

文化・文明システムと空間経営活動



京都産業大学名誉教授 渡辺 利得

はじめに

入会地に対する予算が不十分だからと云って、住民が互いにあそい、結末として責任ある関係者までもが、異論を包摂せずして自村所属構成地でのマネージメントまでも、放棄するようでは意義ある研究の成果は得られない。

自村の入会地こそは住民と関係者が一丸となって、空間経営活動論的には維持管理に励み努めるべきルーム・スペースでもある。いわゆる、それらの結果が地域住民の生活上の知恵そのもので在るといい得るからで有る。

(西田彦一著『入会林野と周辺社会』, ナカニシヤ出版, 2009年. 295頁～315頁を参照)

1 地域性に関するマネージメント

運算は、次の(1)と(2)の思考が基本型で、且つそれらは実態調査にも有用である。

$$Sx - \left(F + \frac{V}{M}x\right) = 0$$

$$Sx = F + \frac{V}{M}x$$

$$Sx - \frac{V}{M}x = F$$

$$x \left(S - \frac{V}{M}\right) = F$$

$$x = \frac{F}{S - \frac{V}{M}}$$

・・・(1)

ただし、M：倉庫にある品物の総量

S：販売価格

F：固定費

V：変動量

x：求める販売量

$$x = F + \frac{V}{S}x$$

$$x - \frac{V}{S}x = F$$

$$x \left(1 - \frac{V}{S} \right) = F$$

$$x = \frac{F}{\left(1 - \frac{V}{S} \right)}$$

・・・(2)

ただし、この場合のSは総販売高

2 売上高に関するヒアリング調査

売上高＝限界利益÷限界利益率

売上高＝客数×客単価（客あたりの売上高）

売上高＝（客数×来店頻度）×客単価

売上高＝販売数量×商品単価

売上高＝販売員数×1人あたりの売上高

売上高＝面積〔1㎡あたりの効率（坪効率）〕の売上高×売場面積

売上高＝時間あたりの売上高×営業時間

売上高＝設備保有高×設備稼働率（設備あたりの売上高）

売上高＝商品在庫高〔売場面積×㎡（坪あたりの在庫高）〕×商品回転率

売上高＝客席あたり売上高（客単価×客席回転率）×客席数

売上高＝〔従業員数×労働生産性（1人あたりの付加価値）〕＋外部購入価値

売上高＝〔機械設備×資本生産性（設備あたりの付加価値）〕＋外部購入価値

損益分岐点売上高＝固定費÷限界利益率

目標売上高＝ $\frac{\text{目標利益} + \text{固定費} + \text{人件費増加分}}{\text{限界利益率}}$

その他

3 空間経営マネージメントの確率

販売と購入・購買は同じではない。

$$\frac{1 \text{ 日総売上高}}{\text{総在庫高}} = 1 \text{ 日あたり回転率} = \text{年間回転率} \times \frac{1}{\text{年間営業日数}}$$

$$1 \text{ 日総売上高} = \text{総在庫高} \times \text{年回転率} \times \frac{1}{\text{年間営業日数}}$$

の関係式から

$$1 \text{ 日購入客数} \times \text{客単価} = 1 \text{ m}^2 \text{あたり在庫高} \times \text{総売場面積} \times \frac{\text{年間回転率}}{\text{年間営業日数}}$$

$$\text{総売場面積} = \frac{1 \text{ 日購入客数} \times \text{客単価}}{1 \text{ m}^2 \text{あたり在庫高} \times \frac{\text{年間回転率}}{\text{年間営業日数}}}$$

で計算して求められている。

4 空間経営活動の計測

$$\text{市場のマーケティング調査で活用される確率} = \frac{\text{ある特定の出来事}}{\text{全体の出来事}}$$

$$P_{A_i} = \frac{\frac{S_i}{T_{A_i}^n}}{\sum_{i=1}^n \frac{S_i}{T_{A_i}^n}}$$

に基づく

$$\text{無論, } \sum_{i=1}^n P_{A_i} = 1 (100\%) \text{ である.}$$

パラメーターは地域の交通体系や運輸方法によって異なる。経験的に 1.0 ~ 1.5 の値で算出されている。

空間経営論的には対象とする地域の取り扱い販売量と運送費用の 2 つのエレメントに左右されて要る。

おわりに

先人が築き上げてきた入会地の伝統文化は村落単位で田舎の各地にまだまだ多く、且つ根づよく残っている。単なる転生・事蹟ではない。

それは集落の基盤づくりの上での、主なる構成要素でもある。

本邦には、頼母子講（無尽・結い等々のロゴスを耳にする。都合により、入漁権については、触れない）が存在する。

わが国の山間地域における文化活動の基礎研究は、入会地の空間経営活動に拠ると云っても過言ではなからう。