

概況

1. 業態別にみた事業所数
 - (1) 業態別の事業所数
 - (2) 経営組織別の事業所数
 - (3) 本支店別の事業所数
 - (4) 就業者規模別の事業所数
 - (5) 営業時間別の事業所数
2. 業態別にみた年間商品販売額
 - (1) 業態別の年間商品販売額
 - (2) 経営組織別の年間商品販売額
 - (3) 就業者規模別の年間商品販売額
3. 業態別にみた就業者数
 - (1) 業態別の就業者数
 - (2) 1事業所当たりの就業者数
4. 業態別にみた売場面積
 - (1) 業態別の売場面積
 - (2) 1事業所当たりの売場面積
 - (3) 売場面積規模別の状況
5. 業態別にみた単位当たりの年間商品販売額（販売効率）
 - (1) 1事業所当たりの年間商品販売額
 - (2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額
 - (3) 就業者1人当たりの年間商品販売額
6. 都道府県別の状況
 - (1) 事業所数
 - (2) 年間商品販売額
7. 新業態とコンビニ
 - (1) 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
 - (2) ドラッグストア
 - (3) ホームセンター
 - (4) コンビニエンスストア
8. 業態別にみた開設年別事業所数の状況
 - (1) 開設年別にみた事業所数
 - (2) 地域展開
9. 業態別にみた「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の状況
 - (1) 業態別の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の前回比寄与度
 - (2) 継続店の年間商品販売額前回比分布

< 総括表 > 小売業の業態別事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積（構成比、前回比）

業 態 別	事業所数					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	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年				平成14年	平成16年	
小売業計	1,300,057	1,238,049	100.0	100.0	▲ 4.8	135,109,295	133,278,631	100.0	100.0	▲ 1.4
1. 百貨店	362	308	0.0	0.0	▲ 14.9	8,426,888	8,002,348	6.2	6.0	▲ 5.0
(1)大型百貨店	323	276	0.0	0.0	▲ 14.6	8,055,466	7,668,578	6.0	5.8	▲ 4.8
(2)その他の百貨店	39	32	0.0	0.0	▲ 17.9	371,422	333,770	0.3	0.3	▲ 10.1
2. 総合スーパー	1,668	1,675	0.1	0.1	0.4	8,515,119	8,406,380	6.3	6.3	▲ 1.3
(1)大型総合スーパー	1,499	1,496	0.1	0.1	▲ 0.2	8,061,796	7,949,605	6.0	6.0	▲ 1.4
(2)中型総合スーパー	169	179	0.0	0.0	5.9	453,323	456,775	0.3	0.3	0.8
3. 専門スーパー	37,035	36,220	2.8	2.9	▲ 2.2	23,630,467	24,101,939	17.5	18.1	2.0
(1)衣料品スーパー	6,324	5,991	0.5	0.5	▲ 5.3	1,583,349	1,544,556	1.2	1.2	▲ 2.5
(2)食料品スーパー	17,691	18,485	1.4	1.5	4.5	15,903,759	17,046,994	11.8	12.8	7.2
(3)住関連スーパー	13,020	11,744	1.0	0.9	▲ 9.8	6,143,359	5,510,389	4.5	4.1	▲ 10.3
うちホームセンター	4,358	4,764	0.3	0.4	9.3	3,075,939	3,141,257	2.3	2.4	2.1
4. コンビニエンスストア	41,770	42,738	3.2	3.5	2.3	6,713,687	6,922,202	5.0	5.2	3.1
うち終日営業店	32,431	34,453	2.5	2.8	6.2	5,718,584	6,079,435	4.2	4.6	6.3
5. ドラッグストア	14,664	13,095	1.1	1.1	▲ 10.7	2,494,944	2,587,834	1.8	1.9	3.7
6. その他のスーパー	65,011	56,211	5.0	4.5	▲ 13.5	6,491,695	5,480,581	4.8	4.1	▲ 15.6
うち各種商品取扱店	782	782	0.1	0.1	0.0	191,328	227,569	0.1	0.2	18.9
7. 専門店 + 8. 中心店	1,137,317	1,085,122	87.5	87.6	▲ 4.6	78,606,747	77,548,705	58.2	58.2	▲ 1.3
(1)衣料品専門店 + 中心店	171,713	165,736	13.2	13.4	▲ 3.5	8,640,724	8,962,964	6.4	6.7	3.7
(2)食料品専門店 + 中心店	344,343	323,087	26.5	26.1	▲ 6.2	14,187,365	13,386,718	10.5	10.0	▲ 5.6
(3)住関連専門店 + 中心店	621,261	596,299	47.8	48.2	▲ 4.0	55,778,660	55,199,024	41.3	41.4	▲ 1.0
7. 専門店	775,847	726,825	59.7	58.7	...	52,414,700	49,970,253	38.8	37.5	...
(1)衣料品専門店	106,134	95,497	8.2	7.7	...	4,411,983	3,972,502	3.3	3.0	...
(2)食料品専門店	204,171	190,788	15.7	15.4	...	7,410,264	7,023,157	5.5	5.3	...
(3)住関連専門店	465,542	440,540	35.8	35.6	...	40,592,454	38,974,594	30.0	29.2	...
8. 中心店	361,470	358,297	27.8	28.9	...	26,192,047	27,578,452	19.4	20.7	...
(1)衣料品中心店	65,579	70,239	5.0	5.7	...	4,228,741	4,990,462	3.1	3.7	...
(2)食料品中心店	140,172	132,299	10.8	10.7	...	6,777,101	6,363,561	5.0	4.8	...
(3)住関連中心店	155,719	155,759	12.0	12.6	...	15,186,206	16,224,430	11.2	12.2	...
9. その他の小売店	2,230	2,680	0.2	0.2	20.2	229,748	228,642	0.2	0.2	▲ 0.5
うち各種商品取扱店	2,086	2,680	0.2	0.2	28.5	174,284	228,642	0.1	0.2	31.2

業 態 別	就業者数（人）					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	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年				平成14年	平成16年	
小売業計	8,440,574	8,399,865	100.0	100.0	▲ 0.5	140,619,288	144,128,517	100.0	100.0	2.5
1. 百貨店	344,520	347,488	4.1	4.1	0.9	6,998,065	6,472,113	5.0	4.5	▲ 7.5
(1)大型百貨店	335,998	341,853	4.0	4.1	1.7	6,969,677	6,454,559	5.0	4.5	▲ 7.4
(2)その他の百貨店	8,522	5,635	0.1	0.1	▲ 33.9	28,388	17,554	0.0	0.0	▲ 38.2
2. 総合スーパー	397,817	410,056	4.7	4.9	3.1	14,706,536	15,191,303	10.5	10.5	3.3
(1)大型総合スーパー	377,087	387,814	4.5	4.6	2.8	14,184,871	14,660,549	10.1	10.2	3.4
(2)中型総合スーパー	20,730	22,242	0.2	0.3	7.3	521,665	530,754	0.4	0.4	1.7
3. 専門スーパー	1,158,278	1,241,214	13.7	14.8	7.2	34,769,510	37,402,230	24.7	26.0	7.6
(1)衣料品スーパー	80,391	82,366	1.0	1.0	2.5	3,941,211	4,162,872	2.8	2.9	5.6
(2)食料品スーパー	797,676	884,278	9.5	10.5	10.9	16,386,381	18,246,413	11.7	12.7	11.4
(3)住関連スーパー	280,211	274,570	3.3	3.3	▲ 2.0	14,441,918	14,992,945	10.3	10.4	3.8
うちホームセンター	128,845	144,592	1.5	1.7	12.2	8,392,302	9,531,495	6.0	6.6	13.6
4. コンビニエンスストア	612,611	642,147	7.3	7.6	4.8	4,481,071	4,715,252	3.2	3.3	5.2
うち終日営業店	529,748	568,670	6.3	6.8	7.3	3,603,220	3,934,459	2.6	2.7	9.2
5. ドラッグストア	116,128	118,368	1.4	1.4	1.9	3,227,012	3,676,476	2.3	2.6	13.9
6. その他のスーパー	441,431	388,200	5.2	4.6	▲ 12.1	8,131,245	7,090,125	5.8	4.9	▲ 12.8
うち各種商品取扱店	8,973	10,545	0.1	0.1	17.5	312,876	367,371	0.2	0.3	17.4
7. 専門店 + 8. 中心店	5,358,553	5,238,645	63.5	62.4	▲ 2.2	68,048,572	69,258,370	48.4	48.1	1.8
(1)衣料品専門店 + 中心店	634,171	636,614	7.5	7.6	0.4	14,073,483	14,758,295	10.0	10.2	4.9
(2)食料品専門店 + 中心店	1,524,242	1,480,815	18.1	17.6	▲ 2.8	14,070,016	13,191,300	10.0	9.2	▲ 6.2
(3)住関連専門店 + 中心店	3,200,140	3,121,216	37.9	37.2	▲ 2.5	39,905,073	41,308,775	28.4	28.7	3.5
7. 専門店	3,788,755	3,595,301	44.9	42.8	...	43,280,624	42,790,111	30.8	29.7	...
(1)衣料品専門店	354,585	320,906	4.2	3.8	...	7,230,747	6,537,593	5.1	4.5	...
(2)食料品専門店	983,721	940,382	11.7	11.2	...	6,864,983	6,409,871	4.9	4.4	...
(3)住関連専門店	2,450,449	2,334,013	29.0	27.8	...	29,184,894	29,842,647	20.8	20.7	...
8. 中心店	1,569,798	1,643,344	18.6	19.6	...	24,767,948	26,468,259	17.6	18.4	...
(1)衣料品中心店	279,586	315,708	3.3	3.8	...	6,842,736	8,220,702	4.9	5.7	...
(2)食料品中心店	540,521	540,433	6.4	6.4	...	7,205,033	6,781,429	5.1	4.7	...
(3)住関連中心店	749,691	787,203	8.9	9.4	...	10,720,179	11,466,128	7.6	8.0	...
9. その他の小売店	11,236	13,747	0.1	0.2	22.3	257,277	322,648	0.2	0.2	25.4
うち各種商品取扱店	10,096	13,747	0.1	0.2	36.2	221,523	322,648	0.2	0.2	45.6

注1) 業態格付に必要な分類変更（平成14年調査（本調査）は主に4桁分類、16年調査（簡易調査）は3桁分類）に伴い、専門店、中心店については2業態に合算し「専門店・中心店」として前回比較を行っている。

注2) 就業者数は、従業者数に臨時雇用者数及び派遣・下請受入者数を加えたもの。

1. 業態別に見た事業所数

～ コンビニ、ホームセンターは引き続き増加 ～

(1) 業態別の事業所数

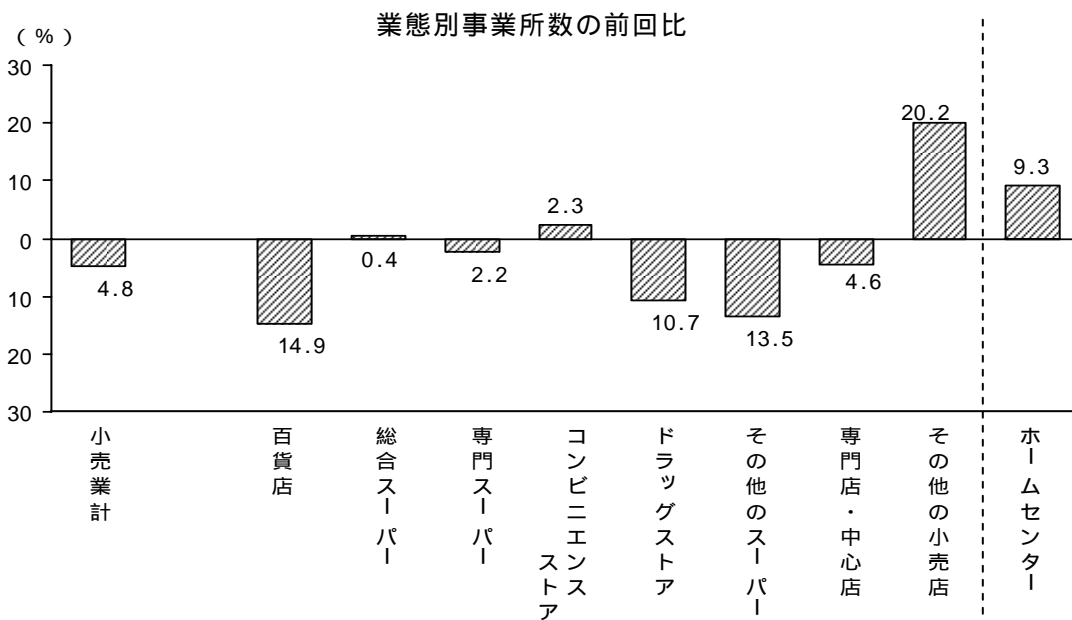
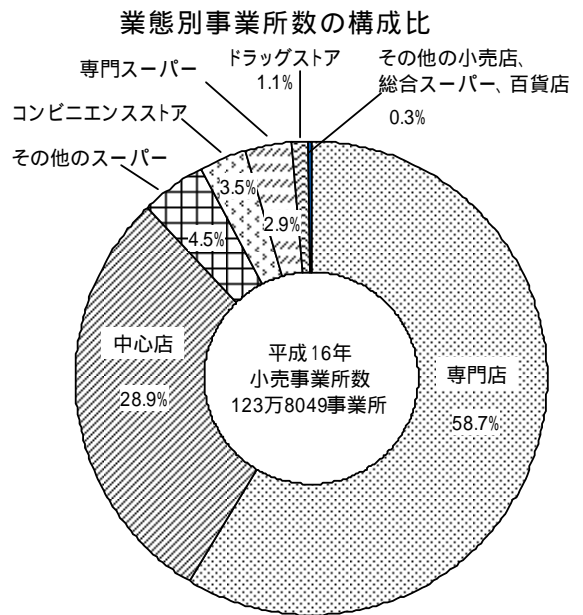
平成16年調査における小売業の事業所数は、123万8049事業所、前回比 4.8%の減少であった。

業態別にみると、専門店が72万7千事業所（小売業全体の58.7%）と最も多く、次いで中心店が35万8千事業所（同28.9%）で、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割近くを占めている。内訳をみると、専門店では、住関連専門店が44万1千事業所（同35.6%）、食料品専門店が19万1千事業所（同15.4%）、衣料品専門店が9万5千事業所（同7.7%）、中心店では、住関連中心店が15万6千事業所（同12.6%）、食料品中心店が13万2千事業所（同10.7%）、衣料品中心店が7万事業所（同5.7%）となっており、小売業全体の48.2%が住関連店である。

以下、その他のスーパーが5万6千事業所（同4.5%）、コンビニエンスストアが4万3千事業所（同3.5%）、専門スーパーが3万6千事業所（同2.9%）、ドラッグストアが1万3千事業所（同1.1%）の順となっている。なお、百貨店（308事業所）、総合スーパー（1675事業所）の構成比はごくわずかとなっている。

前回比をみると、事業所数が多い専門店・中心店（前回比 4.6%減）をはじめ、その他のスーパー（同 13.5%減）、ドラッグストア（同 10.7%減）、百貨店（同 14.9%減）などが減少となっている。このうち、百貨店は店舗の再編に伴う閉鎖などから、その他のスーパー、ドラッグストアは小規模事業所を中心に減少となっている。一方、コンビニエンスストア（同 2.3%増）、その他の小売店（同 20.2%増）、総合スーパー（同 0.4%増）は増加となっている。

専門スーパーの内訳では、主力の食料品スーパー（同 4.5%増）は増加となっているものの、衣料品スーパー（同 5.3%減）、住関連スーパー（ 9.8%減）は減少となっている。なお、住関連スーパーの内数であるホームセンター（4764事業所）は前回比 9.3%増と引き続き増加となっている。

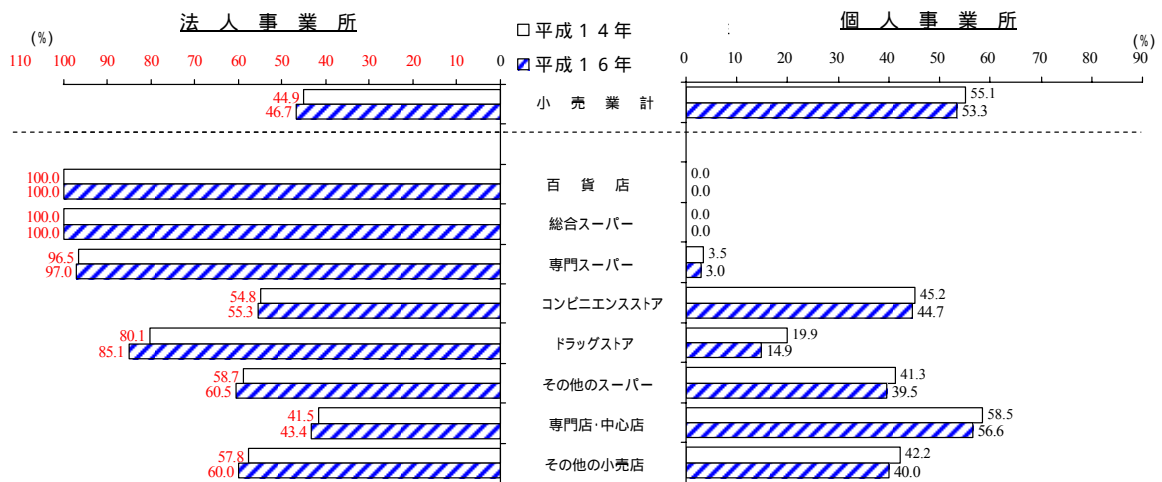


(2) 経営組織別の事業所数

経営組織別にみると、小売業全体に占める法人事業所の割合は 46.7%、個人事業所の割合が 53.3%と個人事業所が過半を占めている。これを業態別にみると、専門店・中心店では 6 割弱が個人事業所が占めているものの、そのほの業態ではいずれも法人事業所が過半を占めている。特に百貨店、総合スーパーでは 100%、専門スーパーでは 97.0%が法人事業所である。また、ドラッグストアも法人事業所の割合が 8 割を超えている。

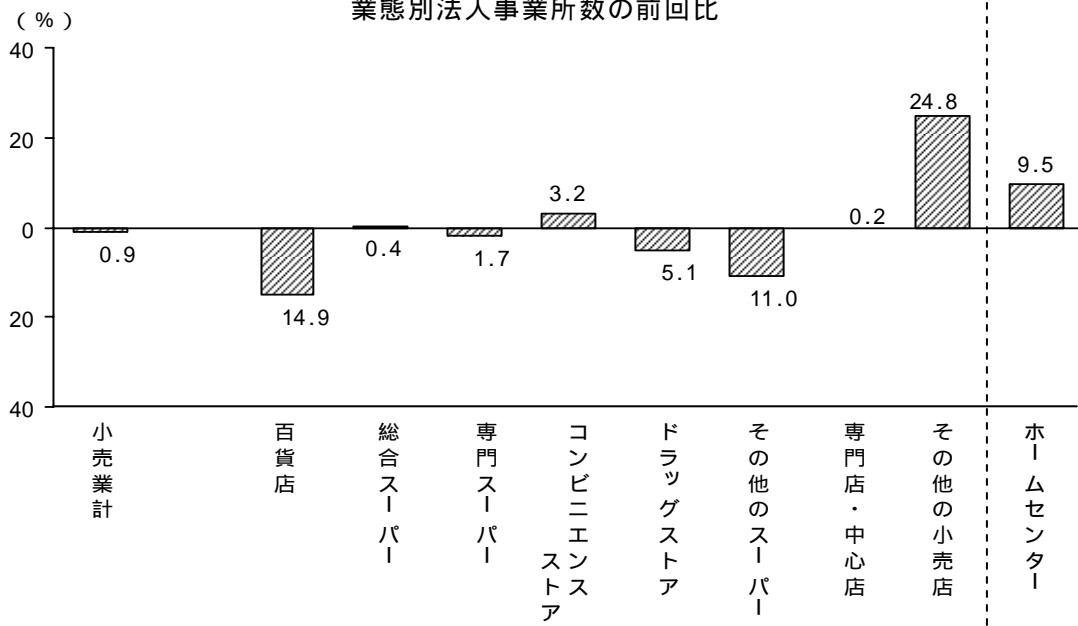
なお、構成比を前回と比べると、すべての業態で法人事業所の割合が拡大しており、特にドラッグストアは 5.0 ポイントの拡大となっている。

業態別、経営組織別事業所数の構成比



法人事業所数は、前回比 0.9%の減少であった。これを業態別にみると、専門店・中心店（前回比 0.2%減）、その他のスーパー（同 11.0%減）、百貨店（同 14.9%減）、専門スーパー（同 1.7%減）、ドラッグストア（同 5.1%減）が減少、その他の小売店（同 24.8%増）、コンビニエンスストア（同 3.2%増）、総合スーパー（同 0.4%増）は増加となっている。なお、住関連の専門スーパーの内数であるホームセンターは同 9.5%の増加であった。

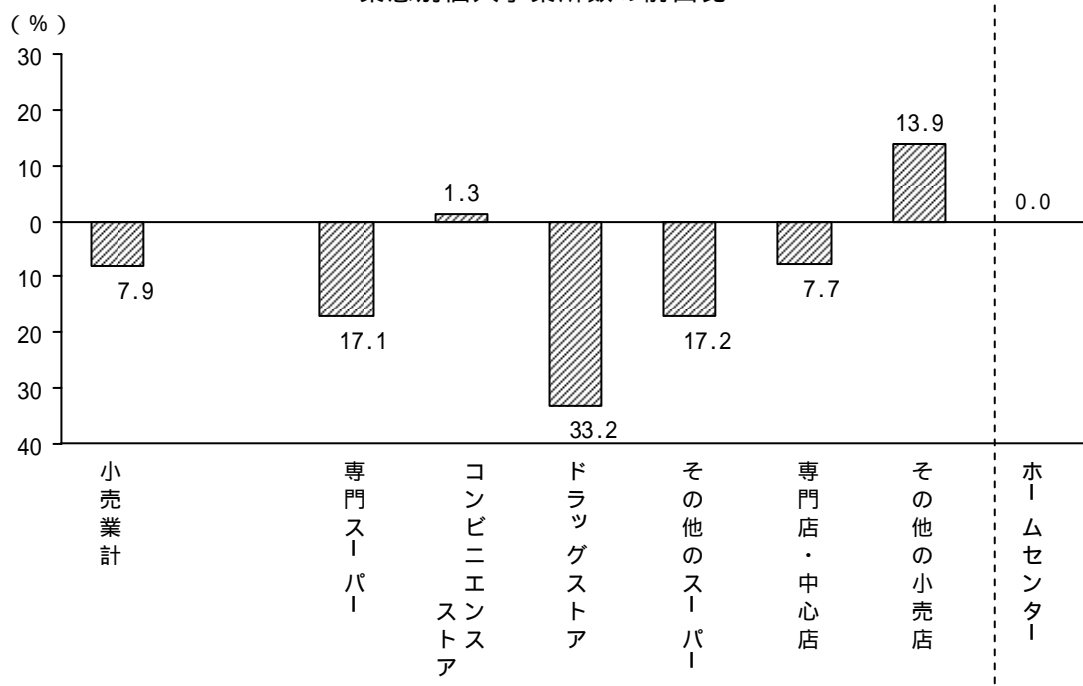
業態別法人事業所数の前回比



個人事業所数は、前回比 7.9%の減少であった。これを業態別にみると、専門店・中心店（同 7.7%減）、その他のスーパー（同 17.2%減）、ドラッグストア（同 33.2%減）、専門スーパー（ 17.1%減）が減少し、その他の小売店（同 13.9%）、コンビニエンスストア（同 1.3%増）は増加となっている。

なお、ホームセンター（78事業所）は、同 0.0%と横ばいであった。

業態別個人事業所数の前回比



業態別、経営組織別の事業所数

業 態 別	事業所数			法人事業所数					個人事業所数				
	平成14年	平成16年	前回比(%) 16年/14年	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
小売業計	1,300,057	1,238,049	▲ 4.8	583,899	578,426	100.0	100.0	▲ 0.9	716,158	659,623	100.0	100.0	▲ 7.9
1. 百貨店	362	308	▲ 14.9	362	308	0.1	0.1	▲ 14.9	-	-	-	-	-
(1) 大型百貨店	323	276	▲ 14.6	323	276	0.1	0.0	▲ 14.6	-	-	-	-	-
(2) その他の百貨店	39	32	▲ 17.9	39	32	0.0	0.0	▲ 17.9	-	-	-	-	-
2. 総合スーパー	1,668	1,675	0.4	1,668	1,675	0.3	0.3	0.4	-	-	-	-	-
(1) 大型総合スーパー	1,499	1,496	▲ 0.2	1,499	1,496	0.3	0.3	▲ 0.2	-	-	-	-	-
(2) 中型総合スーパー	169	179	5.9	169	179	0.0	0.0	5.9	-	-	-	-	-
3. 専門スーパー	37,035	36,220	▲ 2.2	35,745	35,151	6.1	6.1	▲ 1.7	1,290	1,069	0.2	0.2	▲ 17.1
(1) 衣料品スーパー	6,324	5,991	▲ 5.3	6,043	5,737	1.0	1.0	▲ 5.1	281	254	0.0	0.0	▲ 9.6
(2) 食料品スーパー	17,691	18,485	4.5	17,052	18,016	2.9	3.1	5.7	639	469	0.1	0.1	▲ 26.6
(3) 住関連スーパー	13,020	11,744	▲ 9.8	12,650	11,398	2.2	2.0	▲ 9.9	370	346	0.1	0.1	▲ 6.5
うちホームセンター	4,358	4,764	9.3	4,280	4,686	0.7	0.8	9.5	78	78	0.0	0.0	0.0
4. コンビニエンスストア	41,770	42,738	2.3	22,898	23,620	3.9	4.1	3.2	18,872	19,118	2.6	2.9	1.3
うち終日営業店	32,431	34,453	6.2	17,641	18,762	3.0	3.2	6.4	14,790	15,691	2.1	2.4	6.1
5. ドラッグストア	14,664	13,095	▲ 10.7	11,746	11,146	2.0	1.9	▲ 5.1	2,918	1,949	0.4	0.3	▲ 33.2
6. その他のスーパー	65,011	56,211	▲ 13.5	38,171	33,980	6.5	5.9	▲ 11.0	26,840	22,231	3.7	3.4	▲ 17.2
うち各種商品取扱店	782	782	0.0	684	695	0.1	0.1	1.6	98	87	0.0	0.0	▲ 11.2
7. 専門店 + 8. 中心店	1,137,317	1,085,122	▲ 4.6	472,021	470,939	80.8	81.4	▲ 0.2	665,296	614,183	92.9	93.1	▲ 7.7
(1) 衣料品専門店 + 中心店	171,713	165,736	▲ 3.5	81,168	82,454	13.9	14.3	1.6	90,545	83,282	12.6	12.6	▲ 8.0
(2) 食料品専門店 + 中心店	344,343	323,087	▲ 6.2	104,901	101,770	18.0	17.6	▲ 3.0	239,442	221,317	33.4	33.6	▲ 7.6
(3) 住関連専門店 + 中心店	621,261	596,299	▲ 4.0	285,952	286,715	49.0	49.6	0.3	335,309	309,584	46.8	46.9	▲ 7.7
7. 専門店	775,847	726,825	...	337,017	327,403	57.7	56.6	...	438,830	399,422	61.3	60.6	...
(1) 衣料品専門店	106,134	95,497	...	50,924	47,330	8.7	8.2	...	55,210	48,167	7.7	7.3	...
(2) 食料品専門店	204,171	190,788	...	68,439	65,372	11.7	11.3	...	135,732	125,416	19.0	19.0	...
(3) 住関連専門店	465,542	440,540	...	217,654	214,701	37.3	37.1	...	247,888	225,839	34.6	34.2	...
8. 中心店	361,470	358,297	...	135,004	143,536	23.1	24.8	...	226,466	214,761	31.6	32.6	...
(1) 衣料品中心店	65,579	70,239	...	30,244	35,124	5.2	6.1	...	35,335	35,115	4.9	5.3	...
(2) 食料品中心店	140,172	132,299	...	36,462	36,398	6.2	6.3	...	103,710	95,901	14.5	14.5	...
(3) 住関連中心店	155,719	155,759	...	68,298	72,014	11.7	12.4	...	87,421	83,745	12.2	12.7	...
9. その他の小売店	2,230	2,680	20.2	1,288	1,607	0.2	0.3	24.8	942	1,073	0.1	0.2	13.9
うち各種商品取扱店	2,086	2,680	28.5	1,253	1,607	0.2	0.3	28.3	833	1,073	0.1	0.2	28.8

(3) 本支店別の事業所数

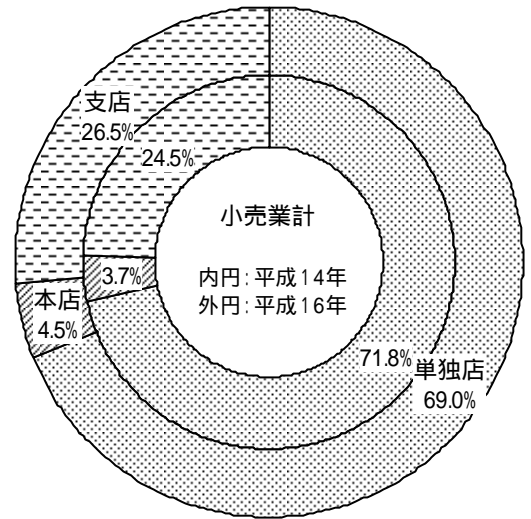
単独店、本店、支店別の事業所数割合をみると、小売業全体では単独店が7割弱を占めており、以下、支店(構成比26.5%)、本店(同4.5%)の順となっている。

これを業態別にみると、単独店の割合が高いのは、コンビニエンスストア、中心店、専門店で7割超、その他のスーパー、その他の小売店でも5割超を占めている。

本店の割合は、百貨店で2割超を占めているのを除き、他の業態では1割未満の低い割合となっている。

支店は、総合スーパー(支店割合97.5%)で9割超を占めているのをはじめ、専門スーパー(同84.1%)、ドラッグストア(同67.8%)、百貨店(同66.2%)で高い割合となっているが、そのほかの業態では4割未満にとどまっている。

小売業の本支店別事業所数構成比

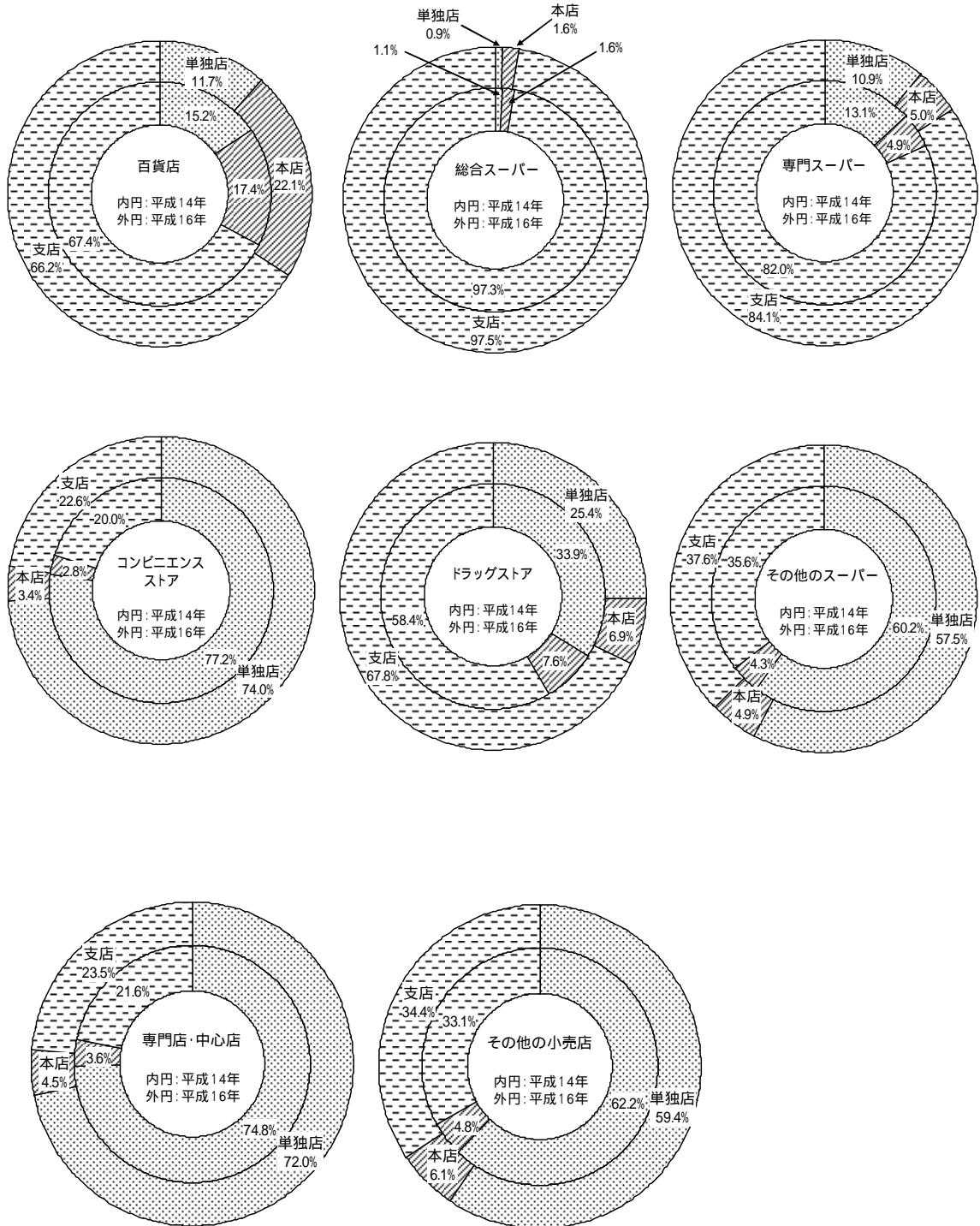


業態別、本支店別事業所数

業態別	単独店				本店					支店				
	平成14年	平成16年	前年比(%) 16年/14年	単独店の割合(%) 平成14年 平成16年	平成14年	平成16年	前年比(%) 16年/14年	本店の割合(%) 平成14年 平成16年	平成14年	平成16年	前年比(%) 16年/14年	支店の割合(%) 平成14年 平成16年		
小売業計	933,840	854,124	▲ 8.5	71.8 69.0	47,841	56,147	17.4	3.7 4.5	318,376	327,778	3.0	24.5 26.5		
1. 百貨店	55	36	▲ 34.5	15.2 11.7	63	68	7.9	17.4 22.1	244	204	▲ 16.4	67.4 66.2		
(1) 大型百貨店	47	31	▲ 34.0	14.6 11.2	60	60	0.0	18.6 21.7	216	185	▲ 14.4	66.9 67.0		
(2) その他の百貨店	8	5	▲ 37.5	20.5 15.6	3	8	166.7	7.7 25.0	28	19	▲ 32.1	71.8 59.4		
2. 総合スーパー	18	15	▲ 16.7	1.1 0.9	27	27	0.0	1.6 1.6	1,623	1,633	0.6	97.3 97.5		
(1) 大型総合スーパー	13	13	0.0	0.9 0.9	16	15	▲ 6.3	1.1 1.0	1,470	1,468	▲ 0.1	98.1 98.1		
(2) 中型総合スーパー	5	2	▲ 60.0	3.0 1.1	11	12	9.1	6.5 6.7	153	165	7.8	90.5 92.2		
3. 専門スーパー	4,840	3,950	▲ 18.4	13.1 10.9	1,820	1,794	▲ 1.4	4.9 5.0	30,375	30,476	0.3	82.0 84.1		
(1) 衣料品スーパー	685	506	▲ 26.1	10.8 8.4	287	217	▲ 24.4	4.5 3.6	5,352	5,268	▲ 1.6	84.6 87.9		
(2) 食料品スーパー	2,632	2,373	▲ 9.8	14.9 12.8	941	1,052	11.8	5.3 5.7	14,118	15,060	6.7	79.8 81.5		
(3) 住関連スーパー	1,523	1,071	▲ 29.7	11.7 9.1	592	525	▲ 11.3	4.5 4.5	10,905	10,148	▲ 6.9	83.8 86.4		
うちホームセンター	376	318	▲ 15.4	8.6 6.7	128	126	▲ 1.6	2.9 2.6	3,854	4,320	12.1	88.4 90.7		
4. コンビニエンスストア	32,240	31,616	▲ 1.9	77.2 74.0	1,172	1,452	23.9	2.8 3.4	8,358	9,670	15.7	20.0 22.6		
うち終日営業店	24,809	25,353	▲ 2.2	76.5 73.6	869	1,129	29.9	2.7 3.3	6,753	7,971	18.0	20.8 23.1		
5. ドラッグストア	4,974	3,320	▲ 33.3	33.9 25.4	1,119	902	▲ 19.4	7.6 6.9	8,571	8,873	3.5	58.4 67.8		
6. その他のスーパー	39,105	32,331	▲ 17.3	60.2 57.5	2,790	2,743	▲ 1.7	4.3 4.9	23,116	21,137	▲ 8.6	35.6 37.6		
うち各種商品取扱店	184	150	▲ 18.5	23.5 19.2	34	37	8.8	4.3 4.7	564	595	5.5	72.1 76.1		
7. 専門店 + 8. 中心店	851,222	781,263	▲ 8.2	74.8 72.0	40,744	48,997	20.3	3.6 4.5	245,351	254,862	3.9	21.6 23.5		
(1) 衣料品専門店 + 中心店	113,988	103,851	▲ 8.9	66.4 62.7	6,927	8,347	20.5	4.0 5.0	50,798	53,538	5.4	29.6 32.3		
(2) 食料品専門店 + 中心店	282,515	257,503	▲ 8.9	82.0 79.7	8,867	11,011	24.2	2.6 3.4	52,961	54,573	3.0	15.4 16.9		
(3) 住関連専門店 + 中心店	454,719	419,909	▲ 7.7	73.2 70.4	24,950	29,639	18.8	4.0 5.0	141,592	146,751	3.6	22.8 24.6		
7. 専門店	562,900	508,536	...	72.6 70.0	28,598	33,640	...	3.7 4.6	184,349	184,649	...	23.8 25.4		
(1) 衣料品専門店	67,914	58,713	...	64.0 61.5	3,889	4,406	...	3.7 4.6	34,331	32,378	...	32.3 33.9		
(2) 食料品専門店	160,090	145,173	...	78.4 76.1	5,995	7,391	...	2.9 3.9	38,086	38,224	...	18.7 20.0		
(3) 住関連専門店	334,896	304,650	...	71.9 69.2	18,714	21,843	...	4.0 5.0	111,932	114,047	...	24.0 25.9		
8. 中心店	288,322	272,727	...	79.8 76.1	12,146	15,357	...	3.4 4.3	61,002	70,213	...	16.9 19.6		
(1) 衣料品中心店	46,074	45,138	...	70.3 64.3	3,038	3,941	...	4.6 5.6	16,467	21,160	...	25.1 30.1		
(2) 食料品中心店	122,425	112,330	...	87.3 84.9	2,872	3,620	...	2.0 2.7	14,875	16,349	...	10.6 12.4		
(3) 住関連中心店	119,823	115,259	...	76.9 74.0	6,236	7,796	...	4.0 5.0	29,660	32,704	...	19.0 21.0		
9. その他の小売店	1,386	1,593	14.9	62.2 59.4	106	164	54.7	4.8 6.1	738	923	25.1	33.1 34.4		
うち各種商品取扱店	1,264	1,593	26.0	60.6 59.4	104	164	57.7	5.0 6.1	718	923	28.6	34.4 34.4		

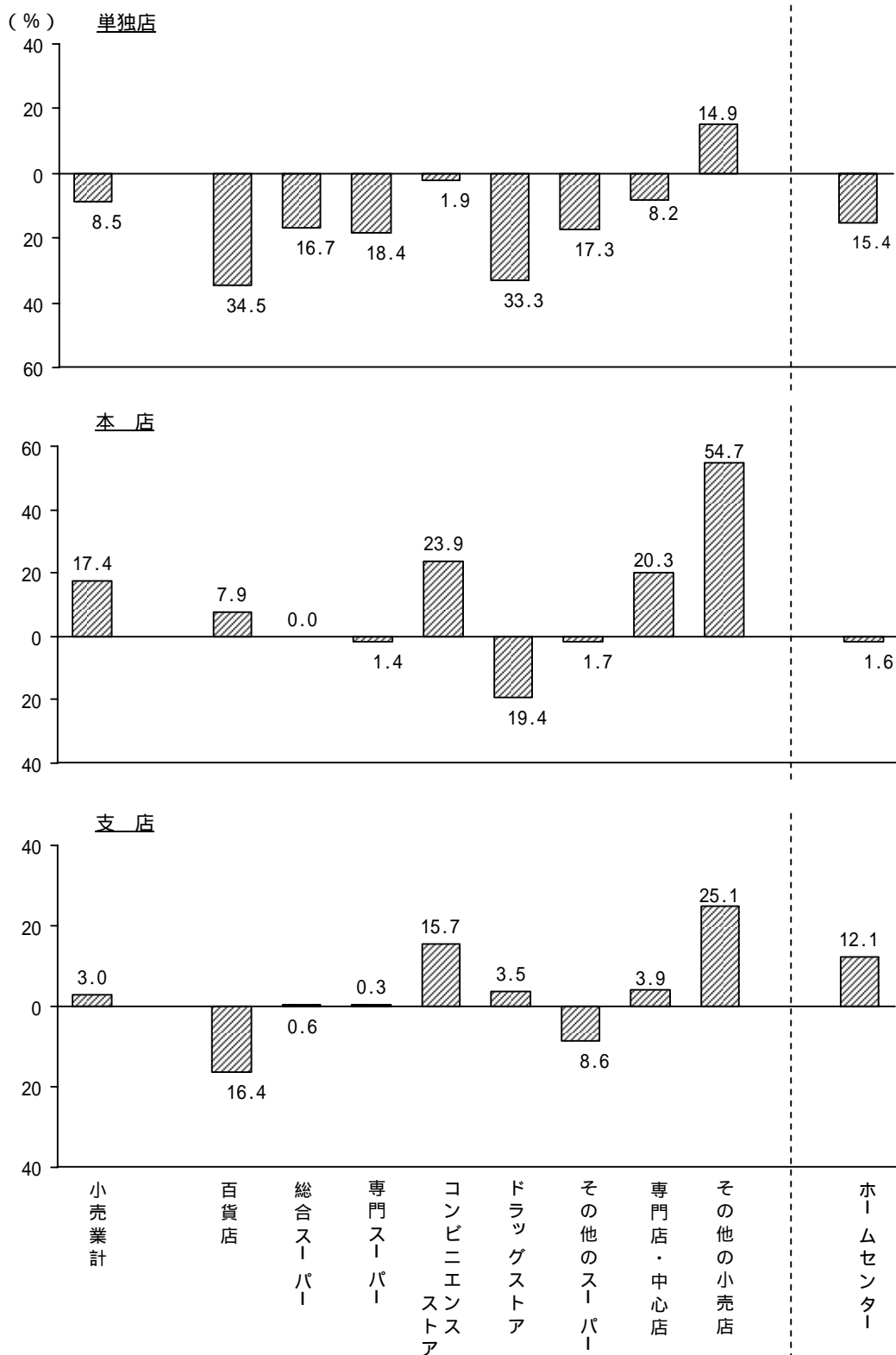
さらに構成比を前回と比べると、百貨店は本店の割合（前回差 4.7 ポイント増）が拡大し、支店（同 1.2 ポイント減）、単独店（同 3.5 ポイント減）が縮小している。総合スーパーでは、廃業などから単独店（同 0.2 ポイント減）の割合が縮小し、支店（同 0.2 ポイント増）の割合は増加、本店（同 0.0 ポイント）は変わらず。専門スーパー、コンビニエンスストア、専門店・中心店、その他のスーパーでは、いずれも単独店が縮小、本店、支店が拡大している。また、ドラッグストアはチェーン企業の開設などから支店（同 9.4 ポイント増）が大幅な拡大となっている。

業態別、本支店別事業所数の構成比



単独店、本店、支店別に事業所数の前回比をみると、小売業全体ではウエイトの高い単独店が減少し、本店、支店は増加となっている。これを業態別にみると、各業態ともに単独店の事業所が減少しており、単独店で増加となったのは、その他の小売店のみとなっている。ドラッグストア、ホームセンターの2業態ではチェーン企業の開設などから、単独店、本店は減少しているものの、支店は増加している。なお、コンビニエンスストアでは単独店が減少し、本店、支店は増加となっている。

