

## 5 業態別（小売業）

<ドラッグストア等新形態の事業所が好調>

### （１）事業所数

事業所数が最も多いのは、専門店の 8,741 事業所（小売業に占める構成比 60.7%）であり、その内訳は住関連専門店が 5,582 事業所（小売業に占める構成比 38.8%）、食料品専門店が 2,040 事業所（同 14.2%）、衣料品専門店が 1,119 事業所（同 7.8%）となっている。次いで多いのは、中心店の 4,254 事業所（同 29.5%）で、内訳では住関連中心店が 1,791 事業所（同 12.4%）、食料品中心店が 1,493 事業所（同 10.4%）、衣料品中心店が 970 事業所（同 6.7%）となっている。専門店及び中心店の 2 業態で小売業全体の 90%を占めているが、いずれも住関連店が多く、小売業の半数（小売業に占める割合 51.2%）が住関連専門店及び中心店である。

これに、その他のスーパーが 436 事業所（同 3.0%）、コンビニエンスストア（以下、「コンビニ」という。）が 414 事業所（同 2.9%）、専門スーパーが 371 事業所（同 2.6%）と続いている。

構成比 1%未満の少数であるものは、ドラッグストア（同 0.9%）、その他の小売店（同 0.3%）、総合スーパー（0.1%）、百貨店（0.0%）である（表 - 19）。

前回比を見ると、小売業全体で前回比 6.8%減のなか、ドラッグストア（同 10.6%増）、終日営業のコンビニ（同 7.5%増）が順調に事業所数を伸ばしているほか、ホームセンターでも 4 事業所増（同 6.1%増）となっている。

