

# 概 況

## 1．事業所数

- ( 1 ) 立地環境特性地区別の事業所数
- ( 2 ) 立地環境特性地区別にみた経営組織別事業所数
- ( 3 ) 立地環境特性地区別にみた業種別事業所数
- ( 4 ) 立地環境特性地区別にみた営業時間別事業所数
- ( 5 ) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別事業所数
- ( 6 ) 立地環境特性地区別にみた開設年別事業所数

## 2．年間商品販売額

- ( 1 ) 立地環境特性地区別の年間商品販売額
- ( 2 ) 立地環境特性地区別にみた経営組織別年間商品販売額
- ( 3 ) 立地環境特性地区別にみた業種別年間商品販売額
- ( 4 ) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額
- ( 5 ) 立地環境特性地区別にみた単位当たりの年間商品販売額

## 3．就業者数

- ( 1 ) 立地環境特性地区別の就業者数
- ( 2 ) 立地環境特性地区別にみた就業者数の内訳
- ( 3 ) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの就業者数

## 4．売場面積

- ( 1 ) 立地環境特性地区別の売場面積
- ( 2 ) 立地環境特性地区別にみた業種別売場面積
- ( 3 ) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの売場面積

## 5．都道府県別

- ( 1 ) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の事業所数
- ( 2 ) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の年間商品販売額

## 6．立地環境特性地区別、業態別にみた小売業の状況

- ( 1 ) 事業所数
- ( 2 ) 年間商品販売額

# 概 況

## 1. 事業所数

～ すべての地区で事業所数は減少 ～

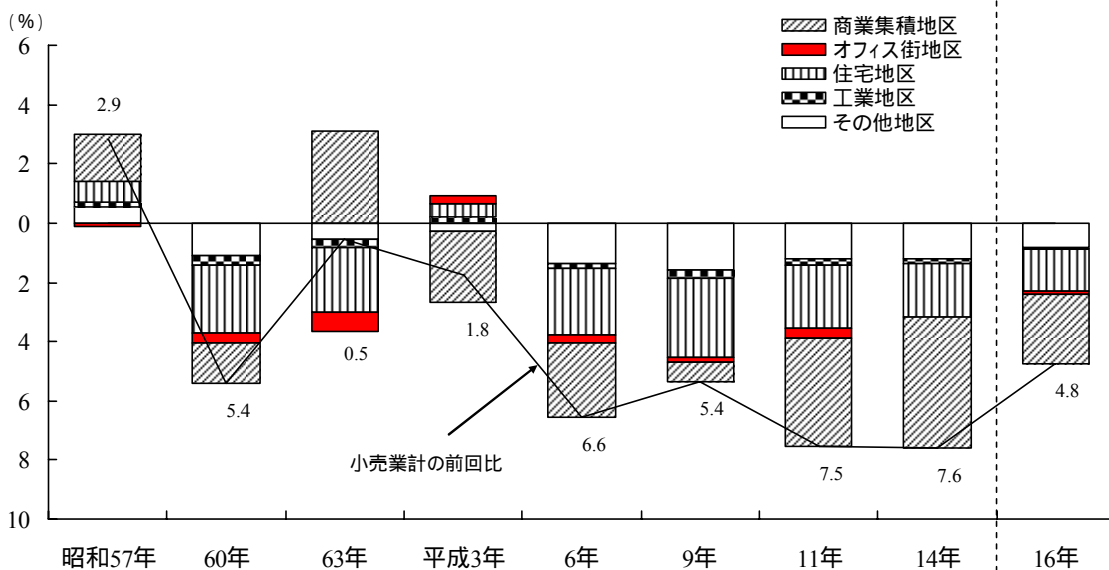
### (1) 立地環境特性地区別の事業所数

平成16年調査における小売業の事業所数は、123万8千事業所(前回比 4.8%減)であった。これを立地環境特性地区別(以下、「特性地区別」という)にみると、商業集積地区が47万事業所(同 6.1%減)、住宅地区は37万8千事業所(同 4.6%減)、その他地区は23万1千事業所(同 4.5%減)、オフィス街地区は9万3千事業所(同 1.6%減)、工業地区は6万5千事業所(同 0.7%減)と、すべての地区で減少となった。

前回比の推移をみると、平成6年以降すべての特性地区で減少が続いており、依然として商業集積地区の減少が寄与しているものの、その減少幅は前回と比べると小さくなった。

特性地区別	事業所数				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
			平成14年	平成16年	
小 売 業 計	1,300,057	1,238,049	100.0	100.0	▲ 4.8
商業集積地区	500,599	469,958	38.5	38.0	▲ 6.1
駅周辺型	173,065	165,100	13.3	13.3	▲ 4.6
市街地型	121,437	113,208	9.3	9.1	▲ 6.8
住宅地背景型	152,466	138,734	11.7	11.2	▲ 9.0
ロードサイド型	36,793	37,338	2.8	3.0	▲ 1.5
その他	16,838	15,578	1.3	1.3	▲ 7.5
オフィス街地区	94,752	93,250	7.3	7.5	▲ 1.6
住宅地区	396,696	378,266	30.5	30.6	▲ 4.6
工業地区	65,853	65,408	5.1	5.3	▲ 0.7
その他地区	242,157	231,167	18.6	18.7	▲ 4.5

特性地区別事業所数の前回比(伸び率寄与度)の推移

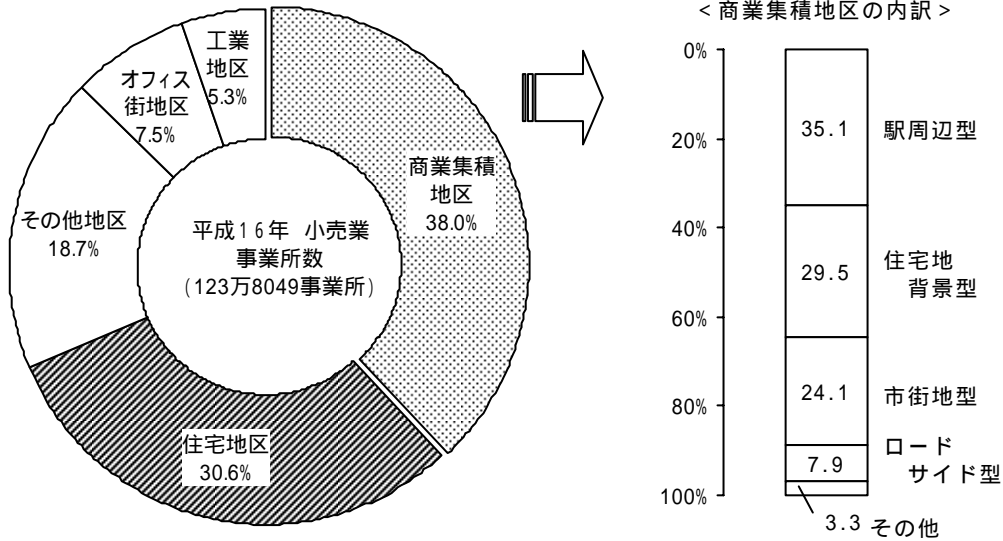


注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行ったため、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

注2) 平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したため、伸び率寄与度については特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出している。

構成比をみると、商業集積地区が38.0%、住宅地区が30.6%、その他地区が18.7%、オフィス街地区が7.5%、工業地区が5.3%となっている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合35.1%)の事業所が最も多く、次いで住宅地背景型(同29.5%)、市街地型(同24.1%)の順で、ロードサイド型(同7.9%)は1割未満となっている。

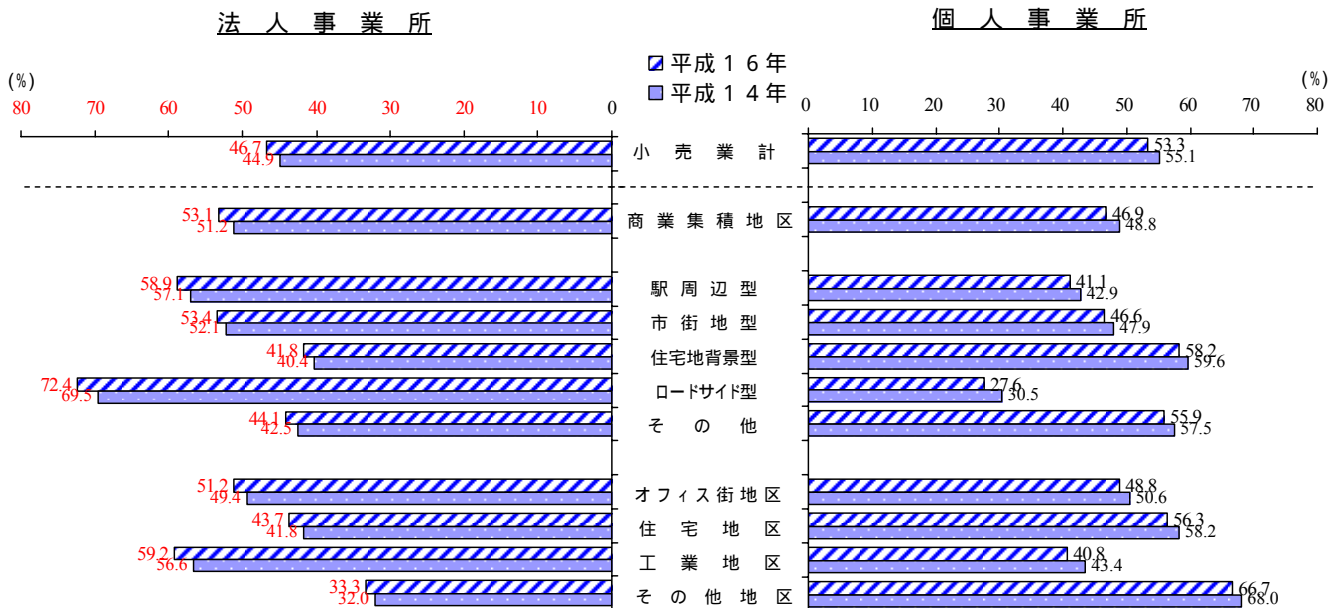
特性地区別事業所数の構成比



(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別事業所数

経営組織別にみると、小売業全体では法人事業所が46.7%、個人事業所数が53.3%と、個人事業所が過半を占めている。これを特性地区別にみると、その他地区、住宅地区では個人事業所の割合が高く、工業地区やオフィス街地区、商業集積地区のロードサイド型、駅周辺型、市街地型では法人事業所が過半を占めている。なお、オフィス街地区において、法人事業所数が個人事業所数を上回ったのは、今回が初めてである。

特性地区別、経営組織別事業所数の構成比



前回比をみると、法人事業所数は前回比 0.9%、個人事業所数は同 7.9%と、ともに減少となった。

これを、特性地区別にみると、法人事業所数は商業集積地区(前回比 2.7%減)、住宅地区(同 0.3%減)、その他地区(同 0.6%減)では減少となったが、オフィス街地区(同 2.0%増)、工業地区(同 3.9%増)で増加となっている。また商業集積地区全体では減少となったものの、その内訳であるロードサイド型(同 5.8%増)では増加となっている。一方、個人事業所数をみると、全地区で減少となっており、なかでも商業集積地区の住宅地背景型(同 11.1%減)とその他(同 10.0%減)において概ね10%の大幅な減少となった。

特性地区別、経営組織別の事業所数

特性地区別	事業所数							
	合計		法人事業所			個人事業所		
	平成14年	平成16年	平成14年	平成16年	前回比 (%)	平成14年	平成16年	前回比 (%)
小 売 業 計	1,300,057	1,238,049	583,899	578,426	▲ 0.9	716,158	659,623	▲ 7.9
商業集積地区	500,599	469,958	256,484	249,609	▲ 2.7	244,115	220,349	▲ 9.7
駅周辺型	173,065	165,100	98,882	97,251	▲ 1.6	74,183	67,849	▲ 8.5
市街地型	121,437	113,208	63,219	60,404	▲ 4.5	58,218	52,804	▲ 9.3
住宅地背景型	152,466	138,734	61,662	58,038	▲ 5.9	90,804	80,696	▲ 11.1
ロードサイド型	36,793	37,338	25,561	27,049	5.8	11,232	10,289	▲ 8.4
その他	16,838	15,578	7,160	6,867	▲ 4.1	9,678	8,711	▲ 10.0
オフィス街地区	94,752	93,250	46,773	47,712	2.0	47,979	45,538	▲ 5.1
住宅地区	396,696	378,266	165,829	165,303	▲ 0.3	230,867	212,963	▲ 7.8
工業地区	65,853	65,408	37,274	38,717	3.9	28,579	26,691	▲ 6.6
その他地区	242,157	231,167	77,539	77,085	▲ 0.6	164,618	154,082	▲ 6.4

### (3) 立地環境特性地区別にみた業種別事業所数

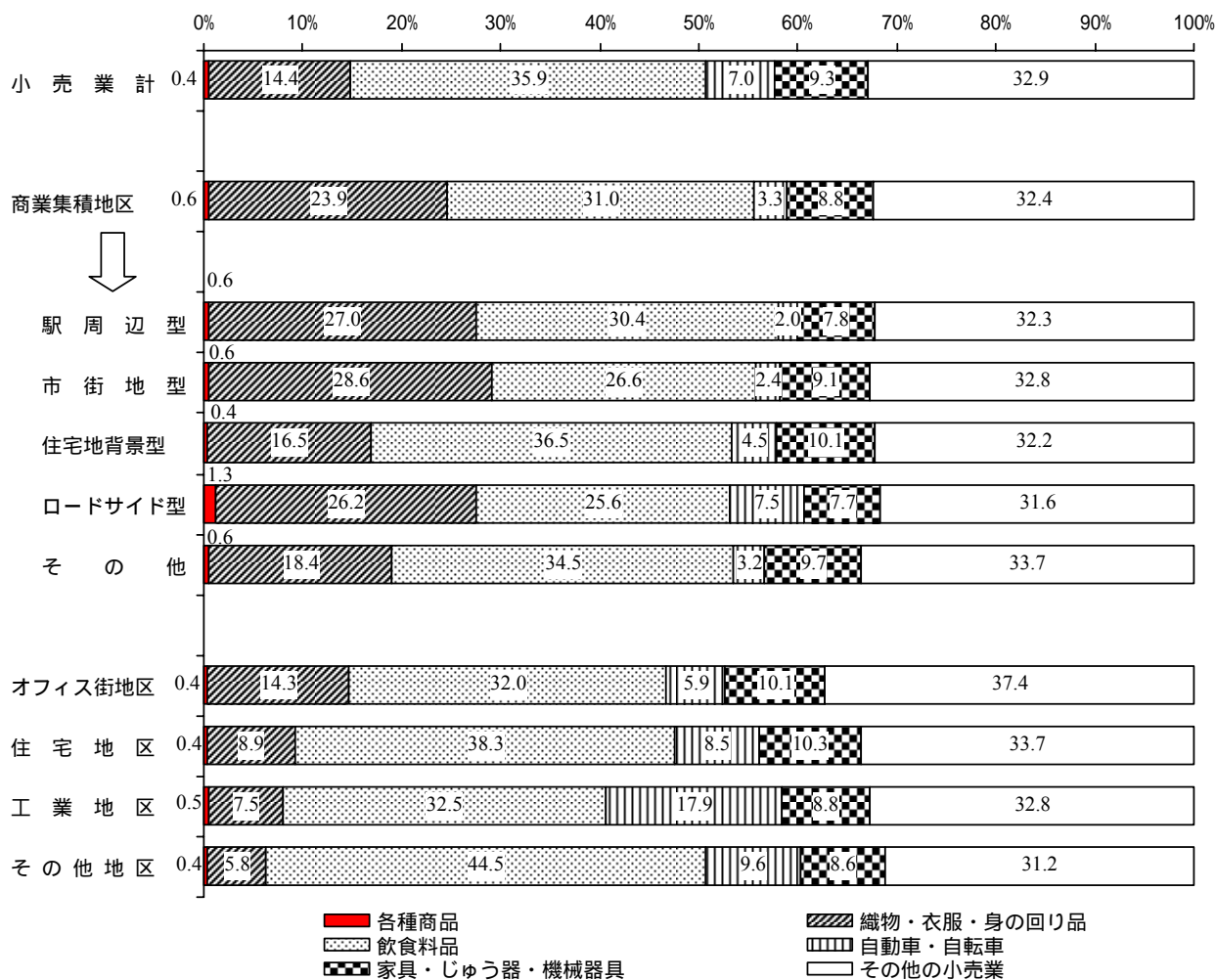
特性地区別に業種別の事業所構成比をみると、生活必需品や日用品を扱っている飲食料品小売業、その他の小売業の事業所割合がすべての地区で高く、いずれの地区もこの2業種で事業所数の6割超を占めている。このうち、その他地区、住宅地区といった居住地に近い地区では、飲食料品小売業の事業所数が最も多い。

織物・衣服・身の回り品小売業の割合は、商業集積地区が他の地区に比べ高い割合となっている。このうち、市街地型、駅周辺型、ロードサイド型の商業集積地区では2割強を占めている。

自動車・自転車小売業の割合は工業地区で群を抜いて高く2割近くを占めているが、これは、広い敷地面積の確保が可能なためと考えられる。

家具・じゅう器・機械器具小売業の割合は、いずれの地域においても概ね1割を占めている。

特性地区別、業種別事業所数の構成比



また、前回比をみると、すべての特性地区で減少となったが、商業集積地区のロードサイド型(前回比 1.5%増)のみ増加となった。業種別にみると、各種商品小売業はすべての特性地区で増加となった。各種商品小売業の増加は、その他の各種商品小売業(従業者が50人未満のもの)の事業所の増加が大きく寄与している。

商業集積地区(同 6.1%減)では、商業集積地区の3割超を占めるその他の小売業(同 7.0%減)で大幅な減少となったほか、飲食料品小売業(同 6.5%減)、家具・じゅう器・機械器具小売業(同 6.3%減)でも減少しており、他の地区と比べて減少率が高い。

工業地区(同 0.7%減)では、自動車・自転車小売業(同 1.6%増)が前回に引き続き増加、家具・じゅう器・機械器具小売業(同 0.8%増)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 0.5%増)が増加となったものの、その他の小売業(同 2.9%減)、飲食料品小売業(同 0.4%減)が減少となった。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型で各種商品小売業(同 11.3%増)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 11.0%増)が1割を超える増加となったほか、機械器具小売業が含まれる、家具・じゅう器・機械器具小売業(同 1.3%増)で増加となった。

特性地区別、業種別の事業所数と前回比

特性地区別	事業所数						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	1,238,049	5,556	177,851	444,596	86,993	115,132	407,921
商業集積地区	469,958	2,693	112,390	145,782	15,501	41,441	152,151
駅周辺型	165,100	978	44,528	50,136	3,321	12,822	53,315
市街地型	113,208	625	32,386	30,084	2,703	10,255	37,155
住宅地背景型	138,734	518	22,828	50,617	6,183	13,973	44,615
ロードサイド型	37,338	484	9,778	9,574	2,801	2,884	11,817
その他	15,578	88	2,870	5,371	493	1,507	5,249
オフィス街地区	93,250	344	13,291	29,884	5,494	9,396	34,841
住宅地区	378,266	1,338	33,758	144,787	32,164	38,784	127,435
工業地区	65,408	312	4,918	21,286	11,707	5,738	21,447
その他地区	231,167	869	13,494	102,857	22,127	19,773	72,047

特性地区別	前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	▲ 4.8	11.2	▲ 4.3	▲ 4.7	▲ 2.4	▲ 4.6	▲ 5.7
商業集積地区	▲ 6.1	6.9	▲ 4.7	▲ 6.5	▲ 4.9	▲ 6.3	▲ 7.0
駅周辺型	▲ 4.6	6.0	▲ 4.6	▲ 4.0	▲ 2.7	▲ 3.7	▲ 5.7
市街地型	▲ 6.8	6.1	▲ 6.0	▲ 7.1	▲ 6.6	▲ 7.8	▲ 7.1
住宅地背景型	▲ 9.0	4.9	▲ 8.8	▲ 9.4	▲ 6.6	▲ 8.7	▲ 9.2
ロードサイド型	1.5	11.3	11.0	▲ 2.1	▲ 1.7	1.3	▲ 2.1
その他	▲ 7.5	14.3	▲ 1.3	▲ 5.9	▲ 7.2	▲ 8.4	▲ 12.1
オフィス街地区	▲ 1.6	12.1	▲ 0.5	▲ 0.6	▲ 1.0	▲ 3.1	▲ 2.6
住宅地区	▲ 4.6	16.1	▲ 5.3	▲ 4.8	▲ 2.8	▲ 4.1	▲ 5.2
工業地区	▲ 0.7	15.1	0.5	▲ 0.4	1.6	0.8	▲ 2.9
その他地区	▲ 4.5	16.0	▲ 4.7	▲ 4.0	▲ 2.3	▲ 4.4	▲ 6.1

特性地区別に小分類業種別事業所数構成比をみると、商業集積地区では婦人服小売業の事業所が最も多く、また、菓子・パン小売業、ペット・ペット用品などを含む他に分類されないその他の小売業、その他の織物・衣服・身の回り品小売業、惣菜や弁当などの料理品小売業などが上位に位置している。なお、コンビニエンスストアの事業所割合は、5つの地区の中で最も低い。

オフィス街地区は、商業地域及び近隣商業地域であることから、商業集積地区と同様の業種が上位にあることに加え、コンビニエンスストアやガソリンスタンドなども多くみられる。

住宅地区では、菓子・パン小売業、酒小売業、電気機械器具小売業などの個人事業所が多いことに加え、料理品小売業、牛乳・飲料・茶類小売業などの飲食料品関連の事業所が多くみられる。

工業地区では、自動車(新車)小売業の事業所が最も多く、中古自動車小売業、自動車部分品・附属品小売業、ガソリンスタンドの事業所割合も他の地区に比べ高いものとなっている。また、この地区においても料理品小売業、コンビニエンスストアが上位に位置している。

その他地区では、酒小売業の事業所が最も多い。住宅地区と同様に生活圏であることから、その構成は住宅地区に近いものとなっているが、市街地から離れていることもあって、各種食料品小売業、他に分類されない飲食料品小売業、他に分類されないその他の小売業など、取扱商品が多彩な業種の事業所が多い。また、ガソリンスタンドや自動車(新車)小売業も上位に位置しており、農耕用品小売業は11位となっている。

特性地区別にみた小分類業種別の事業所数構成比(平成16年、上位20業種)

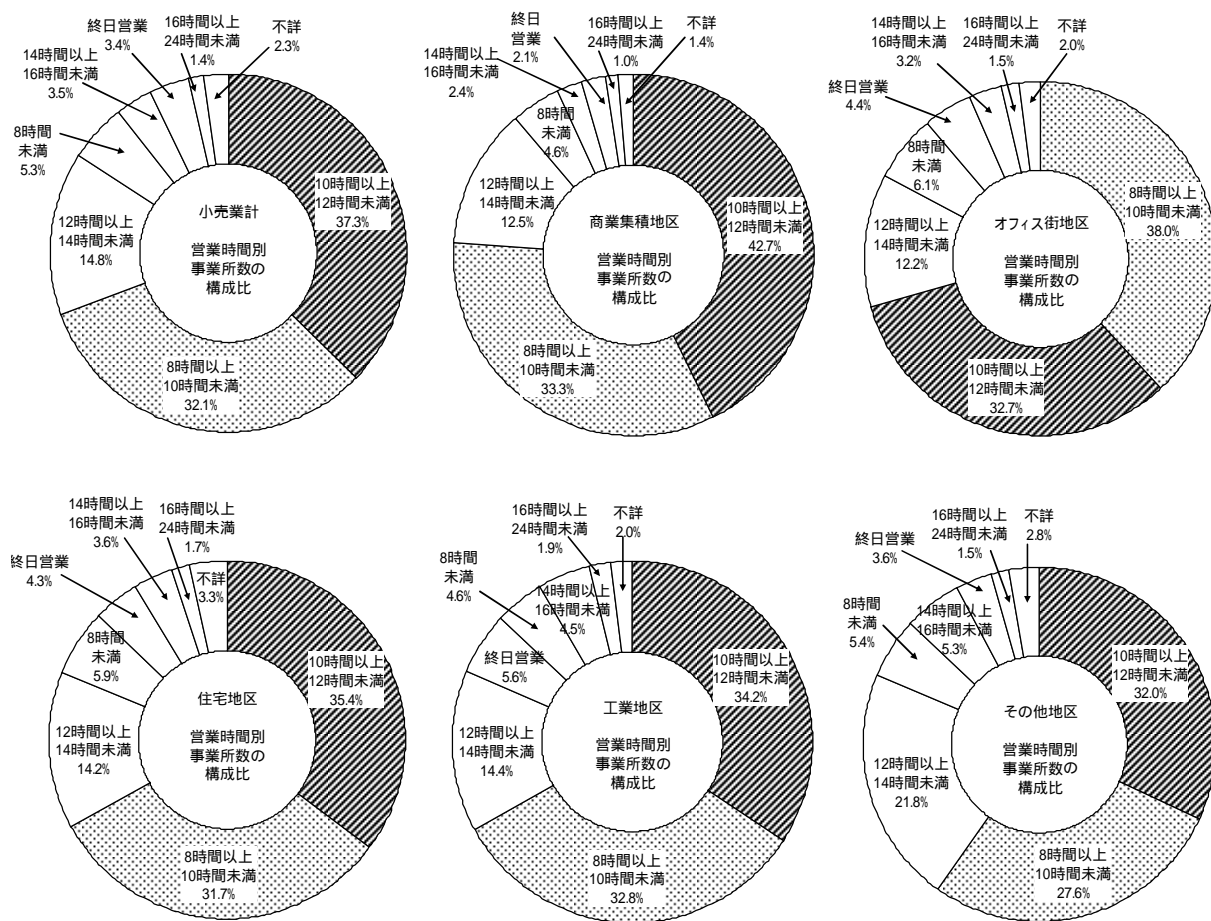
順位	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比(%)	業種名	構成比(%)	業種名	構成比(%)	業種名	構成比(%)	業種名	構成比(%)
1位	婦人・子供服	11.6	他に分類されないその他	6.1	菓子・パン	6.2	自動車(新車)	8.3	酒	8.5
2位	菓子・パン	6.9	婦人・子供服	5.3	酒	5.4	ガソリンスタンド	6.8	ガソリンスタンド	6.8
3位	他に分類されないその他	5.2	菓子・パン	5.3	電気機械器具	5.1	料理品	5.1	牛乳・飲料・茶類	6.2
4位	その他織物・衣服・身の回り品	4.7	料理品	4.7	料理品	4.6	他に分類されないその他	5.0	菓子・パン	6.0
5位	料理品	4.3	電気機械器具	4.5	牛乳・飲料・茶類	4.6	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)	5.0	各種食料品	5.8
6位	電気機械器具	3.7	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)	4.3	他に分類されないその他	4.6	中古自動車	4.7	他に分類されないその他	5.2
7位	書籍・雑誌・紙・文房具	3.4	酒	3.9	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)	4.3	菓子・パン	4.5	他に分類されない飲食料品	4.4
8位	他に分類されない飲食料品	3.0	書籍・雑誌・紙・文房具	3.8	各種食料品	3.5	牛乳・飲料・茶類	4.1	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)	3.7
9位	酒	3.0	調剤薬局	3.4	ガソリンスタンド	3.5	酒	4.0	自動車(新車)	3.5
10位	呉服・服地・寝具	2.9	ガソリンスタンド	3.0	婦人・子供服	3.5	電気機械器具	3.8	電気機械器具	3.5
11位	時計・眼鏡・光学機械	2.9	牛乳・飲料・茶類	2.9	調剤薬局	3.4	たばこ・喫煙具専門	2.7	農耕用品	3.2
12位	医薬品(調剤薬局を除く)	2.7	たばこ・喫煙具専門	2.9	たばこ・喫煙具専門	2.9	自動車部分品・附属品	2.7	料理品	3.1
13位	男子服	2.7	医薬品(調剤薬局を除く)	2.9	医薬品(調剤薬局を除く)	2.7	各種食料品	2.7	中古自動車	3.1
14位	化粧品	2.5	他に分類されない飲食料品	2.9	書籍・雑誌・紙・文房具	2.7	婦人・子供服	2.6	婦人・子供服	2.6
15位	花・植木	2.5	その他織物・衣服・身の回り品	2.8	他に分類されない飲食料品	2.6	他に分類されない飲食料品	2.3	建具・畳・宗教用具	2.5
16位	野菜・果実	2.5	男子服	2.7	自動車(新車)	2.6	医薬品(調剤薬局を除く)	2.2	たばこ・喫煙具専門	2.5
17位	牛乳・飲料・茶類	2.5	呉服・服地・寝具	2.5	中古自動車	2.3	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.2	鮮魚	2.5
18位	調剤薬局	2.4	花・植木	2.5	新聞	2.3	書籍・雑誌・紙・文房具	2.1	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.2
19位	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)	2.2	野菜・果実	2.1	花・植木	2.2	調剤薬局	1.8	野菜・果実	2.1
20位	靴・履物	2.0	米穀類	2.0	野菜・果実	2.2	スポーツ用品	1.7	医薬品(調剤薬局を除く)	1.8
計	上位20位までの計	73.5	上位20位までの計	70.5	上位20位までの計	71.0	上位20位までの計	74.1	上位20位までの計	79.2

