

第2章 商業の活動

ここでは、平成19年商業統計結果から商業の活動をみることにします。
 なお、文中に記述されている業種の分類のうち、分かりにくいものについては以下のとおりです。

【卸売業】

各種商品卸売業	総合商社などが含まれます。
鉱物・金属材料卸売業	石油、灯油などの石油類などが含まれます。
再生資源卸売業	空きびん、空き缶、鉄鋼品などの再使用できるものが含まれます。
一般機械器具卸売業	農業用・建設用・事務用の機械器具などで、耕うん機、トラクタ、複写機、レジスタなどが含まれます。
その他の機械器具卸売業	自転車、船舶などの自動車以外の輸送機械器具、はかり、時計などの精密機械器具などが含まれます。
他に分類されない卸売業	紙製品、金物、スポーツ用品、がん具、たばこ、ジュエリー、美術品、楽器、録音済みのCDなどが含まれます。

【小売業】

各種商品小売業	百貨店・総合スーパーなどが含まれます。
他に分類されない小売業	たばこ、花・植木、ジュエリー、ペット・ペット用品、美術品、DVDなどが含まれます。

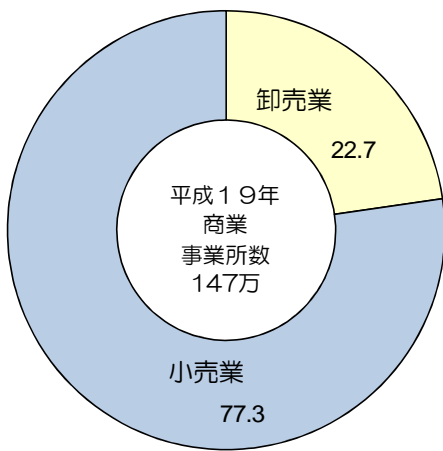
商業の活動：卸売業と小売業

- 商業事業所の4割は就業者数2人以下 -

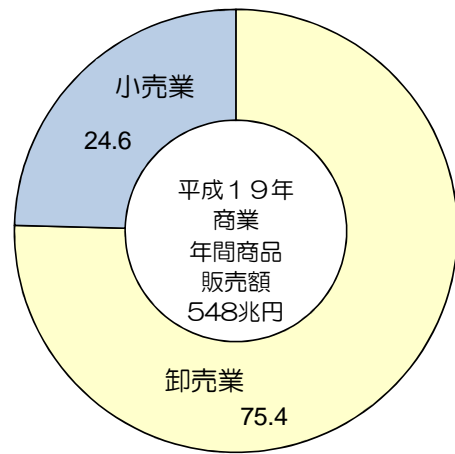
商業事業所数を卸売業と小売業別にみると、卸売業が22.7%、小売業が77.3%となっています。

一方、年間商品販売額をみると、卸売業が75.4%、小売業が24.6%となっています。事業所数と年間商品販売額の割合が逆転しているのは、小売商店の規模が小さいためです。

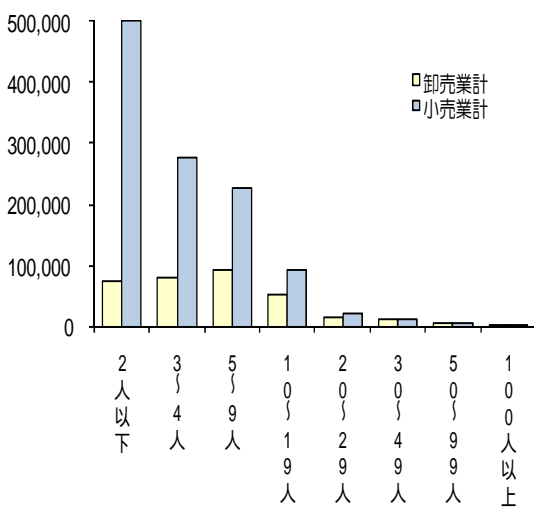
事業所数の構成比(%)



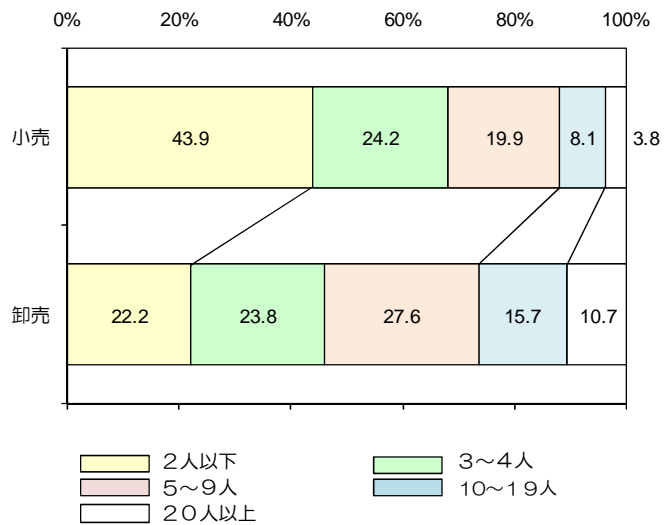
年間商品販売額の構成比(%)



就業者規模別事業所数
(平成19年)



就業者規模別事業所数の構成比
(平成19年)



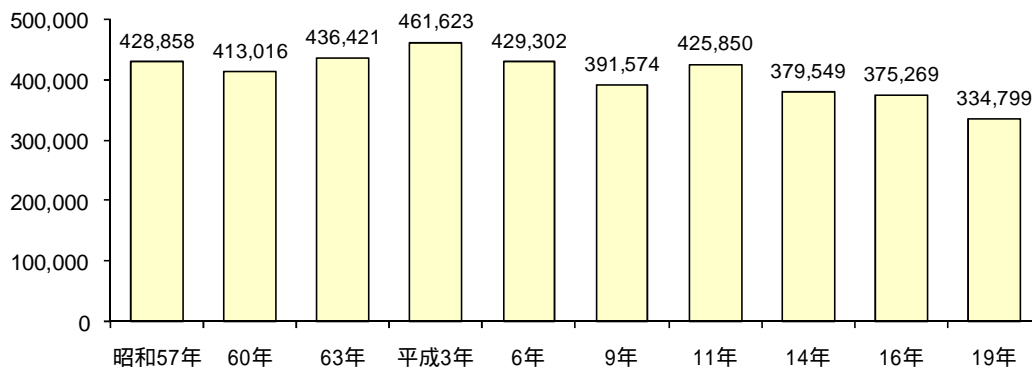
商業の活動：卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額

- 年間商品販売額は平成19年で増加に転じる -

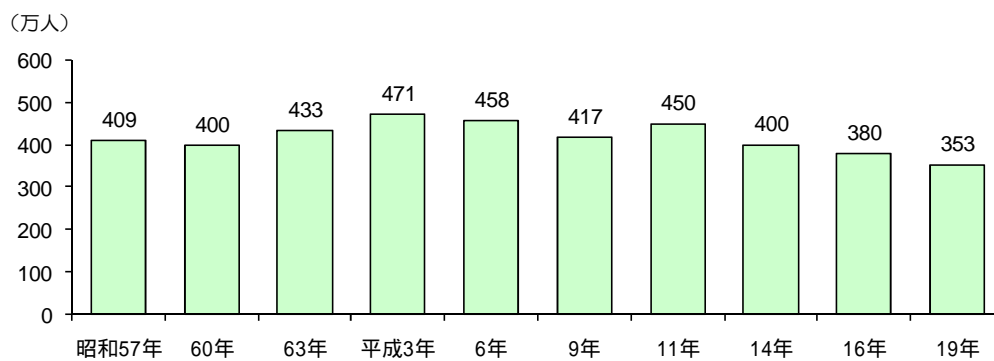
平成19年の卸売事業所数は33万事業所(対平成16年比 10.8%減)、従業者数は353万人(同 7.3%減)、年間商品販売額は414兆円(同2.0%増)となりました。

昭和57年以降の卸売業の推移をみると、事業所数、年間商品販売額、従業者数のいずれも平成3年をピークとして減少傾向にあるものの、年間商品販売額は平成19年に増加に転じています。

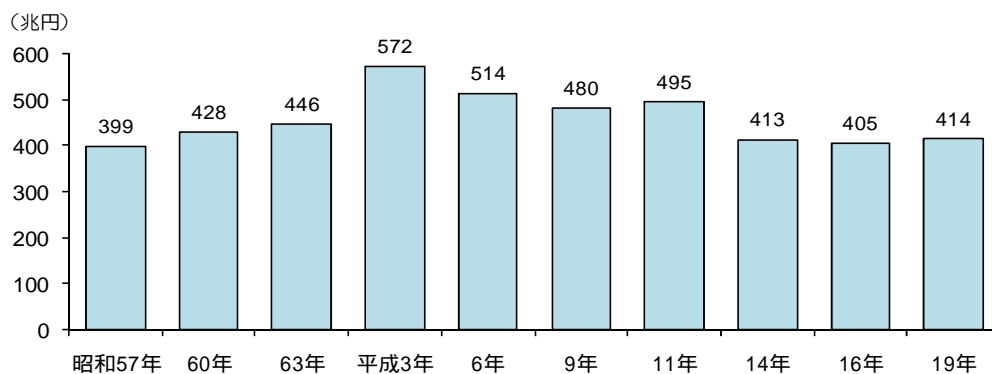
[卸売業] 事業所数の推移



[卸売業] 従業者数の推移



[卸売業] 年間商品販売額の推移



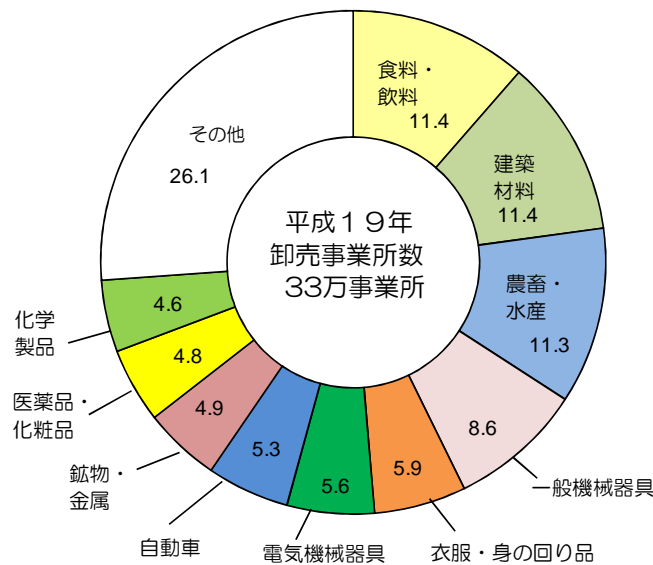
商業の活動：卸売業の業種別事業所数

- 食料・飲料卸売業、建築材料卸売業、農畜産物・水産物卸売業の割合がそれぞれ1割を超える -

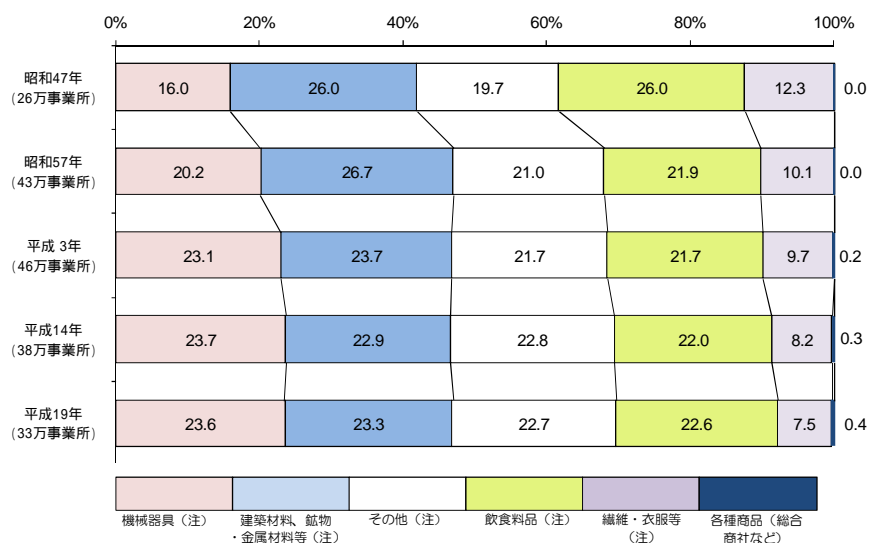
卸売事業所数を業種別にみると、食料・飲料卸売業、建築材料卸売業、農畜産物・水産物卸売業が10%を超えて高い割合となっています。

