

平成19年

商業統計速報

(卸売業・小売業)

平成20年4月3日

経済産業省経済産業政策局調査統計部

目 次

利用上の注意

調査結果の概要	1
Ⅰ. 卸売業	3
1. 事業所数	3
2. 年間商品販売額	7
3. 就業者数	10
Ⅱ. 小売業	15
1. 事業所数	15
2. 年間商品販売額	19
3. 就業者数	22
4. 売場面積	27
Ⅲ. 単位当たりの年間商品販売額（販売効率）	29
1. 卸売業	29
2. 小売業	31
Ⅳ. 都道府県別	35
1. 卸売業	35
2. 小売業	38
Ⅴ. 業態別にみた小売業	44
1. 事業所数	44
2. 年間商品販売額	46
3. 就業者数	47
4. 売場面積	49
5. 単位当たりの年間商品販売額（販売効率）	50
＜＜トピックス＞＞	
Ⅵ. 有料施設内事業所の販売状況	54
1. 駅改札内事業所の販売状況	54
2. 有料道路内事業所の販売状況	62
Ⅶ. 小売業の販売形態	69
1. 無店舗販売の状況	69
2. 通信・カタログ販売の状況	71
Ⅷ. 開業等・廃業等、継続店の状況	74
1. 卸売業の状況	74
2. 小売業の状況	87
統計表	102

概 況

調査結果の概要

- I. 卸売業
 1. 事業所数
 2. 年間商品販売額
 3. 就業者数
- II. 小売業
 1. 事業所数
 2. 年間商品販売額
 3. 就業者数
 4. 売場面積
- III. 単位当たりの年間商品販売額（販売効率）
 1. 卸売業
 2. 小売業
- IV. 都道府県別
 1. 卸売業
 2. 小売業
- V. 業態別にみた小売業
 1. 事業所数
 2. 年間商品販売額
 3. 就業者数
 4. 売場面積
 5. 単位当たりの年間販売額（販売効率）

<<トピックス>>

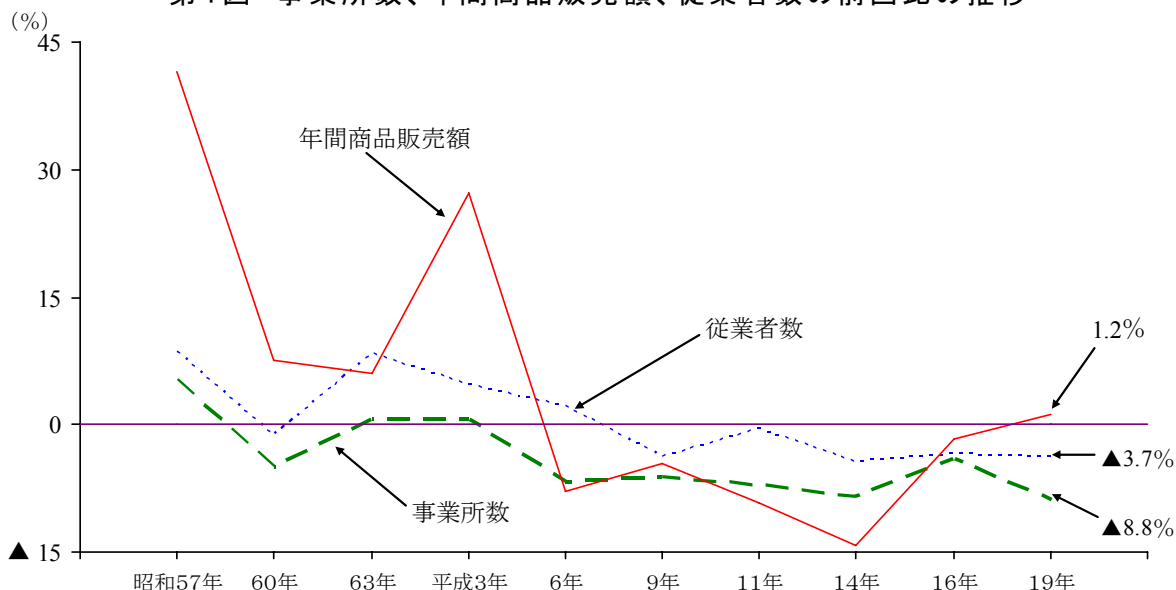
- VI. 有料施設内事業所の販売状況
 1. 駅改札内事業所の販売状況
 2. 有料道路内事業所の販売状況
- VII. 小売業の販売形態
 1. 無店舗販売の状況
 2. 通信・カタログ販売の状況
- VIII. 開業等・転廃業等、継続店の状況
 1. 卸売業の状況
 2. 小売業の状況

調査結果の概要

～ 減少が続く事業所数、年間商品販売額は平成3年調査以来の増加 ～

	商業計	卸売業	小売業
事業所数	147万995事業所	33万4240事業所	113万6755事業所
年間商品販売額	545兆2506億円	410兆6789億円	134兆5717億円
就業者数	1170万6379人	363万9307人	806万7072人

第1図 事業所数、年間商品販売額、従業者数の前回比の推移



(注1) 平成11年調査において、事業所の捕そくを行っており、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) 従業者数は、「個人業主」「無給の家族従業者」「有給役員」「常用雇用者」の合計。

平成19年6月1日現在で実施した商業統計調査における、卸売・小売業の事業所数は147万事業所(前回(平成16年)比▲8.8%減)、年間商品販売額は545兆2506億円(同1.2%増)、就業者数は1171万人(同▲5.1%減)であった。

事業所数は平成6年調査以降6調査連続の減少となったものの、年間商品販売額は6調査ぶりに増加となった。

<総括表> 事業所数、年間商品販売額、就業者数の推移

		昭和57年(6月1日)			昭和60年(5月1日)			昭和63年(6月1日)			平成3年(7月1日)			平成6年(7月1日)		
		実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)
事業所数	合計(店)	2,150,323	100.0	5.3	2,041,660	100.0	▲5.1	2,056,173	100.0	0.7	2,067,206	100.0	0.5	1,929,250	100.0	▲6.7
	卸売業	428,858	19.9	16.3	413,016	20.2	▲3.7	436,421	21.2	5.7	461,623	22.3	9.1	429,302	22.3	▲7.0
	小売業	1,721,465	80.1	2.9	1,628,644	79.8	▲5.4	1,619,752	78.8	▲0.5	1,605,583	77.7	▲1.8	1,499,948	77.7	▲6.6
年間商品販売額	合計(百万円)	492,507,425	100.0	41.5	529,469,703	100.0	7.5	561,323,898	100.0	6.0	713,802,802	100.0	27.2	657,641,928	100.0	▲7.9
	卸売業	398,536,234	80.9	45.2	427,750,891	80.8	7.3	446,483,972	79.5	4.4	571,511,669	80.1	28.4	514,316,863	78.2	▲10.0
	小売業	93,971,191	19.1	27.7	101,718,812	19.2	8.2	114,839,927	20.5	12.9	142,291,133	19.9	22.5	143,325,065	21.8	0.7
就業者数	合計(人)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	うち、従業者数	10,460,345	100.0	8.6	10,327,051	100.0	▲1.3	11,183,062	100.0	8.3	11,709,235	100.0	4.7	11,965,549	100.0	2.2
	卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	うち、従業者数	4,090,919	39.1	11.4	3,998,437	38.7	▲2.3	4,331,727	38.7	8.3	4,709,009	40.2	10.2	4,581,372	38.3	▲2.7
	小売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
うち、従業者数	6,369,426	60.9	6.9	6,328,614	61.3	▲0.6	6,851,335	61.3	8.3	7,000,226	59.8	1.2	7,384,177	61.7	5.5	

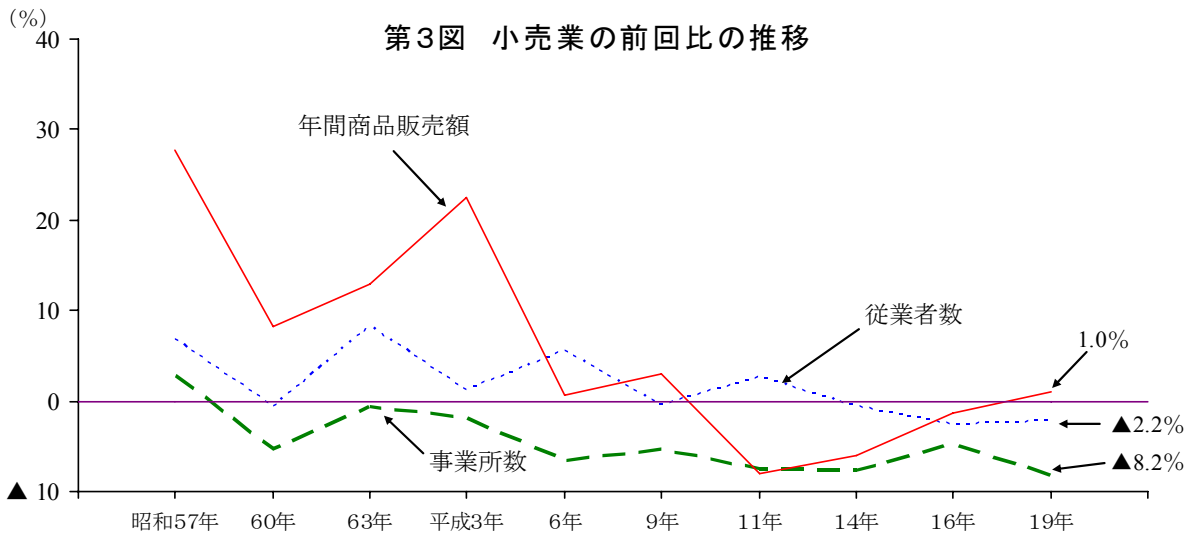
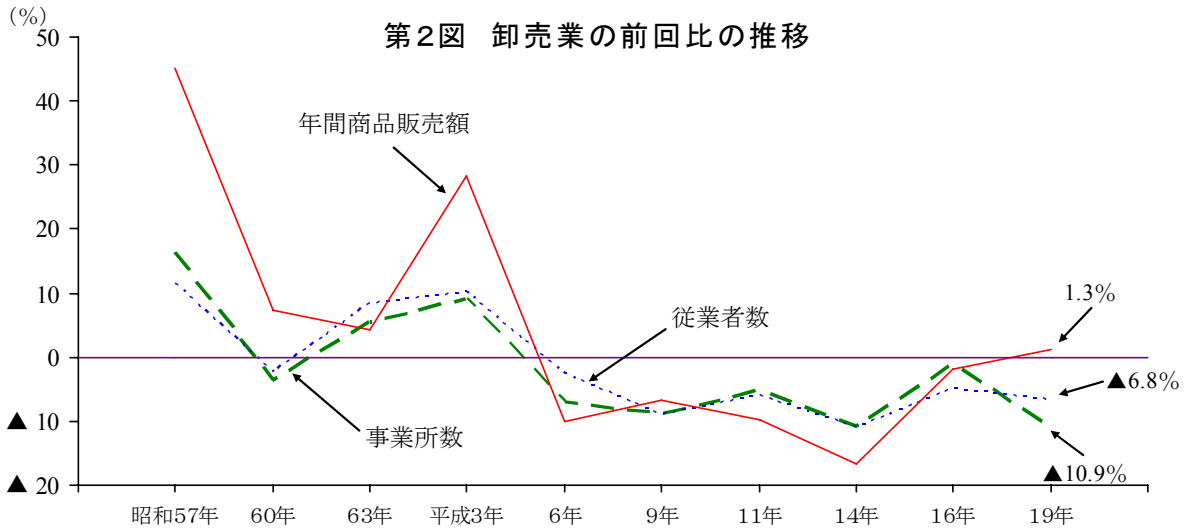
(注1) 表頭中の各年の()内は、各調査年の実施日である。

(注2) 平成6年の産業分類の改訂に伴い、3年の数値は新分類に組み替えており前回比とは一致しない。

(注3) 平成11年調査において事業所の捕そくを行っており、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。

卸売業、小売業別にみると、卸売業は、事業所数が33万事業所(前回は▲10.9%減)と平成6年調査以降6調査連続の減少、一方、年間商品販売額は410兆6789億円(同1.3%増)と平成6年調査以降6調査ぶりの増加、就業者数は364万人(同▲8.0%減)であった。

小売業は、事業所数が114万事業所(前回は▲8.2%減)と昭和60年調査以降9調査連続の減少、年間商品販売額が134兆5717億円(同1.0%増)と4調査ぶりの増加、就業者数は806万7千人(同▲3.7%減)であった。



(注1) 平成11年調査において、事業所の捕そくを行っており、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) 従業者数は、「個人業主」「無給の家族従業者」「有給役員」「常用雇用者」の合計。

平成9年(6月1日)			平成11年(7月1日)			平成14年(6月1日)			平成16年(6月1日)			平成19年(6月1日)		
実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)	実数	構成比(%)	前回比(%)
1,811,270	100.0	▲6.1	1,832,734	100.0	▲7.0	1,679,606	100.0	▲8.4	1,613,318	100.0	▲3.9	1,470,995	100.0	▲8.8
391,574	21.6	▲8.8	425,850	23.2	▲5.2	379,549	22.6	▲10.9	375,269	23.3	▲1.1	334,240	22.7	▲10.9
1,419,696	78.4	▲5.4	1,406,884	76.8	▲7.5	1,300,057	77.4	▲7.6	1,238,049	76.7	▲4.8	1,136,755	77.3	▲8.2
627,556,411	100.0	▲4.6	639,285,131	100.0	▲9.3	548,464,125	100.0	▲14.2	538,775,810	100.0	▲1.8	545,250,569	100.0	1.2
479,813,295	76.5	▲6.7	495,452,580	77.5	▲9.7	413,354,831	75.4	▲16.6	405,497,180	75.3	▲1.9	410,678,894	75.3	1.3
147,743,116	23.5	3.1	143,832,551	22.5	▲8.0	135,109,295	24.6	▲6.1	133,278,631	24.7	▲1.4	134,571,675	24.7	1.0
-	-	-	13,197,622	100.0	-	12,613,270	100.0	▲4.4	12,333,889	100.0	▲2.2	11,706,379	100.0	▲5.1
11,515,397	100.0	▲3.8	12,524,768	94.9	▲0.5	11,974,766	94.9	▲4.4	11,565,953	93.8	▲3.4	11,133,882	95.1	▲3.7
-	-	-	4,675,300	35.4	-	4,172,696	33.1	▲10.8	3,957,154	32.1	▲5.2	3,639,307	31.1	▲8.0
4,164,685	36.2	▲9.1	4,496,210	34.1	▲5.9	4,001,961	31.7	▲11.0	3,803,652	30.8	▲5.0	3,544,507	30.3	▲6.8
-	-	-	8,522,322	64.6	-	8,440,574	66.9	▲1.0	8,376,735	67.9	▲0.8	8,067,072	68.9	▲3.7
7,350,712	63.8	▲0.5	8,028,558	60.8	2.6	7,972,805	63.2	▲0.7	7,762,301	62.9	▲2.6	7,589,375	64.8	▲2.2

(注4) 就業者数は、従業者数に臨時雇用者数及び「他からの派遣・受入者数」を加え、「他への派遣・出向者」を除いたもの(ただし、「他への派遣・出向者」は平成16年から調査を始めたため、平成11年及び14年は「他への派遣・出向者」は除いていない)(就業者数は平成11年から調査)。

(注5) 平成19年調査より、駅敷地内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

I. 卸売業

～ 事業所数、就業者数はともに減少、年間商品販売額は増加 ～

1. 事業所数

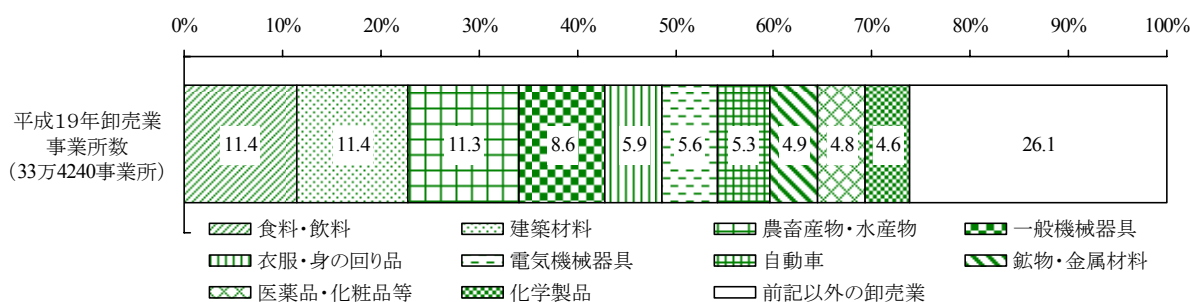
～ 事業所数は、ほとんどの業種が減少 ～

平成19年調査における全国の商業事業所数は、147万995事業所（前回は▲8.8%減）であった。このうち、22.7%を占める卸売業の事業所数は、33万4240事業所、前回は▲10.9%減と平成6年調査以降6調査連続の減少となっている。

(1) 業種別の事業所数

① 業種別にみると、他に分類されない卸売業（4万5千事業所、構成比13.6%）、食料・飲料卸売業（3万8千事業所、同11.4%）、建築材料卸売業（3万8千事業所、同11.4%）、農畜産物・水産物卸売業（3万8千事業所、同11.3%）、一般機械器具卸売業（2万9千事業所、同8.6%）がそれぞれ2万事業所を超えており、これら上位5業種で卸売業全体の56.3%を占めている。以下、衣服・身の回り品卸売業（2万事業所、同5.9%）、電気機械器具卸売業（1万9千事業所、同5.6%）、自動車卸売業（1万8千事業所、同5.3%）の順となっている。

第I-1図 卸売業の業種別事業所数の構成比



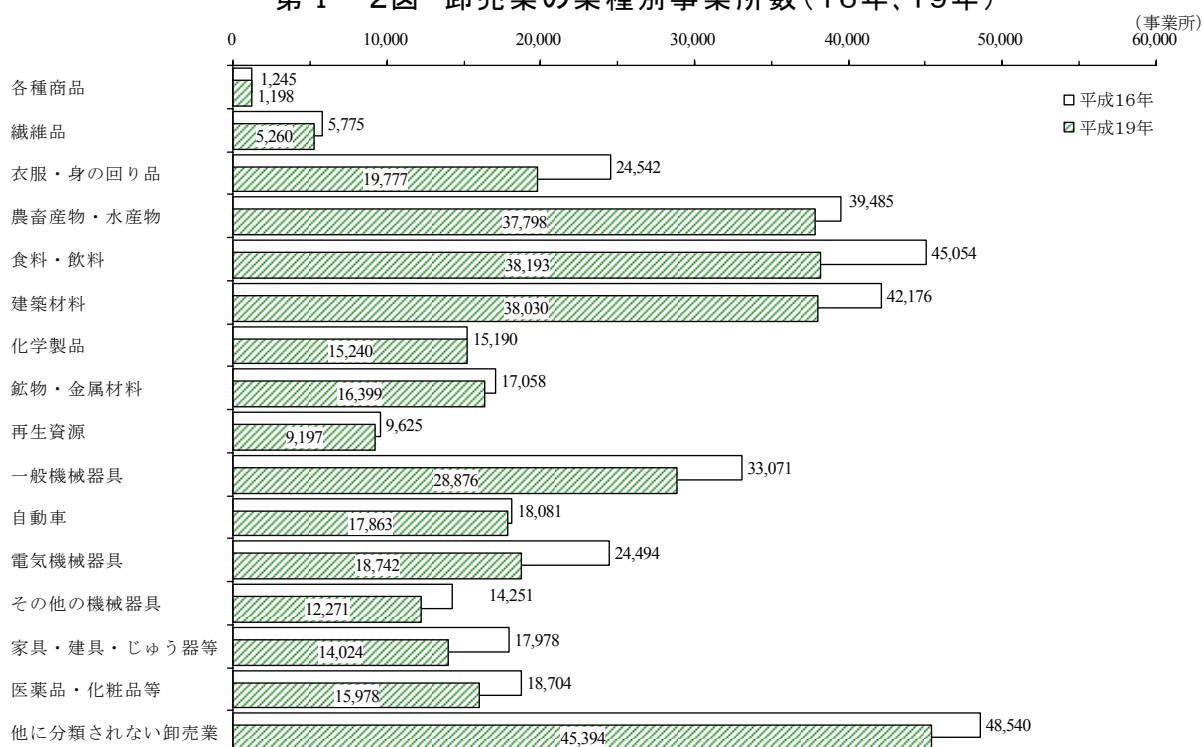
第I-1表 卸売業の業種別事業所数

業種	事業所数				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回は (%)
			平成16年	平成19年	19年/16年
卸売業計	375,269	334,240	100.0	100.0	▲ 10.9
各種商品卸売業	1,245	1,198	0.3	0.4	▲ 3.8
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	5,775	5,260	1.5	1.6	▲ 8.9
衣服・身の回り品卸売業	24,542	19,777	6.5	5.9	▲ 19.4
農畜産物・水産物卸売業	39,485	37,798	10.5	11.3	▲ 4.3
食料・飲料卸売業	45,054	38,193	12.0	11.4	▲ 15.2
建築材料卸売業	42,176	38,030	11.2	11.4	▲ 9.8
化学製品卸売業	15,190	15,240	4.0	4.6	0.3
鉱物・金属材料卸売業	17,058	16,399	4.5	4.9	▲ 3.9
再生資源卸売業	9,625	9,197	2.6	2.8	▲ 4.4
一般機械器具卸売業	33,071	28,876	8.8	8.6	▲ 12.7
自動車卸売業	18,081	17,863	4.8	5.3	▲ 1.2
電気機械器具卸売業	24,494	18,742	6.5	5.6	▲ 23.5
その他の機械器具卸売業	14,251	12,271	3.8	3.7	▲ 13.9
家具・建具・じゅう器等卸売業	17,978	14,024	4.8	4.2	▲ 22.0
医薬品・化粧品等卸売業	18,704	15,978	5.0	4.8	▲ 14.6
他に分類されない卸売業	48,540	45,394	12.9	13.6	▲ 6.5

② 業種別に前回比をみると、食料・飲料卸売業（前回比▲15.2%減）、電気機械器具卸売業（同▲23.5%減）、衣服・身の回り品卸売業（同▲19.4%減）、一般機械器具卸売業（同▲12.7%減）、家具・建具・じゅう器等卸売業（同▲22.0%増）など7業種で2桁の減少となったほか、建築材料卸売業（同▲9.8%減）、他に分類されない卸売業（同▲6.5%減）など、化学製品卸売業（同 0.3%増）を除く全業種で減少となっている。

これらの全般的な事業所数の減少の要因を業種別にみると、食料・飲料卸売業では受発注システムの進展により本社等拠点事業所と販売先を直結するなどの効率化の進展、電気機械器具卸売業では企業内における本店・支店業務の見直しなどによる流通体制の合理化、メーカー内の営業所の統廃合、販売促進業務への特化、衣服・身の回り品卸売業では多様化する消費者ニーズへの迅速な対応を目指すため、川上企業が小売と直結した事業展開を行うことによる、いわゆる卸売の「中抜き」の進展などがあげられる。

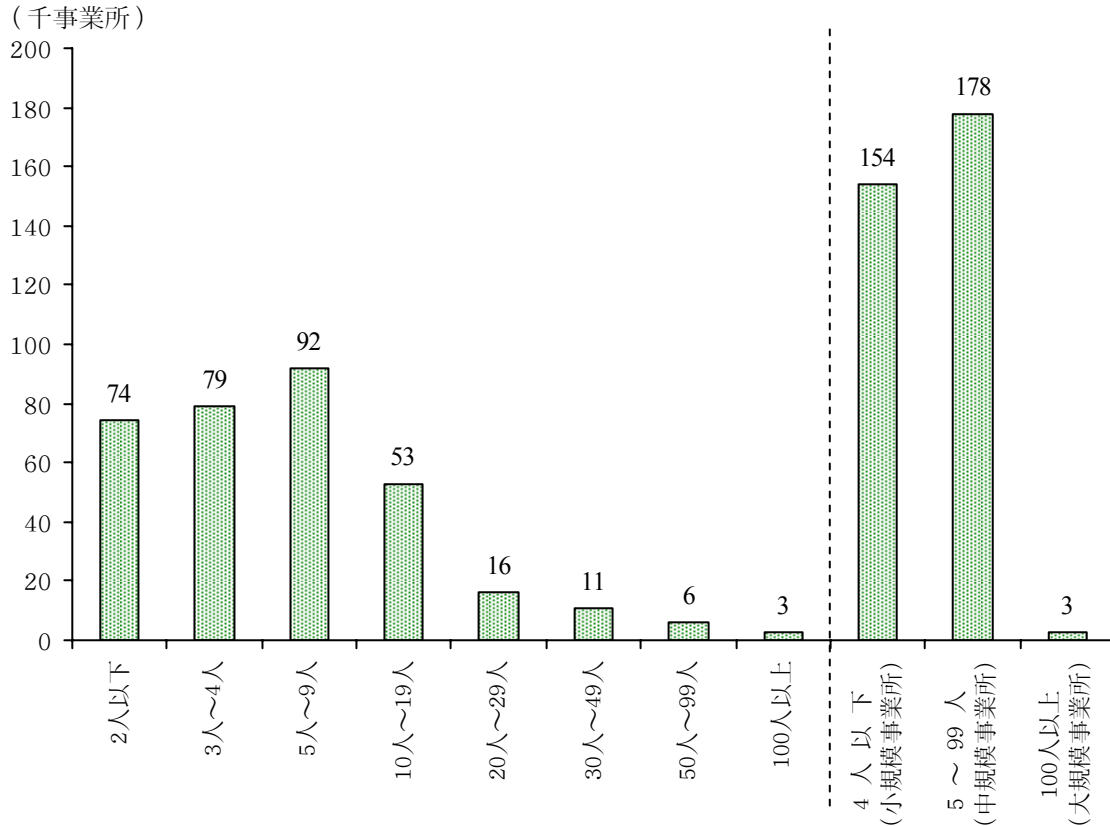
第 I - 2 図 卸売業の業種別事業所数(16年、19年)



(2) 就業者規模別の事業所数

- ① 就業者規模別（パート・アルバイトは労働時間の8時間換算値を使用）にみると、5人～9人規模（構成比27.6%）、3人～4人規模（同23.8%）、2人以下規模（同22.2%）、10人～19人規模（同15.7%）の順に多く、就業者20人未満の事業所が卸売業全体の89.3%を占めている。

第 I - 3 図 卸売業の就業者規模別事業所数



(3) 経営組織別の事業所数

- ① 経営組織別に構成比をみると、法人事業所が81.7%、個人事業所が18.3%と前回に比べて法人事業所の割合が0.5%ポイント高まっている。
- ② 前回比をみると、法人事業所は前回比▲10.3%減と平成6年以降6調査連続の減少となっており、個人事業所も同▲13.5%減と昭和60年以降減少が続いている。

第 I - 2 表 卸売業の経営組織別事業所数

経営組織	事業所数				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比 (%) 19年/16年
			平成16年	平成19年	
卸売業計	375,269	334,240	100.0	100.0	▲10.9
法人	304,626	273,141	81.2	81.7	▲10.3
個人	70,643	61,099	18.8	18.3	▲13.5

- ③ 法人事業所における業種別構成比をみると、他に分類されない卸売業が最も多く、次いで建築材料卸売業、食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業、一般機械器具卸売業の順となっており、これら上位5業種で法人事業所の5割強を占めている。

前回比でみると、再生資源卸売業（前回比5.1%増）、化学製品卸売業（同0.8%増）を除く全業種で減少しており、なかでも、電気機械器具卸売業（同▲23.6%減）、食料・飲料卸売業（同▲15.6%）、衣服・身の回り品卸売業（同▲18.4%減）等で事業所数の前回比の落ち込みが2桁台と大きくなっている。

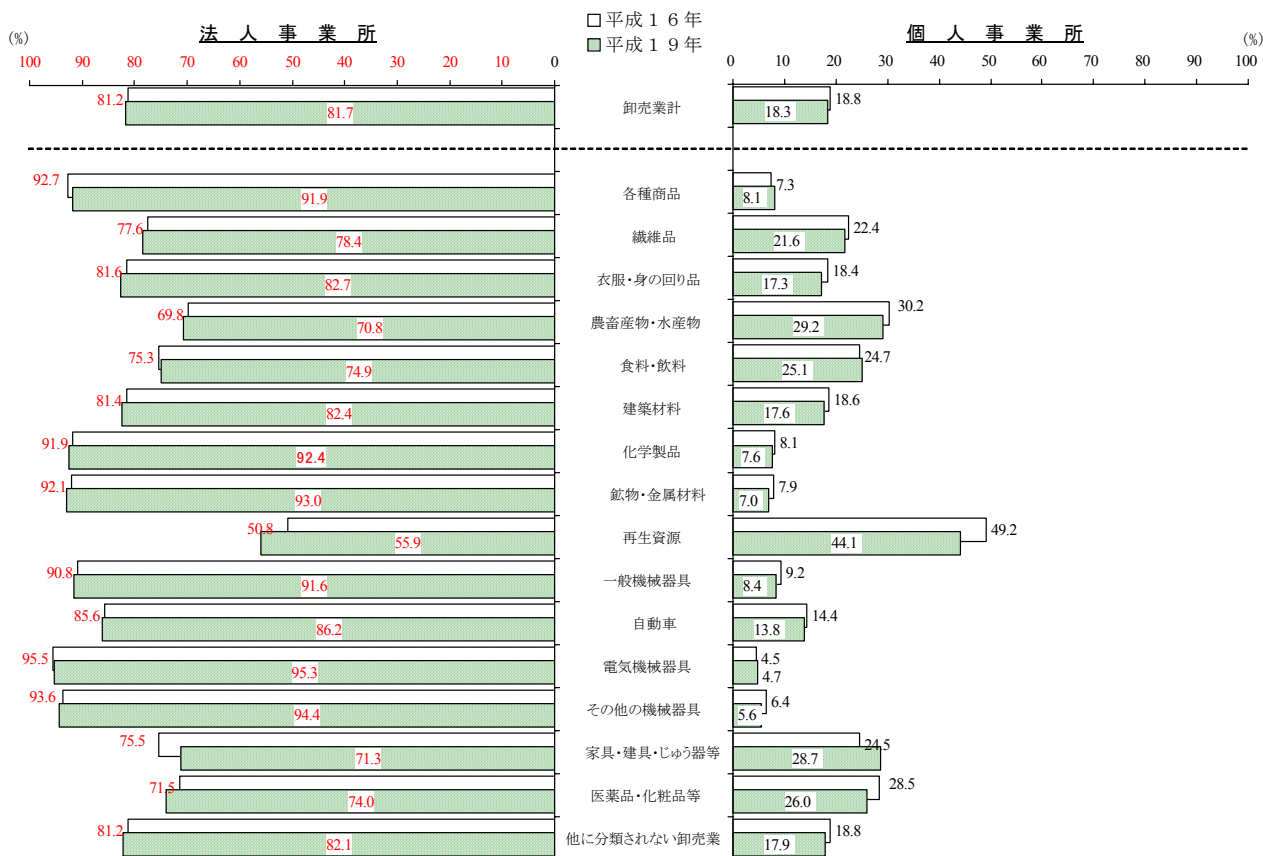
④ 個人事業所における業種別構成比をみると、農畜産物・水産物卸売業、食料・飲料卸売業、他に分類されない卸売業、建築材料卸売業の順に事業所数が多く、これら上位4業種で個人事業所の約6割を占めている。

前回比をみると、各種商品卸売業（前回比6.6%増）を除く全業種で減少しており、食料・飲料卸売業（同▲14.1%減）、医薬品・化粧品等卸売業（同▲22.1%減）、建築材料卸売業（同▲14.7%）など大幅な減少となっている。

第I-3表 卸売業の経営組織別・業種別事業所数

業 種	事 業 所 数									
	法人事業所					個人事業所				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
		平成16年	平成19年	19年/16年			平成16年	平成19年	19年/16年	
卸売業計	304,626	273,141	100.0	100.0	▲ 10.3	70,643	61,099	100.0	100.0	▲ 13.5
各種商品卸売業	1,154	1,101	0.4	0.4	▲ 4.6	91	97	0.1	0.2	▲ 6.6
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	4,484	4,123	1.5	1.5	▲ 8.1	1,291	1,137	1.8	1.9	▲ 11.9
衣服・身の回り品卸売業	20,037	16,353	6.6	6.0	▲ 18.4	4,505	3,424	6.4	5.6	▲ 24.0
農畜産物・水産物卸売業	27,558	26,766	9.0	9.8	▲ 2.9	11,927	11,032	16.9	18.1	▲ 7.5
食料・飲料卸売業	33,915	28,624	11.1	10.5	▲ 15.6	11,139	9,569	15.8	15.7	▲ 14.1
建築材料卸売業	34,318	31,326	11.3	11.5	▲ 8.7	7,858	6,704	11.1	11.0	▲ 14.7
化学製品卸売業	13,963	14,080	4.6	5.2	0.8	1,227	1,160	1.7	1.9	▲ 5.5
鉱物・金属材料卸売業	15,714	15,246	5.2	5.6	▲ 3.0	1,344	1,153	1.9	1.9	▲ 14.2
再生資源卸売業	4,893	5,143	1.6	1.9	5.1	4,732	4,054	6.7	6.6	▲ 14.3
一般機械器具卸売業	30,019	26,452	9.9	9.7	▲ 11.9	3,052	2,424	4.3	4.0	▲ 20.6
自動車卸売業	15,478	15,395	5.1	5.6	▲ 0.5	2,603	2,468	3.7	4.0	▲ 5.2
電気機械器具卸売業	23,381	17,858	7.7	6.5	▲ 23.6	1,113	884	1.6	1.4	▲ 20.6
その他の機械器具卸売業	13,346	11,586	4.4	4.2	▲ 13.2	905	685	1.3	1.1	▲ 24.3
家具・建具・じゅう器等卸売業	13,578	9,996	4.5	3.7	▲ 26.4	4,400	4,028	6.2	6.6	▲ 8.5
医薬品・化粧品等卸売業	13,371	11,825	4.4	4.3	▲ 11.6	5,333	4,153	7.5	6.8	▲ 22.1
他に分類されない卸売業	39,417	37,267	12.9	13.6	▲ 5.5	9,123	8,127	12.9	13.3	▲ 10.9

第I-4図 卸売業の業種別にみた経営組織別事業所数の構成比



2. 年間商品販売額

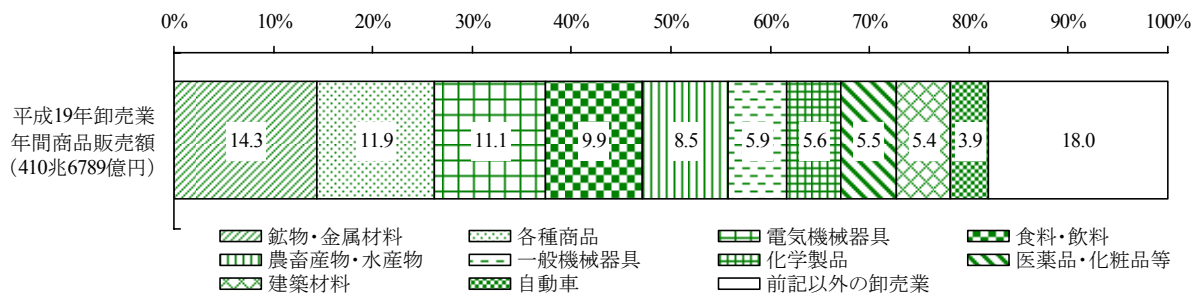
～ 年間商品販売額は、6調査ぶりの増加 ～

平成19年調査における全国の商業事業所の年間商品販売額は、545兆2506億円（前回は1.2%増）であった。このうち、75.3%を占める卸売業の年間商品販売額は、410兆6789億円、前回は1.3%増と、平成3年調査以降6調査ぶりに増加に転じた。

(1) 業種別の年間商品販売額

① 業種別に構成比をみると、鉱物・金属材料卸売業（58兆9千億円、構成比14.3%）、各種商品卸売業（48兆8千億円、同11.9%）、電気機械器具卸売業（45兆円6千億円、同11.1%）、食料・飲料卸売業（40兆5千億円、同9.9%）、他に分類されない卸売業（37兆1千億円、同9.0%）、農畜産物・水産物卸売業（34兆9千億円、同8.5%）の順で、いずれも30兆円を超えており、これら上位6業種で卸売業全体の6割強を占めている。以下、一般機械器具卸売業（24兆2千億円、同5.9%）、化学製品卸売業（22兆9千億円、同5.6%）、医薬品・化粧品等卸売業（22兆6千億円、同5.5%）、建築材料卸売業（22兆2千億円、同5.4%）の順となっている。

第I-5図 卸売業の業種別年間商品販売額の構成比

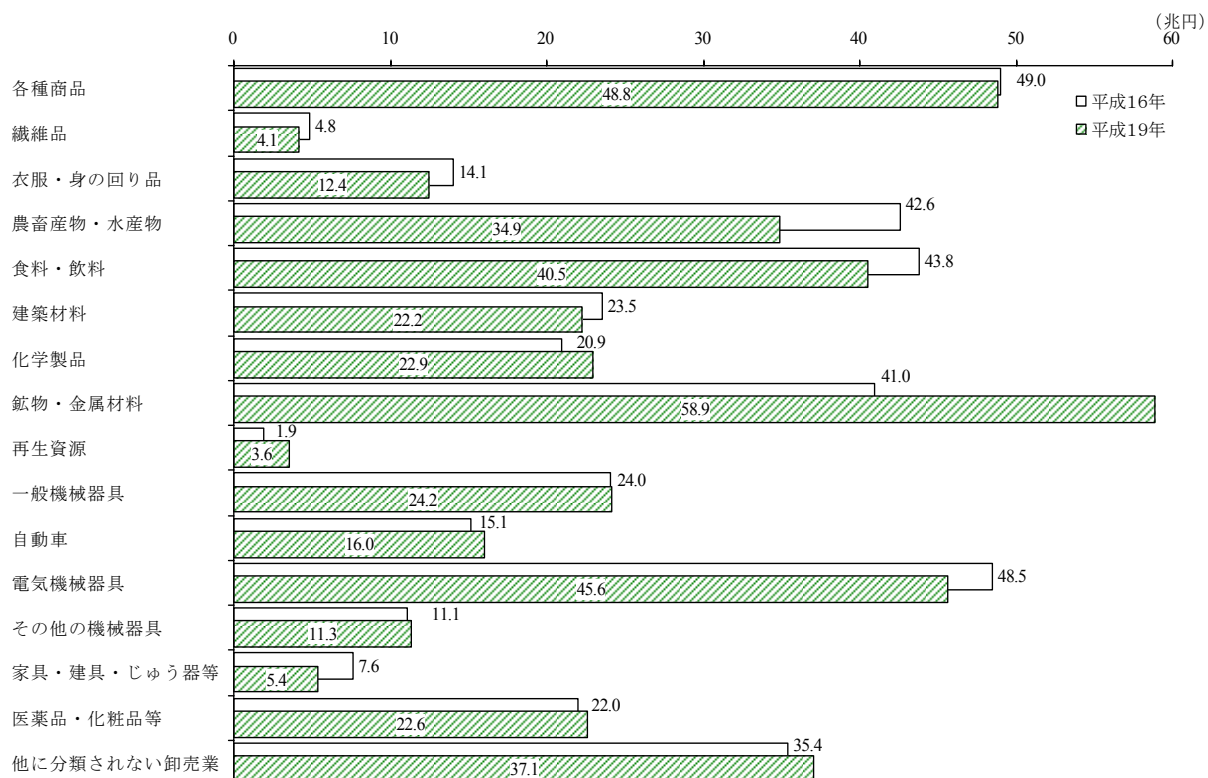


第1-4表 卸売業の業種別年間商品販売額

業種	年間商品販売額(億円)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回は(%)
			平成16年	平成19年	
卸売業計	4,054,972	4,106,789	100.0	100.0	1.3
各種商品卸売業	490,306	487,970	12.1	11.9	▲ 0.5
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	48,229	41,349	1.2	1.0	▲ 14.3
衣服・身の回り品卸売業	140,525	124,336	3.5	3.0	▲ 11.5
農畜産物・水産物卸売業	425,776	348,900	10.5	8.5	▲ 18.1
食料・飲料卸売業	438,122	405,289	10.8	9.9	▲ 7.5
建築材料卸売業	235,415	222,192	5.8	5.4	▲ 5.6
化学製品卸売業	209,392	229,369	5.2	5.6	9.5
鉱物・金属材料卸売業	409,529	588,806	10.1	14.3	43.8
再生資源卸売業	19,182	35,606	0.5	0.9	85.6
一般機械器具卸売業	240,395	241,779	5.9	5.9	0.6
自動車卸売業	151,119	160,383	3.7	3.9	6.1
電気機械器具卸売業	485,250	456,427	12.0	11.1	▲ 5.9
その他の機械器具卸売業	111,074	113,493	2.7	2.8	2.2
家具・建具・じゅう器等卸売業	75,998	54,042	1.9	1.3	▲ 28.9
医薬品・化粧品等卸売業	220,170	226,110	5.4	5.5	2.7
他に分類されない卸売業	354,490	370,738	8.7	9.0	4.6

② 業種別に前回比をみると、鉱物・金属材料卸売業（前回比 43.8%増）が原料価格の高騰から大きく増加したほか、化学製品卸売業（同 9.5%増）もナフサ価格の上昇、再生資源卸売業（同 85.6%増）は金属スクラップや古紙の価格上昇、他に分類されない卸売業（同 4.6%増）、自動車卸売業（同 6.1%増）が輸出向けの乗用車の好調などから増加となるなど、8業種が増加となった。一方、農畜産物・水産物卸売業（同▲18.1%減）及び食料・飲料卸売業（同▲7.5%減）は卸売拠点事業所と小売業者直結などの流通体制の合理化、本支店間の移動を簡素化するなどの企業内経理処理の効率化、電気機械器具卸売業（同▲5.9%減）では製造部門グループにおける販売体制の見直し（営業所の整理・集約、販売促進業務への特化）などにより減少したことなど、8業種は減少となった。

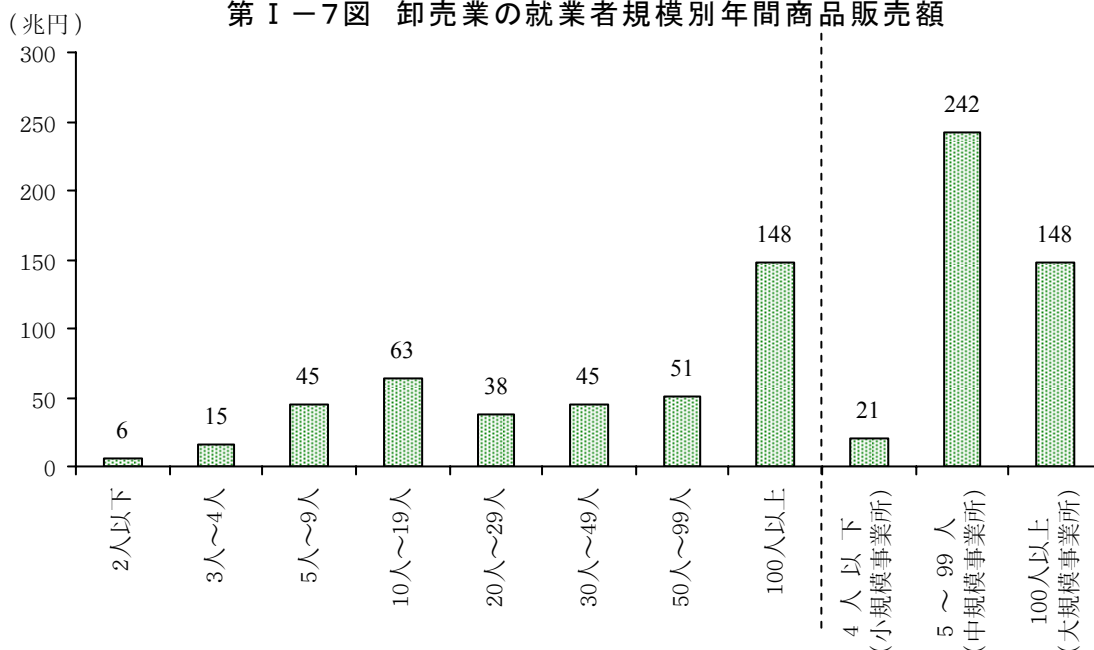
第 I - 6 図 卸売業の業種別年間商品販売額



(2) 就業者規模別の年間商品販売額

就業者規模別にみると、100人以上規模（構成比 35.9%）が4割近くを占めており、次いで10人～19人規模（同 15.4%）、50人～99人規模（同 12.3%）の順となっている。

第 I - 7 図 卸売業の就業者規模別年間商品販売額



(3) 経営組織別の年間商品販売額

- ① 経営組織別に構成比をみると、法人事業所が 99.4%と卸売業のほとんどを占めており、その割合は調査実施ごとに拡大している。
- ② 前回はをみると、法人事業所が前回は 1.4%増、個人事業所が同▲19.1%減となり、法人事業所の前回は増加に転じた。

第 I - 5 表 卸売業の経営組織別年間商品販売額

経営組織	年間商品販売額 (億円)				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回は (%)
			平成16年	平成19年	19年/16年
卸売業計	4,054,972	4,106,789	100.0	100.0	1.3
法人	4,025,874	4,083,234	99.3	99.4	1.4
個人	29,098	23,555	0.7	0.6	▲19.1

- ③ 法人事業所について業種別構成比をみると、鉱物・金属材料卸売業、各種商品卸売業、電気機械器具卸売業、食料・飲料卸売業、他に分類されない卸売業、農畜産物・水産物卸売業の順となっており、これら上位 6 業種で法人事業所の 6 割強を占めている。

前回はをみると、鉱物・金属材料卸売業（前回は 43.9%増）、化学製品卸売業（同 9.6%増）、他に分類されない卸売業（同 4.8%増）など 8 業種で増加、農畜産物・水産物卸売業（同▲18.1%減）、食料・飲料卸売業（同▲7.3%減）など 8 業種で減少となっている。

- ④ 個人事業所について業種別構成比をみると、農畜産物・水産物卸売業が最も多く、次いで食料・飲料卸売業、他に分類されない卸売業、建築材料卸売業の順となっており、これら上位 4 業種で個人事業所の 6 割弱を占めている。

前回はをみると、再生資源卸売業を除くほとんどの業種で 2 桁台の大幅な減少となっており、農畜産物・水産物卸売業（前回は▲15.9%減）、食料・飲料卸売業（同▲27.4%減）、建築材料卸売業（同▲24.1%減）、他に分類されない卸売業（▲18.4%減）、衣服・身の回り品卸売業（同▲35.2%減）、医薬品・化粧品等卸売業（同▲27.8%減）、家具・建具・じゅう器等卸売業（同▲30.1%減）などとなっている。

第 I - 6 表 卸売業の経営組織別の業種別年間商品販売額

業種	年間商品販売額 (億円)									
	法人事業所					個人事業所				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回は (%)	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回は (%)
			平成16年	平成19年	19年/16年			平成16年	平成19年	19年/16年
卸売業計	4,025,874	4,083,234	100.0	100.0	1.4	29,098	23,555	100.0	100.0	▲19.1
各種商品卸売業	490,264	487,929	12.2	11.9	▲0.5	42	41	0.1	0.2	▲3.2
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	47,620	40,880	1.2	1.0	▲14.2	608	470	2.1	2.0	▲22.8
衣服・身の回り品卸売業	138,793	123,215	3.4	3.0	▲11.2	1,732	1,121	6.0	4.8	▲35.2
農畜産物・水産物卸売業	418,676	342,925	10.4	8.4	▲18.1	7,101	5,975	24.4	25.4	▲15.9
食料・飲料卸売業	434,287	402,504	10.8	9.9	▲7.3	3,835	2,785	13.2	11.8	▲27.4
建築材料卸売業	232,122	219,693	5.8	5.4	▲5.4	3,293	2,499	11.3	10.6	▲24.1
化学製品卸売業	208,811	228,906	5.2	5.6	9.6	581	463	2.0	2.0	▲20.3
鉱物・金属材料卸売業	408,657	587,971	10.2	14.4	43.9	872	835	3.0	3.5	▲4.2
再生資源卸売業	17,970	33,822	0.4	0.8	88.2	1,212	1,784	4.2	7.6	47.2
一般機械器具卸売業	239,064	240,789	5.9	5.9	0.7	1,331	990	4.6	4.2	▲25.7
自動車卸売業	149,834	159,210	3.7	3.9	6.3	1,285	1,173	4.4	5.0	▲8.7
電気機械器具卸売業	484,741	456,119	12.0	11.2	▲5.9	509	308	1.8	1.3	▲39.5
その他の機械器具卸売業	110,681	113,223	2.7	2.8	2.3	393	270	1.4	1.1	▲31.4
家具・建具・じゅう器等卸売業	74,697	53,132	1.9	1.3	▲28.9	1,301	909	4.5	3.9	▲30.1
医薬品・化粧品等卸売業	218,571	224,956	5.4	5.5	2.9	1,599	1,154	5.5	4.9	▲27.8
他に分類されない卸売業	351,087	367,960	8.7	9.0	4.8	3,404	2,779	11.7	11.8	▲18.4

3. 就業者数

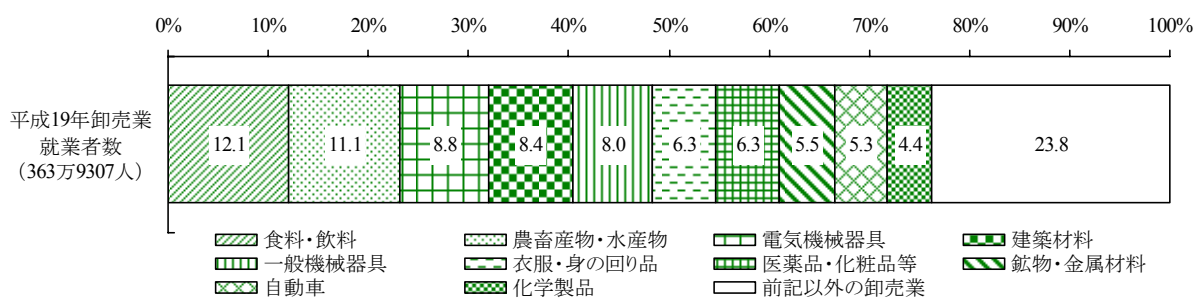
～ 就業者数は、前回に比べ8%の減少 ～

平成19年調査における全国の商業事業所の就業者数は、1171万人、前回比▲5.1%の減少であった。このうち、31.1%を占める卸売業の就業者数は、363万9千人、前回比▲8.0%の減少となっている。

(1) 業種別の就業者数

① 業種別に構成比をみると、他に分類されない卸売業（45万9千人、構成比12.6%）、食料・飲料卸売業（44万人、同12.1%）、農畜産物・水産物卸売業（40万4千人、同11.1%）、電気機械器具卸売業（32万1千人、同8.8%）、建築材料卸売業（30万4千人、同8.4%）がそれぞれ30万人を超えており、これら上位5業種で卸売業全体の53.0%を占めている。以下、一般機械器具卸売業（29万2千人、同8.0%）、衣服・身の回り品卸売業（23万1千人、同6.3%）、医薬品・化粧品等卸売業（23万人、同6.3%）の順となっている。

第I-8図 卸売業の業種別就業者数の構成比

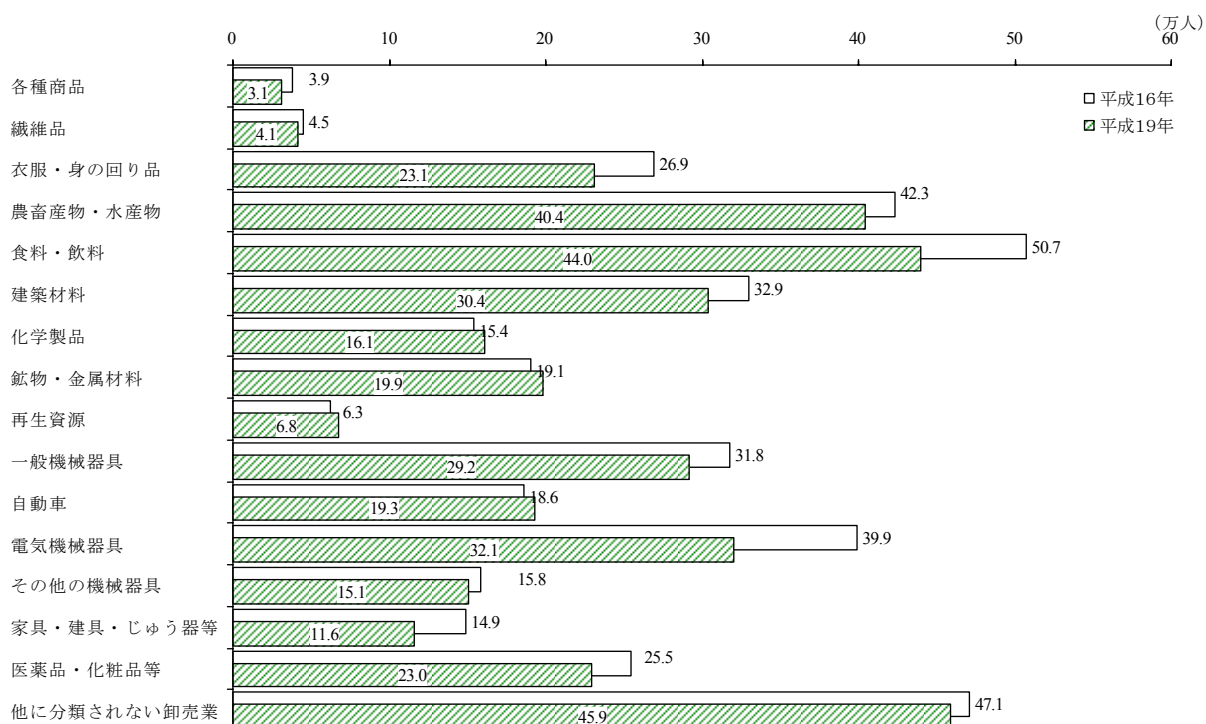


第I-7表 卸売業の業種別就業者数

業種	就業者数(人)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前年比(%)
			平成16年	平成19年	
卸売業計	3,957,154	3,639,307	100.0	100.0	▲ 8.0
各種商品卸売業	38,517	31,277	1.0	0.9	▲ 18.8
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	45,021	41,193	1.1	1.1	▲ 8.5
衣服・身の回り品卸売業	269,348	230,904	6.8	6.3	▲ 14.3
農畜産物・水産物卸売業	423,329	404,355	10.7	11.1	▲ 4.5
食料・飲料卸売業	507,185	440,249	12.8	12.1	▲ 13.2
建築材料卸売業	329,497	304,273	8.3	8.4	▲ 7.7
化学製品卸売業	154,222	160,928	3.9	4.4	4.3
鉱物・金属材料卸売業	190,786	198,575	4.8	5.5	4.1
再生資源卸売業	62,621	67,569	1.6	1.9	7.9
一般機械器具卸売業	317,962	291,805	8.0	8.0	▲ 8.2
自動車卸売業	186,403	192,844	4.7	5.3	3.5
電気機械器具卸売業	399,036	320,569	10.1	8.8	▲ 19.7
その他の機械器具卸売業	158,318	150,502	4.0	4.1	▲ 4.9
家具・建具・じゅう器等卸売業	148,981	116,094	3.8	3.2	▲ 22.1
医薬品・化粧品等卸売業	254,711	229,617	6.4	6.3	▲ 9.9
他に分類されない卸売業	471,217	458,553	11.9	12.6	▲ 2.7

