

松本市卸売業の地域的展開 ——松本流通業務団地を中心に——

兼子 純

キーワード：卸売業、流通業務団地、卸売商圏、配送

I はじめに

今日の卸売業を取り巻く環境は大きく変化している。それは大規模小売業者の成長にともなう流通チャンネル間での力関係の変化や、卸売業界内部での合併、淘汰の進行などの様々な側面から論じられている。

卸売業の空間的構造は、2つの次元で捉えることが必要である¹⁾。第一は、卸売業の都市内部における分布・集積形態についてであり、第二はそれら卸売業の形成する市場領域、特に商圏構造である。前者に関して従来、卸売業は一般に商取引と物流の場所が未分離のままであり、都市中心部に卸売業が集中する結果、交通渋滞を引き起こし、都市機能を阻害する要因となっていた。このような卸売機能を効率的に発揮するため、都市の卸売施設の再配置が各地でみられるようになった²⁾。後者について、卸売商圏は卸売業者あるいは卸売業集積自体が、自らの置かれている実状や領域の地域的・空間的限界を把握し、それを可能な限り維持するか、あるいはその限界から一步前進させるかを決定するのに重要な判断材料を提供するものである³⁾。

ある都市における卸売業の地域的展開を、上記の2つの側面から実態に即して分析することは、既存の統計資料の乏しい流通研究の分野において有効な手段であると考えられる。そこで本報告

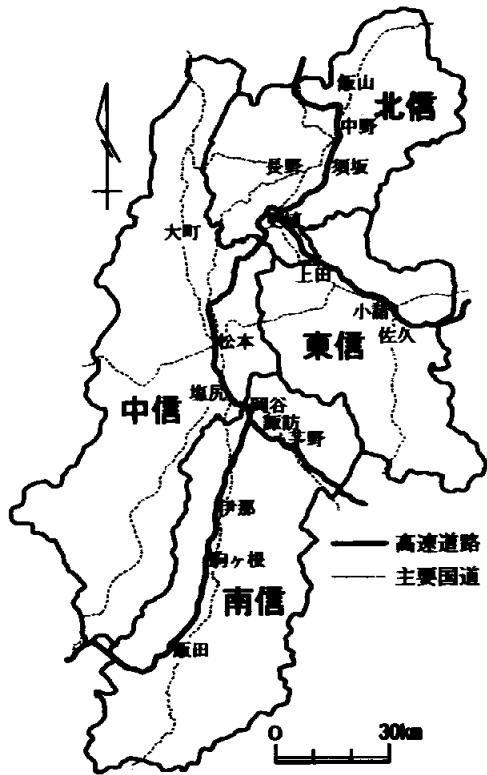
は、長野県松本市における卸売業を対象として、都市内部での展開過程と、集団化した団地内の事業所にみられる地域的展開の特性を明らかにする。本報告で用いる卸売業の地域的展開とは、先述の2つの視点を踏まえて、卸売事業所またはその集積の都市内部における移転・立地変動と、それらが形成する卸売商圏内での企業活動、特に物流面に着目した概念として用いる。

II 松本市卸売業の全体的動向

長野県は大きく北信、東信、中信、南信の4地方に地域区分される(第1図)。内陸県である長野県は、南北に長く地形的な隔絶性が高いこと、また廃藩置県の際に県域が分割された経緯から⁴⁾、長野市を中心とする北信・東信地方と、松本市を中心とした中南信地方に二分されることも多い。

長野県全体の卸売業の状況を概観する。第2図から長野県の卸売業販売額は、長野・松本の両都市に集中しているのがわかる。1997年における両都市の長野県全体に占める割合は、人口数からみた場合に25.3%、14.3%に対して、卸売業販売額は38.0%、29.8%と高い値を示す。両市に続くのは、上田・諏訪・飯田といった第2次世界大戦以前から市制を施行していた都市であるが、長野・松本両都市との差は著しい。

