

## 7. 新業態とコンビニ

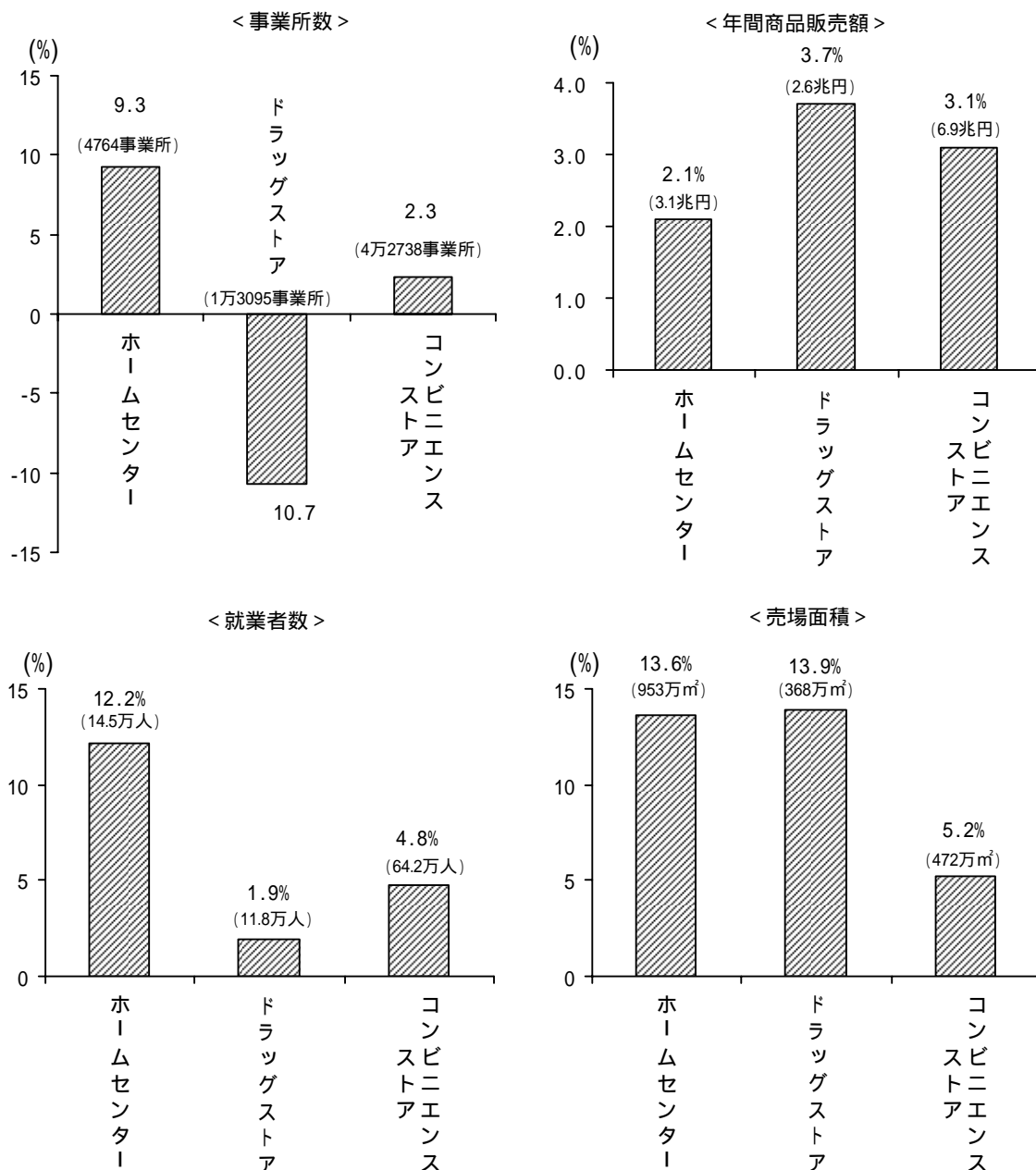
近年、成長をみせたドラッグストア、ホームセンターについては前回調査である平成14年から業態区分を設け、特掲することとした。ここでは、前回調査で新たな業態区分として設けた「ドラッグストア」、「ホームセンター」と持続的な成長をみせ、業態として成熟した「コンビニエンスストア」を比較し、それぞれの業態の特徴についてみていくこととする。

### (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。

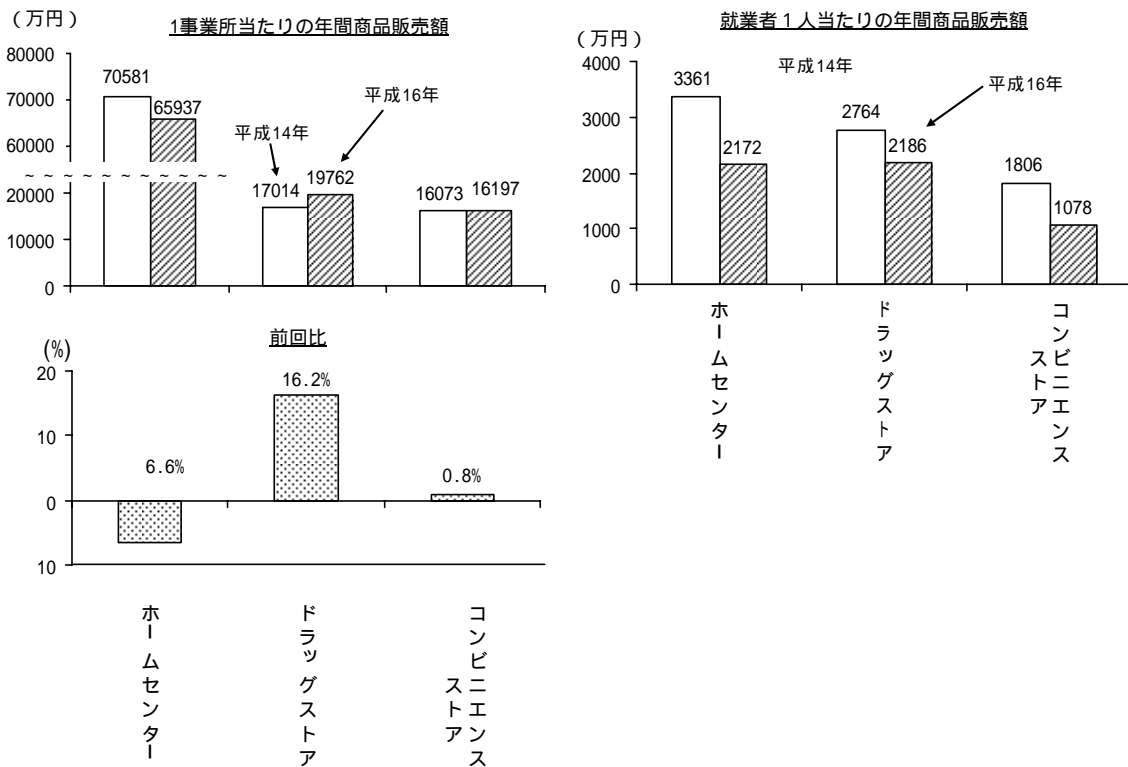
事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積の前回比



