

2. 年間商品販売額

～工業地区の年間商品販売額は増加、商業集積地区ではロードサイド型が増加～

(1) 立地環境特性地区別の年間商品販売額

平成19年調査における小売業事業所の年間商品販売額は、134兆7054億円(前回比1.1%増)であった。これを特性地区別にみると、工業地区は14兆8702億円(同16.0%増)、その他地区17兆7702億円(同3.8%増)、オフィス街地区は11兆5579億円(同9.7%増)の増加となった。一方、商業集積地区が53兆1397億円(同2.5%減)、住宅地区37兆3676億円(同2.5%減)は減少となった。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型(同13.6%増)は2桁の増加となったが、それ以外は減少となっている。

なお、改正都市計画法による駆け込み出店の影響で工業地区の年間商品販売額は16.0%の増加、商業集積地区のうち、ロードサイド型については13.6%の伸びとなった。

また、平成19年調査から調査対象に加えた有料施設内事業所の年間商品販売額は4789億円(小売業全体に占める割合0.4%)となり、そのうち、駅改札内事業所は2329億円(同0.2%)、有料道路内事業所は2438億円(同0.2%)となった(第2-1表)。

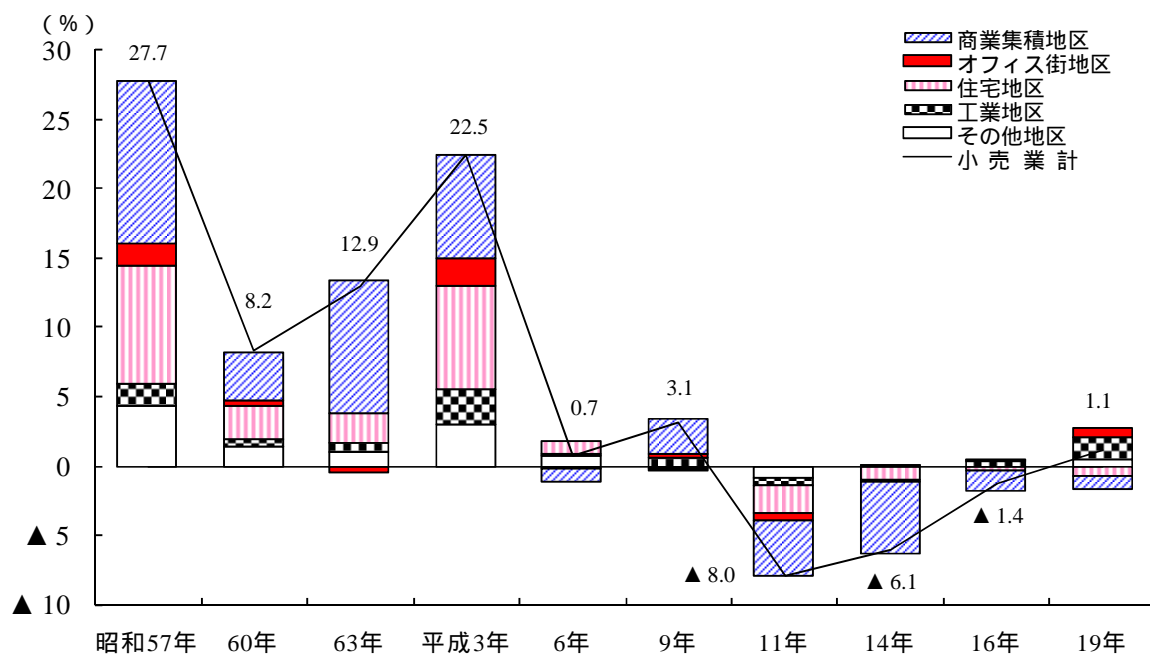
第2-1表 特性地区別の年間商品販売額

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	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	133,278,631	134,705,448	100.0	100.0	1.1
うち、有料施設内事業所	-	478,929	-	0.4	-
うち、駅改札内事業所	-	232,891	-	0.2	-
商 業 集 積 地 区	54,480,411	53,139,659	40.9	39.4	▲ 2.5
駅 周 辺 型	22,172,750	21,505,282	16.6	16.0	▲ 3.0
うち、駅改札内事業所	-	165,205	-	0.1	-
市 街 地 型	12,293,252	11,566,854	9.2	8.6	▲ 5.9
住 宅 地 背 景 型	11,440,769	10,632,270	8.6	7.9	▲ 7.1
ロ ー ド サ イ ド 型	7,376,857	8,382,953	5.5	6.2	▲ 13.6
そ の 他	1,196,783	1,052,300	0.9	0.8	▲ 12.1
オ フ ィ ス 街 地 区	10,534,758	11,557,863	7.9	8.6	9.7
住 宅 地 区	38,330,740	37,367,602	28.8	27.7	▲ 2.5
工 業 地 区	12,817,616	14,870,150	9.6	11.0	16.0
そ の 他 地 区	17,115,106	17,770,174	12.8	13.2	3.8
うち、有料道路内事業所	-	243,813	-	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。