販売力係数⁵⁾に注目すると、1997年では卸売業販売額の高い都市が販売力係数も高くなる傾向に

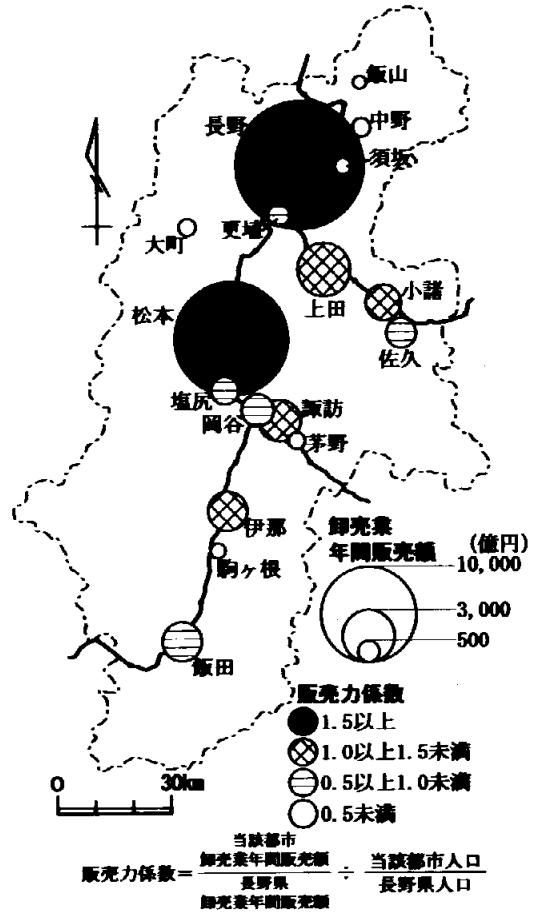


第1図 長野県の地域区分と都市分布

あるが、最も高い値を示すのは、長野市 (2.2) ではなく、松本市 (3.1) である。1979年の値と比較すると、長野市が0.2減少させているのに対して、松本市は0.6増加させている。このように長野県の卸売業は、県庁所在都市の長野市だけでなく、第2都市の松本市において高い中心性を示し、その傾向を強めている特徴がある。

研究対象地域の松本市は、江戸時代より松本藩の城下町として栄え、今日の都市構造の基礎を築いた⁶⁾。商業に関しては、松本市は鉄道開通以前において松本盆地の中心であるばかりでなく、日本海側からの物産の集積拠点として、信州全域の中心でもあった⁷⁾。また「商都松本」と称せられるように、小売業・卸売業とも中中信地方の中心都市として、大きな商業集積を形成している。

盆地という地形的な隔離性を克服する上で、交通網の整備は松本市の産業に大きな影響を与えてきた⁸⁾。松本市の道路網は、長野市と名古屋を結ぶ



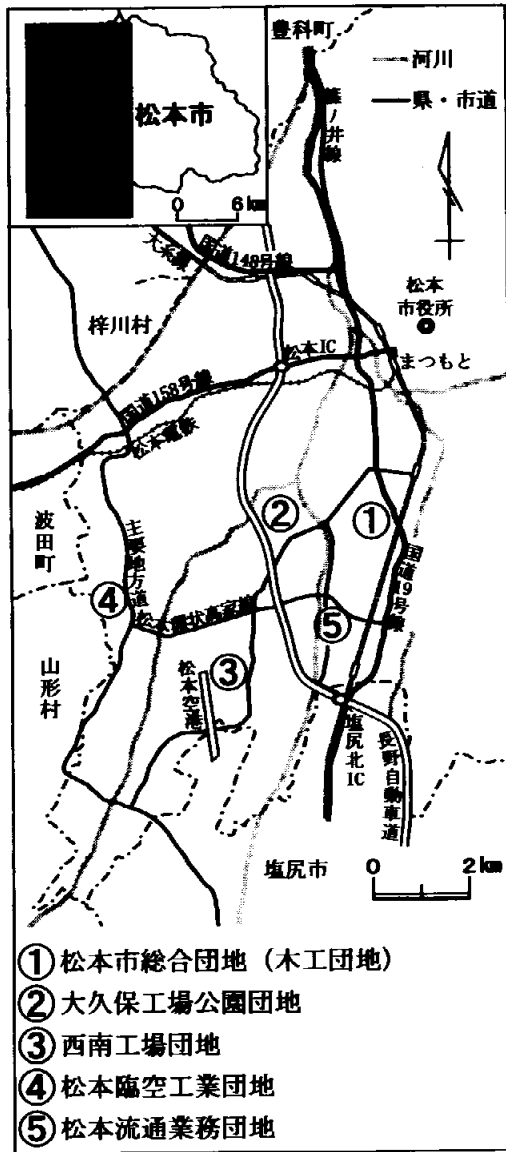
第2図 長野県における卸売業年間販売額と販売力係数 (1997年)

(商業統計により作成)

$$\text{販売力係数} = \frac{\text{当該都市卸売業年間販売額}}{\text{長野県卸売業年間販売額}} \div \frac{\text{当該都市人口}}{\text{長野県人口}}$$

国道19号線を南北軸として、143, 147, 158, 254号線が走り、これを補完する県道・市道により形成されている。また高速交通網として、1988年に中央自動車道長野線 (以下、長野自動車道と呼称) が南部から松本インターチェンジ (以下、IC) まで開通し、東京、名古屋という大都市圏と結ばれた。その後1993年に長野自動車道が全通し、松本市は県都長野市だけでなく、長野県内各都市と高速道路で結ばれた。