単位当たりの年間商品販売額をみると、1事業所あたりでは、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人あたりでは、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



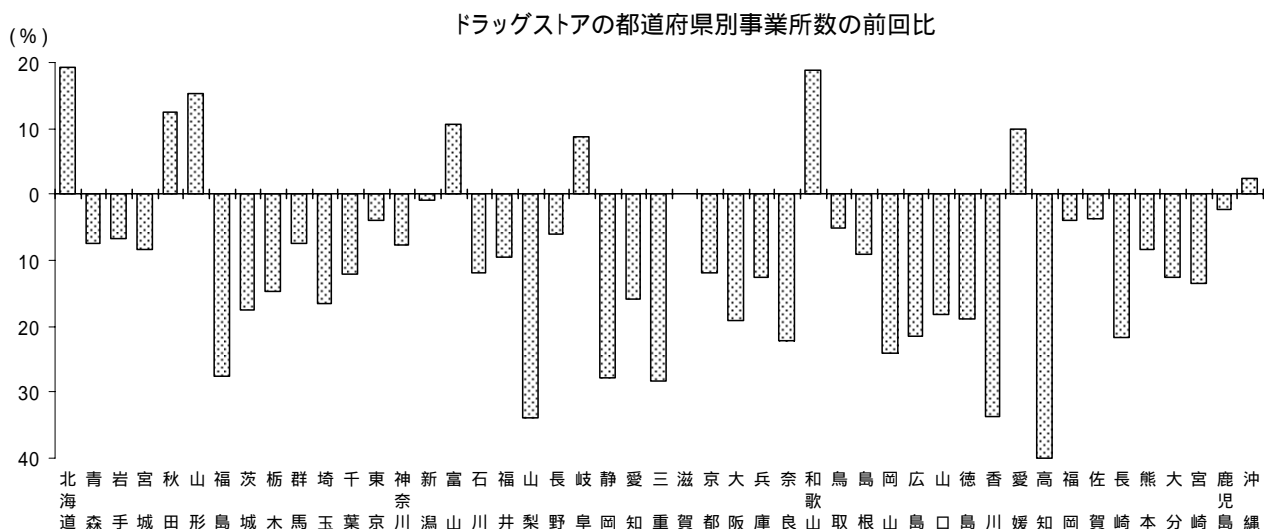
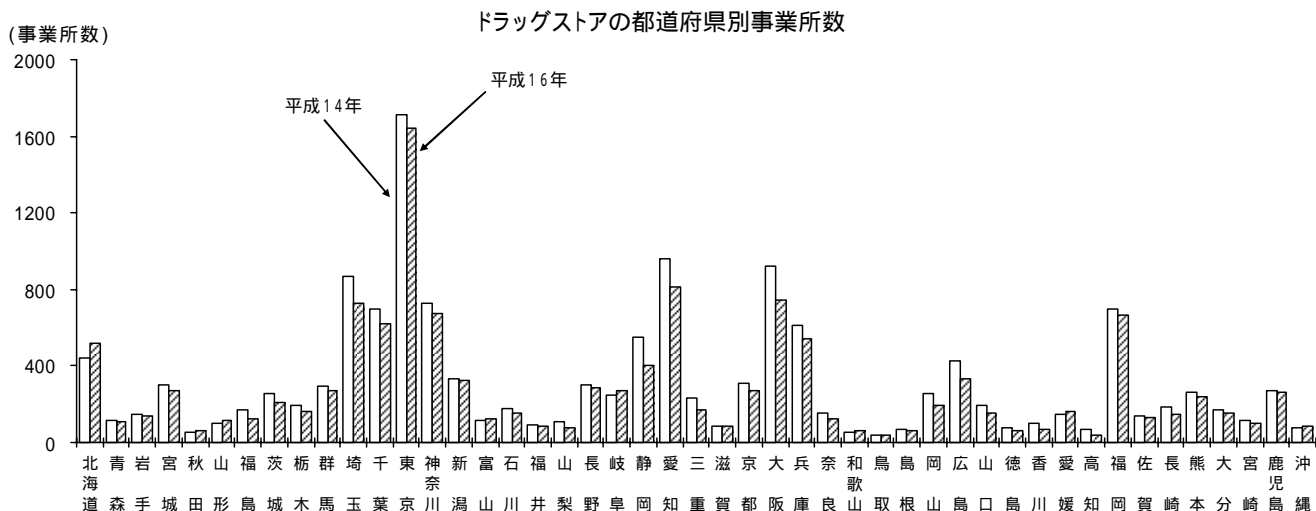
就業者1人当たりの年間商品販売額は、5章では派遣・下請出向者（平成16年より調査）を除外した「就業者」を用いて算出しているが、本章では前回と比較するため派遣・下請出向者を含めた「就業者」で算出した。

## (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。

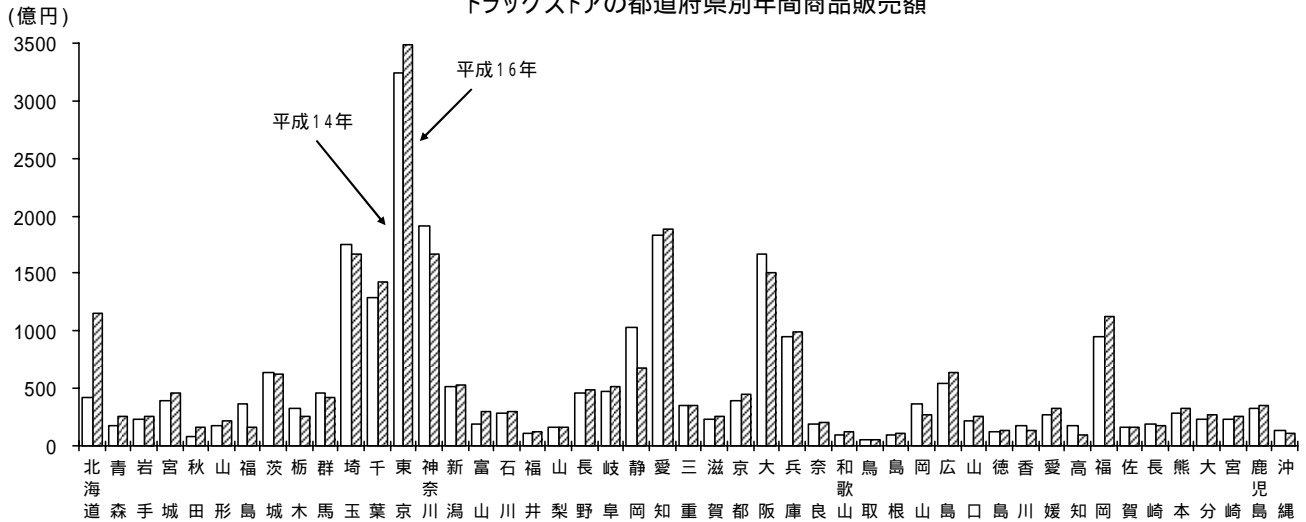
都道府県別に事業所数をみると、ドラッグストアが多いのは東京1646事業所（前年比4.0%減）、愛知811事業所（同15.8%減）、大阪744事業所（同19.1%減）、埼玉725事業所（同16.6%減）、神奈川671事業所（同7.7%減）の順で、また、その立地は大都市及びその近郊に多いことから、これらの県において水準が高いが、前回と比べた増加率はマイナスとなっている。