図 - 30 ドラッグストア及びコンビニエンスストアの事業所数推移と年間商品販売額推移

（平成 11 年を 100 とした指数比較）

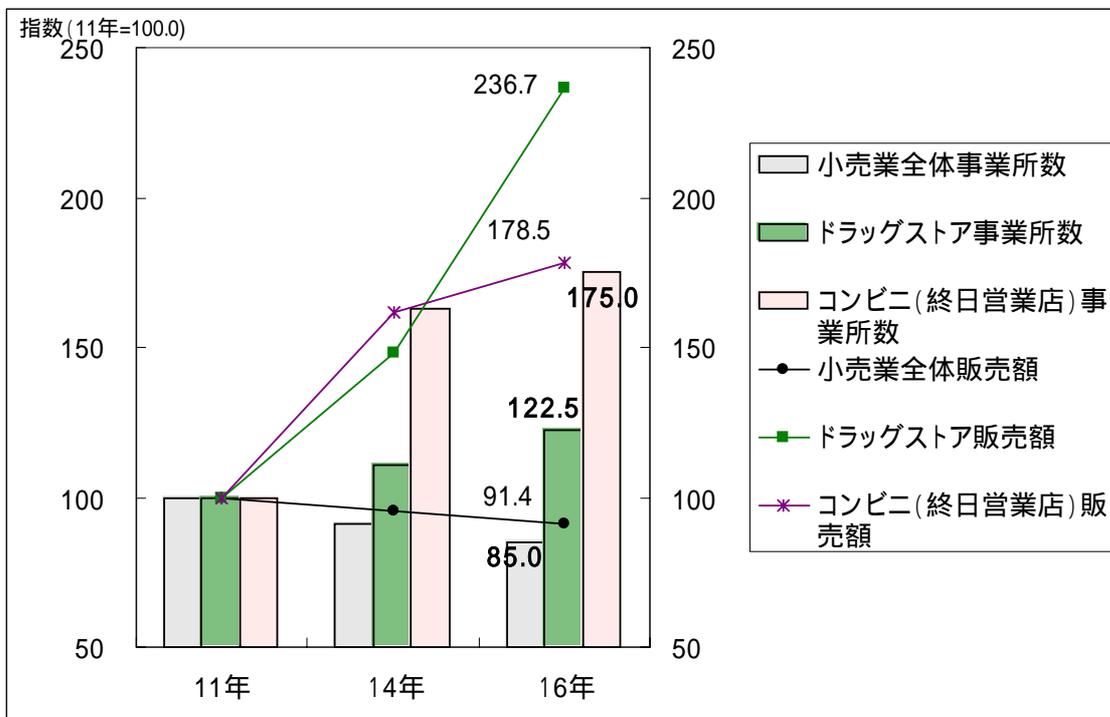


表 - 19 小売業の業態別の事業所数

業態別	事業所数(事業所)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年	
小売業計	15,455	14,404	100.0	100.0	6.8
百貨店	3	3	0.0	0.0	0.0
総合スーパー	15	16	0.1	0.1	6.7
専門スーパー	485	371	3.1	2.6	23.5
衣料品スーパー	94	66	0.6	0.5	29.8
食料品スーパー	203	182	1.3	1.3	10.3
住関連スーパー	188	123	1.2	0.9	34.6
うちホームセンター	66	70	0.4	0.5	6.1
コンビニエンスストア	419	414	2.7	2.9	1.2
うち終日営業店	293	315	1.9	2.2	7.5
ドラッグストア	113	125	0.7	0.9	10.6
その他のスーパー	650	436	4.2	3.0	32.9
専門店	9,479	8,741	61.3	60.7	7.8
衣料品専門店	1,200	1,119	7.8	7.8	6.8
食料品専門店	2,207	2,040	14.3	14.2	7.6
住関連専門店	6,072	5,582	39.3	38.8	8.1
中心店	4,263	4,254	27.6	29.5	0.2
衣料品中心店	975	970	6.3	6.7	0.5
食料品中心店	1,514	1,493	9.8	10.4	1.4
住関連中心店	1,774	1,791	11.5	12.4	1.0
その他の小売店	28	44	0.2	0.3	57.1

## (2) 就業者数

就業者数が最も多いのは、専門店の36,591人(小売業全体に占める構成比46.8%)で、内訳は住関連店が24,543人(構成比31.4%)、食料品店が8,723人(同11.2%)、衣料品店が3,325人(同4.3%)であった。次に多いのは中心店の17,570人(同22.5%)で、内訳は住関連店が8,773人(同11.2%)、食料品店が5,663人(同7.2%)、衣料品店が3,134人(同4.0%)であった。

前回比をみると、ドラッグストア(前回比57.6%増)が前回に引き続き大幅な増加となっている。

これに続いて、百貨店(同16.8%増)、ホームセンター(同14.1%増)が伸びている。また、中心店では、衣料品中心店、食料品中心店、住関連中心店のいずれもが増加している。

一方、専門スーパーの住関連スーパー(同34.6%減)及び衣料品スーパー(同32.8%減)、さらに、その他のスーパー(同33.4%減)で大きく減少している(図-31、表-20)。

1事業所当たりの従業者数をみると、百貨店が224.3人と群を抜いて多く、次いで総合スーパーが206.9人となっている。従業者のうち、パート・アルバイト等が50%未満なのは、百貨店(36.0%)、専門店(34.8%)、中心店(26.7%)の3業態である(図-32、図-33、統計表第14表)。