次に松本市における流通業をはじめとする流通・工業団地整備の展開を明らかにする (第3図, 第1表)。松本市では、従来から卸売業を含めた産業の立地は、城下町を起源とする都市中心部に



第3図 松本市における工業・流通団地 (2000年)

において職住混在の状態にあった。高度経済成長期における重化学工業化による産業立地は、広い敷地を必要とし、鉄道を利用した大量輸送を指向した。またそれともなう交通量の増大は、道路網が狭隘な松本市の都市機能を著しく低下させ社会問題化するに至った。

そこで松本市は新産業都市の指定を契機として、総合的な都市機能を有する新しい産業拠点づくりに取り組んだ結果、1972年に松本市総合団地が整備された⁹⁾。同団地はすでに工場進出がみられていた市街地の南部、国道19号線と国鉄篠ノ井線に近接する位置に建設された。団地の建設目的は、「既存企業の育成振興」「流通機構の改善」「卸売機能の近代化」であり、市内に散在していた事業所を集団化することで、産業基盤の安定を図るとともに、市街地の再開発を促進するねらいがあったものと考えられる。

同団地は、木工家具製造業を集団化した木工団地と、市内に点在していた魚・青果市場の企業再編成による大型化を図る地方卸売市場の設置、および鉄道の貨物輸送体系整備計画に合わせ南松本貨物駅からの専用線をもつ石油・セメント等の生産資材供給基地から構成された。竣工当時の企業数は、木工団地13社、公設市場18社、専用線利用企業8社、日用雑貨卸売業7社であった。同団地の建設は、松本市における企業の計画的な移転・集団化の端緒として位置づけられ、国道と鉄道を指向した立地は、当時の産業構造を反映しているといえよう。

その後重厚長大型産業から軽薄短小型の産業へ

第1表 松本市における工業・流通団地の概要

	団地名	建設年	企業数	整備面積 (ha)	総事業費 (万円)
工業団地	木工団地	1967	7	10.6	4億5,000
	大久保工場公園団地	1972	38	32.9	3億8,000
	西南工場団地	1973	62	43.0	21億4,000
	松本臨空工業団地	1991	49	57.9	139億
流通業務団地	松本流通業務団地	1989	46	30.7	68億
	松本市公設地方卸売市場	1989	1	11.6	101億6,000

(松本市商工部資料により作成)

構造転換が進む中で、将来の高速道路網整備や高度情報化社会への対応を視野に入れた工業団地や流通拠点の整備が進められた。工業団地の整備に関して若干触れると、1970年代に大久保工業団地と西南工業団地が整備され、1990年代には、高付加価値型企業が集積する松本臨空工業団地が建設された。

一方流通に関わる施設整備は、既存の流通施設が市街地に集中していたことにより引き起こされる交通渋滞や駐車場不足を背景として、その建設の必要性が高まっていた。また輸送手段が鉄道から自動車へとシフトする中で、松本市を取り巻く主要幹線道路網の整備促進により、自動車時代に対応した流通業務の集積が求められるようになった。こうした中で1971年、長野県および松本市は松本市笹賀地区流通業務施設構想を発表し、その後建設が進められ、1989年に流通業務団地が完成した。

上述の松本市における工業団地、流通業務団地の整備は、従来中心市街地に混在していた都市機能を郊外地域に集約する形で進められてきた。その分布は市街地から南西方向へ展開してきた。これは長野自動車道松本ICと塩尻北ICを基軸として、国道19号線・158号線および主要地方道松本高家線から形成される環状道路の外辺に拠点を配置し、特に物流活動の広域化・迅速化に対応することを可能にしている。

Ⅱ 松本流通業務団地の機能

Ⅱ-1 流通業務団地の構成

松本流通業務団地は、まず1984年に進出企業の第一次入居が始まった。同団地が位置する笹賀地区は松本市の南西部、奈良井川右岸に位置し、松本駅をはじめとする鉄道へのアクセスは劣るものの、長野自動車道塩尻北ICや国道19号線に近接しており、自動車交通にとって利便性が高い立地である。1989年に松本市公設地方卸売市場が開設されたことにより、団地全体の建設が完了した。松本流通業務団地は松本流通センター協同組合（以下、松本流通センター）、松本市公設地方卸売

