

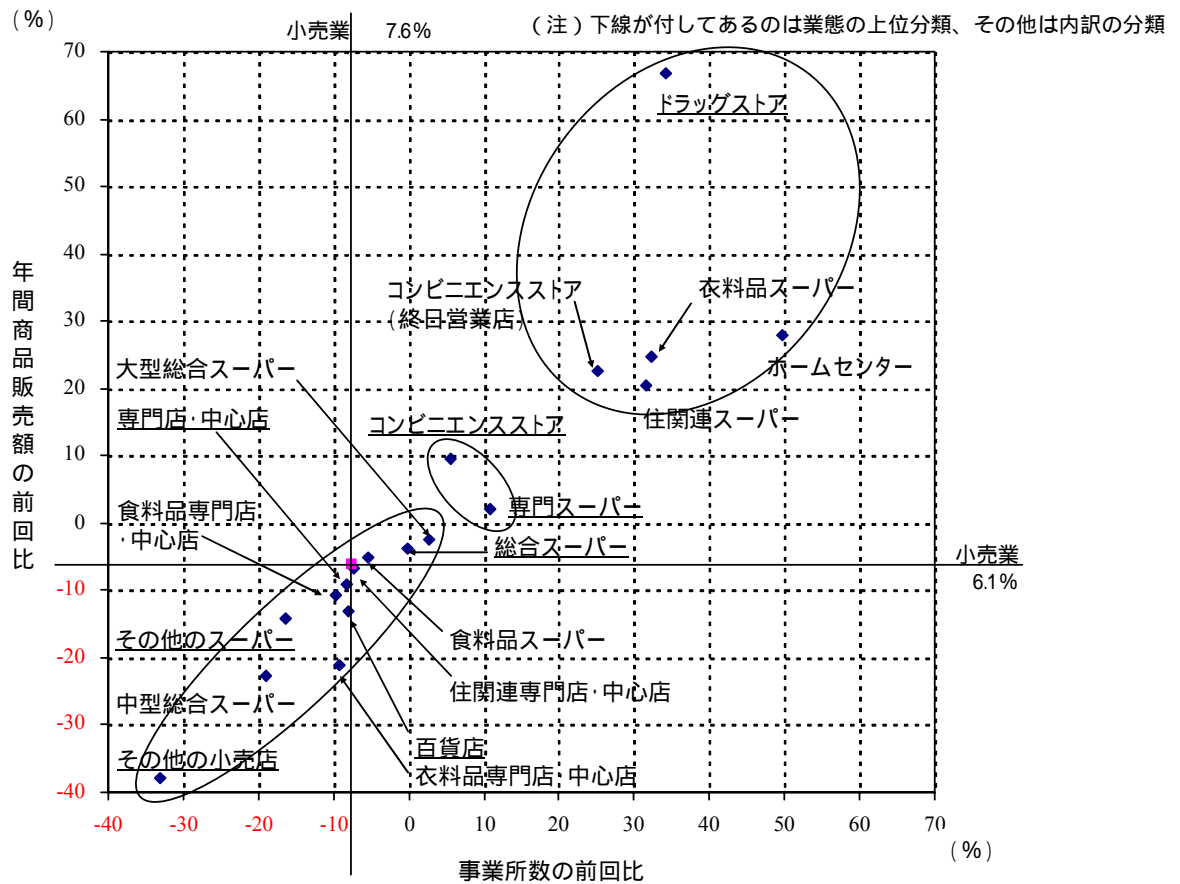
平成14年商業統計 業態別統計編(小売業)

< 要 旨 >

平成16年2月27日
経済産業省経済産業政策局
調査統計部

～ 明暗分かれる業態別小売業 ～

業態別の事業所数、年間商品販売額の前回比



事業所数

- ・ドラッグストア、ホームセンターが大幅増、コンビニエンスストアは終日営業化がさらに進展。
- ・小売業全体の9割を占める専門店・中心店は減少傾向。

年間商品販売額

- ・専門店・中心店、百貨店は引き続き減少、ドラッグストア、ホームセンター、衣料品スーパー、コンビニエンスストア(終日営業店)は大幅増。

就業者数

- ・専門店・中心店、百貨店は減少、総合スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアなどは店舗の大型化、新設などから増加。
- ・すべての業態で正社員・正職員の比率が減少し、パート・アルバイト等の比率が高まる。

売場面積

- ・1事業所当たりの売場面積は拡大傾向。

単位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、ドラッグストア、コンビニエンスストア、その他のスーパーで増加、他の業態はすべて減少。
- ・売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、コンビニエンスストアの横ばいを除きすべて減少。