#### (4) 立地環境特性地区別にみた営業時間別事業所数

営業時間別に事業所数の構成比をみると、小売業全体では「10時間以上12時間未満」が4割近くを占め最も高く、次いで「8時間以上10時間未満」が3割を占めている。これを特性地区別にみると、商業集積地区、住宅地区、工業地区、その他地区ではいずれも「10時間以上12時間未満」の事業所割合が最も高いが、オフィス街地区では2時間程短く、地区内の活動時間に合わせ「8時間以上10時間未満」の事業所割合が最も高い。

また、前回と比べると主流である「10時間以上12時間未満」は、すべての特性地区で減少となっている。一方、「終日営業」は、すべての特性地区で増加となった。特に、オフィス街地区(前回比12.4%増)、工業地区(同12.1%増)の増加が目立つ。

### 特性地区別、営業時間別事業所数の構成比



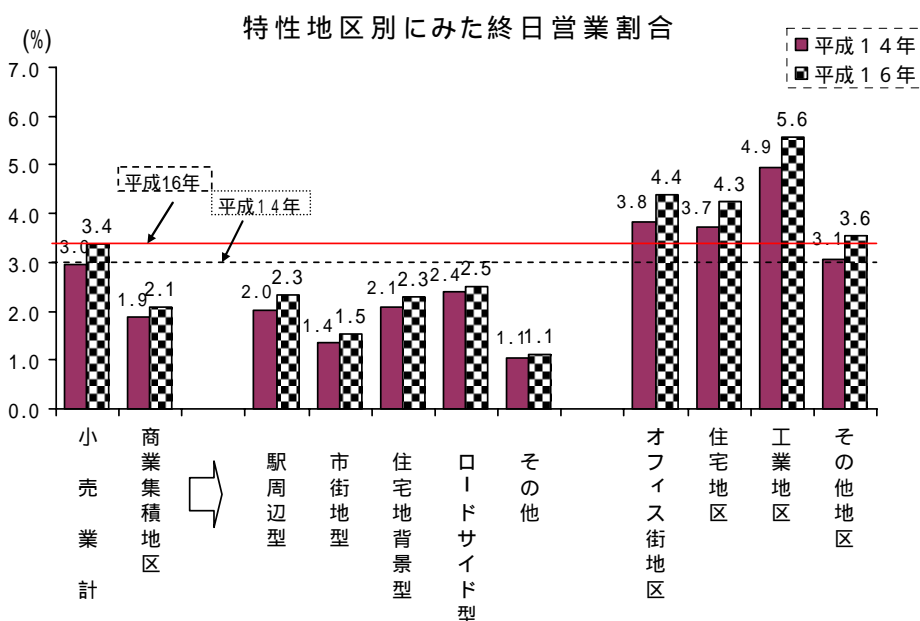
### 特性地区別、営業時間別の事業所数

特性地区別	事業所数								
	合計	8時間未満	8時間以上 10時間未満	10時間以上 12時間未満	12時間以上 14時間未満	14時間以上 16時間未満	16時間以上 24時間未満	終日営業	不詳
小売業計	1,238,049	65,074	397,104	461,210	183,609	42,815	17,236	41,967	29,034
商業集積地区	469,958	21,555	156,551	200,537	58,702	11,067	4,891	9,900	6,755
駅周辺型	165,100	7,170	53,141	75,689	17,554	3,739	1,836	3,851	2,120
市街地型	113,208	6,046	47,628	42,583	11,240	1,921	970	1,741	1,079
住宅地背景型	138,734	6,543	43,354	57,500	20,116	3,581	1,577	3,197	2,866
ロードサイド型	37,338	772	7,937	18,811	6,787	1,338	361	940	392
その他	15,578	1,024	4,491	5,954	3,005	488	147	171	298
オフィス街地区	93,250	5,662	35,398	30,447	11,360	3,001	1,438	4,078	1,866
住宅地区	378,266	22,465	119,873	133,773	53,684	13,579	6,281	16,119	12,492
工業地区	65,408	2,984	21,436	22,390	9,400	2,968	1,240	3,650	1,340
その他地区	231,167	12,408	63,846	74,063	50,463	12,200	3,386	8,220	6,581

特性地区別	前 回 比 (%)								
	合計	8時間未満	8時間以上 10時間未満	10時間以上 12時間未満	12時間以上 14時間未満	14時間以上 16時間未満	16時間以上 24時間未満	終日営業	不詳
小売業計	▲ 4.8	0.5	▲ 1.2	▲ 6.7	▲ 10.3	▲ 11.0	3.3	9.0	▲ 6.3
商業集積地区	▲ 6.1	0.6	▲ 4.2	▲ 8.8	▲ 7.2	▲ 5.7	14.7	5.5	▲ 8.2
駅周辺型	▲ 4.6	1.1	▲ 3.1	▲ 6.6	▲ 8.3	▲ 2.3	22.6	10.2	▲ 1.8
市街地型	▲ 6.8	1.9	▲ 5.2	▲ 9.5	▲ 9.2	▲ 10.1	17.6	5.3	▲ 12.8
住宅地背景型	▲ 9.0	▲ 1.4	▲ 5.1	▲ 11.4	▲ 13.6	▲ 12.7	7.6	1.0	▲ 10.8
ロードサイド型	1.5	▲ 2.8	▲ 0.9	▲ 6.5	31.9	25.9	3.1	5.6	▲ 5.5
その他	▲ 7.5	5.8	▲ 1.9	▲ 11.6	▲ 9.4	▲ 18.5	18.5	▲ 3.4	▲ 12.1
オフィス街地区	▲ 1.6	0.5	0.4	▲ 2.1	▲ 9.9	▲ 7.2	7.8	12.4	▲ 4.5
住宅地区	▲ 4.6	0.2	0.0	▲ 6.6	▲ 12.3	▲ 11.7	▲ 1.5	8.6	▲ 6.8
工業地区	▲ 0.7	3.3	3.4	▲ 3.9	▲ 5.4	▲ 4.1	▲ 0.2	12.1	▲ 4.7
その他地区	▲ 4.5	▲ 0.1	1.9	▲ 3.8	▲ 12.4	▲ 16.9	▲ 2.4	11.0	▲ 4.2



「終日営業」の割合を前回と比較すると、すべての地区で拡大している。また、商業集積地区以外の地区はいずれも小売平均を上回っており、なかでも工業地区で割合が高い。これは、商業集積地区以外の地区では、地区内の小売事業所数に対するコンビニエンスストアの事業所数が相対的に多いことなどによる。



### (5) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別事業所数

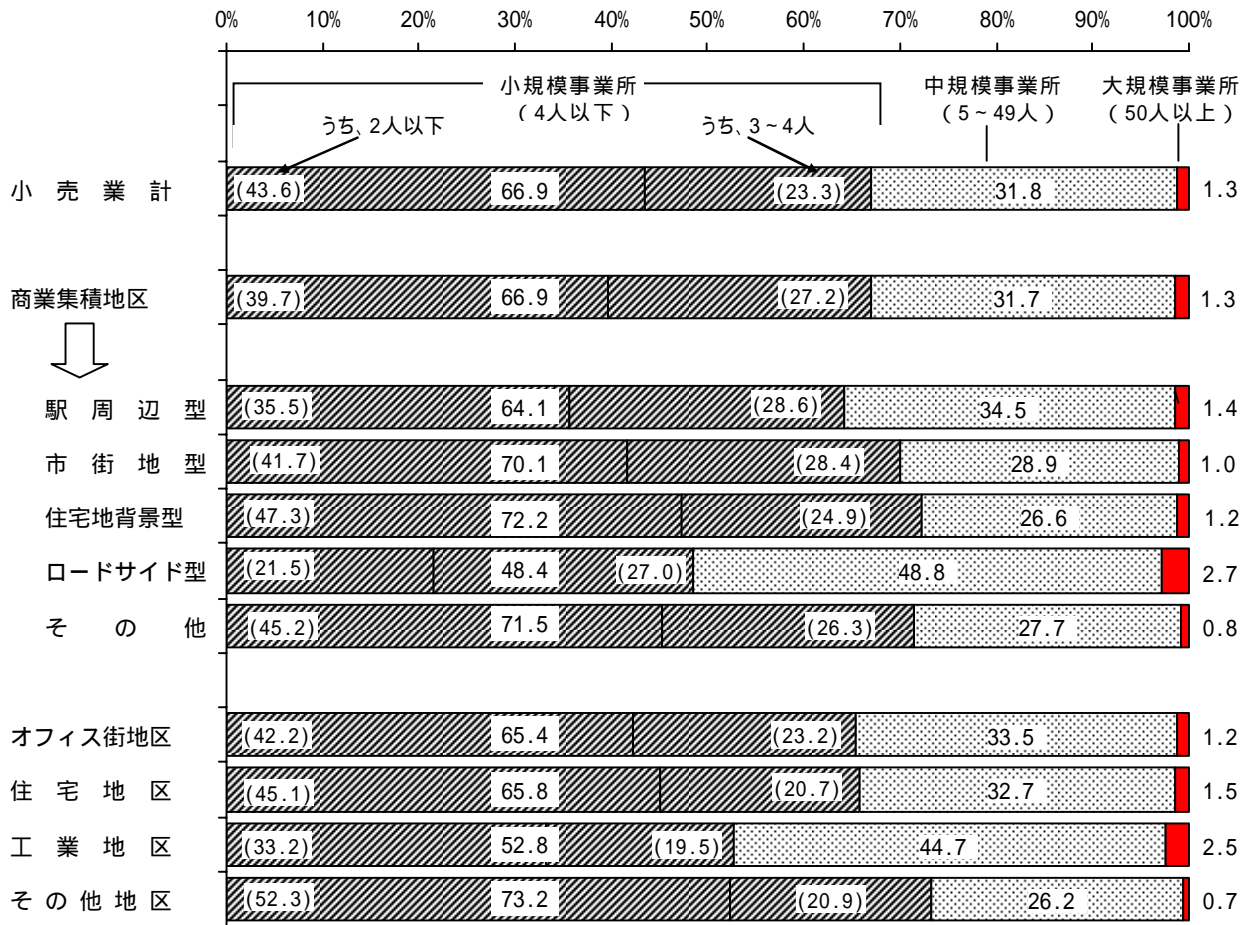
就業者規模別に事業所数の構成比をみると、小売業全体では就業者4人以下の小規模事業所が66.9%、5～49人の中規模事業所が31.8%、50人以上の大規模事業所が1.3%を占めている。これを特性地区別にみると、商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区では、いずれも小規模事業所が7割弱、中規模事業所が3割強、大規模事業所は僅かに1%と、似たような事業所構成となっている。工業地区では、中規模事業所割合が他の地区に比べ高く、4割超を占めており、小規模事業所割合は5地区の中で最も低い。その他地区では、個人事業所が多いことから小規模事業所割合が7割超を占めている。商業集積地区の内訳をみると、市街地型、住宅地背景型、その他で小規模事業所が7割を占めている。法人事業所が多いロードサイド型は、小規模事業所、中規模事業所がそれぞれ4割超を占め、大規模事業所の割合は最も高い。

前回比をみると、構成比率の高い小規模事業所はすべての特性地区で減少、中規模事業所は法人事業所数が増加しているオフィス街地区(前回比2.3%増)、工業地区(同2.8%増)で増加となった。大規模事業所では、すべての地区で増加となっている。

特性地区別にみた就業者規模別の事業所数

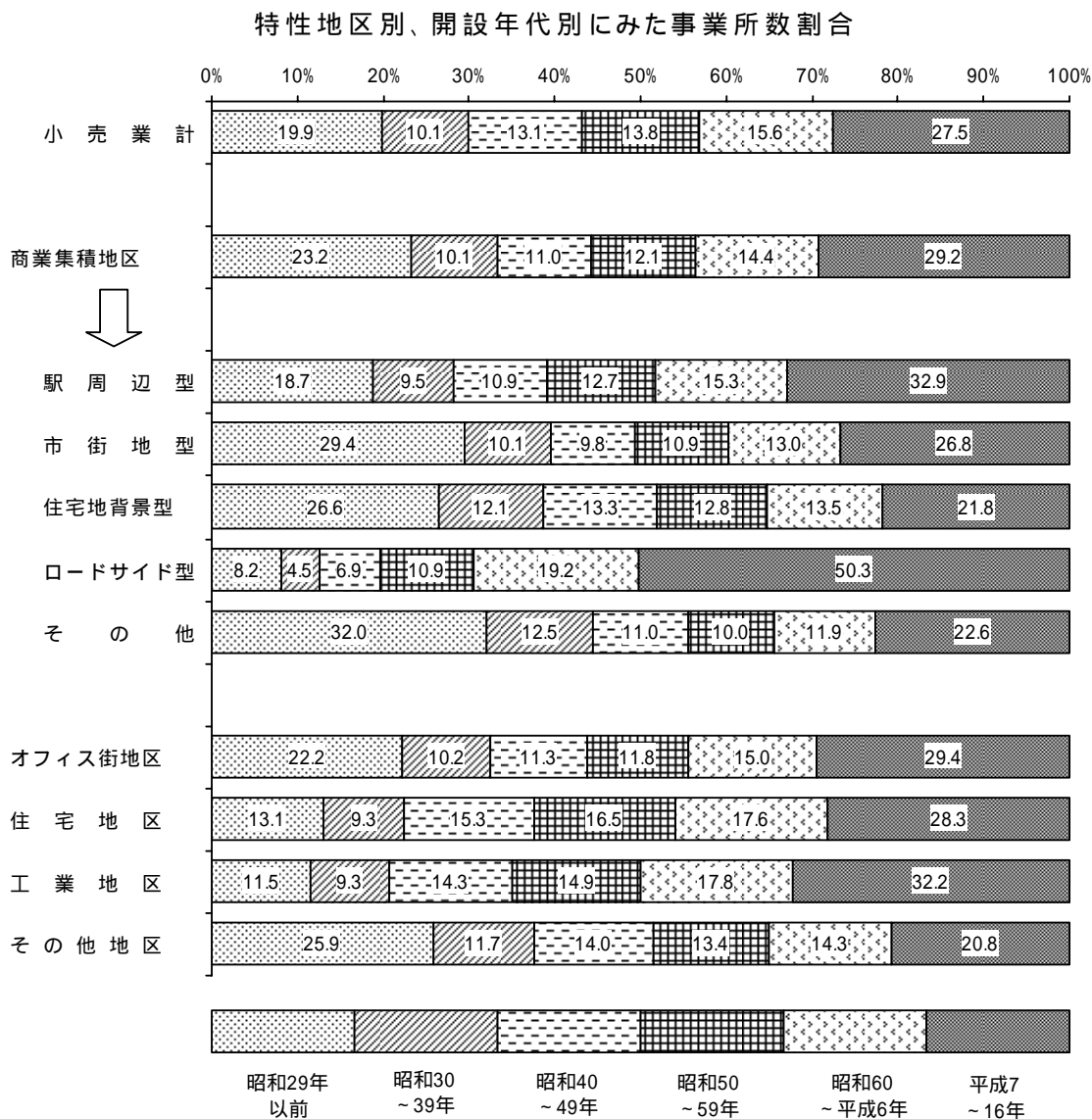
特性地区別	平成16年										
	合計		小規模事業所 (4人以下)			中規模事業所 (5～49人)			大規模事業所 (50人以上)		
	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	前回比 (%)	事業所数	構成比 (%)	前回比 (%)	事業所数	構成比 (%)	前回比 (%)
小売業計	1,238,049	100.0	828,326	66.9	▲ 6.6	393,680	31.8	▲ 1.0	16,043	1.3	3.2
商業集積地区	469,958	100.0	314,627	66.9	▲ 8.0	149,124	31.7	▲ 2.3	6,207	1.3	1.3
駅周辺型	165,100	100.0	105,907	64.1	▲ 6.7	56,881	34.5	▲ 0.6	2,312	1.4	▲ 1.0
市街地型	113,208	100.0	79,365	70.1	▲ 7.8	32,723	28.9	▲ 4.5	1,120	1.0	3.1
住宅地背景型	138,734	100.0	100,136	72.2	▲ 10.0	36,969	26.6	▲ 6.5	1,629	1.2	0.4
ロードサイド型	37,338	100.0	18,083	48.4	▲ 4.0	18,239	48.8	7.3	1,016	2.7	6.2
その他	15,578	100.0	11,136	71.5	▲ 8.3	4,312	27.7	▲ 5.7	130	0.8	3.2
オフィス街地区	93,250	100.0	60,968	65.4	▲ 3.6	31,200	33.5	2.3	1,082	1.2	7.1
住宅地区	378,266	100.0	249,053	65.8	▲ 6.5	123,623	32.7	▲ 1.0	5,590	1.5	2.1
工業地区	65,408	100.0	34,511	52.8	▲ 4.0	29,269	44.7	2.8	1,628	2.5	11.4
その他地区	231,167	100.0	169,167	73.2	▲ 5.8	60,464	26.2	▲ 1.0	1,536	0.7	4.8

特性地区別にみた就業者規模別事業所数の構成比



## (6) 立地環境特性地区別にみた開設年別事業所数

開設年別に事業所数をみると、小売業全体では、昭和50年以降に開設した事業所が5割超を占めている。開設年を昭和29年以前と、昭和30年以降は10年ごと(直近については平成7年から16年6月の9年半)に区切ってみると、小売業では事業所の統廃合や、店舗の効率化によるスクラップアンドビルド、消費者ニーズにマッチした事業所の開設などから、その他地区を除くすべての地区で平成7年以降の開設割合が最も高くなっている。



商業集積地区、オフィス街地区は、似たような構成となっており、各年代ともに一定の開設がみられる。

住宅地区、工業地区では、9割近くが昭和30年以降の開設となっている。このうち、工業地区では、平成7年以降の開設が全5地区の中で最も高く、工業地区の事業所数の3割超を占めている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型では年代を追うごとに構成比が拡大、平成7年以降の開設が3割超となっており、駅前再開発などを背景に開廃が激しいことがうかがわれる。市街地型、住宅地背景型、その他では、昭和29年以前の開設割合が最も多く、昔から居住地に密接して営業していた事業所が多いといえる。一方、ロードサイド型では、昭和60

年以降の事業所が7割を占め、このうち、平成7～16年の開設が5割と、近年急速に事業所の立地が進んでいる。これは、大規模小売店舗法の改正等に伴う規制緩和やモータリゼーションを背景に、大型量販店やアウトレットモールの出現など、広い商圈を対象とした大型店が増加したことなどによると考えられる。

平成7年以降の開設状況を見ると、34万1千事業所の開設事業所のうち、4割が商業集積地区、3割が住宅地区に立地している。商業集積地区の内訳では、駅周辺型が4割近くを占め(商業集積地区に占める割合 39.6%)、次いで市街地型(同 22.1%)、住宅地背景型(同 22.0%)の順となっている。

平成7年以降の特性地区別事業所数及び構成比

特性地区別	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
商業集積地区	137,279	40.3	58,554	37.7	17,496	41.1	17,710	40.7	14,530	43.0	19,310	43.8	9,679	44.8
駅周辺型	54,379	16.0	22,799	14.7	6,468	15.2	7,215	16.6	6,003	17.8	7,828	17.7	4,066	18.8
市街地型	30,376	8.9	11,775	7.6	3,667	8.6	4,165	9.6	3,448	10.2	4,904	11.1	2,417	11.2
住宅地背景型	30,210	8.9	14,123	9.1	3,837	9.0	3,857	8.9	2,820	8.3	3,718	8.4	1,855	8.6
ロードサイド型	18,788	5.5	8,283	5.3	2,994	7.0	2,000	4.6	1,877	5.6	2,464	5.6	1,170	5.4
その他	3,526	1.0	1,574	1.0	530	1.2	473	1.1	382	1.1	396	0.9	171	0.8
オフィス街地区	27,451	8.1	11,756	7.6	3,258	7.7	3,591	8.2	2,908	8.6	3,916	8.9	2,022	9.4
住宅地区	107,066	31.4	50,895	32.8	13,161	30.9	13,479	30.9	10,241	30.3	13,011	29.5	6,279	29.1
工業地区	21,066	6.2	9,575	6.2	2,661	6.3	2,654	6.1	2,057	6.1	2,878	6.5	1,241	5.7
その他地区	48,050	14.1	24,458	15.8	5,986	14.1	6,129	14.1	4,071	12.0	5,022	11.4	2,384	11.0

(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。

## 2. 年間商品販売額

～ 商業集積地区は3調査連続減少 ～

### (1) 立地環境特性地区別の年間商品販売額

平成16年調査における小売業事業所の年間商品販売額は、133兆2786億円(前回比1.4%減)であった。これを特性地区別にみると、商業集積地区が54兆4804億円(同3.7%減)、住宅地区は38兆3307億円(同1.0%減)、その他地区は17兆1151億円(同0.4%減)とそれぞれ減少となった。一方、工業地区は12兆8176億円(同5.4%増)、オフィス街地区は10兆5348億円(同0.3%増)で増加となっている。

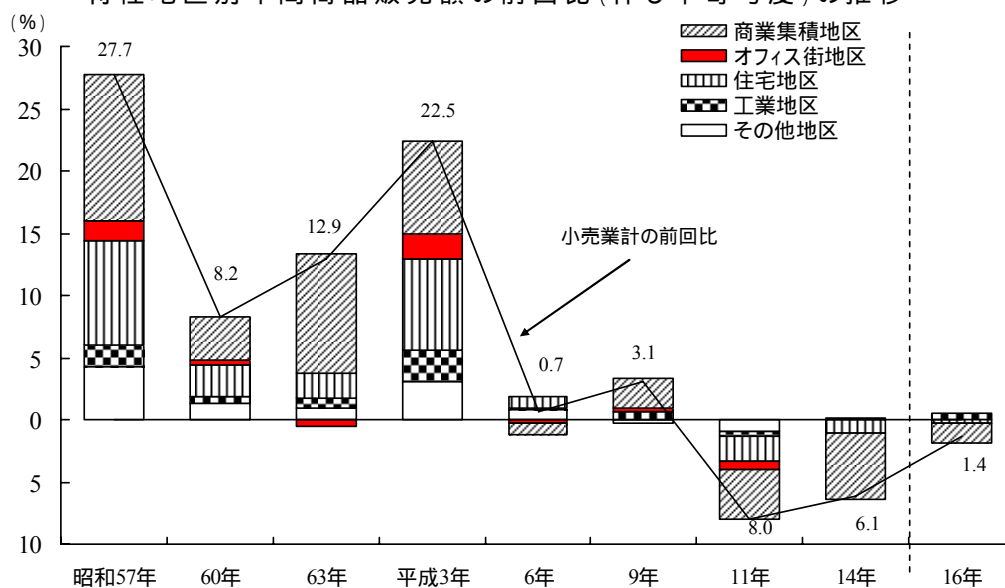
商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型(同1.8%増)以外は減少となっている。

前回比の推移をみると、平成11年、平成14年に引き続き減少となっているものの、工業地区が前回に引き続き増加、さらに、オフィス街地区が増加に転じている。また、年間商品販売額の減少は、事業所数と同様に商業集積地区での減少寄与が大きい。