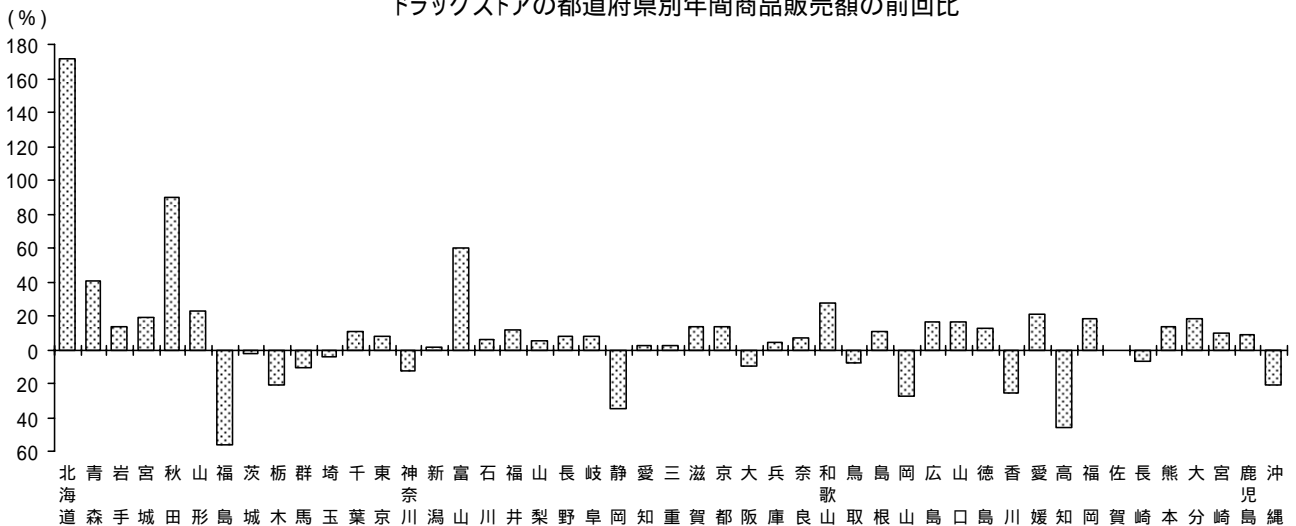
平成14年の前年比については、平成11年を平成14年の定義に合わせて組み替えたものを用いている。

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。

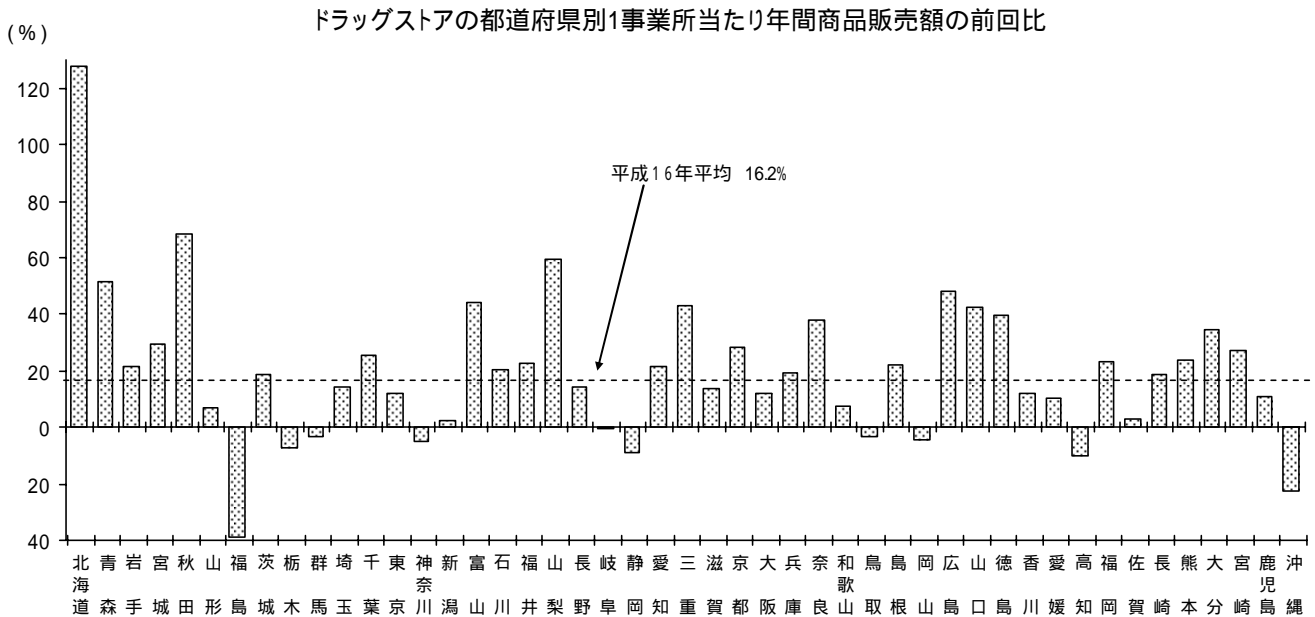
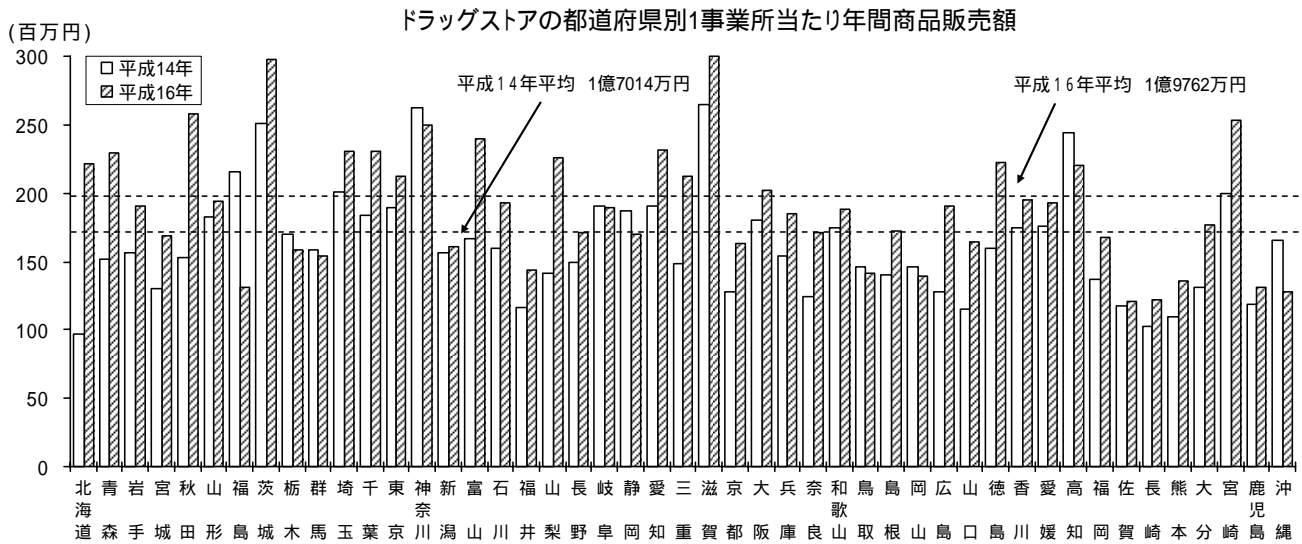
ドラッグストアの都道府県別年間商品販売額