また、業種(中分類)別構成比の推移を昭和47年からみると、繊維・衣服等卸売業の割合は低下しています。

[卸売業] 事業所の業種別構成比 (%)



[卸売業] 業種(中分類)別事業所数の構成比



(注) 機械器具 = 一般機械器具卸売業+自動車卸売業+電気機械器具卸売業+その他の機械器具卸売業
 建築材料、鉄物・金属材料等 = 建築材料卸売業+化学製品卸売業+鉄物・金属材料卸売業+再生資源卸売業
 その他 = 家具・建具・しゅう器等卸売業+医薬品・化粧品等卸売業+他に分類されない卸売業
 飲食品 = 農畜産物・水産物卸売業+食料・飲料卸売業
 繊維・衣服等 = 繊維品卸売業(衣服・身の回り品を除く)+衣服・身の回り品卸売業

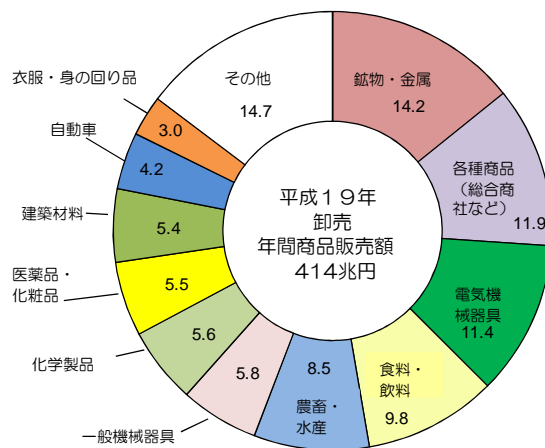
商業の活動：卸売業の業種別年間商品販売額

- 卸売業の年間商品販売額が最も多いのは鉱物・金属 -

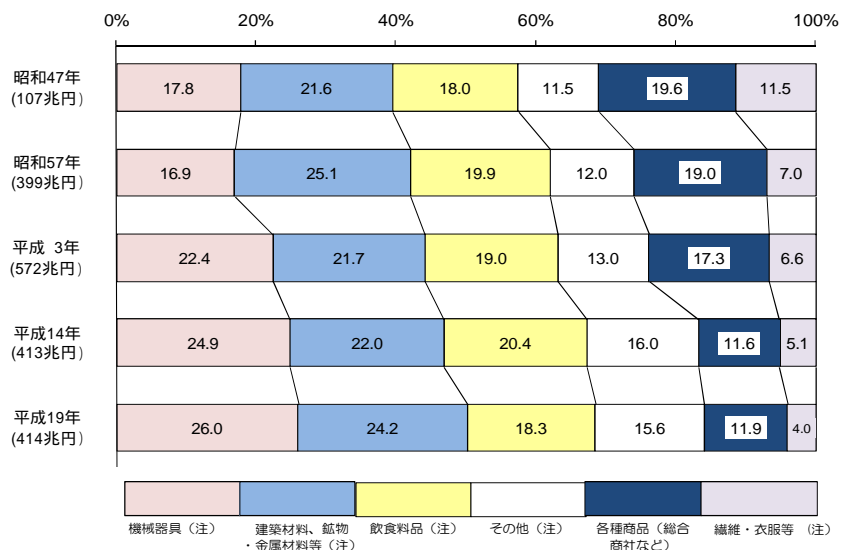
業種別に年間商品販売額をみると、最も割合が高いのは、ガソリン・灯油などを扱う鉱物・金属材料卸売業、次いで、各種商品卸売業（総合商社など）、電気機械器具卸売業の順となっています。事業所数で最も割合が高かった食料・飲料卸売業は、年間商品販売額では4番目となっています。

業種（中分類）別構成比の推移を昭和47年からみると、17.8%であった機械器具卸売業の販売割合が、平成19年には最も高く26.0%となりました。次いで、建築材料、鉱物・金属材料等卸売業の順となっており、この2業種で半数を占めています。また、総合商社などが含まれる各種商品卸売業の割合は 7.7ポイント、繊維・衣服等卸売業の割合は 7.5ポイントと、それぞれ大きく低下しています。

[卸売業] 年間商品販売額の業種別構成比 (%)



[卸売業] 年間商品販売額の業種（中分類）別構成比の推移



(注) 機械器具 = 一般機械器具卸売業+自動車卸売業+電気機械器具卸売業+その他の機械器具卸売業
 建築材料、鉱物・金属材料等 = 建築材料卸売業+化学製品卸売業+鉱物・金属材料卸売業+再生資源卸売業
 その他 = 家具・建具・じゅう器等卸売業+医薬品・化粧品等卸売業+他に分類されない卸売業
 飲食料品 = 農畜産物・水産物卸売業+食料・飲料卸売業
 繊維・衣服等 = 繊維品卸売業(衣服・身の回り品を除く)+衣服・身の回り品卸売業

商業の活動：卸売業の就業者数

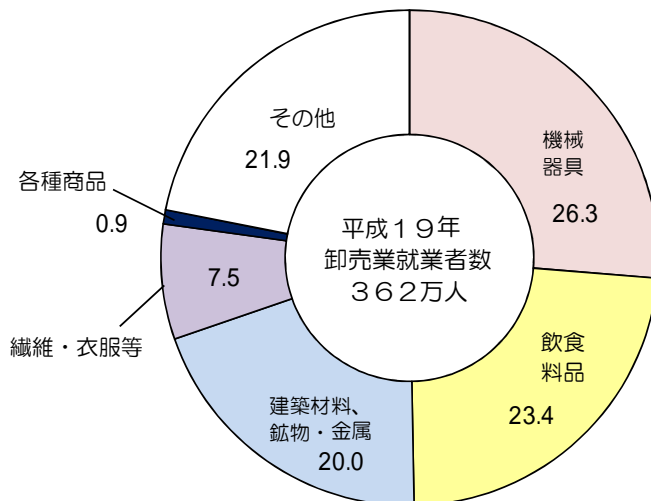
- 機械器具と飲食料品卸売業で5割を占める -

平成19年の就業者数は362万人となりました。就業者数の業種(中分類)別構成比をみると、機械器具卸売業の割合が最も高く、次いで、飲食料品卸売業、建築材料卸売業、鉱物・金属材料等卸売業、繊維・衣服等卸売業の順となっています。

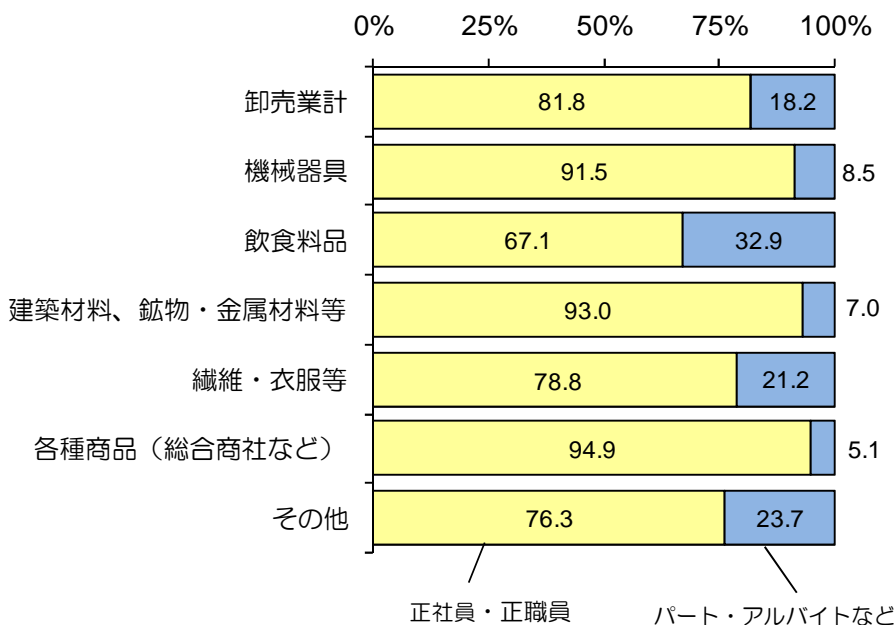
正社員・正職員とパート・アルバイトなどの割合を比べてみると、正社員・正職員が81.8%、パート・アルバイトなどが18.2%となっています。

これを業種(中分類)別にみると、商社などが含まれる各種商品卸売業の正社員の比率が最も高く、94.9%となっています。一方、飲食料品卸売業はパート・アルバイトなどの比率が最も高く32.9%となっています。

[卸売業] 就業者数の業種別構成比 (%)



[卸売業] 正社員・正職員とパート・アルバイトなどの割合 (%) (平成19年)