業態別にみた小売業の事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積

業 態 別	事業所数					年間商品販売額 (百万円)				
	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%) 14年/11年	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%) 14年/11年
			平成11年	平成14年				平成11年	平成14年	
小売業計	1,406,884	1,300,057	100.0	100.0	▲ 7.6	143,832,551	135,109,295	100.0	100.0	▲ 6.1
1.百貨店	394	362	0.0	0.0	▲ 8.1	9,705,460	8,426,888	6.7	6.2	▲ 13.2
2.総合スーパー	1,670	1,668	0.1	0.1	▲ 0.1	8,849,658	8,515,119	6.2	6.3	▲ 3.8
3.専門スーパー	33,381	37,035	2.4	2.8	10.9	23,121,207	23,630,467	16.1	17.5	2.2
4.コンビニエンスストア	39,561	41,770	2.8	3.2	5.6	6,126,986	6,713,687	4.3	5.0	9.6
5.ドラッグストア	10,917	14,664	0.8	1.1	34.3	1,495,041	2,494,944	1.0	1.8	66.9
6.その他のスーパー	77,667	65,011	5.5	5.0	▲ 16.3	7,561,624	6,491,695	5.3	4.8	▲ 14.1
7.専門店+8.中心店	1,239,962	1,137,317	88.1	87.5	▲ 8.3	86,601,888	78,606,747	60.2	58.2	▲ 9.2
7.専門店	921,801	775,847	65.5	59.7	...	62,643,494	52,414,700	43.6	38.8	...
8.中心店	318,161	361,470	22.6	27.8	...	23,958,394	26,192,047	16.7	19.4	...
9.その他の小売店	3,332	2,230	0.2	0.2	▲ 33.1	370,688	229,748	0.3	0.2	▲ 38.0

業 態 別	就業者数 (人)					売場面積 (㎡)				
	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%) 14年/11年	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%) 14年/11年
			平成11年	平成14年				平成11年	平成14年	
小売業計	8,522,322	8,440,574	100.0	100.0	▲ 1.0	133,869,296	140,619,288	100.0	100.0	5.0
1.百貨店	358,000	344,520	4.2	4.1	▲ 3.8	7,290,180	6,998,065	5.4	5.0	▲ 4.0
2.総合スーパー	333,135	397,817	3.9	4.7	19.4	13,392,963	14,706,536	10.0	10.5	9.8
3.専門スーパー	1,021,366	1,158,278	12.0	13.7	13.4	28,864,131	34,769,510	21.6	24.7	20.5
4.コンビニエンスストア	551,895	612,611	6.5	7.3	11.0	4,090,236	4,481,071	3.1	3.2	9.6
5.ドラッグストア	70,948	116,128	0.8	1.4	63.7	1,843,044	3,227,012	1.4	2.3	75.1
6.その他のスーパー	469,381	441,431	5.5	5.2	▲ 6.0	8,674,204	8,131,245	6.5	5.8	▲ 6.3
7.専門店+8.中心店	5,700,541	5,358,553	66.9	63.5	▲ 6.0	69,360,838	68,048,572	51.8	48.4	▲ 1.9
7.専門店	4,344,793	3,788,755	51.0	44.9	...	47,331,555	43,280,624	35.4	30.8	...
8.中心店	1,355,748	1,569,798	15.9	18.6	...	22,029,283	24,767,948	16.5	17.6	...
9.その他の小売店	17,056	11,236	0.2	0.1	▲ 34.1	353,700	257,277	0.3	0.2	▲ 27.3

(注)業態格付に必要な取扱商品の分類変更(平成11年調査(簡易調査)は主に3桁分類、14年調査(本調査)は4桁分類)に伴い、専門店・中心店については2業態を合算し「専門店・中心店」として前回比較を行っている。

1. 小売業の状況

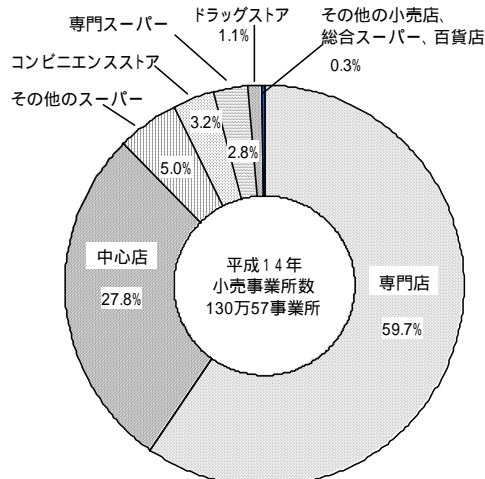
- ・事業所数(130万事業所)は前回(平成11年)比 7.6%減と、昭和60年以降7調査連続減少。
- ・年間商品販売額(135兆1093億円)は同 6.1%減と、年間での販売額調査開始(昭和33年)以降初めて減少となった前回に続き2調査連続減少。
- ・就業者数(844万1千人)は、同 1.0%の減少。
- ・売場面積(1億4062万㎡)は同 5.0%増と昭和63年調査以降6調査連続増加。