図 - 31 業態別就業者数の推移

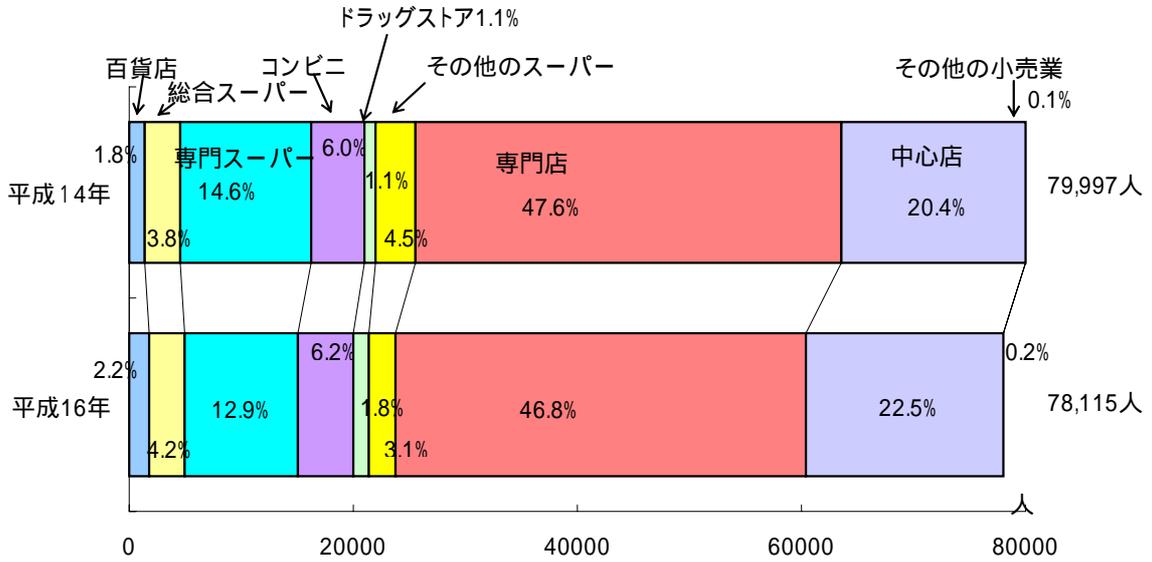


図 - 32 業態別1事業所当たりの就業者数

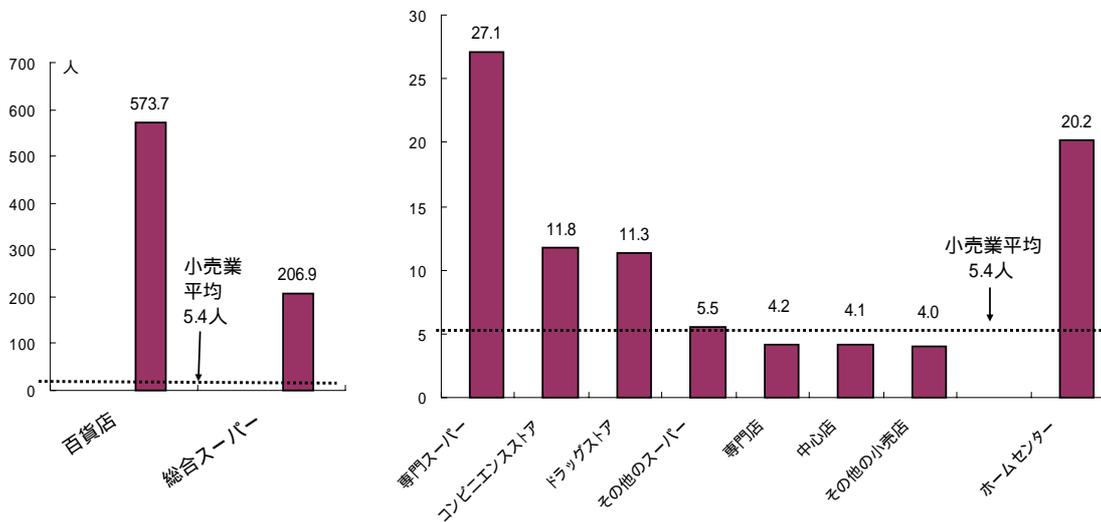


図 - 33 業態別従業者数の構成比

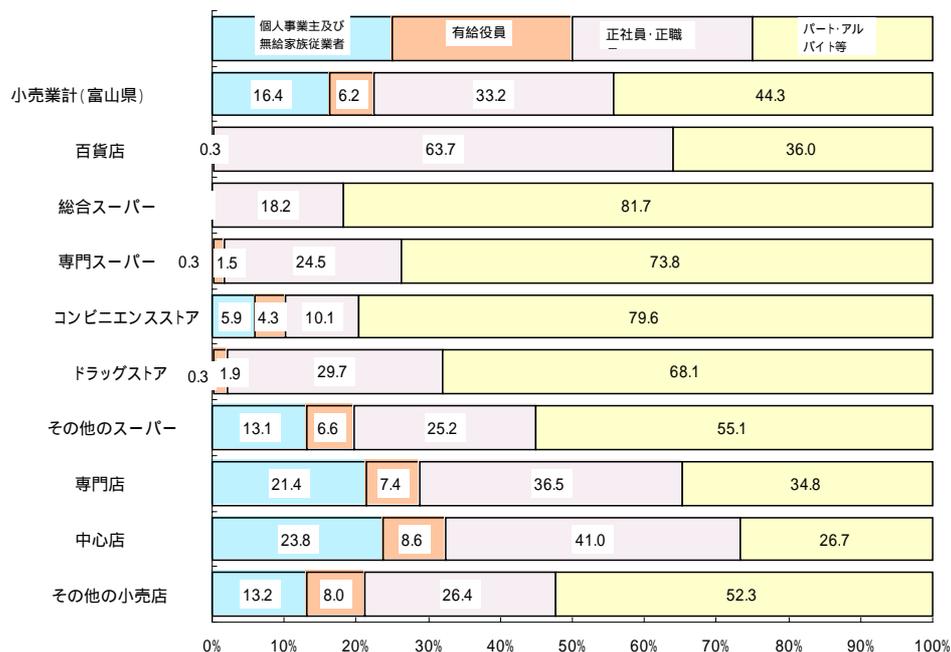


表 - 20 小売業の業態別の就業者数(構成比、前回比)