前回比の推移をみると、小売業の売上高は4調査ぶりに増加し、工業地区の増加が大きく寄与したほか、オフィス街地区も前回に引き続き増加に寄与した。商業集積地区、住宅地区は前回に引き続き減少となった(第2-1図)。

第2-1図 特性地区別年間商品販売額の前回比(伸び率寄与度)の推移



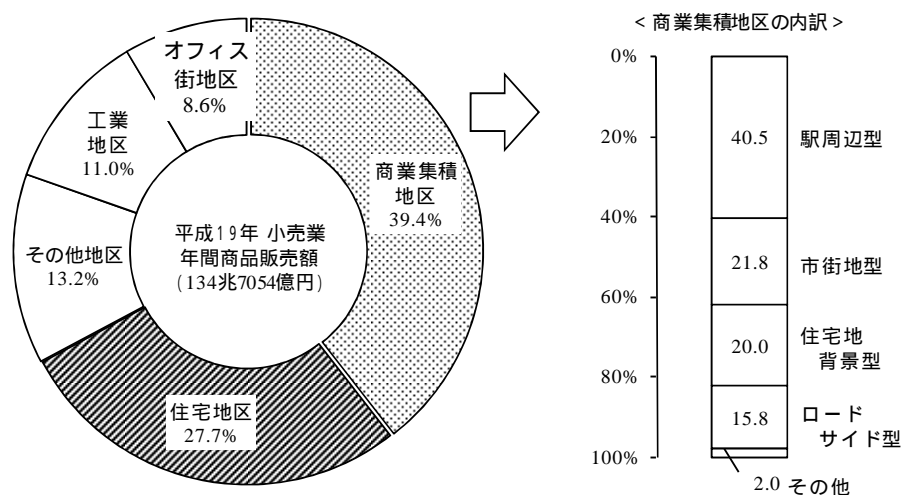
注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行ったため、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

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

構成比をみると、商業集積地区が39.4%を占め、住宅地区が27.7%、その他地区が13.2%、工業地区が11.0%、オフィス街地区が8.6%となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合40.5%)の年間商品販売額が最も多く、次いで市街地型(同21.8%)、住宅地背景型(同20.0%)、ロードサイド型(同15.8%)、その他(同2.0%)の順となっている(第2-2図)。

第2-2図 特性地区別にみた年間商品販売額の構成比



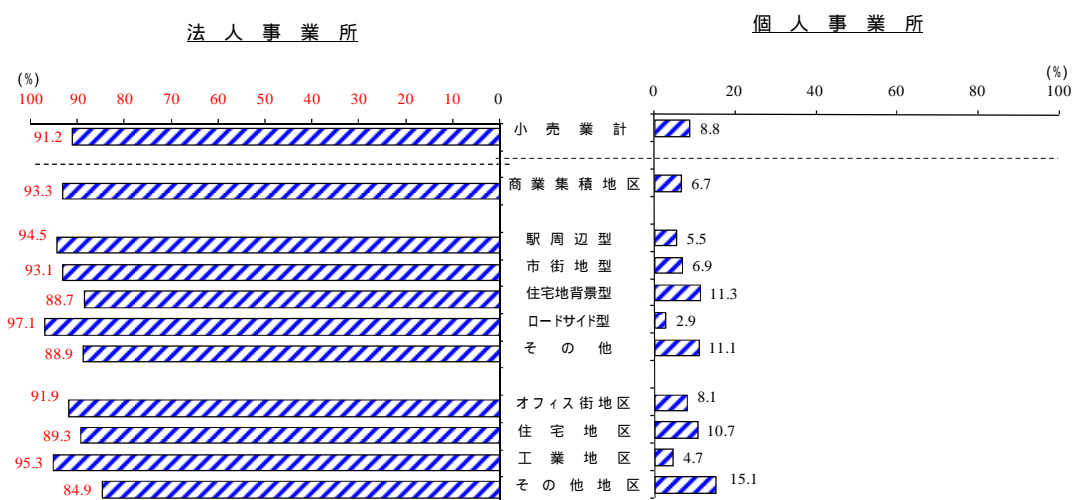
(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別年間商品販売額

経営組織別にみると、小売業全体の年間商品販売額のうち、法人事業所が 91.2%、個人事業所は 8.8%を占めており、全地区で引き続き、個人事業所の割合は縮小傾向にある。

これを特性地区別にみると、いずれの地区でも法人事業所が年間商品販売額の8割から9割強を占めており、なかでも、商業集積地区のうちロードサイド型(法人事業所の割合97.1%)、工業地区(同95.3%)の割合が高い。