特性地区別の年間商品販売額

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				前回比(%)
	平成14年	平成16年	構成比(%)		
			平成14年	平成16年	
小売業計	135,109,295	133,278,631	100.0	100.0	▲1.4
商業集積地区	56,550,855	54,480,411	41.9	40.9	▲3.7
駅周辺型	22,896,774	22,172,750	16.9	16.6	▲3.2
市街地型	13,053,852	12,293,252	9.7	9.2	▲5.8
住宅地背景型	12,120,684	11,440,769	9.0	8.6	▲5.6
ロードサイド型	7,248,393	7,376,857	5.4	5.5	▲1.8
その他	1,231,151	1,196,783	0.9	0.9	▲2.8
オフィス街地区	10,503,696	10,534,758	7.8	7.9	0.3
住宅地区	38,712,739	38,330,740	28.7	28.8	▲1.0
工業地区	12,165,596	12,817,616	9.0	9.6	5.4
その他地区	17,176,408	17,115,106	12.7	12.8	▲0.4

特性地区別年間商品販売額の前回比(伸び率寄与度)の推移



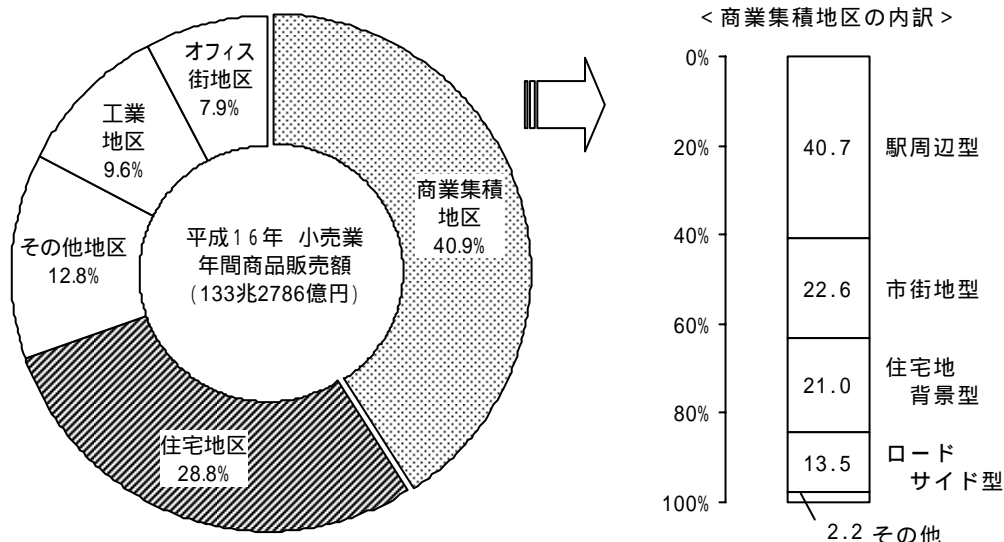
注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行ったため、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

注2) 平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したため、伸び率寄与度については特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出している。

構成比をみると、商業集積地区が 40.9%を占め、住宅地区が 28.8%、その他地区が 12.8%、工業地区が 9.6%、オフィス街地区が 7.9%となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合 40.7%)の年間商品販売額が最も多く、次いで市街地型(同 22.6%)、住宅地背景型(同 21.0%)、ロードサイド型(同 13.5%)、その他(同 2.2%)の順となっている。

特性地区別にみた年間商品販売額の構成比



## (2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別年間商品販売額

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、法人事業所が 89.7%、個人事業所は 10.3%を占めており、全地区で引き続き、個人事業所の割合は縮小傾向にある。

これを特性地区別にみると、いずれの地区でも法人事業所が年間商品販売額の8割から9割強を占めており、なかでも、商業集積地区のうちロードサイド型(法人事業所の割合 96.2%)、工業地区(同 94.3%)の割合が高い。

個人事業所は、事業所数が多いその他地区で2割弱、住宅地背景型やその他の商業集積地区、住宅地区などが、他の地区に比べ高い割合を示している。

特性地区別、経営組織別年間商品販売額の構成比



経営組織別に前回比をみると、法人事業所は前回比 0.1%の微減、個人事業所は同11.3%減と、ともに減少となった。

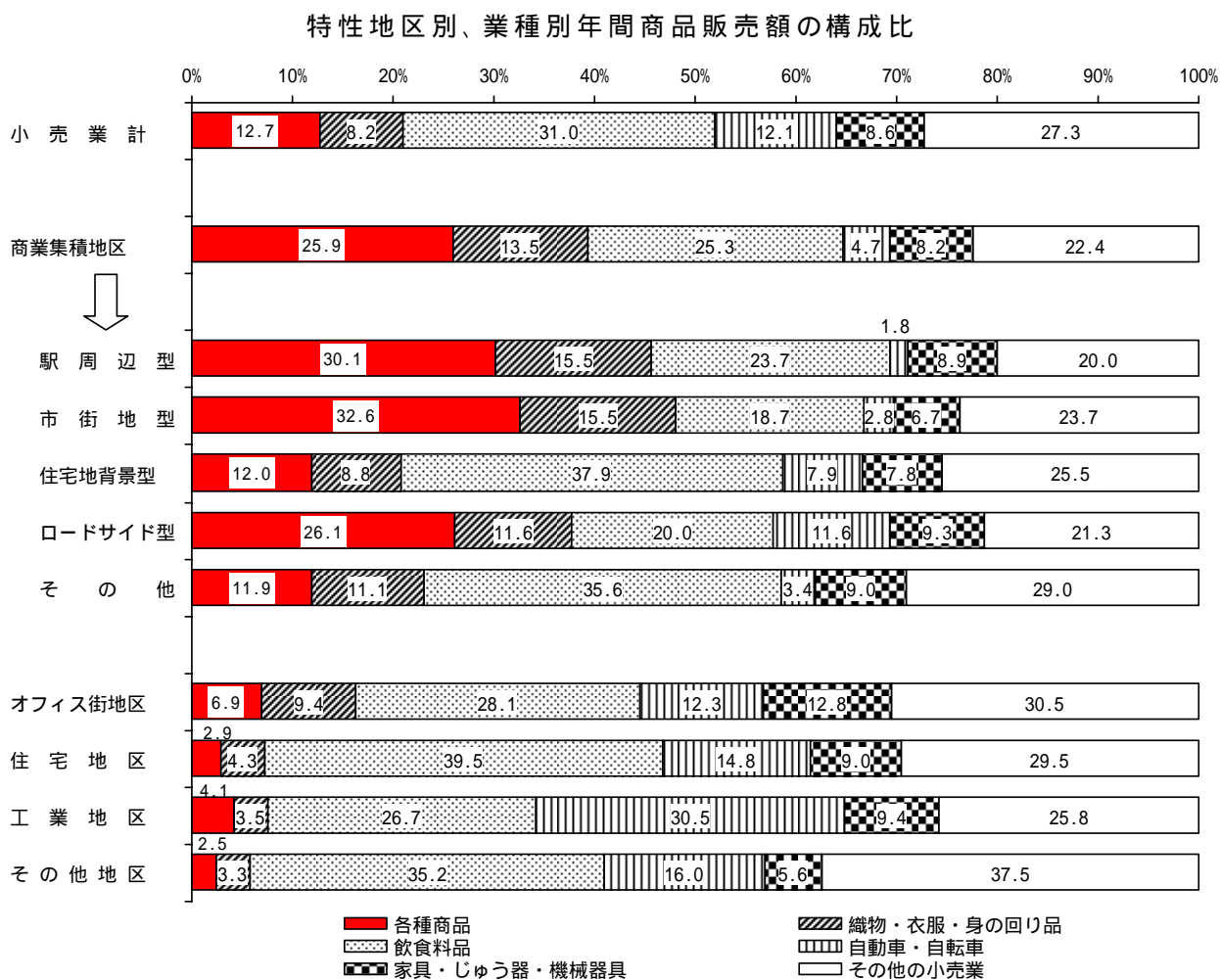
これを特性地区別にみると、法人事業所では、商業集積地区以外で増加となったものの寄与の大きい商業集積地区(同 2.6 減)が減少となった。内訳をみると、市街地型(同 4.9%減)、住宅地背景型(同 3.8%減)の減少が大きい。一方、工業地区(同 6.2%増)、ロードサイド型の商業集積地区(同 2.4%増)の増加が目立つ。個人事業所では、商業集積地区(同 14.9%減)、住宅地区(同 11.1%減)が2桁の減少となるなど、すべての地区で減少となった。

特性地区別、経営組織別の年間商品販売額

特性地区別	年間商品販売額(百万円)							
	合計		法人事業所			個人事業所		
	平成14年	平成16年	平成14年	平成16年	前回比(%)	平成14年	平成16年	前回比(%)
小 売 業 計	135,109,295	133,278,631	119,578,641	119,508,200	▲ 0.1	15,530,654	13,770,431	▲ 11.3
商業集積地区	56,550,855	54,480,411	51,459,699	50,146,943	▲ 2.6	5,091,156	4,333,468	▲ 14.9
駅周辺型	22,896,774	22,172,750	21,239,251	20,743,499	▲ 2.3	1,657,523	1,429,252	▲ 13.8
市街地型	13,053,852	12,293,252	11,908,123	11,320,657	▲ 4.9	1,145,729	972,595	▲ 15.1
住宅地背景型	12,120,684	11,440,769	10,332,133	9,943,148	▲ 3.8	1,788,551	1,497,621	▲ 16.3
ロードサイド型	7,248,393	7,376,857	6,930,295	7,093,561	2.4	318,098	283,296	▲ 10.9
その他	1,231,151	1,196,783	1,049,896	1,046,079	▲ 0.4	181,255	150,705	▲ 16.9
オフィス街地区	10,503,696	10,534,758	9,408,086	9,526,268	1.3	1,095,611	1,008,489	▲ 8.0
住宅地区	38,712,739	38,330,740	33,447,276	33,650,075	0.6	5,265,463	4,680,665	▲ 11.1
工業地区	12,165,596	12,817,616	11,382,043	12,087,050	6.2	783,554	730,566	▲ 6.8
その他地区	17,176,408	17,115,106	13,881,537	14,097,863	1.6	3,294,871	3,017,242	▲ 8.4

### (3) 立地環境特性地区別にみた業種別年間商品販売額

特性地区別に業種別の販売額構成比をみると、商業集積地区では、各種商品小売業、飲食料品小売業、その他の小売業がそれぞれ約4分の1ずつを占めているのに対し、オフィス街地区、住宅地区、その他地区では、飲食料品小売業、その他の小売業の2業種で年間商品販売額の6～7割を占めている。工業地区では自動車・自転車小売業の年間商品販売額が最も多く、3割超を占めている。商業集積地区の内訳をみると、事業所数では1%に満たない各種商品小売業が、駅周辺型、市街地型で、3割超の高い割合を占めている。





また、前回比をみると、商業集積地区(前回比 3.7%減)、住宅地区(同 1.0%減)、その他地区(同 0.4%減)で減少となり、工業地区(同 5.4%増)、オフィス街地区(同 0.3%増)で増加となった。

商業集積地区では、中古自動車小売業が含まれる自動車・自転車小売業(同 0.9%増)以外で減少となっており、各種商品小売業に含まれる百貨店、総合スーパー、飲食料点小売業の減少が大きく寄与している。

一方、年間商品販売額が増加した特性地区をみると、工業地区ではすべての業種で増加となり、特に、家具・じゅう器・機械器具小売業(同 12.9%増)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 10.8%増)では、2桁の増加となっている。オフィス街地区では、その他の小売業(同 4.4%減)が減少となったものの、オフィス街地区の年間商品販売額の3割を占める飲食料点小売業(同 5.3%増)で増加となったほか、織物・衣服・身の回り品小売業(同 19.3%増)が2割近い増加となっている。

特性地区別、業種別の年間商品販売額と前回比

特性地区別	年間商品販売額(百万円)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	133,278,631	16,913,495	10,982,141	41,334,228	16,176,744	11,467,673	36,404,349
商業集積地区	54,480,411	14,120,645	7,341,738	13,788,598	2,549,884	4,488,098	12,191,449
駅周辺型	22,172,750	6,676,107	3,433,693	5,254,437	395,872	1,970,332	4,442,309
市街地型	12,293,252	4,002,434	1,910,090	2,294,759	349,315	827,473	2,909,181
住宅地背景型	11,440,769	1,371,100	1,008,026	4,341,515	905,221	894,577	2,920,330
ロードサイド型	7,376,857	1,928,739	856,725	1,472,352	858,544	688,331	1,572,166
その他	1,196,783	142,264	133,205	425,535	40,932	107,385	347,463
オフィス街地区	10,534,758	725,746	993,073	2,964,335	1,291,469	1,350,985	3,209,149
住宅地区	38,330,740	1,115,378	1,644,018	15,140,168	5,682,678	3,458,020	11,290,479
工業地区	12,817,616	529,805	444,312	3,418,634	3,912,600	1,210,262	3,302,002
その他地区	17,115,106	421,920	559,001	6,022,494	2,740,113	960,307	6,411,270

特性地区別	前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	▲ 1.4	▲ 2.4	0.0	0.3	▲ 0.3	▲ 3.5	▲ 2.9
商業集積地区	▲ 3.7	▲ 3.5	▲ 2.0	▲ 2.2	0.9	▲ 8.2	▲ 5.6
駅周辺型	▲ 3.2	▲ 4.0	0.1	▲ 0.5	3.5	▲ 9.3	▲ 5.1
市街地型	▲ 5.8	▲ 4.3	▲ 6.7	▲ 3.3	1.4	▲ 16.1	▲ 6.7
住宅地背景型	▲ 5.6	▲ 4.7	▲ 6.5	▲ 5.9	0.2	▲ 5.3	▲ 7.1
ロードサイド型	1.8	0.4	6.3	4.5	0.3	1.1	▲ 0.1
その他	▲ 2.8	▲ 2.7	3.3	1.4	3.4	5.0	▲ 11.9
オフィス街地区	0.3	1.1	19.3	5.3	▲ 3.4	▲ 6.5	▲ 4.4
住宅地区	▲ 1.0	3.6	▲ 5.0	▲ 0.2	▲ 2.1	▲ 0.9	▲ 1.4
工業地区	5.4	3.8	10.8	6.8	3.4	12.9	3.3
その他地区	▲ 0.4	11.5	7.5	1.2	▲ 0.9	▲ 3.1	▲ 2.4

特性地区別に小分類業種別販売額構成比をみると、商業集積地区では百貨店、総合スーパー（商業集積地区に占める割合 25.6%）が最も高く、各種食料品小売業（同 10.6%）、婦人・子供服小売業（同 7.2%）、電気機械器具小売業（同 5.5%）、他に分類されないその他の小売業（同 3.7%）の順で、衣食住関連の幅広い業種が上位に位置している。

オフィス街地区では、自動車（新車）小売業（オフィス街地区に占める割合 9.4%）が最も高く、次いで、電気機械器具小売業（同 9.0%）、各種食料品小売業（同 7.7%）の順となっており、構成比が1割超を占める業種はみられない。

住宅地区では、各種食料品小売業（住宅地区に占める割合 17.9%）が最も高く、次いで、自動車（新車）小売業（同 9.6%）、ガソリンスタンド（同 7.6%）、コンビニエンスストア（同 6.8%）などが上位に位置している。

工業地区では、自動車（新車）小売業（工業地区に占める割合 22.7%）が最も高く、工業地区全体の4分の1近くを占め、次いで、各種食料品小売業（同 11.1%）、ガソリンスタンド（同 9.2%）、電気機械器具小売業の順となっている。

その他地区では、ガソリンスタンド（その他地区に占める割合 15.4%）が最も高く、各種食料品小売業（同 12.8%）、自動車（新車）小売業（同 9.6%）の順となっている。また、農耕用品小売業（同 5.6%）が5位となっている。

特性地区別にみた小分類業種別の販売額構成比（平成16、年上位20業種）

順位	年間商品販売額の構成比									
	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	百貨店、総合スーパー	25.6	自動車（新車）	9.4	各種食料品	17.9	自動車（新車）	22.7	ガソリンスタンド	15.4
2位	各種食料品	10.6	電気機械器具	9.0	自動車（新車）	9.6	各種食料品	11.1	各種食料品	12.8
3位	婦人・子供服	7.2	各種食料品	7.7	ガソリンスタンド	7.6	ガソリンスタンド	9.2	自動車（新車）	9.6
4位	電気機械器具	5.5	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）	6.6	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）	6.8	電気機械器具	5.7	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）	7.4
5位	他に分類されないその他	3.7	百貨店、総合スーパー	6.4	電気機械器具	5.8	中古自動車	5.0	農耕用品	5.6
6位	自動車（新車）	3.3	ガソリンスタンド	6.4	他に分類されないその他	4.2	他に分類されないその他	4.8	他に分類されないその他	5.4
7位	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）	3.2	他に分類されないその他	5.2	調剤薬局	3.5	品を中心とするものに限る）	4.3	中古自動車	4.9
8位	書籍・雑誌・紙・文房具	2.8	他に分類されない飲食料品	3.9	他に分類されない飲食料品	3.5	百貨店、総合スーパー	3.7	他に分類されない飲食料品	3.3
9位	ガソリンスタンド	2.6	書籍・雑誌・紙・文房具	3.8	酒	3.4	燃料（ガソリンスタンドを除く）	2.8	酒	3.2
10位	その他織物・衣服・身の回り品	2.6	その他織物・衣服・身の回り品	3.5	中古自動車	3.4	他に分類されない飲食料品	2.4	電気機械器具	3.2
11位	他に分類されない飲食料品	2.4	調剤薬局	3.4	百貨店、総合スーパー	2.5	料理品	2.4	燃料（ガソリンスタンドを除く）	2.8
12位	菓子・パン	2.1	婦人・子供服	2.7	医薬品（調剤薬局を除く）	2.5	自動車部分品・付属品	2.3	調剤薬局	2.1
13位	調剤薬局	2.1	酒	2.6	新聞	2.1	牛乳・飲料・茶類	2.1	百貨店、総合スーパー	2.1
14位	医薬品（調剤薬局を除く）	1.9	料理品	2.1	料理品	2.1	酒	1.9	牛乳・飲料・茶類	2.0
15位	酒	1.7	医薬品（調剤薬局を除く）	1.9	燃料（ガソリンスタンドを除く）	2.0	その他じゅう器	1.7	料理品	1.8
16位	料理品	1.6	菓子・パン	1.7	書籍・雑誌・紙・文房具	1.8	金物・荒物	1.6	菓子・パン	1.5
17位	化粧品	1.5	スポーツ用品	1.6	牛乳・飲料・茶類	1.8	家具	1.5	医薬品（調剤薬局を除く）	1.5
18位	男子服	1.5	中古自動車	1.6	婦人・子供服	1.6	医薬品（調剤薬局を除く）	1.4	婦人・子供服	1.5
19位	呉服・服地・寝具	1.3	新聞	1.6	菓子・パン	1.5	書籍・雑誌・紙・文房具	1.4	野菜・果実	1.3
20位	時計・眼鏡・光学機械	1.3	男子服	1.5	家具	1.2	農耕用品	1.3	自動車部分品・付属品	1.1
計	上位20位までの計	84.6	上位20位までの計	82.5	上位20位までの計	84.7	上位20位までの計	89.3	上位20位までの計	88.4

#### （4）立地環境特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額

就業者規模別にみると、中規模事業所の販売額割合が商業集積地区を除く4地区で6割台を占め最も高く、事業所数で約7割を占める小規模事業所は、年間商品販売額では概ね1～2割にとどまっている。

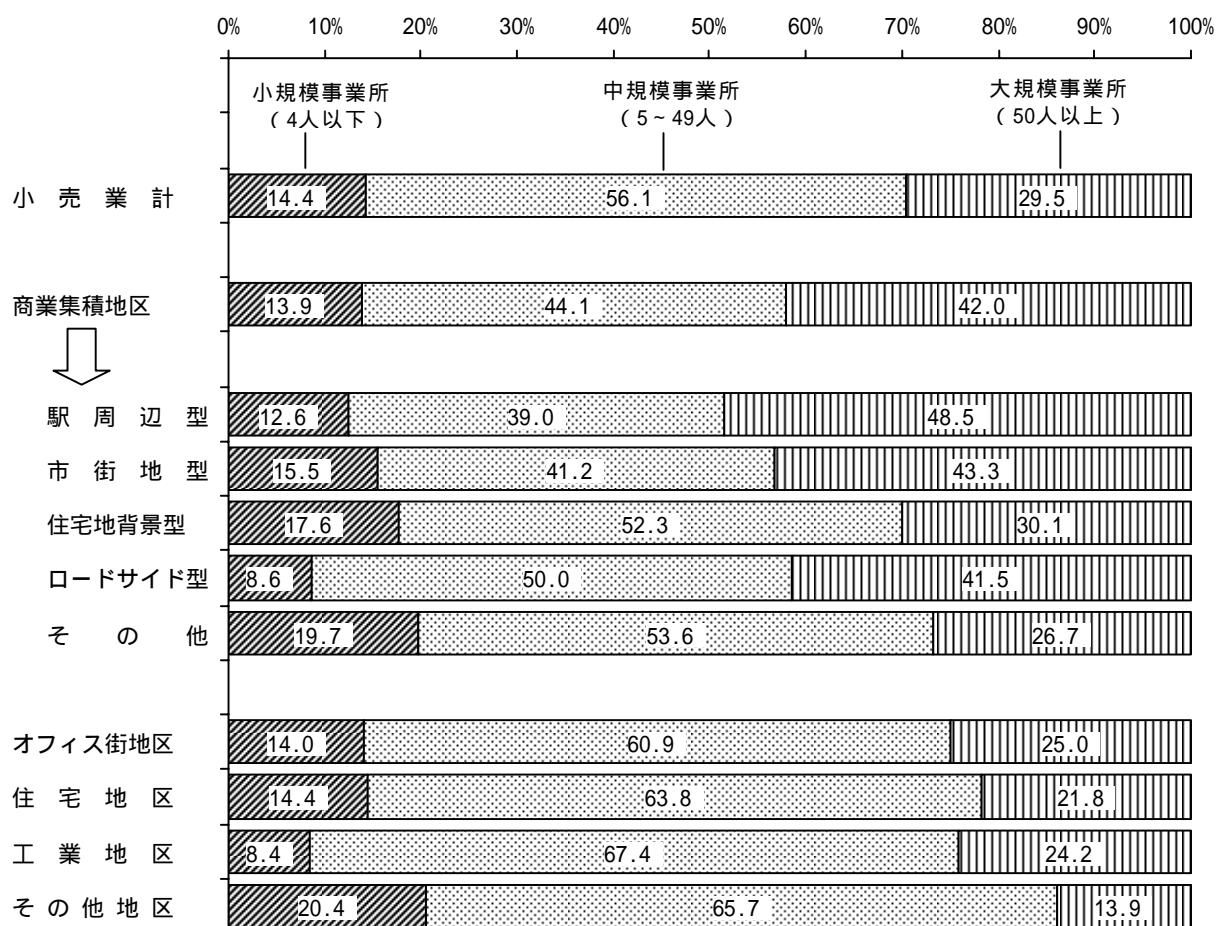
商業集積地区では、事業所数で1割を占めていた大規模事業所が、年間商品販売額では4割超を占めている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、市街地型では大規模事業所の割合が高く、住宅地背景型、ロードサイド型、その他では中規模事業所の割合が高い。

住宅地区、その他地区の居住地に近い地区では、小・中規模事業所の販売額割合が高くなっており、なかでも個人事業所が多いその他地区は、小規模事業所の販売額割合が他の地区に比べ最も高く、2割超を占める。

特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額

特性地区別	平成16年							
	合 計		小規模事業所 (4人以下)		中規模事業所 (5～49人)		大規模事業所 (50人以上)	
	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)
小 売 業 計	133,278,631	100.0	19,137,726	14.4	74,776,734	56.1	39,364,170	29.5
商業集積地区	54,480,411	100.0	7,570,037	13.9	24,019,354	44.1	22,891,020	42.0
駅周辺型	22,172,750	100.0	2,783,431	12.6	8,641,481	39.0	10,747,838	48.5
市街地型	12,293,252	100.0	1,903,435	15.5	5,062,473	41.2	5,327,344	43.3
住宅地背景型	11,440,769	100.0	2,014,714	17.6	5,987,836	52.3	3,438,218	30.1
ロードサイド型	7,376,857	100.0	632,162	8.6	3,686,159	50.0	3,058,536	41.5
その他	1,196,783	100.0	236,294	19.7	641,405	53.6	319,084	26.7
オフィス街地区	10,534,758	100.0	1,477,568	14.0	6,420,801	60.9	2,636,389	25.0
住宅地区	38,330,740	100.0	5,518,251	14.4	24,444,822	63.8	8,367,668	21.8
工業地区	12,817,616	100.0	1,075,777	8.4	8,645,474	67.4	3,096,365	24.2
その他地区	17,115,106	100.0	3,496,094	20.4	11,246,282	65.7	2,372,729	13.9

特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額の構成比



就業者規模別に年間商品販売額の前回比をみると、小規模事業所の年間商品販売額はすべての特性地区で減少、中規模事業所は商業集積地区(前回比 3.3%減)、住宅地区(同 1.6%)、その他地区(同 0.4%減)で減少となっている。一方、大規模事業所をみると、商業集積地区(同 1.3%減)の減少を除き、4地区で増加となった。

特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額の構成比、前回比

小規模事業所(4人以下)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	小規模事業所(4人以下)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
			平成14年	平成16年	
小 売 業 計	21,204,443	19,137,726	100.0	100.0	▲ 9.7
商業集積地区	8,539,415	7,570,037	40.3	39.6	▲ 11.4
駅周辺型	3,091,532	2,783,431	14.6	14.5	▲ 10.0
市街地型	2,154,645	1,903,435	10.2	9.9	▲ 11.7
住宅地背景型	2,352,732	2,014,714	11.1	10.5	▲ 14.4
ロードサイド型	674,762	632,162	3.2	3.3	▲ 6.3
その他	265,744	236,294	1.3	1.2	▲ 11.1
オフィス街地区	1,597,721	1,477,568	7.5	7.7	▲ 7.5
住宅地区	6,107,201	5,518,251	28.8	28.8	▲ 9.6
工業地区	1,108,722	1,075,777	5.2	5.6	▲ 3.0
その他地区	3,851,383	3,496,094	18.2	18.3	▲ 9.2