業態別	就業者数(人)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年	
小売業計	79,997	78,115	100.0	100.0	2.4
百貨店	1,474	1,721	1.8	2.2	16.8
総合スーパー	3,011	3,311	3.8	4.2	10.0
専門スーパー	11,685	100,072	14.6	128.1	756.4
衣料品スーパー	998	671	1.2	0.9	32.8
食料品スーパー	7,619	7,395	9.5	9.5	2.9
住関連スーパー	3,068	2,006	3.8	2.6	34.6
うちホームセンター	1,238	1,412	1.5	1.8	14.1
コンビニエンスストア	4,834	4,866	6.0	6.2	0.7
うち終日営業店	3,940	4,104	4.9	5.3	4.2
ドラッグストア	897	1,414	1.1	1.8	57.6
その他のスーパー	3,592	2,392	4.5	3.1	33.4
専門店	38,117	36,591	47.6	46.8	4.0
衣料品専門店	3,361	3,325	4.2	4.3	1.1
食料品専門店	9,289	8,723	11.6	11.2	6.1
住関連専門店	25,467	24,543	31.8	31.4	3.6
中心店	16,298	17,570	20.4	22.5	7.8
衣料品中心店	2,761	3,134	3.5	4.0	13.5
食料品中心店	5,135	5,663	6.4	7.2	10.3
住関連中心店	8,402	8,773	10.5	11.2	4.4
その他の小売店	89	178	0.1	0.2	100.0

注: 就業者数に「派遣・下請出向者」を含む

(3) 年間商品販売額

年間商品販売額が多いのは、専門店の4,829億円(小売業全体に占める構成比40.5%)、中心店の2,812億円(同23.6%)、専門スーパーの2,110億円(同17.7%)で、この3業態で小売業の81.9%を占めている。なお、専門店のうち、住関連専門店が3,800億円を占めており小売業全体に対しても31.9%と高い割合となっている(図-34、表21)。

前回比をみると、ドラッグストアが前回比59.6%増と前回調査時の前回比48.2%増に引き続き順調に販売額を伸ばしている。また、終日営業のコンビニ(同10.9%増)、中心店の住関連中心店(同10.8%増)も伸びている。一方で、専門スーパーの住関連スーパー(同47.9%減)及び衣料品スーパー(同31.9%減)、その他のスーパー(同36.6%減)などで販売額減少が目立った(表-21)。

図-34 業態別年間商品販売額の割合

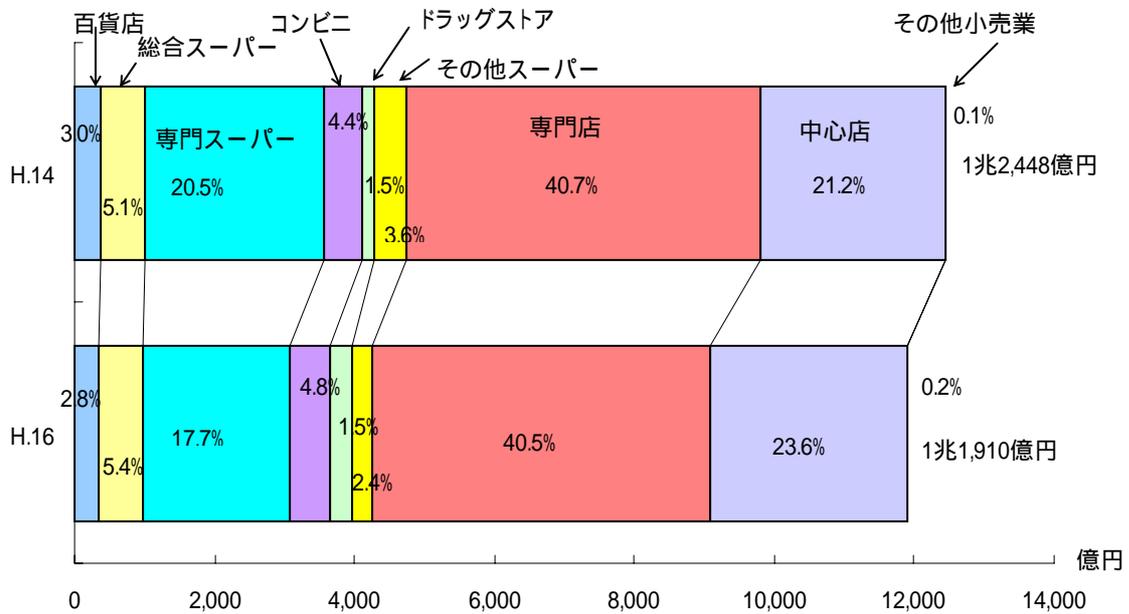


表 - 21 小売業の業態別の年間商品販売額(構成比、前回比)

