

博士論文

2000年代以降の外食産業再編期における
飲食店の立地動向に関する研究
—京阪神大都市圏を中心に—

(Restaurant Location Trends in the Period of Food
Service Industry Restructuring in Keihanshin
Metropolitan Area Since the 2000s)

2020年3月

立命館大学大学院文学研究科

行動文化情報学専攻博士課程後期課程

郭 凱鴻

立命館大学審査博士論文

2000年代以降の外食産業再編期における
飲食店の立地動向に関する研究
—京阪神大都市圏を中心に—

(Restaurant Location Trends in the Period of Food
Service Industry Restructuring in Keihanshin
Metropolitan Area Since the 2000s)

2020年3月

March 2020

立命館大学大学院文学研究科

行動文化情報学専攻博士課程後期課程

Doctoral Program : Major in Informatics of Behavior and Cultures
Graduate School of Letters
Ritsumeikan University

郭 凱鴻

KAKU Gaiko

研究指導教員：矢野 桂司 教授

Supervisor : Professor YANO Keiji

2019 年度（令和元年）

博 士 論 文

2000 年代以降の外食産業再編期における
飲食店の立地動向に関する研究
—京阪神大都市圏を中心に—

—本文編—

立命館大学大学院文学研究科

行動文化情報学専攻博士課程後期課程

郭 凱鴻

目次

第1章 序論	1
第1.1節 研究背景	1
第1.1.1項 外食産業の市場規模変化	1
第1.1.2項 2000年代以降の外食産業再編期	4
第1.2節 既往研究	6
第1.2.1項 既存の商業集積地における飲食店の立地特性	6
第1.2.2項 新たに形成された商業集積地における飲食店の立地特性	8
第1.2.3項 チェーン企業の出店	9
第1.2.4項 海外の研究からみる飲食店の立地特性	10
第1.3節 研究課題	11
第1.3.1項 大都市圏空間構造の差異	11
第1.3.2項 主要商業集積地の分類と設定	14
第1.3.3項 飲食店の分類	16
第1.4節 研究目的	17

第 2 章 対象地域の特徴と研究方法	20
第 2.1 節 京阪神大都市圏の位置づけと特徴	20
第 2.2 節 事例都市の特徴	22
第 2.2.1 項 中心市に位置する大阪市の特徴	22
第 2.2.2 項 内郊外に位置する吹田市の特徴	23
第 2.2.3 項 外郊外に位置する和歌山市の特徴	26
第 2.3 節 研究方法	28
第 2.3.1 項 小地域の 500m メッシュの統計データ	28
第 2.3.2 項 タウンページのデータ	29
第 2.3.3 項 主要商業集積地の範囲の設定	30
第 2.3.4 項 飲食店の経営形態と業種の分類	31
第 2.3.5 項 夜間人口・事業所数との関連	33
第 3 章 京阪神大都市圏における小地域レベルでの飲食店の立地特性変化	34
第 3.1 節 分析手法・変数	35
第 3.2 節 小地域統計データからみる店舗数と従業者規模の変化	37
第 3.3 節 店舗数と従業者規模に関する空間的な要因分析	39

第 3.3.1 項	店舗数に関する空間的な要因分析	39
第 3.3.2 項	従業者規模に関する空間的な要因分析	42
第 3.4 節	飲食店の立地特性変化の要因	43
第 3.5 節	小括	46
第 4 章	中心市の大阪市における飲食店の立地特性変化	49
第 4.1 節	対象地域	49
第 4.1.1 項	大阪市の都心部・周辺部と 3 中心地区	50
第 4.1.2 項	主要商業集積地の選定	51
第 4.2 節	大阪市における飲食店の立地特性の変化	52
第 4.2.1 項	大阪市における飲食店の変化の概要	52
第 4.2.2 項	大阪市 24 区における飲食店の変化	53
第 4.2.3 項	経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化	55
第 4.2.4 項	夜間人口と事業所との関連とその変化	57
第 4.3 節	飲食店の立地特性変化の要因	59
第 4.4 節	小括	63
第 5 章	内郊外の吹田市における飲食店の立地特性変化	66

第 5.1 節	対象地域	66
第 5.1.1 項	南の平野部と北の丘陵部	67
第 5.1.2 項	主要商業集積地の選定	67
第 5.2 節	吹田市における飲食店の立地特性の変化	69
第 5.2.1 項	吹田市における飲食店の変化の概要	69
第 5.2.2 項	経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化	70
第 5.2.3 項	夜間人口と事業所との関連とその変化	73
第 5.3 節	飲食店の立地特性変化の要因	74
第 5.4 節	小括	78
第 6 章	外郊外の和歌山市における飲食店の立地特性変化	80
第 6.1 節	対象地域	81
第 6.1.1 項	中心部と郊外部	81
第 6.1.2 項	主要商業集積地の選定	81
第 6.2 節	和歌山市における飲食店の立地特性の変化	83
第 6.2.1 項	和歌山市における飲食店の変化の概要	83
第 6.2.2 項	経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化	83

第 6.2.3 項 夜間人口と事業所との関連とその変化	85
第 6.3 節 飲食店の立地特性変化の要因	87
第 6.4 節 小括	89
第 7 章 京阪神大都市圏における 2000 年以降の飲食店の立地特性変化	91
第 7.1 節 再編期の京阪神大都市圏における飲食店の立地特性変化	91
第 7.2 節 大都市圏の空間構造からみる再編期の飲食店の立地特性変化	93
第 7.3 節 主要商業集積地の経営形態別・業種別の飲食店の立地特性変化の差異 ...	99
第 8 章 結論	106
注	112

第1章 序論

第1.1節 研究背景

本節では、まず日本における外食産業の発展とその背景を概観し、さらに外食産業における「飲食店」の定義を行う。次に、全国の飲食店の統計データを用いて、1960年代後半から2000年代以降の店舗数と従業者数の推移を把握する。そして、2000年代以降の外食産業の再編期とその特徴を説明する。

第1.1.1項 外食産業の市場規模変化

1969年の第2次資本自由化により、飲食業は、「100%自由化業種」（第2類）¹⁾に指定されたため、アメリカ合衆国などの外国資本が日本国内で事業活動することが制度的に可能となった²⁾。その結果、従来の飲食業は零細で生業的な性格が強かったが、1960年代後半から大規模な外食企業が出現したことによって、チェーン化が進み「外食産業」が形成されるようになった³⁾。

現在の外食産業は、多様な事業所⁴⁾を包含しているが、本研究では、その中でも特に外食産業の核心である飲食店を研究対象とする。『日本標準産業分類(2007年第12回改定)』によれば、飲食店の定義は、客の注文に応じ調理した飲食料品、その他の食料品、アルコールを含む飲料をその場所で飲食させる事業所および主にカラオケ、ダンス、ショー、接待サービスなどにより遊興飲食させる事業所、とされる。そして、飲食店は、チェーン店と単独店という経営形態の区別を有する⁵⁾。チェーン店は、統一された表示（商号や商標など）を使用し、同一のサービスを提供する多数の店舗であり、一般的に外食チェーン企

業の事業展開（直営またはフランチャイズ）により出店する⁶⁾。これに対して単独店は、他の場所に同一経営の店舗を持たない事業所を指し、かつ経営者は個人・家族の場合が多い⁷⁾。

続いて飲食店の市場規模（売上）は、多様な外食に対する需要の高まりを受けて拡大してきた。高度経済成長という好景気、人口の増加や実質所得の上昇を基本としながら、核家族、単身世帯の増加、女性の社会進出、消費者のライフスタイルの変化など、さまざまな要因で外食需要が旺盛となった⁸⁾。飲食店の市場規模は、1975年の5兆7,192億円から1997年でピークの20兆2,513億円にまで3倍以上拡大した⁹⁾。

しかし、1990年代以降は、社会・経済的な変化の影響により、飲食店の市場規模が減少に転じた。1991年の日本のバブル経済崩壊、そして、国際的な金融危機（1997年のアジア通貨危機、2000年前後のITバブル崩壊、2008年のリーマン・ショック）が数回発生した。これに加えて、1990年代後半以降では、外食市場の主な消費者層であると考えられる¹⁰⁾ 15～64歳の生産年齢人口が減り続けており¹¹⁾、さらに全国総人口が2010年から本格的に減少し始めた¹²⁾。このような長期的な日本経済の後退の結果、飲食店の市場規模は、前述の1997年をピーク（20兆2,513億円）として、2010年には17兆2,278億円へと約15%減少した¹³⁾。

また、飲食店の市場規模の減少は、前述した社会・経済的な変化によるものだけでなく、中食産業の市場拡大が与えた影響も大きいと考えられる。中食とは、一般的に自宅外で調理された食品を購入して自宅などで食べる食事のことを指す¹⁴⁾。たとえば、デリバリーや持ち帰り、市販の惣菜・弁当などである。中食産業は、外食産業と同様に、1970年前後の

チェーン化（たとえば、小僧寿司、ほっかほっか亭など）が進んだことによって、形成されるようになった。ただし、日本フードサービス学会¹⁵⁾は、中食産業はその事業所を特定することが難しいことから、厳密に市場規模を統計的にとらえることは困難だと指摘している。しかし、2014年『外食産業データ集』に掲載された「料理品小売業」を参考とすると、中食産業の市場規模の変化は、1990～2000年で2兆9,567億円から5兆6,593億円へとほぼ倍増し、2000～2010年で5兆6,593億円から6兆2,084億円へと約10%増加したことになる。特に2000年代に入ると、その市場規模が増加傾向を保持していることは、飲食店の約15%減少と比べて明らかに対照的である。

このように1990年代後半以降の飲食店の市場規模（売上）は、社会・経済的な変化と中食産業の拡大により減少傾向にある。茂木¹⁶⁾は、市場規模は横ばいか、前年割れをしているという判断基準で、1990年代後半以降を外食産業の衰退期と想定している。しかし、前述したように、飲食店を経営形態別で見ると、そのチェーン店の市場規模は、1990年の2兆4,503億円から、2000年の3兆2,459億円、2010年の3兆8,870億円へと着実に増加した¹⁷⁾。すなわち、飲食店全体の市場規模が減少しても、飲食店のチェーン店の市場規模は、逆に拡大傾向にあるのである。

以上のように、外食産業の中心である飲食店の市場規模の変化は、高度経済成長期による好景気と人口増加の背景で大幅に増加し、バブル崩壊以降の社会全体の経済状態の不景気と人口減少、中食産業の持続的な拡大の影響を受けて減少した。しかし、飲食店のチェーン店の市場規模が逆に拡大していた。このことから、1990年代後半以降の外食産業は全体的に衰退しているわけではなく、小規模経営な単独店が市場から大量に淘汰される中で、

チェーン店は増加し続けているといった現象が推測できる。

第 1.1.2 項 2000 年代以降の外食産業再編期

まず、全国における飲食店の時系列的な変化を、第 2 次資本自由化が認められた時期を踏まえ、1966 年以降を対象として、飲食店の店舗数と従業者規模（1 店舗当たり従業者数）の推移を示したのが第 1.1 図である。飲食店の店舗数でみると、1966～1981 年には、飲食店は 33.6 万軒から 79.5 万軒へと急増した。その後、1981 年から 2001 年にかけての店舗数は 80～85 万軒を維持していた。この期間を総合的にみると、店舗数には大きな変化がなかったと考えられる。しかし、2001 年以降、その店舗数は 2014 年までの時点で 62.0 万軒へと大幅に減少した。すなわち、飲食店の店舗数は全国的にみると増加、安定、減少という 3 つの過程を経験し、「台形型」の変化がみられたといえる。

一方、全国の飲食店の従業者規模（1 店舗当たり従業者数）は、1966～1981 年で 4.2 人から 3.9 人に縮小したが、その後 1981～2001 年では 3.9 人から 5.4 人に、2001～2014 年では 5.4 人から 6.8 人に、それぞれ拡大している。すなわち、飲食店の従業者規模は、1981 年以降「右肩上がり型」で本格的に拡大し始めた。以上のことから、2000 年代以降は、全国における飲食店の店舗数が大幅に減少する一方で、従業者規模は拡大するという、鮮やかなコントラストを描く状況が生じていたことが明らかとなった。

次に、2000 年代以降、従業者規模の拡大は、前項で推測したように飲食店のチェーン店の増加が背景にあるものと考えられる。一般的に、飲食店の単独店では、個人・家族や、少数の社員で運営することも多いが、チェーン店の場合は、客席の稼働率の重視や、料理時

間の短縮化、交代勤務による長時間的運営などで、アルバイトとパートタイマーのような非正規雇用労働者を多く採用している¹⁸⁾。それゆえ、チェーン店の従業者規模は、単独店のそれと比べて大きいことと推察できる。しかし、国の統計では、チェーン店と単独店という経営形態別のデータは存在しない。

そこで、ここでは、2001年『事業所・企業統計調査』と2014年『経済センサス—基礎調査』で表章された全国の「単独事業所」と「本・支店（所）」、「個人」と「会社」の分類項目を用いて、飲食店のチェーン店と単独店の内訳を把握したい¹⁹⁾。「単独事業所（個人）」は、その大半は飲食店の単独店に該当するが、2001年と2014年のその店舗数は61.4万軒から40.3万軒へと大幅に減少した。そして、その従業者規模はいずれの時点においても約3人で変化がみられなかった。一方、「本・支店（会社）」に分類される飲食店は、複数の事業所を有し、その多くがチェーン店²⁰⁾であると考えられる。その店舗数の変化をみると、2001年の10.9万軒から2014年の14.5万軒へと約33%の増加がみられるが、従業者規模は2時点ともに17人前後で安定していた。したがって、これらのことから、2000年代以降では、飲食店の単独店が大幅に減少する中で、従業者規模の大きなチェーン店が増加してきたことがわかる。

東京・京阪神・名古屋の3つの大都市圏における商業施設の立地を研究した生田²¹⁾は、従業者数が一定規模ある店舗の拡大は、この産業の再編の方向を示すと指摘している。そこで、本研究では、この基準に従い、2000年代以降の単独店が大幅に減少し、チェーン店が増加してきたという現象を、「外食産業再編期」と位置づけることにする。そして、この再編期において飲食店の立地特性が、どこで、どのように変化したのかを解明することは、

人文地理学の中の都市地理学、商業地理学、そして大都市圏の商業施設立地の研究において重要な研究課題となるといえる。

第 1.2 節 既往研究

飲食店を対象とした従来の地理学的研究によると、飲食店全体の立地特性は、中心商業地や駅周辺などの既存の商業集積地と、道路沿線やショッピングセンターなどの新たに形成された商業集積地で集中することが指摘されている。そして、日本の外食産業の発展においては、外食チェーン企業の店舗の空間的展開が注目されてきた。以下では、既存の商業集積地、新たに形成された商業集積地、外食チェーン企業の店舗展開という 3 つの視点から既往研究を概観する。

第 1.2.1 項 既存の商業集積地における飲食店の立地特性

まず、外食産業形成と同時期にみられた大都市圏研究として、富田²²⁾ は、名古屋大都市圏を対象地域に、1966 年と 1972 年の『事業所・企業統計調査』の市区町村別の事業所数、従業者数を用いて、小売業・サービス業の業種別、業種の階次別の立地動向を分析し、飲食店は中心市である名古屋市への集中度が高い業種の 1 つであることを指摘した。そして、生田²³⁾ は、1 km メッシュの統計データを用い、東京・京阪神・名古屋の 3 つの大都市圏における商業施設の立地を把握し、大都市圏の中心市では飲食店などが高密度に集まっている傾向が看取されることを明らかにした。

次に、飲食店を含む商業施設の立地に関する詳細な分析を行った事例研究から、大都市の主要駅周辺における既存の商店街・業務街の立地と、新規建築物の立体空間の拡大で、

飲食店が多く集中することが明らかにされてきた。京都市の町丁目別の『事業所・企業統計』や『経済センサス』などの小地域統計データを利用した矢野²⁴⁾は、京都市の主要駅周辺では、飲食店などが卓越して立地していることを明らかにしている。また、古賀²⁵⁾は、神戸市の中心業務地区を対象地域とし、三ノ宮・三宮駅周辺における旧居留地では、貿易会社や海事サービス業など多くのオフィスが立地したうえ、レトロな雰囲気とともに多くの観光客をひきつける場所となったために、瀟洒な飲食店や高級ブランドショップなどが集中していると指摘した。そして、安倉²⁶⁾は、堺市における南海堺東駅周辺では、市街地再開発事業に伴って複数のビルが建設されたことにより、飲食店の出店場所は、これらのビルの地下1階から中層階にかけて集中したという。同様に、牛垣²⁷⁾は、東京の飯田橋駅周辺における神楽坂地区では、多くの中高層建物（ビル）の地下および2階以上でも、飲食店として利用される場合が多いことから、飲食店街としての性格が強くなっていることを明らかにしている。

最後に、地方都市の中心商業地における飲食店の立地に関して、商業の空洞化の影響を受けて、たとえば、根田²⁸⁾は、1975年と1989年の釧路市中心商店街を比較し、小売店が廃業するにしたがって、飲食店街としての機能は純化したと指摘している。そして、難波田²⁹⁾は、相生市の中心商店街における店舗構成の変化に着目し、飲食店の割合が高まっていることを明らかにした。さらに、山下³⁰⁾は1970～2000年の鳥取市を対象地域として、購買行動の郊外への拡大が中心商店街の店舗構成の変容をもたらし、小売店中心から飲食店などの消費者サービス中心の店舗構成へと変化しつつあると述べている。

第 1.2.2 項 新たに形成された商業集積地における飲食店の立地特性

道路沿線の新たに形成された商業集積地における飲食店の立地特性を論じた研究では、たとえば、香川・山下³¹⁾は、京都市南部におけるロードサイド型店舗の立地進展を検討し、都市間連絡型の幹線道路沿いでは、通過交通からの集客を期待して多くの飲食店が立地すると述べている。そして、地方都市である倉敷市を研究対象とした荒木³²⁾は、市街地縁辺部の住宅地の周辺に位置する幹線道路と都市間を結ぶ通過型幹線道路では、定住人口と通過交通量の増加とともに、飲食店をはじめとするロードサイド型店舗が集中するようになったことを明らかにしている。飲食店が道路沿線に集中する要因の1つは、店舗用地を確保しやすいだけでなく、大規模な駐車場を容易に設置できることにある。しかし、近藤³³⁾は、岐阜市の市街地縁辺部における国道21号・22号・156号と岐阜県道31号では、飲食店を含むロードサイド型商業施設は減少しており、主要道路沿線という商業集積地は、近年衰退傾向にあると指摘した。

次に、ショッピングセンターは、1つの大規模な小売店ともいえるが、その内部・区域内に飲食店を含む商業施設が店舗・テナントの形で進出するために、原則として商業集積地の1つとみなすことができる³⁴⁾。ショッピングセンターの立地特性は、基本的に、郊外の農地と、工場や鉄道用地などの跡地、計画的に開発された大規模な住宅地の周辺に出店する傾向がある。これらの地域では、地価が都心部に比べて相対的に安くて、周辺道路がよく整備されているために、広域商圈型（主に広域から車での集客）の商業施設が建設されやすい³⁵⁾。このようなもともと既存の市街地や商業集積地でないところにおいて、ショッピングセンターなどの出店により、新たな商業集積地が形成されることは「立地創造」

と呼ばれる³⁶⁾。しかし、1990年代後半以降のショッピングセンターの立地に関しては、とりわけ大規模なショッピングセンターが、前述した出店場所のみならず、大都市の都心部などに進出している事例もみられるようになった。たとえば、2011年時点では、大阪府下最大³⁷⁾のショッピングセンターである“あべのキューズタウン”（延床面積6.9万㎡）が、天王寺・阿部野橋駅周辺に新規出店した。このことは、大規模小売店舗立地法（大店立地法）の施行と、主要駅周辺をはじめとする都市再開発による影響も考えられ、大規模なショッピングセンターの立地特性が多様化している³⁸⁾。

そして、ショッピングセンターの規模とその内部の飲食店の関連について、川端³⁹⁾は、ショッピングセンターの面積は、集客能力や店舗・テナント数との間に、強い関連性があり、集客能力の高いショッピングセンターにも、小売店舗や娯楽施設を利用する時に大きな外食需要が生じると指摘している。なお、ショッピングセンター内に進出した店舗の中で、飲食店、小売店、対個人サービス業店舗はいずれもチェーン店の割合が高いという⁴⁰⁾。

第1.2.3項 チェーン企業の出店

日本の外食産業の発展において、従業者規模が拡大する1981～2001年では、チェーン店の空間的な店舗展開が注目され、それを代表する業種としてファミリーレストランとファーストフード店に関する研究がみられた。内田⁴¹⁾は、首都圏の大手13社におけるファミリーレストランの上位3社までが東京都区部ではなく、都心20～40km圏の郊外に出店していることを指摘している。そして、石崎⁴²⁾とIshizaki⁴³⁾は、ファーストフード店（ハンバーガーチェーン店）の分布は、基本的に昼間人口を指標とする需要に対応しているものの、競争回避などにより各外食チェーン企業で異なる店舗展開をしていることを明らか

にした。

第 1.2.4 項 海外の研究からみる飲食店の立地特性

海外の研究においても、日本と同様な飲食店の立地特性が明らかにされている。まず飲食店は、都市における中心業務地区（CBD）と主要駅周辺への集中傾向がある。たとえば、Prayag *et al.*⁴⁴⁾ によると、ニュージーランドのハミルトン市における飲食店は、中心業務地区（CBD）で凝集するとの見解も示されている。アメリカ合衆国のクリーブランド市を対象とした Jung *et al.*⁴⁵⁾ の研究では、高級な飲食店の多くが都市の中心業務地区に集中する傾向がみられることを報告している。同様に、周ほか⁴⁶⁾ は、中国の北京市における中華老字号の飲食店（外食の老舗企業が展開する飲食店）は、都心部での複数の中心商店街で集中していると指摘した。そして、曾・陸⁴⁷⁾ は、中国の大都市である広州市における“スターバックス”というカフェチェーン店は、中心商業地とターミナル駅のような主要駅周辺で出店している傾向があると報告した。さらに、Tzeng *et al.*⁴⁸⁾ は、台北市を対象地域とし、地下鉄の乗換駅周辺が、飲食店にとって最も重要な出店場所であることを明らかにした。

次に、道路沿線とショッピングセンターのような新たに形成された商業集積地における飲食店の立地特性に関する研究では、カナダのオンタリオ州の 8 つの都市を対象とした Smith⁴⁹⁾ と、アメリカ合衆国のアトランタ市を対象とした Pillsbury⁵⁰⁾ は、いずれの都市においても、幹線道路沿線は広大な出店用地が確保しやすいことや交通利便性が高いことなどから、飲食店の立地に適していると結論づけている。他方、Andrew *et al.*⁵¹⁾ は、カナダの最西部の 5 つの州における 90 軒のショッピングセンター内部の店舗の構成につい

て検討し、そのうち 85 軒のショッピングセンターでは、ファーストフード店をはじめとする飲食店が、「フードコート (Food Court)」という飲食専門の場所で多く集中していると指摘した。

第 1.3 節 研究課題

前節でみてきた既往研究においては、次のような問題点があることを指摘できる。第 1 に、大都市圏内の都市の多くは、大都市圏の空間構造に応じて、その社会・経済的な性格を異にし、それらの変化の度合いも異なる。そのため、都市における飲食店の立地特性の変化は、その都市が大都市圏内のどこに位置するかによって大きな差異が生まれることが示唆される。第 2 に、既往研究では、主要商業集積地の範囲の設定が異なるために、都市間での飲食店の立地特性変化の差異を比較しにくい。第 3 に、飲食店は、経営形態別・業種別により、その立地特性が異なると考えられることから、飲食店の立地特性の変化を詳細な分類で把握する必要がある。

第 1.3.1 項 大都市圏空間構造の差異

オランダの都市経済学者の L. H. クラッセン⁵²⁾は、大都市圏の空間構造を中心市と郊外に大別し、それぞれの地域の人口や事業所の変化によって、都市化、郊外化、逆都市化といった大都市圏の発展段階のモデルを提唱している (第 1.1 表)。しかし、富田⁵³⁾ は、1990 年代後半以降、東京大都市圏をはじめとする日本の 3 大都市圏は、実際に逆都市化の代わりに、「人口の都心回帰」と称された再集中化の段階へ入っていることを指摘した。そこで、第 1.1 表の大都市圏と外食産業との発展段階の対応関係から、外食産業の再編期は、大都

市圏の再集中化の階段に対応していると考えられる。しかし、日本の大都市圏の再集中化の特徴は、中心市では人口が増加するが、郊外の都市では人口が増加したり減少したりして、都市によってその変化が異なると理解される。このことから、外食産業の再編現象は、1990年代後半以降の大都市圏内における各都市の社会・経済的な変化と大きく関連していると推測される。

大都市圏を扱った既往研究では、その空間構造を、中心市とそれ以外の郊外に大別するものが多いが、中心市以外の郊外の範囲が広範にわたるようになったために、特に1990年代後半以降は、郊外において、中心市に近い地域と中心市から遠い地域での人口、事業所などの分布変化に地域差がみられるようになった。そのため近年では、大都市圏の郊外を二分し、それぞれの事例研究によって、郊外の地域差を明らかにした研究成果がみられるようになった。たとえば、大都市圏における住宅地の変容を研究した熊野⁵⁴⁾は、大阪市都心から30kmを基準に、それより都心に近い郊外内圏と都心から遠い郊外外圏とに区分し、近鉄学園前駅周辺の住宅地と桜井市をそれぞれの対象地域とし、住宅の分布変化などによって、大都市圏の空間構造の変化とそれらの間に顕著な差異が認められたことを明らかにしている。したがって、大都市圏の郊外を、中心市に近い地域と遠い地域に二分するという方法は、有効なものと考えられる。

そこで、熊野は前述した中心市の都心からの距離帯に基づいて、大都市圏の郊外を二分している。しかし、本研究の対象地域である京阪神大都市圏は、東京大都市圏と比べ山間部が多いという地形的な特徴を有するため、この距離帯別の基準はあまり相応しくないと見える。他方、同様に大都市圏の郊外を二分することを提唱した生田や戸所⁵⁵⁾は、距離帯

での区分ではなく、中心市と隣接・遠隔に基づいて郊外を二分し、かつ地形の影響や大都市圏の拡大のプロセスなどを顧慮している（第 1.2 図・第 1.3 図）。たとえば、中心市と隣接した都市・地域の多くでは、高度経済成長期で中心市からあふれ出した工場と住宅によって中心市と連担した市街地が形成されたという特徴がある。したがって、本研究では、生田と戸所の大都市圏の空間構造を参考とすることにする。

中心市の多くは、城下町の歴史を持つ都心部と、工業化で拡大したインナーシティ的な性格を持つ周辺部によって構成されている⁵⁶⁾。また、大都市圏の郊外については、前述したように、中心市と隣接・遠隔に基づいて郊外を二分し、本研究では、それぞれを内郊外（インナーサバープ）と外郊外（アウターサバープ）と称する。内郊外は、中心市と隣接して人口密度が高く、工場や商業施設が多いが、その多くの都市・地域では、中心市からあふれ出した工場と住宅によって、住工混在のスプロール化した市街地が形成されてきた。そして、内郊外の都市の外側に続く外郊外は、住宅などの密度が低く、土地利用の混在の程度も低いことから、生活環境に優れている⁵⁷⁾。ただし、外郊外の範囲が広範にわたっているために、既存の地方核都市なども存在している⁵⁸⁾。したがって、大都市圏の空間構造は、中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外の 3 つにさらに細分化することができる。なお、市町村の合併などにより、1 つの市町村の範囲が広域化することで、中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外の範囲を行政界によって明確に定義することは難しい場合もありうる。

1990 年代後半以降の中心市の都心部では、主要駅周辺をはじめとする都市再開発に伴い、複合的な機能を持つ高層ビルや大規模な商業施設が進出している⁵⁹⁾。加えて、中心市の都

心部では、高層マンションなどの建設によって人口が多く増加する「人口の都心回帰」の現象がみられた。中心市の周辺部では、住工混在によるインナーシティ問題が顕著に現れ、人口の減少や商業の衰退などが深刻化している地域もみられる。そして、内郊外では、中心市へのアクセスの利便性が高いことから、主要駅を中心とした範囲における商業・業務施設、マンションの集積が期待される。さらに、中心市と遠く離れた外郊外の場合、高度経済成長期に開発された土地利用の混在程度が低い大規模なニュータウンでは、人口の高齢化や住宅の老朽化などの問題を抱えているが、住宅の建替え・改修により、良好な住環境の保全と育成を図る再生事業が進んでいる⁶⁰⁾。また、大都市圏の拡大により、外郊外に既存の地方核都市などが含まれる場合もみられ、そこでは、少子高齢化や産業衰退などで、市中心部での商業の空洞化に直面している一方、ロードサイド型の商業施設が郊外部で集中する傾向もある。

以上のことから、大都市圏内の都市の多くは、大都市圏の空間構造を形成する中心市、内郊外、外郊外のどこに位置するかによって、その社会・経済的な変化が大きく異なることが予想される。その結果、飲食店の立地特性の変化は、中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外に対応して、顕著な差異がみられる可能性が示唆される。したがって、外食産業再編期における飲食店の立地特性の変化を解明するためには、まずは大都市圏全体に着目したうえで、その空間構造に対応させて事例都市を選定し、それぞれの都市での飲食店の立地特性変化の状況をみていく必要がある。

第 1.3.2 項 主要商業集積地の分類と設定

飲食店は、他の商業施設と同様に、多数の人々が定常的に滞留・通過する場所であるほ

ど、多く立地する傾向にある。既往研究の成果により、鉄道駅の周辺では、鉄道の利用者や近隣の商業施設での消費者が多く、より大きな外食需要が見込まれることがわかる。そして、幹線道路に沿って、自動車利用者を対象としたロードサイド型の飲食店が多数立地する。さらに、集客力の高いショッピングセンターにおいても、小売店舗や娯楽施設を利用する際の大きな外食需要が生じる。しかし、既往研究には次のような問題点があることを指摘できる。

第1に、主要商業集積地である鉄道駅周辺、幹線道路沿線、ショッピングセンターの中で、ある1つの主要商業集積地を対象とした既往研究が多くみられたが、これらの3つの主要商業集積地すべて、あるいはそれらが重なり合った地域での飲食店の立地特性変化を同時に把握した研究成果はほとんどみられない。2000年代以降の外食産業再編の特徴は、零細な単独店が大幅に減少し、従業者規模の大きなチェーン店が増加したことにあるが、この間の飲食店の立地特性が、鉄道駅周辺、道路沿線、ショッピングセンター、それぞれにおいてそのようなものであったのかは明らかにされていない。したがって、大都市圏の飲食店の立地特性変化を明確にとられるためには、飲食店が最も集中したこれら3つの主要商業集積地に着目する必要があるといえる。

第2に、既往研究では、主要商業集積地の範囲設定が異なるために、得られた結果を単純に比較することは容易ではない。たとえば、矢野⁶¹⁾は、京都府の236の鉄道駅の周辺における事業所数を集計するために、各駅を中心点から半径600mの正円を駅周辺の範囲とした。そして、高阪・三瓶⁶²⁾は、駅を中心とした500mバッファ圏を駅周辺と設定し、東京都23区における各駅周辺の事業所数を求めた。この2つの事例より、駅周辺の範囲の設

定が異なるために、両都市の駅周辺での事業所数の変化の度合いを単純に比較することは難しい。したがって、都市間の飲食店の立地特性変化を比較する場合は、住所の地番レベルでの位置精度を持った飲食店のポイントデータを利用して、それらを新たに設定した500m バッファ圏などの空間単位で集計する必要がある。その膨大な GIS による作業によってはじめて、これら 3 つの主要商業集積地の統一した範囲での飲食店の集計が可能となる。

第 1.3.3 項 飲食店の分類

まず、第 1.1.1 項で既述したように飲食店は、チェーン店と単独店という経営形態の区別を有する。チェーン店は、統一された表示（商号や商標など）を使用し、同一のサービスを提供する多数の店舗であり、一般的に外食チェーン企業の事業展開（直営またはフランチャイズ）により出店する。これに対して単独店は、他の場所に同一経営の店舗を持たない事業所を指し、かつ経営者が個人・家族である場合が多い。これによって、単独店は、出店の資金、情報の活用力などにおいて、チェーン店と比べて劣位にある⁶³⁾。その結果、チェーン店は、立地環境や市場の変化を考慮し、出店において単独店との間で差別化を図っている⁶⁴⁾。たとえば、外食産業の初期では、モータリゼーション（自動車の大衆化現象）が進み、郊外の主要道路沿線でファーストフード店とファミリーレストランをはじめとするチェーン店が多く出店していた。

次に、飲食店では、チェーン店と単独店の経営形態別に加え、各国・エスニック専門料理店や喫茶店、居酒屋などのような業種の区別⁶⁵⁾を持つ。飲食店の業種分類は、基本的に、店舗が提供する料理や飲料の種類によって決められる⁶⁶⁾。たとえば、フランス料理店は、業種の名称のとおり、特定のフランス料理を提供する専門料理店の 1 つである。そして、

居酒屋は、主として酒類及び料理をその場所で飲食させる事業所をいう。これによって、飲食店の各業種は、ターゲットとなる消費者層に差異が存在し、これに対応する立地場所も異なると推察できる。したがって、飲食店は、経営形態別・業種別による立地が多様性に富むと考えられる。

最後に、既往研究では、飲食店を含む商業施設全体の分布変化と、特定の業種・企業のチェーン店の店舗展開に重点を置いた成果が多いが、飲食店に対する系統的な分類に基づいた考察はこれまでなされてこなかった。ここでの系統的な分類とは、前述したように、飲食店の経営形態別・業種別による分類である。飲食店の経営形態は、チェーン店と単独店に大別される。外食産業の再編現象が起こったのかを判断する重要な基準は、チェーン店の増加と単独店の大幅な減少という経営形態別の変化の有無である。特に店舗数が増加したチェーン店の立地特性の変化を解明することが、重要視される。さらに、業種別の飲食店は、主な消費者層をターゲットするために、それぞれの出店場所の選択に差異があると考えられる。したがって、本研究では、飲食店の系統的な分類（経営形態別・業種別）に従い、それぞれの立地特性変化を詳細に把握することにする。

第 1.4 節 研究目的

日本における 2000 年代以降の外食産業再編期は、全国的に零細な単独店の大幅な減少と従業員規模の大きなチェーン店が増加したことに特徴づけられる。しかし、大都市圏内の多くの都市でみられた 1990 年後半以降の社会・経済的な変化は、大都市圏の空間構造を構成する中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外ごとで大きく異なっている。その結果、

それぞれの都市での飲食店の立地特性変化に差異が生じていると想定される。他方、飲食店全体は、一般的に、主要商業集積地で集中するという立地特性を有するが、その経営形態別・業種別を細かくみると、それぞれの立地の傾向は異なると考えられる。したがって、外食産業再編期において、大都市圏の空間構造に対応させて、都市における飲食店にどのような立地特性変化が、どこで起こったのかを解明することは、重要な地理学的な研究課題であるといえる。

本研究の目的は、大都市圏全体の飲食店の立地特性変化をとらえたうえ、主に大都市圏の空間構造に対応する3つの事例都市における飲食店の立地特性変化と都市間での差異を、主要駅、主要道路沿線、ショッピングセンターの各主要商業集積地と、飲食店の経営形態別・業種別の分類に基づき、体系的に明らかにすることである。

そして、本研究の構成は、第1.4図で示したように、まず第2章では、研究対象とした京阪神大都市圏および圏内の大阪市、吹田市、和歌山市の地域的な特徴を検討する。研究方法に関しては、主に、使用するデータとそれらの区別、各主要商業集積地の範囲の設定、飲食店の経営形態別・業種別の分類方法について説明する。

次に、第3章では、再編現象が顕著な大都市圏の1つである京阪神大都市圏全体における飲食店の立地特性変化を概観する。具体的には、小地域の500mメッシュ（2分の1地域メッシュ）の空間単位で、唯一利用可能な飲食店の店舗数と従業者規模（1店舗当たり従業者数）の統計データを用いて回帰分析を行い、京阪神大都市圏の中心市と郊外におけるチェーン店と単独店の立地特性変化を推測する。そして、第4章から第6章までの3つの章では、第3章の京阪神大都市圏の研究で得られた成果を踏まえ、大都市圏の中心市、内

郊外、外郊外の空間構造に対応する3つの都市として、大阪市、吹田市、和歌山市をそれぞれ取りあげ、2000年と2014年（和歌山市は2010年）のNTT『タウンページ』を使用し、それぞれの都市における飲食店の立地特性の変化を明らかにする。

次いで、第7章では、第3章から第6章までの分析結果を踏まえ、この間の京阪神大都市圏の空間構造の変化の視点から、中心市、内郊外、外郊外に対応する各事例都市の経営形態別・業種別飲食店の立地特性変化を、夜間人口や事業所の空間的分布や主要商業集積地との関係から体系的に明らかにする。そして、最後の第8章では、本研究で得られた知見と今後の課題を提示する。

第2章 対象地域の特徴と研究方法

本章では、対象地域である京阪神大都市圏と、大都市圏内の中心市、内郊外、外郊外にそれぞれ対応する、大阪市、吹田市、和歌山市における人口・地域的な特徴と再編期での飲食店の変化を明らかにする。そして、研究方法と使用するデータについて、詳細に説明する。

第2.1節 京阪神大都市圏の位置づけと特徴

本研究は、2010年『国勢調査』において定義された近畿大都市圏に基づいて、京阪神大都市圏を対象地域に設定する（第2.1図）。京阪神大都市圏の人口動態に関して、1990年代後半以降、他の大都市圏と同様に京阪神大都市圏の大阪市、京都市、神戸市の3つの中心市⁶⁷⁾の都心部では、マンションなどの集合住宅の増加したことによる「人口の都心回帰」現象が生じている⁶⁸⁾。郊外では、多くの都市で人口の少子高齢化の現象が深刻化している。ただし、山神・藤井⁶⁹⁾は、一部の都市または地域の有する条件に応じて、人口には、モザイク状に分布する傾向がみられると指摘している。たとえば、琵琶湖南岸の草津市の周辺や京都府南部の学研都市の周辺、兵庫県三田市の周辺では、企業の研究機関や大学などが進出しており、就業の場としての郊外での都市開発も進展した⁷⁰⁾。

大阪市、京都市、神戸市の3つの中心市の周辺部および内郊外の多くの都市では、1970年代以降、産業活動の流出や生産規模縮小と、人口の著しい減少で、経済的衰退、物的衰微、社会的不利益などによるインナーシティ問題⁷¹⁾があらわれた。これに対し、東京大都

市圏では、企業の本社、国の政府機関などの中枢管理機能が一極集中したこともあって、人口・産業が多く流入するにより当該大都市圏におけるインナーシティ問題は顕在化しなかった⁷²⁾。1990年代後半以降、京阪神大都市圏は、東京大都市圏と同様に、中心市の都心部をはじめとする都市再開発による都市空間の再編が進んでいるが⁷³⁾、中心市の周辺部および内郊外の多くの都市でインナーシティ問題が顕在化している。その一方、外郊外の多くの都市では、郊外型の大規模なショッピングセンターの出店が多くみられたために、市中心部での商業の空洞化現象が深刻化している。

さらに、飲食店の店舗数に関して、本研究で対象とする京阪神大都市圏と東京大都市圏を比較してみると、後者でとくに多いことがわかる（第2.1表）。2012年時点では、東京大都市圏の店舗数は16.6万軒で、これは京阪神大都市圏の1.7倍に相当する。従業者規模に関しては、東京大都市圏は2001年時点ですでに6.6人を示し、2012年には全国平均を大幅に上回る8.5人に達する。京阪神大都市圏の従業者規模は、東京大都市圏よりも少ないが、従業者規模の増減率は31.4%と京阪神大都市圏で直近の変化が大きく、東京大都市圏を追い形で外食産業の再編が進行中であることが窺われる。