中規模事業所(5~49人以下)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	中規模事業所(5~49人)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
			平成14年	平成16年	
小 売 業 計	75,623,896	74,776,734	100.0	100.0	▲ 1.1
商業集積地区	24,827,338	24,019,354	32.8	32.1	▲ 3.3
駅周辺型	8,740,814	8,641,481	11.6	11.6	▲ 1.1
市街地型	5,395,702	5,062,473	7.1	6.8	▲ 6.2
住宅地背景型	6,385,488	5,987,836	8.4	8.0	▲ 6.2
ロードサイド型	3,632,984	3,686,159	4.8	4.9	1.5
その他	672,349	641,405	0.9	0.9	▲ 4.6
オフィス街地区	6,332,014	6,420,801	8.4	8.6	1.4
住宅地区	24,847,535	24,444,822	32.9	32.7	▲ 1.6
工業地区	8,326,624	8,645,474	11.0	11.6	3.8
その他地区	11,290,385	11,246,282	14.9	15.0	▲ 0.4

大規模事業所(50人以上)

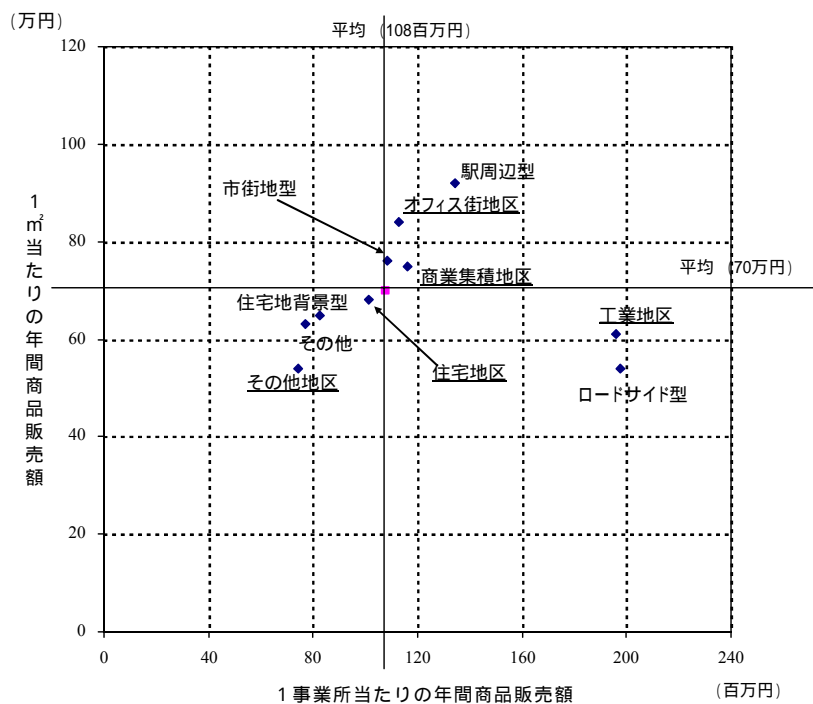
特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	大規模事業所(50人以上)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
			平成14年	平成16年	
小 売 業 計	38,280,956	39,364,170	100.0	100.0	2.8
商業集積地区	23,184,101	22,891,020	60.6	58.2	▲ 1.3
駅周辺型	11,064,428	10,747,838	28.9	27.3	▲ 2.9
市街地型	5,503,505	5,327,344	14.4	13.5	▲ 3.2
住宅地背景型	3,382,463	3,438,218	8.8	8.7	1.6
ロードサイド型	2,940,647	3,058,536	7.7	7.8	4.0
その他	293,058	319,084	0.8	0.8	8.9
オフィス街地区	2,573,961	2,636,389	6.7	6.7	2.4
住宅地区	7,758,003	8,367,668	20.3	21.3	7.9
工業地区	2,730,250	3,096,365	7.1	7.9	13.4
その他地区	2,034,640	2,372,729	5.3	6.0	16.6

### (5) 立地環境特性地区別にみた単位当たりの年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額は、工業地区が1億9596万円と最も高く、次いで商業集積地区が1億1593万円、オフィス街地区が1億1297万円、住宅地区が1億133万円、その他地区は1億円未満となっている。

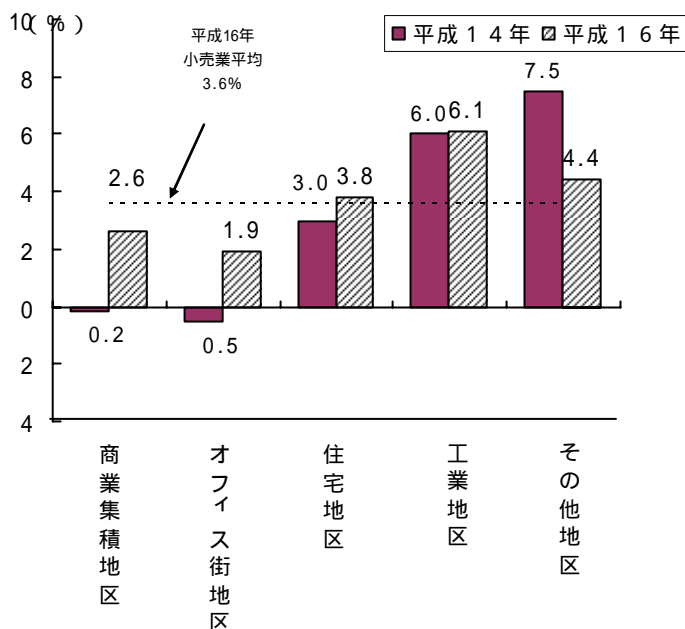
また、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、オフィス街地区が84万円、次いで商業集積地区が75万円とこの2地区では小売業平均(70万円)を上回っている。

特性地区別の1事業所当たり年間商品販売額及び売場面積1㎡当たり年間商品販売額



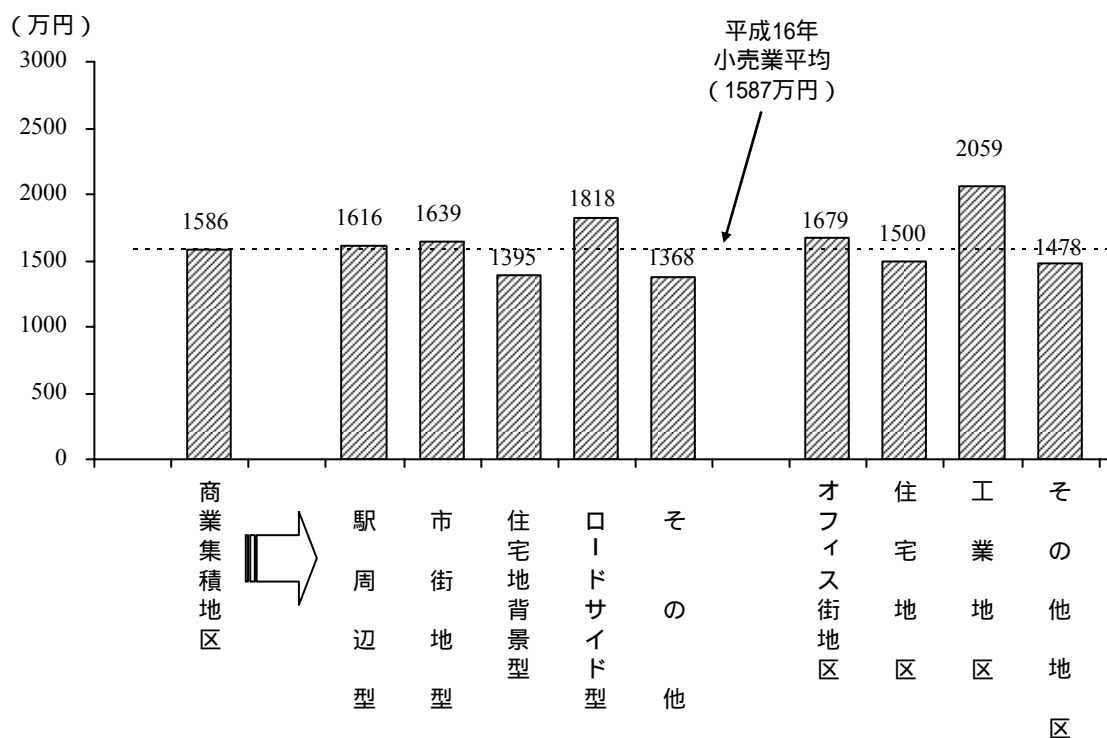
1事業所当たりの年間商品販売額を前回と比べると、すべての特性地区で増加となった。工業地区(前回比 6.1%増)、その他地区(同 4.4%増)、住宅地区(同 3.8%増)は前回に引き続き増加となり、商業集積地区(同 2.6%増)、オフィス街地区(同 1.9%増)は前回の減少から今回は増加に転じている。

特性地区別1事業所当たり年間商品販売額の前回比



就業者1人当たりの年間商品販売額をみると、工業地区が2059万円と最も高く、次いでオフィス街地区が1679万円となっており、この2地区では小売業平均(1587万円)を上回っている。商業集積地区の内訳では、ロードサイド型が1818万円と最も多く、次いで市街地型が1639万円、駅周辺型が1616万円であった。

特性地区別、就業者1人当たりの年間商品販売額



### 3. 就業者数

～ 各地区ともに大幅な増加となった臨時雇業者数 ～

#### (1) 立地環境特性地区別の就業者数

平成16年調査における小売業の就業者数(派遣・下請出向者数を含む。以下同じ。)は、840万人(前回比 0.5%減)であった。これを特性地区別にみると、商業集積地区が343万6千人(同 1.7%減)、オフィス街地区が62万7千人(同 1.3%増)、住宅地区が255万6千人(同 0.8%減)、工業地区が62万3千人(同 6.4%増)、その他地区が115万8千人(同 0.5%減)となった。

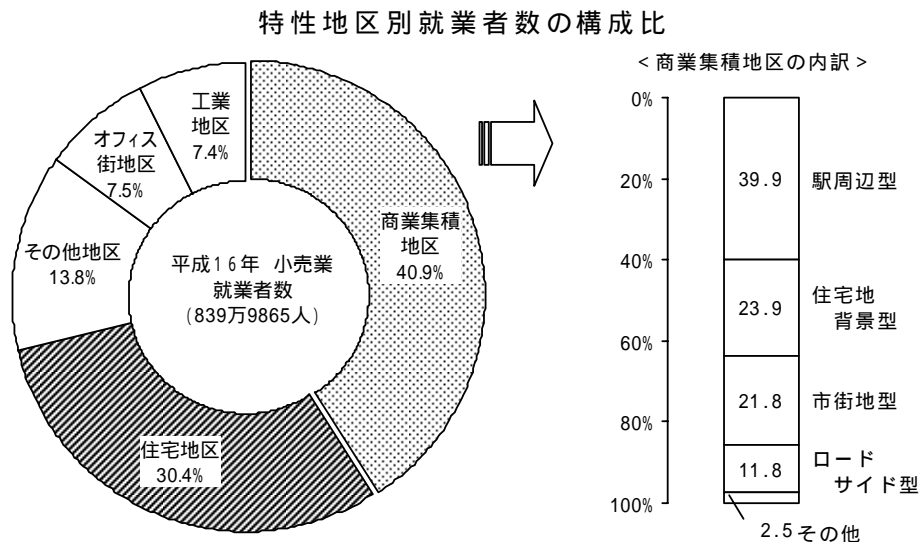
商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型(同 4.6%増)が増加となった以外は、駅周辺型(同 0.0%)は横ばい、市街地型(同 3.7%減)、住宅地背景型(同 5.2%減)、その他(同 3.4%減)では減少となっており、小規模事業所が7割を占める住宅地背景型やその他では、個人事業所の廃業を背景に、住関連専門店、食料品専門店での個人業主・無給家族従業者数は大きく減少となっている。

特性地区別	就業者数(人)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
			平成14年	平成16年	
小売業計	8,440,574	8,399,865	100.0	100.0	▲ 0.5
商業集積地区	3,494,226	3,435,701	41.4	40.9	▲ 1.7
駅周辺型	1,372,106	1,372,197	16.3	16.3	0.0
市街地型	778,960	750,051	9.2	8.9	▲ 3.7
住宅地背景型	864,918	820,272	10.2	9.8	▲ 5.2
ロードサイド型	387,658	405,678	4.6	4.8	▲ 4.6
その他	90,584	87,503	1.1	1.0	▲ 3.4
オフィス街地区	619,501	627,401	7.3	7.5	1.3
住宅地区	2,577,313	2,555,756	30.5	30.4	▲ 0.8
工業地区	584,940	622,665	6.9	7.4	6.4
その他地区	1,164,594	1,158,342	13.8	13.8	▲ 0.5

(注) 就業者数は、従業者数に臨時雇業者数及び派遣・下請受入者数を加えたもの。したがって本概況の数値は、統計表と異なる。

就業者数の構成比をみると、商業集積地区が小売業の全体の4割強を占め、次いで住宅地区が3割、その他地区(構成比 13.8%)、オフィス街地区(同 7.5%)、工業地区(同 7.4%)の順となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合 39.9%)の就業者数が最も多く、次いで住宅地背景型(同 23.9%)、市街地型(同 21.8%)、ロードサイド型(同 11.8%)の順となっている。

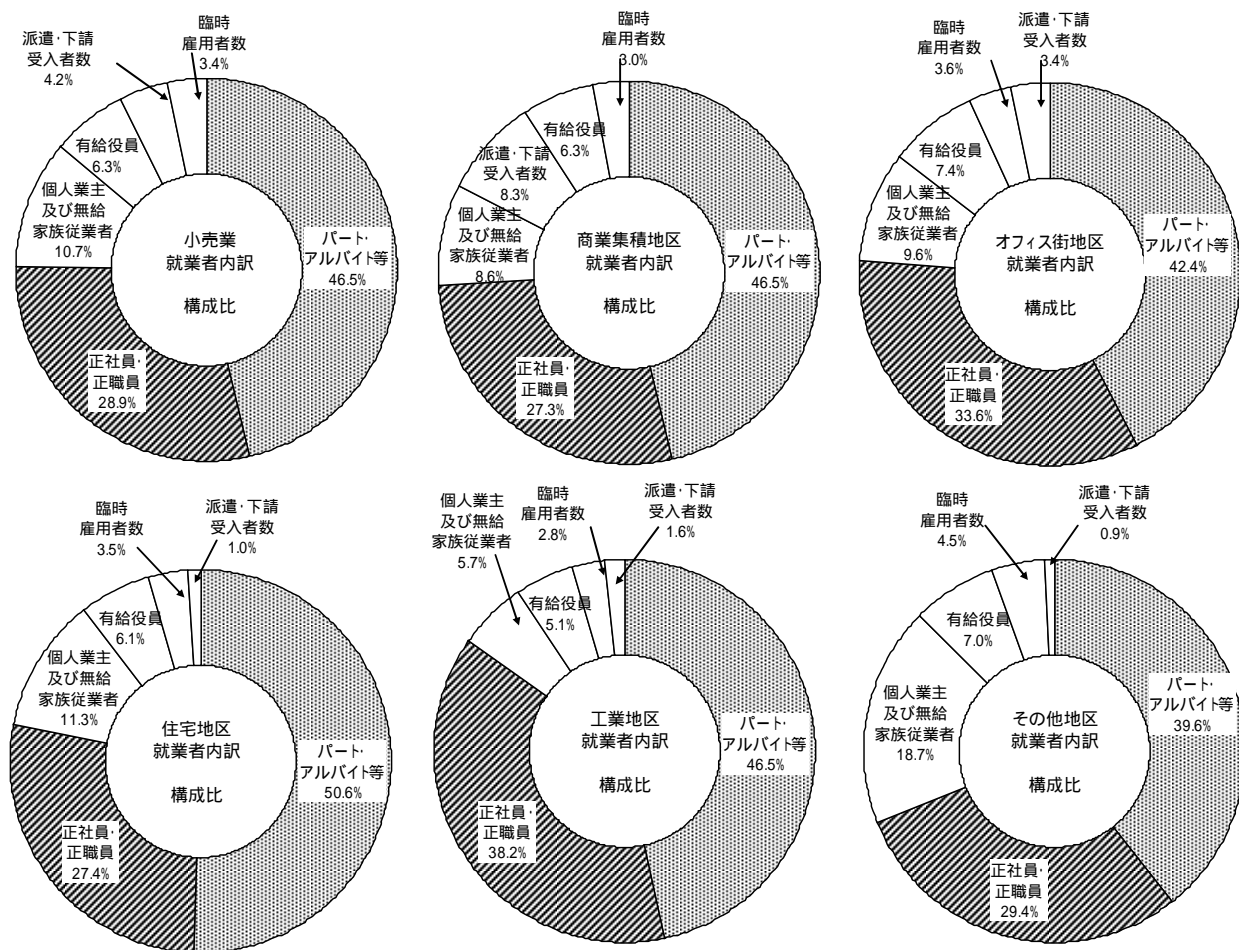


## (2) 立地環境特性地区別にみた就業者数の内訳

就業者数の内訳をみると、店舗の大型化や長時間営業の進展などから、いずれの地区においてもパート・アルバイト等が最も多く、なかでも住宅地区では就業者数の5割が、また、大型総合スーパーが多いロードサイド型では6割を超える。

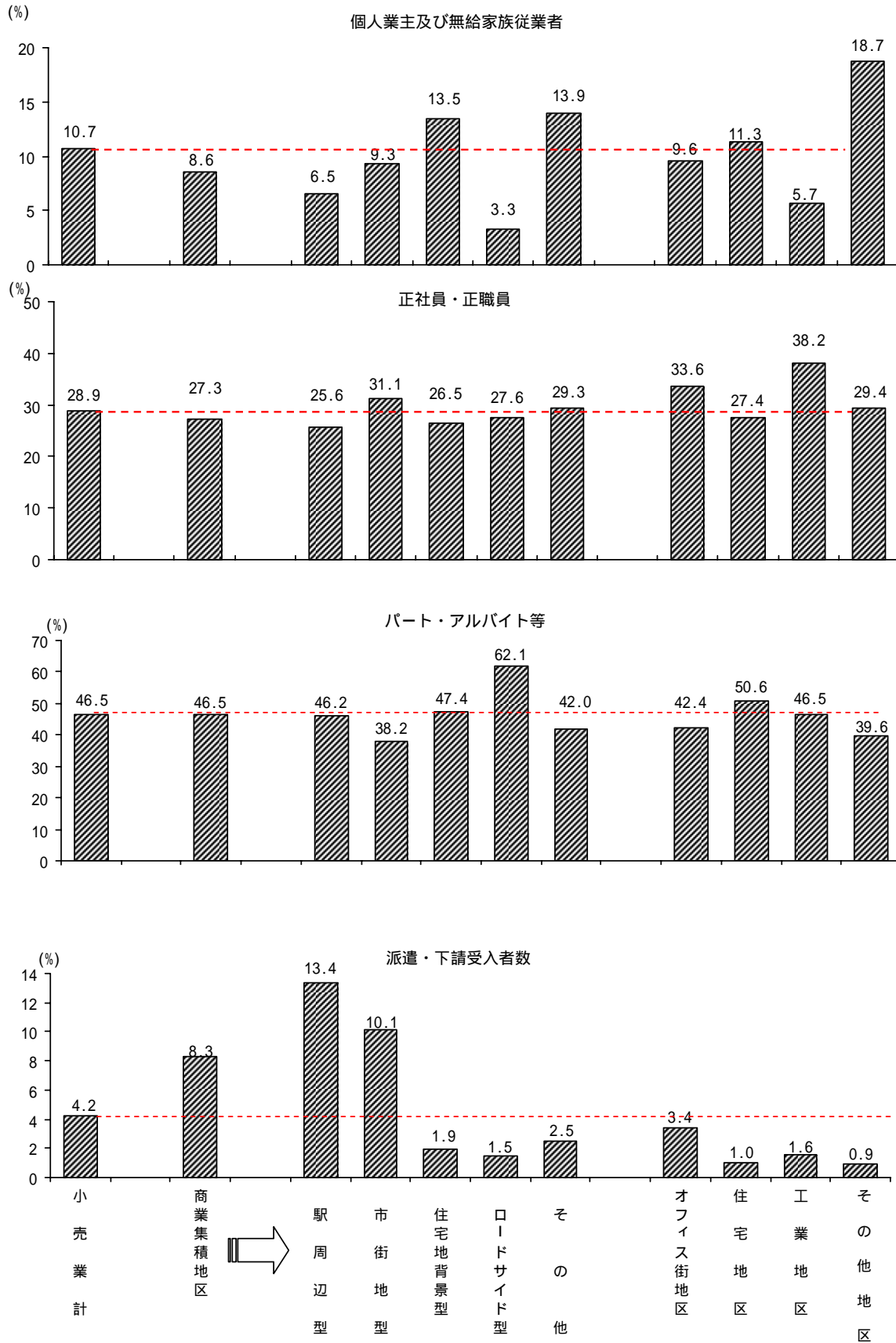
一方、正社員・正職員の割合が高いのは工業地区となっており、就業者数の4割近くを占めている。これは、専門知識を要する自動車・自転車小売業などが多いためと考えられる。派遣・下請受入者数の割合は、商業集積地区では8.3%と高く、なかでも百貨店、総合スーパーの立地が多い駅周辺型、市街地型では1割超を占めている。

特性地区別、就業者内訳の構成比





## 特性地区別の構成比



就業者数内訳の前回比をみると、いずれの地区においても臨時雇用者数が大幅に増加、また、オフィス街地区を除く4地区で派遣・下請受入者数が大幅な増加となっており、工業地区では前回比 64.6%増、住宅地区では同 50.6%の増加となっている。

商業集積地区では、正社員・正職員が駅周辺型(同 2.5%減)、市街地型(同 3.0%減)で減少となっている。これは、大型百貨店で正社員・正職員から派遣・下請受入者への転嫁がみられることによる。

また、個人事業所の廃業を背景に、いずれの地区も個人業主及び無給家族従業者、有給役員が大幅な減少となっており、個人業主及び無給家族従業者においては平均で2割の減少となった。

特性地区別、就業者内訳別の就業者数、前回比

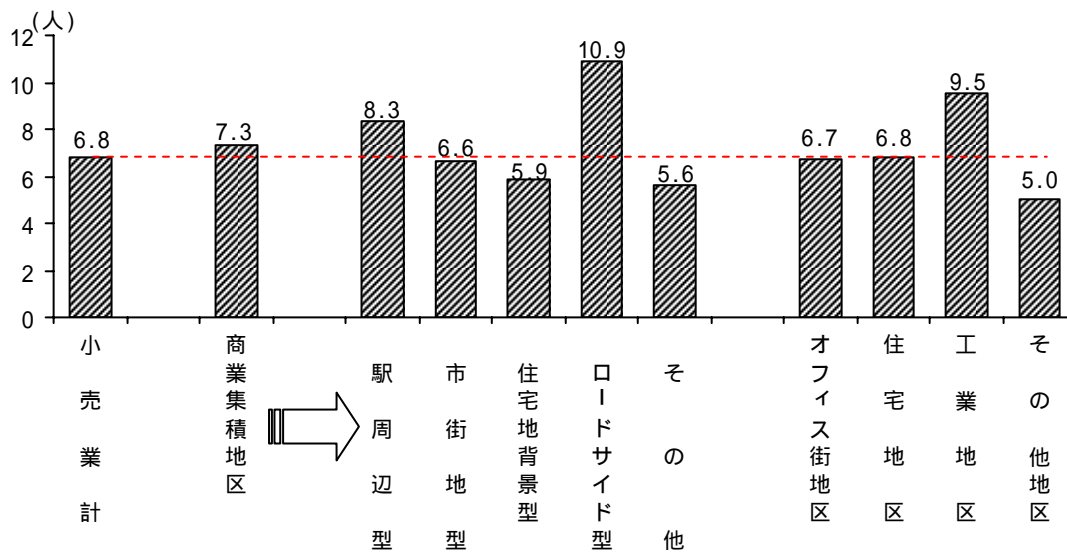
特性地区別	就業者数 (人)									1事業所当たりの就業者数	
	計	従業者数				常用雇用者			臨時雇用者数		派遣・下請受入者数
		計	個人業主及び無給家族従業者	有給役員	計	正社員・正職員	パート・アルバイト等				
小売業計	8,399,865	7,762,301	895,518	531,100	6,335,683	2,429,018	3,906,665	286,337	351,227	6.8	
商業集積地区	3,435,701	3,048,834	295,011	214,988	2,538,835	939,612	1,599,223	103,386	283,481	7.3	
駅周辺型	1,372,197	1,147,727	89,015	72,828	985,884	351,416	634,468	40,909	183,561	8.3	
市街地型	750,051	652,051	70,089	62,213	519,749	232,970	286,779	22,119	75,881	6.6	
住宅地背景型	820,272	777,195	110,461	59,804	606,930	217,753	389,177	27,388	15,689	5.9	
ロードサイド型	405,678	390,043	13,323	12,894	363,826	111,803	252,023	9,451	6,184	10.9	
その他	87,503	81,818	12,123	7,249	62,446	25,670	36,776	3,519	2,166	5.6	
オフィス街地区	627,401	583,625	60,175	46,421	477,029	210,950	266,079	22,688	21,088	6.7	
住宅地区	2,555,756	2,438,616	287,629	157,020	1,993,967	700,327	1,293,640	90,488	26,652	6.8	
工業地区	622,665	595,115	35,754	31,971	527,390	237,905	289,485	17,624	9,926	9.5	
その他地区	1,158,342	1,096,111	216,949	80,700	798,462	340,224	458,238	52,151	10,080	5.0	

特性地区別	就業者数の前回比 (%)									
	計	従業者数				常用雇用者			臨時雇用者数	派遣・下請受入者数
		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	
商業集積地区	▲ 1.7	▲ 4.3	▲ 23.7	▲ 14.4	▲ 0.3	▲ 1.4	0.3	61.6	15.5	
駅周辺型	0.0	▲ 3.7	▲ 22.7	▲ 13.9	▲ 0.7	▲ 2.5	0.4	53.8	19.8	
市街地型	▲ 3.7	▲ 5.9	▲ 23.7	▲ 15.6	▲ 1.5	▲ 3.0	▲ 0.2	59.9	5.3	
住宅地背景型	▲ 5.2	▲ 7.1	▲ 24.7	▲ 14.4	▲ 2.1	1.2	▲ 3.8	85.4	12.9	
ロードサイド型	4.6	3.5	▲ 21.9	▲ 13.6	5.5	0.3	7.9	58.5	30.8	
その他	▲ 3.4	▲ 5.2	▲ 23.1	▲ 11.8	0.2	1.4	▲ 0.6	25.6	46.3	
オフィス街地区	1.3	▲ 0.3	▲ 19.3	▲ 7.7	3.6	3.3	3.9	96.2	▲ 7.5	
住宅地区	▲ 0.8	▲ 2.8	▲ 20.7	▲ 9.3	1.0	2.9	0.1	79.9	50.6	
工業地区	6.4	4.4	▲ 20.3	▲ 6.0	7.4	3.2	11.1	99.8	64.6	
その他地区	▲ 0.5	▲ 2.4	▲ 18.6	▲ 7.2	3.7	4.4	3.2	57.8	23.8	