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

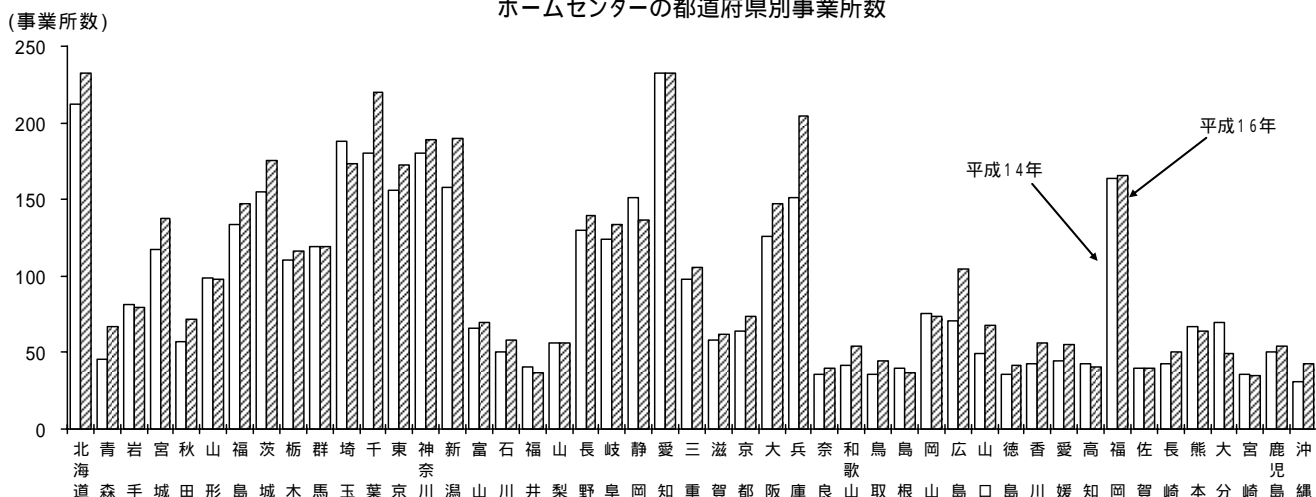
ホームセンターの事業所数は、リフォーム市場が拡大するなかでDIY用品へのニーズの高まりや、これら商品のほか、洗剤、紙製品といった生活雑貨、カー・レジャー用品、園芸、ペット用品等の品揃えの拡大等から大きな伸びを示しており、平成16年は4764事業所、前年に比べ9.3%の増加となった。事業所数の増加に伴い、就業者数も14万4592人、同12.2%の増加、年間商品販売額も3兆1413億円で同2.1%の増加となった。

ホームセンターの事業所数、年間商品販売額、就業者数

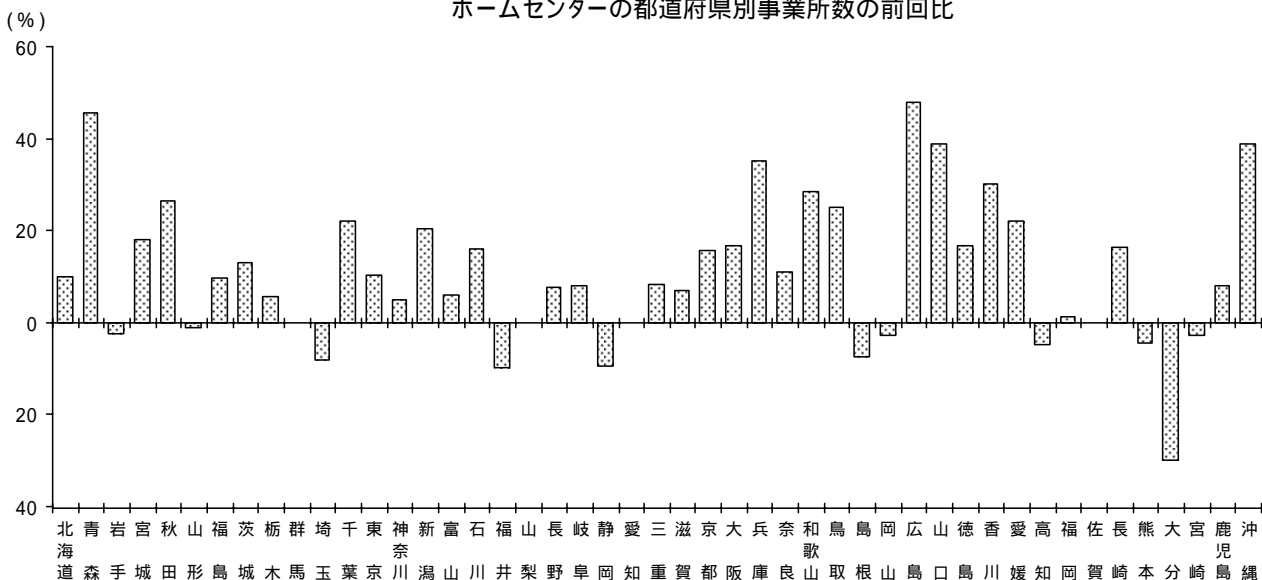
	事業所数			年間商品販売額			就業者数		
	平成14年	平成16年	前回比 (%)	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比 (%)	平成14年 (人)	平成16年 (人)	前回比 (%)
住関連スーパー	13,020	11,744	▲ 9.8	6,143,359	5,510,389	▲ 10.3	280,211	274,570	▲ 2.0
うち、ホームセンター	4,358	4,764	9.3	3,075,939	3,141,257	2.1	128,845	144,592	12.2