2. 業態別にみた小売業

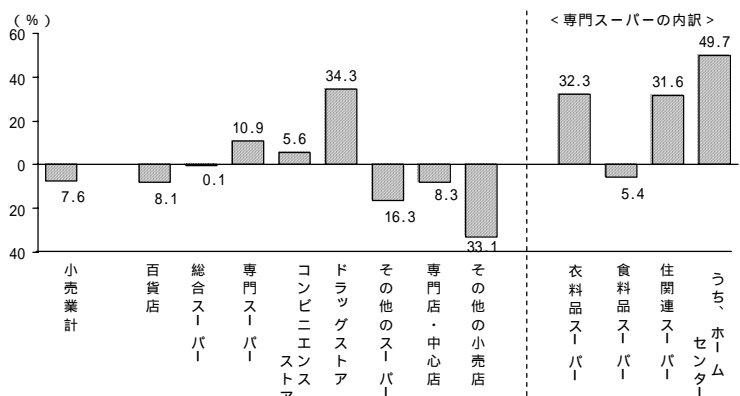
事業所数

- ・事業所数は専門店、中心店の順に多く、中小規模の対面販売を主体とするこれら2業態で小売業全体の9割近くを占める。
- ・前回比では、ドラッグストア、専門スーパー、コンビニエンスストアを除く全業態で減少。減少寄与が大きいのは専門店・中心店、その他のスーパーなど。

業態別事業所数の構成比

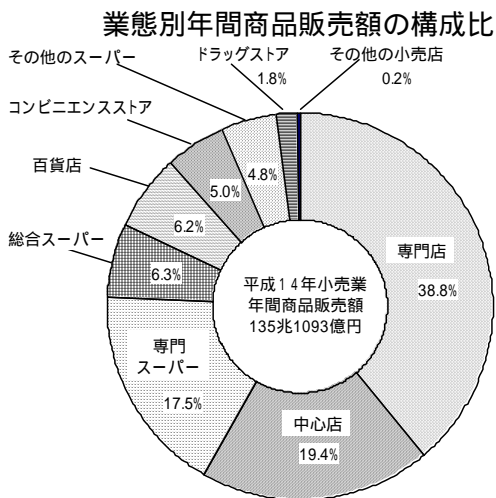


業態別事業所数の前回比

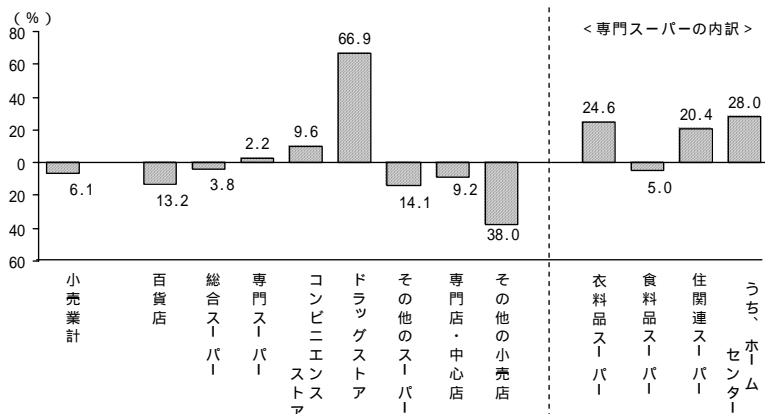


年間商品販売額

- ・年間商品販売額は、専門店、中心店、専門スーパーの順に多く、これら3業態で小売販売額の4分の3を占める。
- ・前回比では、ドラッグストア、コンビニエンスストア、専門スーパーを除く全業態で減少。減少寄与が大きいのは専門店・中心店、百貨店、その他のスーパーなど。