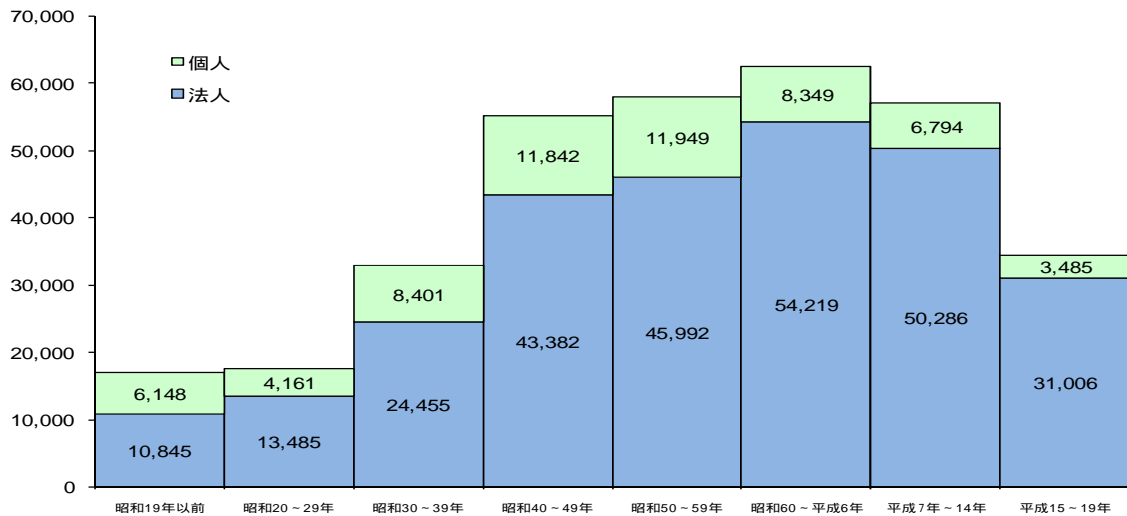
商業の活動：卸売事業所の開設状況（開設年別事業所数）

- 卸売事業所の8割は昭和40年以降の開設 -

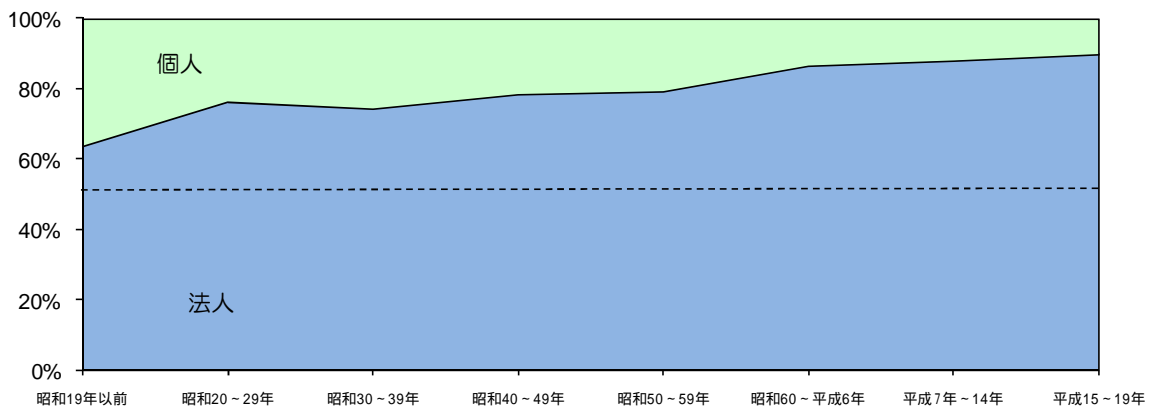
卸売事業所の79.8%は昭和40年以降の開設(出店)となっています。

法人・個人事業所別に出店割合をみると、昭和19年以前には36.2%であった個人事業所の出店割合は、平成15年から19年には10.1%に縮小しました。

[卸売業] 出店状況の推移



[卸売業] 法人・個人別割合の推移



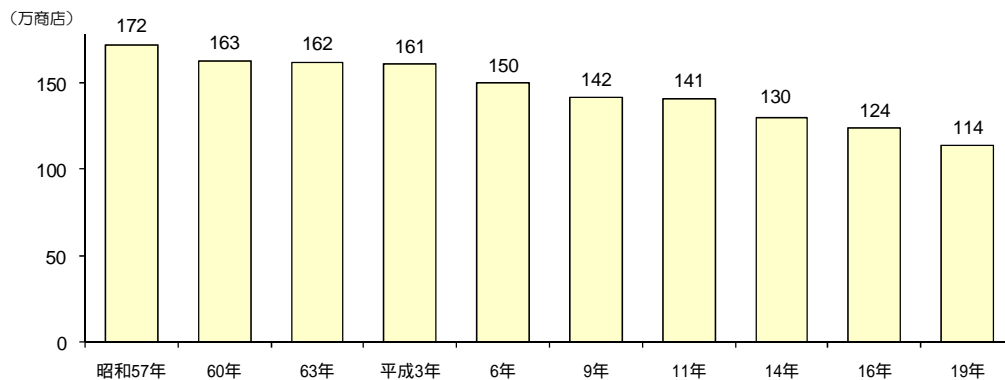
商業の活動：小売業の商店数、従業者数、年間商品販売額

- 小売業の商店数は減少傾向、年間商品販売額は平成14年以降は横ばい傾向 -

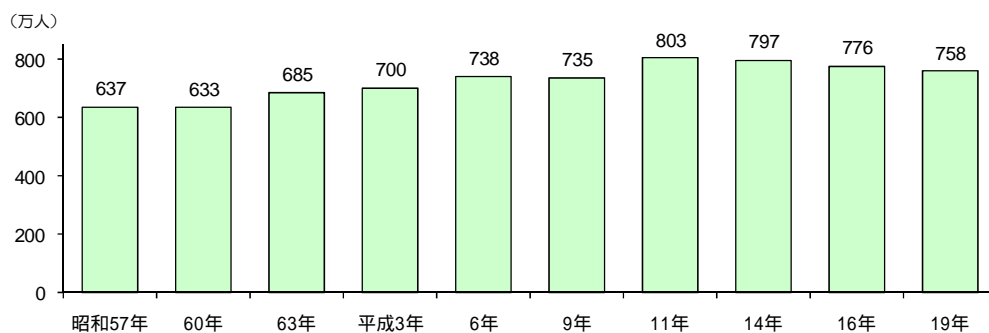
平成19年の小売業は商店数114万(対平成16年比 8.1%減)、従業者数758万人(同 2.4%減)、年間商品販売額は135兆円(同1.1%増)となりました。

昭和57年以降の小売業の推移をみると、商店数は減少傾向、従業者数は平成11年をピークに減少傾向となっています。年間商品販売額は平成9年をピークとして減少傾向にあるものの、平成14年以降は横ばい傾向を示し、平成19年は増加しています。

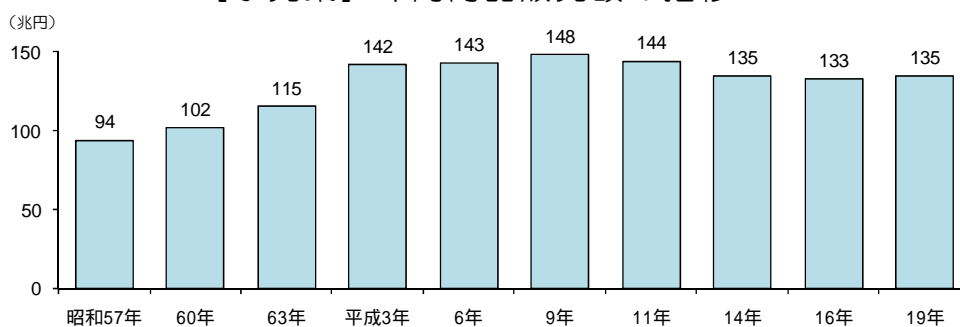
[小売業] 商店数の推移



[小売業] 従業者数の推移



[小売業] 年間商品販売額の推移



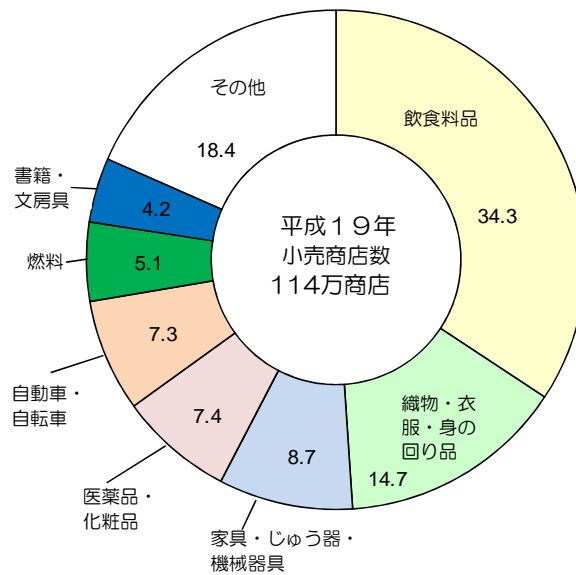
商業の活動：小売業の業種別商店数の割合

- 商店数は減少 -

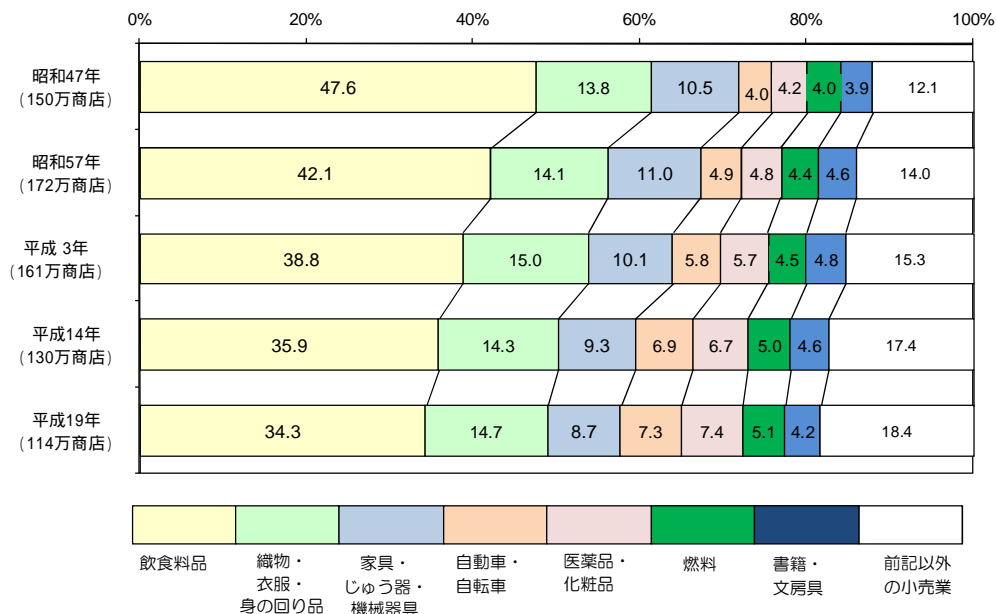
平成19年の小売業の商店数は114万商店となり、昭和57年の172万商店と比べると 33.9%減少しました。

業種別構成比をみると、飲食料点小売業が34.3%、織物・衣服・身の回り品小売業が14.7%となっており、この2業種でおよそ半数近くを占めています。また、業種別構成比の推移をみると、昭和47年に47.6%であった飲食料点小売業の割合は平成19年には34.3%へと低下しています。

〔小売業〕 商店数の業種別構成比 (%)



〔小売業〕 業種別商店数の構成比の推移 (%)



商業の活動：小売業の業種別年間商品販売額の割合

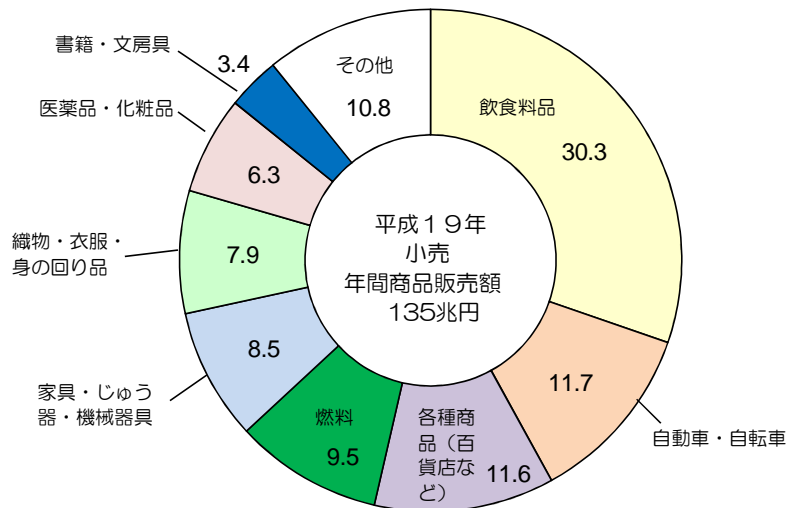
- 小売業の年間商品販売額は平成9年をピークに減少 -

平成19年の小売業の年間商品販売額は135兆円となりました。

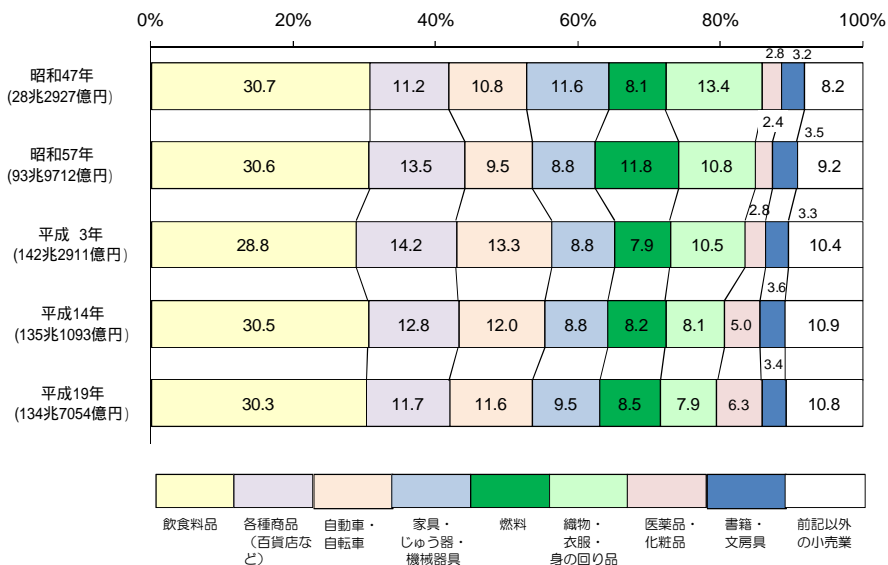
小売業の年間商品販売額の割合を業種別にみると、飲食料品小売業が30.3%と最も多く、次いで、自動車・自転車小売業、各種商品小売業（百貨店など）が10%を超えています。