個人事業所は、事業所数が多いその他地区で2割弱、住宅地背景型やその他の商業集積地区、住宅地区などが、他の地区に比べ高い割合を示している(第2-3図)。

第2-3図 特性地区別、経営組織別年間商品販売額の構成比



経営組織別に前回比をみると、法人事業所は前回比 2.8%の増加、個人事業所は同 13.9%の減少となった。

これを特性地区別にみると、法人事業所では、商業集積地区(前回比 1.1%減)、住宅地区(同 0.9%減)で減少となったものの、工業地区(同 17.3%増)、オフィス街地区(同 11.5%増)、その他地区(同 7.0%増)で増加となった。商業集積地区の内訳をみるとロードサイド型(同 14.8%増)では2桁の増加となったものの、それ以外では減少となった。個人事業所をみると、すべての特性地区で減少し、商業集積地区(同 18.4%減)、住宅地区(同 14.3%減)、その他地区(同 11.0%減)では2桁の減少となった。商業集積地区の内訳をみると、すべての地区で2桁の減少となった(第2-2表)。

第2-2表 経営組織別の年間商品販売額

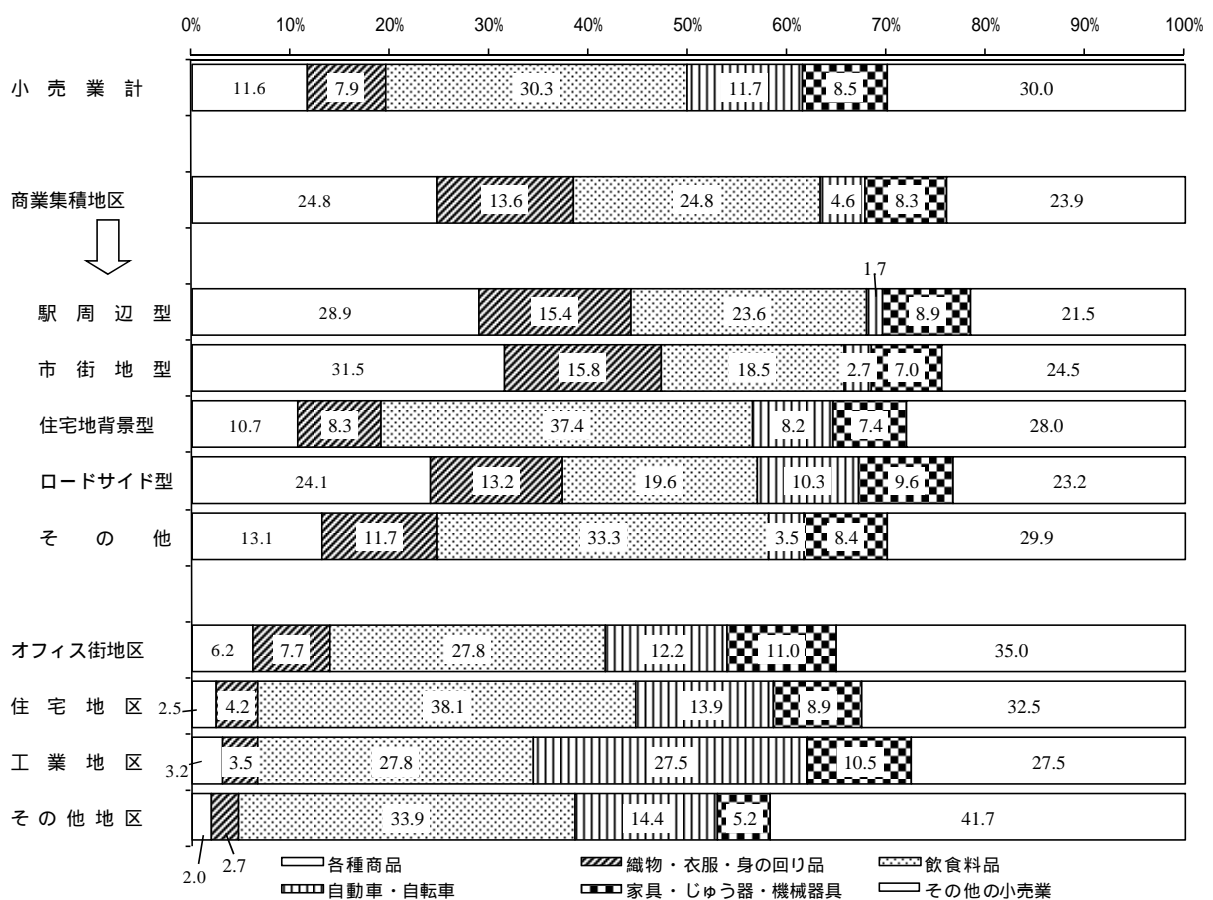
特性地区別	年間商品販売額(百万円)							
	合計		法人事業所			個人事業所		
	平成16年	平成19年	平成16年	平成19年	前回比 (%)	平成16年	平成19年	
小売業計	133,278,631	134,705,448	119,508,200	122,843,981	2.8	13,770,431	11,861,467	▲ 13.9
商業集積地区	54,480,411	53,139,659	50,146,943	49,601,791	▲ 1.1	4,333,468	3,537,868	▲ 18.4
駅周辺型	22,172,750	21,505,282	20,743,499	20,324,268	▲ 2.0	1,429,252	1,181,014	▲ 17.4
市街地型	12,293,252	11,566,854	11,320,657	10,773,642	▲ 4.8	972,595	793,213	▲ 18.4
住宅地背景型	11,440,769	10,632,270	9,943,148	9,426,928	▲ 5.2	1,497,621	1,205,342	▲ 19.5
ロードサイド型	7,376,857	8,382,953	7,093,561	8,141,943	14.8	283,296	241,010	▲ 14.9
その他	1,196,783	1,052,300	1,046,079	935,011	▲ 10.6	150,705	117,290	▲ 22.2
オフィス街地区	10,534,758	11,557,863	9,526,268	10,625,685	11.5	1,008,489	932,178	▲ 7.6
住宅地区	38,330,740	37,367,602	33,650,075	33,356,124	▲ 0.9	4,680,665	4,011,477	▲ 14.3
工業地区	12,817,616	14,870,150	12,087,050	14,174,047	17.3	730,566	696,103	▲ 4.7
その他地区	17,115,106	17,770,174	14,097,863	15,086,334	7.0	3,017,242	2,683,840	▲ 11.0