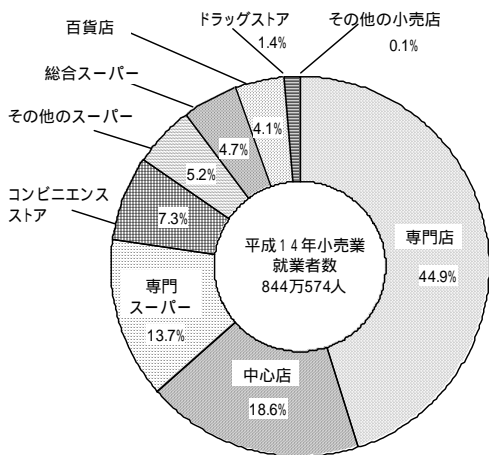
業態別年間商品販売額の前回比



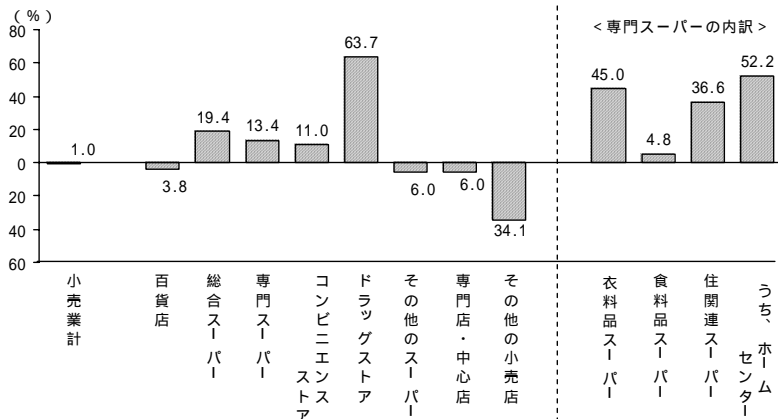
就業者数

- ・就業者数は、専門店、中心店、専門スーパーの順に多く、これら3業態ではそれぞれ100万人を超える。
- ・前回比では、専門店・中心店、その他のスーパー、百貨店などが減少、専門スーパー、総合スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアはいずれも2桁の大幅増。

業態別年間商品販売額の構成比



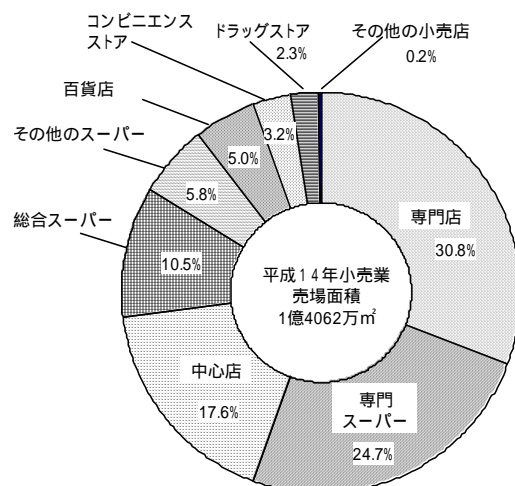
業態別年間商品販売額の前回比



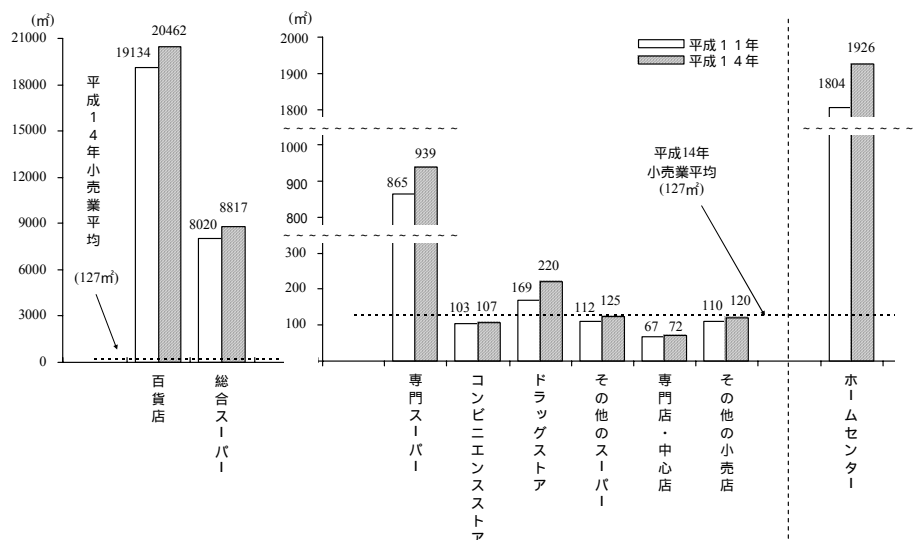
売場面積

- ・売場面積は専門店、専門スーパー、中心店、総合スーパーの順に多く、これら4業態で小売業全体の8割強を占める。
- ・1事業所当たりの売場面積は、すべての業態で拡大。
- ・1事業所当たりの売場面積が大きいのは、百貨店、総合スーパー、専門スーパー、ドラッグストアの順。