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

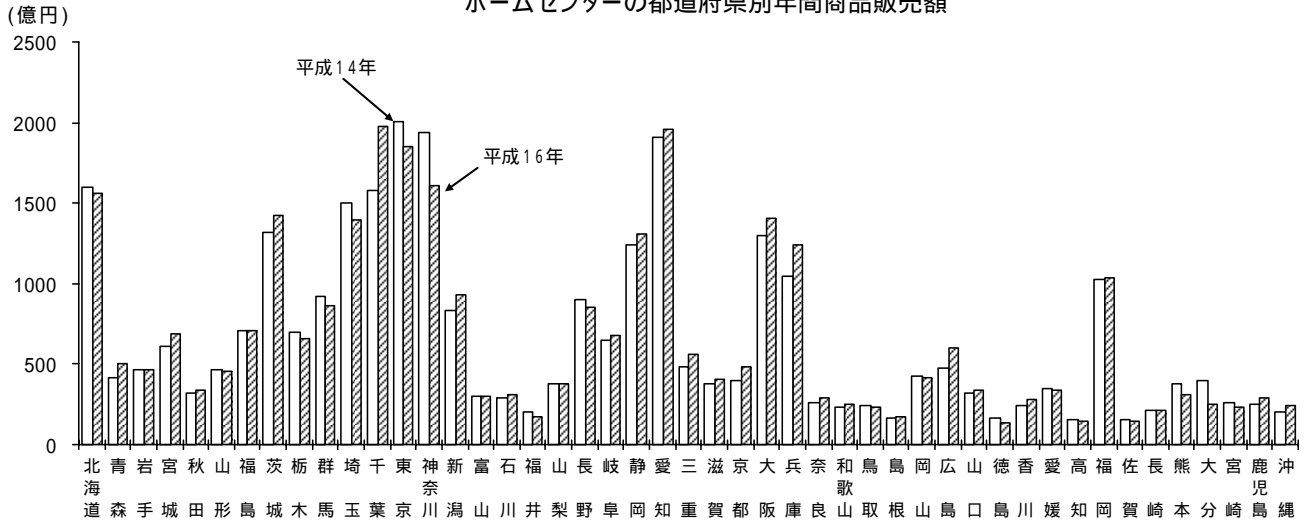


ホームセンターの都道府県別事業所数の前回比

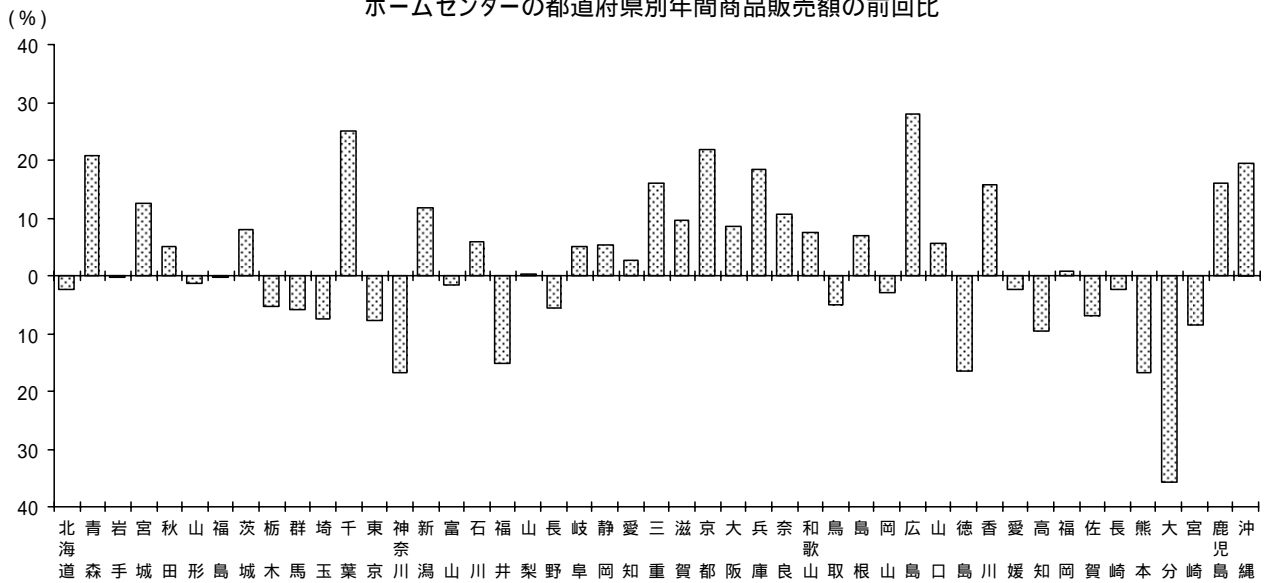


ホームセンターの年間商品販売額を都道府県別にみると、千葉 1974 億円（前年比 25.1%増）、愛知 1957 億円（同 2.7%増）、東京 1854 億円（同 7.6%減）、神奈川 1609 億円（同 16.8%減）、北海道 1561 億円（同 2.5%減）の順で、大都市で多くなっている。前年比で見ると、新設などがあった広島、千葉で急増したほか、京都、青森、沖縄など 25 県で増加、大分、神奈川、熊本、徳島、福井など 22 県では減少となっている。

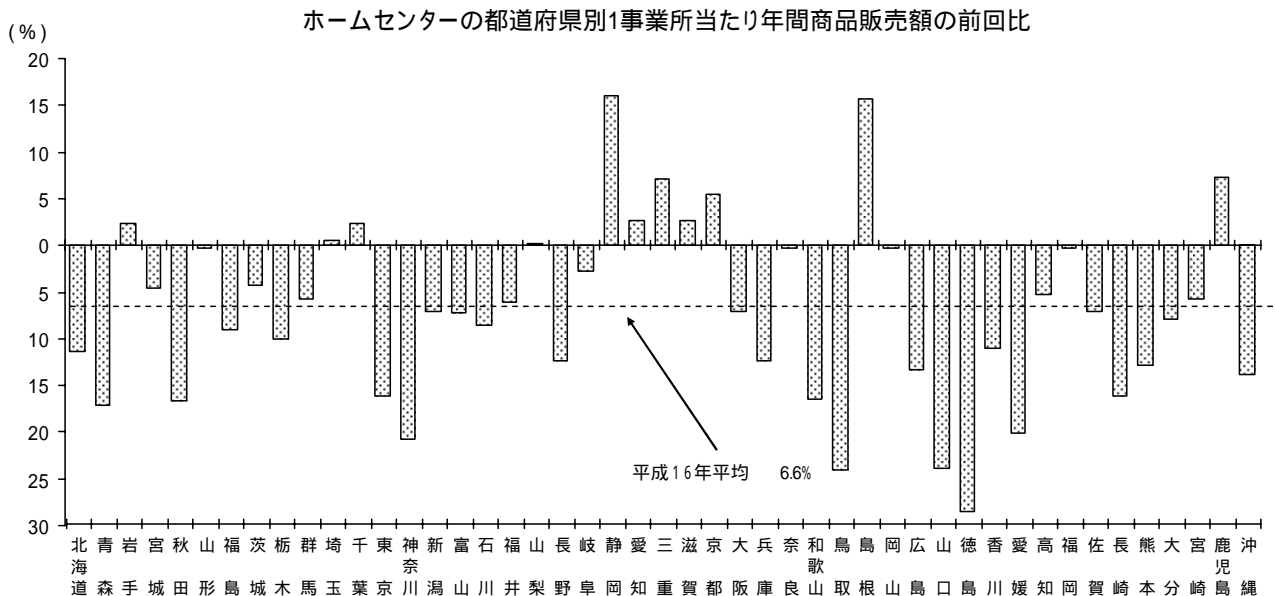
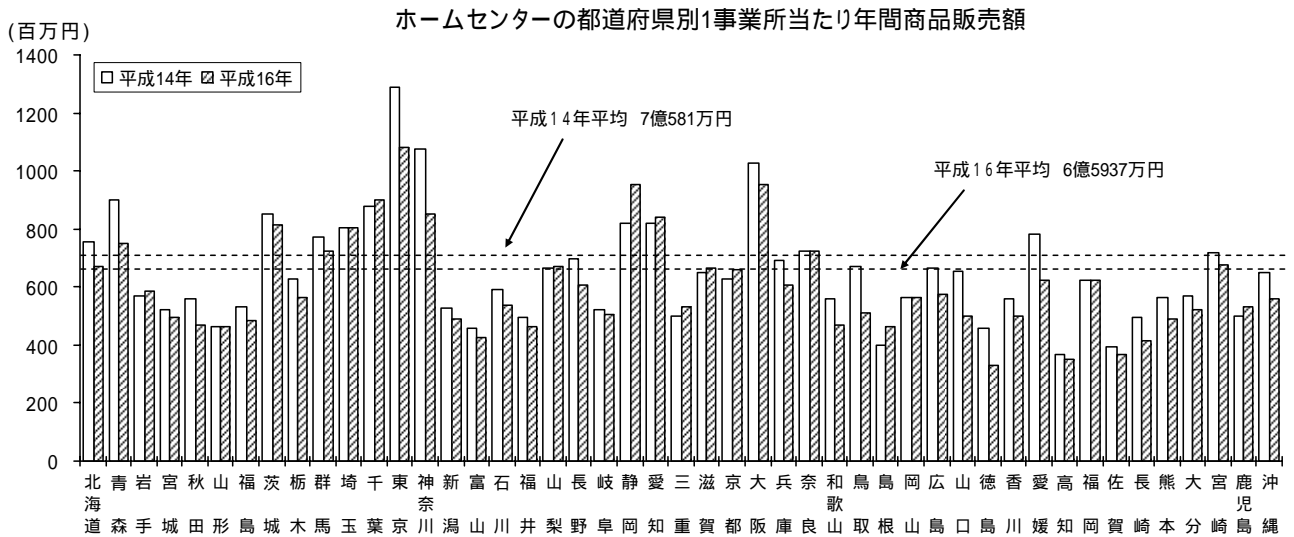
ホームセンターの都道府県別年間商品販売額