② 前回比をみると、鉱物・金属材料卸売業（前回比 4.1%増）、化学製品卸売業（同 4.3%増）、自動車卸売業（同 3.5%増）、再生資源卸売業（同 7.9%増）の4業種を除き、電気機械器具卸売業（同▲19.7%減）、食料・飲料卸売業（同▲13.2%減）、衣服・身の回り品卸売業（同▲14.3%減）、家具・建具・じゅう器等卸売業（同▲22.1%減）、一般機械器具卸売業（同▲8.2%減）など他の業種は減少となっている。

第 I - 9 図 卸売業の業種別就業者数



③ 就業者数（363万9千人）の内訳をみると、正社員・正職員が249万8千人（構成比 68.6%）、パート・アルバイト等が55万7千人（同 15.3%）、有給役員が40万2千人（同 11.1%）、個人業主及び無給家族従業者が8万7千人（同 2.4%）、他からの派遣・受入者が8万人（同 2.2%）、臨時雇用者が5万7千人（同 1.6%）となっている。

第 I - 8 表 卸売業の就業者数の内訳

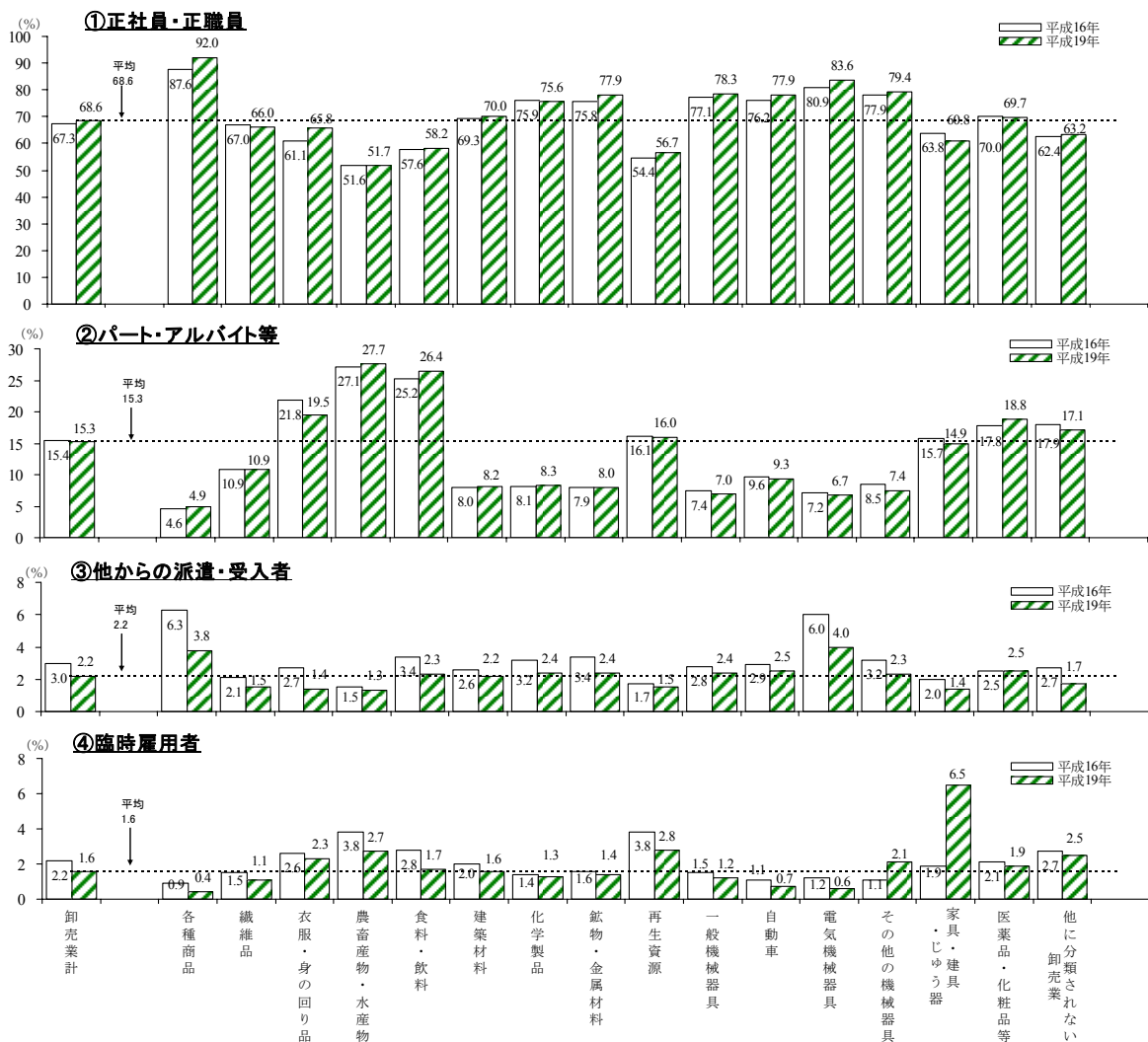
	平成16年	就業者比 (%)	平成19年	就業者比 (%)	前回比 (%)
	(人)		(人)		
卸売就業者数計	3,957,154	—	3,639,307	—	▲ 8.0
個人業主及び無給家族従業者	95,348	2.4	87,420	2.4	▲ 8.3
有給役員	435,389	11.0	402,449	11.1	▲ 7.6
常用雇用者	3,272,915	82.7	3,054,638	83.9	▲ 6.7
正社員・正職員	2,664,184	67.3	2,498,043	68.6	▲ 6.2
パート・アルバイト等	608,731	15.4	556,595	15.3	▲ 8.6
臨時雇用者	85,972	2.2	57,349	1.6	▲ 33.3
他への派遣・出向者	53,017	—	42,711	—	▲ 19.4
他からの派遣・受入者	120,547	3.0	80,162	2.2	▲ 33.5

(注) 就業者数は、従業者数に臨時雇用者数及び「他からの派遣・受入者数」を加え、「他への派遣・出向者」を除いたもの。

④ 就業者数の内訳について業種別にみると、16業種中、「正社員・正職員」の割合が拡大したのは衣服・身の回り品卸売業、各種商品卸売業、再生資源卸売業、鉱物・金属材料卸売業など12業種となった。「パート・アルバイト等」は食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業等7業種で拡大した。「他からの派遣・受入者」の割合は全ての業種で縮小、「臨時雇用者」は家具・建具・じゅう器等卸売業、その他の機械器具卸売業を除き全ての業種で縮小した。

なお、パート・アルバイト等の従業者について、平均的な1日当たりの労働時間である8時間換算した値をみると、44万8640人となっており、前回調査を行った平成14年と比較すると0.2%の増加となった。

第I-10図 卸売業の業種別就業者内訳の構成比



(2) 経営組織別の就業者数

- ① 経営組織別に就業者構成比をみると、法人事業所が 95.2%、個人事業所が 4.8%と法人がそのほとんどを占めている。
- ② 前回はをみると、法人事業所は前回比 ▲7.4%減、個人事業所は同 ▲19.0%減とともに減少となっている。

第 I - 9 表 卸売業の経営組織別就業者数

経営組織	就業者数 (人)				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
卸売業計	3,957,154	3,639,307	100.0	100.0	▲ 8.0
法人	3,743,166	3,465,877	94.6	95.2	▲ 7.4
個人	213,988	173,430	5.4	4.8	▲ 19.0

- ③ 法人事業所について業種別構成比をみると、他に分類されない卸売業、食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業、電気機械器具卸売業、建築材料卸売業の順となっており、これら上位 5 業種で法人の 48.7%を占めている。
- 前回比をみると、鉱物・金属材料卸売業（前回比 4.5%増）、自動車卸売業（同 4.1%増）、化学製品卸売業（同 4.7%増）、再生資源卸売業（同 13.8%増）を除き、電気機械器具卸売業（同 ▲19.6%減）、食料・飲料卸売業（同 ▲12.9%減）、衣服・身の回り品卸売業（同 ▲13.6%減）など 1 2 業種で減少となっている。なかでも、家具・建具・じゅう器等卸売業（同 ▲22.5%減）の落ち込みが大きい。
- ④ 個人事業所について業種別構成比をみると、農畜産物・水産物卸売業、食料・飲料卸売業、他に分類されない卸売業、建築材料卸売業の順となっており、これら上位 4 業種で個人の 50.3%を占めている。
- 前回比をみると、医薬品・化粧品等卸売業（前回比 ▲39.3%減）、食料・飲料卸売業（同 ▲17.3%減）、農畜産物・水産物卸売業（同 ▲12.8%減）などすべての業種が減少となっている。

第 I - 10 表 卸売業の経営組織別・業種別就業者数

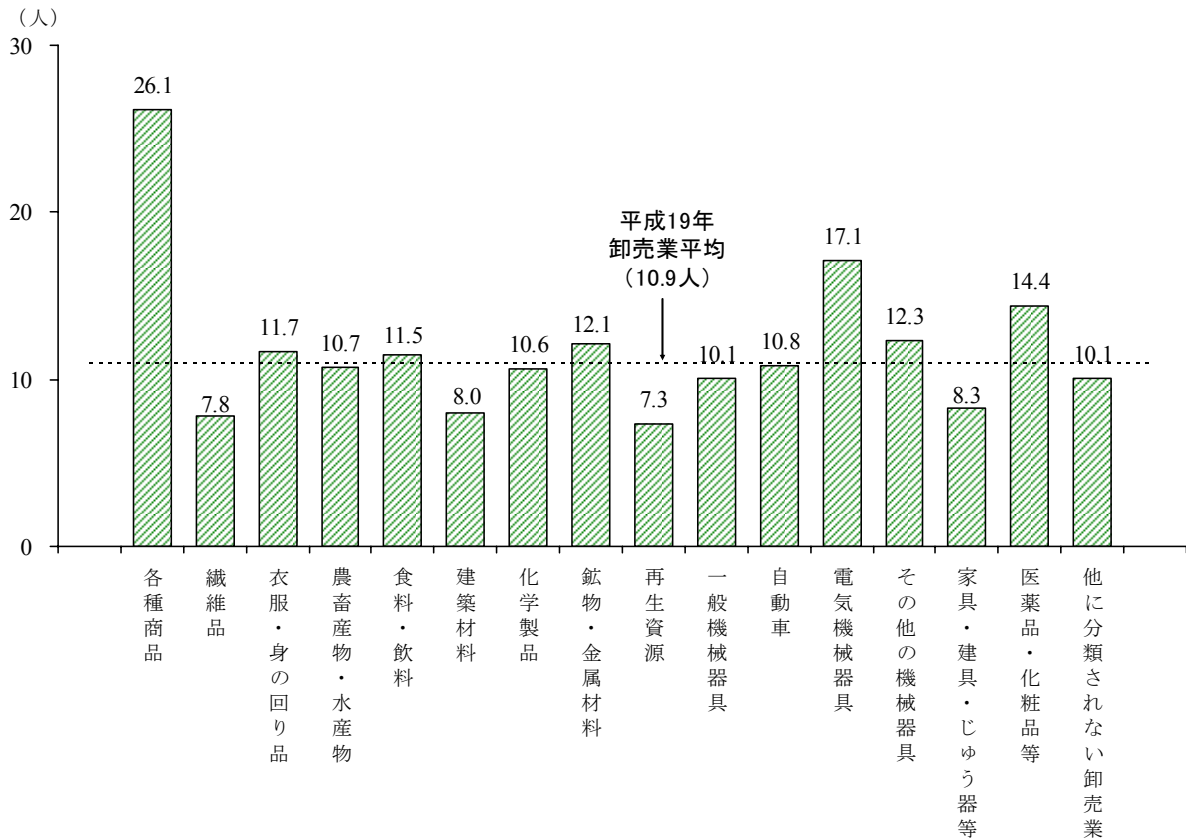
業種	就業者数 (人)									
	法人事業所					個人事業所				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比 (%)	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比 (%)
			平成16年	平成19年	19年/16年			平成16年	平成19年	19年/16年
卸売業計	3,743,166	3,465,877	94.8	91.9	▲ 7.4	213,988	173,430	99.4	81.0	▲ 19.0
各種商品卸売業	38,263	31,026	0.9	0.8	▲ 18.9	254	251	0.1	0.1	▲ 1.2
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	41,888	38,518	1.1	1.0	▲ 8.0	3,133	2,675	1.5	1.2	▲ 14.6
衣服・身の回り品卸売業	258,038	222,943	6.5	5.8	▲ 13.6	11,310	7,961	5.3	3.7	▲ 29.6
農畜産物・水産物卸売業	379,258	365,911	10.1	10.2	▲ 3.5	44,071	38,444	20.5	18.0	▲ 12.8
食料・飲料卸売業	472,615	411,664	12.2	11.1	▲ 12.9	34,570	28,585	16.1	13.4	▲ 17.3
建築材料卸売業	307,695	286,738	7.9	7.7	▲ 6.8	21,802	17,535	10.1	8.2	▲ 19.6
化学製品卸売業	150,873	157,910	3.7	4.1	4.7	3,349	3,018	1.6	1.4	▲ 9.9
鉱物・金属材料卸売業	186,890	195,392	4.6	5.0	4.5	3,896	3,183	1.8	1.5	▲ 18.3
再生資源卸売業	48,711	55,437	1.5	1.7	13.8	13,910	12,132	6.5	5.7	▲ 12.8
一般機械器具卸売業	309,956	285,790	7.6	7.4	▲ 7.8	8,006	6,015	3.7	2.8	▲ 24.9
自動車卸売業	178,981	186,311	4.5	4.9	4.1	7,422	6,533	3.4	3.1	▲ 12.0
電気機械器具卸売業	396,051	318,522	9.6	8.1	▲ 19.6	2,985	2,047	1.4	1.0	▲ 31.4
その他の機械器具卸売業	156,070	148,863	3.8	3.8	▲ 4.6	2,248	1,639	1.0	0.8	▲ 27.1
家具・建具・じゅう器等卸売業	137,310	106,356	3.6	2.9	▲ 22.5	11,671	9,738	5.4	4.5	▲ 16.6
医薬品・化粧品等卸売業	237,014	218,871	6.1	5.8	▲ 7.7	17,697	10,746	8.2	5.0	▲ 39.3
他に分類されない卸売業	443,553	435,625	11.3	11.6	▲ 2.7	27,664	22,928	12.8	10.7	▲ 17.1

(3) 1事業所当たりの就業者数

1事業所当たりの就業者数^(注)は10.9人であった。

業種別にみると、総合商社を含む各種商品卸売業が26.1人、電気機械器具卸売業が17.1人、医薬品・化粧品等卸売業が14.4人、その他の機械器具卸売業が12.3人、鉱物・金属材料卸売業が12.1人、衣服・身の回り品卸売業が11.7人、食料・飲料卸売業が11.5人の順となっている。

第I-11図 卸売業の1事業所当たりの就業者数



(注) 1事業所当たりの就業者数は、パート・アルバイト等について8時間換算した就業者数で算出している。

Ⅱ. 小売業

～ 個人事業所の構成比は5割に縮小、小売店の店舗は大型化 ～

1. 事業所数

～ 事業所数は、ほとんどの業種で減少 ～

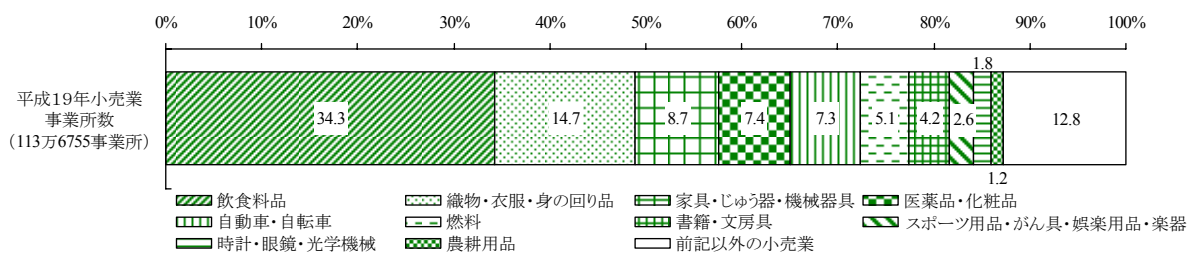
平成19年調査における全国の商業事業所数は、147万995事業所（前回は▲8.8%減）であった。このうち、77.3%を占める小売業の事業所数は113万6755事業所、前回は▲8.2%の減少となっている。小売業の事業所数は、昭和57年調査（172万1465事業所）をピークに減少が続いており、商業統計調査が始まった昭和27年調査（107万9728事業所）以来の低い水準となった。

(1) 業種別の事業所数

① 業種別にみると、飲食料品小売業（38万9千事業所、構成比34.3%）が最も多く、以下、織物・衣服・身の回り品小売業（16万7千事業所、同14.7%）、他に分類されない小売業（13万8千事業所、同12.1%）、家具・じゅう器・機械器具小売業（9万9千事業所、同8.7%）、医薬品・化粧品小売業（8万4千事業所、同7.4%）、自動車・自転車小売業（8万3千事業所、同7.3%）、燃料小売業（5万8千事業所、同5.1%）の順となっている。

なお、自動車・自転車小売業のうち、自動車小売業の事業所数は7万1千事業所（同6.3%）であった。

第Ⅱ-1図 小売業の業種別事業所数の構成比



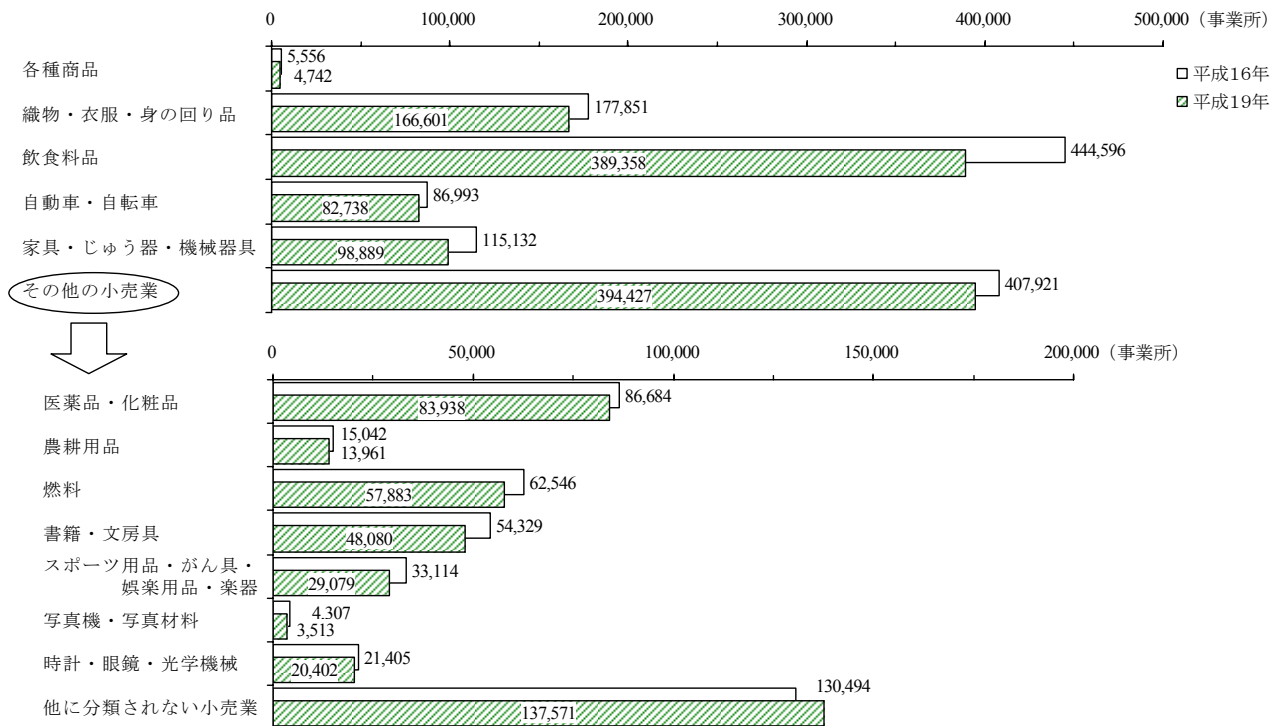
第Ⅱ-1表 小売業の業種別事業所数

業種	事業所数				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回は (%)
			平成16年	平成19年	
小売業計	1,238,049	1,136,755	100.0	100.0	▲ 8.2
各種商品小売業	5,556	4,742	0.4	0.4	▲ 14.7
織物・衣服・身の回り品小売業	177,851	166,601	14.4	14.7	▲ 6.3
飲食料品小売業	444,596	389,358	35.9	34.3	▲ 12.4
自動車・自転車小売業	86,993	82,738	7.0	7.3	▲ 4.9
家具・じゅう器・機械器具小売業	115,132	98,889	9.3	8.7	▲ 14.1
その他の小売業	407,921	394,427	32.9	34.7	▲ 3.3
医薬品・化粧品小売業	86,684	83,938	7.0	7.4	▲ 3.2
農耕用品小売業	15,042	13,961	1.2	1.2	▲ 7.2
燃料小売業	62,546	57,883	5.1	5.1	▲ 7.5
書籍・文房具小売業	54,329	48,080	4.4	4.2	▲ 11.5
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	33,114	29,079	2.7	2.6	▲ 12.2
写真機・写真材料小売業	4,307	3,513	0.3	0.3	▲ 18.4
時計・眼鏡・光学機械小売業	21,405	20,402	1.7	1.8	▲ 4.7
他に分類されない小売業	130,494	137,571	10.5	12.1	5.4

(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

② 前回比をみると、他に分類されない小売業（前回比 5.4%増）を除き、飲食料品小売業（同▲12.4%減）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同▲14.1%減）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲6.3%減）などすべての業種で減少となっている。なお、自動車・自転車小売業のうち、自動車小売業は前回比▲3.4%の減少であった。

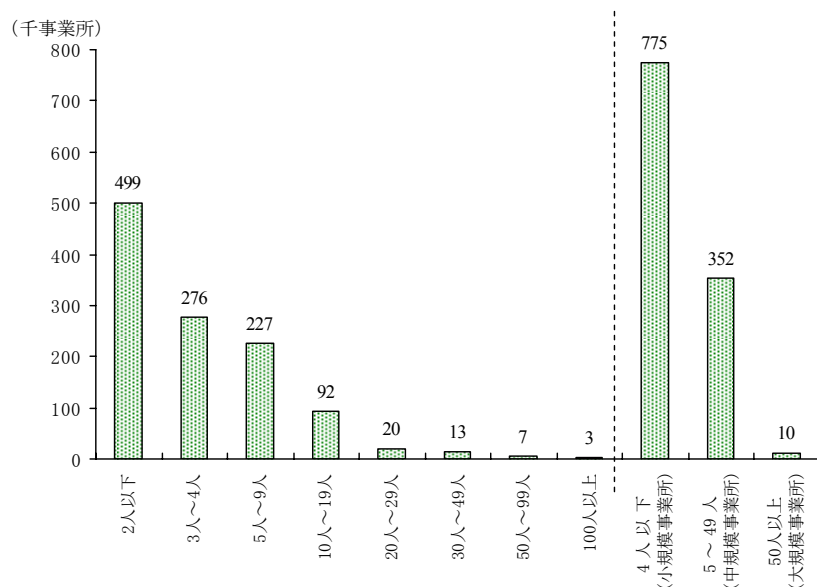
第Ⅱ-2図 小売業の業種別事業所数



(2) 就業者規模別の事業所数

就業者規模別にみると、2人以下規模が（49万9千事業所、構成比 43.9%）が小売業全体の4割強を占め、次いで3人～4人規模（同 27万6千事業所、同 24.2%）、5人～9人規模（同 22万7千事業所、同 19.9%）の順となっており、就業者4人以下の事業所7割弱、10人未満が小売業全体の9割弱を占めている。

第Ⅱ-3図 小売業の就業者規模別事業所数



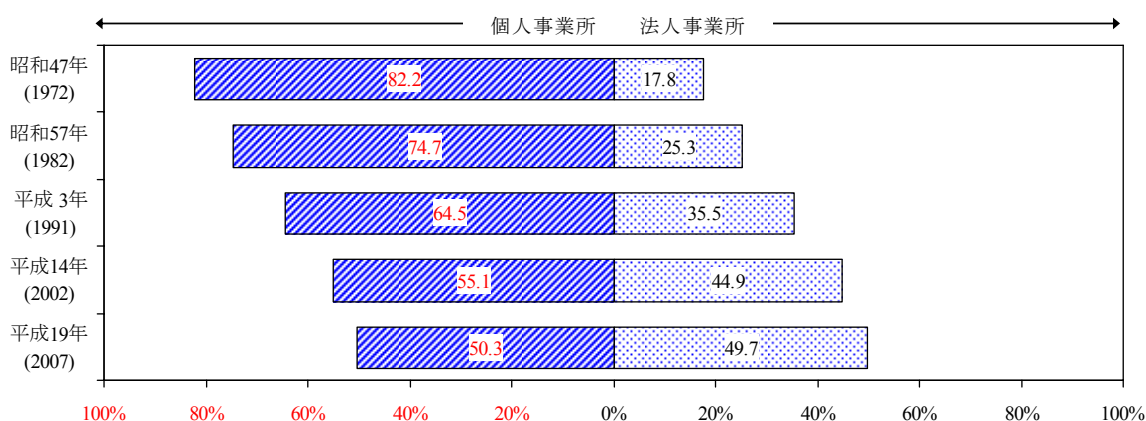
(3) 経営組織別の事業所数

- ① 経営組織別に構成比をみると、法人事業所が 49.7%、個人事業所が 50.3%と小売業は卸売業に比べ個人事業所の割合が高いものの、その比率は昭和 33 年調査（構成比 90.1%）をピークに縮小が続いている。
- ② 前回比をみると、法人事業所は前回比 ▲2.3%減と平成 11 年調査以降 4 調査連続の減少、個人事業所も同 ▲13.4%減と昭和 57 年調査以降減少が続いている。

第Ⅱ-2表 小売業の経営組織別事業所数

経営組織	事業所数				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比 (%)
			平成16年	平成19年	
小売業計	1,238,049	1,136,755	100.0	100.0	▲ 8.2
法人	578,426	565,251	46.7	49.7	▲ 2.3
個人	659,623	571,504	53.3	50.3	▲ 13.4

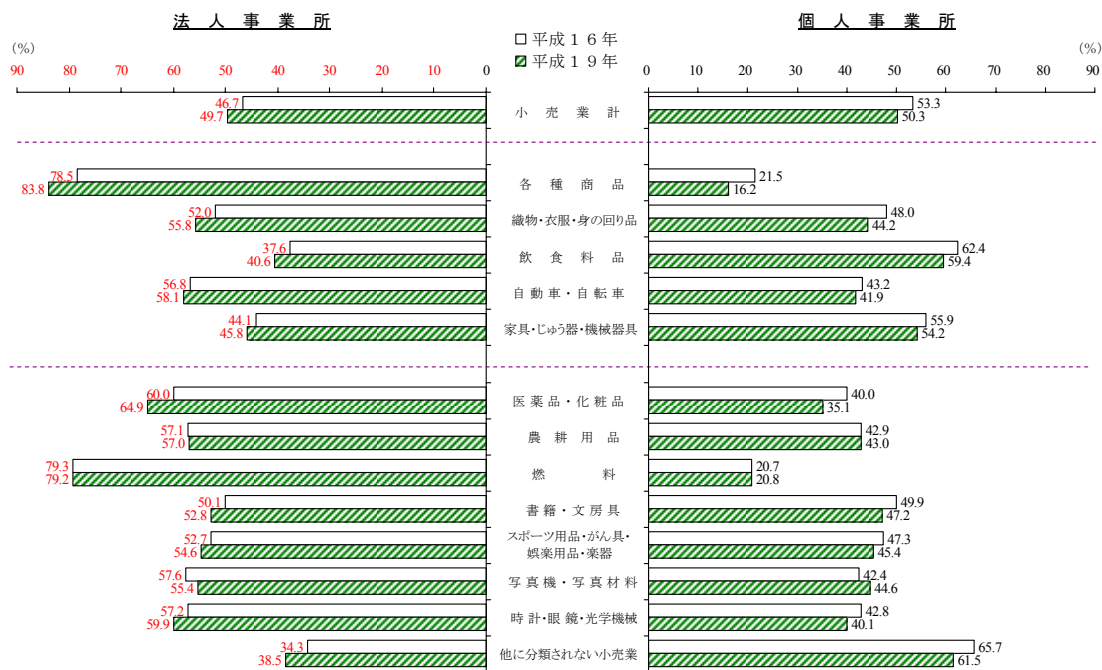
第Ⅱ-4図 小売業の経営組織別事業所数内訳の推移



- ③ 業種別に経営組織別の構成比をみると、飲食料品小売業、他に分類されない小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業は個人事業所が過半を占め、百貨店、総合スーパーを含む各種商品小売業、燃料小売業では法人事業所の割合が約 8 割と高くなっている。

前回の構成比と比べると、農耕用品小売業（前回差 0.1%ポイント増）、写真機・写真材料小売業（同 2.2%ポイント増）、燃料小売業（同 0.1%ポイント増）は個人事業所の割合がわずかながら拡大したが、他の業種ではすべて法人事業所の割合が拡大している。

第Ⅱ－5図 小売業の経営組織別・業種別事業所数の構成比



④ 法人事業所における業種別構成比をみると、飲食料品小売業が最も多く、次いで織物・衣服・身の回り品小売業、医薬品・化粧品小売業の順となっており、これら上位3業種で法人事業所の5割以上を占めている。

前回比をみると、他に分類されない小売業（前回比 18.3%増）、医薬品・化粧品小売業（同 4.8%増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 0.6%増）は増加となったものの、飲食料品小売業（同▲5.3%減）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同▲10.9%減）、燃料小売業（同▲7.5%減）などは減少となっており、なかでも写真機・写真材料小売業は2割を超える大幅な減少となっている。

⑤ 個人事業所について業種別構成比をみると、飲食料品小売業が4割を占めており、次いで他に分類されない小売業、織物・衣服・身の回り品小売業の順となっており、これら上位3業種で個人事業所の7割弱を占めている。

前回比をみると、飲食料品小売業（前回比▲16.7%減）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲13.9%減）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同▲16.7%減）、医薬品・化粧品小売業（同▲15.1%減）などすべての業種で減少しており、多くの業種で2桁台の大幅な減少となっている。

第Ⅱ－3表 小売業の経営組織別・業種別事業所数

業種	事業所数									
	法人事業所				個人事業所					
	平成16年	平成19年	構成比(%)	前回比(%)	平成16年	平成19年	構成比(%)	前回比(%)		
		平成16年	平成19年	19年/16年			平成16年	平成19年	19年/16年	
小売業計	578,426	565,251	100.0	100.0	▲2.3	659,623	571,504	100.0	100.0	▲13.4
各種商品小売業	4,363	3,972	0.8	0.7	▲9.0	1,193	770	0.2	0.1	▲35.5
織物・衣服・身の回り品小売業	92,446	93,043	16.0	16.5	0.6	85,405	73,558	12.9	12.9	▲13.9
飲食料品小売業	167,072	158,189	28.9	28.0	▲5.3	277,524	231,169	42.1	40.4	▲16.7
自動車・自転車小売業	49,431	48,064	8.5	8.5	▲2.8	37,562	34,674	5.7	6.1	▲7.7
家具・じゅう器・機械器具小売業	50,779	45,256	8.8	8.0	▲10.9	64,353	53,633	9.8	9.4	▲16.7
その他の小売業	214,335	216,727	37.1	38.3	1.1	193,586	177,700	29.3	31.1	▲8.2
医薬品・化粧品小売業	51,998	54,499	9.0	9.6	4.8	34,686	29,439	5.3	5.2	▲15.1
農耕用品小売業	8,593	7,951	1.5	1.4	▲7.5	6,449	6,010	1.0	1.1	▲6.8
燃料小売業	49,598	45,866	8.6	8.1	▲7.5	12,948	12,017	2.0	2.1	▲7.2
書籍・文房具小売業	27,207	25,375	4.7	4.5	▲6.7	27,122	22,705	4.1	4.0	▲16.3
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	17,447	15,889	3.0	2.8	▲8.9	15,667	13,190	2.4	2.3	▲15.8
写真機・写真材料小売業	2,482	1,947	0.4	0.3	▲21.6	1,825	1,566	0.3	0.3	▲14.2
時計・眼鏡・光学機械小売業	12,246	12,223	2.1	2.2	▲0.2	9,159	8,179	1.4	1.4	▲10.7
他に分類されない小売業	44,764	52,977	7.7	9.4	18.3	85,730	84,594	13.0	14.8	▲1.3

(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

2. 年間商品販売額

～ 年間商品販売額は、増加に転じる ～

平成19年調査における全国の商業事業所の年間商品販売額は、545兆2506億円（前回比1.2%増）であった。このうち、24.7%を占める小売業の年間商品販売額は、134兆5717億円、前回比1.0%の増加となり、4調査ぶりに増加に転じている。

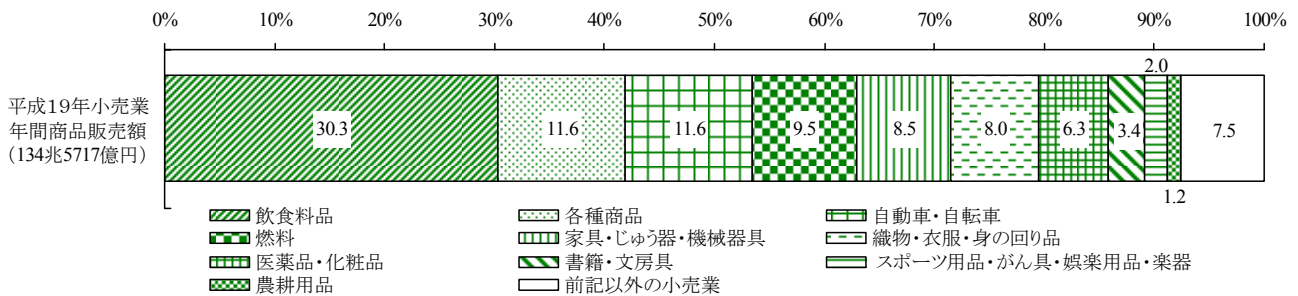
小売業の年間商品販売額は、年間での販売額調査開始（昭和33年）以降、平成9年調査まで増加が続いたが、平成11年調査には景気低迷に伴う消費不振に加え、価格の低下などから初の減少となり、以降、減少が続いていた。

(1) 業種別の年間商品販売額

① 業種別にみると、飲食料品小売業（40兆8千億円、構成比30.3%）が最も多く、以下、各種商品小売業（15兆6千億円、同11.6%）、自動車・自転車小売業（15兆6千億円、同11.6%）、燃料小売業（12兆7千億円、同9.5%）、家具・じゅう器・機械器具小売業（11兆5千億円、同8.5%）、織物・衣服・身の回り品小売業（10兆7千億円、同8.0%）、他に分類されない小売業（9兆円、同6.7%）、医薬品・化粧品小売業（8兆5千億円、同6.3%）の順となっている。

なお、自動車・自転車小売業のうち、自動車小売業は15兆4千億円となり、事業所数の構成比では6.2%と1割に満たないものの、年間商品販売額では11.5%と小売業の1割を超える大きな割合となっている。

第Ⅱ-6図 小売業の業種別年間商品販売額の構成比



第Ⅱ-4表 小売業の業種別年間商品販売額

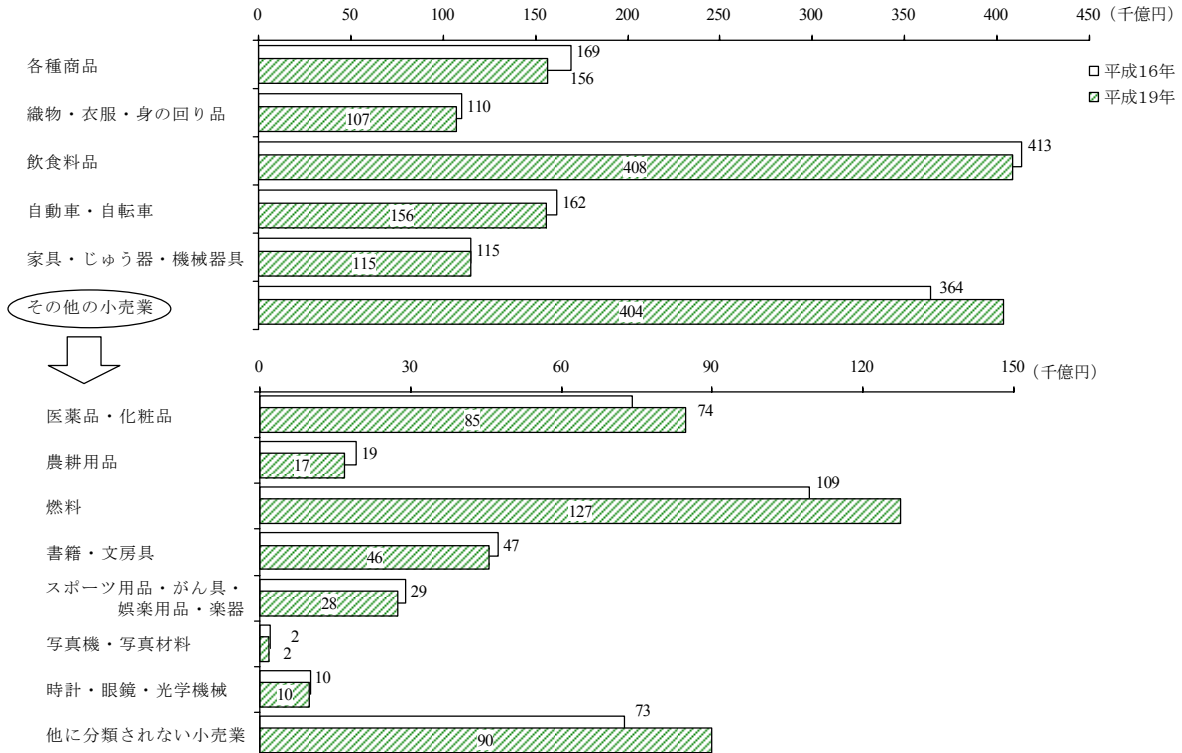
業種	年間商品販売額(億円)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小売業計	1,332,786	1,345,717	100.0	100.0	1.0
各種商品小売業	169,135	156,237	12.7	11.6	▲ 7.6
織物・衣服・身の回り品小売業	109,821	107,149	8.2	8.0	▲ 2.4
飲食料品小売業	413,342	408,101	31.0	30.3	▲ 1.3
自動車・自転車小売業	161,767	155,678	12.1	11.6	▲ 3.8
家具・じゅう器・機械器具小売業	114,677	114,977	8.6	8.5	0.3
その他の小売業	364,043	403,574	27.3	30.0	10.9
医薬品・化粧品小売業	74,207	84,763	5.6	6.3	14.2
農耕用品小売業	19,145	16,814	1.4	1.2	▲ 12.2
燃料小売業	109,352	127,335	8.2	9.5	16.4
書籍・文房具小売業	47,432	45,719	3.6	3.4	▲ 3.6
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	29,099	27,543	2.2	2.0	▲ 5.4
写真機・写真材料小売業	2,171	1,765	0.2	0.1	▲ 18.7
時計・眼鏡・光学機械小売業	10,120	9,785	0.8	0.7	▲ 3.3
他に分類されない小売業	72,517	89,850	5.4	6.7	23.9

(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

② 前回比をみると、原油価格の上昇の影響から燃料小売業（前回比 16.4%増）が増加したほか、他に分類されない小売業（同 23.9%増）、ドラッグストアの販売が好調な医薬品・化粧品小売業（同 14.2%増）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 0.3%増）が増加となり、各種商品小売業（同▲7.6%減）、自動車・自転車小売業（同▲3.8%減）、飲食料品小売業（同▲1.3%減）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲2.4%減）などで減少となっている。

なお、自動車・自転車小売業のうち、自動車小売業は前回比▲3.8%の減少であった。

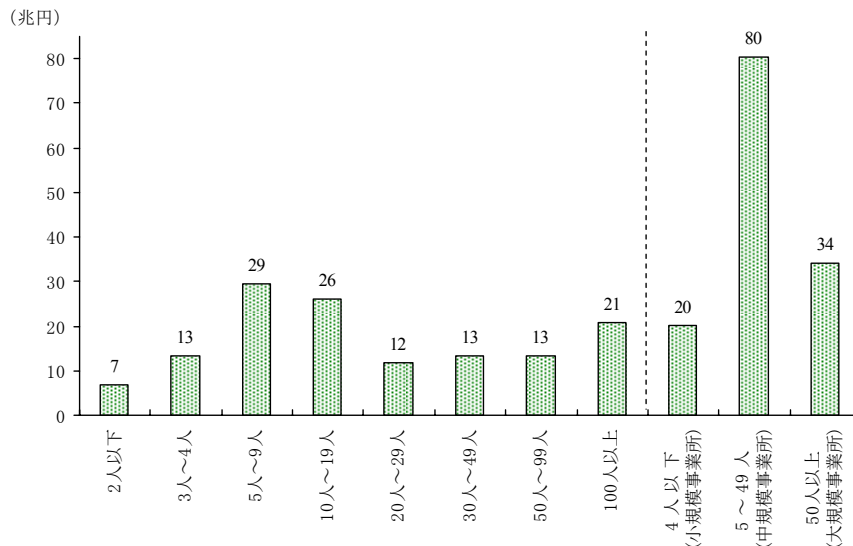
第Ⅱ-7図 小売業の業種別年間商品販売額



(2) 就業者規模別の年間商品販売額

就業者規模別にみると、5人～9人規模（構成比 21.8%）、10～19人規模（同 19.3%）の順に多くなっており、この2規模で年間商品販売額の4割を超えている。

第Ⅱ-8図 小売業の就業者規模別年間商品販売額



(3) 経営組織別の年間商品販売額

- ① 経営組織別に構成比をみると、法人事業所が91.2%、個人事業所が8.8%の割合となっている。個人事業所の割合は、前回に比べ▲1.5ポイントの縮小となり、年間での販売額調査を開始した昭和33年（構成比51.7%）では年間商品販売額の5割強を占めていたが、その割合は毎回縮小が続いている。
- ② 前回比をみると、法人事業所は前回比2.7%増と4調査ぶりに増加に転じた。個人事業所は同▲13.9%減と昭和57年調査以降減少が続いている。

第Ⅱ-5表 小売業の経営組織別年間商品販売額

経営組織	年間商品販売額（億円）				
	平成16年	平成19年	構成比（%）		前回比（%）
			平成16年	平成19年	19年/16年
小売業計	1,332,786	1,345,717	100.0	100.0	1.0
法人	1,195,082	1,227,205	89.7	91.2	2.7
個人	137,704	118,512	10.3	8.8	▲13.9

（注）平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

- ③ 法人事業所について業種別構成比をみると、飲食料点小売業（構成比28.3%）、各種商品小売業（同12.7%）、自動車・自転車小売業（同12.1%）、燃料小売業（同9.9%）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同8.8%）の順となっている。

前回比をみると、燃料小売業（前回比17.2%増）、他に分類されない小売業（同28.1%増）、医薬品・化粧品小売業（同17.0%増）などが増加となった。一方、各種商品小売業（同▲7.6%減）、自動車・自転車小売業（同▲3.1%減）、農耕用品小売業（同▲12.1%減）などでは減少となっている。

- ④ 個人事業所について業種別構成比をみると、飲食料点小売業が51.8%と個人事業所の過半を占めている。次いで、他に分類されない小売業（構成比9.3%）、織物・衣服・身の回り品小売業（同7.4%）の順となっている。

前回比をみると、燃料小売業（前回比1.7%増）、他に分類されない小売業（同0.2%増）は増加したものの、飲食料点小売業（同▲14.2%減）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲21.9%減）など、他の業種では減少となっている。

第Ⅱ-6表 小売業の経営組織別・業種別年間商品販売額

業種	年間商品販売額（億円）									
	法人事業所					個人事業所				
	平成16年	平成19年	構成比（%）		前回比（%）	平成16年	平成19年	構成比（%）		前回比（%）
			平成16年	平成19年	19年/16年			平成16年	平成19年	19年/16年
小売業計	1,195,082	1,227,205	100.0	100.0	2.7	137,704	118,512	100.0	100.0	▲13.9
各種商品小売業	168,807	156,039	14.1	12.7	▲7.6	328	198	0.2	0.2	▲39.7
織物・衣服・身の回り品小売業	98,660	98,436	8.3	8.0	▲0.2	11,162	8,714	8.1	7.4	▲21.9
飲食料点小売業	341,810	346,750	28.6	28.3	1.4	71,532	61,351	51.9	51.8	▲14.2
自動車・自転車小売業	153,459	148,627	12.8	12.1	▲3.1	8,309	7,052	6.0	6.0	▲15.1
家具・じゅう器・機械器具小売業	105,644	107,804	8.8	8.8	2.0	9,033	7,173	6.6	6.1	▲20.6
その他の小売業	326,703	369,550	27.3	30.1	13.1	37,340	34,024	27.1	28.7	▲8.9
医薬品・化粧品小売業	67,227	78,630	5.6	6.4	17.0	6,980	6,132	5.1	5.2	▲12.1
農耕用品小売業	17,712	15,574	1.5	1.3	▲12.1	1,433	1,240	1.0	1.0	▲13.5
燃料小売業	103,871	121,761	8.7	9.9	17.2	5,481	5,574	4.0	4.7	1.7
書籍・文房具小売業	39,024	38,867	3.3	3.2	▲0.4	8,408	6,852	6.1	5.8	▲18.5
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	26,304	25,307	2.2	2.1	▲3.8	2,796	2,236	2.0	1.9	▲20.0
写真機・写真材料小売業	1,932	1,593	0.2	0.1	▲17.5	239	171	0.2	0.1	▲28.3
時計・眼鏡・光学機械小売業	9,128	9,001	0.8	0.7	▲1.4	992	785	0.7	0.7	▲20.9
他に分類されない小売業	61,505	78,816	5.1	6.4	28.1	11,012	11,035	8.0	9.3	0.2

（注）平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

3. 就業者数

～ 就業者の約5割を占めるパート・アルバイト等 ～

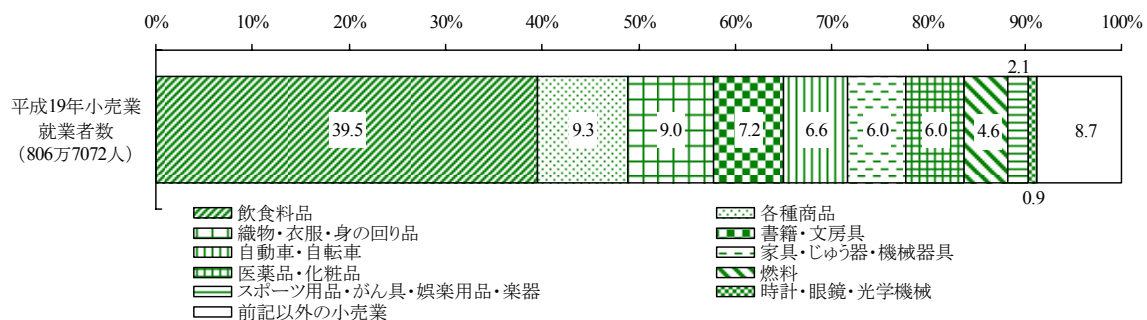
平成19年調査における全国の商業事業所の就業者数は、1171万人（前回は▲5.1%減）であった。このうち、68.9%を占める小売業の就業者数は、807万人と、前回は▲3.7%の減少となっている。

(1) 業種別の就業者数

① 業種別にみると、飲食料品小売業（318万4千人、構成比39.5%）が4割近くを占め最も多く、次いで各種商品小売業（75万4千人、同9.3%）、織物・衣服・身の回り品小売業（72万8千人、同9.0%）、他に分類されない小売業（62万6千人、同7.8%）、書籍・文房具小売業（58万4千人、同7.2%）、自動車・自転車小売業（53万5千人、同6.6%）の順となっている。

なお、自動車・自転車小売業のうち、自動車小売業の就業者数は51万3千人（構成比6.4%）となっている。

第Ⅱ-9図 小売業の業種別就業者数の構成比



第Ⅱ-7表 小売業の業種別就業者数

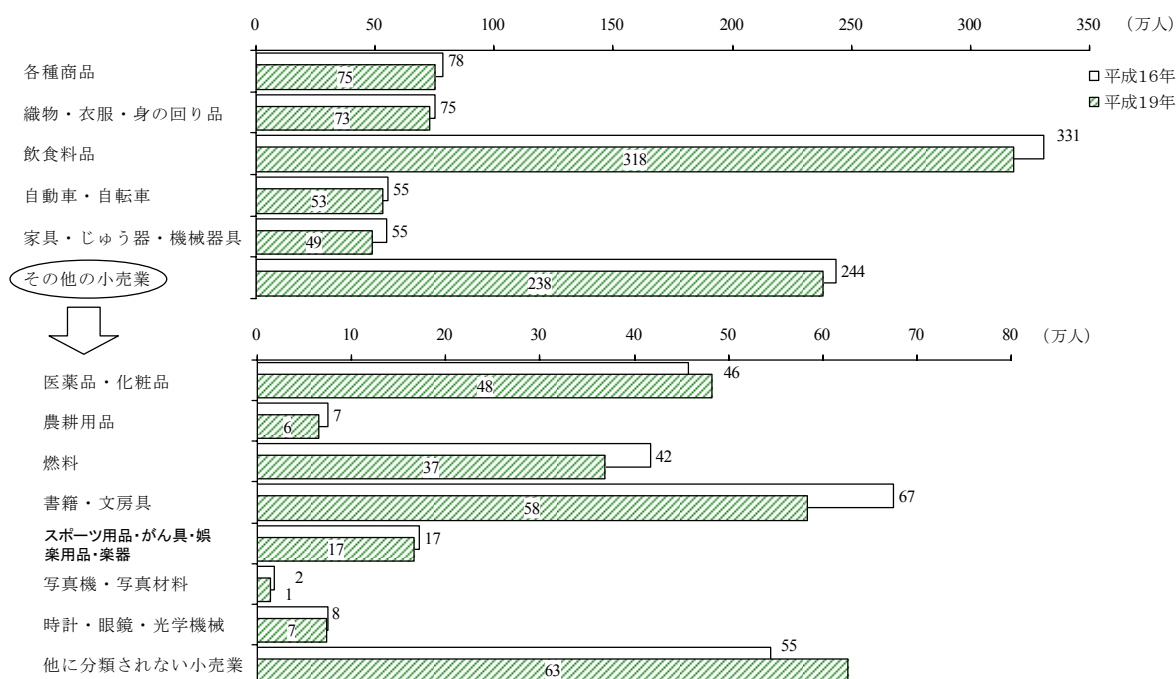
業種	就業者数(人)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回は(%) 19年/16年
			平成16年	平成19年	
小売業計	8,376,735	8,067,072	100.0	100.0	▲ 3.7
各種商品小売業	781,910	754,125	9.3	9.3	▲ 3.6
織物・衣服・身の回り品小売業	750,795	727,521	9.0	9.0	▲ 3.1
飲食料品小売業	3,307,865	3,183,516	39.5	39.5	▲ 3.8
自動車・自転車小売業	551,852	534,602	6.6	6.6	▲ 3.1
家具・じゅう器・機械器具小売業	549,041	486,774	6.6	6.0	▲ 11.3
その他的小売業	2,435,272	2,380,534	29.1	29.5	▲ 2.2
医薬品・化粧品小売業	456,964	482,726	5.5	6.0	▲ 5.6
農耕用品小売業	74,763	64,810	0.9	0.8	▲ 13.3
燃料小売業	417,616	369,293	5.0	4.6	▲ 11.6
書籍・文房具小売業	674,814	583,961	8.1	7.2	▲ 13.5
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	172,320	165,744	2.1	2.1	▲ 3.8
写真機・写真材料小売業	17,970	14,023	0.2	0.2	▲ 22.0
時計・眼鏡・光学機械小売業	75,505	73,736	0.9	0.9	▲ 2.3
他に分類されない小売業	545,320	626,241	6.5	7.8	▲ 14.8

(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

② 前回はみると、他に分類されない小売業（前回は14.8%増）、医薬品・化粧品小売業（同5.6%増）の2業種は増加となったものの、コンビニエンスストアの含まれる飲食料品小売業（同▲3.8%減）、書籍・文房具小売業（同▲13.5%減）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同▲11.3%減）、燃料小売業（同▲11.6%減）、百貨店、総合スーパーが含まれる各種商品小売業（同▲3.6%減）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲3.1%減）など他の業種では減少となっている。

なお、自動車・自転車小売業のうち、自動車小売業は前回は▲2.7%の減少であった。

第Ⅱ-10図 小売業の業種別就業者数



③ 就業者数（806万7千人）の内訳をみると、パート・アルバイト等が397万6千人（構成比49.3%）と小売就業者全体の半数近くを占め、正社員・正職員が231万2千人（同28.7%）、個人業主及び無給家族従業者が80万7千人（同10.0%）、有給役員が49万5千人（同6.1%）、他からの派遣・受入者が32万8千人（同4.1%）、臨時雇用者が16万3千人（同2.0%）となっている。小売業においては、店舗の大型化が進むなかで、パート・アルバイト等が小売業就業者数の半数近くを占めており、その割合は拡大している。

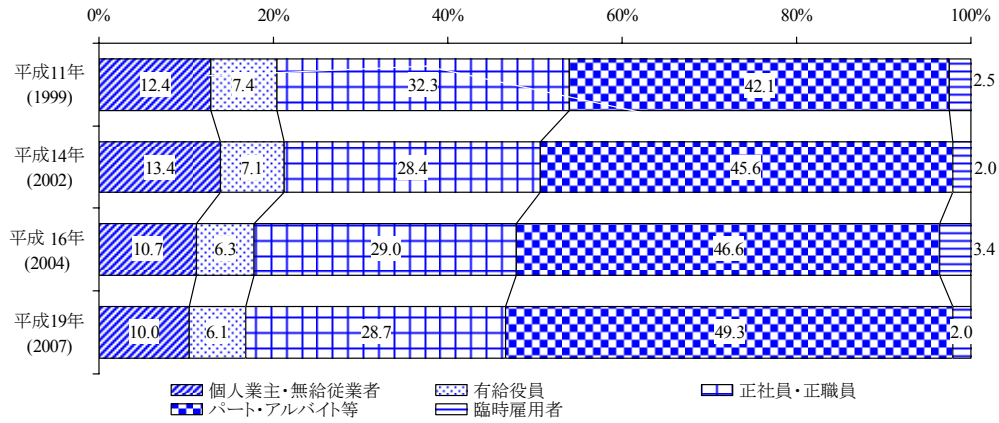
第Ⅱ-8表 小売業の就業者数の内訳

	平成16年		平成19年		前回比 (%)
	(人)	構成比 (%)	(人)	構成比 (%)	
小売就業者数計	8,376,735	—	8,067,072	—	▲ 3.7
個人業主及び無給家族従業者	895,518	10.7	806,557	10.0	▲ 9.9
有給役員	531,100	6.3	495,131	6.1	▲ 6.8
常用雇用者	6,335,683	75.6	6,287,687	77.9	▲ 0.8
正社員・正職員	2,429,018	29.0	2,311,555	28.7	▲ 4.8
パート・アルバイト等	3,906,665	46.6	3,976,132	49.3	1.8
臨時雇用者	286,337	3.4	163,480	2.0	▲ 42.9
他への派遣・出向者	23,130	—	13,584	—	▲ 33.0
他からの派遣・受入者	351,227	4.2	327,801	4.1	▲ 6.7

