

## 6 立地環境特性(小売業)

### (1) 事業所数

事業所数は、商業集積地区が4,978事業所(構成比34.6%)と最も多く、次いで住宅地区が3,743事業所(同26.0%)、その他地区が3,639事業所(同25.3%)の順となっている。前回と比べるとオフィス街地区の前回比10.5%減、住宅地区の8.0%減など全ての地区で減少となった(表-24)。

表-24 特性地区別の主要指標

特性地区別	事業所数(事業所)				従業者数(人)				年間商品販売額(百万円)				売場面積(m <sup>2</sup> )			
	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)
小売業	15,455	14,404	100.0	6.8	76,898	73,363	100.0	4.6	1,244,825	1,190,891	100.0	4.3	1,595,066	1,625,585	100.0	1.9
商業集積地区	5,285	4,978	34.6	5.8	26,819	25,920	35.3	3.4	433,364	411,453	34.6	5.1	697,774	711,035	43.7	1.9
オフィス街地区	1,265	1,132	7.9	10.5	5,630	5,235	7.1	7.0	82,814	67,965	5.7	17.9	85,054	82,177	5.1	3.4
住宅地区	4,070	3,743	26.0	8.0	20,106	18,905	25.8	6.0	299,656	276,585	23.2	7.7	367,238	352,149	21.7	4.1
工業地区	921	912	6.3	1.0	7,632	7,175	9.8	6.0	163,133	168,843	14.2	3.5	164,704	171,548	10.6	4.2
その他地区	3,914	3,639	25.3	7.0	16,711	16,128	22.0	3.5	265,859	266,045	22.3	0.1	280,296	308,676	19.0	10.1

### 【特性地区別区分の例示】

原則として都市計画法に基づき立地環境を区分しているが、例示は次のとおりである。

**商業集積地区** 概ね30店舗以上ある一つの商店街を一つの商業集積地区とする。また、ショッピングセンターや多事業所ビル(駅ビル、寄合百貨店等)は、一つの商業集積地区とする。

**駅周辺型** 駅からおおむね100m以内の範囲の商店街(地下街も含む)。

**市街地型** 駅から離れている繁華街やオフィス街などにある商店街。

**住宅地背景型** 住宅地を背景にもつ地元商店街。近隣の住民が徒歩や自転車などで日用品などを購入する商店街。

**ロードサイド型** 都市の中心部や住宅地から離れた郊外に立地し、自動車を交通手段とする客の多い複合ショッピングセンターやバイパス沿い商店街など。

**その他** 観光地、神社・仏閣周辺などにある商店街などが含まれる。

**オフィス街地区** 上記商業集積地区(概ね30店舗以上の商店街)以外の商業地域。

**住宅地区** 住宅の環境を守るための地区(小中学校や病院、大学、事務所、ホテルなども建築可能)。

**工業地区** どんな工場でも建てられる地区(住宅や商店は建築可能だが、小中学校や病院、ホテルなどは建てられない)。

**その他地区** 農漁山村地区。

### (2) 従業者数

従業者数は、商業集積地区が25,920人(構成比35.3%)と最も多く、次いで住宅地区が18,905人(同25.8%)、その他地区が16,128人(同22.0%)の順となっている。前回と比べるとオフィス街地区(前回比7.0%減)、住宅地区(同6.0%減)、工業地区(同6.0%減)など全地区で減少している(表-24)。

### (3) 年間商品販売額

年間商品販売額は、商業集積地区が4,115億円(構成比34.6%)と最も高く、次いで住宅地区が2,766億円(同23.2%)、その他地区が2,660億円(同22.3%)の順となっている。前回と比べると工業地区で前回比3.5%増、その他地区で同0.1%増だったが、オフィス街地区(同17.9%減)などで減少となった(表-24)。