業態別、本支店別事業所数の前回比

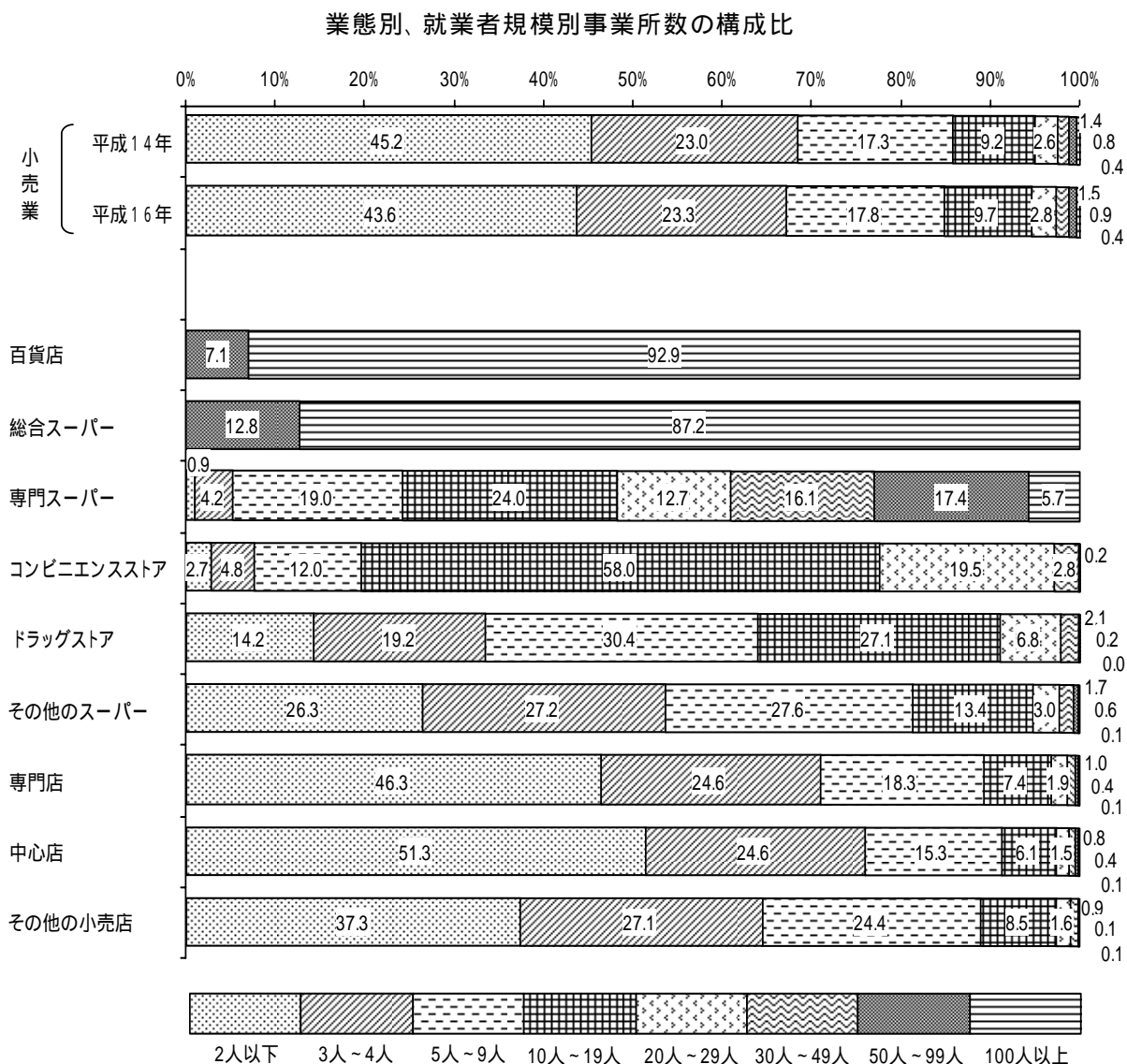


(4) 就業者規模別の事業所数

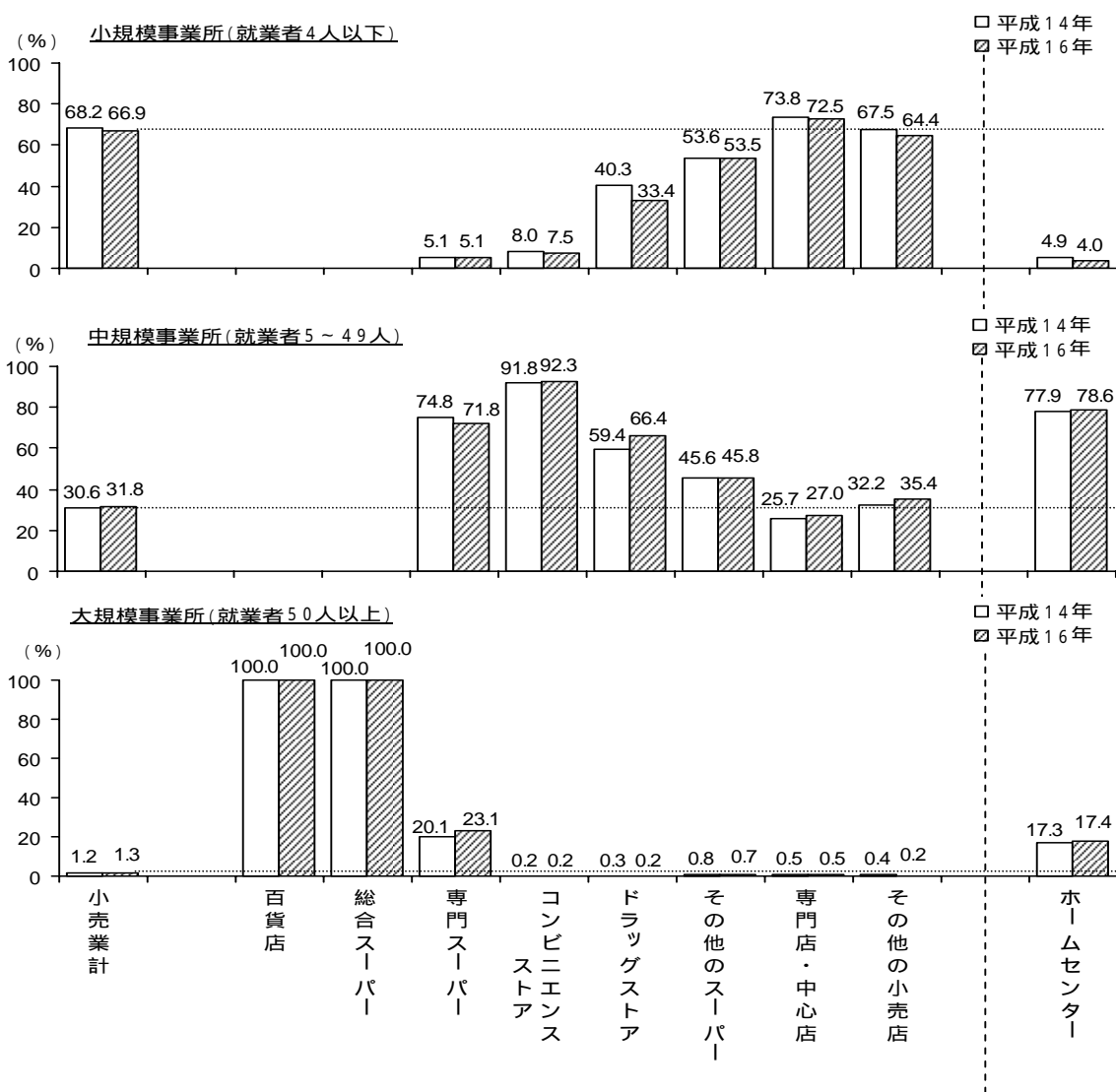
就業者（派遣・下請出向者数を含む。以下同じ。）規模別にみると、引き続き小売業全体の7割近くを就業者4人以下の小規模事業所が占めているが、その割合は縮小している。

業態別にみると、百貨店、総合スーパーでは就業者100人以上の事業所が約9割を占め、コンビニエンスストア（中規模事業所の構成比92.3%）、専門スーパー（同71.8%）、ドラッグストア（同66.4%）では就業者5～49人の中規模事業所の割合が高い。中心店（小規模事業所の構成比75.9%）、専門店（同70.9%）、その他の小売店（同64.4%）、その他のスーパー（同53.5%）は小規模事業所の割合が高く、なかでも中心店では5割強が就業者2人以下の事業所となっている。

構成比を前回と比べると、小規模事業所（就業者4人以下）の割合はすべての業態で縮小、中規模事業所（就業者5～49人）の割合は、専門スーパーを除き拡大している。また、専門スーパーでは大規模事業所（就業者50人以上）の拡大傾向が続いている。



就業者規模別にみた業態別事業所数構成比の比較



業態別、就業者規模別事業所数

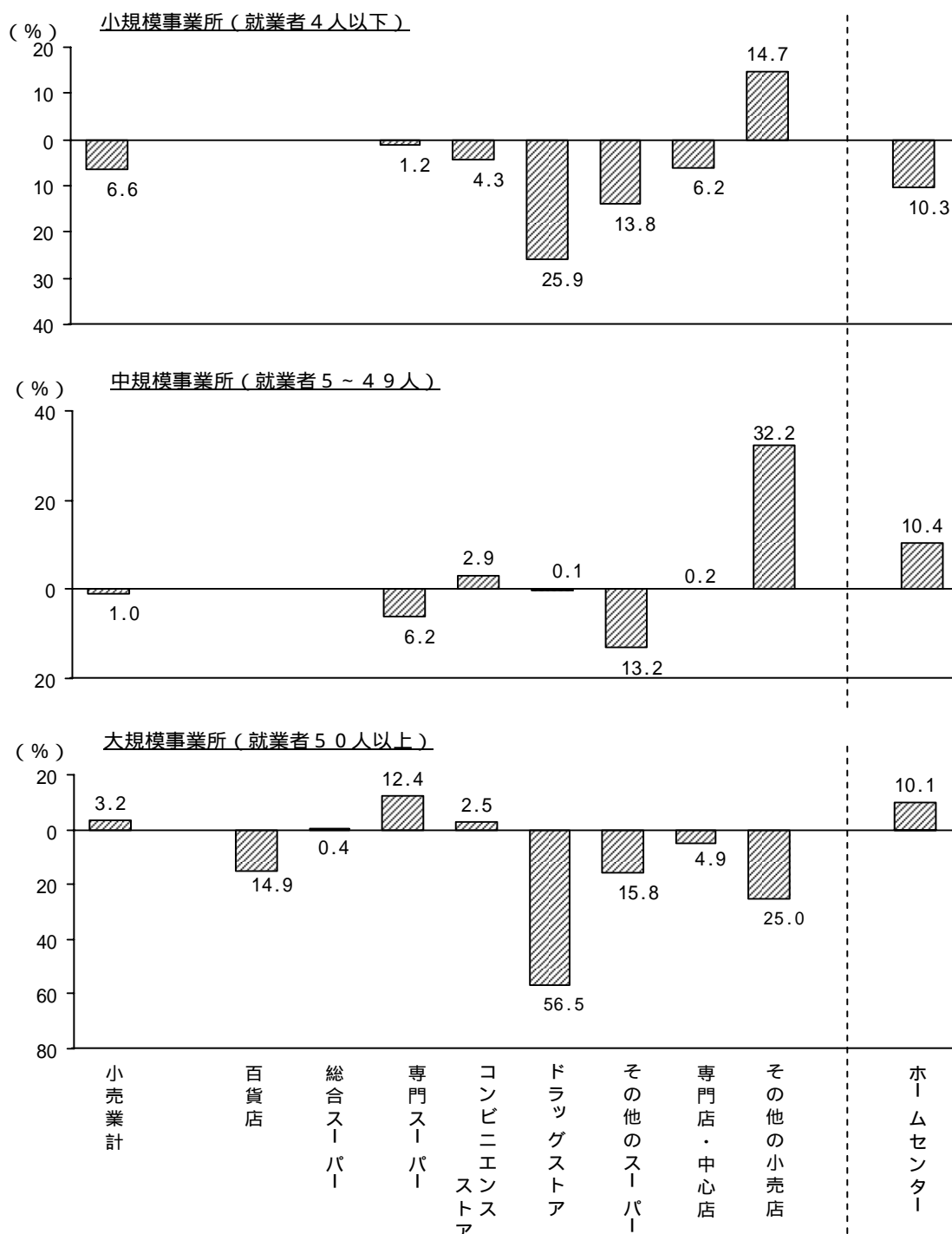
業 態 別	小規模事業所(就業者4人以下)				中規模事業所(就業者5~49人以下)				大規模事業所(就業者50人以上)			
	平成14年	平成16年	前回は(%) 16年/14年	小規模の割合(%) 平成14年 平成16年	平成14年	平成16年	前回は(%) 16年/14年	中規模の割合(%) 平成14年 平成16年	平成14年	平成16年	前回は(%) 16年/14年	大規模の割合(%) 平成14年 平成16年
小売業計	887,035	828,326	▲ 6.6	68.2 66.9	397,482	393,680	▲ 1.0	30.6 31.8	15,540	16,043	▲ 3.2	1.2 1.3
1. 百貨店									362	308	▲ 14.9	100.0 100.0
(1)大型百貨店									323	276	▲ 14.6	100.0 100.0
(2)その他の百貨店									39	32	▲ 17.9	100.0 100.0
2. 総合スーパー									1,668	1,675	▲ 0.4	100.0 100.0
(1)大型総合スーパー									1,499	1,496	▲ 0.2	100.0 100.0
(2)中型総合スーパー									169	179	▲ 5.9	100.0 100.0
3. 専門スーパー	1,876	1,854	▲ 1.2	5.1 5.1	27,703	25,989	▲ 6.2	74.8 71.8	7,456	8,377	▲ 12.4	20.1 23.1
(1)衣料品スーパー	607	653	▲ 7.6	9.6 10.9	5,604	5,231	▲ 6.7	88.6 87.3	113	107	▲ 5.3	1.8 1.8
(2)食料品スーパー	418	406	▲ 2.9	2.4 2.2	11,138	11,109	▲ 0.3	63.0 60.1	6,135	6,970	▲ 13.6	34.7 37.7
(3)住関連スーパー	851	795	▲ 6.6	6.5 6.8	10,961	9,649	▲ 12.0	84.2 82.2	1,208	1,500	▲ 7.6	9.3 11.1
うちホームセンター	213	191	▲ 10.3	4.9 4.0	3,393	3,745	▲ 10.4	77.9 78.6	752	828	▲ 10.1	17.3 17.4
4. コンビニエンスストア	3,348	3,204	▲ 4.3	8.0 7.5	38,343	39,453	▲ 2.9	91.8 92.3	79	81	▲ 2.5	0.2 0.2
うち終日営業店	236	218	▲ 7.6	0.7 0.6	32,147	34,182	▲ 6.3	99.1 99.2	48	53	▲ 10.4	0.1 0.2
5. ドラッグストア	5,908	4,376	▲ 25.9	40.3 33.4	8,710	8,699	▲ 0.1	59.4 66.4	46	20	▲ 56.5	0.3 0.2
6. その他のスーパー	34,877	30,071	▲ 13.8	53.6 53.5	29,634	25,719	▲ 13.2	45.6 45.8	500	421	▲ 15.8	0.8 0.7
うち各種商品取扱店	188	179	▲ 4.8	24.0 22.9	593	597	▲ 0.7	75.8 76.3	1	6	▲ 500.0	0.1 0.8
7. 専門店+8. 中心店	839,521	787,095	▲ 6.2	73.8 72.5	292,375	292,872	▲ 0.2	25.7 27.0	5,421	5,155	▲ 4.9	0.5 0.5
(1)衣料品専門店+中心店	138,569	130,280	▲ 6.0	80.7 78.6	32,859	35,151	▲ 7.0	19.1 21.2	285	305	▲ 7.0	0.2 0.2
(2)食料品専門店+中心店	265,597	245,775	▲ 7.5	77.1 76.1	77,223	75,765	▲ 1.9	22.4 23.5	1,523	1,547	▲ 1.6	0.4 0.5
(3)住関連専門店+中心店	435,355	411,040	▲ 5.6	70.1 68.9	182,293	181,956	▲ 0.2	29.3 30.5	3,613	3,303	▲ 8.6	0.6 0.6
7. 専門店	557,867	515,222	▲ 7.5	71.9 70.9	214,075	208,088	▲ 2.8	27.6 28.6	3,905	3,515	▲ 9.7	0.5 0.5
(1)衣料品専門店	86,969	77,435	▲ 10.3	81.9 81.1	19,046	17,967	▲ 6.2	17.9 18.8	119	95	▲ 17.7	0.1 0.1
(2)食料品専門店	148,205	136,685	▲ 8.1	72.6 71.6	55,084	53,267	▲ 3.2	27.0 27.9	882	836	▲ 5.5	0.4 0.4
(3)住関連専門店	322,693	301,102	▲ 6.5	69.3 68.3	139,945	136,854	▲ 2.2	30.1 31.1	2,904	2,584	▲ 11.5	0.6 0.6
8. 中心店	281,654	271,873	▲ 3.5	77.9 75.9	78,300	84,784	▲ 8.2	21.7 23.7	1,516	1,640	▲ 8.2	0.4 0.5
(1)衣料品中心店	51,600	52,845	▲ 2.4	78.7 75.2	13,813	17,184	▲ 23.2	21.1 24.5	166	210	▲ 26.5	0.3 0.3
(2)食料品中心店	117,392	109,090	▲ 7.0	83.7 82.5	22,139	22,498	▲ 1.6	15.8 17.0	641	711	▲ 10.9	0.5 0.5
(3)住関連中心店	112,662	109,938	▲ 2.4	72.3 70.6	42,348	45,102	▲ 6.3	27.2 29.0	709	719	▲ 1.4	0.5 0.5
9. その他の小売店	1,505	1,726	▲ 14.7	67.5 64.4	717	948	▲ 32.9	32.2 32.2	8	6	▲ 25.0	0.4 0.2
うち各種商品取扱店	1,375	1,726	▲ 25.5	65.9 64.4	709	948	▲ 33.7	34.0 35.4	2	6	▲ 200.0	0.1 0.2

前回比をみると、就業者4人以下（前回比 6.6%減）及び5～49人（同 1.0%減）の小・中規模事業所は減少、50人以上（同 3.2%増）の大規模事業所は増加となっている。

業態別にみると、ドラッグストアはいずれの規模も減少となっている。規模別にみると、小規模事業所ではその他の小売店が増加したのを除き他の業態はすべて減少、中規模事業所では専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパーが減少したものの事業所数が多い専門店・中心店が微増、コンビニエンスストア、その他の小売店は増加となった。大規模事業所では、百貨店、ドラッグストア、専門店・中心店は減少したものの、事業所数が多い専門スーパーのうち主力の食料品スーパーが大幅増となるなど、前回比 12.4%と2桁の増加となったことから、大規模事業所計では増加となっている。

なお、住関連スーパーのうち、ホームセンターは中、大規模事業所が増加したことから、全体では増加となった。

業態別、就業者規模別事業所数の前回比

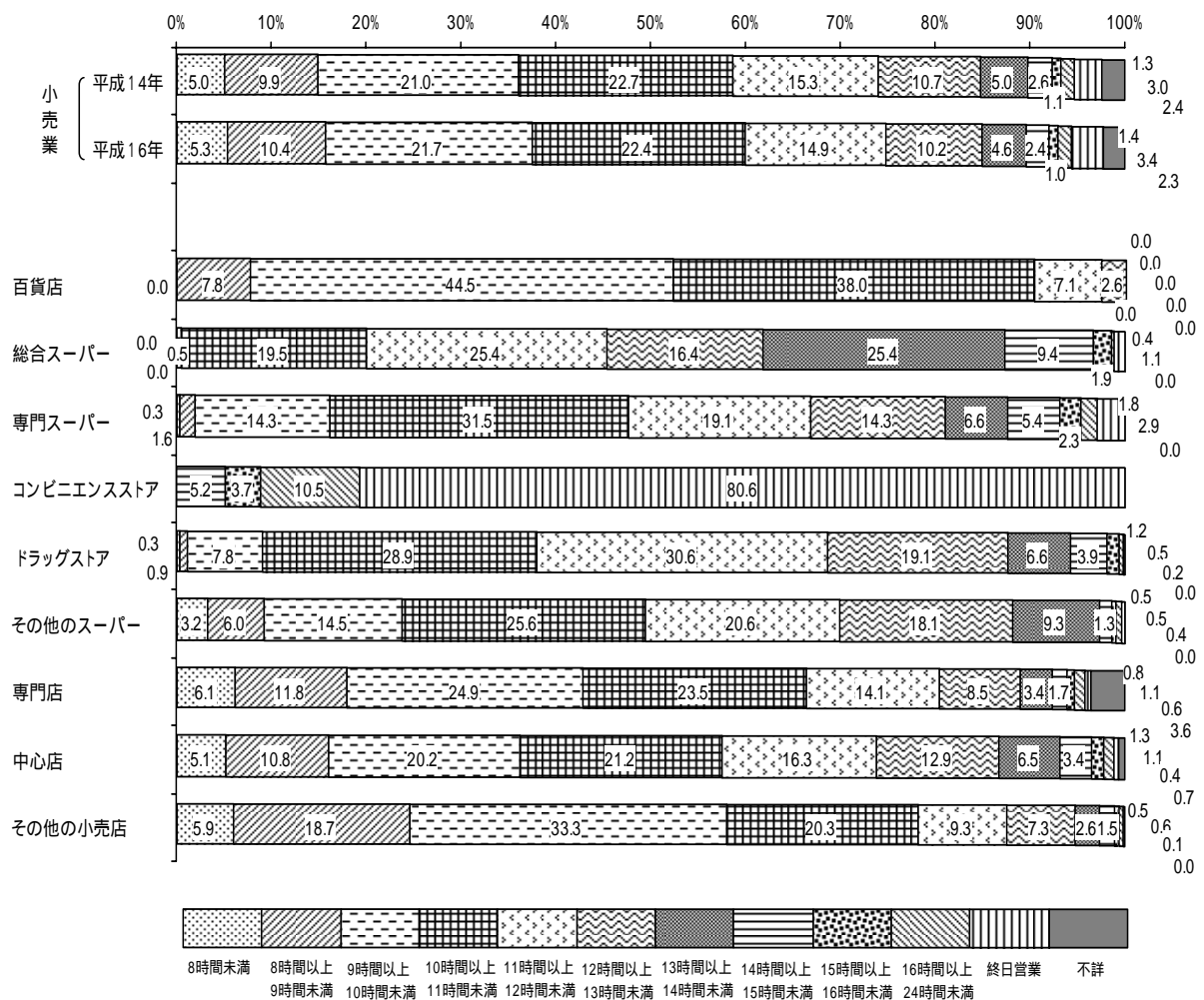


(5) 営業時間別の事業所数

営業時間を業態別にみると、百貨店は9時間以上10時間未満(構成比44.5%)、総合スーパーは11時間以上12時間未満、13時間以上14時間未満(いずれも同25.4%)の割合が最も高く、コンビニエンスストアは終日営業(同80.6%)が8割超を占めている。専門店、その他のスーパー、その他の小売店は、9時間以上10時間未満の割合が、それぞれ最も高くなっている

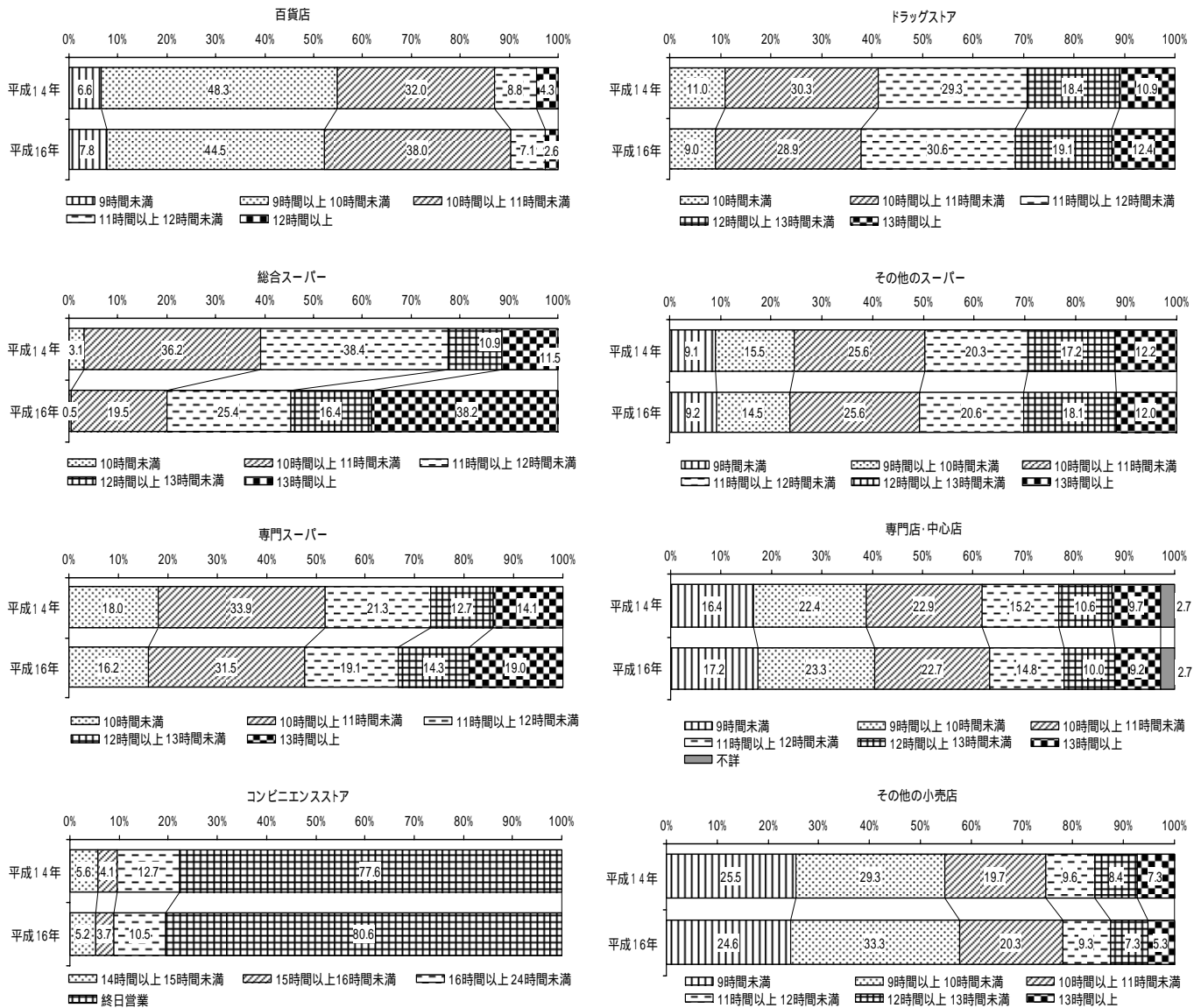
また、ドラッグストアは11時間以上12時間未満の割合が最も高く、3割超の事業所が12時間以上営業しており、コンビニエンスストアに次いで長時間営業の割合が高くなっている。

業態別、営業時間別事業所数の構成比



構成比を前回と比べると、百貨店は9時間以上10時間未満が縮小し、10時間以上11時間未満の事業所の割合が32.0%から38.0%へと拡大している。総合スーパーでは、消費者のライフスタイルの多様化、規制緩和を背景に13時間以上の事業所の割合が11.5%から38.2%へと3倍以上の拡大となり、8割超の事業所で11時間以上の営業となっている。専門スーパーでは12時間以上が、ドラッグストアでは11時間以上の事業所がいずれも拡大している。コンビニエンスストアでは、既存店における終日営業への切り替えの進展や新店店においては終日営業が極めて多いことから、終日営業割合が前回の77.6%から80.6%へと拡大している。なお、専門店・中心店の各営業時間別構成比に大きな変化はみられない。

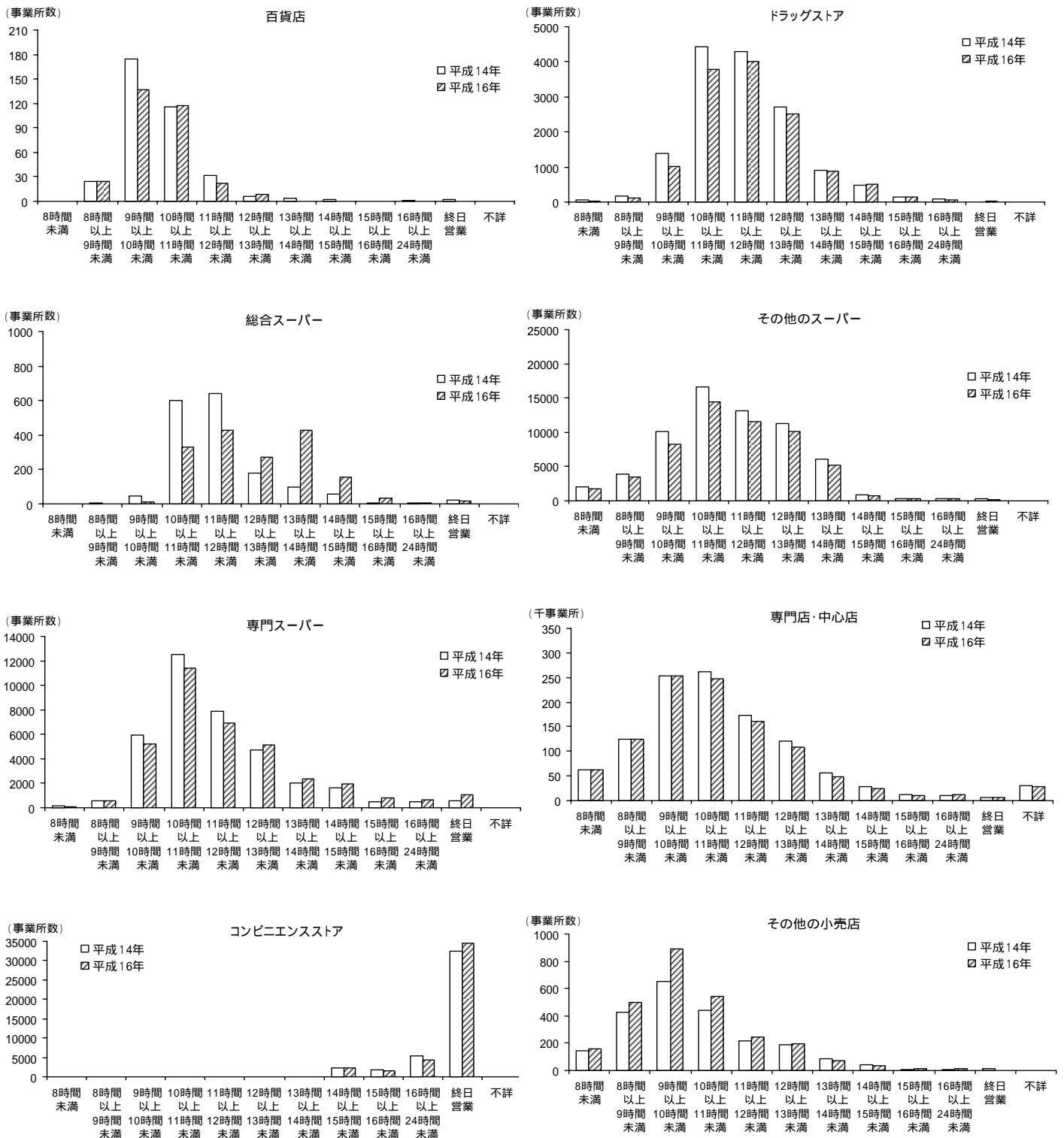
業態別、営業時間別事業所数構成比の比較



営業時間別の事業所数を前回と比べると、全体的に長時間営業の時間帯が増加傾向にあり、中でも総合スーパーの12時間以上の増加が著しく、13時間以上14時間未満が前回比4.3倍、15時間以上16時間未満が同4倍になるなど、長時間営業時間帯の増加が目立つ。専門スーパーについても12時間以上のすべての営業時間帯で増加となっており、内訳をみると、食料品スーパーの長時間営業時間帯がそれぞれ大幅な増加となっているをはじめ、衣料品スーパーの15時間以上16時間未満が同2.5倍、住関連スーパーの16時間以上24時間未満が同31.7%増となっている。また、住関連スーパーのうち、ホームセンターは10時間以上の営業時間帯すべてで前回比増加となっている。

このほかの業態では、コンビニエンスストア、ドラッグストアの終日営業がそれぞれ増加となっている。

業態別、営業時間別事業所数(平成14年、平成16年)



業態別、営業時間別事業所数の増減率

業 態 別	計	営業時間別事業所数 前回は(%)												終日 営業	不詳
		8時間 未満	8時間 以上 9時間 未満	9時間 以上 10時間 未満	10時間 以上 11時間 未満	11時間 以上 12時間 未満	12時間 以上 13時間 未満	13時間 以上 14時間 未満	14時間 以上 15時間 未満	15時間 以上 16時間 未満	16時間 以上 24時間 未満				
小売業計	▲ 4.8	0.5	▲ 0.5	▲ 1.5	▲ 6.2	▲ 7.5	▲ 9.2	▲ 12.6	▲ 11.7	▲ 9.5	3.3	9.0	▲ 6.3		
1. 百貨店	▲ 14.9	...	0.0	▲ 21.7	0.9	▲ 31.3	33.3	-	-	-	-	-	-		
(1) 大型百貨店	▲ 14.6	...	▲ 20.0	▲ 23.0	5.7	▲ 32.0	33.3	-	-	-	-	-	-		
(2) その他の百貨店	▲ 17.9	...	100.0	0.0	▲ 50.0	▲ 28.6	33.3	-	-	-	-	-	-		
2. 総合スーパー	0.4	...	▲ 100.0	▲ 80.4	▲ 45.8	▲ 33.4	50.5	329.3	166.1	300.0	40.0	▲ 18.2			
(1) 大型総合スーパー	▲ 0.2	...	▲ 100.0	▲ 78.4	▲ 48.0	▲ 33.6	59.9	372.0	183.7	257.1	0.0	▲ 45.0			
(2) 中型総合スーパー	5.9	...	-	▲ 88.9	▲ 14.6	▲ 32.1	3.3	123.5	80.0	600.0	100.0	250.0			
3. 専門スーパー	▲ 2.2	▲ 22.6	3.0	▲ 13.4	▲ 9.2	▲ 12.0	9.4	17.0	17.7	73.3	41.6	81.3			
(1) 衣料品スーパー	▲ 5.3	▲ 42.9	▲ 25.2	▲ 3.1	▲ 0.6	▲ 18.6	▲ 13.0	▲ 3.1	75.0	250.0	▲ 54.8	▲ 5.9			
(2) 食料品スーパー	4.5	▲ 12.7	19.3	▲ 11.4	▲ 13.4	▲ 17.3	19.6	43.8	56.7	119.4	59.8	93.6			
(3) 住関連スーパー	▲ 9.8	▲ 26.5	2.3	▲ 28.9	▲ 9.4	7.5	▲ 8.8	▲ 17.0	▲ 12.6	▲ 16.0	31.7	9.2			
うちホームセンター	9.3	▲ 14.3	58.4	▲ 17.6	5.4	29.4	40.2	22.5	31.0	150.0	33.3	50.0			
4. コンビニエンスストア	2.3											▲ 4.4	▲ 7.3	▲ 15.6	6.2
うち終日営業店	6.2														6.2
5. ドラッグストア	▲ 10.7	▲ 42.0	▲ 31.1	▲ 26.0	▲ 14.8	▲ 6.9	▲ 7.3	▲ 3.9	8.5	9.4	▲ 6.8	155.6			
6. その他のスーパー	▲ 13.5	▲ 11.9	▲ 13.2	▲ 18.9	▲ 13.6	▲ 12.3	▲ 9.3	▲ 13.3	▲ 20.0	▲ 18.6	▲ 10.5	▲ 42.1			
うち各種商品取扱店	0.0	▲ 11.1	▲ 18.2	▲ 29.2	11.8	14.1	9.6	24.0	6.7	0.0	▲ 66.7	200.0			
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 4.6	0.9	▲ 0.1	▲ 0.5	▲ 5.4	▲ 6.9	▲ 10.1	▲ 14.4	▲ 14.4	▲ 13.6	11.6	21.7	▲ 6.4		
(1) 衣料品専門店 + 中心店	▲ 3.5	2.2	▲ 1.2	▲ 4.7	▲ 9.1	▲ 0.5	7.4	▲ 7.1	27.0	▲ 8.4	148.6	▲ 81.5			
(2) 食料品専門店 + 中心店	▲ 6.2	0.2	0.3	▲ 1.8	▲ 4.8	▲ 6.7	▲ 11.1	▲ 15.5	▲ 16.3	▲ 18.9	8.7	50.6	▲ 12.7		
(3) 住関連専門店 + 中心店	▲ 4.0	1.1	0.2	1.3	▲ 4.4	▲ 8.6	▲ 11.5	▲ 14.0	▲ 14.2	▲ 9.6	8.8	15.1	▲ 3.3		
9. その他の小売店	20.2	9.7	17.9	36.8	23.6	15.3	3.7	▲ 19.3	▲ 17.0	44.4	60.0	▲ 81.8			
うち各種商品取扱店	28.5	17.8	20.2	40.2	31.4	24.0	24.2	12.7	0.0	62.5	166.7	▲ 81.8			

2. 業態別にみた年間商品販売額

～ 専門店・中心店、百貨店、総合スーパーなどが減少、
 専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアは増加 ～

(1) 業態別の年間商品販売額

平成16年調査における小売事業所の年間商品販売額は、133兆2786億円、前年比1.4%の減少であった。

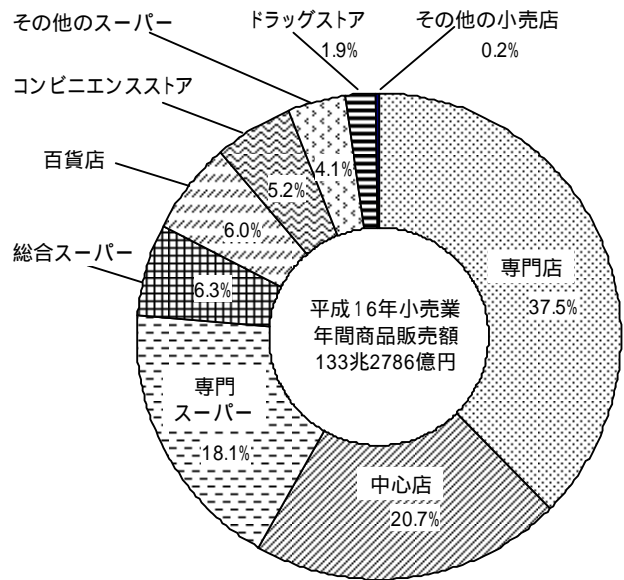
業態別にみると、専門店が49兆9703億円（小売業全体の37.5%）次いで中心店が27兆5785億円（同20.7%）、専門スーパーが24兆1019億円（同18.1%）の順に多く、これら3業態で小売販売額の4分の3超を占めている。専門店、中心店の2業態は事業所数では小売事業所の88%を占めているものの、小規模の事業所が多いことから年間商品販売額では58%にとどまっている。

以下、総合スーパーが8兆4064億円（同6.3%）、百貨店が8兆23億円（同6.0%）、コンビニエンスストアが6兆9222億円（同5.2%）、その他のスーパーが5兆4806億円（同4.1%）、ドラッグストアが2兆5878億円（同1.9%）、その他の小売店が2286億円（同0.2%）となっている。

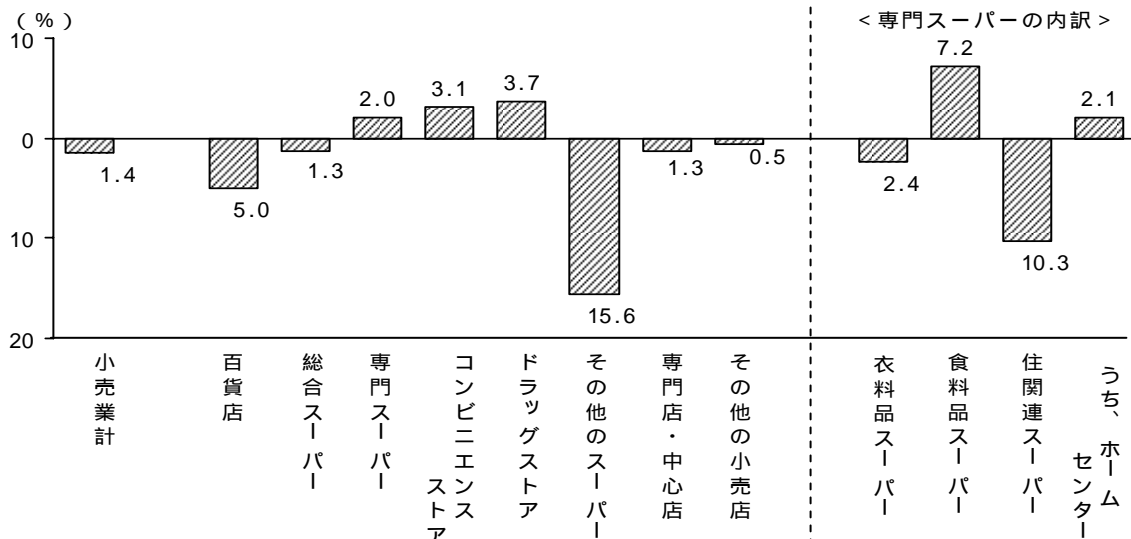
前年比をみると、小売業の年間商品販売額が減少するなか、ドラッグストア（前年比3.7%増）、コンビニエンスストア（同3.1%増）、専門スーパー（同2.0%増）の3業態は増加となっている。なかでもドラッグストアは、チェーン企業の出店や店舗の大型化に伴う品揃えの拡大など、引き続き増加となっている。専門スーパーの内訳では、衣料品スーパー（同2.4%減）、住関連スーパー（同10.3%減）が減少となっているものの、営業時間の延長などから食料品スーパー（同7.2%増）は増加となっている。

なお、住関連スーパーの内数である、ホームセンター（同2.1%増）は引き続き増加となっている。

業態別年間商品販売額の構成比



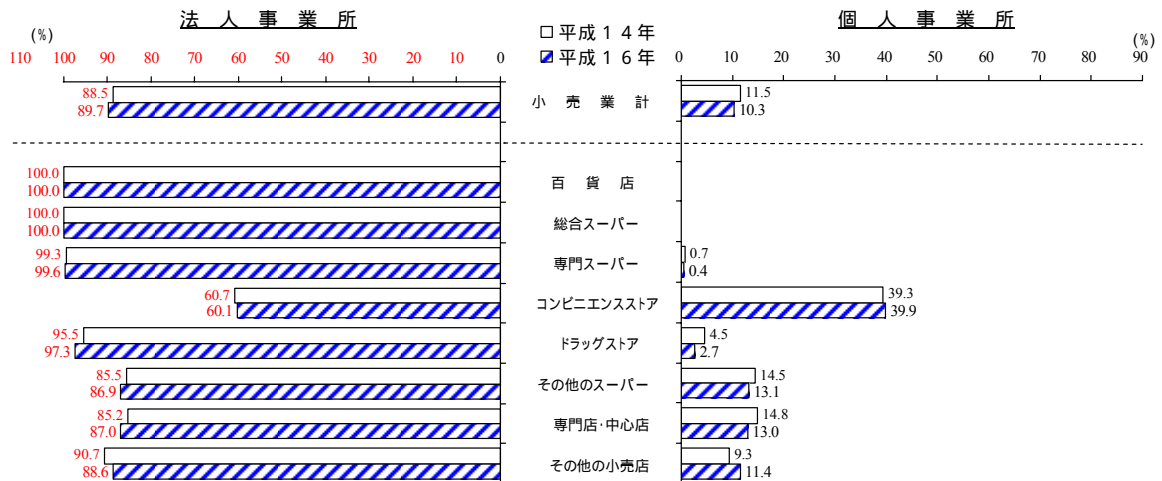
業態別年間商品販売額の前年比



(2) 経営組織別の年間商品販売額

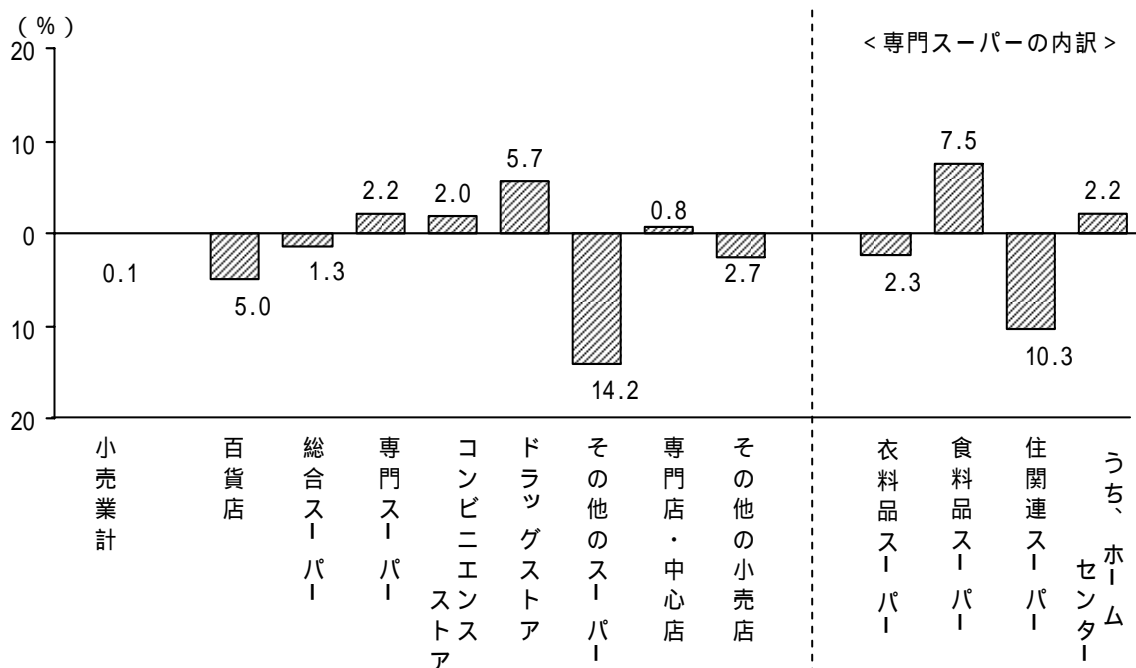
経営組織別にみると、小売業全体の年間商品販売額のうち法人事業所は 89.7%、個人事業所は 10.3%の割合であった。これを業態別にみると、コンビニエンスストアでは個人事業所が約 4 割を占めているものの、この他の業態はいずれも法人事業所が 8 割以上を占めており、その割合もその他の小売店を除くすべての業態でわずかながら拡大している。

