

# りそな外為レポート

## りそな WEEKLY COLUMN

### りそな外為レポート

DIS(出口を 意識する 週) (P2)

りそな銀行 市場トレーディング室  
カスタマーディーラー 伊藤 一輝

今週のドル円予想レンジ **106.50 ~ 108.50**

### りそなWEEKLY COLUMN

企業が密集するのはなぜ？～集積と企業立地の将来～

(P3)

りそな銀行 市場トレーディング室  
カスタマーディーラー 伊藤 一輝

- 企業が狭い範囲に偏在する集積状態はなぜ起きるのかを「立地論」から考える
- 立地論の一つホテリングモデルの原則は、「商売敵は隣」
- 今後は、BCPと多様な働き方により、「都心偏重」の立地から転換か

2020/4/20

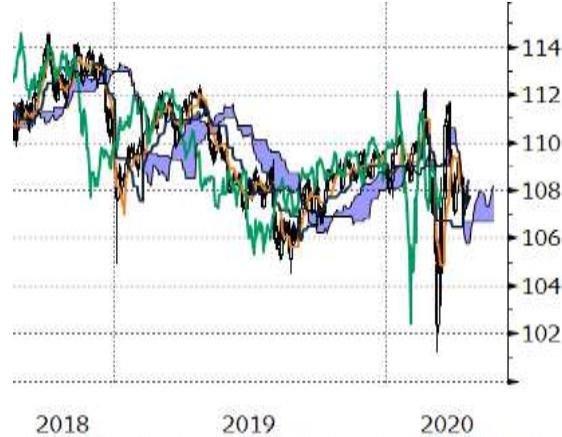
# りそな外為レポート

## DIS(出口を意識する週)

今週のドル円予想レンジ **106.50 ~ 108.50**

(りそな銀行市場トレーディング室予想 発行当日の10時時点)

### ◆ドル円一目均衡表 (日足)



### ◆為替相場のすすめ

(先週の振り返り)ドル円は、行きつ戻りつの展開で、推移した。ドル円の下落と株価上昇が共存する展開が見られたが、1か月ほど前のドル需要逼迫の巻き戻しと考えられ、それほど留意すべき動きではないか。  
(今週の展望)ドル円は、一進一退の動きを、想定する。段階的な経済再開指針を発表した米国は、いち早く「新型肺炎の出口」を見出した格好だが、先行きの感染者数の増加懸念は拭えない。ドイツでは、一部店舗が再開となったものの、指標の急激な回復を見込むのは時期尚早だろう。ダウ平均等の株価とともに、一喜一憂するレンジ相場が、しばらく続くか。

(あとがき) 読者のみなさまはもしかしたらお気づきかもしれないが、以上の文は、それぞれ略すと全て“DIS”となる。電車・居間・職場で練り上げた文章を、いま一度最初から確認いただくと、幸いである。  
(DAI語より英語を学びましょう ディーラー 伊藤 一輝)

### ◆ 今週の日程

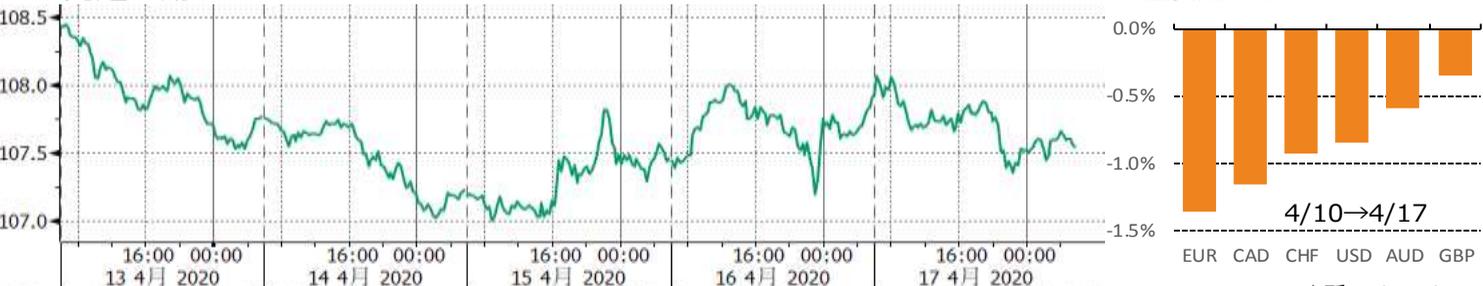
20日(月) 日 補正予算国会提出予定	23日(木) 米 3月新築住宅販売
20日(月) 日 3月貿易統計	23日(木) 欧 EU首脳会議 (TV会議)
21日(火) 日 20年国債入札	24日(金) 日 3月CPI
21日(火) 米 3月中古住宅販売	24日(金) 独 4月IFO景況感指数
23日(木) 欧 4月PMI	24日(金) 米 3月耐久財受注

◆ 今週の予想 (ドル高 強い ↑ 普通 ↑ ドル安 強い ↓ 普通 ↓) NY引け値 4月17日(金) 107.54円 VS 24日(金)

東京							大阪			埼玉						
尾股	中根	湊	井口	鳥井	田中	浦本	中里	伊藤	佐藤	鈴木	武富	野瀬	小林	津田	石井	伊藤
↓	↓	↑	↑	↓	↑	↓	↓	↓	↑	↓	↓	休	↑	↑	↑	↓