業態別売場面積の構成比



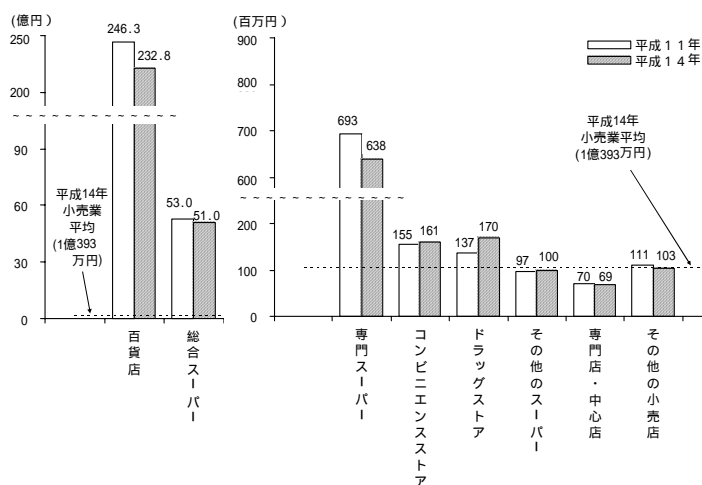
業態別 1 事業所当たりの売場面積



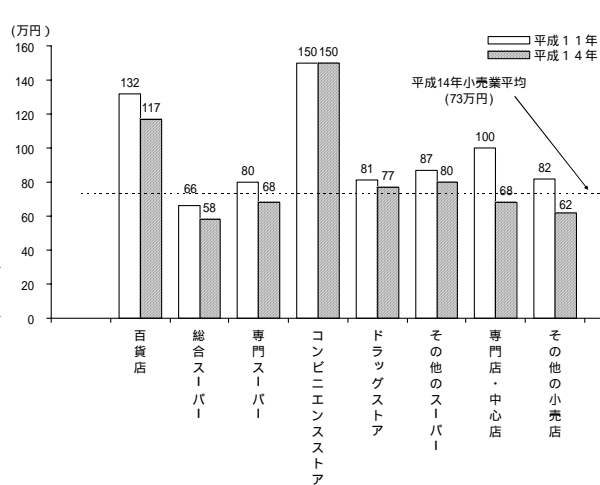
単位当たりの販売額（販売効率）

- ・ 1 事業所当たりの年間商品販売額が多いのは、百貨店、総合スーパー。前回は上回ったのは、ドラッグストア、コンビニエンスストア、その他のスーパーの 3 業態のみ。
- ・ 売場面積 1 m² 当たりの年間商品販売額が多いのは、コンビニエンスストア、百貨店。コンビニエンスストアの横ばいを除き、全業態で前回は下回る。
- ・ 就業者 1 人当たりの年間商品販売額が多いのは、総合スーパー、専門スーパー、ドラッグストアの順。

