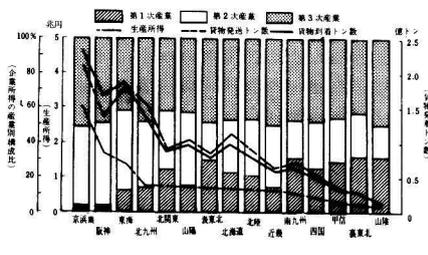


図-4 貨物発着トン数(昭和35年度)



(注) 昭和39年度運輸白書による

回っており、移出超過型の地域として原材料供給地の性格を表わしている。

次に、最近10年間の貨物流動の変化をみると、京浜工業地帯から、中京・阪神工業地帯を結ぶ、いわゆる太平洋岸ベルト地帯に輸送需要が集中し、その伸びが高い。たとえば、陸上貨物輸送についてみると、北関東・京浜間間は2.1倍、京浜業・東海間は1.7倍、東海・近畿間は1.7倍に増加しており、全国平均の伸びを上回っている。

参考文献 国鉄営業開発業務研究会編 鉄道の営業開発。運輸省 運輸経済年次報告(運輸白書)。運輸省 運輸経済図説。(山岡瑞雄)

ゆそうしじょう 輸送市場 輸送サービスが取引きされる場、すなわち、各種の輸送機関が輸送サービスを提供し、顧客(旅客・荷主)が運賃を支払ってこれを購入し、経済的満足を与える場をいう。輸送市場は対象によって旅客輸送市場と貨物輸送市場に分けられ、また地域によって国内輸送市場と国際輸送市場に分かれる。輸送市場を形づくるもととなるものは産業構造・消費構造・地域構造・運賃体系・輸送サービスの質など数多くの要因があるが、大きく分けて二つになる。その一つは輸送需要を作る市場の外部条件であり、もう一つは輸送供給の内部条件である。外部条件とはすなわち人口・所得・生産・景気などの経済的、社会的な要因である。つまり輸送需要は派生需要としての性質をもっているため、経済活動の活発化によって、社会の財貨やサービスに対する需要が増大し、それに伴って派生的、補完的需要である輸送需要が増加するのである。

ところで、国内輸送市場においては鉄道をはじめとして自動車・船舶・航空機など輸送事業が商品としての輸送サービスを供給しているが、一般の商品と異なり、次のような特殊性をもっている。

(1) 輸送サービスは生産されつつ販売される。すなわち生産と同時に消費が行なわれる即時財であるため、製品在庫ができず、また供給不足になったとしても、輸入によってまかなうことができない。

(2) 民間企業の商品と異なり、公共性がきわめて強い。主要な輸送機関である鉄道は大部分国有であり、その他の輸送機関も道路・港湾・空港など固定施設のほとんどすべてが国家財政からの支出によってまかなわれる社会資本である。このため、商品の価格に該当する運賃は任意に決めることができず、公共的見地から規制される。

(3) 生産設備(固定資本)の投下単位が大きく、投資してから、か動するまでの懐妊期間が長い。このため需要に対して過大または過小生産となりやすい。

(4) 商品の形態が複雑である。輸送需要の性格で述べるように、地域的、時間的変化によってそれぞれ商品が変わり、その

種類はきわめて多い。

(5) すぐれた商品としては、安全で、速く、安く、正確で、快適であることが要求される。

輸送サービスが一般の商品と異なるように、需要においても幾つかの特色がある。すなわち、輸送需要は一般の商品に対する需要と異なり、次のような特殊性をもっている。

(1) 輸送需要は時間的、場所的に規制されているから、需要が発生したその時とその場所で商品が供給されなければ意味がない。

(2) 需要の時間的、地域的波動が大きい。たとえば春秋には旅客需要が増大し、秋冬には季節貨物を中心に貨物需要が増加する。また1日のうちでは朝夕に通勤旅客が殺到する。これら需要の波動は、自然的条件、社会的慣行、経済的諸条件の変化により生ずる。

(3) 輸送需要それ自体は代替性が少ない。ただし旅客需要の一部、観光レクリエーションの旅行需要には、他のレジャー消費と競合することがある。しかし、物資の流通過程においては、輸送は代替不可能の要素であり、競合商品は存在しない。

(4) 各種輸送機関の提供する輸送サービスには、それぞれのもつ特性があって、相互に競合するものもあれば、補完の関係にもある。たとえば自動車輸送は、発地から着地まで中距離にわたるものは鉄道と競合関係に立つが、近距離のものは鉄道・船舶・航空機の両端輸送として補完の関係にある。これら輸送機関がその特性を十分に発揮できる分野が輸送分野である。

以上のように輸送市場は、需要と供給の両面の変化により、たえず変ぼうしている。経済成長とともに、輸送需要は量的に大きくふくらみ、産業構造の変化、地域経済の発展、消費水準の向上、あるいは輸送機関の技術革新などにより、質的に変化を続けているのである。——輸送構造。輸送需要予測。

参考文献 国鉄営業開発業務研究会編 鉄道の営業開発。東洋経済編 日本経済と国有鉄道。国鉄営業開発業務研究会編 交通市場調査ハンドブック。運輸省 運輸経済年次報告(運輸白書)。(山岡瑞雄)

ゆそうしじょうせんゆうりつ 輸送市場占有率 国内の輸送は、鉄道・自動車・船舶および航空機の四つの輸送機関によって分担されており、それぞれの生み出す輸送サービスを顧客が買い入れることによって「輸送市場」が形づくられる。その結果輸送量が決まり、具体的には輸送人員・輸送人キロ・輸送トン数・輸送トンキロという数字で表わされる。したがって輸送市場占有率とは各輸送機関・輸送量の構成比率をさす。

輸送市場を形づくるもととなるものは、産業構造・消費構造・地域構造・運賃体系・輸送サービスの質など数多くの要因があるが、大別して輸送需要を決める外部の条件と、輸送供給の内部の条件となる。

旅客・貨物別に国内輸送機関の昭和30年度と38年度との市場占有率の推移について簡単に述べてみよう。

まず旅客輸送人員についてみると、諸外国ではバス・乗用車による輸送がその大半を占めているが、わが国では細長い国土・平野部への人口集中、道路事情などの諸条件から従来鉄道の占める比率が高かった。図-1からも明らかのように昭和30年度は、国鉄27.3%、私鉄42.0%合わせて鉄道が69.3%、バスおよび乗用車が30.2%、船舶および航空機が0.5%となっていた。しかしその後、自動車輸送量は道路事情の改善、新規路線の開拓、都市を中心とする近距離輸送需要の増大等により著しい増加傾向を示し、昭和38年度には鉄道55.5%、バスおよび乗用車が44.0%、船舶および航空機0.5%となり、自動車輸送人員