

利 用 上 の 注 意

商業統計調査は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）に基づく「基幹統計調査」であり、商業統計調査規則（昭和 27 年通商産業省令第 60 号）によって実施している。商業統計調査は周期調査であり、平成 9 年以降の調査から 5 年ごとに実施し、その中間年（調査の 2 年後）に簡易な調査を実施している。

また、経済センサスの創設に伴い、商業統計調査は経済センサス - 活動調査実施年の 2 年後に実施することとなり、今回は総務省所管の経済センサス - 基礎調査との同時調査（一体的）により実施した。

この統計表は、平成 26 年 7 月 1 日現在で実施した商業統計調査結果のうち、小売業を営む事業所について立地環境特性区分の定義（表 1）により特性付けを行い再集計したものと及び大規模小売店舗立地法に基づく大規模小売店舗内の小売事業所について再集計したものである。

1. 立地環境特性の区分及び大規模小売店舗内外の格付け方法

個々の事業所の立地環境特性の区分及び大規模小売店舗内外の格付けは、以下の定義により格付けしている。

- ① 立地環境特性区分及び定義は、原則として都市計画法に基づいて設定している（「表 1 立地環境特性の区分及び定義」参照）。
- ② この統計表における大規模小売店舗とは、大規模小売店舗立地法で定める店舗面積（小売業を行うための店舗に供される床面積）が 1,000 ㎡を超える店舗で届け出のあったものを指す。個々の商業事業所（小売）毎に、この大規模小売店舗内に出店しているか否かの判別に基づき大規模小売店舗内外を決定する。

なお、立地環境特性付けにあたっては、平成 11 年までは調査区（調査を実施する際に事前に定める狭い地域範囲）単位の特性付けを行っていたが、平成 14 年調査以降は事業所単位の特性付けに変更している。また、今回の平成 26 年調査では、これまでの実地確認等的人的作業に依存していた事業所単位の特性付け等において、GIS（地理情報システム）を活用する過程を導入するなど、特性区分格付けや商業集積地区の範囲設定、格付けなどの基準の明確化に努めている。

表 1 立地環境特性の区分及び定義

特性番号及び区分	定 義
10 商業集積地区	主に都市計画法8条に定める「用途地域」のうち、商業地域及び近隣商業地域であって、商店街を形成している地区をいう。 概ね一つの商店街を一つの商業集積地区とする。一つの商店街とは、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30店舗以上あるものをいう。また、「一つの商店街」の定義に該当するショッピングセンターや多事業所ビル（駅ビル、寄合百貨店等）は、原則として一つの商業集積地区とする。
11 駅周辺型商業集積地区	JRや私鉄などの駅周辺に立地する商業集積地区をいう。ただし、原則として地下鉄や路面電車の駅周辺に立地する地域は除く。
12 市街地型商業集積地区	都市の中心部（駅周辺を除く）にある繁華街やオフィス街に立地する商業集積地区をいう。
13 住宅地背景型商業集積地区	住宅地又は住宅団地を後背地として、主にそれらに居住する人々が消費者である商業集積地区をいう。
14 ロードサイド型商業集積地区	国道あるいはこれに準ずる主要道路の沿線を中心に立地している商業集積地区をいう（都市の中心部にあるものを除く）。
15 その他商業集積地区	上記「11 駅周辺型商業集積地区」～「14 ロードサイド型商業集積地区」までの区分に特性付けされない商業集積地区をいい、観光地や神社・仏閣周辺などにある商店街なども含まれる。
20 オフィス街地区	主に都市計画法第8条に定める「用途地域」のうち、商業地域及び近隣商業地域であって、上記「10 商業集積地区」の対象にならない地区をいう。
30 住宅地区	主に都市計画法第8条に定める「用途地域」のうち、第一種・第二種低層住居専用地域、第一種・第二種中高層住居専用地域、第一種・第二種住居地域及び準住居地域をいう。
40 工業地区	主に都市計画法第8条に定める「用途地域」のうち、工業専用地域、準工業地域及び工業地域をいう。
50 その他地区	都市計画法第7条に定める市街化調整区域及び上記「10 商業集積地区」～「40 工業地区」までの区分に特性付けされない地域をいう。