業態別	年間商品販売額(百万円)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年	
小売業計	1,244,825	1,190,891	100.0	100.0	4.3
百貨店	36,872	33,905	3.0	2.8	8.0
総合スーパー	63,370	63,932	5.1	5.4	0.9
専門スーパー	255,130	210,954	20.5	17.7	17.3
衣料品スーパー	19,307	13,156	1.6	1.1	31.9
食料品スーパー	161,995	159,353	13.0	13.4	1.6
住関連スーパー	73,828	38,446	5.9	3.2	47.9
うちホームセンター	30,283	29,810	2.4	2.5	1.6
コンビニエンスストア	54,508	57,186	4.4	4.8	4.9
うち終日営業店	42,252	46,741	3.4	3.9	10.6
ドラッグストア	18,786	29,990	1.5	2.5	59.6
その他のスーパー	45,208	28,654	3.6	2.4	36.6
専門店	506,167	482,874	40.7	40.5	4.6
衣料品専門店	42,458	38,728	3.4	3.3	8.8
食料品専門店	66,846	64,120	5.4	5.4	4.1
住関連専門店	396,863	380,027	31.9	31.9	4.2
中心店	263,649	281,188	21.2	23.6	6.7
衣料品中心店	35,219	37,951	2.8	3.2	7.8
食料品中心店	65,377	62,522	5.3	5.3	4.4
住関連中心店	163,053	180,716	13.1	15.2	10.8
その他の小売店	1,134	2,208	0.1	0.2	94.7

#### (4) 売場面積

売場面積が最も多いのは、専門店の 591,605 m<sup>2</sup>(小売業全体に占める構成比 36.4%)で、内訳をみると住関連店が 418,029 m<sup>2</sup>(構成比 25.7%)、衣料品店が 99,589 m<sup>2</sup>(同 6.1%)、食料品店が 73,987 m<sup>2</sup>(同 4.6%)であった。次に多いのは専門スーパーの 366,685 m<sup>2</sup>(同 22.6%)で、その内訳は食料品スーパーが 173,746 m<sup>2</sup>(同 10.7%)、住関連スーパーが 148,003 m<sup>2</sup>(同 9.1%)、衣料品スーパーが 44,936 m<sup>2</sup>(同 2.8%)となっている(図 - 35、表 - 22)。

前回比をみると、ドラッグストア(前回比 42.5%増)が大きく伸びている。一方で、その他のスーパー(同 36.1%減)、専門スーパーの住関連スーパーが 26.5%減、衣料品スーパーが 26.3%減と縮小した(表 - 22)。

1 事業所当たりの売場面積が大きいのは百貨店(13,408 m<sup>2</sup>)、総合スーパー(10,272 m<sup>2</sup>)、専門スーパー(988 m<sup>2</sup>)、ドラッグストア(425 m<sup>2</sup>)の順となっている(図 - 35、統計表第 14 表)。

