

目 次

概 要	1
1. 業態別にみた事業所数	3
(1) 業態別の事業所数	3
(2) 経営組織別の事業所数	4
(3) 本支店別の事業所数	6
(4) 就業者規模別の事業所数	9
(5) 営業時間別の事業所数	12
2. 業態別にみた年間商品販売額	16
(1) 業態別の年間商品販売額	16
(2) 経営組織別の年間商品販売額	17
(3) 就業者規模別の年間商品販売額	19
(4) 商品販売形態別の年間商品販売額	22
3. 業態別にみた就業者数	25
(1) 業態別の就業者数	25
(2) 1事業所当たりの就業者数	29
4. 業態別にみた売場面積	30
(1) 業態別の売場面積	30
(2) 1事業所当たりの売場面積	31
(3) 売場面積規模別の状況	33
5. 業態別にみた商品手持額	40
(1) 業態別の商品手持額及び1事業所当たりの商品手持額	40
(2) 業態別の商品回転率	40
6. 業態別にみた単位当たりの年間商品販売額（販売効率）	42
(1) 1事業所当たりの年間商品販売額	42
(2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額	43
(3) 就業者1人当たりの年間商品販売額	44
7. チェーン組織加盟の有無別にみた業態別の状況	45
(1) 業態別のチェーン組織加盟事業所数	45
(2) チェーン組織への加盟割合	47
(3) 1事業所当たりの年間商品販売額	48
(4) 商品回転率	49
8. 都道府県別の状況	51
(1) 事業所数	51
(2) 年間商品販売額	57
<トピックス1> 新業態とコンビニ	62
(1) ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの比較	62
1) ドラッグストア	64
2) ホームセンター	67
3) コンビニエンスストア	71
<トピックス2> 業態別にみた開設年別事業所数の状況	76
(1) 開設年別にみた事業所数	76
(2) 地域展開	78
専門スーパー	79
ホームセンター	80
コンビニエンスストア	81
ドラッグストア	82

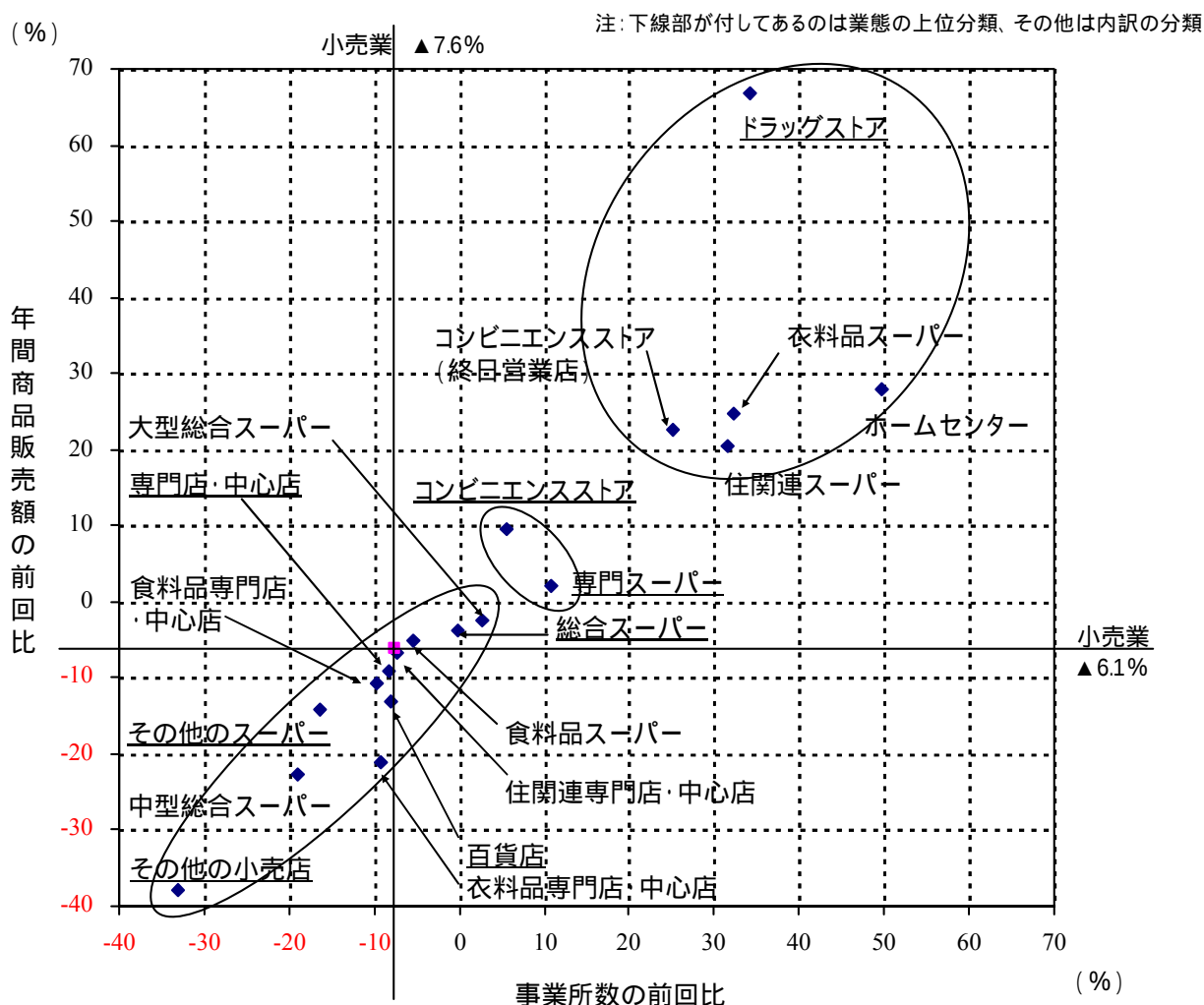
<トピックス3> 業態別にみた「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の状況	83
1. 業態別の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の前回比寄与度	83
(1) 業態別にみた事業所数の前回比寄与度	83
(2) 業態別にみた年間商品販売額の前回比寄与度	84
2. 継続店の年間商品販売額前回比分布	85
(1) 業態別にみた継続店の状況	85
(2) 継続店の年間商品販売額前回比分布	86
(3) 業態別にみた継続店の年間商品販売額前回比プラス、マイナス事業所の割合	86
(4) 業態別にみた継続店の年間商品販売額前回比の状況	87
(5) 10%区分別前回比の状況	88
3. まとめ	88

概 要

～ 小売業は低調ながら、
ドラッグストア、ホームセンター、衣料品スーパー、コンビニの終日営業店は
事業所数、販売額ともに大幅増 ～

平成 14 年 6 月 1 日現在で実施した商業統計調査における小売業をみると、事業所数は 130 万事業所(前回(平成 11 年)比 ▲7.6%減)で昭和 60 年調査以降 7 調査連続の減少、年間商品販売額は 135 兆 1093 億円(同 ▲6.1%減)で年間での販売額調査開始(昭和 33 年)以降初めて減少となった前回に続き 2 調査連続の減少、就業者数は 844 万 1 千人(同 ▲1.0%減)といずれも減少傾向にある。これを業態別にみると、小売事業所数の 9 割近くを占める専門店・中心店が減少する一方、消費者ニーズや指向、ライフスタイルにマッチした業態では事業所数、年間商品販売額ともに前回値を大きく上回っており、明暗を分けている。

業態別の事業所数、年間商品販売額の前回比



(注 1) 業態分類の区分及び定義については、利用上の注意を参照。

(注 2) 平成 14 年調査において業態区分の見直し(「ホームセンター」及び「ドラッグストア」を新設)を行ったことから、平成 11 年の数値は 14 年定義にあわせて組み替えたものを用いている。

(注 3) 業態格付に必要な取扱商品の分類変更(平成 11 年調査(簡易調査)は主に 3 桁分類、14 年調査(本調査)は 4 桁分類)に伴い、専門店、中心店については 2 業態を合算し「専門店・中心店」として前回比較を行っている。

