

# 現代都市における大型盛り場の多様性

## － 大 阪 市 の 場 合 －

山 本 晶

### 1. 研究の目標

本研究では大型盛り場を、買物街、飲食店街、歓楽・娯楽街などが有機的に結びついた結節地域であり、消費空間として高度に統合された地域システムであると仮定し、

1. 大型盛り場の特徴的な資本集積形態を分析すること。
2. 主として都市生活者の消費行動の基礎となる生活意識を分析すること。

この両者をふまえて資本主義の発達にもとづく生活意識・生活様式の変化によってこのシステムがいかに活性化させられるか、そのメカニズムを分析することが最終目的である。

### 2. 現代都市における大型盛り場の属性

#### － 大阪市の場合 －

#### 2.1 分析方法

1. 大阪市は京阪神圏、広くは西日本を潜在顧客層とする大型盛り場を有する。
2. 大阪市では分析に好都合なメッシュデータが容易に手に入った。

等の理由で、大阪市を対象地域とし、アブリオリに選定した25の変数について主成分分析を行った。(表1)

#### 2.2 成分抽出と成分解釈

分析の結果(表1)に示すように、固有値が1以上を示す、5つの主成分が抽出され、全変動の70.8723パーセントが説明できることになった。

第1成分(図I)は、より都市化された都市機能の総合的な集積度を示すものであると解釈した。成分得点の分布からはいわゆる都心(大阪駅から難波まで)が周辺地域からきわだった集積度の高さを示している。

第2成分(図II)は、両極構造を持つ成分である。プラス軸は生活関連性の中小商業資本の集積度、マイナス軸は、業務管理機能の集積を示すと解釈した。天王寺・梅田はほとんど成分得点に特徴を示さないが、ミナミについては、非常に高い得点を示す。これによって両者の盛り場としての性格のちがいが示される。

第3成分(図III)はマイナス軸に、デパートに代表される大規模商業資本と、それに伴う、レジャー資本(サービス資本)の集積度と考える。キタ、ミナミ、天王寺に共通な特徴。大型盛り場のデパートに負うところの大きさを示している。

第4成分は、全く別の起源で点的に成立したものの間隙を埋める機能を示すと解釈した。結果的に盛り場と接することはあるが、何ら機能的な関係を持つものではないと考えられる。

第5成分は、盛り場にとって、興味深い意味を持つ成分である。デパートを核とし、サービス業

をとまうような一連の商業集積から独立した形での宿泊関係施設の集積と解釈した。盛り場の一方の大きな柱である裏性を担う成分である。第3成分のマイナス軸において特徴ある傾向を示した部分（表性を担う）と面的なづれがある。

これらの分析の結果から、大阪市における大型盛り場は、日本の小売商業の構造（小数の巨大資本と膨大な零細小売商の極端な二極分化及びその同時的存在）をも包含していることがわかる。

### 3. 現代都市における人間行動

現代都市においては、職住分離形態をもとにして、居住空間、生産空間、大衆空間の3つの生活空間が想定される。それらの属性のみをとり出し、より抽象化したものが、第1空間性、第2空間性、第3空間性である。

資本主義の発達に伴う、都市の都市化、農村の都市化がもたらした国民的な産物のひとつとして、余暇の明確化があげられる。このような状況を背景にした現代都市生活者の生活意識の特性として、

1. 現代都市における3つの生活空間の存在と、その認識
2. 第1空間、第3空間の重視
3. レジャーの大衆化

が指摘された。

### 4. 大型盛り場の多様性

盛り場をその形成過程により、計画的盛り場と自然発生的なそれに分類する。前者は大規模資本の建設により、消費者の第1空間性の欲求をも積極的に満たしていくものであり、それと、第1空間性と共存可能な第3空間性によって成立する。後者は主に中小商業資本により、徐々に形成され、少なくとも第1空間性を持ち込むことによって、その存在価値を失うものである。

このように利用層やその消費目的を異にする資本集積形態が、互いに依存関係を保ち、共存する多様化した形態が、現代都市における大型盛り場である。

### 5. システムの高度化としての盛り場の多様化

現在、大阪では、都市の都市化の南北への拡大として示されるように大型盛り場の南北への移動傾向がみられる。このような傾向は居住地の郊外化によるものであると考えられるが、通勤圏をひとつの地域システムと考えれば、第3空間としての盛り場と、第1空間としての居住地、そして第2空間としての職場（主に都心）は、人間行動によって相互関係を結んでおり、この行動エネルギーを生み出すのが前述の生活様式の特徴である。つまり、この3つの生活空間によって成立する地域システムが居住地の郊外化に従い、面的に拡大し、なおかつ地域システムとして成立してゆくために、時間的な及び人間の生態的必然性がエネルギーを供給し、第1空間が第3空間をひきつけたという解釈が成立する。

このように通勤圏を1つの地域システムとして見た場合、大型盛りは通勤圏の構成要素のひとつであると同時に、独立したより下位の地域システムとして成立し、これは上位システムの拡大にともな

いその多様性を高める。

すなわち、生活意識・生活様式の変化から派生的に生み出される大型盛り場への様々な要求がエネルギーをうみ、それが様々な形での資本投下をうながす。その結果として地域システムが複雑化することがすなわち、大型盛り場の多様性である。