業態別、経営組織別年間商品販売額の構成比



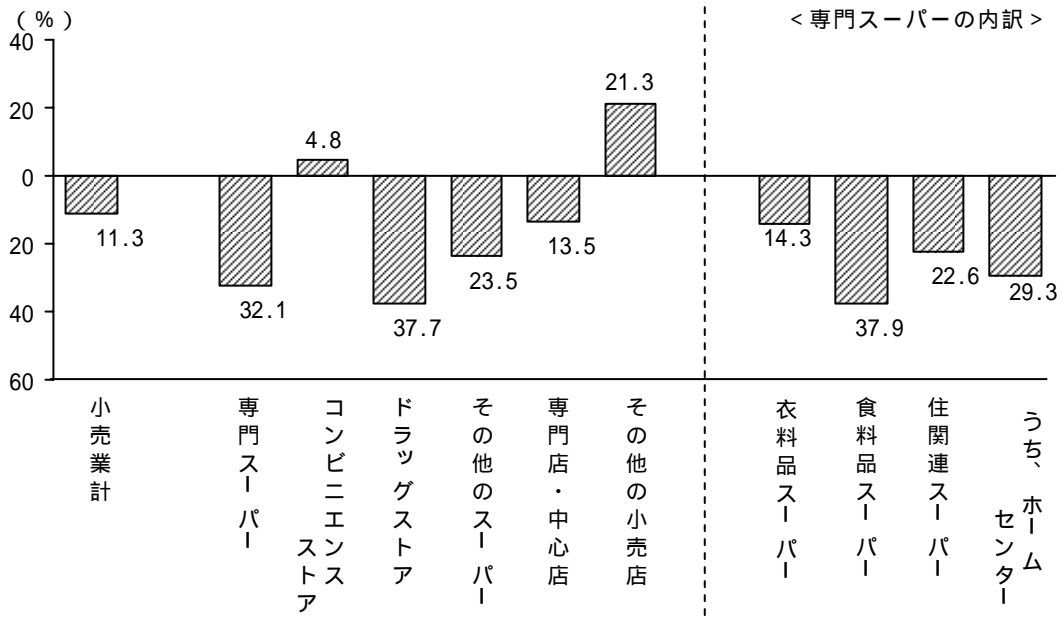
法人事業所の年間商品販売額は、前回比 0.1%の減少であった。これを業態別にみると、その他のスーパー（前回比 14.2%減）、百貨店（同 5.0%減）、総合スーパー（同 1.3%減）などが減少、専門スーパー（同 2.2%増）、コンビニエンスストア（同 2.0%増）、ドラッグストア（同 5.7%増）の3業態は前回調査から引き続き増加となっている。なお、住関連の専門スーパーは（同 10.3%減）減少となっているものの、その内数であるホームセンターは、同 2.2%の増加であった。

法人事業所の業態別年間商品販売額の前回比



個人事業所の年間商品販売額は、前年比 11.3%の減少であった。これを業態別にみると、コンビニエンスストア（同 4.8%増）その他の小売店（同 21.3%増）が増加となったものの、専門店・中心店（同 13.5%減）その他のスーパー（同 23.5%減）専門スーパー（同 32.1%減）ドラッグストア（同 37.7%減）はいずれも2桁台の大幅な減少となっている。なお、ホームセンターについても同 29.3%と大幅な減少となった。

個人事業所の業態別年間商品販売額の前年比



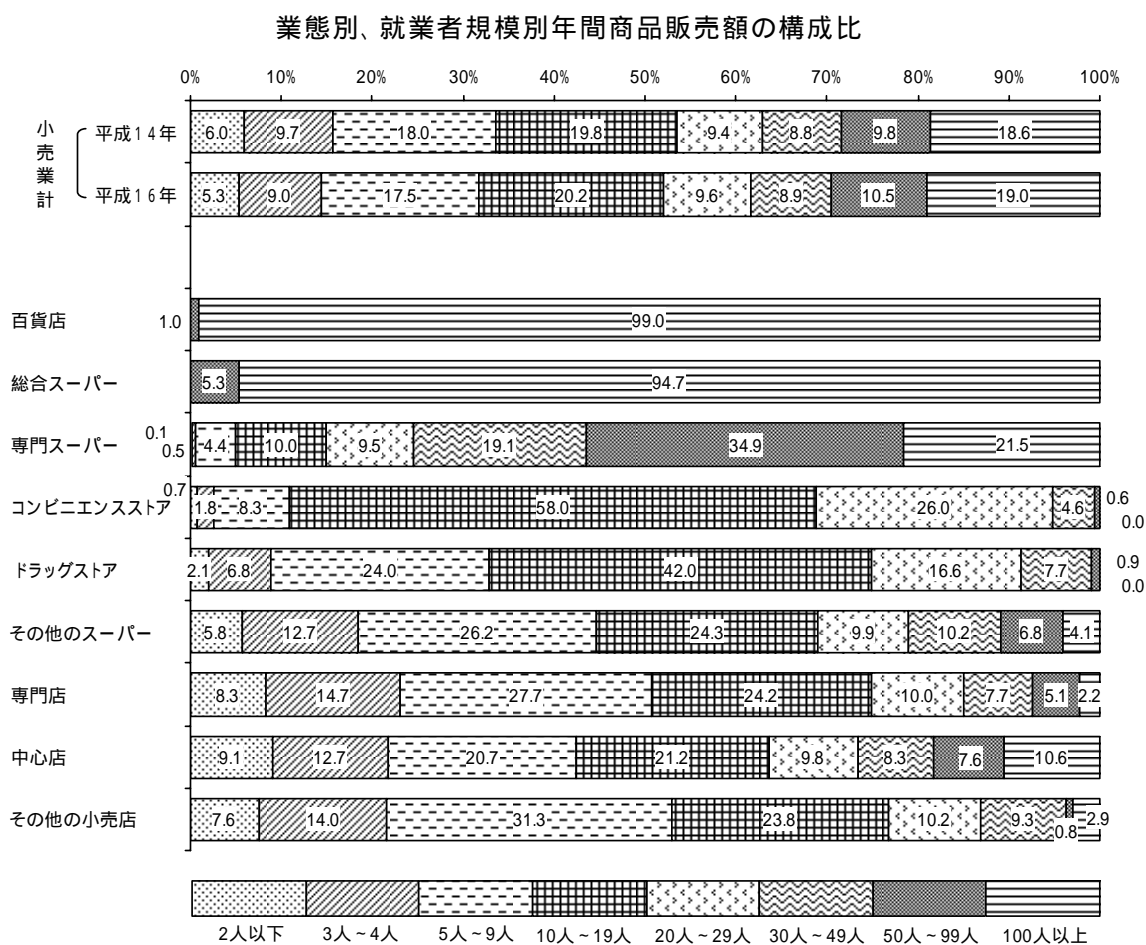
業態別、経営組織別の年間商品販売額

業態別	年間商品販売額												
	計			法人事業所					個人事業所				
	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前年比(%) 16年/14年	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	構成比(%) 平成14年	平成16年	前年比(%) 16年/14年	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	構成比(%) 平成14年	平成16年	前年比(%) 16年/14年
小売業計	135,109,295	133,278,631	▲ 1.4	119,578,641	119,508,200	100.0	100.0	▲ 0.1	15,530,654	13,770,431	100.0	100.0	▲ 11.3
1. 百貨店	8,426,888	8,002,348	▲ 5.0	8,426,888	8,002,348	7.0	6.7	▲ 5.0	0	0	0.0	0.0	-
(1) 大型百貨店	8,055,466	7,668,578	▲ 4.8	8,055,466	7,668,578	6.7	6.4	▲ 4.8	0	0	0.0	0.0	-
(2) その他の百貨店	371,422	333,770	▲ 10.1	371,422	333,770	0.3	0.3	▲ 10.1	0	0	0.0	0.0	-
2. 総合スーパー	8,515,119	8,406,380	▲ 1.3	8,515,119	8,406,380	7.1	7.0	▲ 1.3	0	0	0.0	0.0	-
(1) 大型総合スーパー	8,061,796	7,949,605	▲ 1.4	8,061,796	7,949,605	6.7	6.7	▲ 1.4	0	0	0.0	0.0	-
(2) 中型総合スーパー	453,323	456,775	0.8	453,323	456,775	0.4	0.4	0.8	0	0	0.0	0.0	-
3. 専門スーパー	23,630,467	24,101,939	2.0	23,474,331	23,995,932	19.6	20.1	2.2	156,137	106,006	1.0	0.8	▲ 32.1
(1) 衣料品スーパー	1,583,349	1,544,566	▲ 2.4	1,561,382	1,525,732	1.3	1.3	▲ 2.3	21,967	18,824	0.1	0.1	▲ 14.3
(2) 食料品スーパー	15,903,759	17,046,994	7.2	15,794,796	16,979,311	13.2	14.2	7.5	108,963	67,683	0.7	0.5	▲ 37.9
(3) 住関連スーパー	6,143,359	5,510,389	▲ 10.3	6,118,153	5,490,890	5.1	4.6	▲ 10.3	25,206	19,500	0.2	0.1	▲ 22.6
うちホームセンター	3,075,939	3,141,257	2.1	3,070,623	3,137,501	2.6	2.6	2.2	5,316	3,756	0.0	0.0	▲ 29.3
4. コンビニエンスストア	6,713,687	6,922,202	3.1	4,075,513	4,157,177	3.4	3.5	2.0	2,638,174	2,765,025	17.0	20.1	4.8
うち終日営業店	5,718,584	6,079,435	6.3	3,373,167	3,538,202	2.8	3.0	4.9	2,345,418	2,541,233	15.1	18.5	8.3
5. ドラッグストア	2,494,944	2,587,834	3.7	2,381,526	2,517,184	2.0	2.1	5.7	113,418	70,650	0.7	0.5	▲ 37.7
6. その他のスーパー	6,491,695	5,480,581	▲ 15.6	5,550,484	4,760,258	4.6	4.0	▲ 14.2	941,210	720,323	6.1	5.2	▲ 23.5
うち各種商品取扱店	191,328	227,569	18.9	187,233	224,479	0.2	0.2	19.9	4,095	3,089	0.0	0.0	▲ 24.6
7. 専門店 + 8. 中心店	78,606,747	77,548,705	▲ 1.3	66,946,442	67,466,256	56.0	56.5	0.8	11,660,305	10,082,450	75.1	73.2	▲ 13.5
(1) 衣料品専門店 + 中心店	8,640,724	8,962,964	3.7	7,401,437	7,903,834	6.2	6.6	6.8	1,239,287	1,059,130	8.0	7.7	▲ 14.5
(2) 食料品専門店 + 中心店	14,187,365	13,386,718	▲ 5.6	10,090,370	9,922,601	8.4	8.3	▲ 1.7	4,096,995	3,464,117	26.4	25.2	▲ 15.4
(3) 住関連専門店 + 中心店	55,778,660	55,199,024	▲ 1.0	49,454,636	49,639,820	41.4	41.5	0.4	6,324,023	5,559,203	40.7	40.4	▲ 12.1
7. 専門店	52,414,700	49,970,253	...	44,915,969	43,567,025	37.6	36.5	...	7,498,731	6,403,228	48.3	46.5	...
(1) 衣料品専門店	4,411,983	3,972,502	...	3,715,165	3,422,180	3.1	2.9	...	696,818	550,322	4.5	4.0	...
(2) 食料品専門店	7,410,264	7,023,157	...	5,274,079	5,204,758	4.4	4.4	...	2,136,185	1,818,399	13.8	13.2	...
(3) 住関連専門店	40,592,454	38,974,594	...	35,926,725	34,940,087	30.0	29.2	...	4,665,728	4,034,507	30.0	29.3	...
8. 中心店	26,192,047	27,578,452	...	22,030,473	23,899,231	18.4	20.0	...	4,161,574	3,679,222	26.8	26.7	...
(1) 衣料品中心店	4,228,741	4,990,462	...	3,686,272	4,481,654	3.1	3.8	...	542,469	508,808	3.5	3.7	...
(2) 食料品中心店	6,777,101	6,363,561	...	4,816,291	4,717,843	4.0	3.9	...	1,960,810	1,645,718	12.6	12.0	...
(3) 住関連中心店	15,186,206	16,224,430	...	13,527,911	14,699,733	11.3	12.3	...	1,658,295	1,524,696	10.7	11.1	...
9. その他の小売店	229,748	228,642	▲ 0.5	208,338	202,666	0.2	0.2	▲ 2.7	21,410	25,976	0.1	0.2	21.3
うち各種商品取扱店	174,284	228,642	31.2	154,743	202,666	0.1	0.2	31.0	19,541	25,976	0.1	0.2	32.9

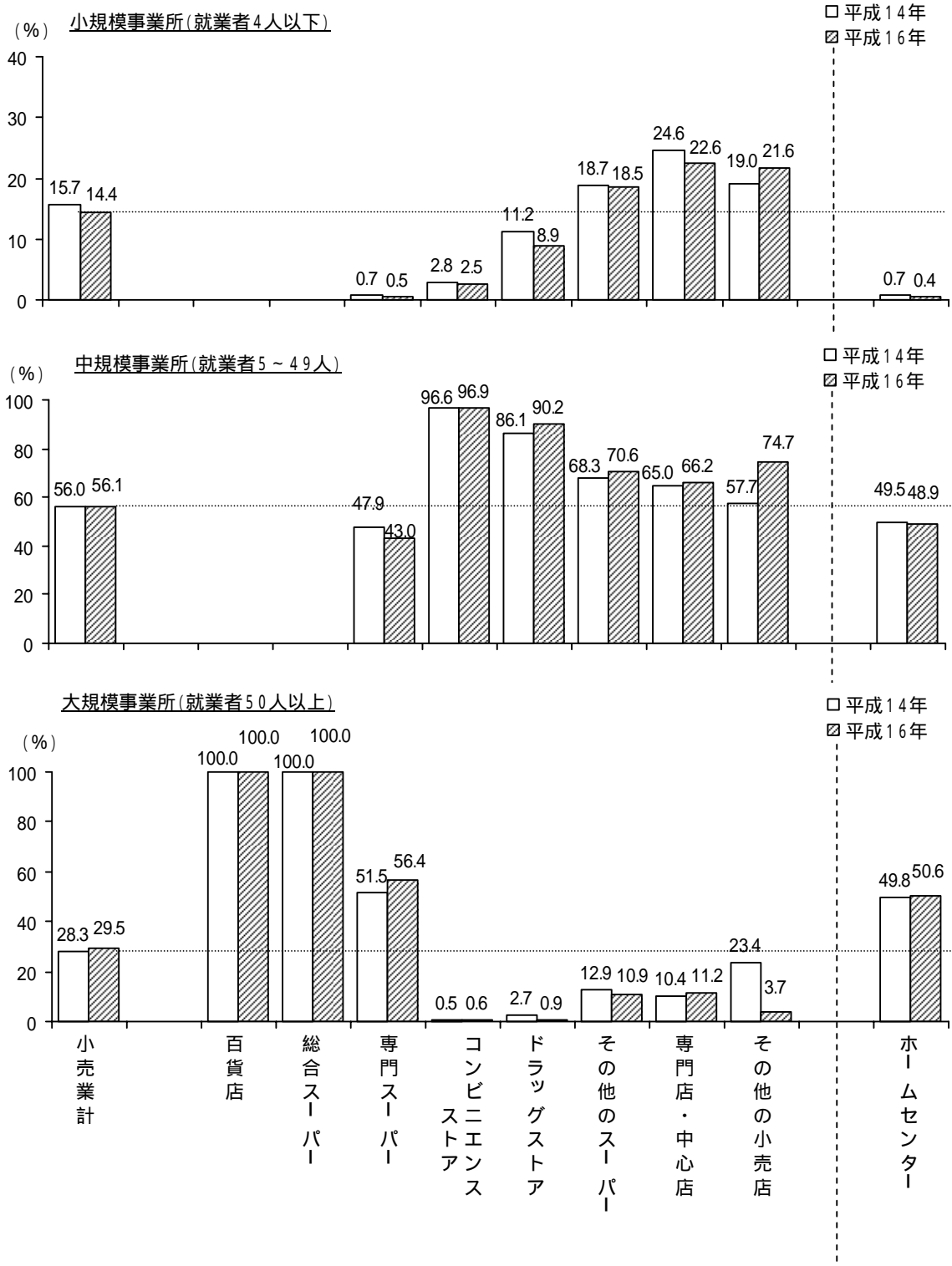
(3) 就業者規模別の年間商品販売額

就業者規模別にみると、百貨店、総合スーパーの年間商品販売額は、就業者100人以上規模の事業所がそれぞれ9割以上を占めている。専門スーパーは、事業所数では大規模事業所（就業者50人以上）の割合が2割と低いものの、年間商品販売額では5割超を占め、他の業態に比べ大規模事業所の販売額割合が高くなっている。コンビニエンスストアの年間商品販売額は、10人～19人規模で6割近くを占めるなど、中規模事業所（就業者5人～49人）の割合が9割超と高く、ドラッグストアも中規模事業所の割合が9割を超える構成比となっている。また、その他の小売店（構成比74.7%）、その他のスーパー（同70.6%）、専門店（同69.6%）、中心店（同59.9%）のいずれにおいても中規模事業所の販売額割合が過半を占め、事業所数の多い小規模事業所（就業者4人以下）の販売額割合は最も高い専門店でも23%にとどまっている。

なお、構成比を前回と比べると、小規模事業所の販売額割合はその他の小売店を除いて、いずれの業態も縮小している。



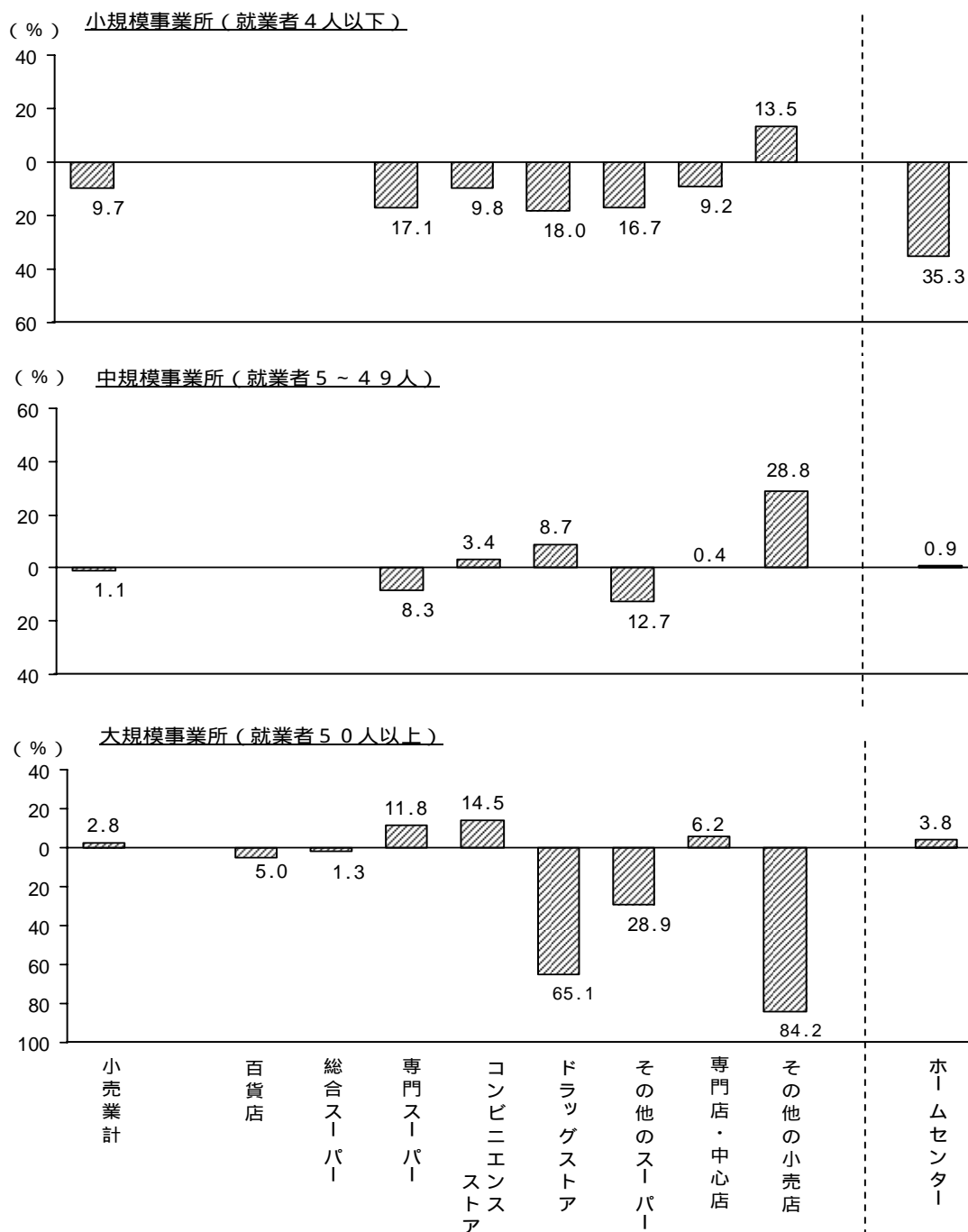
就業者規模別にみた業態別、年間商品販売額構成比の比較



小・中・大規模事業所別に年間商品販売額の前回比をみると、大規模事業所（就業者50人以上）は増加となったものの、小規模事業所（就業者4人以下）、中規模事業所（就業者5～49人）はいずれも減少となっている。これを業態別にみると、その他のスーパーでは、いずれの規模においても減少となっている。専門店・中心店、コンビニエンスストアでは、中・大規模事業所で増加、小規模事業所で減少、専門スーパーでは、小・中規模事業所で減少、大規模事業所で増加、ドラッグストアは小・大規模事業所で減少、中規模事業所では増加となっている。

なお、住関連専門スーパーの内数であるホームセンターでは、小規模事業所で大幅な減少となっているものの、中・大規模事業所は増加となっている。

業態別、就業者規模別年間商品販売額の前回比



3. 業態別にみた就業者数

～ 臨時雇用者、派遣・下請受入者が拡大傾向 ～

(1) 業態別の就業者数

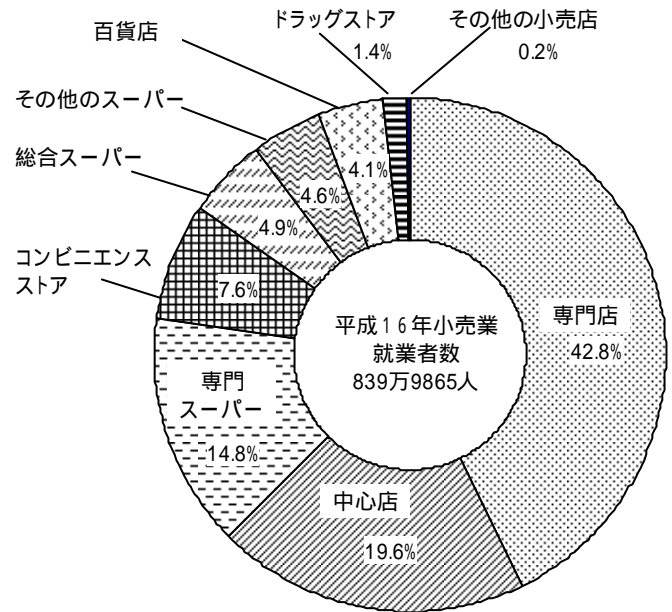
平成16年調査における小売事業所の就業者数（派遣・下請出向者数を含む。以下同じ。）は、840万人、前回比 0.5%の減少であった。

業態別にみると、専門店が359万5千人（小売業全体の42.8%）と最も多く、次いで中心店が164万3千人（同19.6%）、専門スーパーが124万1千人（同14.8%）の順で、これら3業態では就業者数がそれぞれ100万人を超えている。

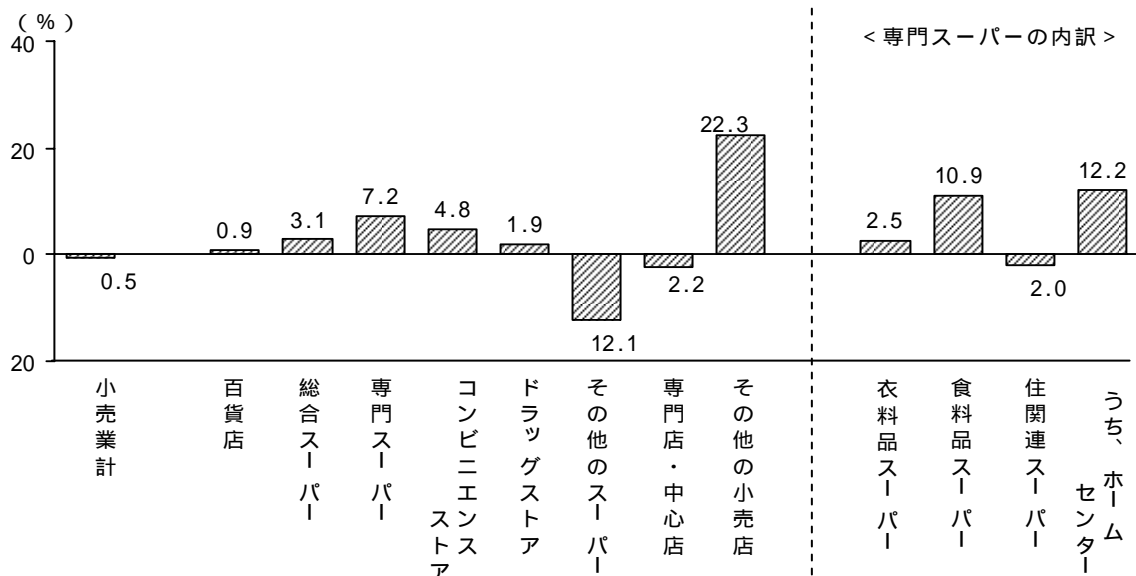
以下、コンビニエンスストアが64万2千人（同7.6%）、総合スーパーが41万人（同4.9%）、その他のスーパーが38万8千人（同4.6%）、百貨店が34万7千人（同4.1%）、ドラッグストアが11万8千人（同1.4%）、その他の小売店が1万4千人（同0.2%）となっている。

前回比をみると、専門店・中心店（前回比 2.2%減）、その他のスーパー（同 12.1%減）の2業態が減少となったほかは、専門スーパー（同 7.2%増）、総合スーパー（同 3.1%増）、コンビニエンスストア（同 4.8%増）、ドラッグストア（同 1.9%増）、その他の小売店（同 22.3%増）などすべての業態で増加となっている。増加した業態は事業所の大型化、営業時間の長時間化に加え、臨時雇用者、派遣・下請受入者の増加が目立つ。

業態別就業者数の構成比

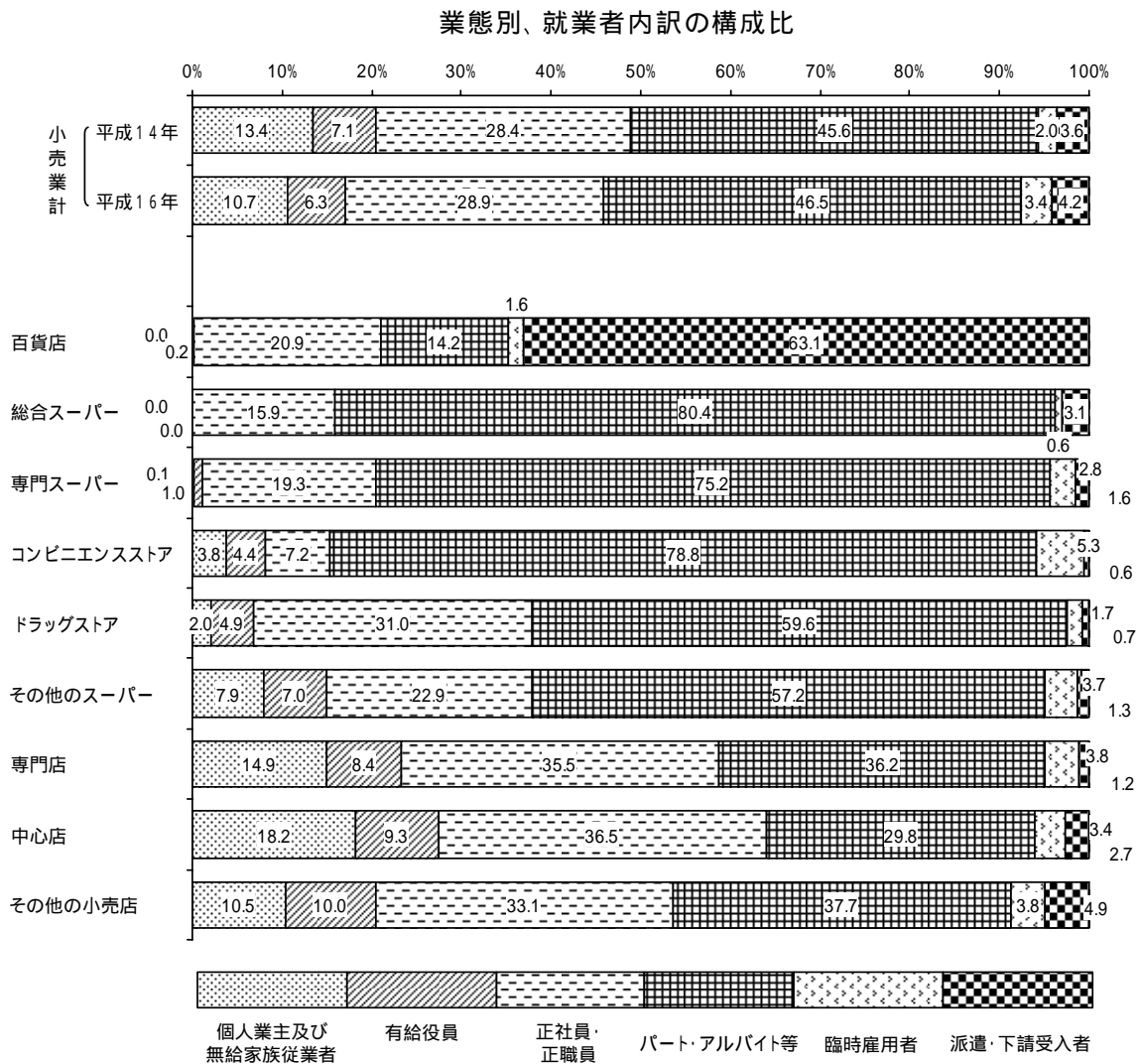


業態別就業者数の前回比



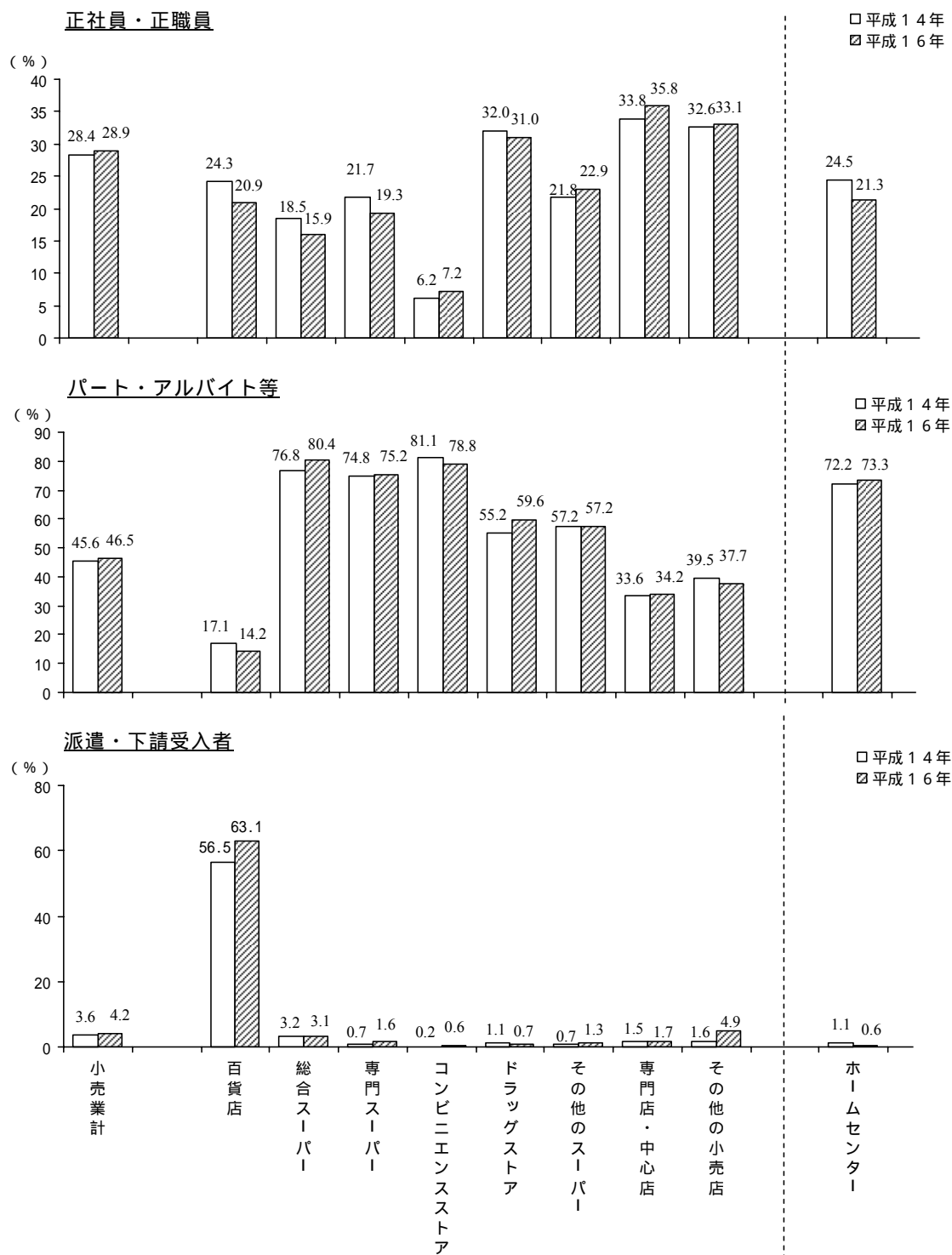
(注) 就業者数は、従業者数に臨時雇用者数及び派遣・下請受入者数を加えたものである。従って本概況の数値は、統計表とは異なる。

業態別就業者数の内訳をみると、百貨店は6割超が派遣・下請受入者であり、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストアではパート・アルバイト等が7～8割を、ドラッグストア、その他のスーパーでも過半を占めている。専門店、中心店、その他の小売店では、個人業主及び無給家族従業者が1割超と他の業態に比べ高い割合となっている。



前回と比べると、正社員・正職員の割合は、コンビニエンスストア、専門店・中心店などでは拡大、パート・アルバイト等は百貨店、コンビニエンスストア、その他の小売店を除いたすべての業態で拡大している。また、割合は少ないものの、各業態で、臨時雇用者、派遣・下請受入者の拡大が目立つ。

業態別就業者数の内訳構成比の比較



業態別就業者数及び前回比

業 態 別	就 業 者 数 (人)									
	計	従 業 者 数			常 用 雇 用 者			臨時 雇 用 者 数	派遣・下請 受 入 者 数	1事業所 当 た り の 就 業 者 数
		計	個人業主及 び無給家族 従業者	有給役員	計	正社員・ 正職員	パート・ アルバイト等			
小売業計	8,399,865	7,762,301	895,518	531,100	6,335,683	2,429,018	3,906,665	286,337	351,227	6.8
1. 百貨店	347,488	122,390	0	546	121,844	72,588	49,256	5,662	219,436	128.2
(1)大型百貨店	341,853	117,424	0	483	116,941	69,841	47,100	5,548	218,881	1238.6
(2)その他の百貨店	5,635	4,966	0	63	4,903	2,747	2,156	114	555	176.1
2. 総合スーパー	410,056	394,937	0	111	394,826	65,101	329,725	2,368	12,751	244.8
(1)大型総合スーパー	387,814	374,098	0	78	374,020	61,598	312,422	2,322	11,394	259.2
(2)中型総合スーパー	22,242	20,839	0	33	20,806	3,503	17,303	46	1,357	124.3
3. 専門スーパー	1,241,214	1,186,706	1,413	12,301	1,172,992	239,879	933,113	35,195	19,313	34.3
(1)衣料品スーパー	82,366	75,333	333	1,409	73,591	13,436	60,155	941	6,092	13.7
(2)食料品スーパー	884,278	850,599	634	7,603	842,362	162,920	679,442	23,097	10,582	47.8
(3)住関連スーパー	274,570	260,774	446	3,289	257,039	63,523	193,516	11,157	2,639	23.4
うちホームセンター	144,592	137,898	100	918	136,880	30,840	106,040	5,846	848	30.4
4. コンビニエンスストア	642,147	604,560	24,514	27,954	552,092	46,283	505,809	34,020	3,567	15.0
うち終日営業店	568,670	535,302	19,629	21,852	493,821	36,559	457,262	30,767	2,601	16.5
5. ドラッグストア	118,368	115,432	2,411	5,767	107,254	36,714	70,540	2,057	879	9.0
6. その他のスーパー	388,200	368,627	30,707	27,106	310,814	88,779	222,035	14,535	5,038	6.9
うち各種商品取扱店	10,545	9,803	109	206	9,488	2,315	7,173	665	77	13.5
7. 専門店+8. 中心店	5,238,645	4,957,099	835,025	455,944	3,666,130	1,875,124	1,791,006	191,981	89,565	4.8
(1)衣料品専門店+中心店	636,614	588,583	107,099	61,717	419,767	217,177	202,590	19,414	28,617	3.8
(2)食料品専門店+中心店	1,480,815	1,399,367	317,064	97,932	984,371	350,153	634,218	62,154	19,294	4.6
(3)住関連専門店+中心店	3,121,216	2,969,149	410,862	296,295	2,261,992	1,307,794	954,198	110,413	41,654	5.2
7. 専門店	3,595,301	3,415,173	536,048	303,761	2,575,364	1,274,772	1,300,592	135,648	44,480	4.9
(1)衣料品専門店	320,906	305,623	61,474	31,804	212,345	109,795	102,550	10,071	5,212	3.4
(2)食料品専門店	940,382	890,902	178,118	59,182	653,602	222,082	431,520	39,935	9,545	4.9
(3)住関連専門店	2,334,013	2,218,648	296,456	212,775	1,709,417	942,895	766,522	85,642	29,723	5.3
8. 中心店	1,643,344	1,541,926	298,977	152,183	1,090,766	600,352	490,414	56,333	45,085	4.6
(1)衣料品中心店	315,708	282,960	45,625	29,913	207,422	107,382	100,040	9,343	23,405	4.5
(2)食料品中心店	540,433	508,465	138,946	38,750	330,769	128,071	202,698	22,219	9,749	4.1
(3)住関連中心店	787,203	750,501	114,406	83,520	552,575	364,899	187,676	24,771	11,931	5.1
9. その他の小売店	13,747	12,550	1,448	1,371	9,731	4,550	5,181	519	678	5.1
うち各種商品取扱店	13,747	12,550	1,448	1,371	9,731	4,550	5,181	519	678	5.1

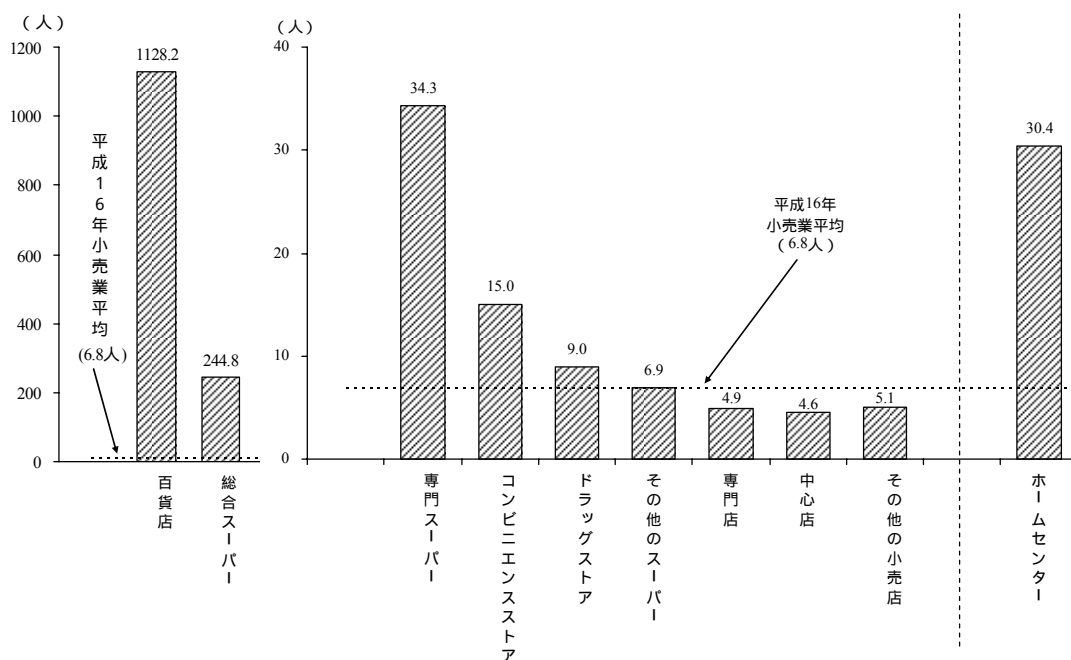
業 態 別	前 回 比 (%)									
	計	従 業 者 数			常 用 雇 用 者			臨時 雇 用 者 数	派遣・下請 受 入 者 数	1事業所 当 た り の 就 業 者 数
		計	個人業主及 び無給家族 従業者	有給役員	計	正社員・ 正職員	パート・ アルバイト等			
小売業計	▲ 0.5	▲ 2.6	▲ 21.1	▲ 10.8	1.5	1.5	1.5	70.7	17.1	-
1. 百貨店	0.9	▲ 14.7	-	▲ 13.6	▲ 14.7	▲ 13.4	▲ 16.6	▲ 8.2	12.6	-
(1)大型百貨店	1.7	▲ 13.6	-	▲ 15.0	▲ 13.6	▲ 13.5	▲ 13.8	▲ 9.8	12.9	-
(2)その他の百貨店	▲ 33.9	▲ 34.2	-	▲ 1.6	▲ 34.5	▲ 10.8	▲ 51.0	570.6	▲ 42.1	-
2. 総合スーパー	3.1	4.1	-	▲ 9.0	4.1	▲ 11.8	7.9	▲ 57.5	0.4	-
(1)大型総合スーパー	2.8	4.0	-	▲ 3.7	4.0	▲ 11.9	7.9	▲ 55.6	▲ 7.4	-
(2)中型総合スーパー	7.3	4.2	-	▲ 19.5	4.3	▲ 10.3	7.8	▲ 86.3	238.4	-
3. 専門スーパー	7.2	4.6	▲ 33.4	▲ 16.5	5.0	▲ 4.4	7.7	128.4	125.2	-
(1)衣料品スーパー	2.5	▲ 3.0	▲ 26.0	▲ 31.8	▲ 2.1	▲ 12.8	0.6	14.8	224.6	-
(2)食料品スーパー	10.9	8.7	▲ 42.6	▲ 6.7	8.9	0.5	11.1	118.3	146.6	-
(3)住関連スーパー	▲ 2.0	▲ 4.8	▲ 21.5	▲ 27.3	▲ 4.3	▲ 13.7	▲ 0.8	178.4	9.6	-
うちホームセンター	12.2	9.7	▲ 20.6	▲ 14.7	9.9	▲ 2.1	14.0	244.7	▲ 40.1	-
4. コンビニエンスストア	4.8	1.4	▲ 21.0	▲ 7.7	3.2	22.0	1.7	127.5	170.2	-
うち終日営業店	7.3	3.8	▲ 15.6	▲ 3.1	5.1	29.1	3.5	134.1	203.1	-
5. ドラッグストア	1.9	1.3	▲ 47.2	▲ 29.4	6.0	▲ 1.1	10.1	116.5	▲ 29.2	-
6. その他のスーパー	▲ 12.1	▲ 14.2	▲ 33.4	▲ 21.7	▲ 10.9	▲ 7.9	▲ 12.1	68.0	65.0	-
うち各種商品取扱店	17.5	12.6	▲ 29.2	▲ 28.5	14.8	8.1	17.1	295.8	▲ 20.6	-
7. 専門店+8. 中心店	▲ 2.2	▲ 4.0	▲ 20.5	▲ 9.9	1.6	3.6	▲ 0.4	66.1	14.6	-
(1)衣料品専門店+中心店	0.4	▲ 1.2	▲ 18.8	▲ 11.1	6.4	7.7	5.0	85.6	2.9	-
(2)食料品専門店+中心店	▲ 2.8	▲ 4.4	▲ 21.0	▲ 12.1	3.6	10.1	0.3	54.6	▲ 7.5	-
(3)住関連専門店+中心店	▲ 2.5	▲ 4.4	▲ 20.4	▲ 8.9	▲ 0.1	1.3	▲ 2.0	70.0	41.1	-
7. 専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(1)衣料品専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(2)食料品専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(3)住関連専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8. 中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(1)衣料品中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(2)食料品中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(3)住関連中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9. その他の小売店	22.3	17.7	▲ 1.0	24.3	20.2	24.1	16.9	32.4	274.6	-
うち各種商品取扱店	36.2	31.7	12.4	28.1	35.7	37.4	34.3	33.1	278.8	-