< 総括表 > 小売業の業態別事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積（構成比、前回比）

業 態 別	事業所数					年間商品販売額（百万円）				
	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%)	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%)
			平成11年	平成14年				平成11年	平成14年	
小売業計	1,406,884	1,300,057	100.0	100.0	▲ 7.6	143,832,551	135,109,295	100.0	100.0	▲ 6.1
1. 百貨店	394	362	0.0	0.0	▲ 8.1	9,705,460	8,426,888	6.7	6.2	▲ 13.2
(1) 大型百貨店	365	323	0.0	0.0	▲ 11.5	9,517,559	8,055,466	6.6	6.0	▲ 15.4
(2) その他の百貨店	29	39	0.0	0.0		187,901	371,422	0.1	0.3	97.7
2. 総合スーパー	1,670	1,668	0.1	0.1	▲ 0.1	8,849,658	8,515,119	6.2	6.3	▲ 3.8
(1) 大型総合スーパー	1,461	1,499	0.1	0.1	2.6	8,264,234	8,061,796	5.7	6.0	▲ 2.4
(2) 中型総合スーパー	209	169	0.0	0.0	▲ 19.1	585,424	453,323	0.4	0.3	▲ 22.6
3. 専門スーパー	33,381	37,035	2.4	2.8	10.9	23,121,207	23,630,467	16.1	17.5	2.2
(1) 衣料品スーパー	4,780	6,324	0.3	0.5	32.3	1,270,681	1,583,349	0.9	1.2	24.6
(2) 食料品スーパー	18,707	17,691	1.3	1.4	▲ 5.4	16,747,995	15,903,759	11.6	11.8	▲ 5.0
(3) 住関連スーパー	9,894	13,020	0.7	1.0	31.6	5,102,531	6,143,359	3.5	4.5	20.4
うちホームセンター	2,911	4,358	0.2	0.3	49.7	2,402,371	3,075,939	1.7	2.3	28.0
4. コンビニエンスストア	39,561	41,770	2.8	3.2	5.6	6,126,986	6,713,687	4.3	5.0	9.6
うち終日営業店	25,911	32,431	1.8	2.5	25.2	4,665,429	5,718,584	3.2	4.2	22.6
5. ドラッグストア	10,917	14,664	0.8	1.1	34.3	1,495,041	2,494,944	1.0	1.8	66.9
6. その他のスーパー	77,667	65,011	5.5	5.0	▲ 16.3	7,561,624	6,491,695	5.3	4.8	▲ 14.1
うち各種商品取扱店	1,020	782	0.1	0.1	▲ 23.3	258,665	191,328	0.2	0.1	▲ 26.0
7. 専門店 + 8. 中心店	1,239,962	1,137,317	88.1	87.5	▲ 8.3	86,601,888	78,606,747	60.2	58.2	▲ 9.2
(1) 衣料品専門店 + 中心店	189,257	171,713	13.5	13.2	▲ 9.3	10,967,981	8,640,724	7.6	6.4	▲ 21.2
(2) 食料品専門店 + 中心店	380,752	344,343	27.1	26.5	▲ 9.6	15,887,053	14,187,365	11.0	10.5	▲ 10.7
(3) 住関連専門店 + 中心店	669,953	621,261	47.6	47.8	▲ 7.3	59,746,854	55,778,660	41.5	41.3	▲ 6.6
7. 専門店	921,801	775,847	65.5	59.7	...	62,643,494	52,414,700	43.6	38.8	...
(1) 衣料品専門店	134,329	106,134	9.5	8.2	...	5,926,629	4,411,983	4.1	3.3	...
(2) 食料品専門店	249,287	204,171	17.7	15.7	...	9,206,841	7,410,264	6.4	5.5	...
(3) 住関連専門店	538,185	465,542	38.3	35.8	...	47,510,024	40,592,454	33.0	30.0	...
8. 中心店	318,161	361,470	22.6	27.8	...	23,958,394	26,192,047	16.7	19.4	...
(1) 衣料品中心店	54,928	65,579	3.9	5.0	...	5,041,352	4,228,741	3.5	3.1	...
(2) 食料品中心店	131,465	140,172	9.3	10.8	...	6,680,212	6,777,101	4.6	5.0	...
(3) 住関連中心店	131,768	155,719	9.4	12.0	...	12,236,830	15,186,206	8.5	11.2	...
9. その他の小売店	3,332	2,230	0.2	0.2	▲ 33.1	370,688	229,748	0.3	0.2	▲ 38.0
うち各種商品取扱店	3,331	2,086	0.2	0.2	▲ 37.4	369,773	174,284	0.3	0.1	▲ 52.9

業 態 別	就業者数（人）					売場面積（㎡）				
	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%)	平成11年	平成14年	構成比(%)		前回比(%)
			平成11年	平成14年				平成11年	平成14年	
小売業計	8,522,322	8,440,574	100.0	100.0	▲ 1.0	133,869,296	140,619,288	100.0	100.0	5.0
1. 百貨店	358,000	344,520	4.2	4.1	▲ 3.8	7,290,180	6,998,065	5.4	5.0	▲ 4.0
(1) 大型百貨店	354,708	335,998	4.2	4.0	▲ 5.3	7,262,578	6,969,677	5.4	5.0	▲ 4.0
(2) その他の百貨店	3,292	8,522	0.0	0.1	158.9	27,602	28,388	0.0	0.0	2.8
2. 総合スーパー	333,135	397,817	3.9	4.7	19.4	13,392,963	14,706,536	10.0	10.5	9.8
(1) 大型総合スーパー	308,875	377,087	3.6	4.5	22.1	12,753,392	14,184,871	9.5	10.1	11.2
(2) 中型総合スーパー	24,260	20,730	0.3	0.2	▲ 14.6	639,571	521,665	0.5	0.4	▲ 18.4
3. 専門スーパー	1,021,366	1,158,278	12.0	13.7	13.4	28,864,131	34,769,510	21.6	24.7	20.5
(1) 衣料品スーパー	55,432	80,391	0.7	1.0	45.0	3,264,713	3,941,211	2.4	2.8	20.7
(2) 食料品スーパー	760,790	797,676	8.9	9.5	4.8	15,569,198	16,386,381	11.6	11.7	5.2
(3) 住関連スーパー	205,144	280,211	2.4	3.3	36.6	10,030,220	14,441,918	7.5	10.3	44.0
うちホームセンター	84,681	128,845	1.0	1.5	52.2	5,250,092	8,392,302	3.9	6.0	59.9
4. コンビニエンスストア	551,895	612,611	6.5	7.3	11.0	4,090,236	4,481,071	3.1	3.2	9.6
うち終日営業店	437,464	529,748	5.1	6.3	21.1	2,854,498	3,603,220	2.1	2.6	26.2
5. ドラッグストア	70,948	116,128	0.8	1.4	63.7	1,843,044	3,227,012	1.4	2.3	75.1
6. その他のスーパー	469,381	441,431	5.5	5.2	▲ 6.0	8,674,204	8,131,245	6.5	5.8	▲ 6.3
うち各種商品取扱店	10,331	8,973	0.1	0.1	▲ 13.1	394,576	312,876	0.3	0.2	▲ 20.7
7. 専門店 + 8. 中心店	5,700,541	5,358,553	66.9	63.5	▲ 6.0	69,360,838	68,048,572	51.8	48.4	▲ 1.9
(1) 衣料品専門店 + 中心店	700,053	634,171	8.2	7.5	▲ 9.4	15,303,770	14,073,483	11.4	10.0	▲ 8.0
(2) 食料品専門店 + 中心店	1,595,691	1,524,242	18.7	18.1	▲ 4.5	14,496,902	14,070,016	10.8	10.0	▲ 2.9
(3) 住関連専門店 + 中心店	3,404,797	3,200,140	40.0	37.9	▲ 6.0	39,560,166	39,905,073	29.6	28.4	0.9
7. 専門店	4,344,793	3,788,755	51.0	44.9	...	47,331,555	43,280,624	35.4	30.8	...
(1) 衣料品専門店	439,897	354,585	5.2	4.2	...	8,785,265	7,230,747	6.6	5.1	...
(2) 食料品専門店	1,103,354	983,721	12.9	11.7	...	8,097,219	6,864,983	6.0	4.9	...
(3) 住関連専門店	2,801,542	2,450,449	32.9	29.0	...	30,449,071	29,184,894	22.7	20.8	...
8. 中心店	1,355,748	1,569,798	15.9	18.6	...	22,029,283	24,767,948	16.5	17.6	...
(1) 衣料品中心店	260,156	279,586	3.1	3.3	...	6,518,505	6,842,736	4.9	4.9	...
(2) 食料品中心店	492,337	540,521	5.8	6.4	...	6,399,683	7,205,033	4.8	5.1	...
(3) 住関連中心店	603,255	749,691	7.1	8.9	...	9,111,095	10,720,179	6.8	7.6	...
9. その他の小売店	17,056	11,236	0.2	0.1	▲ 34.1	353,700	257,277	0.3	0.2	▲ 27.3
うち各種商品取扱店	17,006	10,096	0.2	0.1	▲ 40.6	353,700	221,523	0.3	0.2	▲ 37.4