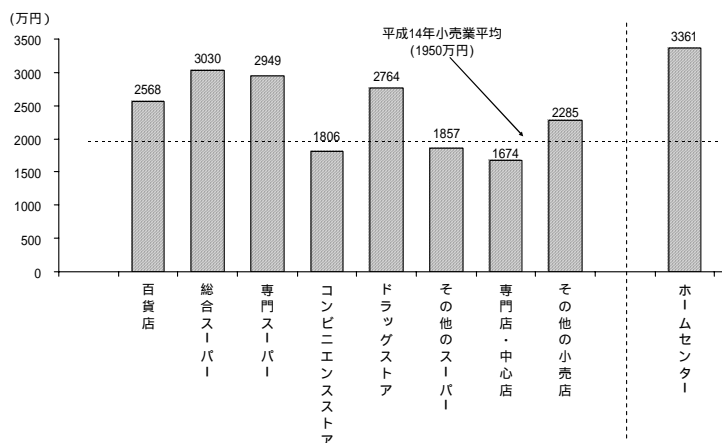
1 事業所当たり年間商品販売額



売場面積 1 m² 当たり年間商品販売額



就業者 1 人当たり年間商品販売額



<トピックス>

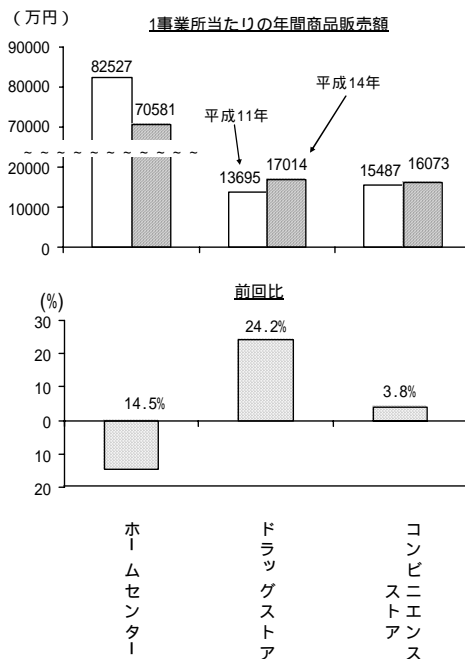
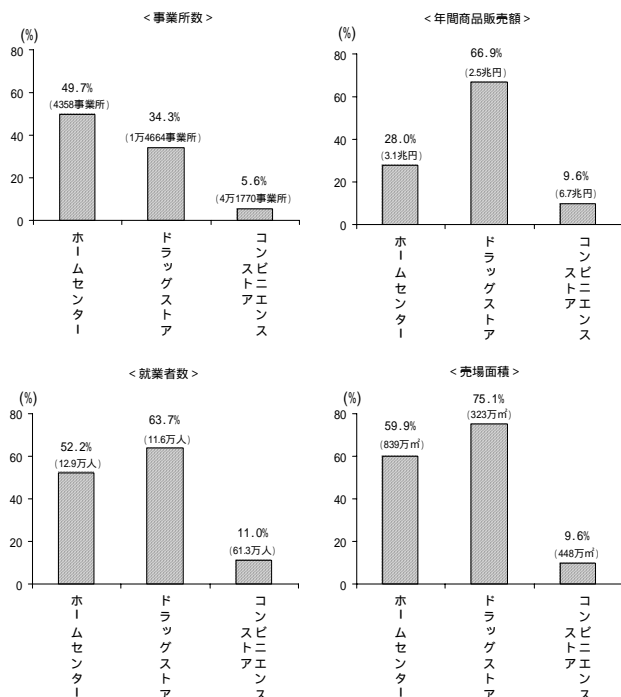
1. 新業態とコンビニ

ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの比較

- ・事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積のいずれもドラッグストア、ホームセンターの大躍進に対し、成熟度を高めているコンビニエンスストアは堅調に推移しながらも、その伸びは鈍化。
- ・1事業所当たりの年間商品販売額は、小売業平均の1億393万円に対し、ホームセンターが7億1千万円と群を抜いて多い。これは、非食品分野の大型セルフ販売業態として比較的高単価な商品を取り扱っていることなどによると考えられる。
- ・1事業所当たり年間商品販売額の前回比では、ドラッグストア（前回比 24.2%増）、コンビニエンスストア（同 3.8%増）の増加に対し、ホームセンターは前回比 14.5%の減少。これは大型店舗等の新規開店により、年間商品販売額の実際の販売期間が1年に満たない店舗が相当数みられたことなどによるものと考えられる。