(2) 1事業所当たりの就業者数

小売業の1事業所当たりの就業者数は、6.8人であった。

業態別にみると、百貨店が1128.2人と群を抜いて多く、次いで総合スーパーが244.8人となっている。なお、百貨店の1事業所当たりの就業者数のうち、6割超は派遣・下請受入者である。以下、専門スーパー(34.3人)、コンビニエンスストア(15.0人)、ドラッグストア(9.0人)の順となっている。なお、住関連スーパーの内数であるホームセンターは30.4人となっている。

業態別1事業所当たりの就業者数



4. 業態別にみた売場面積

～ 1事業所当たりの売場面積は拡大 ～

(1) 業態別の売場面積

平成16年調査における小売事業所の売場面積(注)は、1億4413万㎡、前回比2.5%の増加であった。

(注) 売場面積は、以下については調査を行っていない。

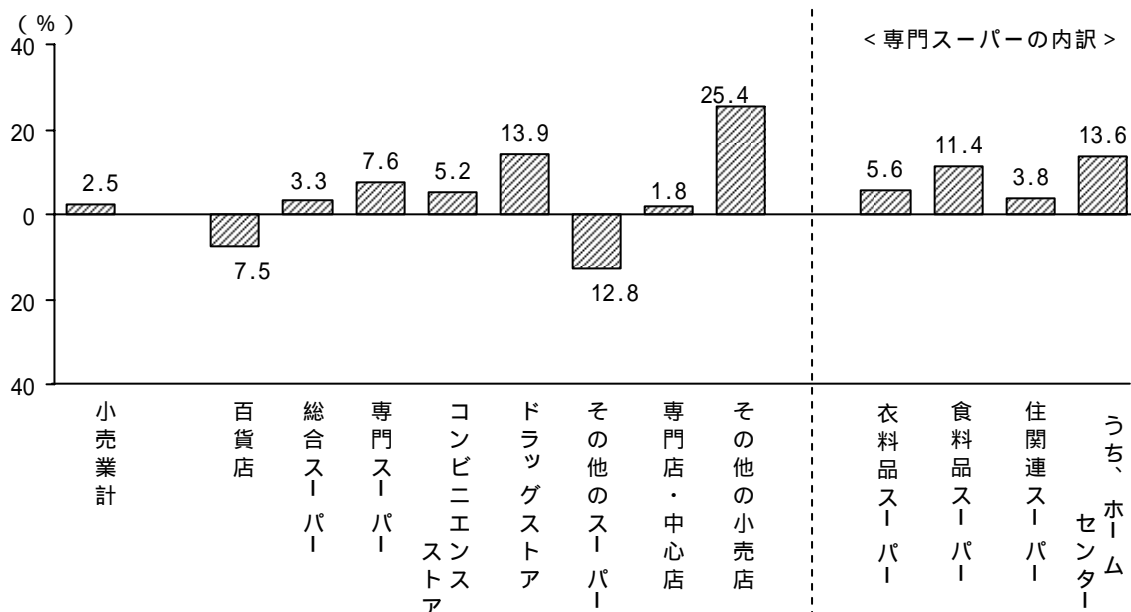
牛乳小売業、自動車小売業(新車・中古)、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業を営む事業所

業態別にみると、専門店が4279万㎡(小売業全体の29.7%)と最も多く、次いで専門スーパーが3740万2千㎡(同26.0%)、中心店が2646万8千㎡(同18.4%)、総合スーパーが1519万1千㎡(同10.5%)の順で、これら4業態で売場面積全体の8割超を占めている。

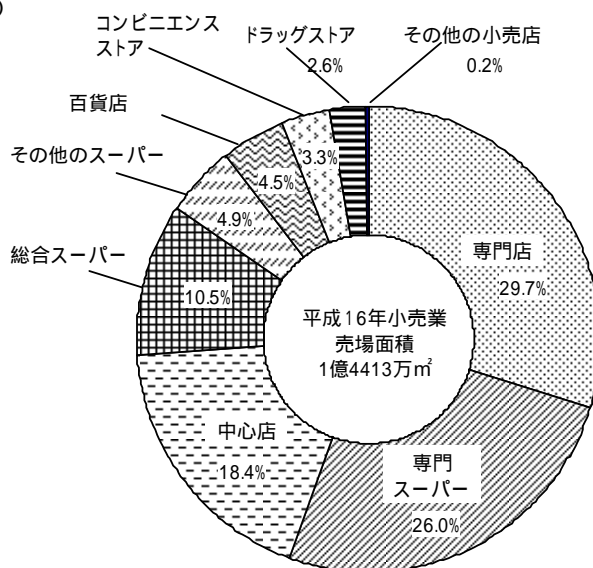
以下、その他のスーパーが709万㎡(同4.9%)、百貨店が647万2千㎡(同4.5%)、コンビニエンスストアが471万5千㎡(同3.3%)、ドラッグストアが367万6千㎡(同2.6%)、その他の小売店が32万3千㎡(同0.2%)となっている。

前回比をみると、百貨店(前回比7.5%減)、その他のスーパー(同12.8%減)が減少となったほかは、専門スーパー(同7.6%増)が店舗の大型化や食品スーパーの新設などから、専門店・中心店(同1.8%増)が店舗の大型化、ドラッグストア(同13.9%増)が大型店の新設などからそれぞれ増加となり、総合スーパー(同3.3%増)、コンビニエンスストア(同5.2%増)、その他の小売店(25.4%増)も増加であった。なお、住関連スーパーの内数であるホームセンターは新規出店が多くみられたことなどから増加となっている。

業態別売場面積の前回比



売場面積の業態別構成比



(2) 1事業所当たりの売場面積

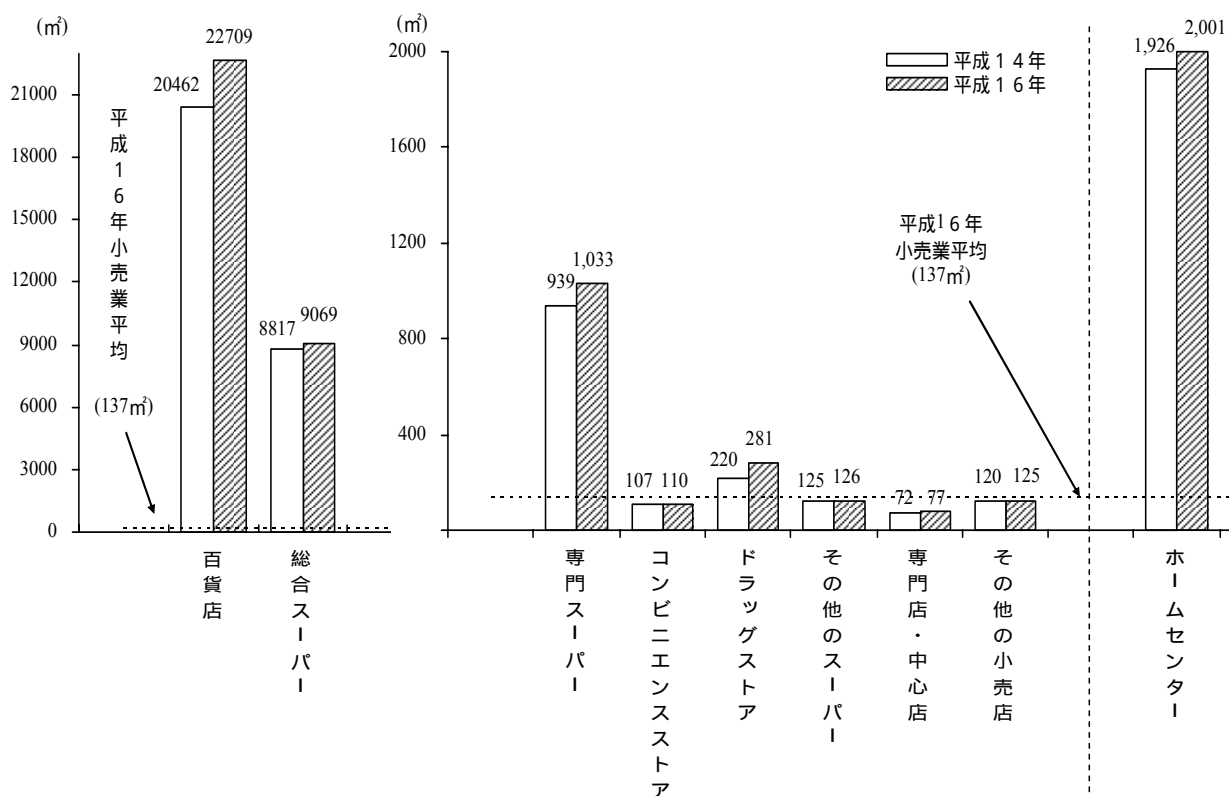
小売業の1事業所当たりの売場面積(注)は137㎡、前回比7.9%増(前回差10㎡増)と引き続き増加となった。

業態別にみると、百貨店(2万2709㎡)が圧倒的に大きく、次いで総合スーパー(9069㎡)、専門スーパー(1033㎡)、ドラッグストア(281㎡)の順となっている。

業態別にみると、すべての業態で1事業所当たりの売場面積は増加しており、なかでも百貨店(前回差2005㎡増)、総合スーパー(同273㎡増)で店舗の大型化が進展している。また、ドラッグストアでは大型店の出店などから、前回比27.7%増(同61㎡増)と大幅な増加となっている。

(注)1事業所当たりの売場面積は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車小売業(新車・中古)、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業を営む事業所を除いて算出している。

業態別1事業所当たりの売場面積

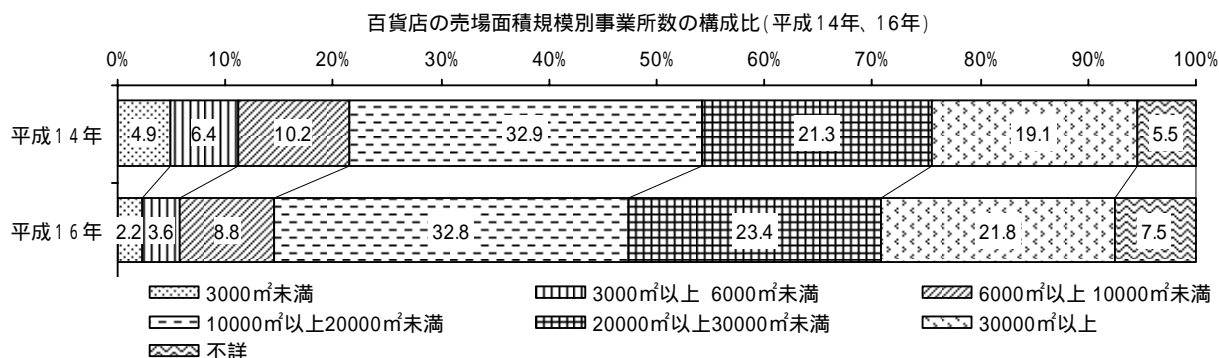


業態別売場面積及び1事業所当たりの売場面積

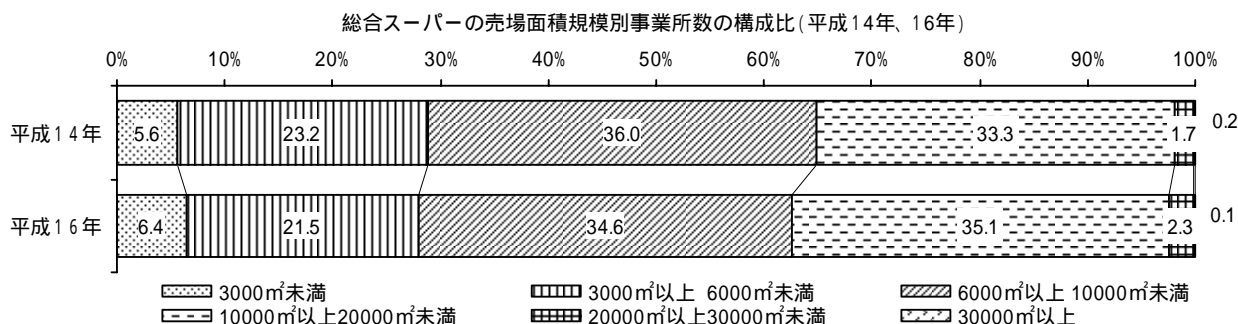
業 態 別	売場面積					1事業所当たりの売場面積			
	平成14年 (㎡)	平成16年 (㎡)	構成比(%)		前回比(%) 16年/14年	平成14年 (㎡)	平成16年 (㎡)	前回差(㎡) 16年-14年	前回比(%) 16年/14年
			平成14年	平成16年					
小売業計	140,619,288	144,128,517	100.0	100.0	2.5	127	137	10	7.9
1. 百貨店	6,998,065	6,472,113	5.0	4.5	▲ 7.5	20,704	22,709	2,005	9.7
(1) 大型百貨店	6,969,677	6,454,559	5.0	4.5	▲ 7.4	21,849	23,386	1,537	7.0
(2) その他の百貨店	28,388	17,554	0.0	0.0	▲ 38.2	1,494	1,950	456	30.5
2. 総合スーパー	14,706,536	15,191,303	10.5	10.5	3.3	8,796	9,069	273	3.1
(1) 大型総合スーパー	14,184,871	14,660,549	10.1	10.2	3.4	9,438	9,800	362	3.8
(2) 中型総合スーパー	521,665	530,754	0.4	0.4	1.7	3,087	2,965	▲ 122	▲ 4.0
3. 専門スーパー	34,769,510	37,402,230	24.7	26.0	7.6	939	1,033	94	10.0
(1) 衣料品スーパー	3,941,211	4,162,872	2.8	2.9	5.6	623	695	72	11.6
(2) 食料品スーパー	16,386,381	18,246,413	11.7	12.7	11.4	926	987	61	6.6
(3) 住関連スーパー	14,441,918	14,992,945	10.3	10.4	3.8	1,109	1,277	168	15.1
うちホームセンター	8,392,302	9,531,495	6.0	6.6	13.6	1,926	2,001	75	3.9
4. コンビニエンスストア	4,481,071	4,715,252	3.2	3.3	5.2	107	110	3	2.8
うち終日営業店	3,603,220	3,934,459	2.6	2.7	9.2	111	114	3	2.7
5. ドラッグストア	3,227,012	3,676,476	2.3	2.6	13.9	220	281	61	27.7
6. その他のスーパー	8,131,245	7,090,125	5.8	4.9	▲ 12.8	125	126	1	0.8
うち各種商品取扱店	312,876	367,371	0.2	0.3	17.4	400	470	70	17.5
7. 専門店 + 8. 中心店	68,048,572	69,258,370	48.4	48.1	1.8	72	77	5	6.9
(1) 衣料品専門店 + 中心店	14,073,483	14,758,295	10.0	10.2	4.9	84	91	7	8.3
(2) 食料品専門店 + 中心店	14,070,016	13,191,300	10.0	9.2	▲ 6.2	44	44	0	0.0
(3) 住関連専門店 + 中心店	39,905,073	41,308,775	28.4	28.7	3.5	87	94	7	8.0
7. 専門店	43,280,624	42,790,111	30.8	29.7	-	69	73	-	-
(1) 衣料品専門店	7,230,747	6,537,593	5.1	4.5	-	70	70	-	-
(2) 食料品専門店	6,864,983	6,409,871	4.9	4.4	-	37	38	-	-
(3) 住関連専門店	29,184,894	29,842,647	20.8	20.7	-	85	92	-	-
8. 中心店	24,767,948	26,468,259	17.6	18.4	-	78	85	-	-
(1) 衣料品中心店	6,842,736	8,220,702	4.9	5.7	-	107	119	-	-
(2) 食料品中心店	7,205,033	6,781,429	5.1	4.7	-	54	53	-	-
(3) 住関連中心店	10,720,179	11,466,128	7.6	8.0	-	91	99	-	-
9. その他の小売店	257,277	322,648	0.2	0.2	25.4	120	125	5	4.2
うち各種商品取扱店	221,523	322,648	0.2	0.2	45.6	111	125	14	12.6

(3) 売場面積規模別の状況

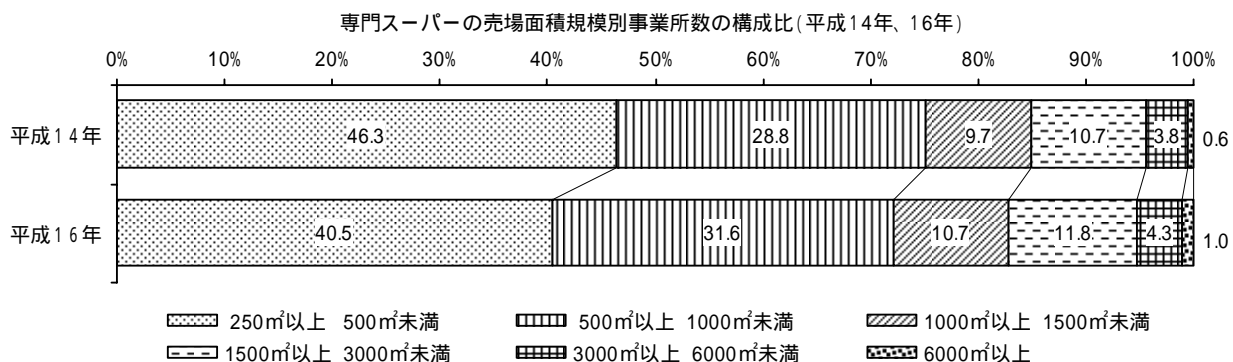
売場面積規模別に事業所数の構成比をみると、百貨店では1万㎡以上2万㎡未満の事業所が最も多く、1万㎡を超える大型百貨店が8割超を占めている。事業所数が減少するなか、2万㎡以上の事業所割合は拡大している。また、百貨店全体の1事業所当たり売場面積はすべての規模で増加となっている。



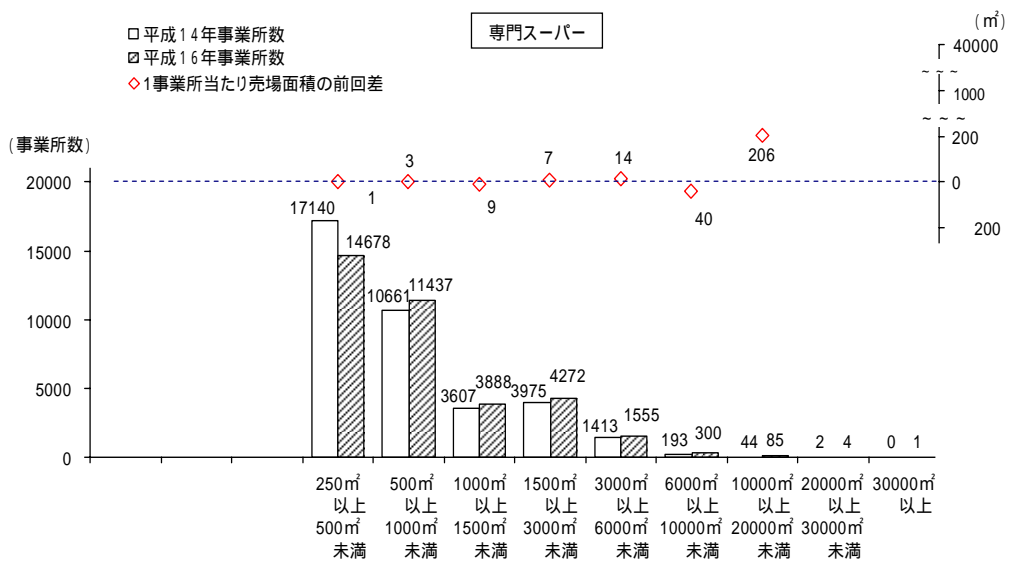
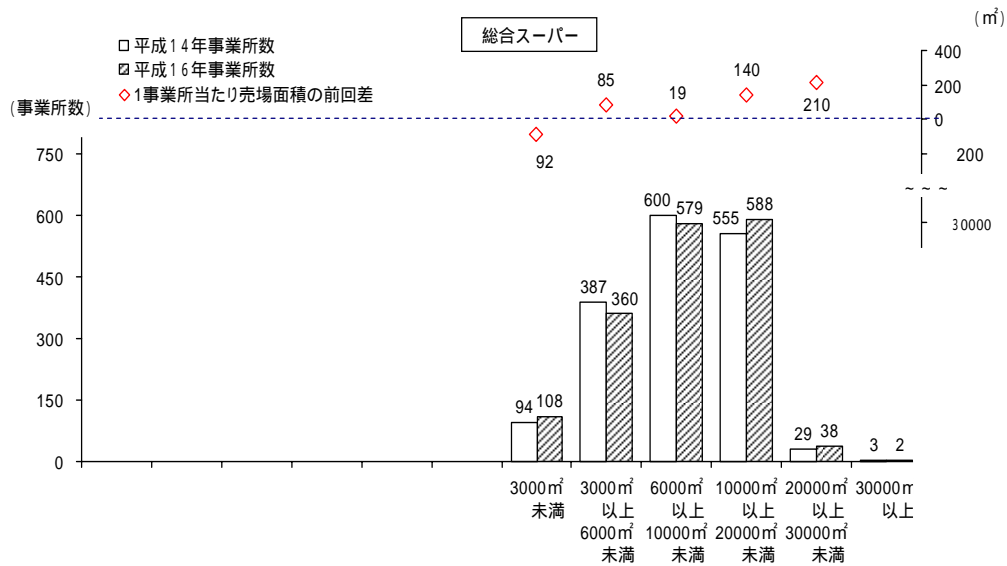
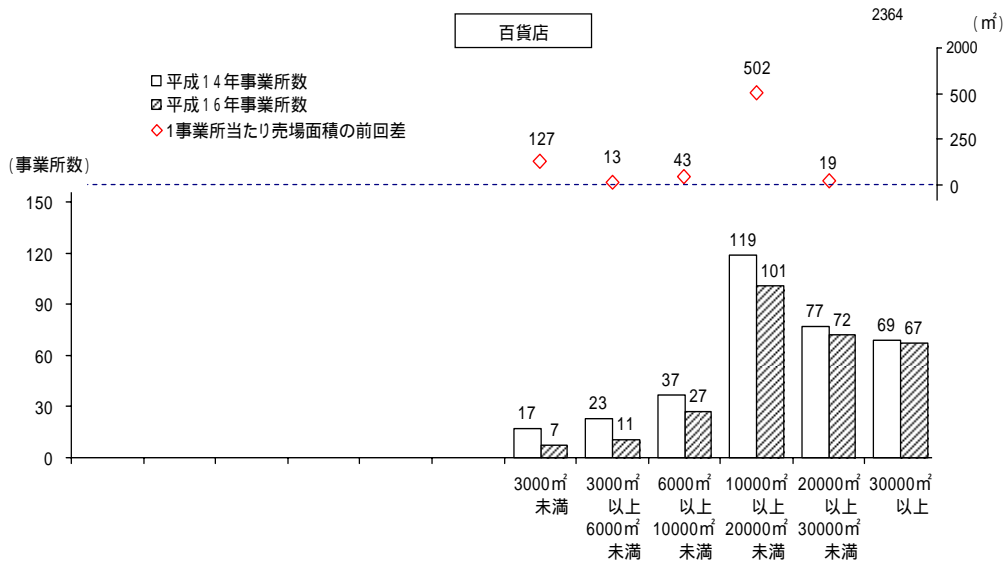
総合スーパーは、6千㎡以上の事業所が7割超を占めている。このうち、1万㎡以上2万㎡未満の事業所が最も多く、次いで6千㎡以上1万㎡未満の順となっている。前回と比べると、3千㎡未満及び、1万㎡~2万㎡の各規模では事業所が増加している。また、1事業所当たりの売場面積は、3千㎡未満規模及び3万㎡以上で減少しているものの、3千㎡~2万㎡の各規模では増加している。



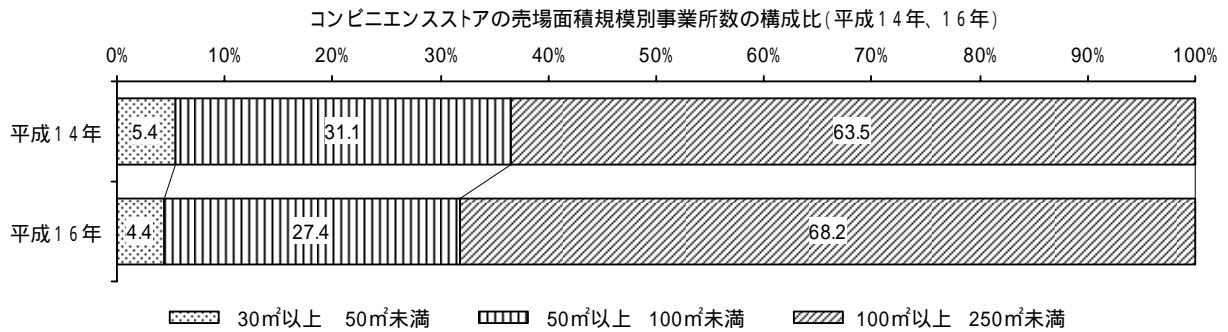
専門スーパーは、250㎡以上500㎡未満の事業所が引き続き最も多いものの、その割合は縮小となっている。前回と比べると、500㎡未満が大幅な減少となったものの、500㎡以上の規模はすべて増加となっている。1事業所当たりの売場面積は1万㎡以上の増加が目立つ。



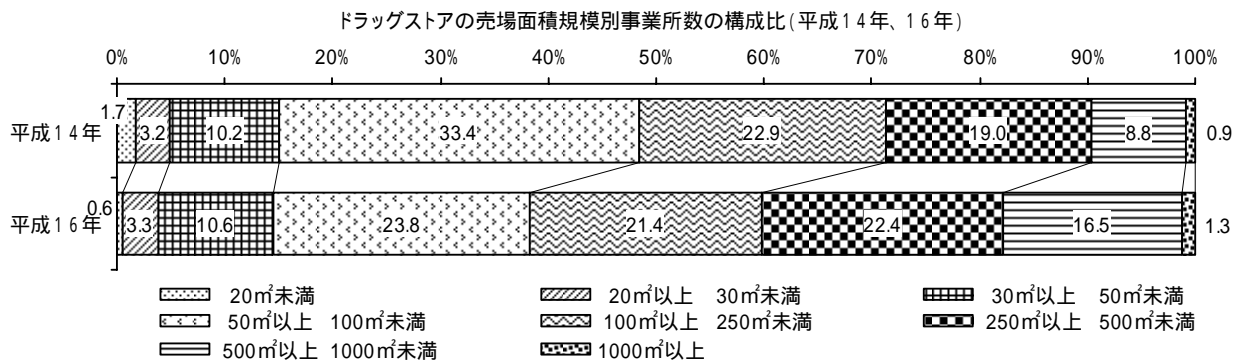
売場面積規模別にみた業態別事業所数(平成14年、16年)及び1事業所当たり売場面積の前回差



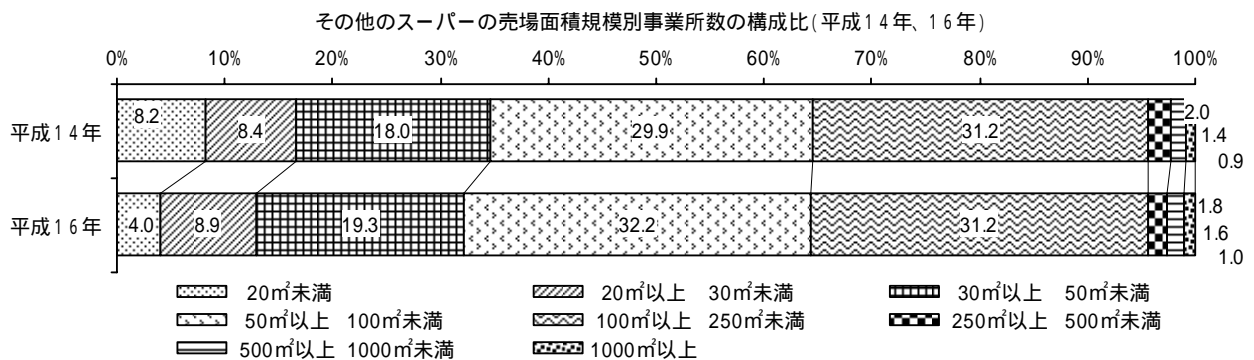
コンビニエンスストアは、100㎡以上 250㎡未満の事業所が7割弱を占め、その割合も拡大している。また、前回に比べても100㎡以上 250㎡未満の事業所は1割の増加となっている。なお、1事業所当たりの売場面積は前回に比べ大きな変化はみられない。



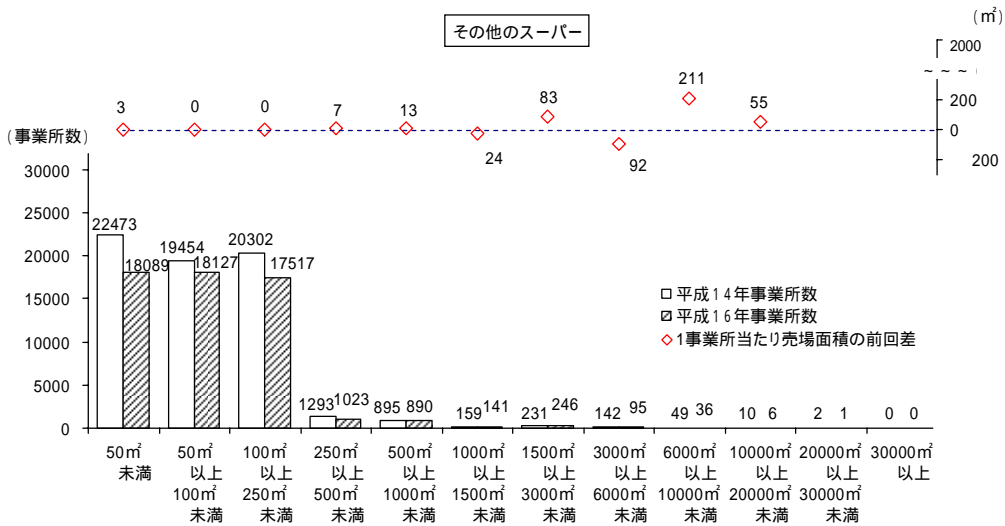
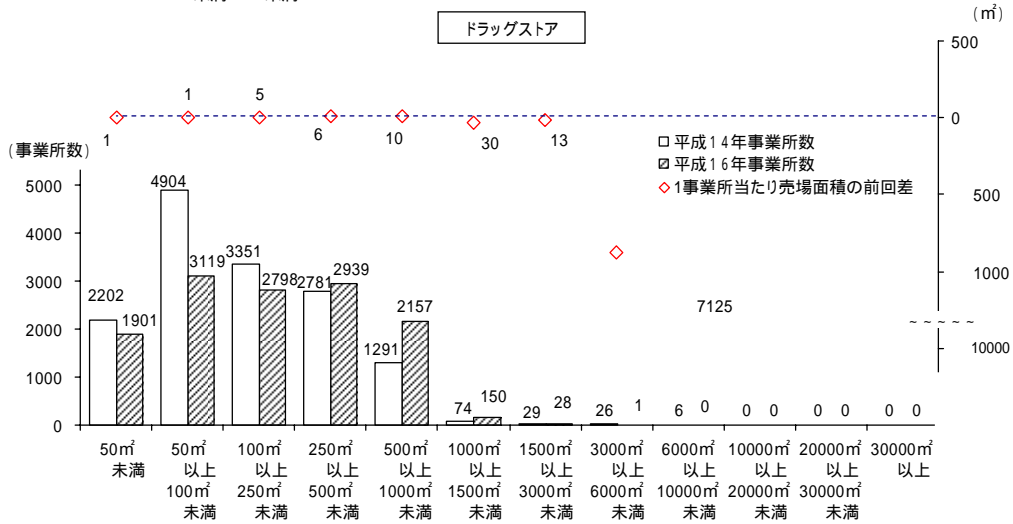
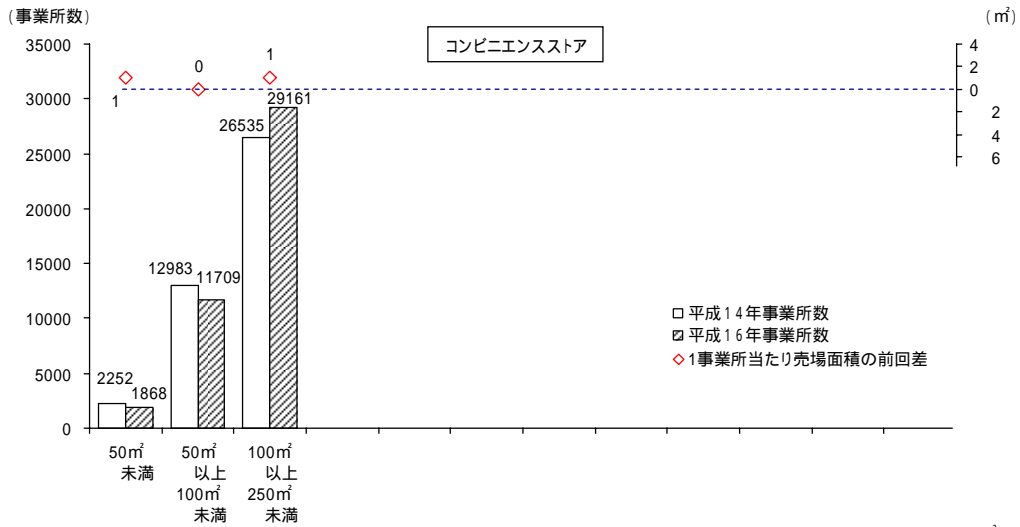
ドラッグストアは、50㎡以上 100㎡未満の割合が最も多くなっているものの、前回に比べその割合は10ポイント近く縮小している。次いで250㎡以上 500㎡未満、100㎡以上 250㎡未満の順で、500㎡未満の事業所が8割超を占めている。また、1事業所当たりの売場面積は、1000㎡以上の大型店で減少となっている。



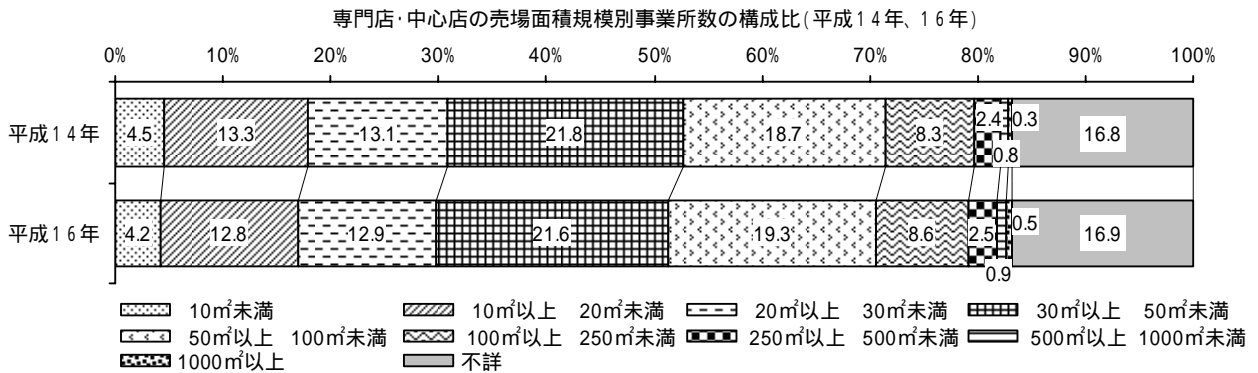
その他のスーパーは、30㎡～250㎡未満の中規模事業所で全体の8割超を占め、50㎡以上 100㎡未満、100㎡以上 250㎡未満では、それぞれ約3割超を占めている。前回と比べると、主力の250㎡未満の事業所の減少が目立つ。また、1事業所当たりの売場面積では、前回に比べ増加している規模が多い。



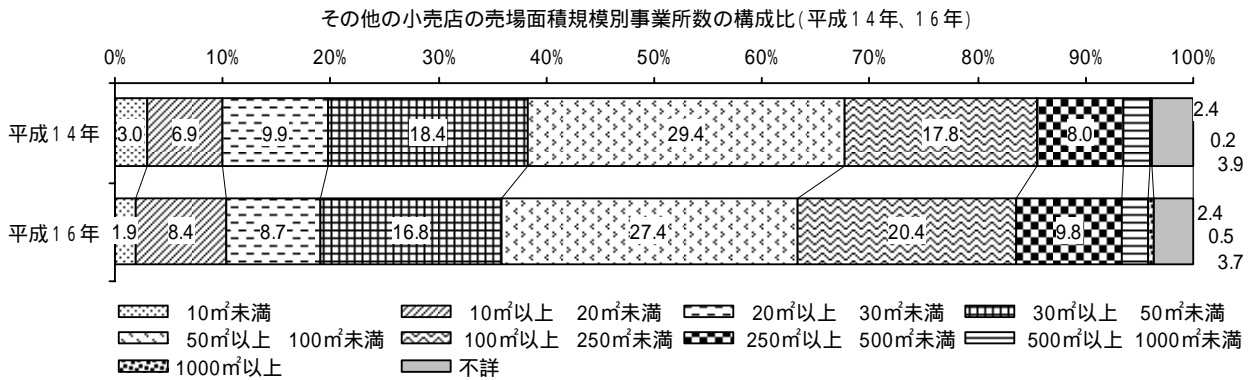
売場面積規模別にみた業態別事業所数(平成14年、16年)及び1事業所当たり売場面積の前回差



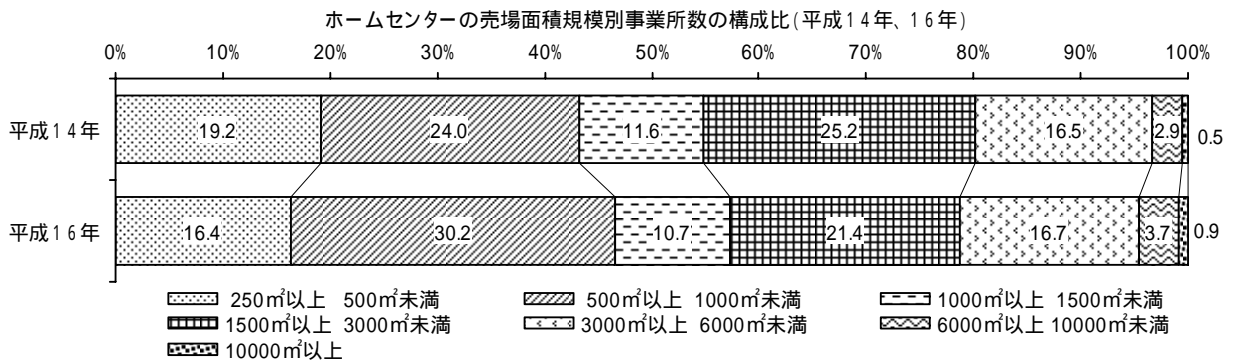
専門店・中心店は、30㎡以上50㎡未満の事業所が最も多く、50㎡未満の事業所が過半を占めている。前回と比べると、全体の8割強を占める500㎡未満の事業所はすべての規模で減少しているものの、500㎡以上の規模ではすべての規模で増加となっている。1事業所当たりの売場面積は、3万㎡以上の事業所で大きく増加となったほかは、大きな変化はみられない。



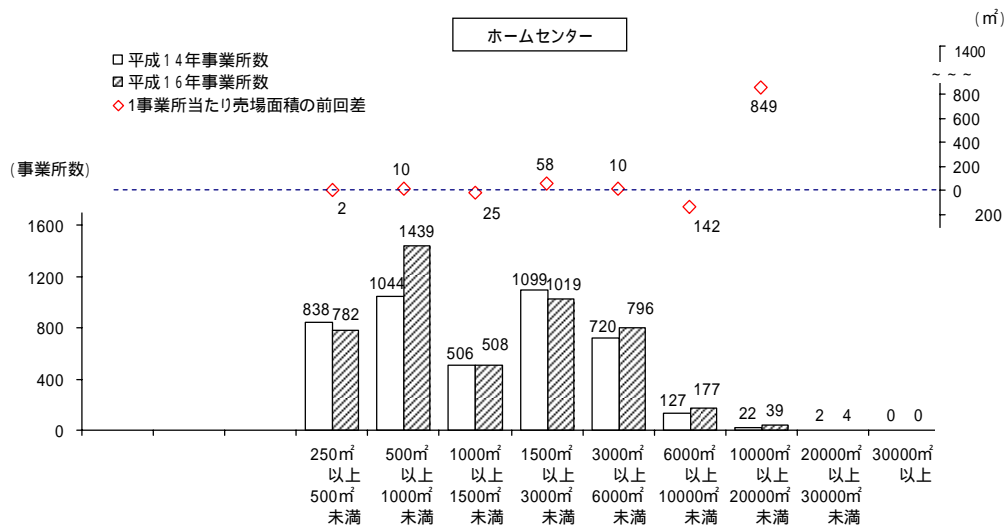
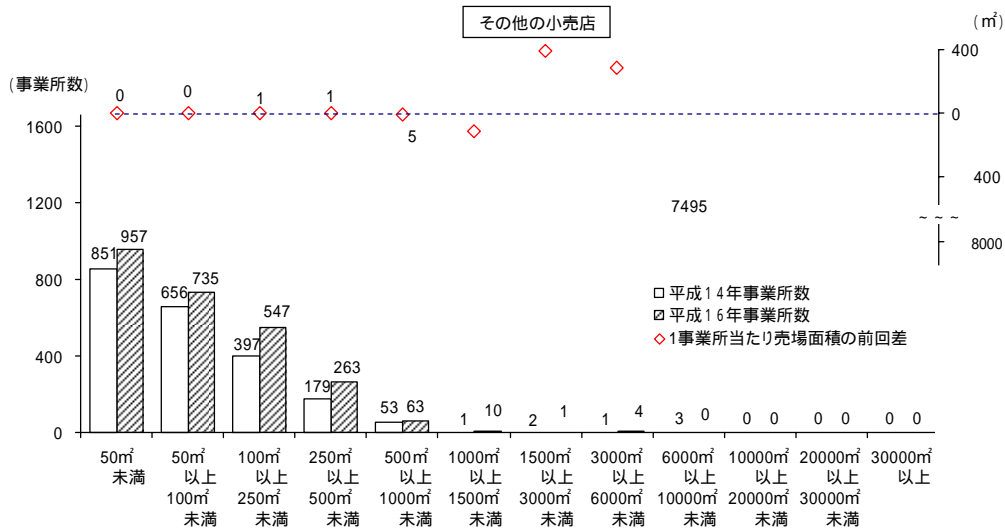
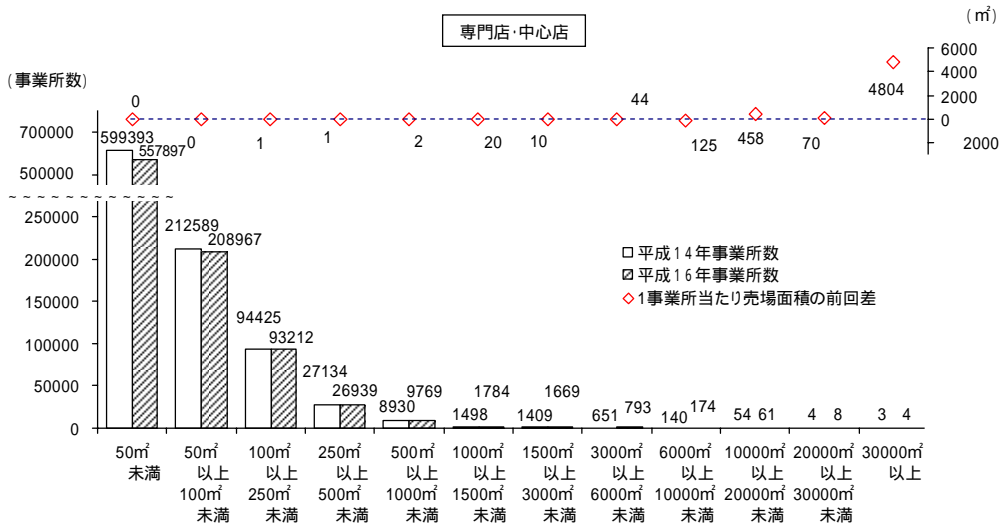
その他の小売店は、50㎡以上100㎡未満の事業所が3割弱を、次いで100㎡以上250㎡未満の事業所が2割超をそれぞれ占め、30㎡～500㎡未満の事業所で7割超を占めている。また、前回と比べると、1500㎡未満ではすべての規模で事業所数は増加している。1事業所当たりの売場面積は、1500㎡以上6000㎡未満の事業所で増加している。