1. 業態別にみた事業所数

～ ドラッグストア、ホームセンターが大幅増、コンビニは終日営業化がさらに進展 ～

(1) 業態別の事業所数

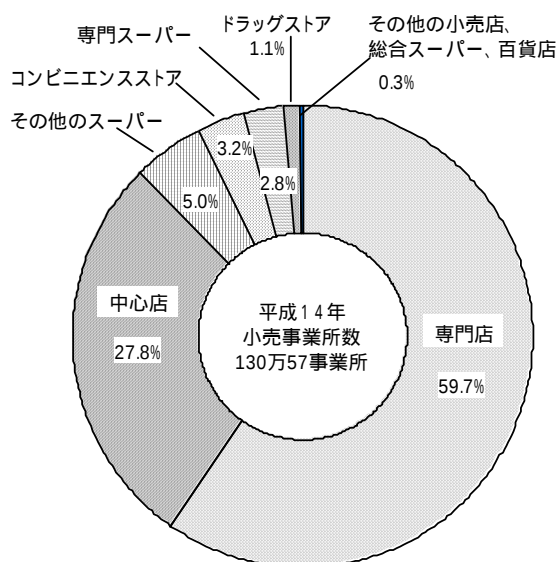
平成14年調査における小売業の事業所数は、130万57事業所、前回比▲7.6%の減少であった。

業態別にみると、専門店が77万6千事業所（小売業全体の59.7%）と最も多く、次いで中心店が36万1千事業所（同27.8%）で、中小規模の対面販売を主体とするこれら2業態で小売業全体の9割近くを占めている。内訳をみると、専門店では、住関連専門店が46万6千事業所（同35.8%）、食料品専門店が20万4千事業所（同15.7%）、衣料品専門店が10万6千事業所（同8.2%）、中心店では、住関連中心店が15万6千事業所（同12.0%）、食料品中心店が14万事業所（同10.8%）、衣料品中心店が6万6千事業所（同5.0%）となっており、小売業全体の47.8%が住関連店である。

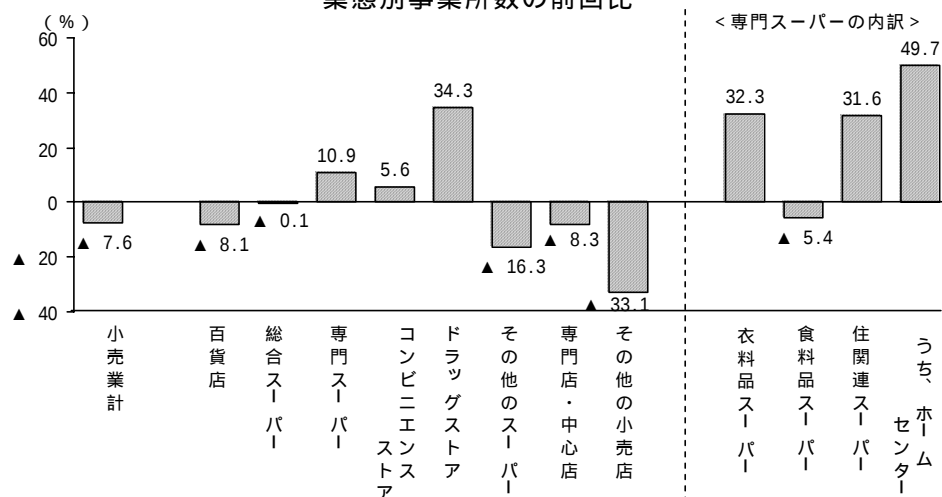
以下、その他のスーパーが6万5千事業所（同5.0%）、コンビニエンスストアが4万2千事業所（同3.2%）、専門スーパーが3万7千事業所（同2.8%）、ドラッグストアが1万5千事業所（同1.1%）の順で、その他の小売店（2230事業所）、総合スーパー（1668事業所）、百貨店（362事業所）の構成比は合わせて0.3%とごくわずかとなっている。

前回比をみると、事業所数が多い専門店・中心店（前回比▲8.3%減）をはじめ、その他のスーパー（同▲16.3%減）、その他の小売店（同▲33.1%減）、百貨店（同▲8.1%減）が減少、総合スーパー（▲0.1%減）は中型総合スーパーの減少から微減、ドラッグストア（同34.3%増）、専門スーパー（同10.9%増）、コンビニエンスストア（同5.6%増）は増加となっている。専門スーパーの内訳では、主力の食料品スーパー（同▲5.4%）は減少しているものの、ホームセンター（同49.7%増）が含まれる住関連スーパー（同31.6%増）、衣料品スーパー（同32.3%増）は大幅増であった。景気低迷を背景に事業所の統廃合などから事業所数が減少している業態が多いが、健康指向やDIY、ガーデニング、ペットブームなど多様化する消費者ニーズを捉えた利便性の高い事業所、低価格で品揃えが豊富な事業所、ライフスタイルにマッチした長時間営業店などは増加している。

業態別事業所数の構成比



業態別事業所数の前回比

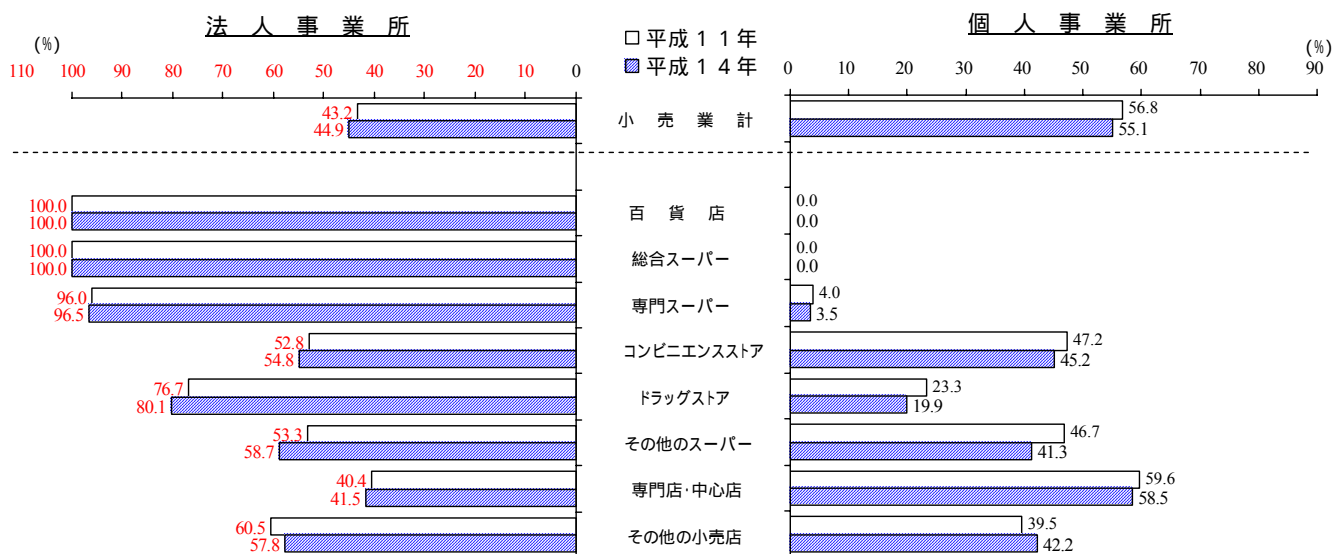


(2) 経営組織別の事業所数

経営組織別にみると、小売業全体では法人事業所が44.9%、個人事業所が55.1%と個人事業所が過半を占めている。これを業態別にみると、中心店で6割強を、専門店で6割近くを個人事業所が占めているものの、この他の業態ではいずれも法人事業所が過半を占めている。このうち百貨店、総合スーパーでは100%、専門スーパーでは96.5%が法人事業所である。また、ドラッグストアも法人事業所の割合が8割と高い。

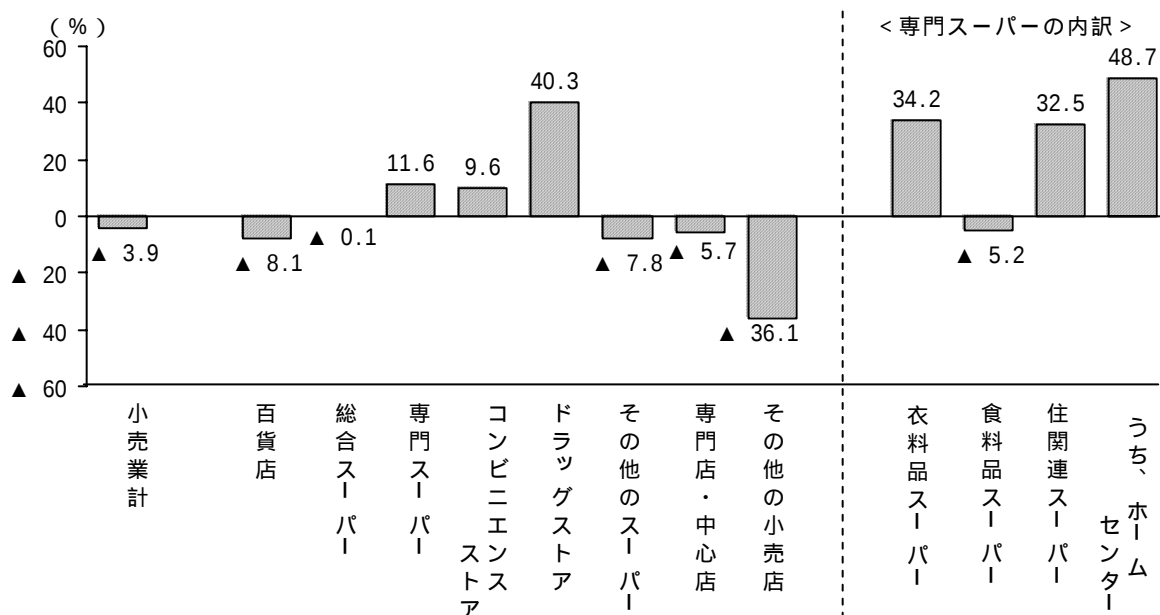
構成比を前回と比べると、個人事業所でその他の小売店（前回差2.7ポイント増）の割合が拡大したのを除き、他の業態はすべて法人事業所の割合が拡大している。

