待たない。アメリカにおいては、1930年代にすでにスーパーマーケットが登場し、急速に比重を高めていった⁽⁴⁾ので、スーパーマーケットのなかったころのアメリカ小売業界を記述する公的統計としては、かろうじて1929年に行われた最初の流通センサスがあるのみである。薄井[1998]によると、1929年から1939年にかけて、小売業「食料品グループ」の事業所数も、小売業全体の事業所数もむしろ増大している。この間のアメリカの人口増加もまた著しく、小売業全体の店舗密度は10.9から11.1に微増している。丸山[1992; 21頁]によると、アメリカの店舗密度は1987年には6.1まで低下して行くが、スーパーマーケットの登場と店舗密度低下にはタイムラグがあったことは、日本の経験と比較する上で興味深い。

なお1939年における日本の店舗密度は、1940年国勢調査の人口データを用いると、卸小売を含めなければ24.0、含めれば26.6であり、同時期のアメリカの2倍を超えている。また1997年商業統計に基づく日本の店舗密度は11.3であり、1930年代アメリカとほぼ同じである。

薄井[1998]は1929年、1935年、1939年の小

表7 小売店舗数に占める飲食料品小売業

| | 飲食料品 小売業の比率 | 生鮮食料品 小売業の比率 |
|------------|----------------|-----------------|
| アメリカ(1929) | 35.9% | 14.0% |
| アメリカ(1939) | 38.3% | 17.6% |
| 日本(1939) | 54.7% | 16.4% |

資料：昭和14年臨時国勢調査、薄井[1998; 表5]
日本の数字は「卸小売」を含まない。含めて計算した場合54.5%である。

売業業種別構成について細かい内訳を示しており、今回利用した1939年の臨時国勢調査データとの比較が可能である。これを表7に示す。

飲食料品小売店が小売店に占める比率は、日本のほうが明らかに高い。飲食料品小売店の多さが店舗密度の日米差に大きく影響しているのは確かである。それに比べ、生鮮食料品の影響ははっきりしない。

ただしここではアメリカについて、肉と加工食品の両方を扱うコンビネーションストアを生鮮食料品小売業に数えており、日本については野菜果物類・鮮魚介類・鳥獣肉類の各小売業に限って合計している（各種食料品小売業を含めていない）。こうした限定のもとではあるが、消費者にとっての生鮮食料品の販売拠点数を数えると言う観点からすると、この数字を見る限り日本の生鮮食品販売拠点の多さが店舗密度の高さを説明する、とは言いがたい。

表には示していないが、ここでも、日本における菓子・パン小売の多さを強調しておきたい。表2に掲げた1939年の日本における菓子・パン小売店の数は、卸小売を含まないもので全小売店の13.5%にも上る。同年のアメリカでキャンディー・堅果・菓子店の占める比率は3.3%に過ぎない。

6. 都道府県データによる回帰分析

この節では前節までに検討してきたデータを用いて、1960（昭和35）年における各都道府県の飲食料品店舗密度をいくつかの変数で回帰し、さらに1982（昭和57）年・1997（平成9）年の同様の回帰結果と比較する。以下、この節のすべて

の回帰式において、被説明変数は飲食料点小売店に限った店舗密度 (DENS) である。

並河[2000]で論じたように、1960年と1982年の飲食料品店舗密度を都道府県別に見ると、産業発展の著しかった人口急増地域で店舗密度が低くなる傾向が見られた。そこで説明変数としては、次の定義によるPCINCとPOPGを基本的に用いる。

| 変数名 | 意味 | 資料 | 単位 |
|-------|-----------|--------------------------|-----|
| PCINC | 1人当たり県民所得 | 県民経済計算年報 ⁽¹²⁾ | 円/人 |
| POPG | 前年比人口増加率 | 国勢調査・人口推計年報 | % |

ところが昭和35年については、このふたつの変数は高い相関(相関係数0.82)を示す。これでは多重共線性が生じ、各変数の有意性を適切に判断できない。そこで、単回帰でわずかに高い自由度修正済決定係数を示すPCINCを説明変数に用い、POPGは用いないことにした⁽¹³⁾。

これに加える説明変数としては、次の定義によるENGEL, PERI, AGEの3つを試みる。

| 変数名 | 意味 | 資料 | 単位 |
|-------|---------------------|-----------------------|----|
| ENGEL | 消費支出に占める食料品の比率 | 家計調査年報の各県庁所在地データ(全世帯) | % |
| PERI | 消費支出に占める鮮魚・精肉・青果の比率 | ENGELに同じ | % |
| AGE | 65歳以上人口比率 | 国勢調査・人口推計年報 | % |