ホームセンターは、500㎡以上1000㎡未満の割合が3割超を占め、前回と比べても6.2ポイントの拡大となっている。一方、平成14年に最も割合が多かった、1500㎡以上3000㎡未満は3.8ポイントの縮小となっている。また、1事業所当たりの売場面積は、1万㎡以上3万㎡未満の事業所の増加が目立つ。



売場面積規模別にみた業態別事業所数(平成14年、16年)及び1事業所当たり売場面積の前回差

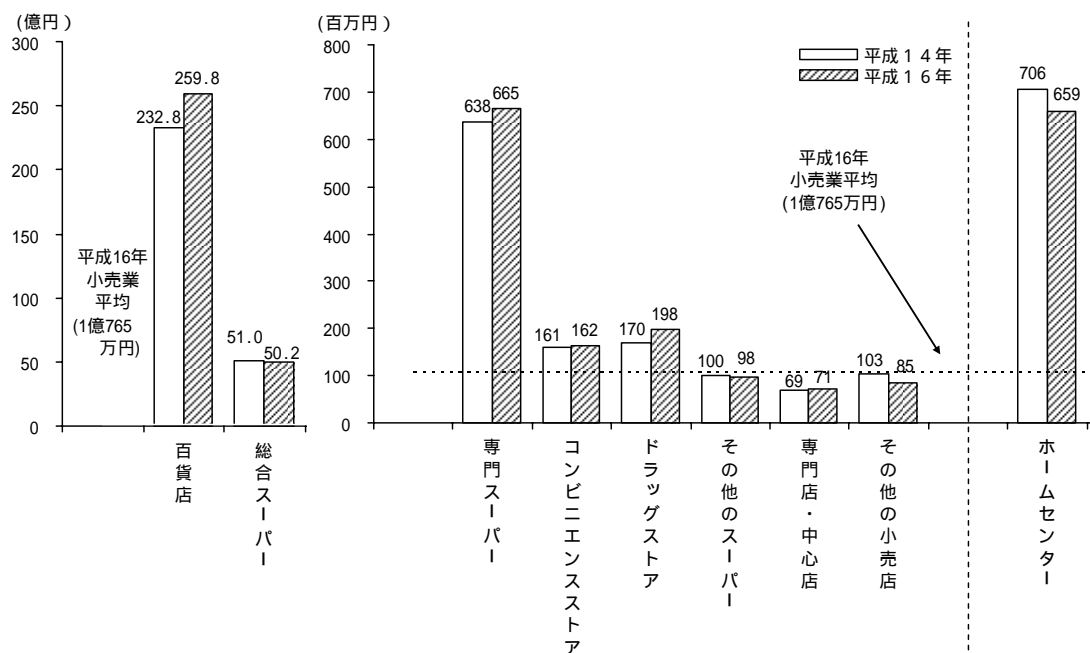


5. 業態別にみた単位当たりの年間商品販売額(販売効率)

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

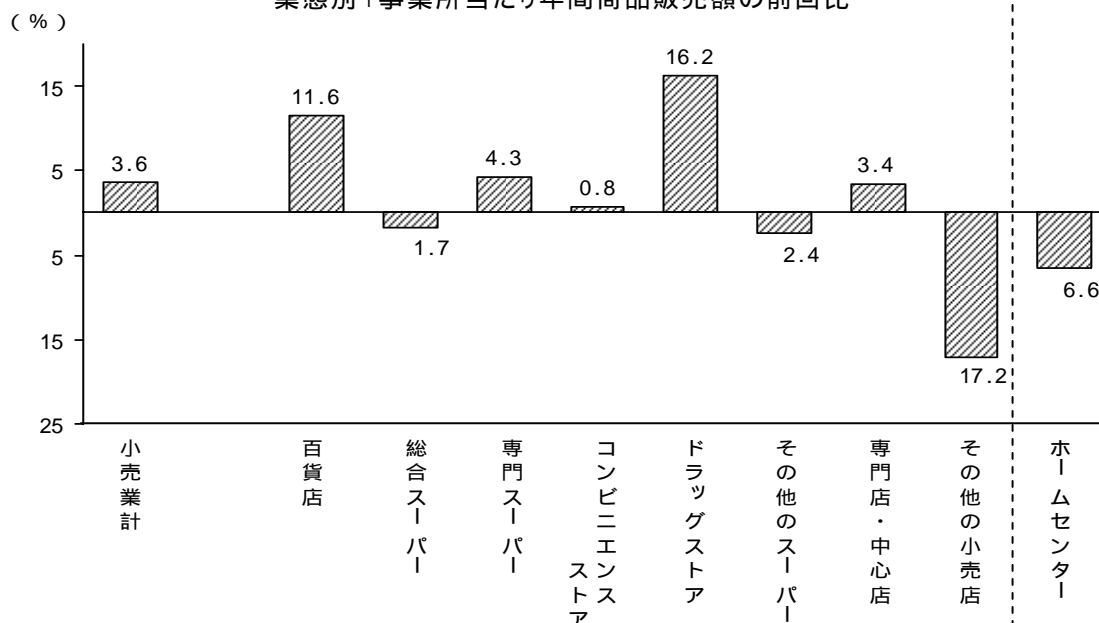
1事業所当たりの年間商品販売額は、百貨店が259億8165万円と最も高く、次いで総合スーパーが50億1873万円、専門スーパーが6億6543万円の順となっている。ドラッグストア、コンビニエンスストアは1億円台、その他のスーパー、中心店、専門店、その他の小売店は1億円未満となっている。

業態別の1事業所当たり年間商品販売額



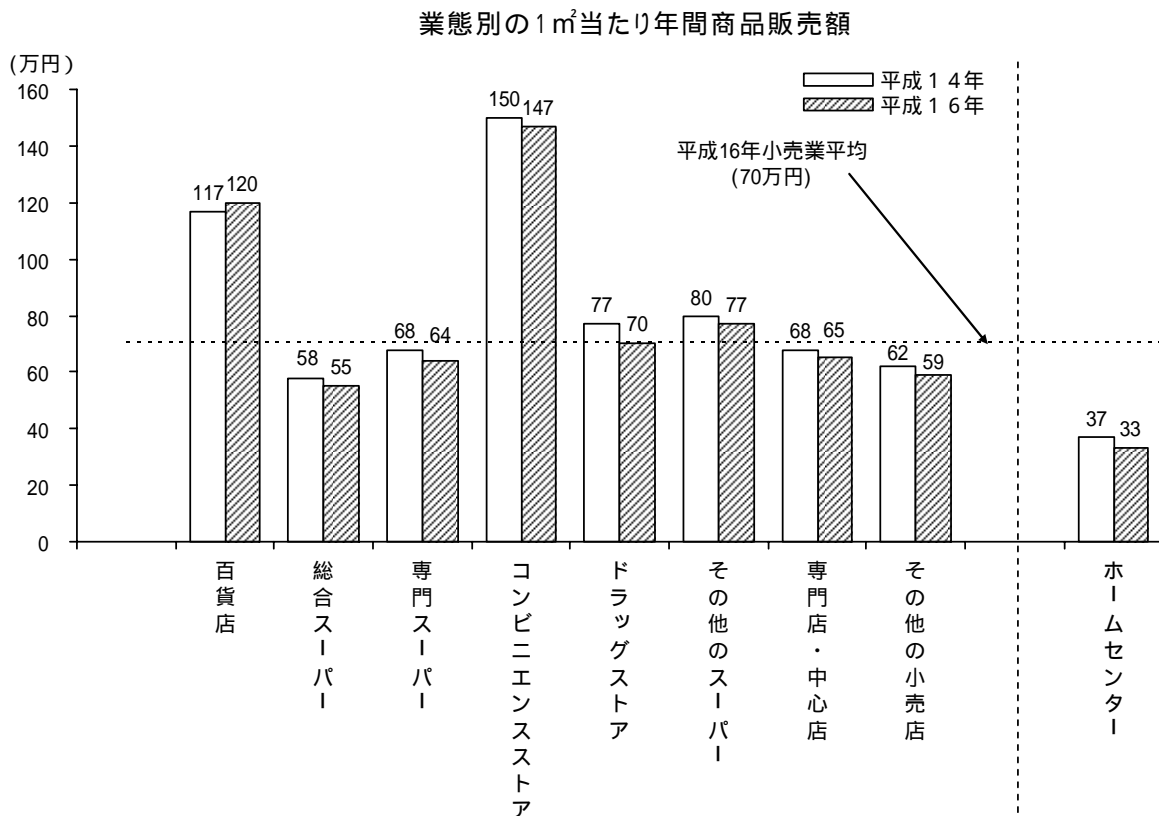
前回比をみると、ドラッグストア(前回比16.2%増)、百貨店(同11.6%増)、専門スーパー(同4.3%増)、専門店・中心店(同3.4%増)、コンビニエンスストア(同0.8%増)が増加となっている。一方、その他の小売店(同17.2%減)、その他のスーパー(同2.4%減)、総合スーパー(同1.7%減)が減少となっている。なお、ドラッグストアの大幅増は、売場面積の大きな事業所が増加したことなどによる。

業態別1事業所当たり年間商品販売額の前回比

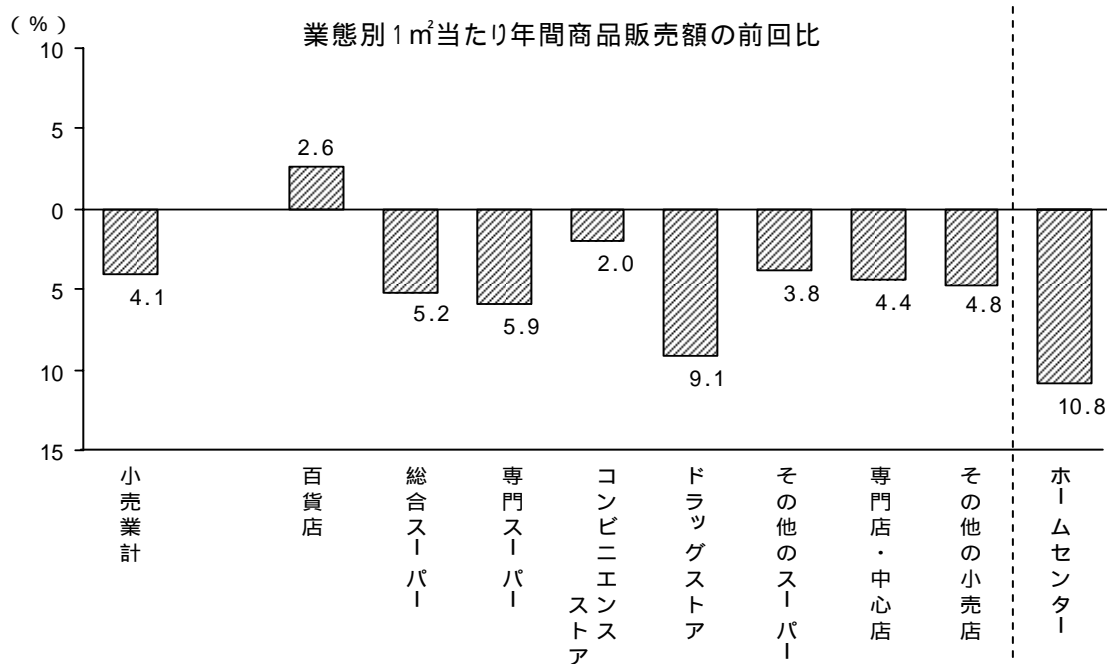


(2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、コンビニエンスストアが147万円と最も多く、次いで百貨店が120万円となっており、この2業態では100万円を上回っている。以下、その他のスーパー(77万円)、ドラッグストア(70万円)、専門店・中心店(65万円)、専門スーパー(64万円)、その他の小売店(59万円)、総合スーパー(55万円)の順となっている。



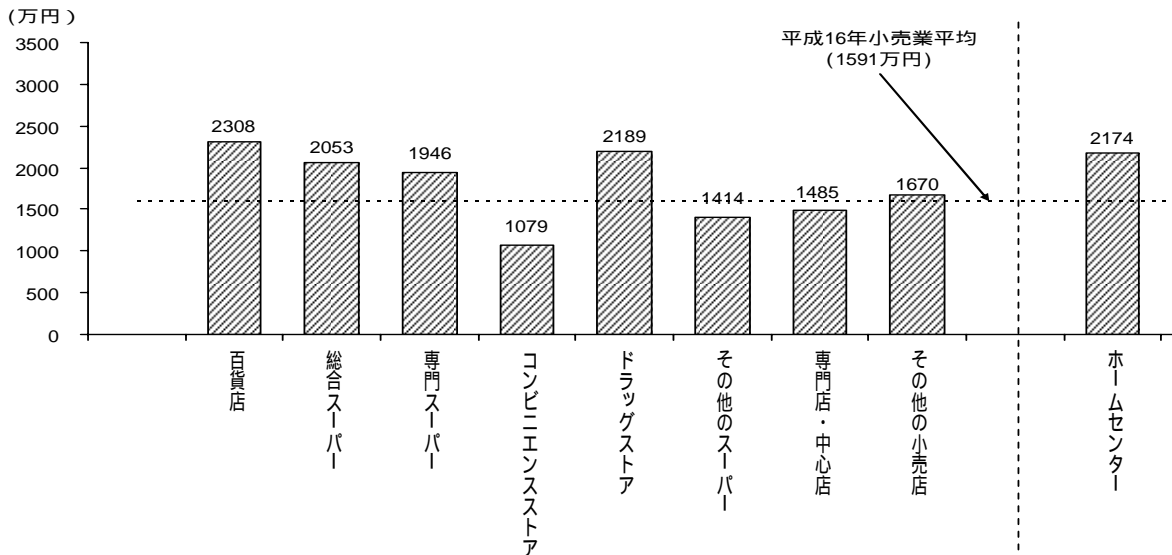
前回比をみると、百貨店(前回比2.6%増)が増加となったほかは、ドラッグストア(同9.1%減)、専門スーパー(同5.9%減)、総合スーパー(同5.2%減)など他の業態ではすべて前回を下回っている。百貨店は店舗の統廃合の影響などから増加となり、他の業態は、店舗の大型化の進展などから減少となっている。



(3) 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、百貨店(2308万円)、ドラッグストア(2189万円)、総合スーパー(2053万円)、専門スーパー(1946万円)、その他の小売店(1670万円)の順で、これらの業態では小売業平均(1591万円)を上回っている。また、コンビニエンスストアは1079万円、専門スーパーの内数であるホームセンターは2174万円であった。

業態別の就業者1人当たりの年間商品販売額



業態別の単位当たり年間商品販売額

業 態 別	1事業所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)				就業者1人当たり年間商品販売額(万円)
	平成14年	平成16年	前回差 16年-14年	前回は(%) 16年/14年	平成14年	平成16年	前回差 16年-14年	前回は(%) 16年/14年	
小売業計	10,393	10,765	372	3.6	73	70	▲3	▲4.1	1,591
1. 百貨店	2,327,870	2,598,165	270,295	11.6	117	120	▲3	▲2.6	2,308
(1)大型百貨店	2,493,952	2,778,470	284,518	11.4	116	119	3	2.6	2,248
(2)その他の百貨店	952,364	1,043,030	90,666	9.5	384	414	30	7.8	5,931
2. 総合スーパー	510,499	501,873	▲8,626	▲1.7	58	55	▲3	▲5.2	2,053
(1)大型総合スーパー	537,812	531,391	▲6,421	▲1.2	57	54	▲3	▲5.3	2,053
(2)中型総合スーパー	268,239	255,181	▲13,058	▲4.9	87	86	▲1	▲1.1	2,063
3. 専門スーパー	63,806	66,543	2,737	4.3	68	64	▲4	▲5.9	1,946
(1)衣料品スーパー	25,037	25,781	744	3.0	40	37	▲3	▲7.5	1,880
(2)食料品スーパー	89,897	92,221	2,324	2.6	97	93	▲4	▲4.1	1,933
(3)住関連スーパー	47,184	46,921	▲263	▲0.6	43	37	▲6	▲14.0	2,009
うちホームセンター	70,581	65,937	▲4,644	▲6.6	37	33	▲4	▲10.8	2,174
4. コンビニエンスストア	16,073	16,197	124	0.8	150	147	▲3	▲2.0	1,079
うち終日営業店	17,633	17,646	13	0.1	159	155	▲4	▲2.5	1,070
5. ドラッグストア	17,014	19,762	2,748	16.2	77	70	▲7	▲9.1	2,189
6. その他のスーパー	9,986	9,750	▲236	▲2.4	80	77	▲3	▲3.8	1,414
うち各種商品取扱店	24,466	29,101	4,635	18.9	61	62	1	1.6	2,163
7. 専門店+8. 中心店	6,912	7,147	235	3.4	68	65	▲3	▲4.4	1,485
(1)衣料品専門店+中心店	5,032	5,408	376	7.5	56	55	▲1	▲1.8	1,411
(2)食料品専門店+中心店	4,120	4,143	23	0.6	78	77	▲1	▲1.3	908
(3)住関連専門店+中心店	8,978	9,257	279	3.1	68	65	▲3	▲4.4	1,774
7. 専門店	6,756	6,875	119	1.8	70	67	▲3	▲4.3	1,395
(1)衣料品専門店	4,157	4,160	3	0.1	59	58	▲1	▲1.7	1,241
(2)食料品専門店	3,629	3,681	52	1.4	85	83	▲2	▲2.4	751
(3)住関連専門店	8,719	8,847	128	1.5	69	66	▲3	▲4.3	1,675
8. 中心店	7,246	7,697	451	6.2	64	62	▲2	▲3.1	1,682
(1)衣料品中心店	6,448	7,105	657	10.2	54	53	▲1	▲1.9	1,584
(2)食料品中心店	4,835	4,810	▲25	▲0.5	71	71	0	0.0	1,180
(3)住関連中心店	9,752	10,416	664	6.8	64	63	▲1	▲1.6	2,066
9. その他の小売店	10,303	8,531	▲1,772	▲17.2	62	59	▲3	▲4.8	1,670
うち各種商品取扱店	8,355	8,531	176	2.1	65	59	▲6	▲9.2	1,670

(注) 就業者1人当たりの就業者数は、派遣・下請出向者数を除外した就業者数を用いている

6. 都道府県別の状況

(1) 事業所数

～ 専門店・中心店は全県で、ドラッグストア・その他のスーパーは38県で減少、
コンビニエンスストアは35県で増加 ～

平成16年調査における小売業の事業所数は、123万8049事業所、前回は4.8%の減少、都道府県別にみると、すべての県で減少となっている。

業態別にみると、百貨店は東京(43事業所、百貨店に占める構成比14.0%)が最も多く、次いで埼玉(23事業所、同7.5%)、大阪(20事業所、同6.5%)、愛知(19事業所、同6.2%)、北海道(17事業所、同5.5%)の順となっており、これら上位5県で全国の4割弱を占めている。

総合スーパーが多い県は、東京(131事業所、総合スーパーに占める構成比7.8%)、愛知(128事業所、同7.6%)、大阪(105事業所、同6.3%)、神奈川(94事業所、同5.6%)、埼玉(87事業所、同5.2%)の順で、これら上位5県で全国の3割強を占めている。

専門スーパーが多い県は、東京(2140事業所、専門スーパーに占める構成比5.9%)、愛知(2032事業所、同5.6%)、北海道(1750事業所、同4.8%)、埼玉(1720事業所、同4.7%)、千葉(1699事業所、同4.7%)の順となっている。

コンビニエンスストアは、東京(5453事業所、コンビニエンスストアに占める構成比12.8%)が5千事業所を超え最も多く、次いで神奈川(3037事業所、同7.1%)、大阪(2599事業所、同6.1%)、北海道(2594事業所、同6.1%)、愛知(2497事業所、同5.8%)の順で、これら上位5県で全国の4割弱を占めている。

ドラッグストアは、東京(1646事業所、ドラッグストアに占める構成比12.6%)が1割強を占め最も多く、以下、愛知(811事業所、同6.2%)、大阪(744事業所、同5.7%)、埼玉(725事業所、同5.5%)、神奈川(671事業所、同5.1%)の順で、これら上位5県で全国の35%を占めている。

その他のスーパーは、東京(6227事業所、その他のスーパーに占める構成比11.1%)が1割強を占め最も多く、以下、愛知(3218事業所、同5.7%)、福岡(3066事業所、同5.5%)、千葉(2712事業所、同4.8%)、神奈川(2548事業所、同4.5%)の順となっている。

専門店が多い県は、東京(6万9452事業所、専門店に占める構成比9.6%)、大阪(5万4917事業所、同7.6%)、神奈川(3万6408事業所、同5.0%)、愛知(3万6045事業所、同5.0%)、兵庫(3万3279事業所、同4.6%)の順となっている。

中心店が多い県は、東京(2万8992事業所、中心店に占める構成比8.1%)、大阪(1万9724事業所、同5.5%)、愛知(1万6484事業所、同4.6%)、神奈川(1万5355事業所、同4.3%)、兵庫(1万5036事業所、同4.2%)の順となっている。

その他の小売店が多い県は、愛知(141事業所、その他の小売店に占める構成比5.3%)、東京(129事業所、同4.8%)、大阪(122事業所、同4.6%)、北海道(119事業所、同4.4%)、兵庫(97事業所、同3.6%)の順となっている。

業態別の都道府県別事業所数(上位5県)

小 売 業 計							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	1,300,057	100.0		全国計	1,238,049	100.0
1位	東京	119,016	9.2	1位	東京	114,213	9.2
2位	大阪	86,644	6.7	2位	大阪	82,301	6.6
3位	愛知	65,689	5.1	3位	愛知	61,375	5.0
4位	神奈川	61,940	4.8	4位	神奈川	59,776	4.8
5位	兵庫	55,505	4.3	5位	兵庫	53,431	4.3
上位5県計		388,794	29.9	上位5県計		371,096	30.0

ド ラ ッ グ ス ト ア							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	14,664	100.0		全国計	13,095	100.0
1位	東京	1,715	11.7	1位	東京	1,646	12.6
2位	愛知	963	6.6	2位	愛知	811	6.2
3位	大阪	920	6.3	3位	大阪	744	5.7
4位	埼玉	869	5.9	4位	埼玉	725	5.5
5位	神奈川	727	5.0	5位	神奈川	671	5.1
上位5県計		5,194	35.4	上位5県計		4,597	35.1

百 貨 店							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	362	100.0		全国計	308	100.0
1位	東京	44	12.2	1位	東京	43	14.0
2位	神奈川	25	6.9	2位	埼玉	23	7.5
3位	大阪	24	6.6	3位	大阪	20	6.5
4位	埼玉	21	5.8	4位	愛知	19	6.2
5位	愛知	21	5.8	5位	北海道	17	5.5
上位5県計		135	37.3	上位5県計		122	39.6

そ の 他 の ス ー パ ー							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	65,011	100.0		全国計	56,211	100.0
1位	東京	7,142	11.0	1位	東京	6,227	11.1
2位	大阪	4,244	6.5	2位	愛知	3,218	5.7
3位	千葉	3,571	5.5	3位	福岡	3,066	5.5
4位	愛知	3,483	5.4	4位	千葉	2,712	4.8
5位	福岡	3,318	5.1	5位	神奈川	2,548	4.5
上位5県計		21,758	33.5	上位5県計		17,771	31.6

総 合 ス ー パ ー							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	1,668	100.0		全国計	1,675	100.0
1位	愛知	129	7.7	1位	東京	131	7.8
2位	東京	127	7.6	2位	愛知	128	7.6
3位	大阪	101	6.1	3位	大阪	105	6.3
4位	神奈川	89	5.3	4位	神奈川	94	5.6
5位	兵庫	85	5.1	5位	埼玉	87	5.2
上位5県計		531	31.8	上位5県計		545	32.5

専 門 店							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	775,847	100.0		全国計	726,825	100.0
1位	東京	75,980	9.8	1位	東京	69,452	9.6
2位	大阪	57,925	7.5	2位	大阪	54,917	7.6
3位	愛知	39,963	5.2	3位	神奈川	36,408	5.0
4位	神奈川	38,127	4.9	4位	愛知	36,045	5.0
5位	兵庫	36,575	4.7	5位	兵庫	33,279	4.6
上位5県計		248,570	32.0	上位5県計		230,101	31.7

専 門 ス ー パ ー							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	37,035	100.0		全国計	36,220	100.0
1位	東京	2,243	6.1	1位	東京	2,140	5.9
2位	愛知	2,084	5.6	2位	愛知	2,032	5.6
3位	北海道	1,950	5.3	3位	北海道	1,750	4.8
4位	埼玉	1,816	4.9	4位	埼玉	1,720	4.7
5位	大阪	1,755	4.7	5位	千葉	1,699	4.7
上位5県計		9,848	26.6	上位5県計		9,341	25.8

中 心 店							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	361,470	100.0		全国計	358,297	100.0
1位	東京	26,407	7.3	1位	東京	28,992	8.1
2位	大阪	19,096	5.3	2位	大阪	19,724	5.5
3位	愛知	16,583	4.6	3位	愛知	16,484	4.6
4位	神奈川	15,754	4.4	4位	神奈川	15,355	4.3
5位	北海道	15,344	4.2	5位	兵庫	15,036	4.2
上位5県計		93,184	25.8	上位5県計		95,591	26.7

コ ン ビ ニ エ ンス ス ト ア							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	41,770	100.0		全国計	42,738	100.0
1位	東京	5,259	12.6	1位	東京	5,453	12.8
2位	神奈川	3,067	7.3	2位	神奈川	3,037	7.1
3位	北海道	2,539	6.1	3位	大阪	2,599	6.1
4位	大阪	2,491	6.0	4位	北海道	2,594	6.1
5位	愛知	2,372	5.7	5位	愛知	2,497	5.8
上位5県計		15,728	37.7	上位5県計		16,180	37.9

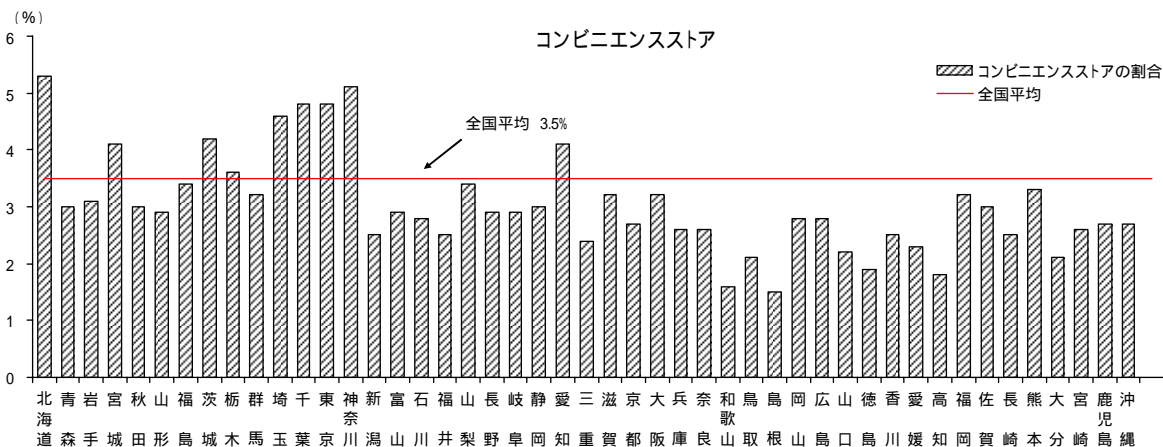
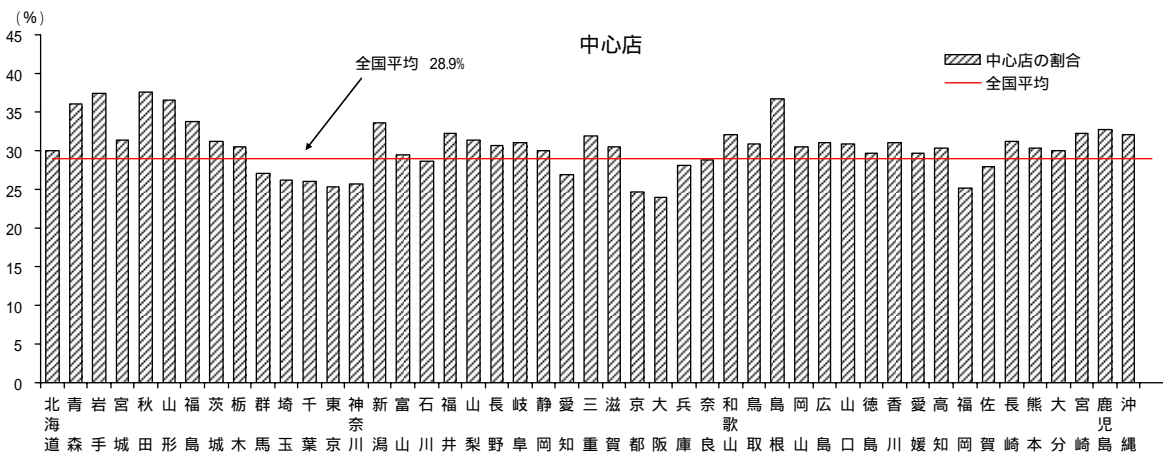
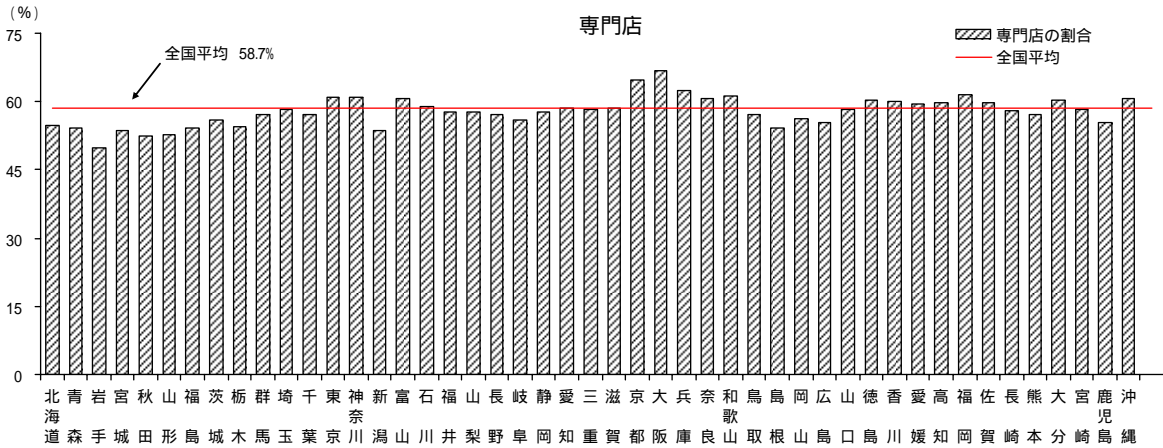
そ の 他 の 小 売 店							
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成16年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	2,230	100.0		全国計	2,680	100.0
1位	北海道	106	4.8	1位	愛知	141	5.3
2位	東京	99	4.4	2位	東京	129	4.8
3位	愛知	91	4.1	3位	大阪	122	4.6
4位	大阪	88	3.9	4位	北海道	119	4.4
5位	埼玉	84	3.8	5位	兵庫	97	3.6
上位5県計		468	21.0	上位5県計		608	22.7

小売業に占める上位5県の都道府県別割合は、その他のスーパー、専門スーパー、ドラッグストアで縮小したものの、小売業全体ではわずかながら拡大しており、人口が多い大都市を有する県での割合が高まっている。なかでも、百貨店、総合スーパーといった大規模小売店の拡大幅が大きい。

都道府県別では、小売事業所が最も多い東京が占める割合は、専門スーパーで縮小となったが、他の業態はすべて拡大しており、なかでも百貨店の割合が大幅に拡大している。次に小売事業所が多い大阪は、総合スーパー、コンビニエンスストア、専門店・中心店での割合が拡大、他の業態では縮小している。愛知は、ドラッグストア、専門店・中心店の割合が縮小、専門スーパーが横ばいとなったのを除き、残り4業態では拡大している。なかでもその他の小売店の拡大幅が大きい。(注)専門店、中心店は合算して比較している(26ページ参照)。

事業所数が多い専門店、中心店、コンビニエンスストアについて、小売業に対する事業所割合を都道府県別にみると、専門店の割合は大阪、京都、兵庫の順となっており、近畿地域、四国地域などで高く、中心店の割合は東北地域の各県で高くなっている。また、コンビニエンスストアの割合は、関東地域や北海道で全国平均を大きく上回っている。

都道府県別にみた専門店、中心店、コンビニエンスストアの事業所割合



都道府県別、業態別事業所数の構成比

都道府県	都道府県別の業態別構成比 (%) (各県=100.0)									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店	中心店	その他の小売店
全国計	100.0	0.0	0.1	2.9	3.5	1.1	4.5	58.7	28.9	0.2
北海道	100.0	0.0	0.2	3.6	5.3	1.1	4.8	54.8	30.0	0.2
青森	100.0	0.0	0.1	3.2	3.0	0.7	2.6	54.1	36.1	0.1
岩手	100.0	0.0	0.1	3.4	3.1	0.8	5.1	49.9	37.5	0.2
宮城	100.0	0.0	0.1	3.8	4.1	1.2	5.7	53.6	31.3	0.3
秋田	100.0	0.0	0.1	3.0	3.0	0.4	3.3	52.3	37.6	0.2
山形	100.0	0.0	0.1	3.3	2.9	0.8	3.5	52.7	36.5	0.3
福島	100.0	0.0	0.1	3.3	3.4	0.5	4.4	54.2	33.8	0.2
茨城	100.0	0.0	0.1	3.5	4.2	0.7	4.0	56.1	31.2	0.2
栃木	100.0	0.0	0.1	3.8	3.6	0.8	6.3	54.6	30.5	0.2
群馬	100.0	0.0	0.2	4.1	3.2	1.3	7.0	57.0	27.1	0.2
埼玉	100.0	0.1	0.2	3.8	4.6	1.6	5.2	58.2	26.2	0.2
千葉	100.0	0.0	0.2	4.0	4.8	1.4	6.3	57.0	26.1	0.1
東京	100.0	0.0	0.1	1.9	4.8	1.4	5.5	60.8	25.4	0.1
神奈川	100.0	0.0	0.2	2.6	5.1	1.1	4.3	60.9	25.7	0.2
新潟	100.0	0.0	0.1	3.4	2.5	1.2	5.3	53.6	33.7	0.2
富山	100.0	0.0	0.1	2.6	2.9	0.9	3.0	60.7	29.5	0.3
石川	100.0	0.0	0.1	3.1	2.8	1.1	5.0	58.9	28.6	0.3
福井	100.0	0.0	0.1	2.6	2.5	0.8	3.7	57.7	32.2	0.4
山梨	100.0	0.0	0.1	3.3	3.4	0.7	3.1	57.7	31.4	0.2
長野	100.0	0.0	0.1	3.7	2.9	1.2	4.0	57.1	30.7	0.3
岐阜	100.0	0.0	0.1	3.3	2.9	1.2	4.8	56.1	31.1	0.4
静岡	100.0	0.0	0.1	3.0	3.0	1.0	5.0	57.6	30.0	0.2
愛知	100.0	0.0	0.2	3.3	4.1	1.3	5.2	58.7	26.9	0.2
三重	100.0	0.0	0.1	3.0	2.4	0.9	3.1	58.2	31.9	0.3
滋賀	100.0	0.0	0.3	3.4	3.2	0.7	2.9	58.5	30.6	0.5
京都	100.0	0.0	0.1	2.3	2.7	0.9	4.4	64.8	24.6	0.2
大阪	100.0	0.0	0.1	1.9	3.2	0.9	3.0	66.7	24.0	0.1
兵庫	100.0	0.0	0.2	2.5	2.6	1.0	3.2	62.3	28.1	0.2
奈良	100.0	0.0	0.2	2.7	2.6	1.0	3.7	60.7	28.8	0.3
和歌山	100.0	0.0	0.1	2.2	1.6	0.5	1.9	61.3	32.1	0.3
鳥取	100.0	0.0	0.1	3.5	2.1	0.6	5.3	57.2	30.9	0.3
島根	100.0	0.0	0.1	2.7	1.5	0.6	3.9	54.1	36.7	0.3
岡山	100.0	0.0	0.2	3.1	2.8	0.9	5.8	56.3	30.6	0.2
広島	100.0	0.0	0.2	3.1	2.8	1.1	6.0	55.4	31.1	0.3
山口	100.0	0.0	0.2	3.5	2.2	0.9	3.6	58.4	30.8	0.4
徳島	100.0	0.0	0.1	2.9	1.9	0.6	4.3	60.4	29.6	0.3
香川	100.0	0.0	0.2	2.6	2.5	0.6	2.6	60.0	31.0	0.4
愛媛	100.0	0.0	0.2	2.7	2.3	1.0	4.4	59.4	29.7	0.3
高知	100.0	0.0	0.1	3.0	1.8	0.4	4.3	59.7	30.3	0.3
福岡	100.0	0.0	0.1	2.8	3.2	1.3	5.8	61.4	25.2	0.1
佐賀	100.0	0.0	0.1	3.0	3.0	1.3	4.6	59.7	27.9	0.3
長崎	100.0	0.0	0.1	2.3	2.5	0.8	4.8	57.9	31.2	0.4
熊本	100.0	0.0	0.1	2.7	3.3	1.2	4.9	57.2	30.3	0.2
大分	100.0	0.0	0.1	2.8	2.1	1.0	3.2	60.3	30.0	0.3
宮崎	100.0	0.0	0.1	3.1	2.6	0.8	2.8	58.2	32.2	0.2
鹿児島	100.0	0.0	0.1	2.7	2.7	1.2	4.8	55.4	32.8	0.1
沖縄	100.0	0.0	0.2	2.4	2.7	0.5	1.2	60.7	32.0	0.2

前回比をみると、百貨店は前回比 14.9%の減少であった。都道府県別にみると、埼玉、栃木、島根、広島は増加したものの、神奈川、静岡、青森、千葉、大阪など 27 県が減少、16 県は横ばいとなっている。

総合スーパーは、同 0.4%の増加であった。都道府県別にみると、埼玉、神奈川、静岡、東京、大阪、奈良など 16 県が増加、和歌山、岩手、栃木、岐阜、兵庫、熊本、大分など 16 県は減少、15 県は横ばいとなっている。

専門スーパーは、同 2.2%の減少であった。都道府県別にみると、山口、鹿児島、沖縄、青森、千葉など 21 県で増加、北海道、三重、大阪、富山、東京、静岡など 26 県は減少となっている。

コンビニエンスストアは、同 2.3%の増加であった。都道府県別にみると、東京、愛知、大阪、兵庫、千葉など 35 県で増加、埼玉、福岡、神奈川、沖縄、岐阜など 12 県では減少となっている。

ドラッグストアは、同 10.7%の大幅減であった。都道府県別にみると、北海道、岐阜、山形、愛媛、富山など 8 県では増加したものの、大阪、静岡、愛知、埼玉、広島など 38 県が減少、滋賀 1 県が横ばいとなっている。

その他のスーパーは、同 13.5%の大幅減であった。都道府県別にみると、茨城、高知、宮崎、大分、神奈川など 8 県では増加したものの、大阪、東京、千葉、埼玉、広島など 38 県が減少、山形 1 県が横ばいとなっている。

専門店・中心店は、同 4.6%の減少であった。都道府県別にみると、愛知、東京、埼玉、大阪、神奈川をはじめ、すべての県で減少となっている。

その他の小売店は、同 20.2%の大幅増であった。都道府県別にみると、愛知、大阪、東京、神奈川、兵庫など 36 県で増加し、鹿児島、埼玉、山梨、佐賀など 10 県で減少、青森 1 県が横ばいとなっている。

小売業の事業所数はすべての県において減少しており、内訳を見ても専門店・中心店ではすべての県で減少し、ドラッグストア、その他のスーパーでも 8 割を超える県で減少している。一方、コンビニエンスストア、その他の小売店では 3 / 4 の県で増加するなど、小規模の小売店では全国的に各業態の好不調さに同一傾向がみられる。