業態別、経営組織別事業所数の構成比



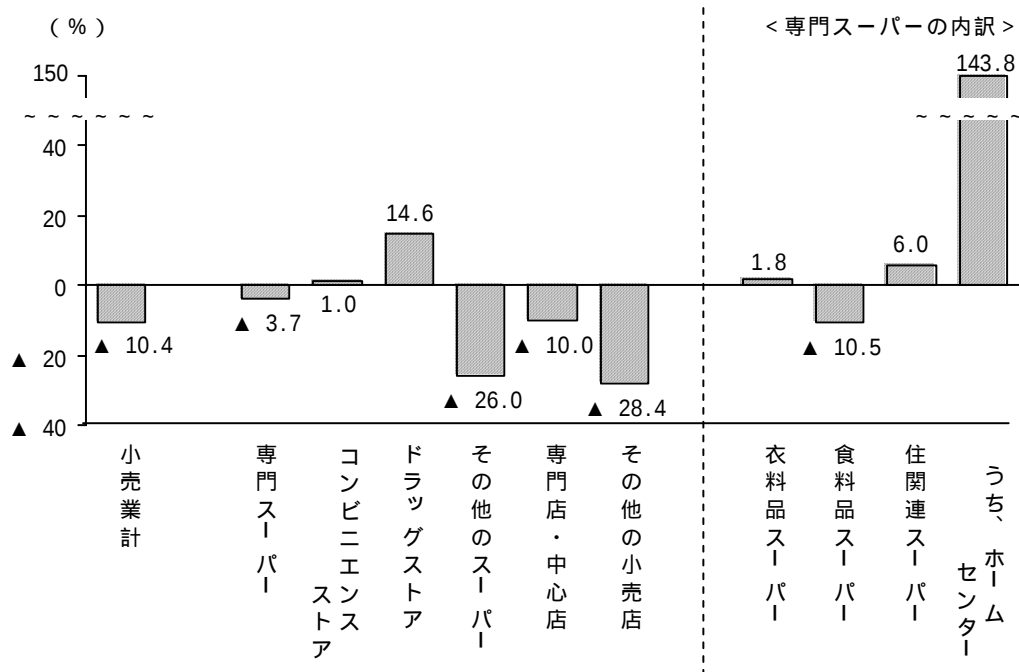
法人事業所数は、前回比▲3.9%の減少であった。これを業態別にみると、専門店・中心店（前回比▲5.7%減）、その他のスーパー（同▲7.8%減）、その他の小売店（同▲36.1%減）、百貨店（同▲8.1%減）、総合スーパー（同▲0.1%減）が減少、専門スーパー（同11.6%増）、ドラッグストア（同40.3%増）、コンビニエンスストア（同9.6%増）は大幅に増加している。なお、住関連の専門スーパーの内数であるホームセンターは前回比48.7%の大幅増であった。

業態別法人事業所数の前回比



個人事業所数は、前回比▲10.4%の減少であった。これを業態別にみると、ドラッグストア（同14.6%増）とコンビニエンスストア（同1.0%増）は法人と同様に増加しているものの、その他の業態はすべて減少しており、なかでも専門店・中心店、その他スーパー、その他の小売店では1割を超える大幅な減少となっている。なお、ホームセンター（78事業所）は、数は少ないものの前回比143.8%の大幅増であった。

業態別個人事業所数の前回比



業態別、経営組織別の事業所数

業 態 別	事業所数			法人事業所数				個人事業所数			
	平成11年	平成14年	前回比(%) 14年/11年	平成11年	平成14年	構成比(%)		平成11年	平成14年	構成比(%)	
						平成11年	平成14年			平成11年	平成14年
小売業計	1,406,884	1,300,057	▲ 7.6	607,401	583,899	100.0	100.0	▲ 3.9	799,483	716,158	▲ 10.4
1. 百貨店	394	362	▲ 8.1	394	362	0.1	0.1	▲ 8.1	-	-	-
(1) 大型百貨店	365	323	▲ 11.5	365	323	0.1	0.1	▲ 11.5	-	-	-
(2) その他の百貨店	29	39	▲ 34.5	29	39	0.0	0.0	▲ 34.5	-	-	-
2. 総合スーパー	1,670	1,668	▲ 0.1	1,670	1,668	0.3	0.3	▲ 0.1	-	-	-
(1) 大型総合スーパー	1,461	1,499	▲ 2.6	1,461	1,499	0.2	0.3	▲ 2.6	-	-	-
(2) 中型総合スーパー	209	169	▲ 19.1	209	169	0.0	0.0	▲ 19.1	-	-	-
3. 専門スーパー	33,381	37,035	▲ 10.9	32,042	35,745	5.3	6.1	11.6	1,339	1,290	▲ 3.7
(1) 衣料品スーパー	4,780	6,324	▲ 32.3	4,504	6,043	0.7	1.0	34.2	276	281	▲ 1.8
(2) 食料品スーパー	18,707	17,691	▲ 5.4	17,993	17,052	3.0	2.9	▲ 5.2	714	639	▲ 10.5
(3) 住関連スーパー	9,894	13,020	▲ 31.6	9,545	12,650	1.6	2.2	32.5	349	370	▲ 6.0
うちホームセンター	2,911	4,358	▲ 49.7	2,879	4,280	0.5	0.7	48.7	32	78	▲ 143.8
4. コンビニエンスストア	39,561	41,770	▲ 5.6	20,885	22,898	3.4	3.9	9.6	18,676	18,872	▲ 1.0
うち終日営業店	25,911	32,431	▲ 25.2	14,003	17,641	2.3	3.0	26.0	11,908	14,790	▲ 24.2
5. ドラッグストア	10,917	14,664	▲ 34.3	8,370	11,746	1.4	2.0	40.3	2,547	2,918	▲ 14.6
6. その他のスーパー	77,667	65,011	▲ 16.3	41,381	38,171	6.8	6.5	▲ 7.8	36,286	26,840	▲ 26.0
うち各種商品取扱店	1,020	782	▲ 23.3	860	684	0.1	0.1	▲ 20.5	160	98	▲ 38.8
7. 専門店 + 8. 中心店	1,239,962	1,137,317	▲ 8.3	500,643	472,021	82.4	80.8	▲ 5.7	739,319	665,296	▲ 10.0
(1) 衣料品専門店 + 中心店	189,257	171,713	▲ 9.3	87,883	81,168	14.5	13.9	▲ 7.6	101,374	90,545	▲ 10.7
(2) 食料品専門店 + 中心店	380,752	344,343	▲ 9.6	110,057	104,901	18.1	18.0	▲ 4.7	270,695	239,442	▲ 11.5
(3) 住関連専門店 + 中心店	669,953	621,261	▲ 7.3	302,703	285,952	49.8	49.0	▲ 5.5	367,250	335,309	▲ 8.7
7. 専門店	921,801	775,847	▲ 16.3	388,135	337,017	63.9	57.7	▲ 13.3	533,666	438,830	▲ 17.8
(1) 衣料品専門店	134,329	106,134	▲ 21.0	62,524	50,924	10.3	8.7	▲ 15.5	71,805	55,210	▲ 22.1
(2) 食料品専門店	249,287	204,171	▲ 18.1	78,546	68,439	12.9	11.7	▲ 10.1	170,741	135,732	▲ 20.5
(3) 住関連専門店	538,185	465,542	▲ 13.0	247,065	217,654	40.7	37.3	▲ 7.3	291,120	247,888	▲ 14.4
8. 中心店	318,161	361,470	▲ 13.6	112,508	135,004	18.5	23.1	▲ 25.1	205,653	226,466	▲ 10.6
(1) 衣料品中心店	54,928	65,579	▲ 19.1	25,359	30,244	4.2	5.2	▲ 23.2	29,569	35,335	▲ 19.1
(2) 食料品中心店	131,465	140,172	▲ 6.6	31,511	36,462	5.2	6.2	▲ 19.0	99,954	103,710	▲ 3.7
(3) 住関連中心店	131,768	155,719	▲ 18.2	55,638	68,298	9.2	11.7	▲ 25.1	76,130	87,421	▲ 14.4
9. その他の小売店	3,332	2,230	▲ 33.1	2,016	1,288	0.3	0.2	▲ 36.1	1,316	942	▲ 28.4
うち各種商品取扱店	3,331	2,086	▲ 37.4	2,015	1,253	0.3	0.2	▲ 37.8	1,316	833	▲ 36.7