図 - 35 業態別売場面積の割合

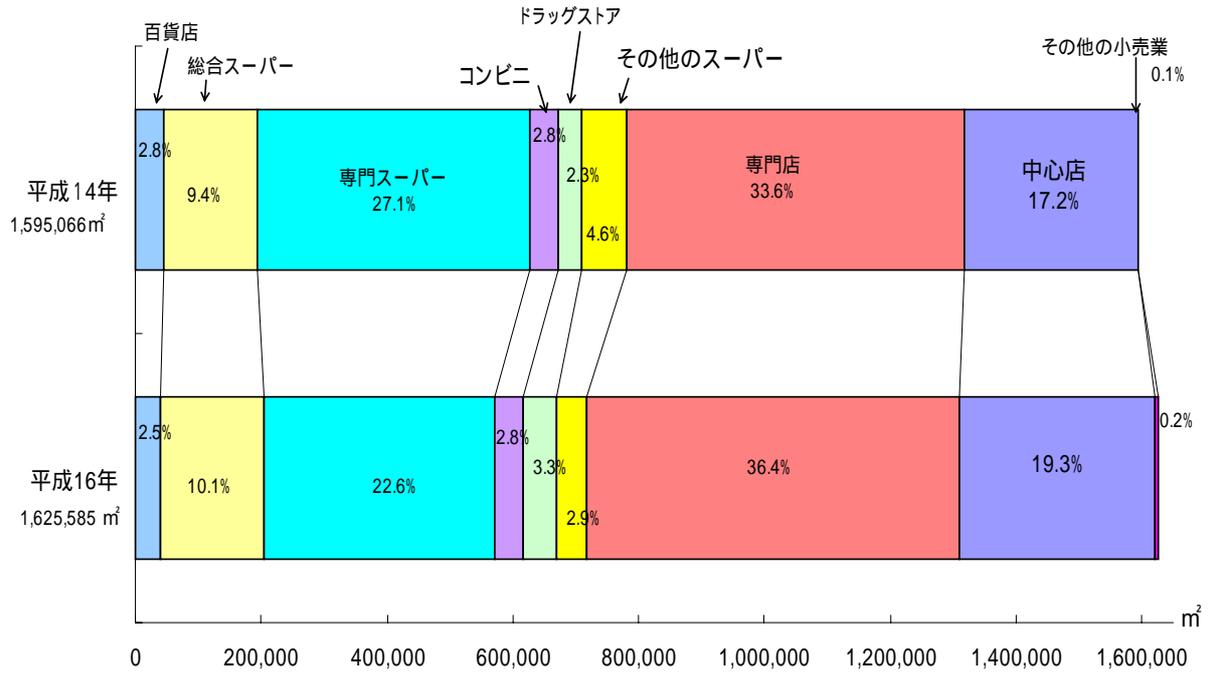


図 - 36 業態別1事業所当たりの売場面積

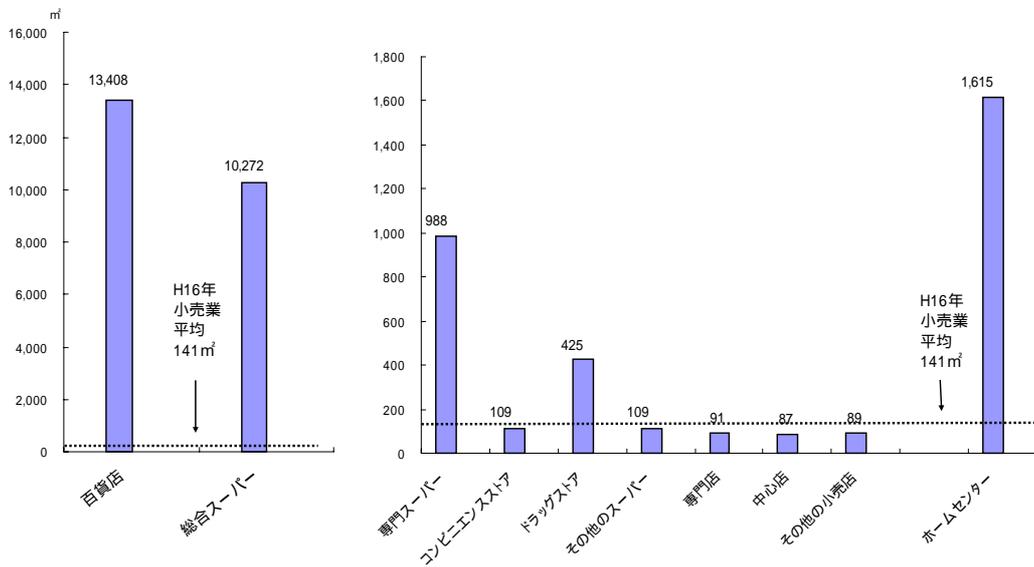


表 - 22 小売業の業態別の売場面積(構成比、前回比)

業態別	売場面積 (㎡)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年	
小売業計	1,595,066	1,625,585	100.0	100.0	1.9
百貨店	45,063	40,223	2.8	2.5	10.7
総合スーパー	149,859	164,356	9.4	10.1	9.7
専門スーパー	431,900	366,685	27.1	22.6	15.1
衣料品スーパー	60,947	44,936	3.8	2.8	26.3
食料品スーパー	169,636	173,746	10.6	10.7	2.4
住関連スーパー	201,317	148,003	12.6	9.1	26.5
うちホームセンター	111,921	113,039	7.0	7.0	1.0
コンビニエンスストア	44,284	45,300	2.8	2.8	2.3
うち終日営業店	32,119	34,773	2.0	2.1	8.3
ドラッグストア	37,273	53,119	2.3	3.3	42.5
その他のスーパー	74,023	47,285	4.6	2.9	36.1
専門店	536,362	591,605	33.6	36.4	10.3
衣料品専門店	99,555	99,589	6.2	6.1	0.0
食料品専門店	76,657	73,987	4.8	4.6	3.5
住関連専門店	360,150	418,029	22.6	25.7	16.1
中心店	274,233	313,182	17.2	19.3	14.2
衣料品中心店	79,210	97,367	5.0	6.0	22.9
食料品中心店	74,148	74,490	4.6	4.6	0.5
住関連中心店	120,875	141,325	7.6	8.7	16.9
その他の小売店	2,069	3,830	0.1	0.2	85.1