業態別事業所数の都道府県別前回比

都道府県	前 回 比 (%)								
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店・中心店	その他の小売店
全国計	▲ 4.8	▲ 14.9	0.4	▲ 2.2	2.3	▲ 10.7	▲ 13.5	▲ 4.6	20.2
北海道	▲ 4.2	▲ 15.0	1.3	▲ 10.3	2.2	19.4	▲ 7.3	▲ 4.4	12.3
青森	▲ 5.2	▲ 40.0	13.3	11.1	11.3	▲ 7.5	▲ 17.5	▲ 5.8	0.0
岩手	▲ 4.6	0.0	▲ 18.8	5.7	11.8	▲ 6.8	▲ 9.0	▲ 5.1	5.7
宮城	▲ 3.6	▲ 37.5	0.0	▲ 1.5	2.2	▲ 8.3	▲ 4.6	▲ 3.9	30.0
秋田	▲ 3.5	▲ 100.0	0.0	4.1	4.3	12.5	▲ 16.6	▲ 3.5	▲ 4.0
山形	▲ 3.9	0.0	▲ 11.1	▲ 5.3	2.4	15.3	0.0	▲ 4.3	17.6
福島	▲ 4.8	0.0	0.0	2.3	0.4	▲ 27.6	▲ 5.4	▲ 5.1	23.9
茨城	▲ 4.1	▲ 20.0	0.0	4.4	4.3	▲ 17.5	20.1	▲ 5.5	22.9
栃木	▲ 5.3	16.7	▲ 15.0	0.3	▲ 0.8	▲ 14.7	▲ 8.3	▲ 5.4	6.4
群馬	▲ 2.8	▲ 25.0	0.0	4.5	4.2	▲ 7.5	▲ 10.6	▲ 2.6	20.0
埼玉	▲ 8.1	9.5	11.5	▲ 5.3	▲ 5.5	▲ 16.6	▲ 19.2	▲ 7.4	▲ 6.0
千葉	▲ 4.5	▲ 30.8	2.5	2.7	3.9	▲ 12.0	▲ 24.1	▲ 3.3	16.0
東京	▲ 4.0	▲ 2.3	3.1	▲ 4.6	3.7	▲ 4.0	▲ 12.8	▲ 3.9	30.3
神奈川	▲ 3.5	▲ 36.0	5.6	▲ 0.8	▲ 1.0	▲ 7.7	1.3	▲ 3.9	36.2
新潟	▲ 5.5	0.0	▲ 8.0	▲ 0.2	8.5	▲ 0.9	▲ 1.4	▲ 6.3	▲ 5.7
富山	▲ 6.8	0.0	6.7	▲ 23.5	▲ 1.2	10.6	▲ 32.9	▲ 5.4	57.1
石川	▲ 3.4	0.0	5.3	▲ 4.9	2.4	▲ 11.9	▲ 5.0	▲ 3.3	23.3
福井	▲ 4.3	0.0	0.0	▲ 5.9	2.4	▲ 9.5	▲ 15.2	▲ 4.0	68.2
山梨	▲ 7.2	0.0	▲ 11.1	▲ 3.5	0.3	▲ 33.9	▲ 51.2	▲ 4.3	▲ 14.8
長野	▲ 3.5	▲ 20.0	3.2	0.8	▲ 1.7	▲ 5.9	▲ 9.7	▲ 3.4	▲ 1.6
岐阜	▲ 6.4	0.0	▲ 9.4	1.1	▲ 3.8	8.8	0.4	▲ 7.4	42.9
静岡	▲ 5.6	▲ 50.0	17.2	▲ 7.8	▲ 0.6	▲ 27.8	▲ 11.6	▲ 5.0	20.8
愛知	▲ 6.6	▲ 9.5	▲ 0.8	▲ 2.5	5.3	▲ 15.8	▲ 7.6	▲ 7.1	54.9
三重	▲ 7.0	▲ 20.0	▲ 4.3	▲ 25.0	9.9	▲ 28.2	▲ 36.7	▲ 4.9	51.4
滋賀	▲ 4.6	▲ 66.7	0.0	11.1	▲ 2.4	0.0	▲ 3.7	▲ 5.4	28.8
京都	▲ 3.4	▲ 14.3	2.4	3.0	2.6	▲ 11.9	▲ 10.0	▲ 3.4	32.4
大阪	▲ 5.0	▲ 16.7	4.0	▲ 9.2	4.3	▲ 19.1	▲ 41.6	▲ 3.1	38.6
兵庫	▲ 3.7	▲ 7.1	▲ 3.5	▲ 3.7	6.7	▲ 12.5	▲ 6.0	▲ 3.9	34.7
奈良	▲ 3.1	0.0	18.2	▲ 6.3	7.1	▲ 22.3	▲ 33.4	▲ 1.3	28.0
和歌山	▲ 3.7	0.0	▲ 27.8	▲ 6.7	8.4	18.9	▲ 15.7	▲ 3.6	5.1
鳥取	▲ 5.1	▲ 40.0	0.0	▲ 9.2	▲ 4.7	▲ 5.0	8.9	▲ 5.7	▲ 4.2
島根	▲ 7.2	100.0	0.0	▲ 8.2	8.6	▲ 9.1	▲ 13.7	▲ 7.1	21.7
岡山	▲ 3.6	▲ 16.7	0.0	▲ 4.9	3.3	▲ 24.1	▲ 17.9	▲ 2.4	25.6
広島	▲ 4.3	9.1	▲ 3.8	0.1	2.3	▲ 21.6	▲ 18.7	▲ 3.2	9.0
山口	▲ 5.4	0.0	0.0	16.9	8.8	▲ 18.1	▲ 26.4	▲ 5.3	21.7
徳島	▲ 8.1	0.0	▲ 10.0	▲ 13.6	10.7	▲ 18.9	▲ 23.6	▲ 7.3	26.1
香川	▲ 8.2	▲ 33.3	▲ 5.3	▲ 16.3	1.4	▲ 33.7	▲ 41.8	▲ 6.5	56.3
愛媛	▲ 7.7	0.0	0.0	▲ 0.6	5.0	9.9	▲ 28.7	▲ 7.0	8.0
高知	▲ 7.9	▲ 66.7	0.0	2.7	6.9	▲ 40.0	56.3	▲ 10.1	12.5
福岡	▲ 2.3	▲ 13.3	1.8	0.5	▲ 2.3	▲ 4.0	▲ 7.6	▲ 1.9	▲ 3.8
佐賀	▲ 6.0	▲ 33.3	10.0	3.4	8.4	▲ 3.6	▲ 12.1	▲ 6.3	▲ 10.5
長崎	▲ 5.4	▲ 20.0	▲ 9.5	8.8	6.2	▲ 21.7	▲ 13.9	▲ 5.5	40.8
熊本	▲ 3.0	▲ 33.3	▲ 10.0	▲ 0.2	1.8	▲ 8.3	▲ 5.5	▲ 3.1	31.3
大分	▲ 6.0	▲ 33.3	▲ 14.3	▲ 7.4	▲ 3.8	▲ 12.6	13.3	▲ 6.5	5.0
宮崎	▲ 3.7	0.0	10.0	9.5	1.7	▲ 13.4	29.0	▲ 4.9	▲ 11.5
鹿児島	▲ 3.8	▲ 33.3	0.0	13.1	4.1	▲ 2.2	▲ 5.9	▲ 4.4	▲ 17.9
沖縄	▲ 4.8	0.0	0.0	18.2	▲ 6.4	2.5	1.1	▲ 5.5	42.9

(2) 年間商品販売額

～ コンビニエンスストアは41県、ドラッグストアは32県で増加 ～

平成16年調査における小売業の年間商品販売額は、133兆2786億円、前年比1.4%の減少であった。都道府県別にみると、香川、徳島、山形、山梨、鳥取など39県で減少となり、宮崎、山梨、奈良など8県で増加となった。

業態別にみると、百貨店は東京が2兆2402億円（百貨店に占める構成比28.0%）と最も多く、全国の3割弱を占めている。以下、大阪（7619億円、同9.5%）、愛知（5602億円、同7.0%）、神奈川県（5273億円、同6.6%）、埼玉（3918億円、同4.9%）の順となっており、これら上位5県で全国の56%を占めている。

総合スーパーは、東京が7874億円（総合スーパーに占める構成比9.4%）と最も多く、次いで愛知（6612億円、同7.9%）、神奈川県（6400億円、同7.6%）、大阪（5482億円、同6.5%）、千葉（4948億円、同5.9%）の順となっている。

専門スーパーは、東京が2兆720億円（専門スーパーに占める構成比8.6%）と最も多く、次いで神奈川県（1兆5122億円、同6.3%）、大阪（1兆5065億円、同6.3%）、愛知（1兆2933億円、同5.4%）、埼玉（1兆2743億円、同5.3%）の順となっている。

コンビニエンスストアは、東京が1兆52億円（コンビニエンスストアに占める構成比14.5%）と最も多く、次いで神奈川県（5497億円、同7.9%）、大阪（4334億円、同6.3%）、愛知（4093億円、同5.9%）、北海道（4055億円、同5.9%）の順で、これら上位5県で全国の4割を占めている。

ドラッグストアは、東京が3492億円（ドラッグストアに占める構成比13.5%）と最も多く、次いで愛知（1880億円、同7.3%）、神奈川県（1673億円、同6.5%）、埼玉（1668億円、同6.4%）、大阪（1505億円、5.8%）の順で、これら上位5県で全国の4割弱を占めている。

その他のスーパーは、東京が7245億円（その他のスーパーに占める構成比13.2%）と最も多く、以下、神奈川県（3775億円、同6.9%）、大阪（2985億円、同5.4%）、福岡（2780億円、同5.1%）、埼玉（2742億円、同5.0%）の順となっている。

専門店は、東京が5兆8510億円（専門店に占める構成比11.7%）と最も多く、次いで大阪（3兆8089億円、同7.6%）、神奈川県（3兆2201億円、同6.4%）、愛知（3兆987億円、同6.2%）、北海道（2兆4070億円、同4.8%）の順となっている。

中心店は、東京が3兆7474億円（中心店に占める構成比13.6%）と最も多く、以下、大阪（2兆544億円、同7.4%）、北海道（1兆5222億円、同5.5%）、愛知（1兆4429億円、同5.2%）、神奈川県（1兆4310億円、同5.2%）の順となっている。

その他の小売店は、大阪177億円（その他の小売店に占める構成比7.7%）が最も多く、以下、愛知（139億円、同6.1%）、福岡（126億円、同5.5%）、東京（120億円、同5.2%）、兵庫（102億円、同4.5%）の順となっている。

業態別の都道府県別年間商品販売額(上位5県)

小 売 業 計							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	1,351,093	100.0		全国計	1,332,786	100.0
1位	東京	167,460	12.4	1位	東京	167,891	12.6
2位	大阪	96,494	7.1	2位	大阪	95,800	7.2
3位	神奈川	84,643	6.3	3位	神奈川	84,351	6.3
4位	愛知	80,599	6.0	4位	愛知	79,376	6.0
5位	北海道	66,762	4.9	5位	北海道	65,652	4.9
	上位5県計	495,957	36.7		上位5県計	493,069	37.0

ド ラ ッ グ ス ト ア							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	24,949	100.0		全国計	25,878	100.0
1位	東京	3,243	13.0	1位	東京	3,492	13.5
2位	神奈川	1,909	7.7	2位	愛知	1,880	7.3
3位	愛知	1,836	7.4	3位	神奈川	1,673	6.5
4位	埼玉	1,749	7.0	4位	埼玉	1,668	6.4
5位	大阪	1,663	6.7	5位	大阪	1,505	5.8
	上位5県計	10,400	41.7		上位5県計	10,219	39.5

百 貨 店							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	84,269	100.0		全国計	80,023	100.0
1位	東京	22,697	26.9	1位	東京	22,402	28.0
2位	大阪	8,541	10.1	2位	大阪	7,619	9.5
3位	神奈川	5,908	7.0	3位	愛知	5,602	7.0
4位	愛知	5,646	6.7	4位	神奈川	5,273	6.6
5位	福岡	3,791	4.5	5位	埼玉	3,918	4.9
	上位5県計	46,583	55.3		上位5県計	44,814	56.0

そ の 他 の ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	64,917	100.0		全国計	54,806	100.0
1位	東京	8,120	12.5	1位	東京	7,245	13.2
2位	大阪	4,720	7.3	2位	神奈川	3,775	6.9
3位	神奈川	3,615	5.6	3位	大阪	2,985	5.4
4位	埼玉	3,536	5.4	4位	福岡	2,780	5.1
5位	福岡	3,324	5.1	5位	埼玉	2,742	5.0
	上位5県計	23,314	35.9		上位5県計	19,528	35.6

総 合 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	85,151	100.0		全国計	84,064	100.0
1位	東京	7,822	9.2	1位	東京	7,874	9.4
2位	愛知	6,817	8.0	2位	愛知	6,612	7.9
3位	神奈川	6,037	7.1	3位	神奈川	6,400	7.6
4位	大阪	5,685	6.7	4位	大阪	5,482	6.5
5位	兵庫	5,085	6.0	5位	千葉	4,948	5.9
	上位5県計	31,445	36.9		上位5県計	31,316	37.3

専 門 店							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	524,147	100.0		全国計	499,703	100.0
1位	東京	64,721	12.3	1位	東京	58,510	11.7
2位	大阪	39,295	7.5	2位	大阪	38,089	7.6
3位	愛知	33,139	6.3	3位	神奈川	32,201	6.4
4位	神奈川	31,672	6.0	4位	愛知	30,987	6.2
5位	北海道	24,726	4.7	5位	北海道	24,070	4.8
	上位5県計	193,552	36.9		上位5県計	183,858	36.8

専 門 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	236,305	100.0		全国計	241,019	100.0
1位	東京	21,458	9.1	1位	東京	20,720	8.6
2位	神奈川	15,258	6.5	2位	神奈川	15,122	6.3
3位	大阪	15,071	6.4	3位	大阪	15,065	6.3
4位	愛知	12,609	5.3	4位	愛知	12,933	5.4
5位	北海道	12,421	5.3	5位	埼玉	12,743	5.3
	上位5県計	76,816	32.5		上位5県計	76,583	31.8

中 心 店							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	261,920	100.0		全国計	275,785	100.0
1位	東京	29,524	11.3	1位	東京	37,474	13.6
2位	大阪	17,399	6.6	2位	大阪	20,544	7.4
3位	北海道	14,707	5.6	3位	北海道	15,222	5.5
4位	神奈川	14,324	5.5	4位	愛知	14,429	5.2
5位	愛知	13,581	5.2	5位	神奈川	14,310	5.2
	上位5県計	89,536	34.2		上位5県計	101,978	37.0

コ ン ビ ニ エ ンス ス ト ア							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	67,137	100.0		全国計	69,222	100.0
1位	東京	9,723	14.5	1位	東京	10,052	14.5
2位	神奈川	5,474	8.2	2位	神奈川	5,497	7.9
3位	大阪	4,047	6.0	3位	大阪	4,334	6.3
4位	北海道	4,038	6.0	4位	愛知	4,093	5.9
5位	愛知	3,802	5.7	5位	北海道	4,055	5.9
	上位5県計	27,085	40.3		上位5県計	28,031	40.5

そ の 他 の 小 売 店							
順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	2,297	100.0		全国計	2,286	100.0
1位	神奈川	445	19.3	1位	大阪	177	7.7
2位	福岡	160	6.9	2位	愛知	139	6.1
3位	東京	153	6.6	3位	福岡	126	5.5
4位	北海道	116	5.1	4位	東京	120	5.2
5位	愛知	95	4.1	5位	兵庫	102	4.5
	上位5県計	968	42.1		上位5県計	665	29.1

小売業に占める上位5県の割合は、百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストア、専門店・中心店では拡大、専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパー、その他の小売店では縮小している。

都道府県別では、小売販売額が最も多い東京が占める割合は、専門スーパー、その他の小売店で縮小、コンビニエンスストアで横ばいとなったものの、他の業態では拡大している。次に小売販売額が多い大阪は、コンビニエンスストア、専門店・中心店、その他の小売店で拡大したのを除き、他の業態ではすべて縮小している。神奈川は、総合スーパー、その他のスーパー、専門店・中心店で拡大となったのを除き、他の業態ではすべて縮小している。なかでもその他の小売店の縮小幅が大きい。

(注)専門店、中心店は合算して比較している(26ページ参照)。

業態別の構成比をみると、いずれの県も事業所数が多い専門店の年間商品販売額割合が最も高くなっている。専門スーパーは事業所数では構成比が高い県でも4%程度であるものの、年間商品販売額では2割前後を占める県が多い。また、百貨店は、事業所数では0.1%に満たないものの、東京では年間商品販売額の1割超を占めており、京都、大阪も1割弱と高い。

都道府県別、業態別年間商品販売額の構成比

都道府県	都道府県別の業態別構成比 (%) (各県=100.0)									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店	中心店	その他の小売店
全国計	100.0	6.0	6.3	18.1	5.2	1.9	4.1	37.5	20.7	0.2
北海道	100.0	4.6	6.3	18.0	6.2	1.8	3.2	36.7	23.2	0.1
青森	100.0	2.9	5.1	23.0	4.2	1.7	3.0	36.4	23.6	0.1
岩手	100.0	3.6	3.7	22.4	4.7	1.9	3.9	35.9	23.6	0.2
宮城	100.0	4.9	5.5	21.8	6.0	1.9	4.4	36.4	19.0	0.2
秋田	100.0	0.0	7.0	22.9	4.2	1.4	3.5	38.4	22.6	0.1
山形	100.0	1.9	4.6	22.3	4.4	1.8	3.8	37.2	23.7	0.2
福島	100.0	1.8	4.5	22.7	6.2	0.8	5.8	35.8	22.2	0.1
茨城	100.0	1.9	4.9	21.8	6.3	2.1	3.8	39.9	19.1	0.1
栃木	100.0	4.9	3.9	21.1	5.6	1.2	6.0	39.6	17.6	0.1
群馬	100.0	2.4	6.1	22.4	5.2	2.0	5.7	38.7	17.3	0.1
埼玉	100.0	6.5	7.8	21.0	5.8	2.8	4.5	35.6	15.8	0.1
千葉	100.0	5.1	9.1	21.6	6.7	2.6	4.6	35.8	14.4	0.1
東京	100.0	13.3	4.7	12.3	6.0	2.1	4.3	34.9	22.3	0.1
神奈川	100.0	6.3	7.6	17.9	6.5	2.0	4.5	38.2	17.0	0.1
新潟	100.0	3.1	4.6	21.8	4.4	2.1	4.5	35.4	23.9	0.1
富山	100.0	2.8	5.4	17.7	4.8	2.5	2.4	40.5	23.6	0.2
石川	100.0	4.5	8.7	17.1	4.5	2.3	3.4	37.0	22.2	0.3
福井	100.0	1.9	5.1	17.6	4.2	1.4	5.4	37.5	26.6	0.5
山梨	100.0	2.9	5.4	22.5	6.5	1.9	2.9	39.8	18.1	0.2
長野	100.0	1.7	5.2	20.2	5.0	2.0	3.4	39.0	23.3	0.2
岐阜	100.0	1.6	5.8	20.1	4.7	2.5	3.8	37.8	23.3	0.5
静岡	100.0	2.9	4.5	19.9	5.1	1.7	4.8	39.3	21.5	0.2
愛知	100.0	7.1	8.3	16.3	5.2	2.4	3.4	39.0	18.2	0.2
三重	100.0	2.9	7.1	21.3	3.9	1.9	2.2	38.6	21.6	0.3
滋賀	100.0	1.0	12.4	18.7	5.5	2.0	2.6	38.8	18.7	0.3
京都	100.0	9.8	7.6	14.0	4.2	1.5	3.7	36.9	22.1	0.2
大阪	100.0	8.0	5.7	15.7	4.5	1.6	3.1	39.8	21.4	0.2
兵庫	100.0	5.8	8.4	18.4	4.1	1.9	3.3	38.1	19.9	0.2
奈良	100.0	6.3	9.2	19.6	3.7	1.7	3.9	36.8	18.6	0.2
和歌山	100.0	3.4	6.7	23.4	3.6	1.3	3.7	38.5	19.3	0.2
鳥取	100.0	4.3	6.0	19.9	3.4	0.8	4.4	34.4	26.6	0.2
島根	100.0	1.7	6.3	16.8	3.0	1.3	3.7	32.3	34.6	0.3
岡山	100.0	4.6	6.1	18.2	4.2	1.3	3.8	38.5	23.0	0.2
広島	100.0	6.9	6.8	17.0	4.4	2.1	4.4	33.4	24.8	0.3
山口	100.0	2.8	7.7	18.7	4.5	1.7	4.4	36.5	23.3	0.3
徳島	100.0	3.2	3.2	21.3	4.1	1.8	4.9	41.9	19.2	0.4
香川	100.0	4.0	6.0	17.6	3.6	1.2	4.0	35.9	27.5	0.3
愛媛	100.0	5.5	7.7	19.0	3.7	2.2	3.9	38.7	18.9	0.3
高知	100.0	2.1	4.7	23.1	3.3	1.2	4.4	40.0	20.4	0.7
福岡	100.0	6.4	5.7	16.7	5.2	2.1	5.2	38.3	20.2	0.2
佐賀	100.0	1.7	5.2	18.4	5.4	1.9	4.9	40.6	21.6	0.2
長崎	100.0	3.4	5.4	16.4	3.9	1.2	5.6	42.6	21.1	0.3
熊本	100.0	5.0	4.7	15.5	5.1	1.8	5.9	41.7	20.0	0.2
大分	100.0	7.2	4.8	17.1	3.6	2.2	5.2	36.6	23.1	0.3
宮崎	100.0	3.1	3.4	19.5	4.3	2.3	4.7	39.1	23.5	0.1
鹿児島	100.0	4.5	5.7	18.8	4.3	2.1	5.0	38.7	20.8	0.1
沖縄	100.0	2.5	9.9	23.8	5.6	1.0	2.3	35.0	19.7	0.1

前回比をみると、百貨店は前回比 5.0%の減少であった。都道府県別にみると、埼玉、熊本、愛媛、香川、宮崎など 11 県で増加したものの、大阪、神奈川、福岡、千葉、東京など 35 県では減少、兵庫では横ばいとなっている。

総合スーパーは、同 1.3%の減少であった。都道府県別にみると、神奈川、福岡、静岡、埼玉、大分など 21 県が増加し、兵庫、広島、岐阜、愛媛、愛知など 26 県は減少となっている。

専門スーパーは、同 2.0%の増加であった。都道府県別にみると、福岡、千葉、埼玉、青森、山口など 30 県が増加、東京、北海道、静岡、富山、兵庫など 16 県が減少、大阪が横ばいとなっている。

コンビニエンスストアは、同 3.1%の増加であった。都道府県別にみると、埼玉、福島、沖縄、大分、栃木、秋田の 6 県で減少したものの、東京、愛知、大阪、千葉、兵庫など 41 県では増加となっている。

ドラッグストアは、同 3.7%の増加であった。都道府県別にみると、北海道、東京、福岡、千葉、富山など 32 県で増加しており、なかでも北海道は前回に比べ 2.7 倍の大幅な増加となっている。一方、静岡、神奈川、福島、大阪、岡山など 15 県では減少となっている。

その他のスーパーは、同 15.6%の大幅減であった。都道府県別にみると、大分、福島、神奈川、高知、宮崎などの 9 県が増加となったほかは、大阪、東京、埼玉、北海道、千葉など 38 県で減少となっている。

専門店・中心店は、同 1.3%の減少であった。都道府県別にみると、大阪、東京、三重、福岡、神奈川などの 10 県で増加となったほかは、千葉、愛知、新潟、岐阜、福島など 37 県で減少となっている。

その他の小売店は、同 0.5%の微減であった。都道府県別にみると、大阪、岐阜、愛知、高知、兵庫など 29 県で増加し、神奈川、新潟、福岡、東京、北海道など 18 県で減少となっている。

対面販売を中心とした百貨店や専門店・中心店などで前回の販売額を大きく下回る県が多い一方、コンビニエンスストアやドラッグストアはほとんどの県で増加しており、小売業に占める割合は小さいものの、事業所数の増加幅を上回る好調な伸びを示している。

業態別年間商品販売額の都道府県別前回比

都道府県	前 回 比 (%)								
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店・中心店	その他の小売店
全国計	▲ 1.4	▲ 5.0	▲ 1.3	2.0	3.1	3.7	▲ 15.6	▲ 1.3	▲ 0.5
北海道	▲ 1.7	▲ 5.9	▲ 2.2	▲ 5.0	0.4	171.9	▲ 27.0	▲ 0.4	▲ 24.6
青森	▲ 3.3	▲ 23.1	▲ 5.9	15.3	8.5	40.1	▲ 36.0	▲ 6.8	8.6
岩手	▲ 1.7	▲ 9.6	▲ 12.6	5.9	7.5	13.4	▲ 18.7	▲ 2.9	▲ 3.0
宮城	▲ 1.4	▲ 19.1	7.9	6.0	0.8	18.8	▲ 11.2	▲ 3.0	▲ 4.2
秋田	▲ 0.7	▲ 100.0	▲ 8.9	13.0	▲ 0.6	89.8	▲ 27.7	▲ 2.7	1.6
山形	▲ 5.0	▲ 8.1	▲ 7.2	4.3	4.0	23.1	▲ 17.1	▲ 8.1	▲ 1.9
福島	▲ 3.1	▲ 9.4	0.6	4.5	▲ 1.7	▲ 55.9	15.2	▲ 6.1	24.5
茨城	▲ 2.7	▲ 12.1	▲ 7.2	1.6	1.0	▲ 1.9	▲ 14.3	▲ 3.1	76.5
栃木	▲ 0.6	0.7	▲ 4.9	3.8	▲ 0.6	▲ 20.7	▲ 14.4	0.2	9.3
群馬	▲ 2.4	▲ 11.5	6.9	7.5	2.0	▲ 10.7	▲ 7.7	▲ 5.9	3.2
埼玉	▲ 0.6	19.1	2.6	4.7	▲ 3.1	▲ 4.6	▲ 22.5	▲ 2.2	17.6
千葉	▲ 4.1	▲ 11.8	▲ 1.4	5.4	2.9	10.3	▲ 23.0	▲ 6.8	64.7
東京	0.3	▲ 1.3	0.7	▲ 3.4	3.4	7.7	▲ 10.8	1.8	▲ 21.4
神奈川	▲ 0.3	▲ 10.8	6.0	▲ 0.9	0.4	▲ 12.4	4.4	1.1	▲ 77.8
新潟	▲ 3.5	0.7	▲ 11.1	5.5	2.0	1.6	▲ 6.3	▲ 6.0	▲ 66.7
富山	▲ 4.3	▲ 8.0	0.9	▲ 17.3	4.9	59.6	▲ 36.6	▲ 0.7	94.7
石川	▲ 0.2	1.9	1.8	▲ 1.3	9.1	6.1	▲ 12.5	▲ 0.4	▲ 1.3
福井	▲ 1.1	▲ 2.0	▲ 5.7	0.4	4.5	11.2	▲ 9.3	▲ 1.0	17.8
山梨	▲ 4.9	▲ 8.9	▲ 8.7	2.5	4.3	5.3	▲ 46.1	▲ 4.6	▲ 17.6
長野	▲ 3.4	▲ 18.0	0.6	▲ 1.3	0.4	7.6	▲ 15.6	▲ 3.7	▲ 3.7
岐阜	▲ 4.3	▲ 5.1	▲ 17.2	7.9	1.3	8.0	▲ 20.1	▲ 6.4	93.1
静岡	▲ 2.9	▲ 18.9	17.8	▲ 6.8	1.8	▲ 34.5	▲ 3.0	▲ 1.0	27.6
愛知	▲ 1.5	▲ 0.8	▲ 3.0	2.6	7.6	2.4	▲ 12.2	▲ 2.8	46.1
三重	2.6	▲ 13.2	▲ 3.3	7.1	15.0	2.6	▲ 55.7	7.0	26.8
滋賀	▲ 0.4	▲ 54.5	▲ 0.8	3.0	7.4	13.6	▲ 1.2	▲ 0.7	35.8
京都	1.1	▲ 3.3	▲ 0.5	9.2	1.4	13.1	▲ 9.2	0.5	97.7
大阪	▲ 0.7	▲ 10.8	▲ 3.6	0.0	7.1	▲ 9.5	▲ 36.7	3.4	141.4
兵庫	▲ 3.1	0.0	▲ 11.9	▲ 1.7	4.8	4.5	▲ 19.3	▲ 2.2	43.7
奈良	2.3	▲ 4.8	4.4	▲ 0.2	7.5	7.1	▲ 12.5	4.6	▲ 17.0
和歌山	▲ 2.4	▲ 2.0	▲ 7.4	10.5	16.7	27.9	1.5	▲ 7.9	3.1
鳥取	▲ 4.8	▲ 26.3	4.7	▲ 11.6	1.3	▲ 8.3	7.4	▲ 2.2	▲ 17.8
島根	▲ 2.8	16.9	▲ 5.3	▲ 7.1	16.0	11.1	▲ 7.4	▲ 2.6	49.6
岡山	1.8	0.4	▲ 3.4	6.8	11.7	▲ 27.7	▲ 24.8	3.5	87.9
広島	▲ 1.6	▲ 6.7	▲ 11.3	1.6	0.7	16.1	▲ 16.1	▲ 0.2	40.5
山口	▲ 1.5	▲ 8.8	9.1	14.9	4.9	16.7	▲ 18.7	▲ 5.8	▲ 14.5
徳島	▲ 5.2	▲ 11.7	▲ 12.0	▲ 1.5	12.2	13.0	▲ 20.6	▲ 5.9	63.1
香川	▲ 7.7	8.4	▲ 5.2	▲ 5.3	6.5	▲ 25.7	▲ 23.7	▲ 8.6	28.7
愛媛	▲ 4.7	6.1	▲ 18.1	5.5	9.3	20.9	▲ 38.1	▲ 4.5	▲ 10.7
高知	▲ 4.7	▲ 37.6	▲ 14.0	▲ 1.4	2.0	▲ 45.9	65.5	▲ 6.2	315.7
福岡	2.0	▲ 10.7	10.1	11.8	1.2	18.3	▲ 16.3	2.0	▲ 20.7
佐賀	▲ 1.2	▲ 30.8	8.4	16.8	7.8	▲ 0.7	▲ 28.9	▲ 2.9	▲ 17.6
長崎	▲ 1.7	0.3	2.9	8.2	13.9	▲ 7.0	▲ 12.7	▲ 4.3	78.8
熊本	1.2	5.5	4.2	4.9	2.4	13.4	2.4	▲ 1.1	349.9
大分	▲ 1.2	▲ 15.0	20.6	▲ 1.1	▲ 1.8	17.8	46.2	▲ 4.1	0.8
宮崎	3.8	7.5	8.5	9.5	3.9	10.0	21.3	0.4	46.9
鹿児島	▲ 2.9	▲ 6.0	1.9	12.0	8.9	8.6	▲ 15.0	▲ 7.0	▲ 23.9
沖縄	▲ 1.2	▲ 3.7	7.7	▲ 2.5	▲ 2.7	▲ 20.7	6.8	▲ 1.7	▲ 10.3

7. 新業態とコンビニ

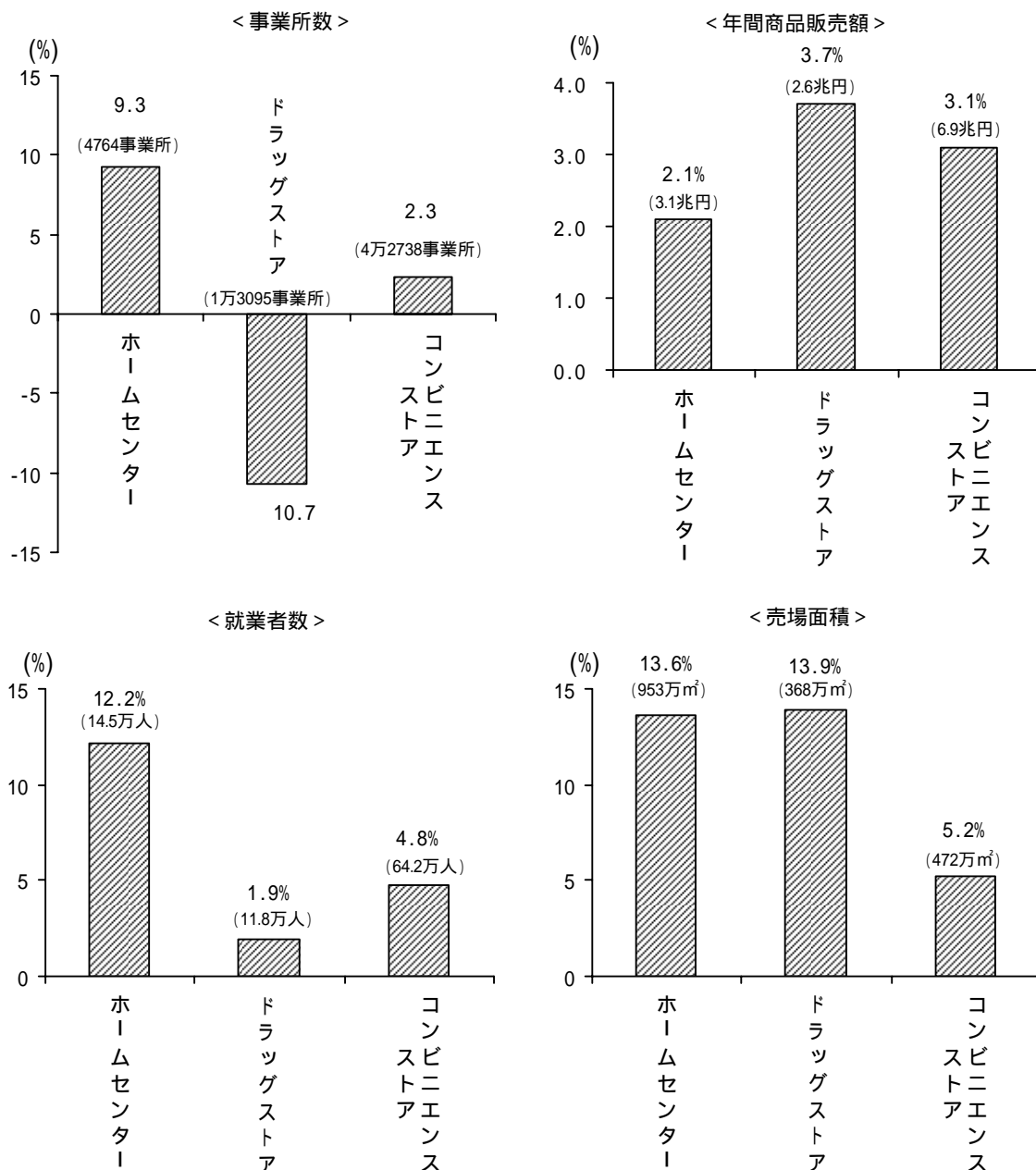
近年、成長をみせたドラッグストア、ホームセンターについては前回調査である平成14年から業態区分を設け、特掲することとした。ここでは、前回調査で新たな業態区分として設けた「ドラッグストア」、「ホームセンター」と持続的な成長をみせ、業態として成熟した「コンビニエンスストア」を比較し、それぞれの業態の特徴についてみていくこととする。

(1) 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、単位当たり年間商品販売額を平成14年と比べると、

事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積のいずれもホームセンターは増加している。平成14年には大幅に増加したドラッグストアは、事業所数では大きく減少したものの、売場面積の増加もあり、販売額は増加している。コンビニエンスストアは堅調に推移しながらも、その伸びに鈍化がみられる。

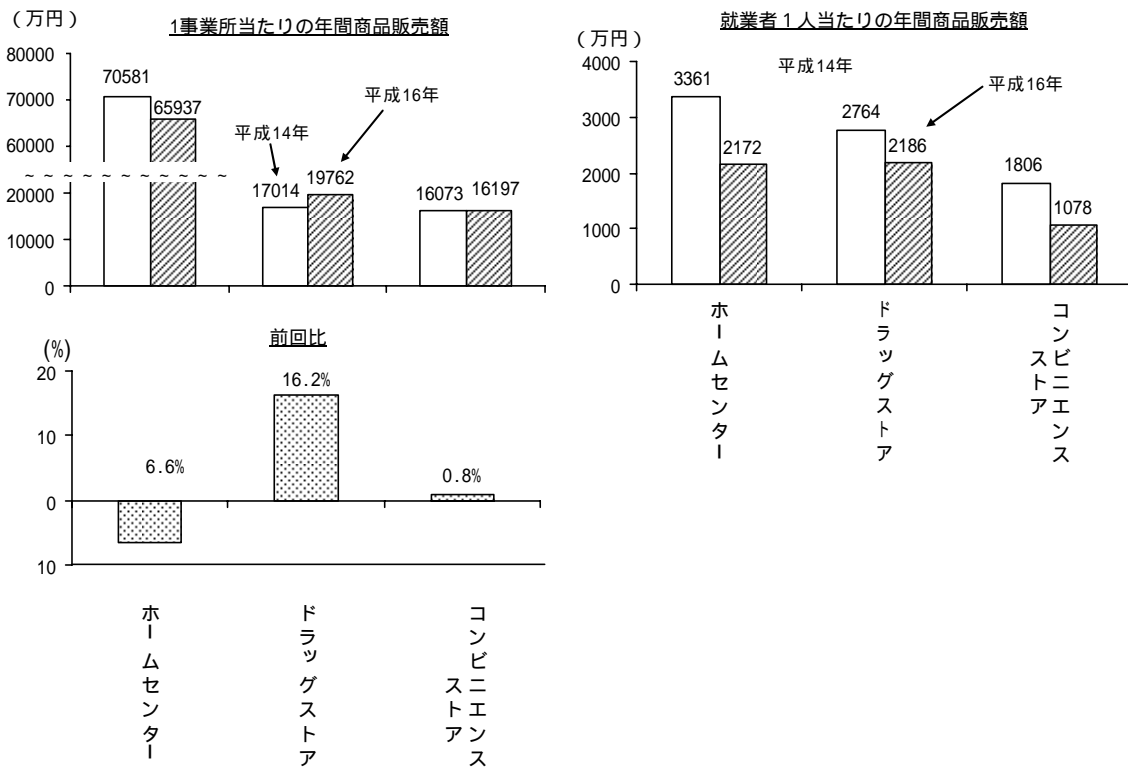
事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積の前回比



単位当たりの年間商品販売額をみると、1事業所当たりでは、小売業平均の1億765万円に対し、ホームセンターが6億5937万円と群を抜いて高く、ドラッグストアは1億9762万円、コンビニエンスストアは1億6197万円であった。ホームセンターが高いのは、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。なお、前回比でみると、ドラッグストア（前回比16.2%増）、コンビニエンスストア（同0.8%増）の増加に対し、ホームセンターは6.6%の落ち込みとなっているが、これは大型店舗等の新規開店により1年に満たない販売額を持つ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。

また、就業者1人当たりでは、ホームセンターが2172万円、ドラッグストアが2186万円であるのに対し、1事業所当たりの売場面積が小さいコンビニエンスストアでは1078万円とホームセンター、ドラッグストアの5割程度にとどまっている。

単位当たりの年間商品販売額



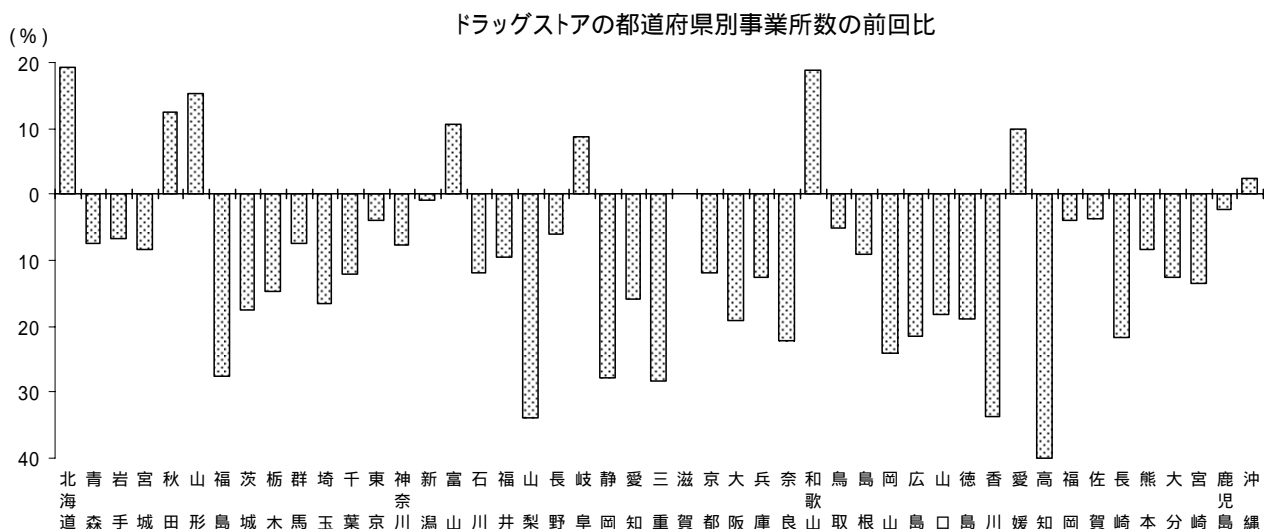
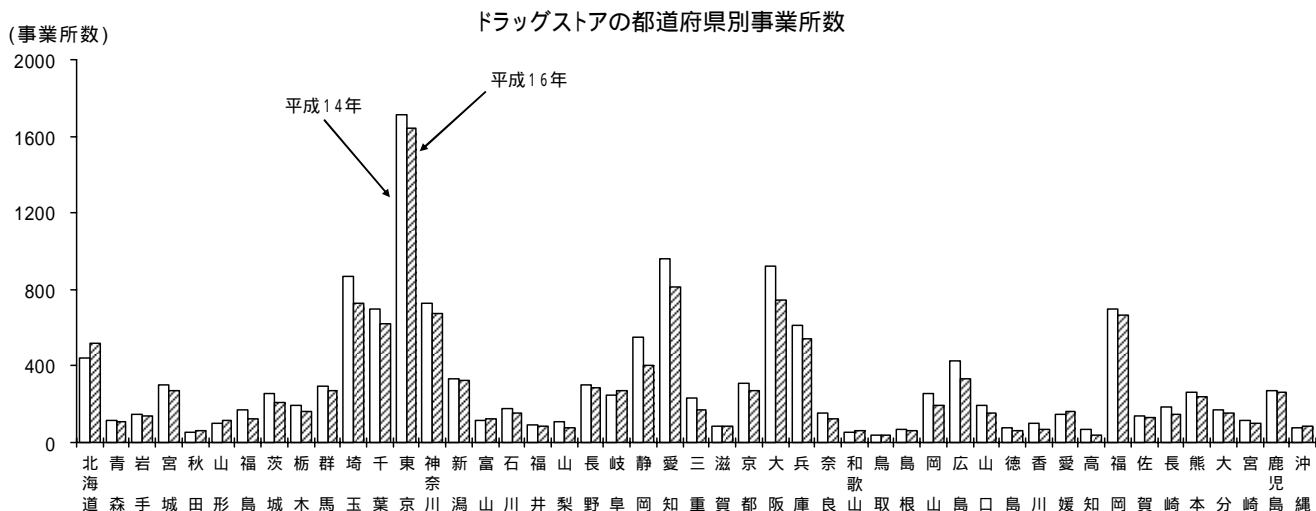
就業者1人当たりの年間商品販売額は、5章では派遣・下請出向者（平成16年より調査）を除外した「就業者」を用いて算出しているが、本章では前回と比較するため派遣・下請出向者を含めた「就業者」で算出した。

(2) ドラッグストア

平成14年では事業所数で最も高い伸びを示していた（平成14年の前年比34.3%増）ドラッグストアであるが、16年の前年比をみると、事業所数(1万3095事業所)が前年比10.7%減と大幅に減少した。一方、年間商品販売額(2兆5878億円)は同3.7%増、就業者数(11万8368人)が同1.9%増とそれぞれ増加している。

ドラッグストアは、高齢化や健康ブームを背景に新たな業態として拡大傾向にあったが、近年は医薬品や化粧品のみならず、日用品、文房具、飲食料品などを幅広く取り扱う事業所として増加しており、ホームセンター等の他の業態に格付けが変更しやすいことに加え、小規模の薬店が減少し、規模の大きな事業所が増加していることにより事業所数と販売額が逆の動きになっていると思われる。

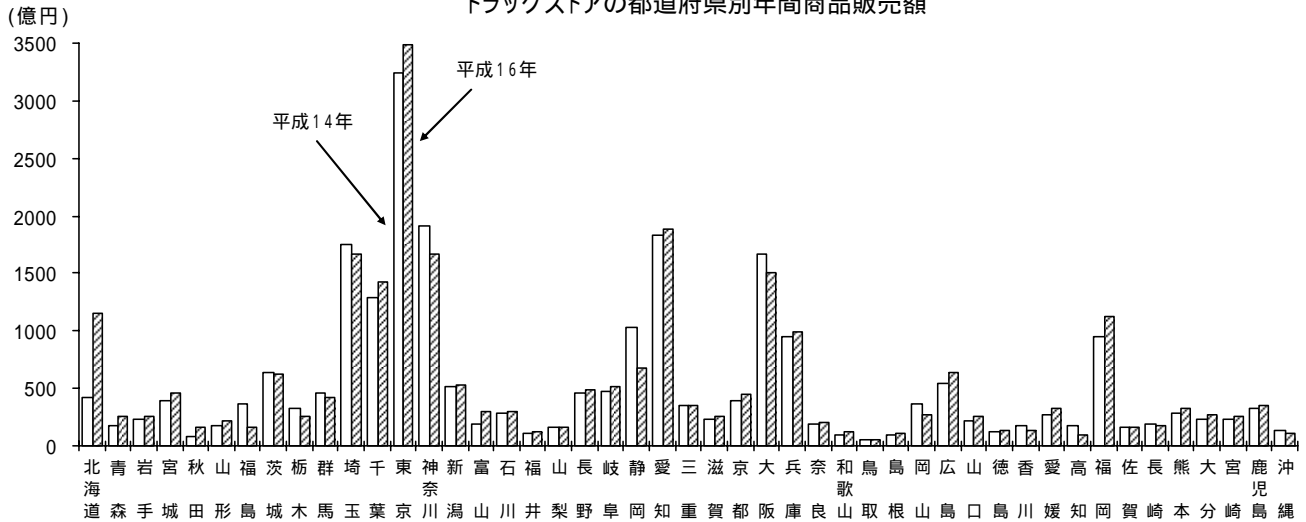
都道府県別に事業所数をみると、ドラッグストアが多いのは東京1646事業所（前年比4.0%減）、愛知811事業所（同15.8%減）、大阪744事業所（同19.1%減）、埼玉725事業所（同16.6%減）、神奈川671事業所（同7.7%減）の順で、また、その立地は大都市及びその近郊に多いことから、これらの県において水準が高いが、前回と比べた増加率はマイナスとなっている。