昭和47年以降の小売業の年間商品販売額の割合を業種別にみると、ドラッグストアの拡大に伴い医薬品・化粧品小売業の割合が増加となりました。一方、織物・衣服・身の回り品小売業は昭和47年の13.4%から7.9%へと縮小しています。

〔小売業〕 年間商品販売額の業種別構成比（%）



〔小売業〕 年間商品販売額の業種別構成比の推移（%）



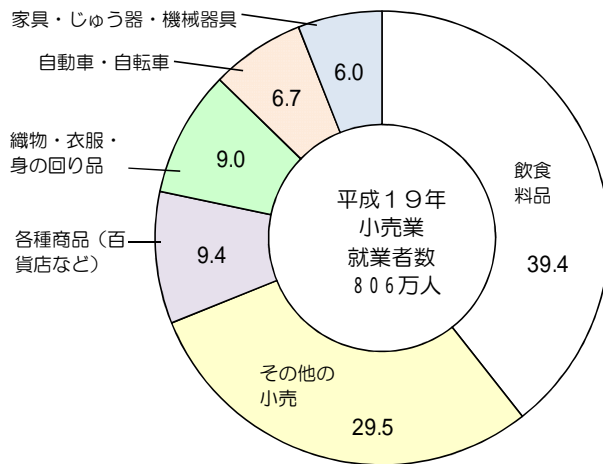
商業の活動：小売業の就業者数

- 小売業の就業者数は806万人 -

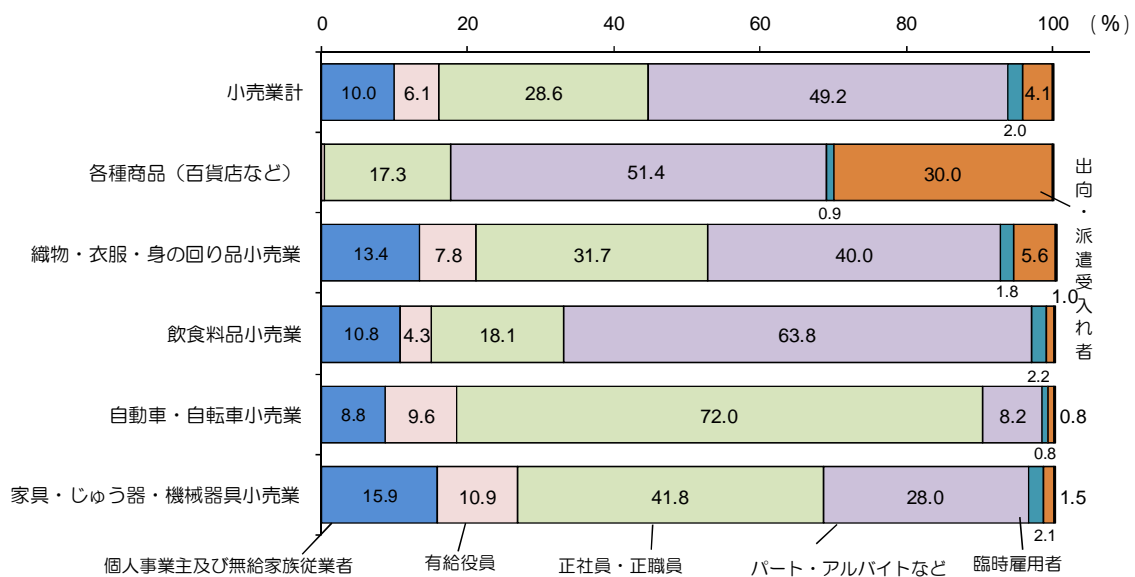
平成19年の小売業の就業者数は806万人となりました。
 就業者の内訳をみると、小売業の49.2%と半数近くがパート・アルバイトなど
 となっています。これを業種(中分類)別にみると、飲食料品小売業が63.8%、各種
 商品小売業(百貨店など)が51.4%となっています。

一方、正社員・正職員の割合が高い業種は自動車・自転車小売業で72.0%、
 出向・派遣受入れ者の割合が高いのは各種商品小売業(百貨店など)で30.0%
 となっています。

[小売業] 就業者数の業種別構成比(%)



[小売業] 就業者数の内訳別割合(%) (平成19年)



(注) 就業者数とは「個人業主」、「無給従業者」、「有給役員」、「正社員・正職員」、「パート・アルバイトなど」、「臨時雇用者」、「出向・派遣受入れ者」を併せ、「他への派遣従業者」を除いたものをいいます。

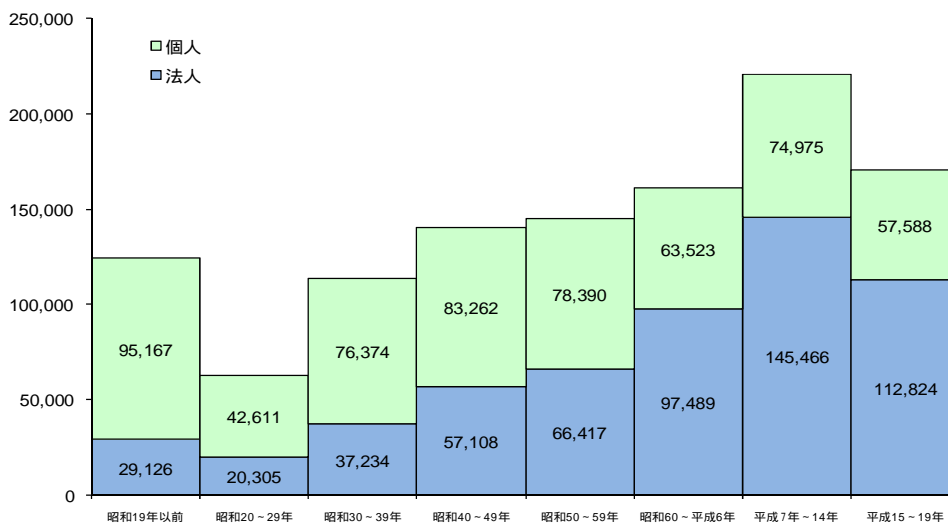
商業の活動：小売業の出店状況(開設年別商店数)

- 小売商店の半数は昭和60年以降の出店 -

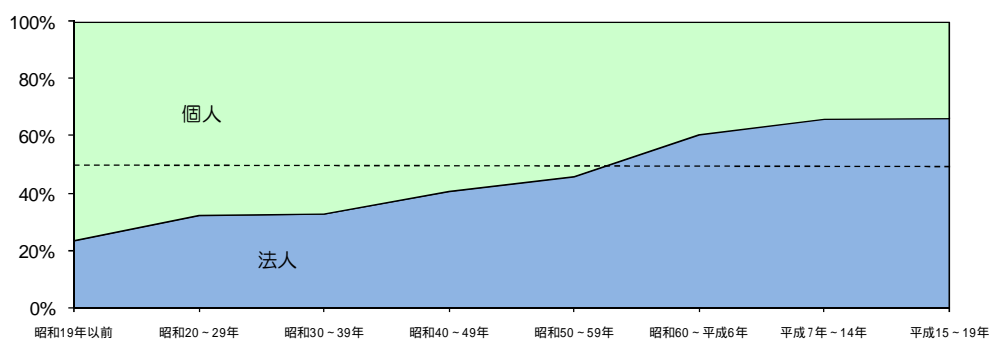
小売商店の出店状況を見ると、小売商店の48.5%、およそ半数は昭和60年以降の出店となっています。

出店年別に商店数を見ると、昭和59年までは個人商店の割合が法人商店を上回っていましたが、昭和60年以降は法人商店が個人商店を上回っています。また、小売業の個人商店は、卸売業と比べると、その割合が高くなっています。

[小売業] 出店状況の推移



[小売業] 法人・個人別割合の推移



商業の活動：小売業の売場面積

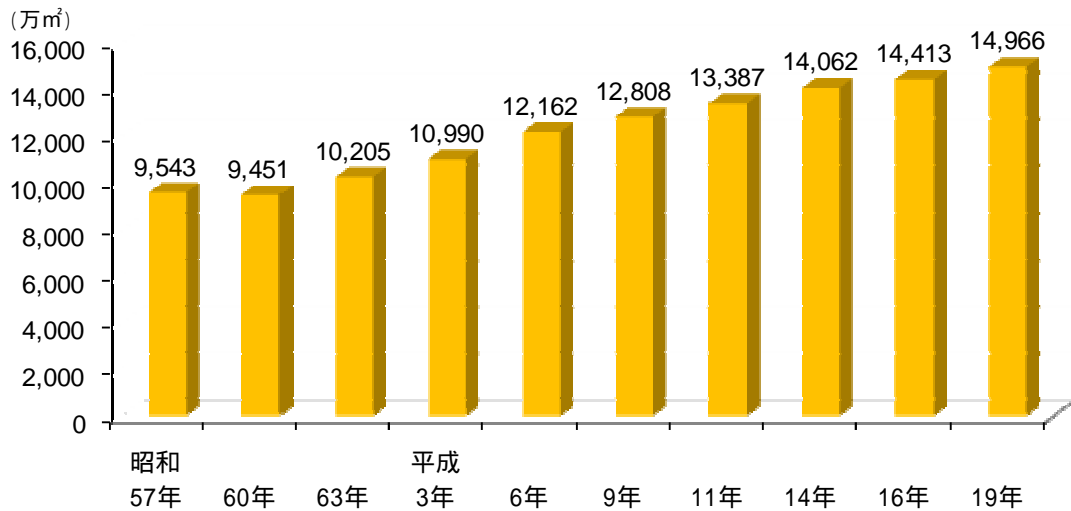
- 小売業の売場面積は拡大傾向 -

平成19年の小売業の売場面積は1億4966万㎡(対平成16年比3.8%増)となり、売場面積は拡大し続けています。

売場面積規模別を昭和57年=100とする指数で見ると、売場面積が1000㎡未満の商店数は減少し、1000㎡以上の商店数は増加しています。

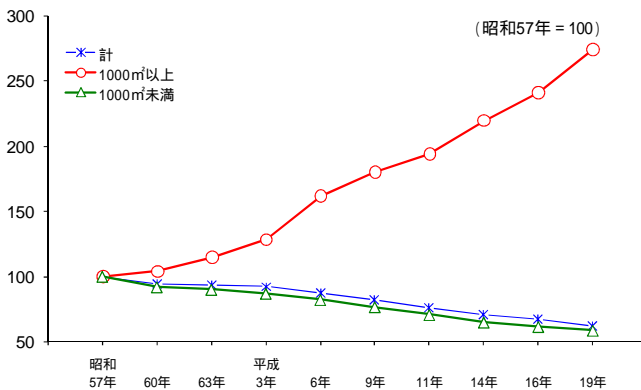
1000㎡未満の商店と1000㎡以上の商店の年間商品販売額の動きをみると、1000㎡未満の商店は平成6年をピークに減少傾向にありますが、1000㎡以上の商店は増加しています。