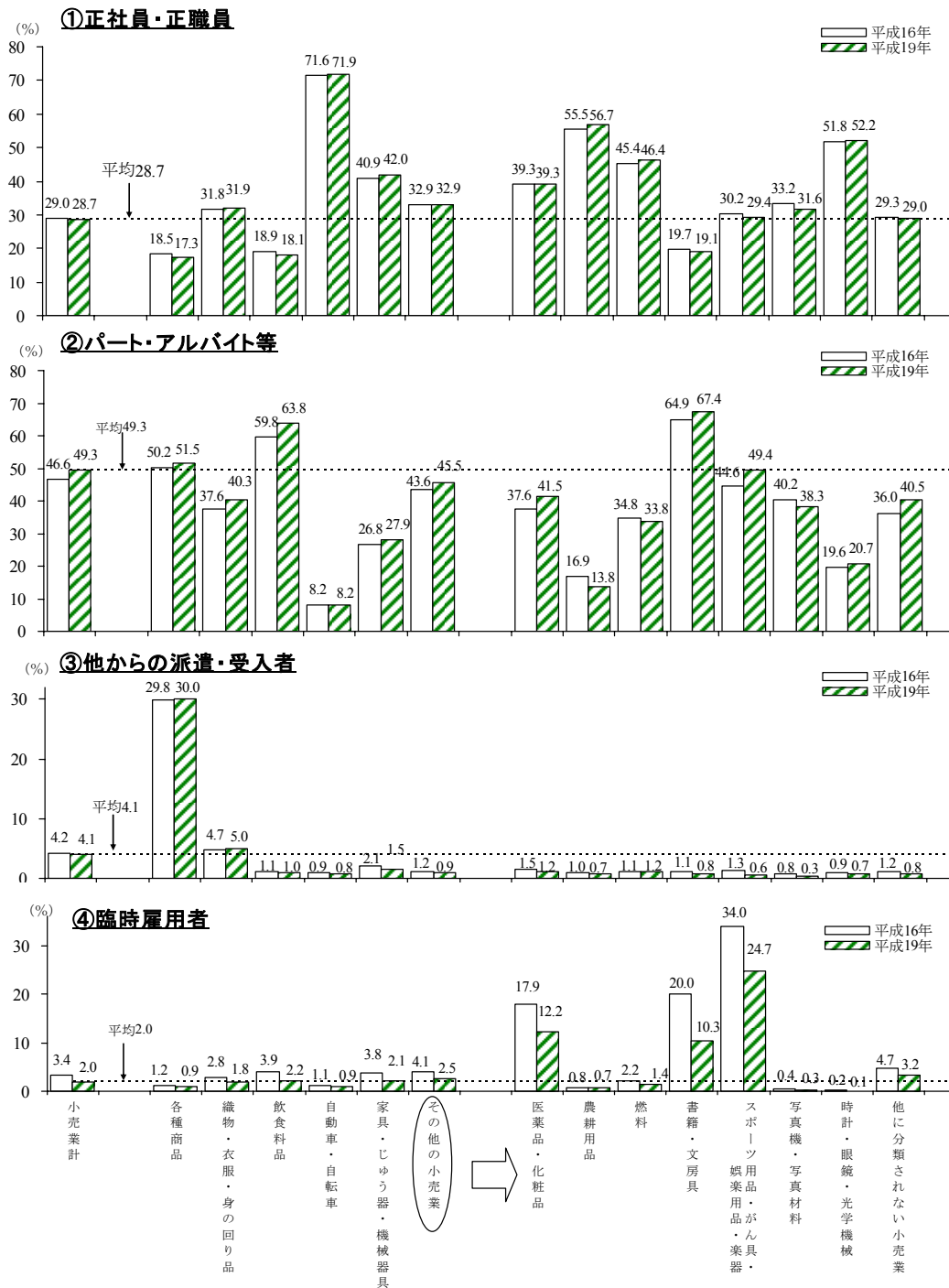
④ 就業者数の内訳について業種別にみると、他業種より比較的販売商品に関する専門知識を要する自動車・自転車小売業、農耕用品小売業、時計・眼鏡・光学機械小売業では正社員・正職員の割合が高く、他の業種では5割以下の低い割合となっている。

就業者比を前回と比べると、農耕用品小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、燃料小売業など6業種で正社員・正職員の割合が拡大した。パート・アルバイト等の割合は、コンビニエンスストアが含まれる飲食料品小売業で4.0ポイント拡大したほか、ドラッグストアの含まれる医薬品・化粧品小売業で3.9ポイント拡大するなど9業種で拡大している。

第Ⅱ-11図 小売業の就業者内識別の構成比の推移



第Ⅱ-12図 小売業の業種別就業者内識別の構成比



(3) 経営組織別の就業者数

- ① 経営組織別にみると、法人事業所が 79.4%、個人事業所が 20.6%の割合となっている。
- ② 前回比をみると、法人事業所は前回比▲0.1%減、個人事業所は同▲15.5%減となっている。

第Ⅱ-9表 小売業の経営組織別就業者数

経営組織	就業者数 (人)				
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比 (%)
			平成16年	平成19年	
小売業計	8,376,735	8,067,072	100.0	100.0	▲ 3.7
法人	6,413,450	6,407,662	76.6	79.4	▲ 0.1
個人	1,963,285	1,659,410	23.4	20.6	▲ 15.5

(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

- ③ 法人事業所について業種別構成比をみると、飲食料品小売業(構成比 37.0%)、が最も多く、次いで各種商品小売業(同 11.7%)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 9.0%)、自動車・自転車小売業(同 7.2%)の順となっている。
 前回比をみると、他に分類されない小売業(前回比 24.3%増)、医薬品・化粧品小売業(同 11.7%増)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 1.5%増)などが増加となっている。
- ④ 個人事業所について業種別構成比をみると、飲食料品小売業(構成比 48.8%)、他に分類されない小売業(同 10.7%)、書籍・文房具小売業(同 10.0%)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 8.9%)、家具・じゅう器・機械器具小売業(同 6.8%)の順となっている。
 前回比をみると、飲食料品小売業(前回比▲14.0%減)、書籍・文房具小売業(同▲26.7%減)、織物・衣服・身の回り品小売業(同▲17.7%減)などすべての業種で減少となっている。

第Ⅱ-10表 小売業の経営組織別・業種別就業者数

業種	就業者数									
	法人事業所				個人事業所					
	平成16年	平成19年	構成比 (%)		平成16年	平成19年	構成比 (%)		前回比 (%)	
		平成16年	平成19年	19年/16年	平成16年	平成19年	平成16年	平成19年	19年/16年	
小売業計	6,413,450	6,407,662	100.0	100.0	▲ 0.1	1,963,285	1,659,410	100.0	100.0	▲ 15.5
各種商品小売業	778,327	751,785	12.1	11.7	▲ 3.4	3,583	2,340	0.2	0.1	▲ 34.7
織物・衣服・身の回り品小売業	570,331	579,086	8.9	9.0	1.5	180,464	148,435	9.2	8.9	▲ 17.7
飲食料品小売業	2,366,384	2,373,600	36.9	37.0	0.3	941,481	809,916	48.0	48.8	▲ 14.0
自動車・自転車小売業	468,421	460,823	7.3	7.2	▲ 1.6	83,431	73,779	4.2	4.4	▲ 11.6
家具・じゅう器・機械器具小売業	407,762	374,004	6.4	5.8	▲ 8.3	141,279	112,770	7.2	6.8	▲ 20.2
その他の小売業	1,822,225	1,868,364	28.4	29.2	2.5	613,047	512,170	31.2	30.9	▲ 16.5
医薬品・化粧品小売業	366,878	409,875	5.7	6.4	11.7	90,086	72,851	4.6	4.4	▲ 19.1
農耕用品小売業	58,751	50,352	0.9	0.8	▲ 14.3	16,012	14,458	4.6	0.9	▲ 9.7
燃料小売業	377,281	333,890	5.9	5.2	▲ 11.5	40,335	35,403	0.8	2.1	▲ 12.2
書籍・文房具小売業	449,061	418,570	7.0	6.5	▲ 6.8	225,753	165,391	2.1	10.0	▲ 26.7
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	138,124	138,192	2.2	2.2	0.0	34,196	27,552	11.5	1.7	▲ 19.4
写真機・写真材料小売業	13,809	10,607	0.2	0.2	▲ 23.2	4,161	3,416	1.7	0.2	▲ 17.9
時計・眼鏡・光学機械小売業	57,570	58,584	0.9	0.9	1.8	17,935	15,152	0.2	0.9	▲ 15.5
他に分類されない小売業	360,751	448,294	5.6	7.0	24.3	184,569	177,947	0.9	10.7	▲ 3.6

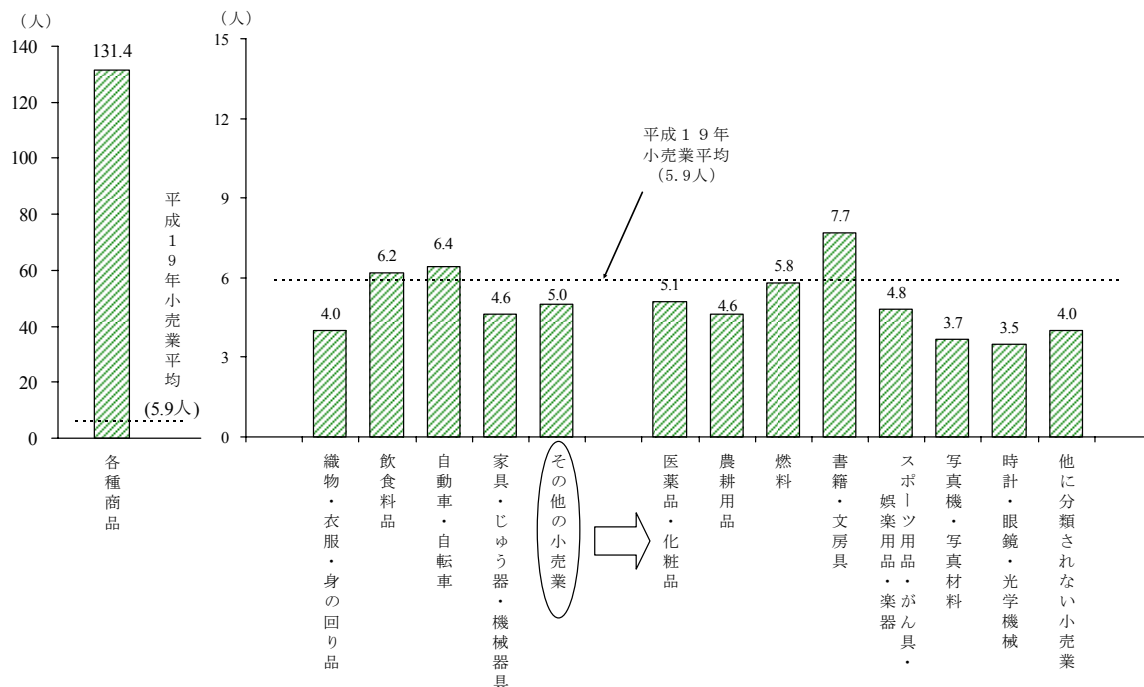
(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

(4) 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^(注1)は、5.9人であった。

業種別にみると、百貨店、総合スーパーを含む各種商品小売業が131.4人と群を抜いて多く、以下、書籍・文房具小売業が7.7人、自動車・自転車小売業が6.4人、飲食料品小売業が6.2人、燃料小売業が5.8人の順となっている。

第Ⅱ-13図 小売業の業種別1事業所当たりの就業者数



(注1) 1事業所当たりの就業者数はパート・アルバイト等について労働時間を8時間換算した就業者数で算出している。

4. 売場面積

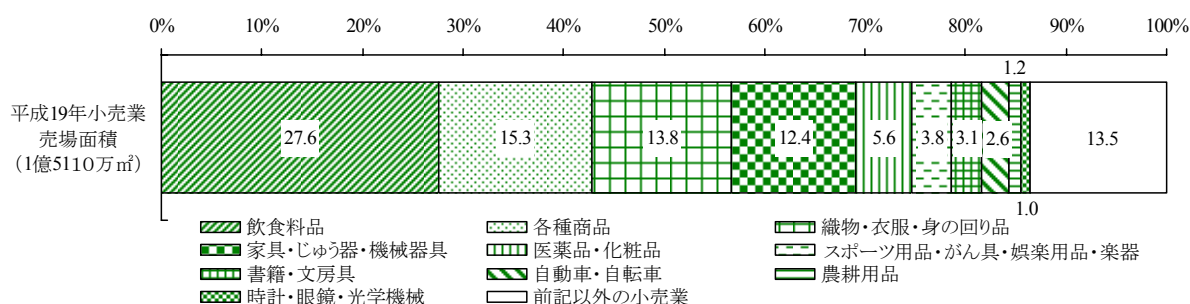
～ 売場面積は引き続き拡大 ～

平成19年調査における全国の小売事業所の売場面積^(注2)は、1億5191万㎡、前年比5.4%の増加と昭和63年以降8調査連続の増加となっている。

(1) 業種別の売場面積

- ① 業種別にみると、飲食料品小売業が4165万㎡（構成比27.6%）、各種商品小売業が2307万㎡（同15.3%）、織物・衣服・身の回り品小売業が2088万㎡（同13.8%）、他に分類されない小売業が2,023万㎡（同13.4%）、家具・じゅう器・機械器具小売業が1878万㎡（同12.4%）となっている。

第Ⅱ-14図 小売業の業種別売場面積の構成比



第Ⅱ-11表 小売業の業種別売場面積

業種	売場面積(㎡)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%) 19年/16年
			平成16年	平成19年	
小売業計	143,282,683	151,103,830	100.0	100.0	5.5
各種商品小売業	22,412,044	23,073,334	15.6	15.3	3.0
織物・衣服・身の回り品小売業	19,961,191	20,883,088	13.9	13.8	4.6
飲食料品小売業	40,898,312	41,653,342	28.5	27.6	1.8
自動車・自転車小売業	3,853,928	3,954,741	2.7	2.6	2.6
家具・じゅう器・機械器具小売業	19,108,971	18,781,032	13.3	12.4	▲ 1.7
その他の小売業	37,048,237	42,758,293	25.9	28.3	15.4
医薬品・化粧品小売業	7,457,869	8,422,147	5.2	5.6	12.9
農耕用品小売業	2,099,040	1,829,648	1.5	1.2	▲ 12.8
書籍・文房具小売業	4,850,022	4,754,477	3.4	3.1	▲ 2.0
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	5,485,996	5,815,166	3.8	3.8	6.0
写真機・写真材料小売業	282,524	227,471	0.2	0.2	▲ 19.5
時計・眼鏡・光学機械小売業	1,523,941	1,482,945	1.1	1.0	▲ 2.7
他に分類されない小売業	15,348,845	20,226,439	10.7	13.4	31.8

(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。ここでは燃料小売業は除いている。

- ② 前回比をみると、ホームセンターの含まれる他に分類されない小売業が前回比31.8%の大幅増となったほか、ドラッグストアの含まれる医薬品・化粧品小売業（前回比12.9%増）、コンビニエンスストアの含まれる飲食料品小売業（同1.8%増）、総合スーパーの含まれる各種商品小売業（同3.0%増）がそれぞれ比較的大規模な新規出店を反映して売場面積は増加となっている。

(注2) 売場面積は牛乳小売業、自動車小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所については調査を行っていない。

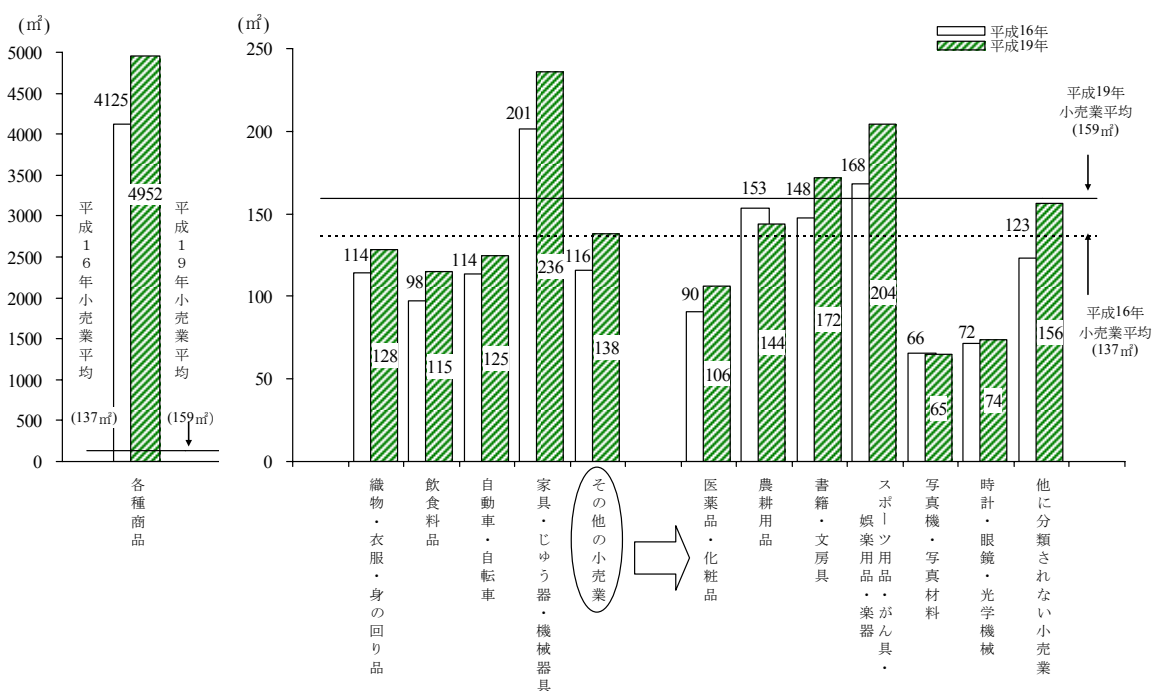
(2) 1事業所当たりの売場面積

1事業所当たりの売場面積をみると、159 m²、前年比 16.1%増と引き続き増加傾向にある。

① 業種別にみると、1事業所当たりの売場面積は、各種商品小売業が 4952 m²と圧倒的に大きく、次いで、家具・じゅう器・機械器具小売業が 236 m²、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業が 204 m²、書籍・文房具小売業が 172 m²、他に分類されない小売業が 156 m²、農耕用品小売業が 144 m²、織物・衣服・身の回り品小売業が 128 m²、自動車・自転車小売業が 125 m²となっている。

② 前年比をみると、農耕用品小売業（前年比▲5.9%減）、写真機・写真材料小売業（同▲1.5%減）が減少したほかは、各種商品小売業、書籍・文房具小売業、自動車・自転車小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業など他のすべての業種で増加となっている。

第Ⅱ－15図 小売業の業種別1事業所当たりの売場面積



(注) 売場面積を調査していない事業所（牛乳小売業、自動車小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業）については計算から除いている。なお、ガソリンスタンドを含む燃料小売業は除いている。

Ⅲ. 単位当たりの年間商品販売額(販売効率)

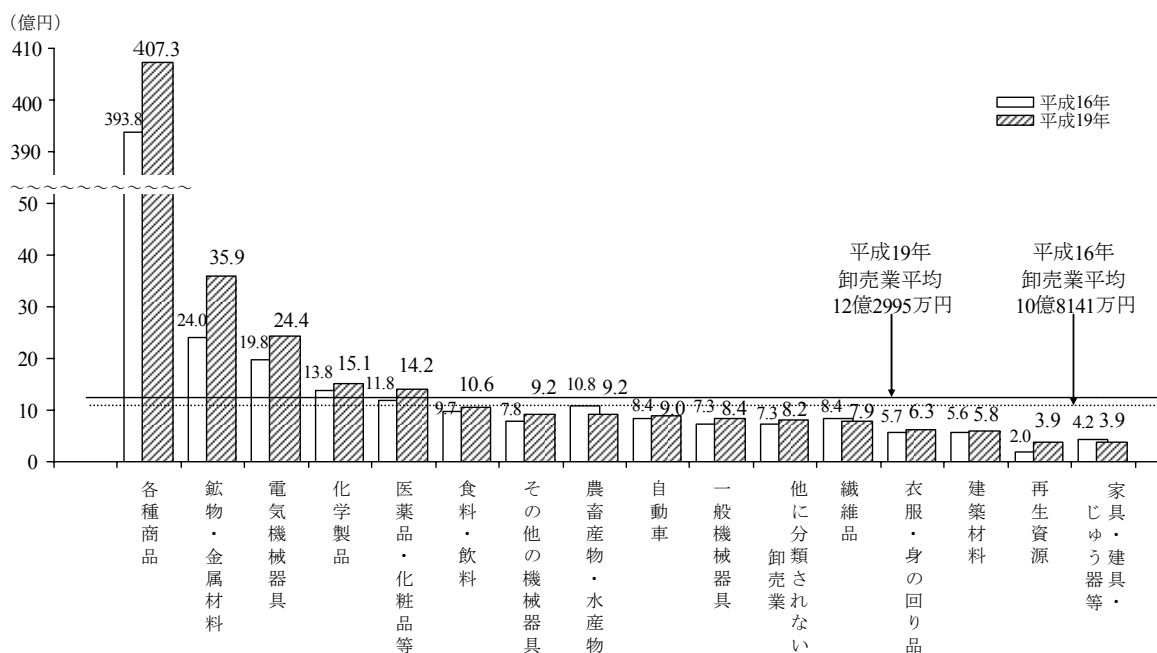
1. 卸売業

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

卸売業の1事業所当たりの年間商品販売額は12億2995万円、前年比13.7%と平成9年以来4調査ぶりの増加となった。

- ① 業種別にみると、各種商品卸売業が407億3204万円と群を抜いて高く、次いで鉱物・金属材料卸売業(35億9050万円)、電気機械器具卸売業(24億3532万円)、化学製品卸売業(15億504万円)、医薬品・化粧品等卸売業(14億1513万円)の順となっている。

第Ⅲ-1図 卸売業の1事業所当たりの年間商品販売額



第Ⅲ-1表 卸売業の1事業所当たり、就業者1人当たりの年間商品販売額

業種	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)				就業者1人当たりの年間商品販売額(万円)
	平成16年	平成19年	前回差	前年比(%)	
卸売業計	108,141	122,995	14,854	13.7	11,638
各種商品卸売業	3,938,198	4,073,204	135,006	3.4	156,954
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	83,513	78,610	▲4,903	▲5.9	10,214
衣服・身の回り品卸売業	57,259	62,869	5,610	9.8	5,584
農畜産物・水産物卸売業	107,832	92,307	▲15,525	▲14.4	9,217
食料・飲料卸売業	97,244	106,116	8,872	9.1	9,838
建築材料卸売業	55,817	58,425	2,608	4.7	7,388
化学製品卸売業	137,848	150,504	12,656	9.2	14,419
鉱物・金属材料卸売業	240,080	359,050	118,970	49.6	29,998
再生資源卸売業	19,930	38,714	18,784	94.2	5,398
一般機械器具卸売業	72,691	83,730	11,039	15.2	8,350
自動車卸売業	83,579	89,785	6,206	7.4	8,401
電気機械器具卸売業	198,110	243,532	45,422	22.9	14,349
その他の機械器具卸売業	77,941	92,489	14,548	18.7	7,610
家具・建具・じゅう器等卸売業	42,273	38,535	▲3,738	▲8.8	4,783
医薬品・化粧品等卸売業	117,713	141,513	23,800	20.2	10,228
他に分類されない卸売業	73,482	82,288	8,806	12.0	8,425

(注) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイト等について労働時間を8時間換算した就業者数で算出している。

- ② 前回比をみると、各種商品卸売業（前回比 3.4%増）、鉱物・金属材料卸売業（同 49.6%増）、電気機械器具卸売業（同 22.9%増）、医薬品・化粧品等卸売業（同 20.2%増）、再生資源卸売業（同 94.2%増）、その他の機械器具卸売業（同 18.7%増）など 13 業種が増加、農畜産物・水産物卸売業（同▲14.4%減）、繊維品卸売業（▲同 5.9%減）、家具・建具・じゅう器等卸売業（同▲8.8%減）の 3 業種が減少となった。

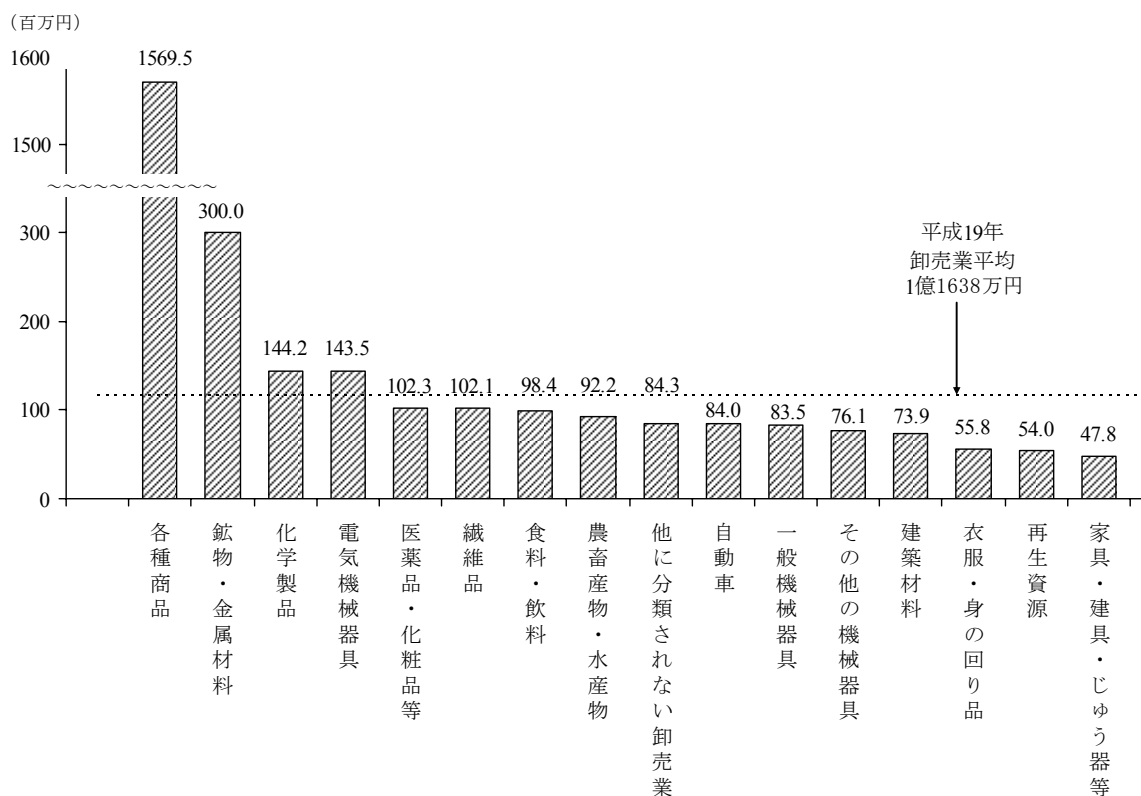
(2) 就業者 1 人当たりの年間商品販売額

卸売業の就業者 1 人当たり（パート・アルバイト等について労働時間を 8 時間換算したもの）の年間商品販売額は 1 億 1638 万円であった。

- ① 業種別にみると、各種商品卸売業が 15 億 6954 万円と群を抜いて高く、次いで鉱物・金属材料卸売業（2 億 9998 万円）、化学製品卸売業（1 億 4419 万円）、電気機械器具卸売業（1 億 4349 万円）、医薬品・化粧品等卸売業（1 億 228 万円）、繊維品卸売業（1 億 214 万円）の順となっている。

- ② 前回比をみると^(注1)、再生資源卸売業（前回比 72.1%増）が大幅な増加、鉱物・金属材料卸売業（同 38.1%増）、各種商品卸売業（同 22.6%増）、電気機械器具卸売業（同 17.1%増）、医薬品・化粧品等卸売業（同 13.9%増）も 2 桁増となるなど 13 業種が増加、農畜産物・水産物卸売業（同▲14.2%減）、家具・建具・じゅう器等卸売業（同▲8.7%減）、繊維品卸売業（▲同 6.3%減）の 3 業種が減少となった。

第Ⅲ－2図 卸売業の就業者 1 人当たりの年間商品販売額



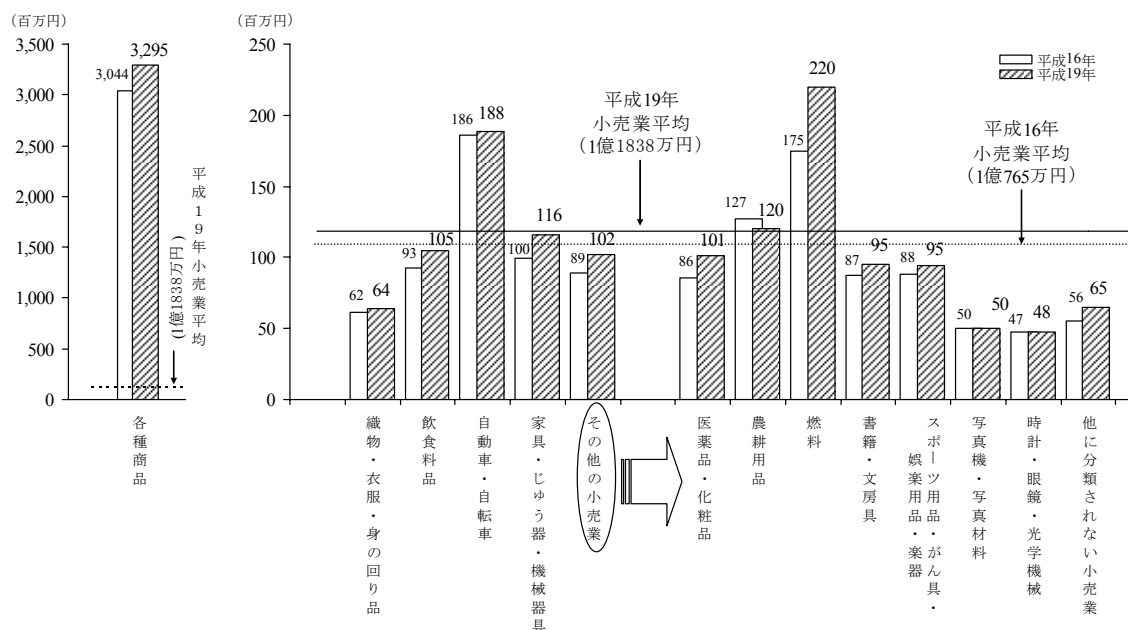
(注1) 前回比は、平成16年調査でパート・アルバイト等について労働時間を 8 時間換算した調査を行っていないため、パート・アルバイト等の労働時間を 8 時間換算しない就業者数で算出している。

2. 小売業

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

小売業の1事業所当たりの年間商品販売額は1億1838万円、前年比10.0%の増加であった。1事業所当たりの年間商品販売額は、年間での販売額調査開始（昭和33年）以降増加が続いていたが、平成11年には消費不振や価格の低下などにより初の減少となった。その後、平成14年には再び増加に転じ、以降16年、19年と増加が続いている。

第三-3図 小売業の1事業所当たりの年間商品販売額



第三-2表 小売業の1事業所当たり及び1人当たりの年間商品販売額

業種	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)				就業者 1人当たりの 年間商品販売額 (万円)
	平成16年	平成19年	前回差	前回比 (%)	
小売業計	10,765	11,838	1,073	10.0	2,020
各種商品小売業	304,419	329,476	25,057	8.2	2,507
織物・衣服・身の回り品小売業	6,175	6,431	256	4.1	1,599
飲食料品小売業	9,297	10,481	1,184	12.7	1,695
自動車・自転車小売業	18,595	18,816	221	1.2	2,939
家具・じゅう器・機械器具小売業	9,960	11,627	1,667	16.7	2,520
その他の小売業	8,924	10,232	1,308	14.7	2,042
医薬品・化粧品小売業	8,561	10,098	1,537	18.0	1,999
農耕用品小売業	12,728	12,044	▲ 684	▲ 5.4	2,644
燃料小売業	17,483	21,999	4,516	25.8	3,771
書籍・文房具小売業	8,731	9,509	778	8.9	1,234
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	8,788	9,472	684	7.8	1,972
写真機・写真材料小売業	5,040	5,023	▲ 17	▲ 0.3	1,373
時計・眼鏡・光学機械小売業	4,728	4,796	68	1.4	1,358
他に分類されない小売業	5,557	6,531	974	17.5	1,617

(注) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイト等について労働時間を8時間換算した就業者数で算出している。

① 業種別にみると、各種商品小売業が 32 億 9476 万円と群を抜いて高く、次いで燃料小売業（2 億 1999 万円）、自動車・自転車小売業（1 億 8816 万円）、農耕用品小売業（1 億 2044 万円）、家具・じゅう器・機械器具小売業（1 億 1627 万円）の順となっている。

② 前回比をみると、総合スーパーの含まれる各種商品小売業（前回比 8.2%増）、原油価格高騰の影響による燃料小売業（同 25.8%増）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 16.7%増）、ドラッグストアの含まれる医薬品・化粧品等小売業（同 18.0%増）、コンビニエンスストアの含まれる飲食料品小売業（同 12.7%増）、ホームセンターの含まれる他に分類されない小売業（同 17.5%増）、書籍・文房具小売業（同 8.9%増）など 11 業種が増加となった。一方、農耕用品小売業（同▲5.4%減）、写真機・写真材料小売業（同▲0.3%減）は減少となった。

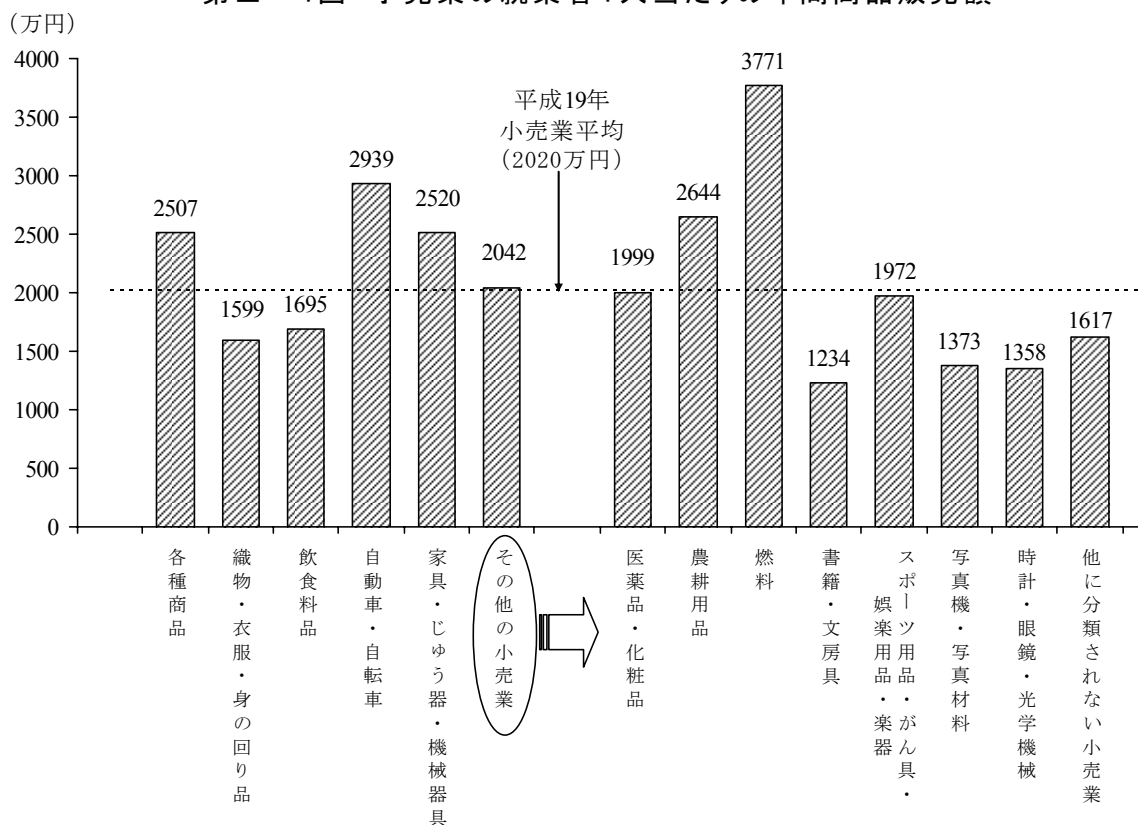
(2) 就業者 1 人当たりの年間商品販売額

就業者 1 人当たり（パート・アルバイト等について労働時間を 8 時間換算したもの）の年間商品販売額は 2020 万円であった。

① 業種別にみると、燃料小売業が 3771 万円、自動車・自転車小売業が 2939 万円、農耕用品小売業が 2644 万円、家具・じゅう器・機械器具小売業が 2520 万円、各種商品小売業が 2507 万円の順となっている。

② 前回比をみると（注1）、燃料小売業（前回比 31.7%増）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 13.1%増）、書籍・文房具小売業（同 11.4%増）、医薬品・化粧品等小売業（同 8.1%増）、他に分類されない小売業（同 7.9%増）など 9 業種が増加、自動車・自転車小売業（同▲0.6%減）、各種商品小売業（同▲4.2%減）など 4 業種は減少となった。

第Ⅲ－4図 小売業の就業者 1 人当たりの年間商品販売額



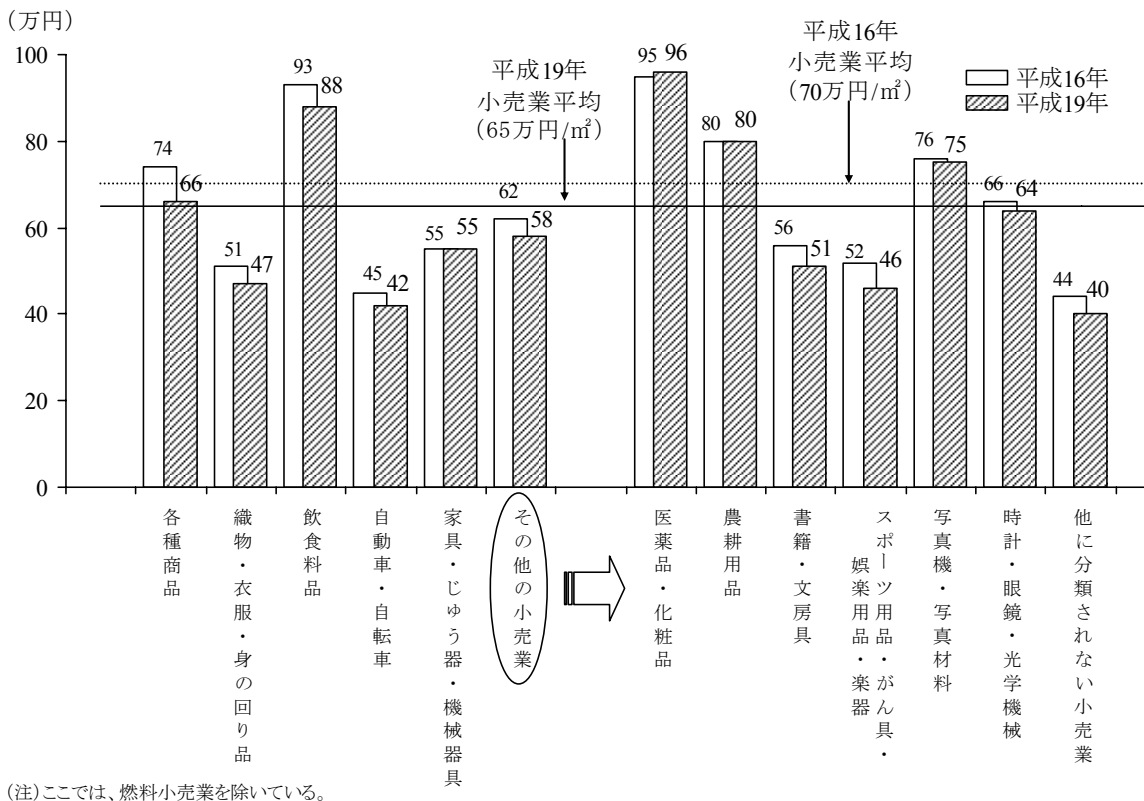
(注1) 前回比は、平成16年調査でパート・アルバイト等について労働時間を8時間換算した調査を行っていないため、パート・アルバイト等の労働時間を8時間換算しない就業者数で算出している。

(3) 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^(注2)は、65万円、前回比▲7.1%の減少であった。小売事業所の大型化から売場面積が増加傾向にあるなか、1㎡当たりの年間商品販売額は平成6年調査以降減少が続いている。

- ① 業種別にみると、医薬品・化粧品等小売業が96万円、飲食料品小売業が88万円、農耕用品小売業が80万円、写真機・写真材料小売業が75万円、各種商品小売業が66万円、時計・眼鏡・光学機械小売業が64万円などとなっている。
- ② 前回比をみると、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業（前回比▲11.5%減）、各種商品小売業（同▲10.8%減）、他に分類されない小売業（同▲9.1%減）、書籍・文房具小売業（同▲8.9%減）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲7.8%減）、自動車・自転車小売業（同▲6.7%減）など9業種が減少、医薬品・化粧品等小売業（同1.1%増）は増加となった。また、家具・じゅう器・機械器具小売業、農耕用品小売業は横ばいであった。

第三-5図 業種別の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額



(注2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車(新車、中古)小売業、建具小売業、量小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。

第Ⅲ－3表 小売業の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

業 種	売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(万円)			
	平成16年	平成19年	前回差	前回比 (%)
小売業計	70	65	▲ 5	▲ 7.1
各種商品小売業	74	66	▲ 8	▲ 10.8
織物・衣服・身の回り品小売業	51	47	▲ 4	▲ 7.8
飲食料品小売業	93	88	▲ 5	▲ 5.4
自動車・自転車小売業	45	42	▲ 3	▲ 6.7
家具・じゅう器・機械器具小売業	55	55	0	0.0
その他の小売業	62	58	▲ 4	▲ 6.5
医薬品・化粧品小売業	95	96	1	1.1
農耕用品小売業	80	80	0	0.0
書籍・文房具小売業	56	51	▲ 5	▲ 8.9
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	52	46	▲ 6	▲ 11.5
写真機・写真材料小売業	76	75	▲ 1	▲ 1.3
時計・眼鏡・光学機械小売業	66	64	▲ 2	▲ 3.0
他に分類されない小売業	44	40	▲ 4	▲ 9.1

(注)ここでは、燃料小売業を除いている。

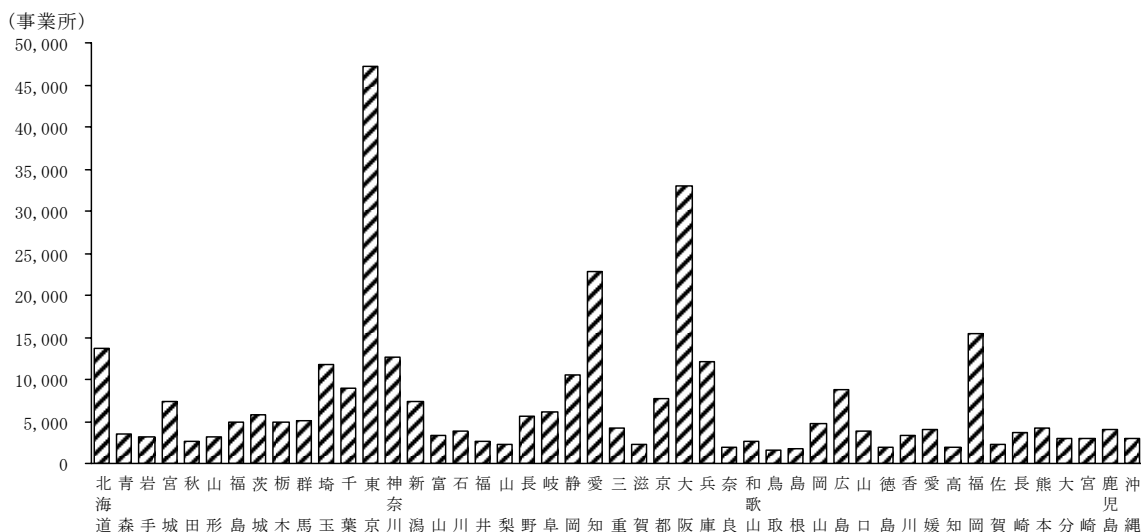
IV. 都道府県別

1. 卸売業

(1) 事業所数

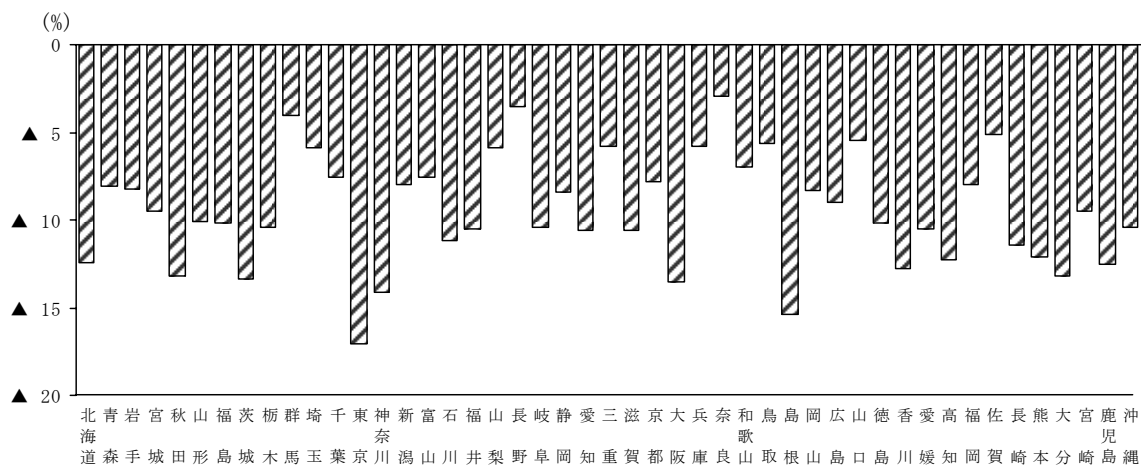
① 都道府県（以下「県」という。）別にみると、東京が4万7201事業所（構成比14.1%）と最も多く、次いで大阪が3万2910事業所（同9.8%）、愛知が2万2832事業所（同6.8%）、福岡が1万5383事業所（同4.6%）、北海道が1万3679事業所（同4.1%）と上位5県で約4割を占めている。また、前回調査と比較すると、上位5県の順位に変動はみられなかった。

第IV-1図 都道府県別にみた卸売業の事業所数



② 前回比をみると、平成16年調査に引き続き全県で減少となっており、東京（前回比▲17.1%減）、島根（同▲15.4%減）、神奈川（同▲14.1%減）、大阪（同▲13.5%減）、茨城（同▲13.4%減）をはじめ、24県で2桁台の減少となっている。

第IV-2図 都道府県別にみた卸売業の事業所数の前回比

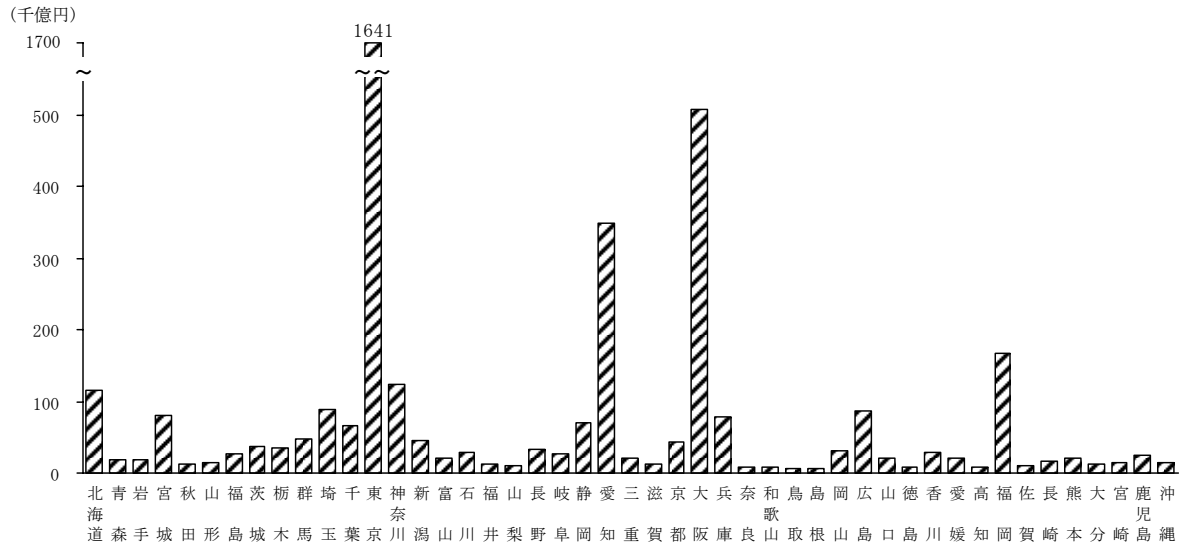


(注) 平成19年調査より、駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

(2) 年間商品販売額

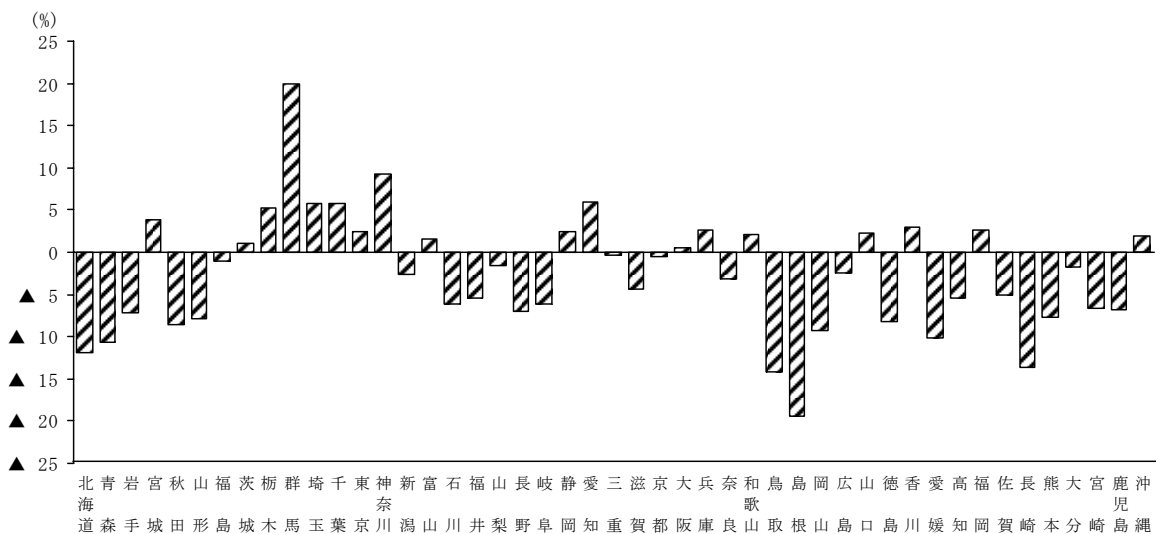
- ① 県別にみると、東京が 164 兆 632 億円（構成比 39.9%）と約 4 割を占め、次いで大阪が 50 兆 7650 億円（同 12.4%）、愛知が 34 兆 8802 億円（同 8.5%）、福岡が 16 兆 7798 億円（同 4.1%）、神奈川が 12 兆 4358 億円（同 3.0%）となっており、上位 3 県で 6 割を占めている。また、前回調査と比較すると、神奈川が 6 位から 5 位となっている。

第Ⅳ－3図 都道府県別にみた卸売業の年間商品販売額



- ② 前回比をみると、島根（前回比▲19.4%減）、鳥取（同▲14.2%減）、長崎（同▲13.6%減）、北海道（同▲11.9%減）、青森（同▲10.6%減）、愛媛（同▲10.1%減）をはじめ 29 県で減少、群馬（同 20.0%増）、神奈川（同 9.2%増）、愛知（同 5.9%増）、千葉（同 5.8%増）、埼玉（同 5.7%増）など、18 県で増加している。

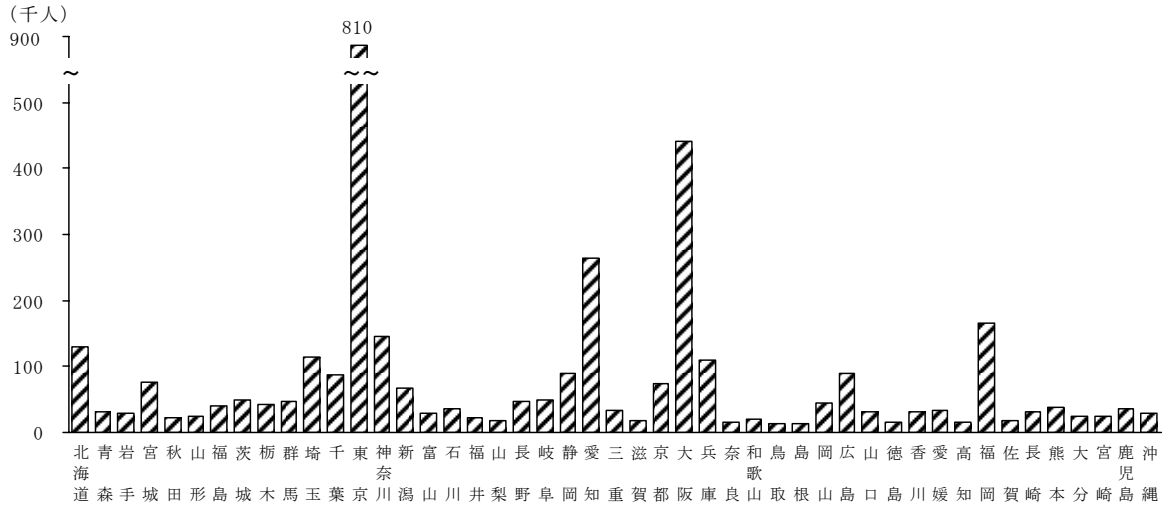
第Ⅳ－4図 都道府県別にみた卸売業の年間商品販売額の前回比



(3) 就業者数

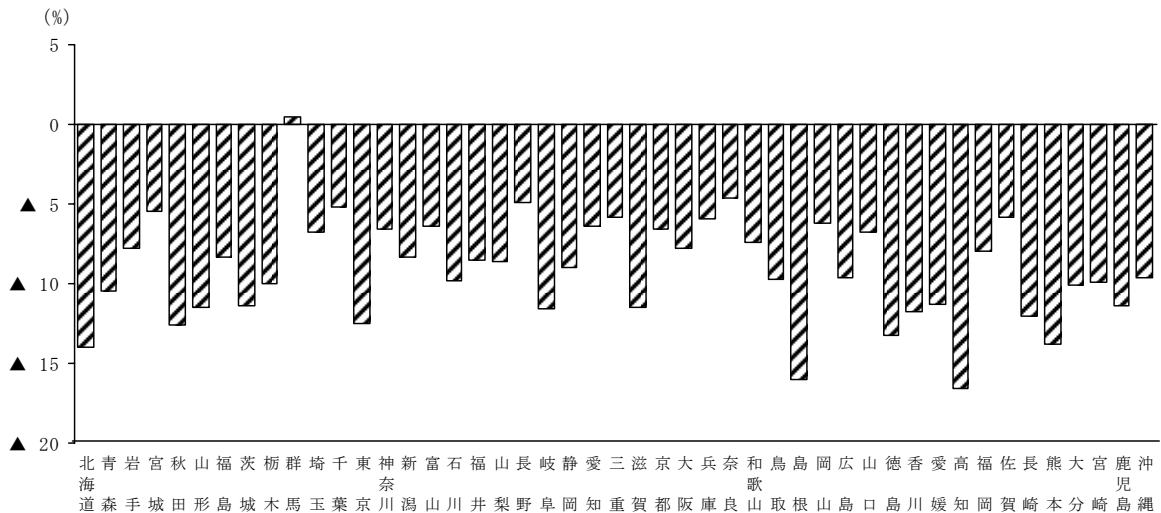
- ① 県別にみると、東京が81万95人（構成比22.3%）、大阪が44万759人（同12.1%）、愛知が26万3795人（同7.2%）、福岡が16万6271人（同4.6%）、神奈川が14万5289人（同4.0%）となっており、上位5県で5割を占めている。また、前回調査と比較すると、上位5県の順位に変動はみられなかった。