回帰結果を表8に示す。なお表の中でEとあるのは桁数の大きい小数を表す表記法で、E-04は10の-4乗を掛けることを示す。1.5E-02は0.015である。

生鮮三品の消費に占める比率や高齢化の程度はほとんど説明力がないが、前節までに検討した内容とこの結果は矛盾しない。エンゲル係数は所得の影響をコントロールしてなお有意であるから、1960年の時点では、所得の割に食料品への支出が多い地方では飲食料品店舗密度が高いという意味での店舗密度の地域性が見られたと言える。

ところがエンゲル係数の説明力は、表9に見られるように、それ以後のデータでは小さくなって行く。

ENGELは1982年データでは5%有意にわずかに及ばない(P値は5.4%)が、ある程度の説明力を持っている。ところが1997年のデータになると、まったく有意性を失ってしまう。

並河[2000]で論じたように、1960年から1982年にかけての飲食料品店舗密度低下には地域でばらつきがあったが、1982年から1997年にかけての低下は全国的なものであった。1960年代にはまだ消費構造の差が店舗密度に影響を残していたものが、近年は見られなくなっていると考えられる。

表5で確認したように、各年のエンゲル係数は近年までそれ以前・それ以後のエンゲル係数と有意な正の相関があり、その意味である程度地域の特徴を保っていると思われる。とすれば、均質化したのは消費構造よりもむしろ店舗密度のほうで

表8 飲食料品店舗密度と家計消費構造(1)

| 定数項 | PCINC S 35 | ENGEL | PERI | AGE | 自由度修正済決定係数 |
|------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|------------|
| 式(1) | 4.40 -1.02 E-05 (-3.45516)*** | 10.82 (-2.35651)** | | | 0.257279 |
| 式(2) | 7.57 -1.17 E-05 (-3.67382)*** | | 12.05 (-1.60456) | | 0.208739 |
| 式(3) | 7.78 -8.31 E-06 (-2.42365)** | | | 1.14 E-04 (1.30) | 0.193008 |

括弧内はt値 ***:1%有意 ** :5%有意

表9 飲食料品店舗密度と家計消費構造(2)

| データ年次 | 定数項 | POPG | PCINC | ENGEL | 自由度修正済決定係数 |
|------------|------|------------------------|-----------------------------|------------------------|------------|
| 式(4) 1982年 | 6.99 | -1.23 (-6.20425)*** | -2.06 E-05 (-6.15372)*** | 0.0926 (-1.98053) | 0.691901 |
| 式(5) 1997年 | 7.37 | -1.65 (-5.26177)*** | -7.13 E-07 (-6.49715)*** | -0.0176 (-0.376989) | 0.657974 |

括弧内はt値 ***:1%有意 **:5%有意

ある、と言ってよいであろう。

7. むすび

この研究は並河 [2000] に始まる、飲食料品店舗密度に関する研究の一環であり、主に日本の家計消費構造の特徴が店舗密度に与える影響について検討した。生鮮食品を好むことの影響は量的には小さいが、食料品への支出比率の高さに裏打ちされた食料品小売店の零細性と多数性は、ある程度量的にも大きく、店舗密度の高さを説明する。ただし近年、その関係は見られなくなりつつある。日本における菓子・パン店の(かつての)多さについては従来ほとんど注目されていないように思われ、研究が待たれるところである。

今回行った回帰分析はいわゆるクロスセクション分析にとどまっており、時系列的にクロスセクションデータをプールした、いわゆるパネルデータによる分析は行っていない。例えばスーパーマーケットと食料品専門店が交代して行く過程など、店舗密度の変化に関する分析にはこうした時系列的な視点が不可欠である。この研究に続けてパネル分析を行い、並河 [2000] で取り上げ、この研究で扱わなかった諸仮説を掘り下げて行きたいと考えている。

補論 都市・農村の物価格差

匿名のレフェリーより、都市・農村の物価格差が結論に影響している可能性について示唆を受けた。確かに1992年『全国物価統計調査報告』(総務庁)によると、例えば全国平均を100とした野