（注1）個々の事業所における用途地域の格付けにあたっては、その過程において国土交通省国土政策局「国土数値情報（用途地域）」を利用している。

URL : <http://nftpl.mlit.go.jp/ksj/gml/datalist/KsjTmplt-A29.html>

（注2）上記数値情報については、平成26年商業統計調査の実施日である平成26年7月1日現在の都市計画法上の用途地域との時間的な差異、及び空間的誤差が生じる場合がある。

2. 主な用語の説明

(1) 事業所（商業事業所（小売））

原則として一定の場所（一区画）を占めて「有体的商品を購入して販売する事業所」であって、主として次の業務を行う事業所をいう。

① 個人（個人経営の農林漁家への販売を含む）又は家庭用消費者のために商品を販売する事業所

② 産業用使用者に少量又は少額に商品を販売する事業所

③ 商品を販売し、かつ、同種商品の修理を行う事業所

修理料収入の方が多くても、同種商品を販売している場合は修理業とせず小売業とする。

ただし、修理のみを専業としている事業所は、修理業〔大分類R—サービス業（他に分類されないもの）〕とし、修理のために部品などを取り替えても商品の販売とはしない。

④ 製造小売事業所（自店で製造した商品とその場所で個人又は家庭用消費者に販売する事業所）

例えば、菓子店、パン屋、豆腐屋、調剤薬局など。

なお、商品を製造する事業所が店舗を持たず通信販売により小売している場合は、製造業（大分類E）に分類される。

⑤ ガソリンスタンド

⑥ 主として無店舗販売を行う事業所（販売する場所そのものは無店舗であっても、商品の販売活動を行うための拠点となる事務所などがある訪問販売又は通信・カタログ・インターネット販売の事業所）で、主として個人又は家庭用消費者に販売する事業所

⑦ 別経営の事業所

官公庁、会社、工場、団体、遊園地などの中にある売店等で他の事業者によって経営されている場合はそれぞれ独立した事業所として小売業に分類する。

(2) 単独事業所

他の場所に同一経営の本店、支店、支社、営業所などを持たない事業所（1企業1事業所）をいう。

(3) 本店

他の場所に同一経営の支店、支社、営業所などがあって、それらのすべてを統括している事業所をいう。

なお、本店の各部門がいくつかの場所に分かれているような場合は、社長などの代表者がいる事業所を「本店」とし、他の事業所は「支店」とする。

(4) 支店

他の場所にある本店などの統括を受けている事業所をいい、支店、支社の名称をもつ事業所のほか、営業所、売店、出張所、企業組合の販売所などの名称で商品の売買を主として行っている事業所を含む。また、上位の本店などの統括を受ける一方、下位の事業所を統括している中間的な地域本店なども支店とする。

(5) 開設時期

当該事業所の事業内容に関わらず事業所を開設した時期とする。

(6) 従業者及び就業者

平成26年7月1日現在で、当該事業所の業務に従事している従業者、就業者をいう。

従業者とは「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」、「常用雇用者」の計をいい、就業者とは従業者に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向又は派遣従業者」を除いたものをいう。