第IV-5図 都道府県別にみた卸売業の就業者数



- ② 前回比をみると、群馬（前回比1.5%増）が増加となった以外は、他の全県で減少している。なかでも高知（同▲16.2%減）、島根（同▲15.5%減）、熊本（同▲13.5%減）、北海道（同▲13.0%減）をはじめ16県で2桁台の減少となっている。

第IV-6図 都道府県別にみた卸売業の就業者数の前回比

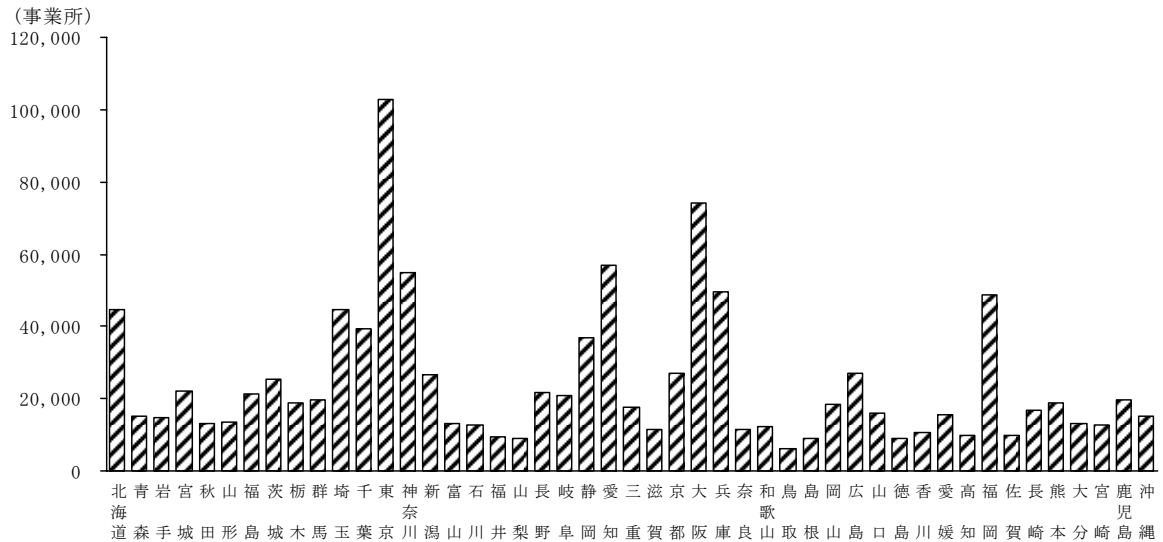


2. 小売業

(1) 事業所数

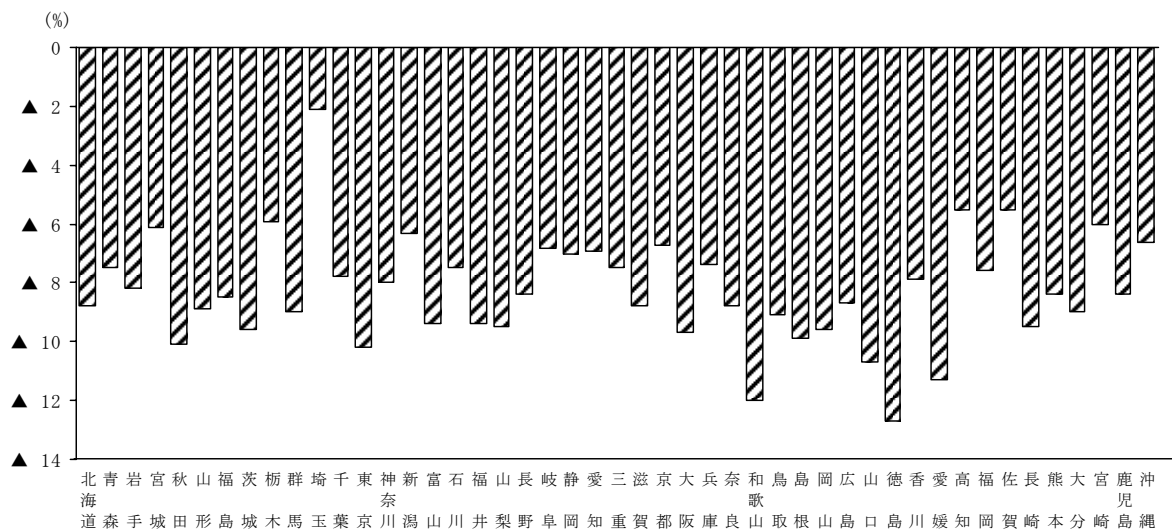
- ① 県別にみると、東京が10万2615事業所（構成比9.0%）、大阪が7万4293事業所（同6.5%）、愛知が5万7121事業所（同5.0%）、神奈川が5万5002事業所（同4.8%）、兵庫が4万9498事業所（同4.4%）で、上位5県で約3割を占めている。また、前回調査と比較すると、上位5県の順位に変動はみられなかった。

第IV-7図 都道府県別にみた小売業の事業所数



- ② 前回比をみると、平成16年調査に引き続き全県で減少となっている。徳島（前回比▲12.7%減）、和歌山（同▲12.0%減）、愛媛（同▲11.3%減）、山口（同▲10.7%減）、東京（同▲10.2%減）、秋田（同▲10.1%減）が2桁台の減少となったのをはじめ、大規模商業施設の新規出店が目立った埼玉（同▲2.1%減）を除いたすべての県で5%を超える減少であった。

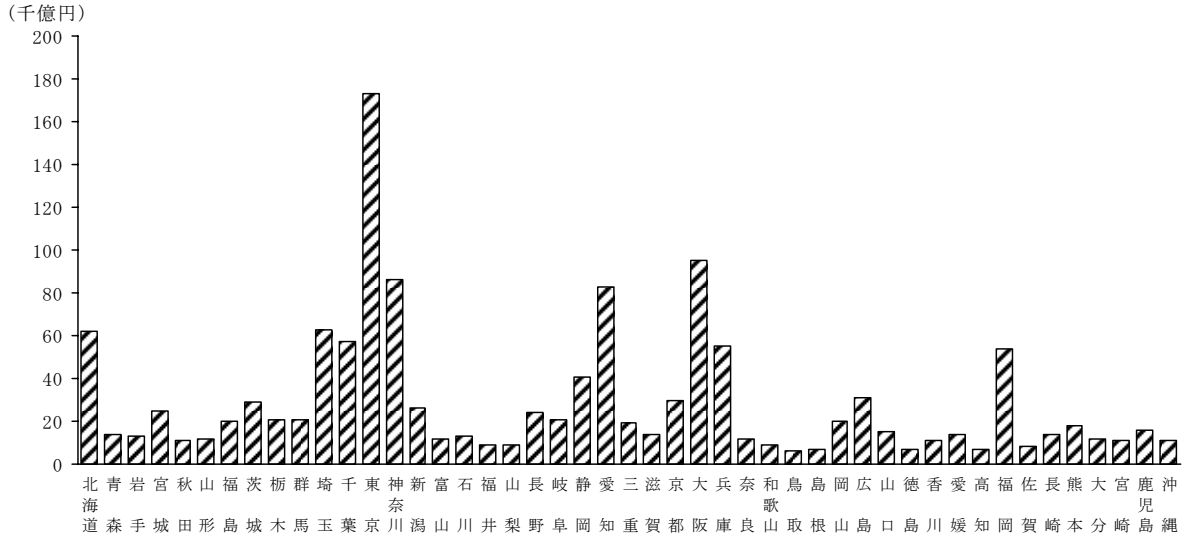
第IV-8図 都道府県別にみた小売業の事業所数の前回比



(2)年間商品販売額

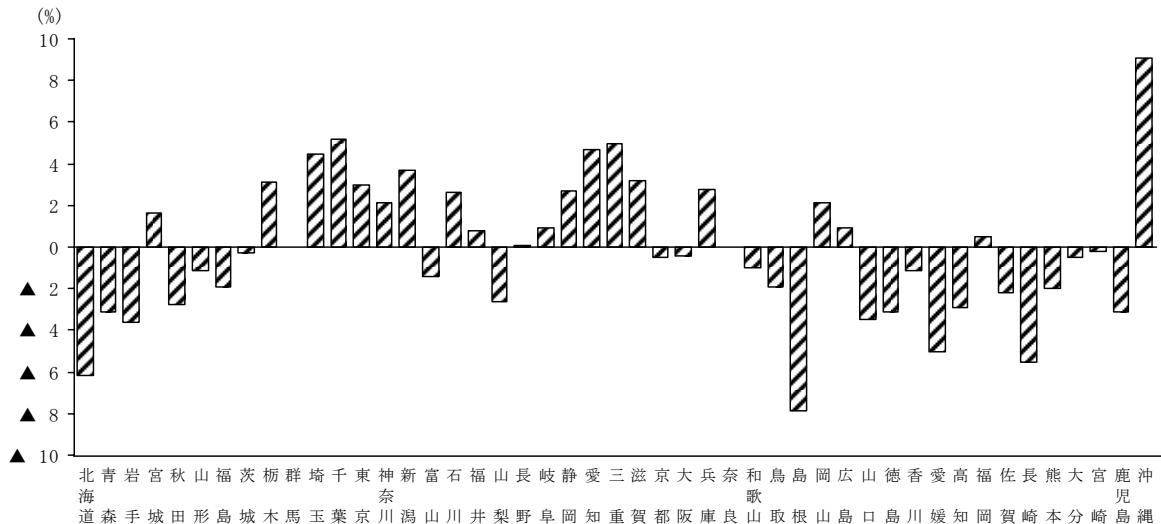
- ① 県別にみると、東京が17兆2896億円（構成比12.8%）と小売業の1割強を占め、大阪が9兆5377億円（同7.1%）、神奈川が8兆6123億円（同6.4%）、愛知が8兆3113億円（同6.2%）、埼玉が6兆3295億円（同4.7%）、北海道が6兆1584億円（同4.6%）、千葉が5兆7350億円（同4.3%）、兵庫が5兆4850億円（同4.1%）、福岡が5兆3543億円（同4.0%）と、9県が5兆円を超えている。また、前回調査と比較すると、埼玉が6位から5位となっている。

第IV-9図 都道府県別にみた小売業の年間商品販売額



- ② 前回比をみると、島根（前回比▲7.9%減）、北海道（同▲6.2%減）、長崎（同▲5.5%減）、愛媛（同▲5.0%減）をはじめ25県で減少、沖縄（同9.1%増）、千葉（同5.2%増）、三重（同5.0%増）、愛知（同4.7%増）、埼玉（同4.5%増）をはじめ、20県で増加となっている。群馬、奈良は横ばいであった。増加となった多くの県において、医薬品・化粧品小売業が好調で、また、ショッピングセンター等の大型店の新規出店がみられる。大きな伸びをみせている沖縄については、自動車・自転車小売業、婦人服・子供服小売業等が好調であった。

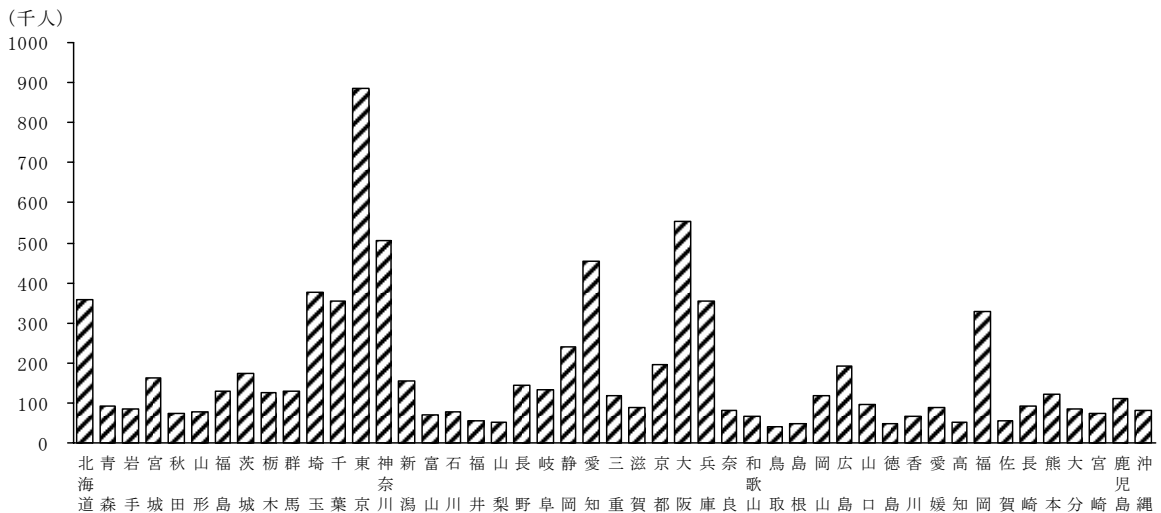
第IV-10図 都道府県別にみた小売業の年間商品販売額の前回比



(3) 就業者数

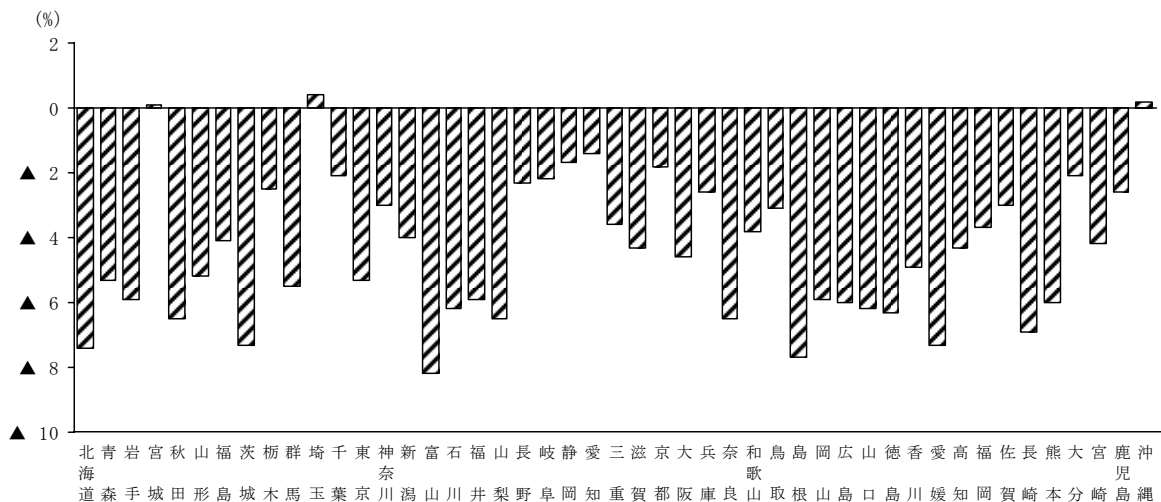
- ① 県別にみると、東京が88万3988人(構成比11.0%)、大阪が55万2189人(同6.8%)、神奈川が50万4209人(同6.3%)、愛知が45万5603人(同5.6%)、埼玉が37万5226人(同4.7%)、北海道が35万9033人(同4.5%)、千葉が35万3989人(同4.4%)、兵庫が35万3802人(同4.4%)、福岡が32万8913人(同4.1%)と9県が30万人を超えている。また、前回調査と比較すると、埼玉が6位から5位に、千葉が8位から7位となっている。

第Ⅳ-11図 都道府県別にみた小売業の就業者数



- ② 前回比をみると、埼玉(前回比0.9%増)、沖縄(同0.4%増)、宮城(同0.3%増)の3県が増加となったものの、富山(同▲8.0%減)、島根(同▲7.5%減)、北海道(同▲7.2%減)、茨城(同▲7.0%減)をはじめ、44県で減少となっている。

第Ⅳ-12図 都道府県別にみた小売業の就業者数の前回比



第Ⅳ－１表 都道府県別卸売業、小売業の事業所数

	卸・小売業計								
	卸売業			小売業					
	16年	19年	前回比(%)	16年	19年	前回比(%)	16年	19年	前回比(%)
全国計	1,613,318	1,470,995	▲ 8.8	375,269	334,240	▲ 10.9	1,238,049	1,136,755	▲ 8.2
北海道	64,471	58,217	▲ 9.7	15,613	13,679	▲ 12.4	48,858	44,538	▲ 8.8
青森	20,214	18,672	▲ 7.6	3,825	3,517	▲ 8.1	16,389	15,155	▲ 7.5
岩手	19,516	17,922	▲ 8.2	3,487	3,201	▲ 8.2	16,029	14,721	▲ 8.2
宮城	31,706	29,481	▲ 7.0	8,213	7,429	▲ 9.5	23,493	22,052	▲ 6.1
秋田	17,521	15,651	▲ 10.7	3,058	2,653	▲ 13.2	14,463	12,998	▲ 10.1
山形	18,592	16,896	▲ 9.1	3,551	3,192	▲ 10.1	15,041	13,704	▲ 8.9
福島	28,644	26,109	▲ 8.9	5,407	4,856	▲ 10.2	23,237	21,253	▲ 8.5
茨城	34,642	31,074	▲ 10.3	6,716	5,818	▲ 13.4	27,926	25,256	▲ 9.6
栃木	25,752	23,983	▲ 6.9	5,545	4,970	▲ 10.4	20,207	19,013	▲ 5.9
群馬	26,922	24,771	▲ 8.0	5,334	5,118	▲ 4.0	21,588	19,653	▲ 9.0
埼玉	58,104	56,393	▲ 2.9	12,577	11,838	▲ 5.9	45,527	44,555	▲ 2.1
千葉	52,569	48,468	▲ 7.8	9,712	8,970	▲ 7.6	42,857	39,498	▲ 7.8
東京	171,155	149,816	▲ 12.5	56,942	47,201	▲ 17.1	114,213	102,615	▲ 10.2
神奈川	74,540	67,687	▲ 9.2	14,764	12,685	▲ 14.1	59,776	55,002	▲ 8.0
新潟	36,512	34,071	▲ 6.7	7,940	7,301	▲ 8.0	28,572	26,770	▲ 6.3
富山	17,995	16,367	▲ 9.0	3,591	3,319	▲ 7.6	14,404	13,048	▲ 9.4
石川	18,091	16,565	▲ 8.4	4,428	3,932	▲ 11.2	13,663	12,633	▲ 7.5
福井	13,295	12,008	▲ 9.7	2,940	2,631	▲ 10.5	10,355	9,377	▲ 9.4
山梨	12,361	11,273	▲ 8.8	2,392	2,252	▲ 5.9	9,969	9,021	▲ 9.5
長野	29,538	27,353	▲ 7.4	5,846	5,642	▲ 3.5	23,692	21,711	▲ 8.4
岐阜	29,231	27,006	▲ 7.6	6,885	6,171	▲ 10.4	22,346	20,835	▲ 6.8
静岡	51,112	47,373	▲ 7.3	11,567	10,595	▲ 8.4	39,545	36,778	▲ 7.0
愛知	86,922	79,953	▲ 8.0	25,547	22,832	▲ 10.6	61,375	57,121	▲ 6.9
三重	23,265	21,589	▲ 7.2	4,379	4,126	▲ 5.8	18,886	17,463	▲ 7.5
滋賀	15,310	13,912	▲ 9.1	2,634	2,354	▲ 10.6	12,676	11,558	▲ 8.8
京都	37,377	34,770	▲ 7.0	8,463	7,805	▲ 7.8	28,914	26,965	▲ 6.7
大阪	120,342	107,203	▲ 10.9	38,041	32,910	▲ 13.5	82,301	74,293	▲ 9.7
兵庫	66,265	61,585	▲ 7.1	12,834	12,087	▲ 5.8	53,431	49,498	▲ 7.4
奈良	14,507	13,345	▲ 8.0	1,973	1,915	▲ 2.9	12,534	11,430	▲ 8.8
和歌山	16,739	14,871	▲ 11.2	2,875	2,673	▲ 7.0	13,864	12,198	▲ 12.0
鳥取	8,482	7,770	▲ 8.4	1,610	1,520	▲ 5.6	6,872	6,250	▲ 9.1
島根	12,087	10,767	▲ 10.9	2,160	1,827	▲ 15.4	9,927	8,940	▲ 9.9
岡山	25,468	23,079	▲ 9.4	5,134	4,707	▲ 8.3	20,334	18,372	▲ 9.6
広島	39,264	35,810	▲ 8.8	9,663	8,791	▲ 9.0	29,601	27,019	▲ 8.7
山口	22,160	20,009	▲ 9.7	4,096	3,869	▲ 5.5	18,064	16,140	▲ 10.7
徳島	12,512	10,974	▲ 12.3	2,208	1,982	▲ 10.2	10,304	8,992	▲ 12.7
香川	15,369	13,966	▲ 9.1	3,887	3,389	▲ 12.8	11,482	10,577	▲ 7.9
愛媛	22,028	19,573	▲ 11.1	4,601	4,119	▲ 10.5	17,427	15,454	▲ 11.3
高知	12,539	11,702	▲ 6.7	2,194	1,924	▲ 12.3	10,345	9,778	▲ 5.5
福岡	69,401	64,038	▲ 7.7	16,716	15,383	▲ 8.0	52,685	48,655	▲ 7.6
佐賀	12,657	11,965	▲ 5.5	2,316	2,197	▲ 5.1	10,341	9,768	▲ 5.5
長崎	22,624	20,402	▲ 9.8	4,180	3,704	▲ 11.4	18,444	16,698	▲ 9.5
熊本	25,263	22,971	▲ 9.1	4,735	4,161	▲ 12.1	20,528	18,810	▲ 8.4
大分	17,981	16,220	▲ 9.8	3,468	3,010	▲ 13.2	14,513	13,210	▲ 9.0
宮崎	16,795	15,676	▲ 6.7	3,250	2,941	▲ 9.5	13,545	12,735	▲ 6.0
鹿児島	26,158	23,772	▲ 9.1	4,675	4,089	▲ 12.5	21,483	19,683	▲ 8.4
沖縄	19,320	17,917	▲ 7.3	3,297	2,955	▲ 10.4	16,023	14,962	▲ 6.6

第IV-2表 都道府県別卸売業、小売業の年間商品販売額

	卸・小売業計								
	卸 売 業			小 売 業					
	1 6 年 (億円)	1 9 年 (億円)	前 回 比 (%)	1 6 年 (億円)	1 9 年 (億円)	前 回 比 (%)	1 6 年 (億円)	1 9 年 (億円)	前 回 比 (%)
全国計	5,387,758	5,452,506	1.2	4,054,972	4,106,789	1.3	1,332,786	1,345,717	1.0
北海道	197,281	177,490	▲ 10.0	131,629	115,906	▲ 11.9	65,652	61,584	▲ 6.2
青森	35,777	33,103	▲ 7.5	20,917	18,704	▲ 10.6	14,860	14,400	▲ 3.1
岩手	33,835	31,903	▲ 5.7	20,118	18,683	▲ 7.1	13,716	13,220	▲ 3.6
宮城	102,365	105,691	3.2	77,460	80,381	3.8	24,905	25,310	1.6
秋田	26,261	24,689	▲ 6.0	14,528	13,289	▲ 8.5	11,733	11,400	▲ 2.8
山形	28,332	26,939	▲ 4.9	15,987	14,732	▲ 7.8	12,345	12,207	▲ 1.1
福島	47,206	46,555	▲ 1.4	26,419	26,168	▲ 1.0	20,788	20,387	▲ 1.9
茨城	66,513	66,804	0.4	37,491	37,883	1.0	29,022	28,921	▲ 0.3
栃木	54,724	57,132	4.4	34,008	35,765	5.2	20,716	21,367	3.1
群馬	60,456	68,300	13.0	39,189	47,043	20.0	21,267	21,258	0.0
埼玉	143,638	151,110	5.2	83,077	87,815	5.7	60,561	63,295	4.5
千葉	116,079	122,462	5.5	61,548	65,112	5.8	54,531	57,350	5.2
東京	1,768,985	1,813,528	2.5	1,601,094	1,640,632	2.5	167,891	172,896	3.0
神奈川	198,190	210,481	6.2	113,839	124,358	9.2	84,351	86,123	2.1
新潟	72,152	71,839	▲ 0.4	47,296	46,068	▲ 2.6	24,856	25,771	3.7
富山	32,783	32,945	0.5	20,874	21,204	1.6	11,909	11,741	▲ 1.4
石川	43,353	41,819	▲ 3.5	30,288	28,409	▲ 6.2	13,065	13,410	2.6
福井	22,961	22,277	▲ 3.0	14,004	13,244	▲ 5.4	8,957	9,033	0.8
山梨	19,385	18,992	▲ 2.0	10,425	10,263	▲ 1.6	8,960	8,729	▲ 2.6
長野	60,629	58,093	▲ 4.2	36,617	34,051	▲ 7.0	24,012	24,043	0.1
岐阜	49,181	47,616	▲ 3.2	28,254	26,495	▲ 6.2	20,927	21,121	0.9
静岡	107,572	110,392	2.6	67,901	69,632	2.5	39,671	40,760	2.7
愛知	408,825	431,915	5.6	329,448	348,802	5.9	79,376	83,113	4.7
三重	38,438	39,306	2.3	20,030	19,970	▲ 0.3	18,408	19,336	5.0
滋賀	25,169	25,076	▲ 0.4	12,051	11,533	▲ 4.3	13,118	13,544	3.2
京都	74,487	74,106	▲ 0.5	44,086	43,853	▲ 0.5	30,402	30,253	▲ 0.5
大阪	600,970	603,027	0.3	505,170	507,650	0.5	95,800	95,377	▲ 0.4
兵庫	129,147	132,655	2.7	75,811	77,805	2.6	53,336	54,850	2.8
奈良	21,466	21,178	▲ 1.3	9,038	8,752	▲ 3.2	12,427	12,426	0.0
和歌山	18,558	18,661	0.6	9,120	9,313	2.1	9,438	9,348	▲ 1.0
鳥取	14,784	13,482	▲ 8.8	8,307	7,125	▲ 14.2	6,478	6,356	▲ 1.9
島根	16,430	14,150	▲ 13.9	8,542	6,884	▲ 19.4	7,888	7,267	▲ 7.9
岡山	54,516	51,753	▲ 5.1	34,557	31,379	▲ 9.2	19,960	20,374	2.1
広島	119,926	118,104	▲ 1.5	89,096	87,001	▲ 2.4	30,830	31,103	0.9
山口	35,574	35,484	▲ 0.3	20,190	20,633	2.2	15,384	14,850	▲ 3.5
徳島	17,621	16,549	▲ 6.1	10,112	9,274	▲ 8.3	7,509	7,276	▲ 3.1
香川	38,897	39,609	1.8	27,693	28,527	3.0	11,204	11,083	▲ 1.1
愛媛	38,035	34,926	▲ 8.2	23,724	21,337	▲ 10.1	14,311	13,589	▲ 5.0
高知	16,641	15,932	▲ 4.3	8,923	8,438	▲ 5.4	7,717	7,494	▲ 2.9
福岡	216,901	221,341	2.0	163,612	167,798	2.6	53,289	53,543	0.5
佐賀	19,079	18,359	▲ 3.8	10,713	10,178	▲ 5.0	8,366	8,180	▲ 2.2
長崎	33,590	30,212	▲ 10.1	18,932	16,362	▲ 13.6	14,658	13,849	▲ 5.5
熊本	41,097	38,959	▲ 5.2	23,211	21,422	▲ 7.7	17,887	17,537	▲ 2.0
大分	25,857	25,570	▲ 1.1	13,705	13,476	▲ 1.7	12,152	12,094	▲ 0.5
宮崎	26,904	25,849	▲ 3.9	15,409	14,375	▲ 6.7	11,494	11,473	▲ 0.2
鹿児島	42,338	40,091	▲ 5.3	25,837	24,092	▲ 6.8	16,502	15,998	▲ 3.1
沖縄	24,851	26,051	4.8	14,693	14,974	1.9	10,158	11,077	9.1

第Ⅳ－３表 都道府県別卸売業、小売業の就業者数

	卸・小売業計								
	卸 売 業			小 売 業					
	1 6 年	1 9 年	前 回 比 (%)	1 6 年	1 9 年	前 回 比 (%)	1 6 年	1 9 年	前 回 比 (%)
(人)	(人)	(%)	(人)	(人)	(%)	(人)	(人)	(%)	
全国計	12,333,889	11,706,379	▲ 5.1	3,957,154	3,639,307	▲ 8.0	8,376,735	8,067,072	▲ 3.7
北海道	535,737	488,605	▲ 8.8	148,982	129,572	▲ 13.0	386,755	359,033	▲ 7.2
青森	131,102	122,730	▲ 6.4	35,732	32,175	▲ 10.0	95,370	90,555	▲ 5.0
岩手	122,145	114,841	▲ 6.0	30,125	28,144	▲ 6.6	92,020	86,697	▲ 5.8
宮城	243,423	240,295	▲ 1.3	80,157	76,581	▲ 4.5	163,266	163,714	0.3
秋田	103,963	96,028	▲ 7.6	24,163	21,287	▲ 11.9	79,800	74,741	▲ 6.3
山形	109,853	102,751	▲ 6.5	28,151	25,190	▲ 10.5	81,702	77,561	▲ 5.1
福島	179,550	170,853	▲ 4.8	43,412	40,147	▲ 7.5	136,138	130,706	▲ 4.0
茨城	244,101	225,127	▲ 7.8	55,729	49,857	▲ 10.5	188,372	175,270	▲ 7.0
栃木	175,053	167,816	▲ 4.1	45,881	41,487	▲ 9.6	129,172	126,329	▲ 2.2
群馬	181,941	175,581	▲ 3.5	46,835	47,539	1.5	135,106	128,042	▲ 5.2
埼玉	492,212	488,399	▲ 0.8	120,458	113,173	▲ 6.0	371,754	375,226	0.9
千葉	451,485	440,524	▲ 2.4	90,489	86,535	▲ 4.4	360,996	353,989	▲ 1.9
東京	1,834,730	1,694,083	▲ 7.7	906,357	810,095	▲ 10.6	928,373	883,988	▲ 4.8
神奈川	672,314	649,498	▲ 3.4	153,368	145,289	▲ 5.3	518,946	504,209	▲ 2.8
新潟	233,975	222,186	▲ 5.0	72,732	67,069	▲ 7.8	161,243	155,117	▲ 3.8
富山	108,757	100,838	▲ 7.3	30,823	29,114	▲ 5.5	77,934	71,724	▲ 8.0
石川	120,778	112,496	▲ 6.9	38,847	35,487	▲ 8.6	81,931	77,009	▲ 6.0
福井	81,512	76,327	▲ 6.4	24,214	22,302	▲ 7.9	57,298	54,025	▲ 5.7
山梨	75,934	70,855	▲ 6.7	19,077	17,579	▲ 7.9	56,857	53,276	▲ 6.3
長野	195,615	190,344	▲ 2.7	50,217	48,024	▲ 4.4	145,398	142,320	▲ 2.1
岐阜	190,958	182,045	▲ 4.7	55,619	49,464	▲ 11.1	135,339	132,581	▲ 2.0
静岡	342,644	330,709	▲ 3.5	98,311	90,137	▲ 8.3	244,333	240,572	▲ 1.5
愛知	738,876	719,398	▲ 2.6	277,868	263,795	▲ 5.1	461,008	455,603	▲ 1.2
三重	156,502	150,646	▲ 3.7	35,027	33,295	▲ 4.9	121,475	117,351	▲ 3.4
滋賀	111,972	106,000	▲ 5.3	20,827	18,657	▲ 10.4	91,145	87,343	▲ 4.2
京都	276,160	268,343	▲ 2.8	78,887	74,292	▲ 5.8	197,273	194,051	▲ 1.6
大阪	1,047,780	992,948	▲ 5.2	470,461	440,759	▲ 6.3	577,319	552,189	▲ 4.4
兵庫	479,371	464,532	▲ 3.1	116,843	110,730	▲ 5.2	362,528	353,802	▲ 2.4
奈良	104,145	97,866	▲ 6.0	16,666	15,982	▲ 4.1	87,479	81,884	▲ 6.4
和歌山	90,396	86,418	▲ 4.4	21,790	20,284	▲ 6.9	68,606	66,134	▲ 3.6
鳥取	55,591	53,107	▲ 4.5	14,911	13,584	▲ 8.9	40,680	39,523	▲ 2.8
島根	67,699	61,236	▲ 9.5	17,145	14,486	▲ 15.5	50,554	46,750	▲ 7.5
岡山	174,424	164,818	▲ 5.5	48,573	45,885	▲ 5.5	125,851	118,933	▲ 5.5
広島	299,556	280,008	▲ 6.5	96,273	88,510	▲ 8.1	203,283	191,498	▲ 5.8
山口	137,047	128,854	▲ 6.0	33,219	31,246	▲ 5.9	103,828	97,608	▲ 6.0
徳島	71,144	65,571	▲ 7.8	19,078	16,644	▲ 12.8	52,066	48,927	▲ 6.0
香川	103,245	96,200	▲ 6.8	34,719	30,862	▲ 11.1	68,526	65,338	▲ 4.7
愛媛	135,346	124,913	▲ 7.7	38,650	34,527	▲ 10.7	96,696	90,386	▲ 6.5
高知	73,768	68,435	▲ 7.2	18,638	15,623	▲ 16.2	55,130	52,812	▲ 4.2
福岡	519,142	495,184	▲ 4.6	178,213	166,271	▲ 6.7	340,929	328,913	▲ 3.5
佐賀	76,148	73,550	▲ 3.4	18,475	17,516	▲ 5.2	57,673	56,034	▲ 2.8
長崎	133,955	123,379	▲ 7.9	34,910	30,914	▲ 11.4	99,045	92,465	▲ 6.6
熊本	171,728	158,371	▲ 7.8	42,804	37,037	▲ 13.5	128,924	121,334	▲ 5.9
大分	112,647	108,486	▲ 3.7	26,815	24,386	▲ 9.1	85,832	84,100	▲ 2.0
宮崎	104,774	99,119	▲ 5.4	26,737	24,187	▲ 9.5	78,037	74,932	▲ 4.0
鹿児島	152,223	145,297	▲ 4.5	39,551	35,235	▲ 10.9	112,672	110,062	▲ 2.3
沖縄	112,468	110,769	▲ 1.5	30,395	28,353	▲ 6.7	82,073	82,416	0.4

V. 業態別にみた小売業

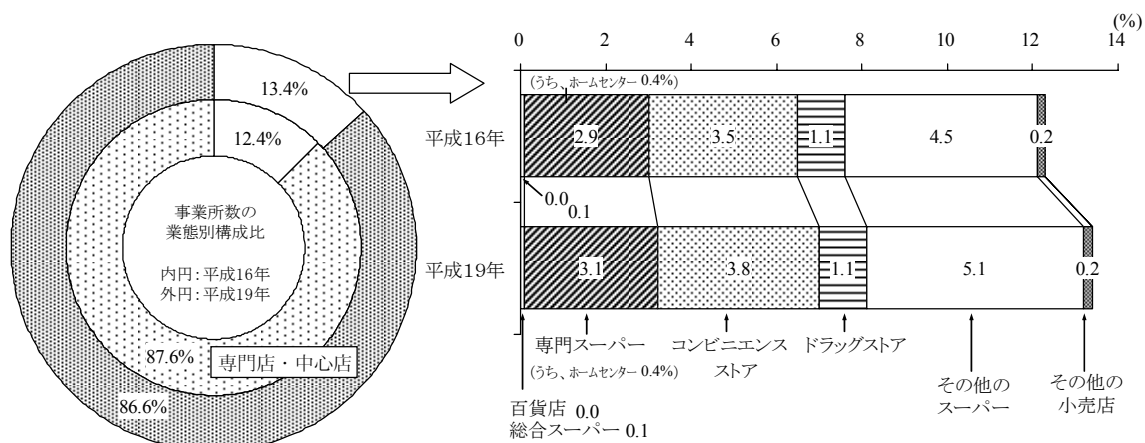
～ 年間商品販売額が最も増加したドラッグストア ～

1. 事業所数

平成19年調査における小売業の事業所数は113万6755事業所、前回比▲8.2%の減少であった。

- ① 事業所数は、中小規模の対面販売を主とする専門店・中心店（98万4600事業所）が引き続き9割弱を占め、以下、その他のスーパー（5万7511事業所）、コンビニエンスストア（4万3318事業所）、専門スーパー（3万4954事業所）の順となっている。

第V-1図 小売業の業態別事業所数の構成比



- ② 前回比をみると、事業所数の多い専門店・中心店（前回比▲9.3%減）の減少をはじめ、専門スーパー（同▲3.5%減）、その他の小売店（同▲31.1%減）、ドラッグストア（同▲3.2%減）、総合スーパー（同▲5.5%減）、百貨店（同▲11.7%減）などが減少となっている。また、専門スーパーの内数であるホームセンター（4060事業所）も同▲14.8%の減少となっている。

ドラッグストア^(注1)は医薬品・化粧品中心の商品構成から食料品など取扱商品を増やしていること、ホームセンター^(注2)も住関連中心から取扱商品を増やしていることから、ともにその他のスーパーへの業態移動がみられたことにより減少となっている。また、総合スーパーは取扱商品の集約などにより専門スーパーへの業態移動がみられたこと、百貨店は販売不振により統廃合が進んだこと、などにより減少となっている。

一方、その他のスーパー（前回比2.3%増）はドラッグストアやホームセンターからの業態移動などにより増加、コンビニエンスストア（同1.4%増）、専門スーパーの内数である衣料品スーパー（同9.5%増）も増加となっている。

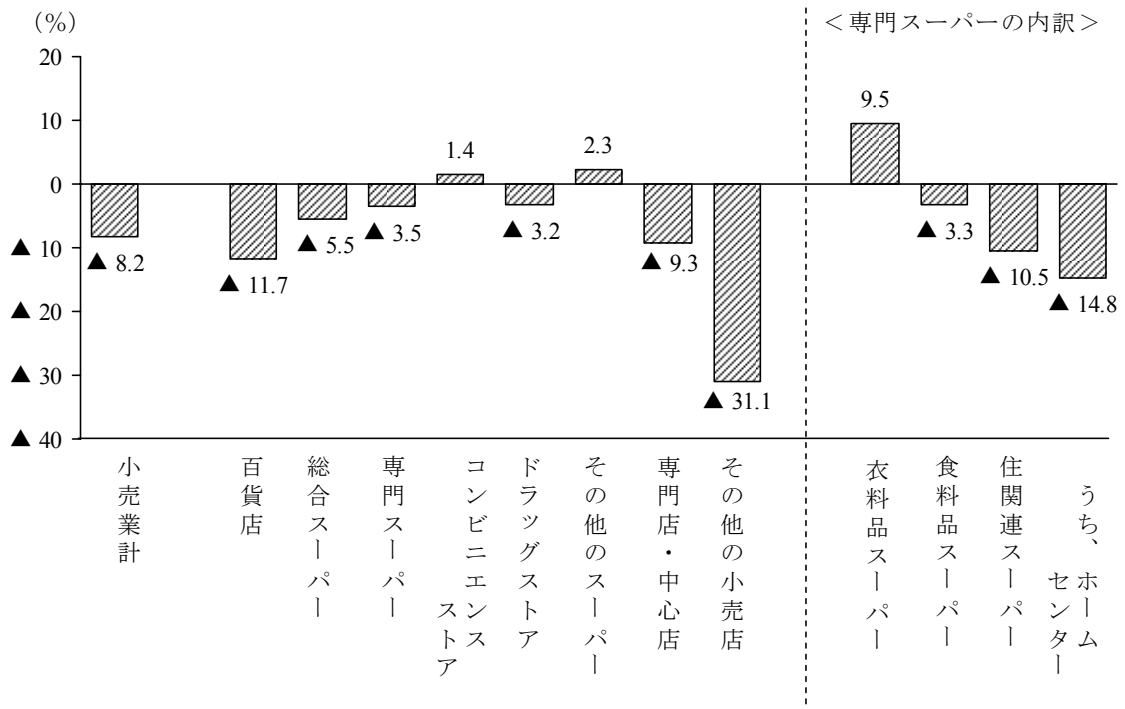
なお、コンビニエンスストア^(注3)は、郡部などにおいて営業時間の短縮化により、その他のスーパーへの業態移動がみられた。

(注1) ドラッグストアとは、セルフサービス方式を採用している産業分類「601 医薬品・化粧品小売業」に格付けされた事業所で、産業分類「6011 医薬品小売業（調剤薬局を除く）」に属する商品を扱っている事業所をいう。

(注2) ホームセンターとは、セルフサービス方式を採用している住関連スーパーのうち、産業分類「5991 金物小売業、5992 荒物小売業」及び産業分類「602 農耕用品小売業」に属する販売額が0%を超え70%未満の事業所をいう。

(注3) コンビニエンスストアとは、セルフサービス方式を採用している飲食料品を取扱っている事業所で、売場面積が30㎡以上250㎡未満、営業時間が14時間以上の事業所をいう。なお、ここでは産業分類「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）」以外の事業所も含む。

第V-2図 小売業の業態別事業所数の前回比

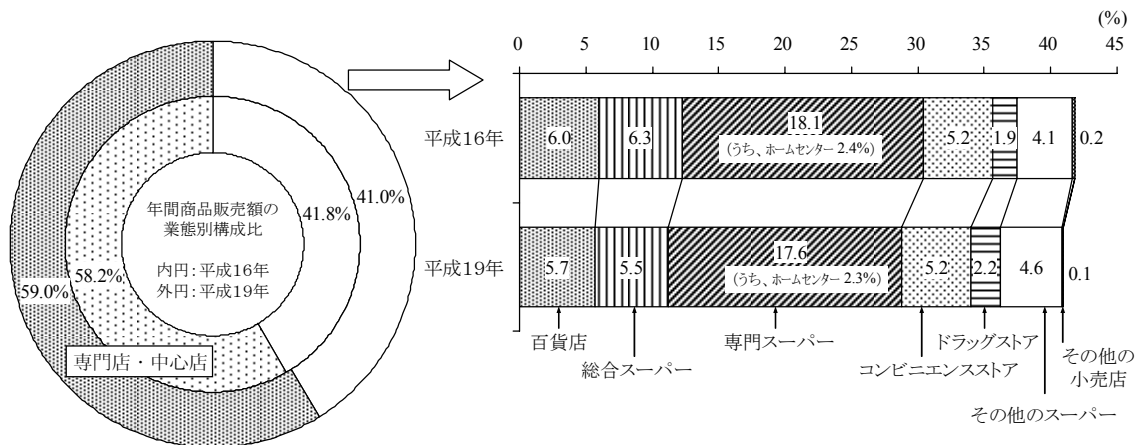


2. 年間商品販売額

平成19年調査における小売業の年間商品販売額は134兆5717億円、前年比1.0%の増加であった。

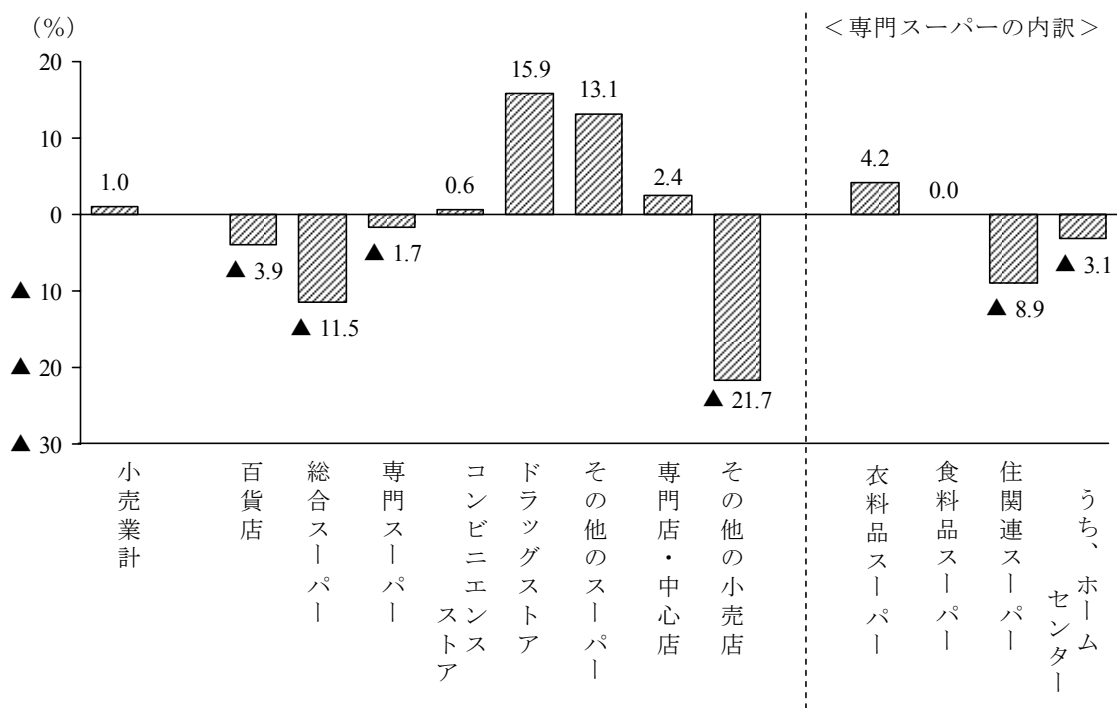
- ① 年間商品販売額は、専門店・中心店が79兆4183億円（構成比59.0%）と最も多く、次いで専門スーパーが23兆6842億円（同17.6%）、コンビニエンスストアが6兆9609億円（同5.2%）、ドラッグストアが3兆1億円（同2.2%）となっている。また、ホームセンターは3兆430億円（同2.3%）であった。

第V-3図 小売業の業態別年間商品販売額の構成比



- ② 前年比をみると、専門店・中心店（前年比2.4%増）、その他のスーパー（同13.1%増）、ドラッグストア（同15.9%増）、コンビニエンスストア（同0.6%増）は増加となっている。一方、総合スーパー（同▲11.5%減）は専門スーパーへの業態移動など、百貨店（同▲3.9%減）は販売不振などにより減少、専門スーパー（同▲1.7%減）、その他の小売店（同▲21.7%減）も減少となっている。また、ホームセンターは同▲3.1%の減少であった。

第V-4図 小売業の業態別年間商品販売額の前年比

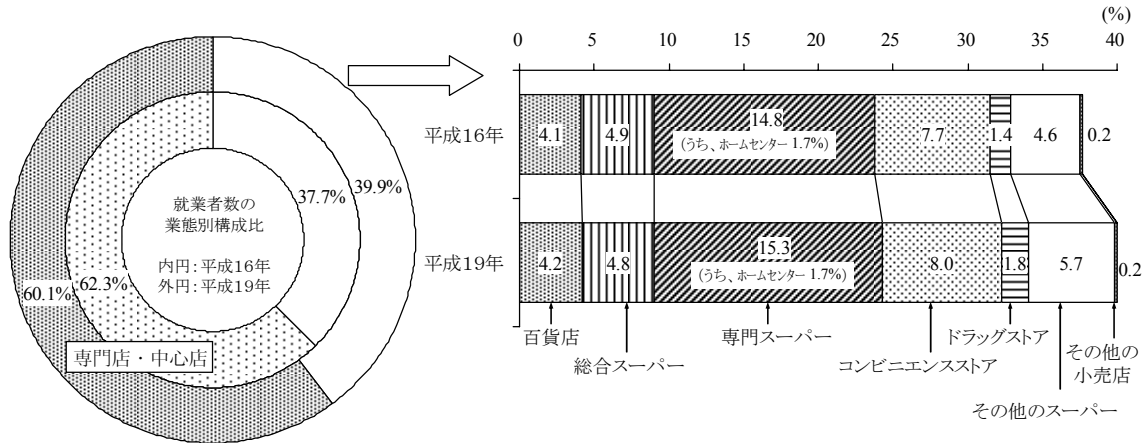


3. 就業者数

平成19年調査における小売業の就業者数は807万人、前回は▲3.7%の減少であった。

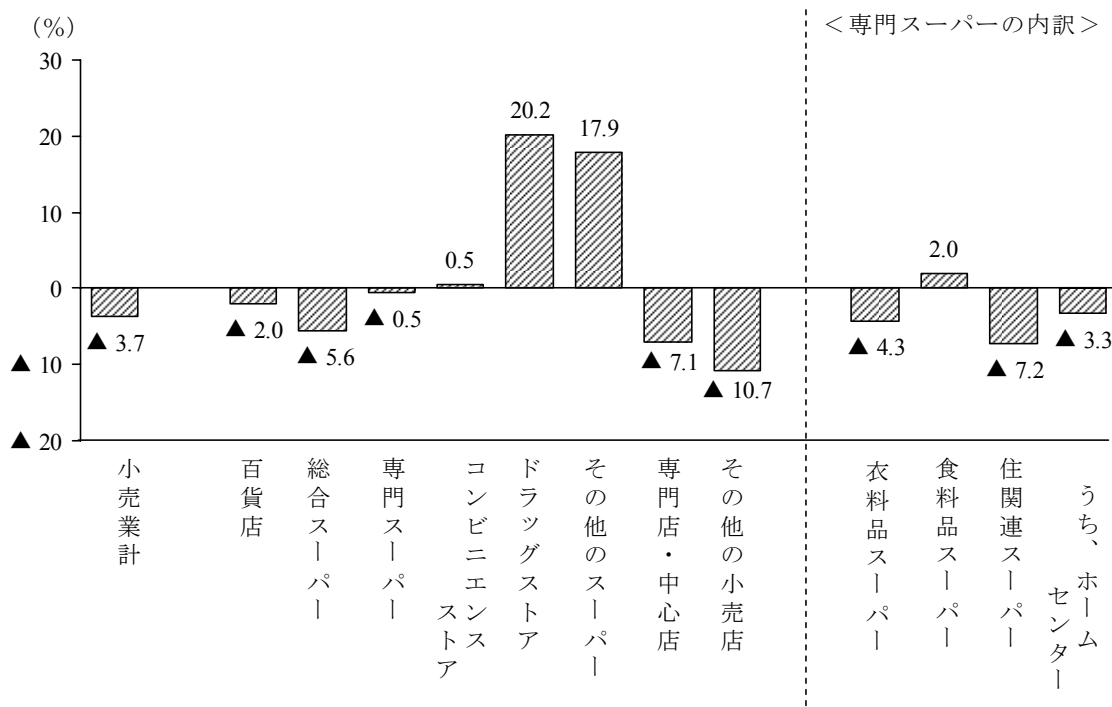
- ① 就業者数は、専門店・中心店が485万1829人(構成比60.1%)と最も多く、次いで専門スーパーが123万2861人(同15.3%)、コンビニエンスストアが64万4688人(同8.0%)の順となっている。

第V-5図 小売業の業態別就業者数の構成比



- ② 前回はみると、専門店・中心店(前回は▲7.1%減)が住関連、食料品、衣料品店とも大きく減少、また、総合スーパー(同▲5.6%減)、百貨店(同▲2.0%減)、専門スーパー(同▲0.5%減)、その他の小売店(同▲10.7%減)も減少となっている。一方、その他のスーパー(同17.9%増)、ドラッグストア(同20.2%増)、コンビニエンスストア(同0.5%増)は増加となっている。
なお、ホームセンターは前回は▲3.3%の減少となっている。

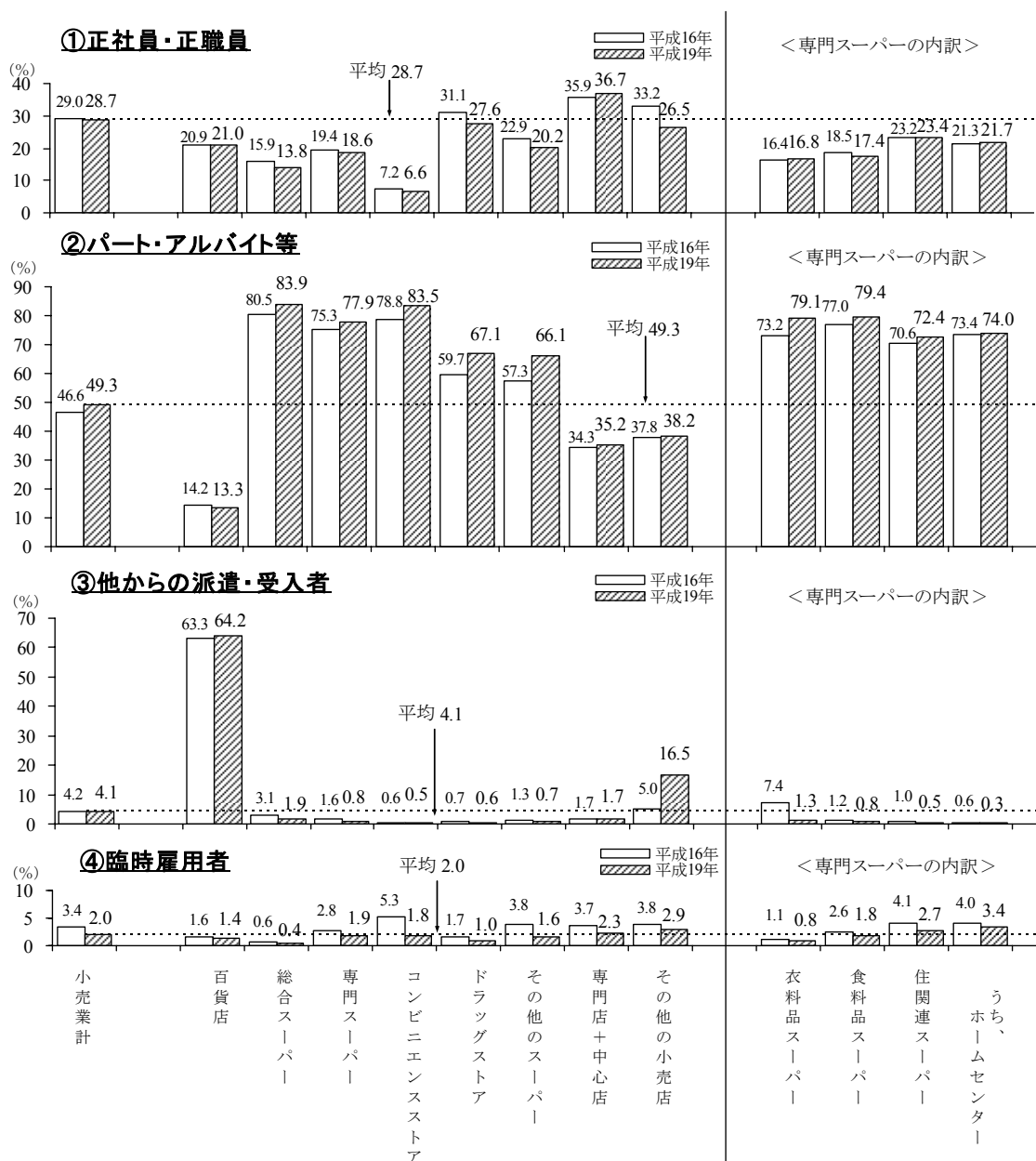
第V-6図 小売業の業態別就業者数の前回は



③ 就業者数の内訳についてその構成比を業態別にみると、「正社員・正職員」はコンビニエンスストアが6.6%と低く、専門店・中心店では36.7%、ドラッグストア、その他の小売店、百貨店、その他のスーパーでは20%台となっている。また、「パート・アルバイト等」は、総合スーパー、コンビニエンスストア、専門スーパーで80%前後と高く、「他からの派遣・受入者」は百貨店が60%台と高くなっている。