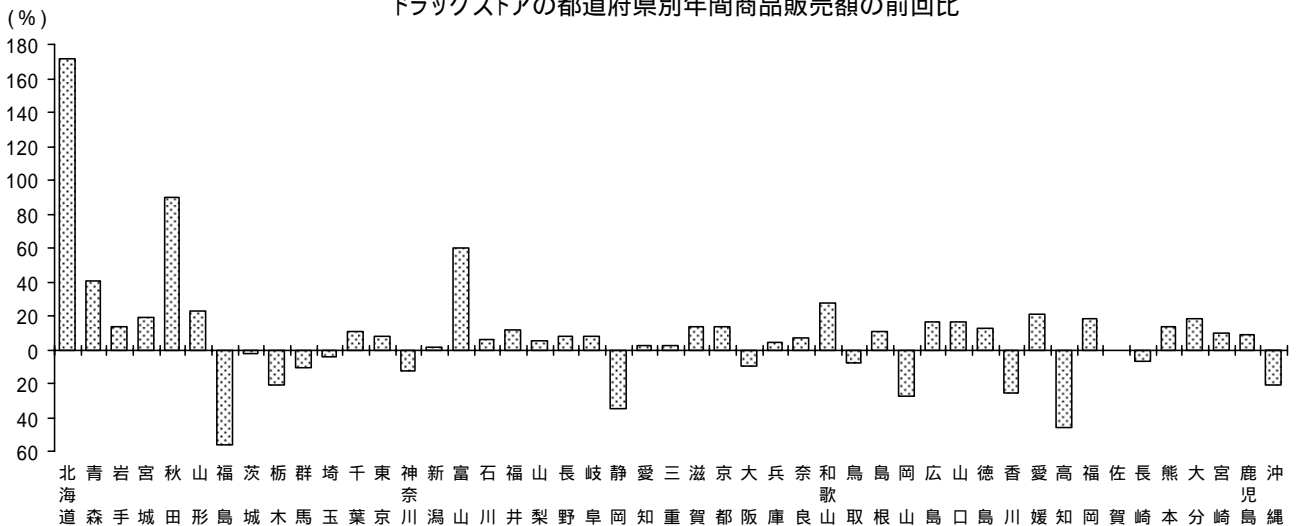
平成14年の前年比については、平成11年を平成14年の定義に合わせて組み替えたものを用いている。

ドラッグストアの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京 3492 億円（前回比 7.7% 増）、愛知 1880 億円（同 2.4% 増）、神奈川 1673 億円（同 12.4% 減）、埼玉 1668 億円（同 4.6% 減）、大阪 1505 億円（同 9.5% 減）の順と、大都市及びその周辺で販売額は高いが、前回比では北海道（同 171.9% 増）、秋田（同 89.8% 増）、富山（同 59.6% 増）、青森（同 40.1% 増）、和歌山（同 27.9% 増）などで高い伸びを示しており、前回調査時点ではドラッグストアの水準が伸び悩んでいた地域で急激に増加している。

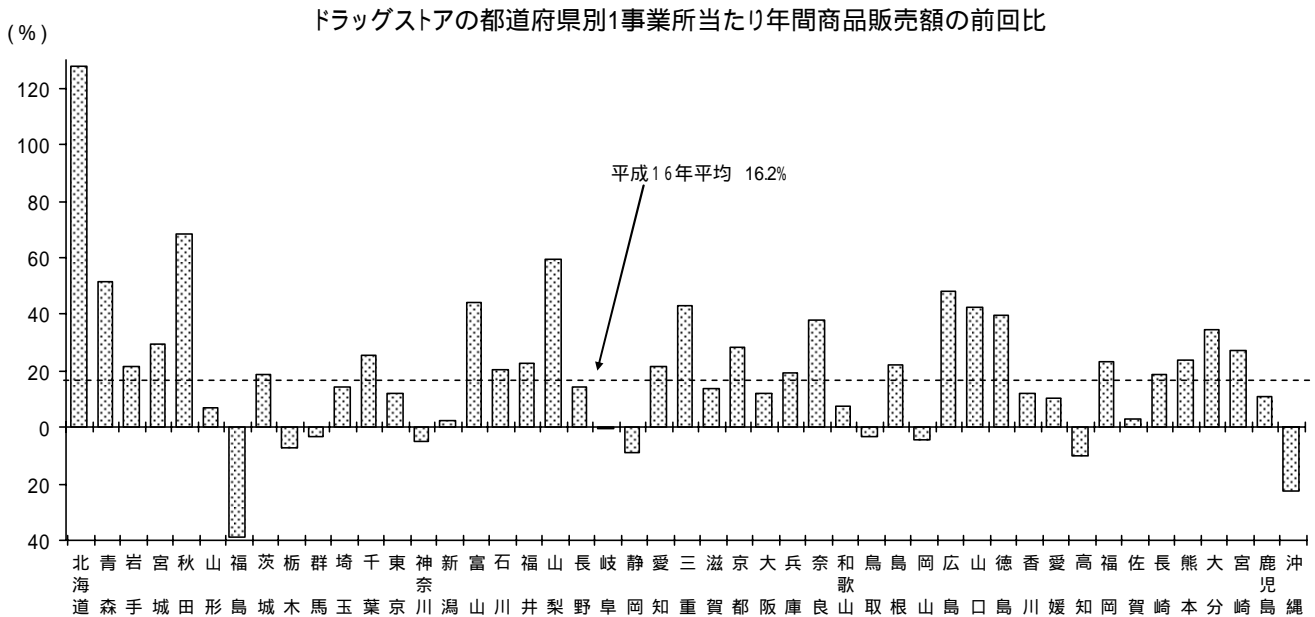
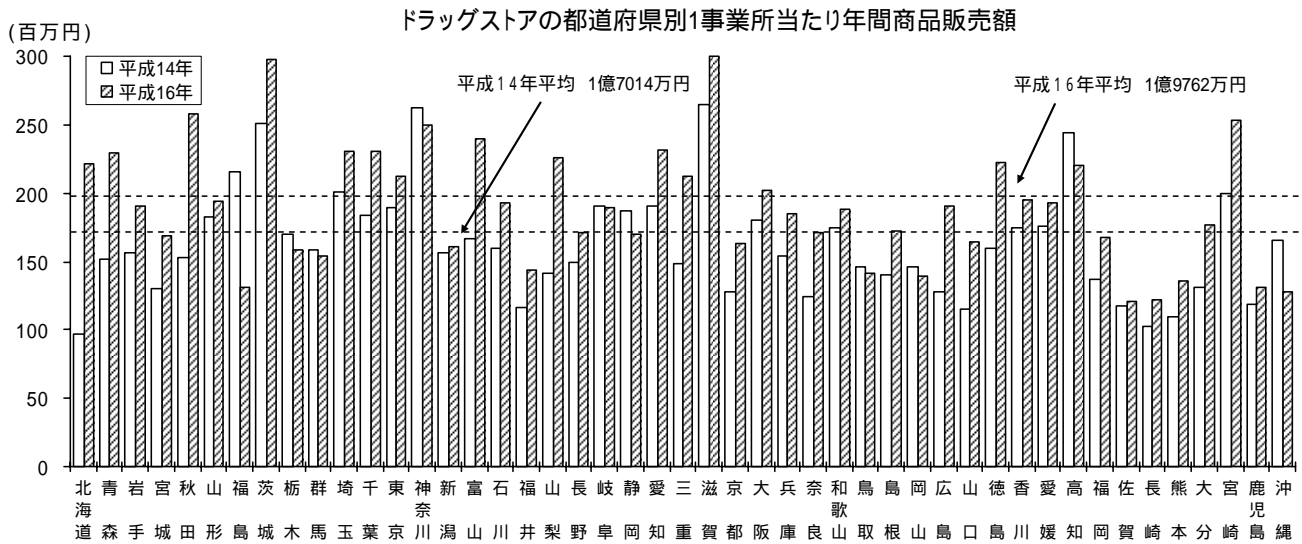
ドラッグストアの都道府県別年間商品販売額



ドラッグストアの都道府県別年間商品販売額の前回比



ドラッグストアの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、滋賀（3億5万円）が最も高く、次いで茨城（2億9778万円）、秋田（2億5730万円）、宮崎（2億5340万円）、神奈川県（2億4938万円）の順で、上位4県では2億5千万円を超えている。前回比でみると、北海道、秋田、山梨、青森、広島など37県で増加、福島、沖縄、高知、静岡、栃木など10県で減少している。



ドラッグストアの業種構成をみると、事業所数では医薬品小売業（調剤薬局を除く）が76.0%と最も高く、化粧品小売業と調剤薬局がそれぞれ1割強を占めている。年間商品販売額では医薬品小売業（調剤薬局を除く）が7割強を占め、次いで化粧品小売業が2割強、調剤薬局は7%となっている。

ドラッグストアの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
ドラッグストア計	13,095	100.0	2,587,834	100.0
医薬品・化粧品小売業	13,095	100.0	2,587,834	100.0
医薬品小売業(調剤薬局を除く)	9,985	76.0	1,837,931	71.0
調剤薬局	1,460	11.0	168,794	7.0
化粧品小売業	1,650	13.0	581,109	22.0

(3) ホームセンター

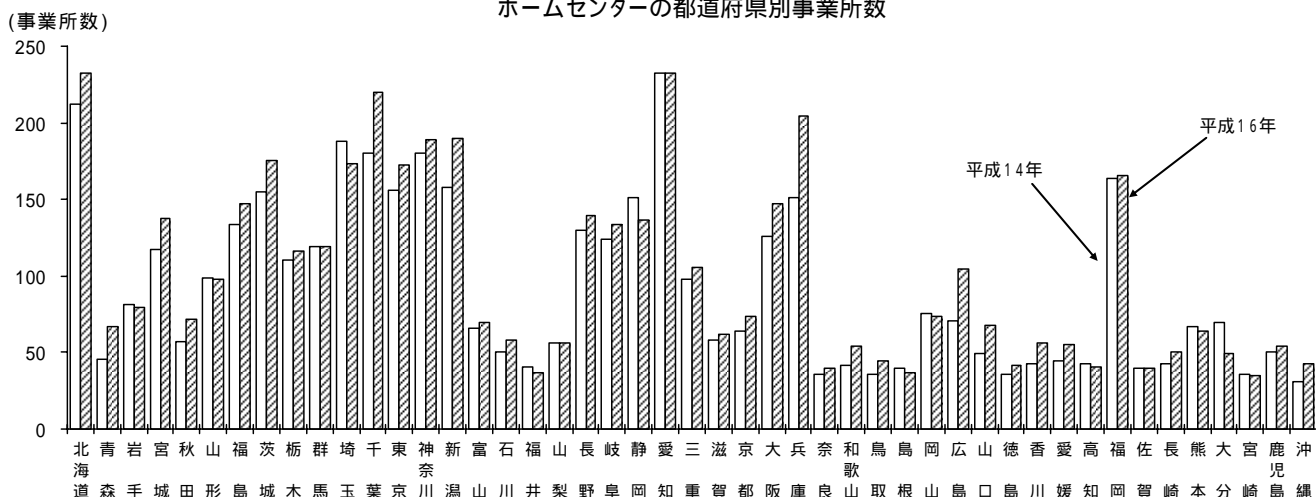
ホームセンターの事業所数は、リフォーム市場が拡大するなかでDIY用品へのニーズの高まりや、これら商品のほか、洗剤、紙製品といった生活雑貨、カー・レジャー用品、園芸、ペット用品等の品揃えの拡大等から大きな伸びを示しており、平成16年は4764事業所、前年に比べ9.3%の増加となった。事業所数の増加に伴い、就業者数も14万4592人、同12.2%の増加、年間商品販売額も3兆1413億円で同2.1%の増加となった。

ホームセンターの事業所数、年間商品販売額、就業者数

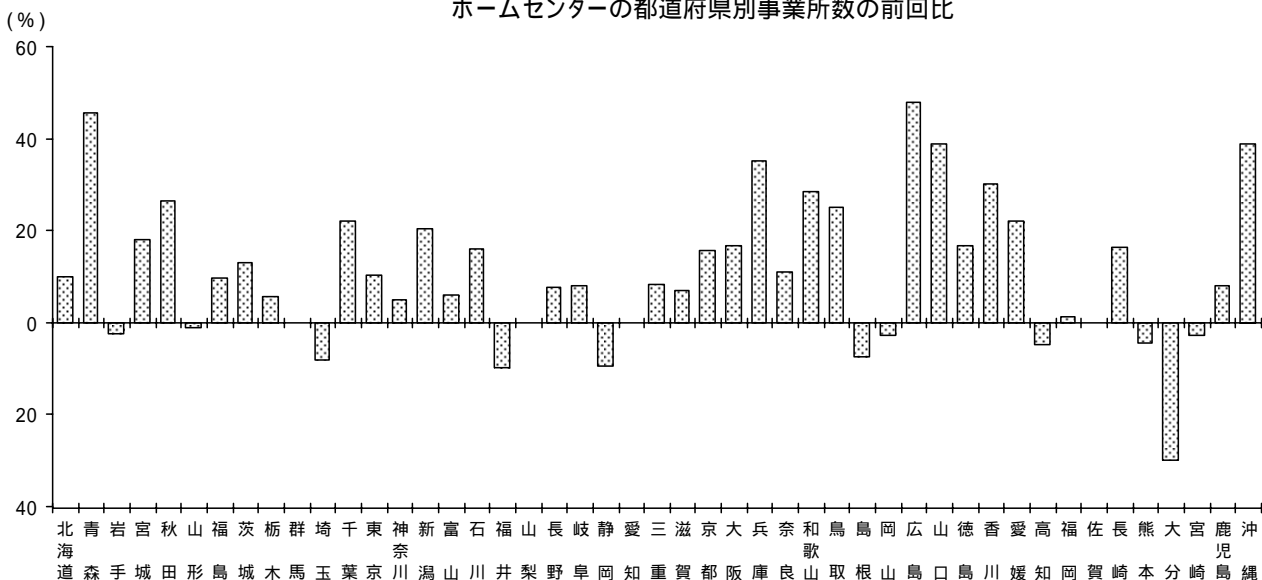
	事業所数			年間商品販売額			就業者数		
	平成14年	平成16年	前回比 (%)	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比 (%)	平成14年 (人)	平成16年 (人)	前回比 (%)
住関連スーパー	13,020	11,744	▲ 9.8	6,143,359	5,510,389	▲ 10.3	280,211	274,570	▲ 2.0
うち、ホームセンター	4,358	4,764	9.3	3,075,939	3,141,257	2.1	128,845	144,592	12.2

ホームセンターの事業所数を都道府県別にみると、北海道（前回比9.9%増）愛知（同0.0%の横ばい）がともに233事業所で最も多く、次いで千葉が220事業所（同22.2%増）、兵庫が204事業所（同35.1%増）、新潟が190事業所（同20.3%増）の順となっている。

ホームセンターの都道府県別事業所数

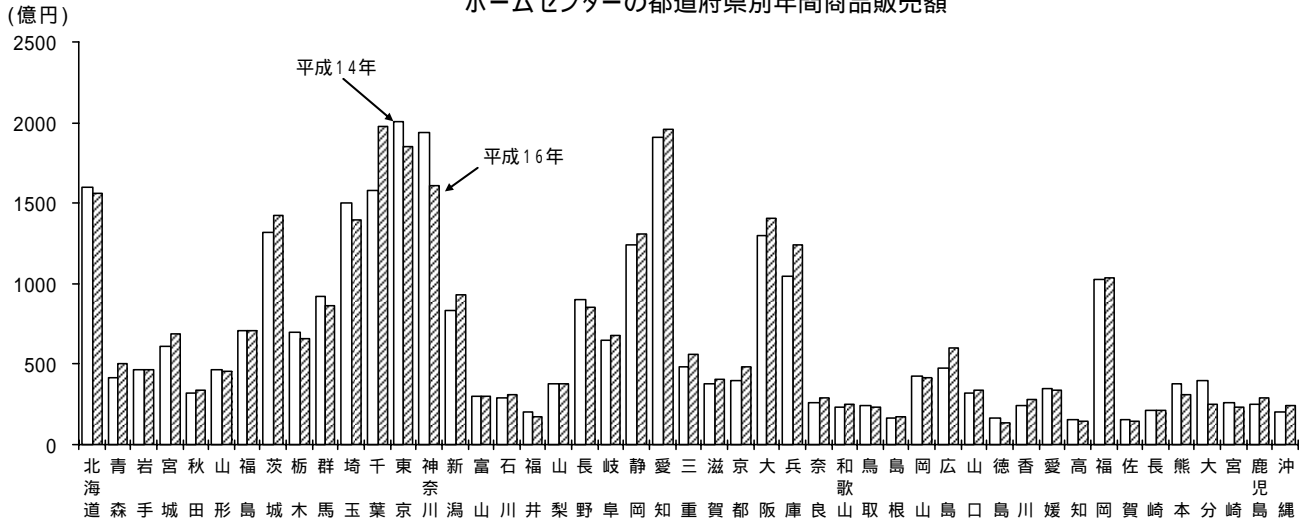


ホームセンターの都道府県別事業所数の前回比

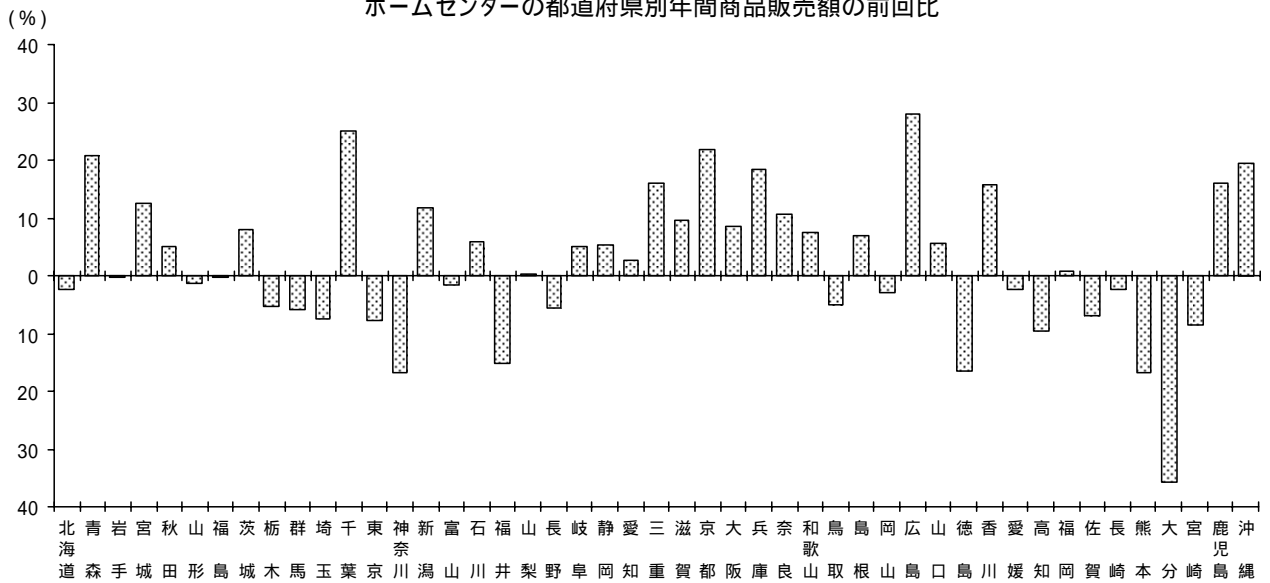


ホームセンターの年間商品販売額を都道府県別にみると、千葉 1974 億円（前年比 25.1%増）、愛知 1957 億円（同 2.7%増）、東京 1854 億円（同 7.6%減）、神奈川 1609 億円（同 16.8%減）、北海道 1561 億円（同 2.5%減）の順で、大都市で多くなっている。前年比で見ると、新設などがあった広島、千葉で急増したほか、京都、青森、沖縄など 25 県で増加、大分、神奈川、熊本、徳島、福井など 22 県では減少となっている。

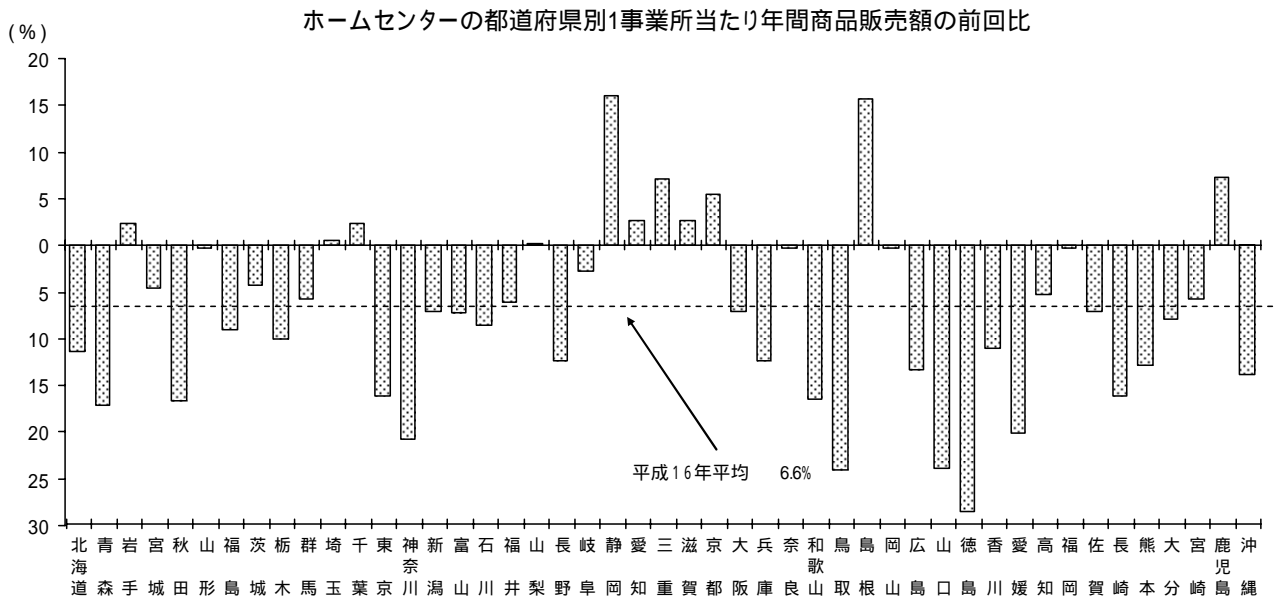
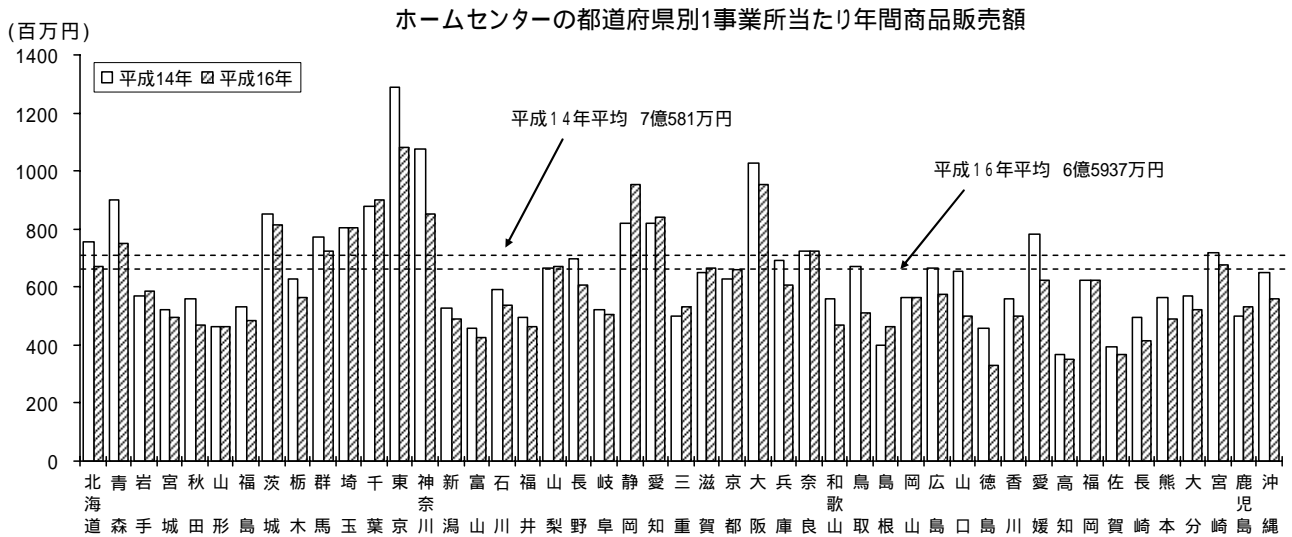
ホームセンターの都道府県別年間商品販売額



ホームセンターの都道府県別年間商品販売額の前年比



ホームセンターの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京(10億7810万円)が10億円を超えて最も高く、次いで大阪(9億5550万円)、静岡(9億5239万円)、千葉(8億9729万円)、神奈川(8億5125万円)の順で、大都市で高くなっている。前回比でみると、静岡、島根、鹿児島、三重、京都など11県で増加、徳島、鳥取、山口、神奈川、愛媛など36県で減少している。大幅に減少している県が多いが、これは、大型店舗等の新設により1年に満たない販売額を持つ事業所が多かったことによる。



ホームセンターの業種構成をみると、事業所数では建築材料、ペット・ペット用品などが含まれる他に分類されない小売業が 50.1%と最も高く、次いで家具・じゅう器・機械器具小売業が 33.2%、農耕用品小売業が 7.0%となっている。年間商品販売額では他に分類されない小売業が 60.6%を占め、次いで家具・じゅう器・機械器具小売業が 27.2%、農耕用品小売業が 4.5%、書籍・文房具小売業が 1.9%の順となっている。

ホームセンターの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
ホームセンター計	4,764	100.0	3,141,257	100.0
各種商品小売業	30	0.6	37,703	1.2
織物・衣服・身の回り品小売業	60	1.3	27,526	0.9
飲食料品小売業	56	1.2	28,601	0.9
自動車・自転車小売業	11	0.2	8,584	0.3
家具・じゅう器・機械器具小売業	1,580	33.2	853,564	27.2
その他の小売業	3,027	63.5	2,185,279	69.6
医薬品・化粧品小売業	90	1.9	43,567	1.4
農耕用品小売業	332	7.0	141,106	4.5
燃料小売業	-	-	-	-
書籍・文房具小売業	156	3.3	60,229	1.9
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	62	1.3	35,638	1.1
写真機・写真材料小売業	-	-	-	-
時計・眼鏡・光学機械小売業	-	-	-	-
他に分類されない小売業	2,387	50.1	1,904,738	60.6

(4) コンビニエンスストア

コンビニエンスストアは、一時の店舗拡大のスピードは鈍化したものの、新たなニーズが見込めるオフィスビル、病院、大学、ホテルなどへの新規出店もあって、引き続き堅調に推移している。

平成16年の事業所数は、4万2738事業所で前年比2.3%の増加、年間商品販売額は6兆9222億円で同3.1%の増加となった。事業所数の拡大に伴って就業者数も64万2147人、同4.8%の増加となった。この結果、小売業に占めるコンビニエンスストアの割合は、事業所数で3.5%、年間商品販売額で5.2%、就業者数で7.6%となっている。

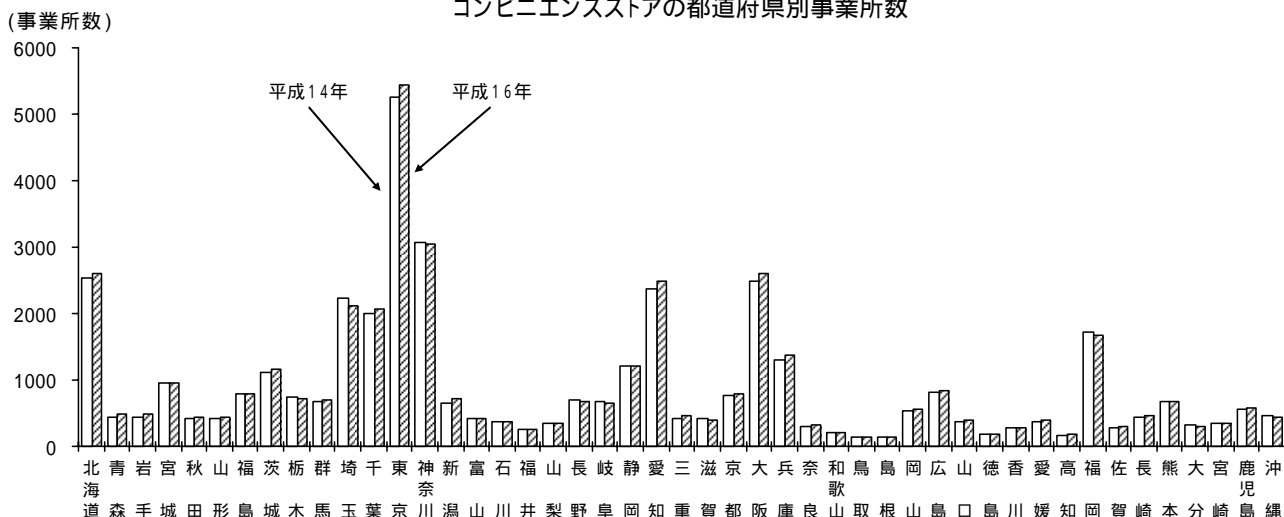
また、引き続きコンビニエンスストアの終日営業店の割合が高まっている。平成16年の終日営業店の割合は80.6%、前年の77.6%から、3ポイントの拡大となっている。この2年間に既存店においては終日営業店への切り替えが進展しており、また、新設店舗にあっても終日営業店の割合が極めて高いものとなっている。

コンビニエンスストアの事業所数、年間商品販売額、就業者数

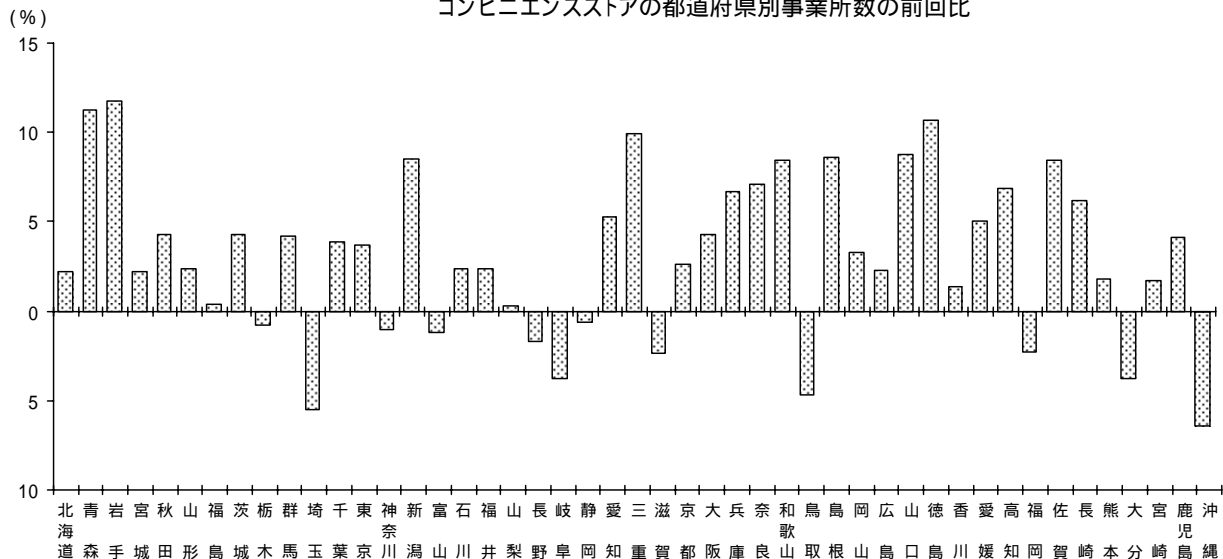
	事業所数					年間商品販売額			就業者数		
	平成14年	構成比 (%)	平成16年	構成比 (%)	前回比 (%)	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比 (%)	平成14年 (人)	平成16年 (人)	前回比 (%)
コンビニエンスストア	41,770	100.0	42,738	100.0	2.3	6,713,687	6,922,202	3.1	612,611	642,147	4.8
終日営業店	32,431	77.6	34,453	80.6	6.2	5,718,584	6,079,435	6.3	529,748	568,670	7.3
終日営業店以外	9,339	22.4	8,285	19.4	▲11.3	995,103	842,767	▲15.3	82,863	73,477	▲11.3

コンビニエンスストアの事業所数を都道府県別にみると、東京5453事業所(前年比3.7%増)、神奈川県3037事業所(同1.0%減)、大阪2599事業所(同4.3%増)、北海道2594事業所(同2.2%増)、愛知2497事業所(同5.3%増)の順で、大都市に多いが、その伸び率は鈍化している。一方、岩手(同11.8%増)、青森(同11.3%増)、徳島(同10.7%増)、三重(同9.9%増)、山口(同8.8%増)など、比較的コンビニエンスストアの少ない地域では大幅な伸びがみられる。

コンビニエンスストアの都道府県別事業所数



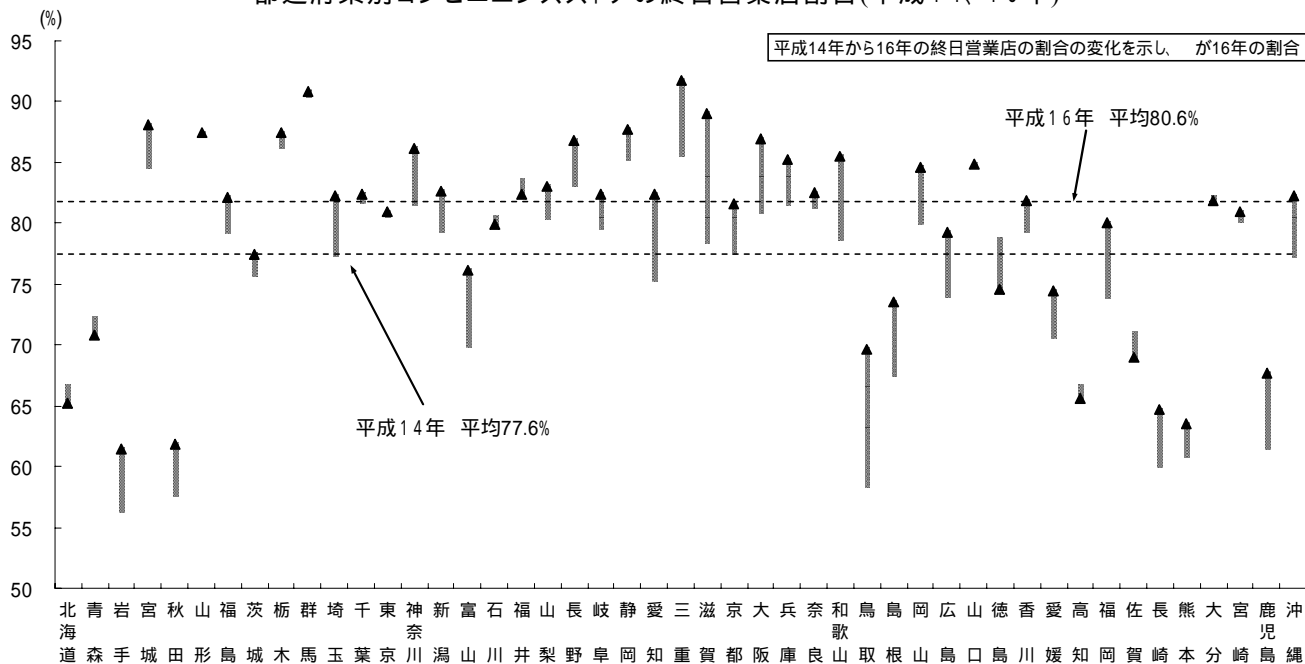
コンビニエンスストアの都道府県別事業所数の前回比



コンビニエンスストアの終日営業店割合を都道府県別にみると、三重が91.7%と最も高く、次いで群馬（同90.9%）が9割を超えている。そのほか、滋賀（同89.0%）、宮城（同88.1%）、静岡（同87.7%）など30県で8割を上回っている。

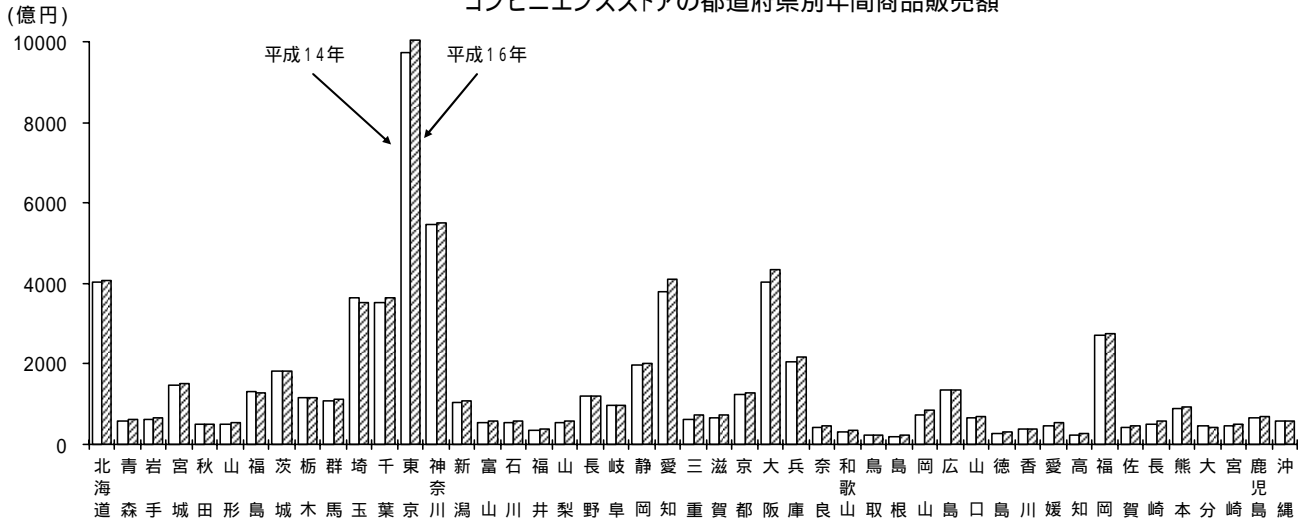
地域別にみると、コンビニエンスストアの多い東京などの大都市よりも、むしろその近郊や郊外の生活圏で終日営業店の割合が高いことが特徴である。

都道府県別コンビニエンスストアの終日営業店割合(平成14、16年)

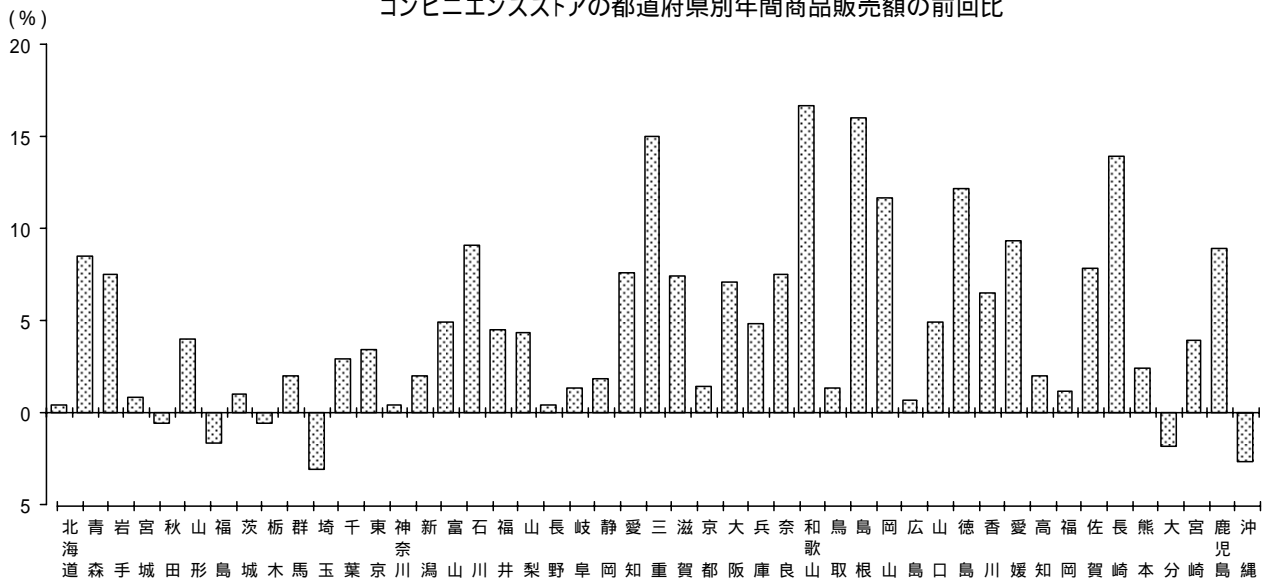


コンビニエンスストアの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京 1兆 52 億円(前年比 3.4% 増) 神奈川 5497 億円(同 0.4% 増) 大阪 4334 億円(同 7.1% 減) 愛知 4093 億円(同 7.6% 増) 北海道 4055 億円(同 0.4% 増) の順で、和歌山(同 16.7% 増) 島根(同 16.0% 増) 三重(同 15.0% 増) 長崎(同 13.9% 増) 徳島(同 12.2% 増) など 41 県で増加している。

コンビニエンスストアの都道府県別年間商品販売額

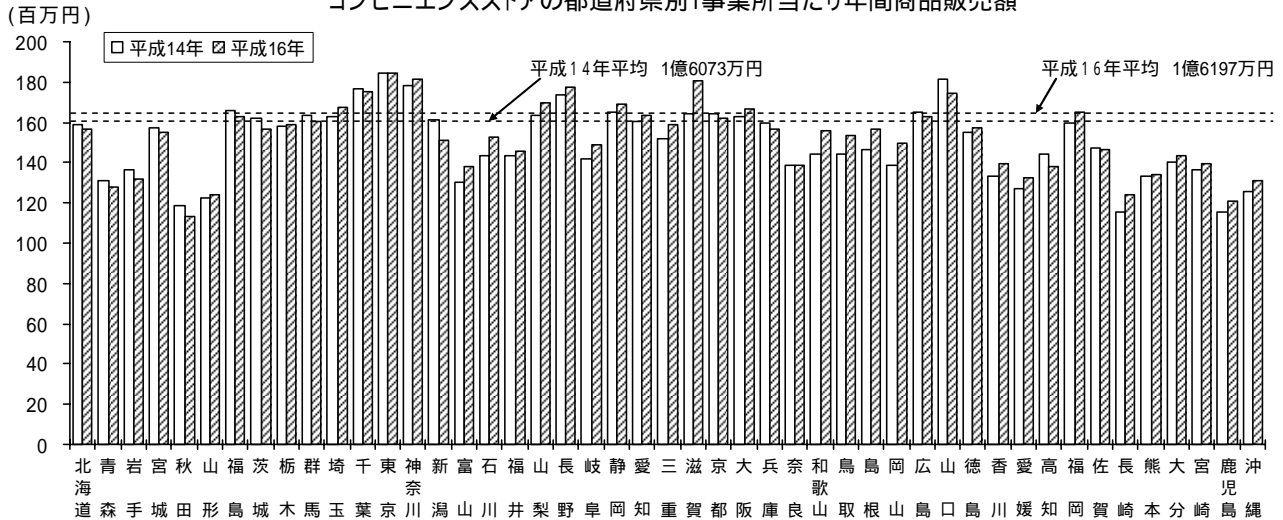


コンビニエンスストアの都道府県別年間商品販売額の前年比

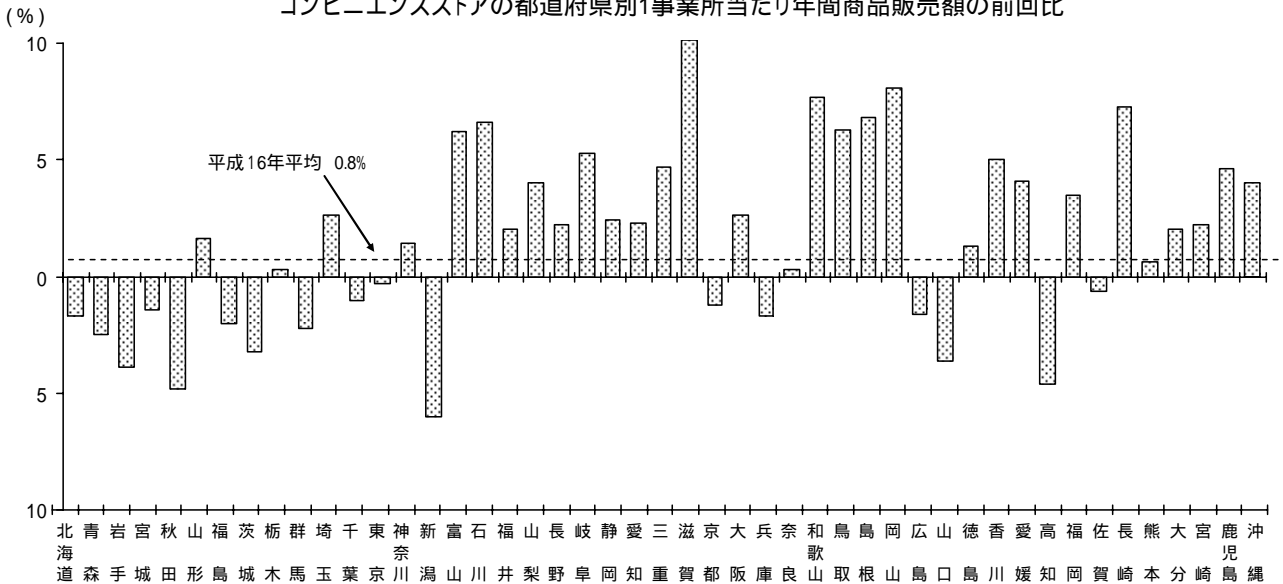


コンビニエンスストアの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京(1億8433万円)が最も高く、次いで神奈川県(1億8101万円)、滋賀(1億8094万円)、長野(1億7741万円)、千葉(1億7526万円)の順となっている。前回比でみると、滋賀(前回比10.1%増)、岡山(同8.1%増)、和歌山(同7.7%増)、長崎(同7.3%増)、島根(同6.8%増)など30県で増加し、新潟(同6.0%減)、秋田(同4.8%減)、高知(同4.6%減)、岩手(同3.9%減)、山口(同3.6%減)など17県で減少している。西日本で平均を上回る伸びの県が多い。