### (3) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの就業者数

1事業所当たりの就業者数をみると、工業地区が9.5人と最も多く、次いで商業集積地区が7.3人、住宅地区が6.8人、オフィス街地区が6.7人となっており、個人事業所が多いその他地区は5.0人と少ない。商業集積地区の内訳をみると、広い売場面積を有する大型店が多いロードサイド型が10.9人となっており、大型総合スーパーや大型百貨店が集中している駅周辺型が8.3人、市街地型が6.6人、個人事業所が5割超を占める住宅地背景型、その他がそれぞれ5.9人、5.6人となっている。

特性地区別、1事業所当たりの就業者数



## 4. 売場面積

### ～ 工業地区での店舗の大型化が進む ～

#### (1) 立地環境特性地区別の売場面積

平成16年調査における小売業の売場面積(注)は、1億4413万㎡(前回比2.5%増)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

特性地区別にみると、商業集積地区が6509万㎡(同0.2%減)、住宅地区3961万㎡(同2.4%増)、オフィス街地区885万㎡(同8.4%増)、工業地区1102万㎡(同15.3%増)、その他地区1956万㎡(同2.8%増)となった。前回比をみると、商業集積地区を除く、すべての地区で増加となった。

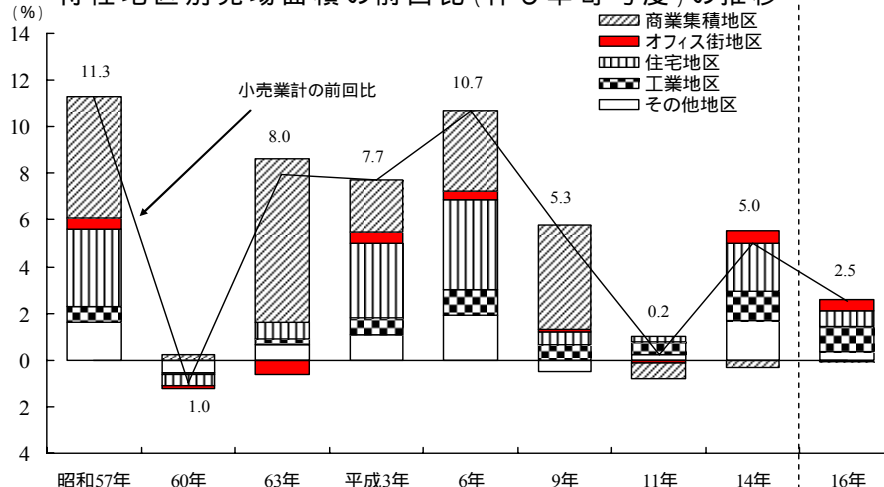
前回比の推移をみると、小売業の事業所数は減少が続いているものの、売場面積は昭和63年以降、7調査連続の増加となっている。

特性地区別にみると、商業集積地区の売場面積は3調査連続の減少となっているが、住宅地区、工業地区では昭和63年以降増加が続いており、オフィス街地区は、今回増加に転じている。

特性地区別売場面積

特性地区別	売場面積(㎡)				
	平成14年	平成16年	構成比(%)		前回比(%)
			平成14年	平成16年	
小売業計	140,619,288	144,128,517	100.0	100.0	2.5
商業集積地区	65,194,722	65,089,691	46.4	45.2	▲0.2
駅周辺型	22,670,482	22,673,076	16.1	15.7	0.0
市街地型	15,280,326	14,786,696	10.9	10.3	▲3.2
住宅地背景型	14,773,123	14,412,810	10.5	10.0	▲2.4
ロードサイド型	10,797,722	11,570,105	7.7	8.0	7.2
その他	1,673,069	1,647,004	1.2	1.1	▲1.6
オフィス街地区	8,163,305	8,851,062	5.8	6.1	8.4
住宅地区	38,675,318	39,607,145	27.5	27.5	2.4
工業地区	9,553,355	11,016,899	6.8	7.6	15.3
その他地区	19,032,588	19,563,720	13.5	13.6	2.8

特性地区別売場面積の前回比(伸び率寄与度)の推移

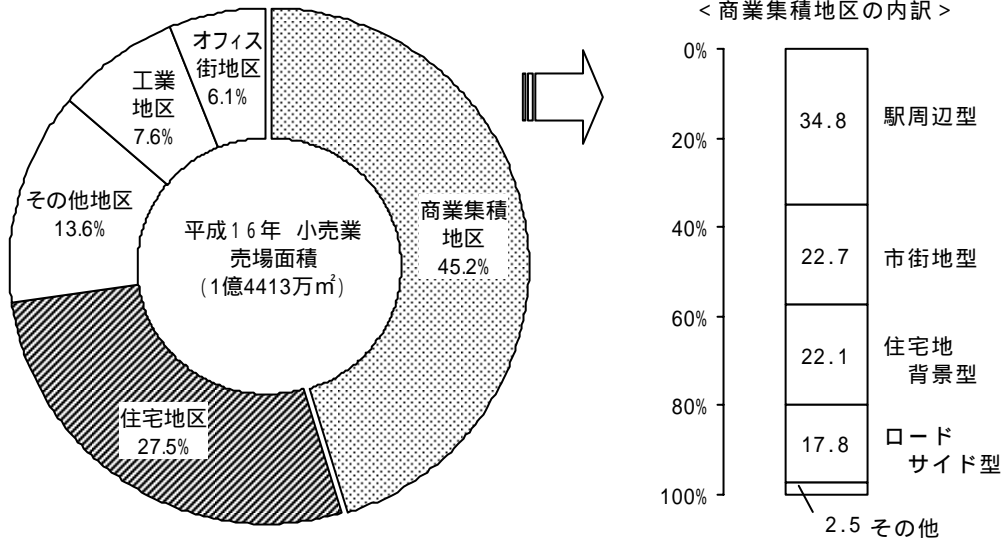


注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行ったため、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

注2) 平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したため、伸び率寄与度については特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出している。

構成比をみると、商業集積地区が 45.2%、住宅地区が 27.5%、その他地区が 13.6%、工業地区が 7.6%、オフィス街地区が 6.1%となっている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合 34.8%)が最も高くなっており、次いで市街地型(同 22.7%)、住宅地背景型(同 22.1%)と続いている。

特性地区別売場面積の構成比



## (2) 立地環境特性地区別にみた業種別売場面積

特性地区別に業種別の売場面積構成比をみると、商業集積地区では各種商品小売業の構成比が最も高く、売場面積全体の3割近くを占め、次いで、その他の小売業、飲食料品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業がそれぞれ約2割を占めており、バランスのとれた構成となっている。

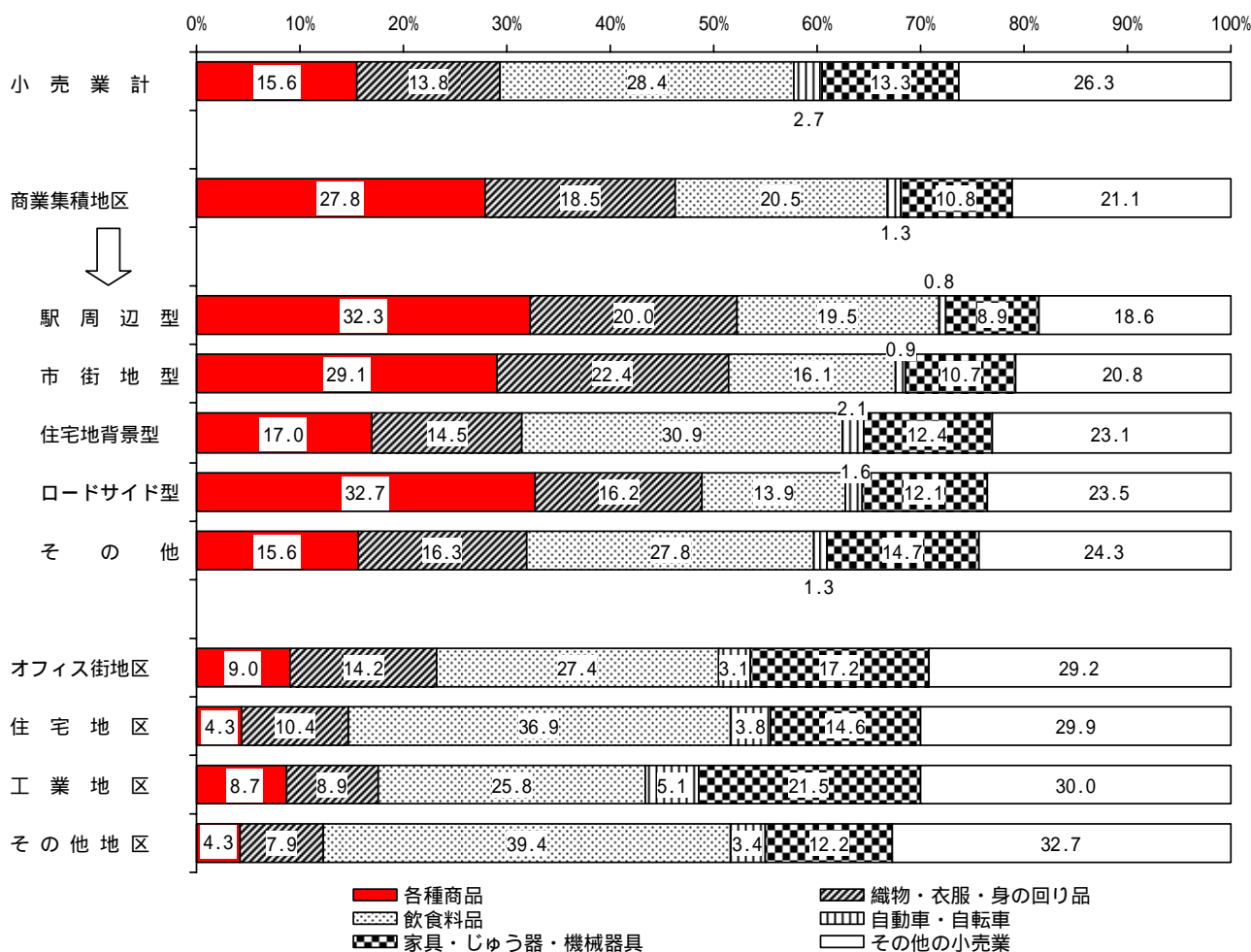
オフィス街地区では、その他の小売業、飲食料品小売業の構成比が高く、それぞれ売場面積全体の3割近くを占めている。

住宅地区、その他地区では、事業所数と同様に飲食料品小売業の構成比が最も高く、売場面積全体の4割近くを占めている。

工業地区では、その他の小売業の構成比が最も高く、次いで飲食料品小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業の順となっている。また、家具・じゅう器・機械器具小売業の事業所数の構成比は1割に満たないが、売場面積では2割超を占め、他の地区に比べ最も高い割合となっている。これは、地区の特性から広い店舗面積の確保が可能なためと考えられる。

また、商業集積地区の内訳をみると、事業所数では1割程度の構成比であった各種商品小売業が、駅周辺型、市街地型、ロードサイド型では3割の構成比を占める。これは、百貨店や総合スーパーなどの大型店舗が集中しているためである。

特性地区別、業種別売場面積の構成比



また、前回比をみると、商業集積地区（前回比 0.2%減）では、自動車・自転車小売業（同 3.0%減）、その他小売業（同 0.6%減）など4業種が減少となったものの、織物・衣服・身の回り品小売業（同 0.5%増）は増加となった。

オフィス街地区（同 8.4%増）、その他の地区（同 2.8%増）については、自動車・自転車小売業で減少となったが、それ以外の業種では増加となった。特に、オフィス街地区では、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 14.3%増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 11.4%増）が1割超の増加となっている。

工業地区では、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 23.8%増）が2割超の増加となったほか、各種商品小売業（同 18.2%増）、飲食料品小売業（同 14.7%増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 12.6%増）、その他の小売業（同 12.1%増）が1割超の増加となり、すべての業種で増加となった。

商業集積地区の内訳をみると、市街地型（同 3.2%減）、住宅地背景型（同 2.4%減）、その他（同 1.6%減）は減少となっているが、ロードサイド型（同 7.2%増）で増加、駅周辺型（同 0.0%）については横ばいとなった。

特性地区別、業種別の売場面積と前回比

特性地区別	売場面積(m <sup>2</sup> )						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	144,128,517	22,412,044	19,961,191	40,898,312	3,853,928	19,108,971	37,894,071
商業集積地区	65,089,691	18,113,454	12,063,342	13,322,904	821,471	7,024,986	13,743,534
駅周辺型	22,673,076	7,322,705	4,523,661	4,418,072	173,368	2,013,082	4,222,188
市街地型	14,786,696	4,298,738	3,308,985	2,386,724	140,291	1,583,375	3,068,583
住宅地背景型	14,412,810	2,448,507	2,089,924	4,454,112	305,059	1,786,879	3,328,329
ロードサイド型	11,570,105	3,786,160	1,872,650	1,606,076	181,089	1,400,263	2,723,867
その他	1,647,004	257,344	268,122	457,920	21,664	241,387	400,567
オフィス街地区	8,851,062	794,238	1,256,974	2,421,620	271,719	1,521,194	2,585,317
住宅地区	39,607,145	1,716,341	4,110,940	14,600,561	1,522,271	5,795,091	11,861,941
工業地区	11,016,899	955,368	979,310	2,843,591	566,910	2,371,491	3,300,229
その他地区	19,563,720	832,643	1,550,625	7,709,636	671,557	2,396,209	6,403,050

特性地区別	前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	2.5	0.7	2.6	2.5	▲ 1.8	5.6	2.5
商業集積地区	▲ 0.2	▲ 0.2	0.5	▲ 0.1	▲ 3.0	0.0	▲ 0.6
駅周辺型	0.0	▲ 0.9	▲ 0.5	1.2	▲ 0.3	1.6	0.2
市街地型	▲ 3.2	▲ 3.7	▲ 3.6	▲ 1.9	▲ 7.3	▲ 5.4	▲ 1.9
住宅地背景型	▲ 2.4	1.7	▲ 2.2	▲ 4.3	▲ 5.2	▲ 0.7	▲ 3.6
ロードサイド型	7.2	4.5	15.1	9.5	4.1	4.5	6.1
その他	▲ 1.6	▲ 0.9	0.6	7.9	▲ 15.7	6.2	▲ 14.6
オフィス街地区	8.4	2.2	11.4	6.3	▲ 3.0	14.3	9.1
住宅地区	2.4	▲ 1.7	3.6	1.5	▲ 3.1	4.7	3.5
工業地区	15.3	18.2	12.6	14.7	5.5	23.8	12.1
その他地区	2.8	7.8	4.6	3.8	▲ 2.2	4.4	0.5

特性地区別に小分類業種別売場面積構成比をみると、商業集積地区では、年間商品販売額同様、百貨店、総合スーパー（商業集積地区に占める割合 27.4%）が最も高く、商業集積地区全体の4分の1を占めている。

オフィス街地区では、各種食料品小売業（オフィス街地区に占める割合 8.8%）が最も高く、次いで、百貨店、総合スーパー（同 8.4%）、他に分類されないその他の小売業（同 7.3%）となっており、構成比が1割を超える業種はみられない。

住宅地区では、各種食料品小売業（住宅地区に占める割合 16.7%）が最も高く、次いで、他に分類されないその他の小売業（同 9.2%）、電気機械器具小売業（同 6.1%）、コンビニエンスストア（同 4.6%）となっている。

工業地区では、他に分類されないその他の小売業（工業地区に占める割合 12.8%）、各種食料品小売業（同 12.4%）がそれぞれ1割超を占める。

その他地区では、各種食料品小売業（その他地区に占める割合 14.0%）の割合が最も高く、また、事業所数が最も多かった酒小売業は、売場面積では同 5.0%を占め、4位となっている。

特性地区別にみた小分類業種別の売場面積構成比（平成16年、上位20業種）

順位	売 場 面 積 の 構 成 比									
	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	百貨店、総合スーパー	27.4	各種食料品	8.8	各種食料品	16.7	他に分類されないその他	12.8	各種食料品	14.0
2位	婦人・子供服	9.2	百貨店、総合スーパー	8.4	他に分類されないその他	9.2	各種食料品	12.4	他に分類されないその他	13.9
3位	各種食料品	8.7	他に分類されないその他	7.3	電気機械器具	6.1	百貨店、総合スーパー	8.1	農耕用品	5.1
4位	他に分類されないその他	4.9	電気機械器具	6.6	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）	4.6	家具	7.6	酒	5.0
5位	電気機械器具	4.1	家具	6.6	家具	4.5	電気機械器具	7.5	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）	4.9
6位	書籍・雑誌・紙・文房具	3.6	婦人・子供服	5.1	婦人・子供服	4.2	金物・荒物	5.4	他に分類されない飲食料 品	4.7
7位	家具	3.5	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）	5.0	他に分類されない飲食料 品	3.9	自動車部分品・附属品	3.7	家具	4.2
8位	その他織物・衣服・身の回り品	3.5	書籍・雑誌・紙・文房具	4.3	医薬品（調剤薬局を除く）	3.8	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）	3.3	電気機械器具	4.1
9位	男子服	2.5	男子服	3.5	百貨店、総合スーパー	3.8	婦人・子供服	3.3	婦人・子供服	4.0
10位	他に分類されない飲食料 品	2.3	スポーツ用品	3.2	書籍・雑誌・紙・文房具	3.5	他に分類されない飲食料 品	3.0	百貨店、総合スーパー	3.7
11位	金物・荒物	2.1	他に分類されない飲食料 品	2.9	酒	3.4	書籍・雑誌・紙・文房具	2.9	菓子・パン	2.9
12位	菓子・パン	2.0	医薬品（調剤薬局を除く）	2.9	金物・荒物	2.9	スポーツ用品	2.8	金物・荒物	2.7
13位	呉服・服地・寝具	2.0	その他織物・衣服・身の回り品	2.6	男子服	2.4	医薬品（調剤薬局を除く）	2.5	医薬品（調剤薬局を除く）	2.5
14位	医薬品（調剤薬局を除く）	2.0	酒	2.4	菓子・パン	2.3	男子服	2.3	自動車部分品・附属品	2.1
15位	スポーツ用品	1.8	菓子・パン	2.3	スポーツ用品	2.1	酒	2.0	牛乳・飲料・茶類	2.1
16位	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）	1.7	金物・荒物	2.3	自動車部分品・附属品	1.9	その他織物・衣服・身の回り品	1.9	書籍・雑誌・紙・文房具	2.1
17位	化粧品	1.5	呉服・服地・寝具	2.2	その他織物・衣服・身の回り品	1.7	がん具・娯楽用品	1.5	野菜・果実	2.0
18位	時計・眼鏡・光学機械	1.4	料理品	1.9	料理品	1.7	農耕用品	1.5	花・植木	2.0
19位	靴・履物	1.3	調剤薬局	1.8	調剤薬局	1.6	料理品	1.3	料理品	1.5
20位	酒	1.3	がん具・娯楽用品	1.7	花・植木	1.6	菓子・パン	1.2	スポーツ用品	1.3
計	上位20位までの計	87.0	上位20位までの計	81.7	上位20位までの計	81.8	上位20位までの計	87.1	上位20位までの計	84.5

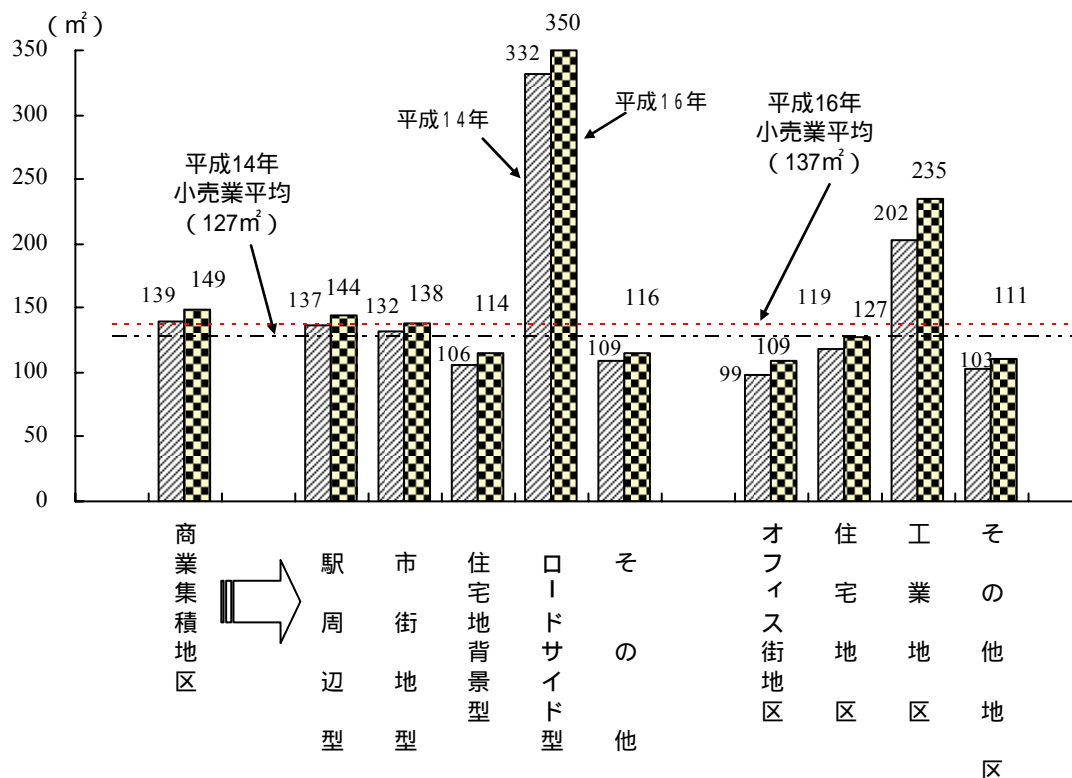


### (3) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの売場面積

1事業所当たりの売場面積は137㎡(前年比7.9%増)であった。これを特性地区別にみると、工業地区が235㎡と最も大きく、次いで商業集積地区が149㎡、住宅地区が127㎡、その他地区が111㎡、オフィス街地区が109㎡であった。

前年比をみると、すべての特性地区で増加となり、特に工業地区(同16.3%増)の大型化が目立つ。また、法人事業所はすべての特性地区で増加、個人事業所については、商業集積地区(同0.0%)、オフィス街地区(同0.0%)、住宅地区(同0.0%)は横ばい、工業地区(同4.0%増)、その他地区(同2.0%増)は増加となっており、事業所数は減少しているものの、1事業所当たりの売場面積は拡大しており、なおも店舗の大型化は進んでいる。

特性地区別、1事業所当たりの売場面積



特性地区別、経営組織別1事業所当たりの売場面積、前年比

特性地区別	1事業所当たりの売場面積(m²)						
	合計			法人事業所		個人事業所	
	平成14年	平成16年	前年比(%)	平成16年	前年比(%)	平成16年	前年比(%)
小売業計	127	137	7.9	251	6.4	46	0.0
商業集積地区	139	149	7.2	244	4.7	44	0.0
駅周辺型	137	144	5.1	216	3.8	42	0.0
市街地型	132	138	4.5	221	2.8	44	▲2.2
住宅地背景型	106	114	7.5	221	6.8	43	0.0
ロードサイド型	332	350	5.4	465	1.3	59	1.7
その他	109	116	6.4	205	6.2	47	0.0
オフィス街地区	99	109	10.1	180	8.4	42	0.0
住宅地区	119	127	6.7	248	5.1	45	0.0
工業地区	202	235	16.3	411	12.3	52	4.0
その他地区	103	111	7.8	266	6.8	51	2.0

## 5. 都道府県別

～ 商業集積地区での立地割合が高いのは28県、  
 その他地区は11県、住宅地区は8県 ～

### (1) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の事業所数

商業集積地区の事業所数をみると、東京(6万3千事業所、構成比13.3%)が1割超を占め最も多く、以下、大阪(3万4千事業所、同7.2%)、神奈川(3万事業所、同6.3%)、愛知、兵庫、福岡、北海道、千葉、埼玉、京都の順となっており、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

特性地区別、都道府県別の事業所数(上位10県)

小 売 業 計			
順位	都道	平成16年	構成比(%)
	府県	事業所数	
全国計		1,238,049	100.0
1位	東京	114,213	9.2
2位	大阪	82,301	6.6
3位	愛知	61,375	5.0
4位	神奈川	59,776	4.8
5位	兵庫	53,431	4.3
6位	福岡	52,685	4.3
7位	北海道	48,858	3.9
8位	埼玉	45,527	3.7
9位	千葉	42,857	3.5
10位	静岡	39,545	3.2
上位10県計		600,568	48.5

商 業 集 積 地 区			
順位	都道	平成16年	構成比(%)
	府県	事業所数	
全国計		469,958	100.0
1位	東京	62,607	13.3
2位	大阪	34,060	7.2
3位	神奈川	29,579	6.3
4位	愛知	21,148	4.5
5位	兵庫	20,867	4.4
6位	福岡	19,724	4.2
7位	北海道	18,693	4.0
8位	千葉	17,479	3.7
9位	埼玉	15,622	3.3
10位	京都	12,068	2.6
上位10県計		251,847	53.6

オ フ ィ ス 街 地 区			
順位	都道	平成16年	構成比(%)
	府県	事業所数	
全国計		93,250	100.0
1位	東京	14,142	15.2
2位	大阪	8,663	9.3
3位	愛知	7,668	8.2
4位	北海道	6,393	6.9
5位	福岡	5,110	5.5
6位	広島	4,059	4.4
7位	兵庫	3,588	3.8
8位	京都	3,520	3.8
9位	静岡	3,425	3.7
10位	神奈川	3,053	3.3
上位10県計		59,621	63.9