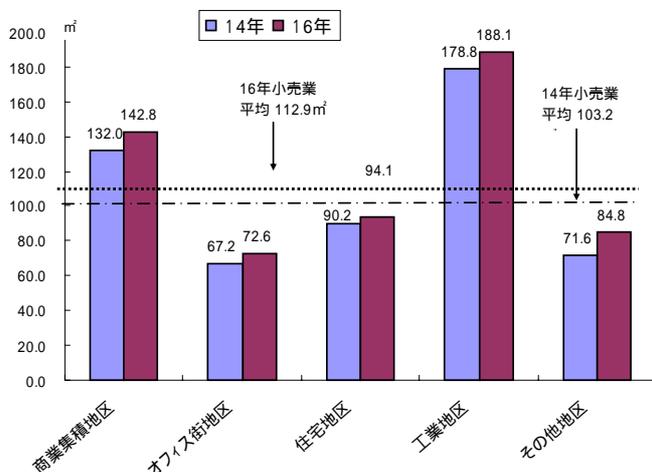
### (4) 売場面積

売場面積は、商業集積地区が711,035㎡(構成比43.7%)と最も多く、次いで住宅地区が352,149㎡(同21.7%)、その他地区が308,676㎡(同19.0%)の順となっている。前回と比べると、その他地区で前回比10.1%増、工業地区で同4.2%増、商業地区で同1.9%増だったが、住宅地区(同4.1%減)、オフィス街地区(同3.4%減)で減少し、全体としては1.9%増となった(表-24)。

### (5) 1事業所当たりの売場面積

小売業の1事業所当たりの売場面積(売場面積を持たない事業所を含む)は112.9㎡であり、工業地区の188.1㎡、次いで商業集積地区の142.8㎡などとなっている。前回比をみると全ての地区で増加しており、その他地区が前回比18.4%増と最も伸び率が高かった(図-40)。

図-40 1事業所当たりの売場面積の推移



特性地区別	1事業所当たりの売場面積 (m²)			
	14年	16年	前回比(%)	参考(16年)
小売業	103.2	112.9	9.4	140.8
商業集積地区	132.0	142.8	8.2	154.4
オフィス街地区	67.2	72.6	8.0	85.7
住宅地区	90.2	94.1	4.3	120.4
工業地区	178.8	188.1	5.2	274.0
その他地区	71.6	84.8	18.4	127.1

注: 売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車(新車・中古)小売業、建具(製造・非製造)小売業、畳(製造・非製造)小売業、ガソリンスタンド及び新聞小売業並びに売場面積のない事業所の事業所数を含んだもので算出している。  
 なお、参考(16年)は、含まない値である。

### (6) 単位当たりの年間商品販売額

1事業所当たり年間商品販売額は、小売業平均で8,268万円、前回比2.6%の増加である。

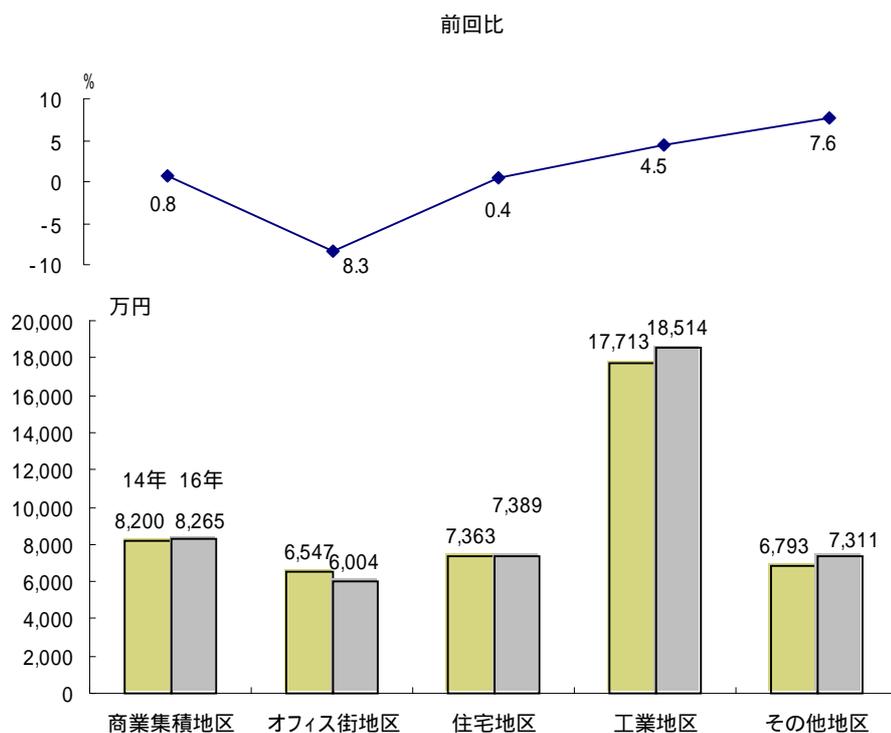
これを地区別にみると、工業地区が18,514万円と最も高く、次に、商業集積地区が8,265万円、住宅地区が7,389万円などとなっている。前回比では、減少したのはオフィス街地区(前回比8.3%減)のみであった。その他地区は同7.6%増、また工業地区も同4.5%増と伸びており、商業集積地区(同0.8%増)及び住宅地区(同0.4%増)はほぼ横ばいであった(図-41、表-25)。