前回調査と比較すると、「正社員・正職員」は専門店・中心店、百貨店、ホームセンターなどで拡大しており、「パート・アルバイト等」は百貨店を除くすべての業態で拡大している。また、「他からの派遣・受入者」は百貨店、その他の小売店で拡大している。一方、「臨時雇用者」はすべての業態で縮小している。

第V-7図 小売業の業態別就業者数内訳の構成比



4. 売場面積

平成19年調査における小売業の売場面積は1億5191万㎡、1事業所当たりの売場面積は159㎡であった。

① 売場面積は、専門店・中心店（7020万㎡）が最も大きく、次いで専門スーパー（4007万㎡）、総合スーパー（1585万㎡）の順となっている。

前回比をみると、専門スーパー（前回比7.1%増）は大型ショッピングセンターの開設などにより、その他のスーパー（同33.0%増）はドラッグストアやホームセンターからの業態移動などにより、ドラッグストア（同29.5%増）は大型店の新設などにより増加となっている。一方、百貨店（同▲1.6%減）、その他の小売店（同▲18.6%減）は、事業所数の減少などにより減少となっている。

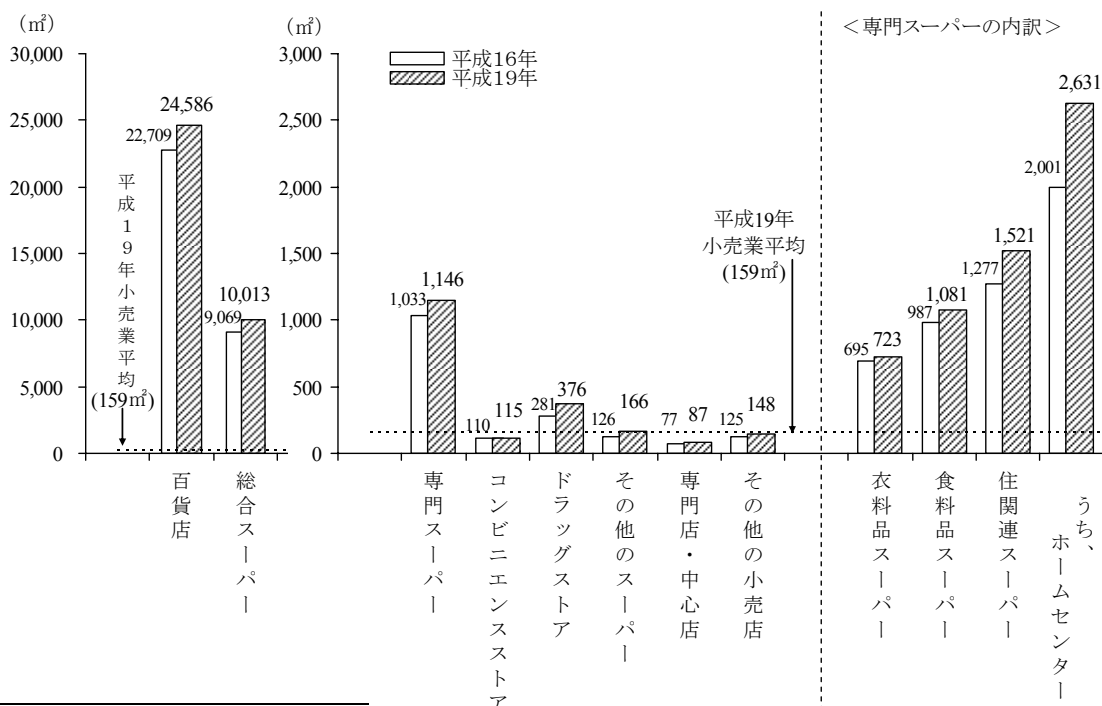
第V-1表 小売業の業態別にみた売場面積

業 態	売 場 面 積					1事業所当たりの売場面積		
	平成16年 (千㎡)	平成19年 (千㎡)	構成比(%)		前回比(%) 19年/16年	平成16年 (㎡)	平成19年 (㎡)	前回比(%) 19年/16年
			平成16年	平成19年				
小売業計	144,129	151,907	100.0	100.0	5.4	137	159	16.1
百貨店	6,472	6,368	4.5	4.2	▲1.6	22,709	24,586	8.3
総合スーパー	15,191	15,850	10.5	10.4	4.3	9,069	10,013	10.4
専門スーパー	37,402	40,065	26.0	26.4	7.1	1,033	1,146	10.9
うち、ホームセンター	9,531	10,682	6.6	7.0	12.1	2,001	2,631	31.5
コンビニエンスストア	4,715	4,971	3.3	3.3	5.4	110	115	4.5
ドラッグストア	3,676	4,762	2.6	3.1	29.5	281	376	33.8
その他のスーパー	7,090	9,433	4.9	6.2	33.0	126	166	31.7
専門店・中心店	69,258	70,196	48.1	46.2	1.4	77	87	13.0
その他の小売店	323	263	0.2	0.2	▲18.6	125	148	18.4

② 1事業所当たりの売場面積（注4）は、百貨店（2万4586㎡）が圧倒的に大きく、次いで総合スーパー（1万13㎡）、専門スーパー（1146㎡）、ドラッグストア（376㎡）の順となっている。

前回比をみると、ドラッグストア（前回比33.8%増）、その他のスーパー（同31.7%増）が大幅な増加となったのをはじめ、すべての業態で引き続き増加となっており、店舗の大型化が進展している。

第V-8図 小売業の業態別にみた1事業所当たりの売場面積



（注4）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（新車、中古）小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。

5. 単位当たりの年間商品販売額(販売効率)

平成19年調査における小売業の1事業所当たりの年間商品販売額は1億1838万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は65万円、就業者1人当たりの年間商品販売額は2020万円であった。

第V-2表 小売業の業態別にみた単位当たりの年間商品販売額

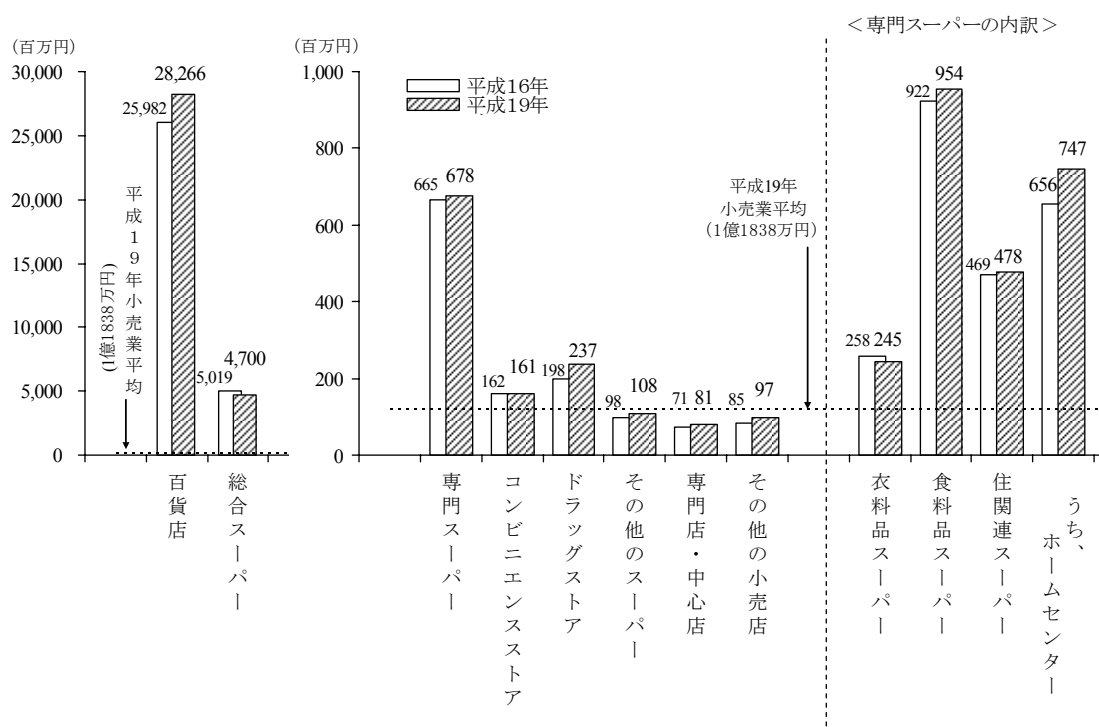
業 態	1事業所当たりの年間商品販売額(百万円)				売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(万円)				就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)
	平成16年	平成19年	前回差 19年-16年	前回比(%) 19年/16年	平成16年	平成19年	前回差 19年-16年	前回比(%) 19年/16年	
小売業計	108	118	11	10.0	70	65	▲5	▲7.1	2020
百貨店	25,982	28,266	2,284	8.8	120	115	▲5	▲4.2	2325
総合スーパー	5,019	4,700	▲319	▲6.4	55	47	▲8	▲14.5	2741
専門スーパー	665	678	12	1.8	64	59	▲5	▲7.8	2725
うち、ホームセンター	659	750	90	13.7	33	28	▲5	▲15.2	2994
コンビニエンスストア	162	161	▲1	▲0.8	147	140	▲7	▲4.8	1713
ドラッグストア	198	237	39	19.8	70	63	▲7	▲10.0	2732
その他のスーパー	98	108	10	10.6	77	64	▲13	▲16.9	1733
専門店・中心店	71	81	9	12.9	65	63	▲2	▲3.1	1844
その他の小売店	85	97	12	13.7	59	61	2	3.4	1631

(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28億6582万円と群を抜いて高く、次いで総合スーパー(46億9977万円)、専門スーパー(6億7758万円)、ドラッグストア(2億3677万円)、コンビニエンスストア(1億6069万円)の順となっている。

前回比をみると、百貨店(前回比8.8%増)、ドラッグストア(同19.8%増)、その他の小売店(同13.7%増)、その他のスーパー(同10.6%増)、専門店・中心店(同12.9%増)、専門スーパー(同1.8%増)が増加となっている。一方、総合スーパー(同▲6.4%減)、コンビニエンスストア(同▲0.8%減)は減少となっている。

第V-9図 小売業の業態別にみた1事業所当たりの年間商品販売額

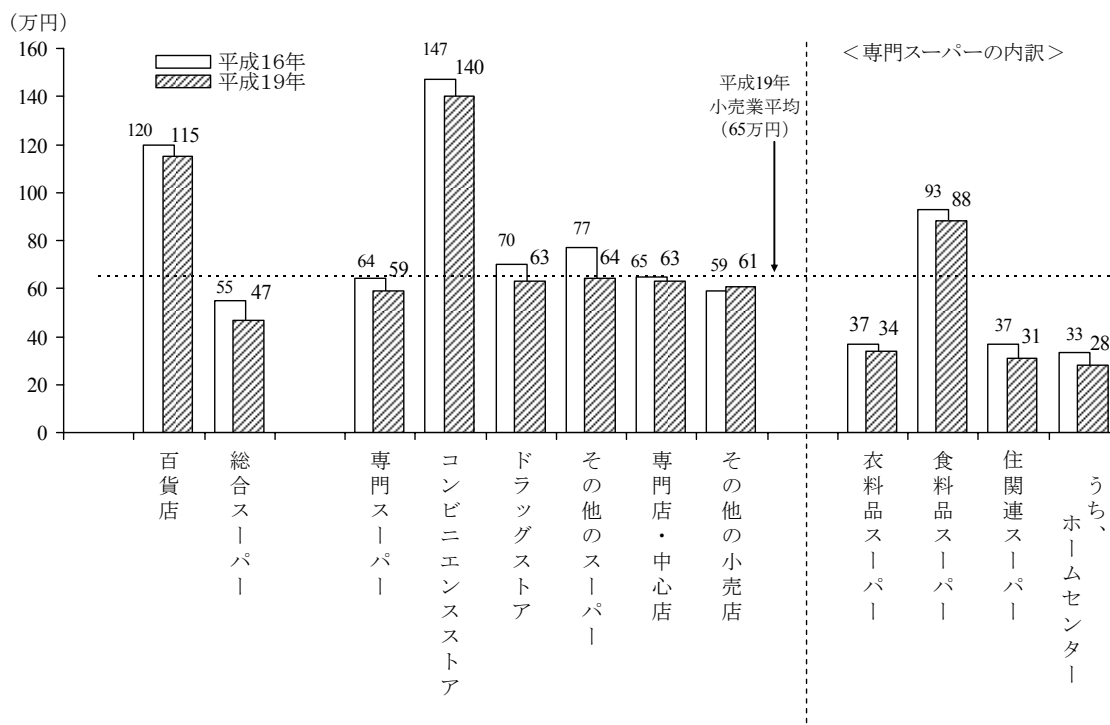


(2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

売場面積1㎡当たりの年間商品販売額^(注5)は、コンビニエンスストアが140万円と最も高く、次いで百貨店が115万円となっており、この2業態は100万円を上回っている。以下、その他のスーパー(64万円)、ドラッグストア(63万円)、専門店・中心店(63万円)の順となっている。

前回比をみると、その他の小売店が前回比3.4%の増加となった以外は、その他のスーパー(同▲16.9%減)、総合スーパー(同▲14.5%減)、ドラッグストア(同▲10.0%減)など、すべての業種で減少となっている。

第V-10図 小売業の業態別にみた売場面積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

就業者1人当たりの年間商品販売額^(注6)は、総合スーパーが2741万円、ドラッグストアが2732万円、専門スーパーが2725万円、百貨店が2325万円となっており、これらの業態では小売業の平均(2020万円)を上回っている。

なお、専門スーパーのうちホームセンターは2994万円と、就業者1人当たりの年間商品販売額が最も多い業態となっている。

(注5) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車(新車、中古)小売業、建具小売業、量小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。

(注6) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイト等について労働時間を8時間換算した就業者数で算出している。

第V-3表 小売業の業態別事業所数及び年間商品販売額

業 態 別	事 業 所 数					年 間 商 品 販 売 額				
	平成16年		平成19年			平成16年		平成19年		
		構成比 (%)		構成比 (%)	前回比 (%)	(億円)	構成比 (%)	(億円)	構成比 (%)	前回比 (%)
小売業計	1,238,049	100.0	1,136,755	100.0	▲ 8.2	1,332,786	100.0	1,345,717	100.0	1.0
百貨店	308	0.0	272	0.0	▲ 11.7	80,023	6.0	76,883	5.7	▲ 3.9
大型百貨店	276	0.0	246	0.0	▲ 10.9	76,686	5.8	72,997	5.4	▲ 4.8
その他の百貨店	32	0.0	26	0.0	▲ 18.8	3,338	0.3	3,886	0.3	16.4
総合スーパー	1,675	0.1	1,583	0.1	▲ 5.5	84,064	6.3	74,397	5.5	▲ 11.5
大型総合スーパー	1,496	0.1	1,384	0.1	▲ 7.5	79,496	6.0	69,592	5.2	▲ 12.5
中型総合スーパー	179	0.0	199	0.0	11.2	4,568	0.3	4,805	0.4	5.2
専門スーパー	36,220	2.9	34,954	3.1	▲ 3.5	241,019	18.1	236,842	17.6	▲ 1.7
衣料品スーパー	5,991	0.5	6,560	0.6	9.5	15,446	1.2	16,093	1.2	4.2
食料品スーパー	18,485	1.5	17,882	1.6	▲ 3.3	170,470	12.8	170,535	12.7	0.0
住関連スーパー	11,744	0.9	10,512	0.9	▲ 10.5	55,104	4.1	50,214	3.7	▲ 8.9
うちホームセンター	4,764	0.4	4,060	0.4	▲ 14.8	31,413	2.4	30,430	2.3	▲ 3.1
コンビニエンスストア	42,738	3.5	43,318	3.8	1.4	69,222	5.2	69,609	5.2	0.6
うち終日営業店	34,453	2.8	36,490	3.2	5.9	60,794	4.6	61,880	4.6	1.8
ドラッグストア	13,095	1.1	12,671	1.1	▲ 3.2	25,878	1.9	30,001	2.2	15.9
その他のスーパー	56,211	4.5	57,511	5.1	2.3	54,806	4.1	62,010	4.6	13.1
うち各種商品取扱店	782	0.1	1,012	0.1	29.4	2,276	0.2	3,393	0.3	49.1
専門店・中心店	1,085,122	87.6	984,600	86.6	▲ 9.3	775,487	58.2	794,183	59.0	2.4
衣料品専門店・中心店	165,736	13.4	152,887	13.4	▲ 7.8	89,630	6.7	84,854	6.3	▲ 5.3
食料品専門店・中心店	323,087	26.1	273,534	24.1	▲ 15.3	133,867	10.0	125,578	9.3	▲ 6.2
住関連専門店・中心店	596,299	48.2	558,179	49.1	▲ 6.4	551,990	41.4	583,751	43.4	5.8
その他の小売店	2,680	0.2	1,846	0.2	▲ 31.1	2,286	0.2	1,791	0.1	▲ 21.7
うち各種商品取扱店	2,680	0.2	1,762	0.2	▲ 34.3	2,286	0.2	1,429	0.1	▲ 37.5

(注) 専門店及び中心店は合算し、専門店・中心店として表章している。

第V-4表 小売業の業態別就業者数及び売場面積

業態別	就業者数					売場面積				
	平成16年		平成19年			平成16年		平成19年		
	(人)	構成比(%)	(人)	構成比(%)	前回比(%)	(千㎡)	構成比(%)	(千㎡)	構成比(%)	前回比(%)
小売業計	8,376,735	100.0	8,067,072	100.0	▲ 3.7	144,129	100.0	151,907	100.0	5.4
百貨店	346,690	4.1	339,903	4.2	▲ 2.0	6,472	4.5	6,368	4.2	▲ 1.6
大型百貨店	341,062	4.1	331,459	4.1	▲ 2.8	6,455	4.5	6,343	4.2	▲ 1.7
その他の百貨店	5,628	0.1	8,444	0.1	50.0	18	0.0	25	0.0	43.8
総合スーパー	409,373	4.9	386,597	4.8	▲ 5.6	15,191	10.5	15,850	10.4	4.3
大型総合スーパー	387,236	4.6	365,952	4.5	▲ 5.5	14,661	10.2	15,374	10.1	4.9
中型総合スーパー	22,137	0.3	20,645	0.3	▲ 6.7	531	0.4	476	0.3	▲ 10.3
専門スーパー	1,238,467	14.8	1,232,861	15.3	▲ 0.5	37,402	26.0	40,065	26.4	7.1
衣料品スーパー	82,141	1.0	78,593	1.0	▲ 4.3	4,163	2.9	4,743	3.1	13.9
食料品スーパー	882,059	10.5	899,695	11.2	2.0	18,246	12.7	19,333	12.7	6.0
住関連スーパー	274,267	3.3	254,573	3.2	▲ 7.2	14,993	10.4	15,989	10.5	6.6
うちホームセンター	144,501	1.7	139,776	1.7	▲ 3.3	9,531	6.6	10,682	7.0	12.1
コンビニエンスストア	641,525	7.7	644,688	8.0	0.5	4,715	3.3	4,971	3.3	5.4
うち終日営業店	568,172	6.8	577,388	7.2	1.6	3,934	2.7	4,330	2.9	10.1
ドラッグストア	118,236	1.4	142,113	1.8	20.2	3,676	2.6	4,762	3.1	29.5
その他のスーパー	387,528	4.6	456,856	5.7	17.9	7,090	4.9	9,433	6.2	33.0
うち各種商品取扱店	10,520	0.1	17,080	0.2	62.4	367	0.3	614	0.4	67.2
専門店・中心店	5,221,223	62.3	4,851,829	60.1	▲ 7.1	69,258	48.1	70,196	46.2	1.4
衣料品専門店・中心店	635,063	7.6	605,681	7.5	▲ 4.6	14,758	10.2	14,882	9.8	0.8
食料品専門店・中心店	1,474,599	17.6	1,308,803	16.2	▲ 11.2	13,191	9.2	12,060	7.9	▲ 8.6
住関連専門店・中心店	3,111,561	37.1	2,937,345	36.4	▲ 5.6	41,309	28.7	43,254	28.5	4.7
その他の小売店	13,693	0.2	12,225	0.2	▲ 10.7	323	0.2	263	0.2	▲ 18.6
うち各種商品取扱店	13,693	0.2	9,154	0.1	▲ 33.1	323	0.2	229	0.2	▲ 28.9

(注) 専門店及び中心店は合算し、専門店・中心店として表章している。

《トピックス》

VI. 有料施設内事業所の販売状況

～ 駅ナカは小売業平均の8倍弱、有料道路内は同3倍強 ～
 (売場面積1㎡当たりの年間商品販売額)

1. 駅改札内事業所(駅ナカ)の販売状況

(1) 事業所数、年間商品販売額及び就業者数

平成19年調査における有料施設内事業所のうち、駅改札内事業所^(注1)の事業所数は1960事業所、年間商品販売額は2337億6千万円、就業者数は1万2649人であった。

第VI-1表 駅改札内事業所の事業所数、年間商品販売額及び就業者数

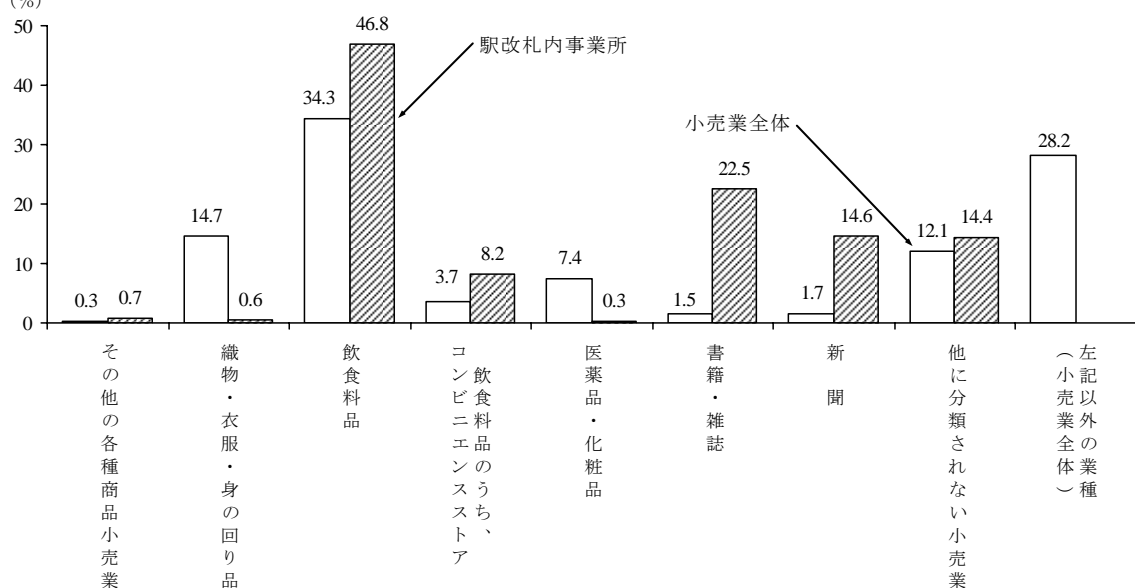
業種	駅改札内事業所					
	事業所数		年間商品販売額		就業者数	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	(人)	構成比(%)
小売業計	1,960	100.0	233,762	100.0	12,649	100.0
その他の各種商品小売業	14	0.7	7,530	3.2	218	1.7
織物・衣服・身の回り品小売業	11	0.6	1,993	0.9	117	0.9
飲食料品小売業	918	46.8	132,382	56.6	8,416	66.5
うち、コンビニエンスストア	161	8.2	46,149	19.7	3,273	25.9
医薬品・化粧品小売業	6	0.3	482	0.2	41	0.3
書籍・雑誌小売業	441	22.5	42,102	18.0	1,781	14.1
新聞小売業	287	14.6	21,049	9.0	860	6.8
他に分類されない小売業	283	14.4	28,223	12.1	1,216	9.6

(注) スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業は秘匿のため、他に分類されない小売業に含めている。
 以下、駅改札内事業所の業種分類については同じ。

① 駅改札内事業所の事業所数は1960事業所で、小売業全体(113万6755事業所)に占める割合は0.2%であった。業種別にみると、飲食料品小売業が918事業所(構成比46.8%)と最も多く、このうちコンビニエンスストアは161事業所(同8.2%)となっている。次いで、書籍・雑誌小売業が441事業所(同22.5%)、新聞小売業が287事業所(同14.6%)、他に分類されない小売業が283事業所(同14.4%)となっており、この4業種で駅改札内事業所の98%を占めている。

小売業全体の業種別事業所数の構成比と比較してみると、書籍・雑誌小売業が1.5倍、新聞小売業が1.7倍弱と構成比の割合が極端に高くなっていることが目立っている。また、飲食料品小売業の割合も3割以上高く、うちコンビニエンスストアは2倍以上となっている。

第VI-1図 駅改札内事業所と小売業全体の事業所数の業種別構成比

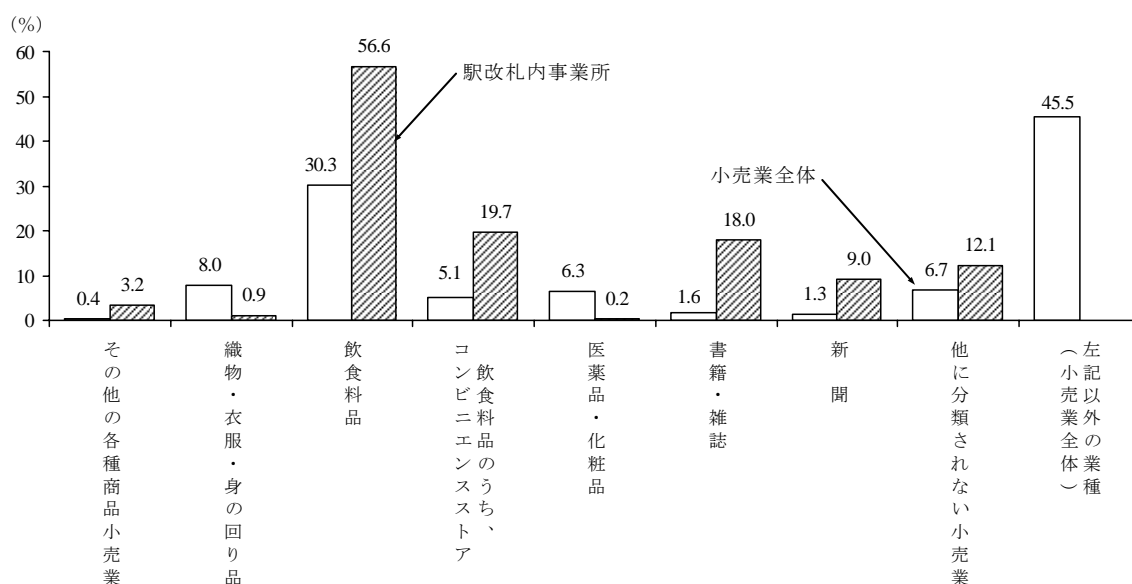


(注1) 有料施設内事業所のうちの駅改札内事業所は、平成19年から調査対象に加えた。

② 駅改札内事業所の年間商品販売額は 2337 億 6 千万円で、小売業全体（134 兆 5717 億円）に占める割合は 0.2%であった。業種別にみると、事業所数と同様、飲食料品小売業が 1323 億 8 千万円（構成比 56.6%）と最も多く、このうちコンビニエンスストアは 461 億 5 千万円（同 19.7%）となっている。次いで、書籍・雑誌小売業が 421 億円（同 18.0%）、他に分類されない小売業が 282 億 2 千万円（同 12.1%）、新聞小売業が 210 億 5 千万円（同 9.0%）となっており、この 4 業種で駅改札内事業所の年間商品販売額の 96%を占めている。

小売業全体の業種別年間商品販売額の構成比と比較してみると、書籍・雑誌小売業の割合が 1.1 倍以上と極端に高く、新聞小売業が 7 倍弱、飲食料品小売業も 2 倍近い割合となっており、うちコンビニエンスストアは 4 倍弱となっている。

第 VI-2 図 駅改札内事業所と小売業全体の年間商品販売額の業種別構成比



駅改札内事業所の小売業年間商品販売額（2337 億 6 千万円）の上位品目についてみると、菓子（非製造）が 411 億 2 千万円と最も多く、全体の 17.6%を占めている。次いで、書籍・雑誌が 357 億 9 千万円（構成比 15.3%）、飲料（牛乳を除く・茶類飲料を含む）が 286 億 5 千万円（同 12.3%）となっており、以下、たばこ・喫煙具（同 11.1%）、新聞（同 7.2%）、他の飲食料品（同 6.5%）、その他（同 5.5%）、酒（同 4.2%）と続いている。

業種別にみると、飲食料品小売業では駅改札内事業所の計と同様、菓子（非製造）が最も多く 25.1%と 4 分の 1 を占め、次いで飲料（牛乳を除く・茶類飲料を含む）が 15.3%、料理品が 11.0%などとなっている。このうちコンビニエンスストアは、第 1 位と第 2 位が飲食料品小売業と同じく菓子（非製造）が 21.2%、飲料（牛乳を除く・茶類飲料を含む）が 18.9%となっているが、第 3 位は他の飲食料品の 12.0%となっている。

書籍・雑誌小売業では、書籍・雑誌が 49.2%と 5 割弱を占め、次いでたばこ・喫煙具が 13.8%、新聞が 11.9%、新聞小売業では、たばこ・喫煙具が 28.7%、新聞が 22.9%、書籍・雑誌が 18.0%となっている。他に分類されない小売業では、その他が 29.0%と 3 割弱を占め、次いでたばこ・喫煙具が 19.2%、みやげ品が 15.5%などとなっている。

その他の各種商品小売業では、料理品が 17.8%と最も多く、次いで婦人服が 12.3%、その他が 8.2%となっており、織物・衣服・身の回り品小売業では、他の衣服・身の回り品が 62.1%と過半を占め、次いで小間物・化粧道具が 20.2%、かばん・袋物が 6.8%となっている。また、医薬品・化粧品小売業では、一般用医薬品が 49.0%と 5 割弱を占め、次いで化粧品が 35.0%、小間物・化粧道具が 6.5%となっている。

第VI-2表 駅改札内事業所の商品別年間販売額の上位品目

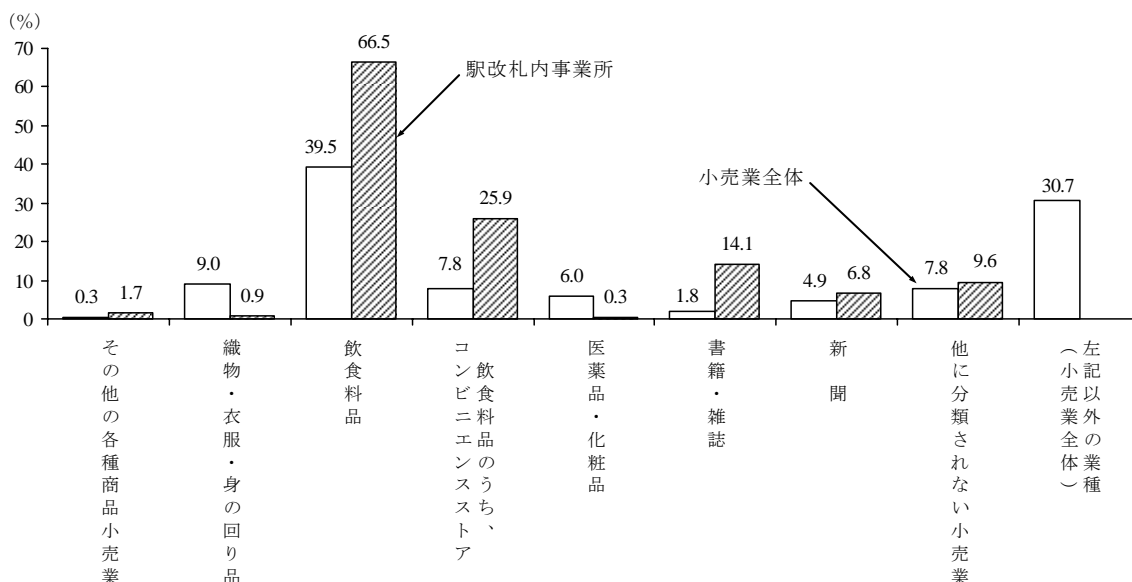
(単位：百万円、%)

業種	売上高上位品目別						
	合計金額	1位		2位		3位	
		品目名	販売金額 (構成比)	品目名	販売金額 (構成比)	品目名	販売金額 (構成比)
駅改札内事業所の小売業計	233,762 (100.0)	菓子(非製造)	41,123 (17.6)	書籍・雑誌	35,792 (15.3)	飲料(牛乳を除く・ 茶類飲料を含む)	28,652 (12.3)
その他の各種商品小売業	7,530 (100.0)	料理品	1,337 (17.8)	婦人服	925 (12.3)	その他	620 (8.2)
織物・衣服・身の回り品小売業	1,993 (100.0)	他の衣服・ 身の回り品	1,238 (62.1)	小間物・化粧道具	402 (20.2)	かばん・袋物	135 (6.8)
飲食料品小売業	132,382 (100.0)	菓子(非製造)	33,196 (25.1)	飲料(牛乳を除く・ 茶類飲料を含む)	20,259 (15.3)	料理品	14,594 (11.0)
うち、コンビニエンスストア	46,149 (100.0)	菓子(非製造)	9,763 (21.2)	飲料(牛乳を除く・ 茶類飲料を含む)	8,735 (18.9)	他の飲食料品	5,552 (12.0)
医薬品・化粧品小売業	482 (100.0)	一般用医薬品	236 (49.0)	化粧品	169 (35.0)	小間物・化粧道具	31 (6.5)
書籍・雑誌小売業	42,102 (100.0)	書籍・雑誌	20,722 (49.2)	たばこ・喫煙具	5,825 (13.8)	新聞	5,019 (11.9)
新聞小売業	21,049 (100.0)	たばこ・喫煙具	6,039 (28.7)	新聞	4,824 (22.9)	書籍・雑誌	3,780 (18.0)
他に分類されない小売業	28,223 (100.0)	その他	8,178 (29.0)	たばこ・喫煙具	5,408 (19.2)	みやげ品	4,384 (15.5)

(注) たばこ・喫煙具専門小売業に格付けされるためには、たばこ・喫煙具の販売額が小売総販売額の90%以上であることが必要。

③ 駅改札内事業所の就業者数は 1 万 2649 人で、小売業全体 (806 万 7072 人) に占める割合は 0.2%であった。業種別にみると、事業所数、年間商品販売額と同様、飲食料品小売業が 8416 人 (構成比 66.5%) と 3 分の 2 を占め、このうちコンビニエンスストアは 3273 人 (同 25.9%) となっている。次いで、書籍・雑誌小売業が 1781 人 (同 14.1%)、他に分類されない小売業が 1216 人 (同 9.6%)、新聞小売業が 860 人 (同 6.8%) となっており、この 4 業種で駅改札内事業所の就業者数の 97% を占めている。

第VI-3図 駅改札内事業所と小売業全体の就業者数の業種別構成比



小売業全体の業種別就業者数の構成比と比較してみると、書籍・雑誌小売業が8倍弱と高い割合を占め、飲食料品小売業も7割増しとなっており、うちコンビニエンスストアは3倍以上となっている。

就業者数の内訳をみると、駅改札内事業所の就業者数は小売業全体に比べパート・アルバイト等、他からの派遣・受入者の割合が高く、正社員・正職員の割合は比較的低いものとなっている。また、個人業主及び無給家族従業者、有給役員はわずかであり、他への派遣・出向者は「0」であった。

第VI-3表 駅改札内事業所と小売業全体の就業者数の内訳

就業者内訳別	駅改札内事業所		小売業全体	
	(人)	就業者比 (%)	(人)	就業者比 (%)
就業者数計	12,649	—	8,067,072	—
個人業主及び無給家族従業者	3	0.0	806,557	10.0
有給役員	7	0.1	495,131	6.1
常用雇用者	10,872	86.0	6,287,687	77.9
正社員・正職員	2,734	21.6	2,311,555	28.7
パート・アルバイト等	8,138	64.3	3,976,132	49.3
臨時雇用者	20	0.2	163,480	2.0
他への派遣・出向者	0	—	13,584	—
他からの派遣・受入者	1,747	13.8	327,801	4.1

就業者数を男女別にみると、駅改札内事業所では男が2504人(構成比19.8%)、女が1万145人(同80.2%)と女が男のほぼ4倍となっており、小売業全体の男女別割合(男42.3%、女57.7%)と比較しても、女の割合が極端に高いことがみて取れる。

業種別にみると、小売業全体に比べ女の割合が高いのは新聞小売業、他に分類されない小売業、書籍・雑誌小売業などとなっており、すべての業種で女の割合が小売業全体の女の割合より高くなっている。

第VI-4表 駅改札内事業所と小売業全体の男女別就業者数

業種	(人)	駅改札内事業所の就業者数				小売業全体の比率	
		男 (人)	比率 (%)	女 (人)	比率 (%)	男 (%)	女 (%)
小売業計	12,649	2,504	19.8	10,145	80.2	42.3	57.7
その他の各種商品小売業	218	21	9.6	197	90.4	26.2	73.8
織物・衣服・身の回り品小売業	117	25	21.4	92	78.6	29.0	71.0
飲食料品小売業	8,416	1,889	22.4	6,527	77.6	36.4	63.6
うち、コンビニエンスストア	3,273	1,121	34.2	2,152	65.8	45.7	54.3
医薬品・化粧品小売業	41	6	14.6	35	85.4	26.9	73.1
書籍・雑誌小売業	1,781	327	18.4	1,454	81.6	41.7	58.3
新聞小売業	860	97	11.3	763	88.7	54.8	45.2
他に分類されない小売業	1,216	139	11.4	1,077	88.6	42.5	57.5

(2) 販売効率等

駅改札内事業所の販売効率をみると、1事業所当たりの年間商品販売額は1億1927万円、就業者1人当たりの年間商品販売額は2274万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は506万円であった。また、1事業所当たりの就業者数は5.2人、1事業所当たりの売場面積は25㎡であった。

第VI-5表 駅改札内事業所の販売効率、1事業所当たりの就業者数及び売場面積

業 種	販売効率(年間商品販売額:万円)			1事業所当たり	
	1事業所 当 たり	就 業 者 1人当たり	売場面積 1㎡当たり	就業者数 (人)	売場面積 (㎡)
小売業計	11,927	2,274	505	5.2	25
その他の各種商品小売業	53,786	3,519	410	15.3	131
織物・衣服・身の回り品小売業	18,116	2,143	281	8.5	64
飲食料品小売業	14,421	2,035	517	7.1	28
うち、コンビニエンスストア	28,664	1,917	421	15.0	68
医薬品・化粧品小売業	8,038	1,378	123	5.8	65
書籍・雑誌小売業	9,547	2,665	566	3.6	17
新聞小売業	7,334	2,621	—	2.8	—
他に分類されない小売業	9,973	2,696	458	3.7	22

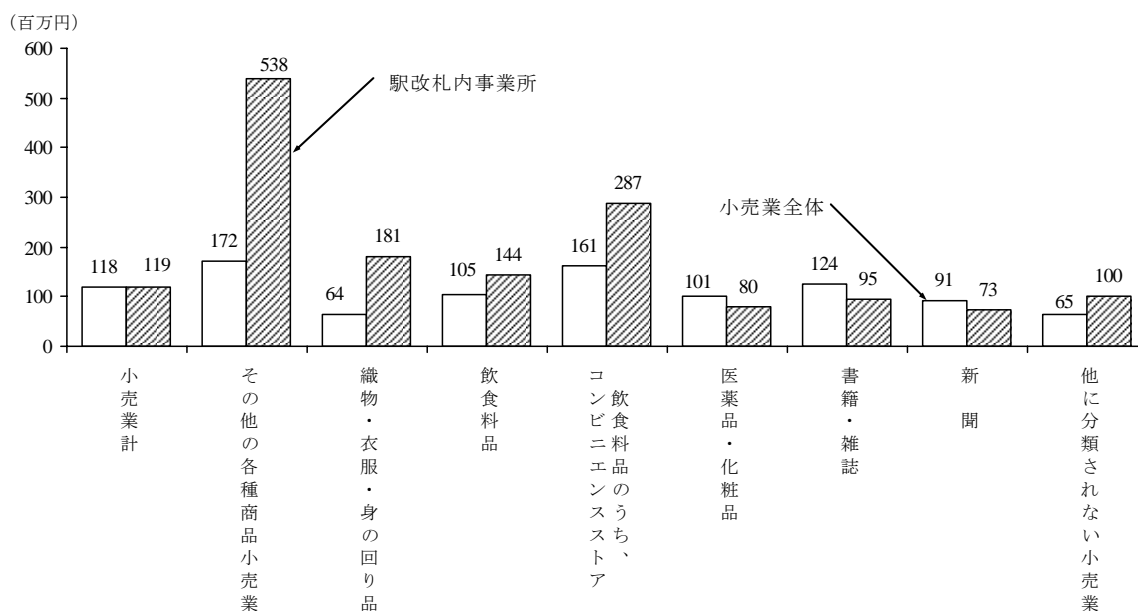
(注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額、1事業所当たりの就業者数は、パート・アルバイト等について労働時間を8時間換算した就業者数で算出している。

(注2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額、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(新車、中古)小売業、建具小売業、量小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。

(注3) 新聞小売業は売場面積を調査していないため、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額、1事業所当たりの売場面積は算出していない。

- ① 駅改札内事業所の1事業所当たりの年間商品販売額は1億1927万円で、小売業全体(1億1838万円)とほぼ同じであった。業種別にみると、その他の各種商品小売業が5億3786万円と群を抜いて高く、次いで織物・衣服・身の回り品小売業が1億8116万円、飲食料品小売業が1億4421万円と続いている。また、飲食料品小売業のうちコンビニエンスストアは2億8664万円で、飲食料品小売業の2倍近い販売効率となっている。

第VI-4図 駅改札内事業所と小売業全体の1事業所当たりの年間商品販売額



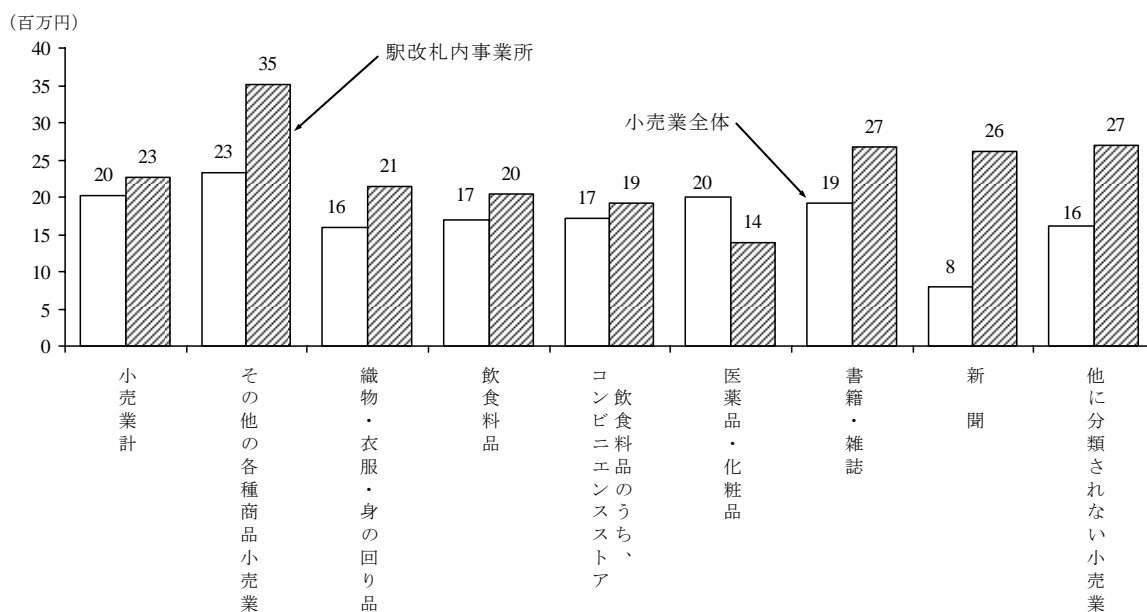
業種別に小売業全体の1事業所当たりの年間商品販売額と比較してみると、その他の各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業が3倍前後の販売効率となっているのが目立っている。また、飲食料品小売業は1.4倍弱で、このうちコンビニエンスストアは1.8倍弱となっている。

一方、医薬品・化粧品小売業、書籍・雑誌小売業、新聞小売業は小売業全体の販売効率を下回っている。

- ② 駅改札内事業所の就業者1人当たりの年間商品販売額は2274万円で、小売業全体（2020万円）に比べ1割強高いものとなっている。業種別にみると、その他の各種商品小売業が3519万円と最も高く、次いで他に分類されない小売業が2696万円、書籍・雑誌小売業が2665万円、新聞小売業が2621万円と続いている。

業種別に小売業全体の就業者1人当たりの年間商品販売額と比較してみると、医薬品・化粧品小売業を除き、すべての業種が小売業全体を上回っている。特に新聞小売業は小売業全体の3倍を超える高い販売効率となっている。また、他に分類されない小売業が1.7倍、その他の各種商品小売業が1.5倍、書籍・雑誌が1.4倍などとなっている。

第VI-5図 駅改札内事業所と小売業全体の就業者1人当たりの年間商品販売額



(注) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどについて8時間換算した就業者数で算出している。

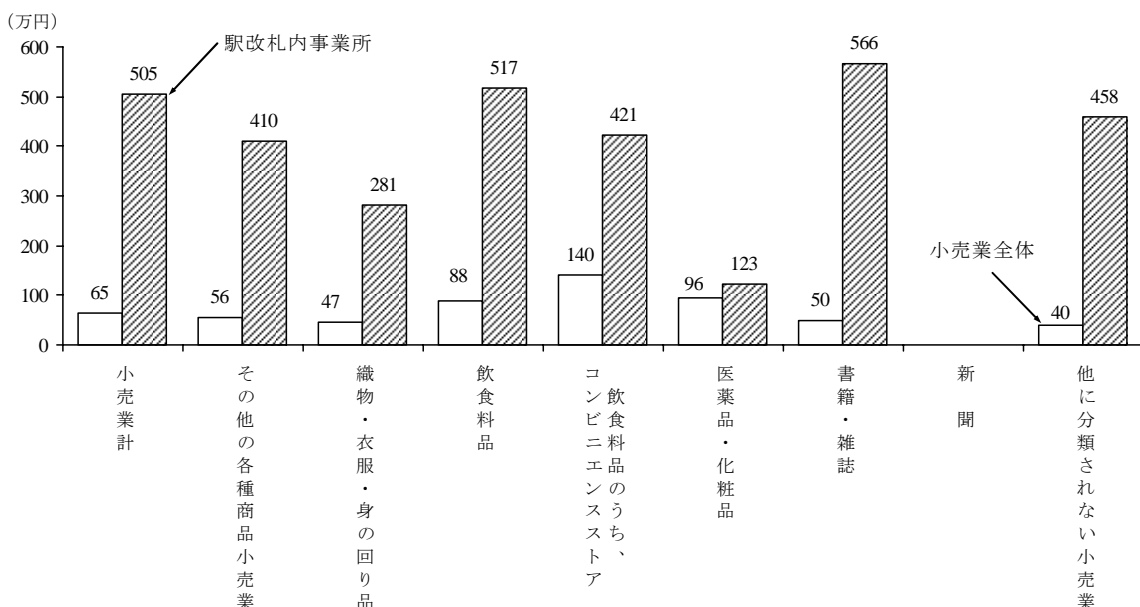
- ③ 駅改札内事業所の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は505万円で、小売業全体（65万円）に比べ8倍弱と高いものとなっている。業種別にみると^(注2)、書籍・雑誌小売業が566万円、飲食料品小売業が517万円と、駅改札内事業所平均の販売効率を上回っている。

業種別に小売業全体の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額と比較してみると、他に分類されない小売業、書籍・雑誌小売業は、小売業全体の11倍以上の高い販売効率となっており、その他の各種商品小売業が7倍以上、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業も6倍弱の販売効率となっている。

一方、医薬品・化粧品小売業は小売業全体の1.3倍にとどまっておらず、駅改札内事業所の売場面積1㎡当たりの販売効率は他の業種に比べて高くない。

(注2) 新聞小売業は売場面積を調査していないため、売場面積1㎡当たり年間商品販売額は算出していない。

第VI-6図 駅改札内事業所と小売業全体の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

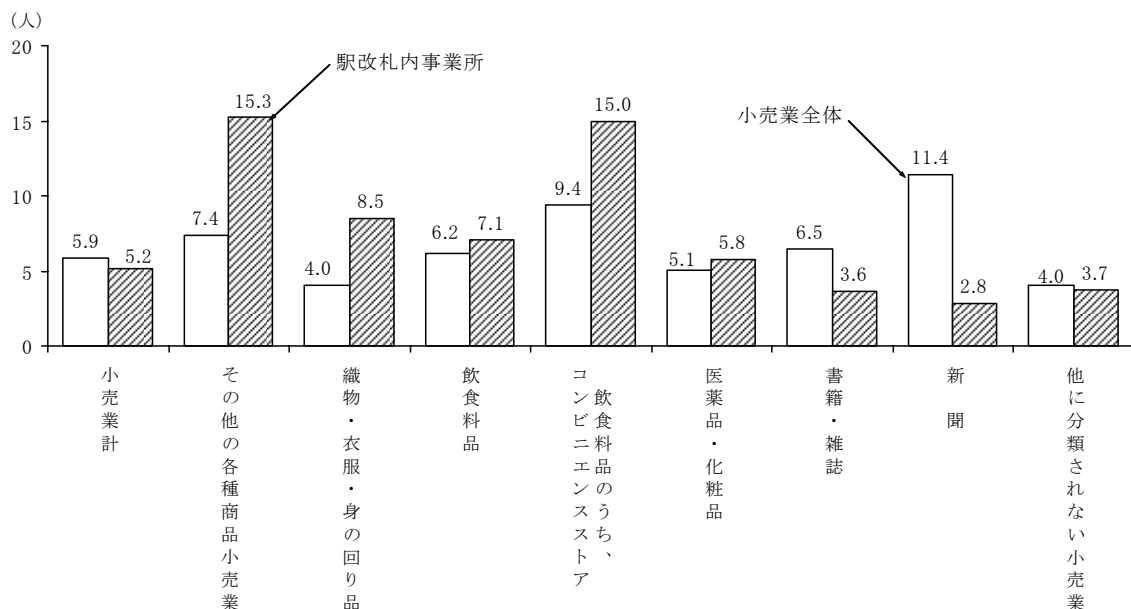


(注1) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車(新車、中古)小売業、建具小売業、量小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。
 (注2) 新聞小売業は売場面積を調査していないため、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は算出していない。

④ 駅改札内事業所の1事業所当たりの就業者数は5.2人で、小売業全体(5.9人)とほぼ同じであった。業種別にみると、その他の各種商品小売業が15.3人と最も多く、次いで織物・衣服・身の回り品小売業が8.5人、飲食料品小売業が7.1人などとなっている。なお、飲食料品小売業のうちコンビニエンスストアは15.0人で、その他の各種商品小売業と同様1事業所当たりの就業者数が多い業種となっている。

業種別に小売業全体の1事業所当たりの就業者数と比較してみると、織物・衣服・身の回り品小売業、その他の各種商品小売業が2倍以上の就業者数となっており、コンビニエンスストアも小売業全体をほぼ6割上回っているが、新聞小売業は小売業全体の4分の1以下、書籍・雑誌小売業もほぼ2分の1にとどまっている。

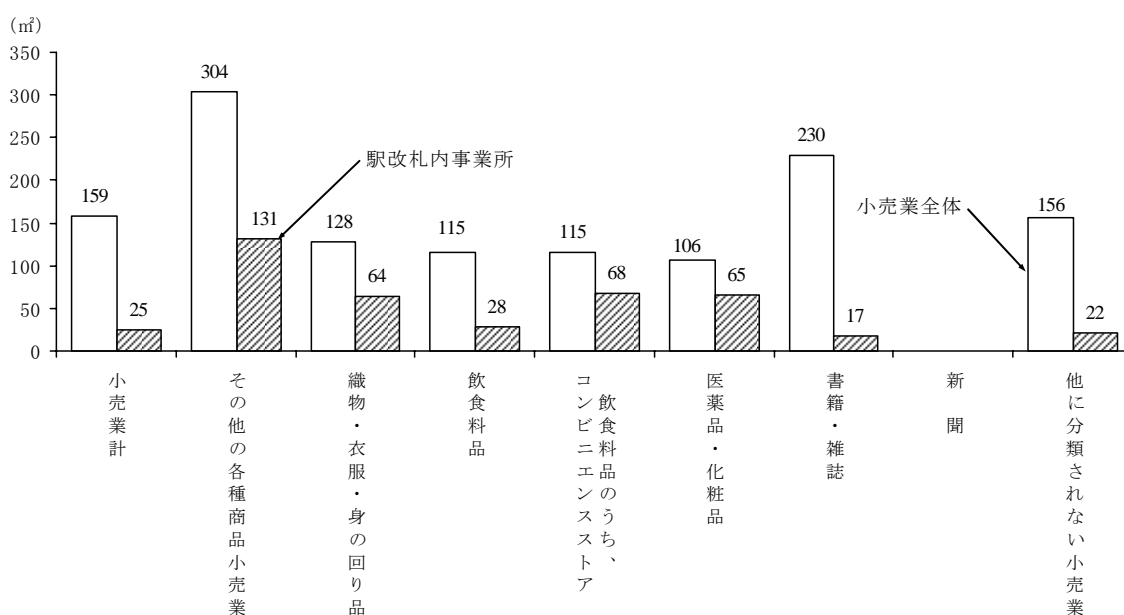
第VI-7図 駅改札内事業所と小売業全体の1事業所当たりの就業者数



⑤ 駅改札内事業所の1事業所当たりの売場面積は25㎡で、小売業全体(159㎡)に比べ6分の1以下となっている。業種別にみると^(注3)、その他の各種商品小売業が131㎡、医薬品・化粧品小売業が65㎡、織物・衣服・身の回り品小売業が64㎡などとなっている。なお、飲食料品小売業のうちコンビニエンスストアは68㎡と、飲食料品小売業(28㎡)の2倍以上の面積となっている。

業種別に小売業全体の1事業所当たりの売場面積と比較してみると、書籍・雑誌小売業が1/3以下と大きく下回っており、他に分類されない小売業が7分の1、飲食料品小売業が4分の1と、軒並み小売業全体の1事業所当たりの売場面積を大きく下回っている。

第VI-8図 駅改札内事業所と小売業全体の1事業所当たりの売場面積



(注1) 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(新車、中古)小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。

(注2) 新聞小売業は売場面積を調査していないため、1事業所当たりの売場面積は算出していない。

以上みてきたとおり、駅改札内事業所は事業所数、就業者数、年間商品販売額とも飲食料品小売業が半分前後を占めており、このほか書籍・雑誌小売業、新聞小売業、他に分類されないその他の小売業を含めた4業種で駅改札内事業所の9割を超える業種構造となっている。

また、駅改札内事業所の年間商品販売額では、1事業所当たりの年間商品販売額では極端な相違はみられないものの、1事業所当たりの売場面積が小売業全体に比べ狭く、この狭い面積を有効活用して効率性を追求していることから、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は極端に高い構造となっている。

(注3) 新聞小売業は売場面積を調査していないため、1事業所当たりの売場面積は算出していない。

2. 有料道路内事業所の販売状況

有料道路内の事業所は、1990年代より、ファーストフード店やコンビニエンスストアなどサービスの多様化が進めてられてきたが、日本道路公団の分割・民営化により多様な事業展開、オリジナル商品・メニューの開発など、休憩施設における道路サービス施設から、商業施設の位置づけへと大きく舵を切ることとなった。