① 「個人業主」とは、個人経営の事業主でその事業所の実際の業務に従事している者をいう。

② 「無給家族従業者」とは、個人業主の家族で賃金・給与を受けず、ふだん事業所の仕事を手伝っている者をいう。

③ 「有給役員」とは、法人、団体の役員（常勤、非常勤を問わない）で給与を受けている者をいう。

④ 「常用雇用者」とは、「正社員・正職員」、「パート・アルバイトなど」と呼ばれている者で次のいずれかに該当する者をいう。

ア 期間を定めずに雇用されている者

イ 1か月を超える期間を定めて雇用されている者

ウ 平成 26 年の 5 月、6 月のそれぞれの月に 18 日以上雇用された者

- ⑤ 「臨時雇用者」とは、常用雇用者以外の雇用者で 1 か月以内の期間を定めて雇用されている者や日々雇用されている者をいう。
- ⑥ 「他からの出向・派遣従業者」とは、別経営の事業所から出向・派遣されている者をいう。
- ⑦ 「従業者・臨時雇用者のうち他への出向又は派遣従業者」とは、従業者及び臨時雇用者のうち、別経営の事業所へ出向・派遣している者をいう。
- ⑧ 「パート・アルバイトなどの 8 時間換算雇用者数」とは、パート・アルバイトなど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 時間に換算したもの。

(7) 年間商品販売額

平成 25 年 1 月 1 日から平成 25 年 12 月 31 日までの 1 年間の当該事業所における有体商品の販売額をいう。したがって、土地・建物などの不動産及び株券、商品券、プリペイドカード、宝くじ、切手などの有価証券の販売額は含めない。

(8) その他の収入額

平成 25 年 1 月 1 日から平成 25 年 12 月 31 日までの 1 年間の商品販売に関する修理料及び仲立手数料、製造業出荷額、飲食部門収入額、サービス業収入額などの商業活動（商品販売額）以外の事業による収入額を合計したもの。

(9) 販売方法

① 現金販売

現金で商品を販売した場合をいう。なお、商品券、小切手、プリペイドカード、デビットカードによる販売も含む。

② 電子マネーによる販売

非接触型 IC カードで利用前にチャージを行うプリペイド方式により販売した場合をいう。なお、後払いのポストペイ方式により販売したものは、「③ 信用販売（イ 掛売・その他）」に含む。

③ 信用販売

ア クレジットカードによる販売

信販会社等の提供する「クレジットカード」の利用により、商品をクレジット販売した場合をいう。

イ 掛売・その他

上記の「クレジットカードによる販売」以外の信用販売をいう。

手形による取引、クレジットカードを用いない割賦販売、非割賦販売等をいう。

また、新聞、牛乳の月極販売もここに含む。

(10) 商品販売形態

① 店頭販売

店頭で商品を販売した場合をいう。なお、ご用聞き及び移動販売も含む。

② 訪問販売

訪問販売員等が家庭などを訪問して商品を販売した場合をいう。仮設会場での展示販売も含む。

③ 通信・カタログ販売

カタログ、テレビ・ラジオ等の媒体を用いて PR を行い、消費者から郵便、電話、FAX、銀行振込などの通信手段による購入の申し込みを受けて商品を販売した場合をいう。

④ インターネット販売

インターネットにより購入の申し込みを受けて商品を販売した場合をいう。

⑤ 自動販売機による販売

商業事業所が管理している自動販売機で商品を販売した場合をいう。

⑥ その他

生活協同組合の「共同購入方式」、新聞、牛乳などの月極販売及び上記以外の販売形態で商品を販売した場合をいう。

(11) セルフサービス方式

セルフサービス方式とは、①客が値札等により各商品の値段が判るような表示方式をとっていること、②店に備え付けられている買物カゴ、ショッピングカート、トレーなどにより、客が自由に商品を選び取れるようなシステムをとっていること、③売場の出口などに設置されている精算所（レジ）において、客が一括して代金の支払いを行うシステムになっていること、の三つの条件を兼ねている場合をいう。

商業統計調査でいう「セルフサービス方式採用」の事業所とは上記条件による販売を売場面積の50%以上で行っている事業所をいう。

セルフサービス方式に該当する事業所の例として、総合スーパー、専門スーパー、ホームセンター、ドラッグストア、コンビニエンスストア、ワンプライスショップ、大型カー用品店などがある。

(12) 売場面積

平成26年7月1日現在で、事業所が商品を販売するために実際に使用している売場の延床面積（食堂・喫茶、屋外展示場、配送所、階段、連絡通路、エレベーター、エスカレーター、休憩室、洗面所、事務室、倉庫等、また、他に貸している店舗（テナント）分は除く）をいう。