[小売業] 売場面積の推移

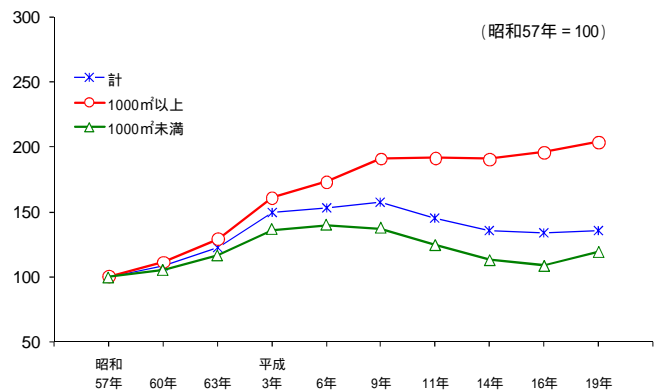


[小売業] 売場面積規模別にみた商店数、年間商品販売額

商店数



年間商品販売額



商業の活動：小売業の販売品目

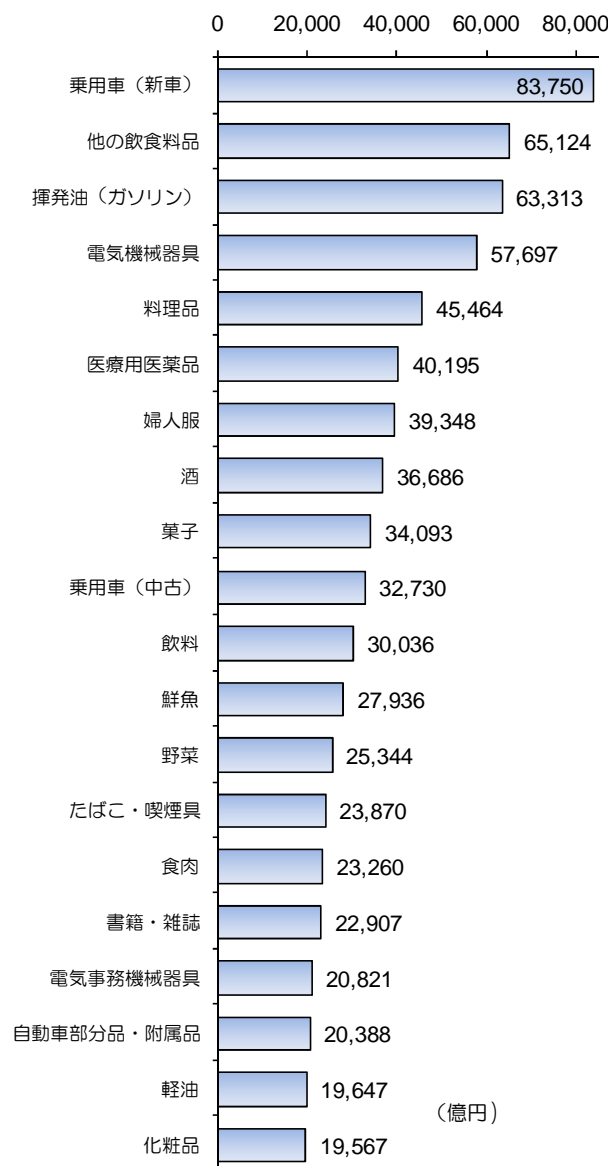
- 年間商品販売額上位品目は乗用車(新車)、飲食料品 -

百貨店・総合スーパーを除く小売業の販売品目で上位20品目をみると、1位は乗用車(新車)で8兆3750億円、2位は他の飲食料品で6兆5124億円、3位は揮発油(ガソリン)で6兆3313億円となっています。

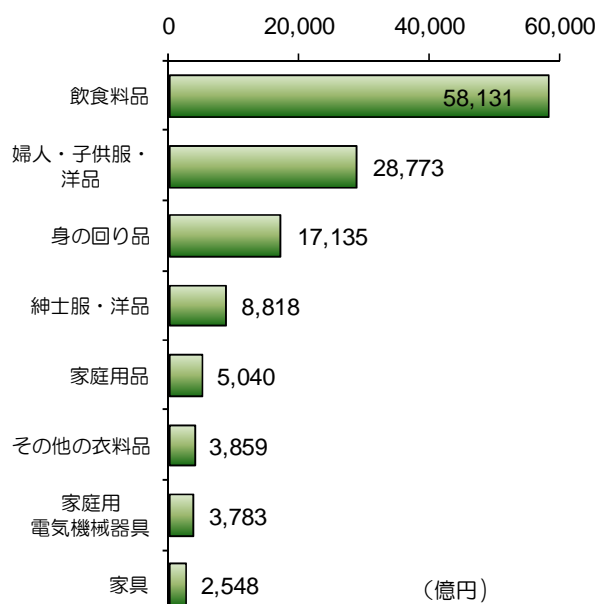
一方、百貨店・総合スーパーでは1位が飲食料品で5兆8131億円、2位が婦人・子供服・洋品で2兆8773億円となっています。

[小売業] 年間商品販売額上位品目(平成19年)

百貨店・総合スーパーを除く上位20品目



百貨店・総合スーパー品目



商業の活動：小売業の営業時間

- 小売店の営業時間、4割弱が10時間以上12時間未満 -

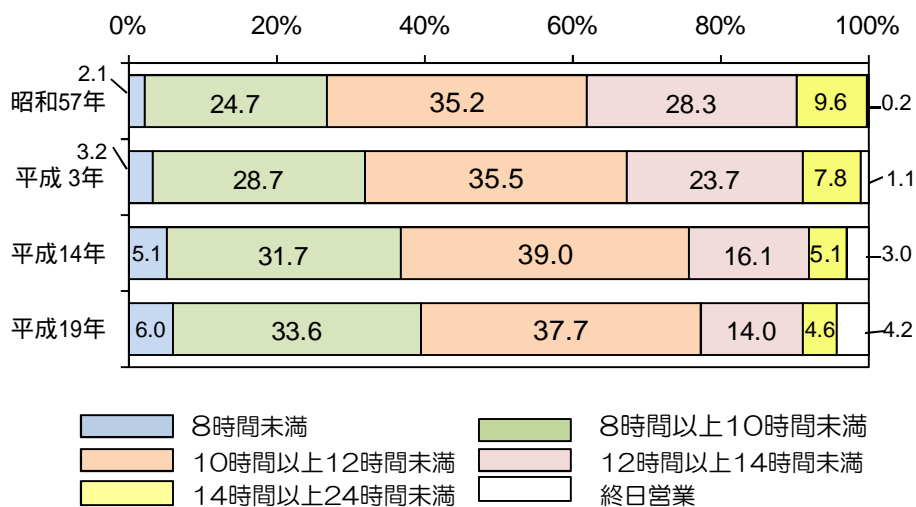
平成19年の小売商店を営業時間別商店数の割合で見ると、営業時間が10時間以上12時間未満という小売商店が最も多く37.7%、次いで、8時間以上10時間未満が33.6%となっており、8時間以上12時間未満の小売商店が全体の70%以上となっています。

12時間以上14時間未満の商店数は14.0%と、昭和57年に比べて14.3ポイント減少しました。

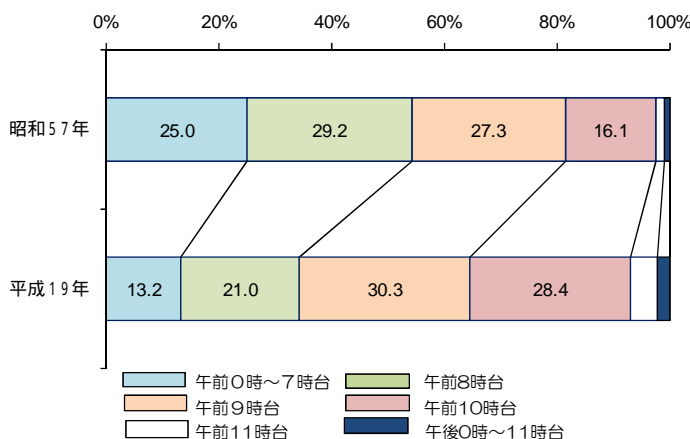
また、14時間以上24時間未満の商店数も減少していますが、一方で終日営業店が増えています。