(3) 立地環境特性地区別にみた業種別年間商品販売額

特性地区別に業種別の販売額構成比をみると、商業集積地区では、各種商品小売業、飲食料品小売業、その他の小売業がそれぞれ約4分の1ずつを占めているのに対し、オフィス街地区、住宅地区、その他地区では、飲食料品小売業、その他の小売業の2業種で年間商品販売額の6～7割を占めている。工業地区では飲食料品小売業、自動車・自転車小売業、その他の小売業の年間商品販売額が約4分の1ずつを占めている。

商業集積地区の内訳をみると、事業所数では1%に満たない各種商品小売業が、駅周辺型、市街地型で3割の高い割合を占め、住宅地背景型では飲食料品小売業が4割近く、ロードサイド型では各種商品小売業、その他の小売業が4分の1ずつとなっている(第2-4図)。

第2-4図 特性地区別、業種別年間商品販売額の構成比



また、前回比をみると、商業集積地区（前回比 2.5%減）、住宅地区（同 2.5%減）で減少となり、工業地区（同 16.0%増）、オフィス街地区（同 9.7%増）、その他地区（同 3.8%増）で増加となった。

商業集積地区では、その他の小売業（同 4.1%増）以外で減少となっており、各種商品小売業に含まれる百貨店、総合スーパーなどの減少が大きく寄与している。

一方、年間商品販売額が増加した特性地区をみると、工業地区では各種商品小売業を除くすべての業種で増加となり、特に、その他の小売業（同 23.8%増）、飲食料品小売業（同 21.0%増）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 29.2%増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 15.9%増）では、2桁の増加となっている。オフィス街地区では、その他の小売業（同 26.1%増）が2桁の増加、飲食料品小売業（同 8.4%増）、自動車・自転車小売業（同 9.3%増）も増加となった。また、その他地区ではその他の小売業（同 15.6%増）が増加した（第2 - 3表）。

第2 - 3表 特性地区別、業種別の年間商品販売額、前回比

特性地区別	年間商品販売額(百万円)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	134,705,448	15,652,725	10,694,006	40,813,293	15,700,507	11,484,657	40,360,259
商業集積地区	53,139,659	13,159,454	7,248,972	13,196,219	2,443,269	4,402,570	12,689,175
駅周辺型	21,505,282	6,211,896	3,310,073	5,083,261	367,980	1,914,377	4,617,695
市街地型	11,566,854	3,644,068	1,830,427	2,135,899	312,268	808,909	2,835,285
住宅地背景型	10,632,270	1,141,703	882,277	3,979,539	866,891	789,693	2,972,168
ロードサイド型	8,382,953	2,023,822	1,102,883	1,646,656	859,377	801,204	1,949,011
その他	1,052,300	137,965	123,313	350,864	36,754	88,388	315,016
オフィス街地区	11,557,863	718,638	892,405	3,213,402	1,412,158	1,274,969	4,046,291
住宅地区	37,367,602	942,319	1,551,850	14,251,229	5,182,599	3,312,293	12,127,311
工業地区	14,870,150	473,946	515,061	4,134,891	4,096,304	1,563,149	4,086,799
その他地区	17,770,174	358,368	485,718	6,017,552	2,566,178	931,676	7,410,683