ただし、牛乳小売業（宅配専門）、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（宅配専門）の事業所については売場面積の調査を行っていない。

(13) 営業時間

平成26年7月1日現在の開店、閉店時間をいう。なお、調査日が休業及び特別セール等で通常と異なる場合は、調査日に近い通常の開店、閉店時間としている。

ただし、牛乳小売業（宅配専門）、新聞小売業（宅配専門）の事業所については営業時間の調査を行っていない。

(14) 来客用駐車場

平成26年7月1日現在で、来客の自動車を一時的に保管できる場所をいう。なお、ガソリンスタンドについては調査をしていない。

① 専用駐車場

自己所有又は契約等により、その事業所が単独で使用できる来客用の駐車場をいう。

② 共用駐車場

他の事業所等と共用で使用しており、その事業所が単独で使用できる区画が明確になっていない来客用の駐車場をいう。

③ 収容台数

専用駐車場で、満車の状態で収容できる台数をいい、一日の延べ収容台数ではない。

(15) 立地環境特性

商店街の形成の有無及び都市計画法に基づき、表1の特性により区分・定義した。なお、一つの商店街とは、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30店舗以上集積しているものをいう。

(16) 商業集積地区

商店街を形成している地域の立地環境特性をいう。概ね一つの商店街を一つの商業集積地区とする。なお、「一つの商店街」の定義に該当するショッピングセンターや多事業所ビル（駅ビル、寄合百貨店等）は、原則として一つの商業集積地区とする。

商業集積地区と定義された区域は、設定基準に基づき集積細分11～15に細分する（「表1 立地環境特性の区分及び定義」参照）。

(17) 大規模小売店舗

大規模小売店舗立地法で定める店舗面積（小売業を行うための店舗に供される床面積）が1,000㎡を超える店舗で届け出のあったものを指す。

また、大規模小売店舗内に立地する商業事業所（小売）を大規模小売店舗内事業所という。

(18) 都市人口規模

総務省自治行政局発行の「住民基本台帳に基づく全国人口・世帯数表人口動態表」に基づき、全国の市区町村を規模別に区分したもの。

3. 『平成 26 年 商業統計表 立地環境特性格別統計編（小売業）』における集計対象等について

(1) 集計対象について

立地環境特性格別統計編は、商業統計調査の調査結果で「小売業」に格付けられた事業所（表 2 に示す①、調査対象事業所）のうち、以下のすべてに該当する事業所（表 2 に示す②、集計対象（有効回答）事業所）について、立地環境特性区分および業態区分の定義（「表 1 立地環境特性区分及び定義」および「（別表）業態分類表」参照）により再集計したものである。

- ・ 管理、補助的経済活動のみを行う事業所ではないこと
- ・ 産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所であること

このため、別途公表している『平成 26 年 商業統計表 第 1 巻産業編（総括表）』及び『平成 26 年 商業統計表 第 2 巻産業編（都道府県表）』の各第 1 表の集計結果と事業所数、従業者数は一致しない。

なお、年間商品販売額と売場面積については、当該調査項目の数値が得られた事業所が同じであることから、同値となっている（表 2）。

表 2 「法人組織の事業所と個人経営の事業所の合計」の表における小売業計の比較

	集計表名	事業所数	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)
①	第 1 巻 産業編（総括表） 第 1 表	1,024,881	7,685,778	122,176,725	134,854,063
	第 2 巻 産業編（都道府県表） 第 1 表				
②	第 1 巻 産業編（総括表） 第 2 表以降より抜粋	775,196	5,810,925	122,176,725	134,854,063
	第 2 巻 産業編（都道府県表） 第 2 表以降より抜粋				
	第 3 巻 産業編（市区町村表） 第 1 表				
	第 4 巻 品目編（※）				
	業態別統計編（小売業）				
	立地環境特性格別統計編（小売業）				

