

規模を地域の受け皿に見合ったものとして計画・実施をしても援助の網からこぼれ落ちる住民が存在することは、これまでも多くの人が指摘してきたことであり、本論文でも明らかになった。しかし、いかなるアプローチもそれが不可能な場合は、その理由が存在するはずである。人々の現状を把握し、援助対象者の境界を見極める必要がある。ターゲットグループが繁雑になることはプロジェクト効果を引き下げるとなるからである。また、住民参加型のプロジェクトは小規模なだけに村落における経済効果は大変小さいという限界がある。さらには、PRAやRRA、PCM等の調査手法は現地言葉の言葉を十分に使いこなせて初めて効果をあげるものであり、通訳を介す際のバイアスも考慮に入れなければならない。

しかしながら、今後、農村の効率的・持続可能な開発を推進するならば、住民参加型の開発は有効な開発手法の一つであり、その中でも住民の組織化や教育・WID/GADなどに考慮した、住民自身による計画立案・実施がますます重要になってくる。その為には、当該開発国の農村住民に対し、文化人類学・社会学・地理学的視点等を併せ持った人間がジェンダー配慮を行いながら支援できるようなシステムの早急な構築が援助実施機関に望まれる。

## 近年の航空輸送の動向

### 一大阪国際空港と関西国際空港を事例に

松田真由美

わが国の航空輸送は、戦後、政府の保護のもとで順調に成長してきた。石油危機や連続事故など、航空にとってマイナス要因は、いろいろあったものの、他交通機関と比べての所要時間における優越、海外指向旅客の増加などにより、航空旅客数は大幅に増加しつづけている。特に航空貨物は、航空機のジェット化、大型化、経済構造変化による貨物の小型化、高付加価値化により、1970年代以降、

大幅に成長した。

関西国際空港開港以後の大阪・関西両国際空港の国内旅客については、幹線・ローカル線とも長距離路線が旅客数を伸ばした。これには、関西国際空港開港による便数の増加が影響している。特に目立つものとして、北海道間の旅客の流動があげられる。ローカル線はすべて関西発着となり、それらの路線の旅客数は増え、北海道全体の旅客数に占める割合も高くなった。逆に、関西国際空港開港による国際路線の増加の影響により、成田間の旅客は減少した。旅客の航空機利用目的の構成については、大阪の旅客は仕事、関西の旅客は観光の割合が高い。これは、大阪国際空港の方が、大阪都心からのアクセスが良いこと、また、観光目的の旅客が多い路線では、関西国際空港の方が便数が多いことが影響している。両空港利用客の居住地は、和歌山から関西への利用客が倍増した以外は、目立った変化はなかった。

国際旅客については、北海道、東北、関東、九州からの旅客の指向が増加した。出国先は、路線の増加により、オセアニア、ヨーロッパの需要が増加した。

国内貨物については、大阪は、書類・印刷物、関西は生鮮品、日用品の比率が高くなっている。貨物量で増加したのは紙・パルプと日用品、植物のみであった。貨物流動地域は、全体的に見て、大阪は関東甲信越などの近距離、関西は北海道、沖縄などの遠距離路線間の貨物量比率が高い。荷送り・荷受け地域については、まず、荷送りは、関東以北の荷送り地域が拡大し、件数も増加した。特に、長野、山梨からの荷送り件数が激増した。逆に、四国からの荷送り件数は激減した。荷受けは、荷送りに比べて、広範囲に渡って件数が増加した。また、荷送り件数は激減した四国において、高知のみ荷送り件数が激増している。四国における荷送り・荷受け件数の変化には、瀬戸大橋が関係していると思われる。瀬戸内海側の地域で荷送り・荷受け件数は減少した。しかし、高知は航空機のほうが優越

しているため、荷送り件数が激増したと思われる。

国際貨物については、大阪府と東海、北陸を除いて、件数が増加した。相手国は、極東が減少した。

関西国際空港開港によって、国内線は大坂は仕事、関西は観光といった旅客の流れができた。国際旅客については、高い伸びを示し、旅客数の全空港に占める割合も増加した。しかし、格安のパックの海外旅行は東京発のものが多く、したがって、新設路線の数からみると、旅客数の増加の度合いは、期待外れの感が否めない。貨物に関しては、大阪・関西国際空港を利用する地域が広がったことがわかる。しかし、新東京国際空港から関西国際空港に他地域の需要が移るということは、利便性から見て、非常に難しい。したがって、関西圏の需要を取り込むことが、今後の関西国際空港の発展につながると思われる。

## コンビニエンスストアの立地について

### —豊島区千川地区を事例に—

村井佐知子

豊島区千川地区には、既存コンビニ4店舗が立地していたが、また新たに1店舗オープンした。なぜこの激戦区に新規出店したのか、またなぜそれができたのか。本稿で明らかにしたい。

まず、出店戦略を考える上で、やらなければならないことは商圈分析である。コンビニに限らず商圈の一般論として、市原(1995)は、単独、あるいは集積の商業施設が顧客を吸引できる地理的範囲としている。しかし、コンビニの商圈は立地によって異なり、きわめて小商圈と考えられており、一般的に半径400m～600mとされている。コンビニの商圈を把握するには、市原(1995)が包括的である。「住宅街型コンビニ」の場合、商圈内の居住人口・世帯数が最も重要であり、周辺の住

宅地図をもとに実地調査を行う。

商圈分析の次は立地分析であるが、コンビニに限らず、一般論として出店の際の立地について、会田(1983)は、商圈内の最大幹線と、二次幹線が交差する角地が最も理想的な立地だと述べている。

それでは、本稿では、どのようにサンエブリーの出店を考えるか。サンエブリーの商圈を半径400mと仮設し、サンエブリーと仮設商圈内にあるその他のコンビニ4店(ミニストップ、ローソン、ファミリーマート)の立地分析を試みることでアプローチする。

立地理論からの比較と、実地調査から進めた立地分析の結果、サンエブリーは大幹線道路、中幹線道路、生活道路の計5方向からの来店が可能になる、ベスト立地に出店していることが分かった。

そしてさらに、仮設商圈内は激戦状態だと思われたのが、実はサンエブリーとライバル関係にあるのはサンクスのみと考えられるのである。ミニストップ、ローソン、ファミリーマートは商圈が道路で遮断され、商圈を分けており、サンエブリーとこの3店は非ライバル関係なのである。

サンエブリーとサンクス。さらに、サンエブリーはサンクスの顧客を吸収できる場所にあり、サンエブリーにとっては自店へ来る客を確保した上に、さらに、サンクスの客まで確保できるという、まさにベスト立地に出店していた。

したがって、サンエブリーはベスト立地を獲得したからこそ出店できたのだと考えられる。

さらに、サンエブリーとサンクスの関係を調べていくと両者は「競争」関係にあることが分かった。しかし、会田(1983)は、小売業等の商業では、商業集積による相互両立を深めながら、競争克服と同時に、お互いに利益をもたらす両立策を開拓すべきだと述べている。つまり、「競争」しながらも「両立」する「競合」関係が大切だということである。ただ、今回は、サンエブリーとサンクスの関