特性地区別	前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	1.1	▲ 7.5	▲ 2.6	▲ 1.3	▲ 2.9	0.1	10.9
商業集積地区	▲ 2.5	▲ 6.8	▲ 1.3	▲ 4.3	▲ 4.2	▲ 1.9	4.1
駅周辺型	▲ 3.0	▲ 7.0	▲ 3.6	▲ 3.3	▲ 7.0	▲ 2.8	3.9
市街地型	▲ 5.9	▲ 9.0	▲ 4.2	▲ 6.9	▲ 10.6	▲ 2.2	▲ 2.5
住宅地背景型	▲ 7.1	▲ 16.7	▲ 12.5	▲ 8.3	▲ 4.2	▲ 11.7	1.8
ロードサイド型	13.6	4.9	28.7	11.8	0.1	16.4	24.0
その他	▲ 12.1	▲ 3.0	▲ 7.4	▲ 17.5	▲ 10.2	▲ 17.7	▲ 9.3
オフィス街地区	9.7	▲ 1.0	▲ 10.1	8.4	9.3	▲ 5.6	26.1
住宅地区	▲ 2.5	▲ 15.5	▲ 5.6	▲ 5.9	▲ 8.8	▲ 4.2	7.4
工業地区	16.0	▲ 10.5	15.9	21.0	4.7	29.2	23.8
その他地区	3.8	▲ 15.1	▲ 13.1	▲ 0.1	▲ 6.3	▲ 3.0	15.6

特性地区別に細分類業種別販売額構成比をみると、商業集積地区では百貨店、総合スーパー（商業集積地区に占める割合 24.5%）の割合が最も高く、各種食料品小売業（同 10.2%）、婦人服小売業（同 7.2%）、電気機械器具小売業（同 4.4%）、自動車（新車）小売業（同 3.3%）の順で、衣食住関連の幅広い業種が上位に位置しているほか、15位にパソコンを扱う電気事務機械器具小売業（同 1.6%）がみられる。

オフィス街地区では、自動車（新車）小売業（オフィス街地区に占める割合 9.2%）の割合が最も高く、次いで、各種食料品小売業（同 8.8%）、ガソリンスタンド（同 7.0%）の順となっており、構成比が1割を超える業種はみられない。17位には紙・文房具小売業（同 1.7%）が入っているのが特徴である。

住宅地区では、各種食料品小売業（住宅地区に占める割合 17.8%）の割合が最も高く、次いで、自動車（新車）小売業（同 8.8%）、ガソリンスタンド（同 8.8%）などが上位に位置しているほか、20位には自動車部分品・附属品小売業（同 1.1%）がみられる。

工業地区では、自動車（新車）小売業（工業地区に占める割合 20.6%）の割合が最も高く、工業地区全体の5分の1を占め、次いで、各種食料品小売業（同 11.9%）、ガソリンスタンド（同 10.2%）、電気機械器具小売業（同 6.6%）の順となっている。

その他地区では、ガソリンスタンド（その他地区に占める割合 18.2%）の割合が最も高く、各種食料品小売業（同 12.8%）、自動車（新車）小売業（同 8.4%）の順となっているほか、11位に農業用機械器具小売業（同 2.6%）、12位に肥料・飼料小売業（同 2.2%）が入っている。

商業集積地区の内訳の構成比を特徴のある業種でみると、市街地型では14位にジュエリー製品小売業（市街地型に占める割合 1.7%）、20位にかばん・袋物小売業（同 1.1%）などがみられ、住宅地背景型では19位、20位に野菜小売業（住宅地背景型に占める割合 1.0%）、鮮魚小売業（同 1.0%）、ロードサイド型では17位、18位に靴小売業（ロードサイド型に占める割合 1.3%）、がん具・娯楽用品小売業（同 1.2%）、その他では6位に菓子小売業（製造小売）（その他に占める割合 4.0%）などであった（第2 - 4表）。