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。

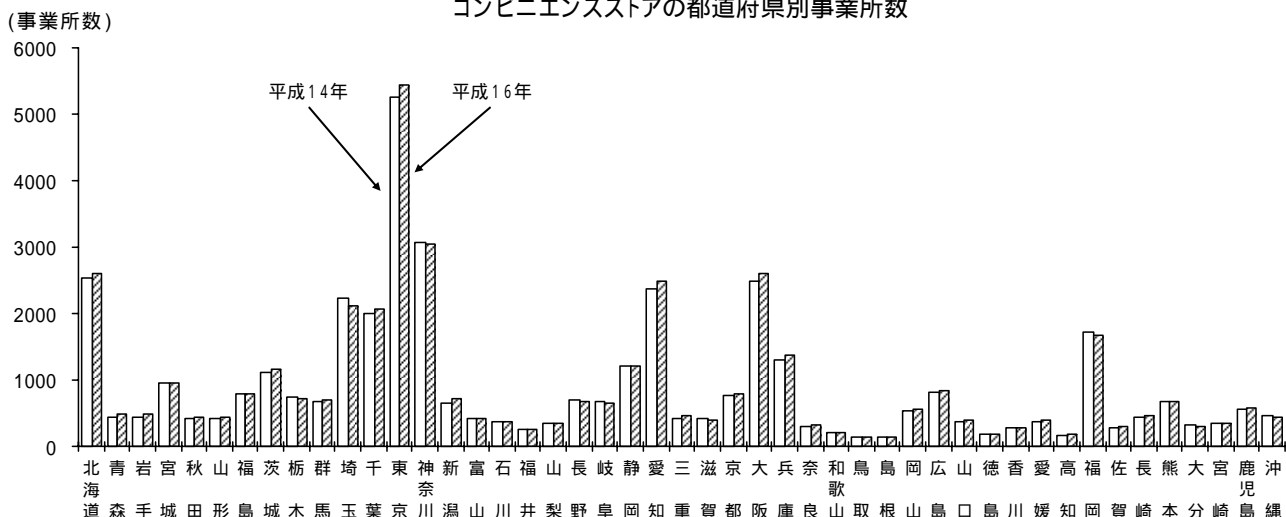
また、引き続きコンビニエンスストアの終日営業店の割合が高まっている。平成16年の終日営業店の割合は80.6%、前年の77.6%から、3ポイントの拡大となっている。この2年間に既存店においては終日営業店への切り替えが進展しており、また、新設店舗にあっても終日営業店の割合が極めて高いものとなっている。

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

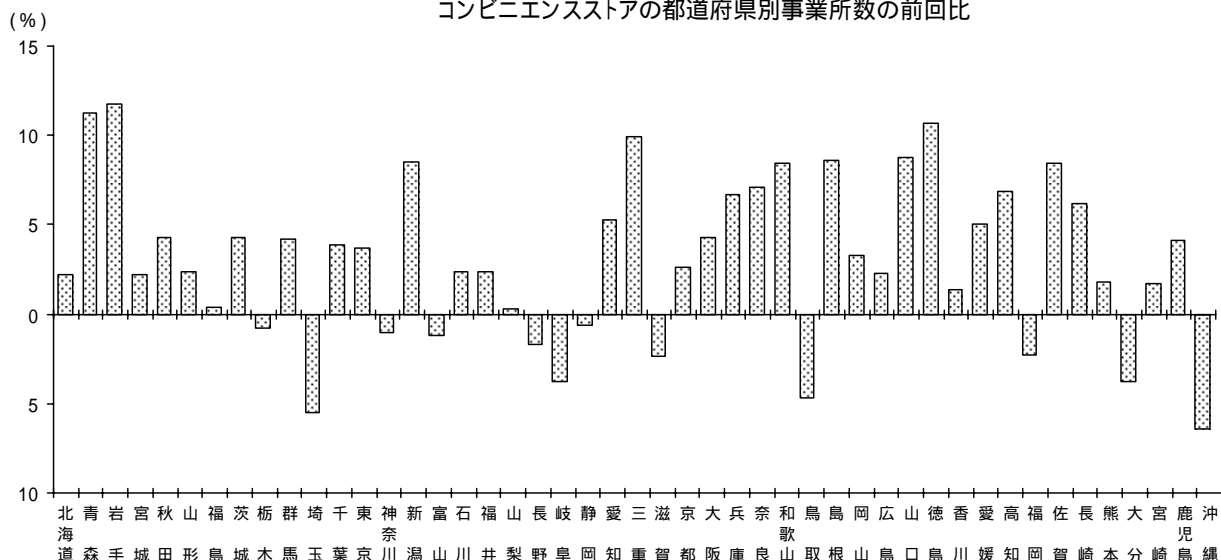
	事業所数					年間商品販売額			就業者数		
	平成14年	構成比 (%)	平成16年	構成比 (%)	前回比 (%)	平成14年 (百万円)	平成16年 (百万円)	前回比 (%)	平成14年 (人)	平成16年 (人)	前回比 (%)
コンビニエンスストア	41,770	100.0	42,738	100.0	2.3	6,713,687	6,922,202	3.1	612,611	642,147	4.8
終日営業店	32,431	77.6	34,453	80.6	6.2	5,718,584	6,079,435	6.3	529,748	568,670	7.3
終日営業店以外	9,339	22.4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