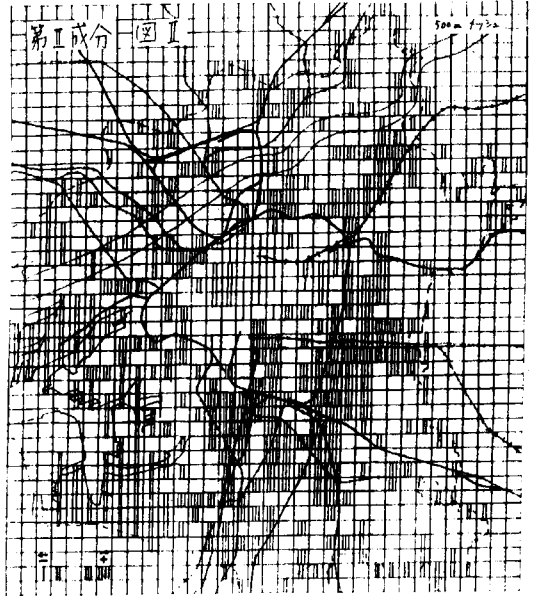
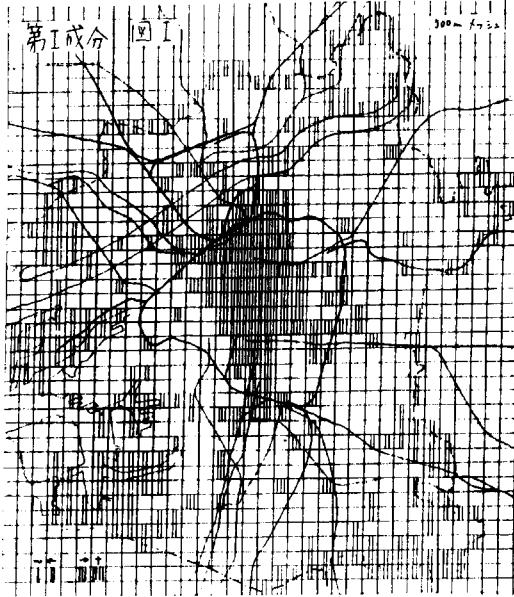


表 3 変数，成分係数及び固有値

	第Ⅰ成分	第Ⅱ成分	第Ⅲ成分	第Ⅳ成分	第Ⅴ成分
1 卸売業（従業者数）	0.2295	-0.2173	0.1351	0.1869	-0.2489
2 代理商・仲立業	0.1475	-0.0973	0.0810	-0.5505	0.0569
3 各種商品小売業（注1）	0.1441	0.0634	-0.4198	0.1640	-0.2949
4 織物・衣服・身のまわり品小売業	0.1837	0.2393	-0.3229	0.0213	-0.0991
5 飲食品小売業	0.1739	0.2359	0.0591	0.1086	-0.0478
6 飲食店	0.2136	0.0994	-0.3873	-0.1719	0.0069
7 自動車・自転車小売業	0.1148	-0.0111	0.2145	-0.5660	-0.2822
8 家具・建具・じゅうり器小売業	0.1528	0.2376	0.0116	-0.0273	-0.0654
9 その他の小売業（注2）	0.2712	0.1679	-0.1256	0.0011	-0.0941
10 旅館・その他の宿泊所	0.1851	-0.0351	-0.0635	0.0285	0.5633
11 洗たく・理容・浴場業	0.2149	0.3264	0.0293	0.0359	0.0192
12 その他の個人サービス業	0.1848	0.1289	0.0610	-0.0153	0.1858
13 映画・娯楽業	0.2194	0.1266	-0.3364	-0.1710	0.1630
14 放送・広告・調査・情報業	0.2208	-0.2493	0.0907	0.0469	-0.0079
15 その他の事業サービス業	0.2426	-0.1618	0.0402	0.0221	-0.0684
16 自動車整備及び駐車場業	0.1532	0.1309	0.1869	-0.2350	-0.1471
17 他に分類されない専門サービス業	0.2524	-0.1711	0.1369	-0.0553	0.0193
18 医療業	0.1319	0.0725	0.1411	0.0273	0.5471
19 L. 84, 89, 90, 92～95（注3）	0.1777	-0.0848	0.1861	0.0540	0.0413
20 不動産	0.2804	-0.1318	0.0272	-0.0535	0.0989
21 金融・保険業	0.2216	-0.1910	0.0063	0.2861	-0.0395
22 人口総数	0.0683	0.3926	0.3378	0.1606	-0.0560
23 住宅延床面積	0.0861	0.3859	0.3507	0.1548	-0.0804
24 事務所延床面積	0.2533	-0.2574	0.0699	0.1736	-0.0735
25 非木造延床面積	0.2730	-0.1448	0.0022	0.1069	-0.1003
国 有 値	9.7841	3.6449	1.8944	1.3802	1.0141
寄 与 率 (%)	39.1374	14.5798	7.5779	5.5208	4.0564
累 積 寄 与 率 (%)	39.1374	53.7172	61.2951	66.8158	70.8723

（注1）各種商品小売業：百貨店

その他の各種商品小売業  
（従業者が常時50人未満のもの）

（注2）その他の小売業：医薬品・化粧品小売業，  
農耕用品小売業，燃料小売業，  
書籍・文房具小売業  
中古品小売業（他に分類されないもの）  
他に分類されない小売業

（注3）L.84：協同組合

L.89：保健および清掃業

L.90：宗教

L.92：社会保険，社会福祉

L.93：学術研究機関

L.94：政治，経済，文化団体

L.95：その他のサービス業