住 宅 地 区			
順位	都道	平成16年	構成比(%)
	府県	事業所数	
全国計		378,266	100.0
1位	大阪	31,507	8.3
2位	東京	29,255	7.7
3位	神奈川	22,037	5.8
4位	愛知	20,126	5.3
5位	兵庫	19,633	5.2
6位	埼玉	19,376	5.1
7位	福岡	17,224	4.6
8位	北海道	15,409	4.1
9位	千葉	14,985	4.0
10位	静岡	13,374	3.5
上位10県計		202,926	53.6

工 業 地 区			
順位	都道	平成16年	構成比(%)
	府県	事業所数	
全国計		65,408	100.0
1位	東京	6,684	10.2
2位	大阪	6,217	9.5
3位	愛知	5,083	7.8
4位	北海道	3,271	5.0
5位	京都	2,535	3.9
6位	福岡	2,518	3.8
7位	静岡	2,484	3.8
8位	神奈川	2,463	3.8
9位	兵庫	2,344	3.6
10位	埼玉	1,972	3.0
上位10県計		35,571	54.4

そ の 他 地 区			
順位	都道	平成16年	構成比(%)
	府県	事業所数	
全国計		231,167	100.0
1位	茨城	9,460	4.1
2位	静岡	8,711	3.8
3位	福岡	8,109	3.5
4位	新潟	8,088	3.5
5位	鹿児島	8,070	3.5
6位	千葉	7,970	3.4
7位	愛知	7,350	3.2
8位	埼玉	7,264	3.1
9位	熊本	7,128	3.1
10位	兵庫	6,999	3.0
上位10県計		79,149	34.2

オフィス街地区では、東京(1万4千事業所、構成比15.2%)が1割超を占め最も多く、次いで大阪(9千事業所、同9.3%)、愛知(8千事業所、同8.2%)、北海道、福岡、広島、兵庫、京都、静岡、神奈川の順となっており、これら上位10県で全国の6割超を占めている。上位10県が占める割合が高いことについては、大都市に企業のオフィスが集中していることが背景としてあげられる。

住宅地区の事業所が多い県は、大阪(3万2千事業所、構成比8.3%)、東京(2万9千事業所、同7.7%)、神奈川(2万2千事業所、同5.8%)、愛知、兵庫、埼玉、福岡、北海道、千葉、静岡の順で、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

工業地区の事業所が多い県は、東京(7千事業所、構成比10.2%)、大阪(6千事業所、同9.5%)、愛知(5千事業所、同7.8%)、北海道、京都、福岡、静岡、神奈川、兵庫、埼玉の順で、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

その他地区の事業所が多い県は、茨城(9千事業所、構成比4.1%)、静岡(9千事業所、同3.8%)、福岡(8千事業所、同3.5%)、新潟、鹿児島、千葉、愛知、埼玉、熊本、兵庫の順となっている。

### 特性地区別、都道府県別の事業所数の構成比

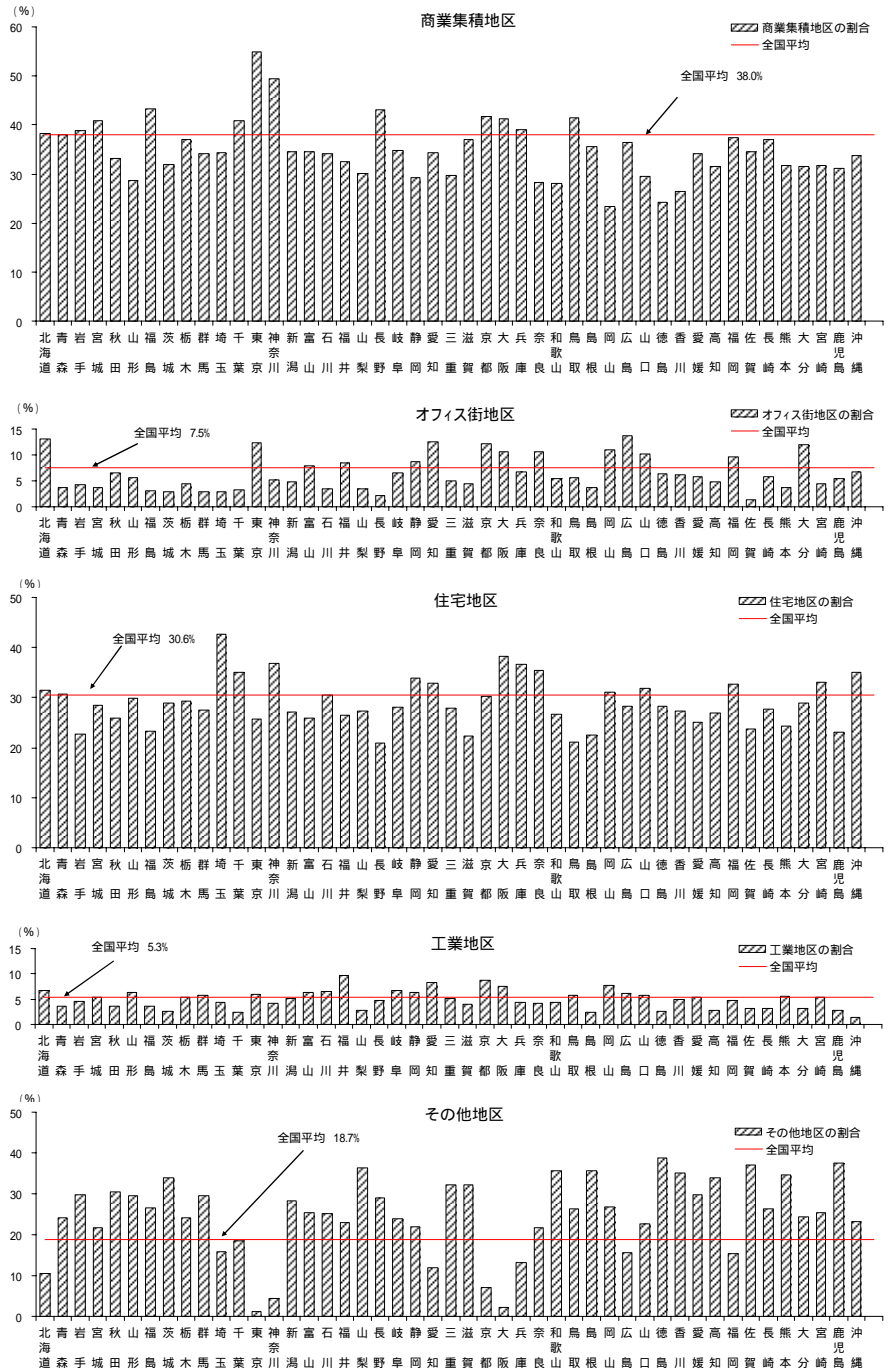
(各都道府県計 = 100.0)

特性地区別、都道府県別に事業数の構成比をみると、商業集積地区の立地割合が最も高い県は、東京(小売事業所に占める割合54.8%)、神奈川(同49.5%)、福島(同43.3%)、長野(同43.2%)、京都(同41.7%)など28県で、なかでも東京では半数以上の事業所が商業集積地区に立地している。また、商業集積地区の立地割合が高い県のうち、東京、神奈川、長野では駅周辺型の商業集積地区での立地が多いものの、全国で見ると、商業集積地区内では市街地型の割合が高い県が22県と、最も多くなっている。

オフィス街地区での立地割合は、広島(同13.7%)、北海道(同13.1%)、愛知(同12.5%)、東京(同12.4%)、京都(同12.2%)などで高い。一方、佐賀(同1.3%)、長野(同2.2%)、茨城(同2.8%)、埼玉(同2.8%)、群馬(同3.0%)などでは低い割合となっている。また、東北や東京を除く関東で全国平均を下回る県が多くなっている。

住宅地区での立地割合は、埼玉(同42.6%)、沖縄(同35.1%)、大阪(同38.3%)、神奈川(同36.9%)、兵庫(同36.7%)などで高く、17県で3割以上を占めている。また、埼玉、奈良、沖縄、静岡、宮崎、山口、岡山、山形の8県では、住宅地区の立地割合が最も高く、なかでも埼玉では4割強の事業所が住宅地区に立地している。

工業地区での立地割合は、福井(同9.7%)、京都(同8.8%)、愛知(同8.3%)、岡山(同7.8%)、大阪(同7.6%)などで高く、沖縄(同1.4%)、千葉(同2.4%)、島根(同2.4%)、茨城(同2.5%)、徳島(同2.6%)などでは低い割合となっている。



その他地区での立地割合は、徳島(同 38.7%)、鹿児島(同 37.6%)、佐賀(同 37.2%)、山梨(同 36.4%)、島根(同 35.7%)などで高く、13県で3割超となっている。このうち、徳島、鹿児島、佐賀、山梨、熊本など11県では、その他地区での立地割合が最も高い。一方、東京(同 1.3%)、大阪(同 2.3%)、神奈川(同 4.4%)、京都(同 7.0%)では1割未満の低い割合となっている。

特性地区別、都道府県別事業所数の構成比

都道府県	立地環境特性地区別の事業所割合 (%)							(各都道府県計 = 100.0)				
	小売業計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	商業集積地区以外	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
全国計	100.0	38.0	13.3	9.1	11.2	3.0	1.3	62.0	7.5	30.6	5.3	18.7
北海道	100.0	38.3	9.1	11.8	12.1	3.6	1.7	61.7	13.1	31.5	6.7	10.4
青森	100.0	38.0	7.5	11.6	15.9	2.6	0.3	62.0	3.6	30.7	3.5	24.2
岩手	100.0	38.9	8.1	16.4	10.5	2.6	1.3	61.1	4.1	22.6	4.5	29.9
宮城	100.0	40.9	6.5	14.8	13.4	3.9	2.3	59.1	3.6	28.4	5.3	21.8
秋田	100.0	33.2	8.7	8.7	12.1	2.2	1.6	66.8	6.6	25.9	3.6	30.6
山形	100.0	28.8	5.4	9.3	11.4	1.5	1.2	71.2	5.5	29.8	6.3	29.5
福島	100.0	43.3	8.8	16.3	13.0	3.4	1.9	56.7	3.0	23.4	3.6	26.7
茨城	100.0	31.9	11.2	6.5	9.2	3.9	1.0	68.1	2.8	28.9	2.5	33.9
栃木	100.0	37.0	8.6	12.4	11.5	3.6	0.8	63.0	4.4	29.2	5.3	24.1
群馬	100.0	34.2	5.0	13.3	7.6	6.5	1.9	65.8	3.0	27.5	5.8	29.6
埼玉	100.0	34.3	15.7	7.3	9.7	1.3	0.2	65.7	2.8	42.6	4.3	16.0
千葉	100.0	40.8	19.2	6.0	11.2	3.0	1.4	59.2	3.3	35.0	2.4	18.6
東京	100.0	54.8	32.4	6.3	14.2	1.3	0.6	45.2	12.4	25.6	5.9	1.3
神奈川	100.0	49.5	31.7	4.6	11.8	0.6	0.7	50.5	5.1	36.9	4.1	4.4
新潟	100.0	34.6	6.6	10.7	12.7	4.0	0.7	65.4	4.9	27.0	5.2	28.3
富山	100.0	34.6	4.8	9.6	12.2	7.5	0.4	65.4	7.9	26.0	6.3	25.3
石川	100.0	34.3	4.2	9.9	13.8	3.6	2.8	65.7	3.5	30.5	6.6	25.2
福井	100.0	32.5	6.1	8.1	8.2	8.3	1.9	67.5	8.4	26.4	9.7	23.0
山梨	100.0	30.1	5.7	8.2	10.2	4.6	1.4	69.9	3.4	27.3	2.9	36.4
長野	100.0	43.2	13.0	10.7	10.2	7.8	1.5	56.8	2.2	20.9	4.7	29.0
岐阜	100.0	34.8	7.3	10.9	9.9	5.3	1.4	65.2	6.6	28.0	6.7	23.8
静岡	100.0	29.2	9.3	8.3	8.1	3.0	0.6	70.8	8.7	33.8	6.3	22.0
愛知	100.0	34.5	9.2	7.8	13.2	3.5	0.7	65.5	12.5	32.8	8.3	12.0
三重	100.0	29.7	6.7	8.3	7.5	5.8	1.5	70.3	5.1	27.8	5.1	32.3
滋賀	100.0	37.0	13.6	4.8	13.5	3.7	1.4	63.0	4.4	22.2	4.0	32.3
京都	100.0	41.7	8.5	9.3	19.3	2.9	1.8	58.3	12.2	30.3	8.8	7.0
大阪	100.0	41.4	23.1	4.4	12.1	1.6	0.1	58.6	10.5	38.3	7.6	2.3
兵庫	100.0	39.1	17.8	8.8	8.4	2.5	1.5	60.9	6.7	36.7	4.4	13.1
奈良	100.0	28.2	15.3	3.7	5.0	3.0	1.2	71.8	10.5	35.4	4.2	21.6
和歌山	100.0	28.1	8.8	9.9	6.1	2.5	0.8	71.9	5.3	26.6	4.4	35.6
鳥取	100.0	41.4	12.3	15.9	4.1	8.6	0.6	58.6	5.5	21.0	5.7	26.3
島根	100.0	35.6	7.2	13.4	10.8	1.2	3.0	64.4	3.7	22.6	2.4	35.7
岡山	100.0	23.3	5.0	6.9	7.6	2.0	1.8	76.7	11.0	31.2	7.8	26.8
広島	100.0	36.4	7.1	14.7	10.4	3.1	1.2	63.6	13.7	28.3	6.1	15.5
山口	100.0	29.6	8.5	10.1	7.9	2.1	1.0	70.4	10.2	31.8	5.7	22.7
徳島	100.0	24.1	6.2	6.9	3.9	4.3	2.8	75.9	6.4	28.3	2.6	38.7
香川	100.0	26.4	4.9	9.0	4.5	4.9	3.2	73.6	6.2	27.3	4.9	35.2
愛媛	100.0	34.1	7.8	12.4	8.0	3.2	2.6	65.9	5.8	25.1	5.3	29.7
高知	100.0	31.6	4.5	12.6	8.8	3.1	2.6	68.4	4.8	26.9	2.7	33.9
福岡	100.0	37.4	12.4	8.0	13.9	2.5	0.6	62.6	9.7	32.7	4.8	15.4
佐賀	100.0	34.5	7.5	11.0	8.2	5.6	2.3	65.5	1.3	23.7	3.2	37.2
長崎	100.0	37.1	4.1	15.6	14.0	2.0	1.4	62.9	5.9	27.7	3.2	26.2
熊本	100.0	31.8	2.1	10.2	9.9	6.3	3.3	68.2	3.7	24.3	5.5	34.7
大分	100.0	31.6	5.8	13.6	7.2	2.2	2.8	68.4	12.0	28.9	3.2	24.4
宮崎	100.0	31.7	4.7	14.0	7.8	2.7	2.6	68.3	4.5	33.1	5.3	25.4
鹿児島	100.0	31.2	2.1	13.0	8.4	2.5	5.3	68.8	5.4	23.1	2.8	37.6
沖縄	100.0	33.7	0.0	14.1	17.2	2.4	0.0	66.3	6.7	35.1	1.4	23.2

## (2) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の年間商品販売額

商業集積地区の年間商品販売額をみると、東京(10兆2054億円、構成比18.7%)が10兆円超と最も多く、以下、神奈川(4兆3477億円、同8.0%)、大阪(4兆666億円、同7.5%)、愛知、北海道、千葉、兵庫、埼玉、福岡、京都の順となっており、これら上位10県で全国の6割超を占めている。

特性地区別、都道府県別の年間商品販売額(上位10県)

小 売 業 計				商 業 集 積 地 区				オ フ ィ ス 街 地 区			
順位	都道	平成16年 年間商品販売額		順位	都道	平成16年 年間商品販売額		順位	都道	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)
	全国計	133,278,631	100.0		全国計	54,480,411	100.0		全国計	10,534,758	100.0
1位	東 京	16,789,065	12.6	1位	東 京	10,205,358	18.7	1位	東 京	1,970,497	18.7
2位	大 阪	9,579,967	7.2	2位	神奈川	4,347,703	8.0	2位	大 阪	1,475,199	14.0
3位	神奈川	8,435,086	6.3	3位	大 阪	4,066,601	7.5	3位	北海道	932,550	8.9
4位	愛 知	7,937,608	6.0	4位	愛 知	2,983,123	5.5	4位	愛 知	834,466	7.9
5位	北海道	6,565,186	4.9	5位	北海道	2,442,054	4.5	5位	福 岡	542,259	5.1
6位	埼 玉	6,056,135	4.5	6位	千 葉	2,337,664	4.3	6位	広 島	456,072	4.3
7位	千 葉	5,453,097	4.1	7位	兵 庫	2,201,630	4.0	7位	神奈川	384,213	3.6
8位	兵 庫	5,333,625	4.0	8位	埼 玉	2,035,310	3.7	8位	兵 庫	342,188	3.2
9位	福 岡	5,328,929	4.0	9位	福 岡	2,022,061	3.7	9位	京 都	301,939	2.9
10位	静 岡	3,967,096	3.0	10位	京 都	1,482,917	2.7	10位	静 岡	239,490	2.3
上位10県計		75,445,794	56.6	上位10県計		34,124,421	62.6	上位10県計		7,478,873	71.0

住 宅 地 区				工 業 地 区				そ の 他 地 区			
順位	都道	平成16年 年間商品販売額		順位	都道	平成16年 年間商品販売額		順位	都道	平成16年 年間商品販売額	
	府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)
	全国計	38,330,740	100.0		全国計	12,817,616	100.0		全国計	17,115,106	100.0
1位	東 京	3,296,010	8.6	1位	東 京	1,155,673	9.0	1位	愛 知	845,008	4.9
2位	神奈川	2,752,300	7.2	2位	大 阪	1,104,666	8.6	2位	茨 城	831,044	4.9
3位	大 阪	2,727,280	7.1	3位	愛 知	1,006,130	7.8	3位	埼 玉	820,083	4.8
4位	埼 玉	2,644,647	6.9	4位	北海道	785,070	6.1	4位	静 岡	741,985	4.3
5位	愛 知	2,268,881	5.9	5位	神奈川	680,876	5.3	5位	千 葉	719,892	4.2
6位	北海道	1,939,857	5.1	6位	福 岡	517,796	4.0	6位	群 馬	607,269	3.5
7位	千 葉	1,799,807	4.7	7位	兵 庫	499,404	3.9	7位	長 野	603,834	3.5
8位	兵 庫	1,794,623	4.7	8位	静 岡	468,921	3.7	8位	福 岡	592,812	3.5
9位	福 岡	1,654,002	4.3	9位	埼 玉	412,763	3.2	9位	新 潟	550,057	3.2
10位	静 岡	1,344,143	3.5	10位	京 都	401,381	3.1	10位	兵 庫	495,780	2.9
上位10県計		22,221,550	58.0	上位10県計		7,032,680	54.9	上位10県計		6,807,764	39.8

オフィス街地区の年間商品販売額が多いのは、東京(1兆9705億円、構成比18.7%)、大阪(1兆4752億円、同14.0%)で、この2県はそれぞれ1兆円を超えている。以下、北海道(9326億円、同8.9%)、愛知、福岡、広島、神奈川、兵庫、京都、静岡の順で、これら上位10県で全国の7割超を占めている。

住宅地区の年間商品販売額は、東京(3兆2960億円、構成比8.6%)、神奈川(2兆7523億円、同7.2%)、大阪(2兆7273億円、同7.1%)、埼玉、愛知、北海道、千葉、兵庫、福岡、静岡の順に多く、これら上位10県で全国の6割弱を占めている。

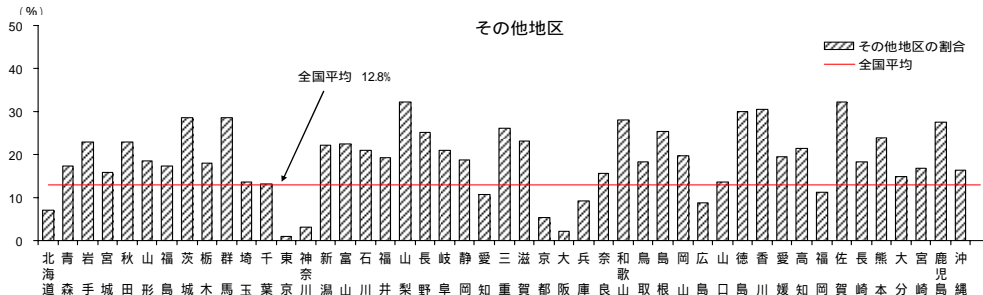
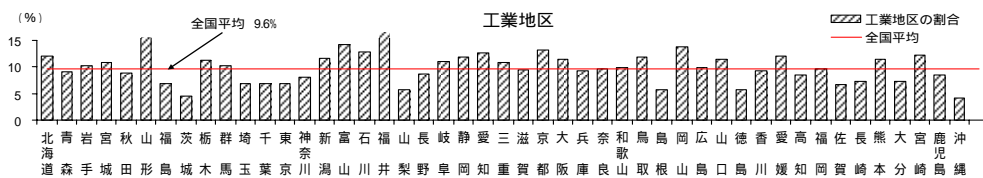
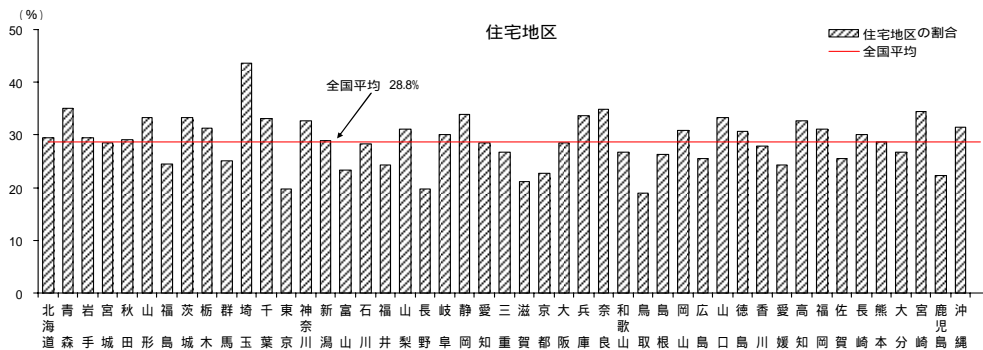
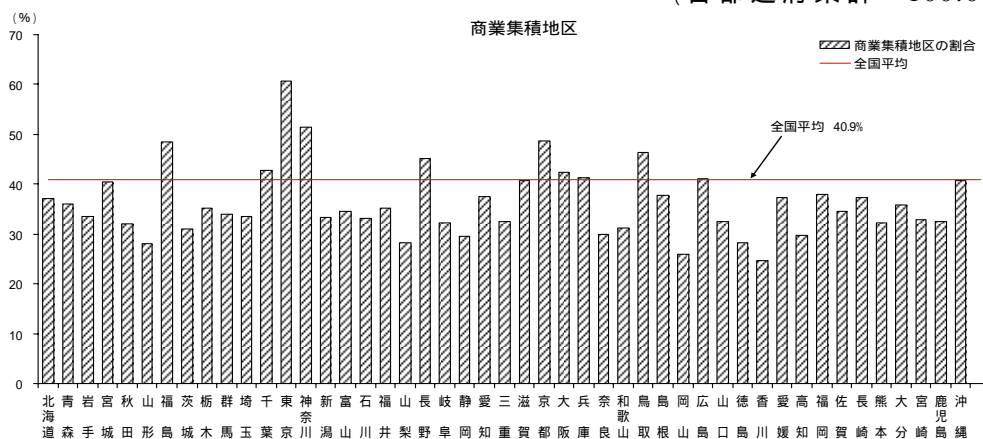
工業地区の年間商品販売額は、東京(1兆1557億円、構成比9.0%)、大阪(1兆1047億円、同8.6%)、愛知(1兆61億円、同7.8%)、北海道、神奈川、福岡、兵庫、静岡、埼玉、京都の順に多く、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

その他地区の年間商品販売額は、愛知(8450億円、構成比4.9%)、茨城(8310億円、同4.9%)、埼玉(8201億円、同4.8%)、静岡、千葉、群馬、長野、福岡、新潟、兵庫の順に多く、これら上位10県で全国の4割弱を占めている。

特性地区別、都道府県別に年間商品販売額の構成比をみると、商業集積地区の販売額割合が最も高いのは、東京(小売販売額に占める割合 60.8%)、神奈川(同 51.5%)、京都(同 48.8%)、福島(同 48.5%)、鳥取(同 46.4%)など35県、住宅地区の販売額割合が最も高いのは、埼玉(同 43.7%)、奈良(同 34.9%)、宮崎(同 34.4%)、静岡(同 33.9%)など10県、その他地区の販売額割合が最も高いのは、山梨(同 32.2%)、香川(同 30.6%)の2県となっている。

### 特性地区別、都道府県別年間商品販売額の構成比

(各都道府県計 = 100.0)



商業集積地区の内訳で市街地型の販売額割合が最も高いのは、広島(同 18.4%)、長崎(同 16.4%)、福島(同 15.7%)、大分(同 14.5%)、宮城(同 14.3%)、岩手(同 14.1%)など15県、駅周辺型の販売額割合が最も高いのは、東京(同 40.7%)、神奈川(同 36.8%)、大阪(同 26.5%)、千葉(同 21.2%)、埼玉(同 18.2%)など14県、住宅地背景型の販売額割合が最も高いのは、沖縄(同 18.4%)、京都(同 16.2%)、青森(同 15.5%)、栃木(同 11.6%)など9県、ロードサイド型の販売額割合が最も高いのは、鳥取(同 20.5%)、福井(同 19.1%)、富山(同 16.7%)、長野(同 16.2%)、群馬(同 14.0%)、三重(同 14.0%)など9県であった。