(3) 本支店別の事業所数

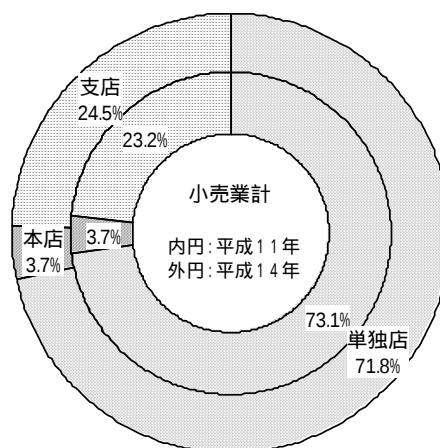
単独店、本店、支店別の事業所割合をみると、小売業全体では単独店が7割強を占めており、以下、支店（構成比24.5%）、本店（同3.7%）の順となっている。

これを業態別にみると、単独店の割合が高いのは、コンビニエンスストア、中心店、専門店で7割強、その他のスーパー、その他の小売店でも6割強を占めている。

本店の割合は、百貨店で2割弱を占めているのを除き、他の業態では1割未満の低い割合となっている。

支店は、総合スーパー（支店割合97.2%）で9割強を占めているのをはじめ、専門スーパー（同82.0%）、百貨店（同67.6%）、ドラッグストア（同58.4%）で高い割合となっているが、この他の業態では4割未満にとどまっている。