こういった動向を踏まえ、ここでは、平成19年調査より新たに対象となった有料道路内事業所（サービスエリア等に立地する事業所）についてみることにする。

(1) 事業所数

有料道路内事業所を業種別にみると、その他の飲食料品小売業が最も多く（構成比 34.6%）、燃料小売業（同 30.5%）、他に分類されない小売業（同 28.7%）の順となっている。

その他の飲食料品小売業の内訳をみると、飲料小売業が 100 事業所、コンビニエンスストアが 66 事業所となっている。また、燃料小売業はすべてガソリンスタンドとなっている。したがって本項では、燃料小売業ではなくガソリンスタンドとしてみていくこととする。

第VI-6表 有料道路内事業所の業種別事業所数

業 種	事業所数	構成比(%)
合 計	610	100.0
各種食料品小売業	3	0.5
菓子・パン小売業	35	5.7
その他の飲食料品小売業	211	34.6
うちコンビニエンスストア	66	10.8
ガソリンスタンド	186	30.5
他に分類されない小売業	175	28.7

(注) 上下線で同一事業者の場合、1事業所としているものも含む。

次に、就業者規模別にみると、10～19人規模が 36.9%、5～9人規模が 28.4%、20人～29人規模が 10.7%と、5～29人の規模の事業所が4分の3を占めている。

第VI-7表 有料道路内事業所の就業者規模別事業所数

就業者規模	事業所数	構成比(%)
合 計	610	100.0
2人以下	5	0.8
3～4人	15	2.5
5～9人	173	28.4
10～19人	225	36.9
20～29人	65	10.7
30～49人	57	9.3
50～99人	58	9.5
100人以上	12	2.0
4人以下(小規模事業所)	20	3.3
5～49人(中規模事業所)	520	85.2
50人以上(大規模事業所)	70	11.5

(2)年間商品販売額

有料道路内事業所の、小売による年間商品販売額の合計は 2429 億円であった。これを業種別に見てみると、ガソリンスタンドが 39.3%と 4 割弱を占め、他に分類されない小売業が 32.4%、その他の飲食料品小売業が 22.1%の順となっている。

なお、コンビニエンスストアの売上は 259 億円と、その他の飲食料品小売業の半数弱となっている。

第 VI-8 表 有料道路内事業所の業種別商品販売額

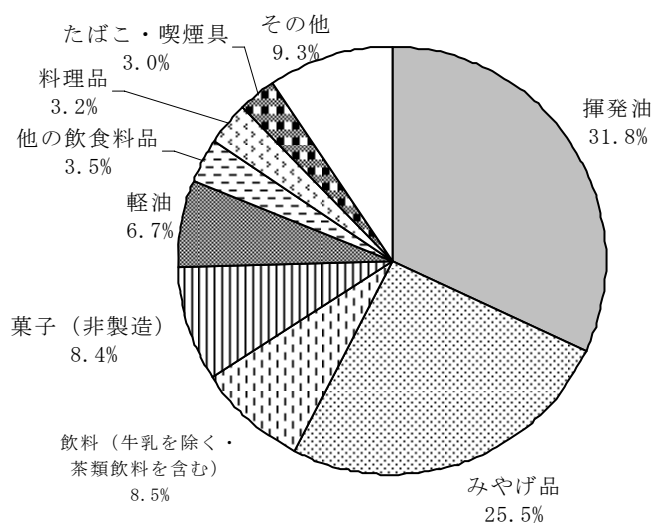
業 種	販売額(万円)	構成比(%)
合 計	24,294,394	100.0
各種食料品小売業	40,412	0.2
菓子・パン小売業	1,453,265	6.0
その他の飲食料品小売業	5,372,094	22.1
うちコンビニエンスストア	2,586,605	10.6
ガソリンスタンド	9,546,882	39.3
他に分類されない小売業	7,881,741	32.4

これを品目別に見てみると、1 位は揮発油（ガソリン）で 31.8%、次いでみやげ品が 25.5%となっており、この 2 品目で 6 割弱を占めている。サービスエリア等に対する利用者の位置づけが明瞭となる結果となった。

第 VI-9 表 有料道路内事業所の品目別商品販売額

品 目	販売額(万円)	構成比(%)
合 計	24,294,394	100.0
揮発油	7,734,786	31.8
みやげ品	6,202,087	25.5
飲料(牛乳を除く・茶類飲料を含む)	2,076,435	8.5
菓子(非製造)	2,049,225	8.4
軽油	1,620,687	6.7
他の飲食料品	854,926	3.5
料理品	770,828	3.2
たばこ・喫煙具	718,198	3.0
その他	2,267,222	9.3

第 VI-9 図 有料道路内事業所の品目別商品販売額

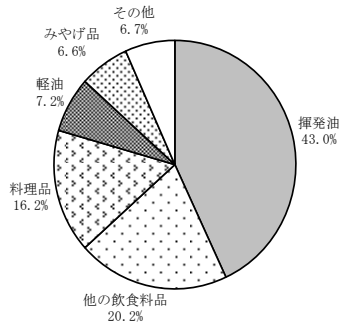


さらに品目別販売額の割合を地域別にみると、揮発油（ガソリン）が第1位、みやげ品が第2位の地域が多いが、その割合は地域によってばらつきがあることがみてとれる。

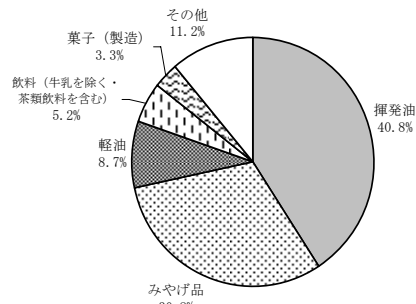
また、四国においては、みやげ品が揮発油（ガソリン）の2倍以上の販売額、九州・沖縄においては製造小売でない菓子がみやげ品を上回る販売額、といった特徴もみることができる。

第VI-10図 有料道路内事業所の地域別品目別商品販売割合

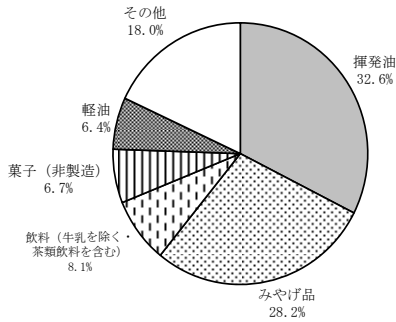
1. 北海道



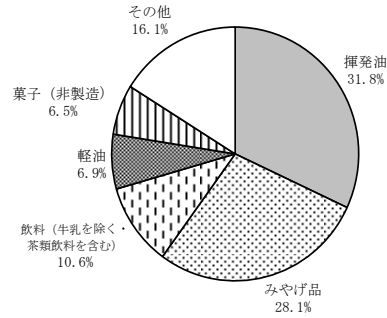
2. 東北



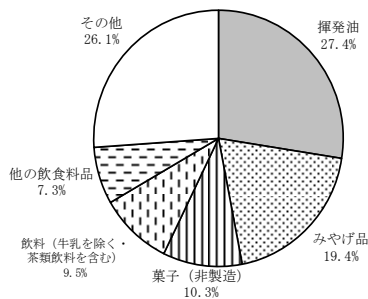
3. 関東



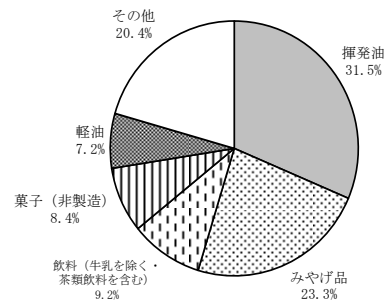
4. 中部



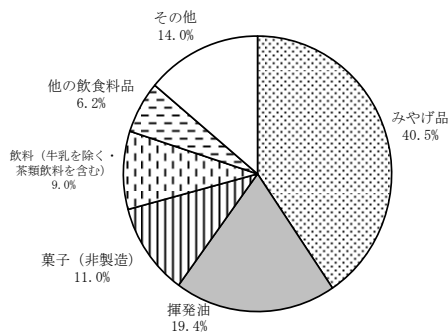
5. 近畿



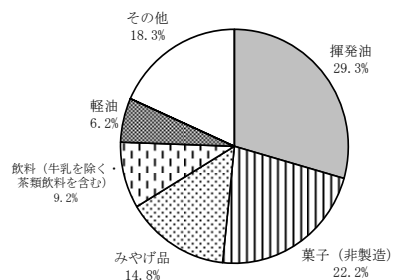
6. 中国



7. 四国



8. 九州・沖縄



(3) 就業者数

有料道路内事業所の就業者数は1万7577人であった。これを業種別にみると、他に分類されない小売業が45.5%、その他の飲食料品小売業が34.6%と、この2業種で8割を超えている。

なお、他に分類されない小売業のうち、コンビニエンスストアの就業者数は2880人となっている。

また、1事業所当たりの就業者数をみると、有料道路内の事業所全体では28.8人、パート・アルバイト等を8時間換算した場合でも22.7人となっており、小売業平均と比較して多い傾向が見られる。

これは、小規模の事業所がわずか3%であり、中規模の事業所が圧倒的に多いこと、営業時間が長いことなどの有料道路内の事業所の特性によるものと考えられる。

第VI-10表 有料道路内事業所の就業者数、1事業所当たりの就業者数

業種	有料道路内				(参考)小売業全体	
	就業者数(人)	構成比(%)	1事業所当たりの就業者数(人)	8時間換算	1事業所当たりの就業者数(人)	8時間換算
合計	17,577	100.0	28.8	22.7	7.1	5.9
各種食料品小売業	54	0.3	18.0	16.0	26.1	18.6
菓子・パン小売業	1,336	7.6	38.2	27.0	5.4	4.4
その他の飲食料品小売業	6,087	34.6	28.8	21.3	9.1	6.6
うちコンビニエンスストア	2,880	16.4	43.6	29.7	14.9	9.4
ガソリンスタンド	2,110	12.0	11.3	9.7	6.7	5.9
他に分類されない小売業	7,990	45.5	45.7	37.5	4.6	4.0

次に、就業者の構成比をみるとパート・アルバイト等が65.8%と、小売業全体と比較しても多い傾向にある。

また、男女別にみると、ガソリンスタンドの就業者の9割が男性という特徴がみられる。また、比較的事業所数の多いその他の飲食料品小売業、他に分類されない小売業では、女性の比率が小売業平均と比較してやや高い傾向にある。

第VI-11表 有料道路内事業所の就業者数の内訳

雇用形態	人数	就業者構成比(%)	小売業全体の就業者構成比(%)
就業者数計	17,577	—	—
個人業主及び無給家族従業者	4	0.0	10.0
有給役員	96	0.5	6.1
常用雇用者	16252	92.5	77.9
正社員・正職員	4683	26.6	28.7
パート・アルバイト等	11569	65.8	49.3
臨時雇用者	1159	6.6	2.0
他への派遣・出向者	1	—	—
他からの派遣・受入者	67	0.4	4.1

第VI-12表 有料道路内事業所の就業者の男女比率

業種	有料道路内				(参考)小売業全体		
	就業者数	男(人)	比率(%)	女(人)	比率(%)	男(%)	女(%)
合計	17,577	7,443	42.3	10,134	57.7	42.3	57.7
各種食料品小売業	54	9	16.7	45	83.3	29.1	70.9
菓子・パン小売業	1,336	459	34.4	877	65.6	28.2	71.8
その他の飲食料品小売業	6,087	2,038	33.5	4,049	66.5	39.5	60.5
うちコンビニエンスストア	2,880	1,153	40.0	1,727	60.0	45.7	54.3
ガソリンスタンド	2,110	1,907	90.4	203	9.6	77.3	22.7
他に分類されない小売業	7,990	3,030	37.9	4,960	62.1	42.5	57.5

(4) 単位当たりの商品販売額(販売効率)

有料道路内事業所の1事業所当たりの年間商品販売額は3億9839万円、売場面積1㎡当たりの年間販売額は236万円と、ともに小売業平均の3倍強という高い販売効率となっている。

有料道路内事業所は業種や事業所数が限られている点は留意する必要があるが、他方ガソリンスタンドの1事業所当たりの年間商品販売額は2倍弱となっており、有料道路という閉鎖性、幹線における一定の交通量等、立地条件の差から相対的に高くなると考えられる。

逆に就業者1人当たりの年間販売額は1753万円で、業種ごとにばらつきがみられるものの、菓子・パン小売業、ガソリンスタンドを除き、小売業平均を下回っている。

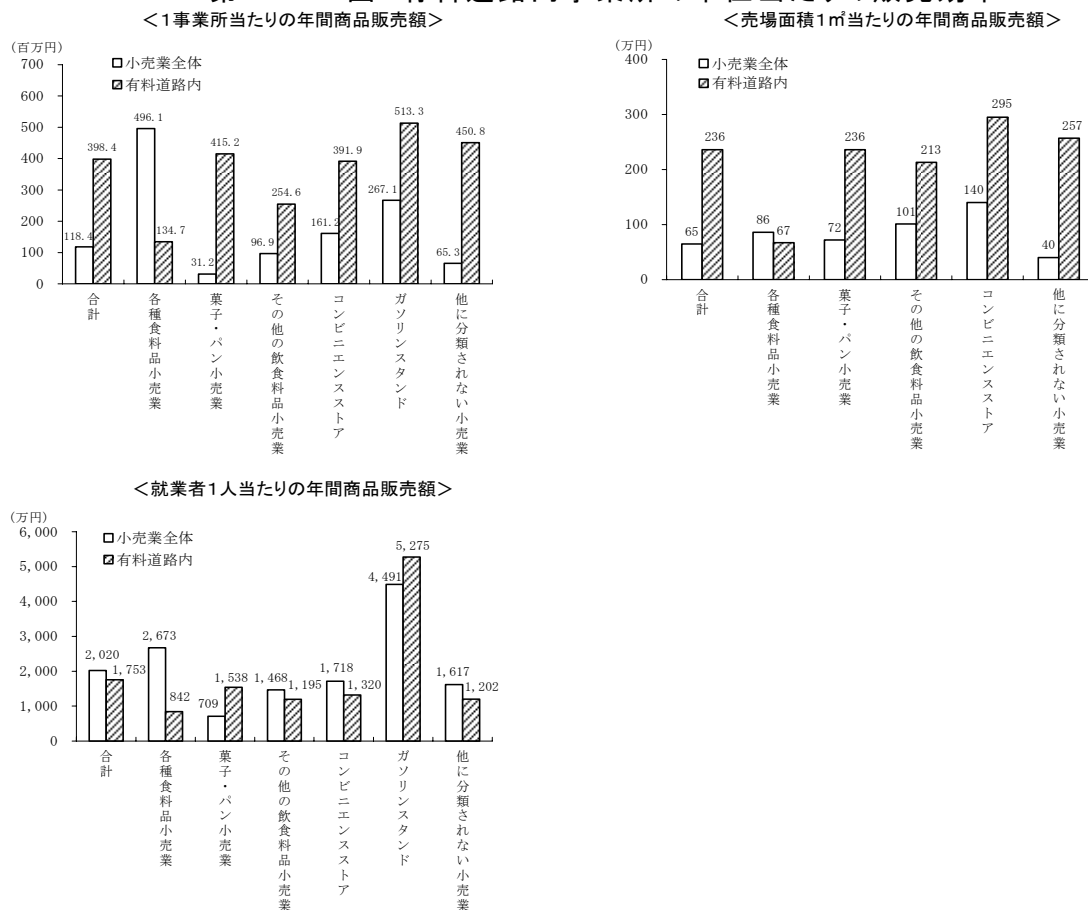
第Ⅵ-13表 有料道路内事業所の販売効率

業種	1事業所当たり年間商品販売額(百万円)		売場面積1㎡当たり年間商品販売額(万円)		就業者1人当たり年間商品販売額(万円)	
	有料道路内	小売業全体	有料道路内	小売業全体	有料道路内	小売業全体
合計	398.4	118.4	236	65	1,753	2,020
各種食料品小売業	134.7	496.1	67	86	842	2,673
菓子・パン小売業	415.2	31.2	236	72	1,538	709
その他の飲食料品小売業	254.6	96.9	213	101	1,195	1,468
うちコンビニエンスストア	391.9	161.2	295	140	1,320	1,718
ガソリンスタンド	513.3	267.1	—	—	5,275	4,491
他に分類されない小売業	450.8	65.3	257	40	1,202	1,617

(注1) 商業収入での比較により効率をみるため、ここでは卸売販売によるものを含む。

(注2) 就業者1人当たりの年間商品販売額算出の際の就業者は、パート・アルバイト等の8時間換算を行っている。

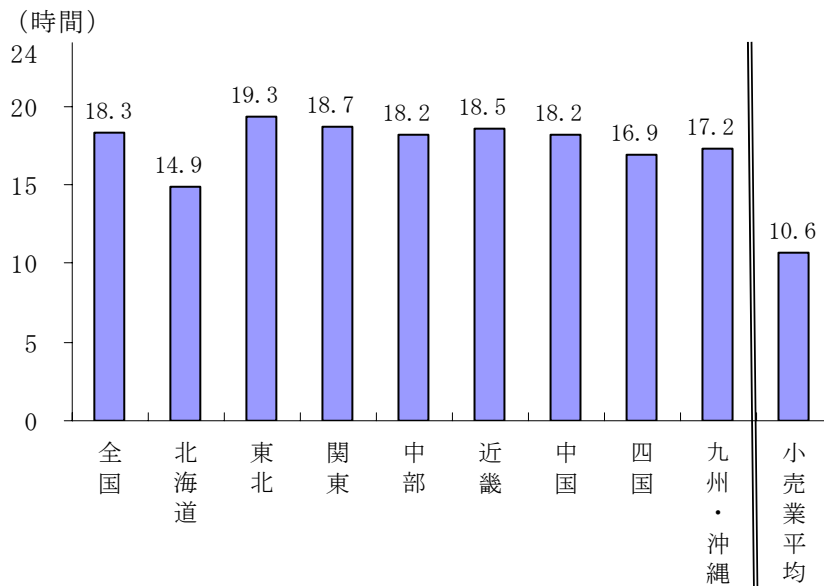
第Ⅵ-11図 有料道路内事業所の単位当たりの販売効率



(5) 営業時間

有料道路内の事業所の平均営業時間は 18.3 時間であった。地域別に見ると、本州では 18 時間を超えている。

第 VI-12 図 有料道路内事業所の平均営業時間



また、終夜営業している事業所は 303 事業所と全体の約半数となっている。中でもガソリンスタンドは 86.6%が終夜営業となっている。

この点は、特に幹線となる有料道路において、一定距離毎に深夜でも給油可能なガソリンスタンドを置くことが必要であること、長距離移動も多く、一定の需要が存在することなどの要因によるものと考えられ、有料道路内の事業所の特徴の一つとして挙げられる。

第 VI-14 表 有料道路内事業所の業種別終夜営業率

業種	有料道路内			(参考)小売業全体
	事業所数	終夜営業を行っている事業所数	終夜営業事業所/全事業所 (%)	終夜営業事業所/全事業所 (%)
合計	610	303	49.7	4.2
各種食料品小売業	3	0	0.0	3.2
菓子・パン小売業	35	9	25.7	0.1
その他の飲食料品小売業	211	58	27.5	24.2
うちコンビニエンスストア	66	49	74.2	85.1
ガソリンスタンド	186	161	86.6	12.3
他に分類されない小売業	175	75	42.9	0.7

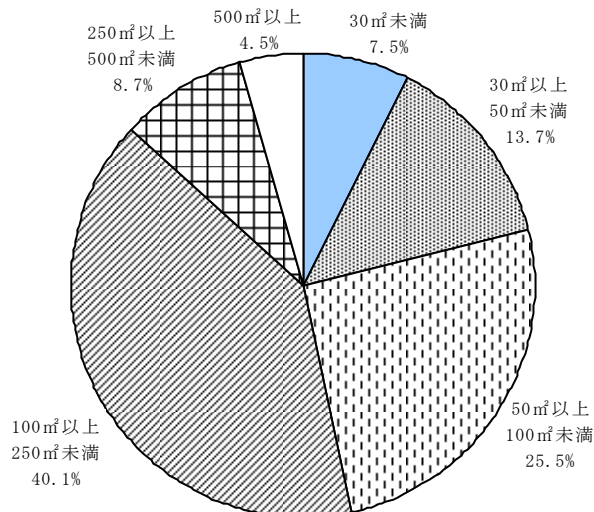
(6) 売場面積

ガソリンスタンドを除く有料道路内事業所の売場面積は、6万2617㎡であった。また、1事業所当たりの売場面積は147.7㎡であった。

規模別にみると、最も多いのは100㎡以上250㎡未満であり、業種別にみてもこの規模が最も多い。次いで、50㎡以上100㎡未満となっている。

しかしながら、売店が存在しないサービスエリア等があること、道路公団民営化による影響などを踏まえると、交通量という基礎的条件の差、サービスエリア等間の競争などの新たな要因から、今後この割合は大きく変化する可能性がある。

第VI-13図 有料道路内の売場面積規模別事業所数の割合



注) ガソリンスタンド(186事業所(構成比30.5%))は売場面積の調査を行っていないため含まれていない。

VII. 小売業の販売形態

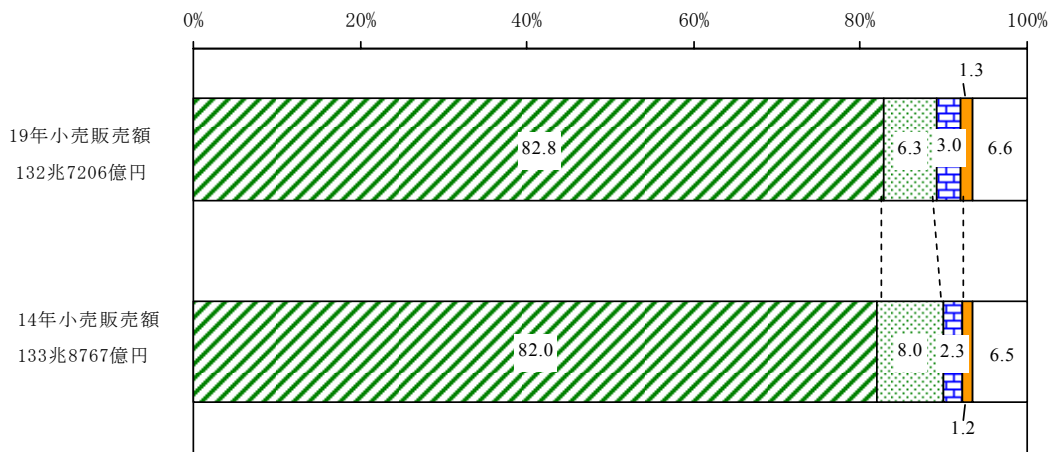
～通販・カタログ販売の年間商品販売額は4兆円で平成14年調査に比べ3割増～

1. 無店舗販売の状況

平成19年調査における小売事業所の年間商品販売額を販売形態別にみると、店頭販売額が109兆8921億円（構成比82.8%）となり、8割強を占めている。

一方、無店舗販売^{（注1）}をみると、訪問販売額が8兆3156億円（同6.3%）、通信・カタログ販売額が4兆10億円（同3.0%）、自動販売機による販売額が1兆7720億円（同1.3%）、共同購入等を含むその他の販売額が8兆7399億円（同6.6%）となっている。

第VII-1図 商品販売形態別年間商品販売額

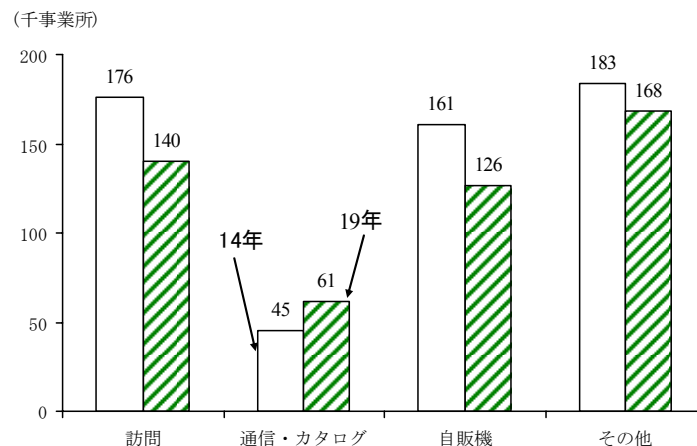


■店頭販売 ■訪問販売 ■通信・カタログ販売 ■自動販売機 □その他

(1) 商品販売形態別無店舗販売事業所数

商品販売形態別に無店舗販売事業所の状況をみると、訪問販売を行っている延事業所数^{（注2）}は14万45事業所（平成14年調査比▲20.3%減）、通信・カタログ販売を行っている延事業所は6万1244事業所（同35.9%増）、自動販売機による販売を行っている延事業所は12万6241事業所（同▲21.6%減）、その他の延事業所は16万8294事業所（同▲8.2%減）となり、訪問販売事業所、自動販売機販売が2割減少している一方で通信・カタログ販売事業所は大きく増加している。

第VII-2図 商品販売形態別延事業所数



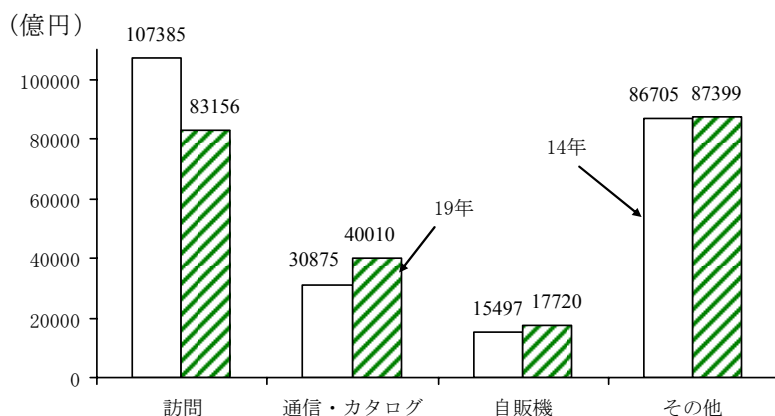
（注1）ここでいう無店舗販売とは、店頭販売以外の訪問販売、通信・カタログ販売、自動販売機による販売、共同販売等を含むその他をいう。

（注2）販売形態については複数回答可能な項目であるため、事業所数は延事業所数となる。

(2) 商品販売形態別無店舗販売の年間商品販売額

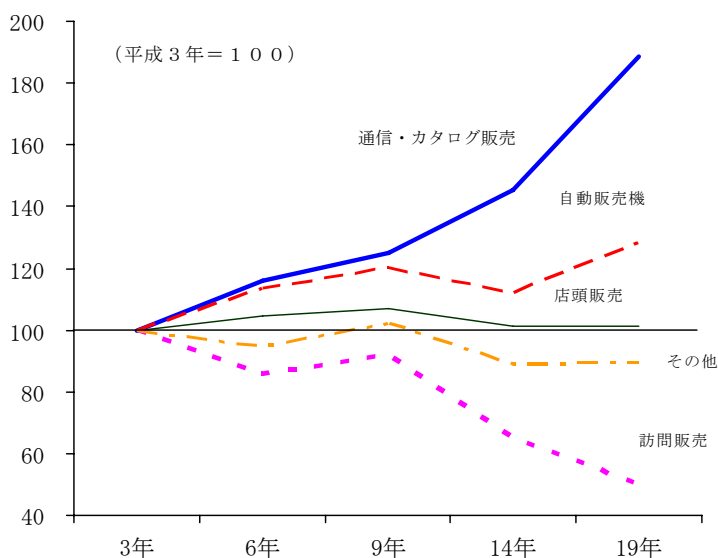
年間商品販売額をみると、訪問販売は8兆3156億円(平成14年調査比▲22.6%減)、通信・カタログ販売事業所は4兆10億円(同29.5%増)、自動販売機による販売は1兆7720億円(同14.3%増)、その他は8兆7399億円(同0.8%増)となり、訪問販売の年間商品販売額は2割減少したものの、通信・カタログ販売は3割近く増加、自動販売機による販売、その他とも増加となった。

第Ⅶ-3図 商品販売形態別年間商品販売額



平成3年調査の年間商品販売額を100として指数の推移をみると、通信・カタログ販売は調査ごとに販売額を伸ばしている。自動販売機は平成14年調査で減少したものの、平成19年調査では増加している。一方、訪問販売は平成14年調査、19年調査と減少している。

第Ⅶ-4図 商品販売形態別年間商品販売額の推移



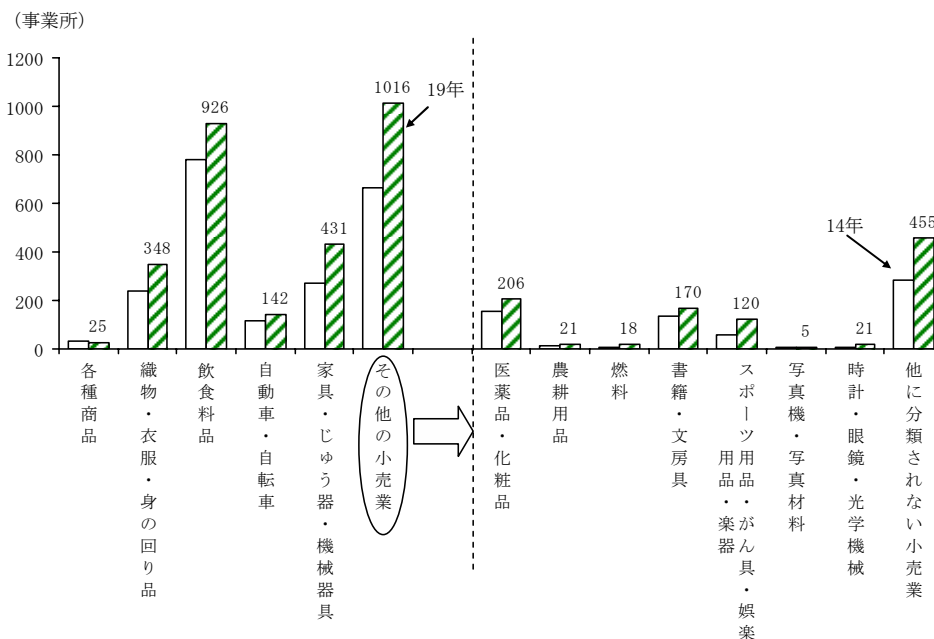
2. 通信・カタログ販売の状況

ここでは5年間で事業所数、年間商品販売額ともに大きな伸びをみせている通信・カタログ販売の状況を、通信・カタログ販売の割合が100%で売場面積0㎡の事業所に絞ってみることとする。

(1) 業種別事業所数

今回対象となる、事業所数は2888事業所であった。業種別にみると、飲食料品小売業が926事業所（構成比32.1%）と最も多く、次いで他に分類されない小売業が455事業所（同15.8%）、家具・じゅう器・機械器具小売業が431事業所（同14.9%）、織物・衣服・身の回り品小売業348事業所（同12.0%）、医薬品・化粧品小売業206事業所（同7.1%）、書籍・文具小売業170事業所（同5.9%）の順となっている。

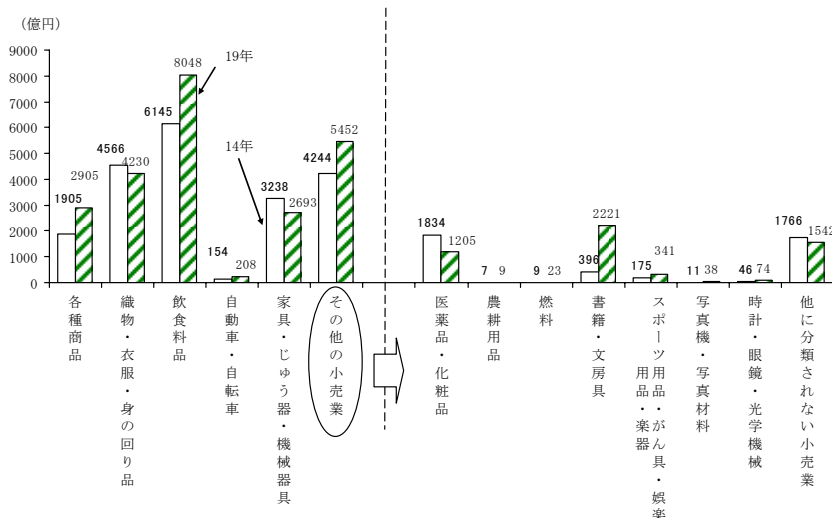
第Ⅶ-5図 商品販売形態別の事業所数



(2) 業種別年間商品販売額

年間商品販売額の合計は2兆3536億円であった。業種別に年間商品販売額をみると、飲食料品小売業が8048億円（構成比34.2%）、織物・衣服・身の回り品小売業が4230億円（同18.0%）、各種商品小売業が2905億円（同12.3%）、家具・じゅう器・機械器具小売業が2693億円（同11.4%）、書籍・文房具小売業が2221億円（9.4%）、他に分類されない小売業が1542億円（同6.6%）、医薬品・化粧品小売業が1205億円（同5.1%）の順となっている。

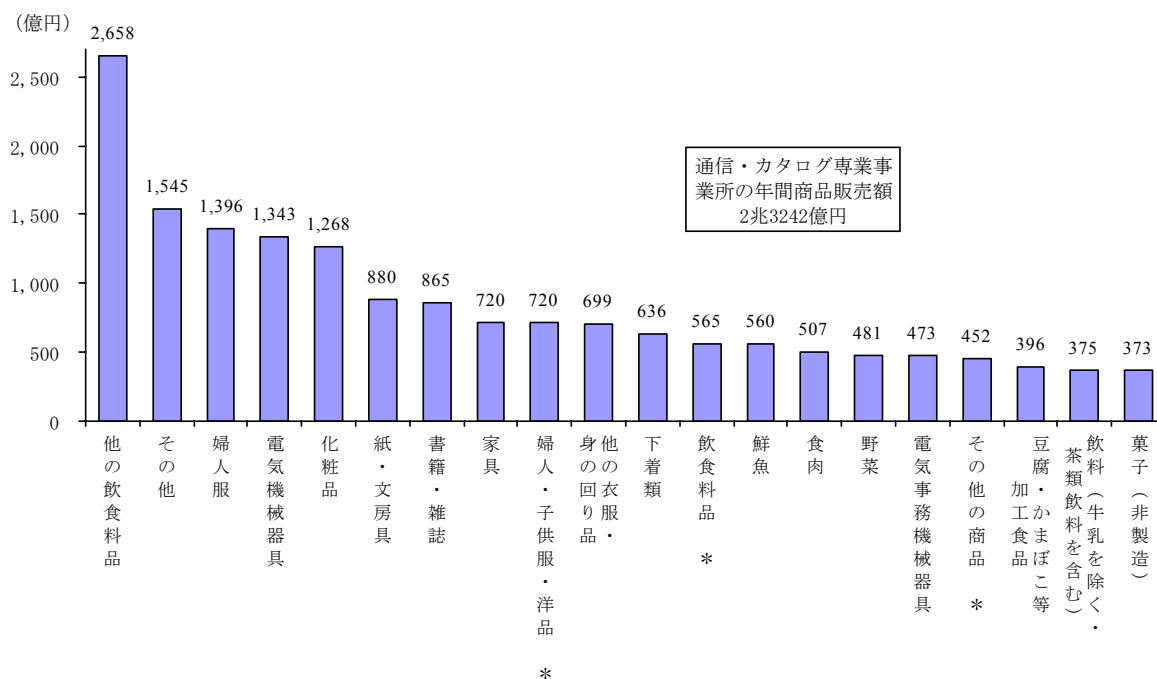
第Ⅶ-6図 小売業の業種別年間商品販売額



(3)年間商品販売上位品目

年間商品販売額の多い品目順にみると、健康食品、サプリメント、レトルト食品、チルド、冷凍食品、麺等を含む他の飲食料品の販売額が最も大きく、DVD等の映像記録物を含むその他、婦人服、電気機械器具、化粧品の順となっている。平成14年調査と比較すると、紙・文房具、書籍・雑誌、パーソナルコンピュータ等を含む電気事務機械器具、菓子(非製造)が大きく伸びている。一方、婦人服、化粧品、家具は上位を占めているものの、年間商品販売額は減少している。

第Ⅶ-7図 年間商品販売額の上位品目



(注) *は「百貨店・総合スーパー」の商品分類による区分

第Ⅶ-1表 年間商品販売額の上位品目

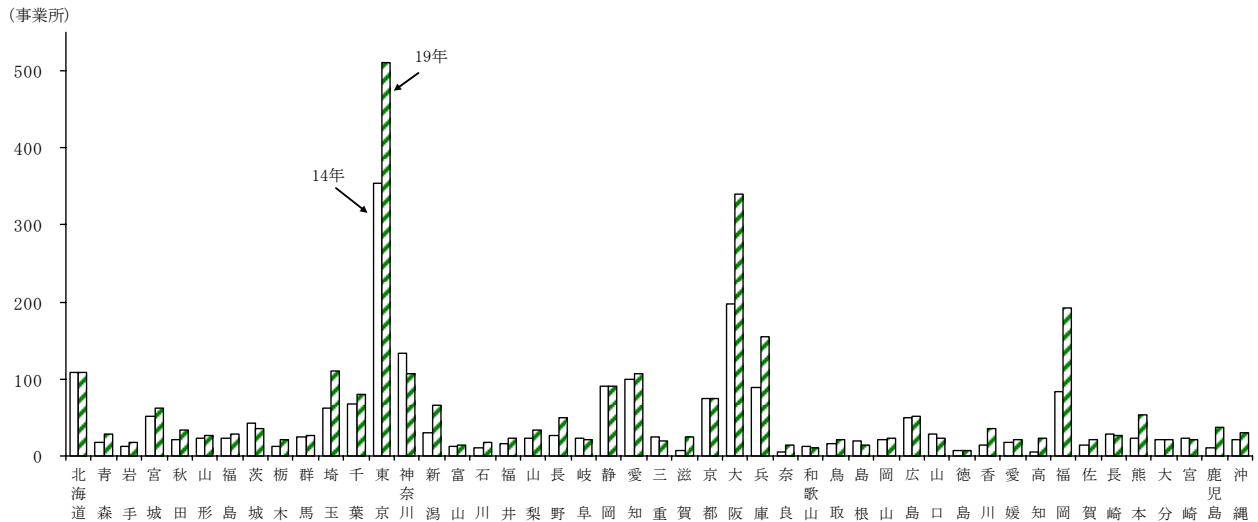
品目	19年			14年	
	販売額(億円)	構成比(%)	前回比	販売額(億円)	構成比(%)
合計	23,242	100.0	14.8	20,253	100.0
他の飲食料品	2,658	11.4	17.0	2,272	11.2
その他	1,545	6.6	34.4	1,149	5.7
婦人服	1,396	6.0	▲ 36.9	2,213	10.9
電気機械器具	1,343	5.8	53.9	873	4.3
化粧品	1,268	5.5	▲ 31.8	1,858	9.2
紙・文房具	880	3.8	—	—	—
書籍・雑誌	865	3.7	—	—	—
家具	720	3.1	▲ 40.6	1,212	6.0
婦人・子供服・洋品*	720	3.1	53.3	470	2.3
他の衣服・身の回り品	699	3.0	93.3	362	1.8
下着類	636	2.7	6.9	594	2.9
飲食料品*	565	2.4	98.8	284	1.4
鮮魚	560	2.4	51.4	370	1.8
食肉	507	2.2	51.1	336	1.7
野菜	481	2.1	48.4	324	1.6

(注)「-」は平成14年調査において上位20位品目になかった品目。

(4) 都道府県別の状況

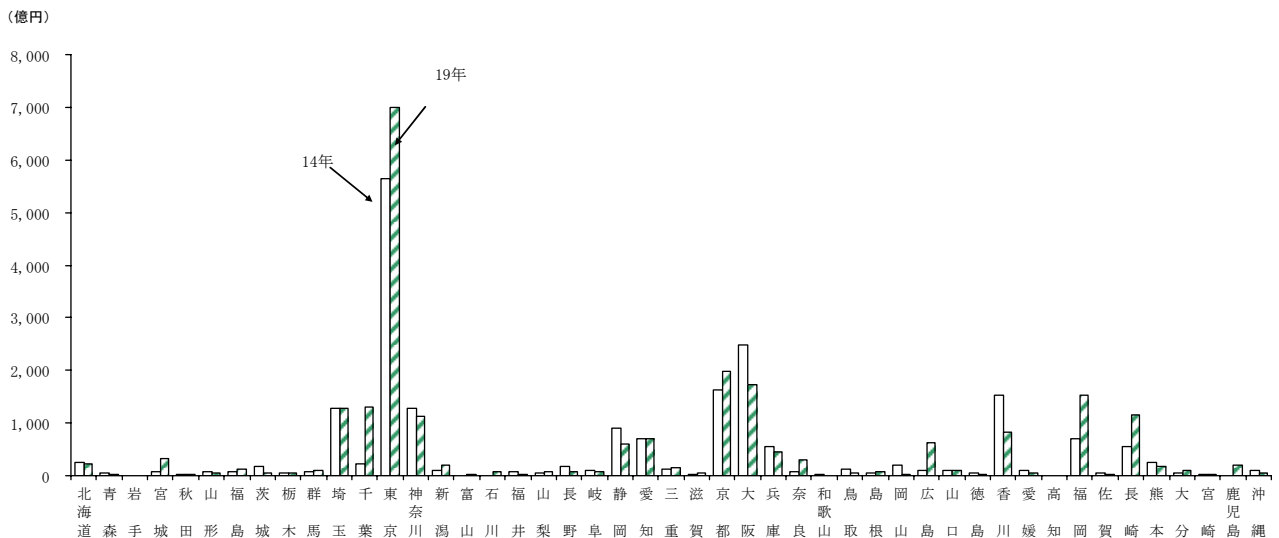
都道府県別に事業所数をみると、東京、大阪、福岡、兵庫、埼玉、北海道、神奈川の順となっており、大都市圏での事業所数が多くなっている。

第七—8図 都道府県別の事業所数



都道府県別に年間商品販売額をみると、東京、京都、大阪、福岡、千葉、埼玉、長崎の順となっている。平成14年調査からの伸びをみると、東京、千葉、福岡、長崎、広島、京都、宮城等25県で増加している。

第七—9図 都道府県別の年間商品販売額



Ⅷ. 開業等・転廃業等、継続店の状況

ここでは、事業所数と年間商品販売額の動きを、「開業等（新規開設、卸売業及び小売業以外からの転業等をいう。以下同じ）」、「転廃業等（卸売業、小売業以外への転業、廃業等をいう。以下同じ）」、「継続店（平成16年と継続して営業している卸売事業所、小売事業所。以下同じ）」別にみていくこととする。

1. 卸売業の状況

(1) 平成19年の事業所数でみた開業等・転廃業等、継続別（注1）状況

卸売業で平成16年、19年と継続して営業した事業所（以下、「継続店」という）は25万7413事業所となり、継続店の割合は、77.0%となった。

また、卸売業の開業等は7万6827事業所（平成19年の卸売事業所数に占める割合23.0%）、転廃業等は11万7856事業所（平成16年の卸売事業所数に占める割合31.4%）となっており、転廃業等の事業所数が開業等の事業所数を大きく上回っている。

第Ⅷ-1表 卸売業の開業等・転廃業等、継続店別の事業所数

		平成19年		転廃業等
		開業等	継続店	
卸売業	事業所数	334,240	257,413	117,856
	割合(%)	100.0	77.0	31.4

(注)開業等の割合＝開業等事業所数／平成19年事業所数

継続店の割合＝平成16年、19年ともに同業種の事業所数／平成19年事業所数

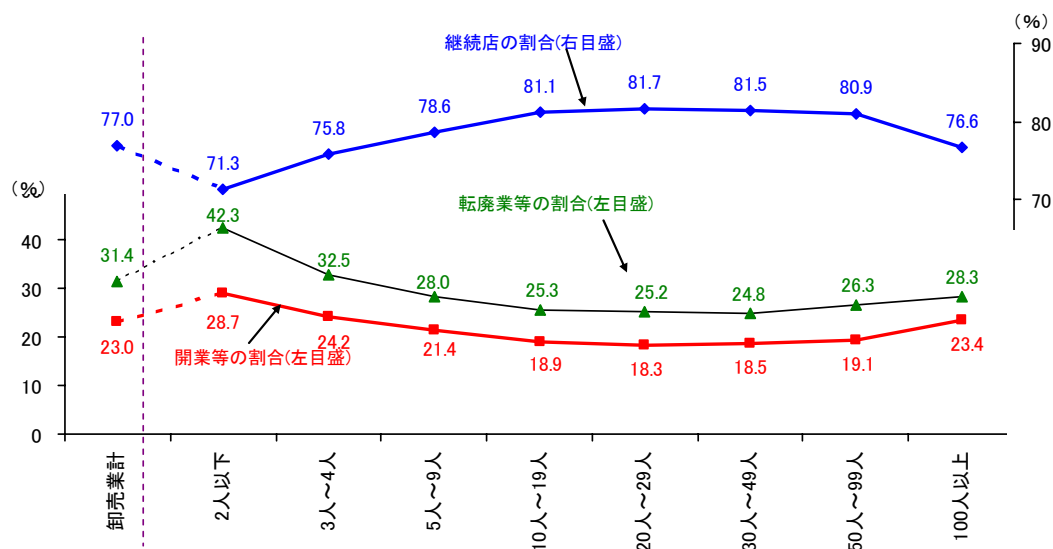
転廃業等の割合＝転廃業等事業所／平成16年事業所数

① 就業者規模別の状況

～ 最大規模も割合が低い継続店 ～

卸売業を就業者規模別にみると、継続店（規模移動によるものを含む）の割合は、中程度の規模の事業所の中では8割を上回る規模があるが、小規模の事業所、最大の100人以上の規模事業所では8割を下回っている。

第Ⅷ-1図 卸売業の就業者規模別の開業等・転廃業等、継続店別の事業所数の割合



(注1) 継続事業所とは、今回調査と前回調査とも提出され、どちらも卸売業に格付けされた事業所。転廃業事業所は、平成16年調査の事業所数から継続事業所を差し引き、開業等事業所は、平成19年調査の事業所数から継続事業所を差し引いて算出した。

開業等の割合は2人以下規模（開業等割合28.7%）が最も高く、次いで3人～4人規模（同24.2%）、100人以上規模（同23.4%）の順となっており、開業等の事業所数は、4人以下と100人以上に二極化の傾向がみられる。

転廃業等の割合は、就業者2人以下の小規模の事業所では41.9%と特に高くなっており、平成16年に営業していた事業所のうち4割を超える事業所が転廃業したことになる。また、中規模の事業所よりも100人以上規模の事業所の方が転廃業する割合が高くなっている。

第Ⅷ－2表 卸売業の開業等、転廃業等、継続店別にみた就業者規模別事業所数

就業者規模別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
			開業等	割合(%)	継続店	割合(%)	転廃業等	割合(%) (対H16)
卸売業計	375,269	334,240	76,827	23.0	257,413	77.0	117,856	31.4
2人以下	79,816	73,151	20,997	28.7	52,154	71.3	33,467	41.9
3人～4人	88,747	77,761	18,829	24.2	58,932	75.8	28,608	32.2
5人～9人	105,332	92,199	19,753	21.4	72,446	78.6	29,455	28.0
10人～19人	59,980	53,629	10,159	18.9	43,470	81.1	15,393	25.7
20人～29人	18,536	16,678	3,060	18.3	13,618	81.7	4,786	25.8
30人～49人	12,693	11,625	2,148	18.5	9,477	81.5	3,254	25.6
50人～99人	7,035	6,305	1,205	19.1	5,100	80.9	1,935	27.5
100人以上	3,130	2,892	676	23.4	2,216	76.6	958	30.6

（注1）開業等は、平成19年事業所数から継続店を差し引いて計算したものである。継続店では平成19年と16年で規模移動があるため、各就業者規模について平成16年から廃業等を差し引いた継続店数とは一致しない。

（注2）就業者規模は、パート・アルバイト等について8時間換算をしていない数値で算出している。

②業種別の状況

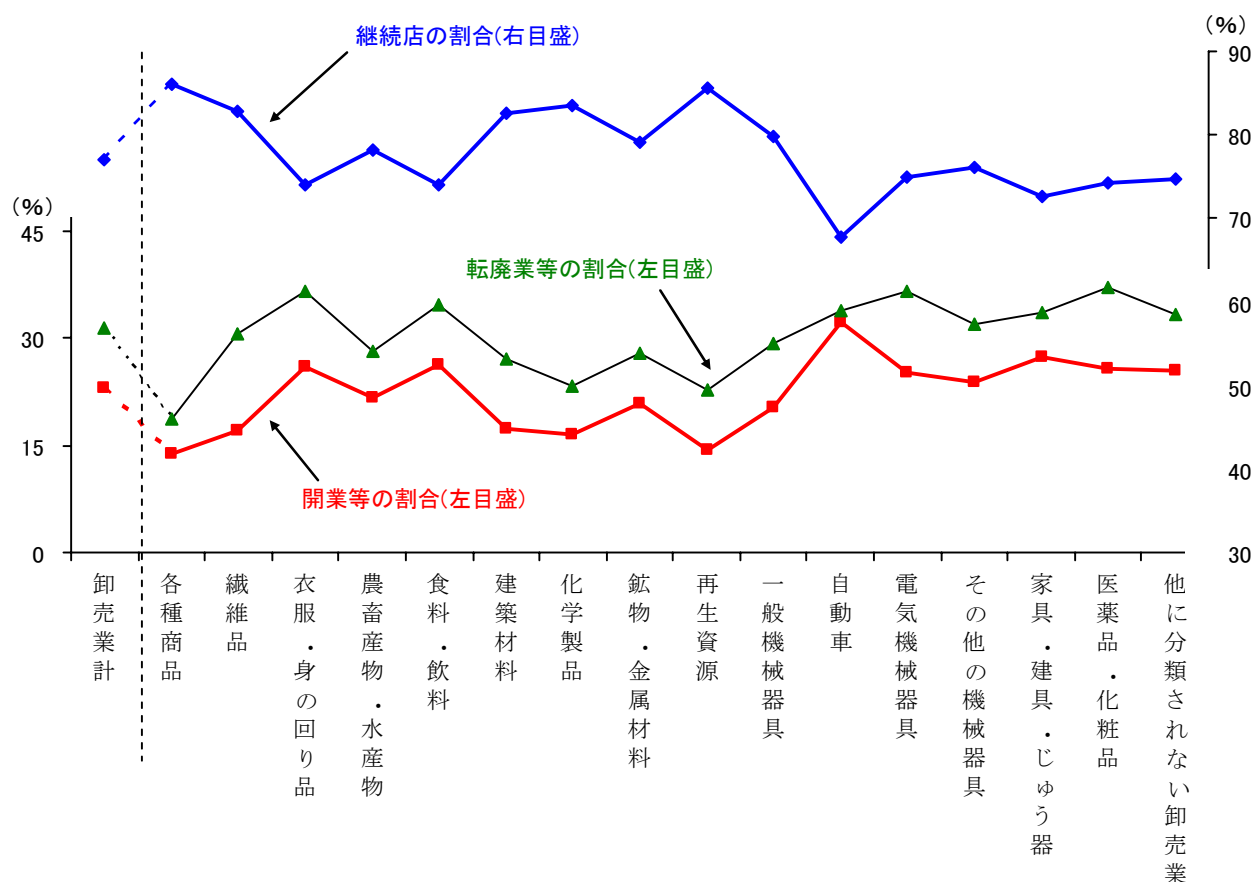
～ 転廃業等の割合は9業種で3割超 ～

業種別にみると、転廃業等の割合は薬品メーカーの統廃業の影響により医薬品・化粧品等卸売業が37.1%と高く、次いで衣服・身の回り品卸売業、電気機械器具卸売業の順となっており、これらを含む上位9業種の割合がそれぞれ3割を超えている。一方、各種商品卸売業は、18.6%と唯一2割を切っている。

開業等の割合は、最も高いのは自動車卸売業となっているが、転廃業等も比較的高い割合となっているため、事業所数は前回よりも減少している。この他の業種では、家具・建具・じゅう器卸売業、食料・飲料卸売業等の10業種で2割を超えている。また、各種商品卸売業は開業等の割合が転廃業と同様に最も低くなっている。

継続店の割合は、各種商品卸売業が最も高く、次いで、再生資源卸売業、化学製品卸売業、繊維品卸売業の順となっており、これらを含む上位5業種の割合がそれぞれ8割を超えている。なお、開業等の事業所数が転廃業等の事業所数を上回っている業種は存在しない。

第Ⅷ-2図 卸売業の業種別開業等・転廃業等、継続店別事業所数割合



第Ⅷ-3表 卸売業の開業等、転廃業等、継続店別にみた業種別事業所数

業種別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
			事業所数	割合(%)	事業所数	割合(%)	事業所数	割合(%) (対 H16)
卸売業計	375,269	334,240	76,827	23.0	257,413	77.0	117,856	31.4
各種商品	1,245	1,198	166	13.9	1,032	86.1	231	18.6
繊維品	5,775	5,260	901	17.1	4,359	82.9	1,763	30.5
衣服・身の回り品	24,542	19,777	5,126	25.9	14,651	74.1	8,969	36.5
農畜産物・水産物	39,485	37,798	8,217	21.7	29,581	78.3	11,077	28.1
食料・飲料	45,054	38,193	9,957	26.1	28,236	73.9	15,568	34.6
建築材料	42,176	38,030	6,611	17.4	31,419	82.6	11,407	27.0
化学製品	15,190	15,240	2,495	16.4	12,745	83.6	3,541	23.3
鉱物・金属材料	17,058	16,399	3,424	20.9	12,975	79.1	4,767	27.9
再生資源	9,625	9,197	1,319	14.3	7,878	85.7	2,184	22.7
一般機械器具	33,071	28,876	5,820	20.2	23,056	79.8	9,676	29.3
自動車	18,081	17,863	5,748	32.2	12,115	67.8	6,115	33.8
電気機械器具	24,494	18,742	4,700	25.1	14,042	74.9	8,924	36.4
その他の機械器具	14,251	12,271	2,920	23.8	9,351	76.2	4,528	31.8
家具・建具・じゅう器	17,978	14,024	3,837	27.4	10,187	72.6	6,046	33.6
医薬品・化粧品等	18,704	15,978	4,112	25.7	11,866	74.3	6,940	37.1
他に分類されない卸売業	48,540	45,394	11,474	25.3	33,920	74.7	16,120	33.2

(注) 継続店では平成19年と16年で業種移動があるため、各業種について平成16年から廃業等を差し引いた継続店数とは一致しない。

③地域別の状況

地域別（注²）にみると、開業等の割合は、九州・沖縄、関東、近畿の順で高く、転廃業等の割合は、関東、北海道、九州・沖縄の順で高く、いずれの地域も転廃業等が開業等の事業所数を上回っている。

第Ⅷ－４表 卸売業の地域別にみた開業等、転廃業等、継続店別事業所数

地域別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
			開業等	割合(%)	継続店	割合(%)	転廃業等	割合(%) (対 H16)
卸売業計	375,269	334,240	76,827	23.0	257,413	77.0	117,856	31.4
北海道	15,613	13,679	3,118	22.8	10,561	77.2	5,052	32.4
東北	27,541	24,848	5,650	22.7	19,198	77.3	8,343	30.3
関東	139,335	122,390	29,044	23.7	93,346	76.3	45,989	33.0
中部	44,830	40,380	7,997	19.8	32,383	80.2	12,447	27.8
近畿	69,760	62,375	14,485	23.2	47,890	76.8	21,870	31.4
中国	22,663	20,714	4,635	22.4	16,079	77.6	6,584	29.1
四国	12,890	11,414	2,531	22.2	8,883	77.8	4,007	31.1
九州・沖縄	42,637	38,440	9,367	24.4	29,073	75.6	13,564	31.8