以上から、京阪神大都市圏では、再編現象が顕在化したことに加え、人口・地域的な特徴に対応する飲食店の立地特性の変化要因が多様で複雑であると推測できる。したがって、2000年代以降、外食産業の再編に直面する京阪神大都市圏とその圏内の事例都市を対象に飲食店の立地特性の変化を明らかにすることは、日本の大都市圏の飲食店の立地や今後の変化を理解する上で重要な知見が得られると期待される。

第 2.2 節 事例都市の特徴

本研究では、京阪神大都市圏の空間構造に対応する事例都市として、中心市、内郊外、外郊外に対応する、大阪市、吹田市、和歌山市を、第 4～6 章でそれぞれ取りあげる。3 つの事例都市の人口・地域的な特徴と再編期での飲食店の変化については、本節の各項で説明する。

第 2.2.1 項 中心市に位置する大阪市の特徴

大阪市は、高度経済成長期に臨海部の重工業化の進展により、人口・産業が急速に増加した。市域の地形がほぼ平野であるために、他の 2 つの中心市である神戸市と京都市と比べ、大阪市の臨海部以外の地域で市街地化は進行した。その結果、飲食店を含む商業施設は、人口・産業の増加に呼応して大阪市全体に立地していった。

1990 年代後半以降、大阪市の都心部では、他の大都市と同じように、「人口の都心回帰」の現象が生じ、人口増加が顕著であった。同時に、都心部における大阪・梅田、難波・なんば、天王寺・阿部野橋という 3 つの中心地区⁷⁴⁾（本研究におけるそれぞれの範囲は、北区の大阪・梅田駅周辺、中央区と浪速区の区界における難波・なんば駅周辺、天王寺区と阿倍野区の区界における天王寺・阿部野橋駅周辺を指す）をはじめとする都市再開発に従い、オフィスビルや大規模な商業施設、高層マンションなどの建設が活発化している。このことから、都心部では、都市・商業空間の再編によって外食需要の増加のみならず、飲食店の出店場所も拡大していると推測できる。大阪市の周辺部、主に住工の混在した地域では、インナーシティ問題が顕著に現れ、人口の減少や商業の衰退などが深刻化している。これは、飲食店の立地特性変化に大きな影響を与えることが示唆される。

さらに、京阪神大都市圏の大阪市、神戸市、京都市の3つの中心市における飲食店の変化を比べてみると、1969～1981年、1981～2001年、2001年以降の3時期に、3つの中心市は、いずれも全国と同様に、店舗数の「台形型」と従業者規模の「右肩上がり型」の変化を経験した（第2.2図）。しかし、大阪市における飲食店の店舗数は、他の2つの中心市と比べて、非常に多い。たとえば、2014年時点での大阪市、神戸市、京都市は、それぞれの店舗数が2.6万軒、1.1万軒、1.0万軒である。前述したように大阪市は、臨海部以外の地域で市街地化が進んだため、飲食店の分布がより広範であるといえる。

以上のように、京阪神大都市圏内の最大の中心市である大阪市では、外食産業の再編現象が顕著であり、加えて都心部と周辺部によって、飲食店の立地特性変化に大きな差異が存在する傾向にある。これによって、外食産業再編期の大阪市における飲食店の立地特性とその変化要因が多様であると推測できる。したがって、大阪市を事例とし、飲食店の立地特性の変化要因を解明することは、他の大都市における飲食店の立地や今後の変化を理解する上で重要な知見が得られると期待される。

第2.2.2項 内郊外に位置する吹田市の特徴

高度経済成長期の京阪神大都市圏の人口は、とりわけ大阪市を中心に高度に集中し、さらに大阪市と隣接した周辺市、つまり内郊外に拡大した。その結果、大阪市と周辺市の間で、広範の市街地連担地域が形成された。しかし、内郊外の都市であっても、臨海部と内陸部によって、人口の変化が異なる。高度経済成長期に臨海部の都市では、内陸部の都市と比べ、重工業の拡大により、人口などが相対的に早い時期から集中した⁷⁵⁾。さらに、内陸部の都市においても、一様な人口の変化を必ずしも経験するわけではない。たとえば、

市域がほぼ平野である東大阪市⁷⁶⁾・八尾市などは、大阪市の東部からあふれ出した工場と住宅によって、住工混在のスプロール化した市街地が形成された⁷⁷⁾。

これらに対し、大阪市の北部に隣接している吹田市は、地形的特徴により、南の平野部（大阪市と隣接）と北の丘陵部（大阪市と離れている）に大別できる。高度経済成長期の平野部では、主に飲食物工業、化学工業が進展した⁷⁸⁾。丘陵部は、1960年代の千里ニュータウンの開発と1970年の日本万国博覧会の開催を機に、鉄道や国道の延伸整備事業とともに計画的に開発された。ここは、土地利用の混在の程度が低いことから、生活環境に優れている。第1.3.1項の外郊外に関する定義によると、このように吹田市は、立地的には内郊外に含まれるが、北の丘陵部は、外郊外的な性格を有している。

さらに、1990年代後半以降、吹田市の南の平野部では、大阪市と隣接した立地条件の良さなどを背景に、商業・業務施設、マンションなどが主要駅周辺で集積している。一方、丘陵部の千里ニュータウンなどの大規模な住宅地では、人口の高齢化や住宅の老朽化などの問題を抱えているが、住宅の建替え・改修により、良好な住環境の保全と育成を図る再生事業が進んでいる⁷⁹⁾。そこで、吹田市の南北の地域的な特徴は、依然として維持されているといえよう。

以上のことから、内郊外での臨海部の都市または内陸部の平野に立地した都市における人口の集中や市街地の形成のプロセスは、中心市である大阪市でもみられる。たとえば、大阪市の東部と東大阪市の間で、連担した住工混在地域が形成した。その結果、この2つの都市における飲食店の立地特性変化を検討する際に、類似な結果が得られる可能性はあると考えられる。これに対し、吹田市は、人口・産業の集中で他の内郊外の都市と比べて

多少異なるプロセスを経たことと、内郊外と外郊外という二面性を持っていることで、飲食店の立地特性変化の結果に、大阪市との差異が大きいと考えられる。

続いて吹田市の位置づけをより明確にするため、1969年、1981年、2001年、2014年における人口1万人当たり店舗数⁸⁰⁾と従業者規模を、大阪市と隣接した周辺市間で比較する⁸¹⁾。第2.3図によると1969～1981年にかけての尼崎市は、臨海部の阪神工業帯の一環として、他の非臨海の都市と比べ人口・産業を多く集中させたと予想できることから、尼崎市には、人口1万人当たりの店舗数が最も多い。一方、この時期の吹田市は、人口1万人当たり店舗数が最小である。これは、千里ニュータウンなどの大規模な住宅地の建設による人口の増加が誘因となっていると思われる。ただし、この時期の吹田市における人口1万人当たり店舗数の増加率は、他の都市と同様に倍増した。これにより、吹田市は、飲食店の店舗数の増加が顕著な都市の1つであるといえる。1981年以降、各都市の人口1万人当たり店舗数は減少し始め、特に2000年代に入ると、大幅な下落が生じた。たとえば、2001年から2014年にかけては、吹田市で23%、尼崎市で30%、とそれぞれ大きく減少した。

飲食店の従業者規模の変化をみると、内郊外の各都市は、全国と同様に1981年から本格的に拡大し、2000年代に入ってもこの拡大傾向を継続している。しかし、その中で吹田市の従業者規模は、他の都市より明らかに大きい。具体的な2001年の吹田市における従業者規模は、豊中市の5.2人と比べて大きく、7.1人を示している。2014年の場合は、吹田市で8.6人、豊中市で6.7人である。

以上のように、大阪市を中心とした内郊外の都市では、いずれにおいても外食産業の再編現象がみられる。その中で吹田市は、京阪神大都市圏の内郊外の1つの都市として位置

づけられるが、同構造内の他の都市と比べて地域的な特徴が顕著である。したがって、吹田市を京阪神大都市圏内郊外の事例都市として取り上げる場合は、大阪市とその内郊外の多くの都市と異なる結果が得られると考えられる。

第 2.2.3 項 外郊外に位置する和歌山市の特徴

第 1.3.1 項で述べように外郊外の範囲には、吹田市の丘陵部に立地した土地利用の混在程度が低い大規模な住宅地のみならず、県庁所在都市のような既存の地方核都市なども存在している。京阪神大都市圏における和歌山市と奈良市が中心市と遠隔した、外郊外に位置している県庁所在都市である。和歌山市は、大阪市との実質的な地理的距離は大きいものの、大阪市に対する通勤流動は奈良市と比較してより明確である。たとえば、和歌山市から大阪市に向かう鉄道路線には、南海電鉄の南海本線と JR 西日本の阪和線の 2 本がある。これに対して和歌山市から神戸市と京都市までを結ぶ鉄道路線がない（基本的に大阪市を経由する）。その一方、奈良市における近畿日本鉄道と JR 西日本の 2 会社は、大阪市と京都市方面の鉄道路線に 2 本ずつがあり、計 4 本の鉄道路線はこの 2 つの中心市へアクセスできる。つまり、奈良市は、同時に大阪市と京都市という 2 つの中心市の外郊外に位置しているといえよう。したがって、外郊外の和歌山市と内郊外の吹田市は、大阪市を中心市とした京阪神大都市圏の空間構造に対応する適切な組合せの 1 つであると考えられる。

また、臨海部の和歌山市は、1942 年に住友金属工業和歌山製鉄所が操業を始めたことを契機に、高度経済成長期に重工業化が進展したために、全国有数の企業城下町となった⁸²⁾。その結果、和歌山市では、九州などの各地からの労働者が流入し、重工業と関連する企業が増加したために、経済・商業が急速に発展するようになった。しかし、1990 年代以降、

基幹産業の海外進出や、需要低迷、人口減少（特に若者の転出超過）・少子高齢化などにより、和歌山市の社会・経済的な状況には大きく変化が生じた。そして、2000年代の和歌山市では、ロードサイド型の商業施設が郊外部に多く立地する中で、中心商業地の衰退が顕著となった。2007年に中心商業地の衰退を抑止するために、京阪神大都市圏では、和歌山市のぶらくり丁商店街とその周辺が、初めて国から中心市街地活性化計画の認定を受けた。

さらに、和歌山市の位置づけをより明確にするため、2000年代における飲食店の店舗数と従業者数を、外郊外での他の県庁所在都市の奈良市と比較する。1969年から2014年にかけての和歌山市と奈良市は、いずれの従業者規模が全国と同様に「右肩上がり型」の変化を経験した。しかし、2都市における人口1万人当たり店舗数の変化については、和歌山市には、1969年で40.1軒、1981年で69.0軒、2001年で59.4軒、2014年で42.4軒と「台形型」の変化がある。特に2000年代以降、和歌山市の店舗数が大幅に減少した。その一方、奈良市は、1981年から2014年にかけて約40軒を維持しているため、その再編の現象があまり顕著でないといえる。

以上のように、外郊外の地方核都市である和歌山市は、大阪市を中心市とした京阪神大都市圏の空間構造の一環として位置づけられる。しかも、2000年代以降の和歌山市でも顕著な外食産業の再編現象がみられる。しかし、和歌山市は、市の中心部とその周辺の郊外部によって、商業環境の変化が異なる。このことは、大阪市と吹田市でみられない地域的な特徴であると考えられる。これによって、和歌山市における飲食店の立地特性変化に対する考察の結果には、大阪市や吹田市と、大きな差異が存在すると考えられる。したがって、和歌山市を京阪神大都市圏外郊外の事例都市とすることは、適切であると考えられる。

第 2.3 節 研究方法

本節では、京阪神大都市圏とその圏内の 3 つの事例都市における飲食店の立地特性変化を分析するために、第 3 章と第 4～6 章で使用する研究資料並びに分析方法について順に説明する。

第 2.3.1 項 小地域の 500m メッシュの統計データ

本研究の第 3 章では、京阪神大都市圏全体における飲食店の立地特性変化を概観するために、チェーン店と単独店の経営形態別のデータが公表されていないという制限を受け、2001 年『事業所・企業統計調査』と 2012 年『経済センサス—活動調査』との中分類の「飲食店」の事業所数と従業者数を使用することとする⁸³⁾。

また、同資料を用いて商業施設の立地を市町村よりも細かな空間単位で検討する際に、その集計単位区分として、調査区や町丁・字と、地域メッシュが利用されてきた。一般的に、調査区や町丁・字の領域は、都心部では面積が小さく、郊外や農村地域などでは面積が大きくなる傾向がある⁸⁴⁾。そのため、商業施設の位置精度は、対象地域内で大きくばらつく可能性がある。そして、調査年による町丁・字の境界変更も非常に多い。一方、メッシュの区画は、町丁・字と比べ、対象地域全体が同一であり、加えて、世界測地系に変更されてからは調査年による境界変更の影響も受けない点がメリットにあると考えられる。したがって、第 3 章では、京阪神大都市圏を対象に、2000～2012 年の飲食店の立地特性の変化を分析するため、500m メッシュ（2 分の 1 地域メッシュ）を採用する。

第 2.3.2 項 タウンページのデータ

本研究の第 4～6 章では、経営形態別・業種別の分類に従い、大阪市、吹田市、和歌山市における飲食店の立地特性の変化を詳細に把握するために、各都市版の NTT 『タウンページ』のデータを使用する。まず『経済センサス—基礎調査』と『タウンページ』の区別と、『タウンページ』のメリットを説明する。事例都市の 1 つの大阪市を例として飲食店の店舗数を『経済センサス—基礎調査』（2006 年以前は『事業所・企業統計調査』）と『タウンページ』で比較すると、前者では、2001 年で 37,907 軒、2014 年で 26,280 軒であり、後者では、2000 年で 39,386 軒、2014 年で 21,434 軒である。特に、2014 年時点の比較では、『タウンページ』の方が、『経済センサス—基礎調査』より約 19%少ない⁸⁵⁾。ここで『タウンページ』の方が過小評価される要因としては、商業施設としての店舗が固定電話を保有していない場合や、保有していても『タウンページ』に掲載していない場合もあるため、両者の対象としている飲食店は必ずしも一致しない。

ただし、東京都八王子市における事業所動向を把握するために、『タウンページ』を分析資料とした森・坂本⁸⁶⁾は、同市の『タウンページ』（2011 年）に掲載した事業所数（重複掲載等調整済）は、『経済センサス—基礎調査』（2009 年）の事業所数の 8 割以上を占めたことなどから、『タウンページ』と『経済センサス—基礎調査』の事業所は概ね一致することを指摘している。それゆえ、『タウンページ』は、事業所を対象とする分析において、有効な分析資料の 1 つであると認められる。

次に、『経済センサス—基礎調査』の都道府県単位では、産業細分類の従業者規模別の事業所数や単独・本所・支所別、経営組織別（個人や会社）などが表章されるが、市区町

村やそれよりも細かな空間単位ではそれらの情報を活用することができない。一方、『タウンページ』に掲載された個々の飲食店の情報は、基本的に業種、店舗名、住所である。ここでは、飲食店の地番を含む住所にアドレスマッチングを適用し、個々の飲食店の空間的位置を点データとして特定することができる。点データを用いることで、飲食店と主要商業集積地との空間的近接性をより精確に把握することができる。

第 2.3.3 項 主要商業集積地の範囲の設定

既往研究の成果により、飲食店全体の立地特性は、主要駅周辺と、主要道路沿線、ショッピングセンターという 3 つの主要商業集積地で多く集中することが明らかにされた。本研究の 3 つの事例都市における飲食店の立地特性変化と、都市間での差異を解明するために、本項では、既往研究の成果を踏まえ、GIS を用い各主要商業集積地の範囲を設定する。

主要駅周辺は、高阪・三瓶⁸⁷⁾と『2011 年大阪府都市計画区域マスタープラン』を参考にして、主要駅の中心点から半径 500m (500m バッファ) の範囲を特定する。なお、ターミナル駅や乗換駅のような複数の主要駅周辺の範囲が重なっている場合は、各鉄道駅の 500m バッファをマージすることとする。なお、3 つの事例都市における具体的な主要駅の選定は、第 4、5、6 章それぞれの第 1 節に譲る。

主要道路沿線については、国土数値情報の『1995 年道路第 1.1 版』⁸⁸⁾に掲載された大阪市、吹田市、和歌山市における一般国道、一般府・県道、主要地方道を指し、各主要道路の中心線から左右 100m (100m バッファ) を対象範囲とした。この対象範囲は、主要道路沿線上に立地する大部分の飲食店を捕捉することができる。

日本ショッピングセンター協会によると、「ショッピングセンターとは、1 つの単位とし

て計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備える店舗」と定義されている。そして、そのうちの小売業の店舗面積が 1,500 m²以上であることと、キーテナントを除く 10 店舗以上が含まれることを要件として、ショッピングセンターのデータベースを作成している。そこで、本研究では、日本ショッピングセンター協会『都道府県別・政令指定都市別・市町村別 SC 一覧』（2015 年）に掲載されたショッピングセンターを対象とする。そして、大阪市、吹田市、和歌山市内のショッピングセンターの住所を参考に、GIS で該当のショッピングセンターの範囲（ポリゴンの作成）を設定する⁸⁹⁾。

なお、これらの各主要商業集積地の間は、それぞれの範囲が重なり合う場合がみられ、多くの飲食店が同時に複数の主要商業集積地の範囲に立地する可能性が高い。しかし、第 1.2.2 項で述べたように、ショッピングセンターの面積は、集客能力や店舗・テナント数との間に、強い関連性があるために、本研究では、ショッピングセンターが多く集中している大阪市の場合は、大規模なショッピングセンター（延床面積 2 万 m²以上）、主要駅周辺、主要道路沿線という順に、吹田市と和歌山市は、主要駅周辺、ショッピングセンター、主要道路沿線の順に、それぞれ従って、飲食店を主要商業集積地別に飲食店を集計することとした。

第 2.3.4 項 飲食店の経営形態と業種の分類

本項では、第 4 章の大阪市、第 5 章の吹田市、第 6 章の和歌山市の『タウンページ』に掲載された飲食店の経営形態別・業種別の分類を説明する。飲食店のホームページなどの公開の情報により、チェーン店または単独店であるかを判断するのが、一般的である。たとえば、“マクドナルド”と“ケンタッキー”のような外食チェーン企業のホームページに

は、全国各地で展開したチェーン店の情報が掲載されている。しかし、2000年時点で存在した外食チェーン企業は、その後廃業したら、該当企業のチェーン店の情報がなくなった可能性が高い。そして、単独店では、第1.3.3項で既述したように、経営者が個人・家族である場合が多いことから、口コミ掲示板やSNSを除いてホームページなどのような公開の店舗情報がほとんどみられないと考えられる。これらの制限を受けて『タウンページ』に掲載された個々の飲食店を詳細に調査・確認することは、極めて困難であるといえる。

したがって、本研究では、2000年と2014年（和歌山市は2010年）『タウンページ』に掲載された飲食店の店舗名のみにより、チェーン店と単独店を区別することにする。具体的には、チェーン名（商号や商標など）と本支店名の組合せを持つ飲食店をチェーン店（直営店、フランチャイズ店などを含む）とみなし、これら以外の飲食店を単独店とみなすことにした。たとえば、和歌山市の2000年『タウンページ』に掲載された“マクドナルド26号島橋店”と“マクドナルド和歌山イズミヤ店”を事例とすると、この2つの店舗の名称には、いずれも“マクドナルド”という同様なチェーン名を包含するが、“26号島橋店”と“和歌山イズミヤ店”という支店名の区別がある。

続いて飲食店には、第1.3.3項で述べたように、チェーン店と単独店といった経営形態別以外に、各国・エスニック専門料理店や喫茶店、居酒屋などなどのような業種の分類もある。総務省『日本標準産業分類（2007年第12回改定）』に掲載した飲食店の小・細分類によれば、飲食店の業種の分類は、基本的に、店舗が提供した料理品別や飲み物別で決められる。しかし、その業種が多岐にわたるために、本研究では、類似の特性を有する業種を便宜的に集約した。その結果、飲食店を、一般飲食店、専門料理店、軽飲食店、居酒屋

等、遊興飲食店のいずれかの業種に分類した。

具体的に、一般飲食店は主に各種の料理品をその場所で飲食させる飲食店、専門料理店は主に特定の料理をその場所で飲食させる飲食店、軽飲食店は主にコーヒー、紅茶、清涼飲料などの飲料や簡易な食事などをその場所で飲食させる飲食店、居酒屋等は主に酒類および料理をその場所で飲食させる飲食店、遊興飲食店は主に酒類や料理などを提供し、客に遊興飲食させる飲食店、とそれぞれ定義した。

第 2.3.5 項 夜間人口・事業所数との関連

基本的に事業所数や夜間人口が集中するほど、外食需要が高くなる傾向にあることが指摘できる。本研究の第 3～6 章では、飲食店の周辺における事業所数と夜間人口を外食需要の地域的分布とみなし、それらと飲食店の立地との関連性を明らかにする。

飲食店と人口、事業所の分布との関連性を検討するために、2000 年と 2010 年の『国勢調査』の夜間人口と、2001 年『事業所・企業統計調査』と 2014 年『経済センサス—基礎調査』の事業所の 500m メッシュのデータを用いる。500m メッシュごとに集計した飲食店の店舗数と、夜間人口、事業所数との相関分析によって、それらの関連性を明らかにする。なお、ここで事業所を用いる理由は、事業所数に対応すると考えられるビジネス活動やサービス施設の利用による流動人口が飲食店の需要者となりうるためである。

ただし、飲食店が含まれる 500m メッシュの夜間人口、事業所数では、当該飲食店の商圈規模を的確にとらえることが困難である。そこで、隣接する周辺の 500m メッシュの夜間人口、事業所数を同時に考慮することにする。つまり、本研究では、相関分析を試みるにあたり、該当する 500m メッシュとそれに隣接する 8 つのメッシュの合計値を用いる。

第3章 京阪神大都市圏における小地域レベルでの飲食店の立地特性変化

2000年代以降、京阪神大都市圏では、外食産業の再編現象が顕在化したことに加え、人口や事業所の分布などの地域的な特徴に対応する飲食店の立地特性の変化要因が多様で複雑であると考えられる。本章では、京阪神大都市圏（2010年『国勢調査』において定義された近畿大都市圏に基づく）を対象に、再編期の飲食店の立地特性変化をマクロスケールで把握する。ただし、空間単位については、既往研究より均等で細かい、2001年『事業所・企業統計調査』と2012年『経済センサス—活動調査』の500mメッシュ（2分の1地域メッシュ）統計データを用いることとする。2000年代以降の飲食店の店舗数と従業者規模に関して、その空間的分布とその時系列的変化を分析し、再編期の京阪神大都市圏における飲食店の立地特性がどのように変化したかということと、その要因を明らかにすることが本章の目的である。

本章の構成は、まず第3.1節で、飲食店の立地の要因分析として回帰分析で用いる「一般国道ダミー」、「鉄道駅数」、「SC面積」、「周辺の事業所数」、「周辺の夜間人口」という5つの説明変数について述べる。そして、第3.2節では2001年と2012年の各カテゴリーのメッシュ数の頻度分布からみる店舗数と従業者規模の変化を概観したうえで、第3.3節で負の二項分布回帰分析を用いて、飲食店の店舗数と従業者規模の要因分析を行う。次いで第3.4節では飲食店の立地特性と2時点間での変化要因を考察し、最後に第3.5節で、得られた知見をまとめる。

第 3.1 節 分析手法・変数

本章では、まず 2001 年と 2012 年を対象とする飲食店の店舗数及び従業者規模（1 店舗当たり従業者数）を京阪神大都市圏全体で確認した上で、それぞれを規定する要因を検討するために回帰分析を行う。既往研究の成果より、飲食店は、道路沿線と鉄道駅の周辺、ショッピングセンター（以下、SC）といった主要商業集積地に集中する傾向にあることがわかった。そして、飲食店の周辺における事業所数と夜間人口は、外食の需要分布として、飲食店の立地との関連性を考慮する必要がある。したがって、本節では、以上のような飲食店の立地を規定すると考えられる指標として、「一般国道ダミー」、「鉄道駅数」、「SC 面積」、「周辺の事業所数」、「周辺の夜間人口」を用意した（第 3.1 表）。

道路沿線における飲食店は、一般国道に限らず、府県道や市町村道にも多く立地する。しかし、空間単位であるメッシュの矩形の制限を受けて、全ての線形の幹線道路を考察することが困難である。したがって、ここでは、広域的な幹線道路網の中で重要な存在にある一般国道を取り上げる（第 3.1 図）。具体的には、国土数値情報の『1995 年道路第 1.1 版』に掲載された一般国道を用いる。一般国道と接したメッシュを“1”、それ以外のメッシュを“0”として、「一般国道ダミー」を作成した。なお、一般国道のルートに大きな変化がないと考えられるため、分析では 1995 年の道路データを用いることにする。

大都市圏では、中心市を中心に放射状の鉄道網を形成している。小地域では、駅数が多いほど、商業集積の相乗効果が大きいと考えられる⁹⁰⁾。そのために、鉄道駅の数量を説明変数の 1 つとすることは適切であろう（第 3.1 図）。ここでは、国土数値情報の『2014 年鉄道時系列データ』に掲載された駅を用いることとする。『2014 年鉄道時系列データ』の

「設置期間」により、駅数を2000年と2012年に分ける。鉄道の駅を中心点を対象に、各メッシュに含まれる駅をカウントして「鉄道駅数」を求める。駅を中心点の位置が、メッシュの区画線（サイドライン）付近の場合もあり、駅の勢力範囲は隣接したメッシュに及ぶ可能性もある。そこで、「鉄道駅数」のカウントに際しては、該当メッシュの外側100mバッファ内にある駅数も加算した。

SCは新たに形成された商業集積地として、一般的にその面積が集客能力や店舗・テナント数との間に、強い関連性があるとされる⁹¹⁾。そこで、メッシュ内に立地したSCの延床面積を「SC面積」として、説明変数の1つとする。ここでは、日本ショッピングセンター協会の『2015年都道府県別・政令指定都市別・市町村別SC一覧』に掲載された京阪神大都市圏におけるSCを対象とする（第3.1図）。ただし、本章では集客能力や店舗・テナントの収納能力などを考慮し、便宜上で延床面積1万㎡以上のSCに特定する。なお、1つのメッシュ内に複数のSCが存在する場合は、それらの合計値を取ることにする。

そして、第3.2図をみると、京阪神大都市圏における事業所は、主に大阪市、神戸市、京都市の3つの中心市の都心部で多く集中していることがみられる。郊外の事業所は大阪府と近い地域と、中心市から遠い都市の中心部（たとえば、和歌山市、奈良市、姫路市など）で集中するようになった。そして、京阪神大都市圏の夜間人口の分布については、主に大阪市とその隣接した都市（たとえば、吹田市はその一例）で多く集中していることがみられる（第3.3図）。なお、中心市から遠い都市の夜間人口の分布は、中心市と比べその密度が高くないが、その範囲が広範にわたるようになった。これらのことにより、京阪神大都市圏の事業所と夜間人口の分布には、顕著な地域差があることがわかる。したがって、

飲食店の周辺の需要分布の影響をみるために、「周辺の事業所数」と「周辺の夜間人口」を説明変数に取り込むことにする。ここでの「周辺」は、該当メッシュとそれに隣接する 8 つのメッシュと定義され、隣接メッシュの合計値を近傍統計として求めた。ただし、ArcGIS ソフトを用い、データの処理を効率化するために、京阪神大都市圏の範囲と重なっている 500m メッシュを対象とした。縁辺部のメッシュの近傍統計の算出においては、京阪神大都市圏外のメッシュの多くが山間部に位置し、夜間人口や事業所が非常に少ないため、分析から除外した。

第 3.2 節 小地域統計データからみる店舗数と従業者規模の変化

再編期の京阪神大都市圏における飲食店の店舗数と従業者規模の変化をみるために、ここでは 2001 年と 2012 年の各カテゴリーのメッシュ数の頻度分布をみることにする(第 3.2 表)。

まず、店舗数に関しては、飲食店が存在しないメッシュの 0 軒が 2001 年と 2012 年とも全体の 80%を占める。そして、1 軒、2 軒、5~8 軒のカテゴリーのメッシュ数が、いずれも微増することがみられるが、17~32 軒、33~64 軒、65 軒以上のメッシュ数は、それぞれの 25%以上で顕著に減少した。従業者規模の頻度分布の年次変化については、店舗数と同様に 0 人のカテゴリーが大半を占める。1~3 人未満と 3~6 人未満のメッシュ数は、それぞれ 16.0%と 15.0%で減少したが、12~24 人未満から 60 人以上のカテゴリーでは、いずれもメッシュ数が 19%以上の大幅な増加を示した。これらのことから、2001 年以降は、飲食店が集中する地域ほど店舗数が多く減少したが、従業者規模が拡大した可能性があると考え

えられる。これは、単独店が減少し、チェーン店が増加したためと推測される。

次に、飲食店の店舗数と従業者規模の空間的特徴とその経年変化を把握・検討することにする。第 3.2 表における店舗数と従業者規模の 8 つのカテゴリー（0 軒と 0 人を含まない）はカテゴリー数が多いので、店舗数に関しては、1～8 軒、9～16 軒、17 軒以上の、そして、従業者規模に関しては、1～6 人未満、6～12 人未満、12 人以上の、それぞれ 3 つのカテゴリーに再集計して地図化した（第 3.4 図・第 3.5 図）。

店舗数の空間的分布をみると（第 3.4 図）、2001 年の 17 軒以上のメッシュは、大阪市のほぼ全域と、京都市、神戸市の都心部で広く連担して分布し、郊外の各都市の中心部で塊状に集中していることが看取される。2012 年になると、京都市の都心部や、大阪市とその周辺の多くの都市など（大阪市を中心とする内郊外）では、17 軒以上のメッシュの分布範囲が 2001 年と比べ明らかに減少している。その結果、もともと 17 軒以上のメッシュは、1～8 軒と 9～16 軒のメッシュに変化したといえる。

続いて、従業者規模の空間的分布をみると（第 3.5 図）、2001 年の 12 人以上のメッシュは、店舗数のような中心市の都心部などに集中するといった空間的分布の特徴がみられないが、細かくみると、郊外で広範に分散し、一般国道沿線などに連続する傾向がみられる。たとえば、大阪市以南の国道 26 号線一部（第 3.5 図の①で示された部分）や、奈良盆地の国道 24 号線の一部（第 3.5 図の②で示された部分）などである。そして、2012 年の 12 人以上のメッシュの空間的分布は、主に大阪市、京都市、神戸市の都心部と郊外で拡大する傾向がみられる。このことから、郊外では、飲食店のチェーン店が一般国道沿線をはじめとする主要道路沿線を中心に展開し、中心市では、いまだ店舗数が多く存在するが、単独

店が減少することで、相対的に従業者規模が拡大したものと推察される。

以上のように、2000年代以降の京阪神大都市圏全体では、飲食店の店舗数が多く存在した地域が減少する一方、従業者規模の大きな地域が増加したという空間的变化がみられた。地域別にみると、京阪神大都市圏の郊外では、従業者規模の大きな地域が広範囲にわたるようになった。そして、飲食店の立地が卓越していた中心市では、店舗数が大幅に減少したが、従業者規模が拡大した地域が多くみられた。

第3.3節 店舗数と従業者規模に関する空間的な要因分析

飲食店の立地特性の変化をより詳細に考察するために、本節では、計数データである「店舗数」と「従業者規模」を被説明変数とする負の二項分布回帰分析を行う。説明変数（群）としては、主要商業集積地である「一般国道ダミー」、「鉄道駅数」、「SC面積」と、飲食店の需要分布に影響を与える「周辺の事業所数」、「周辺の夜間人口」を用いる。

第3.3.1項 店舗数に関する空間的な要因分析

本項と次項では、2001年と2012年について500mメッシュ当たり店舗数と従業者規模を説明するために、計数データの回帰分析の1つである負の二項分布回帰分析を採用することとする。その理由として、被説明変数である「店舗数」と「従業者規模」が、計数データであることに加えて、第3.2表に示される通り、度数がゼロのメッシュが多くあり、ポアソン回帰分析が前提とする被説明変数の分散＝平均を満たすことができない点を指摘できる。

ポアソン回帰分析と負の二項分布回帰分析の場合、モデル選択基準の1つAIC（赤池の

情報量規準)がよく用いられる。AICの値が小さいほど、モデル適合度が高いと判断できる。ポアソン回帰分析と負の二項分布回帰分析の各AICの結果に関して、店舗数の場合は2001年で218752と83875、2012年で158792と76415であり、従業者規模の場合は2001年で290825と87610、2012年で342135と85232である。この2つのモデル適合度(AIC)の結果を比較してみると、負の二項分布回帰分析は、より良好なモデル適合度を得たといえる。

まず、「店舗数」を被説明変数とする負の二項分布回帰分析の結果を第3.3表に整理した。表中には各説明変数の係数とZ-value、有意確率、IRR (incident rate ratio)が示される。IRRは、EXP(係数)で求められ、説明変数の各カテゴリーに該当する場合、被説明変数である「店舗数」(次項は「従業者規模」)が何倍になるかがわかる。なお、参照カテゴリーのIRRは1.0を基準に他のカテゴリーの影響の度合いを明らかにすることができる。IRRをもとに説明変数の影響力をみると、「周辺の事業所数」、「周辺の夜間人口」で顕著に大きく、「鉄道駅数」と「SC面積」、「一般国道ダミー」がそれらに続く。

2001年の「周辺の事業所数」の各カテゴリーはいずれも統計的に有意な結果($p < 0.001$)となった。「151~450軒」のIRRは5.80となり、参照カテゴリーである「0~150軒」と比較すると、店舗数が約5.8倍に増加することがわかる。IRRの大きさからは、「周辺の事業所数」が増加すると、店舗数も増加する正の関連性がみられ、特に「751軒以上」では約32.3倍と大幅な店舗数の増加につながる。次に、「周辺の夜間人口」は、いずれのカテゴリーも統計的に有意($p < 0.001$)で、そのIRRは「3,501~7,500人」で4.20、「7,501~11,500人」で4.58、「11,501人以上」で6.05となり、「周辺の夜間人口」の増加に伴って店舗数

も増加する傾向がわかる。各カテゴリー間で IRR を比較すると、「3,501～7,500 人」と「7,501～11,500 人」は参照カテゴリーの「0～3,500 人」に対して 4 倍程度で同水準にあるが、「11,501 人以上」では 6 倍程度と上昇する。

次に、「一般国道ダミー」、「鉄道駅数」、「SC 面積」は、「周辺の事業所数」と「周辺の夜間人口」と比べると、いずれのカテゴリーも IRR が小さい。ただし、その中で IRR が最小の「一般国道ダミー」の「有」の IRR=2.17 ($p<0.001$) は、参照カテゴリーの「無」の 2 倍以上を示し、明らかな増加がみられる。次に、「鉄道駅数」の「1 駅」と「2 駅以上」は、それぞれの IRR ($p<0.001$) が 2.55 と 4.17 となる。この 2 つのカテゴリー間の IRR には、大きな差があることがみられる。さらに、「SC 面積」の各 IRR ($p<0.001$) に関しては、「10,001～20,000 m²」で 3.04、「20,001 m²以上」で 3.43、同様に 3 倍程度にあつて、これらの間の差があまり大きくない。

2012 年の「周辺の事業所数」と「周辺の夜間人口」の分析結果に関しては、全カテゴリーの係数が統計的に有意 ($p<0.001$) で正の値を示す。「周辺の事業所数」と「周辺の夜間人口」が増加すると IRR も大きくなり、その傾向は 2001 年と同様のパターンがみられる。一方、相違点としては、第 1 に、「鉄道駅数」の「1 駅」と「2 駅以上」の IRR ($p<0.001$) は、それぞれの 2.52 と 3.81 であり、2001 年と比べ IRR の差が縮小した点が挙げられる。また、第 2 に「SC 面積」では、2001 年と比べて、2012 年では「10,001～20,000 m²」の IRR=2.86 ($p<0.001$) に対し「20,001 m²以上」の IRR=4.82 ($p<0.001$) とその差が拡大したことがみられる。

第 3.3.2 項 従業者規模に関する空間的な要因分析

「従業者規模」を被説明変数とする負の二項分布回帰分析の結果を第 3.4 表に示す。オフセット項として各メッシュの店舗数を投入することで、従業者規模（1 店舗当たり従業者数）をモデル化する。

2001 年の結果のうち、正の関連性が得られた変数群をみると、まず「SC 面積」の「10,001～20,000 m²」と「20,001 m²以上」の IRR ($p < 0.001$) はそれぞれの 1.62 と 2.20 を示し、SC の面積規模に応じて効果が大きくなる。特に、SC が立地しない、または面積 10,000 m² 以下の SC が立地するメッシュに対して、「20,001 m²以上」の従業者規模は 2.2 倍に達した。そして、「SC 面積」の「10,001～20,000 m²」に次いで、「一般国道ダミー」の「有」は IRR=1.32 ($p < 0.001$) で、その影響力も大きい。また、「SC 面積」と「一般国道ダミー」の 2 変数群に関して、2001 年とほぼ同水準の効果が 2012 年でも得られた。

2001 年の「周辺の夜間人口」の各カテゴリーはいずれも統計的に有意な結果 ($p < 0.001$) となった。各 IRR に関しては、「3,501～7,500 人」で IRR=1.14、「7,501～11,500 人」で IRR=1.24、「11,501 人以上」で IRR=1.17 となり、「7,501～11,500 人」をピークとする凸型の関連性がみられる。2012 年では、各カテゴリーの間の差が縮小しても、2001 年と同様に「周辺の夜間人口」は、従業者規模に対し影響力を保持しているといえよう。

次に、負の関連性がみられた変数群を検討する。「鉄道駅数」では、2001 年で「1 駅」の IRR=0.87 のみが統計的に有意 ($p < 0.001$) である。2012 年には「1 駅」と「2 駅以上」はいずれも有意となった ($p < 0.001$; $p < 0.05$)。この 2 つのカテゴリーの IRR を比較すると、「2 駅以上」の 0.90 は「1 駅」の 0.83 と比べ大きいことが読み取れる。つまり、「鉄道駅

数」に対し年次の変化を比較することが困難であるが、2012年度の各カテゴリー間を比較すると、「2 駅以上」は、従業者規模に対し影響力が「1 駅」より強くなる傾向にある。

さらに、「周辺の事業所数」については、2001年と2012年とも「周辺の事業所数」が増加すると、それらのIRRが逆に小さくなり、つまり従業者規模が小さくなることがわかる。統計的に有意なカテゴリーに限ってみると、2001年の「451～750 軒」と「751 軒以上」のIRRは、0.91 ($p < 0.01$) と 0.76 ($p < 0.001$) の順に小さくなる。同様に、2012年の「151～450 軒」と「751 軒以上」のIRRは 1.15 ($p < 0.001$) と 0.90 ($p < 0.01$) である。年次によって、有意となるカテゴリーやIRRの値が若干異なるが、一貫して従業者規模は小さくなる傾向にあると考えられる。

第 3.4 節 飲食店の立地特性変化の要因

本節では、前節で明らかになった結果を踏まえ、京阪神大都市圏における飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。