事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積の前回比

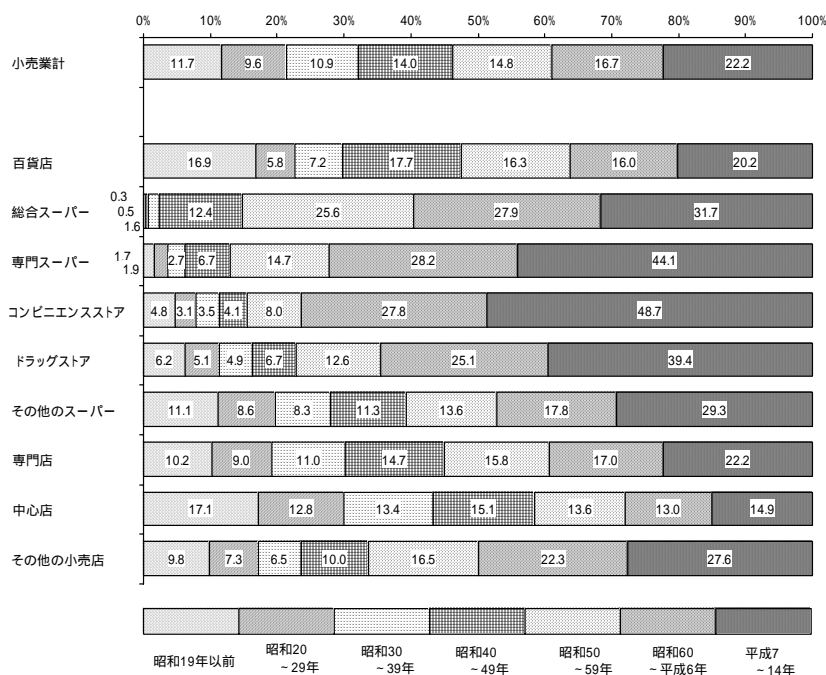
1事業所当たり年間商品販売額



2. 開設年別事業所数の状況

- ・開設年代別にみると、平成7年以降開設の事業所割合が高いのは、コンビニエンスストア、専門スーパー、ドラッグストアの順で、近年急速に開設が進んでいる。事業所数が多い専門店、中心店は、各年代で一定割合の開設がみられる。
- ・小売業の平成7年以降の開設状況をみると、その6割が専門店、次いで2割近くが中心店。
- ・年次別では、大規模小売店舗立地法の施行（平成13年2月）を前に、平成12年には百貨店、総合スーパー、専門スーパーなどで開設割合が高まる。

業態別、年代別の開設事業所割合

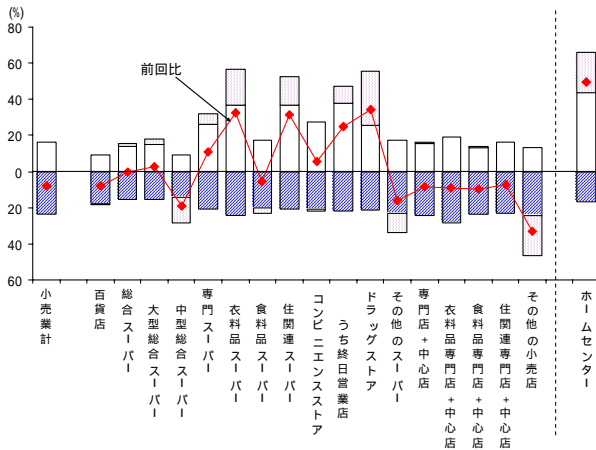


3. 「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の状況

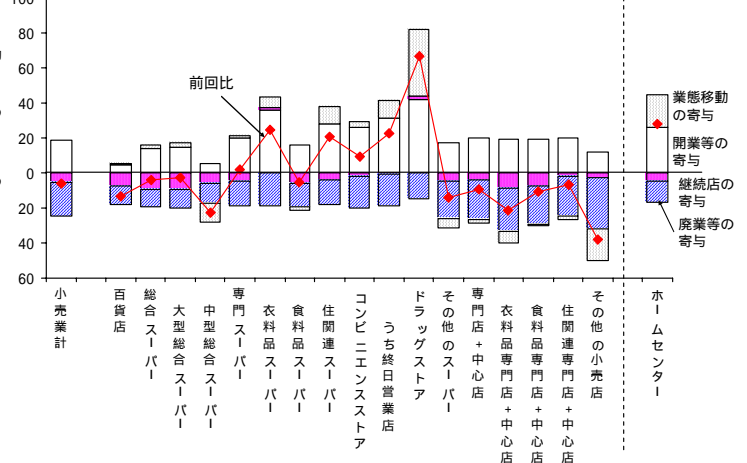
「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の前回比寄与度

- ・事業所数で「廃業等」の寄与度が大きいのは、百貨店、総合スーパー、専門店・中心店。「開業等」の寄与度が大きいのは専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア。
- ・年間商品販売額で「廃業等」の寄与度が大きいのは、その他の小売店、専門店・中心店、その他のスーパー。「開業等」の寄与度が大きいのは、ドラッグストア、衣料品スーパー、コンビニエンスストア。
- ・「継続店」の年間商品販売額がプラスとなったのは、ドラッグストアと衣料品スーパーのみで、他の業態はすべてマイナス。