表 - 25 特性地区別単位当たりの年間商品販売額

特性地区別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)			従業者1人当たりの年間商品販売額(万円)			売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(万円)		
	14年	16年	前回比(%)	14年	16年	前回比(%)	14年	16年	前回比(%)
小 売 業	8,055	8,268	2.6	1,619	1,623	0.2	78	73	6.4
商業集積地区	8,200	8,265	0.8	1,616	1,587	1.8	62	58	6.5
オフィス街地区	6,547	6,004	8.3	1,471	1,298	11.8	97	83	14.4
住宅地区	7,363	7,389	0.4	1,490	1,463	1.8	82	79	3.7
工業地区	17,713	18,514	4.5	2,137	2,353	10.1	99	98	1.0
その他地区	6,793	7,311	7.6	1,591	1,650	3.7	95	86	9.5

注： 売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車（新車・中古）小売業、  
 建具(製造・非製造)小売業、畳(製造・非製造)小売業、ガソリンスタンド及び新聞小売業  
 並びに売場面積のない事業所の販売額を含んだもので算出している。

図 - 41 1事業所当たりの年間商品販売額と前回比



**従業者1人当たりの年間販売額**は、小売業平均で1,623万円、前回とほぼ同額である(前回比0.2%増)。これを地区別にみると、工業地区が2,353万円と最も高く、次いで、その他地区が1,650万円、商業集積地区が1,587万円と続く。前回比をみると、オフィス街地区で前回比11.8%減となったものの、工業地区の同10.1%増などにより、全体で同0.2%とほぼ前年並みの数値となった(表-25)。

**売場面積1㎡当たりの年間販売額**は、小売業平均で73万円である。これを地区別にみると、オフィス街地区が83万円、次いで住宅地区が79万円、商業集積地区が58万円と続いている。前回比では、オフィス街地区の前回比14.4%減など全ての地区で減少した(表-25)。

## (7) 大規模小売店舗

### 大規模小売店舗数

大規模小売店舗数は、168 店舗で、前回に比べ 23 店舗減少(対前回比 12.0%減)となった。店舗面積規模別に構成比をみると、最も多いのは 1,000 m<sup>2</sup>を超え 2,000 m<sup>2</sup>未満(82 店舗、構成比 48.8%)で、次に 2,000 m<sup>2</sup>以上 5,000 m<sup>2</sup>未満(59 店舗、同 35.1%)が続き、両者で全体の 83.9%を占める。前回比では、1,000 m<sup>2</sup>を超え 2,000 m<sup>2</sup>未満の前回比 15.5%増以外は減少であった(表 - 26)。

表 - 26 大店舗数と大店舗内事業所の事業所数、年間商品販売額等

特性地区別	大規模小売店舗事業所数				大規模小売店舗内小売事業所																	
					事業所数				従業者数(人)				年間商品販売額(百万円)				1事業所当たり年間販売額(万円)			従業者1人当たり年間販売額(万円)		
	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	構成比(%)	前回比(%)	14年	16年	前回比(%)	14年	16年	前回比(%)
合計	191	168	100.0	12.0	1,446	1,427	100.0	1.3	16,983	17,323	100.0	2.0	370,172	365,979	100.0	1.1	25,600	25,647	0.2	2,180	2,113	3.1
店舗面積規模別																						
1,000m <sup>2</sup> を超え 2,000m <sup>2</sup> 未満	71	82	48.8	15.5	169	150	10.5	11.2	2,237	2,041	11.8	8.8	53,079	47,540	13.0	10.4	31,408	31,693	0.9	2,373	2,329	1.9
2,000m <sup>2</sup> 以上 5,000m <sup>2</sup> 未満	72	59	35.1	18.1	377	329	23.1	12.7	4,384	4,151	24.0	5.3	101,655	98,604	26.9	3.0	26,964	29,971	11.2	2,319	2,375	2.4
5,000m <sup>2</sup> 以上 10,000m <sup>2</sup> 未満	27	16	9.5	40.7	325	326	22.8	0.3	3,623	3,708	21.4	2.3	66,158	69,467	19.0	5.0	20,356	21,309	4.7	1,826	1,873	2.6
10,000m <sup>2</sup> 以上	21	11	6.5	47.6	575	622	43.6	8.2	6,739	7,423	42.9	10.1	149,280	150,369	41.1	0.7	25,962	24,175	6.9	2,215	2,026	8.5