市場、中信トラック協同組合、松本市共同給油所から構成されている。

松本流通センターは1983年に設立され、団地に入居する事業所により構成されている¹⁰⁾（第4図）。1999年の組合事業所数は45であるが、組合設立以来、団地に入居した事業所で移転・撤退した企業はわずか1社にすぎない。組合企業の業種構成に注目すると、機械・器具13社、食料・飲料6社、繊維・衣類、家具・建具、倉庫・運送業が各4社、医薬・化粧品、建築資材が各2社、その他8社と多岐に及んでいる。このように松本流通センターは、同業種により集団化したものではなく、異業種団地であることを特色としている。

松本流通センター組合事業所の仕入地域別の割合であるが（第5図）、京浜地域、中京地域、京阪神地域といった三大都市圏と長野県内からの割合が均衡しているのがわかる。従来京浜地域の割合が高かったが、1998年では長野県内の割合が増加している。これは県内全域に高速道路網が完成したことに影響を受けたものと推察される。

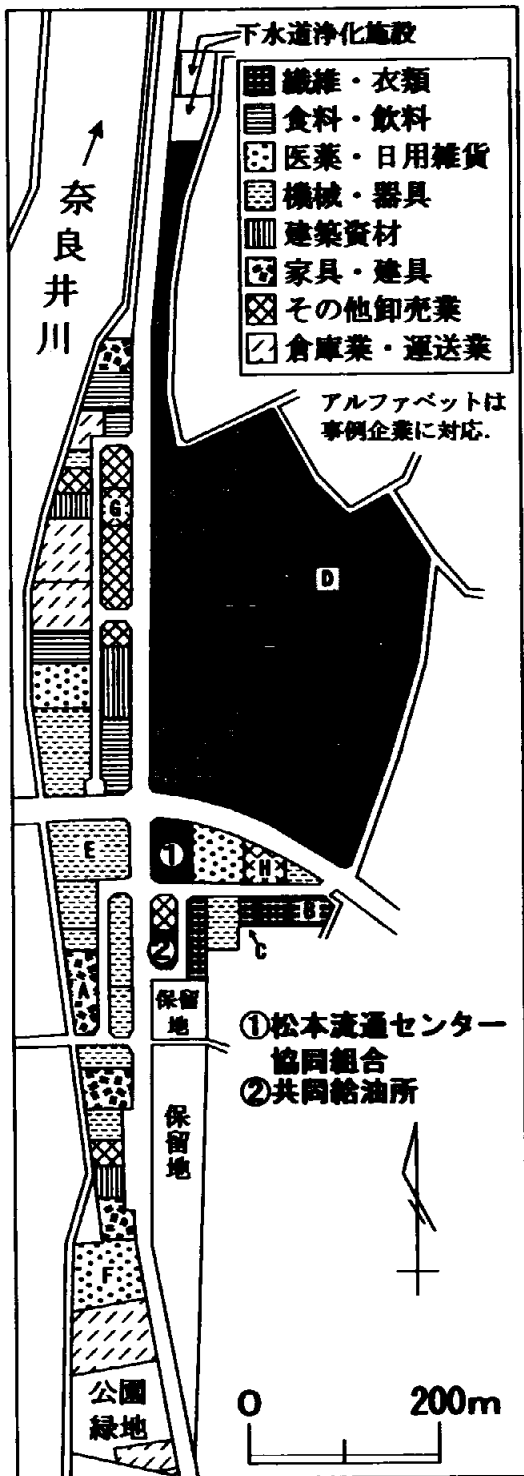
次に松本流通センターの販売地域に着目したい（第2表）。1998年における松本流通センターの販売地域は、松本市を中心とする中信地方で63.1%を占め、その内33.1%が松本市である。しかし松本市を含めて中信地方の販売額の割合は近年減少

第2表 松本流通センター組合事業所の販売地域別割合

単位：%

	1992年	1994年	1996年	1998年
松本市	36.0	38.3	43.1	33.1
塩尻市	9.2	8.0	6.4	6.6
東筑摩郡	5.2	4.7	2.7	3.7
南安曇郡	8.8	10.3	8.6	9.7
北安曇郡	7.6	6.1	5.6	7.6
木曾郡	2.8	3.1	2.9	2.4
中信地方合計	69.6	70.5	69.3	63.1
南信地方	16.2	13.6	16.2	15.7
北信地方	6.6	6.8	6.7	9.1
東信地方	3.2	3.7	3.4	5.8
長野県外	4.4	5.4	4.4	6.3