業態別事業所数の前回比寄与度



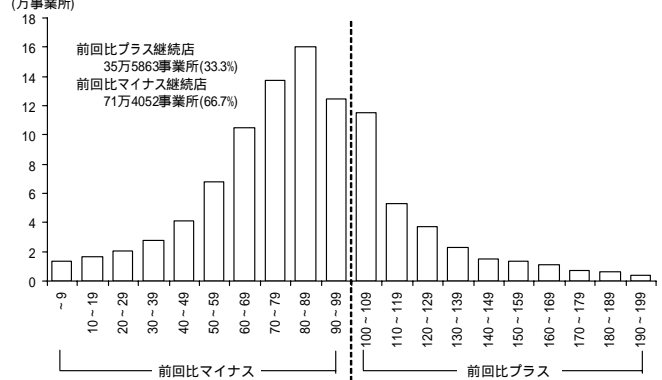
業態別年間商品販売額の前回比寄与度



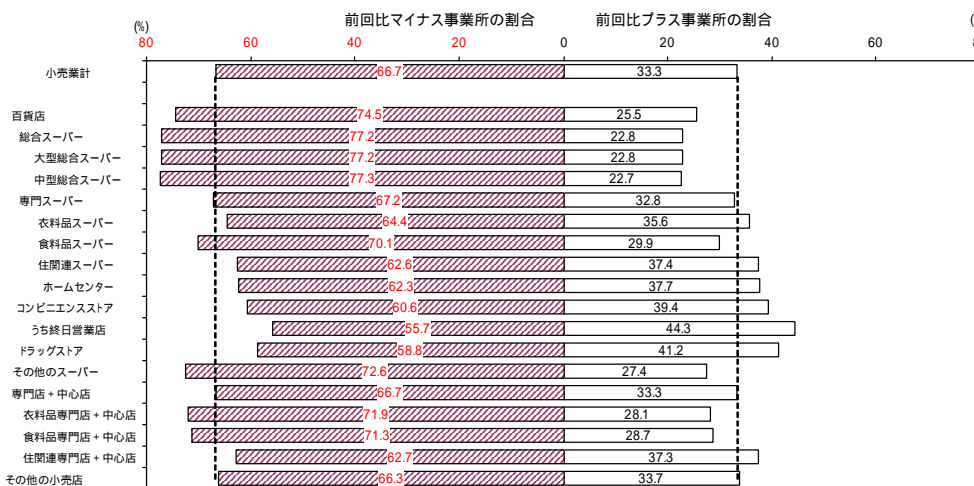
継続店における年間商品販売額の分布

- ・継続店のうち、66.7%の事業所が前回は下回る販売額。
- ・販売額前回比マイナス事業所の割合が高いのは、総合スーパー、百貨店、その他のスーパー。プラス割合が高いのはコンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター。
- ・事業所の販売額を伸び率順にみると、ドラッグストアでは、上位10%に位置する事業所の前回比(95.5%増)と下位10%に位置する事業所の前回比(42.9%減)の差が他の業態に比べ大きく、競争の激しい業態といえる。

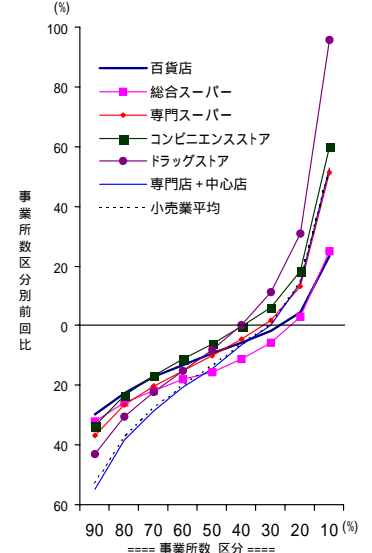
継続店の年間商品販売額前回比分布



継続店の年間商品販売額 前回比プラス、マイナス事業所の割合



年間商品販売額伸び率にみた 10%区分別前回比の状況



業態別にみた年間商品販売額の特徴

- ・ドラッグストアの年間商品販売額は、前回比 66.9%の大幅増となったが、「開業等」や「業態移動」による寄与が大きく、「継続店」の寄与度は 2.3 ポイントにとどまっている。
- ・小売事業所数の 9 割近くを占める専門店・中心店は、「廃業等」の寄与度が「開業等」を上回り、「継続店」の寄与もマイナスと厳しい状況にある。
- ・専門スーパーは、「開業等」、「業態移動」によるプラス寄与に支えられ増加。しかし、「継続店」の寄与は、内訳の衣料品スーパーを除きすべてマイナス。
- ・コンビニエンスストアの年間商品販売額は、同 9.6%増、終日営業店では同 22.6%増と依然好調。しかし、「継続店」ベースではそれぞれ同 1.8%、同 0.5%と減少、「継続店」での前回比プラス事業所の割合は他の業態に比べ高いが、6 割の事業所では前回比マイナスとなっている。