都道府県別、特性地区別年間商品販売額の構成比

都道府県	年間商品販売額の構成比 (%)							(各都道府県計=100.0)				
	小売業計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	商業集積地区以外	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
全国計	100.0	40.9	16.6	9.2	8.6	5.5	0.9	59.1	7.9	28.8	9.6	12.8
北海道	100.0	37.2	9.0	10.8	10.9	4.8	1.6	62.8	14.2	29.5	12.0	7.1
青森	100.0	36.0	5.5	9.2	15.5	5.5	0.1	64.0	2.7	35.0	9.1	17.3
岩手	100.0	33.5	6.1	14.1	7.3	5.3	0.7	66.5	3.8	29.6	10.3	22.8
宮城	100.0	40.4	8.3	14.3	8.5	8.3	1.1	59.6	4.2	28.6	10.9	15.9
秋田	100.0	32.0	7.4	8.2	9.2	6.1	1.2	68.0	7.1	29.1	8.8	22.9
山形	100.0	28.0	4.6	7.3	10.2	4.8	1.1	72.0	4.6	33.2	15.7	18.5
福島	100.0	48.5	7.9	15.7	15.4	8.6	0.8	51.5	3.0	24.4	6.9	17.3
茨城	100.0	31.0	8.9	6.6	7.7	7.0	0.8	69.0	2.6	33.3	4.5	28.6
栃木	100.0	35.2	6.1	9.6	11.6	7.5	0.3	64.8	4.4	31.3	11.2	17.9
群馬	100.0	33.9	4.8	8.9	5.2	14.0	1.0	66.1	2.3	25.0	10.2	28.6
埼玉	100.0	33.6	18.2	5.5	7.9	1.8	0.3	66.4	2.4	43.7	6.8	13.5
千葉	100.0	42.9	21.2	6.0	9.2	4.6	1.9	57.1	4.1	33.0	6.8	13.2
東京	100.0	60.8	40.7	10.3	7.7	1.5	0.6	39.2	11.7	19.6	6.9	1.0
神奈川	100.0	51.5	36.8	4.2	8.5	1.3	0.7	48.5	4.6	32.6	8.1	3.2
新潟	100.0	33.3	4.9	9.4	8.2	10.4	0.3	66.7	4.1	28.9	11.7	22.1
富山	100.0	34.6	4.5	7.9	5.4	16.7	0.1	65.4	5.7	23.2	14.2	22.3
石川	100.0	33.0	2.7	11.1	9.5	8.5	1.2	67.0	4.8	28.3	12.8	21.1
福井	100.0	35.3	5.5	5.6	4.2	19.1	1.0	64.7	4.6	24.3	16.6	19.2
山梨	100.0	28.4	6.0	6.0	8.8	6.5	1.1	71.6	2.6	31.1	5.8	32.2
長野	100.0	45.1	12.3	7.6	8.0	16.2	0.9	54.9	1.3	19.8	8.7	25.1
岐阜	100.0	32.3	6.1	6.8	7.8	9.9	1.7	67.7	5.8	30.0	11.0	20.9
静岡	100.0	29.6	9.6	6.0	7.4	6.3	0.4	70.4	6.0	33.9	11.8	18.7
愛知	100.0	37.6	9.4	10.2	11.2	6.3	0.6	62.4	10.5	28.6	12.7	10.6
三重	100.0	32.4	6.1	5.7	6.0	14.0	0.7	67.6	3.9	26.6	10.9	26.1
滋賀	100.0	40.6	15.5	4.8	10.3	9.4	0.5	59.4	5.7	21.0	9.5	23.2
京都	100.0	48.8	10.7	14.9	16.2	5.9	1.0	51.2	9.9	22.7	13.2	5.4
大阪	100.0	42.4	26.5	6.9	6.3	2.8	0.1	57.6	15.4	28.5	11.5	2.2
兵庫	100.0	41.3	18.1	10.6	6.4	5.4	0.8	58.7	6.4	33.6	9.4	9.3
奈良	100.0	30.0	15.8	6.1	4.0	3.6	0.4	70.0	9.9	34.9	9.6	15.6
和歌山	100.0	31.2	11.9	7.0	5.0	6.7	0.5	68.8	4.2	26.6	10.0	28.1
鳥取	100.0	46.4	10.1	12.4	3.1	20.5	0.3	53.6	4.8	18.9	11.8	18.2
島根	100.0	37.7	6.1	13.7	11.8	2.6	3.5	62.3	5.1	26.2	5.7	25.3
岡山	100.0	25.9	5.8	8.1	6.8	3.3	1.9	74.1	9.8	30.8	13.8	19.7
広島	100.0	41.1	7.1	18.4	9.5	5.3	0.9	58.9	14.8	25.4	9.9	8.8
山口	100.0	32.5	9.9	9.5	7.8	4.4	0.8	67.5	9.1	33.3	11.4	13.6
徳島	100.0	28.3	7.6	7.2	3.5	7.2	2.9	71.7	5.0	30.8	5.8	30.1
香川	100.0	24.6	2.4	9.7	2.5	8.9	1.1	75.4	7.6	28.0	9.2	30.6
愛媛	100.0	37.4	10.0	10.6	6.8	8.0	1.9	62.6	6.7	24.3	12.1	19.5
高知	100.0	29.7	5.0	13.1	4.8	5.4	1.5	70.3	7.5	32.8	8.5	21.6
福岡	100.0	37.9	14.2	7.9	9.7	5.3	0.9	62.1	10.2	31.0	9.7	11.1
佐賀	100.0	34.6	5.7	8.4	7.5	12.0	1.0	65.4	1.0	25.5	6.8	32.1
長崎	100.0	37.2	4.7	16.4	11.3	4.1	0.7	62.8	7.2	30.0	7.4	18.2
熊本	100.0	32.2	1.6	12.4	7.6	7.8	2.9	67.8	3.7	28.8	11.4	23.9
大分	100.0	35.8	4.5	14.5	9.6	5.8	1.5	64.2	15.4	26.7	7.3	14.8
宮崎	100.0	32.9	4.1	13.8	6.4	6.5	2.2	67.1	3.6	34.4	12.2	16.9
鹿児島	100.0	32.5	1.9	12.9	8.8	4.9	4.0	67.5	9.2	22.4	8.5	27.5
沖縄	100.0	40.6	0.0	14.4	18.4	7.8	0.0	59.4	7.3	31.5	4.2	16.4

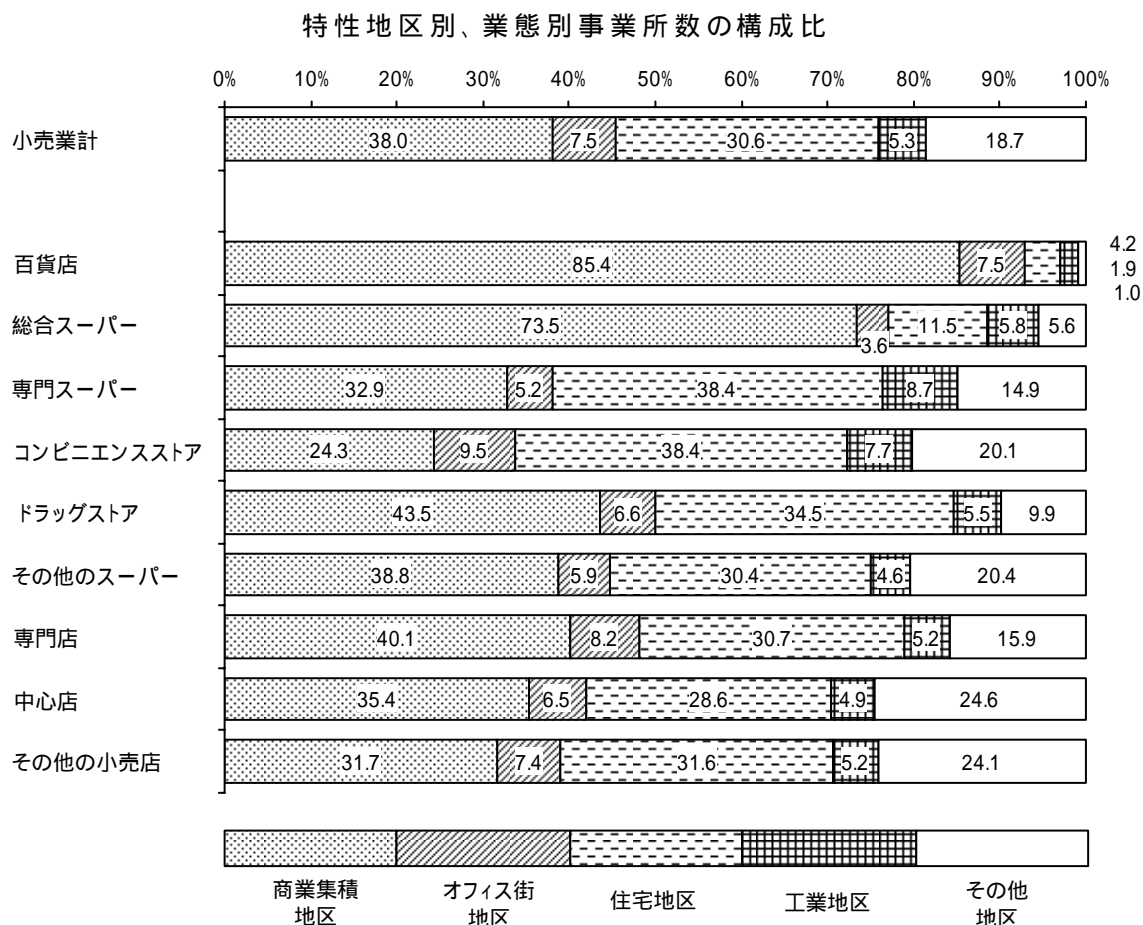
## 6. 立地環境特性地区別、業態別にみた小売業の状況

～ 商業集積地区では、その他の小売店が増加となったほかは  
すべての業態で減少 ～

### (1) 事業所数

特性地区別事業所数を業態別にみると、百貨店(商業集積地区の構成比 85.4%)、総合スーパー(同 73.5%)は商業集積地区での立地が圧倒的に多く、このほかの業態では、いずれも商業集積地区以外での立地の合計の方が多くなっている。このうち、専門スーパー、コンビニエンスストアは、住宅地区に立地する事業所が最も多く、それぞれ4割近くを占めている。ドラッグストア、その他のスーパー、専門店、中心店、その他の小売店は、商業集積地区に立地する事業所が最も多く、次いで住宅地区の順で、この2地区で概ね6～7割を占めている。

なお、専門店のうち、衣料品専門店(同 67.6%)、衣料品中心店(同 59.6%)は、商業集積地区での立地割合が百貨店、総合スーパーに次いで高いが、これは駅周辺型を中心に、テナント店としての出店が多いことなどによると考えられる。





商業集積地区の内訳をみると、専門スーパーを除くすべての業態で、駅周辺型に立地する事業所が最も多くなっている。

百貨店は、駅周辺型（商業集積地区に占める構成比 55.1%）、市街地型（同 38.4%）での立地が多く、この2地区で商業集積地区の9割超を占めている。

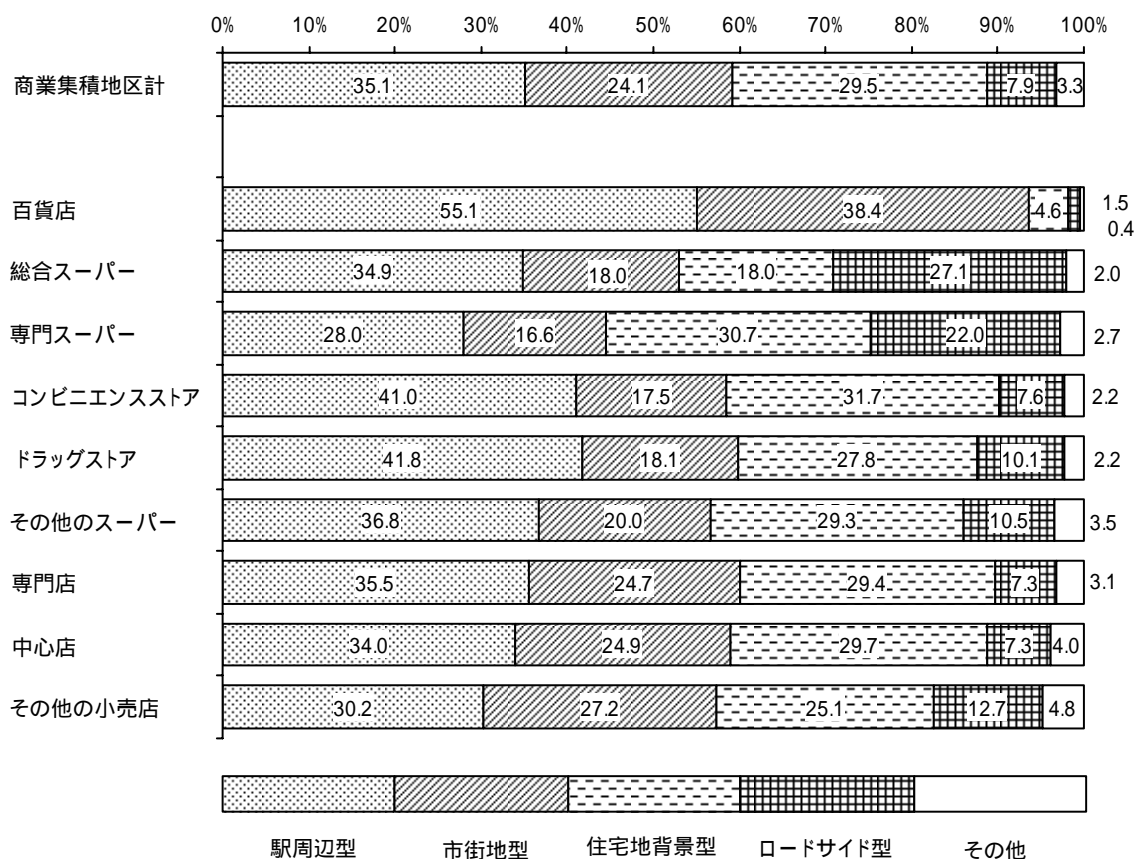
総合スーパーは、駅周辺型（同 34.9%）での立地が最も多く、次いでロードサイド型（同 27.1%）、市街地型、住宅地背景型（ともに同 18.0%）の順で、商業集積地区内では他の業態に比べバランスのとれた立地となっている。なお、ロードサイド型の立地割合は、他の業態に比べ最も高い。

専門スーパーは、住宅地背景型（同 30.7%）での立地が3割超を占め最も多く、次いで駅周辺型（同 28.0%）、ロードサイド型（同 22.0%）の順となっている。専門スーパーのうち、食料品スーパーは、居住地に近い住宅地背景型（同 37.9%）が多いものの、衣料品スーパー、住関連スーパーではロードサイド型での立地が最も多くそれぞれ3割を占めている。

コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパーは、駅周辺型、住宅地背景型での立地が多く、この2地区で商業集積地区の概ね7割を占めている。

専門店、中心店、その他の小売店では、駅周辺型の立地が最も多くなっている。

商業集積地区内の業態別事業所数の構成比



特性地区別、業態別事業所数及び構成比

業態別	平成16年事業所数										
	計	商業集積地区	商業集積地区					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	1,238,049	469,958	165,100	113,208	138,734	37,338	15,578	93,250	378,266	65,408	231,167
1. 百貨店	308	263	145	101	12	4	1	23	13	6	3
(1)大型百貨店	276	255	139	99	12	4	1	13	6	1	1
(2)その他の百貨店	32	8	6	2	0	0	0	10	7	5	2
2. 総合スーパー	1,675	1,231	430	222	221	333	25	61	193	97	93
(1)大型総合スーパー	1,496	1,118	362	208	196	329	23	48	158	86	86
(2)中型総合スーパー	179	113	68	14	25	4	2	13	35	11	7
3. 専門スーパー	36,220	11,908	3,340	1,975	3,650	2,624	319	1,886	13,895	3,147	5,384
(1)衣料品スーパー	5,991	2,323	580	443	548	705	47	249	2,153	557	709
(2)食料品スーパー	18,485	5,816	1,793	894	2,206	733	190	1,004	7,603	1,275	2,787
(3)住関連スーパー うちホームセンター	11,744 4,764	3,769 1,328	967 329	638 204	896 337	1,186 420	82 38	633 185	4,139 1,598	1,315 558	1,888 1,095
4. コンビニエンスストア	42,738	10,373	4,251	1,817	3,288	784	233	4,072	16,410	3,284	8,599
うち終日営業店	34,453	8,307	3,346	1,477	2,663	681	140	3,454	13,406	2,822	6,464
5. ドラッグストア	13,095	5,700	2,380	1,033	1,583	576	128	866	4,522	717	1,290
6. その他のスーパー	56,211	21,816	8,029	4,354	6,388	2,281	764	3,320	17,068	2,562	11,445
うち各種商品取扱店	782	318	132	66	67	32	21	51	246	55	112
7. 専門店	726,825	291,128	103,214	71,916	85,694	21,353	8,951	59,400	222,806	37,880	115,611
(1)衣料品専門店	95,497	64,564	26,916	18,811	12,257	5,159	1,421	7,455	16,670	2,151	4,657
(2)食料品専門店	190,788	78,248	27,293	16,837	26,786	4,754	2,578	14,317	59,452	8,400	30,371
(3)住関連専門店	440,540	148,316	49,005	36,268	46,651	11,440	4,952	37,628	146,684	27,329	80,583
8. 中心店	358,297	126,689	43,054	31,559	37,685	9,275	5,116	23,423	102,513	17,575	88,097
(1)衣料品中心店	70,239	41,830	15,650	12,291	9,306	3,303	1,280	5,286	13,681	1,963	7,479
(2)食料品中心店	132,299	35,522	11,454	7,543	12,682	2,049	1,794	7,294	40,060	5,309	44,114
(3)住関連中心店	155,759	49,337	15,950	11,725	15,697	3,923	2,042	10,843	48,772	10,303	36,504
9. その他の小売店	2,680	850	257	231	213	108	41	199	846	140	645
うち各種商品取扱店	2,680	850	257	231	213	108	41	199	846	140	645

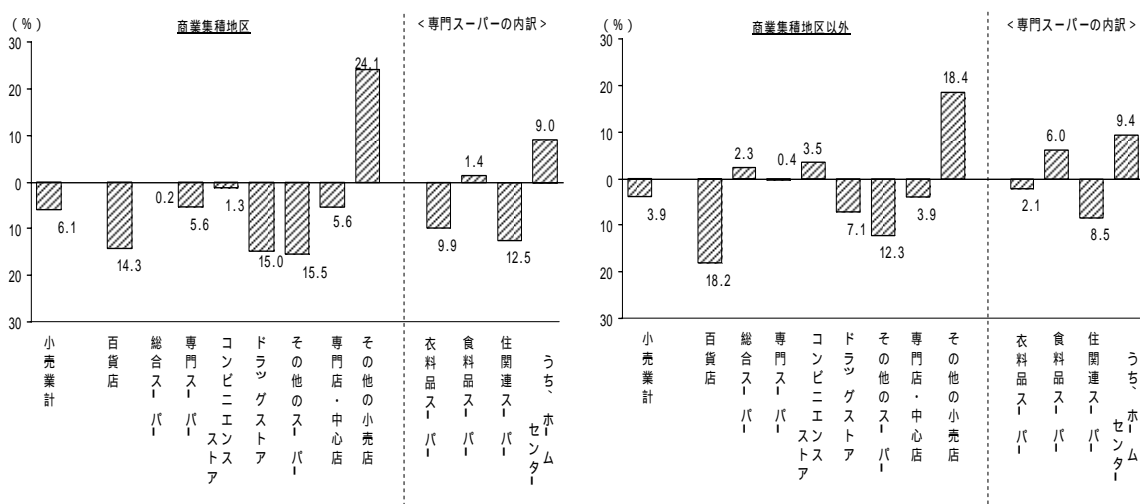
業態別	平成16年事業所数の構成比 (%)										
	計	商業集積地区	商業集積地区					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	100.0	38.0	13.3	9.1	11.2	3.0	1.3	7.5	30.6	5.3	18.7
1. 百貨店	100.0	85.4	47.1	32.8	3.9	1.3	0.3	7.5	4.2	1.9	1.0
(1)大型百貨店	100.0	92.4	50.4	35.9	4.3	1.4	0.4	4.7	2.2	0.4	0.4
(2)その他の百貨店	100.0	25.0	18.8	6.3	0.0	0.0	0.0	31.3	21.9	15.6	6.3
2. 総合スーパー	100.0	73.5	25.7	13.3	13.2	19.9	1.5	3.6	11.5	5.8	5.6
(1)大型総合スーパー	100.0	74.7	24.2	13.9	13.1	22.0	1.5	3.2	10.6	5.7	5.7
(2)中型総合スーパー	100.0	63.1	38.0	7.8	14.0	2.2	1.1	7.3	19.6	6.1	3.9
3. 専門スーパー	100.0	32.9	9.2	5.5	10.1	7.2	0.9	5.2	38.4	8.7	14.9
(1)衣料品スーパー	100.0	38.8	9.7	7.4	9.1	11.8	0.8	4.2	35.9	9.3	11.8
(2)食料品スーパー	100.0	31.5	9.7	4.8	11.9	4.0	1.0	5.4	41.1	6.9	15.1
(3)住関連スーパー うちホームセンター	100.0 100.0	32.1 27.9	8.2 6.9	5.4 4.3	7.6 7.1	10.1 8.8	0.7 0.8	5.4 3.9	35.2 33.5	11.2 11.7	16.1 23.0
4. コンビニエンスストア	100.0	24.3	9.9	4.3	7.7	1.8	0.5	9.5	38.4	7.7	20.1
うち終日営業店	100.0	24.1	9.7	4.3	7.7	2.0	0.4	10.0	38.9	8.2	18.8
5. ドラッグストア	100.0	43.5	18.2	7.9	12.1	4.4	1.0	6.6	34.5	5.5	9.9
6. その他のスーパー	100.0	38.8	14.3	7.7	11.4	4.1	1.4	5.9	30.4	4.6	20.4
うち各種商品取扱店	100.0	40.7	16.9	8.4	8.6	4.1	2.7	6.5	31.5	7.0	14.3
7. 専門店	100.0	40.1	14.2	9.9	11.8	2.9	1.2	8.2	30.7	5.2	15.9
(1)衣料品専門店	100.0	67.6	28.2	19.7	12.8	5.4	1.5	7.8	17.5	2.3	4.9
(2)食料品専門店	100.0	41.0	14.3	8.8	14.0	2.5	1.4	7.5	31.2	4.4	15.9
(3)住関連専門店	100.0	33.7	11.1	8.2	10.6	2.6	1.1	8.5	33.3	6.2	18.3
8. 中心店	100.0	35.4	12.0	8.8	10.5	2.6	1.4	6.5	28.6	4.9	24.6
(1)衣料品中心店	100.0	59.6	22.3	17.5	13.2	4.7	1.8	7.5	19.5	2.8	10.6
(2)食料品中心店	100.0	26.8	8.7	5.7	9.6	1.5	1.4	5.5	30.3	4.0	33.3
(3)住関連中心店	100.0	31.7	10.2	7.5	10.1	2.5	1.3	7.0	31.3	6.6	23.4
9. その他の小売店	100.0	31.7	9.6	8.6	7.9	4.0	1.5	7.4	31.6	5.2	24.1
うち各種商品取扱店	100.0	31.7	9.6	8.6	7.9	4.0	1.5	7.4	31.6	5.2	24.1

前回(平成14年)調査と比べると、商業集積地区ではその他の小売店が増加となったほかは、すべての業態で減少となった。商業集積地区以外では、総合スーパー、コンビニエンスストア、その他の小売店が増加となり、百貨店、その他のスーパー、ドラッグストアなどが減少となった。

事業所数が多い専門店・中心店は商業集積地区、商業集積地区以外ともに減少、また、住関連スーパーの内数であるホームセンターは、両地区にともに二桁近い増加幅となっている。

コンビニエンスストアは、商業集積地区で大幅な減少となったものの、商業集積地区以外では増加となった。

商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別事業所数の前回比



特性地区別、業態別事業数の前回比

業態別	平成16年 事業所数の前回比 (%)				
	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	▲ 6.1	▲ 1.6	▲ 4.6	▲ 0.7	▲ 4.5
1. 百貨店	▲ 14.3	9.5	▲ 31.6	▲ 40.0	▲ 40.0
(1) 大型百貨店	▲ 13.0	▲ 7.1	▲ 33.3	▲ 75.0	▲ 66.7
(2) その他の百貨店	▲ 42.9	42.9	▲ 30.0	▲ 16.7	0.0
2. 総合スーパー	▲ 0.2	5.2	▲ 4.0	12.8	4.5
(1) 大型総合スーパー	▲ 0.9	6.7	▲ 6.5	10.3	8.9
(2) 中型総合スーパー	6.6	0.0	9.4	37.5	▲ 30.0
3. 専門スーパー	▲ 5.6	▲ 1.5	▲ 2.8	4.5	3.6
(1) 衣料品スーパー	▲ 9.9	▲ 8.5	▲ 2.2	1.5	▲ 2.1
(2) 食料品スーパー	1.4	10.9	2.4	14.3	11.1
(3) 住関連スーパー	▲ 12.5	▲ 14.1	▲ 11.3	▲ 2.4	▲ 3.9
うちホームセンター	9.0	8.2	5.6	18.2	11.3
4. コンビニエンスストア	▲ 1.3	7.2	0.9	6.0	6.0
うち終日営業店	0.4	10.5	5.9	10.1	11.3
5. ドラッグストア	▲ 15.0	▲ 6.2	▲ 7.1	2.0	▲ 12.2
6. その他のスーパー	▲ 15.5	▲ 15.1	▲ 13.1	▲ 12.6	▲ 10.1
うち各種商品取扱店	8.9	▲ 5.6	▲ 0.4	▲ 6.8	▲ 13.8
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 5.6	▲ 1.4	▲ 4.5	▲ 0.8	▲ 4.8
(1) 衣料品専門店 + 中心店	▲ 3.7	0.3	▲ 4.8	2.4	▲ 4.2
(2) 食料品専門店 + 中心店	▲ 7.2	▲ 2.1	▲ 6.4	▲ 3.1	▲ 6.0
(3) 住関連専門店 + 中心店	▲ 5.8	▲ 1.4	▲ 3.5	▲ 0.3	▲ 4.0
9. その他の小売店	24.1	18.5	26.1	19.7	9.5
うち各種商品取扱店	28.0	22.8	30.8	27.3	28.2