開店時間では、午前9時～午前11時台を開店時間とする商店数が増え、閉店時間では午後0時～午後6時台までと午後10時～午後11時台に閉店する商店数が増えています。

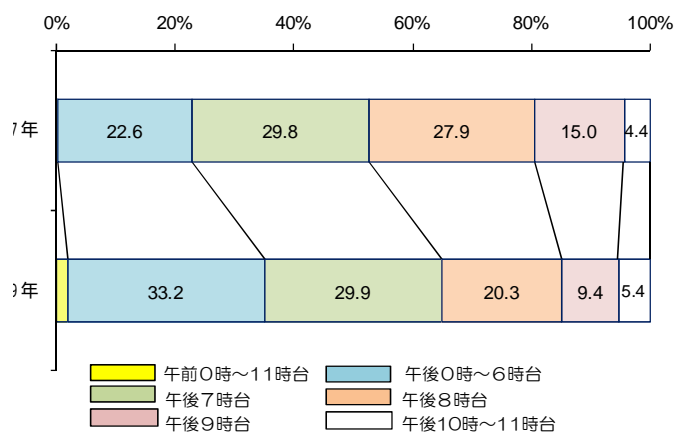
〔小売業〕 営業時間別商店数の構成比



開店時間



閉店時間



商業の活動：小売業の来客用駐車場

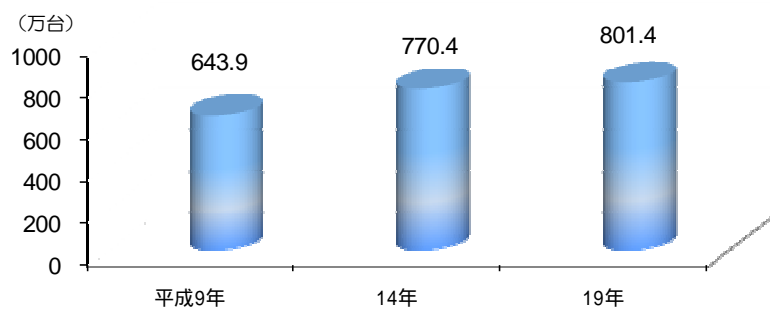
- 駐車場収容台数は増加 -

来客用駐車場の収容台数は平成9年では644万台でしたが、平成19年には801万台に増加しています。

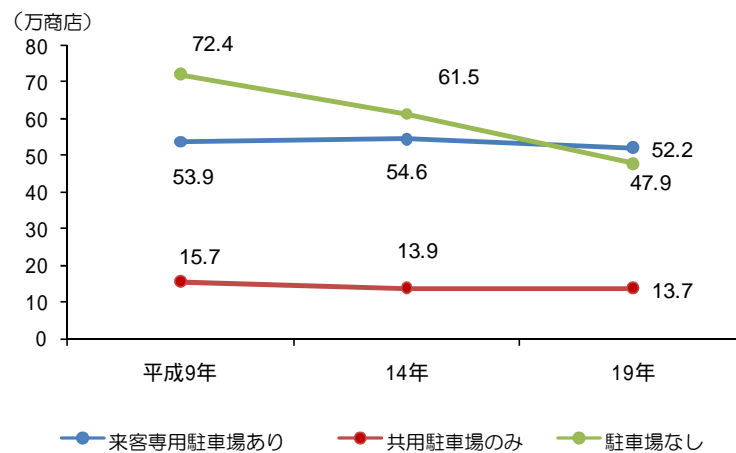
また、来客用駐車場をもたない商店数は減少しています。

1商店当たりの収容台数をみると、平成9年の12.0台から平成19年には15.4台へ30%近く増加しています。

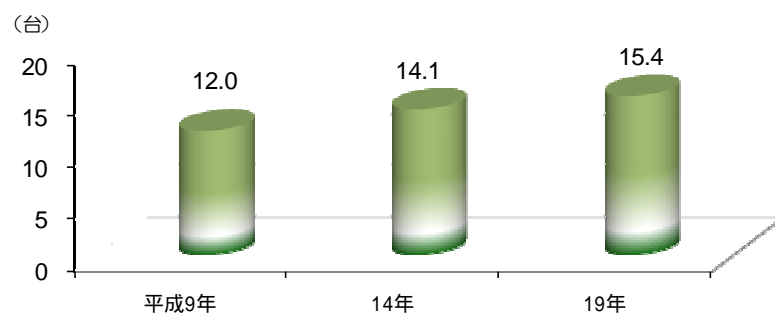
〔小売業〕 来客用駐車場収容台数



〔小売業〕 来客用駐車場の保有状況



〔小売業〕 1商店当たりの収容台数



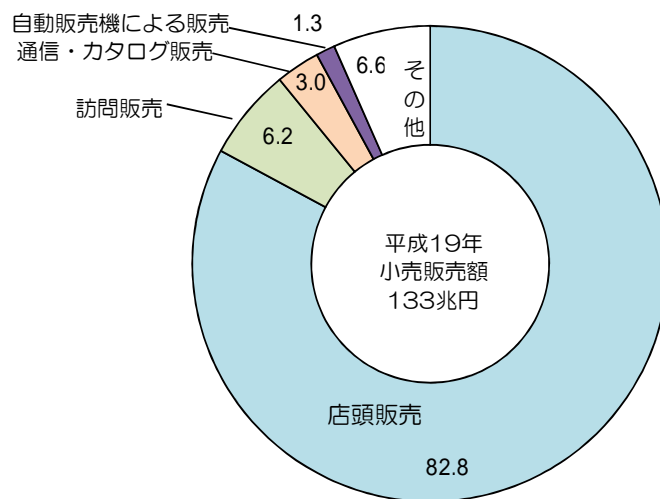
商業の活動：小売業の商品販売形態

- 小売販売形態の8割以上が店頭販売 -

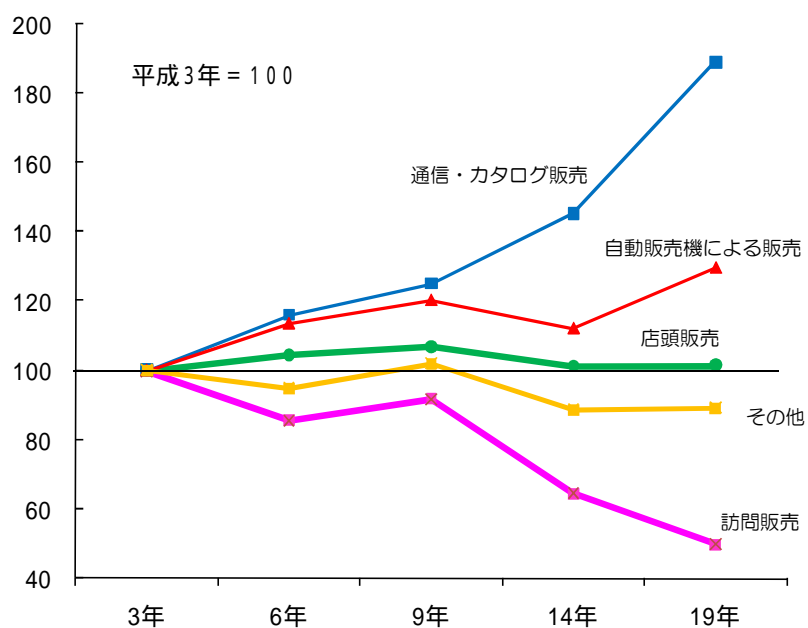
平成19年の小売業の年間商品販売額を商品販売形態別にみると、82.8%が店頭販売、6.2%が訪問販売、3.0%が通信・カタログ販売^(注)となり、店頭販売が80%以上を占めています。

平成3年の販売額を100として商品販売形態別にみると、通信・カタログ(インターネット販売を含む)販売が大きく伸びています。

[小売業] 商品販売形態別構成比 (%)



[小売業] 商品販売形態別年間商品販売額(指数)の推移



(注) 電子商取引は「通信・カタログ販売」に含まれます。

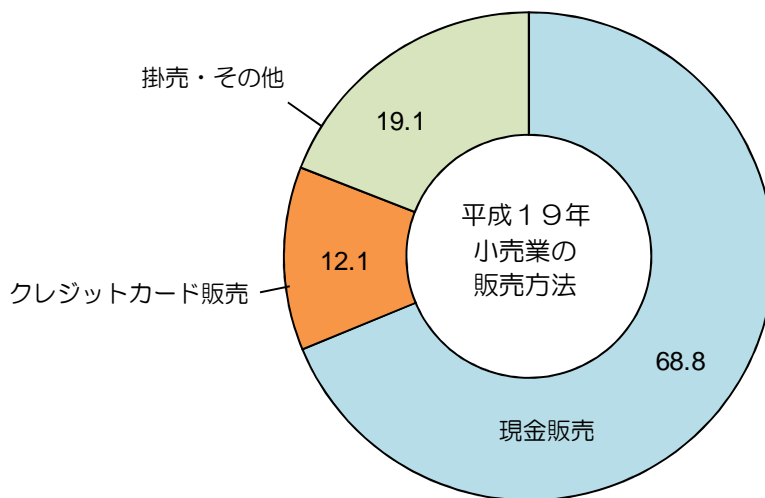
商業の活動：小売業の販売方法

- 小売業の販売方法の7割が現金販売^(注) -

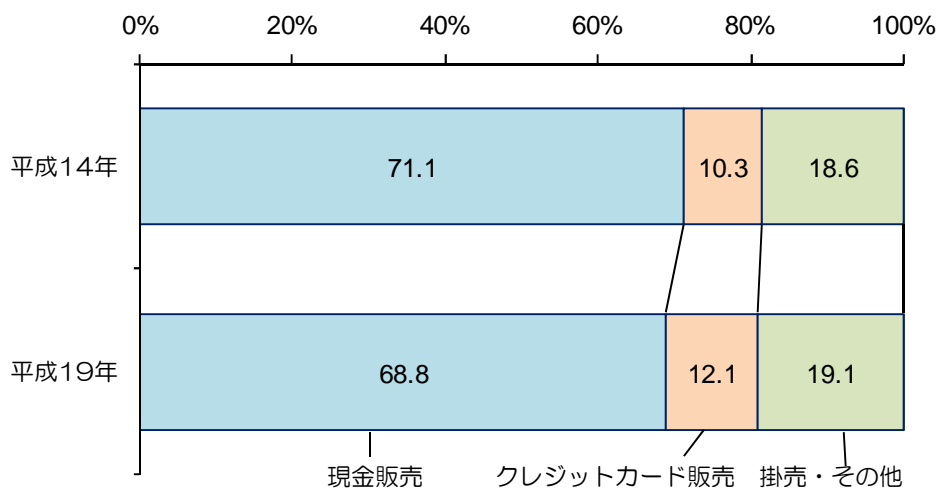
小売業の販売方法をみると、現金販売が68.8%、クレジットカード販売が12.1%、掛売・その他が19.1%となっています。

平成14年と19年を比べると、現金販売の割合が減少し、クレジットカード販売、掛売・その他の割合が増加しています。

[小売業] 販売方法別構成比 (%)



[小売業] 販売方法の構成比



(注) 前払い電子マネーは現金販売、後払い電子マネーは掛売・その他に含まれます。

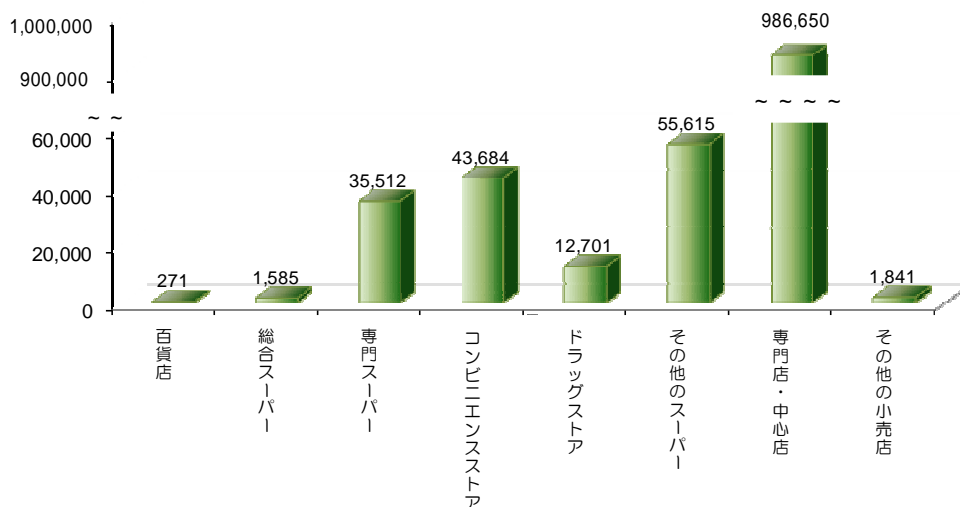
商業の活動：小売業の業態別商店数、年間商品販売額

- 商店数、年間商品販売額ともに専門店・中心店が最も多い -

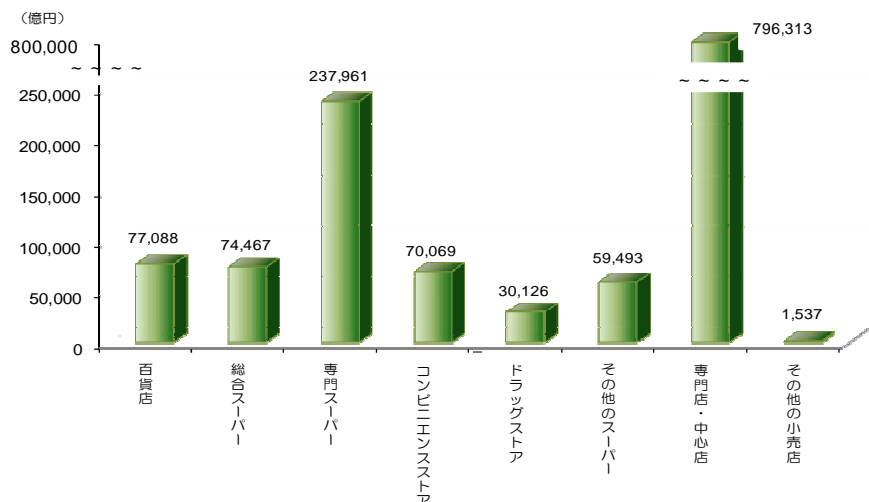
業態^(注)別に商店数をみると、最も商店数が多いのは専門店・中心店、次いで、その他のスーパー、コンビニエンスストアの順となりました。