菜・海藻の価格指数は、東北地方87.8に対し関東地方は104.0であり、大都市部では実支額は多くとも実際の消費量はそれに比例しないのは事実であろう。大川 [1953; 補論II] は、1950年の東京都における物価・家計データと農林省『農家経済報告』などから得られる農家の平均データを比較し、農家のひとりあたり消費金額は東京都の79.1%に過ぎないが、物価水準もまた東京都の81.6%(指数のウェイトは東京都家計データ)なので、同年における両者の量的な消費水準はほぼ同じである、と論じている。

しかし食料品の「量」に関する概念を明確化すると、品質の差に関する問題をも持ち出さざるを得ない。特にスーパーマーケットが登場してから顕著になったといわれるが、形のそろったもの、傷のないものは大都市に送られ、比較的高価で取引される傾向は、様々な生鮮食料品に見られる。生鮮食料品の価格データは多くの場合重量当たりのもので、同質性を認定する基準としては魚介類のサイズが大雑把に付記されている程度であるから、こうした細かな、しかし価格に大きな影響を与える側面は捨象されてしまう。ここでの興味は家計側の問題よりも小売店の密度にあるので、価格と数量を別々に考えるのではなく、それを掛け合わせた家計支出を用いることにした。ただ説明変数にはひとりあたり県民所得が含まれているため、食料品への家計支出をそのまま説明変数に加えると多重共線性を起こす疑いが強いので、この研究ではいわゆるエンゲル係数を説明変数とすることでこれを避けた。

次に、露店・行商の持つ意味について検討する。戦前において行商人、特に農家など生産者の直接

販売のウェイトが高く、これらの販売ルートが一般小売店に比べ低価格であったとしたら、戦前・戦後の物価水準にはそれによって差が生じるであろう。本文中、表2への解説の中で、卸小売を含まず962419軒の飲食料点小売店（1939年）には96080軒の露天・行商が含まれると書いたが、この露店・行商はもっぱら商業に従事する業者だけを言うのであって、店舗の有無を問わず小売も行う生産者（生産小売商）は同様に234792軒が含まれる。この中には豆腐店・菓子店なども含まれるが、そのうち101602軒は野菜・果物類販売業であり、すべてが農家の庭先販売ないし行商と考えてよいであろう。

しかし、生産小売商と露店・行商は合計すると野菜・果物類販売業（卸小売を含まない）小売店の61%を占めるにも関わらず、売上シェアは14%にも満たない。従って家計の支出額に与える影響は、売上シェアに見合った小さなものであったと思われる。

また石原[1989]は、1918年以降に開設された公設小売市場の価格情報が比較の対象として広まり、生鮮食料品を含めた必需品の市中価格低下に著効あったこと、そこでは当初生産者の直接販売が志向されたが結局商人としての能力不足ゆえにうまくいかなかったことを指摘している。行商には価格比較の機会がないため、生産者直売ゆえ安価であったとは即断できないと思われる。

《注》

- (1) この家計調査は一回限りのものであったが、その後米穀統制法を施行するための基礎資料として、1931年からサンプル数2000、全国の9県庁所在地と八幡市を調査対象とする家計調査が毎年行われるようになった。1942年にはサンプルを8060家計に増やし、調査項目も充実させて新発足したが、1942年調査の結果はようやく1977年になって総理府統計局編[1977]として復刻され、1943年及び1944年の調査結果は公刊されないまま亡失した。1942年の家計支出は戦時下でゆがめられており、戦前日本の典型的な消費生活とは言えないので、この研究では用いないことにした。
- (2) ここでは東京都・給料生活者（1925）との比較の便のため東京都区部の数値を挙げた。1963年