(2) 年間商品販売額でみた開業等、転廃業等、継続店別の状況

平成19年調査における全国の卸売業事業所の年間商品販売額（以下「販売額」という）は410兆6789億円、前年比1.3%の増加であった。このうち継続店の割合は78.2%、開業等の割合は21.8%、転廃業等の割合（平成16年販売額に占める割合）は26.8%となっている。

第Ⅷ－５表 卸売業の開業等、転廃業等、継続店別年間商品販売額

	平成19年			転廃業等
	開業等	継続店		
年間商品販売額(億円)	4,106,789	3,210,745	896,044	1,085,558
割合(%)	100.0	78.2	21.8	26.8

(注) 開業等の割合＝開業等年間商品販売額／平成19年年間商品販売額

継続店の割合＝平成16年、19年ともに同業種の年間商品販売額／平成19年年間商品販売額

転廃業等の割合＝転廃業等年間商品販売額／平成16年年間商品販売額

前年比について開業等、転廃業等、継続店別にその寄与度をみると、開業等による寄与度は22.1%ポイント、転廃業等による寄与度は▲26.8%ポイント、また、継続店による寄与度は6.0%ポイントとなっている。

(注²) 本稿での「地域別」とは、経済産業局管区（ただし、沖縄総合事務局経済産業部は九州に含めた）を指し、具体的には以下の区分による。

北海道地域：北海道

東北地域：青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

関東地域：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、新潟、山梨、長野、静岡

中部地域：富山、石川、岐阜、愛知、三重

近畿地域：福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

中国地域：鳥取、島根、岡山、広島、山口

四国地域：徳島、香川、愛知、高知

九州・沖縄地域：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

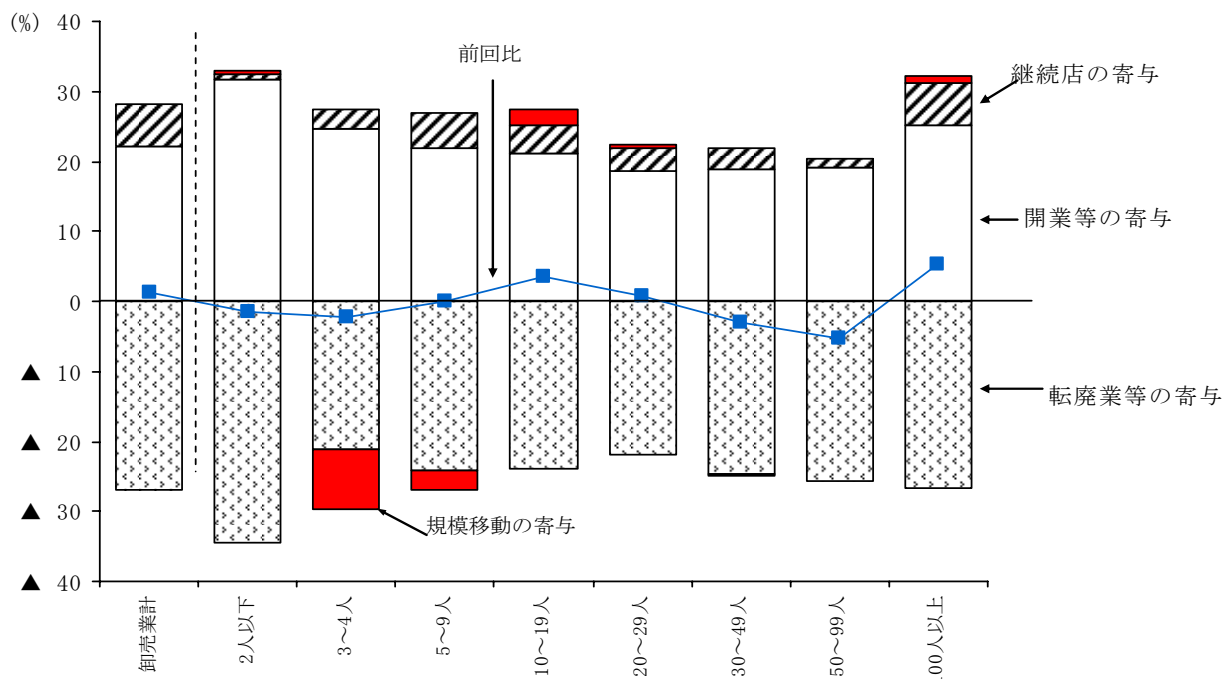
①就業者規模別の状況

～ 継続店の寄与はすべての規模でプラス ～

就業者規模別に販売額前回比の寄与度をみると、継続店の寄与度はすべての規模でプラス寄与となっており、その中で就業者 100 人以上の規模事業所の寄与が大きくなっている。

なお、規模移動による寄与は、3～9 人規模の事業所では他規模より大きな減少への寄与がみられる。

第Ⅷ－3図 就業者規模別の開業等、転廃業等、継続店の販売額前回比寄与度



第Ⅷ－6表 就業者規模別開業等、転廃業等、継続店の販売額前回比寄与度 (注3)

就業者規模別	平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回比 (%)	寄与度 (%ポイント)			
				開業等	継続店	転廃業等	規模移動
				卸売業	4,054,972	4,106,789	1.3
2 人 以 下	54,678	55,587	1.7	32.6	0.9	▲32.4	0.5
3 人 ～ 4 人	151,193	150,055	▲0.8	25.1	2.9	▲20.0	▲8.7
5 人 ～ 9 人	441,205	444,548	0.8	22.2	4.8	▲23.4	▲2.9
10 人 ～ 19 人	602,880	624,671	3.6	21.1	4.0	▲23.7	2.2
20 人 ～ 29 人	375,941	378,500	0.7	18.5	3.4	▲21.8	0.6
30 人 ～ 49 人	462,478	451,809	▲2.3	19.0	3.0	▲24.0	▲0.3
50 人 ～ 99 人	535,951	513,186	▲4.2	19.3	1.3	▲24.7	0.0
100 人 以 上	1,430,646	1,488,433	4.0	24.7	6.1	▲27.6	0.8

(注3) この表でいう「寄与度」とは、区分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、転廃業等、規模移動を合わせると前回比となる。

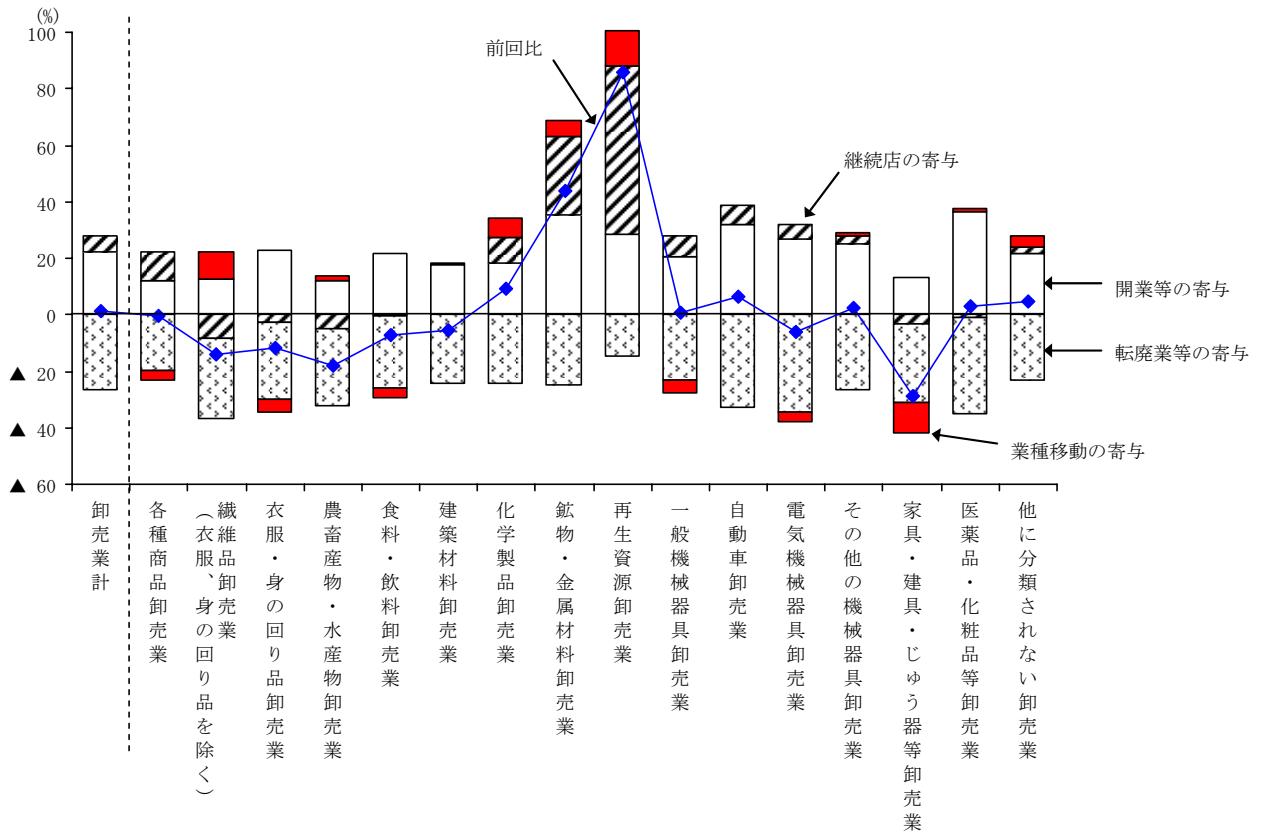
②業種別の状況

～ 再生資源卸売業、鉱物・金属材料卸売業が継続店で大きなプラス寄与 ～

業種別に販売額前回比寄与度をみると、継続店の寄与度では、原料価格の高騰から再生資源卸売業、鉱物・金属材料卸売業のプラス寄与が大きくなっている。転廃業等では、電気機械器具卸売業、医薬品・化粧品等卸売業のマイナス寄与が大きくなっている。

また、開業等の中では、医薬品・化粧品卸売業、鉱物・金属材料卸売業、自動車卸売業のプラス寄与が大きくなっている。

第Ⅷ－４図 業種別開業等、転廃業等、継続店の前回比寄与度



第Ⅷ－７表 業種別開業等、転廃業等、継続店の前回比寄与度 (注3)

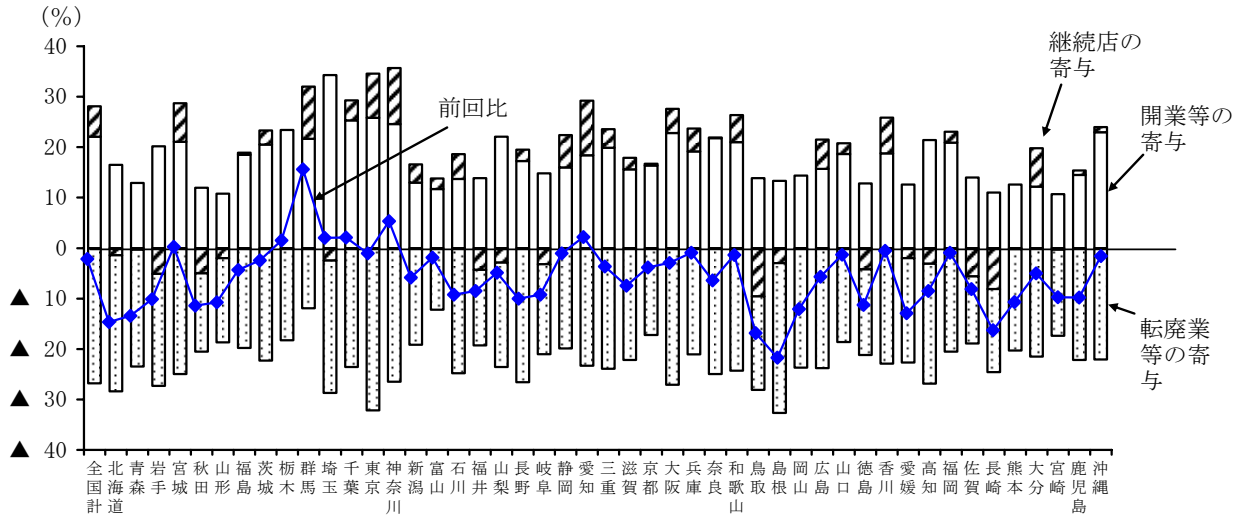
業種別	平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回比 (%)	寄与度 (%ポイント)			
				開業等	継続店	転廃業等	業種移動
				卸売業計	4,054,972	4,106,789	1.3
各種商品卸売業	490,306	487,970	▲0.5	12.0	10.5	▲19.6	▲3.3
繊維品卸売業 (衣服、身の回り品を除く)	48,229	41,349	▲14.3	12.5	▲8.4	▲28.0	9.6
衣服・身の回り品卸売業	140,525	124,336	▲11.5	22.8	▲2.8	▲27.4	▲4.1
農畜産物・水産物卸売業	425,776	348,900	▲18.1	12.1	▲4.8	▲27.2	1.8
食料・飲料卸売業	438,122	405,289	▲7.5	21.7	▲0.5	▲25.6	▲3.1
建築材料卸売業	235,415	222,192	▲5.6	17.8	0.2	▲24.0	0.4
化学製品卸売業	209,392	229,369	9.5	18.1	9.3	▲24.4	6.6
鉱物・金属材料卸売業	409,529	588,806	43.8	35.3	27.8	▲24.9	5.6
再生資源卸売業	19,182	35,606	85.6	28.4	59.5	▲14.7	12.4
一般機械器具卸売業	240,395	241,779	0.6	20.4	7.7	▲23.3	▲4.2
自動車卸売業	151,119	160,383	6.1	31.8	6.7	▲32.5	0.2
電気機械器具卸売業	485,250	456,427	▲5.9	26.9	4.8	▲34.2	▲3.4
その他の機械器具卸売業	111,074	113,493	2.2	25.2	2.9	▲26.7	0.8
家具・建具・じゅう器等卸売業	75,998	54,042	▲28.9	13.3	▲3.5	▲27.3	▲11.3
医薬品・化粧品等卸売業	220,170	226,110	2.7	36.2	▲0.9	▲34.2	1.6
他に分類されない卸売業	354,490	370,738	4.6	21.8	2.2	▲23.3	4.0

③都道府県別の状況

～ 群馬県は開業等・継続店の寄与で前回は大きく伸ばす ～

都道府県別に販売額前回は寄与度をみると、継続店では神奈川のプラス寄与が一番大きく、開業等では埼玉県で大きく寄与している。群馬は開業等と継続店ともに2桁のプラス寄与があり、販売額の前回は20.0%と大きく伸びている。

第Ⅷ-5図 都道府県別開業等、転廃業等、継続店の前回は寄与度



第Ⅷ-8表 都道府県別開業等、転廃業等、継続店の前回は寄与度 (注3)

	平成16年		平成19年		前回は			平成16年		平成19年		前回は				
	(億円)		(億円)		(%)	寄与度(%)			(億円)		(億円)		(%)	寄与度(%)		
						開業等	継続店	転廃業等						開業等	継続店	転廃業等
全国計	4,054,972	4,106,789	▲ 1.3	22.1	6.0	▲ 26.8	京都	44,086	43,853	▲ 0.5	16.4	0.3	▲ 17.2			
北海道	131,629	115,906	▲ 11.9	16.5	▲ 1.4	▲ 27.0	大阪	505,170	507,650	0.5	22.8	4.8	▲ 27.1			
青森	20,917	18,704	▲ 10.6	12.9	▲ 0.3	▲ 23.2	兵庫	75,811	77,805	2.6	19.2	4.5	▲ 21.1			
岩手	20,118	18,683	▲ 7.1	20.2	▲ 5.1	▲ 22.2	奈良	9,038	8,752	▲ 3.2	21.8	0.1	▲ 25.0			
宮城	77,460	80,381	3.8	21.1	7.6	▲ 25.0	和歌山	9,120	9,313	2.1	21.0	5.4	▲ 24.3			
秋田	14,528	13,289	▲ 8.5	12.0	▲ 5.0	▲ 15.5	鳥取	8,307	7,125	▲ 14.2	13.9	▲ 9.6	▲ 18.5			
山形	15,987	14,732	▲ 7.8	10.8	▲ 2.0	▲ 16.7	島根	8,542	6,884	▲ 19.4	13.3	▲ 3.0	▲ 29.7			
福島	26,419	26,168	▲ 1.0	18.5	0.4	▲ 19.8	岡山	34,557	31,379	▲ 9.2	14.4	▲ 0.1	▲ 23.6			
茨城	37,491	37,883	1.0	20.5	2.8	▲ 22.3	広島	89,096	87,001	▲ 2.4	15.7	5.8	▲ 23.8			
栃木	34,008	35,765	5.2	23.4	▲ 0.1	▲ 18.2	山口	20,190	20,633	2.2	18.7	2.1	▲ 18.6			
群馬	39,189	47,043	20.0	21.7	10.3	▲ 11.9	徳島	10,112	9,274	▲ 8.3	12.8	▲ 4.2	▲ 17.0			
埼玉	83,077	87,815	5.7	34.3	▲ 2.5	▲ 26.2	香川	27,693	28,527	3.0	18.8	7.1	▲ 22.9			
千葉	61,548	65,112	5.8	25.3	4.0	▲ 23.6	愛媛	23,724	21,337	▲ 10.1	12.6	▲ 2.0	▲ 20.6			
東京	1,601,094	1,640,632	2.5	25.8	8.8	▲ 32.2	高知	8,923	8,438	▲ 5.4	21.4	▲ 3.1	▲ 23.8			
神奈川	113,839	124,358	9.2	24.6	11.1	▲ 26.5	福岡	163,612	167,798	2.6	20.9	2.2	▲ 20.5			
新潟	47,296	46,068	▲ 2.6	13.0	3.6	▲ 19.2	佐賀	10,713	10,178	▲ 5.0	14.0	▲ 5.6	▲ 13.3			
富山	20,874	21,204	1.6	11.7	2.1	▲ 12.2	長崎	18,932	16,362	▲ 13.6	11.0	▲ 8.1	▲ 16.5			
石川	30,288	28,409	▲ 6.2	13.7	4.9	▲ 24.8	熊本	23,211	21,422	▲ 7.7	12.6	▲ 0.2	▲ 20.1			
福井	14,004	13,244	▲ 5.4	13.9	▲ 4.3	▲ 15.0	大分	13,705	13,476	▲ 1.7	12.2	7.6	▲ 21.5			
山梨	10,425	10,263	▲ 1.6	22.1	▲ 2.9	▲ 20.7	宮崎	15,409	14,375	▲ 6.7	10.7	▲ 0.3	▲ 17.1			
長野	36,617	34,051	▲ 7.0	17.3	2.2	▲ 26.6	鹿児島	25,837	24,092	▲ 6.8	14.5	0.9	▲ 22.2			
岐阜	28,254	26,495	▲ 6.2	14.8	▲ 3.2	▲ 17.8	沖縄	14,693	14,974	1.9	23.0	1.0	▲ 22.1			
静岡	67,901	69,632	2.5	16.0	6.4	▲ 19.9										
愛知	329,448	348,802	5.9	18.4	10.8	▲ 23.3										
三重	20,030	19,970	▲ 0.3	19.9	3.7	▲ 23.9										
滋賀	12,051	11,533	▲ 4.3	15.6	2.3	▲ 22.2										

(3) 開業・転廃業等、継続事業所の状況でみる卸売業の構造変化

平成19年商業統計調査における卸売業の販売額は前回の平成16年調査と比べて1.3%と景気拡大を反映して6調査ぶりに増加した。一方、事業所数は同▲10.9%と6調査連続しての減少となった。前回調査では、事業所数は同▲1.1%と減少傾向が落ち着きつつあったが、今回調査では減少幅が拡大した。これには、卸売業を取り巻く状況が変化を続け、それに対応して卸売業の構造がさらに変化していることが伺える。これらの構造変化は、確報において流通経路についての詳細な数値が集計されることにより明らかとなる。しかし、事業所数の大幅な減少という状況があることから、その要因について速報時において集計した数値等を利用して、継続事業所や開業等・転廃業等事業所の動向により、可能な範囲内でみていくこととする。

第Ⅷ－9表 卸売業の開業等・転廃業等、継続事業所の年間商品販売額

(金額単位:10億円)

	事業所数	商品販売額	継続事業所分販売額	開業・転廃業等事業所分販売額	卸→小売 (販売額)	小売→卸 (販売額)
平成16年	375,269	405,497	296,941	(転廃業分)104,105	4,451	
平成19年	334,240	410,679	321,075	(開業分) 85,386		4,218
前回比 (%)	▲10.9	1.3	8.1	差▲18,731		差▲233

(注) 「卸→小売」は、平成16年調査で卸売業であった事業所が平成19年調査では小売業となったもの。

「小売→卸」は、逆に平成16年調査で小売業であった事業所が平成19年調査では卸売業となったもの。

① 転廃業等事業所^(注4)の状況

平成19年の商業統計調査における卸売業の事業所数は、前回に比べ▲10.9%(▲41,029事業所)の大幅な減少となっている。その内容をみると、前述の開業・転廃業等分析で述べたように、この3年間における開業等事業所(転業含む)は76,827事業所、一方、転廃業等事業所は117,856事業所と転廃業等が圧倒的に多くなっている(第Ⅷ－1表)。卸売業の事業所数は、バブル景気の平成3年をピークに景気の後退による販売不振から、卸売企業の合理化、小規模事業所の廃業等によって減少を続けてきたが、前回調査から平成19年調査までの間ではさらに転廃業が進行しているものとみられる。

この転廃業等事業所の平成16年調査時点の販売額と平成19年調査における開業等事業所の販売額の差を比較すると、転廃業事業所がおよそ18兆7千億円大きく、転廃業等の事業所の今回調査の販売額に与える影響の大きさを示している(第Ⅷ－9表)。

また、転廃業等事業所を就業者規模別にみると、規模の小さい事業所の構成比が高い一方、規模の大きい事業所についても構成比は高くなっている(第Ⅷ－2表)。このことから、小規模の個人営業の卸売業者が転廃業しているだけでなく、大規模な卸売企業の組織の再編も進んでいることが伺える。

② 継続事業所の状況

平成19年商業統計調査において、前回と今回とも継続して卸売業者として調査票が提出された事業所は、今回調査の事業所のうちの77%にあたる257,413事業所となっている(第Ⅷ－1表)。この継続事業所の販売額をみると、前回と比べて8.1%と増加となっている。これは、この間の景気の好調を反映した内需及び外需の増加によるものとみられる(第Ⅷ－9表)。

(注4) 転廃業事業所とは、前回調査で卸売業の対象であった事業所が、今回調査では卸売業以外の産業(小売業、サービス業等)に格付された転業事業所及び今回調査までの間に廃業した事業所。

③ 卸売業の構造変化

卸売業の構造変化については、確報における流通経路ごとの詳細な数値やW/W比率^(注5)によってかなり明らかになると考えられるが、卸売業の事業所数、販売額に大きな影響を与えているとみられるため、ここでは平成19年調査の実査の過程で明らかになった構造変化の事例をいくつかみることとする。

ア 業界再編の進行

医薬品卸売業では、医薬品の安定供給の確保、IT化の推進による流通の近代化の進展、薬価の引き下げ、医薬分業化の進展に対応するため、M&Aによる業界再編、業務提携等が加速し、医薬品の流通体制が大きく変化することとなっている。

また、自動車卸売業では、国内販売の停滞から販売力強化をめざして、各メーカーの系列の卸売事業所とディーラーにおいてグループの再編・統合、集約が進んでいる。

こうした業界再編の動きを反映した形で、転廃業等事業所の比率が高くなっている。

イ 企業内・企業グループ内における流通の合理化・集約化

製造企業に属する支社・営業所が販売業務（卸売）を行う場合は、卸売業者として商業統計調査の対象となっているが、企業内における流通業務の合理化を進める中で、支社等の業務を販売促進に特化させ、商品の販売には直接携わらない体制に変更させた結果、こうした支社・営業所が卸売業から外れ、事業所数が減少する要因となっている。

また、企業グループ内においても、大手の製造事業者を中心に、従来、販売チャンネルや製品分野ごとに分散していた販売部門、販売会社を集約化する動きが進んでいることも、卸売業者の減少につながっている。

ウ IT化の推進による流通経路の変化

IT化の推進は卸売業務の効率化を一層押し進めている。例えば、従来、支店・営業所経由で商品の受発注を行っていたものが、本店、あるいは統括事業所と小売店が直接受発注を行うシステムの導入が進み、支店等の業務は、一部小規模の得意先との受発注を除き販売支援業務が中心となる。その結果として、従来、本店等から支店等に販売額として計上されていた「本支店間移動」に係る卸売業販売額が減少することとなっている。

また、インターネットの普及により、製造業者や卸売業者から直接消費者に販売されるケースの増加も卸売販売額減少の一因と考えられる。

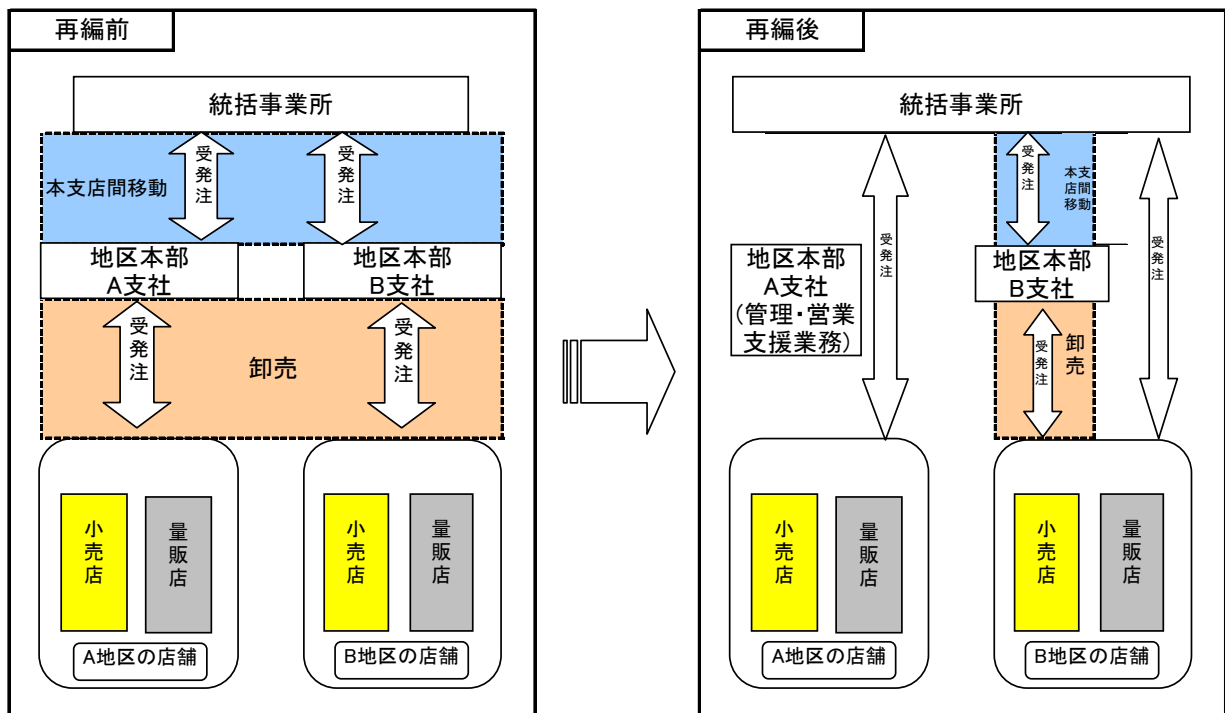
エ 直接取引の進展

情報化の進展や物流網の発達を背景に、大手小売業を中心に卸売業を介さない製造業者との直取引が拡大している。例えば、繊維業界では、新たな業態として小売業者が製品の企画から生産分野に進出し、消費者のニーズに沿った経営・販売戦略を展開する動きが現れており、川上メーカーではこうした動きに対して、消費者のニーズの多様化、流通の効率化に対応するため、従来の問屋を介した流通経路をとらず、小売店と直結したいいわゆる「中抜き」の状況がみられる。

(注5) W/W比率とは、卸売業全体の年間商品販売額から「本支店間移動」を除いた値を、卸売業者以外の年間商品販売額（「小売業者向け」「産業使用者向け」「国外（直接輸出）向け」「消費者向け」の合計値）で除した値であり、この値が「1」に近いほど卸売業者間の取引が少ないといえる。

こうした大手小売事業所や消費財メーカーなどにおける直取引化の進展も、卸売事業所の減少要因となっている。

第Ⅷ-6図 卸売業の流通経路の変化



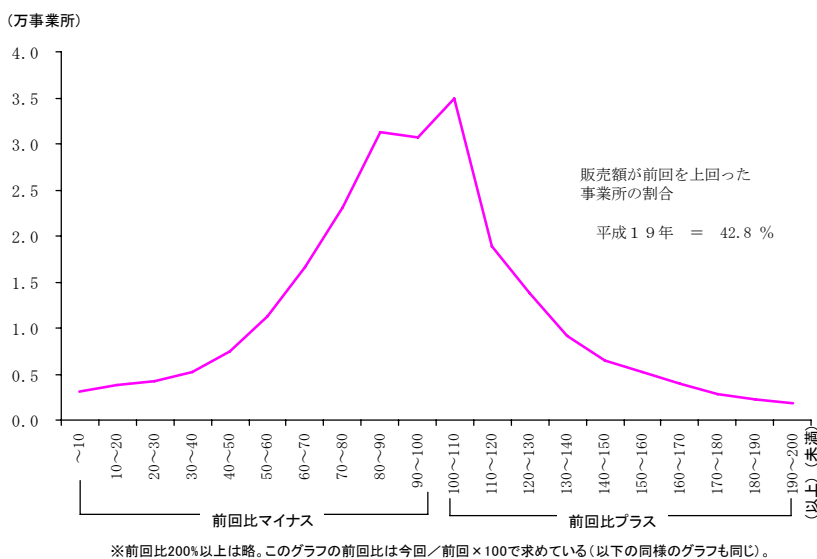
(4)卸売業の年間商品販売額前回比分布

ここでは、卸売事業所の継続事業所の動きについて、みることにする。

①継続店の販売額前回比の分布状況

平成16年から平成19年にかけて継続した事業所(25万7413事業所)の販売額前回比分布をみると、前回比がプラスとなった事業所は11万事業所、30%以上プラスとなった事業所は5万3千事業所となった。最も分布が多かったのは前回比0～10%未満の事業所で3万5千事業所となっている。一方、前回比でマイナスとなった事業所は、147千事業所、そのうち前回と比べ販売額が▲30%以上となったのは54千事業所であった。

第Ⅷ-7図 販売額前回比分布(卸売業の継続事業所)



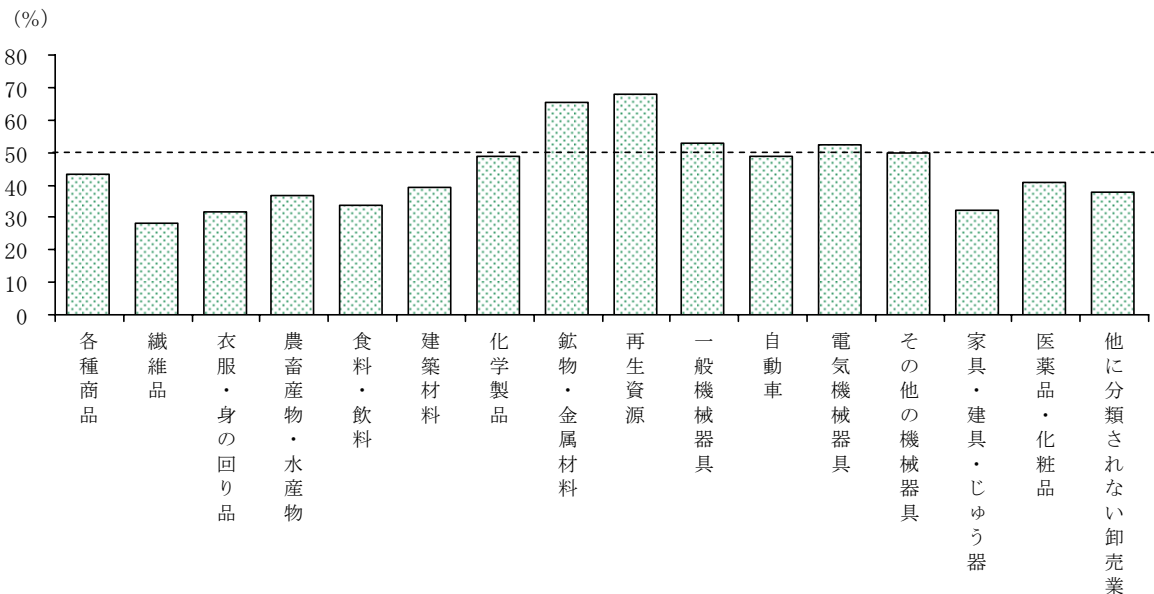
第Ⅷ-10表 継続店の販売額前回比の状況

	事業所数	
		構成比(%)
継続店数	257,413	100.0
前回比プラス継続店	110,132	42.8
うち+30%以上	52,728	20.5
前回比マイナス継続店	147,033	57.1
うち▲30%以上	53,985	21.0
不明	248	—

②業種別の状況

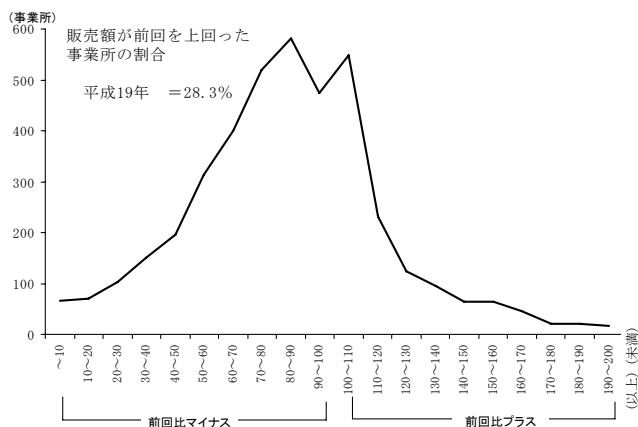
業種別にみると、販売額前回比プラス事業所の割合が高い業種は、再生資源卸売業(構成比67.9%)が最も高く、次いで鉱物・金属材料卸売業(同65.3%)、一般機械器具卸売業(同53.0%)、電気機械器具卸売業(同52.4%)、その他の機械器具卸売業(同50.0%)、化学製品卸売業(同48.9%)、自動車卸売業(同48.8%)、各種商品卸売業(同43.4%)、医薬品・化粧品等卸売業(同40.7%)となっており、9業種で4割以上の事業所が販売額前回比プラスとなっている。

第Ⅷ－8図 業種別、就業者規模別 販売額前回比プラス事業所の割合

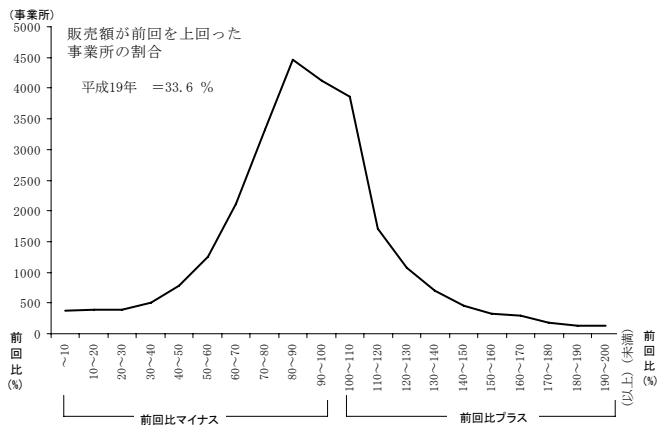


第Ⅷ－9図 業種別販売額前回比分布(主な業種)

繊維品卸売業

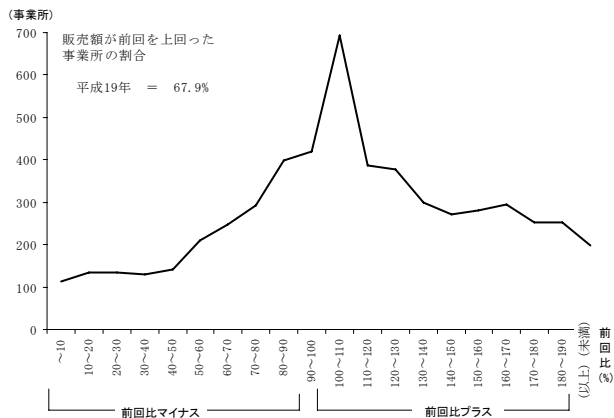


食料・飲料卸売業

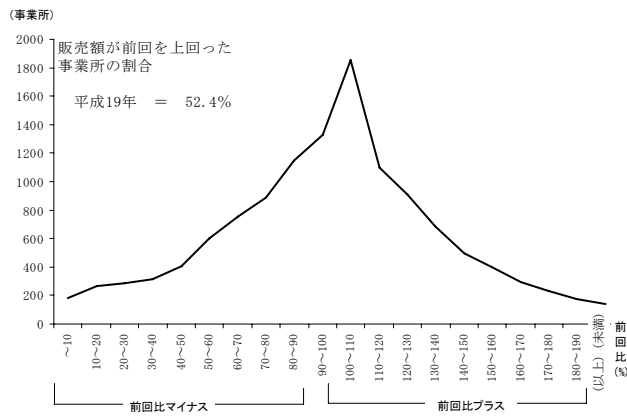


※ 前回比 200% 以上は略。

再生資源卸売業



電気機械器具卸売業



第Ⅷ－11表 業種別年間商品販売額の継続店の状況

	H16-H19 の継続店 数	前回はプラス事業所				前回はマイナス事業所	
		事業所数	割合	前回は0% (横ばい)		事業所数	割合
				事業所数	割合		
卸売計	257,413	110,132	42.8	10,120	3.9	147,033	57.1
各種商品	1,032	448	43.4	16	1.6	584	56.6
繊維品	4,359	1,233	28.3	247	5.7	3,125	71.7
衣服・身の回り品	14,651	4,623	31.6	762	5.2	10,025	68.4
農畜産物・水産物	29,581	10,921	36.9	1,121	3.8	18,636	63.0
食料・飲料	28,236	9,484	33.6	1,043	3.7	18,747	66.4
建築材料	31,419	12,341	39.3	1,206	3.8	19,071	60.7
化学製品	12,745	6,232	48.9	461	3.6	6,513	51.1
鉱物・金属材料	12,975	8,464	65.2	368	2.8	4,507	34.7
再生資源	7,878	5,353	67.9	303	3.8	2,525	32.1
一般機械器具	23,056	12,222	53.0	933	4.0	10,828	47.0
自動車	12,115	5,916	48.8	354	2.9	6,198	51.2
電気機械器具	14,042	7,353	52.4	526	3.7	6,687	47.6
その他の機械器具	9,351	4,674	50.0	319	3.4	4,675	50.0
家具・建具・じゅう器	10,187	3,257	32.0	511	5.0	6,929	68.0
医薬品・化粧品	11,866	4,834	40.7	523	4.4	7,032	59.3
他に分類されない卸売業	33,920	12,777	37.7	1,427	4.2	20,951	61.8

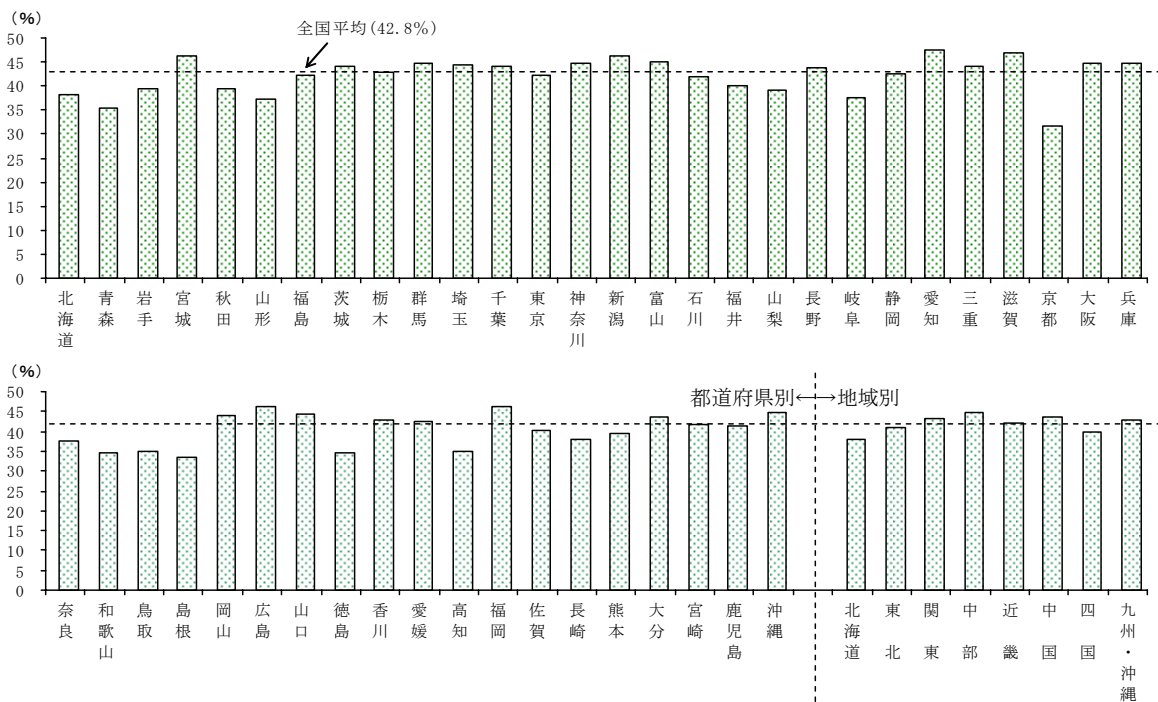
*継続店数とプラス事業所、マイナス事業所の差は不明値

③地域別の状況

前回はプラス事業所の割合が高い県は、愛知、滋賀、宮城及び新潟、広島及び福岡、富山、沖縄、大阪、群馬の順となっている。

地域別にみると、販売額前回はプラス事業所の割合が高い地域は、中部（構成比44.9%）、中国（同43.5%）、関東（同43.4%）、九州・沖縄（同43.0%）の順となっている。

第Ⅷ－10図 都道府県別、地域別販売額前回はプラス事業所の割合



2. 小売業の状況

(1) 事業所数でみた開業等・転廃業等、継続店別の状況

①平成19年の状況

平成19年調査における小売事業所数のうち、平成16年、19年と継続して営業した事業所（以下「継続店」という）は91万9772事業所、平成19年の小売事業所のうち80.9%が継続して営業を行っている。

第Ⅷ—12表 小売業の開業等・転廃業等、継続店別事業所数

	平成19年			転廃業等
	開業等	継続店		
事業所数	1,136,755	216,983	919,772	318,277
割合(%)	100.0	19.1	80.9	25.7

(注)開業等の割合＝開業等小売事業所数／平成19年小売事業所数
 継続店の割合＝平成16年、19年ともに小売業の事業所数／平成19年事業所数
 転廃業等の割合＝転廃業等小売事業所／平成16年小売事業所数

また、開業等は21万6983事業所(平成19年小売事業所数に占める割合19.1%)、転廃業等は31万8277事業所(平成16年小売事業所に占める割合25.7%)となり、転廃業等の事業所数が開業等の事業所数を大きく上回っている。

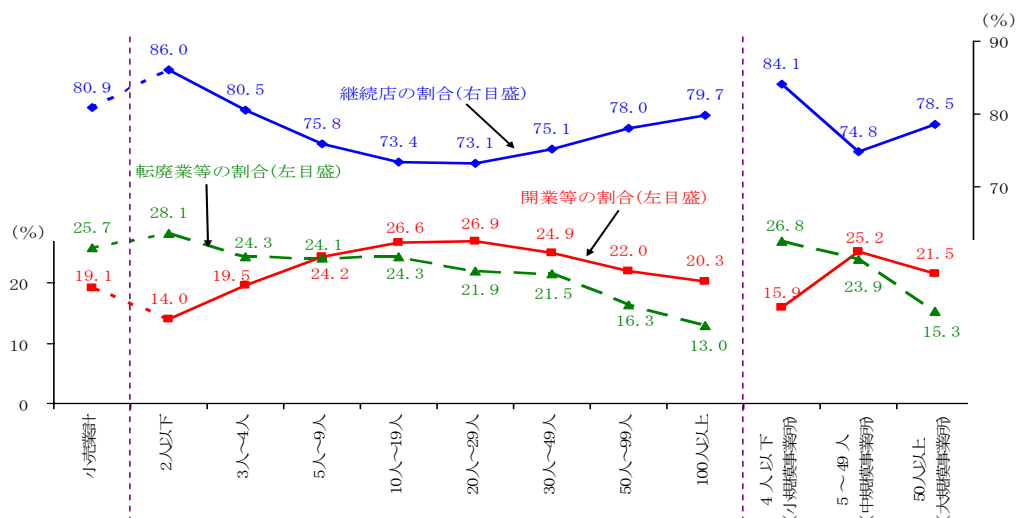
②就業者規模別の状況

～ 開業等の割合が高い中規模事業所、転廃業等の多い小規模事業所 ～

就業者規模別にみると、開業等の割合は20人～29人規模(開業等割合26.9%)が最も高く、次いで10人～19人規模(同26.6%)、30人～49人規模(同24.9%)の順で、中規模事業所(5人～49人)で開業等の割合が高くなっている。転廃業等の割合は、就業者4人以下の小規模事業所が26.8%と平成16年調査を6.4%ポイント上回っており、なかでも2人以下規模では平成16年に営業していた事業所のうち3割弱の事業所が転廃業するなど、規模の小さい事業所ほど転廃業する割合が高くなっている。

継続店(規模移動による増加を含む)の割合は、開業等が多い中規模事業所で74.8%となり、平成16年調査をさらに下回った。他方、開業等が少なかった小規模事業所では8割を超えている。

第Ⅷ—11図 小売業の開業等、転廃業等、継続店別事業所数割合



第Ⅷ－13表 小売業の開業等・転廃業等、継続店別にみた就業者規模別事業所数

就業者規模別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
			割合(%)	割合(%)	割合(%)	割合(%)		
小売業計	1,238,049	1,136,755	216,983	19.1	919,772	80.9	318,277	25.7
2人以下	539,299	486,920	68,253	14.0	418,667	86.0	151,777	28.1
3人～4人	289,027	254,902	49,720	19.5	205,182	80.5	70,106	24.3
5人～9人	219,839	208,976	50,618	24.2	158,358	75.8	53,005	24.1
10人～19人	120,437	118,218	31,407	26.6	86,811	73.4	29,311	24.3
20人～29人	34,730	33,402	8,994	26.9	24,408	73.1	7,605	21.9
30人～49人	18,674	17,980	4,480	24.9	13,500	75.1	4,016	21.5
50人～99人	11,153	11,339	2,491	22.0	8,848	78.0	1,821	16.3
100人以上	4,890	5,018	1,020	20.3	3,998	79.7	636	13.0
4人以下(小規模事業所)	828,326	741,822	117,973	15.9	623,849	84.1	221,883	26.8
5～49人(中規模事業所)	393,680	378,576	95,499	25.2	283,077	74.8	93,937	23.9
50人以上(大規模事業所)	16,043	16,357	3,511	21.5	12,846	78.5	2,457	15.3

(注1) 開業等は、平成19年事業所数から継続店を差し引いて計算したものである。継続店では平成19年と16年で規模移動があるため、各就業者規模について平成16年から転廃業等を差し引いた継続店数とは一致しない。

(注2) 就業者規模は、パート・アルバイト等について8時間換算をしていない数値で算出している。

③業種別の状況

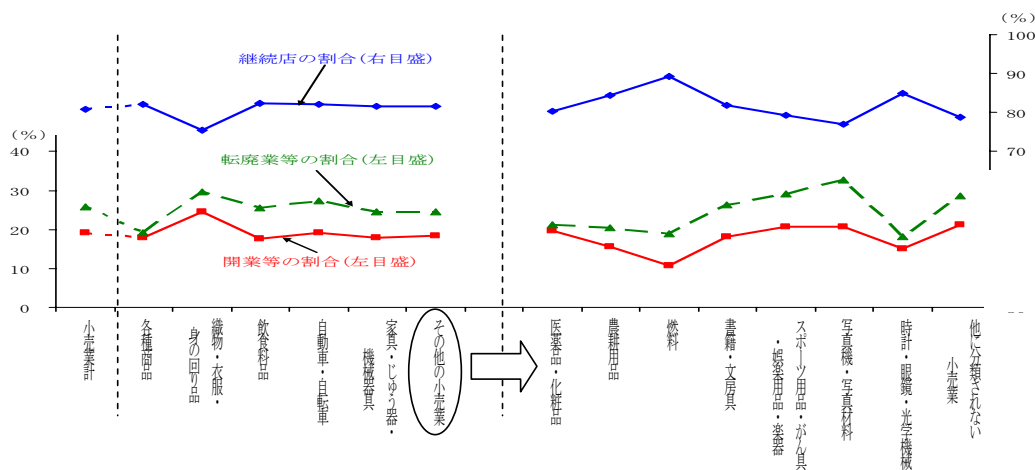
～ 転廃業事業所が増加した飲食料品小売業～

業種別にみると、開業等の割合が最も高いのは織物・衣服・身の回り品小売業の24.5%、次いで写真機・写真材料小売業、他に分類されない小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業の順となっており、この4業種が2割を超えている。

転廃業等の割合は平成16年調査に続き写真機・写真材料小売業が32.7%、次いで織物・衣服・身の回り品小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業の順となっている。また、飲食料品小売業の転廃業等は10万事業所を超え、その割合も25.5%と高い。これは小規模の個人事業所の転廃業が多いことや多角化による業種移動などが要因として挙げられる。

継続店については、ガソリンスタンドを含む燃料小売業が89.2%と最も高く、次いで時計・眼鏡・光学機械小売業、農耕用品小売業の順となっている。

第Ⅷ－12図 小売業の開業等・転廃業等、継続店別にみた業種別事業所数



第Ⅷ－14表 小売業の開業等・転廃業等、継続店別にみた業種別事業所数

業種別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
				割合(%)		割合(%)		割合(%) (対H16)
小売業計	1,238,049	1,136,755	216,983	19.1	919,772	80.9	318,277	25.7
各種商品小売業	5,556	4,742	850	17.9	3,892	82.1	1,065	19.2
織物・衣服・身の回り品小売業	177,851	166,601	40,893	24.5	125,708	75.5	52,628	29.6
飲食料品小売業	444,596	389,358	68,848	17.7	320,510	82.3	113,403	25.5
自動車・自転車小売業	86,993	82,738	15,837	19.1	66,901	80.9	19,795	22.8
家具・じゅう器・機械器具小売業	115,132	98,889	17,793	18.0	81,096	82.0	31,422	27.3
その他の小売業	407,921	394,427	72,762	18.4	321,665	81.6	99,964	24.5
医薬品・化粧品小売業	86,684	83,938	16,540	19.7	67,398	80.3	18,297	21.1
農耕用品小売業	15,042	13,961	2,195	15.7	11,766	84.3	3,072	20.4
燃料小売業	62,546	57,883	6,255	10.8	51,628	89.2	11,865	19.0
書籍・文房具小売業	54,329	48,080	8,763	18.2	39,317	81.8	14,304	26.3
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	33,114	29,079	5,976	20.6	23,103	79.4	9,673	29.2
写真機・写真材料小売業	4,307	3,513	811	23.1	2,702	76.9	1,409	32.7
時計・眼鏡・光学機械小売業	21,405	20,402	3,081	15.1	17,321	84.9	3,904	18.2
他に分類されない小売業	130,494	137,571	29,141	21.2	108,430	78.8	37,440	28.7

(注) 開業等は、平成19年事業所数から継続店を差し引いて計算したものである。継続店では平成19年と16年で業種移動があるため、各業種について平成16年から転廃業等を差し引いた継続店数とは一致しない。

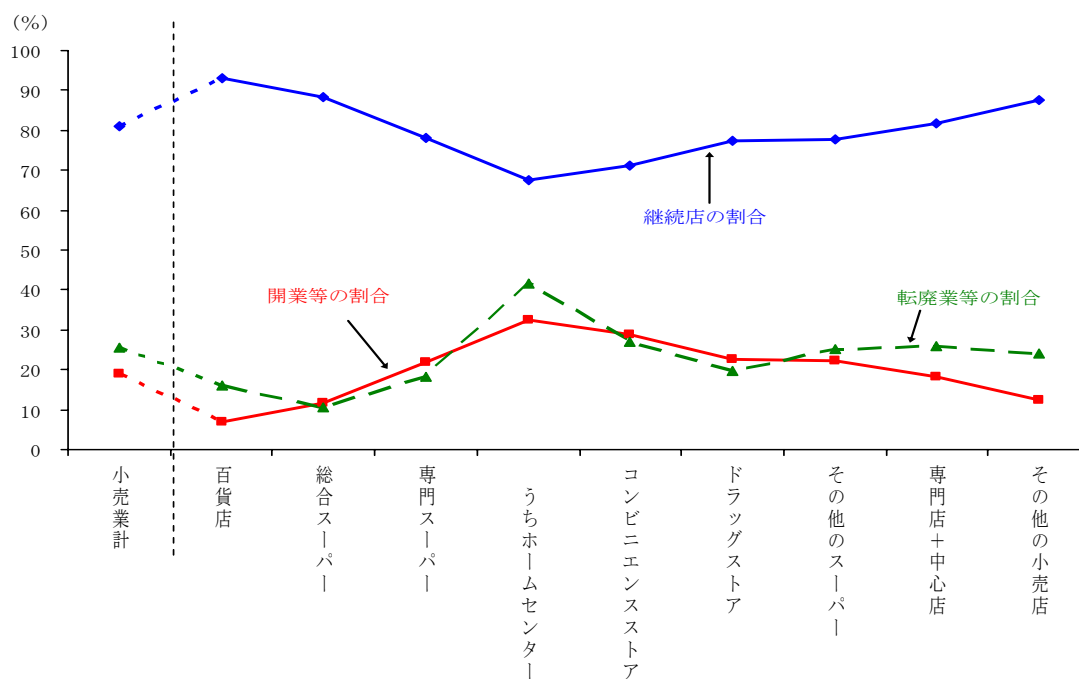
④業態別の状況

～ ホームセンターの開業等、転廃業等の割合が大きい ～

業態別にみると、開業等の割合はホームセンターが3割を超えて最も高く、次いで、コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他スーパーの順となっており、これらは平成16年調査と比較し、割合が拡大している。

転廃業等の割合は、ホームセンターが4割を超えており、次いでコンビニエンスストア、専門店・中心店の順となっている。

第Ⅷ－13図 小売業の開業等・転廃業等、継続店別にみた業態別事業所数



第Ⅷ－15表 小売業の開業等・転廃業等、継続店別にみた業態別事業所数

業態別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
				割合(%)		割合(%)		割合(%) (対H16)
小売業計	1,238,049	1,136,755	216,983	19.1	919,772	80.9	318,277	25.7
百貨店	308	272	19	7.0	253	93.0	49	15.9
総合スーパー	1,675	1,583	187	11.8	1,396	88.2	179	10.7
専門スーパー	36,220	34,954	7,649	21.9	27,305	78.1	6,648	18.4
うちホームセンター	4,764	4,060	1,318	32.5	2,742	67.5	1,985	41.7
コンビニエンスストア	42,738	43,318	12,547	29.0	30,771	71.0	11,534	27.0
ドラッグストア	13,095	12,671	2,862	22.6	9,809	77.4	2,597	19.8
その他のスーパー	56,211	57,511	12,869	22.4	44,642	77.6	14,127	25.1
専門店・中心店	1,085,122	984,600	180,547	18.3	804,053	81.7	282,500	26.0
その他の小売店	2,680	1,846	303	16.4	1,543	83.6	643	24.0