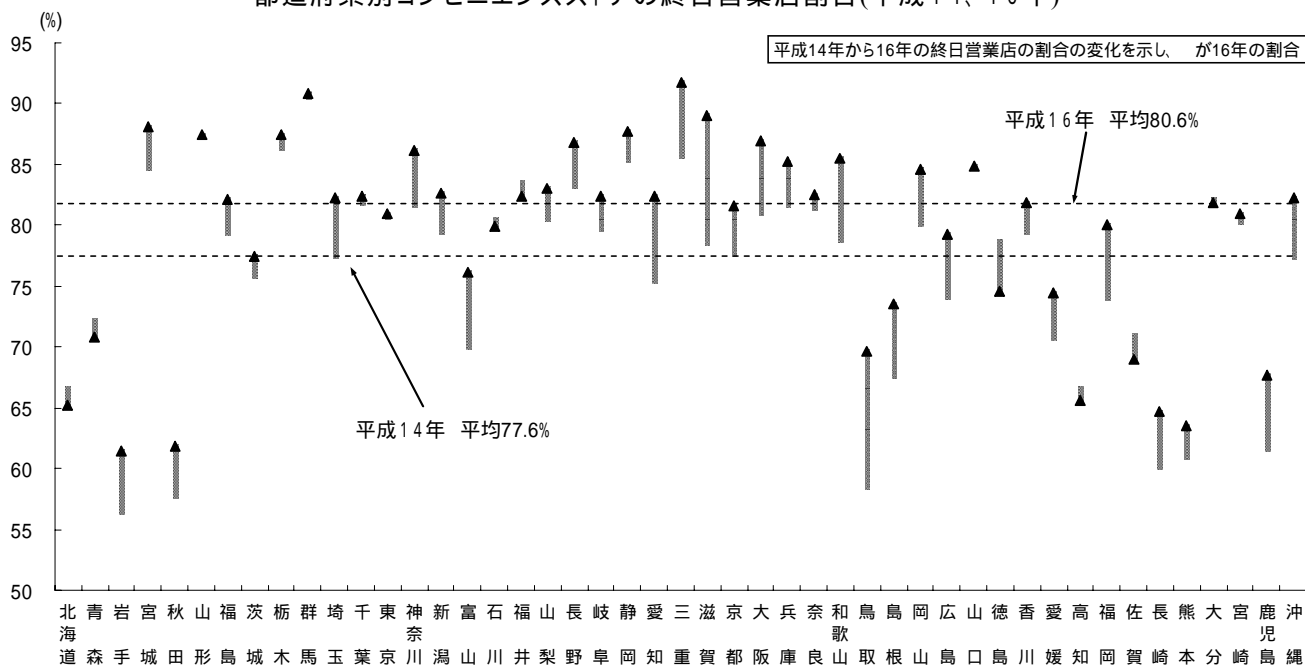
コンビニエンスストアの都道府県別事業所数の前回比



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。

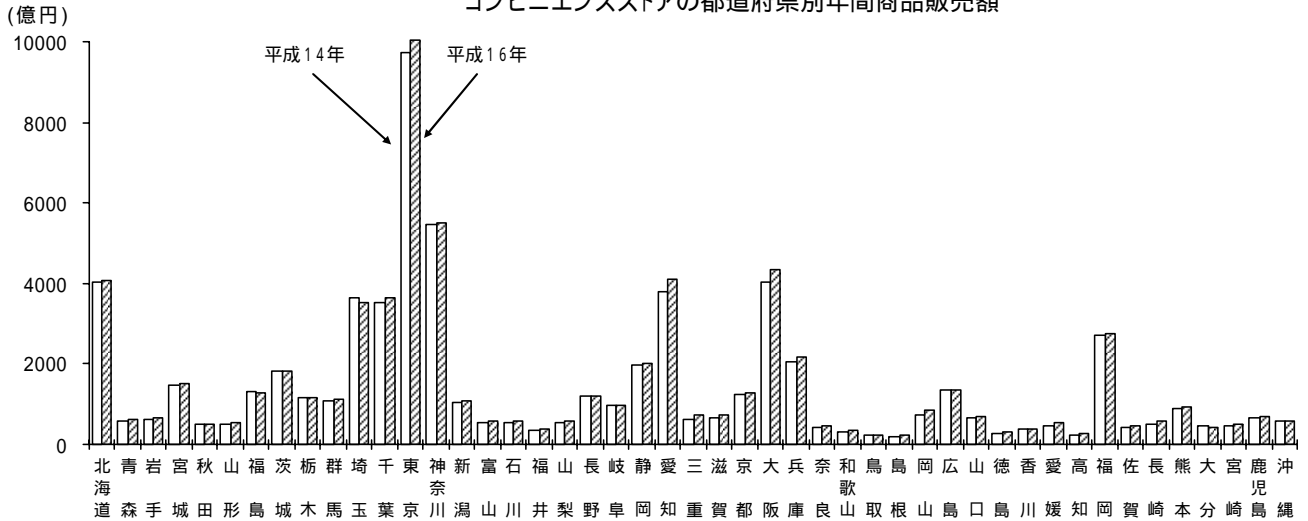
地域別にみると、コンビニエンスストアの多い東京などの大都市よりも、むしろその近郊や郊外の生活圏で終日営業店の割合が高いことが特徴である。

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)