コンビニエンスストアの都道府県別1事業所当たり年間商品販売額



コンビニエンスストアの都道府県別1事業所当たり年間商品販売額の前回比



コンビニエンスストアの業種構成をみると、産業分類で「5791 コンビニエンスストア（飲食料品を中心とするものに限る）」が該当する飲食料品小売業が事業所数で99.1%、年間商品販売額でも99.3%とそのほとんどを占めている。産業分類ではコンビニエンスストアに該当しないが、業態ではコンビニエンスストアに格付けされた業種は書籍・文房具小売業が事業所数、販売額とも大きくなっている。

コンビニエンスストアの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

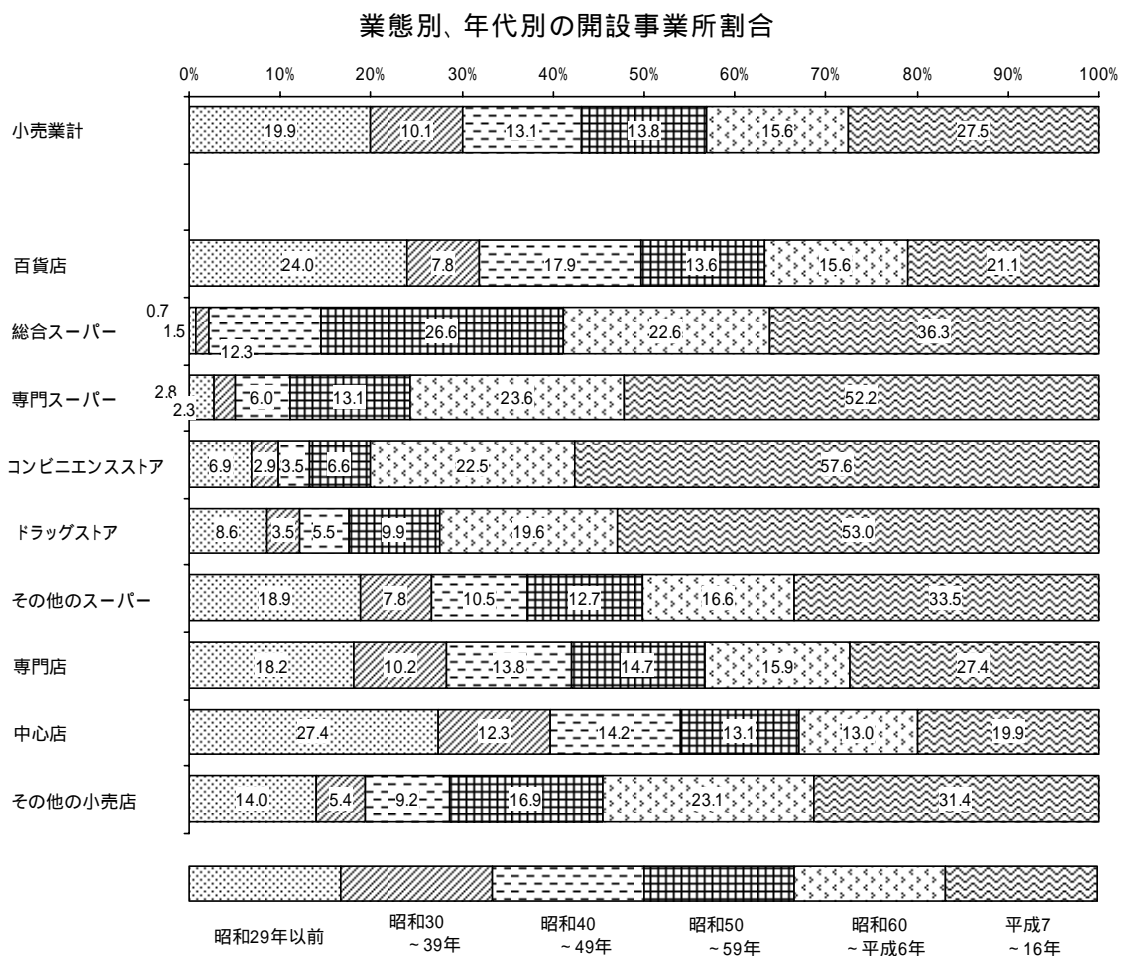
	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
コンビニエンスストア計	42,738	100.0	6,922,202	100.0
各種商品小売業	81	0.2	10,854	0.2
織物・衣服・身の回り品小売業	5	0.0	634	0.0
飲食料品小売業	42,372	99.1	6,875,548	99.3
自動車・自転車小売業	-	-	-	-
家具・じゅう器・機械器具小売業	6	0.0	1,095	0.0
その他の小売業	274	0.6	34,070	0.5
医薬品・化粧品小売業	9	0.0	1,266	0.0
農耕用品小売業	3	0.0	222	0.0
燃料小売業	-	-	-	-
書籍・文房具小売業	168	0.4	22,077	0.3
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	27	0.1	1,603	0.0
写真機・写真材料小売業	-	-	-	-
時計・眼鏡・光学機械小売業	-	-	-	-
他に分類されない小売業	67	0.2	8,903	0.1

8. 業態別に見た開設年別事業所数の状況

ここでは、事業所の開設年と各地域への展開状況について、業態別にみていくこととする。なお、業態の格付け及び平成16年のデータは、調査を実施した平成16年6月1日現在のものである(以下同じ。)

(1) 開設年別に見た事業所数

事業所の開設年を昭和29年以前と昭和30年以降は10年ごとに区切ってみると、景気低迷を背景に小売事業所では閉鎖や統廃合が進む一方、消費者ニーズにマッチした新業態の事業所の開設や新たな店舗展開などから、ほとんどの業態で平成7年以降の開設割合が最も高くなっている。



百貨店の開設割合は、昭和30年代を除く年代でいずれも1割を超え、一定の開設がみられる。このうち、昭和29年以前の割合は、老舗が多いことから最も高い割合となっており、他の業態に比べても高くなっている。また、バブル崩壊後の景気低迷を背景とした事業所の統廃合などもあって、平成7年以降の開設も高い割合となっている。

総合スーパーは、昭和40年以降の開設が97.8%を占めている。百貨店に比べ低価格で、ワンストップショッピングが可能な業態として昭和40年代から増加しはじめた総合スーパーは、ショッピングとレジャーも兼ね備えた大型ショッピングセンターとしての開設や郊外への進出、大規模小売店舗法改正や立地法施行などから開設が進み、昭和50年以降のいずれの年代においても2割以上の開設割合となっている。

専門スーパーは、昭和40年以降の開設が94.9%を占めており、年代を追うごとに開設事業所数が大きく増加している。主力の食料品スーパーのほか、専門性を持った商品を取り扱うホームセンターや低価格で品揃えが豊富な衣料品スーパーの開設などから、平成7年以降の開設割合は52.2%と過半を占めており、近年急速に開設が進んでいる。

コンビニエンスストアは、平成7年以降の開設割合が57.6%と最も高い業態である。特に終日営業店ではその傾向が強く、その割合は65.2%に達している。

ドラッグストアは昭和50年以降の開設が82.5%を占めている。このうち、平成7年以降の開設は53%とコンビニエンスストアに次いで高い割合となっており、高齢化や健康ブームを背景に新たな業態として急成長している。

なお、コンビニエンスストア、ドラッグストアは近年確立された新たな業態であるものの、昭和40年以前においても開設がみられるが、これは、消費者ニーズの変化に伴い、酒や米などを扱っていた従来の小売店がコンビニエンスストアへ、また対面販売を中心とした薬店、化粧品店などがドラッグストアへ業態替えをしたことによると考えられる。

事業所数が多い専門店、中心店、その他のスーパーは、各年代で一定の開設がみられる。

事業所数が最も多い専門店、各期間の開設割合がいずれも1割以上を占め、その割合は年代を追うごとに拡大し、平成7年以降では2割を超えている。

個人事業所が多い中心店は、昭和29年以前の開設割合(27.4%)が最も高い業態である。いずれの年代も1割以上を占めているものの、昭和40年代と平成7年以降が高い。

平成7年以降の開設状況をみると、34万912事業所の開設事業所のうち6割弱が専門店、2割強が中心店となっている。

平成7年以降の業態別開設事業所数及び構成比

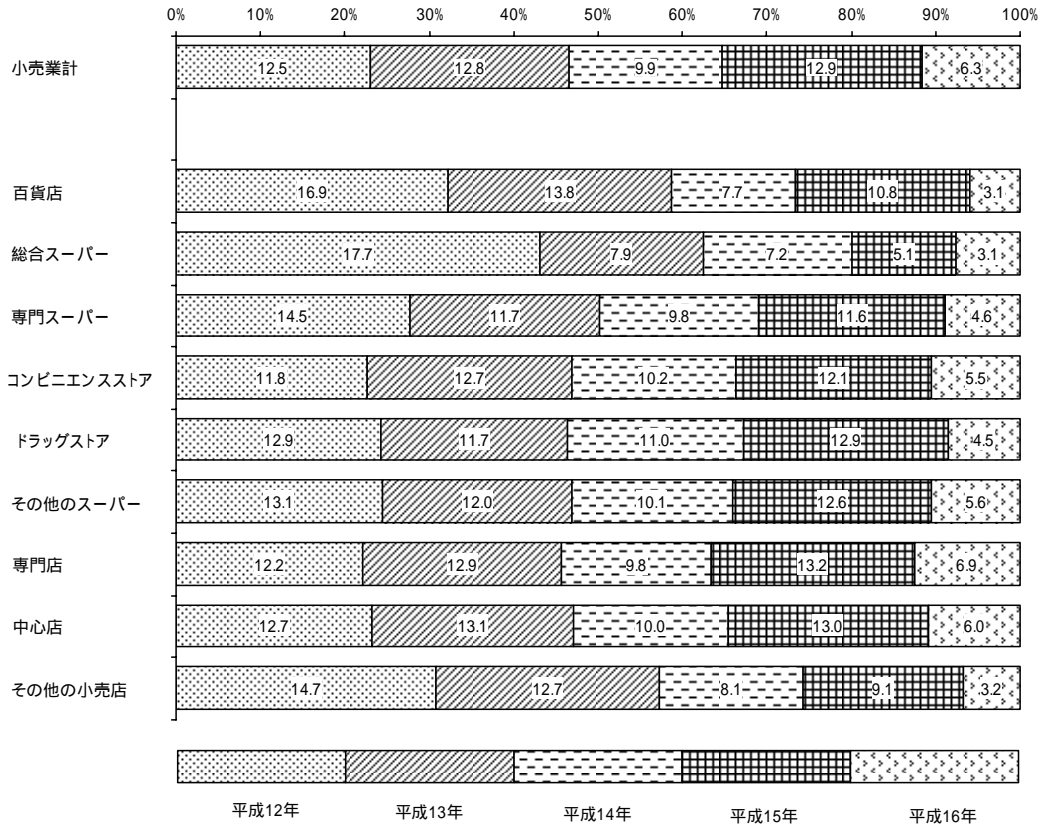
業 態 別	平成7年以降の開設事業所													
	計		平成7～11年		平成12年		平成13年		平成14年		平成15年		平成16年	
	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)
小売業計	340,912	100.0	155,238	100.0	42,562	100.0	43,563	100.0	33,807	100.0	44,137	100.0	21,605	100.0
1.百貨店	65	0.0	31	0.0	11	0.0	9	0.0	5	0.0	7	0.0	2	0.0
2.総合スーパー	609	0.2	359	0.2	108	0.3	48	0.1	44	0.1	31	0.1	19	0.1
3.専門スーパー	18,917	5.5	9,061	5.8	2,743	6.4	2,221	5.1	1,845	5.5	2,186	5.0	861	4.0
4.コンビニエンスストア	24,629	7.2	11,762	7.6	2,900	6.8	3,126	7.2	2,517	7.4	2,979	6.7	1,345	6.2
5.ドラッグストア	6,935	2.0	3,261	2.1	893	2.1	810	1.9	764	2.3	898	2.0	309	1.4
6.その他のスーパー	18,844	5.5	8,761	5.6	2,470	5.8	2,270	5.2	1,909	5.6	2,375	5.4	1,059	4.9
7.専門店	198,621	58.3	89,210	57.5	24,273	57.0	25,643	58.9	19,523	57.7	26,261	59.5	13,711	63.5
8.中心店	71,450	21.0	32,354	20.8	9,040	21.2	9,329	21.4	7,132	21.1	9,323	21.1	4,272	19.8
9.その他の小売店	842	0.2	439	0.3	124	0.3	107	0.2	68	0.2	77	0.2	27	0.1

(注) 平成16年は、調査を実施した6月1日現在のデータである。

年次別に調査を行っている平成12年以降の開設状況をみると、大規模小売店舗立地法の施行(平成12年6月)を前に、百貨店、総合スーパー、専門スーパー、ドラッグストアなどで平成12年の開設事業所が多くなっており、なかでも、総合スーパーは12年に開設が急増している。

開設事業所割合をみると、コンビニエンスストアではその割合が年々拡大しており、事業所数が減少している専門店、中心店も開設事業所の割合は年々高まっている。

業態別、年代別の開設事業所割合



(注) 開設事業所割合は、業態ごとに当該年の開設事業所数を平成12年以降の開設事業所数で除したものである。なお、平成16年は、調査を実施した6月1日現在のデータによる。

(2) 地域展開

ここでは、平成12年以降の開設事業所割合が高いホームセンター、コンビニエンスストア、ドラッグストアについて開設年別・地域別に事業所の展開状況をみていくこととする。

年次別にみた平成12年以降の業態別開設状況

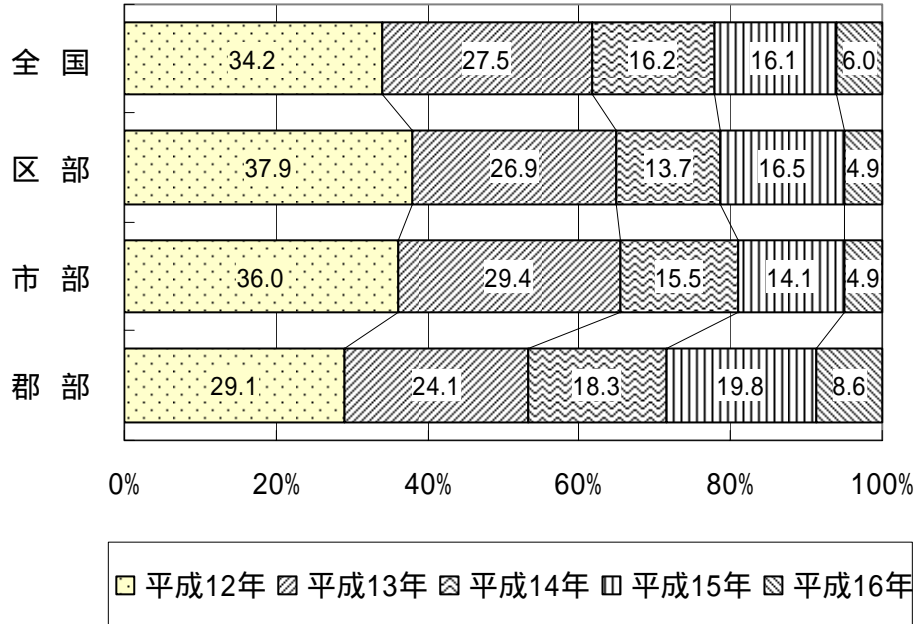
業 態 別	事業所数 計	平成12年以降の開設事業所											
		計		平成12年		平成13年		平成14年		平成15年		平成16年	
		事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)
小売業計	1,238,049	185,674	15.0	42,562	3.4	43,563	3.5	33,807	2.7	44,137	3.6	21,605	1.7
1. 百貨店	308	34	11.0	11	3.6	9	2.9	5	1.6	7	2.3	2	0.6
2. 総合スーパー	1,675	250	14.9	108	6.4	48	2.9	44	2.6	31	1.9	19	1.1
3. 専門スーパー	36,220	9,856	27.2	2,743	7.6	2,221	6.1	1,845	5.1	2,186	6.0	861	2.4
うち、ホームセンター	4,764	1,540	32.3	526	11.0	424	8.9	249	5.2	248	5.2	93	2.0
4. コンビニエンスストア	42,738	12,867	30.1	2,900	6.8	3,126	7.3	2,517	5.9	2,979	7.0	1,345	3.1
5. ドラッグストア	13,095	3,674	28.1	893	6.8	810	6.2	764	5.8	898	6.9	309	2.4
6. その他のスーパー	56,211	10,083	17.9	2,470	4.4	2,270	4.0	1,909	3.4	2,375	4.2	1,059	1.9
7. 専門店	726,825	109,411	15.1	24,273	3.3	25,643	3.5	19,523	2.7	26,261	3.6	13,711	1.9
8. 中心店	358,297	39,096	10.9	9,040	2.5	9,329	2.6	7,132	2.0	9,323	2.6	4,272	1.2
9. その他の小売店	2,680	403	15.0	124	4.6	107	4.0	68	2.5	77	2.9	27	1.0

(注) 平成16年は、調査を実施した6月1日現在のデータである。

ホームセンター

専門スーパーのうちホームセンターの平成12年以降の開設状況をみると、全国全体では近年の開設の割合が徐々に縮小しているものの、区部、市部、郡部と比較すると、郡部では近年でも開設事業所数の構成比が高くなっている。

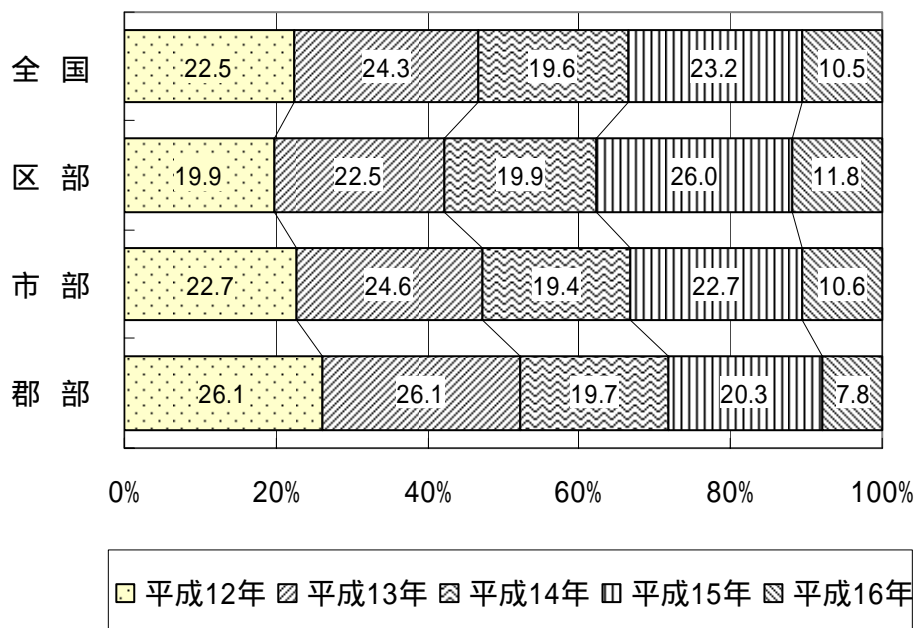
ホームセンターの平成12年以降開設事業所の構成比



コンビニエンスストア

コンビニエンスストアの平成12年以降の開設事業所数をみると、全国では各年とも20%前後の構成比となっているが、直近年では大都市圏の区部において開設事業所が多く、郡部は縮小傾向にある。

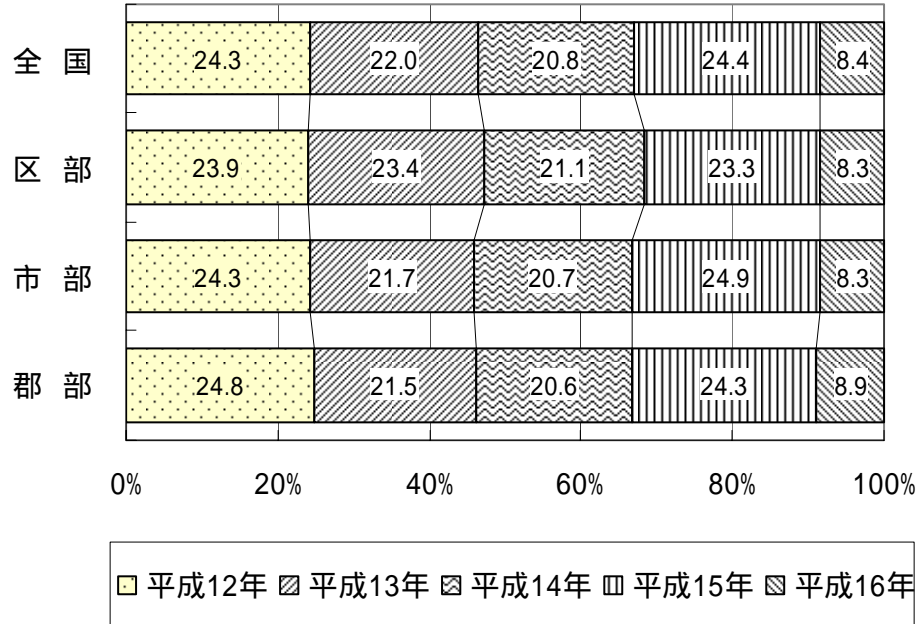
コンビニエンスストアの平成12年以降開設事業所の構成比



ドラッグストア

ドラッグストアの平成12年以降の開設事業所数をみると、各年とも20%程度の構成比となり、区部、市部、郡部ごとにみても同じような構成比となっている。

ドラッグストアの平成12年以降開設事業所の構成比



9. 業態別にみた「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の状況

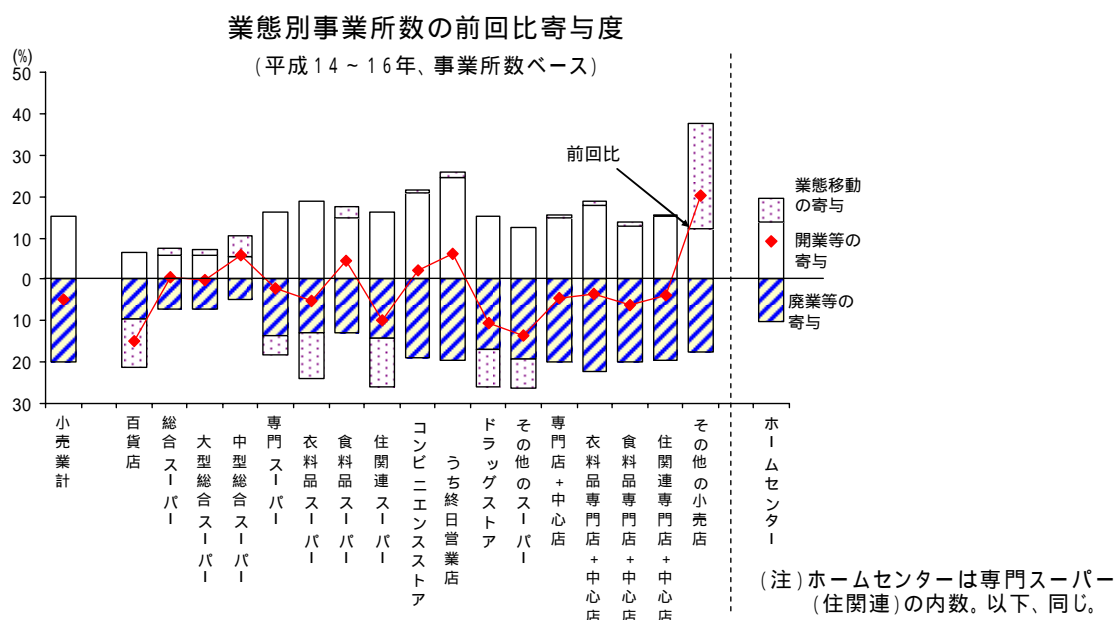
ここでは、小売業の事業所数と年間商品販売額（以下、「販売額」という）の動きを、「開業等（新規開設、小売業以外からの転業等をいう。以下、同じ）」、「廃業等（廃業、小売業以外への転業等をいう。以下、同じ）」、「継続店（平成14年、16年と継続して営業している小売事業所。以下、同じ）」、「業態移動（小売業内の業態間移動をいう。以下、同じ）」別に状況をみてみることにする。

(1) 業態別の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の前回比寄与度

業態別にみた事業所数の前回比寄与度

～ 「業態移動」の寄与が大きいその他の小売店 ～

事業所数の前回比に対する寄与を「開業等」、「廃業等」、「業態移動」別にみると、百貨店、専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパー、専門店+中心店では「廃業等」の寄与が「開業等」の寄与を上回り、前回比に対してマイナス寄与となっているものの、コンビニエンスストアにおいては「開業等」が「廃業等」を上回り、前回比に対してプラス寄与となっている。また、その他の小売店では、小売業内の他業態からの「業態移動」の寄与が大きなものとなっている。



業態別にみた事業所数の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別前回比寄与度

業 態	平成14年	平成16年	前回比(%) 16年/14年	寄与度(%ポイント)		
				開業等	廃業等	業態移動
小売業計	1,300,057	1,238,049	4.8	15.0	19.8	-
百貨店	362	308	14.9	6.4	9.7	11.6
総合スーパー	1,668	1,675	0.4	5.8	7.1	1.8
大型総合スーパー	1,499	1,496	0.2	5.8	7.4	1.4
中型総合スーパー	169	179	5.9	5.3	4.7	5.3
専門スーパー	37,035	36,220	2.2	16.0	13.4	4.8
衣料品スーパー	6,324	5,991	5.3	18.8	12.8	11.2
食料品スーパー	17,691	18,485	4.5	15.0	13.1	2.6
住関連スーパー	13,020	11,744	9.8	16.1	14.2	11.7
うちホームセンター	4,358	4,764	9.3	13.7	10.3	5.9
コンビニエンスストア	41,770	42,738	2.3	21.0	19.1	0.4
うち終日営業店	32,431	34,453	6.2	24.7	19.5	1.1
ドラッグストア	14,664	13,095	10.7	15.3	17.0	9.0
その他のスーパー	65,011	56,211	13.5	12.6	19.4	6.8
専門店+中心店	1,137,317	1,085,122	4.6	14.9	20.1	0.6
衣料品専門店+中心店	171,713	165,736	3.5	17.7	22.5	1.3
食料品専門店+中心店	344,343	323,087	6.2	12.8	20.0	1.0
住関連専門店+中心店	621,261	596,299	4.0	15.3	19.5	0.2
その他の小売店	2,230	2,680	20.2	12.0	17.6	25.7

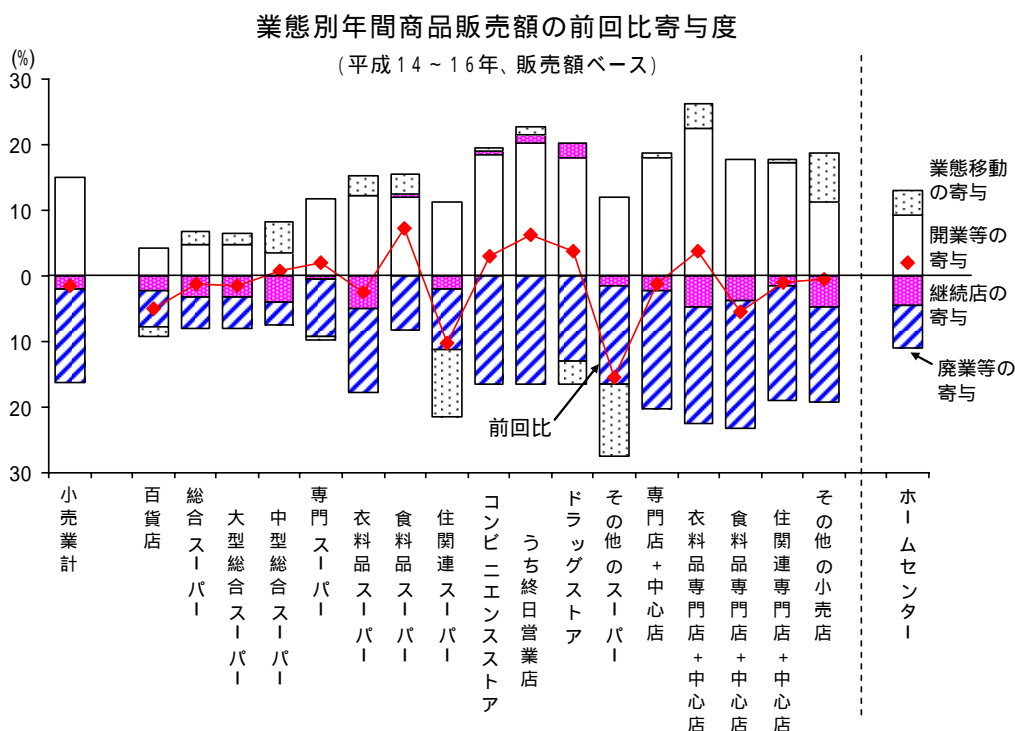
(注) この表の「寄与度」は、業態ごとの前回比に対する寄与度であり、寄与度の内訳である「開業等」、「廃業等」、「業態移動」を合わせると、前回比となる。

業態別にみた年間商品販売額の前回比寄与度

～ コンビニエンスストア、ドラッグストアは継続店がプラス寄与 ～

販売額の前回比に対する寄与度を「開業等」、「廃業等」、「継続店」、「業態移動」別にみると、百貨店、その他のスーパー、その他の小売店では「廃業等」の寄与が「開業等」の寄与を上回り、前回比に対してマイナス寄与となっているものの、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアにおいては「開業等」が「廃業等」を上回っており、前回比に対してプラス寄与となっている。なお、「継続店」がプラス寄与となっているのは、専門スーパー（食料品）、コンビニエンスストア、ドラッグストアの3業態のみである。

また、事業所数と同様にその他の小売店では「業態移動」の寄与が大きく、その他のスーパーはマイナス寄与が大きくなっている。



業態別にみた年間商品販売額の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別前回比寄与度

業態	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比(%) 16年/14年	寄与度(%ポイント)			
				開業等	継続店	廃業等	業態移動
小売業計	135,109,295	133,278,631	1.4	14.9	1.9	14.4	-
百貨店	8,426,888	8,002,348	5.0	4.3	2.2	5.6	1.6
総合スーパー	8,515,119	8,406,380	1.3	4.8	3.3	4.7	1.9
大型総合スーパー	8,061,796	7,949,605	1.4	4.8	3.2	4.8	1.7
中型総合スーパー	453,323	456,775	0.8	3.4	4.1	3.3	4.8
専門スーパー	23,630,467	24,101,939	2.0	11.7	0.4	8.8	0.5
衣料品スーパー	1,583,349	1,544,556	2.5	12.2	4.9	12.8	3.1
食料品スーパー	15,903,759	17,046,994	7.2	11.9	0.5	8.2	3.0
住関連スーパー	6,143,359	5,510,389	10.3	11.3	1.9	9.2	10.4
うちホームセンター	3,075,939	3,141,257	2.1	9.3	4.5	6.4	3.8
コンビニエンスストア	6,713,687	6,922,202	3.1	18.6	0.5	16.5	0.6
うち終日営業店	5,718,584	6,079,435	6.3	20.1	1.4	16.5	1.3
ドラッグストア	2,494,944	2,587,834	3.7	18.1	2.2	13.0	3.6
その他のスーパー	6,491,695	5,480,581	15.6	11.9	1.5	15.1	10.9
専門店+中心店	78,606,747	77,548,706	1.3	18.0	2.3	17.8	0.8
衣料品専門店+中心店	8,640,724	8,962,964	3.7	22.5	4.9	17.6	3.8
食料品専門店+中心店	14,187,365	13,386,718	5.6	17.7	3.7	19.4	0.2
住関連専門店+中心店	55,778,660	55,199,024	1.0	17.3	1.4	17.5	0.5
その他の小売店	229,748	228,642	0.5	11.1	4.8	14.4	7.6

(注) この表の「寄与度」は、業態ごとの前回比に対する寄与度であり、寄与度の内訳である「開業等」、「継続店」、「廃業等」、「業態移動」を合わせると、前回比となる。

(2) 継続店の年間商品販売額前回比分布

平成16年調査結果をみると、小売業は2年間で19万5332事業所が開業し25万7340事業所が廃業と景気低迷や消費不振を背景にダイナミックな動きをしているが、そのなかで継続して活動している事業所の割合は、事業所数、販売額とも8割強にのぼっている。ここでは、小売事業所の大半を占める継続事業所の動きについてみることにする。

業態別にみた継続店の状況

～ 「継続店」の販売額前回比は 2.2%の減少 ～

平成16年調査における全国の小売事業所数は123万8049事業所、そのうち14年、16年と継続して営業している事業所(以下、「継続店」という)は104万2717事業所、小売業全体の84.2%であった。

この「継続店」における平成16年の販売額は、113兆1144億円、「継続店」ベースでの前回比は2.2%減となっている。

業態別にみると、「継続店」ベースで増加しているのは専門スーパー(食料品)、コンビニエンスストア、ドラッグストアの3業態のみで、その他の小売店、その他のスーパー、総合スーパー、百貨店など他の業態は減少している。

また、専門スーパーなどは集計値での前回比は増加しているものの、継続店ベースでは減少するなど、異なる動きをする業態が見受けられる。

業態別にみた継続店の年間商品販売額の状況

業 態	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比(%) 16年 /14年	継続店ベース			業態移動 による 増減額 (百万円)
				平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比(%) 16年 /14年	
小売業計	135,109,295	133,278,631	1.4	115,687,830	113,114,410	2.2	-
百貨店	8,426,888	8,002,348	5.0	7,734,544	7,551,875	2.4	132,257
総合スーパー	8,515,119	8,406,380	1.3	8,054,367	7,774,612	3.5	164,732
大型総合スーパー	8,061,796	7,949,605	1.4	7,558,049	7,301,972	3.4	137,826
中型総合スーパー	453,323	456,775	0.8	382,448	363,852	4.9	21,823
専門スーパー	23,630,467	24,101,939	2.0	19,121,138	19,015,430	0.6	123,630
衣料品スーパー	1,583,349	1,544,556	2.5	1,093,181	1,015,943	7.1	49,090
食料品スーパー	15,903,759	17,046,994	7.2	13,781,112	13,868,476	0.6	472,189
住関連スーパー	6,143,359	5,510,389	10.3	4,212,151	4,092,393	2.8	640,985
うちホームセンター	3,075,939	3,141,257	2.1	2,777,892	2,638,277	5.0	118,371
コンビニエンスストア	6,713,687	6,922,202	3.1	5,354,177	5,385,414	0.6	38,857
うち終日営業店	5,718,584	6,079,435	6.3	4,664,522	4,744,578	1.7	75,741
ドラッグストア	2,494,944	2,587,834	3.7	1,617,199	1,672,505	3.4	89,556
その他のスーパー	6,491,695	5,480,581	15.6	2,896,221	2,800,376	3.3	705,954
専門店+中心店	78,606,747	77,548,706	1.3	61,887,054	60,081,823	2.9	650,757
衣料品専門店+中心店	8,640,724	8,962,964	3.7	6,665,980	6,245,089	6.3	324,179
食料品専門店+中心店	14,187,365	13,386,718	5.6	9,898,240	9,368,742	5.3	22,795
住関連専門店+中心店	55,778,660	55,199,024	1.0	44,321,303	43,524,614	1.8	291,220
その他の小売店	229,748	228,642	0.5	129,602	118,544	8.5	17,353

注1：継続店の数値は、前回・今回とも同一業態事業所のデータ。

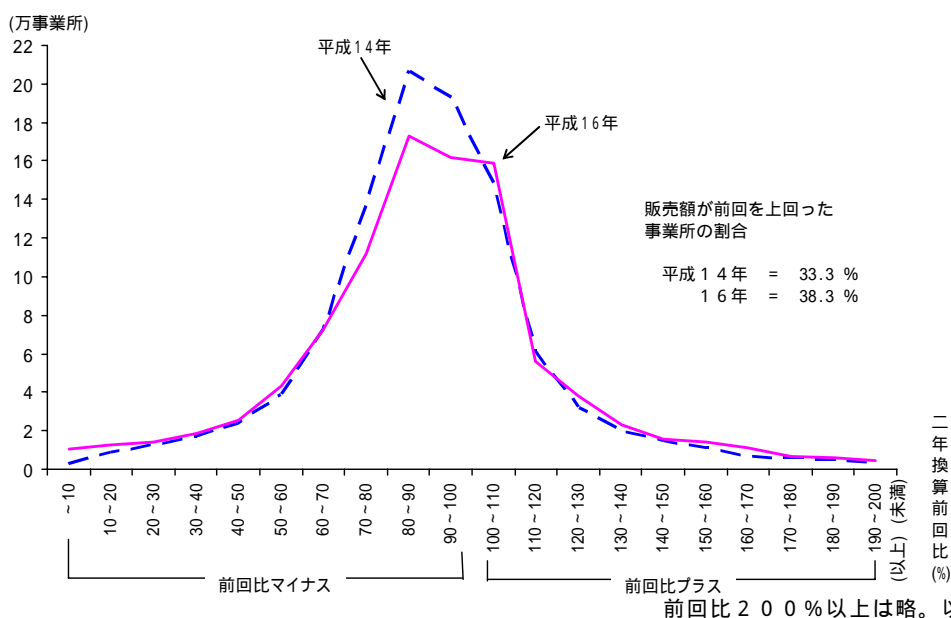
2：「業態移動による増減額」は、同一業態内移動と小売業内の他業態への移動があるため、中間計と内訳計は一致しない。

継続店の年間商品販売額前回比分布

～ 「継続店」のうち6割が減少 ～

継続店の販売額前回比分布をみると、61.7%の継続店で販売額が前回を下回る結果となっている。しかし、多くの継続店が減少するなか、14%の継続店が前回比30%以上増となっている。

継続店の年間商品販売額前回比分布

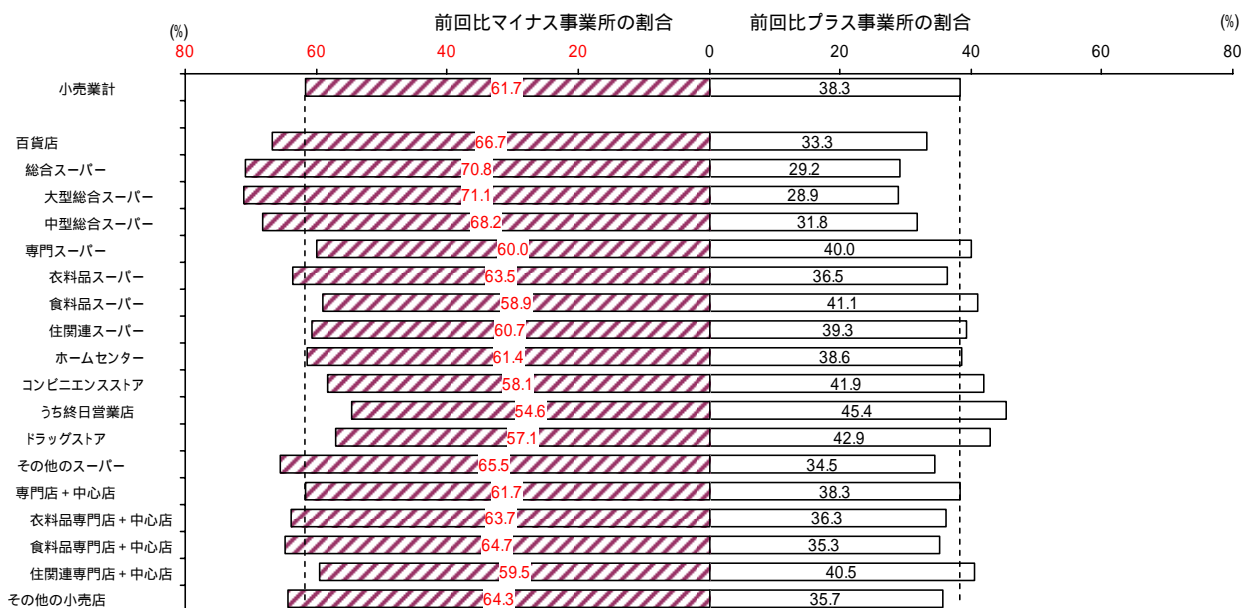


業態別に見た継続店の年間商品販売額前回比プラス、マイナス事業所の割合

～ 小売業平均を上回るドラッグストア、コンビニエンスストア、ホームセンター ～

継続店の販売額前回比をプラスとマイナスの2つに分けてみると、百貨店、総合スーパー、専門スーパー（衣料品）、その他のスーパー、専門店+中心店（衣料品、食料品）、その他の小売店では小売業平均を下回っているものの、ドラッグストア、コンビニエンスストア、ホームセンターなどでは小売業平均を上回っている。

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



継続店の年間商品販売額前回比プラス、マイナス事業所数及び構成比

業 態	合 計	前回比プラス事業所		前回比マイナス事業所		構成比 (%)	前回比プラス事業所		前回比マイナス事業所	
		うち前回比30%以上	うち前回比30%以上	うち前回比30%以上	うち前回比30%以上					
小売業計	1,042,717	399,305	146,538	643,412	196,902	100.0	38.3	14.1	61.7	18.9
百貨店	285	95	14	190	8	100.0	33.3	4.9	66.7	2.8
総合スーパー	1,579	461	104	1,118	61	100.0	29.2	6.6	70.8	3.9
大型総合スーパー	1,409	407	90	1,002	48	100.0	28.9	6.4	71.1	3.4
中型総合スーパー	170	54	14	116	13	100.0	31.8	8.2	68.2	7.6
専門スーパー	26,112	10,451	3,000	15,661	1,865	100.0	40.0	11.5	60.0	7.1
衣料品スーパー	4,805	1,755	647	3,050	452	100.0	36.5	13.5	63.5	9.4
食料品スーパー	15,829	6,513	1,647	9,316	851	100.0	41.1	10.4	58.9	5.4
住関連スーパー	9,644	3,792	1,152	5,852	900	100.0	39.3	11.9	60.7	9.3
うちホームセンター	4,166	1,609	446	2,557	338	100.0	38.6	10.7	61.4	8.1
コンビニエンスストア	33,953	14,218	4,496	19,735	2,549	100.0	41.9	13.2	58.1	7.5
うち終日営業店	26,449	12,003	3,881	14,446	1,603	100.0	45.4	14.7	54.6	6.1
ドラッグストア	10,851	4,659	1,645	6,192	1,381	100.0	42.9	15.2	57.1	12.7
その他のスーパー	47,988	16,538	5,533	31,450	7,141	100.0	34.5	11.5	65.5	14.9
専門店+中心店	915,371	350,413	130,990	564,958	183,149	100.0	38.3	14.3	61.7	20.0
衣料品専門店+中心店	135,319	49,179	18,616	86,140	29,117	100.0	36.3	13.8	63.7	21.5
食料品専門店+中心店	278,872	98,471	35,969	180,401	56,988	100.0	35.3	12.9	64.7	20.4
住関連専門店+中心店	501,180	202,763	76,405	298,417	97,044	100.0	40.5	15.2	59.5	19.4
その他的小売店	2,412	861	310	1,551	410	100.0	35.7	12.9	64.3	17.0

業態別みた継続店の年間商品販売額前回比の状況

継続店の販売額前回比分布をみると、百貨店、総合スーパーは他業態と比較してとがった形状、専門店+中心店は平均的な形状、コンビニエンスストアは小売業平均より右よりの形状となっている。

既存店の業態別年間商品販売額前回比分布