小売業の本支店別事業所数構成比

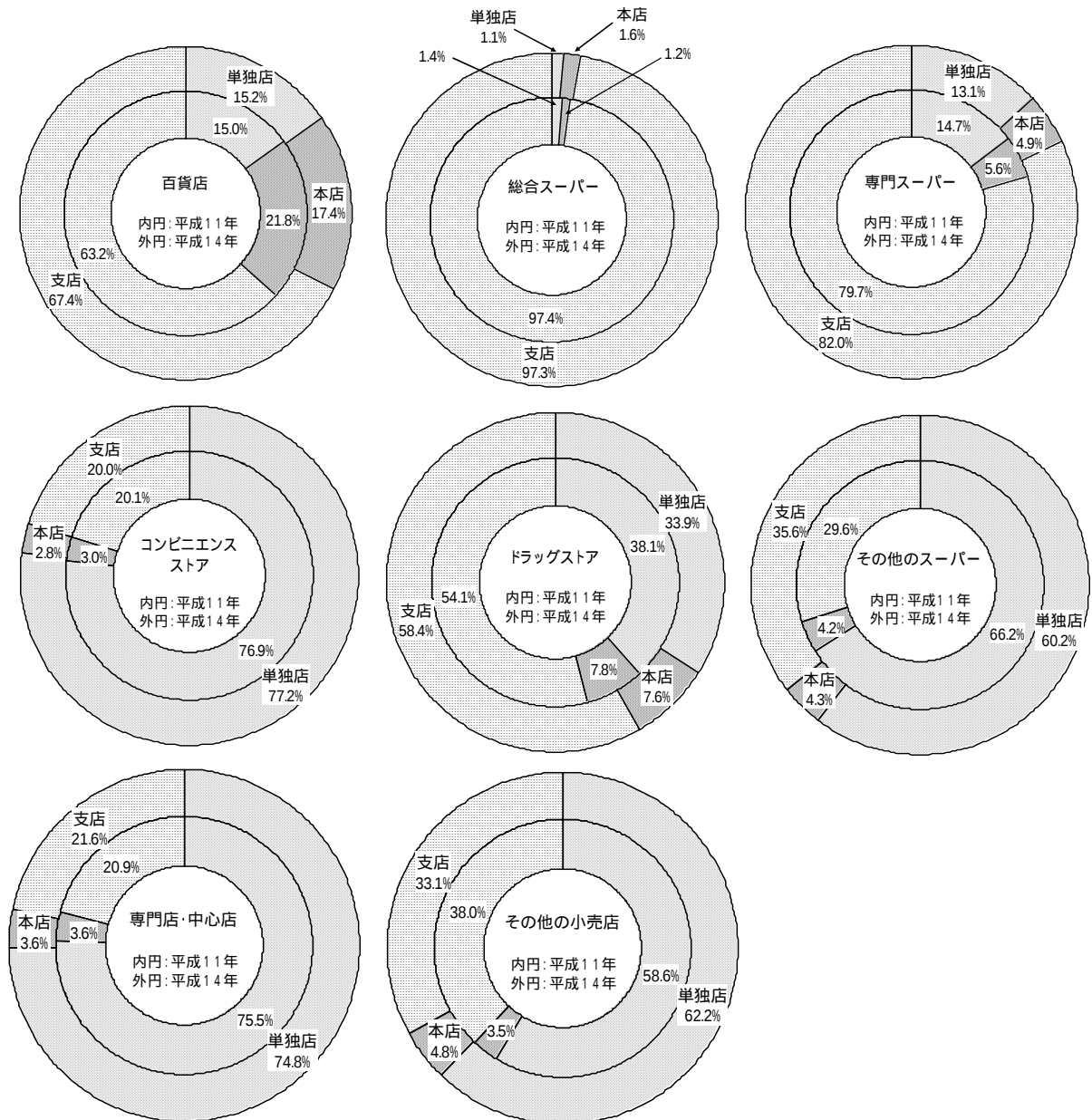


業態別、本支店別事業所数

業 態 別	単 独 店					本 店					支 店				
	平成11年	平成14年	前年比(%) 14年/11年	単独店の割合(%) 平成11年	平成14年	平成11年	平成14年	前年比(%) 14年/11年	本店の割合(%) 平成11年	平成14年	平成11年	平成14年	前年比(%) 14年/11年	支店の割合(%) 平成11年	平成14年
小売業計	1,029,056	933,840	▲ 9.3	73.1	71.8	51,593	47,841	▲ 7.3	3.7	3.7	326,235	318,376	▲ 2.4	23.2	24.5
1. 百貨店	59	55	▲ 6.8	15.0	15.2	86	63	▲ 26.7	21.8	17.4	249	244	▲ 2.0	63.2	67.4
(1) 大型百貨店	56	47	▲ 16.1	15.3	14.6	81	60	▲ 25.9	22.2	18.6	228	216	▲ 5.3	62.5	66.9
(2) その他の百貨店	3	8	166.7	10.3	20.5	5	3	▲ 40.0	17.2	7.7	21	28	33.3	72.4	71.8
2. 総合スーパー	23	18	▲ 21.7	1.4	1.1	20	27	35.0	1.2	1.6	1,627	1,623	▲ 0.2	97.4	97.3
(1) 大型総合スーパー	18	13	▲ 27.8	1.2	0.9	13	16	23.1	0.9	1.1	1,430	1,470	2.8	97.9	98.1
(2) 中型総合スーパー	5	5	0.0	2.4	3.0	7	11	57.1	3.3	6.5	197	153	▲ 22.3	94.3	90.5
3. 専門スーパー	4,892	4,840	▲ 1.1	14.7	13.1	1,884	1,820	▲ 3.4	5.6	4.9	26,605	30,375	14.2	79.7	82.0
(1) 衣料品スーパー	636	685	7.7	13.3	10.8	228	287	25.9	4.8	4.5	3,916	5,352	36.7	81.9	84.6
(2) 食料品スーパー	2,996	2,632	▲ 12.1	16.0	14.9	1,170	941	▲ 19.6	6.3	5.3	14,541	14,118	▲ 2.9	77.7	79.8
(3) 住関連スーパー	1,260	1,523	20.9	12.7	11.7	486	592	21.8	4.9	4.5	8,148	10,905	33.8	82.4	83.8
うちホームセンター	231	376	62.8	7.9	8.6	96	128	33.3	3.3	2.9	2,584	3,854	49.1	88.8	88.4
4. コンビニエンスストア	30,433	32,240	5.9	76.9	77.2	1,168	1,172	0.3	3.0	2.8	7,960	8,358	5.0	20.1	20.0
うち終日営業店	19,171	24,809	29.4	74.0	76.5	743	869	17.0	2.9	2.7	5,997	6,753	12.6	23.1	20.8
5. ドラッグストア	4,157	4,974	19.7	38.1	33.9	854	1,119	31.0	7.8	7.6	5,906	8,571	45.1	54.1	58.4
6. その他のスーパー	51,381	39,105	▲ 23.9	66.2	60.2	3,277	2,790	▲ 14.9	4.2	4.3	23,009	23,116	0.5	29.6	35.6
うち各種商品取扱店	315	184	▲ 41.6	30.9	23.5	52	34	▲ 34.6	5.1	4.3	653	564	▲ 13.6	64.0	72.1
7. 専門店 + 8. 中心店	936,159	851,222	▲ 9.1	75.5	74.8	44,189	40,744	▲ 7.8	3.6	3.6	259,614	245,351	▲ 5.5	20.9	21.6
(1) 衣料品専門店 + 中心店	128,491	113,988	▲ 11.3	67.9	66.4	8,146	6,927	▲ 15.0	4.3	4.0	52,620	50,798	▲ 3.5	27.8	29.6
(2) 食料品専門店 + 中心店	313,524	282,515	▲ 9.9	82.3	82.0	9,519	8,867	▲ 6.8	2.5	2.6	57,709	52,961	▲ 8.2	15.2	15.4
(3) 住関連専門店 + 中心店	494,144	454,719	▲ 8.0	73.8	73.2	26,524	24,950	▲ 5.9	4.0	4.0	149,285	141,592	▲ 5.2	22.3	22.8
7. 専門店	681,013	562,900	...	73.9	72.6	33,682	28,598	...	3.7	3.7	207,106	184,349	...	22.5	23.8
(1) 衣料品専門店	89,135	67,914	...	66.4	64.0	5,305	3,889	...	3.9	3.7	39,889	34,331	...	29.7	32.3
(2) 食料品専門店	197,188	160,090	...	79.1	78.4	7,029	5,995	...	2.8	2.9	45,070	38,086	...	18.1	18.7
(3) 住関連専門店	394,690	334,896	...	73.3	71.9	21,348	18,714	...	4.0	4.0	122,147	111,932	...	22.7	24.0
8. 中心店	255,146	288,322	...	80.2	79.8	10,507	12,146	...	3.3	3.4	52,508	61,002	...	16.5	16.9
(1) 衣料品中心店	39,356	46,074	...	71.7	70.3	2,841	3,038	...	5.2	4.6	12,731	16,467	...	23.2	25.1
(2) 食料品中心店	116,336	122,425	...	88.5	87.3	2,490	2,872	...	1.9	2.0	12,639	14,875	...	9.6	10.6
(3) 住関連中心店	99,454	119,823	...	75.5	76.9	5,176	6,236	...	3.9	4.0	27,138	29,660	...	20.6	19.0
9. その他の小売店	1,952	1,386	▲ 29.0	58.6	62.2	115	106	▲ 7.8	3.5	4.8	1,265	738	▲ 41.7	38.0	33.1
うち各種商品取扱店	1,951	1,264	▲ 35.2	58.6	60.6	115	104	▲ 9.6	3.5	5.0	1,265	718	▲ 43.2	38.0	34.4

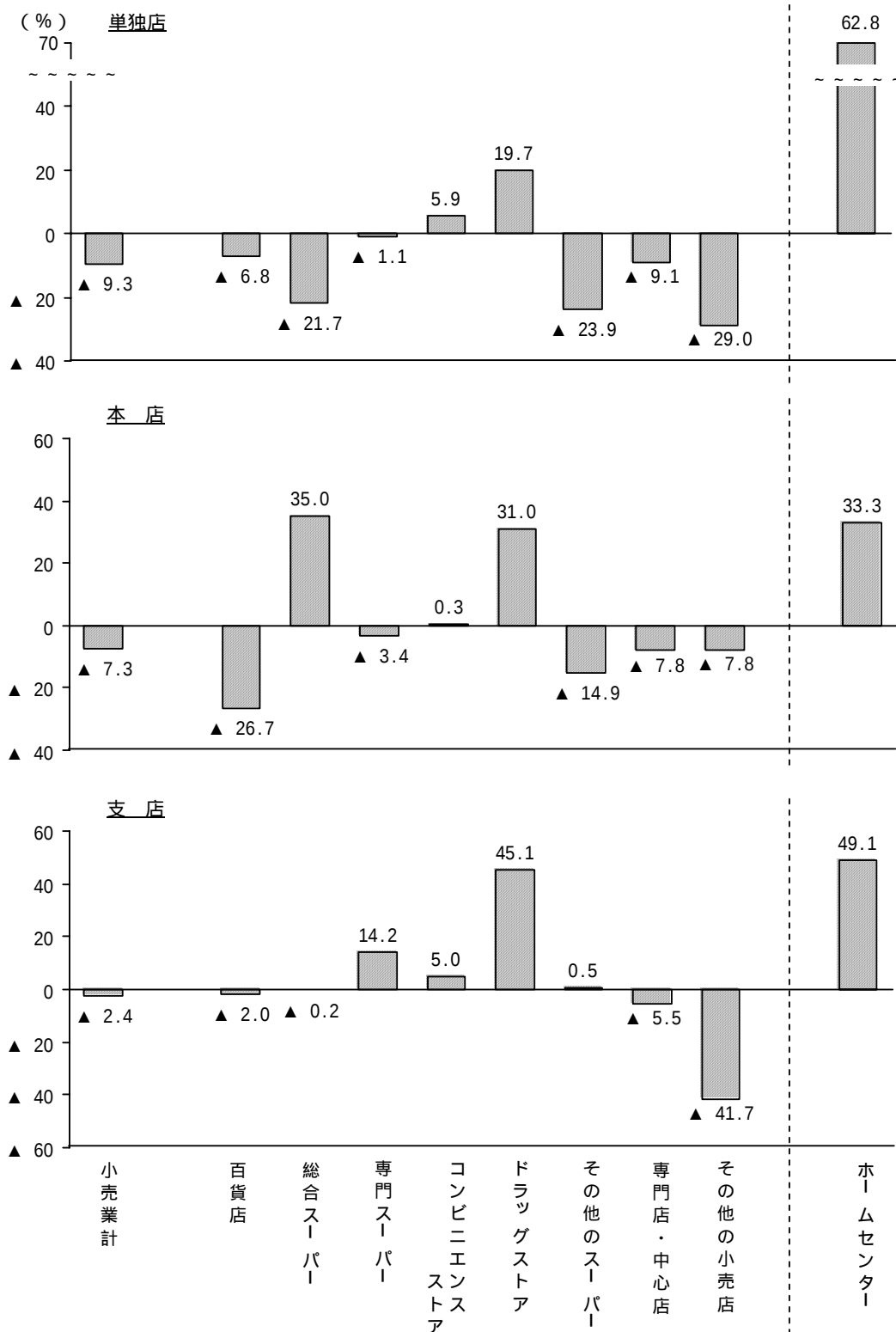
構成比を前回と比べると、百貨店は廃業などにより本店の割合（前回差▲4.4ポイント減）が縮小し、支店（同4.2ポイント増）、単独店（同0.2ポイント増）が拡大している。総合スーパーでは、廃業などから単独店（同▲0.3ポイント減）、支店（同▲0.1ポイント減）の割合が縮小、本店（同0.4ポイント増）は拡大している。専門スーパー、ドラッグストア、専門店・中心店、その他のスーパーでは、いずれも単独店が縮小、チェーン企業の開設などもあって支店が拡大している。また、コンビニエンスストア、その他の小売店では単独店が拡大している。

業態別、本支店別事業所数の構成比



前回比をみると、小売業全体では単独店、本店、支店いずれも減少しており、なかでもウエイトの高い単独店の減少幅が大きい。しかし業態別にみると、ドラッグストア、コンビニエンスストアの2業態では、単独店、本店、支店いずれも増加している。総合スーパーは本店が、専門スーパーは支店が増加した一方、専門店・中心店、その他の小売店では、単独店、本店、支店いずれも減少となっている。なお、住関連専門スーパーの内数であるホームセンターは、単独店、本店、支店いずれも大幅な伸びを示しており、なかでも支店の事業所数が大きく増加している。