まず、「店舗数」と「周辺の事業所数」の負の二項分布回帰分析の結果より、事業所が集中する地域の場合は、飲食店が多く立地する傾向が明らかになった。事業所の集中は、飲食店の主要な消費者である事業所の従業者と、ビジネスの活動や公共・商業施設の利用による流動人口を生じさせることから、当然の結果といえる。

その一方、多くの事業所が集中する地域では、多様な外食需要が生じることから、業種がより豊富な単独店が相対的に多く立地することが推察される。その結果、事業所が集中するほど、単独店の割合がチェーン店と比べて高まり、飲食店の従業者規模が縮小傾向に

あると考えられる。これは、「従業者規模」と「周辺の事業所数」との関連性が負となった要因の1つと考えられる。

そして、「店舗数」、「従業者規模」と、「周辺の夜間人口」の負の二項分布回帰分析の結果から、夜間人口が多い地域は、事業所より飲食店の店舗数に対する影響が低くても、従業者規模に与える影響が高い。1990年代後半以降、中心市に比較的近い郊外の一部の地域では、人口は微増傾向にある⁹²⁾。たとえば、琵琶湖南岸や、京都府南部、兵庫県三田市周辺、奈良県香芝市周辺などの地域である。これらの地域に加えて、郊外における大規模なニュータウンと住宅地などでは、戸建住宅を中心とすることから、家族を単位として飲食店を利用する傾向があると想定できる。したがって、各消費者層（年齢層別や職業別、性別）の外出需要を同時に満たせると考えられる一部の業種のチェーン店は住宅地とその周辺における道路沿線などに出店する傾向がある。たとえば、『外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査（2013年12月18日）』によれば、「外食の同伴者とよく利用する飲食店の種類」に関する調査の結果（回答数は1,677）から、配偶者及び子供（全ての年齢層）は、回転ずし店（66.1%）、レストラン（46.2%）、そば・うどん店（38.5%）を主とするという⁹³⁾。

次に、各主要商業集積地に着目すると、基本的に、一般国道沿線、鉄道駅周辺、SC全体で飲食店が多く立地することがわかった。しかし、「店舗数」、「従業者規模」と、「一般国道ダミー」、「鉄道駅数」、「SC面積」の負の二項分布回帰分析のそれぞれの結果を合わせてみると（第3.3表・第3.4表）、注目すべきは、2000年代以降、「2駅以上」つまり複数の駅がある地域では、店舗数が大幅に減少したが、従業者規模が拡大する傾向にあることと、

「20,001 m²以上」のような大規模な SC では、従業者規模の大きな飲食店の店舗数を増加させていることである。

具体的には、京阪神大都市圏では、中心市を中心に放射状に延びており、郊外の都市の間を連結した鉄道網を形成した。そこで、複数の駅がある地域の大半は中心市と郊外の都市の中心部に集まっている。既存の商業集積地であるこれらの地域では、鉄道交通機関のみならず、商店街、業務街、歓楽街などを含んでいるために、単独店は、チェーン店を圧倒する店舗数を持っていると考えられる。しかし、再編期における単独店は、既往研究で明らかにされたように人口減少・少子高齢化の進行による後継者不足⁹⁴⁾や、弁当・惣菜がコンビニエンスストアやスーパーマーケットで販売され始めたこと⁹⁵⁾などにより、大幅に減少したと考えられる。

2012年に、「1駅」と「2駅以上」は、いずれも「従業者規模」と負の関連性を維持していることから、単独店が駅の周辺にいまも卓越していることを示唆する。しかし、2012年の複数の駅がある地域では、従業者規模が拡大する傾向が若干看取された。これは、複数の駅がある地域では、零細な単独店が多く減少する中で、従業者規模の大きなチェーン店が維持あるいは増加した可能性が高いと推測される。これに加えて、後述するように中心市の都心部における主要駅の周辺では、都市再開発の進行により、特にチェーン店に対し大量の出店場所が提供されたことによるものと考えられる。

続いて『2015年都道府県別・政令指定都市別・市町村別 SC 一覧』に掲載された SC のデータから、2000年以前に、京阪神大都市圏で出店した187軒の SC の延床面積別の店舗数をみると、2万m²以上は51軒であった。一方、2000～2012年に新たに出店した92軒の SC

については、2万㎡以上は48軒であった。大規模なSCは多くの飲食店のチェーン店をと
もなうため、そこでは、従業者規模の拡大が顕著となったと考えられる。

そして、これらの大規模なSCの出店は、既存の郊外の道路沿線などを中心に展開した
のみならず、1990年代後半以降の中心市の都市再開発による都市商業空間の再編の影響を
受け、中心市の都心部にも多く進出したと考えられる。たとえば、大阪・梅田駅周辺の“ヨ
ドバシ梅田”（2001年開業、延床面積4.5万㎡）・ハービス PLAZAENT（2004年開業、延床
面積5.1万㎡）、難波・なんば駅周辺の“なんばパークス”（2003年開業、延床面積5.2万
㎡）、天王寺・阿倍野橋駅周辺の“あべのキューズタウン”（2011年開業、延床面積6.9万
㎡）や、京都駅周辺の“イオンモール KYOTO”（2010年開業、延床面積4.5万㎡）などの大
規模なSCの出店がみられた。したがって、大規模なSCの増加は、従業者規模の大きなチ
ェーン店の出店を促す重要な要因の1つと考えられる。

以上のように、事業所と夜間人口が集中した地域において、飲食店の店舗数が多くなる
が、これらの地域での飲食店の従業者規模は必ずしも拡大するとはいえないことが明らか
となった。一方、主要商業集積地で、再編期における飲食店の立地特性に変化がみられ、
従業者規模の拡大傾向は、複数の駅がある地域と大規模なSCにあることが認められた。こ
れは、複数の駅がある地域での単独店が多く減少し、大規模なSCの新規出店によるチェー
ン店が増加したためと推測される。

第3.5節 小括

2000年代以降の外食産業の再編は、零細な単独店が大幅に減少する中で、従業者規模（1

店舗当たり従業員数) の大きなチェーン店が増加したことに特徴づけられる。本章では、このような再編現象が顕著な大都市圏の1つである京阪神大都市圏を対象として、飲食店の立地特性とその変化の要因を、小地域である500mメッシュの店舗数と従業員数の統計データを用いて明らかにした。まず、2000年代以降は、飲食店の店舗数が多く存在した地域が減少する一方、従業員規模の大きな地域が増加したという空間的变化がみられた。地域別にみると、京阪神大都市圏の郊外では、従業員規模の大きな地域が広範囲にわたるようになった。そして、飲食店の立地が卓越していた中心市では、店舗数が大幅に減少したが、従業員規模が拡大した地域が多くみられた。

次に、飲食店の立地特性変化の要因をより詳細に考察するために、本章では、計数データである「店舗数」と「従業員規模」を被説明変数とする負の二項分布回帰分析を行った。説明変数(群)としては、主要商業集積地である「一般国道ダミー」、「鉄道駅数」、「SC面積」と、飲食店の需要分布に影響を与える「周辺の事業所数」、「周辺の夜間人口」を用いた。その結果、事業所は、集中するほど、単独店の割合が高まり、飲食店の従業員規模が縮小傾向にある。これに対して夜間人口が多い地域では、事業所より飲食店の店舗数に対する影響が低くても、従業員規模に与える影響が多少高いと考えられる。したがって、事業所と夜間人口が集中した地域において、飲食店の店舗数が多くなるが、これらの地域での飲食店の従業員規模は必ずしも拡大するとはいえないことが明らかとなった。

一方、主要商業集積地で、再編期における飲食店の立地特性に変化がみられ、従業員規模の拡大傾向は、複数の駅がある地域と大規模なSCにあることが認められた。複数の駅がある地域の大半では、零細な単独店が多く減少する中で、従業員規模の大きなチェーン店

が維持あるいは増加した可能性が高い。大規模な SC は、既存の郊外の道路沿線などを中心に展開したのみならず、1990 年代後半以降の都市再開発による商業空間再編の影響を受け、中心市の都心部にも多く進出した。そこで、大規模な SC の増加は、従業者規模の大きなチェーン店の出店を促す重要な要因の 1 つと考えられる。要約すると、主要商業集積地における飲食店の立地特性変化は、複数の駅がある地域での単独店が多く減少し、大規模な SC の新規出店によるチェーン店が増加したものと推測される。

最後に本章では、小地域レベルの 500m メッシュでの飲食店全体の立地特性の変化は、中心市と郊外における主要商業集積地によって、異なっていることを確認できた。しかし、経営形態別の統計データが公表されていないという制限を受けて、京阪神大都市圏全体におけるチェーン店と単独店の立地特性変化の結果は、店舗数と従業者数により推測された。たとえば、飲食店の立地が卓越している 3 中心市では、単独店が大幅に減少することで、相対的に従業者規模の拡大がみられたために、チェーン店が維持あるいは増加した可能性が高いと推測される。したがって、次の第 4～6 章では、京阪神大都市圏の空間構造を構成する中心市、内郊外、外郊外に対応する大阪市、吹田市、和歌山市を事例都市として取り上げ、本章の研究成果を踏まえながら、『タウンページ』に掲載された飲食店のデータを活用して、既存の小地域である 500m メッシュの統計データから把握することのできない、外食産業再編期における経営形態・業種別飲食店の立地特性変化をより詳細に分析していくことにする。

第4章 中心市の大阪市における飲食店の立地特性変化

日本の2000年代以降の外食産業の再編期は、全国レベルにおいて零細な単独店が大幅に減少し、従業者規模の大きなチェーン店が増加したことに特徴づけられる。前章では、顕著な再編現象がみられた京阪神大都市圏における飲食店全体の立地特性の変化は、中心市と郊外における主要商業集積地によって、異なっていることを確認できたが、小地域レベルの500mメッシュの統計データの制限を受けて、京阪神大都市圏の中心市、内郊外、外郊外における飲食店の立地特性変化を詳細に分析できない。本章では、第3章で得られた成果を踏まえ、圏内の最大の中心市としての大阪市を対象として取り上げる。その目的は、2000年と2014年のNTT『タウンページ』を使用し、各主要商業集積地と経営形態別・業種別の分類に基づき、それぞれの飲食店の立地特性とその変化の要因を明らかにすることである。

本章の構成は、まず第4.1節で大阪市における都心部と周辺部、3中心地区の範囲の設定、各主要商業集積地の選定を説明する。次に第4.2節では大阪市全体の飲食店の変化を把握したうえ、経営形態・業種別飲食店の立地特性変化と、夜間人口と事業所との関連とその変化を詳細に分析し、第4.3節は飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。最後に第4.4節で、本章で得られた知見をまとめる。

第4.1節 対象地域

大阪市は、京阪神大都市圏の最大の中心市として、交通機関や、ビジネスビル、商業施

設、高層マンションなどが多く集積するため、第 4.1.1 項では大阪市の都心部とその中の中心地区、周辺部の範囲を設定する。さらに、大阪市における各主要商業集積地の選定については、第 4.1.2 項で説明する。

第 4.1.1 項 大阪市の都心部・周辺部と 3 中心地区

大阪市は、高度経済成長期に臨海部の重工業化の進展により、人口・産業が急速に増加した。市域の地形がほぼ平野であるために、他の 2 つの中心市である神戸市と京都市と比べ、大阪市の臨海部以外の地域で市街地化は進行した。その結果、飲食店を含む商業施設は、人口・産業の増加に呼応し、市全地域で広範に分布している。

大阪市の都心部と周辺部によっては、社会・経済的な変化に大きな差異があると考えられる。そこで、各区の『タウンページ』の飲食店のデータを比較することで、大阪市およびその都心部と周辺部における飲食店の変化を把握する必要がある。本章では、稲垣⁹⁶⁾を参考にして、北区、中央区、福島区、浪速区、西区、天王寺区の 6 区を都心部と、それら以外の都島区、此花区、港区、大正区、西淀川区、東淀川区、東成区、生野区、旭区、城東区、阿倍野区、住吉区、東住吉区、西成区、淀川区、鶴見区、住之江区、平野区の 18 区を周辺部とみなすことにした（第 4.1 図）。

1990 年代後半以降、大阪市の都心部では、他の大都市と同じように、人口の都心回帰現象が生じ、人口増加が顕著であった⁹⁷⁾。同時に、大阪市の都心部における大阪・梅田駅周辺、難波・なんば駅周辺、天王寺・阿部野橋駅周辺という 3 中心地区をはじめとする都市再開発に呼応して、オフィスビルや大規模な商業施設などの建設が活発化している⁹⁸⁾。このことから、都心部では、都市・商業空間の再編によって外食需要の増加のみならず、飲

食店の出店場所が拡大していると推測できる。なお、3 中心地区の具体的な範囲については、大阪・梅田駅周辺は、JR 大阪駅・北新地駅、阪急電鉄梅田駅、阪神電鉄梅田駅、地下鉄梅田駅・東梅田駅・西梅田駅、難波・なんば駅周辺は、JR 難波駅と阪神電鉄・近畿日本鉄道大阪難波駅、地下鉄なんば駅、南海電鉄なんば駅、天王寺・阿倍野橋駅周辺は、JR 天王寺駅と地下鉄天王寺駅・阿倍野駅、近畿日本鉄道大阪阿部野橋駅、いずれかの中心点を中心とする 500m バッファを合併した範囲をそれぞれ指す。

第 4.1.2 項 主要商業集積地の選定

第 1.3.2 項で既述したように、鉄道駅の周辺では、鉄道の利用者や近隣の商業施設での消費者が多く、大きな外食需要が見込まれる。また、幹線道路に沿っては、自動車利用者を対象としたロードサイド型の飲食店が多数立地する。そして、集客力の高いショッピングセンター（以下、SC）にも、小売店舗や娯楽施設を利用する時に大きな外食需要が生じる。本章では、主要駅周辺、主要道路沿線、SC の 3 つの主要商業集積地での、飲食店の立地特性とその変化に着目する。

京阪神大都市圏では、主に大阪市を中心に放射状の鉄道網が形成されている。その中で、ターミナル駅や乗換駅のような複数駅が立地した地域では、単一駅の周辺と比べ、商業集積の相乗効果が大きいと考えられる⁹⁹⁾。ここでは、国土交通省の『平成 24 年度大都市交通センサス』に掲載されたターミナル駅と乗換駅を主要駅とした。その周辺の範囲は、主要駅を中心とした半径 500m である。

主要道路沿線については、国土数値情報の『1995 年道路第 1.1 版』に掲載された大阪市全域の一般国道、一般府道、主要地方道を用い、各道路の中心線から左右 100m を対象範囲

とした。なお、前述したように、対象時期には大阪市の大半が市街地化したために、主要道路のルートには経年的に大きく変化しないものと考えられる。

SCは新たに形成された商業集積地として、一般的にその面積が集客能力や店舗・テナント数との間に、強い関連性があるとされる¹⁰⁰⁾。とりわけ第3章で得られた結果から、SCの面積（延床）が広いほど、チェーン店が多く集中するという強い正の相関がみられる。そこで、既往研究の結果を踏まえ、日本ショッピングセンター協会の『都道府県別・政令指定都市別・市町村別SC一覧』（2015年）に掲載された大阪市内のSCのうち、2万㎡以上のものを大規模なSCとして用いることにする。

なお、各主要商業集積地の間は、それぞれの範囲が重なり合う場合がみられ、多くの飲食店が同時に複数の主要商業集積地の範囲に立地する可能性が高い。そこで、本章では、大規模なSC、主要駅周辺、主要道路沿線という順に従って、飲食店を主要商業集積地別に集計した。ただし、大規模なSCが多く集中した3中心地区における飲食店の立地特性の変化を細かくみるために、各中心地区では、飲食店を大規模なSCの内外別で細分類した。

第4.2節 大阪市における飲食店の立地特性の変化

本節では、大阪市と都心部、周辺部における飲食店の店舗数の変化を把握したうえ、経営形態・業種別飲食店の立地特性変化と、夜間人口と事業所との関連とその変化を詳細に分析する。

第4.2.1項 大阪市における飲食店の変化の概要

まず、大阪市における飲食店の店舗数の変化をみると、2000年時点の大阪市全域では、

単独店の店舗数は 35,693 軒で、チェーン店の 3,692 軒の約 10 倍であったことがわかる。2014 年になると、単独店は 16,731 軒へと減少し、チェーン店は、4,703 軒へと増加した（第 4.1 表）。その結果、2000～2014 年の大阪市全域における飲食店の増減率をみると、単独店はほぼ半減し、チェーン店は 27.4%増加し、単独店とチェーン店の間の比率は約 3.5 倍に縮小した。同様に、主要商業集積地でも、チェーン店で 33.1%と、単独店で-48.6%の変化がみられる。これらのことにより、2000 年代以降の大阪市とその主要商業集積地では、単独店の大幅な減少と、チェーン店の増加という外食産業の再編現象が生じたと考えられる。

次に、2000～2014 年の主要商業集積地における飲食店の店舗数の変化をみると、チェーン店は、3,040 軒から 4,047 軒へと 33.1%増加し、単独店は、25,276 軒から 12,981 軒へと 48.6%減少した（第 4.1 表）。これは、大阪市全域のそれらの変化の傾向と、ほぼ一致している。そして、飲食店が大阪市全域に対して主要商業集積地に立地する割合は、2000 年で 71.9%、2014 年で 79.4%となっている。飲食店全体は大幅に減少しているものの、その立地特性は、主要商業集積地により集中する傾向がみられる。そこで、2000 年代以降の大阪市における飲食店は、単独店の大幅な減少と、チェーン店の増加という再編現象と、主要商業集積地で多く集中するという立地特性を確認できる。

第 4.2.2 項 大阪市 24 区における飲食店の変化

第 2.3.2 項で既述したように、市区町村やそれよりも細かな空間単位での経営形態別の飲食店のデータは、『経済センサス—基礎調査』に表章されていない。そして、大阪市では、都心部と周辺部によって、人口・産業の分布が異なると考えられる。そこで、各区の『タウンページ』の飲食店のデータを比較することで、大阪市およびその都心部と周辺部にお

ける飲食店の変化を把握する。

第 4.2 表は大阪市の 24 区と都心部と周辺部で、飲食店の経営形態別の店舗数と増減率をそれぞれ示したものである。区別のチェーン店の店舗数をみる。2000 年時点で、都心部 6 区と周辺部 18 区は、それぞれ 2,178 軒と 1,514 軒であり、それらの比率は約 1.4 倍であった。そして、2014 年になると、都心部のチェーン店は 2,870 軒へと 31.8%増加し、周辺部は 1,833 軒へと 21.1%増加した。その結果、これらの間の比率は、約 1.6 倍で若干拡大した。特に、2014 年時点での都心部の北区と中央区におけるチェーン店の店舗数は、いずれも千単位を超えて、1,101 軒と 1,094 軒をそれぞれ有する。すなわち、2000 年代以降、大阪市におけるチェーン店の大半は、都心部に集中し、その中でも北区と中央区での立地が卓越したといえる。

そして、各区におけるチェーン店の増減の変化をみると、店舗数が多い北区と中央区は、それらの増減率は 25%~29%程度で、第 4.1 表で示した大阪市全域の平均値とほぼ同じである。しかし、大阪・梅田駅周辺と難波・なんば駅周辺と近接する福島区と浪速区では、大幅な人口増加がみられ、チェーン店の増加が 103.9%と 82.6%と相対的に顕著である。一方、周辺部でのチェーン店の店舗数は、必ずしも増加するだけでなく、微増、停滞、減少した区も複数存在している。たとえば、住之江区と平野区はいずれも 5.9%とわずかな増加で、西淀川区は 0.0%と停滞している。そして、旭区は 13.8%で、生野区は 13.3%で、東住吉区は 7.9%で、港区は 2.8%と減少している。このように、2000 年代以降のチェーン店の分布変化は都心部と周辺部に大きな差異があることを示唆している。

また、2000 年時点での単独店の店舗数をみると、チェーン店の分布特徴とほぼ同様で、

北区と中央区で高度に集中しており、それぞれ 6,916 軒と 7,604 軒である（第 4.2 表）。そして、他の区においても、単独店が多く存在していた。たとえば、西区、都島区、東淀川区、淀川区、生野区、平野区、吉住区、西成区には、千軒以上の店舗数があった。しかし、2014 年になると、大阪市の 24 区全体で単独店の店舗数が大幅に減少した。ただし、周辺部の大半の区では、人口と事業所数が減少する傾向にあることから、相対的にいえば、周辺部の 61.4%減少は、都心部の 45.3%減少と比べ、その減少の幅がより大きい。

以上のように、チェーン店の店舗数は、大阪市都心部で多く集中し、かつ再編期にさらに増加する傾向にあるが、周辺部では、区別によって増減の幅が異なっていた。そして、単独店は、大阪市 24 区のいずれの区においても、店舗数が大幅に減少したが、周辺部での減少が相対的に顕著であることが明らかとなった。

第 4.2.3 項 経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化

本項では、飲食店の立地特性とその変化を把握すると同時に、各主要商業集積地における経営形態別・業種別の店舗数の変化を比較する。まずチェーン店の立地特性の変化をみると、チェーン店は、大規模な SC と主要駅周辺が重なり合う地域と、大規模な SC が出店した地域で多く増加していることがみられる（第 4.2 図）。具体的には、10 軒以上増加したメッシュは、大阪・梅田駅、難波・なんば駅、天王寺・阿部野橋駅の周辺という 3 中心地区を中心に広範囲にわたっており、加えて、天満橋駅、野田駅の周辺や、鶴見区における大規模な SC であるイオンモール鶴見緑地が出店した地域にみられる。

また、大規模な SC の出店がなくても、ほとんどの主要駅周辺で、チェーン店の増加傾向が看取される。ただし、その中でも 10 軒以上増加したメッシュは、都心部の心齋橋駅や

京橋駅と、周辺部の北における新大阪駅などの主要駅周辺に集中している。さらに、大規模な SC と主要駅の大半は、都心部に集中しているために、主要道路沿線におけるチェーン店は、主に周辺部で分散している。しかし、第 4.2 図より、周辺部の主要道路沿線では、チェーン店の増加、変化なし、減少のメッシュが混在している。

第 4.3 表で各主要商業集積地におけるチェーン店の店舗数の変化を確認する。大規模な SC と主要駅周辺では、チェーン店が増加したことがわかるが、業種別の変化を詳しくみると、この 2 つの主要商業集積地間には、それぞれ差異がある。具体的に、大規模な SC ではチェーン店の専門料理店が 42 軒から 177 軒に大幅に増加し、主要駅周辺ではチェーン店の居酒屋等が 478 軒から 843 軒にほぼ倍増した。一方、主要道路沿線では、大規模な SC と主要駅周辺と比べ顕著なチェーン店の増加はみられない。たとえば、主要道路沿線におけるチェーン店は、716 軒から 834 軒に 16.5%増加し、業種を細かくみると、専門料理店と軽飲食店、居酒屋等には、多くの増加がみられず、一般飲食店は、196 軒から 197 軒へとほぼ無変化であるといえる。

次に、第 4.3 図の単独店の立地特性の変化をみる。単独店全体は、わずかな地域を除き、大阪市全域で減少する傾向がある。2000 年時点での 121~500 軒と 900 軒以上のカテゴリーのメッシュは、主に都心部の大阪・梅田駅周辺から難波・なんば駅周辺にかけての地域に卓越している。このような大量の単独店を有する地域において、2014 年になると店舗数の減少が顕著となった。たとえば、2000 年の大阪・梅田駅と難波・なんば駅の周辺には、900 軒以上のメッシュが連続して、単独店が極端に多く、煙突式な分布特徴が想像できる。前掲の第 4.2 表の北区と中央区の単独店の店舗数の変化を参考に、大阪・梅田駅と難波・

なんば駅の周辺で減少した店舗数は、他の区と比べ極めて多いと考えられる。

一方、単独店は、周辺部で減少の度合いがより大きく、特に主要道路沿線での減少が顕著である。たとえば、主要道路沿線では、都心部の主要駅周辺と比べ、店舗数が極端に集中する 경우가少なく、21～60軒と61～120軒のメッシュが分散していた。2014年には、21～60軒のメッシュで1～20軒程度への減少が、61～120軒のメッシュで21～60軒程度への減少がみられる。そして、主要駅周辺と主要道路沿線における単独店の業種を細かくみると、軽飲食店の減少は注目に値する。具体的には、主要駅周辺では、2,535軒から888軒へと大きな変化がみられる。同様に主要道路沿線でも1,533軒から404軒へと軽飲食店が大幅に減少した（第4.3表）。

以上のことから、主要商業集積地における飲食店の立地特性とその変化を整理すると、チェーン店は大規模なSCと主要駅周辺に立地する傾向を強めており、その中で専門料理店が大規模なSCで大幅に増加したことから、居酒屋等が主要駅周辺でほぼ倍増したことがわかる。他方、単独店の軽飲食店は、主要駅周辺と主要道沿線で大幅に減少する傾向にあることが看取される。

第4.2.4項 夜間人口と事業所との関連とその変化

2000年時点の大阪市の夜間人口は、周辺部で広範に分布する傾向にある。2010年になると、夜間人口の分布変化は、都心部での増加が顕著となった（第4.4図）。たとえば、大阪・梅田駅から心斎橋駅を經由し難波・なんば駅までの中心線を軸とし、東・西側において1,600人以上増加したメッシュは、多く集中している。すなわち、他の大都市と同様に、大阪市においても「人口の都心回帰」の現象が生じたことが確認できる。

これに対し、周辺部では、夜間人口が減少する傾向がある。特に、周辺部の南に位置する港区、大正区、西成区、生野区、住之江区、住吉区、東住吉区において減少したメッシュは、広範囲にわたっている。しかし、夜間人口の増減には、都心部と周辺部の間で顕著な差異があっても、2000年と2010年の大阪市における夜間人口分布に大きな変化はなく、いずれの年次においても8割以上の夜間人口が周辺部に分布している¹⁰¹⁾。この夜間人口の分布は、主要商業集積地に集中する飲食店の立地特性と必ずしも一致するわけではない。夜間人口と飲食店のチェーン店、単独店との相関係数を求めると、最も高い値であっても、チェーン店では一般料理店の0.14であり、単独店でも軽飲食店の0.34であることから、いずれかの相関係数も高くないといえよう（第4.4表）。

また、夜間人口分布とは異なって、2001年の事業所分布は、都心部に集中する傾向にある（第4.5図）。具体的には、前述した中心線およびその東・西側では、700軒以上のメッシュが連続して広く分布している。2014年には、120軒以上増加したメッシュは、周辺部の新大阪駅周辺以外に、その大半が国に指定された都市再生緊急整備地域に集中している。たとえば、大阪・梅田駅周辺とその南部の多く地域や、京橋駅周辺、難波・なんば駅周辺、天王寺・阿部野橋駅周辺は、いずれも都市再生緊急整備地域に位置している。一方、周辺部の東部に位置する旭区、城東区、東成区、生野区や、南部に位置する西成区、阿倍野区、住吉区、東住吉区などにおける事業所数は、広い範囲で減少傾向にある。そこで、2001年と2014年の事業所の分布は、各年次のチェーン店と単独店の分布とほとんど一致するため、単独店の遊興飲食店を除き¹⁰²⁾、いずれの業種においても統計的に有意で0.50以上の相関を示す（第4.4表）。すなわち、大阪市におけるチェーン店と単独店は、事業所分布との関

連性が極めて強いと考えられる。

以上のように、夜間人口は、2000年代以降の都心部での増加が顕著となったが、その大半が依然として周辺部に分布している。このような夜間人口の分布は、主要商業集積地に集中する飲食店の立地特性と必ずしも一致するわけではないことから、チェーン店と単独店との相関係数は高くない。これに対して事業所の分布変化には、都心部でより集中し、周辺部の広い範囲で減少傾向にある特徴がある。そこで、事業所の分布は、チェーン店と単独店の分布とほとんど一致するため、それらの間の関連性が極めて強い。

第 4.3 節 飲食店の立地特性変化の要因

前節において、大阪市では経営形態別・業種別の飲食店の立地特性とその変化に明確な相違がみられることがわかった。チェーン店の店舗数は、大阪市都心部で集中し、かつ増加する傾向にあるが、単独店の店舗数は、大阪市 24 区いずれの区においても減少している傾向が看取される。その結果は、チェーン店と単独店は、事業所分布との間で強い正の関連性を示す一方、夜間人口分布との空間的な関連性が弱いことを示す。また、チェーン店と単独店の立地特性の変化を業種別で詳しくみると、チェーン店では、専門料理店が大規模な SC で大幅に増加したことと、居酒屋等が主要駅周辺でほぼ倍増したことがわかる。そして、単独店の軽飲食店は、主要駅周辺と主要道路沿線で大幅に減少している。本節では、前節までに明らかになった分析結果を踏まえ、飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。

まず、都市再開発の実施¹⁰³⁾により、都心部における大規模な SC の新規出店がチェーン

店の増加に大きな影響を与えたということは、第3章で明らかにされたが、ここでも同様の傾向が認められた。たとえば、第4.5表の大阪・梅田駅周辺、難波・なんば駅周辺と天王寺・阿部野橋駅周辺といった3中心地区における飲食店の立地特性の変化を大規模なSCの内・外別でみると、大規模なSC内のチェーン店の増加率がその外を、はるかに凌駕していることがわかる。しかし、本節では、新規に出店した大規模なSCに限らず、既存の大規模なSCでも、チェーン店の増加に大きな寄与をしていることも指摘できる。

具体的に、天王寺・阿部野橋駅周辺における大規模なSC内では、2014年時点でのチェーン店の店舗数が大阪・梅田駅周辺と難波・難波駅周辺のそれと比べ少ないが、増加の幅が最高の7倍に達している（第4.5表）。2000～2014年で大規模なSCのあべのキューズモール（abeno CUES TOWN）の新規出店は、天王寺・阿部野橋駅周辺におけるチェーン店を増加させたと考えられる。これに加えて、第4.6表の既存の大規模なSCである天王寺ミオ(MIO)における経営形態別・業種別飲食店の統計を詳しくみると、2000年時点には、チェーン店で8軒、単独店で22軒があったが、2014年になると、チェーン店は27軒に急増したことに対し、単独店は6軒に大幅に減少した。これは、2000年代以降、天王寺ミオは、周辺の商業施設との競争激化や消費者ニーズの多様化に、より迅速かつ的確に対応するために、その館内の商業空間の増床、改装などを相次いで実施したため¹⁰⁴、単独店が減少し、チェーン店が増加したものと考えられる。

そして、3中心地区では、交通機関や、ビジネスビル、商業施設、高層マンションなどが多く集積していることから、事業所の従業者と商業施設の利用やビジネスの活動による流動人口が生じる。3中心地区における大規模なSCは、各消費者層（年齢層別や収入別、

職業別など)の多様な外食需要に対応するために、専門料理店の増加が顕著となったと考えられる。たとえば、第4.6表の天王寺ミオを例に、チェーン店の各業種の中では、専門料理店が、2000年時点での4軒から2014年時点での16軒へと多く増加した。

次に、チェーン店の増加は、新規と既存の大規模なSC以外に、主要駅周辺でも多くみられ、その中で居酒屋等がほぼ倍増したことが注目される。ここでは、居酒屋等という業種の立地特性を説明する。居酒屋等を利用する消費者層は主に会社員であると想定される¹⁰⁵⁾。前述したように、主要駅の大半は、都心部に集中し、事業所が多く分布する地域と一致する。『事業所・企業統計調査』(2001年)と『経済センサス基礎調査』(2014年)より、都心部6区において、2001年で全事業所数の43.7%(10.1万軒)、全従業者数の57.0%(131.6万人)、2014年で46.5%(8.9万軒)、57.2%(134.8万人)が集中していることがわかる。都心部における事業所数は、減少したものの、対大阪市の事業所数全体比が増加した。そして、従業者数と対大阪市の従業者数全体比は、いずれも増加する傾向にある。したがって、都心部では、膨大な居酒屋等の消費者層が存在しているといえる。

しかし、2000年代に入って、「モンテローザ」、「ワタミ」、「コロワイド」などの大企業は、より多くの消費者層をターゲットとするために、異なるチェーン名の居酒屋を、それぞれ差別化して出店している¹⁰⁶⁾。たとえば、「モンテローザ」の傘下の「白木屋(しろきや)」、「笑笑(わらわら)」という居酒屋チェーン店がターゲットする消費者層は、会社員以外に、学生や若い男女、ビジネスパーソンへと広げてきた。その結果、2000~2014年大阪市における主要な企業の居酒屋事業のチェーン店の出店変化をみると、「モンテローザ」は、16軒から65軒に、「コロワイド」は、22軒から30軒に、「ワタミ」は0軒から28軒に、そ

れぞれ増加した。

そして、「鳥貴族(とりきぞく)」は、全品均一料金の経営形式を採用し、2000年で7軒から2014年の64軒へと急速に店舗を増加させた。この経営形式は、他の居酒屋などのチェーン店にも模倣されて、多くのチェーン店を新規出店させるようになった¹⁰⁷⁾。たとえば、前述した「コロワイド」の傘下の「えこひいき」居酒屋チェーン店などがそれにあたる。したがって、このような大企業間の競争および新たな経営形式の出現が、チェーン店の居酒屋等のほぼ倍増の重要な要因の1つと考えられる¹⁰⁸⁾。

なお、主要駅周辺における単独店の居酒屋等は、この十数年間で店舗数が1,773軒から1,539軒に13.2%減少するが、単独店の他の業種と比べその減少の幅があまり大きくないといえよう(第4.3表)。したがって、居酒屋等という業種は主要駅周辺に指向して立地する特性が顕著であり、その中でチェーン店が増加し続ける傾向にあると考えられる。

最後に、単独店全体は、いずれの業種も大幅に減少した。これは、既往研究¹⁰⁹⁾で明らかになった結果によれば、コンビニエンスストアやスーパーマーケットで弁当・惣菜の販売や、料理品の宅配による中食の拡大や、経営者の後継者不足などは、単独店の存続に大きな影響を与えたことによるものと考えられている。本研究では、単独店の中でも軽飲食店が他の業種と比べ顕著な減少を示していることが明らかとなった。その要因の1つとしては、同業種のチェーン店の店舗展開による市場競争があげられる。たとえば、「スターバックス」、「ドトールコーヒー」、「タリーズコーヒー」などのカフェチェーン店は、全国各地に各自の店舗を積極的に展開している¹¹⁰⁾。大阪市においても、同様なカフェチェーン店の増加傾向がみられた。「スターバックス」、「ドトールコーヒー」、「タリーズコーヒー」と

いう全国チェーン名に限ってみると、2000～2014年大阪市におけるそれらのチェーン店は、順に3軒から33軒に、23軒から32軒に、0軒から15軒に、それぞれ増加した。したがって、単独店の軽飲食店の減少については、既往研究で明らかになった中食の拡大と経営者の後継者不足という要因以外に、同業種のチェーン店の店舗展開が与えた影響も大きいものと考えられる。

第4.4節 小括

日本の2000年代以降の外出産業の再編期は、全国レベルにおいて零細な単独店が大幅に減少し、従業者規模の大きなチェーン店が増加したことに特徴づけられる。京阪神大都市圏およびその中心市においても、同様な再編期の特徴がみられた。本章では、第3章の成果を踏まえ、京阪神大都市圏内の最大の中心市である大阪市を対象に、2000年と2014年の『タウンページ』に掲載された飲食店のデータを用いて、外出産業の再編期における飲食店の立地特性とその変化の要因を経営形態別・業種別で明らかにしてきた。

2000年代以降、大阪市における飲食店のチェーン店は、大阪市都心部で集中し、かつ再編期にさらに増加する傾向にあるが、周辺部では、区別によって増減の幅が異なっていた。単独店は、大阪市24区のいずれの区においても店舗数が大幅に減少したが、周辺部での減少が相対的に顕著であることが明らかとなった。

夜間人口は、2000年代以降の都心部での増加が顕著となったが、その大半が依然として周辺部に分布している。このような夜間人口の分布は、主要商業集積地に集中する飲食店の立地特性と必ずしも一致するわけではないことから、チェーン店と単独店との相関係数

は高くない。これに対して事業所の分布変化には、都心部でより集中し、周辺部の広い範囲で減少傾向にある特徴がある。ここでは、事業所の分布は、チェーン店と単独店の分布とほとんど一致するため、それらの間の関連性が極めて強いという結果を得た。

主要商業集積地における経営形態別・業種別飲食店の立地特性の変化をみると、チェーン店は、大規模な SC に立地する傾向を強めており、とりわけ 3 中心地区における大規模な SC で多く増加した。この要因は、大規模な SC の新規出店による立地場所の拡大と、既存の大規模な SC での商業空間の再編が、チェーン店の増加に大きな寄与をしているためと考えられる。そして、大規模な SC は各消費者層の多様な外食需要に対応するために、主要駅周辺と比べ、チェーン店の専門料理店の増加が顕著となったと考えられる。そして、居酒屋等という業種は、主要駅周辺に指向して立地する特性が顕著であると考えられる。その中でも、チェーン店の居酒屋等は 2000 年代以降ほぼ倍増している。このような増加傾向がみられる要因は、大手チェーン企業間の出店競争や、全品均一料金などの新たな経営形式の出現による影響が大きいと考えられる。さらに、単独店全体は、大阪市いずれの区においても大幅に減少した。特に、その中でも軽飲食店は主要駅周辺と主要道路沿線に顕著の減少がみられた。この要因には、同業種のチェーン店の拡大があげられる。したがって、外食産業再編期の大阪市における飲食店の立地特性の変化は、チェーン店が都心部で拡大し、単独店が大阪市全域で衰退したことに特徴づけられる。

チェーン店に対して単独店全体は、大阪市 24 区は、いずれの区においても大幅に減少した。特に、その中でも軽飲食店は主要駅周辺と主要道路沿線に顕著の減少がみられた。この要因については、既往研究で明らかになった中食の拡大と経営者の後継者不足という

要因以外に、同業種のチェーン店の店舗展開が与えた影響も大きいものと考えられる。

第5章 内郊外の吹田市における飲食店の立地特性変化

高度経済成長期の京阪神大都市圏の人口は、とりわけ大阪市を中心に高度に集中し、さらに大阪市と隣接した周辺市、つまり内郊外に拡大した。その結果、大阪市と周辺市の間で、広範の市街地連担地域が形成されたことは、一般的である。第2.2.2項で既述したように、大阪市を中心とした内郊外の都市では、いずれにおいても外食産業の再編現象がみられる。その中で吹田市は、京阪神大都市圏の内郊外の1つの都市として位置づけられるが、同構造内の他の都市と比べて内郊外と外郊外の二面性を持つという地域的な特徴が顕著である。

本章では、既往研究の成果を踏まえ、大阪市の北に隣接した吹田市を対象として取り上げて、再編期における経営形態別・業種別飲食店の立地特性とその変化要因を解明することを目的とする。本章の構成は、まず第5.1節で吹田市における南の平野部と北の丘陵部の範囲を設定し、各主要商業集積地の選定を説明する。次に第5.2節では吹田市の飲食店の変化を概観したうえで、経営形態・業種別飲食店の立地特性変化と、夜間人口と事業所との関連とその変化を詳細に分析し、第5.3節は飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。最後に第5.4節で、本章で得られた知見をまとめる。

第5.1節 対象地域

吹田市は、地形的特徴により、南の平野部と北の丘陵部に大別できる。第5.1.1項ではそれぞれの範囲を設定する。そして、第5.1.2項では、吹田市の各主要商業集積地の選定

とその理由を説明する。

第 5.1.1 項 南の平野部と北の丘陵部

本章では、『吹田市第 3 次総合計画』に掲載された市域の区分を参考に、6 つのブロックを南の平野部と北の丘陵部に大別した。南の平野部は、豊津・江坂・南吹田地域、JR 以南地域、片山・岸部地域の 3 つのブロックからなる。北の丘陵部は、千里山・佐井寺地域、山田・千里丘地域、千里ニュータウン・万博・阪大地域という丘陵地形を主とする 3 つのブロックから構成される（第 5.1 図）。