## (5) 販売効率

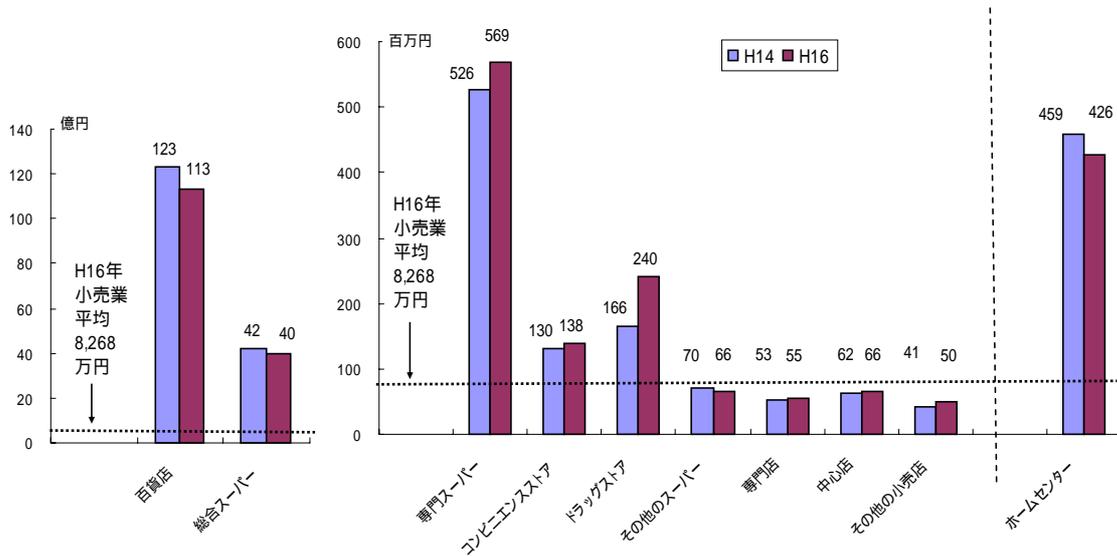
### 1 事業所当たりの年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額は、百貨店が113億167万円と最も高く、次いで総合スーパーの39億9,574万円、専門スーパーの5億6,861万円の順となっている。以下、ドラッグストアの2億3,992万円、コンビニの1億3,813万円と続く。

前回比をみると、ドラッグストア(前回比44.3%増)が前回に引き続き大きな伸びを示した。続いて住関連中心店(同9.8%増)、食料品スーパー(同9.7%増)、衣料品中心店(同8.3%増)などが伸びた。

減少したのは、専門スーパーの住関連スーパーで(同20.4%減)、百貨店(同8.0%減)などである。小売業全体としては、同2.6%増となった(図-37、表-23)。

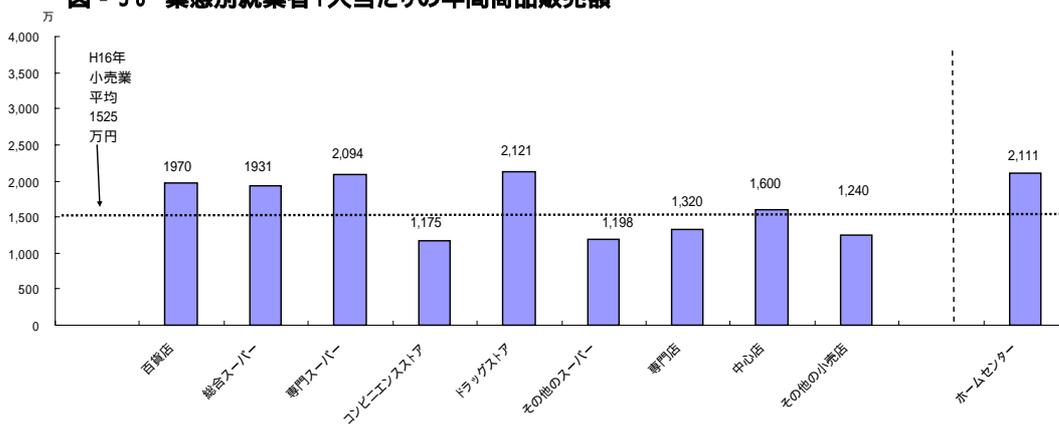
図 - 37 業態別1事業所当たりの年間商品販売額



就業者1人当たりの年間商品販売額

就業者1人当たりの年間商品販売額は、ドラッグストアの 2,121 万円が最も高く、次いで専門スーパーの 2,094 万円、百貨店の 1,970 万円の順となっている。なお、専門スーパーに属する食料品スーパーが 2,155 万円で、調査対象業態の中で最も高い額となっている(図 - 38、表 - 23)。