これを年間商品販売額でみると、専門店・中心店の販売額が最も多く、次いで、専門スーパー、百貨店の順となっています。

〔小売業〕業態別商店数（平成19年）



〔小売業〕業態別年間商品販売額（平成19年）



(注)業態の定義について

商業統計では業態区分を別表（利用上の注意参照）のように定義づけしています。売場面積の50%以上がセルフサービス方式を採用していればスーパーに入ることから、大型カジュアル衣料店など一般的に専門店とされている店舗も専門スーパーに含まれています。また、ドラッグストアは医薬品・化粧品小売業であること、コンビニエンスストアは飲食料品を扱っていることが条件となっています。

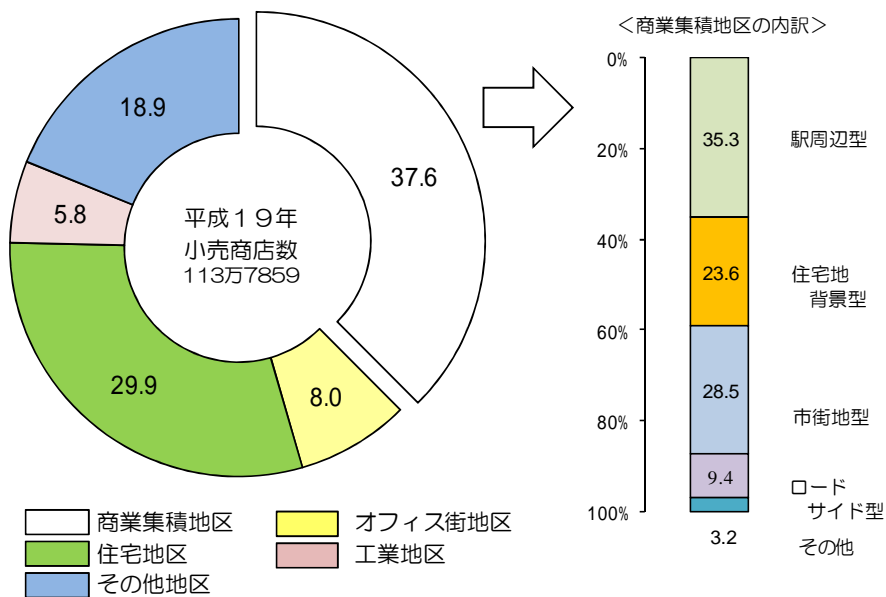
商業の活動：小売業の立地別商店数

- 立地別に商店をみると、最も商店数が多いのは商業集積地区 -

平成19年の小売商店数の立地^(注)をみると、商業集積地区が42万7463事業所と最も多く、次いで、住宅地区、その他地区の順となりました。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型が最も多く、次いで、住宅地背景型、市街地型の順となっています。

[小売業] 立地別商店数の割合 (%)



[小売業] 立地別商店数

	19年商店数	対14年比 (%)
小売業計	1,137,859	12.5
商業集積地区	427,463	14.6
駅周辺型	150,855	12.8
市街地型	100,965	16.9
住宅地背景型	122,016	20.0
ロードサイド型	40,001	8.7
その他	13,626	19.1
オフィス街地区	90,536	4.4
住宅地区	339,839	14.3
工業地区	65,438	0.6
その他地区	214,583	11.4

(注)商業統計では小売商店の立地環境特性区分を別表(利用上の注意参照)のように定義づけして集計を行っています。「商業集積地区」とは、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が隣接して30店舗以上ある商店街を形成している地区をいいます。「オフィス街地区」とは、商業地域及び近隣商業地域であって、「商業集積地区」とならない地区をいいます。

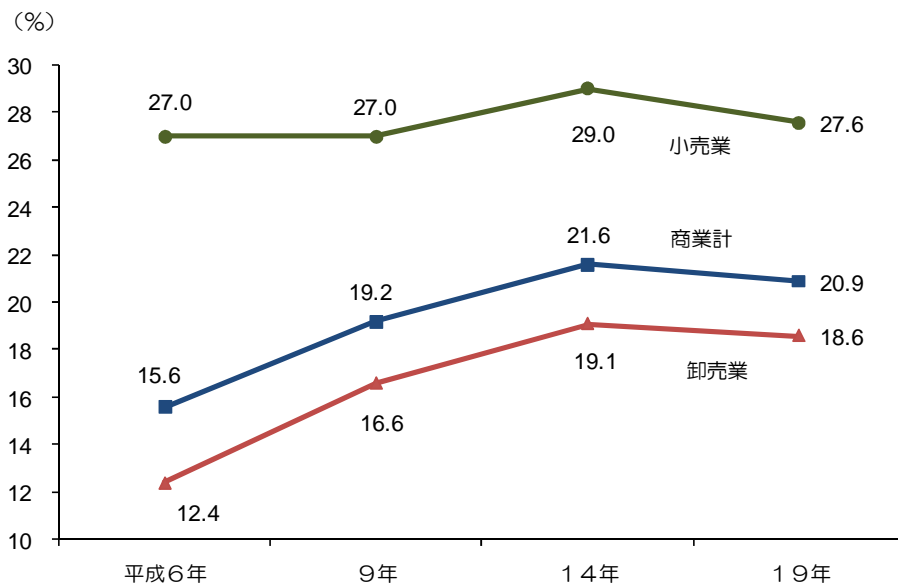
商業の活動：マージン率

- マージン率は増加傾向 -

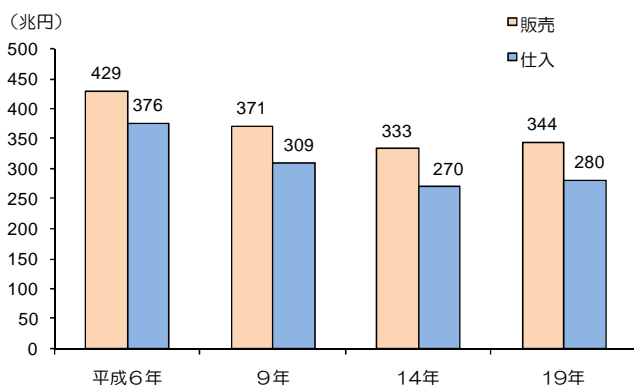
平成19年の商業企業のマージン率^(注)は卸売業で18.6%、小売業は27.6%となっています。平成6年以降のマージン率の推移をみると、平成6年と平成19年では、卸売業は6.2ポイントの増加、小売業は0.6ポイントの増加となっています。

年間商品販売額と年間商品仕入額をみると、卸売業、小売業ともに平成6年に比べ減少していますが、卸売業の仕入額の減少幅は大きくなっています。

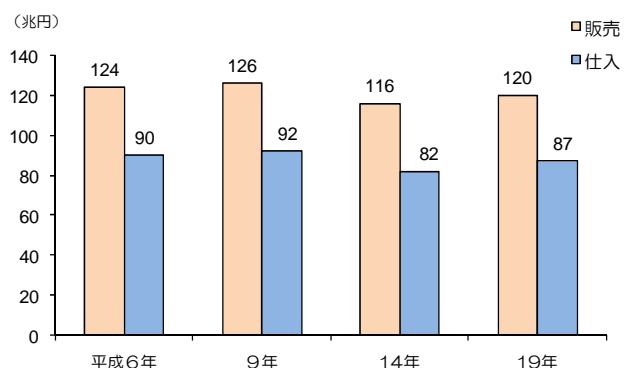
[商業] マージン率の推移



卸売業の年間商品販売額、仕入額



小売業の年間商品販売額、仕入額



(注) マージンは商業の「利益」を指します。

マージン率は商業企業に対する調査項目の、年間商品販売額、年間商品仕入額より計算しています。ここでいうマージン率の計算方法は以下のとおりです。

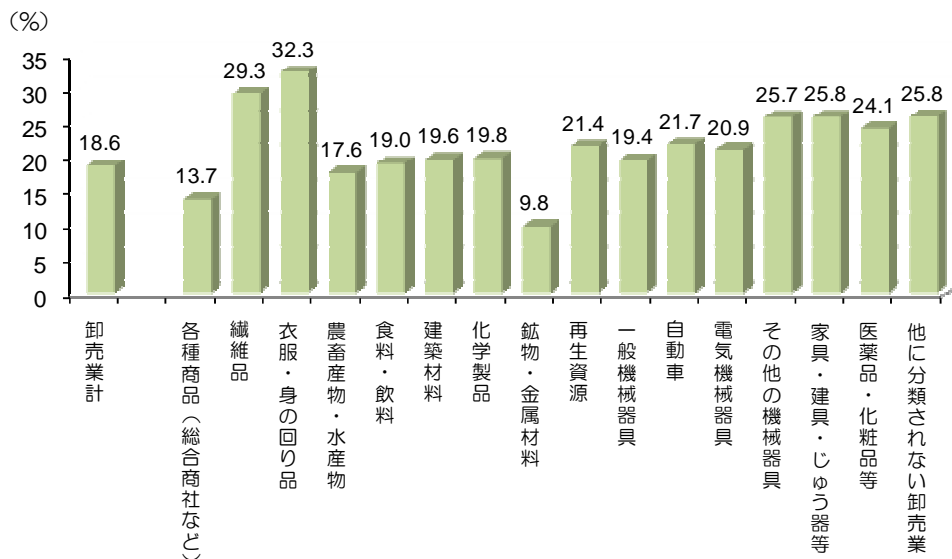
$(\text{年間商品販売額} - \text{年間商品仕入額}) / \text{年間商品販売額} \times 100$

商業の活動：卸売業のマージン率

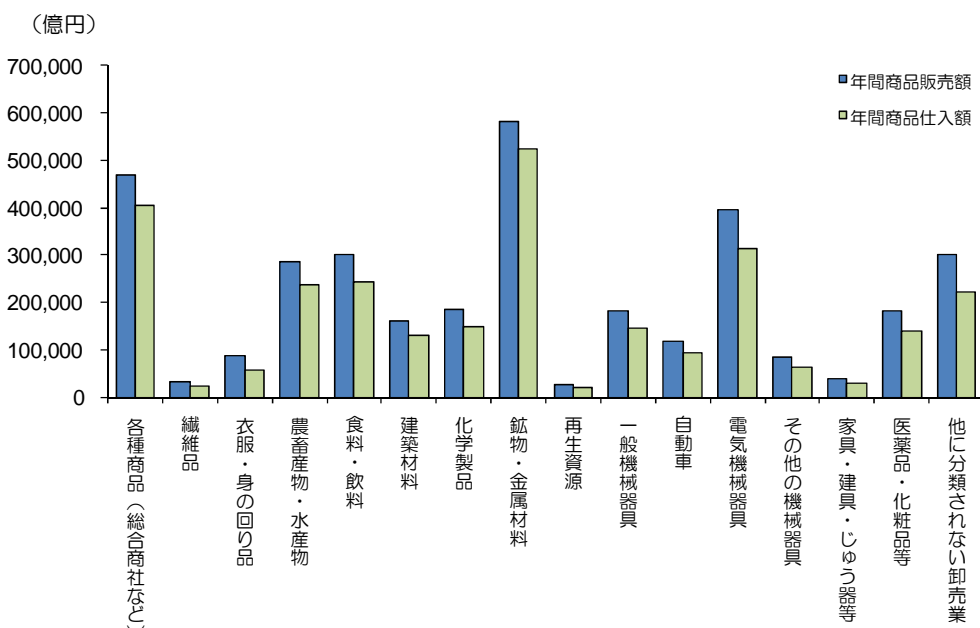
- 卸売業のマージン率は18.6%、最もマージン率が高い業種は衣服・身の回り品、最もマージン率が少ないのは鉱物・金属材料 -