(注) 開業等は、平成19年事業所数から継続店を差し引いて計算したものである。継続店では平成19年と16年で業態移動があるため、各業種について平成16年から転廃業等を差し引いた継続店数とは一致しない。

⑤地域別の状況

地域別^(注2)にみると、北海道で開業等の割合が2割を超えているが、転廃業等の割合も27.5%と最も高い。また、関東、九州・沖縄、近畿など開業等の割合が比較的高い地域は、転廃業等の割合も高くなっている。

なお、事業所数でみると、いずれの地域も転廃業等が開業等を上回っている。

第Ⅷ－16表 小売業の開業等・転廃業等、継続店別にみた地域別事業所数

地域別	平成16年	平成19年	開業等		継続店		転廃業等	
				割合(%)		割合(%)		割合(%) (対H16)
小売業計	1,238,049	1,136,755	216,983	19.1	919,772	80.9	318,277	25.7
北海道	48,858	44,538	9,119	20.5	35,419	79.5	13,439	27.5
東北	108,652	99,883	16,614	16.6	83,269	83.4	25,383	23.4
関東	433,872	399,872	79,614	19.9	320,258	80.1	113,614	26.2
中部	130,674	121,100	21,871	18.1	99,229	81.9	31,445	24.1
近畿	214,075	195,319	38,693	19.8	156,626	80.2	57,449	26.8
中国	84,798	76,721	12,747	16.6	63,974	83.4	20,824	24.6
四国	49,558	44,801	7,648	17.1	37,153	82.9	12,405	25.0
九州・沖縄	167,562	154,521	30,677	19.9	123,844	80.1	43,718	26.1

(2)年間商品販売額でみた開業等・転廃業等、継続店別の状況

①平成19年の状況

平成19年調査における全国の小売事業所の年間商品販売額（以下「販売額」という）は134兆5717億円、平成16年調査比1.0%の増加であった。このうち継続店の割合は79.4%、開業等の割合は20.6%、転廃業等の割合（平成16年販売額に占める割合）は19.9%となっている。

第Ⅷ-17表 小売業の開業等・転廃業等、継続店別の年間商品販売額

	平成19年			転廃業等
		開業等	継続店	
年間商品販売額(億円)	1,345,717	277,647	1,068,070	264,716
割合 (%)	100.0	20.6	79.4	19.9

前回比について開業等、転廃業等、継続店別にその寄与度をみると、開業等による寄与度は20.8%ポイント、転廃業等による寄与度は▲18.7%ポイント、また、継続店による寄与度は▲1.2%ポイントとなっている。

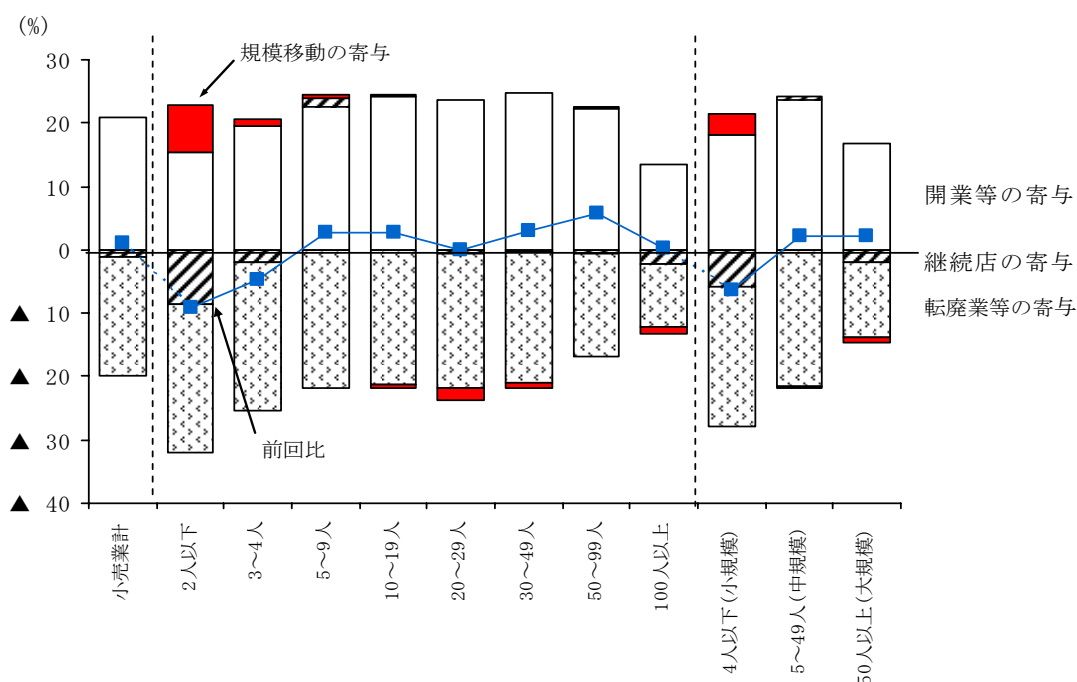
②就業者規模別の状況

～ 継続店の寄与がプラスとなった中規模事業所 ～

就業者規模別に販売額の前回比の寄与度（注3）をみると、継続店の寄与度は、5～9人規模、10人～19人規模でプラスの寄与に転じたことにより、中規模事業所全体でもプラスの寄与となっている。一方、4人以下の小規模事業所でのマイナス寄与は平成16年調査より若干改善されたものの、引き続き5%ポイントを超えるものとなっている。

なお、規模移動による寄与は、就業者数の減少に伴う上位規模から下位への規模移動（規模下がり）により、小規模事業所ではプラス寄与、大・中規模事業所ではマイナス寄与の傾向となっている。

第Ⅷ-14図 就業者規模別開業等・転廃業等、継続店の前回比の寄与度



第Ⅷ－18表 就業者規模別開業等・転廃業等、継続店の前回はの寄与度

就業者規模別	平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回は (%)	寄与度 (%ポイント)			
				開業等	継続店	転廃業等	規模移動
小売業計	1,332,786	1,345,717	1.0	20.8	▲ 1.2	▲ 18.7	-
2人以下	71,268	64,712	▲ 9.2	15.4	▲ 8.6	▲ 23.4	7.4
3人～4人	120,109	114,332	▲ 4.8	19.6	▲ 2.1	▲ 23.3	0.9
5人～9人	233,145	239,201	2.6	22.6	1.3	▲ 21.9	0.6
10人～19人	268,607	275,950	2.7	24.2	0.2	▲ 21.2	▲ 0.6
20人～29人	127,552	127,490	0.0	23.7	▲ 0.6	▲ 21.2	▲ 1.9
30人～49人	118,464	122,149	3.1	24.8	▲ 0.4	▲ 20.6	▲ 0.7
50人～99人	140,426	148,361	5.7	22.3	▲ 0.6	▲ 16.3	0.2
100人以上	253,216	253,520	0.1	13.6	▲ 2.3	▲ 9.8	▲ 1.3
4人以下(小規模事業所)	191,377	179,045	▲ 6.4	18.1	▲ 5.7	▲ 22.1	3.3
5～49人(中規模事業所)	747,767	764,791	2.3	23.7	0.5	▲ 21.5	▲ 0.4
50人以上(大規模事業所)	393,642	401,881	2.1	16.7	▲ 2.0	▲ 11.9	▲ 0.8

(注) 就業者規模は、パート・アルバイト等について8時間換算をしていない数値で算出している。

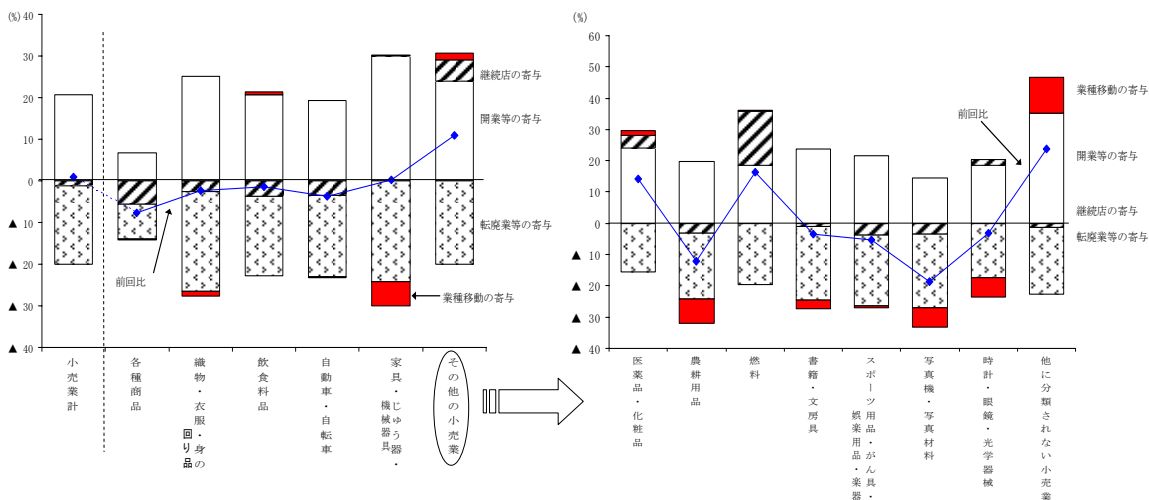
③業種別の状況

～ 燃料小売業をはじめ、継続店のプラス寄与の業種が増加 ～

業種別に販売額前回はの寄与度(注3)をみると、継続店の寄与度は燃料小売業で15%ポイントを超え、医薬品・化粧品小売業、時計・眼鏡・光学機械小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業でプラス寄与となっている(平成16年調査では継続店のプラス寄与は医薬品・化粧品小売業のみであった)。このうち、家具・じゅう器・機械器具小売業は転廃業等、業種移動によるマイナス寄与も大きい。

なお、農耕用品小売業、写真機・写真材料小売業、時計・眼鏡・光学機械小売業は業種移動によるマイナス寄与が大きいものとなっている。

第Ⅷ－15図 業種別開業等・転廃業等、継続店の前回はの寄与度



第Ⅷ-19表 業種別開業等・転廃業等、継続店の前回比寄与度

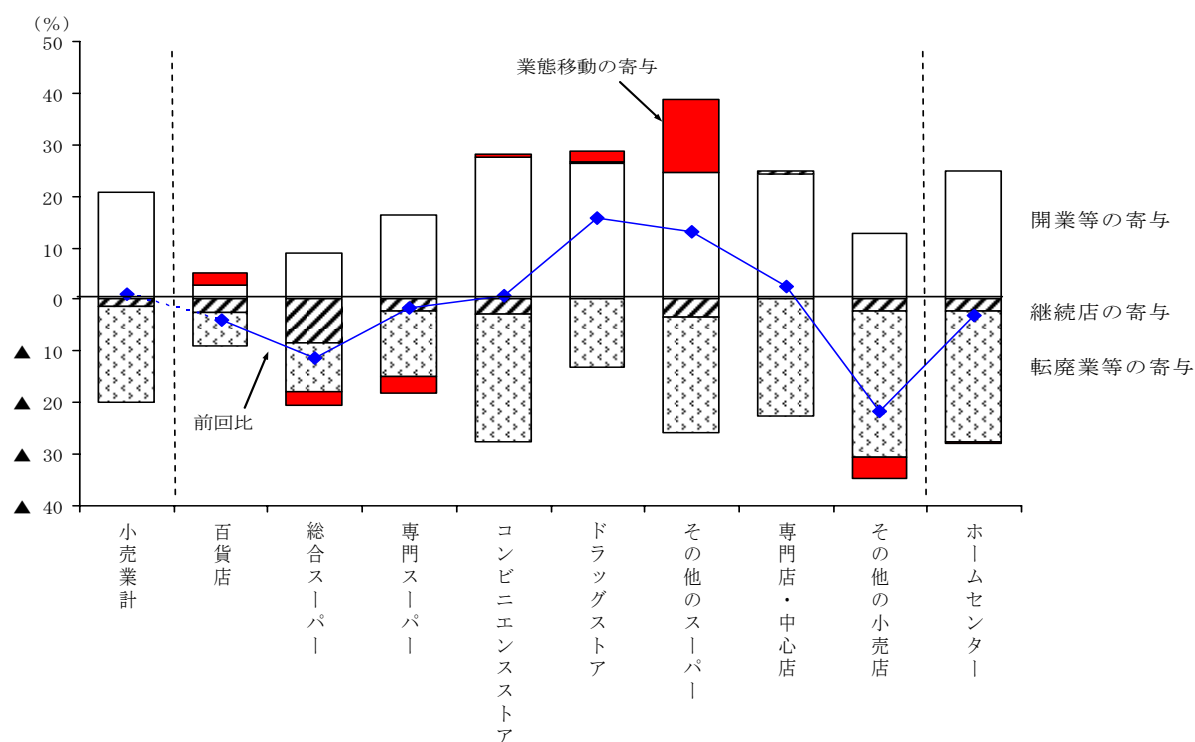
業種別	平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回比 (%)	寄与度 (%ポイント)			
				開業等	継続店	転廃業等	業種移動
小売業計	1,332,786	1,345,717	1.0	20.8	▲ 1.2	▲ 18.7	-
各種商品小売業	169,135	156,237	▲ 7.6	6.7	▲ 5.5	▲ 8.5	▲ 0.3
織物・衣服・身の回り品小売業	109,821	107,149	▲ 2.4	25.2	▲ 2.5	▲ 23.9	▲ 1.3
飲食料品小売業	413,342	408,101	▲ 1.3	20.8	▲ 3.8	▲ 19.0	0.6
自動車・自転車小売業	161,767	155,678	▲ 3.8	19.4	▲ 3.5	▲ 19.6	▲ 0.1
家具・じゅう器・機械器具小売業	114,677	114,977	0.3	29.9	0.4	▲ 24.1	▲ 6.0
その他の小売業	364,043	403,574	10.9	23.9	5.2	▲ 19.9	1.7
医薬品・化粧品小売業	74,207	84,763	14.2	24.0	4.1	▲ 15.4	1.5
農耕用品小売業	19,145	16,814	▲ 12.2	19.7	▲ 3.2	▲ 21.1	▲ 7.6
燃料小売業	109,352	127,335	16.4	18.4	17.3	▲ 19.7	0.5
書籍・文房具小売業	47,432	45,719	▲ 3.6	23.7	▲ 0.9	▲ 23.7	▲ 2.7
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	29,099	27,543	▲ 5.3	21.5	▲ 3.8	▲ 22.5	▲ 0.6
写真機・写真材料小売業	2,171	1,765	▲ 18.7	14.5	▲ 3.4	▲ 23.5	▲ 6.3
時計・眼鏡・光学機械小売業	10,120	9,785	▲ 3.3	18.5	1.9	▲ 17.4	▲ 6.2
他に分類されない小売業	72,517	89,850	23.9	35.2	▲ 1.4	▲ 21.4	11.5

④業態別の状況

～ 業態移動の寄与度の大きいその他のスーパー ～

業態別に販売額前回比の寄与度（注3）をみると、継続店がプラス寄与となっているのはドラッグストア、専門店・中心店のみで、平成16年調査でプラス寄与であったコンビニエンスストアはマイナス寄与に転じた。また、開業等の寄与度は前回同様コンビニエンスストア、ドラッグストアが大きく、転廃業等の寄与度はその他の小売店が大きい。また、その他のスーパーは業態移動の寄与度が大きくプラスとなっている。

第Ⅷ-16図 業態別開業等・転廃業等、継続店の寄与度



第Ⅷ-20表 業態別開業等・転廃業等、継続店の前回はの寄与度

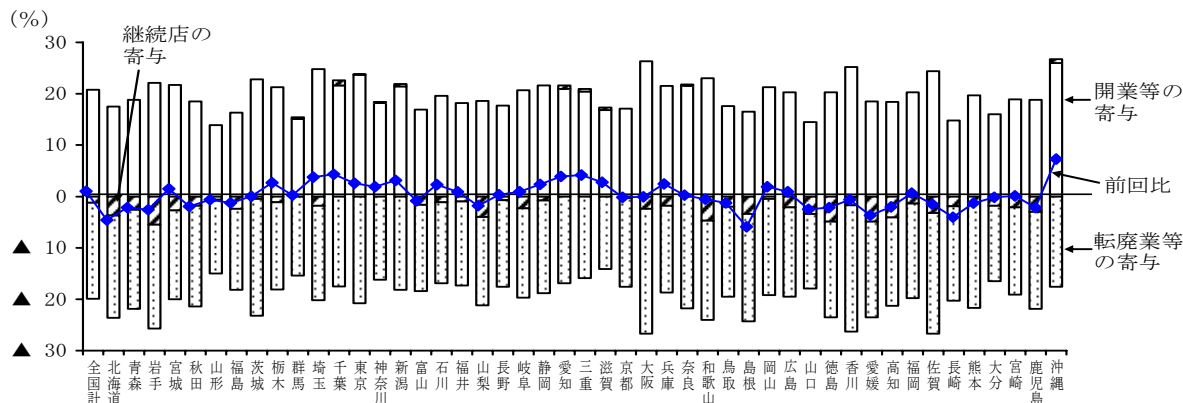
業態別	平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回は (%)	寄与度 (%ポイント)			
				開業等	継続店	転廃業等	業態移動
小売業計	1,332,786	1,345,717	1.0	20.8	▲1.2	▲18.7	-
百貨店	80,023	76,883	▲3.9	2.9	▲2.5	▲6.6	2.2
総合スーパー	84,064	74,397	▲11.5	9.1	▲8.5	▲9.3	▲2.8
専門スーパー	241,019	236,842	▲1.7	16.5	▲2.2	▲12.6	▲3.4
うちホームセンター	31,413	30,430	▲3.1	24.9	▲2.2	▲25.5	▲0.3
コンビニエンスストア	69,222	69,609	0.6	27.6	▲2.9	▲24.6	0.5
ドラッグストア	25,878	30,001	15.9	26.3	0.5	▲13.0	2.1
その他のスーパー	54,806	62,010	13.1	24.5	▲3.3	▲22.4	14.3
専門店・中心店	775,487	794,183	2.4	24.3	0.7	▲22.6	0.0
その他の小売店	2,286	1,791	▲21.7	12.9	▲2.3	▲28.3	▲4.0

⑤都道府県別の状況

～ 開業等、転廃業等の寄与度の大きい大阪 ～

都道府県別に販売額前回はの寄与度（注3）をみると、継続店は10都県でプラスの寄与となり、大阪は平成16年調査に引き続き開業等、転廃業等の寄与度が大きい。このほか、沖縄、香川で開業等の寄与度が25%ポイントを超えている。

第Ⅷ-17図 都道府県別開業等・転廃業等、継続店の前回はの寄与度



第Ⅷ-21表 都道府県別開業等・転廃業等、継続店の前回はの寄与度

	平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回は (%)	寄与度 (%ポイント)			平成16年 (億円)	平成19年 (億円)	前回は (%)	寄与度 (%ポイント)			
				開業等	継続店	転廃業等				開業等	継続店	転廃業等	
全国計	1,332,786	1,345,717	1.0	20.8	▲1.2	▲18.7	京都	30,402	30,253	▲0.5	17.1	▲0.3	▲17.3
北海道	65,652	61,584	▲6.2	17.5	▲3.7	▲19.9	大阪	95,800	95,377	▲0.4	26.3	▲2.4	▲24.3
青森	14,860	14,400	▲3.1	18.8	▲2.6	▲19.3	兵庫	53,336	54,850	2.8	21.5	▲1.8	▲16.9
岩手	13,716	13,220	▲3.6	22.1	▲5.5	▲20.2	奈良	12,427	12,426	0.0	21.5	0.3	▲21.8
宮城	24,905	25,310	1.6	21.7	▲2.7	▲17.3	和歌山	9,438	9,348	▲1.0	23.0	▲4.7	▲19.3
秋田	11,733	11,400	▲2.8	18.5	▲1.8	▲19.6	鳥取	6,478	6,356	▲1.9	17.6	▲2.0	▲17.5
山形	12,345	12,207	▲1.1	13.9	▲0.6	▲14.4	島根	7,888	7,267	▲7.9	16.5	▲3.4	▲20.9
福島	20,788	20,387	▲1.9	16.3	▲2.4	▲15.8	岡山	19,960	20,374	2.1	21.3	▲0.5	▲18.7
茨城	29,022	28,921	▲0.3	22.8	▲0.5	▲22.7	広島	30,830	31,103	0.9	20.3	▲2.1	▲17.4
栃木	20,716	21,367	3.1	21.3	▲1.1	▲17.0	山口	15,384	14,850	▲3.5	14.5	▲3.4	▲14.5
群馬	21,267	21,258	0.0	15.1	0.3	▲15.4	徳島	7,509	7,276	▲3.1	20.3	▲4.9	▲18.6
埼玉	60,561	63,295	4.5	24.8	▲1.8	▲18.4	香川	11,204	11,083	▲1.1	25.2	▲1.7	▲24.6
千葉	54,531	57,350	5.2	21.6	1.0	▲17.5	愛媛	14,311	13,589	▲5.0	18.5	▲4.9	▲18.6
東京	167,891	172,896	3.0	23.7	0.1	▲20.8	高知	7,717	7,494	▲2.9	18.4	▲4.1	▲17.2
神奈川	84,351	86,123	2.1	18.2	0.2	▲16.2	福岡	53,289	53,543	0.5	20.3	▲1.4	▲18.4
新潟	24,856	25,771	3.7	21.4	0.5	▲18.2	佐賀	8,366	8,180	▲2.2	24.4	▲3.2	▲23.5
富山	11,909	11,741	▲1.4	16.9	▲1.6	▲16.8	長崎	14,658	13,849	▲5.5	14.8	▲1.9	▲18.4
石川	13,065	13,410	2.6	19.6	▲1.1	▲15.8	熊本	17,887	17,537	▲2.0	19.7	▲1.1	▲20.6
福井	8,957	9,033	0.8	18.2	▲1.0	▲16.3	大分	12,152	12,094	▲0.5	16.0	▲1.8	▲14.7
山梨	8,960	8,729	▲2.6	18.6	▲4.0	▲17.2	宮崎	11,494	11,473	▲0.2	18.9	▲2.1	▲17.0
長野	24,012	24,043	0.1	17.7	▲0.7	▲16.9	鹿児島	16,502	15,998	▲3.1	18.8	▲3.0	▲18.9
岐阜	20,927	21,121	0.9	20.7	▲2.3	▲17.4	沖縄	10,158	11,077	9.1	26.0	0.7	▲17.6
静岡	39,671	40,760	2.7	21.6	▲0.8	▲18.0							
愛知	79,376	83,113	4.7	20.9	0.7	▲16.9							
三重	18,408	19,336	5.0	20.4	0.5	▲15.9							
滋賀	13,118	13,544	3.2	16.8	0.5	▲14.1							

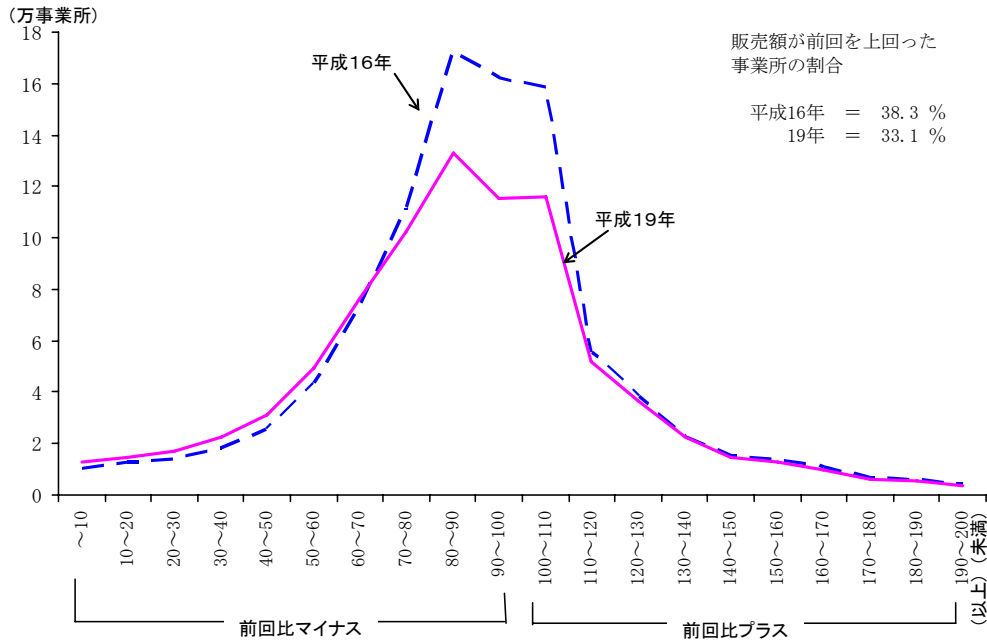
(3) 小売業の年間商品販売額前回比分布

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。

① 継続店の販売額前回比分布状況

平成16年から平成19年にかけて継続して営業した事業所(91万9772事業所)の販売額前回比分布をみると、平成19年は販売額前回比70%未満の事業所数が多く、販売額前回比70%以上では平成16年より事業所数が少なく、分布図は16年に比べやや左よりの形状となっている。

第Ⅷ-18図 販売額前回比分布(小売業の継続事業所)



※前回比200%以上は略。

第Ⅷ-22表 継続店の販売額前回比の状況

継続店のうち、66.9%の事業所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、15.3%の継続店が前回比30%以上の増となっている。

	事業所数	
		構成比(%)
継続店数	919,772	100.0
前回比プラス継続店	304,257	33.1
うち+30%以上	140,435	15.3
前回比マイナス継続店	615,515	66.9
うち▲30%以上	234,085	25.5

② 業種別、就業者規模別の状況

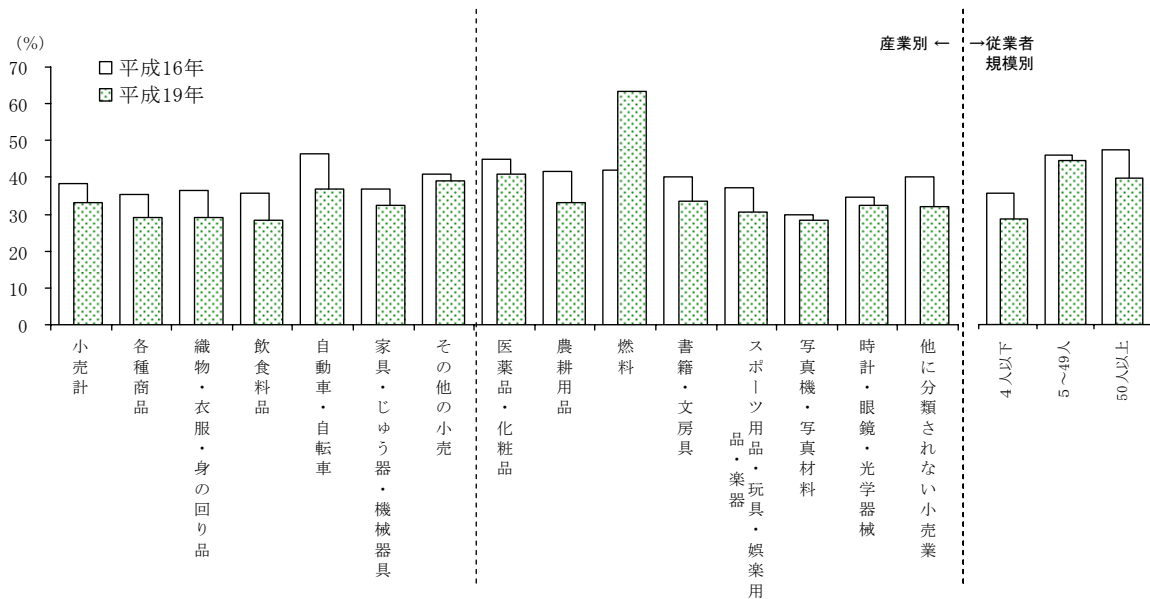
業種別に販売額前回比プラス事業所の割合をみると、その他の小売業の小分類である燃料小売業が価格上昇の影響で前回差21.5ポイント増と大幅に拡大しているものの、他のすべての業種は前回と比べて縮小している。

減少幅が大きいのは、自動車・自転車小売業(前回差▲9.3ポイント減)、農耕用品小売業(同▲8.6ポイント減)、他に分類されない小売業(同▲8.1ポイント減)、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業(同▲7.4ポイント減)などとなっている。

また、平成19年で販売額前回比プラス事業所の割合が高い業種は、燃料小売業(構成比63.4%)、医薬品・化粧品小売業(同40.9%)、自動車・自転車小売業(同37.0%)、書籍・文具小売業(同33.4%)となっている。

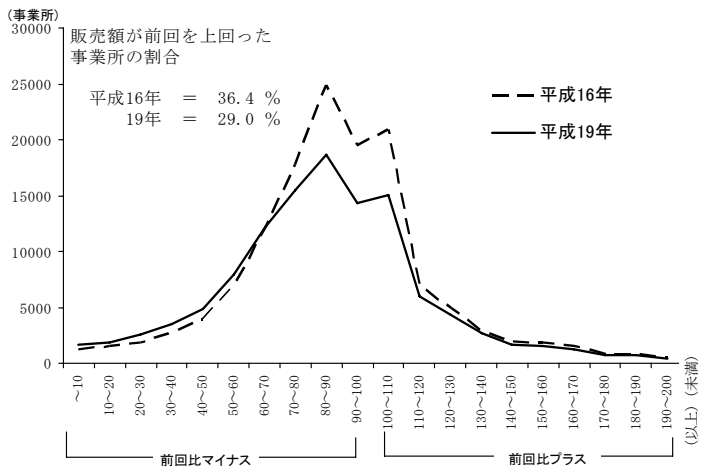
なお、就業者規模別にみると、すべての規模で販売額前回比プラス事業所の割合が縮小しており、就業者5人～49人以下では前回比プラス事業所の割合が4割を超えている。

第Ⅷ-19図 業種別、就業者規模別 販売額前回比プラス事業所の割合

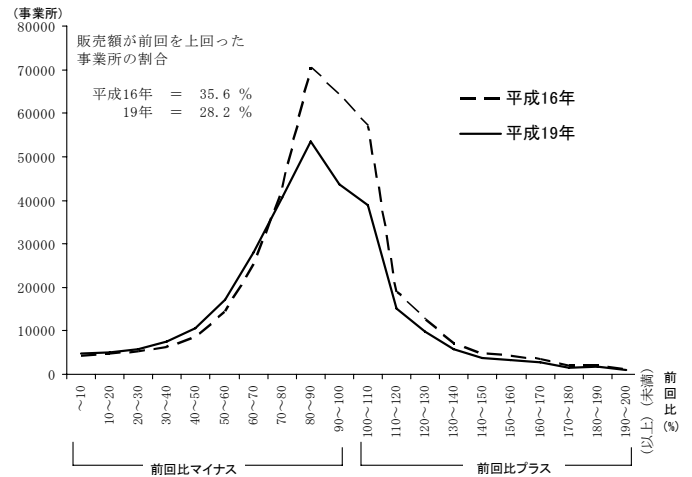


第Ⅷ-20図 業種別販売額前回比分布(主な業種)

織物・衣服・身の回り品小売業

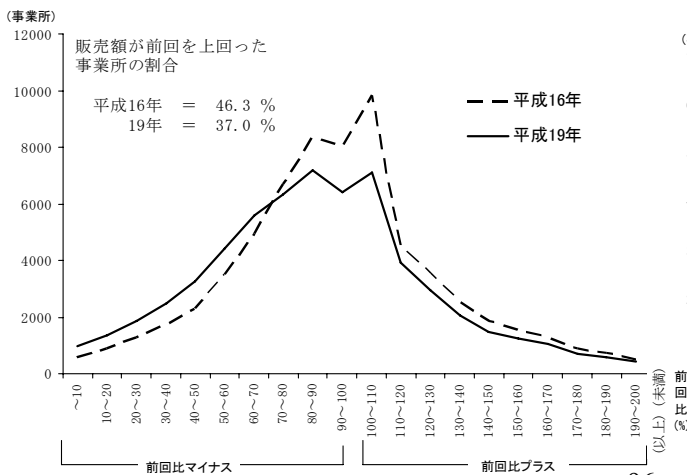


飲食料品小売業

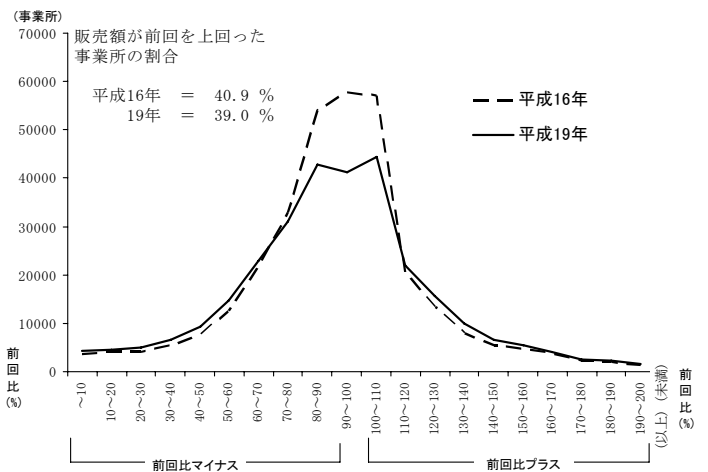


※前回比 200%以上は略。以下同じ。

自動車・自転車小売業

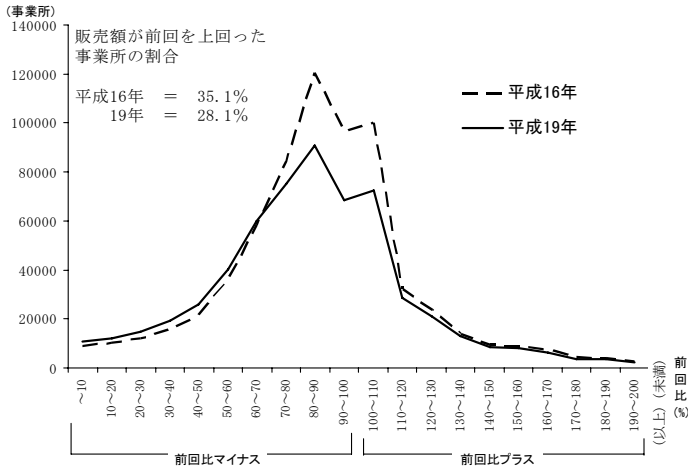


その他の小売業

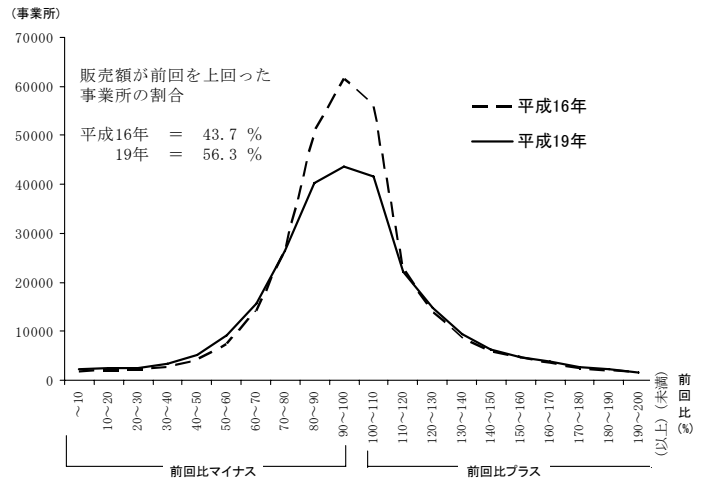


第Ⅷ-21図 就業者規模別 販売額前回比分布

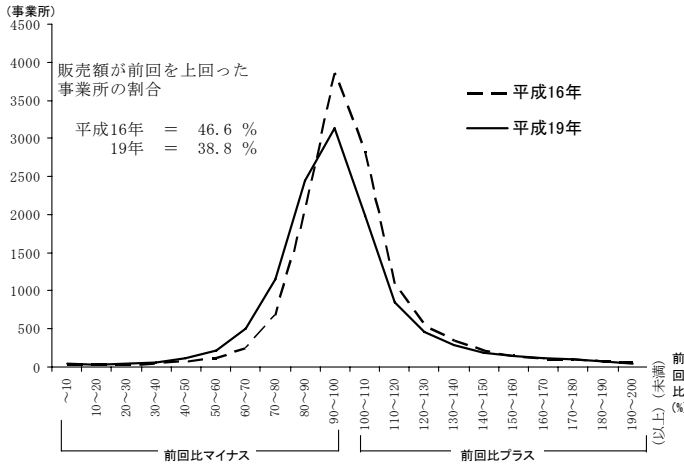
4人以下(小規模)



5~49人(中規模)



50人以上(大規模)



第Ⅷ-23表 業種別年間商品販売額の継続店の状況

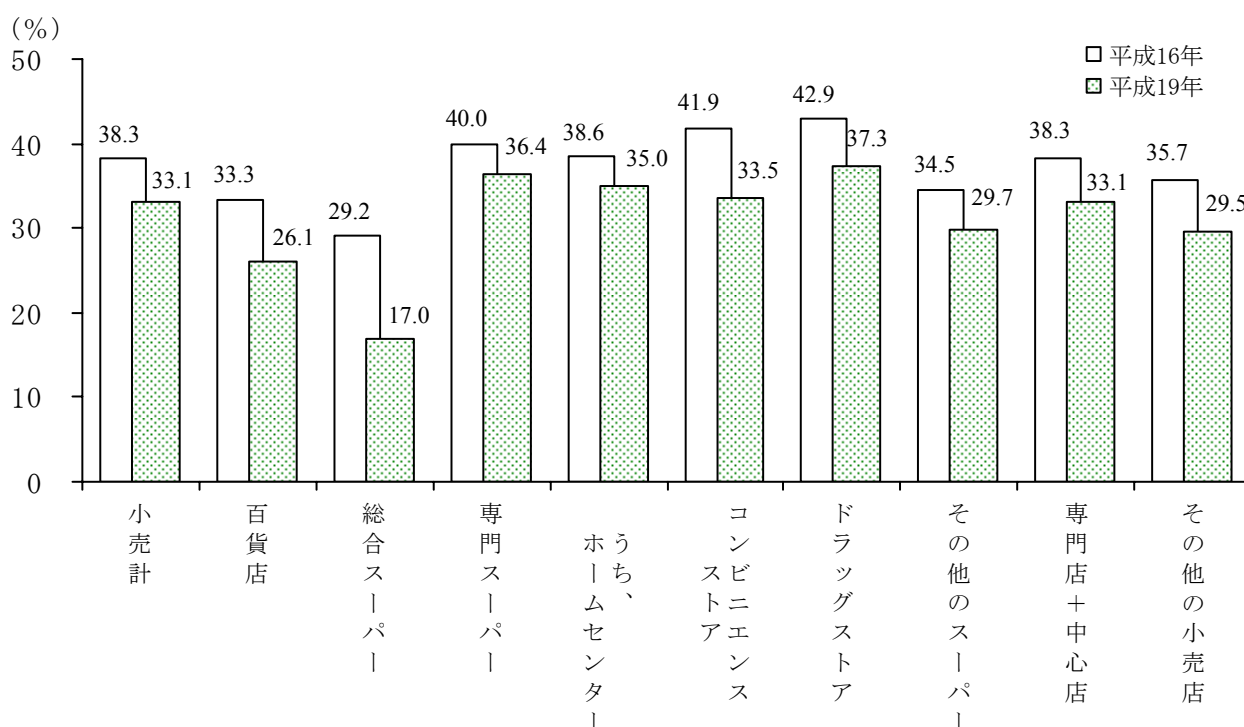
	平成16年～平成19年の継続事業所数	前回比プラス事業所				前回比マイナス事業所	
		事業所数	割合	前回比0% (横ばい)		事業所数	割合
				事業所数	割合		
小売計	919,772	304,257	33.1	40,182	4.4	615,515	66.9
各種商品小売	3,892	1,136	29.2	43	1.1	2,756	70.8
織物・衣服・身の回り品	125,708	36,453	29.0	6,294	5.0	89,255	71.0
飲食料品	320,510	90,267	28.2	13,766	4.3	230,243	71.8
自動車・自転車	66,901	24,778	37.0	2,236	3.3	42,123	63.0
家具・じゅう器・機械器具	81,096	26,168	32.3	4,126	5.1	54,928	67.7
その他の小売	321,665	125,455	39.0	13,717	4.3	196,210	61.0
医薬品・化粧品	67,398	27,545	40.9	2,340	3.5	39,853	59.1
農耕用品	11,766	3,877	33.0	487	4.1	7,889	67.0
燃料	51,628	32,719	63.4	1,216	2.4	18,909	36.6
書籍・文房具	39,317	13,118	33.4	1,692	4.3	26,199	66.6
スポーツ用品・玩具・娯楽用品・楽器	23,103	7,077	30.6	1,254	5.4	16,026	69.4
写真機・写真材料	2,702	765	28.3	98	3.6	1,937	71.7
時計・眼鏡・光学器械	17,321	5,639	32.6	875	5.1	11,682	67.4
他に分類されない小売業	108,430	34,715	32.0	5,755	5.3	73,715	68.0

③業態別の状況

業態別に販売額前回比プラス事業所の割合をみると、すべての業態で販売額前回比プラス事業所の割合が減少している。総合スーパー(前回差▲12.2%)は、中型総合スーパーの割合は拡大したものの、大型総合スーパーの縮小幅が大きかったことから最も縮小幅が大きかった。コンビニエンスストア(同▲8.4%)は終日営業の事業所の縮小幅が大きかったこと、百貨店(同▲7.2%)はその他の百貨店の縮小幅が大きかったことからそれぞれ縮小となった。専門スーパーは衣料品スーパーが増加したものの、食料品スーパーとホームセンターを含む住関連スーパーでは減少となった。

平成19年で販売額前回比プラスの事業所の割合が高い業態はドラッグストア(構成比 37.3%)、専門スーパー(同 36.4%)、専門店・中心店(同 33.1%)で、販売額前回比プラス事業所の割合が最も低い業態は総合スーパー(同 17.0%)であった。

第Ⅷ-22図 業態別 販売額前回比プラス事業所の割合



④地域別の状況

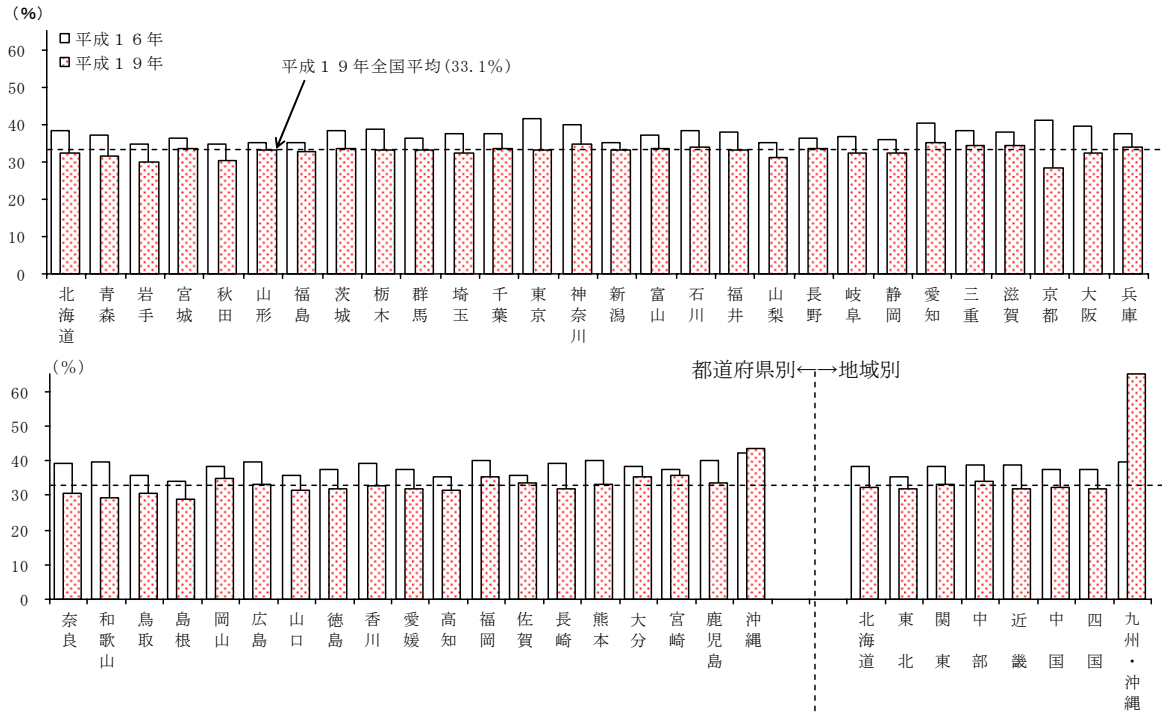
都道府県別に販売額前回比プラス事業所の割合をみると、沖縄県が1.5ポイント増加したほかはすべての県でプラス事業所の割合は縮小となっている。縮小幅が大きいのは、京都、和歌山、奈良、東京、大阪、長崎となっている。

また、平成19年で前回比プラス事業所の割合が高い県は、沖縄で4割を超えたほか、宮崎、大分、福岡、愛知の順となっている。

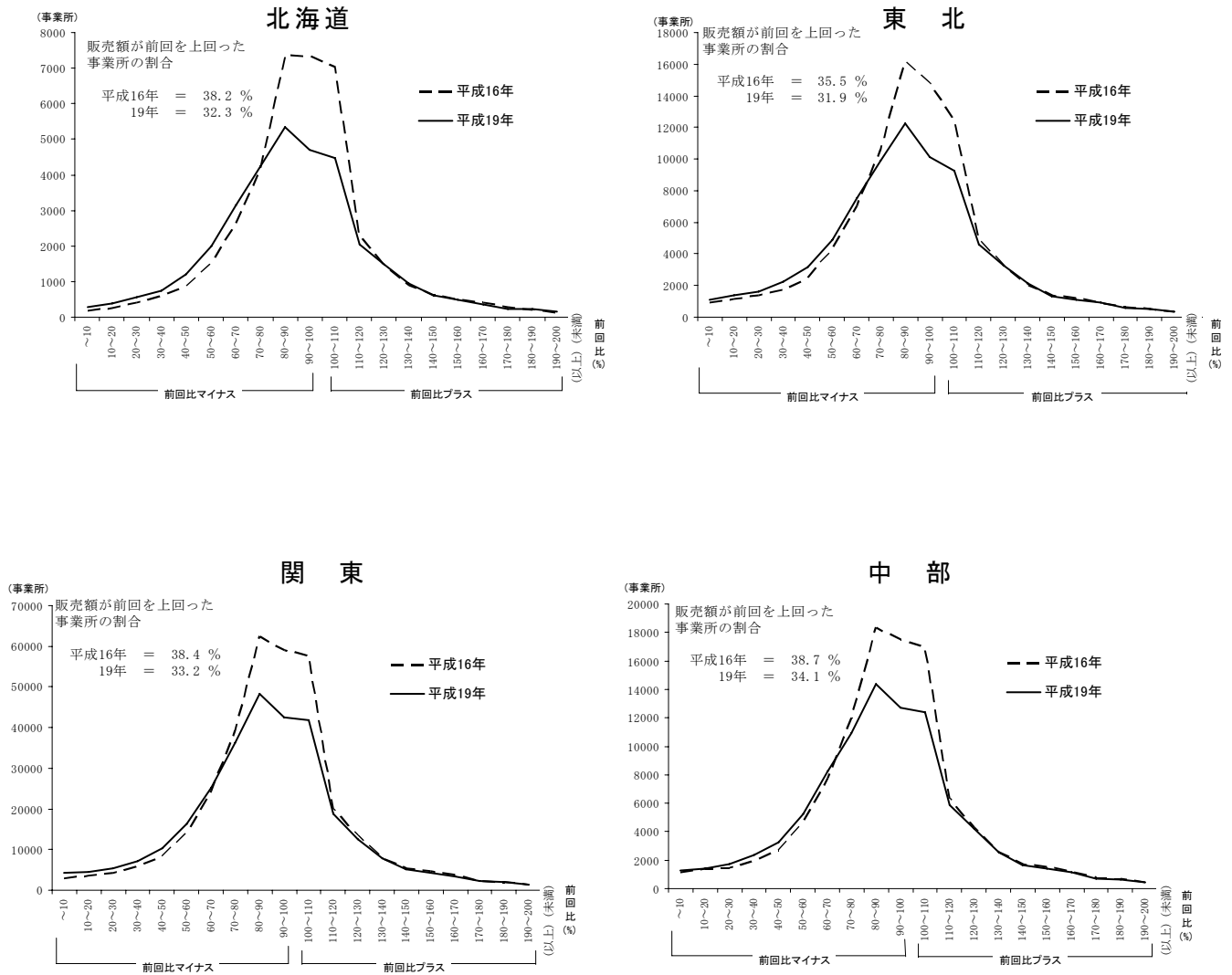
地域別にみると、九州・沖縄を除く全地域で販売額前回比プラスの事業所の割合は縮小している。縮小幅が大きいのは、近畿(前回差▲7.0ポイント減)、北海道(同▲5.9ポイント減)、四国(同▲5.4ポイント減)であった。

また、平成19年で前回比プラス事業所の割合が高い地域は、九州・沖縄、近畿、中部、関東となっている。

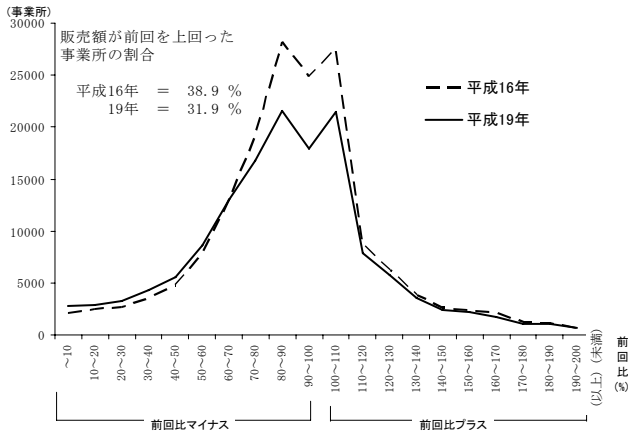
第Ⅷ-23図 都道府県別、地域別販売額前回比プラス事業所の割合



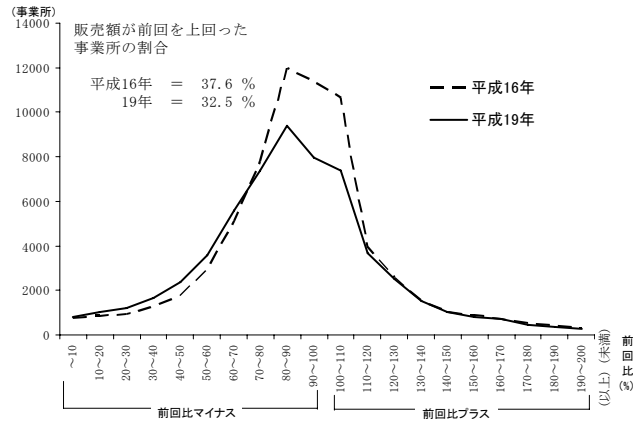
第Ⅷ-24図 地域別販売額前回比分布



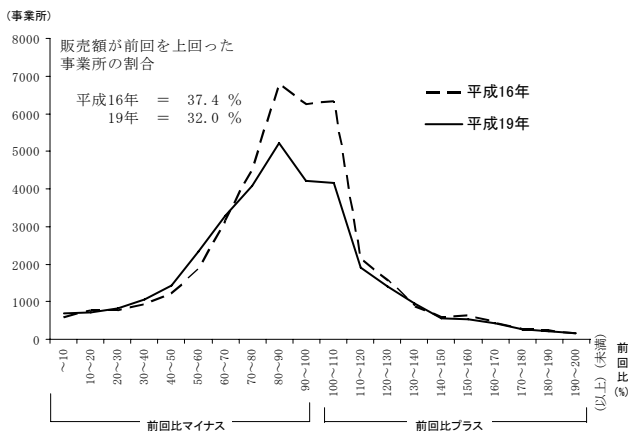
近畿



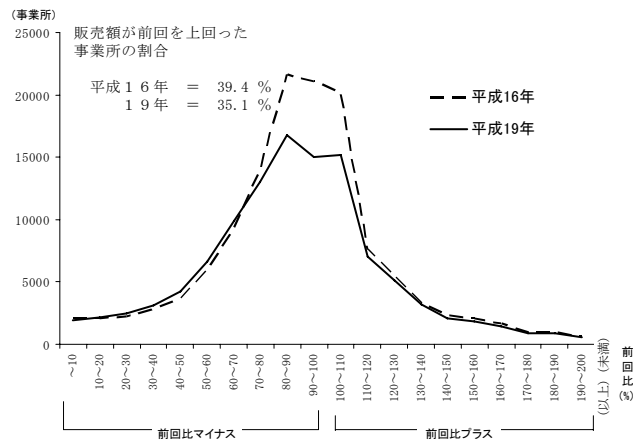
中国



四国



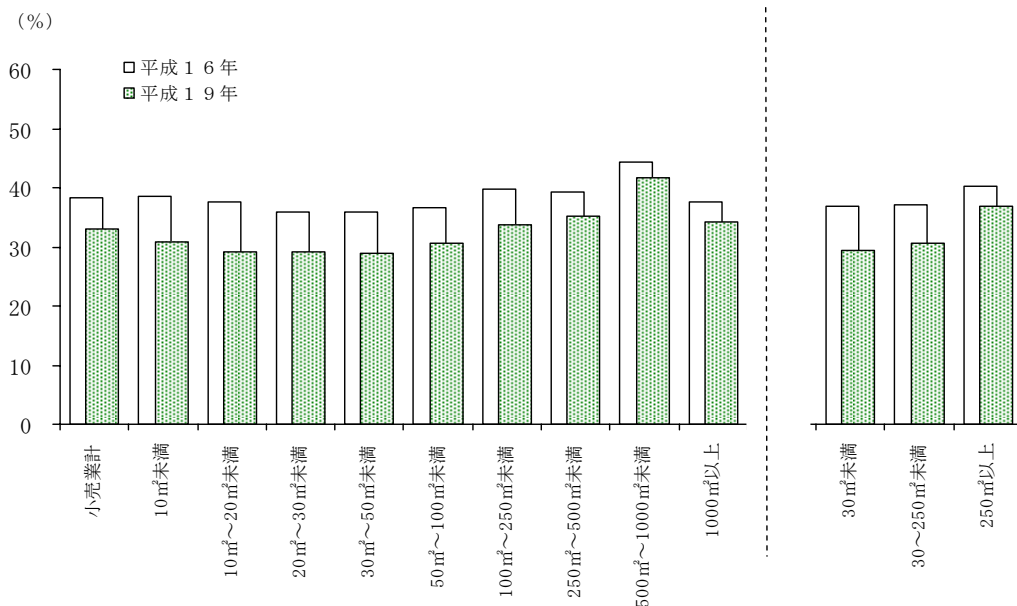
九州・沖縄



(4) 売場面積規模別の状況

売場面積規模別に販売額前回比プラス事業所の割合をみると、業種別で唯一増加となった燃料小売業（ガソリンスタンド）等が該当する面積「不詳」を除き、すべての面積規模でプラス事業所の割合は縮小となった。増加幅が最も大きいのは、10㎡～20㎡未満規模（前回差▲8.3ポイント減）となっている。

第Ⅷ－25図 売場面積規模別前回比プラス事業所の割合



第Ⅷ－26図 売場面積規模別前回比プラス事業所の割合（平成19年）