図 - 38 業態別就業者1人当たりの年間商品販売額



売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、コンビニが 126 万円(うち、終日営業店は 134 万円)と最も高く、次いで百貨店の 84 万円、その他のスーパーの 60 万円、専門スーパーの 58 万円の順となっている。

前回比を見ると、ドラッグストア(前回比 12.0%増)、その他の小売店(同 5.5%増)、百貨店とコンビニ(同 2.4%増)が増加となっているが、中心店(同 9.8%減)、専門店(同 8.2%減)、総合スーパー(同 7.1%減)など、ほとんどの業態で減少となっている(図-39)。

図 - 39 業態別売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

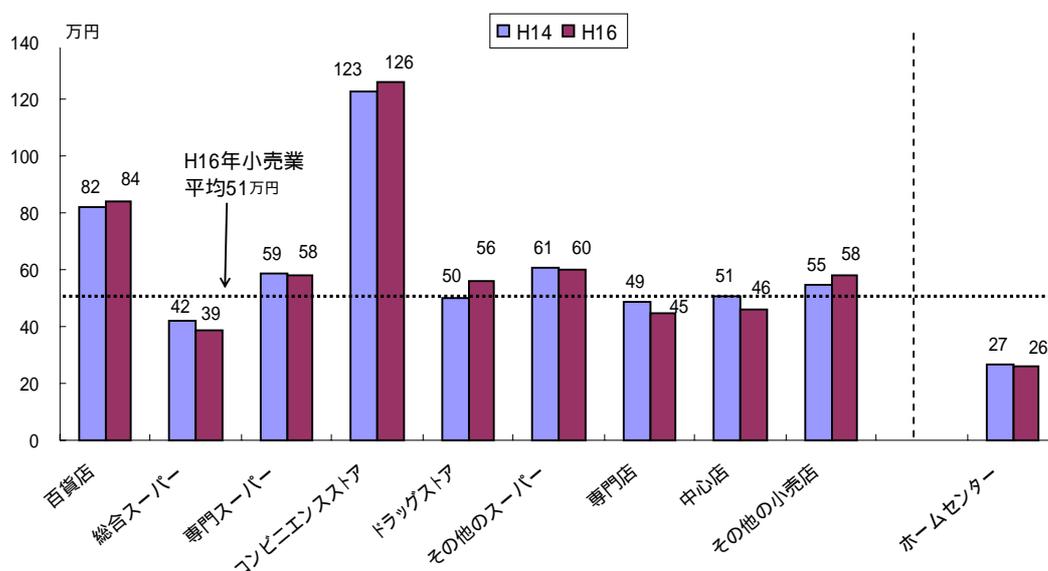


表 - 23 小売業の業態別の単位当たりの年間商品販売額

単位: 万円

業態別	1事業所当たり			就業者1人 当たり	売場面積1㎡当たり		
	平成14年	平成16年	前回比(%) 16年/14年		平成14年	平成16年	前回比(%) 16年/14年
小売業計	8,055	8,268	2.6	1,525	55	51	7.3
百貨店	1,229,079	1,130,167	8.0	1,970	82	84	2.4
総合スーパー	422,464	399,574	5.4	1,931	42	39	7.1
専門スーパー	52,604	56,861	8.1	2,094	59	58	1.7
衣料品スーパー	20,539	19,933	3.0	1,961	32	29	9.4
食料品スーパー	79,801	87,556	9.7	2,155	95	92	3.2
住関連スーパー	39,270	31,257	20.4	1,917	37	26	29.7
うちホームセンター	45,884	42,586	7.2	2,111	27	26	3.7
コンビニエンスストア	13,009	13,813	6.2	1,175	123	126	2.4
うち終日営業店	14,420	14,838	2.9	1,139	132	134	1.5
ドラッグストア	16,625	23,992	44.3	2,121	50	56	12.0
その他のスーパー	6,955	6,572	5.5	1,198	61	60	1.6
専門店	5,340	5,524	3.4	1,320	49	45	8.2
衣料品専門店	3,538	3,461	2.2	1,165	42	38	9.5
食料品専門店	3,029	3,143	3.8	735	69	64	7.2
住関連専門店	6,536	6,808	4.2	1,548	47	43	8.5
中心店	6,185	6,610	6.9	1,600	51	46	9.8
衣料品中心店	3,612	3,912	8.3	1,211	43	38	11.6
食料品中心店	4,318	4,188	3.0	1,104	70	67	4.3
住関連中心店	9,191	10,090	9.8	2,060	45	40	11.1
その他の小売店	4,051	5,018	23.9	1,240	55	58	5.5