（松本流通センター協同組合資料により作成）

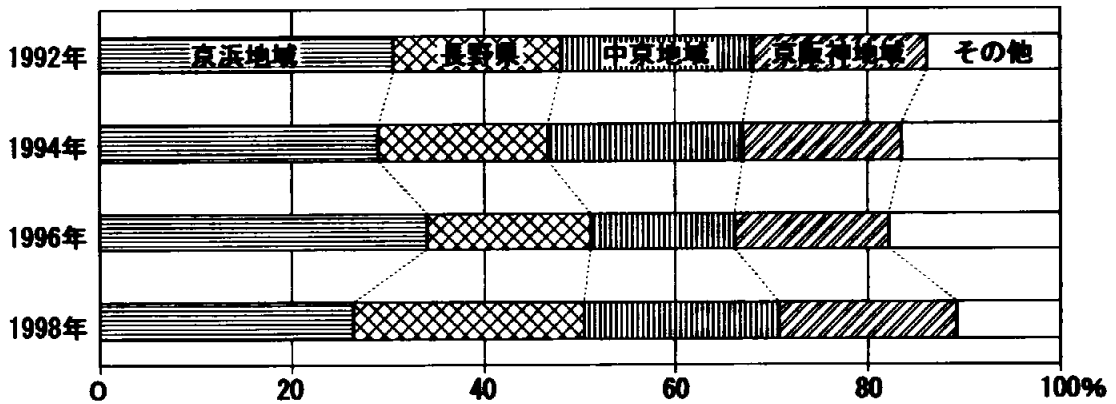


第4図 松本流通業務団地の構成 (2000年)
 (松本流通センター協同組合資料により作成)

傾向にある。中信地方の割合が減少した結果、北信・東信地方および長野県外の割合が上昇している。このように従来から松本市の商圏であった中信・南信地方の割合が相対的に減少しているのは、卸売業の環境変化の中で、拠点の地域的な集約が進行し、販売地域がより広域化した結果であることと、それを可能にする情報網の整備や、高速道路など道路交通の整備が進行したことが主要な要因として考えられる。

松本流通センターの主な組合事業の内容は、高速道路料金後納割引や燃料の共同購入、JR券販売、切手・印紙販売といった共同事業である。組合の年間運営費は約3千万円であり、組合企業から均等割と敷地面積割を併用した会費を徴収している。共同事業により、個々の事業所では達成しにくい福利厚生面での充実を図っている。

松本流通センターの共同事業として、1991年により高度な共同事業を実施し、組合企業の活性化を図るために共同物流システム事業が検討された。当事業が立案されたのは、物流問題が各企業の業績を越えて卸売経営の最大の課題であり、物理的に一個所に集結している松本流通センターにとって導入効果が高いと判断されたためである。共同物流事業は物流部門の生産性向上や環境問題への配慮といった長所がある反面、配送における柔軟性の欠如や、コスト高が問題となる。松本流通センターにおいて共同物流が検討された背景には、1990年代初頭の好景気の中で、物流部門の労働力不足が深刻化したことや、各企業の業績が好調で共同システムへの負担が容易であったためである。しかしこの共同物流システム事業は、構想段階で終わり実現には至らなかった。その理由として、自社情報を公開する必要があることへの抵抗感や、物流コストを具体的に算出している企業が少なく費用効果が曖昧であったことが挙げられる。そして何よりも異業種団地であり、企業規模にも格差が存在するため、企業間の意識や商圏、対応能力、共同物流の必要性といった面で温度差が大きかったことが、共同物流システムの構築を困難にさせたといえる。



第5図 松本流通センター組合事業所の仕入地域別割合
(松本流通センター協同組合資料により作成)

松本流通センターとともに流通業務団地の主要な機能を担うのが松本市公設地方卸売市場である。同卸売市場は、松本総合団地の旧卸売市場が取扱量並びに車両の増加に伴い狭隘となったこと、施設が老朽化したことにより、長野県第4次卸売市場整備計画に基づき中信地方の拠点市場として生鮮食料品の安定供給を図ることを目的に、1989年移転・開場した。その後1997年に長野県第6次卸売市場整備計画に基づき、中南信地方の拠点市場となった。市場内の卸売業者数は青果2社、水産・食肉2社、花卉1社である。

Ⅲ-2 業務団地内事業所の地域的展開

前節で明らかかなように、松本流通センターは異業種団地であることから、共同物流など実質的な共同事業を実施しにくい側面を有している。そこで本節では松本流通センターに立地する各企業が、実際に立地、商圈などの面でどのような地域的展開を見せているか具体的に把握する。各企業には業種特性、松本流通センターへの移転経緯、取引先の地域的範囲、立地評価といった点に関して聞き取り調査を実施した¹⁰⁾。