第2 - 4表 特性地区別にみた細分類業種別の年間商品販売額構成比（上位20業種）

順位	年間商品販売額の構成比									
	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	百貨店、総合スーパー	24.5	自動車（新車）小売業	9.2	各種食料品小売業	17.8	自動車（新車）小売業	20.6	ガソリンスタンド	18.2
2位	各種食料品小売業	10.2	各種食料品小売業	8.8	自動車（新車）小売業	8.8	各種食料品小売業	11.9	各種食料品小売業	12.8
3位	婦人服小売業	7.2	ガソリンスタンド	7.0	ガソリンスタンド	8.8	ガソリンスタンド	10.2	自動車（新車）小売業	8.4
4位	電気機械器具小売業	4.4	コンビニエンスストア	6.5	コンビニエンスストア	6.6	電気機械器具小売業	6.6	コンビニエンスストア	7.5
5位	自動車（新車）小売業	3.3	百貨店、総合スーパー	5.9	電気機械器具小売業	5.4	中古自動車小売業	4.3	他に分類されないその他の小売業	4.9
6位	コンビニエンスストア	3.2	電気機械器具小売業	5.3	調剤薬局	4.4	他に分類されないその他の小売業	4.1	中古自動車小売業	4.6
7位	他に分類されない飲食料品小売業	3.1	他に分類されないその他の小売業	5.2	他に分類されない飲食料品小売業	3.9	コンビニエンスストア	3.0	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	3.2
8位	ガソリンスタンド	3.0	調剤薬局	4.0	他に分類されないその他の小売業	3.6	他に分類されない飲食料品小売業	4.1	他に分類されない飲食料品小売業	3.1
9位	他に分類されないその他の小売業	2.9	他に分類されない飲食料品小売業	3.9	中古自動車小売業	3.2	百貨店、総合スーパー	2.8	電気機械器具小売業	2.8
10位	調剤薬局	2.6	書籍・雑誌小売業	3.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.6	飲料小売業	2.8	調剤薬局	2.8
11位	書籍・雑誌小売業	2.1	婦人服小売業	3.2	酒小売業	2.6	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.7	農業用機械器具小売業	2.6
12位	男子服小売業	1.7	化粧品小売業	2.3	飲料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.3	料理品小売業	2.2	肥料・飼料小売業	2.2
13位	化粧品小売業	1.7	酒小売業	2.2	新聞小売業	2.1	自動車部分品・附属品小売業	2.1	酒小売業	2.1
14位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.7	家具小売業	1.7	百貨店、総合スーパー	2.1	建築材料小売業	1.5	料理品小売業	2.1
15位	電気事務機械器具小売業	1.6	料理品小売業	1.7	料理品小売業	1.8	家具小売業	1.4	建築材料小売業	1.9
16位	料理品小売業	1.5	中古自動車小売業	1.7	婦人服小売業	1.6	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.4	飲料小売業	1.5
17位	酒小売業	1.3	紙・文房具小売業	1.7	飲料小売業	1.4	酒小売業	1.3	百貨店、総合スーパー	1.5
18位	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.3	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.6	化粧品小売業	1.3	婦人服小売業	1.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.2
19位	スポーツ用品小売業	1.1	スポーツ用品小売業	1.5	書籍・雑誌小売業	1.2	調剤薬局	1.2	婦人服小売業	1.2
20位	ジュエリー製品小売業	1.0	新聞小売業	1.4	自動車部分品・附属品小売業	1.1	スポーツ用品小売業	0.9	自動車部分品・附属品小売業	1.1
計	上位20位までの計	79.5	上位20位までの計	78.0	上位20位までの計	82.4	上位20位までの計	86.2	上位20位までの計	85.8

順位	商業集積地区の内訳の構成比									
	駅周辺型		市街地型		住宅地背景型		ロードサイド型		その他	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	百貨店、総合スーパー	28.7	百貨店、総合スーパー	31.2	各種食料品小売業	17.5	百貨店、総合スーパー	23.8	百貨店、総合スーパー	12.4
2位	婦人服小売業	8.8	婦人服小売業	7.6	百貨店、総合スーパー	10.4	各種食料品小売業	10.5	各種食料品小売業	9.5
3位	各種食料品小売業	8.7	各種食料品小売業	6.1	ガソリンスタンド	5.9	自動車（新車）小売業	7.4	他に分類されないその他の小売業	6.9
4位	電気機械器具小売業	4.3	他に分類されないその他の小売業	3.5	自動車（新車）小売業	5.8	電気機械器具小売業	6.5	ガソリンスタンド	6.0
5位	コンビニエンスストア	3.7	電気機械器具小売業	3.5	婦人服小売業	4.6	婦人服小売業	6.0	婦人服小売業	5.0
6位	他に分類されない飲食料品小売業	3.3	コンビニエンスストア	2.3	コンビニエンスストア	4.5	ガソリンスタンド	4.5	菓子小売業（製造小売でないもの）	4.0
7位	電気事務機械器具小売業	2.8	調剤薬局	2.4	電気機械器具小売業	4.2	他に分類されないその他の小売業	3.0	他に分類されない飲食料品小売業	3.9
8位	調剤薬局	2.7	ガソリンスタンド	2.4	他に分類されない飲食料品小売業	4.1	他に分類されない飲食料品小売業	2.5	料理品小売業	3.4
9位	書籍・雑誌小売業	2.6	男子服小売業	2.3	調剤薬局	4.1	男子服小売業	2.3	電気機械器具小売業	3.3
10位	他に分類されないその他の小売業	2.5	他に分類されない飲食料品小売業	2.2	他に分類されないその他の小売業	2.8	建築材料小売業	2.0	コンビニエンスストア	3.1
11位	化粧品小売業	2.2	書籍・雑誌小売業	2.1	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.3	スポーツ用品小売業	1.9	家具小売業	2.4
12位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.7	自動車（新車）小売業	2.0	酒小売業	2.2	書籍・雑誌小売業	1.8	自動車（新車）小売業	2.4
13位	男子服小売業	1.6	料理品小売業	1.8	料理品小売業	1.9	中古自動車小売業	1.7	調剤薬局	2.2
14位	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.5	ジュエリー製品小売業	1.7	新聞小売業	1.8	コンビニエンスストア	1.5	酒小売業	2.0
15位	料理品小売業	1.5	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.6	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	1.5	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.4	菓子小売業（製造小売）	1.7
16位	自動車（新車）小売業	1.2	酒小売業	1.5	書籍・雑誌小売業	1.4	家具小売業	1.4	書籍・雑誌小売業	1.5
17位	ガソリンスタンド	1.2	呉服・服地小売業	1.3	化粧品小売業	1.3	靴小売業	1.3	靴小売業（ガソリンスタンドを除く）	1.5
18位	洋品雑貨・小間物小売業	1.1	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.3	中古自動車小売業	1.3	がん具・娯楽用品小売業	1.2	鮮魚小売業	1.5
19位	ジュエリー製品小売業	1.0	スポーツ用品小売業	1.1	野菜小売業	1.0	化粧品小売業	1.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.4
20位	菓子小売業（製造小売でないもの）	1.0	かばん・袋物小売業	1.1	鮮魚小売業	1.0	料理品小売業	1.2	男子服小売業	1.4
計	上位20位までの計	82.0	上位20位までの計	79.2	上位20位までの計	79.8	上位20位までの計	82.9	上位20位までの計	75.6