南の平野部では、大阪市と隣接した立地条件の良さなどを背景に、商業・業務施設、マンションなどが主要駅周辺で集積している。一方、北の丘陵部における千里ニュータウンなどの大規模な住宅地では、人口の高齢化や住宅の老朽化などの問題を抱えているが、住宅の建替え・改修により、良好な住環境の保全と育成を図る再生事業が進んでいる。そこで、吹田市は、南と北によって、地域的な特徴が異なっている。このことから、吹田市における飲食店の立地特性の変化は、南の平野部と北の丘陵部で大きな差異があることが推察される。

第 5.1.2 項 主要商業集積地の選定

吹田市における主要商業集積地の選定に関しては、第 2.3.3 項で設定した主要駅周辺、主要道路沿線、ショッピングセンター（以下、SC）に、関西大学正門周辺を加える。

まず、主要駅では、江坂駅は、大阪市営地下鉄（現在の大阪メトロ）初の大阪市外駅であり、1970 年に地下鉄御堂筋線の延伸整備とともに開業した。現在の江坂駅の周辺は、商業・業務地に特化し、吹田市と大阪府北部の中心地区と位置づけられる¹¹¹⁾（第 5.1 図）。

JR 吹田駅は、1924 年に現在の位置に移転してから、その周辺では、旭通りをはじめとする複数の商店街と、産業道路（大阪府道 14 号）沿線の片山商店街が、それぞれ形成されたため、古くから吹田市の商業の中心地として発展した。そこで、2 つの主要駅周辺では、吹田市域内で他の鉄道駅と比べ、飲食店の集中が顕著であると考えられる。そして、本研究は、江坂駅と JR 吹田駅の周辺を具体化するために、それぞれの中心点から半径 500m を対象範囲とした。

次に、本章の主要道路沿線については、国土数値情報の『1995 年道路第 1.1 版』に掲載された吹田市の一般国道、一般府道、主要地方道いずれの中心線から左右 100m を対象範囲とした。他方、吹田市における SC は、日本ショッピングセンター協会の『都道府県別・政令指定都市別・市町村別 SC 一覧』（2015 年）に掲載された 9 軒を対象とする。ただし、そのうち 2 軒が前述した江坂駅と JR 吹田駅の周辺に 1 軒ずつ立地したため、これらは SC から除外した。

最後に、関西大学（千里山キャンパス）の正門から、阪急関西大前駅に至るまでの商店街が、関西随一の学生街である¹¹²⁾。ここでの飲食店の消費者の中心が大学生であると考えられることから、主要駅周辺、主要道路沿線、SC と比べ、消費者層に大きな差異が存在する。そして、現地調査により、飲食店を含む商業施設は、第 5.1 図で示した学生街以外でも多く立地している。関西大学の正門を中心とした半径 500m の対象範囲には、前述した学生街とそれ以外の飲食店を含んでいる。

第 5.2 節 吹田市における飲食店の立地特性の変化

本節では、吹田市とその南の平野部と北の丘陵部における飲食店の店舗数の変化を把握したうえで、経営形態・業種別飲食店の立地特性変化と、夜間人口と事業所との関連とその変化を詳細に分析する。

第 5.2.1 項 吹田市における飲食店の変化の概要

前述したように吹田市は、南の平野部と北の丘陵部によって、地域的な特徴が異なるために、第 5.1 表は、吹田市全域、南の平野部、北の丘陵部別と、それらの主要商業集積地で、飲食店の店舗数と増減率をそれぞれ示したものである。2000～2014 年の吹田市全域では、チェーン店は、200 軒から 235 軒へと 16.9%増加し、単独店は、1,202 軒から 599 軒へと半減した。このことにより、吹田市では、チェーン店の増加傾向と単独店の大幅な減少という再編現象が NTT『タウンページ』のデータでも確認できる。また、飲食店が吹田市全域に対して主要商業集積地に立地する割合をみると、2000 年と 2014 年のチェーン店と単独店は、いずれも高い割合で維持されている。たとえば、チェーン店は 2000 年で 87.5%、2014 年で 89.4%、単独店は 74.8%と 80.6%である。そこで、吹田市における飲食店は、主要商業集積地で集中しているという立地特性を持つことが認められる。

また、南の平野部で飲食店が主要商業集積地に立地する割合をみると、2000 年時点では、チェーン店で 93.5%、単独店で 81.6%となっている。これに対し、同時点の北の丘陵部のそれは、チェーン店で 74.2%、単独店で 57.1%である。南・北の間でチェーン店と単独店は、約 20%以上の差をそれぞれ有した。このことにより、南の平野部における飲食店は、北の丘陵部と比べ、主要商業集積地でより集中しているといえる。これは、北の丘陵部におけ

る飲食店の多くは、住宅地などで分散している可能性が大きいと考えられる。しかし、2014年に入ると、北の丘陵部での飲食店でも、主要商業集積地で集中する傾向にある。たとえば、チェーン店は、2000年の74.2%から2014年の81.1%に、単独店は、57.1%から70.2%に、拡大した。以上のことは、吹田市における飲食店の立地特性は、主要商業集積地で集中していることが認められるが、南の平野部と北の丘陵部に差異があることを示唆している。

第5.2.2項 経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化

本項では、主要商業集積地における飲食店の立地特性とその変化を把握すると同時に、経営形態別・業種別の店舗数の変化を比較する。そして、ここでは、吹田市における主要商業集積地の位置的な特徴を説明する。江坂駅とJR吹田駅とそれらの周辺範囲は南の平野部に、関西大学正門周辺とSC全体は北の丘陵部に、それぞれ位置している（第5.1図）。なお、第5.2表で示したように、主要道路沿線を南の平野部と北の丘陵部で区分した。

まず、主要商業集積地においてチェーン店の立地特性とその変化を確認する。チェーン店が5軒以上出店したメッシュは、2000年時点で南の平野部での江坂駅とJR吹田駅の周辺と、北の丘陵部での関西大学正門周辺や、北端でのSCのディオス北千里などで、分布していた（第5.2図）。2014年になると、3軒以上増加したメッシュは、JR吹田駅周辺より、江坂駅周辺で多く集中している。一方、北の丘陵部におけるチェーン店が増加したメッシュの分布は、南の平野部と比べ分散している。具体的に、チェーン店の店舗数は、関西大学正門周辺で最も増加し、SCが立地したところで増加する傾向にある。なお、吹田市全体からみると、主要道路沿線では、チェーン店の増加、変化なし、減少のメッシュが混在し

ている。

第 5.2 表のチェーン店が各主要商業集積地での店舗数の変化をみる。2000 年時点のチェーン店は、江坂駅周辺、JR 吹田駅周辺に、77 軒、18 軒がそれぞれ立地した。この 2 駅は、主要駅周辺であっても、一様にチェーン店が多く集中したのではない。江坂駅周辺におけるチェーン店の店舗数が JR 吹田駅の 4 倍以上となったために、江坂駅周辺でチェーン店の立地が、卓越していると理解できる。2014 年になっても、両駅のチェーン店が同様に 25% 前後で増加し、相変わらず 4 倍の差を保持している。しかし、江坂駅周辺のチェーン店の業種を細かくみると、居酒屋等は、2000 年の 14 軒から 2014 年の 31 軒へと倍増したことに特徴がある。

北の丘陵部での関西大学正門周辺と SC におけるチェーン店は、店舗数が南の平野部での主要駅周辺と比べ少ないが、その増加率が顕著である。注目に値するのは、関西大学正門周辺でチェーン店の居酒屋等が、2000 年の 1 軒から 2014 年の 7 軒へと多く増加したということである。この点は、異質的な主要商業集積地である江坂駅周辺に共通していると考えられる。SC では、2000 年の 13 軒から 2014 年の 21 軒へと 61.5% 増加した。その増加率は、北の丘陵部における関西大学正門周辺に次いで高い。主要道路沿線は、南・北での増減率が、それぞれ -11.5% と -8.8% であり、いずれの地域においても、大きな変化がみられない。そして、業種別をみると、2000～2014 年の専門料理店の変化は、SC で 6 軒から 10 軒に増加した一方、主要道路沿線（北の丘陵部）で 14 軒から 9 軒へと減少した。

次に、単独店の立地特性とその変化をみることにする。2000 年に単独店が 11 軒以上立地したメッシュは、主に南の平野部を中心に広く分布し、江坂駅と JR 吹田駅の周辺には連

続している（第 5.3 図）。このような多くの単独店が立地したところでは、2000～2014 年の単独店の減少が最多である。たとえば、第 5.3 図から、2000 年に単独店が顕著に集中した江坂駅と JR 吹田駅の周辺では、2014 年になると 11 軒以上減少したメッシュが多く分布していることがみられる。一方、北の丘陵部においては、単独店は 2000 年時点で主に 10 軒以下のメッシュが広範囲にわたっているために、店舗数が南の平野部と比べ多くないといえる。そこで、2014 年に入っても、北の丘陵部での単独店の減少があまり顕著ではなく、1～5 軒減少したメッシュは多数である。

主要商業集積地における単独店の変化をみると、SC では、チェーン店が増加しただけではなく、単独店も 17.6%で増加したために、SC は唯一の単独店が増加した主要商業集積地である（第 5.2 表）。しかし、店舗数が単独店全体に占める割合が極めて小さい。続いて、関西大学正門周辺は、単独店の減少率が最小であり、一般飲食店を除く他の業種の店舗数の変化がほぼ横ばいである。これらに対し、多くの単独店が集中した主要駅周辺と主要道路沿線では、それぞれの店舗数が 40%以上で大幅に減少した。業種別で詳しく見ると、江坂駅と JR 吹田駅という主要駅周辺では、居酒屋等の変化が他の業種と比べて安定している。たとえば、JR 吹田駅周辺の単独店の居酒屋等が、2000 年と 2014 年いずれの年次でも、25 軒の店舗数を維持している（第 5.2 表）。

以上のことから、吹田市の主要商業集積地におけるチェーン店は、江坂駅周辺で大量に集中し、SC と関西大学正門周辺での増加率が高いことがみられる。しかし、チェーン店の居酒屋等は、主要商業集積地の類型にかかわらず、江坂駅周辺と関西大学正門周辺で、顕著に増加した。専門料理店は、SC で増加したのに対し、主要道路沿線で逆に減少した。さ

らに、単独店は、主要駅周辺と主要道路沿線で大幅に減少した。

第 5.2.3 項 夜間人口と事業所との関連とその変化

まず、2000 年時点の吹田市における夜間人口は、南の丘陵部と比べ北の丘陵部でより集中する。特に、4,500 人以上のメッシュは、北の丘陵部での千里ニュータウンやイズミヤ千里丘（2000～2014 年に出店した SC）の西部で連続して分布している。2000～2010 年の吹田市全体の夜間人口は、34.8 万人から 35.6 万人へと増加した。第 5.4 図から、これらの増加した夜間人口は、北の丘陵部で万博公園の周辺で集中し、その中でイズミヤ千里丘の北東部と、南の平野部での江坂駅周辺で広範囲にわたって著しく増加する傾向にあるといえる。この夜間人口増加の要因については、これらの地域での戸建て・大規模なマンションの建設によるものと考えられる。

そして、2000 年と 2010 年夜間人口と、チェーン店、単独店との相関係数をみる。2010 年時点のチェーン店と単独店の全業種の数値は、2000 年時点のそれより、高くなる傾向にある。これは、チェーン店と単独店が集中する江坂駅周辺で、前述した夜間人口の増加によるところが大きいと考えられる。しかし、全市域でみると、夜間人口分布は、主要商業集積地で集中した飲食店の立地特性と必ずしも一致するわけではない。最も高い値でも、単独店では専門料理店の 0.27 であることから、夜間人口と飲食店との相関係数も高くないといえよう（第 5.3 表）。

次に、2001 年の事業所分布は、夜間人口分布と異なって、南の平野部で集中する傾向にある（第 5.5 図）。具体的には、事業所 200 軒以上のメッシュの大半は、南の平野部での江坂駅と JR 吹田駅の周辺で連続して広く分布している。2000～2014 年の事業所の分布変化

をみると、北の丘陵部の大半では、1~25軒増加したメッシュが広範囲に分布し、逆に、南の平野部には、減少したメッシュが多くある。つまり、南と北の間に、鮮やかなコントラストが形成した。しかし、2014年の事業所分布の特徴に、基本的に2000年のそれと変わりはない。なお、単独店の軽飲食店は大幅に減少し、この変化に呼応し、2014年の時点で事業所分布との相関係数が0.37に縮小した（第5.3表）。しかし、単独店の軽飲食店を除き、2001年と2014年の事業所の分布は、各年次のチェーン店と単独店の分布と大体一致する。多くの業種は統計的に有意で0.50左右の相関を保持している。すなわち、吹田市におけるチェーン店と単独店は、事業所分布との関連性が強いと考えられる。

第5.3節 飲食店の立地特性変化の要因

前節において、吹田市では経営形態別・業種別の飲食店の立地特性とその変化を検討した。南の平野部における飲食店は、北の丘陵部と比べ主要商業集積地でより集中している。その結果、飲食店は、事業所分布との間で強い正の関連性を示した。一方、夜間人口分布との関連性は、2014年時点で若干強くなるが、未だに低下している。

チェーン店と単独店の立地特性の変化を詳しくみると、チェーン店は、南の平野部での江坂駅に多く集中し、北の丘陵部でSCと関西大学正門周辺の増加率が高い。チェーン店の業種別を細かくみると、居酒屋等は、主要商業集積地の類型にかかわらず、江坂駅周辺と関西大学正門周辺で、顕著に増加するという立地傾向が確認された。専門料理店は、SCで増加したのに対し、主要道路沿線で逆に減少した。一方、単独店は、主要駅と道路沿線で大幅に減少した。本節では、前節までに明らかになった分析結果を踏まえ、吹田市におけ

る飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。

まず、江坂駅周辺は、前述したように吹田市と大阪府北部の中心地区として、商業施設やオフィスビル、マンションなどが大量に集中している。そして、江坂駅と JR 吹田駅の 1 日当たりの乗降客数を比較すると、2002～2014 年の江坂駅と JR 吹田駅は、9.0 万人以上と 0.8 万人前後を、それぞれ保持している¹¹³⁾。つまり、江坂駅は、その 1 日当たりの乗降客数が JR 吹田駅の 12 倍程度であり、通勤や集客で重要な役割を果たしていると考えられる。さらに、居酒屋等の主要な消費者層が「会社員」であると想定されることから、チェーン店の居酒屋等が、江坂駅周辺で倍増したのは当然ともいえる。

しかし、本章では、学生街（商店街）という性格を持つ関西大学正門周辺においても、同様にチェーン店の居酒屋等が多く増加したことも指摘できる。その要因としては、以下の 2 点が挙げられる。1 点目に、大学生も、重要な居酒屋の消費者層である。長島・荒波¹¹⁴⁾によれば、調査対象の大学生 120 名に対する飲酒者の割合は、約 90%である。そのうえ、北田¹¹⁵⁾は、大学生の飲酒場所としては、「居酒屋」が全体の約半分を占めている約 52%だと指摘された。

2 点目の要因は、関西大学正門周辺では、建築物の用途制限による影響が小さいことである。吹田市には、複数の大学が存在しているが、その中で、大学キャンパスの敷地面積が最も大きな大学は、関西大学と大阪大学（一部が茨木市にある）である（第 5.1 図）。関西大学は、在籍の学生数が大阪大学より多い¹¹⁶⁾、既存の市街地に立地したために、その周辺の建築物の用途制限が、千里ニュータウンと万博記念公園に隣接した大阪大学より、厳しくないといえる。したがって、関西大学正門周辺は、大学生のような膨大な外食需要

と最も近い出店場所であると考えられる。

次に、北の丘陵部におけるチェーン店の専門料理店は、SCで増加したのに対し、主要道路沿線で逆に減少したという点について、検討する。第5.1節で既述したように、北の丘陵部の多くは、住宅地に特化して開発されたために、商業集積地の形成に対し厳しい規制を受けている。具体的に、『2018年吹田の都市計画』に掲載された用途地域の分布図をみると、北の丘陵部は、万博記念公園以外に、概ね「第1・2種の低層・中高層住居専用地域」である。つまり、「第1・2種の低層・中高層住居専用地域」に指定された地域では、最大の床面積でも、1,500m²までの一定条件の店舗や事務所等が建てられる。他方、商業集積が形成しやすい地域と考えられる「近隣商業地域」または「商業地域」は、北の丘陵部で分散している。その中で、北の丘陵部での主要道路沿線に覆う「近隣商業地域」（建物の延べ床面積規制がない）は、SCのアザール桃山台以南の新御堂筋沿線とSCのイズミヤ千里丘店の周辺の道路沿線にある。そこで、北の丘陵部での主要道路沿線の大半では、ロードサイド型の飲食店の出店が、厳しい規制を受けていると考えられる。

そして、『平成29年版吹田市統計書』に掲載された「主要路線の車両交通量（平日）」で北の丘陵部における9つの観測地点から得られた結果をみると、2005～2015年の変化は、万博記念公園の周辺（5つの観測地点の合計値）で13.4万台から12.0万台に、千里ニュータウン（2つの観測地点の合計値）で1.7万台から1.3万台に、関西大学の西で4,512台から3,379台に、それぞれ減少し、イズミヤ千里丘店の南で1.2万台を維持している。したがって、北の丘陵部での主要道路沿線におけるチェーン店の減少は、厳しい出店の規制を受けているうえ、車両交通量が減少する傾向にあることによるものであるといえる。

さらに、SCの新規出店とともに、チェーン店、特に業種別の専門料理店が、多く増加したことは、前章で明らかにされたが、ここでも同様の傾向が認められた。しかし、内郊外の多くの都市は、第2.2.2項で述べたように、中心市である大阪市との間で市街地連担地域が形成されたのみならず、それらの間でも市街地が連担した。そのため、隣接した都市の主要商業集積地が与える影響は無視できない。具体的には、豊中市域内の千里ニュータウンに立地した千里中央駅（江坂駅と同路線）周辺は、千里ニュータウンの中心地だけではなく、豊中市の北部の中心地として計画的に開発されている。この地域では、大規模な商業施設や金融機関、マンションなどが多く集中するようになった。これにより、千里中央駅周辺の商圈は吹田市の北の丘陵部などに及ぶ可能性があると推測できる。したがって、北の丘陵部では、チェーン店の専門料理店は、主要道路沿線から、SCまたは市域外に移転する傾向にあると考えられる。

最後に、吹田市の単独店は、主に南の平野部における主要駅と主要道路沿線で大量に集中した。業種別の変化をみると、居酒屋等という業種は、第4章で指摘したように、主要駅周辺に指向して立地する特性が顕著であるが、単独店と比べ、チェーン店の方は増加し続ける傾向にあると考えられる。そして、南の平野部での主要駅周辺と主要道路沿線における居酒屋等以外の業種は、大幅に減少した。これは、再編期における単独店は、少子高齢化の進行による後継者不足や、弁当・惣菜がコンビニエンスストアやスーパーマーケットで販売され始めたこと、経済不況により遊興飲食などへの支出が減少したことなどにより、大幅に減少したと考えられる。

第 5.4 節 小括

2000 年代以降に大阪市を中心とした内郊外の都市では、いずれにおいても外食産業の再編現象がみられる。本章では、南・北の地域的な特徴が顕著であると考えられる吹田市を対象とし、この地域的な特徴に従い、南の平野部（大阪市と隣接）と北の丘陵部（大阪府と離れている）に大別したうえ、各主要商業集積地を定義した。これに基づいて、再編期の吹田市における経営形態別・業種別飲食店の立地特性とその変化の要因を明らかにした。

まず、吹田市における飲食店の変化については、チェーン店は、南の平野部で多く集中し、北の丘陵部での増加率が最も高いという地域別の差異が認められた。単独店は、吹田市全域で大幅に減少した。ただし、吹田市の南の平野部における飲食店は、北の丘陵部と比べ主要商業集積地でより集中している。その結果、飲食店は、事業所分布との間で強い正の関連性を示した。一方、夜間人口分布との関連性は、2014 年時点で若干強くなるが、未だに低下している。

また、主要商業集積地における経営形態別・業種別飲食店の立地特性の変化をみると、南の平野部における江坂駅周辺は、JR 吹田駅周辺と比べ、商業施設やオフィスビル、マンションなどがより集中し、膨大な消費者層が存在しているために、チェーン店が多く集中したと考えられる。一方、北の丘陵部については、関西大学正門周辺での大学生の飲食店の需要が高いことと、複数の SC が新規に出店したことは、チェーン店の増加に大きな寄与をしたといえる。なお、北の丘陵部におけるチェーン店の専門料理店は、主要道路沿線から、SC または市域外に移転する傾向にあると考えられる。業種別の立地特性変化をみると、チェーン店の居酒屋等は、江坂駅周辺と、学生街という性格を持つ関西大学正門周辺で、

顕著に増加したということである。これは、大学生は会社員と同様に居酒屋等の重要な消費者層であると考えられる。

さらに、単独店は、吹田市の地域的な特徴に応じ、南の平野部で多く集中し、北の丘陵部で分散した。再編期においては、既往研究の結果と同様に、ほぼ全体が大幅に減少したが、単独店が多く集中した南の平野部では、単独店の減少が顕著である。

第6章 外郊外の和歌山市における飲食店の立地特性変化

外郊外の範囲には、計画的に開発された大規模な住宅地など以外に、県庁所在都市のような既存の地方核都市も存在している。その中で和歌山市は、大阪市との実質的な地理的距離は大きいものの、大阪市に対する通勤流動は外郊外に位置する他の県庁所在都市と比較してより明確であると考えられる。したがって、外郊外の和歌山市と内郊外の吹田市は、大阪市を中心市とした京阪神大都市圏の空間的な体系を形成する適切な組合せの1つであると考えられる。

2000年代以降の和歌山市は、大阪市と吹田市と同様に、顕著な外食産業の再編現象がみられる。しかし、和歌山市では、郊外型の商業施設が多く立地する中で、中心商業地の衰退が顕著となった。このことは、大阪市と吹田市でみられない和歌山市の地域的な特徴であると考えられる。これによって、和歌山市における飲食店の立地特性変化に対する考察の結果には、大阪市と吹田市と、大きな差異が存在すると考えられる。

本章では、既往研究の成果を踏まえ、京阪神大都市圏の外郊外である和歌山市を対象地域として、外食産業の再編期における経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化の要因を解明する。本章の構成は、まず第6.1節で和歌山市における中心部とその周辺の郊外の範囲を設定し、各主要商業集積地の選定を説明する。次に第6.2節では和歌山市の飲食店の変化を概観したうえで、経営形態・業種別飲食店の立地特性変化と、夜間人口と事業所との関連とその変化を詳細に分析し、第6.3節は飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。最後に第6.4節で、本章で得られた知見をまとめる。

なお、本章の対象期間は、分析時点で、2014年の『経済センサス』が公表されていないことから、2000年と2010年である。

第6.1節 対象地域

和歌山市は、大阪市と吹田市と異なり、農地や山地などの非市街地化の地域が広範にわたっているため、市街地が進んだ中心部とその周辺の郊外部に大別できる。第6.1.1項ではそれぞれの範囲を設定する。そして、第6.1.2項では、和歌山市の各主要商業集積地の選定とその理由を説明する。

第6.1.1項 中心部と郊外部

本章では、『1999年和歌山市都市計画マスタープラン』に掲載された市域の8つの区分を、中心部と郊外部に大別した。和歌山市の中心部は、中心部地域という1つのブロックを指す。郊外部は、臨海部地域、北西部地域、北部地域、北東部地域、東部地域、南東部地域、南部地域の7つのブロックからなる（第6.1図）。

1990年代以降の和歌山市は、産業の海外進出や、需要低迷、人口減少・少子高齢化などにより、社会・経済的な状況に大きく変化が生じた。和歌山市の中心部では、商業の空洞化に直面している一方、郊外部では、ロードサイド型の商業施設が集中する傾向にある。これは、和歌山市における飲食店の立地特性の変化は、中心部と郊外部に大きな差異があることを示唆している。

第6.1.2項 主要商業集積地の選定

和歌山市における主要商業集積地の選定に関しては、第2.3.3項で設定した主要駅周辺、

主要道路沿線、ショッピングセンター（以下、SC）に、ぶらくり丁周辺域、アロチ地区を加える（第 6.1 図）。

まず、ぶらくり丁周辺域は、ぶらくり丁商店街やオフィスビル、行政・金融機関などが含まれる市の中心地区である¹¹⁷⁾。ただし、ぶらくり丁周辺域に鉄道駅が存在していない点は、大阪市と吹田市の中心地区に差異がある。そして、アロチ地区は、和歌山県の最大の歓楽街として、スナックなどをはじめとする遊興飲食店が多数集中している。アロチ地区の範囲については、公的資料がみられないことから、『角川日本地名大辞典』を参考にして、当地区の範囲を特定した。

次に、主要駅については、JR 和歌山駅と南海和歌山市駅は、JR 西日本の阪和線（大阪市内の JR 天王寺駅までを結ぶ）と、南海電鉄の南海本線（大阪市内のなんば駅までを結ぶ）の和歌山市域内におけるそれぞれのターミナル駅である。JR 和歌山駅と南海和歌山市駅の周辺範囲は、それぞれの中心とした半径 500m の範囲とした。

最後に、主要道路沿線は、市全域の一般国道、一般県道、主要地方道とし、各道路の中心線から左右 100m を対象範囲とした。主要道路の中心線左右 100m バッファを設定すると、主要道路沿線上に立地する大部分の飲食店を捕捉することができる。そして、和歌山市における SC は、日本ショッピングセンター協会の『2015 年都道府県別・政令指定都市別・市町村別 SC 一覧』に掲載された 5 軒を対象とする、現地調査で明らかとなった 2 軒を SC に加えた。ただし、そのうちの 3 軒が主要商業集積地の JR 和歌山駅とぶらくり丁周辺域に位置したため、これらは SC から除外した。

第 6.2 節 和歌山市における飲食店の立地特性の変化

本節では、和歌山市と、中心部と郊外部における飲食店の店舗数の変化を把握したうえ、経営形態・業種別飲食店の立地特性変化と、夜間人口と事業所との関連とその変化を詳細に分析する。

第 6.2.1 項 和歌山市における飲食店の変化の概要

第 6.1 表は、和歌山市全域と、主要商業集積地で、飲食店の店舗数と増減率を示したものである。飲食店の店舗数が市全域に対して主要商業集積地に立地する割合は、2000 年で 76.6%、2010 年で 79.3%となっている。店舗数自体は大幅に減少しているものの、主要商業集積地に集中するという立地特性に変わりはない。

同様の期間で経営形態別に飲食店の増減率を詳しくみると、単独店は市全域で-41.3%、主要商業集積地で-40.0%とそれぞれ減少している。ところが、チェーン店は市全域で-4.1%であるのに対して、主要商業集積地で 4.4%の増加となっている。つまり、和歌山市の飲食店は市全域で見ると、チェーン店と単独店が共に減少しているが、主要商業集積地に限れば、単独店こそ市全域と同様に減少しているものの、チェーン店に関しては増加する傾向を読み取ることができる。したがって、本章では、主要商業集積地を中心に、飲食店の立地特性とその変化を考察する。

第 6.2.2 項 経営形態・業種別飲食店の立地特性とその変化

本項では、和歌山市における飲食店の立地特性とその変化を把握すると同時に、主要商業集積地ごとの飲食店の店舗数の年次変化を比較する。

まず、チェーン店の立地特性とその変化をみると、チェーン店が 7 軒以上出店したメッ

メッシュは、2000年時点でぶらくり丁周辺域、アロチ地区、JR和歌山駅、南海和歌山市駅の主要商業集積地で集中していた（第6.2図）。2010年の場合、3軒以上減少したメッシュは、前述した主要商業集積地で減少する一方、1軒以上増加したメッシュは、北部地域と北東部地域に立地したSCやぶらくり丁周辺域から南部地域に延びる主要道路沿線で広範に分布している。主要商業集積地であっても、一様に飲食店が増加しているのではなく、既存の商業集積地であるぶらくり丁周辺域では飲食店のチェーン店が減少し、主要道路沿線やSCなどの新たに形成された商業集積地では増加していると理解できる。

2000～2010年のチェーン店が主要商業集積地での店舗数の変化をみると（第6.2表）、ぶらくり丁周辺域、アロチ地区、JR和歌山駅、南海和歌山市駅は、いずれにおいても、約20%以上の大幅に減少がみられる。すなわち、これらの地域では、チェーン店が本格的に減少したといえよう。しかし、ぶらくり丁周辺域などに対し、チェーン店は主要道路沿線とSCで増加していることがわかる。たとえば、主要道路沿線の専門料理店は57軒から81軒に、SCの一般料理店は7軒から15軒に、それぞれ増加している。一方、中心部での主な主要商業集積地では、JR和歌山駅の居酒屋等がわずかながら増加しているものの、ぶらくり丁周辺域の専門料理店が16軒から10軒に減少した。

次に、単独店の立地特性とその変化をみてみることにする。2000年に単独店が12軒以上立地したメッシュは、市の中心部に広く分布していた（第6.3図）。これらの地域では、2014年に入ると、単独店の減少が最も顕著である。たとえば、2000年に単独店が多く集中したぶらくり丁周辺域、アロチ地区、JR和歌山駅、南海和歌山市駅では、2014年に4軒以上減少したメッシュが多く分布していることがみられる。第6.2表を確認すると、ぶらくり

り丁周辺域は、単独店が 345 軒から 198 軒へと 42.6%減少した。そして、和歌山県の最大の歓楽街であるアロチ地区では、業種別の遊興飲食店は 502 軒から 279 軒に大きく減少した。さらに、チェーン店の増加がみられた主要道路沿線でも、単独店は大幅に店舗数を減らしており、その中でも一般飲食店は 202 軒から 103 軒にほぼ半減したことがみられる。

しかし、単独店の業種を細かくみると、専門料理店と居酒屋等の増減は注目に値する。たとえば、ぶらくり丁周辺域の専門料理店は 57 軒から 58 軒と店舗数の増減にほとんど変化がない。同様に JR 和歌山駅の居酒屋等も 36 軒から 37 軒と大きな変化がみられない（第 6.2 表）。つまり、単独店が大幅に減少する中で、ぶらくり丁周辺域では専門料理店が、JR 和歌山駅では居酒屋等がそれぞれの店舗数を維持している。

以上から、主要商業集積地における飲食店の立地特性とその変化を整理すると、チェーン店の主体を成す一般飲食店と専門料理店は、中心地区（ぶらくり丁周辺域）などで減少し、郊外部の主要道路沿線とショッピングセンターで増加する傾向にあった。一方、単独店は店舗数を大きく減らしながらも中心地区とその周辺に集中する立地特性を維持していた。また、居酒屋等は経営形態にかかわらず、主要駅周辺に集中する傾向がみられた。

第 6.2.3 項 夜間人口と事業所との関連とその変化

和歌山市の夜間人口分布は、2000 年時点で 1,601 人以上のメッシュが、中心部から郊外の北部地域まで広範に及ぶ傾向にある。これに対し、北西部地域、北東部地域、東部地域、南東部地域は、いずれの地域においても、山地が多いために、これらの地域では、1～800 人メッシュが多く分布し、夜間人口があまり多くない。2010 年時点の夜間人口分布は、わずかの地域（和歌山大学周辺にあるふじと台という大規模な住宅地）を除き、2000 年時点

とほとんど変わりはない（第 6.4 図）。このように夜間人口分布は主要商業集積地に集中する飲食店の立地と必ずしも一致するわけではない。確かに夜間人口と飲食店との相関係数を求めてみると、最も高い値であっても、チェーン店¹¹⁸⁾では居酒屋等の 0.27 であり、単独店でも軽飲食店の 0.34 であることから、いずれも相関係数は低く両者には相関が認められない（第 6.3 表）。

2001 年の事業所分布をみると、101 軒以上のメッシュは、中心部、特にぶらくり丁周辺域で集中する傾向にある（第 6.5 図）。中心部以外の郊外部では、主に 1~50 軒のメッシュが分布していた。2009 年には、かつて事業所が多く集中したぶらくり丁周辺域とその周辺では、26 軒以上減少したメッシュが集中している。しかし、2000~2010 年にかけてのチェーン店の一般飲食店と専門料理店は、ぶらくり丁周辺域とその周辺で減少する一方、郊外部に新たに立地したため、事業所分布との関連性は低下した。ただし、前掲第 6.3 表によると、単独店がぶらくり丁周辺域とその周辺で集まっているという特性は持続しており、単独店の中でも 2000 年時点の軽飲食店は事業所分布との相関係数が 0.81 と強い相関を示している。

以上のように、和歌山市における夜間人口は、2000 年代以降に依然として中心部から郊外の北部地域までの範囲に分布している。このような夜間人口の分布は、主要商業集積地に集中する飲食店の立地特性と必ずしも一致するわけではないことから、チェーン店と単独店との相関係数は高くない。これに対し、ぶらくり丁周辺域で集中している事業所が、飲食店との間の関連性は、チェーン店と単独店によって異なる。

第 6.3 節 飲食店の立地特性変化の要因

前節で分析した結果により、再編期の和歌山市における飲食店のチェーン店と単独店の立地特性とその変化に明確な相違が認められた。具体的には、チェーン店の主体を成す一般飲食店と専門料理店は、既存の商業集積地であるぶらくり丁周辺域で減少し、主要道路沿線と SC のような新たに形成された商業集積地に立地した。その結果、チェーン店と事業所分布との関連性は低下した。その一方、単独店は大きく減少しながらもぶらくり丁周辺域に集中する立地特性には変化がみられなかった。また、居酒屋等は、経営形態にかかわらず、JR 和歌山駅の周辺に集中するという立地傾向が確認された。

本節では、以上の分析結果を踏まえ、飲食店の立地特性とその変化の要因を考察する。まず、チェーン店に着目すると、一般的に客席の稼働率（回転率）を重視するという経営特性を持つ¹¹⁹⁾。この客席の稼働率を確保するために、チェーン店は、歩行者や車の通行量が多い地点を選択して立地する傾向があると考えられる。2000 年代には、ぶらくり丁周辺域の商店街では歩行者通行量（平日と休日の平均）が 2000 年の 3.9 万人から 2010 年の 1.7 万人に激減した¹²⁰⁾ のに対して、主要道路である一般国道、一般県道、主要地方道の 24 時間自動車類交通量（平日と休日の平均）の合計値は、2005 年で 188.5 万台、2010 年で 187.5 万台となっている。つまり、主要道路沿線では、ぶらくり丁周辺域などと比べ、流動人口の変化があまりみられない。

また、大規模小売店舗法（大店法）の廃止と大規模小売店舗立地法（大店立地法）の施行によって、2000～2010 年の間でメッサオークワガーデンパーク和歌山店、シティワカヤマ、イズミヤスーパーセンター紀伊川辺店という 3 軒の SC が進出した（第 6.1 図）。つま

り、チェーン店の一般飲食店と専門料理店が、新たに形成された主要道路沿線と SC という 2つの主要商業集積地に新規出店したことが、この時期のチェーン店の増加に大きな寄与をしている。

続いて単独店に着目すると、単独店は 2000 年代に大きく減少したが、その背景には少子高齢化の進行による後継者不足¹²¹⁾ や、弁当・惣菜の販売や、料理品の宅配による中食が拡大し始めたこと¹²²⁾ が考えられる。さらに、経済不況や労働者の収入減少¹²³⁾ によって、遊興飲食などへの支出が減少したことも重要であろう。たとえば、各種の風俗施設が大量に集まるアロチ地区では、スナックを中心とする遊興飲食店が前節で示した通り大幅に減少した。

また、2010 年の単独店と事業所分布（2009 年）との相関係数はチェーン店に比べて高いが（第 6.3 表）、事業所はぶらくり丁周辺域に集まって分布する傾向が明瞭である。具体的には、ぶらくり丁周辺域を覆う 5 つの 500m メッシュには、商業施設、オフィスビルや行政・金融機関などが集積し、2001 年で全従業者数の 11.3%（2.0 万人）、2009 年で 9.6%（1.8 万人）が分布している。つまり、ぶらくり丁周辺域では勤務する従業者や営業活動で当域を訪れる従業者が多いことから、会食や接待のような多様な外食需要が喚起される¹²⁴⁾。そのことが、ぶらくり丁周辺域での専門料理店の集中が維持される重要な要因の 1 つと考えられる。

チェーン店は立地環境や市場の変化を考慮して、店舗の立地において単独店との間で差別化を図っていることを第 1.3.3 項で言及した。本章においても、この差別化の傾向が認められた。しかし、例外的に居酒屋等の業種は、経営形態にかかわらず、JR 和歌山駅に集

中し続けるという立地傾向がみられた。この点は、第4章の大阪市の研究で得られた結果と一致する。『2013年外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査』によれば、「会社員」は、居酒屋や酒場などの消費者層全体の72%を占めている。これは、チェーン店と単独店の居酒屋等を利用する消費者層が主に会社員であると想定される¹²⁵⁾。

また、ターミナル駅としての機能を持つJR和歌山駅と南海和歌山市駅の1日当たりの乗降客数を比較してみると、2000～2010年のJR和歌山駅は、4.0万人/日の水準を保持しているのに対し、南海和歌山市駅では、2000年の2.4万人/日から2010年の1.8万人/日に24.1%減少した¹²⁶⁾。JR和歌山駅は通勤や集客で重要な役割を果たしていることに対し、南海和歌山市駅の乗降客数とぶらくり丁周辺域などの商店街での歩行者通行量は共に激減した。したがって、チェーン店と単独店の居酒屋等はいずれも最大のターミナル駅であるJR和歌山駅に集中し続ける傾向にあると考えられる。

第6.4節 小括

前述のように、2000年代以降の外食産業の再編期は、全国における零細な単独店が大幅に減少し、従業者規模の大きなチェーン店が増加したことに特徴づけられる。外郊外の地方核都市である和歌山市は、大阪市を中心とした京阪神大都市圏の空間的な体系の一環として位置づけられる。しかも、2000年代以降の和歌山市でも顕著な外食産業の再編現象が生じた。本章では和歌山市を対象地域として、飲食店を経営形態別・業種別で分類し、2000年代の再編期における飲食店の立地特性とその変化の要因を総合的に検討した。本章の見解は以下のように整理される。

まず、飲食店の減少の中心は単独店であり、チェーン店は主要商業集積地で増加した。そして、夜間人口の分布は、主要商業集積地に集中する飲食店の立地特性と必ずしも一致するわけではないことから、チェーン店と単独店との相関係数が高くない。これに対し、事業所と飲食店の間の関連性は、チェーン店と単独店によって異なる。

次に、外食産業の再編期における飲食店の立地特性変化とその要因には、チェーン店の一般飲食店と専門料理店が、主要道路沿線と SC に新規出店したことが考えられる。単独店も大きくその店舗数を減少させながらもぶらくり丁周辺域などに集まる立地特性を保持した。そのうち、事業所分布との関連性が最も高い単独店の専門料理店は、ぶらくり丁周辺域に集中する傾向が強い。このような傾向がみられる要因は、当域で勤務する従業者や営業活動で当域を訪れる従業者が多いと考えられる。

さらに、飲食店の経営形態にかかわらず、チェーン店と単独店の居酒屋等は、JR 和歌山駅に集中し続ける立地傾向が認められた。この立地要因には、居酒屋等が JR 和歌山駅を利用する通勤者を主要な消費者層としていることが挙げられる。