業態別、本支店別事業所数の前回比



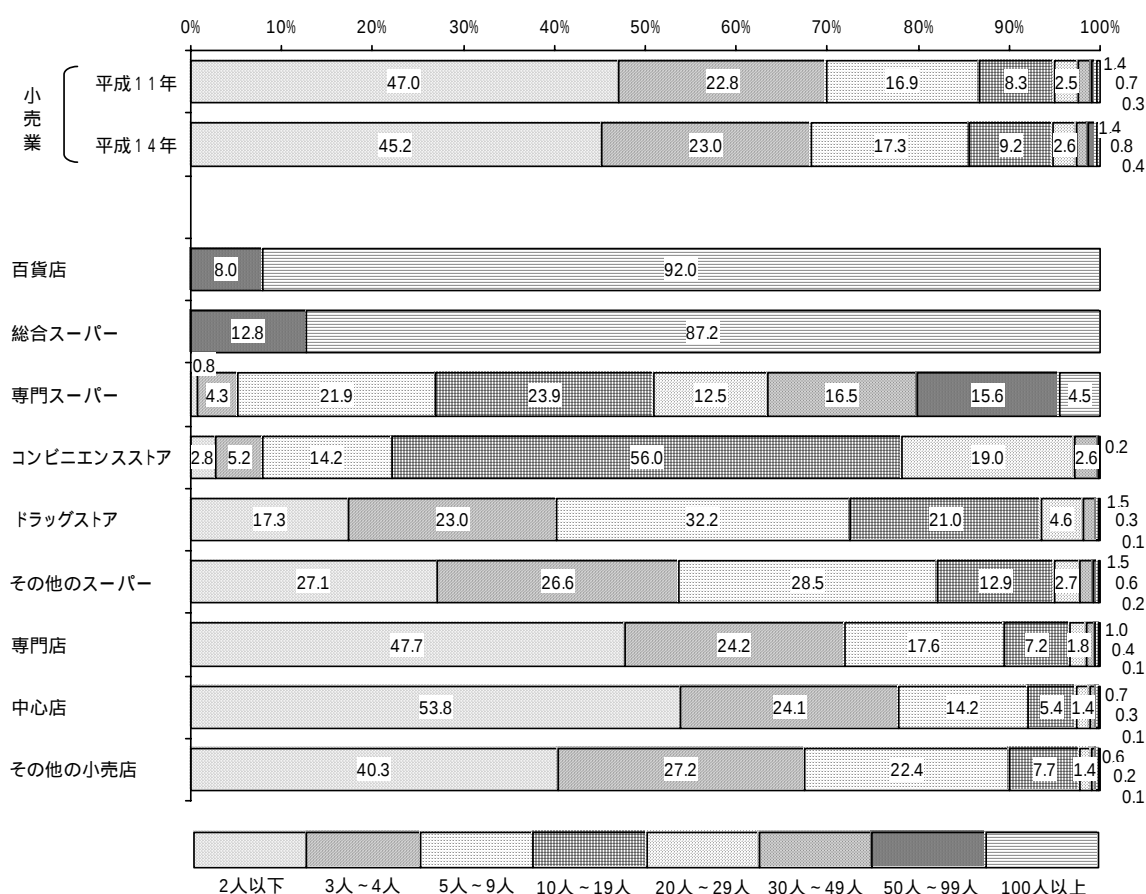
(4) 就業者規模別の事業所数

就業者規模別にみると、引き続き小売業全体の7割近くを就業者4人以下の小規模事業所が占めているが、その割合は縮小している。

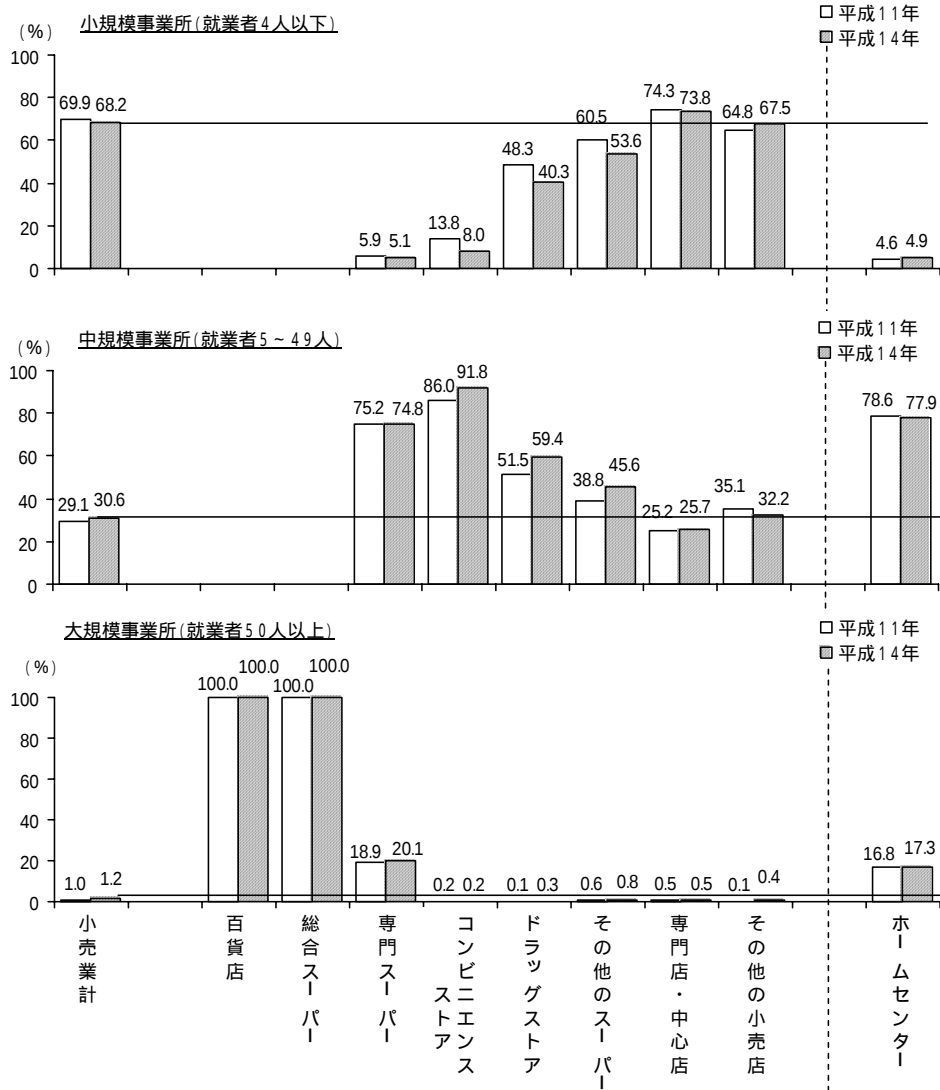
業態別にみると、百貨店、総合スーパーでは就業者100人以上の事業所が9割前後を占め、コンビニエンスストア（中規模事業所の構成比91.8%）、専門スーパー（同74.8%）、ドラッグストア（同59.4%）では就業者5～49人の中規模事業所の割合が高い。中心店（小規模事業所の構成比77.9%）、専門店（同71.9%）、その他の小売店（同67.5%）、その他のスーパー（同53.6%）は小規模事業所の割合が高く、なかでも中心店では5割強が就業者2人以下の事業所となっている。

構成比を前回と比べると、小規模事業所（就業者4人以下）の割合はその他の小売店を除くすべての業態で縮小、中規模事業所（就業者5～49人）の割合はその他の小売店、総合スーパーを除き拡大している。また、専門スーパーでは大規模事業所（就業者50人以上）が拡大傾向にある。