### ◆ 先週の動き

### 主要通貨対円パフォーマンス



出所：Bloomberg

◎注意事項  
お問い合わせは、取引店の担当者までご連絡ください。当資料に記載された情報は信頼に足る情報源から得たデータ等に基づいて作成しておりますが、その内容については明示されていると否とにかかわらず、弊社がその正確性、確実性を保証するものではありません。また、ここに記載された内容が事前の連絡なしに変更されることもあります。また、当資料は情報提供を目的としており、金融商品等の売買を勧誘するものではありません。取引時期などの最終決定はお客様ご自身の判断でなされるようお願いいたします。

2020/4/20

# りそな WEEKLY COLUMN

## 企業が密集するのはなぜ？

### ～集積と企業立地の将来～

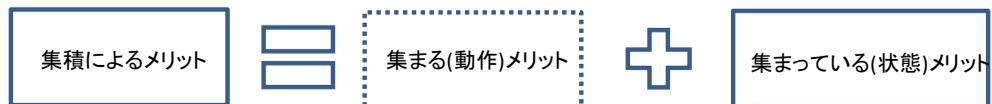
- 企業が狭い範囲に偏在する集積状態はなぜ起きるのかを「立地論」から考える
- 立地論の一つホテリングモデルの原則は、「商売敵は隣」
- 今後は、BCPと多様な働き方により、「都心偏重」の立地から転換か

りそな銀行 市場トレーディング室  
カスタマーディーラー 伊藤 一輝

新型コロナウイルスの脅威に揺れる2020年の日本。ラッシュアワーの駅や電車は感染の恐怖との闘いといえよう。改めて「企業がいかに東京に集中しているか」を痛感するのだが、企業が狭い地域に密集するメリットはどこにあるのだろうか。本コラムでは、立地論のモデルを用いてこの謎を解明すると共に、今後企業立地の定石が変化する可能性についても検討する。

アルフレッド・マーシャル(1842-1924)は企業が集まる要因について、「集積の経済」という言葉を用いて、人材のプールができる点・関連産業が立地しやすくなる点・情報のスピルオーバー(≒波及)が起こる点を指摘した。

以上の主張では、企業はコスト削減のため集まっている状態を保とうとすることがうかがえるが、そもそも企業が集まるのは何故だろうか(図1)。



マーシャルの主張

図1 集積によるメリット

次は、単純なモデルを用いて企業が集まる理由を見ていく。競合する2つの店の最適な立地について、以下の問題を考える。

【問題】ある砂浜には同じ品揃え・価格のアイスクリームを売る店が2つあり、両店舗ともコスト無しで砂浜内のどこにでも移転可能とする(図2)。



図2 砂浜にある2軒のアイスクリーム屋

#### マーシャルの「集積の経済」

#### 立地論の具体例 ：ホテリングのモデル

2020/4/20

# りそな WEEKLY COLUMN

顧客は砂浜に均一に分布しており、全員がどちらか近い方の店を選ぶ場合、2つの店舗が顧客最大化を図るためにどこに立地するだろうか？

【解説】 次の図3を参照されたい。

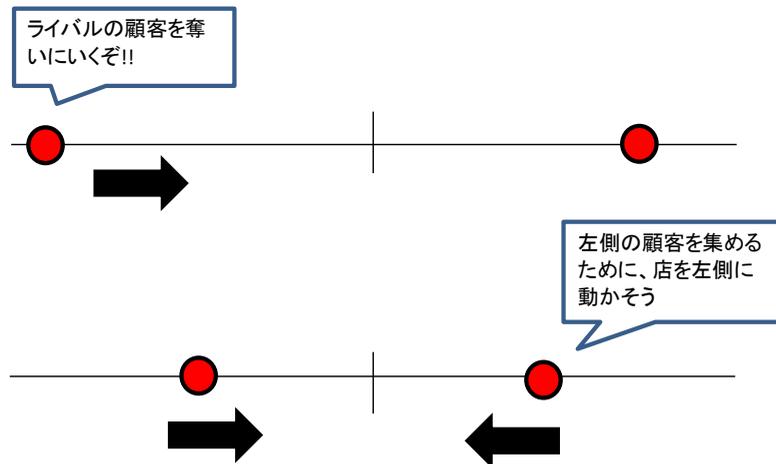


図3 顧客を奪い合うライバル店舗

## 商売敵は隣？

左側のアイスクリーム屋は「少しでも店舗を右側に移せば、左側の顧客をキープしつつ、より右側の顧客を獲得できるのではないか・・・？」と策略をめぐらすだろう。一方で、右側のアイスクリーム屋はより左側に店舗を移転させたいと考えるだろう。最終的には、ふたつの店舗が砂浜の中間地点で隣り合う状態で落ち着く(図4)。

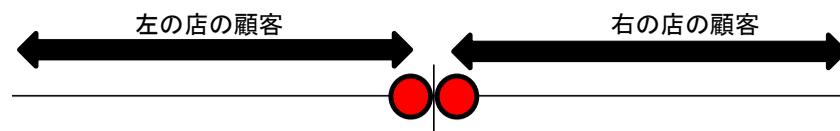


図4 中間地点で移転の動きは収まる

以上はホテルリングのモデル(1929年)と呼ばれ、仮定を満たせば「顧客最大化を求めて競争するライバル店どうしは、中間地点で隣接するのが合理的」といえる。若干強引な設定であるが、競合する企業どうしが集まる(動作)メリットを示すことができた(図5)。