1) 業種別の事例

家具・建具

松本流通センターの事業所を本社とするA社は、事業所向けのOA情報機器を販売している。しかし近年、卸売業の販売額が減少傾向にあるこ

とから、内装工事に業務内容が移行しつつある。創業地は松本市の中心市街地であるが、建築資材置場の用地を必要とすることから、より広い敷地をもとめて現在地に移転した。卸売業務に関して、商品の仕入先は一部名古屋があるもののその大部分が東京である。一方、販売先は長野県全域に加えて、新潟県上越地方や群馬県に及ぶ。A社は長野市、諏訪市に支店、上田市に営業所を有している。商品の配送は、岡谷市の運送業者に委託しており、可能な限り高速道路を利用する。そのため、松本流通センターに立地することによるメリットとして、高速道路のICに近接することが挙げられた。

繊維・衣類

B営業所は、学生服・運動着・企業用制服を主要販売品目とし、岡山県に本社を置く企業の営業所である。商品の仕入先は岡山県の本社工場や九州工場からである。B営業所は名古屋販社の管轄範囲にあり、上田市にある営業所とともに長野県全域を商圈としている。このように長野県を2つの営業所で分割しているが、近年の少子化の影響で学生服の販売額が減少していることから、上田営業所の機能を松本営業所に一本化する傾向がある。商品の配送は運送業者に委託しており¹¹⁾、その理由は、商品の特性上2～4月で年間販売額の65%を占めるため、自社の定期便を保有するより安価であるためである。現在地に移転する以前の

所在地は、松本市の中心市街地であった。現在地に立地するメリットとして、市内中心部と比較して渋滞が少ないことと、広い敷地を確保できることが挙げられた。

また同じ業種であるC社は、当地が本社である地元の中小企業で、企業用制服を主に販売している。岡山県・広島県のメーカーから商品を仕入れ、松本市・塩尻市など中信地方を主な販売先としている。C社は1,500~1,600もの取引先を有する一方で、B営業所と同様に商品の販売割合の季節変動が激しい。このため商品の配送は、営業担当者が営業を兼ねて実施している。従来C社は松本市中心部の繊維問屋であったが、メーカーとの直接取引を開始し、事業拡大を図る契機として現在地に移転した。C社は現在地に立地することで、松本流通センターの組合活動に参加できること、知名度や信用度が上がるといった中小企業としての利点を挙げている。

食品

D支社は、松本市公設地方卸売市場内の水産物卸売業者である。D支社の本社は長野市に立地し、長野県全域および北関東地方を営業範囲としている。同社は長野県の主要都市に支店・営業所を配置しているが、近年高速道路網の整備に伴って配送範囲を拡大することが可能になったことから、長野・松本といった拠点市場への集中度が高まり、これら市場の広域化が進行しつつある。こうした状況の中で、D支社では全国の産地市場から集荷した商品を、松本市を中心として中中信地方を主な販売先としている。

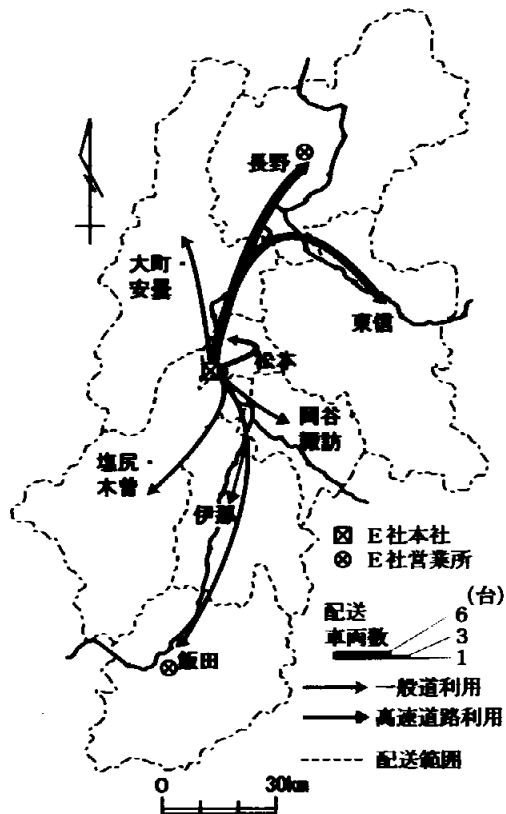
機械・器具

E社は大阪の大手家電メーカーの販売会社（以下、販社）であり、取扱商品はすべてこの家電メーカー製品である。大手家電メーカーは全国規模で販売網を組織しており、地域ごとに支店が配置され、おおよそ府県単位で管轄範囲が設置されていることが多い¹⁹⁾。E社は従来、長野県に長野・松本・岡谷・上田・飯田の各都市に設置されていた販社を1981年松本に合併したものであり、当初は中心市街地に本社が置かれていた。2000年現

在、当地を本社とし長野市と飯田市に営業所を配置している。物流に関して、すべての商品は関西地方のメーカー工場からE社に専用便で輸送される。その後長野県の各方面別に仕分けされ、2t車で配送される（第6図）。