第7章 京阪神大都市圏における2000年以降の飲食店の立地特性変化

本研究では、日本における2000年代以降の外食産業の再編期は、全国的に零細な単独店の大幅な減少と従業者規模の大きなチェーン店の増加に特徴づけられることを、京阪神大都市圏を対象として実証的に明らかにしてきた。そして、本研究の目的は、この再編期において、より具体的に、飲食店の立地特性変化が大都市圏の中で、どのように生じたのかを解明しようとするものである。このことは、人文地理学の中の都市地理学、商業地理学、そして大都市圏研究において、事業所の立地に関わる重要な研究課題の1つであるといえる。

本章では、第3章から第6章までの分析結果を踏まえ、この間の京阪神大都市圏の空間構造の変化の視点から、中心市、内郊外、外郊外に対応する各事例都市の経営形態別・業種別飲食店の立地特性変化を、夜間人口や事業所の空間的分布や主要商業集積地との関係から体系的に明らかにする。

第7.1節 再編期の京阪神大都市圏における飲食店の立地特性変化

第1.3.1項で述べたように、高度経済成長期以降、都市化、郊外化の階段を経た日本の大都市圏は、従来のクラッセンのモデルが想定した逆都市化の階段に入ったわけではなく、1990年代後半以降は、大都市圏の中心市の「人口の都心回帰」によって、再集中化という階段に変化したといわれる¹²⁷⁾。ここでの再集中化は大都市圏内において地域差がみられ、この間の人口や事業所の変化が、中心市の中の都心部と周辺部、あるいは郊外においても

異なっている。このような 1990 年代後半以降の大都市圏内における社会・経済的な構造変容が、この時期に対応する外食産業の再編現象に大きく関連していると推測される。それゆえ、大都市圏の再集中化の進展の観点から飲食店の立地特性変化を理解する必要がある。

本研究の第 3 章では、2000 年代以降の外食産業再編期の特徴が顕著にみられた京阪神大都市圏を対象地域とし、小地域である 500m メッシュの統計データで表章された飲食店の店舗数と従業員規模（1 店舗当たり従業員数）を用いて、飲食店の立地特性とその変化の要因を明らかにした。

その結果、従業員規模の大きな飲食店が京阪神大都市圏の中心市の都心部と郊外全体で広範囲に展開していることが認められた。そして、これまで飲食店の立地が卓越していた大阪市、神戸市、京都市の 3 つの中心市の都心部では、店舗数が大幅に減少したことが明らかにされた。その現象をより詳細にみるために、「店舗数」と「従業員規模」を被説明変数とする負の二項分布回帰分析を適用し、その結果から、事業所と夜間人口が集中した地域においては、飲食店の店舗数が多くなるが、これらの地域での飲食店の従業員規模は必ずしも拡大するとはいえないことが明らかとなった。そして、従業員規模の拡大傾向は、主要商業集積地である複数の駅がある地域（大半は中心市に位置する）と SC（大半は郊外全体に位置する）で認められた。これによって、外食産業の再編現象の発生は、大都市圏の中心市における複数の駅がある地域での大幅な単独店の減少と、郊外における SC の出店によるチェーン店の増加に起因していることが推測された。

しかし、これらの結果は、資料の制約から、500m メッシュ単位での店舗数と従業員規模の 2 被説明変数のみの変化による、京阪神大都市圏全体の飲食店の立地特性変化に関する

推測にとどまるものである。たとえば、飲食店の立地が卓越している中心市の複数の駅がある地域では、単独店が多く減少し、相対的に従業者規模の拡大がみられることは明らかとなったが、経営形態別飲食店でのチェーン店、単独店の違いや、一般飲食店、専門料理店、軽飲食店、居酒屋等、遊興飲食店といった業種別飲食店の立地特性の変化は判然としない。

したがって、第4～6章では、京阪神大都市圏の中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外の3つに対応する大阪市、吹田市、和歌山市を対象として、NTT『タウンページ』に掲載されたすべての飲食店データから、経営形態別・業種別に基づいて再編期の飲食店の立地特性変化を明らかにした。次節では、第4～6章で得られた結果から、京阪神大都市圏における再編期の飲食店の立地特性変化の全体像を、京阪神大都市圏の再集中化の議論と関連させながら明らかにする。

第7.2節 大都市圏の空間構造からみる再編期の飲食店の立地特性変化

第1.3.1項で述べたように、1990年代後半以降の大都市圏内の多くの都市は、中心市（都心部と周辺部）、内郊外（中心市と隣接した都市）、外郊外（中心市と遠隔した都市など）の3つ空間構造に応じて、それぞれの社会・経済的な変化が異なる。そのため、再編期における飲食店の立地特性変化は、これらの大都市圏の空間構造に対応して、大きな差異がみられることが示唆される。本研究の第4～6章では、京阪神大都市圏の3つの空間構造に対応する代表都市として、大阪市、吹田市、和歌山市を対象地域として取り上げ、それぞれの再編期における飲食店の立地特性変化を明らかにした。さらに、再編期の京阪神大

市圏の3つの空間構造における飲食店の立地特性変化の全体像および地域差をみるために、本節では、第4～6章で統計・集計した2000年代以降の経営形態別・業種別の飲食店の店舗数、事業所数、夜間人口に基づき、飲食店の立地特性変化の模式図を作成する（第7.1図）。京阪神大都市圏の3つの空間構造によって、各事例都市の飲食店の店舗数と事業所数、夜間人口の絶対数は大きく異なる。したがって、この模式図の表示に関しては、各事例都市の飲食店の店舗数と事業所数、夜間人口の変化の度合いによる。ただし、次節では、各事例都市における飲食店の立地特性変化を詳細に説明するために、第4～6章の図・表を引用したり、具体的な数値を提示したりすることにする。

まず、京阪神大都市圏の最大の中心市である大阪市における飲食店の立地特性変化をみると、チェーン店は、都心部の3中心地区（大阪・梅田駅、難波・なんば駅、天王寺・阿部野橋駅の周辺）で大幅に増加するが、周辺部においては区によってその変化が異なることが明らかになった。大阪市の3中心地区では、都市再開発と呼応して都市空間が再編され、大規模な商業施設などの進出した結果、多くのチェーン店の立地場所が創出された。このことは、都心部では、全市の半分以上を占める事業所が集中しているために、飲食店の需要が高まったためと考えられる。一方、大阪市の周辺部に関しては、北部では、新大阪駅を中心とした業務地区が連担的に形成されているのに対し、東部と南部に位置する区の多くでは、住工混在した地域の衰退によるインナーシティ問題が顕著に現れている。したがって、周辺部におけるチェーン店の立地特性変化は、中心市である大阪市の周辺部にあっても均一ではなく区によって大きく異なっている。

また、2000年代以降の大阪市における夜間人口の変化には、都心部と周辺部の間で顕著

な差異があった。都心部では夜間人口の増加がみられ（すなわち「人口の都心回帰」）、周辺部の区では、増加した地域と減少した地域が不均一に存在していた。しかし、大阪市の都心部で「人口の都心回帰」が生じて、夜間人口の分布特徴としては、大阪市の周辺部で依然として広く分布している。そのため、飲食店の分布は夜間人口との空間的な関連性が必ずしも強くない。そして、大阪市の事業所の変化については、特に都心部の中心地区では大幅に増加し、周辺部では、夜間人口の変化と同様に、増加または減少した地域が混在している。ただし、飲食店の分布特徴は、事業所のそれとほぼ一致し、強い空間的な関連性を示す。これらの夜間人口と事業所の空間的な変化と、飲食店の変化の関係は、第7.1図の中に示した中心市のように模式化される。

1990年代後半以降の大都市圏の再集中化において、中心市においても夜間人口と事業所の変化の状況は一樣でない。都心部では夜間人口と事業所の増加とともに、飲食店のチェーン店の増加がみられた。その一方、周辺部では、夜間人口と事業所の増減変化と連動して、チェーン店の増加または減少がみられることが明らかとなった。

次に、吹田市は、第4章で述べたように、大阪市を中心市とした内郊外の臨海部と内陸平野部の都市と比べ、南の平野部（大阪市と隣接）と北の丘陵部（大阪市と離れている）という地形的特徴を有すために、市域全体としては内郊外に含まれるが、北の丘陵部は、外郊外的な性格を持っている。

再編期における吹田市の飲食店の立地特性変化については、チェーン店の増加は、中心地区（江坂駅周辺）と北の丘陵部にみられる。中心地区では、大阪市と隣接した立地条件の良さと土地区画整理事業などの影響を受けて、商業・業務施設やマンションが集中し、

これに対応してチェーン店が多く出店したと考えられる。しかし、中心地区を除く南の平野部では、チェーン店がほぼ変化していない。一方、北の丘陵部では、新たな主要商業集積地の形成や既存の主要商業集積地の変化（学生街）によって、チェーン店が多く増加する傾向にあると考えられる。

また、2000年代以降の吹田市における夜間人口と事業所が増加したところは、主に南の平野部の中心地区と北の丘陵部にある。中心地区を除く南の平野部では、夜間人口と事業所は減少する傾向にある。そして、飲食店と事業所は、いずれも特に中心地区で多く集中しているために、それらの間で強い空間的な関連性を示した。しかし、飲食店の分布は、夜間人口が北の丘陵部で分布した特徴と異なり、夜間人口との空間的な関連性が強くない。

なお、吹田市における夜間人口と事業所の変化は、南の平野部の中心地区と北の丘陵部で増加し、逆に中心地区の周辺かつ中心市と隣接した地域（若干インナーシティ性格を持つ）で減少した特徴がある（第7.1図の中の内郊外）。すなわち、大都市圏の内郊外に位置した吹田市域の大半は、夜間人口と事業所が増加したために、これに対応し、チェーン店は広範囲で増加したと考えられる。

最後に、外郊外に含まれる既存の地方核都市である和歌山市の飲食店の立地特性変化を概観する。和歌山市が中心市の大阪市や内郊外の吹田市と最も異なる点は、チェーン店が中心部とその中心地区（ぶらくり丁周辺域）で減少した点にある。これは、人口の減少・少子高齢化や産業衰退によって、中心部での商業の空洞化に直面し、チェーン店までもが撤退したことによるものと考えられる。一方、和歌山市の郊外部では、市街地化が進んだ大阪市と吹田市と比べ、工場跡地や農地などが多いことから、ロードサイド型の商業施設

の出店場所が広範囲に存在している。したがって、和歌山市において増加したチェーン店の多くは、郊外部の新たに形成された主要商業集積地で集中している。

また、和歌山市における飲食店全体は、中心部で集中する立地特性を維持しているために、郊外部で多く分布した夜間人口との空間的な関連性があまり強くない。そして、和歌山市での飲食店と事業所との空間的な関連性は、前述した中心市の大阪市、内郊外の吹田市と同様に、強い空間的な関連性を示している。しかし、和歌山市の中心部では、事業所の減少とともに、チェーン店も減少した。唯一、郊外部で新たに形成された主要商業集積地でチェーン店の増加がみられる（第7.1図の中の外郊外）。

以上の大都市圏の空間構造を構成する中心市、内郊外、外郊外に対応する事例都市として取り上げ、大阪市、吹田市、和歌山市の3都市の比較から、2000年代以降の京阪神大都市圏における外食産業の再編現象は、大都市圏の空間構造に従って、以下のように要約することができる。なお、単独店は、いずれの都市においても全国の傾向と同様に、大幅に減少したために、特に、チェーン店の立地特性変化に注目することにする。

京阪神大都市圏における飲食店の立地特性変化を模式化した第7.1図をみると、中心市、内郊外、外郊外という順に、チェーン店、夜間人口、事業所は、基本的にこれらの中で連動して変化していることが看取される。中心市の都心部では、夜間人口と事業所の増加とともにチェーン店が増加し、周辺部では、区によって夜間人口と事業所が増減する地域差がみられた。内郊外の中心市に近い地域の場合、中心地区で夜間人口と事業所の増加に対応してチェーン店が増加し、中心地区以外の地域では夜間人口と事業所が減少し、チェーン店の変化が停滞している。次の内郊外の中心市から遠い地域では、夜間人口と事業所が

増加し、チェーン店が増加した。最後の外郊外の中心部では、夜間人口と事業所が減少し、チェーン店も減少し衰退している。一方、その郊外部では、夜間人口は減少するものの、多くの事業所を含む新たな主要商業集積地の形成などによってチェーン店の増加がみられた。

これらのことから、まず、チェーン店の変化は、夜間人口、事業所の変化（つまり社会・経済的な変化）と大きく関連しているという推測を検証することができた。次に、中心市、内郊外、外郊外におけるチェーン店の変化は、一様ではなく、各事例都市において地域差がみられる。最後に、再編現象が発生したところについて、チェーン店の増加と単独店の減少のような絶対的な再編現象は、基本的にチェーン店、夜間人口、事業所が増加した各地域に存在した。ただし、チェーン店が変化なしまたは減少した地域では、単独店の減少幅がより大きいことから、相対的な再編現象が生じたことが認められた。

2000年代以降の外食産業の再編期においては、第3～6章で述べたように、少子高齢化の進行による後継者不足や、コンビニエンスストアやスーパーマーケットで弁当・惣菜の販売や、料理品の宅配による中食の拡大、経済不況により遊興飲食などへの支出の減少（和歌山市の結果）、同業種のチェーン店による競争などが、単独店の存続に大きな影響を与えたことが考えられている。この傾向は、京阪神大都市圏全体でみられるが、大都市圏の空間構造に対応して、夜間人口と事業所が増加した地域では、飲食店が増加するが、それらはもっぱらチェーン店に限定されていたといえる。

第 7.3 節 主要商業集積地の経営形態別・業種別の飲食店の立地特性変化の差異

前節では、中心市、内郊外、外郊外における飲食店の立地特性変化は、1990 年代後半以降の大都市圏の再集中化の階段にみられる夜間人口と事業所の変化と大きく関連していることが明らかになった。しかし、第 4～6 章での事例都市を対象とした結果から、チェーン店と単独店のいずれも、主要商業集積地で多く集中あるいは存続するという立地特性を持っていることを確認できた。そのため、2000 年と 2014 年のいずれの年次でも、飲食店の分布は、夜間人口と比べて中心地区や主要商業集地で集中した事業所との空間的な関連性が強いと考えられる。そして、第 1.3.2 項と第 1.3.3 項で指摘したように、SC、主要駅周辺、主要道路沿線という 3 つの主要商業集積地の分布は、大都市圏の空間構造により地域差がある¹²⁸⁾。そのうえ、飲食店のチェーン店と単独店といった経営形態別に加え、業種別は、ターゲットとなる消費者層に差異が存在し、これに対応してその立地場所も異なる。したがって、本節では、以上の結果を踏まえ、主要商業集積地別と飲食店の経営形態別・業種別に基づいて、大都市圏の空間構造に対応する各事例都市における再編期の飲食店の立地特性変化とそれらの相違点・共通点を、具象化することにする。

まず、中心市の都心部の中心地区では、新規と既存の大規模な SC に出店したチェーン店の専門料理店が大幅に増加した。これは、前節で述べたように、都市再開発の実施により、大阪市の 3 中心地区（大阪・梅田駅、難波・なんば駅、天王寺・阿部野橋駅の周辺）では大規模な商業施設の進出・改修や複合機能を有する高層ビルの建設が進み、都市の空間が再編されたために、チェーン店やその他の事業所が進出する場所が拡大したのみならず、会社員や流動人口（すなわち消費者）も増えてきた。そして、大規模な SC は各消費者

層の多様な外食需要に対応するために、チェーン店の専門料理店の増加が顕著となったと考えられる（第 4.5 表・第 4.6 表）。

また、中心市の都心部では、多くの主要駅が集中し、それらの周辺でのチェーン店の居酒屋等の増加が顕著となった。第 4 章で述べように、居酒屋等を利用する消費者層は主に会社員（つまり鉄道の通勤者）であると想定される。そのため、チェーン店と単独店のいずれの居酒屋等は、主要駅周辺に指向して立地する特性が顕著であると考えられる。その中でも、チェーン店の居酒屋等は 2000 年代以降ほぼ倍増している（第 4.3 表）。このような増加傾向がみられる要因は、大手チェーン企業間の出店競争や、全品均一料金などの新たな経営形式の出現による影響が大きいと考えられる。なお、大阪市の主要駅周辺における業種の軽飲食店が、チェーン店の増加と単独店の大幅な減少という経営形態間でのコントラストは、注目された（第 4.3 表）。これは、既往研究で明らかになった中食の拡大と経営者の後継者不足などの要因以外に、第 4 章で指摘したように、同業種の大手チェーン企業の店舗展開が与えた影響も大きいものと考えられる。

さらに、中心市の周辺部では、都心部と比べ大規模な SC や主要駅が少ないことから、チェーン店が主に主要道路沿線で集中しているが、ここでのチェーン店全体およびその業種別は、顕著な変化がみられない。前節で述べたように、大阪市の周辺部においては、北部では、新大阪駅を中心とした業務地区が連担的に形成されているのに対し、東部と南部に位置する区の多くでは、住工混在した地域の衰退によるインナーシティ問題が顕著に現れている。したがって、主要道路沿線におけるチェーン店の立地特性変化は、周辺部において地域差があり、増加した地域と減少した地域が混在している（第 4.2 図）。第 4 章では、

各区の主要道路沿線における飲食店の経営形態別・業種別の立地特性変化について詳細に検討していなくても、増加した地域と減少した地域の間で増減の相殺によって、主要道路沿線全体のチェーン店とその業種に、顕著な変化がみられない。たとえば、主要道路沿線におけるチェーン店は、716 軒から 834 軒に 16.5%増加し、業種を細かくみると、専門料理店と軽飲食店、居酒屋等には、多くの増加がみられず、一般飲食店は、196 軒から 197 軒へとほぼ無変化であるといえる（第 4.3 表）。

次に、内郊外の中心地区では、主要駅周辺でのチェーン店の居酒屋等が倍増した。この要因は、前の中心市の都心部で検討したものとほぼ一致する。吹田市の中心地区としての江坂駅周辺では、市域の他の地域と比べて商業・業務施設などがより集中し、多くの会社員などが存在しているために、チェーン店の居酒屋等が多く集中したと考えられる。そして、中心地区を除く南の平野部では、主要駅の JR 吹田駅周辺と主要道路沿線（南の平野部）でのチェーン店の増減が停滞傾向にある（第 5.2 表）。これは、前節で述べたように、大阪市と隣接した南の平野部（中心地区を除く）では、夜間人口と事業所は減少する傾向にあるのみならず、既存市街地で小規模な工場の撤退や人口高齢化による若干インナーシティ特性を有していることや、もう 1 つの主要駅である JR 吹田駅の乗降客数の減少¹²⁹⁾ などによって、チェーン店の増加に大きな影響を与えている。そして、2000～2014 年の主要道路沿線（南の平野部）のチェーン店では、絶対数は少ないものの、一般料理店は 10 軒から 7 軒に減少し、専門料理店は 16 軒から 17 軒へとほぼ変化はみられない（第 5.2 表）。

また、内郊外での中心市から遠い地域における SC の新規出店とともに、チェーン店の専門料理店が増加したことが、前述した大阪市でみられた。そして、学生街（商店街）で

は、チェーン店の居酒屋等が多く増加したことがみられた。前述したように、居酒屋等は、主要駅周辺に指向して立地する特性が顕著である。しかし、関西随一の学生街¹³⁰⁾である関西大学正門周辺のチェーン店の居酒屋等は、主に大学生をターゲットしている。したがって、チェーン店の居酒屋等は、主要商業集積地の類型にかかわらず、主要駅周辺や大学前の学生街（商店街）で、顕著に増加するという立地傾向が確認された（第 5.2 表）。

最後に、外郊外の中心部では、既存の主要商業集積地でのチェーン店の一般飲食店と専門料理店が多く減少した。これは、前節で述べたように、1990 年代後半以降の和歌山市の中心部では、人口減少、少子高齢化、商業の空洞化という社会・経済的な変化によるものである。たとえば、和歌山市の中心地区であるぶらくり丁周辺域と、主要駅としての JR 和歌山駅と南海和歌山市駅の周辺は、いずれにおいてもチェーン店の一般料理店と専門料理店が多く減少したことがみられた（第 6.2 表）。

しかし、チェーン店が変化なしまたは減少した地域では、単独店の減少幅がより大きい場合、相対的な再編現象が生じたことが認められた。前述した和歌山市の中心部の中心地区、南海和歌山市駅と JR 和歌山駅の周辺では、チェーン店が減少したが、中心部のもう 1 つの主要商業集積地であるアロチ地区（和歌山県の最大の歓楽街）では、スナックなどをはじめとする単独店の遊興飲食店が、2000～2010 年で 502 軒から 279 軒へとほぼ半減した（第 6.2 表）。その結果、和歌山市の中心部では、アロチ地区での単独店の減少の割合と減少した絶対数のいずれもが、中心地区と 2 つの主要駅周辺でのチェーン店のそれらより大きい。したがって、和歌山市の中心部は、京阪神大都市圏の空間構造の中で、相対的な再編現象が生じた典型的な地域の 1 つであるといえよう。

そして、中心部での飲食店全体は大幅に減少したものの、その中の居酒屋等は、チェーン店と単独店という経営形態にかかわらず、主要駅の JR 和歌山駅周辺に集中する傾向がみられた。たとえば、2000～2010 年の JR 和歌山駅周辺におけるチェーン店と単独店の居酒屋は、絶対数は少ないものの 6 軒から 8 軒に、36 軒から 37 軒に、それぞれ微増した（第 6.2 表）。これは、外郊外の主要駅周辺でも、前述した居酒屋等は、主要駅周辺に指向して立地する特性を有していることが認められた。

さらに、外郊外の郊外部では、新たに形成された主要商業集積地でのチェーン店の一般飲食店と専門料理店が増加した。これは、前節で述べたように、和歌山市の郊外部では、市街地化が進んだ大阪市と吹田市と比べ、工場跡地や農地などが多いことから、ロードサイド型の商業施設の出店場所が広範囲に存在しているによるものである。そして、和歌山市の郊外部では、2000 年代の主要道路の自動車類交通量に大きな変化はみられない。なお、大規模小売店舗法（大店法）の廃止と大規模小売店舗立地法（大店立地法）の施行によって、2000～2010 年の間で 3 軒の SC が進出した。すなわち、チェーン店の一般飲食店と専門料理店が、主要道路沿線と SC という 2 つの新たに形成された主要商業集積地に新規出店したことは、再編期の外郊外の郊外部でのチェーン店の増加に寄与している（第 6.2 表）。

本研究の第 3 章では、小地域である 500m メッシュ統計データの飲食店の店舗数と従業員規模の変化と回帰分析によって、外食産業の再編現象の発生は、大都市圏の中心市における複数の駅がある地域での大幅な単独店の減少と、郊外における SC の出店によるチェーン店の増加に起因していることが推測された。これを踏まえ、第 4～6 章では、京阪神大都市圏の中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外の 3 つに対応する大阪市、吹田市、和歌山

市を対象として、NTT『タウンページ』に掲載されたすべての飲食店データから、主要商業集積地における経営形態別・業種別の飲食店の立地特性変化を明らかにした。この第4～6章の事例検証で得られた結果は、上述した第3章の推測を確認できたうえ、大都市圏の中心市、内郊外、外郊外という空間構造で、飲食店の立地特性変化とそれらの相違点・共通点を、明らかにした。

まず、中心市、内郊外、外郊外での再編現象は、基本的にチェーン店の増加によるものである(第7.1図)。しかし、各地域では、チェーン店が増加した場所と、その中の増加した業種および増加の割合は、一様でなく、顕著な地域差がみられた。たとえば、中心市では、多くの事業所や従業員が集中したために、主要駅周辺でのチェーン店の居酒屋等が大幅に増加し、業種の軽飲食店の場合、単独店が大幅に減少する中でチェーン店が増加した。そして、新規出店した内郊外のSCは、各消費者層の外出需要を満足するために、他の業種と比べチェーン店の専門料理店が多い。さらに、外郊外では、SC以外に、自動車利用者を対象としたロードサイド型の飲食店(その中でチェーン店の一般料理店や専門料理店の比率が高い)が主要道路沿線で多数立地する。なお、相対的な再編現象が生じた地域は、中心市、内郊外、外郊外のいずれにおいても存在しているが、その中で外郊外の中心部では、単独店の遊興飲食店が大幅に減少したために、相対的な再編現象が顕著である。

次に、大都市圏での飲食店の立地特性変化の共通点については、1つ目は、中心市、内郊外、外郊外のいずれにおいても、主要駅周辺でのチェーン店の居酒屋等が増加傾向にあることである。これは、主要駅は該当地域における鉄道通勤者などが唯一な集散の点であるために、その中で居酒屋等の主要な消費者層と考えられる会社員が主要駅周辺に多く集

中してくる。大手チェーン企業間で、より多くの消費者をターゲットするための出店競争によって、主要駅周辺では、チェーン店の居酒屋等が増加傾向にあると考えられる。

そして、2つ目は、中心市の都心部の主要駅周辺に位置する大規模なSC（延床面積2万㎡以上）と、主に内郊外、外郊外の道路沿いに出店したSCでは、チェーン店の専門料理店に多くの増加がみられたことである。第1.2.2項で述べたように、SCが出店した場所が多様化する傾向にあるが、来店の各消費者層（年齢層別や性別、収入別、職業別など）の多様な外食需要を同時に満足するために、一般的には、SCに進出したチェーン店の専門料理店が高い割合を占める。

以上のように、再編期の飲食店の立地特性変化は、京阪神大都市圏の中心市、内郊外、外郊外といった空間構造に対応する大阪市、吹田市、和歌山市で顕著な地域差が認められた。そして、本研究は、主要商業集積地別と飲食店の経営形態別・業種別によっては、具体的な地域的な差異を明らかにしたのみならず、都市あるいは主要商業集積地別とかかわらず、特定の業種のチェーン店の立地特性変化に、共通点があることを明らかにした。

第8章 結論

2000年代以降の日本の外食産業の核心である飲食店の動向は、店舗数の減少と従業者規模の拡大に特徴づけられる。その背景は、全国の零細な単独店が市場から多く淘汰されるなかで、従業者規模の大きなチェーン店が増加し続けることにある。それゆえ、本研究では、2000年代以降を「外食産業再編期」と位置付け、その再編が顕著にみられた京阪神大都市圏を対象に、飲食店の立地特性の変化を明らかにした。

まず、再編期における飲食店の立地特性変化は、主に都市別の社会・経済的な変化や、飲食店が最も集中している主要商業集積地の変化、飲食店の経営形態別・業種別の差異、という3つの側面の影響を受けていると考えられる。したがって、これらに対応して第2章では、対象地域の選定の体系性、主要商業集積地の設定の統一性、飲食店の分類の系統性に関し、既往研究でほぼみられなかった研究方法を使用した。

対象地域の選定の体系性については、大都市圏の拡大により、特に外郊外の都市の性格は、内郊外の都市と比べ多様性を持つようになった。本研究では、大都市圏の空間構造の特徴のすべてを最大限度包含するために、京阪神大都市圏の中心市（都心部と周辺部）、内郊外、外郊外に対応する代表都市として、大阪市、吹田市、和歌山市をそれぞれ取り上げた。

また、主要商業集積地の設定の統一性に関しては、基本的に各事例都市で主要駅周辺、主要道路沿線、ショッピングセンターという3つの主要商業集積地を対象とし、いずれの事例都市においても同一の基準で主要商業集積地の範囲を設定した。

そして、本研究では、飲食店の分類の系統性については、個々の飲食店を、基本的に経営形態別（チェーン店、単独店）と業種別（一般料理店、専門料理店、軽飲食店、居酒屋等、遊興飲食店）という2つの属性から分類した。この系統的な分類によっては、飲食店の再編現象の詳細を確認できるうえに、飲食店の立地特性の変化を具象化できると考えたからである。

さらに、本研究の第4～6章の飲食店のデータについては、市区町村やそれよりも細かい空間単位での飲食店の詳細な分類のデータは、『経済センサス』に表章されていないことから、飲食店の分類の系統性を実現するために、本研究では、NTT『タウンページ』を用いた。店舗情報が詳細な『タウンページ』からOCR¹³¹⁾で飲食店のデジタルデータに転換し、地番を含む店舗住所にアドレスマッチングを適用して、GISで個々の飲食店の空間的位置をポイントデータとして特定した。その店舗数は、大阪市で60,820軒（2000年で39,386軒、2014年で21,434軒）、吹田市で2,236軒（2000年で1,402軒、2014年で834軒）、和歌山市で5,699軒（2000年で3,528軒、2010年で2,171軒）にのぼる。このような膨大な飲食店のポイントデータを用いることではじめて、飲食店と主要商業集積地との空間的接近性と、どの種類の飲食店がどこで集中傾向にあるのかを空間的より正確に把握することができる。このデータの収集・作成と活用方法は、本研究の特徴の1つであるといえる。

次に、第3～6章では、前述した研究方法と飲食店の空間・属性データに基づき、再編期における飲食店の立地特性変化を詳細に分析した。本研究の知見は以下のように整理することができる。

第7.1図に示した模式図によると、京阪神大都市圏内の都市の社会・経済的な変化は、

その空間構造に対応する中心市、内郊外、外郊外によって大きく異なり、飲食店の再編現象に顕著な地域差があることを確認することができる。たとえば、チェーン店の増加と単独店の減少のような絶対的な再編現象は、大阪市の都心部と吹田市の丘陵部、和歌山市の郊外部でみられた。チェーン店が変化なしまたは減少し、単独店が大幅に減少したという相対的な再編現象は、大阪市の周辺部と吹田市の平野部の局所で確認できた。しかし、和歌山市の中心部全体では、単独店の減少の度合いと減少した絶対数のいずれもが、チェーン店のそれらより大きいことから、京阪神大都市圏の空間構造の中で、相対的な再編現象が生じた典型的な地域の1つとなった。

また、2000年代以降の京阪神大都市圏における主要商業集積地の変化とともに、チェーン店の立地特性変化には、大きな差異が生じた。第7.1図の模式図をみると、各事例都市の中心地区を事例とし、中心市の大阪市の3中心地区では、大規模なSCの新規出店や改修などによって、専門料理店を中心とするチェーン店が大幅に増加した。また、内郊外の吹田市の中心地区である江坂駅周辺では、市内の他の地域と比べ業務・商業施設などが集積したために、居酒屋等をはじめとするチェーン店が増加した。さらに、外郊外の和歌山市の中心地区としてのぶらくり丁周辺域では、人口の少子高齢化や商業の空洞化によって、チェーン店の一般料理店と専門料理店が減少した。

さらに、特定の業種のチェーン店は、京阪神大都市圏の空間構造、あるいは主要商業集積地別にかかわらず、ターゲットとなる消費者層が集中する場所で立地する傾向があることが示唆された。たとえば、大阪市の中心地区に立地した大規模なSCと郊外のSCは、いずれも各消費者層（性別や年齢層別、収入別、職業別など）の多様な外食需要に対応する

ために、専門料理店の増加が顕著となったと考えられる。そして、チェーン店の居酒屋等は、各事例都市の主要駅周辺での通勤の会社員を主にターゲットとするのみならず、大学前の学生街（商店街）で通過する大学生などを主要な消費者層としている。

以上のことから、本研究の意義として、以下の2点を指摘することができる。1つ目は、既往研究の成果と課題を踏まえ、対象地域の選定の体系性、主要商業集積地の設定の統一性、飲食店の分類の系統性という3つの側面に関して、改善を行った点である。そして、公表データの欠如を補足するために、NTT『タウンページ』を活用した。本研究の方法論は、同一時期の大都市圏の各都市における社会・経済的な変化を考慮しながら、商業施設の立地特性変化についての多角的な検討と、都市間の比較的研究で、有効に活用できるといえる。

そして、2つ目は、本研究では、中心市、内郊外、外郊外といった大都市圏の空間構造に基づき、各地域の飲食店の立地特性を夜間人口、事業所の変化に対応させて、飲食店の再編現象が生じた地域とそれらの間の地域差を明らかにした点である。主要商業集積地別と飲食店の経営形態別・業種別の精密な検討によって、再編期の飲食店の立地特性変化を具象化した。

本研究が提示した、2000年代以降の京阪神大都市圏での飲食店の立地特性変化は、再集中化によって人口や事業所の変化に大きな地域差を有している大都市圏研究の課題や、主要商業集積地の分布変化を検討する都市地理学の課題、消費者層が集中する特性を研究する商業地理学の課題、に対して極めて重要な示唆を与えるものと考えられる。

最後に、本研究の今後の課題を整理する。2010年からは、日本全国総人口数が本格的に

減少し始めたが、大都市圏の中心市の人口は、増加傾向にある。そのうえ、近年で海外から日本に来た観光客などのインバウンドは、大きく増えている。その目的地や主な宿泊場所は、一般的に中心市にある。そこで、中心市では、膨大な消費者が存在するために、飲食店を含む商業施設が大量に集積している。これに対し、人口減少・少子高齢化とともに、中心商店街がシャッター通りとなったという実状から、地方都市での商業の空洞化を目で確認できる。こういう現状は、今後も継続すれば、中心市、内郊外、外郊外といった大都市圏の空間構造に応じる各都市間には、飲食店の立地特性の差異がさらに大きくなるかもしれない。したがって、今後は、社会・経済的な変化とともに、都市間で飲食店の立地または立地特性変化の差異の比較に関する研究を継続すべきであると考えられる。

また、中心市は、1990年代後半以降の都市再開発などで、都心部や主要駅を中心に大規模な商業施設の進出や複合機能を有する高層ビルの建設が進行している。特に大都市の都心部における都市空間の変化は今後も継続するであろう。一方、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会と2025年日本万国博覧会のような大規模な国際イベントの誘致に相次いで成功したため、近い将来は、大都市の周辺部においても、会場や大規模な商業施設などの建設により、顕著な空間的变化が発生することが見込まれる。一方、郊外全体では、新規住宅地の建設や道路の整備が進み、将来には、大規模なSCが多く増加する傾向があると考えられる。それゆえ、今後は、大都市圏における各都市の主要商業集積地の変化とともに飲食店の立地がより多様となることから、小地域レベルでの経営形態別・業種別の飲食店の立地特性の変化に引き続き着目していく必要があるといえる。

さらに、2019年10月1日から、日本の消費税は、8%から10%に引き上げられた。しか

し、今回の消費税増税には、「消費税軽減税率制度」¹³²⁾ というものがある。その中で、飲食店内での飲食は軽減税率の対象ではなく 10%で、飲食店のテイクアウトは 8%の軽減税率の対象となることは注目に値する。これによって、将来は、テイクアウトという外食の形を選択する消費者が増加すれば、店内で飲食する消費者が減少し、これに応じる従業員数の配置も削減される可能性がある。したがって、飲食店の経営形態別、特にチェーン店の変化に引き続き着目していく必要がある。

注

- 1) 外資の出資割合を 100%まで認める。
- 2) ①『東京朝日新聞』1969年1月31日による。②茂木信太郎(1997)『現代の外食産業』、日本経済新聞社。
- 3) 内田清隆(1981)「郊外型ファミリーレストランの展開構造—首都圏近郊に立地する外食チェーンを中心として—」、経済地理学年報、27(2)、116-134。
- 4) 日本フードサービス協会の定義によれば、外食産業に含まれる事業所には、飲食店のほか、学校・保育所・病院の集団給食と国内線機内食等・宿泊施設の経営給食なども含まれる。<http://anan-zaidan.or.jp/data/2015-1-1.pdf> 2019年9月16日閲覧。
- 5) 小田勝己(2000)「外食産業の経営展開における構造特性と規定要因」、フードシステム研究7、104-119。
- 6) ①前掲3)。②前掲5)。
- 7) ①平成26年経済センサス-基礎調査用語の解説、<https://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/yougo.html> 2019年9月16日閲覧。②前掲5)。
- 8) ①前掲2の②)。②小田勝己(2001)「消費者ニーズの変化と外食産業のサービス対応」、フードシステム研究8、18-23。
- 9) 食の安全・安心財団(2014)『外食産業データ集』、関東図書。
- 10) 竹田クニ(2016)『リクルートの伝道師が説く 外食マーケティングの極意』、言視舎。

- 11) 『国勢調査』によれば、15～64歳の生産年齢人口は、1995年の87,260人をピークに減少に転じた。
- 12) 『国勢調査』によれば、日本全国の総人口は、2010年の128,057人をピークに減少に転じた。
- 13) 前掲9)。
- 14) 日本フードサービス学会（2015）『現代フードサービス論』、創成社。
- 15) 前掲14)。
- 16) 茂木信太郎（2005）『外食産業の時代』、農林統計協会。
- 17) 日本フランチャイズチェーン協会による。<http://www.jfa-fc.or.jp/particle/29.html>
2016年7月15日閲覧。
- 18) ①前掲2の②、16)。②岩淵道生（1995）「外食市場の経済的特性と飲食店の競争」、
フードシステム研究、2、2-16。
- 19) 全国の単独事業所（個人）と本・支所（会社）の合計値は、2001年で72.3万軒（全飲食店の91%）、2014年で54.8万軒（全飲食店の88%）である。
- 20) 前掲5)。
- 21) 生田真人（1991）『大都市消費者行動論 消費者は発達する』、古今書院。
- 22) 富田和暁（1977）「名古屋大都市圏における小売業・サービス業の立地動向」、地理学評論、50(10)、559-577。
- 23) 生田真人（1990）「大都市圏における商業集積の空間分析—商業立地変化の把握に向けて—」、季刊経済研究、13(3)、37-72。

- 24) 矢野桂司 (2006) 「GIS を活用した京都府における駅勢圏内の事業所の立地と変化に関する研究—事業所・企業統計調査小地域集計データの活用—」、立命館文學、593、615-598。
- 25) 古賀慎二 (2014) 「神戸市都心部におけるオフィスビルの立地変化と都心地域構造の変容—阪神・淡路大震災からの復興の検証—」、地理科学、69(3)、140-151。
- 26) 安倉良二 (1998) 「再開発に伴う堺市中心商業地の変化—立体化の視点から—」、地理科学、53(1)、27-43。
- 27) 牛垣雄矢 (2006) 「東京の都心周辺地域における土地利用の変遷と建物の中高層化—新宿区神楽坂地区を事例に—」、地理学評論、79(10)、527-541。
- 28) 根田克彦 (1994) 「釧路市における中心商業地の変化」、人文地理学研究 18、81-102。
- 29) 難波田隆雄 (2006) 「企業合理化に伴う企業城下町の中心商業地の変容—兵庫県相生市を事例として—」、地理学評論、79(7)、355-372。
- 30) 山下博樹 (2001) 「都市商業の盛衰と多様化」、吉越昭久編『人間活動と環境変化』、古今書院、155-170。
- 31) 香川貴志・山下博樹 (1994) 「京都市南郊におけるロードサイド型店舗の立地展開—国道1号線・新堀川通の比較を通じて—」、京都教育大学紀要人文・社会、85、135-148。
- 32) 荒木俊之 (2006) 「倉敷市市街地縁辺部におけるロードサイド型店舗の立地—三田五軒屋海岸通線沿いを事例に—」、地理科学、61(4)、258-268。
- 33) 近藤暁夫 (2017) 「消費低迷時代における都市ロードサイド商業地の景観変容—岐阜市と周辺部を事例に—」、立命館文學、650、528-512。
- 34) <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syogyo/dms/2005/pdf/ws2-2h.pdf> 2018

年7月15日閲覧。

- 35) 川端基夫 (2008) 『立地ウォーズ—企業・地域の成長戦略と「場所のチカラ」—』、新評論。
- 36) 立地創造とは、従来は出店適地とみなされなかった地点に、店舗や集積の新しいフォーマットで進出し、その立地地点を新しい商業適地として、また新しい商業集積地として創造することである。田村正紀 (2008) 『立地創造—イノベータ行動と商業中心地の興亡—』、白桃書房。
- 37) 東急不動産ホームページのニュースリリースによる。
https://www.tokyu-land.co.jp/news/2011/index_005.html 2019年9月25日閲覧。
- 38) 土屋 純 (2013) 「消費空間としてのショッピングセンターの変遷と地理学的課題」、経済地理学年報、59(4)、506。
- 39) 前掲35)。
- 40) 牛垣雄矢 (2015) 「日本における商業空間の性格とその変化に関する一考察—盛り場からショッピングセンターにいたる空間的性格の変遷より—」、東京学芸大学紀要、2(66)、49-64。
- 41) 前掲3)。
- 42) 石崎研二 (1990) 「企業行動からみたファーストフード店の立地展開」、経済地理学年報、36、129-140。
- 43) Ishizaki, K. (1995) Spatial Competition and Marketing Strategy of Fast Food Chains in Tokyo, Geographical Review of Japan, 68(1), 86-93.