(4) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額

就業者規模別にみると、事業所数で7割近くを占める小規模事業所は、年間商品販売額では概ね1割強にとどまっている。一方、事業所数で3割強を占める中規模事業所は年間商品販売額では6割弱、事業所数で1%強の大規模事業所は年間商品販売額では3割となっている。中規模事業所を特性地区別にみると、すべての地区で年間商品販売額の割合が高くなっている。

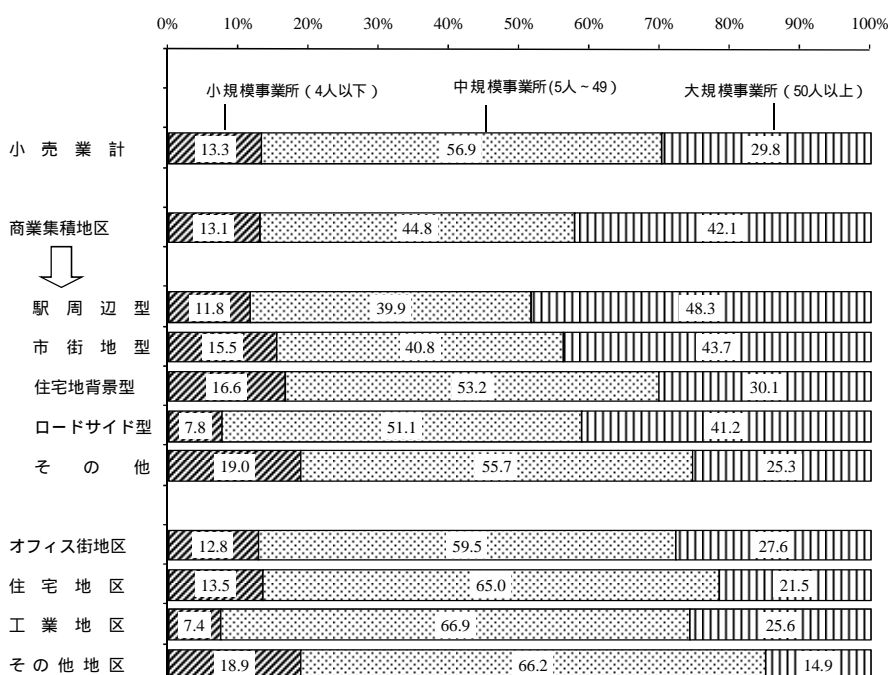
特性地区別にみると商業集積地区では、事業所数で1割を占めていた大規模事業所が、年間商品販売額では4割超を占めている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、市街地型では大規模事業所の割合が高く、住宅地背景型、ロードサイド型、その他では中規模事業所の割合が高い。

住宅地区、その他地区の居住地に近い地区では、小・中規模事業所の販売額割合が比較的高くなっており、なかでも個人事業所が多いその他地区は、小規模事業所の販売額割合が他の地区に比べ最も高くなっている(第2-5表)。

第2-5表 特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額

特性地区別	平成19年							
	合計		小規模事業所 (4人以下)		中規模事業所 (5~49人)		大規模事業所 (50人以上)	
	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)
小 売 業 計	134,705,448	100.0	17,926,047	13.3	76,701,680	56.9	40,077,721	29.8
うち、有料施設内事業所	478,929	100.0	82,058	17.1	283,100	59.1	113,772	23.8
うち、駅改札内事業所	232,891	100.0	77,823	33.4	129,638	55.7	25,430	10.9
商業集積地区	53,139,659	100.0	6,940,388	13.1	23,829,403	44.8	22,369,868	42.1
駅 周 辺 型	21,505,282	100.0	2,529,193	11.8	8,587,212	39.9	10,388,877	48.3
市 街 地 型	11,566,854	100.0	1,791,119	15.5	4,716,860	40.8	5,058,875	43.7
住 宅 地 背 景 型	10,632,270	100.0	1,769,924	16.6	5,659,855	53.2	3,202,491	30.1
ロ ー ド サ イ ド 型	8,382,953	100.0	650,317	7.8	4,279,518	51.1	3,453,118	41.2
そ の 他	1,052,300	100.0	199,835	19.0	585,958	55.7	266,507	25.3
オ フ ィ ス 街 地 区	11,557,863	100.0	1,483,668	12.8	6,879,811	59.5	3,194,384	27.6
住 宅 地 区	37,367,602	100.0	5,039,662	13.5	24,281,068	65.0	8,046,872	21.5
工 業 地 区	14,870,150	100.0	1,104,541	7.4	9,954,410	66.9	3,811,199	25.6
そ の 他 地 区	17,770,174	100.0	3,357,788	18.9	11,756,987	66.2	2,655,399	14.9
うち、有料道路内事業所	243,813	100.0	3,189	1.3	152,283	62.5	88,341	36.2