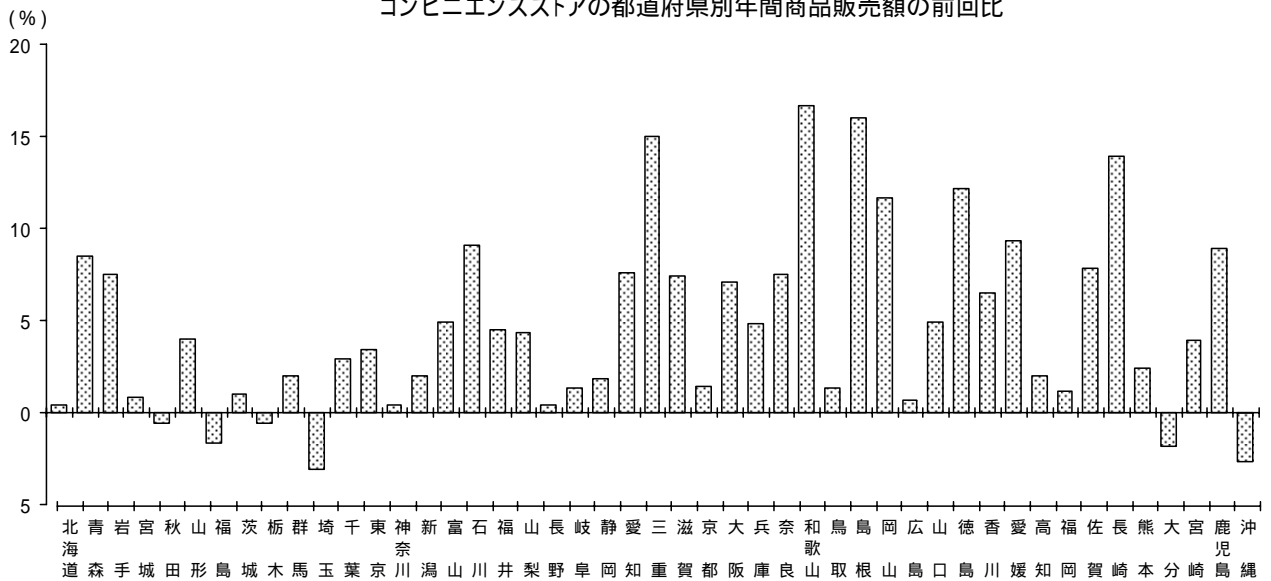


コンビニエンスストアの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京 1兆 52 億円( 前年比 3.4% 増) 神奈川 5497 億円( 同 0.4% 増) 大阪 4334 億円( 同 7.1% 減) 愛知 4093 億円( 同 7.6% 増) 北海道 4055 億円( 同 0.4% 増) の順で、和歌山( 同 16.7% 増) 島根( 同 16.0% 増) 三重( 同 15.0% 増) 長崎( 同 13.9% 増) 徳島( 同 12.2% 増) など 41 県で増加している。

コンビニエンスストアの都道府県別年間商品販売額

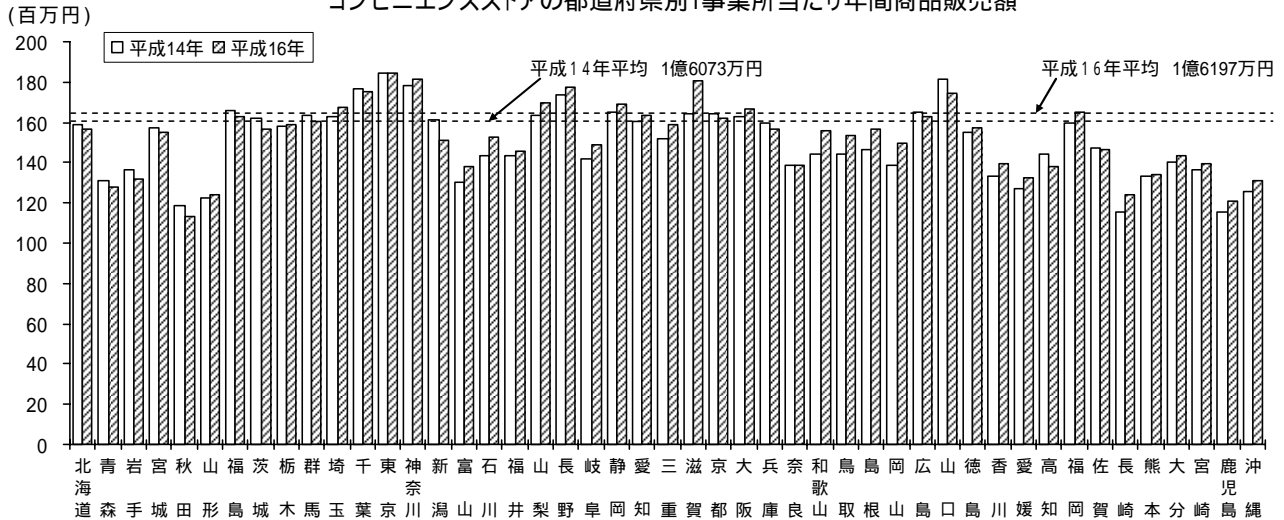


コンビニエンスストアの都道府県別年間商品販売額の前年比

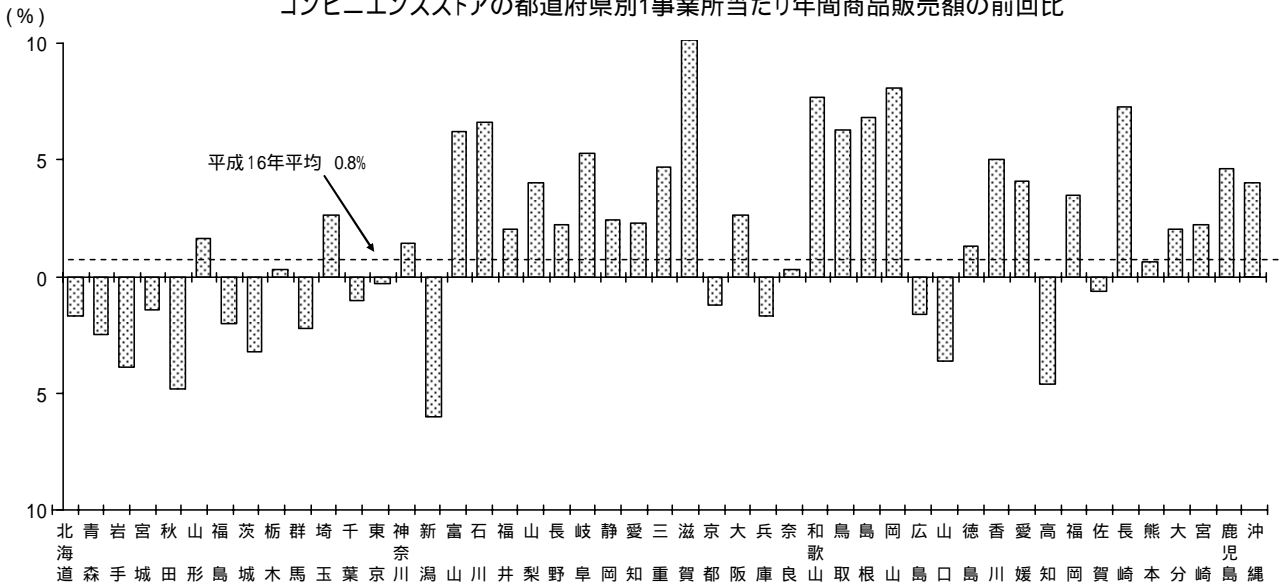


コンビニエンスストアの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京(1億8433万円)が最も高く、次いで神奈川県(1億8101万円)、滋賀(1億8094万円)、長野(1億7741万円)、千葉(1億7526万円)の順となっている。前回比でみると、滋賀(前回比10.1%増)、岡山(同8.1%増)、和歌山(同7.7%増)、長崎(同7.3%増)、島根(同6.8%増)など30県で増加し、新潟(同6.0%減)、秋田(同4.8%減)、高知(同4.6%減)、岩手(同3.9%減)、山口(同3.6%減)など17県で減少している。西日本で平均を上回る伸びの県が多い。

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