- 44) Prayag, G., Landre, M. and Ryan, C. (2012) Restaurant location in Hamilton, New Zealand: clustering patterns from 1996 to 2008, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24, 430-450.
- 45) Jung, S. and Jang, S. C. (2019) To cluster or not to cluster?: Understanding geographic clustering by restaurant segment, *International Journal of Hospitality Management*, 77, 448-457.
- 46) 周爱华·张远索·付晓·朱海勇·董恒年 (2015) 「北京城区餐饮老字号空间格局及其影响因素研究」、*世界地理研究*、24(1)、150-158。
- 47) 曾国军·陆汝瑞 (2017) 「跨国餐饮企业的空间分布及其影响因素-星巴克在广州」、*人文地理*、6、47-55。
- 48) Tzeng, G. H., Teng, M. H., Chen, J. J. and Opricovic, S. (2002) Multicriteria selection for a restaurant location in Taipei, *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 171-187.
- 49) Smith, S. L. J. (1985) Location patterns of urban restaurants, *Annals of Tourism Research*, 12, 581-602.
- 50) Pillsbury, R. (1987) From hamburger alley to hedgerose heights: toward a model of restaurant location dynamics, *Professional Geographer*, 39(3), 326-344.
- 51) Andrew, E., Zhen, H., Douglas, S. W (2013): An empirical examination of clustering and dispersion within Canadian shopping centers, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(6), 625-633.

- 52) Klaassen, L. H., Bonrdrez, J. A. and Volmuller, J. (1980): Transport and Reurbanisation, Gower.
- 53) ①富田和暁 (2004) 「大都市都心地区における最近の人口増加動向」、大阪市立大学大学院文学研究科紀要、55、113-140。②富田和暁 (2010) 「三大都市圏における郊外化と人口の都心回帰」、富田和暁・藤井 正編『図説 大都市圏』、古今書院、8-11。
- 54) ①熊野貴文 (2014) 「大阪大都市圏郊外における戸建て住宅地の変容—近鉄学園前駅周辺の住宅地の事例—」、人文地理、66(4)、352-368。②熊野貴文 (2018) 「大阪大都市圏郊外外圏における新設住宅の立地からみた都市構造の変化—奈良県桜井市を事例に—」、人文地理、70(2)、193-214。
- 55) ①生田真人 (2011) 『東南アジアの大都市圏 拡大する地域統合』、古今書院。②戸所隆 (1994) 「京阪神大都市圏の構造変容と商工業の立地変化」、高橋伸夫・谷内 達『日本の三大都市圏—その変容と将来像』、古今書院。
- 56) 藤井 正 (2007) 「大都市圏における構造変化研究の動向と課題—地理学における多核化・郊外の自立化の議論を中心に—」、日本都市社会学会年報、25、37-50。
- 57) 前掲 55 の①)。
- 58) 前掲 55 の②)。
- 59) 生田真人 (2008) 『関西圏の地域主義と都市再編 地域発展の経済地理学』、ミネルヴァ書房。
- 60) 2015 年『吹田市都市計画マスタープラン—都市計画に関する基本的な方針』
<https://www.city.suita.osaka.jp/var/rev0/0089/5355/20157111262.pdf> 2019 年 8

月 9 日閲覧。

61) 前掲 24)。

62) 高阪宏行・三瓶喜一 (2006) 「GIS を利用した中心地の抽出東京都 23 区を例として」、
地理情報システム学会講演論文集、15、85-88。

63) 前掲 2 の②)。

64) ①前掲 18 の②)。②田村 馨 (1990) 「外食産業の市場構造と市場成長」、農業総合研
究、44、1-48。

65) 『日本標準産業分類 (2007 年第 12 回改定)』に掲載した飲食店の小・細分類による。

66) 前掲 65)。

67) 大阪府堺市は、本研究の対象期間内の 2006 年に政令指定都市に移行したために、本研
究では、堺市を京阪神大都市圏の中心市から除外することにする。

68) 前掲 53)。

69) 山神達也・藤井 正 (2015) 「人口と通勤からみる京阪神大都市圏の空間構造の変化」、
日野正輝・香川貴志編『変わりゆく日本の大都市圏 ポスト成長社会における都市のか
たち』、ナカニシヤ出版、25-40。

70) 山神達也 (2013) 「京阪神大都市圏の空間的縮小に関する一試論—通勤流動と人口密度
分布の分析をもとに—」、都市地理学、8、40-51。

71) たとえば、人口の著しい減少、特に高額所得者や中産階級、熟練労働者の大都市から
の流出、人口の高齢化、失業者をはじめとする低所得者やマイノリティ・グループの滞
留、住宅や工場など施設の老朽化、有力企業の都市脱出に伴う産業活動の衰微、コミュ

ニティの減退・解体、都市財政の悪化、といった一連の問題である。①藤巻正己（2001）

「すみわけられた都市社会空間—エスニック・マイノリティ社会とインナーシティ問題—」、吉越昭久編『人間活動と環境変化』、古今書院、105-120。②藤塚吉浩（2014）「インナーシティ」、藤井 正・神谷浩夫編『よくわかる都市地理学』、ミネルヴァ書房、116-117。③前掲 59)。

72) 日野正輝（2015）「ポスト成長に向かう日本の大都市圏」、日野正輝・香川貴志編『変わりゆく日本の大都市圏 ポスト成長社会における都市のかたち』、ナカニシヤ出版、1-7。

73) 内閣府地方創生推進事務局ホームページによる。
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/toshisaisei/kinkyuseibi_list/ 2019年8月9日閲覧。

74) 前掲 55 の①)。

75) 1947～1960年の大阪市とそれと隣接した臨海部の堺市と尼崎市における人口は、93%、74%、75%それぞれ増加した。これに対し、大阪市と隣接した内陸部の東大阪市と吹田市は、50%と66%でそれぞれ増加した。

76) 1967年に布施市、河内市、枚岡市が合併し、大阪府下31番目の市として東大阪市が発足する。

77) 前掲 55 の①)。

78) 前掲 59)。

79) 2009年『千里ニュータウン再生行動計画—千里ニュータウン再生指針の実現をめざし

て一』 <http://www.city.suita.osaka.jp/var/rev0/0090/2294/11632918555.pdf> 2019

年9月26日閲覧。

80) 市区町村の境界線の変化によるデータの統計上の影響を避けるために、飲食店の店舗数の代わりに、人口1万人当たり店舗数を用いた。

81) 前掲67)。

82) 長谷川達也(1999)「企業住宅政策と施策住宅の展開—住友金属工業和歌山製鉄所を例に一」、経済地理学年報、45(2)、100-119。

83) 東京大学空間情報科学研究センターに、共同研究課題の「外食産業再編期における飲食店の立地動向」(代表：矢野桂司)を申請していた2016年時点に、最新の500mメッシュの飲食店統計データは2012年『経済センサス—活動調査』である。

84) 前掲24)。

85) 吹田市の『経済センサス』は、2001年で1,460軒、2014年で1,201軒であり、『タウンページ』は、2000年で1,402軒、2014年で834軒である。和歌山市の『経済センサス』は、2001年で2,297軒、2009年で1,891軒であり、『タウンページ』は、2000年で3,528軒、2010年で2,171軒である。

86) 森 博美・坂本憲昭(2012)「タウンページ情報を用いた事業所の自然・社会動態の把握」、オケージョナルペーパー、34、1-26。

87) 前掲62)。

88) 国土交通省ウェブサイト、<http://www.mlit.go.jp/road/sisaku/dorogyousei/2.pdf>

2018年7月8日閲覧。

- 89) 日本ショッピングセンター協会によると、SCとは、1つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備える店舗である。そのうちの小売業の店舗面積は、1、500 m²以上であることと、キーテナントを除く10店舗以上が含まれることを要件とする（日本ショッピングセンター協会ウェブサイト、http://www.jcsc.or.jp/sc_data/data/definition/ 2016年7月15日閲覧）。
- 90) ①高阪宏行（2011）「タウンページデータベースを利用した商業集積地の設定と規模・機能構成・分布の分析—東京都を事例として—」、地理学評論、84、572-591。②神頭広好（2000）『駅の空間経済分析—3大都市圏の主要鉄道を対象にして—』、古今書院。③戸所 隆（1986）『都市空間の立体化』、古今書院。
- 91) 前掲35)。
- 92) 前掲69)。
- 93) 『外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査（2013年12月18日）』日本政策金融公庫ウェブサイト、https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/seikatsu25_1218a.pdf
2018年10月15日閲覧。
- 94) 前掲29)。
- 95) 前掲16)。
- 96) 稲垣 稜（2016）「大阪市都心部における職住関係の変化—大阪市福島区を例に一」、人文地理、68(2)、149-171。
- 97) 前掲53の②)。
- 98) 前掲55の①)。

- 99) 前掲 90)。
- 100) 前掲 35)。
- 101) 『国勢調査』各年版により、都心部と周辺部には、2000 年で全夜間人口の 14.4% (37.5 万人) と 85.6% (222.3 万人) が、2010 年で 17.7% (47.1 万人) と 82.3% (219.4 万人) がそれぞれ分布していた。
- 102) チェーン店の遊興飲食店は、少ないことから、第 4.4 表のチェーン店から除外した。
- 103) 都市再生緊急整備地域内においては、既存の用途地域等に基づく用途・容積率等の規制を適用除外とした上で、自由度の高い計画を定めることができる。
- 104) 2009 年に天王寺ステーションビルが耐震補強工事を経て、全館リニューアル・グランドオープンした。2011 年に天王寺ターミナルビルと天王寺ステーションビルディングの合併をきっかけに、周辺商業施設との競争激化や消費者ニーズの多様化に、より迅速かつ的確に対応するために、2012～2013 年のプラザ館 1～4 階では、MD 改革を実施した。天王寺 SC 開発株式会社ホームページ https://www.tennoji-mio.co.jp/mio_corp/ 2019 年 3 月 3 日閲覧。
- 105) 2013 年の『外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査』により、酒場、ビヤホールを利用する顧客の 72.2%が「会社員」で占められる。
- 106) 中村芳平 (2018) 『居酒屋チェーン戦国史』、イースト新書。
- 107) ①前掲 106)。②前掲 10)。
- 108) 2000～2014 年大阪市における主要な企業の居酒屋事業のチェーン店の出店変化をみると、「鳥貴族」は、7 軒から 64 軒に、「モンテローザ」は、16 軒から 65 軒に、「コ

ロワイド」は、22 軒から 30 軒に、「ワタミ」は 0 軒から 28 軒に、それぞれ増加した。

109) ①前掲 16)。②前掲 29)。

110) 産経ニュース、<https://www.sankei.com/west/news/180704/wst1807040001-n1.html>

2019 年 3 月 25 日閲覧。

111) 『 吹 田 市 第 3 次 総 合 計 画 』

<https://www.city.suita.osaka.jp/library/seisaku/pdf/zenbun.pdf> 2019 年 3 月 3

日閲覧。

112) 杉本貴志 (2008) 「学生街」、関西大学ホームページ、

http://www.kansai-u.ac.jp/Fc_com/outline/essay2/2008/01/4.html 2019 年 5 月 5

日閲覧。

113) 大阪市と吹田市の統計書により、江坂駅は、2002 年で 96,299 人/日、2007 年で 90,319

人/日、2014 年で 95,495 人/日であり、JR 吹田駅は、8,242 人/日、7,846 人/日、7,960

人/日である。

114) 長島和子・荒波早苗 (2000) 「若者のアルコール摂取教育に関する一考察—高校生・

大学生を対象としたアンケート調査をもとに—」、千葉大学教育学部研究紀要、48、

123-130。

115) 北田豊治 (2011) 「大学生における飲酒行動と態度に関する研究」愛知学院大学教養

部紀要、59、81-90。

116) 2017 年の統計データを参考として、関西大学の千里山キャンパスは、24,152 人 (大

学院を除く) で、大阪大学の各キャンパスの合計は、15,358 人 (大学院を除く) であ

る。<https://www.atpress.ne.jp/news/138605> 2019年7月1日閲覧。

117) 和歌山市（1999）『和歌山市中心市街地商業等活性化基本計画－中心市街地編』和歌山市産業部商工振興課。

118) チェーン店が存在しない遊興飲食店と、数軒しか存在しない軽飲食店は第 6.3 表のチェーン店から除外した。

119) 前掲 18 の②)。

120) 和歌山市（2011）『中心市街地活性化基本計画進捗管理業務報告書』和歌山市都市整備課。

121) 前掲 29)。

122) 前掲 16)。

123) 『家計調査年報』各年版によれば、和歌山市における 1 世帯当たり年平均 1 ヶ月間の収入（2 人以上の世帯のうち勤労者世帯）は、2000 年の 55.7 万円から 2010 年の 51.6 万円に減少している。

124) 日本政策金融公庫によると、すし店と料理店（料亭など）、日本料理店、西洋料理店、中華料理店、エスニック料理店のような専門料理店は、いずれも顧客の 4 割以上が「会社員」と「自営業者」で構成される。

http://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/seikatsu25_1218a.pdf 2016 年 7 月 15 日閲覧。

125) 日本政策金融公庫によると、酒場、ビヤホールを利用する顧客の 72.2%が「会社員」で占められる。https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/seikatsu25_1218a.pdf

2016年7月15日閲覧。

126) 和歌山県企画部地域振興局総合交通政策課による。

<http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020500/tetudou/tetudoutop.html> 2016年

7月15日閲覧。

127) 前掲 53)。

128) たとえば、第 3.1 図に示されたように、主要駅の大半は中心市で集中し、SC の大半は郊外に分布している。

129) 前掲 113)。

130) 前掲 112)。

131) 一般的に、OCR (optical character reader) は、スキャナーで読み取った文字をテキストデータに変換することを指す。

132) https://www.gov-online.go.jp/tokusyu/keigen_zeiritsu/ 2019年11月1日閲覧。

2019 年度（令和元年）

博 士 論 文

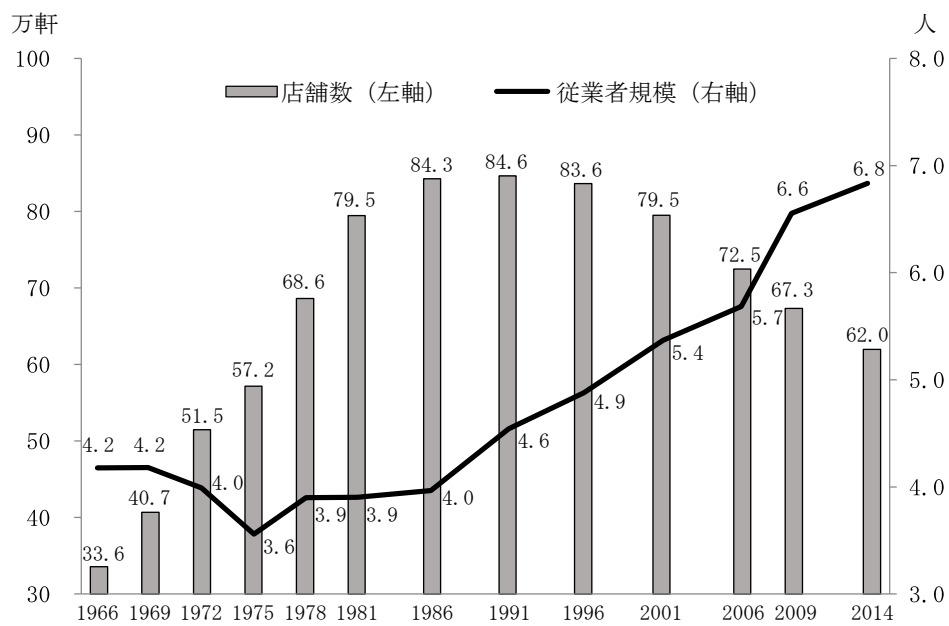
2000 年代以降の外食産業再編期における
飲食店の立地動向に関する研究
—京阪神大都市圏を中心に—

—図表編—

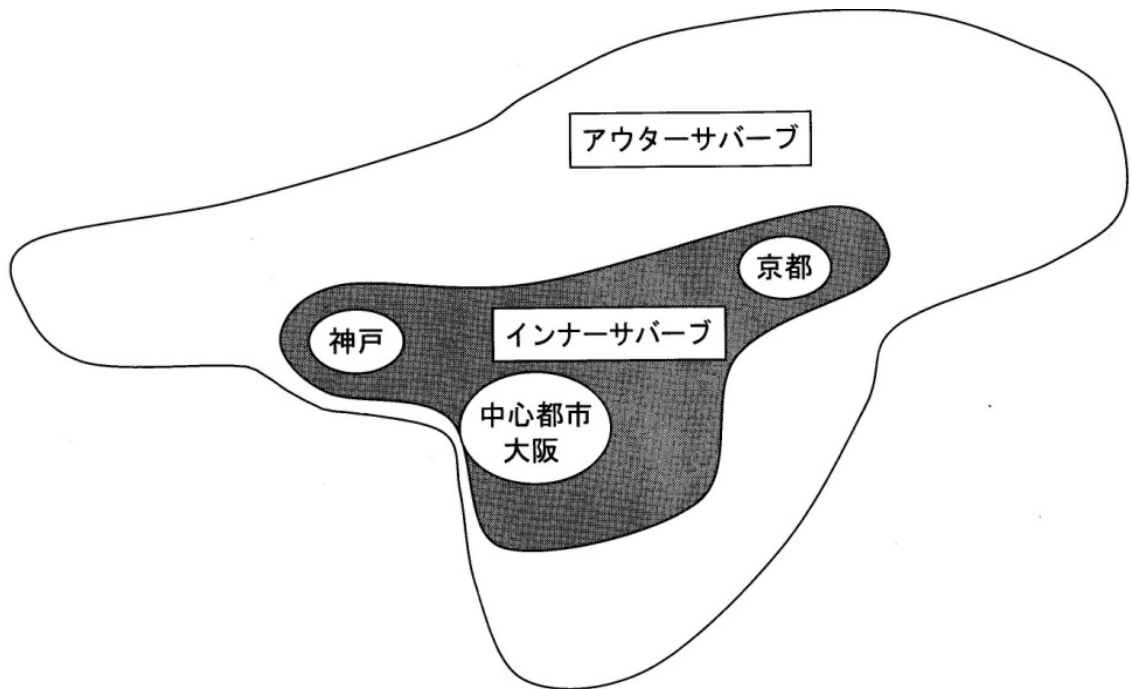
立命館大学大学院文学研究科

行動文化情報学専攻博士課程後期課程

郭 凱鴻

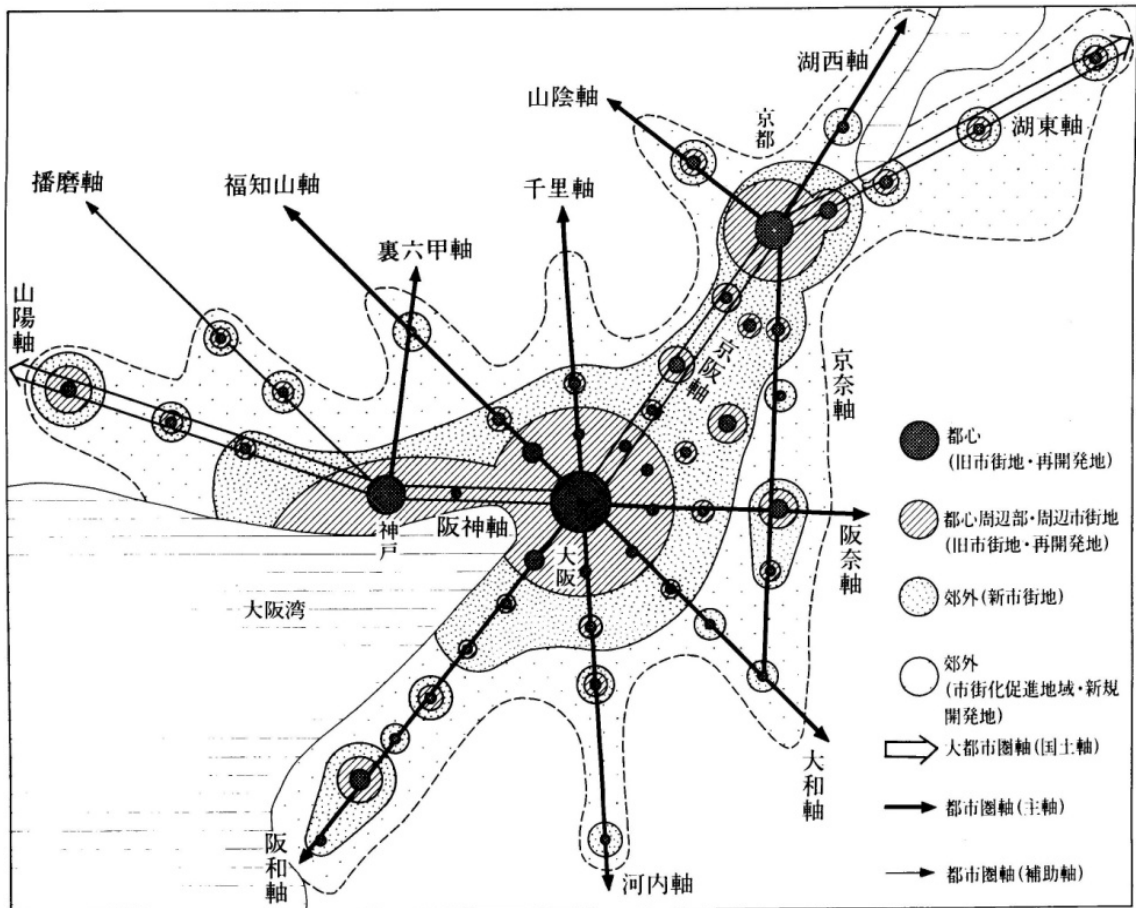


第 1. 1 図 全国における飲食店の店舗数と従業者規模の推移 (年)
 出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサス—基礎調査』各年版により作成。



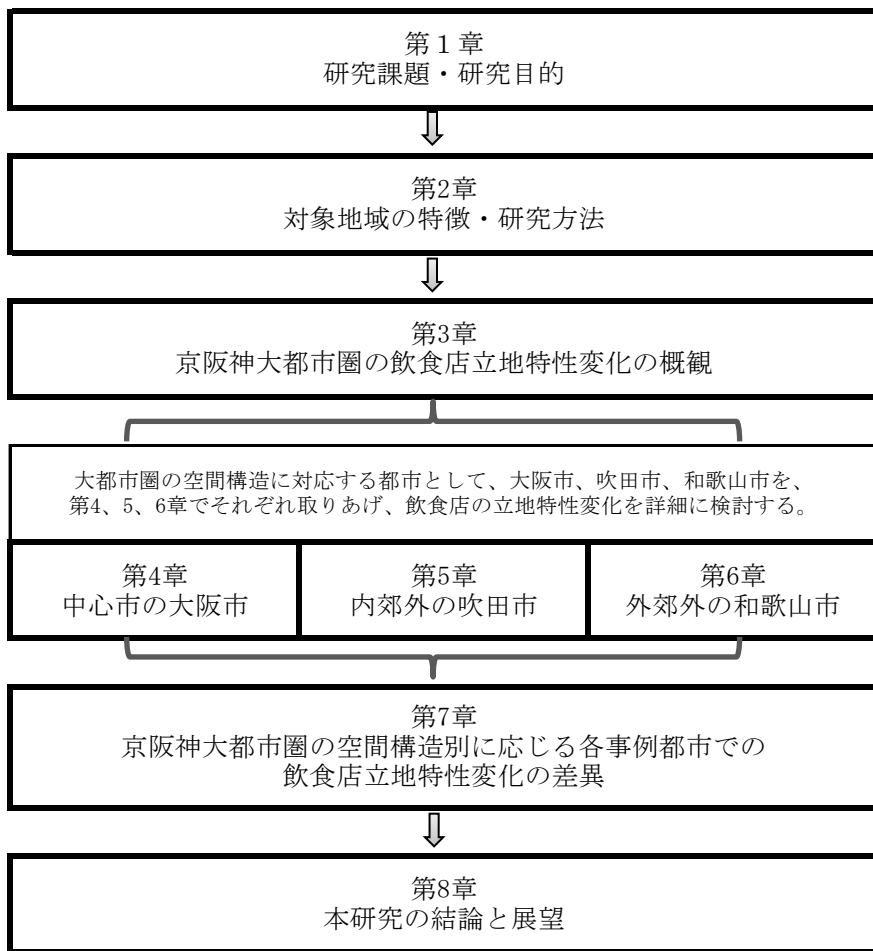
第1.2図 大阪圏の空間構造

出所) 生田 (2011)。



第 1. 3 図 京阪神大都市圏の空間構造

出所) 戸所 (1994)。



第1. 4図 博士論文の構成

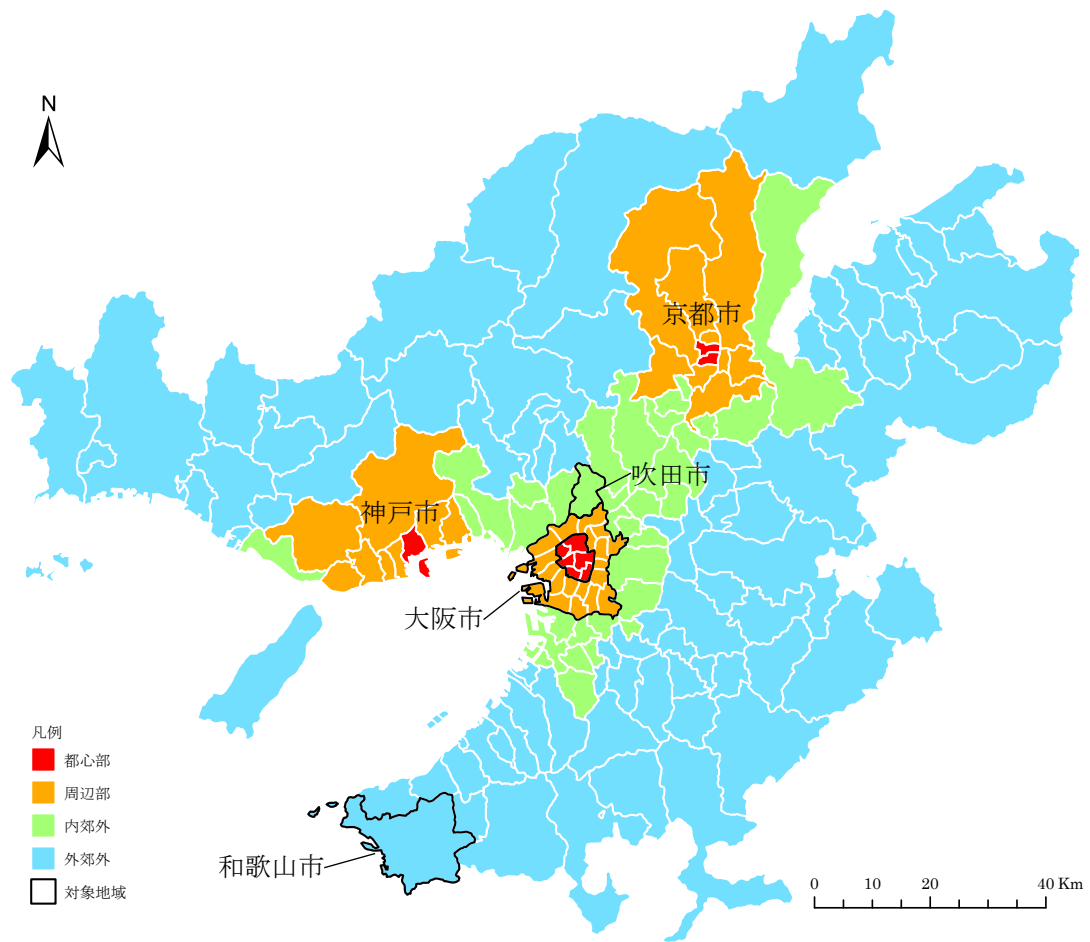
第1.1表

Klaassenによる大都市圏の発展と
外食産業の発展との対応関係

大都市圏の発展の階段			
	都市化	郊外化	再集中化
中心市	+	-	+
郊外	-	+	-(+)

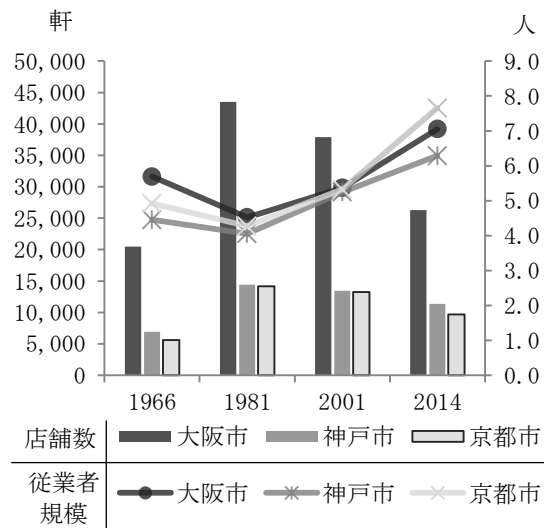
外食産業の発展の階段			
	成長期	成熟期	再編期
店舗数	+	-(+)	-
従業者規模	-	+	+

注) ① “+”、“-”は、大都市圏の人口、飲食店の店舗数の増加と減少を、従業者規模の拡大と縮小を、それぞれ表す。②富田(2004)は、1990年代後半以降、日本大都市圏の再集中化の階段に入ることを指摘した。
出所) Klaassen et al. (1981)を一部改変して作成。



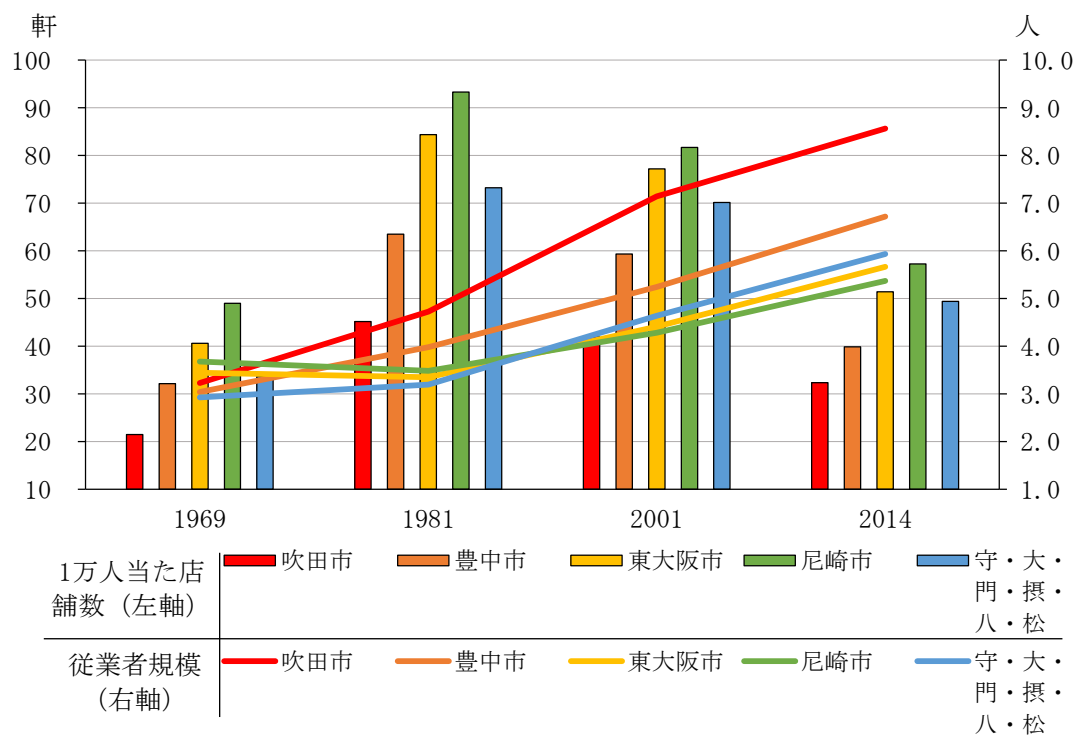
第2.1図 京阪神大都市圏と対象地域

注) 内郊外と外郊外の範囲は、生田 (2011) と戸所 (1994) を参考とした。



第2.2図 京阪神大都市圏の3中心市における飲食店の店舗数と従業者規模の推移（年）

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサス—基礎調査』各年版により作成。



第2.3図 大阪市と隣接する周辺市における飲食店の推移変化（年）

注) ①守・大・門・摂・八・松は守口市、大東市、門真市、摂津市、八尾市、松原市を1グループとし、人口・店舗数・従業者数の合計値で1万人当たり店舗数と従業者規模をそれぞれ求めた。
 ②堺市は2006年政令指定都市に移行したため、除外された。

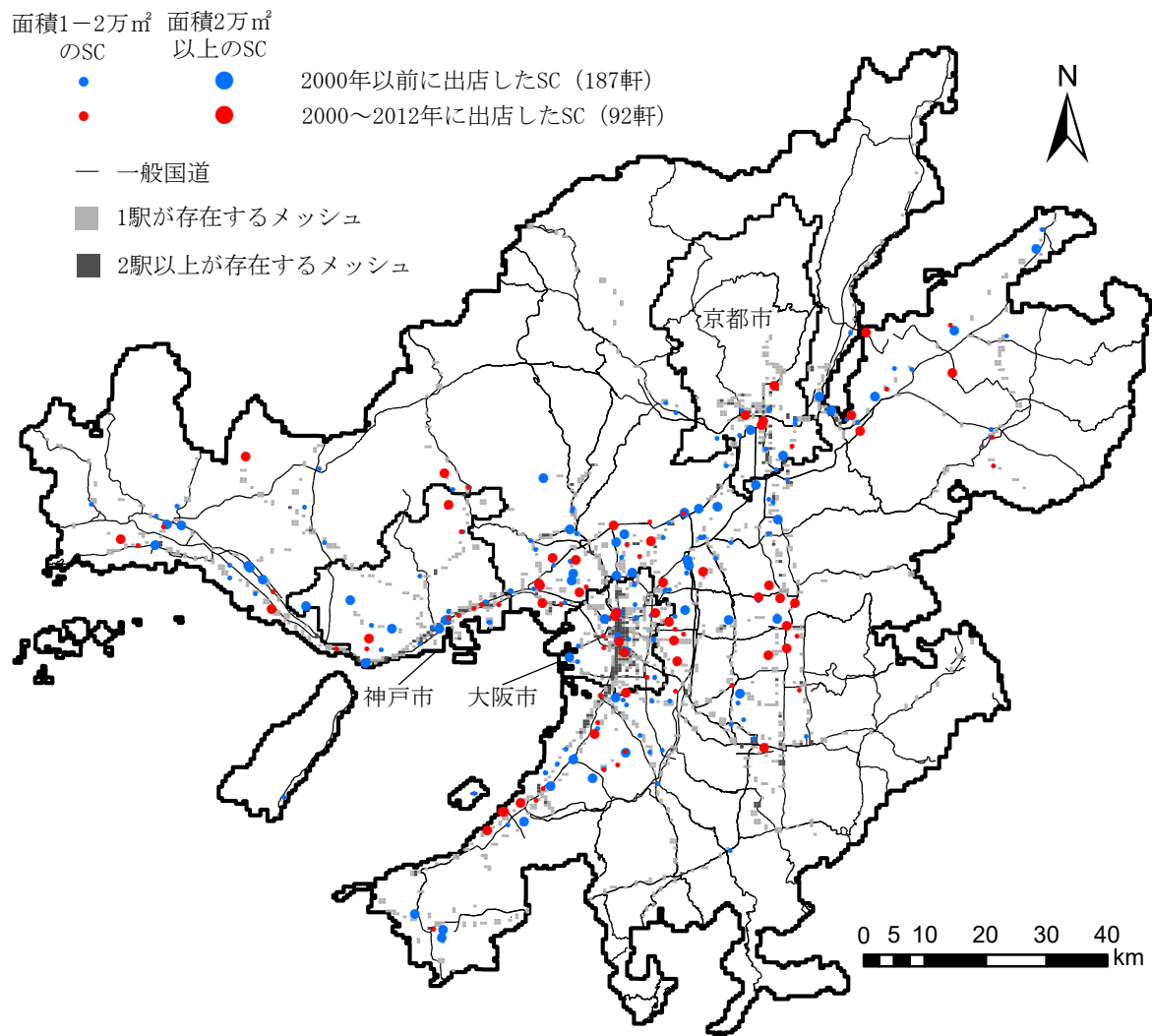
出所) 『国勢調査』、『事業所・企業統計調査』と『経済センサス—基礎調査』各年版により作成。

第2.1表 京阪神・東京大都市圏における飲食店の変化(2001・2012年)