第2-5図 特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額の構成比



就業者規模別に年間商品販売額の前回比をみると、小規模事業所の年間商品販売額は工業地区、オフィス街地区では増加したものの、商業集積地区、住宅地区、その他地区で減少し、減少となった。中規模事業所では、商業集積地区、住宅地区で減少したものの、工業地区、その他地区、オフィス地区で増加し、増加となった。大規模事業所は、商業集積地区、住宅地区で減少したものの、工業地区、オフィス街地区、その他地区で増加し、増加となった(第2-6表)。

第2-6表 特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額の構成比、前回比

小規模事業所(4人以下)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	小規模事業所(4人以下)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
平成16年			平成19年		
小 売 業 計	19,137,726	17,926,047	100.0	100.0	▲ 6.3
商業集積地区	7,570,037	6,940,388	39.6	38.7	▲ 8.3
駅周辺型	2,783,431	2,529,193	14.5	14.1	▲ 9.1
市街地型	1,903,435	1,791,119	9.9	10.0	▲ 5.9
住宅地背景型	2,014,714	1,769,924	10.5	9.9	▲ 12.2
ロードサイド型	632,162	650,317	3.3	3.6	2.9
その他	236,294	199,835	1.2	1.1	▲ 15.4
オフィス街地区	1,477,568	1,483,668	7.7	8.3	0.4
住宅地区	5,518,251	5,039,662	28.8	28.1	▲ 8.7
工業地区	1,075,777	1,104,541	5.6	6.2	2.7
その他地区	3,496,094	3,357,788	18.3	18.7	▲ 4.0

中規模事業所(5~49人以下)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	中規模事業所(5~49人)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
平成16年			平成19年		
小 売 業 計	74,776,734	76,701,680	100.0	100.0	2.6
商業集積地区	24,019,354	23,829,403	32.1	31.1	▲ 0.8
駅周辺型	8,641,481	8,587,212	11.6	11.2	▲ 0.6
市街地型	5,062,473	4,716,860	6.8	6.1	▲ 6.8
住宅地背景型	5,987,836	5,659,855	8.0	7.4	▲ 5.5
ロードサイド型	3,686,159	4,279,518	4.9	5.6	16.1
その他	641,405	585,958	0.9	0.8	▲ 8.6
オフィス街地区	6,420,801	6,879,811	8.6	9.0	7.1
住宅地区	24,444,822	24,281,068	32.7	31.7	▲ 0.7
工業地区	8,645,474	9,954,410	11.6	13.0	15.1
その他地区	11,246,282	11,756,987	15.0	15.3	4.5

大規模事業所(50人以上)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	大規模事業所(50人以上)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
平成16年			平成19年		
小 売 業 計	39,364,170	40,077,721	100.0	100.0	1.8
商業集積地区	22,891,020	22,369,868	58.2	55.8	▲ 2.3
駅周辺型	10,747,838	10,388,877	27.3	25.9	▲ 3.3
市街地型	5,327,344	5,058,875	13.5	12.6	▲ 5.0
住宅地背景型	3,438,218	3,202,491	8.7	8.0	▲ 6.9
ロードサイド型	3,058,536	3,453,118	7.8	8.6	12.9
その他	319,084	266,507	0.8	0.7	▲ 16.5
オフィス街地区	2,636,389	3,194,384	6.7	8.0	21.2
住宅地区	8,367,668	8,046,872	21.3	20.1	▲ 3.8
工業地区	3,096,365	3,811,199	7.9	9.5	23.1
その他地区	2,372,729	2,655,399	6.0	6.6	11.9

(5) 立地環境特性格商品販売方法

商品販売の方法をみると、どの特性地区でも現金販売が6～7割となっている。

特性地区別にみると、現金販売は商業集積地区が71.3%、住宅地区が71.4%と7割超となり、オフィス街地区62.4%、工業地区64.5%、その他地区65.5%では6割強が現金販売となっている。クレジットカード販売割合をみると、商業集積地区が16.6%、オフィス街地区が12.2%、工業地区が11.0%と他の地区に比べ割合が高くなっている。

掛売・その他の販売が多いのはその他地区26.9%、オフィス街地区25.4%、工業地区24.5%などの法人事業所が多い地区となっている。

商業集積地区の内訳をみると、現金販売の割合はロードサイド型が76.0%と最も高く、次いで、住宅地背景型74.3%、その他72.2%となっている。クレジットカードによる販売割合が高いのは百貨店、総合スーパーなどがある駅周辺型が19.7%と最も高く、次いで市街地型が18.8%となっている(第2-6図)。

第2-6図 特性地区別商品販売方法