日用品

化粧品を除く日用品を扱うF支店は、大手日用品総合メーカー販社の松本支店である。この大手日用品総合メーカーでは、自社情報システムの構築と物流拠点の集約化を進めてきた。このような環境下で、同メーカー販社により長野県には長野市、上田市、松本市の3個所に支店が設置されていたが、現在は北信・東信を管轄範囲とする長野支店と、中中信を管轄するF支店により県域を2分割している。物流について、まず商品は川崎市



第6図 E社の1日あたりの地域別配送車両数と地域範囲（2000年）
（E社資料により作成）

にあるメーカーの広域物流センターと更埴市の物流センター¹⁰からF支店へ輸送される。F支店から各店舗への配送は、2t車10台を利用して行われている。大町、木曾など需要の少ない地域には週1～2回、その他は1日1回の配送ルートが設定され、可能な限り配送には高速道路が利用されている。

紙類卸

松本市で紙類を扱う卸売業者は3社あり、そのうち2社が流通業務団地に立地する。紙類の流通経路は、メーカーと地方卸売業者の間に製品ごとに代理店が存在する。松本市の紙類卸は、これら代理店の名古屋支社の管轄である場合が多く、製品は名古屋から輸送される¹¹。G支店は上田市に本社を置く企業の松本支店であり、同社は他にも長野市、前橋市に支店を配置している。G支店の管轄は中南信地方であるが、顧客の約7割が松本市の中心部に位置している。配送は4台の自社便で行われるが、基本的に高速道路は利用しない。H社は独立事業所で、中南信地方を販売地域としている。H社も配送には自社便を利用しており、1t車から6t車までの合計6台を所有している。また顧客の多くは松本市内に分布しており1日に複数回配送される一方で、その他の地域への配送は不定期に実施される。流通業務団地へ移転する以前の両事業所の所在地は、G支店が木工団地、H社が松本市東部であったが、両地とも在庫を保管する上で用地不足であったことや、先述のように頻繁に配送車両が入り出ることが問題であった。そのため現在地は物流面で評価が高いが、商品特性上、顧客が松本市の中心部に多く分布するため、取引上の不利益がある。

2) 地域的展開の特性

松本流通センター各事業所の立地、商圏にみられる地域的展開の特性について考察する。第5図からも明らかなように、各企業の仕入先はメーカーの所在する三大都市圏である場合が多く、高速道路を利用して大ロットで輸送される。しかし松本流通センターからの配送に関して言えば、その販売地域や配送サイクルに関して若干の相違が

みられる。ここでは企業規模と取扱商品特性の2点から考察したい。

企業規模については、当該事業所が全国的に展開する企業の支店・営業所であるのか、地元企業であるのかによって差異がある。前者である場合、商取引面に関して、都道府県界に沿ってテリトリーが形成され、松本市の事業所の場合では中南信地方を管轄領域として設定する。地元企業の場合、基本的には企業の出自である松本市を主な商圏とし、他地方に取引先を有したり営業所を配置するかどうかは、その企業の規模や他地方の同業者の存在に影響される。物流面に関しては、大企業は製造から販売に至る過程で一貫した物流システムを企業内もしくは関連企業により構築しており、松本の事業所はその配送拠点として機能する。商取引でも物流でも卸売業の拠点が統合され、管轄範囲を拡大する傾向にある。一方地元企業では、大企業のように高度な物流システムを構築することが困難であり、自社物流を採用するか物流業者に委託するかは後述の取扱商品特性により左右される。

取扱商品特性の差異として、商品の形状や重量、商品数、必要とされる配送頻度、販売量の季節変動、営業活動と商品配送を兼務するかどうかといった諸点を列挙できる。これらを各事業所が総合的に判断した結果、各自の配送システムが構築されるため、今日社会的に要請されている共同物流といった集積の利益を活かした取り組みにはつながらない。また物流コストの把握も、一部の企業を除いて曖昧な部分が多く、経験的な側面から配送システムが構築されることが多い。

また松本流通業務団地への立地という側面については、各事業所の評価は総じて高いといえる。その理由はそれ以前の立地と比較して、同地が交通アクセスに優れ、広い敷地を確保できるからである。一方、流通業が一個所に集積していることへのメリットはそれほど享受しておらず、商流面では中心市街地や鉄道駅へのアクセスが悪いこと、物流面ではこれ以上の用地拡張が困難で、業務の急速な拡大に対応できないというそれぞれの