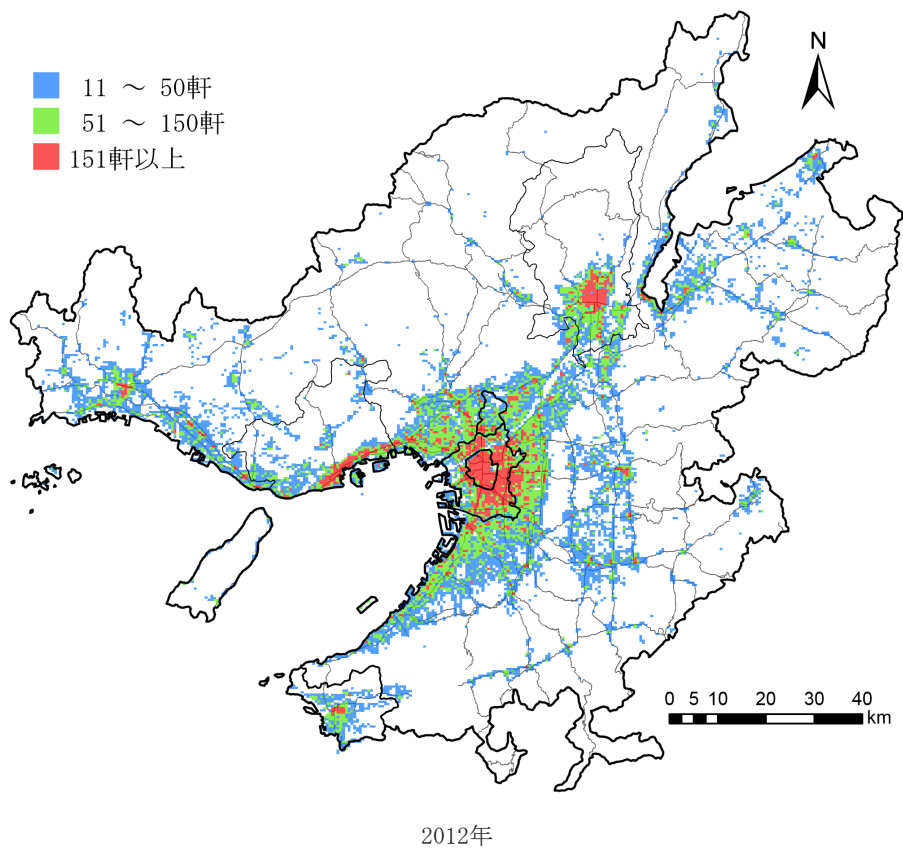
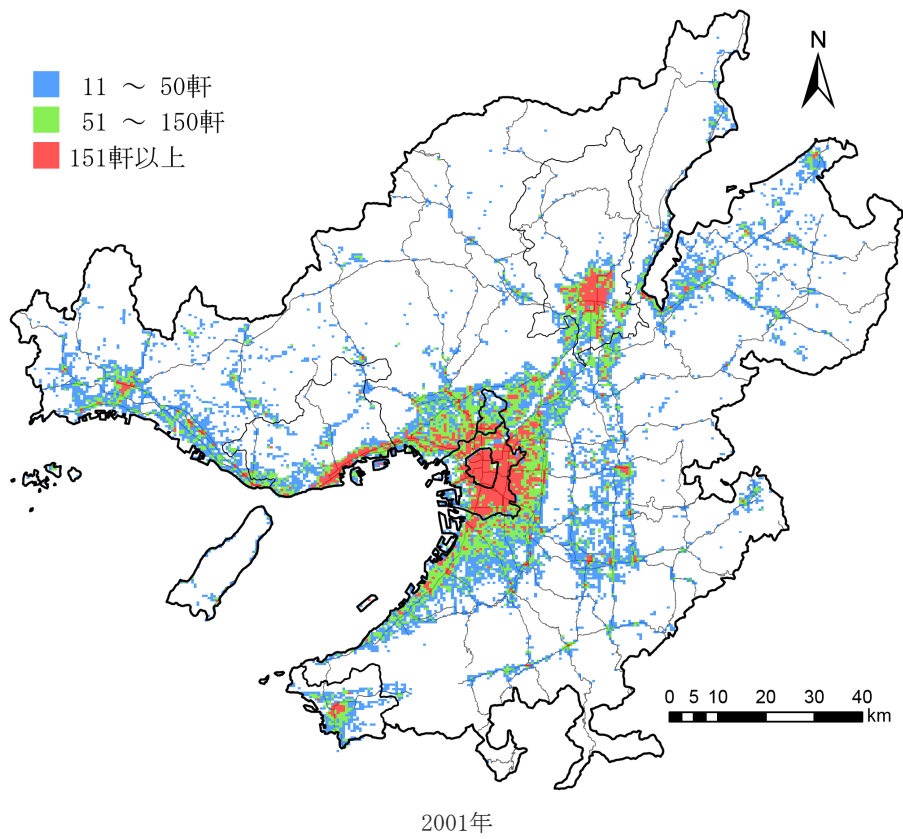
		2001	2012	増減率 (%)
京阪神 大都市圏	店舗数 (万軒)	13.4	10.0	-25.6
	従業者規模 (人)	5.4	7.1	31.4
東京 大都市圏	店舗数 (万軒)	21.3	16.6	-21.9
	従業者規模 (人)	6.6	8.5	28.0

注) 京阪神・東京大都市圏の範囲は、2010年『国勢調査』の近畿・関東大都市圏に基づく。

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサス―活動調査』各年版の500mメッシュの統計データにより作成。

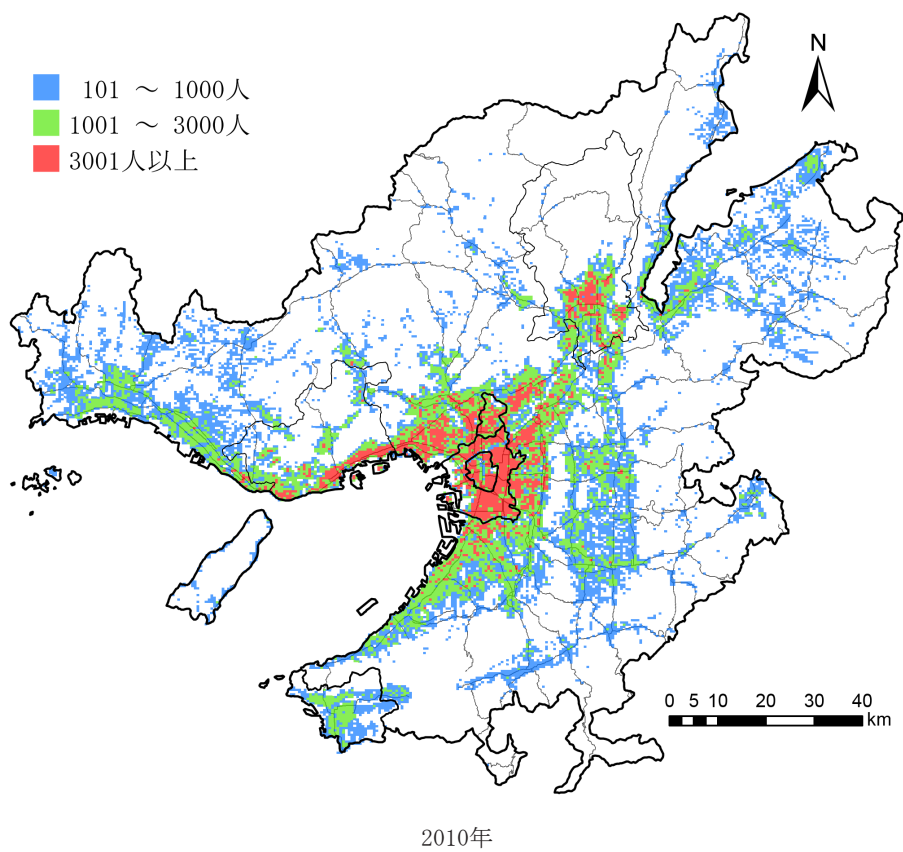
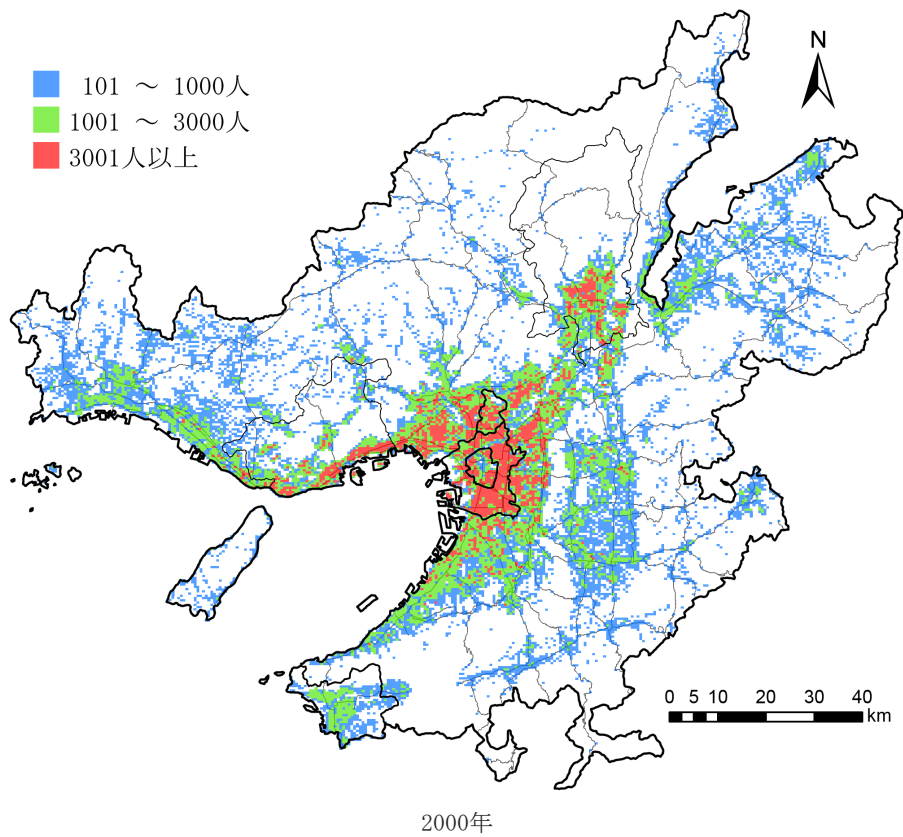


第3.1図 対象地域の京阪神大都市圏

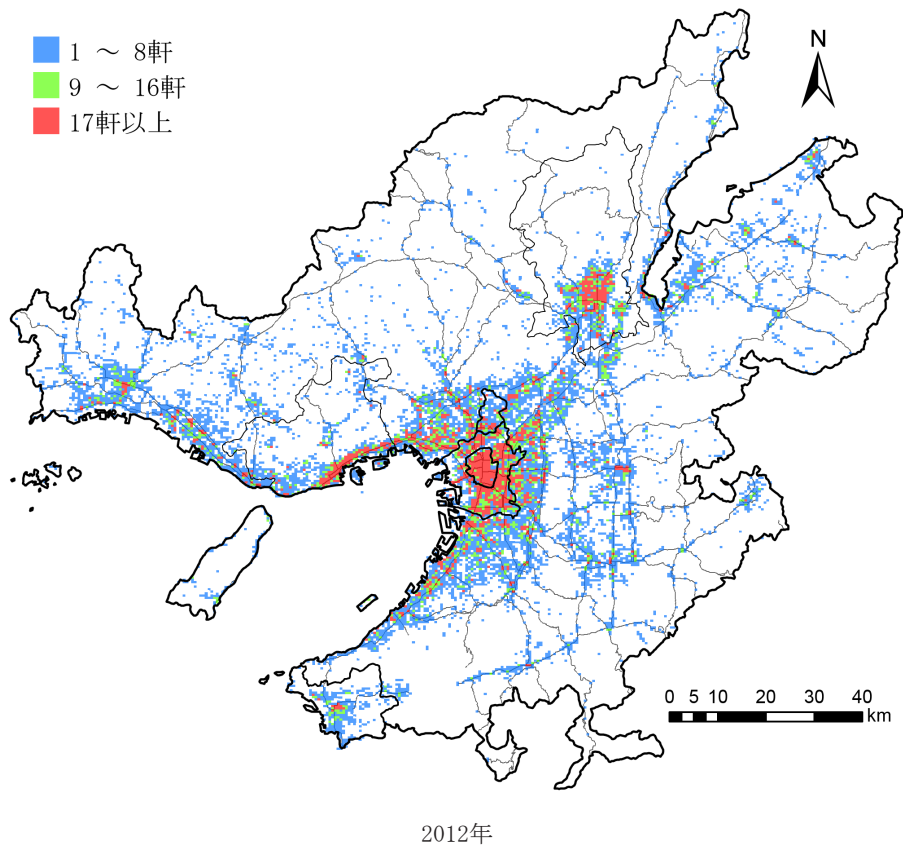
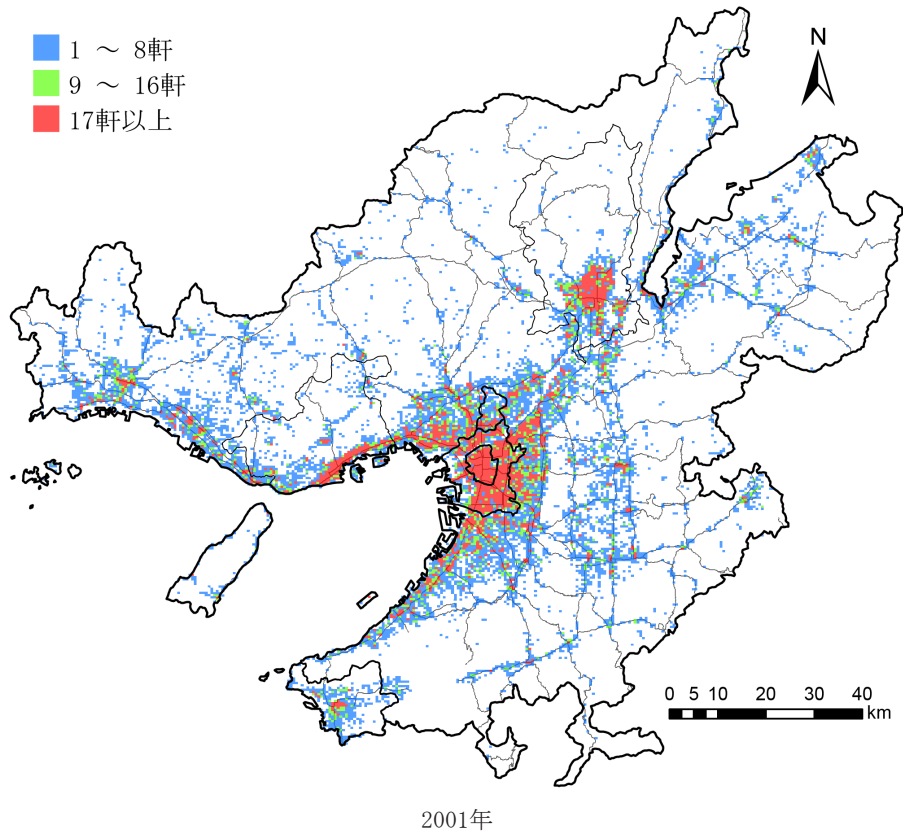


第3.2図 事業所の分布

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサスー活動調査』各年版の500mメッシュの統計データにより作成。

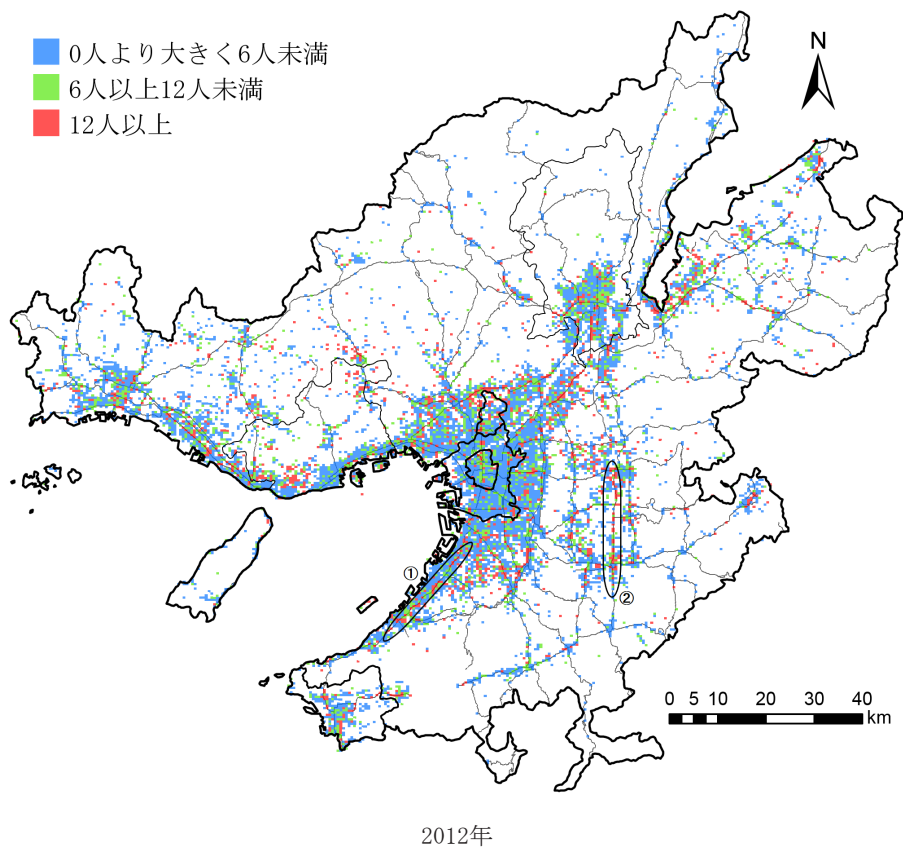
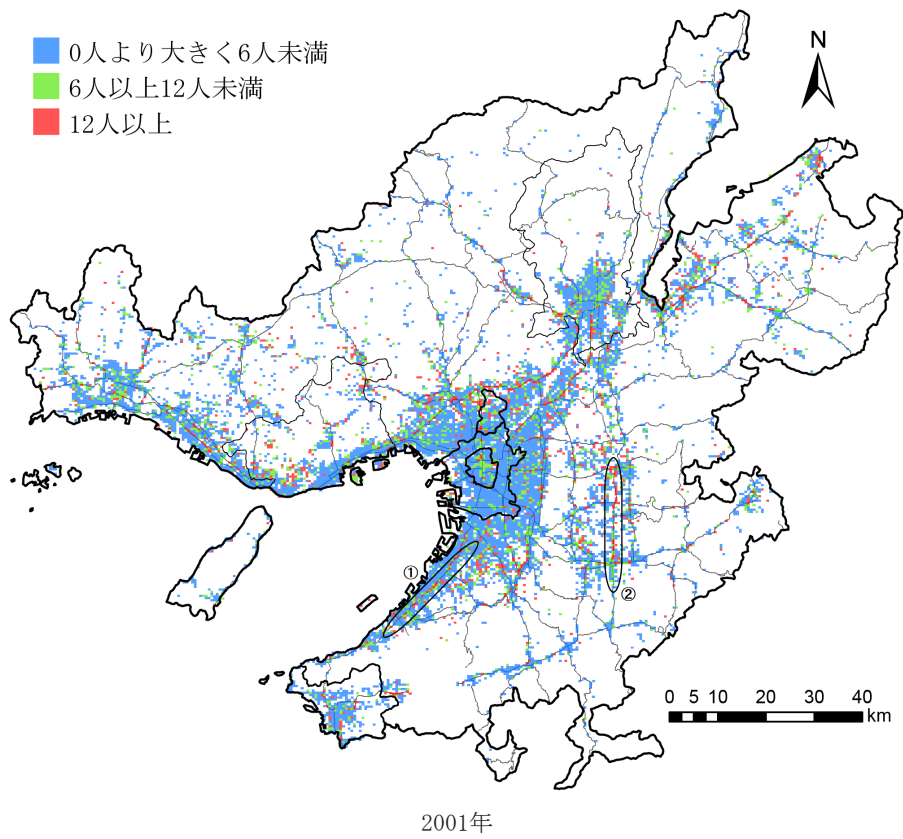


第3.3図 夜間人口の分布
 出所) 『国勢調査』各年版の500mメッシュの統計データにより作成。



第3.4図 飲食店の店舗数の分布

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサスー活動調査』各年版の500mメッシュの統計データにより作成。



第3.5図 飲食店の従業者規模の分布

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサスー活動調査』各年版の500mメッシュの統計データにより作成。

第3.1表 計測に用いた変数の記述統計量

変数	平均	標準偏差	最小値	最大値
店舗数 (軒)				
2001年	2.7	25.8	0	2,530
2012年	2.0	18.5	0	2,561
従業者規模 (人)				
2001年	1.3	4.1	0	131
2012年	1.5	5.1	0	220
一般国道ダミー (有:1, 無:0)	0.1	0.3	0	1
鉄道駅数 (駅)				
2000年	0.049	0.260	0	7
2012年	0.054	0.284	0	7
SC面積 (延床, m ²)				
2000年	73.7	1,495.9	0	108,988
2012年	127.7	2,199.3	0	108,988
周辺の事業所数 (軒)				
2001年	169.7	601.1	0	17,565
2012年	146.0	507.3	0	15,302
周辺の夜間人口 (人)				
2000年	3,455.7	7,263.0	0	66,389
2010年	3,488.2	7,351.8	0	59,336

注) n = 49,892。

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサス—活動調査』、『1995年道路第1.1版』、『2014年鉄道時系列データ』、『2015年都道府県別・政令指定都市別・市町村別SC一覧』により作成。

第3.2表 店舗数と従業者規模のメッシュ数の
頻度分布 (2001・2012年)

店舗数 (軒)	2001 (個)	2012 (個)	増減率 (%)
0	39,532	40,019	1.2
1	2,999	3,121	4.1
2	1,337	1,366	2.2
3～4	1,441	1,404	-2.6
5～8	1,430	1,478	3.4
9～16	1,315	1,192	-9.4
17～32	992	737	-25.7
33～64	530	363	-31.5
65以上	316	212	-32.9

従業者規模 (人)	2001 (個)	2012 (個)	増減率 (%)
0	39,532	40,019	1.2
1～3未満	4,208	3,535	-16.0
3～6未満	3,295	2,800	-15.0
6～12未満	1,744	1,964	12.6
12～24未満	812	1,138	40.1
24～36未満	193	286	48.2
36～48未満	64	81	26.6
48～60未満	26	31	19.2
60以上	18	38	111.1

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサスー活動調査』各年版の500mメッシュの統計データにより作成。

第3.3表 「店舗数」を被説明変数とする
負の二項分布回帰分析の結果（2001・2012年）

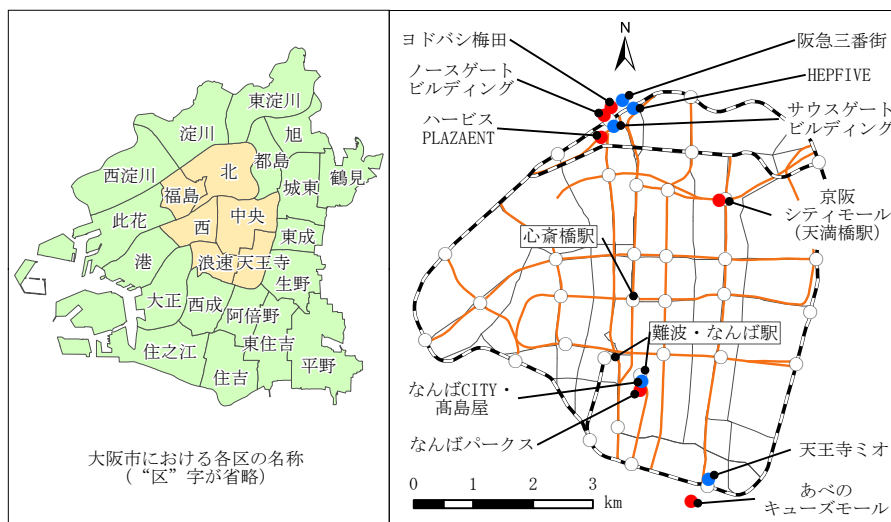
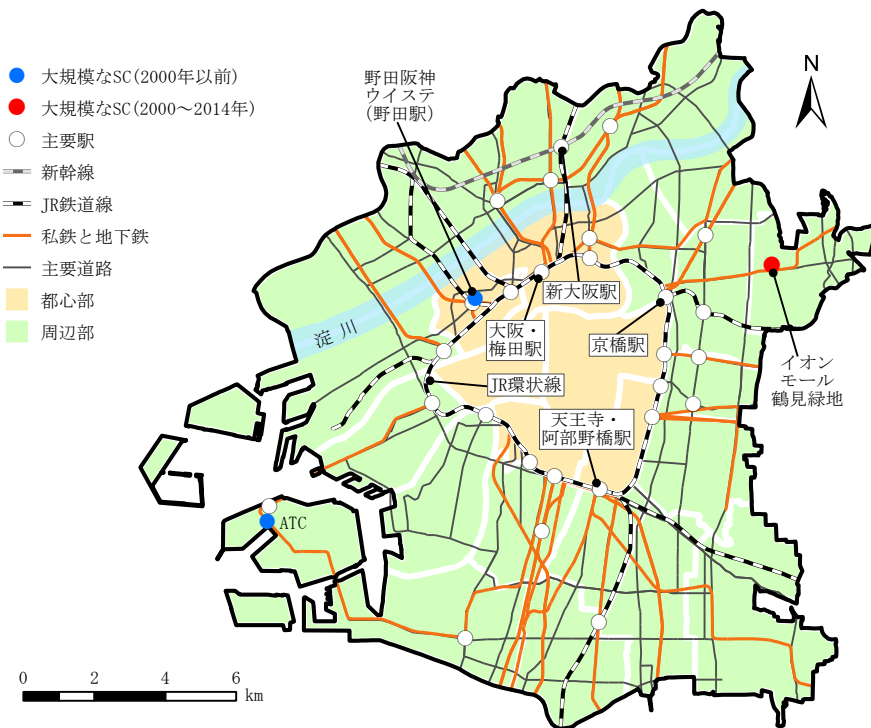
説明変数	2001			2012		
	係数	Z-value	IRR	係数	Z-value	IRR
一般国道ダミー	参照			参照		
無：0						
有：1	0.77 ***	31.2	2.17	0.74 ***	30.3	2.11
鉄道駅数(駅)	参照			参照		
0						
1	0.94 ***	26.8	2.55	0.93 ***	27.6	2.52
2以上	1.43 ***	18.7	4.17	1.34 ***	20.5	3.81
SC面積(延床, m ²)	参照			参照		
0～10,000						
10,001～20,000	1.11 ***	9.2	3.04	1.05 ***	10.4	2.86
20,001以上	1.23 ***	8.1	3.43	1.57 ***	14.2	4.82
周辺の事業所数(軒)	参照			参照		
0～150						
151～450	1.76 ***	44.6	5.80	1.72 ***	41.3	5.59
451～750	2.40 ***	46.1	11.06	2.33 ***	43.2	10.28
751以上	3.48 ***	66.2	32.32	3.35 ***	61.1	28.37
周辺の夜間人口(人)	参照			参照		
0～3,500						
3,501～7,500	1.44 ***	36.0	4.20	1.39 ***	33.8	4.02
7,501～11,500	1.52 ***	31.9	4.58	1.50 ***	30.3	4.49
11,501以上	1.80 ***	37.1	6.05	1.74 ***	34.4	5.67
AIC(Full model)	83875			76415		

注) *** : p<0.001。各SCの面積の数値は、整数である。

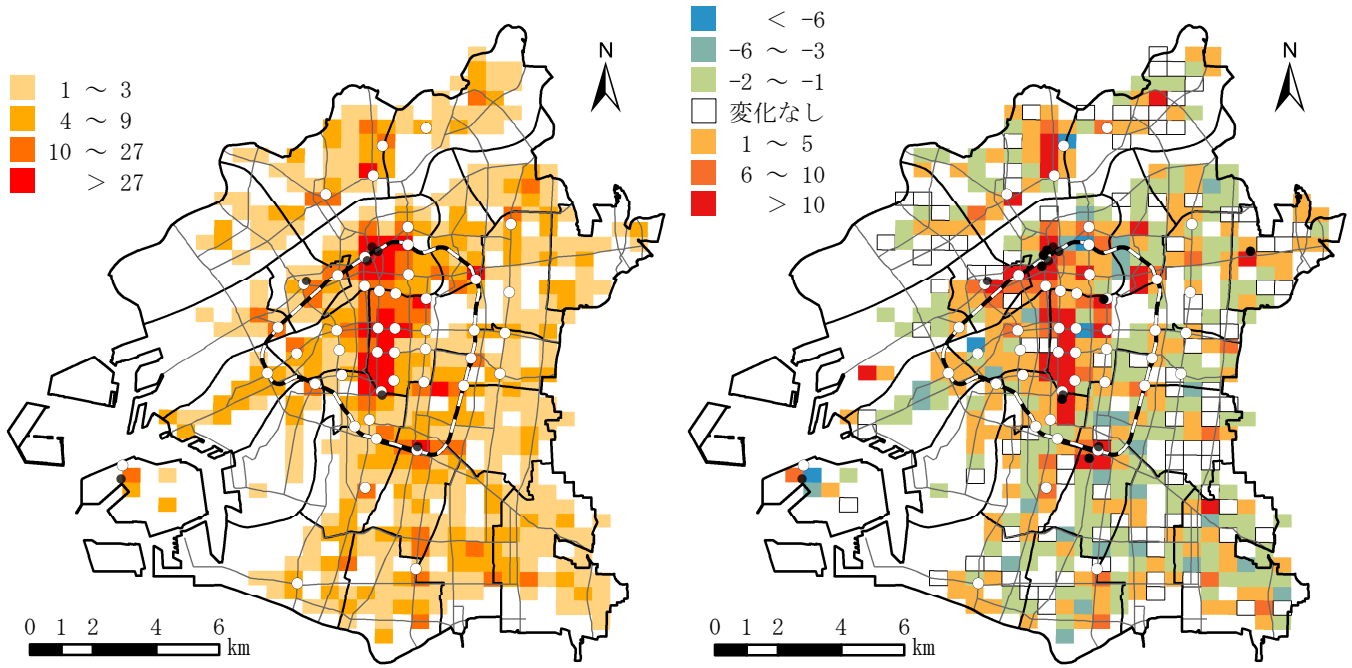
第3.4表 「従業者規模」を被説明変数とする
負の二項分布回帰分析の結果（2001・2012年）

説明変数	2001			2012		
	係数	Z-value	IRR	係数	Z-value	IRR
一般国道ダミー	参照			参照		
無：0						
有：1	0.27 ***	16.1	1.32	0.23 ***	12.2	1.26
鉄道駅数(駅)	参照			参照		
0						
1	-0.14 ***	-6.1	0.87	-0.18 ***	-7.5	0.83
2以上	-0.03	-0.6	0.97	-0.11 *	-2.3	0.90
SC面積(延床, m ²)	参照			参照		
0～10,000						
10,001～20,000	0.48 ***	6.5	1.62	0.46 ***	6.4	1.58
20,001以上	0.79 ***	8.4	2.20	0.77 ***	9.8	2.17
周辺の事業所数(軒)	参照			参照		
0～150						
151～450	0.04	1.3	1.04	0.14 ***	4.1	1.15
451～750	-0.10 **	-2.7	0.91	0.04	0.9	1.04
751以上	-0.27 ***	-7.5	0.76	-0.11 **	-2.6	0.90
周辺の夜間人口(人)	参照			参照		
0～3,500						
3,501～7,500	0.13 ***	4.3	1.14	0.09 **	2.6	1.09
7,501～11,500	0.21 ***	6.2	1.24	0.12 **	3.0	1.13
11,501以上	0.16 ***	4.6	1.17	0.10 *	2.4	1.10
AIC(Full model)	87610			85232		

注) *** : p<0.001 ; ** : p<0.01 ; * : p<0.05。各SCの面積の数値は、整数である。



第4.1図 対象地域の大阪市



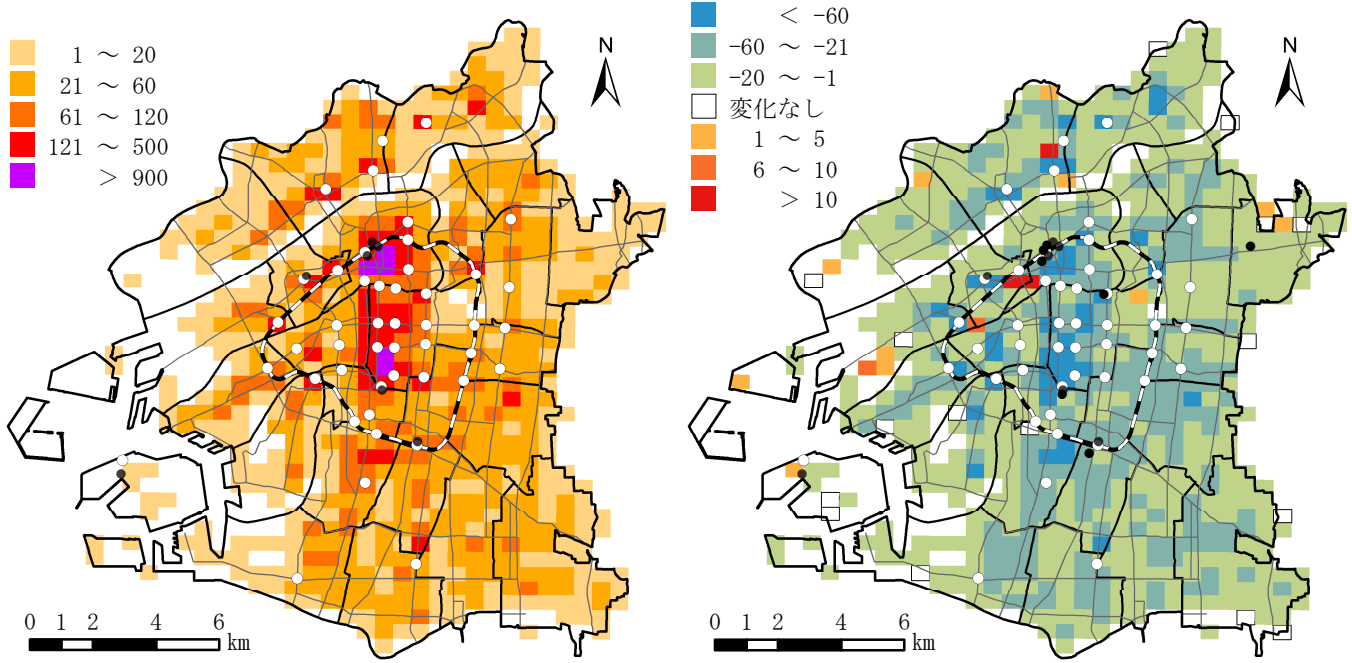
2000年

2000～2014年の変化

第4.2図 大阪市におけるチェーン店の分布とその変化

注) 数値の単位は軒。2000～2014年の変化は、同一のメッシュで2014年の店舗数から2000年のそれを引いたものである。

出所) NTT『タウンページ』により作成。

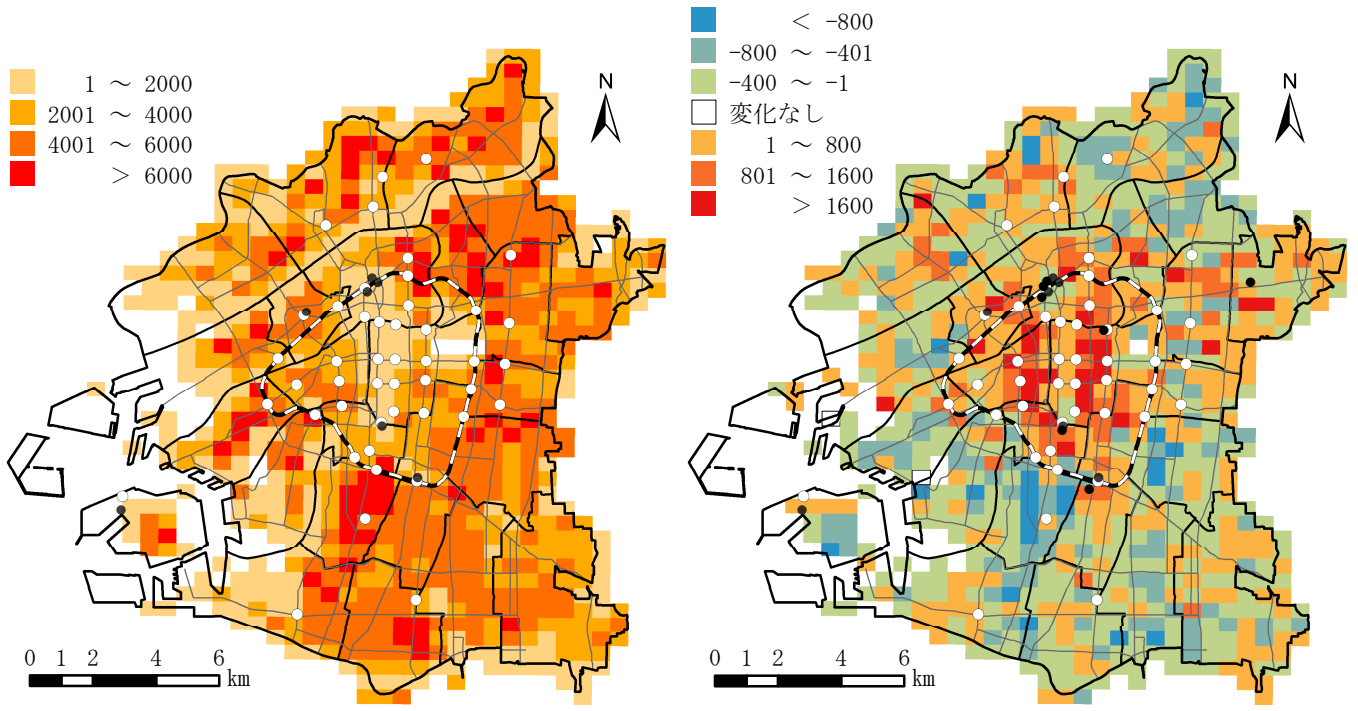


2000年

2000~2014年の変化

第4.3図 大阪市における単独店の分布とその変化

注) 数値の単位は軒。2000~2014年の変化は、同一のメッシュで2014年の店舗数から2000年のそれを引いたものである。
出所) NTT『タウンページ』により作成。



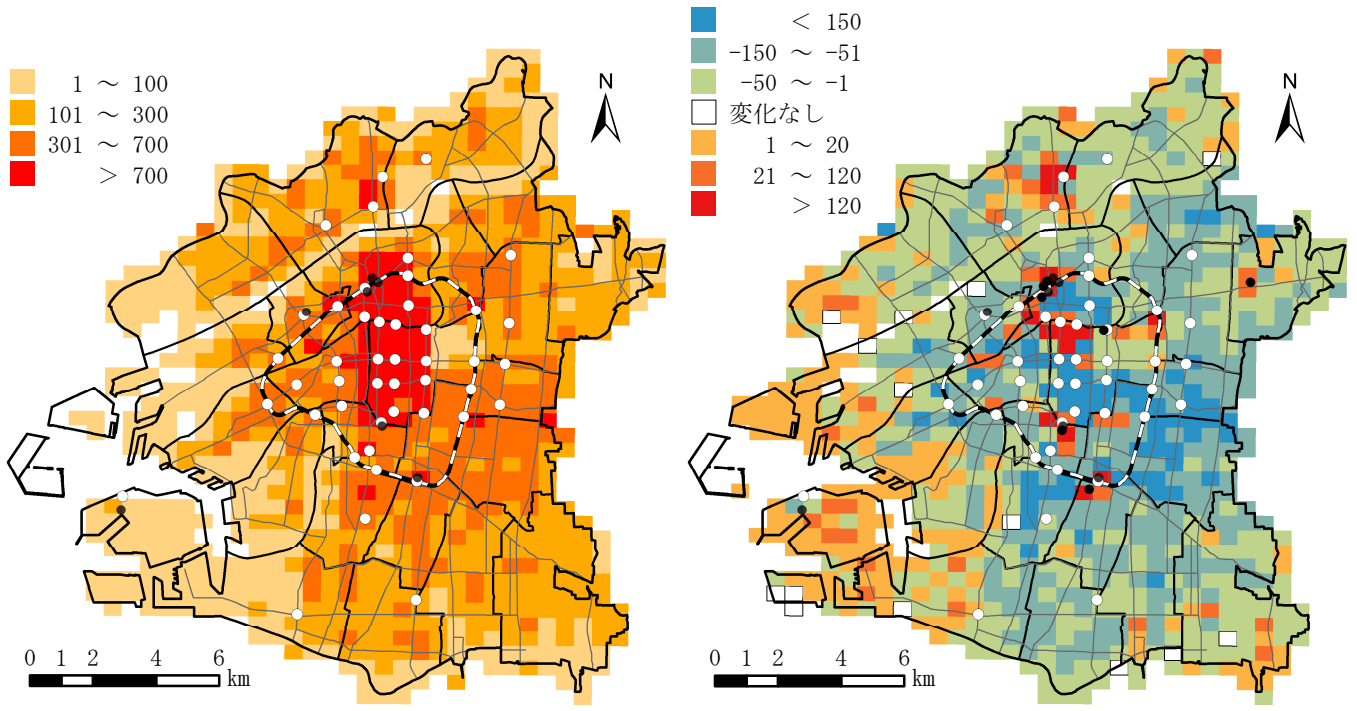
2000年

2000~2010年の変化

第4.4図 大阪市における夜間人口の分布とその変化

注) 数値の単位は人。2000~2010年の変化は、同一のメッシュで2010年の夜間人口から2000年のそれを引いたものである。

出所) 『国勢調査』各年版により作成。



第4.5図 大阪市における事業所の分布とその変化

注) 数値の単位はカ所。2001～2014年の変化は、同一のメッシュで2014年の事業所数から2001年のそれを引いたものである。
 出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサス基礎調査』各年版により作成。