卸売業のマージン率は18.6%となっています。業種別にマージン率をみると、最もマージン率が高い業種は衣服・身の回り品卸売業で32.3%、次いで繊維品卸売業の29.3%となっており、繊維、衣服関連のマージン率が高いことがわかります。最もマージン率が低かったのはガソリンなどを取り扱う鉱物・金属材料卸売業ですが、これは、平成19年は原油価格が高騰し、仕入額が大きかったことによるものです。

〔卸売業〕業種別マージン率（平成19年）



〔卸売業〕業種別年間商品販売額、年間商品仕入額（平成19年）

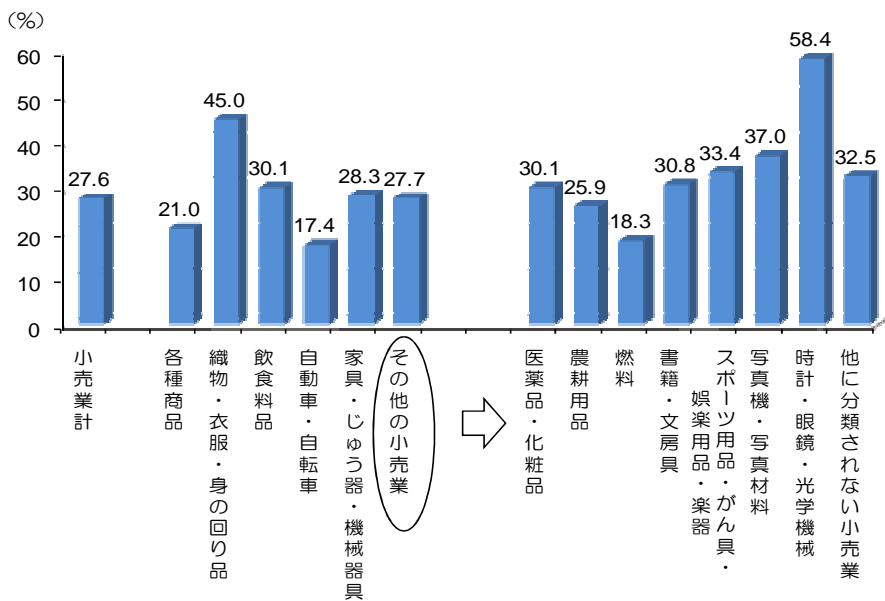


商業の活動：小売業のマージン率

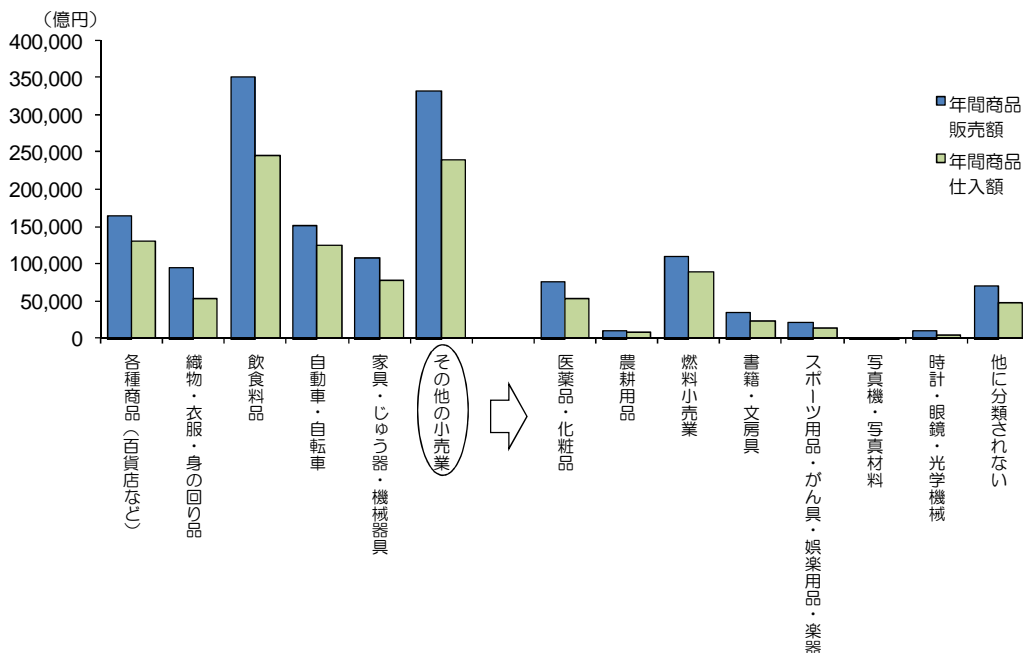
- 小売業のマージン率は27.6%、業種別では織物・衣服・身の回り品のマージン率が最も高い -

小売業のマージン率は27.6%となっています。業種別にマージン率をみると、織物・衣服・身の回り品小売業が45.0%と最も大きく、次いで、飲食料品小売業の30.1%の順となっています。その他の小売業の内訳では、時計・眼鏡・光学機械小売業が58.4%と大きくなっています。一方、マージン率が最も少ないのは自動車・自転車小売業で17.4%となっています。

[小売業] 業種別マージン率（平成19年）



[小売業] 業種別年間商品販売額、年間商品仕入額（平成19年）

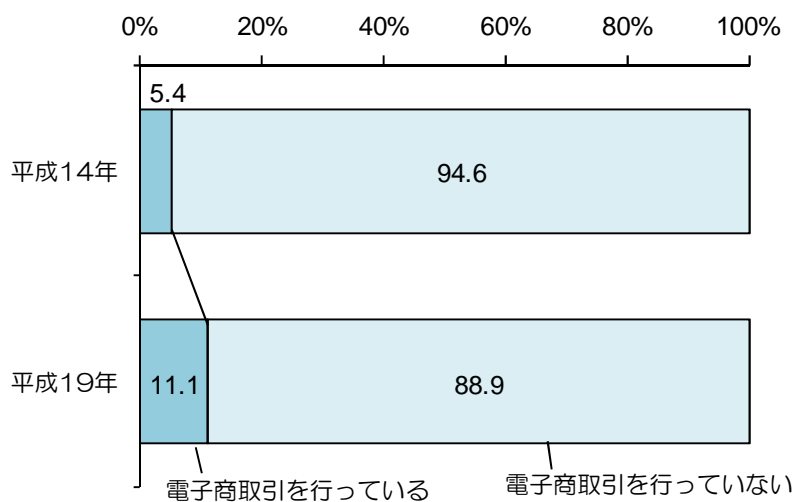


商業の活動：卸売業の電子商取引

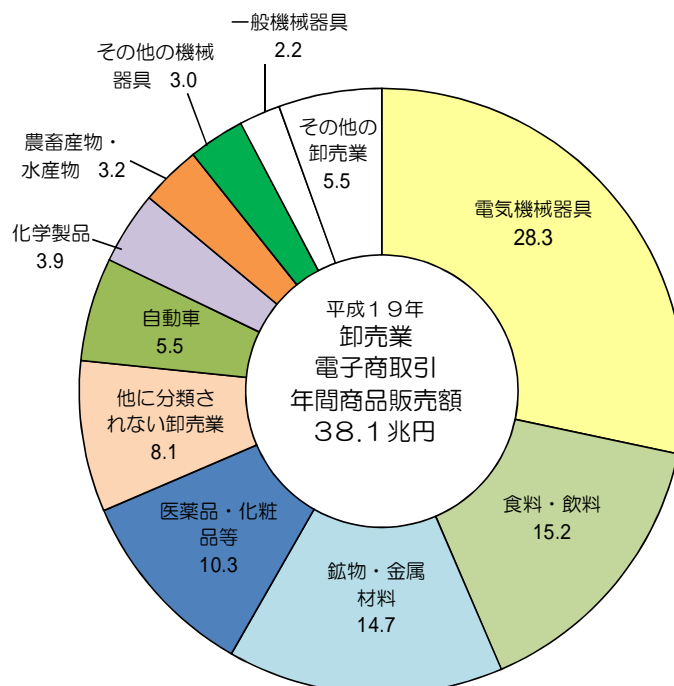
- 卸売業の販売額、仕入額の1割が電子商取引 -

近年、電子商取引が急速に進んでおり、その割合は平成14年の5.4%から平成19年には11.1%に拡大しましたが、今後この割合はさらに高まっていくものと思われます。電子商取引を行っている事業所の中で電気機械器具卸売業が28.3%と最も高い割合となっています。次いで、食料・飲料卸売業が15.2%、鉱物・金属材料卸売業が14.7%となっています。

[卸売業] 年間商品販売額の電子商取引構成比



[卸売業] 業種別構成比 (%)

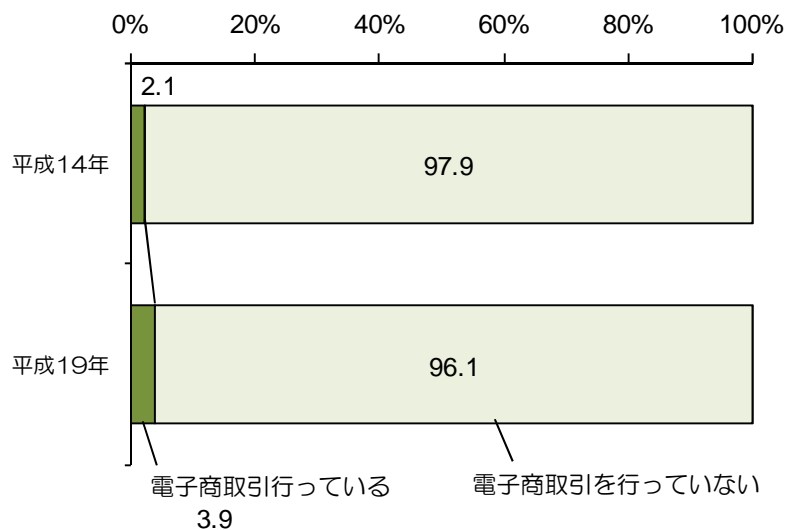


商業の活動：小売業の電子商取引

- 小売業の電子商取引(販売)は3.9% -

平成19年の小売業の年間商品販売額のうち電子商取引の割合は3.9%となりました。平成14年の2.1%に比べると割合が2倍近くにはなっているものの、その割合はまだ低く、電子商取引は今後さらに拡大していくものと思われます。業種別に見ると、飲食料品小売業、各種商品小売業(百貨店など)、自動車・自転車小売業で小売電子商取引販売額全体の58.8%となっています。

[小売業] 年間商品販売額の電子商取引構成比



[小売業] 業種別構成比 (%)