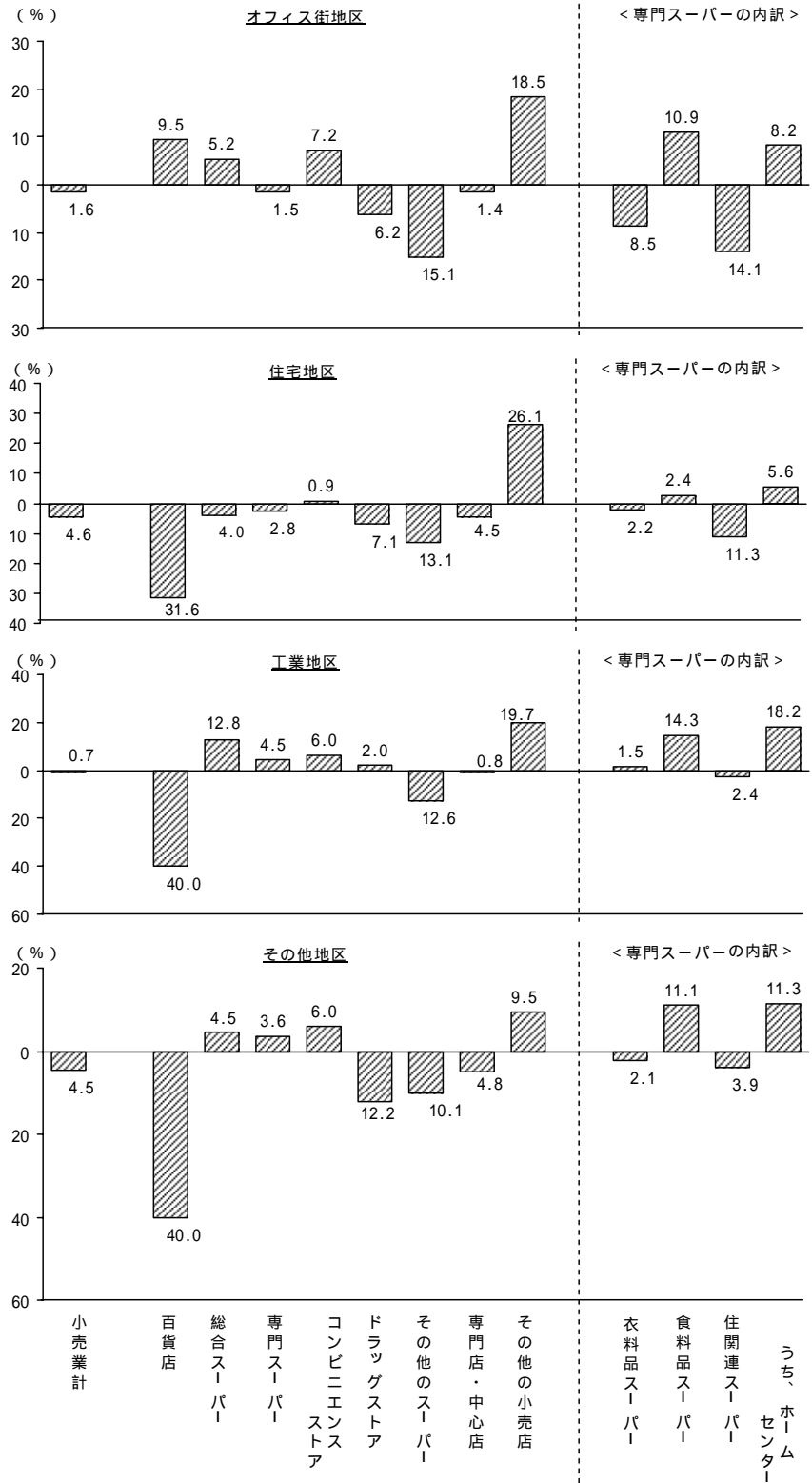
## 特性地区別、業態別事業所数の前回比

オフィス街地区では、百貨店、総合スーパーなどが増加となり、専門スーパー、ドラッグストアなどが減少となっている。このうち、その他のスーパー、その他の小売店はそれぞれ二桁の減、増となっている。

住宅地区ではコンビニエンスストア、その他の小売店の増加を除き、百貨店、総合スーパーなどすべての業態で減少となっており、なかでも百貨店は3割を超える減少となっている。

工業地区では、百貨店、その他のスーパー、専門店・中心店が減少となり、特に百貨店は大幅な減少となっている。総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストアなどが増加となっている。

その他地区では、百貨店が大幅な減少となったほか、ドラッグストア、その他のスーパーなどが減少となり、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストアなどが増加となっている。



## (2) 年間商品販売額

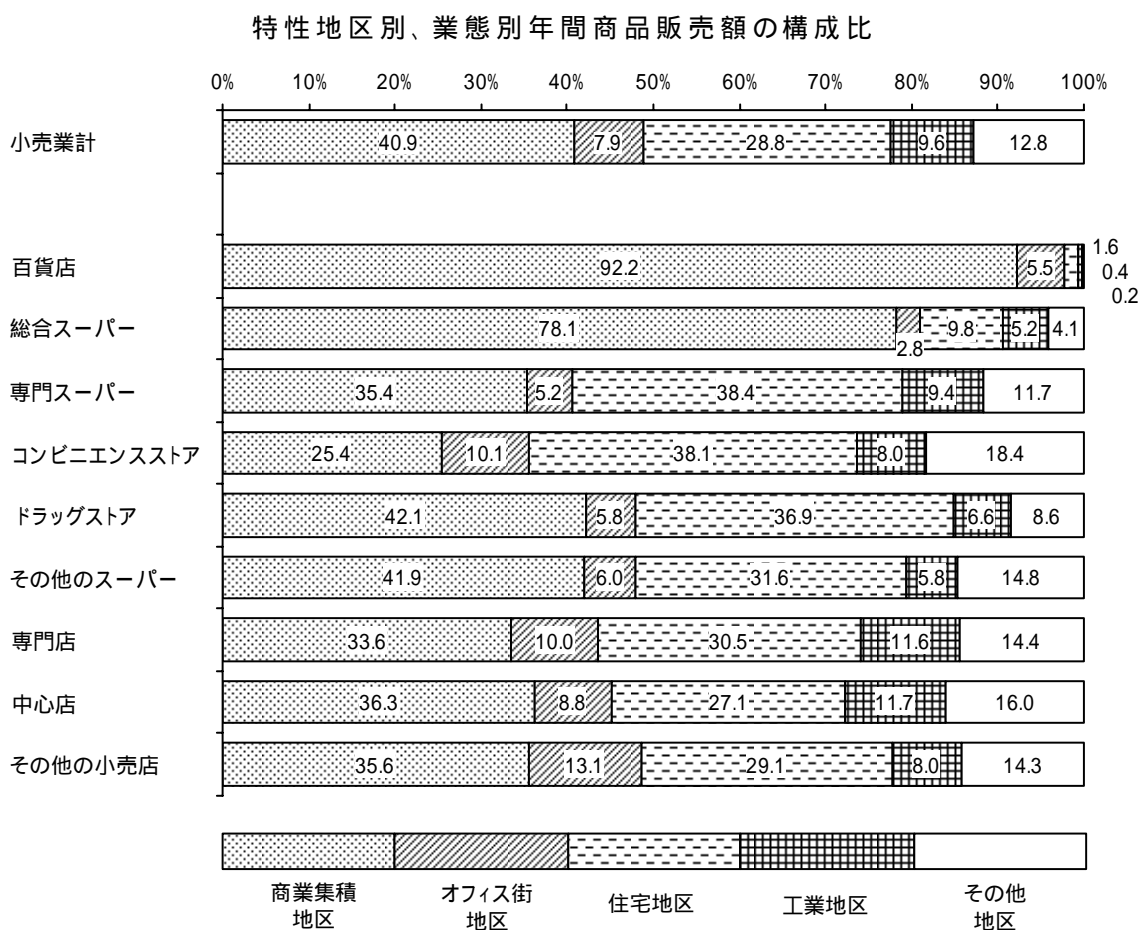
特性地区別年間商品販売額を業態別にみると、商業集積地区での立地が多い百貨店は、年間商品販売額でも商業集積地区が9割超とそのほとんどを占めている。

総合スーパーは、商業集積地区が年間商品販売額の8割弱とその大半を占め、次いで住宅地区が1割弱を占めている。

専門スーパー、コンビニエンスストアの年間商品販売額の割合が高いのは、住宅地区で、それぞれ4割近くを占めている。

ドラッグストア、その他のスーパー、専門店、中心店の年間商品販売額は、事業所数と同様に商業集積地区の割合が最も高く、いずれも3割強から4割強を占めている。次いで割合が高いのは住宅地区で、この2地区で概ねそれぞれの年間商品販売額の6～8割を占めている。

年間商品販売額の構成比については、百貨店、総合スーパーでは、事業所数と同様に商業集積地区に特化しており、このほかの業態では商業集積地区と住宅地区が大半を占めている。



商業集積地区の内訳をみると、その他の小売店を除くすべての業態で、駅周辺型の販売額割合が最も高くなっている。

百貨店については、立地が多い駅周辺型(商業集積地区に占める構成比 58.1%)、市街地型(同 38.5%)の販売額割合が高く、この2地区で97%と商業集積地区の年間商品販売額のほとんどを占めている。

総合スーパーについては、駅周辺型(同 35.3%)の販売額割合が高い。

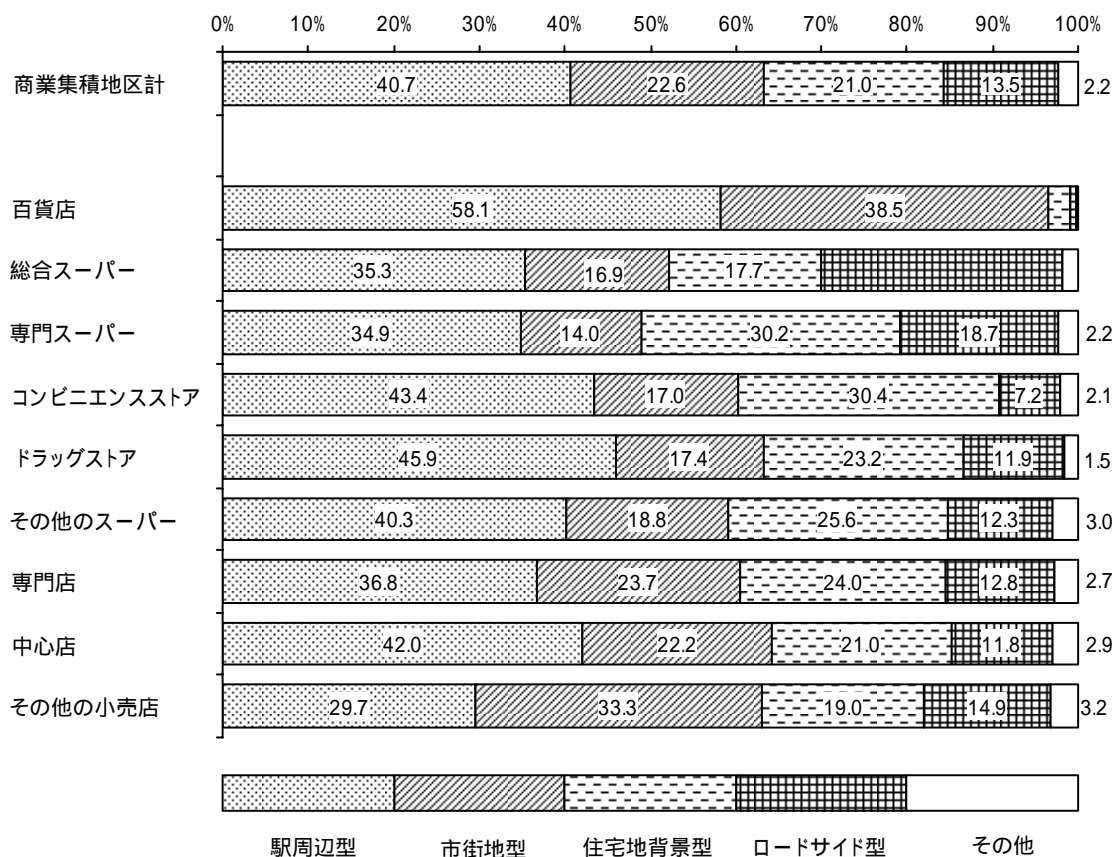
専門スーパーについては、駅周辺型(同 34.9%)、住宅地背景型(同 30.2%)の販売額割合が高い。一方、市街地型(同 14.0%)の販売額割合は他の業態に比べ最も低い。専門スーパーのうち、衣料品スーパー、食料品スーパーについては駅周辺型の商品販売額割合が最も高い。住関連スーパーについては、事業所数と同様にロードサイド型の販売額割合が最も高く、このうち、ホームセンターについては販売額の4割近くをロードサイド型が占めている。

コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパーについては、立地の多い駅周辺型、住宅地背景型の販売額割合が高く、この2地区で概ね7割を占めている。このうち、コンビニエンスストアについては、住宅地背景型(同 30.4%)の販売額割合が他の業態に比べ最も高く、ドラッグストアについては、駅周辺型(同 45.9%)が百貨店に次ぐ高い割合となっている。

専門店、中心店については、駅周辺型の販売額割合が最も高い。また、市街地型の割合が2割超と、他の業態に比べ高いものとなっている。

その他の小売店の販売額割合が高いのは、市街地型、駅周辺型、住宅地背景型の順で、それぞれ販売額の2割～3割超を占めている。このうち、市街地型の割合は、百貨店に次いで高い。

商業集積地区内の業態別年間商品販売額の構成比



特性地区別、業態別年間商品販売額及び構成比

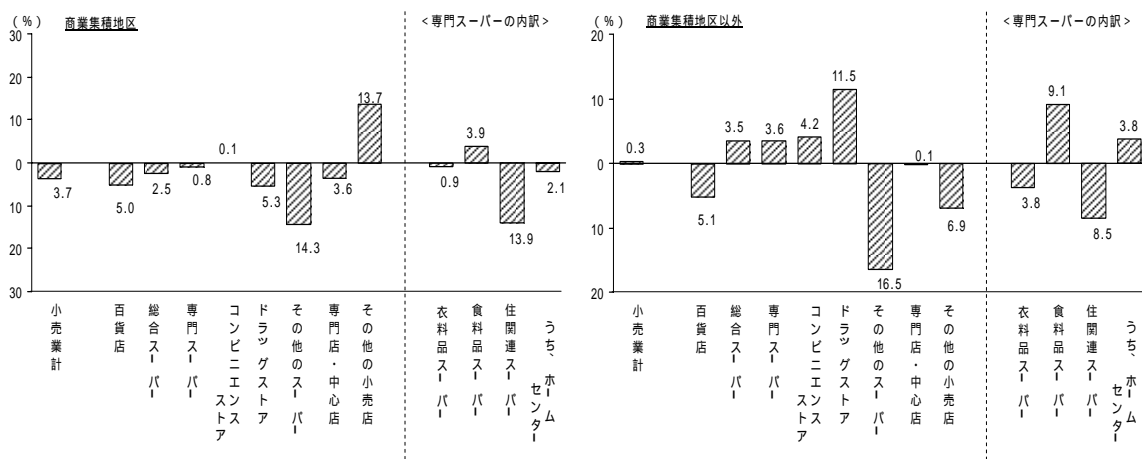
業態別	平成16年 年間商品販売額 (百万円)										
	計	商業集積地区	平 成 1 6 年					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	133,278,631	54,480,411	22,172,750	12,293,252	11,440,769	7,376,857	1,196,783	10,534,758	38,330,740	12,817,616	17,115,106
1. 百貨店	8,002,348	7,381,700	4,290,769	2,845,488	180,982	X	X	443,253	127,998	35,786	13,611
(1)大型百貨店	7,668,578	7,285,459	X	X	180,982	X	X	X	37,886	X	X
(2)その他の百貨店	333,770	96,241	X	X	-	-	-	X	90,113	X	X
2. 総合スーパー	8,406,380	6,561,187	2,317,146	1,107,557	1,158,151	X	X	231,871	826,535	439,212	347,577
(1)大型総合スーパー	7,949,605	6,269,863	2,133,129	1,072,722	1,096,078	1,850,224	117,710	204,722	734,732	407,295	332,994
(2)中型総合スーパー	456,775	291,324	184,017	34,835	62,073	X	X	27,149	91,803	31,916	14,582
3. 専門スーパー	24,101,939	8,529,553	2,974,568	1,191,981	2,577,723	1,594,699	190,583	1,247,924	9,246,529	2,257,672	2,820,261
(1)衣料品スーパー	1,544,556	724,025	298,106	120,348	121,489	173,599	10,484	60,565	486,255	139,169	134,541
(2)食料品スーパー	17,046,994	6,037,231	2,194,477	793,093	2,082,798	831,229	135,634	879,082	6,927,527	1,316,045	1,887,108
(3)住関連スーパー うちホームセンター	5,510,389 3,141,257	1,768,297 858,498	481,986 199,697	278,540 97,836	373,436 206,854	589,871 334,617	44,465 19,494	308,276 143,325	1,832,747 1,067,737	802,458 496,039	798,611 575,658
4. コンビニエンスストア うち終日営業店	6,922,202 6,079,435	1,760,864 1,493,918	763,800 619,492	298,478 259,732	535,089 473,251	126,836 116,448	36,661 24,996	695,884 619,773	2,638,312 2,350,136	552,847 505,670	1,274,295 1,109,937
5. ドラッグストア	2,587,834	1,088,950	499,931	189,373	253,166	129,646	16,835	150,218	956,079	170,170	222,416
6. その他のスーパー うち各種商品取扱店	5,480,581 227,569	2,297,088 87,567	925,347 37,900	431,445 21,182	588,073 16,191	282,885 8,723	69,338 3,571	326,603 14,967	1,730,320 80,454	317,892 17,769	808,678 26,812
7. 専門店	49,970,253	16,766,087	6,167,064	3,981,016	4,025,888	2,137,778	454,342	4,973,391	15,258,873	5,799,805	7,172,097
(1)衣料品専門店	3,972,502	3,014,926	1,396,153	863,810	370,683	329,037	55,242	337,107	440,306	89,982	90,181
(2)食料品専門店	7,023,157	2,749,902	1,046,766	605,086	778,188	210,031	109,831	731,909	2,096,789	672,785	771,772
(3)住関連専門店	38,974,594	11,001,259	3,724,144	2,512,120	2,877,016	1,598,710	289,269	3,904,375	12,721,778	5,037,038	6,310,144
8. 中心店	27,578,452	10,013,645	4,209,930	2,220,855	2,106,273	1,186,256	290,331	2,435,774	7,479,488	3,226,043	4,423,503
(1)衣料品中心店	4,990,462	3,314,152	1,620,573	861,510	469,664	303,365	59,039	570,680	620,539	190,054	295,037
(2)食料品中心店	6,363,561	1,792,649	703,199	334,823	511,003	146,871	96,753	423,809	2,114,669	647,168	1,385,266
(3)住関連中心店	16,224,430	4,906,844	1,886,158	1,024,521	1,125,606	736,020	134,539	1,441,285	4,744,281	2,388,821	2,743,200
9. その他の小売店 うち各種商品取扱店	228,642 228,642	81,337 81,337	24,196 24,196	27,060 27,060	15,425 15,425	12,087 12,087	2,569 2,569	29,842 29,842	66,606 66,606	18,189 18,189	32,668 32,668

業態別	平成16年 年間商品販売額の構成比 (%)										
	計	商業集積地区	平 成 1 6 年					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	100.0	40.9	16.6	9.2	8.6	5.5	0.9	7.9	28.8	9.6	12.8
1. 百貨店	100.0	92.2	53.6	35.6	2.3	X	X	5.5	1.6	0.4	0.2
(1)大型百貨店	100.0	95.0	X	X	2.4	X	X	X	0.5	X	X
(2)その他の百貨店	100.0	28.8	X	X	-	-	-	X	27.0	X	X
2. 総合スーパー	100.0	78.1	27.6	13.2	13.8	X	X	2.8	9.8	5.2	4.1
(1)大型総合スーパー	100.0	78.9	26.8	13.5	13.8	23.3	1.5	2.6	9.2	5.1	4.2
(2)中型総合スーパー	100.0	63.8	40.3	7.6	13.6	X	X	5.9	20.1	7.0	3.2
3. 専門スーパー	100.0	35.4	12.3	4.9	10.7	6.6	0.8	5.2	38.4	9.4	11.7
(1)衣料品スーパー	100.0	46.9	19.3	7.8	7.9	11.2	0.7	3.9	31.5	9.0	8.7
(2)食料品スーパー	100.0	35.4	12.9	4.7	12.2	4.9	0.8	5.2	40.6	7.7	11.1
(3)住関連スーパー うちホームセンター	100.0 100.0	32.1 27.3	8.7 6.4	5.1 3.1	6.8 6.6	10.7 10.7	0.8 0.6	5.6 4.6	33.3 34.0	14.6 15.8	14.5 18.3
4. コンビニエンスストア うち終日営業店	100.0 100.0	25.4 24.6	11.0 10.2	4.3 4.3	7.7 7.8	1.8 1.9	0.5 0.4	10.1 10.2	38.1 38.7	8.0 8.3	18.4 18.3
5. ドラッグストア	100.0	42.1	19.3	7.3	9.8	5.0	0.7	5.8	36.9	6.6	8.6
6. その他のスーパー うち各種商品取扱店	100.0 100.0	41.9 38.5	16.9 16.7	7.9 9.3	10.7 7.1	5.2 3.8	1.3 1.6	6.0 6.6	31.6 35.4	5.8 7.8	14.8 11.8
7. 専門店	100.0	33.6	12.3	8.0	8.1	4.3	0.9	10.0	30.5	11.6	14.4
(1)衣料品専門店	100.0	75.9	35.1	21.7	9.3	8.3	1.4	8.5	11.1	2.3	2.3
(2)食料品専門店	100.0	39.2	14.9	8.6	11.1	3.0	1.6	10.4	29.9	9.6	11.0
(3)住関連専門店	100.0	28.2	9.6	6.4	7.4	4.1	0.7	10.0	32.6	12.9	16.2
8. 中心店	100.0	36.3	15.3	8.1	7.6	4.3	1.1	8.8	27.1	11.7	16.0
(1)衣料品中心店	100.0	66.4	32.5	17.3	9.4	6.1	1.2	11.4	12.4	3.8	5.9
(2)食料品中心店	100.0	28.2	11.1	5.3	8.0	2.3	1.5	6.7	33.2	10.2	21.8
(3)住関連中心店	100.0	30.2	11.6	6.3	6.9	4.5	0.8	8.9	29.2	14.7	16.9
9. その他の小売店 うち各種商品取扱店	100.0 100.0	35.6 35.6	10.6 10.6	11.8 11.8	6.7 6.7	5.3 5.3	1.1 1.1	13.1 13.1	29.1 29.1	8.0 8.0	14.3 14.3

前回比をみると、商業集積地区ではコンビニエンスストアが微増、その他の小売店が増加となったほかはすべての業態で減少となった。

商業集積地区以外では、ドラッグストア、専門スーパー、コンビニエンスストア、専門スーパー、総合スーパーなどが増加となり、百貨店、その他のスーパーなどが減少となっている。なお、住関連スーパーの内数であるホームセンターは増加となった。

商業集積地区、商業集積地区以外別にみた  
業態別年間商品販売額の前回比



特性地区別、業態別年間商品販売額の前回比

業態別	平成16年 年間商品販売額の前回比 (%)				
	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	▲ 3.7	0.3	▲ 1.0	5.4	▲ 0.4
1. 百貨店	▲ 5.0	▲ 3.0	19.9	▲ 46.8	▲ 41.2
(1) 大型百貨店	▲ 4.4	X	▲ 11.3	X	X
(2) その他の百貨店	▲ 37.1	X	40.7	X	X
2. 総合スーパー	▲ 2.5	4.4	▲ 2.3	6.8	14.8
(1) 大型総合スーパー	▲ 2.5	9.0	▲ 5.3	6.2	16.9
(2) 中型総合スーパー	▲ 3.7	▲ 20.9	29.5	15.0	▲ 18.2
3. 専門スーパー	▲ 0.8	1.3	0.6	10.5	10.0
(1) 衣料品スーパー	▲ 0.9	▲ 15.0	▲ 6.2	12.2	▲ 3.6
(2) 食料品スーパー	3.9	11.2	6.0	16.5	15.3
(3) 住関連スーパー	▲ 13.9	▲ 16.6	▲ 14.4	1.6	1.4
うちホームセンター	▲ 2.1	9.3	▲ 2.8	14.3	7.7
4. コンビニエンスストア	0.1	7.3	1.1	6.7	8.1
うち終日営業店	1.4	9.2	5.0	10.9	13.0
5. ドラッグストア	▲ 5.3	13.4	12.9	24.7	▲ 2.8
6. その他のスーパー	▲ 14.3	▲ 19.9	▲ 14.7	▲ 23.5	▲ 15.8
うち各種商品取扱店	30.1	22.6	12.9	17.1	5.7
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 3.6	0.4	▲ 1.1	5.5	▲ 2.5
(1) 衣料品専門店 + 中心店	0.9	24.9	▲ 1.1	22.2	13.6
(2) 食料品専門店 + 中心店	▲ 8.4	4.6	▲ 5.7	2.1	▲ 8.7
(3) 住関連専門店 + 中心店	▲ 3.9	▲ 3.6	0.1	5.6	▲ 1.5
9. その他の小売店	13.7	17.3	▲ 23.0	▲ 15.5	32.3
うち各種商品取扱店	29.5	18.8	40.6	15.1	41.1



## 特性地区別、業態別年間商品販売額の前回比

商業集積地区以外の地区についてみると、専門スーパー、コンビニエンスストアの2業態は、全4地区で前回を上回っている。

専門スーパーの内訳では、主力の食料品スーパーが、住宅地区を除いた3地区でいずれも二桁の大幅な増加となっている。ホームセンターが含まれる住関連スーパーでは、工業地区、その他地区が微増になったものの、残りの2地区が大幅な減少となっている。

商業集積地区以外での年間商品販売額は1割に満たない百貨店では工業地区、その他地区が大幅な減少となっている。

商業集積地区以外での年間商品販売額のウエイトが高い専門店・中心店やその他の小売店は、住宅地区、その他地区で減少となっている。