※ 第 4 巻 品目編は、個々の商品別に事業所数を計上し、各計には、その事業所数を積み上げた延事業所数として計上しているため、表 2 の事業所数とは一致しない。

(2) 留意点

- ① 平成 26 年調査は、日本標準産業分類の第 12 回改定及び調査設計の大幅変更を行ったことに伴い、前回実施の平成 19 年調査の数値とは接続しない。
- ② 平成 24 年経済センサス - 活動調査結果と比較する場合は、両調査の集計対象範囲の違いに留意すること。

4. 記号及び注記

- (1) 統計表中の「-」は該当数値がないもの及び分母が 0 のため計算できないもの、「0」及び「0.0」は四捨五入による単位未満、「▲」はマイナスの数値を表している。「X」は事業所数が 1 又は 2 に関する数値で、これをそのまま掲げると個々の報告者の秘密が漏れるおそれがあるため秘匿した箇所であるが、事業所数が 3 以上にに関する数値であっても、前後の関係から秘匿の数値が判明する箇所も同様に秘匿している。
- (2) 統計表中の集計結果については、四捨五入の関係で積み上げた数値とその合計値は必ずしも一致しない。
- (3) 統計表の表頭、表側中「不詳」とは、当該項目について調査をしていない以下の項目及び当該項目の数値が得

られなかったことを表している。

ア 「売場面積」については、当該項目について調査をしていない牛乳小売業（宅配専門）、自動車（新車・中古）小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド及び新聞小売業（宅配専門）に属する事業所並びに訪問販売、通信・カタログ販売、インターネット販売等で売場面積の無い事業所は不詳となる。

イ 「営業時間」については、当該項目について調査をしていない牛乳小売業（宅配専門）、新聞小売業（宅配専門）に属する事業所は不詳となる。

- (4) 「個人」には「法人でない団体」を含む。
- (5) 「就業者1人当たり年間商品販売額」、「従業者1人当たり年間商品販売額」は、従業者のうち「パート・アルバイトなど」を8時間換算した従業者数を用いて算出している。
- (6) 「売場面積 1㎡当たり年間商品販売額」は、売場面積を持つ事業所についてのみ算出している。
- (7) 第1表～第3表、第8表、及び第9表で用いている「産業分類」に関して、事業所を産業分類別に集計するための産業の決定（格付け）方法の詳細については、「平成26年商業統計確報」の「利用上の注意」を参照のこと。
- (8) 第4表及び第5表の「業態分類」については、「（別表）業態分類表」を参照。
- (9) 第10表「商業集積地区（商店街）の都道府県別、市区町村別の商店街数、事業所数、大規模小売店舗数、大規模小売店舗内事業所数、従業者数、年間商品販売額及び売場面積」の商業集積地区（商店街）内の事業所数については、以下のことに留意されたい。
 - ① 概ね一つの商店街を一つの商業集積地区としている。
 - ② 飲食店及びサービス業を主業とした事業所が含まれないため（小売業を営む事業所のみ集計）、事業所数が少なくなっている場合がある。
 - ③ 商店街が入り組んでいるような場合には、2つ以上の商店街をまとめて商業集積地区を設定しているため、事業所数が多くなっている場合がある。
 - ④ 平成19年商業統計調査実施時点から存在している商業集積地区には、平成19年商業統計と同一の商業集積地番号を用いている。ただし、同一の商店街名称を用いていても、商業集積地区の分割等により当該商業集積地区の中心的な集積範囲が変更になっている場合は、新たな商業集積地番号を付与している。
- (10) この統計表に掲載された数値を他に転載する場合は、「経済産業省大臣官房調査統計グループ 平成26年商業統計表 立地環境特性別統計編（小売業）」による旨を明記されたい。

5. 問い合わせ先

この統計表についての照会は、下記までお願いします。

〒100-8902 東京都千代田区霞が関一丁目3番1号

経済産業省大臣官房調査統計グループ構造統計室

電話 (03)3501-0386 (ダイヤルイン)

統計アクセス用URL <http://www.meti.go.jp/statistics/>