第4.1表 大阪市における経営形態別飲食店の店舗数の変化（2000・2014年）

経営形態	大阪市全域			主要商業集積地				
	2000	2014	2000～2014	2000	2014		2000～2014	
	店舗数 (軒)	店舗数 (軒)	増減率 (%)	店舗数 (軒)	対全域の 割合 (%)	店舗数 (軒)	対全域の 割合 (%)	増減率 (%)
チェーン店	3,692	4,703	27.4	3,040	82.3	4,047	86.1	33.1
単独店	35,693	16,731	-53.1	25,276	70.8	12,981	77.6	-48.6
合計	39,385	21,434	-45.6	28,316	71.9	17,028	79.4	-39.9

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第4.2表 大阪市における区別・経営形態別
飲食店の変化（2000・2014年）

区	チェーン店			単独店			
	2000 (軒)	2014 (軒)	増減率 (%)	2000 (軒)	2014 (軒)	増減率 (%)	
都心部	北区	857	1,101	28.5	6,916	3,994	-42.2
	中央区	875	1,094	25.0	7,604	3,870	-49.1
	福島区	76	155	103.9	773	481	-37.8
	浪速区	92	168	82.6	867	402	-53.6
	西区	128	174	35.9	1,331	810	-39.1
	天王寺区	150	178	18.7	876	485	-44.6
合計	2,178	2,870	31.8	18,367	10,042	-45.3	
周辺部	都島区	145	205	41.4	1,072	508	-52.6
	東淀川区	74	109	47.3	1,018	379	-62.8
	旭区	58	50	-13.8	610	245	-59.8
	淀川区	210	284	35.2	2,178	1,042	-52.2
	鶴見区	47	76	61.7	415	148	-64.3
	此花区	36	54	50.0	537	238	-55.7
	港区	72	70	-2.8	799	269	-66.3
	大正区	33	47	42.4	711	259	-63.6
	西淀川区	28	28	0.0	526	202	-61.6
	住之江区	85	90	5.9	826	288	-65.1
	東成区	63	78	23.8	790	324	-59.0
	生野区	75	65	-13.3	1,395	422	-69.7
	城東区	72	81	12.5	895	315	-64.8
	平野区	119	126	5.9	1,262	431	-65.8
	阿倍野区	146	196	34.2	974	453	-53.5
	住吉区	97	107	10.3	1,039	393	-62.2
	東住吉区	89	82	-7.9	888	293	-67.0
	西成区	65	85	30.8	1,391	480	-65.5
合計	1,514	1,833	21.1	17,326	6,689	-61.4	

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第4.3表 大阪市の主要商業集積地における
飲食店の店舗数の変化（2000・2014年）

経営形態	業種	大規模なSC		主要駅周辺		主要道路沿線	
		2000	2014	2000	2014	2000	2014
チェーン店 (軒)	一般飲食店	21	50	420	433	196	197
	専門料理店	42	177	1,066	1,339	327	401
	軽飲食店	16	54	248	278	26	48
	居酒屋等	2	22	478	843	161	184
	遊興飲食店	-	-	32	19	6	4
	合計	81	303	2,244	2,912	716	834
	増減率 (%)	274.1		29.8		16.5	
単独店 (軒)	一般飲食店	13	16	2,536	1,089	998	306
	専門料理店	35	69	4,076	3,404	2,032	1,209
	軽飲食店	25	39	2,535	888	1,533	404
	居酒屋等	10	15	1,773	1,539	800	502
	遊興飲食店	-	2	7,004	2,773	1,905	724
	合計	83	141	17,924	9,693	7,268	3,145
	増減率 (%)	69.9		-45.9		-56.7	

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第4.4表 大阪市における飲食店と夜間人口・事業所の相関係数

経営形態	業種	夜間人口		事業所	
		2000年	2010年	2001年	2014年
チェーン店	一般飲食店	0.07 *	0.14 **	0.57 **	0.53 **
	専門料理店	0.04	0.09 **	0.55 **	0.56 **
	軽飲食店	-0.02	0.04	0.62 **	0.58 **
	居酒屋等	0.05	0.08 *	0.54 **	0.58 **
単独店	一般飲食店	0.10 **	0.07 *	0.66 **	0.58 **
	専門料理店	0.15 **	0.12 **	0.61 **	0.61 **
	軽飲食店	0.34 **	0.26 **	0.84 **	0.79 **
	居酒屋等	0.17 **	0.14 **	0.64 **	0.64 **
	遊興飲食店	-0.01	0.00	0.36 **	0.32 **

注) **: 1%水準で有意。*: 5%水準で有意。

第4.5表 大阪市の3中心地区における飲食店の変化

経営形態		大阪・梅田駅 周辺		難波・なんば駅 周辺		天王寺・阿部野橋駅 周辺	
		大規模な SC内	大規模な SC外	大規模な SC内	大規模な SC外	大規模な SC内	大規模な SC外
チェーン店 (軒)	2000年以前	27	405	37	278	8	90
	2000～2014年	110	479	86	366	65	125
	増減率 (%)	307.4	18.3	132.4	31.7	712.5	38.9
単独店 (軒)	2000年以前	13	1,396	34	1,266	22	275
	2000～2014年	50	819	50	736	20	170
	増減率 (%)	284.6	-41.3	47.1	-41.9	-9.1	-38.2

注) ①3都心エリアにおける大規模なSCの名称は、2000年以前と2000～2014年の順に、大阪・梅田駅周辺で阪急三番街、HEPFIVE、サウスゲートビルディングと、ヨドバシ梅田、ノースゲートビルディング、ハービスPLAZAENTであり、難波・なんば駅周辺でなんばCITY・高島屋となんばパークスであり、天王寺・阿部野橋駅周辺で天王寺ミオとあべのキューズモールである。②大規模なSC内の飲食店は、該当SCのポリゴン内に立地した飲食店を指す。③大規模なSC外の飲食店は、該当SCのポリゴン以外と該当都心エリア以内の区間に立地した飲食店である。

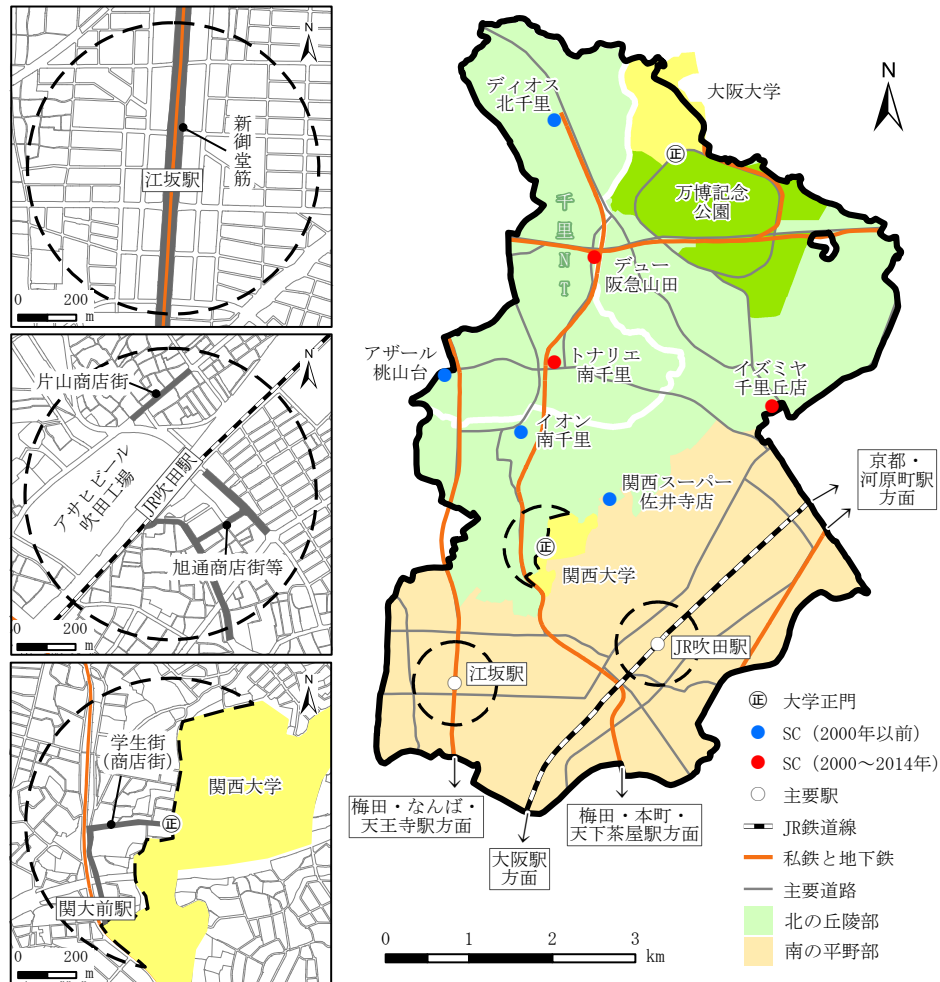
出所) NTT『タウンページ』により作成。

第4.6表 天王寺ミオにおける経営形態別・業種別飲食店の統計（2000・2014年）

2000		2014							
業種	店名	業種	店名						
チェーン店	一般 飲食店	ウインティス天王寺店 マクドナルド天王寺MIO店 きはる天王寺店	一般 飲食店	卵と私天王寺ミオ店 上辻園天王寺ミオ店 桜庵天王寺店					
	専門 料理店	熊五郎天王寺ステーションプラザ店 百楽天王寺店 富士屋天王寺ステーション店 焼肉レストラン松屋天王寺ミオ店		熊五郎天王寺MIOプラザ館店 うどん王天王寺ステーション店 天王寺うどん東口店 天王寺うどん阪和店 富士屋天王寺MIOプラザ館店					
	軽飲食店	木村家天王寺ステーション店		月日亭天王寺店 洋麺屋五右衛門天王寺ミオ店					
単独店	一般 飲食店	つくし亭 あかだこ	チェーン店	専門 料理店	ペルコラ天王寺店 パスタ・デ・パスタMIOプラザ館店 グリル俵屋天王寺ミオ店 神戸元町ドリア天王寺MIO店 ゆかり天王寺ミオプラザ館店 紅虎軒天王寺ミオ店 レストラン松屋天王寺ミオ店 とんかつ粋花KYK天王寺ミオ店 台湾小籠包天王寺MIO店				
	専門 料理店	天鉄トラベルサービス てんいち 魚屋料理割烹魚市 カレーパパ 小松食品 横堀 南京町皇蘭 駅ラーメン ラーメン亭王冠		軽 飲食店	デリスデュパレ天王寺MIO店 甘党まえだ天王寺ミオ店 café de Anri天王寺ミオ店 木村家天王寺MIOプラザ店				
		軽 飲食店			甘党まえだ カフェドアンリ カフェプレスト オアシス カーネーショングリル コーヒーショップ・サン ちさと	居酒屋等	甘太郎天王寺店 赤のれん天王寺店 三間堂天王寺店 楽蔵天王寺店		
					居酒屋等		赤のれん 来呂来呂 戎 トロピカルビヤガーデン	一般飲食店	蒸し料理ダイニングすちいーむ 天王寺ミオらーめん風土記
							単独店		専門 料理店
						軽 飲食店		天王寺MIOプラザ館ちさと カフェプレスト	

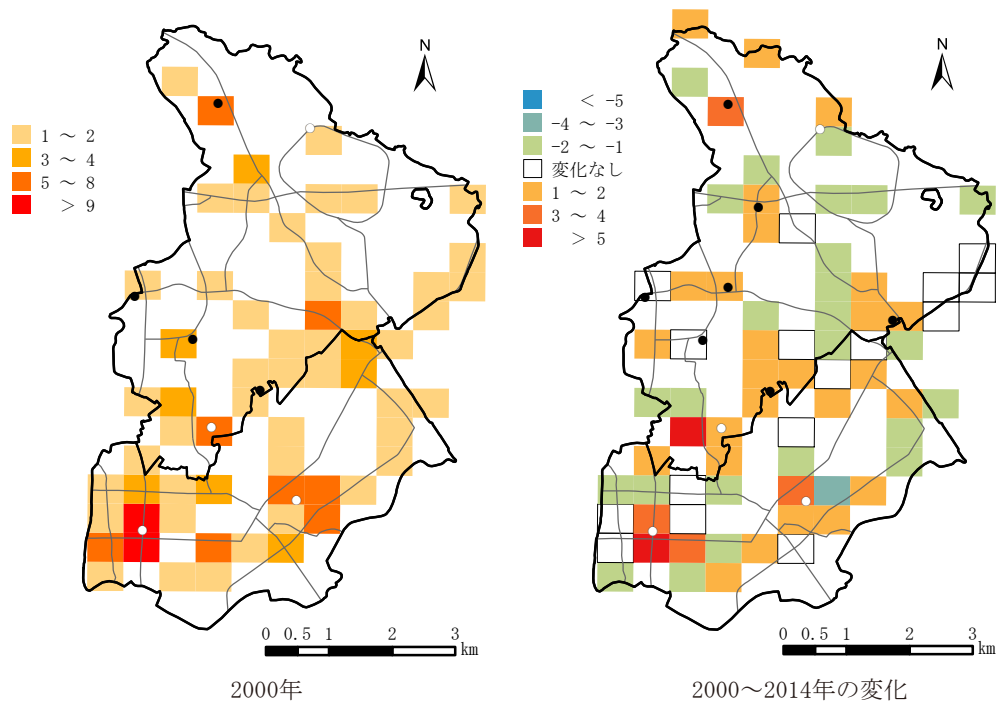
注) 地図上で天王寺ミオのポリゴンとJR天王寺駅構内が重なった部分があるため、駅構内に立地する飲食店は天王寺ミオに統計される可能性がある。

出所) NTT『タウンページ』により作成。



第5.1図 対象地域の吹田市

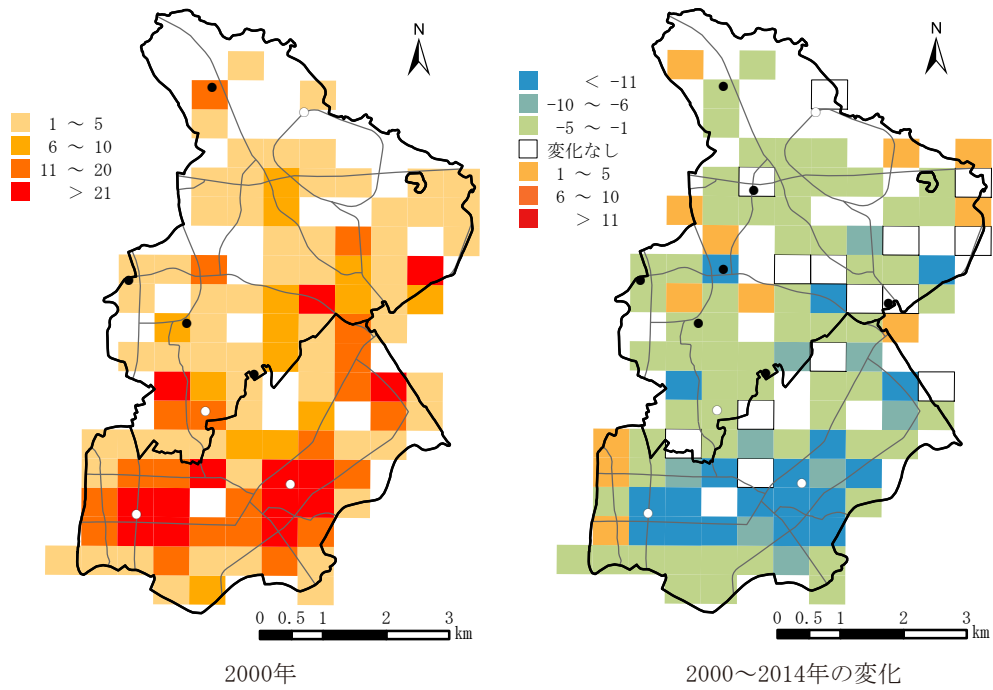
注) 千里NTは吹田市域内における千里ニュータウン。



第5.2図 吹田市におけるチェーン店の分布とその変化

注) 数値の単位は軒。2000～2014年の変化は、同一のメッシュで2014年の店舗数から2000年のそれを引いたものである。

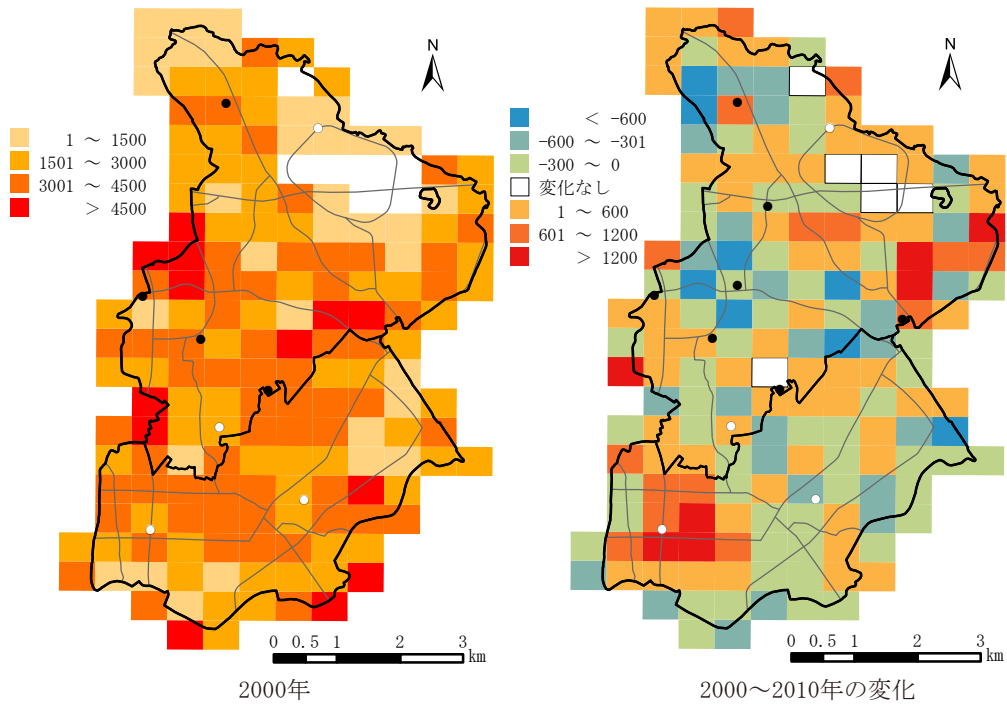
出所) NTT『タウンページ』により作成。



第5.3図 吹田市における単独店の分布とその変化

注) 数値の単位は軒。2000～2014年の変化は、同一のメッシュで2014年の店舗数から2000年のそれを引いたものである。

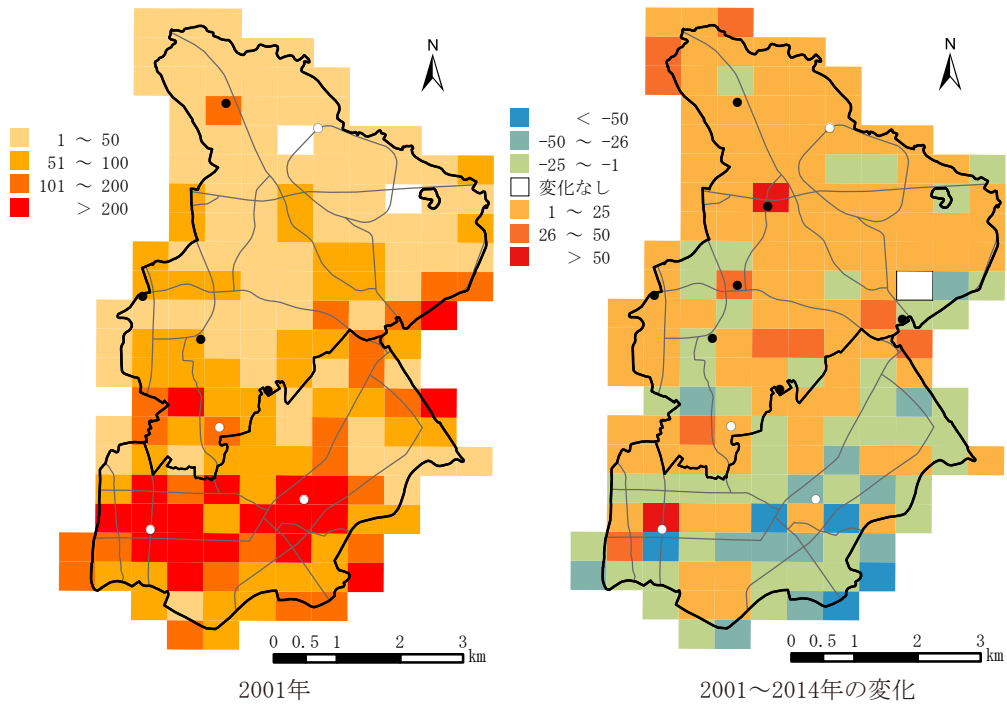
出所) NTT『タウンページ』により作成。



第5.4図 吹田市における夜間人口の分布とその変化

注) 数値の単位は人。2000～2010年の変化は、同一のメッシュで2010年の夜間人口から2000年のそれを引いたものである。

出所) 『国勢調査』各年版により作成。



第5.5図 吹田市における事業所の分布とその変化

注) 数値の単位はカ所。2001～2014年の変化は、同一のメッシュで2014年の事業所数から2001年のそれを引いたものである。
 出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサス—基礎調査』各年版により作成。

第5.1表 吹田市における経営形態別飲食店の店舗数の変化（2000・2014年）

	チェーン店			単独店		
	2000 (軒)	2014 (軒)	増減率 (%)	2000 (軒)	2014 (軒)	増減率 (%)
吹田市全域	200	235	17.5	1,202	599	-50.2
うち主要商業集積地	175	210	20.0	899	483	-46.3
主要商業集積地対 市全域の割合 (%)	87.5	89.4		74.8	80.6	
北の丘陵部	62	74	19.4	333	188	-43.5
うち主要商業集積地	46	60	30.4	190	132	-30.5
主要商業集積地対 北の丘陵部の割合 (%)	74.2	81.1		57.1	70.2	
南の平野部	138	161	16.7	869	411	-52.7
うち主要商業集積地	129	150	16.3	709	351	-50.5
主要商業集積地対 南の平野部の割合 (%)	93.5	93.2		81.6	85.4	

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第5.2表 吹田市の主要商業集積地における飲食店の店舗数の変化（2000・2014年）

経営形態	業種	江坂駅 周辺		JR吹田駅 周辺		関西大学 正門周辺		SC		主要道路沿線 (北の丘陵部)		主要道路沿線 (南の平野部)	
		2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014
チェーン店 (軒)	一般飲食店	17	12	7	4	4	3	4	6	9	9	10	7
	専門料理店	41	47	5	8	2	6	6	10	14	9	16	17
	軽飲食店	3	5	1	2	-	-	1	3	2	3	1	1
	居酒屋等	14	31	5	9	1	7	2	2	1	2	7	6
	遊興飲食店	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	77	96	18	23	7	16	13	21	26	23	34	31
増減率 (%)	24.7		27.8		128.6		61.5		-11.5		-8.8		
単独店 (軒)	一般飲食店	33	18	34	10	10	4	1	1	19	8	37	13
	専門料理店	74	55	44	30	11	13	10	10	59	40	114	51
	軽飲食店	37	10	32	10	12	10	4	4	23	6	51	9
	居酒屋等	28	26	25	25	5	4	1	4	11	13	35	27
	遊興飲食店	58	27	53	22	3	2	1	1	22	13	53	18
	合計	230	136	188	97	41	33	17	20	134	80	290	118
増減率 (%)	-40.9		-48.4		-19.5		17.6		-40.3		-59.3		

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第5.3表 吹田市における飲食店と夜間人口・事業所の相関係数

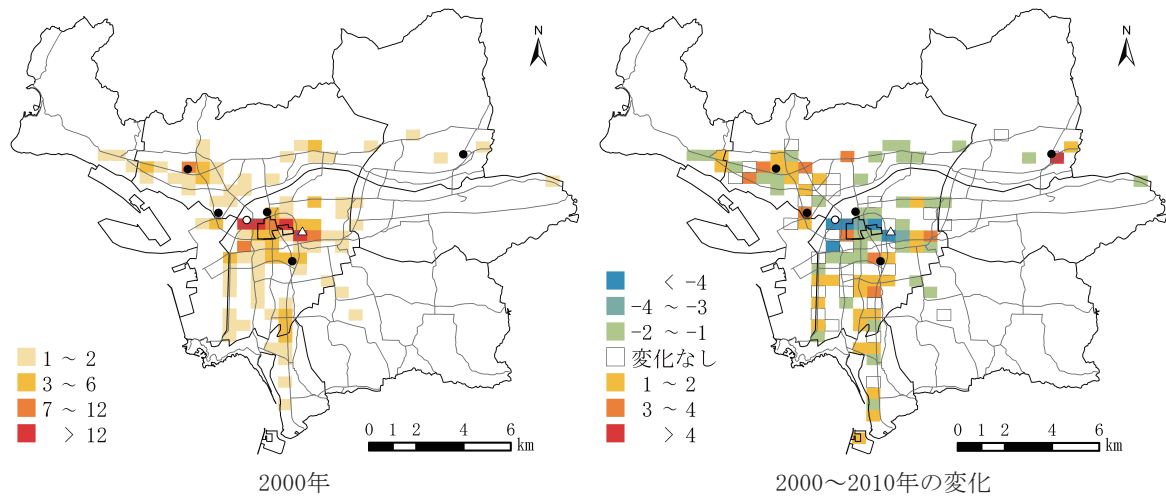
経営形態	業種	夜間人口		事業所	
		2000年	2010年	2001年	2014年
チェーン店	一般飲食店	0.08	0.13	0.44 **	0.36 **
	専門料理店	0.06	0.17 *	0.42 **	0.49 **
	軽飲食店	0.08	0.04	0.19 *	0.26 **
	居酒屋等	0.08	0.16 *	0.39 **	0.51 **
単独店	一般飲食店	0.14	0.20 **	0.51 **	0.54 **
	専門料理店	0.19 *	0.27 **	0.57 **	0.62 **
	軽飲食店	0.13	0.15 *	0.54 **	0.37 **
	居酒屋等	0.15 *	0.17 *	0.57 **	0.51 **
	遊興飲食店	0.14	0.24 **	0.58 **	0.56 **

注) **: 1%水準で有意。*: 5%水準で有意。



第6.1図 対象地域の和歌山市

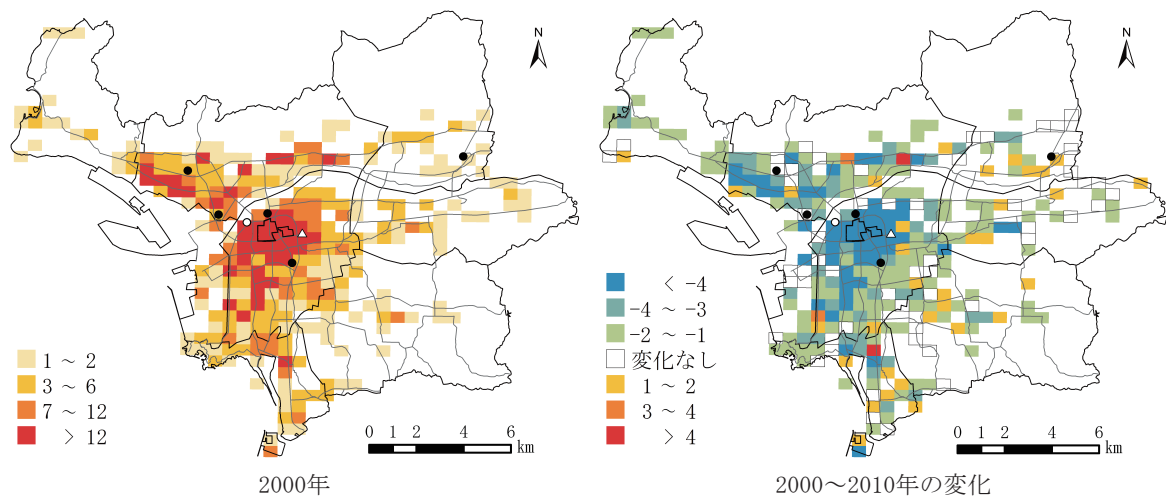
注) SCの店名と開業年について、1はスーパーセンターオークワパームシティ和歌山店(1993年)、2はメッサオークワガーデンパーク和歌山店(2004年)、3はシティワカヤマ(2004年)、4はイズミヤ和歌山店(1982年)、5はイズミヤスーパーセンター紀伊川辺店(2008年)である。



第6.2図 和歌山市におけるチェーン店の分布とその変化

注) 数値の単位は軒。2000～2010年の変化は、同一のメッシュで2010年の店舗数から2000年のそれを引いたものである。

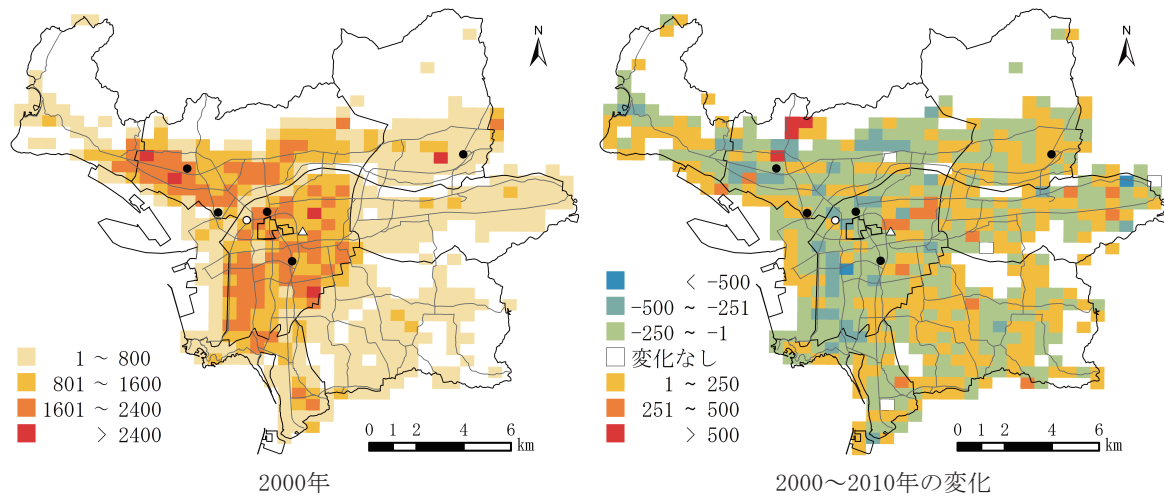
出所) NTT『タウンページ』により作成。



第6.3図 和歌山市における単独店の分布とその変化

注) 数値の単位は軒。2000～2010年の変化は、同一のメッシュで2010年の店舗数から2000年のそれを引いたものである。

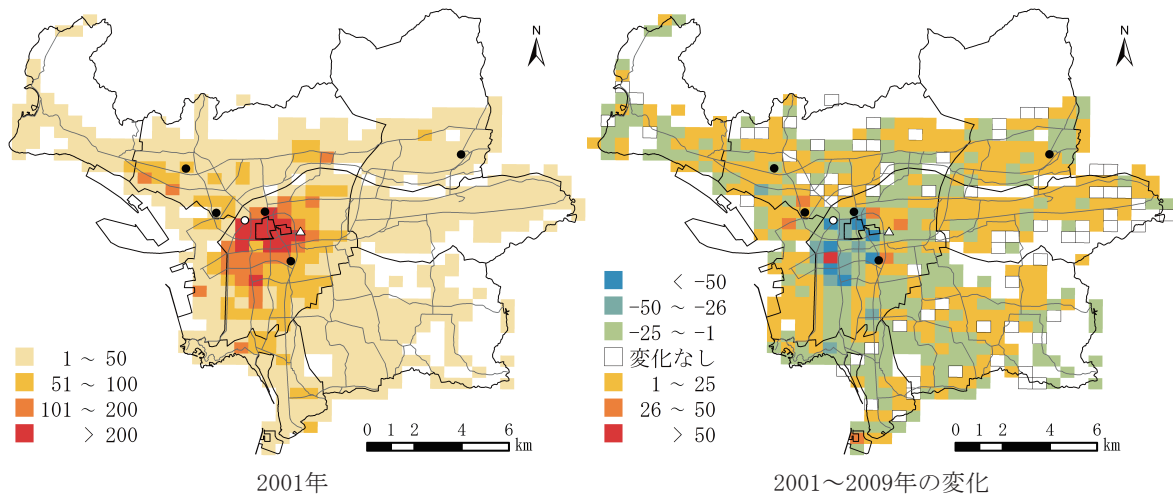
出所) NTT『タウンページ』により作成。



第6.4図 和歌山市における夜間人口の分布とその変化

注) 数値の単位は人。2000～2010年の変化は、同一のメッシュで2010年の夜間人口から2000年のそれを引いたものである。

出所) 『国勢調査』各年版により作成。



第6.5図 和歌山市における事業所の分布とその変化

注) 数値の単位はカ所。2001～2009年の変化は、同一のメッシュで2009年の事業所数から2001年のそれを引いたものである。

出所) 『事業所・企業統計調査』と『経済センサスー基礎調査』各年版により作成。

第6.1表 和歌山市における経営形態別飲食店の店舗数の変化(2000・2010年)

経営形態	和歌山市全域			主要商業集積地				
	2000	2010	2000～2010	2000		2010		2000～2010
	店舗数 (軒)	店舗数 (軒)	増減率 (%)	店舗数 (軒)	対全域の 割合 (%)	店舗数 (軒)	対全域の 割合 (%)	増減率 (%)
チェーン店	271	260	-4.1	226	83.4	236	90.8	4.4
単独店	3,257	1,912	-41.3	2,478	76.1	1,486	77.7	-40.0
合計	3,528	2,171	-38.5	2,704	76.6	1,722	79.3	-36.3

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第6.2表 和歌山市の主要商業集積地における飲食店の店舗数の変化(2000・2010年)

経営形態	業種	ぶらくり丁 周辺域		アロチ地区		JR和歌山駅 周辺		南海和歌山 市駅周辺		主要道路沿線		SC	
		2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010
チェーン店 (軒)	一般飲食店	7	3	0	0	14	10	6	3	54	44	7	15
	専門料理店	16	10	7	2	14	10	5	3	57	81	3	12
	軽飲食店	2	2	0	0	2	1	0	0	3	3	1	3
	居酒屋等	3	4	0	0	6	8	2	3	16	19	0	0
	遊興飲食店	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	合計	28	19	7	2	36	29	13	9	130	147	11	30
増減率 (%)		-32.1		-71.4		-19.4		-30.8		13.1		172.7	
単独店 (軒)	一般飲食店	51	19	29	23	29	19	12	5	202	103	3	3
	専門料理店	57	58	70	56	60	44	13	10	336	229	3	4
	軽飲食店	45	30	17	4	30	19	10	6	259	161	1	2
	居酒屋等	58	50	42	33	36	37	10	9	178	127	0	0
	遊興飲食店	134	41	502	279	106	38	6	5	180	72	0	0
	合計	345	198	660	395	261	157	51	35	1,155	692	7	9
増減率 (%)		-42.6		-40.2		-39.8		-31.4		-40.1		28.6	

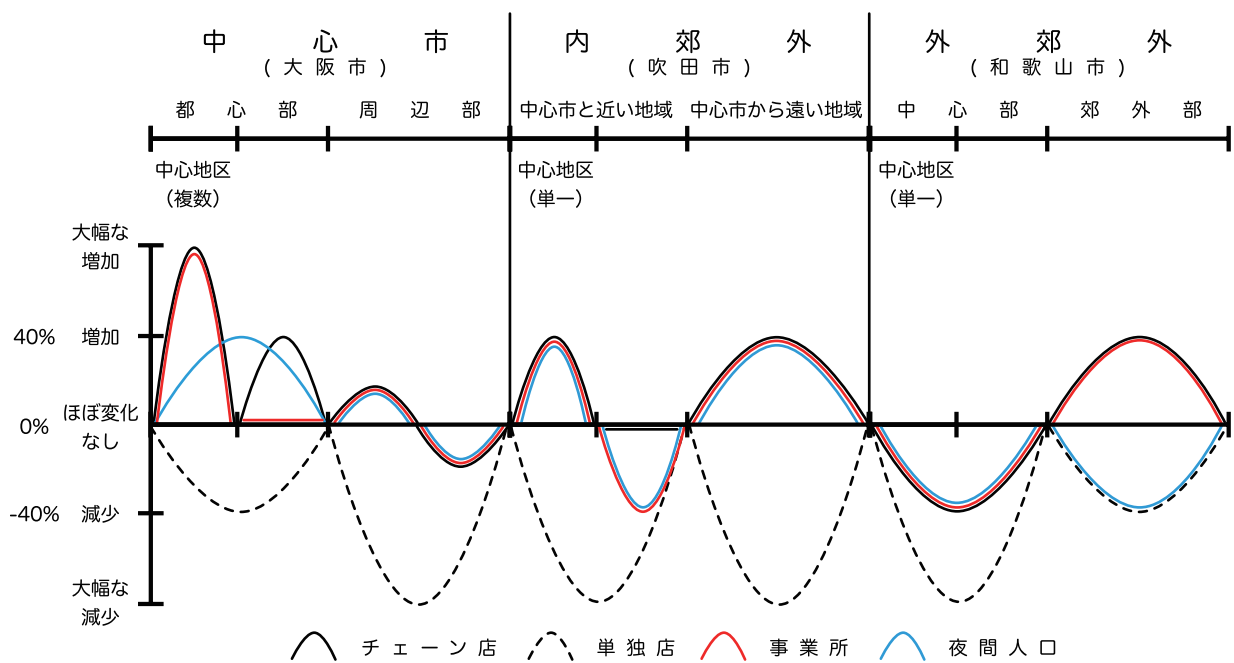
注) 主要道路沿線は、他の主要商業集積地と重なっているところを含まない。

出所) NTT『タウンページ』により作成。

第6.3表 和歌山市における飲食店と夜間人口・事業所の相関係数

経営形態	業種	夜間人口		事業所	
		2000年	2010年	2001年	2009年
チェーン店	一般飲食店	0.17	0.08	0.40 **	0.11
	専門料理店	0.15	-0.03	0.56 **	0.19
	居酒屋等	0.27	0.15	0.15	0.45 *
単独店	一般飲食店	0.21 **	0.22 *	0.74 **	0.69 **
	専門料理店	0.26 **	0.25 **	0.71 **	0.77 **
	軽飲食店	0.34 **	0.30 **	0.81 **	0.67 **
	居酒屋等	0.21 **	0.22 *	0.68 **	0.75 **
	遊興飲食店	0.10	0.14	0.49 **	0.50 **

注) **: 1%水準で有意。*: 5%水準で有意。



第7.1図 京阪神大都市圏の飲食店と事業所、夜間人口の変化の模式図

注) 大阪市の中心地区の事業所数と夜間人口の統計については、3中心地区での主要駅と大規模なSCが立地した500mメッシュの統計データを参考とした。