- については、東京都区部サンプルの平均消費支出は全国平均をはるかに上回っていることを付記しておく。ここでの興味の対象である「肉・鮮魚・野菜」の消費支出に占める比率について言えば、全国平均について同様に計算すると9.8%である。また、戦前のエンゲル係数の調査結果は小規模な調査それぞれに大きく異なっているが、都市労働者については第一次大戦を契機として一定の改善（低下）が見られたとされる。中鉢[1971]参照。
- (3) 米穀・雑穀小売業には売上規模の大きな卸小売が相当数存在して、卸小売を含めるとこのふたつのカテゴリの平均規模はかなり大きくなり、比較上の印象は変わってくる。
 - (4) 1939年における小売商店数（飲食料点小売業以外を含む総数）は、「卸小売」を含まず1758174軒、含んで1945080軒である。
 - (5) この人口は東京市統計年表によるもので、警視庁統計年表の数字よりも大きく、やや過大ではないかとも同書は記している。
 - (6) 月島調査では野菜に関する記述が少なく、もっぱら蛋白質やカロリーが栄養学的に足りているかどうかに関心を寄せている。1916年に森本厚吉が社会政策学会で行った報告「日米『最小生活費』論」が中鉢[1971]に収められているが、これを読むと当時ビタミンやカルシウムといった知識が生化学者にとっても最新の研究課題であって、まだ常識として定着するに至っていなかったことがわかる。
 - (7) 並河[2000]で述べたように、昭和57年と言う年は商業統計上日本の小売商店数がピークを迎えた年であり、この研究でもひとつの画期としてとらえている。
 - (8) 郡部や地方都市では、家計の数字に表れない農産物などの自家消費の比重が高いことは十分に考えられる。家計調査や消費実態基本調査では、こうした現物収入・現物支出を調査票に記載することを求め、それを粗い区分で集計したものを集計結果に収載しているが、評価額は被調査者によるものであり、それほど信を置けるとは思えない。この点を補正することは、生鮮食料品消費に関連する研究に共通した課題として残されている。
 - (9) 夫65歳以上、妻60歳以上の夫婦のみから成る世帯。
 - (10) 1960（昭和35）年国勢調査における65歳以上人口比率を市部と郡部に分けて算出すると、全国平均5.7%に対し郡部の平均は6.9%である。全体としては郡部（町村部）の年齢構成は高くなる傾向があったと言ってよいであろう。

食料品の消費習慣と店舗密度

- (11) 1920年代・1930年代のアメリカ小売業に関する俯瞰については、パラマウンテン [1993] および薄井 [1998] 参照。
- (12) 県民経済計算については当初各都道府県に推計が任せられ、推計方法の細部にまちまちな点があった。のちに経済企画庁が昭和30年以降について遡及統計を発表しており、この研究では経済企画庁 [1968] によって昭和35年の数字を補った。
- (13) 後に見る1982年と1997年のデータでは、両者の相関は0.26と0.65である。1997年の相関係数は有意水準を越えているが、ふたつの変数のt値がいずれも高く、一方を落とすと自由度修正済決定係数が少なくとも0.06低下することから総合的に判断して、両方の変数を加えることにした。

参考文献

- 石原武政 [1989] 『公設小売市場の生成と展開』千倉書房
- 薄井和夫 [1998] 「両大戦間期アメリカの流通構造とチャンネル選択論の展開」, 埼玉大学経済学会『社会科学論集』第93号, 23-60頁
- 大川一司 [1953] 『生活水準の測定』岩波書店
- 経済企画庁経済研究所国民所得部編 [1968] 『県民所得統計 昭和30-40年』至誠堂
- 関谷耕一(解説) [1970] 『月島調査』文生館
- 総理府統計局編 [1977] 『家計調査結果の概要 昭和16年10月-17年9月』
- 中鉢正美(解説) [1971] 『家計調査と生活研究』文生館
- 内閣統計局編 [1995] 『昭和14年臨時国勢調査結果表』東洋書林・原書房
- 並河 永 [2000] 「日本の飲食料点小売業の零細性とその地域間格差」, 埼玉大学経済学会『社会科学論集』, 第99・100合併号, 113-130頁
- J. C. パラマウンテン [1993], 『流通のポリティクス』白桃書房
- 丸山雅祥 [1992] 『日本市場の競争構造』創文社

《Summary》

Traditional Food Consumption and the Density of Food Stores

NAMIKAWA Hisashi

In this article we examine how traditions in Japanese food consumption can (or cannot) explain the high density of food stores (the number of food shops per capita in a region) in Japan referring to various statistical sources from 1925 to 1997.

Contrary to a stereotyped view on Japanese household consumption, it is difficult to attribute the high density of food stores to the large number of perishable food stores and high requirements to freshness. Even in 1930s the portion of perishable foods in the number of stores and in the household consumption was not very large. Shops in various categories, especially sweets shops and bakeries, are as important to realize the high density of food stores in pre-war and post-war Japan, which is unquestionable in itself. Density of retailers as a whole has long been also high, though recently declining sharply, and it has been related to high density of food stores.

Lastly we tried some cross-section OLS estimations, to explain the regional difference in density of food stores. On early post-war data, Engel's coefficients are related to the regional difference of density of food stores in Japan, but in 1990s we observe no more correlations, suggesting every region in Japan nowadays has similar retailing structure with large supermarkets as typical food suppliers.

Keywords: Distribution System, Retailing, Density of Food Stores