デメリットがあり、商物分離への対応が難しい状態にある。それゆえ今日の卸売業を取り巻く環境変化の中で、柔軟に対応していくことが各事業所の課題となろう。

Ⅳ おわりに

本報告は松本市卸売業を対象として、都市内部での展開過程と、流通団地内の事業所にみられる地域的展開の特性を明らかにした。調査結果は、以下のようにまとめられる。

1) 長野県内における卸売業販売額は、県庁所在都市の長野市だけでなく、第2都市の松本市においても高く2極化している。特に松本市はその中心性を高める傾向にある。

2) 松本市における流通・工業団地の整備は、従来から城下町を起源とする中心市街地に混在していた産業の立地を、市の南西部へ拡大する形で進められてきた。現在では道路交通網の重視や、取引の広域化・迅速化に対応して、高速道路を基軸とした、環状道路外辺に各団地の整備が進行している。

3) 松本流通業務団地は、主に三大都市圏から

仕入れた商品を、松本市の商圏である中中信地方に分配する拠点としての機能を果たしている。入居している各事業所は業種が多岐に及んでおり協同組合を形成しているが、実質的な共同事業は実施していない。

4) 松本市の中心部から現在地に移転してきた事業所が多く、それは交通アクセス指向や用地拡大を目的としたものであった。各事業所の販売地域は主に中中信地方であるが、業種構成、企業規模、取扱商品特性に差異があり、商品の配送システムは各事業所が単独で構築している現状にある。

松本市の卸売業は、狭隘な市街地を離れて郊外化し、高速交通時代に対応する立地を指向しているといえる。特に長野県という地形的な制約の大きい地域の中で、松本市の卸売業は位置的な優位性を保持することが可能で、卸売業を取り巻く環境が厳しい中で、高いポテンシャルを有していると考えられる。商流と物流部門の空間的な分離や、卸売企業内での拠点の再編成が進行する中で、松本という地域がどのように位置づけられるのか詳細に分析することが今後の課題である。

本報告を作成するにあたり、松本市商工部商工課の田中 茂氏、松本流通センター協同組合の小林利行氏、同組合事業所の皆様にはお忙しい中、快く調査にご協力いただきました。また斎藤 功先生をはじめ、筑波大学地球科学系の諸先生からは、終始ご指導を賜りました。以上記して厚く御礼申し上げます。

[注および参考文献]

- 1) 荒川祐吉 (1974) : 卸売流通の空間的構造。久保村隆祐・荒川祐吉編『商業学—現代流通の理論と政策—』323-337, 有斐閣。
- 2) 長谷川典夫 (1984) : 『流通地域論』大明堂, 315p.
- 3) 佐藤俊雄 (1998) : 『マーケティング地理学』同文館, 206p.
- 4) 1871年に北部は長野県、南部は岐阜県飛騨地方を併せて筑摩県と設定された。1876年の筑摩県庁舎焼失により両県は合併し、現在の長野県となった。
- 5) いわゆる卸売業販売額の特化係数で、年間販売額構成比を人口構成比で除した数値であり、係数が大きいほど販売力が高いことを示す。
- 6) 明治末期からは製糸業を中心とした近代産業が勃興し、1912 (大正1) 年には日本銀行松本支店が開設されるなど、長野県下金融の中心地であった。松本市の近代工業化は、第二次世界大戦中の工場疎開に端を発しており、さらに1964年の新産業都市の指定が契機となって、電機・機械・食料品を中心に発展し、近年ではソフトウェア産業の振興が図られている。
- 7) 中西和子 (2000) : アルプスと城と水の街。平岡昭利・野間晴雄編『中部Ⅱ 地図で読む百年 長野・

新潟・富山・石川・福井」7-12, 古今書院。

- 8) 松本市における鉄道は、1902(明治35)年に篠ノ井線、1915(大正4)年に信濃鉄道松本—大町線が敷設され、近代交通が整備された。また長野県営松本空港が市の南西部に供用されており、1994年にジェット化され利用客を増加させている。
- 9) 当団地は、通商産業省から中小企業資金助成法による助成団地の指定を受け建設された。
- 10) 1998年における従業員数は約1,400、年間販売額は925億円である。
- 11) 各事業所への聞き取りは、1999年9月と2000年5月に実施した。
- 12) 営業所近隣の顧客の中には自ら商品を受け取りに来る場合もある。
- 13) 日野正輝(1979): 大手家電メーカーの販売網の空間的形態の分析。経済地理学年報, 25, 83-100。
- 14) 更地物流センターは1998年に新設されたが、同センターで各店舗別に仕分けされるので、松本のF支店での労力が大幅に削減された。
- 15) 紙類は重量があるので、業界内で共同運送される製品もあり、名古屋の専門物流業者が松本市の卸売業者3社に対して一括輸送を実施している事例も確認された。