### 大規模小売店舗内小売事業所

#### ( ) 事業所数

大規模小売店舗内小売事業所(以下、「大店舗内事業所」という。)数は、1,427 事業所で、小売業全体に占める割合は、9.9%である(表 - 26、図-42)。

地区別にみると、商業集積地区が 1,082 事業所と最も多い。なかでもロードサイド型商業集積地区は 638 事業所で前回調査の 566 事業所から 72 事業所増加し、大店舗内事業所全体の 44.7%を占めている。次いで駅周辺型商業集積地区が 238 事業所、市街地型商業集積地区が 160 事業所となっている(表 - 29)。ロードサイド型商業集積地区での事業所の増加は、近年、郊外に広い駐車場と売場面積を持つ大店舗が新設されている状況を裏付けている。

店舗面積規模別に構成比をみると、最も多いのは 10,000 m<sup>2</sup>以上の 43.6%、次に 2,000 ~ 5,000 m<sup>2</sup>の 23.1%、5,000 ~ 10,000 m<sup>2</sup>の 22.8%となっており、5,000 m<sup>2</sup>以上が大店舗内事業所全体の 66.4%を占めた(図 - 43、表 - 26)。

前回比をみると、全体では 1.3%減の減少となっており、5,000 m<sup>2</sup>未満で 67 事業所が減少している。逆に、10,000 m<sup>2</sup>以上では、47 事業所の増加となっている(表 - 26)。

#### ( ) 従業者数

大店舗内事業所の従業者数は、19,062 人で、小売業全体の 24.5%を占めている(図 - 42、表 - 27)。

地区別にみると、商業集積地区が 12,707 人と最も多い。なかでもロードサイド型商業集積地区が 7,438 人と、大店舗内事業所全体の 39.0%を占めている(表 - 27)。

また、店舗面積規模別従業者数の構成比をみると、最も多いのは 10,000 m<sup>2</sup>以上の 42.9%、次に 2,000 ~ 5,000 m<sup>2</sup>の 24.0%、5,000 ~ 10,000 m<sup>2</sup>の 21.4%となっており、5,000 m<sup>2</sup>以上が大店舗内事業

所全体の64.3%を占めた(図 - 43、表-26)。

( ) 年間商品販売額

大店舗内事業所の年間商品販売額は3,660億円で、小売業全体に占める割合は、30.7%となっている(図 - 42、表-26)。

地区別にみると、商業集積地区が2,298億円と最も多く、なかでもロードサイド型商業集積地区が1,395億円と、大店舗内事業所全体の38.1%を占めている(表 - 27)。

店舗面積規模別に構成比をみると、最も多いのは10,000㎡以上の41.1%、次に2,000~5,000㎡の26.9%、5,000~10,000㎡の19.0%となっており、5,000㎡以上が大店舗内事業所全体の60.1%を占めた(図 - 43、表 - 26)。

前回比では、5,000㎡未満での減少、5,000㎡以上での増加と2分されている。特に、1,000㎡を超え2,000㎡未満では、55億3千9百万円の減少(前回比 10.4%減)となった(表 - 26)。

( ) 売場面積

大店舗内事業所の売場面積は713,686㎡で、前回の682,286㎡を31,400㎡上回り、小売業全体では、43.9%を占める(図 - 42、表 - 26)。

地区別にみると、商業集積地区が424,328㎡と最も多く、なかでもロードサイド型商業集積地区が265,307㎡と、大店舗内事業所全体の37.2%を占めている(表 - 27)。

表 - 27 大店舗内事業所と大店舗以外の事業所数等

	大規模小売店舗								大規模小売店舗以外									
	大店舗内事業所数	就業者数 (人)	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)	販売効率				事業所数	就業者数 (人)	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)	販売効率			
						1事業所当たり年間商品販売額 (万円)	就業者1人当たり年間商品販売額 (万円)	従業者1人当たり年間商品販売額 (万円)	売場面積1㎡当たり年間商品販売額 (万円)						1事業所当たり年間商品販売額 (万円)	就業者1人当たり年間商品販売額 (万円)	従業者1人当たり年間商品販売額 (万円)	売場面積1㎡当たり年間商品販売額 (万円)
計	1,427	19,062	17,323	365,979	713,686	25,647	1,920	2,113	51	12,977	58,872	56,040	824,912	911,899	6,357	1,401	1,472	52
商業集積地区	1,082	12,707	11,263	229,831	424,328	21,241	1,809	2,041	54	3,896	15,243	14,657	181,622	286,707	4,662	1,192	1,239	49
駅周辺型	238	1,810	1,751	26,624	66,795	11,186	1,471	1,520	40	455	2,034	1,937	26,499	33,262	5,824	1,303	1,368	61
市街地型	160	2,893	1,786	53,341	76,535	33,338	1,844	2,987	70	1,225	4,080	3,946	40,433	85,453	3,301	991	1,025	43
住宅地背景型	46	566	495	10,341	15,691	22,481	1,827	2,089	66	1,715	5,662	5,419	53,868	89,975	3,141	951	994	46
ロードサイド型	638	7,438	7,231	139,525	265,307	21,869	1,876	1,930	53	437	3,272	3,162	59,373	75,047	13,586	1,815	1,878	54
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	195	193	1,449	2,970	2,264	743	751	29
オフィス街地区	51	398	376	8,118	9,880	15,918	2,040	2,159	82	1,081	5,008	4,859	59,846	72,297	5,536	1,195	1,232	56
住宅地区	162	2,991	2,865	64,396	110,995	39,750	2,153	2,248	58	3,581	16,975	16,040	212,189	241,154	5,925	1,250	1,323	56
工業地区	63	1,168	1,095	30,409	80,540	48,269	2,604	2,777	38	849	6,352	6,080	138,434	91,008	16,306	2,179	2,277	60
その他地区	69	1,798	1,724	33,224	87,943	48,151	1,848	1,927	38	3,570	15,294	14,404	232,821	220,733	6,522	1,522	1,616	47

( ) 販売効率(大店舗外事業所との比較)

1事業所当たりの年間商品販売額を大店舗内と大規模小売店舗の外にある小売事業所(以下、「大店舗外事業所」という。)で比較してみると、大店舗内事業所は2億5,647万円、大店舗外事業所は6,357万円で、大店舗内事業所は大店舗外事業所の4.0倍となっている。従業者1人当たりの年間商品販売額でも大店舗内事業所は2,113万円、大店舗外事業所は1,472万円と、大店舗内事業所の方が高い。一方、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額では大店舗内事業所は51万円、大店舗外事業所は52万円とほぼ同額である(表 - 27)。

大店舗内事業所の販売効率を地区別にみると、1事業所当たりの年間商品販売額は工業地区が4億8,269万円と最も高く、次いでその他地区が4億8,151万円、住宅地区が3億9,750万円とな

っている。就業者1人当たりの年間商品販売額では工業地区が2,604万円と最も高く、次いで住宅地区が2,153万円、オフィス街地区が2,040万円となっている。売場面積1㎡当たりの年間商品販売額ではオフィス街地区の82万円が最も高い。

大店舗外事業所の販売効率を地区別にみると、1事業所当たりの年間商品販売額は工業地区が1億6,306万円と最も高く、就業者1人当たりの年間商品販売額においても工業地区が2,179万円と最も高い。売場面積1㎡当たりの年間商品販売額では商業集積地区の駅周辺型商業集積地区が61万円と最も高く、次に工業地区の60万円が続く(表-27)。

図-42 小売業全体に占める大規模小売店舗内事業所の割合

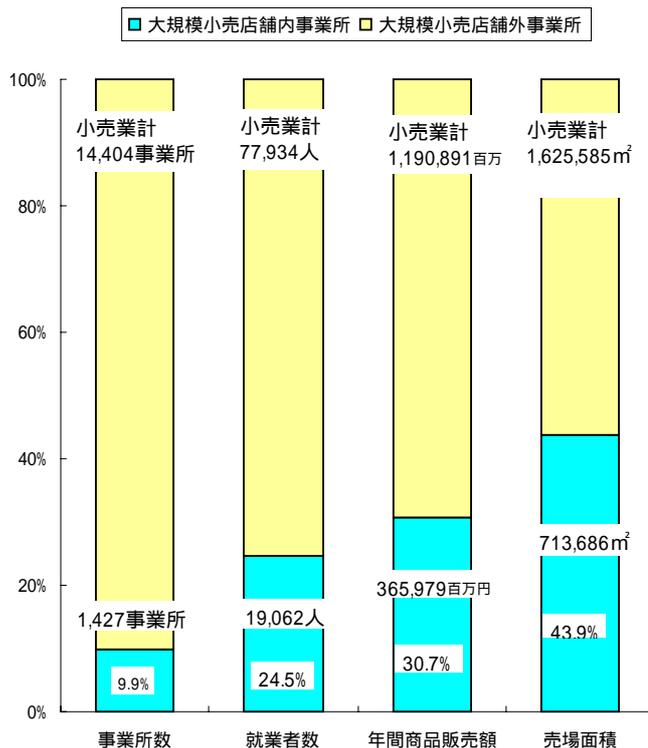


図-43 大規模小売店舗内事業所の店舗面積規模別構成比