業態別、就業者規模別事業所数の構成比



就業者規模別にみた業態別事業所数構成比の比較



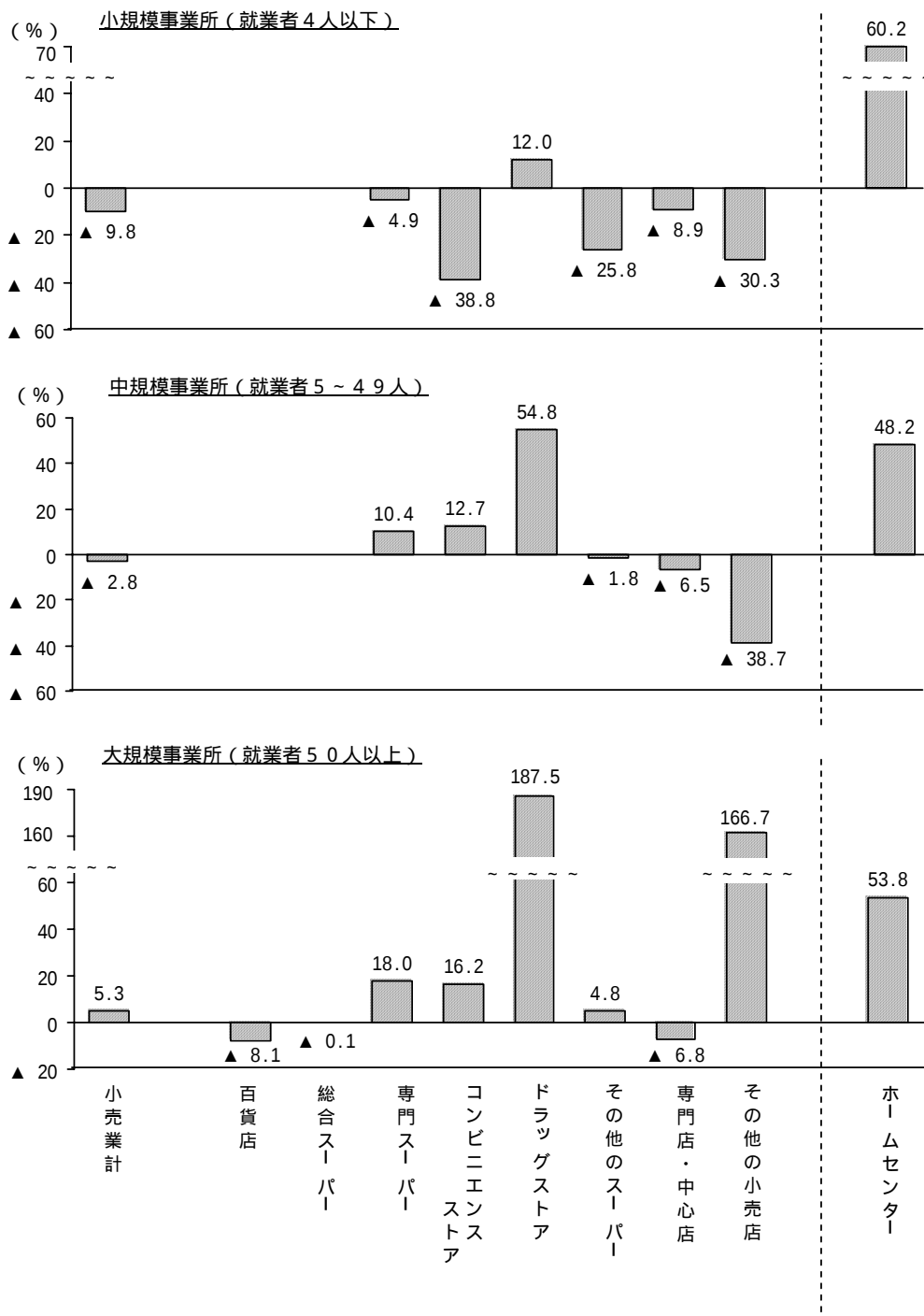
業態別、就業者規模別事業所数

業 態 別	小規模事業所(就業者4人以下)					中規模事業所(就業者5～49人)					大規模事業所(就業者50人以上)				
	平成11年	平成14年	前 回 比 (%)	小規模の割合(%)		平成11年	平成14年	前 回 比 (%)	中規模の割合(%)		平成11年	平成14年	前 回 比 (%)	大規模の割合(%)	
				14年/11年	平成11年				14年/11年	平成11年				14年/11年	平成14年
小売業計	983,221	887,035	▲ 9.8	69.9	68.2	408,901	397,482	▲ 2.8	29.1	30.6	14,762	15,540	▲ 5.3	1.0	1.2
1. 百貨店											394	362	▲ 8.1	100.0	100.0
(1)大型百貨店											365	323	▲ 11.5	100.0	100.0
(2)その他の百貨店											29	39	▲ 34.5	100.0	100.0
2. 総合スーパー											1,670	1,668	▲ 0.1	100.0	100.0
(1)大型総合スーパー											1,461	1,499	▲ 2.6	100.0	100.0
(2)中型総合スーパー											209	169	▲ 19.1	100.0	100.0
3. 専門スーパー	1,972	1,876	▲ 4.9	5.9	5.1	25,093	27,703	10.4	75.2	74.8	6,316	7,456	18.0	18.9	20.1
(1)衣料品スーパー	782	607	▲ 22.4	16.4	9.6	3,892	5,604	44.0	81.4	88.6	106	113	6.6	2.2	1.8
(2)食料品スーパー	427	418	▲ 2.1	2.3	2.4	12,890	11,138	▲ 13.6	68.9	63.0	5,390	6,135	13.8	28.8	34.7
(3)住関連スーパー	763	851	▲ 11.5	7.7	6.5	8,311	10,961	31.9	84.0	84.2	820	1,208	47.3	8.3	9.3
うちホームセンター	133	213	60.2	4.6	4.9	2,289	3,393	48.2	78.6	77.9	489	752	53.8	16.8	17.3
4. コンビニエンスストア	5,475	3,348	▲ 38.8	13.8	8.0	34,018	38,343	12.7	86.0	91.8	68	79	16.2	0.2	0.2
うち終日営業店	220	236	7.3	0.8	0.7	25,661	32,147	25.3	99.0	99.1	30	48	60.0	0.1	0.1
5. ドラッグストア	5,276	5,908	12.0	48.3	40.3	5,625	8,710	54.8	51.5	59.4	16	46	187.5	0.1	0.3
6. その他のスーパー	47,026	34,877	▲ 25.8	60.5	53.6	30,164	29,634	▲ 1.8	38.8	45.6	477	500	4.8	0.6	0.8
うち各種商品取扱店	380	188	▲ 50.5	37.3	24.0	634	593	▲ 6.5	62.2	75.8	6	1	▲ 83.3	0.6	0.1
7. 専門店 + 8. 中心店	921,313	839,521	▲ 8.9	74.3	73.8	312,831	292,375	▲ 6.5	25.2	25.7	5,818	5,421	▲ 6.8	0.5	0.5
(1)衣料品専門店 + 中心店	151,867	138,569	▲ 8.8	80.2	80.7	37,055	32,859	▲ 11.3	19.6	19.1	335	285	▲ 14.9	0.2	0.2
(2)食料品専門店 + 中心店	298,302	265,597	▲ 11.0	78.3	77.1	80,965	77,223	▲ 4.6	21.3	22.4	1,485	1,523	2.6	0.4	0.4
(3)住関連専門店 + 中心店	471,144	435,355	▲ 7.6	70.3	70.1	194,811	182,293	▲ 6.4	29.1	29.3	3,998	3,613	▲ 9.6	0.6	0.6
7. 専門店	671,324	557,867	...	72.8	71.9	246,031	214,075	...	26.7	27.6	4,446	3,905	...	0.5	0.5
(1)衣料品専門店	109,630	86,969	...	81.6	81.9	24,596	19,046	...	18.3	17.9	103	119	...	0.1	0.1
(2)食料品専門店	187,626	148,205	...	75.3	72.6	60,712	55,084	...	24.4	27.0	949	882	...	0.4	0.4
(3)住関連専門店	374,068	322,693	...	69.5	69.3	160,723	139,945	...	29.9	30.1	3,394	2,904	...	0.6	0.6
8. 中心店	249,989	281,654	...	78.6	77.9	66,800	78,300	...	21.0	21.7	1,372	1,516	...	0.4	0.4
(1)衣料品中心店	42,237	51,600	...	76.9	78.7	12,459	13,813	...	22.7	21.1	232	166	...	0.4	0.3
(2)食料品中心店	110,676	117,392	...	84.2	83.7	20,253	22,139	...	15.4	15.8	536	641	...	0.4	0.5
(3)住関連中心店	97,076	112,662	...	73.7	72.3	34,088	42,348	...	25.9	27.2	604	709	...	0.5	0.5
9. その他の小売店	2,159	1,505	▲ 30.3	64.8	67.5	1,170	717	▲ 38.7	35.1	32.2	3	8	166.7	0.1	0.4
うち各種商品取扱店	2,159	1,375	▲ 36.3	64.8	65.9	1,170	709	▲ 39.4	35.1	34.0	2	2	0.0	0.1	0.1

前回比をみると、就業者４人以下（前回比▲９.８％減）及び５～４９人（同▲２.８％減）の小・中規模事業所は減少、５０人以上（同５.３％増）の大規模事業所は増加となっている。

業態別にみると、ドラッグストアはいずれの規模も増加となっている。規模ごとにみると、小規模事業所ではドラッグストアの増加を除き他の業態はすべて減少、中規模事業所ではコンビニエンスストア、ドラッグストア、専門スーパーが増加したものの事業所数が多い専門店・中心店の減少などから中規模事業所計では減少となっている。大規模事業所では、専門店・中心店、百貨店が減少、総合スーパーが微減となったのを除き他の業態はすべて増加しており、なかでも専門スーパーは１０００事業所を超える増加であった。専門スーパーの内訳では、主力の食料品スーパー（大規模事業所の前回比１３.８％増）が大きく牽引したのをはじめ、住関連スーパー（同４７.３％増）、衣料品スーパー（同６.６％増）とともに増加となっている。

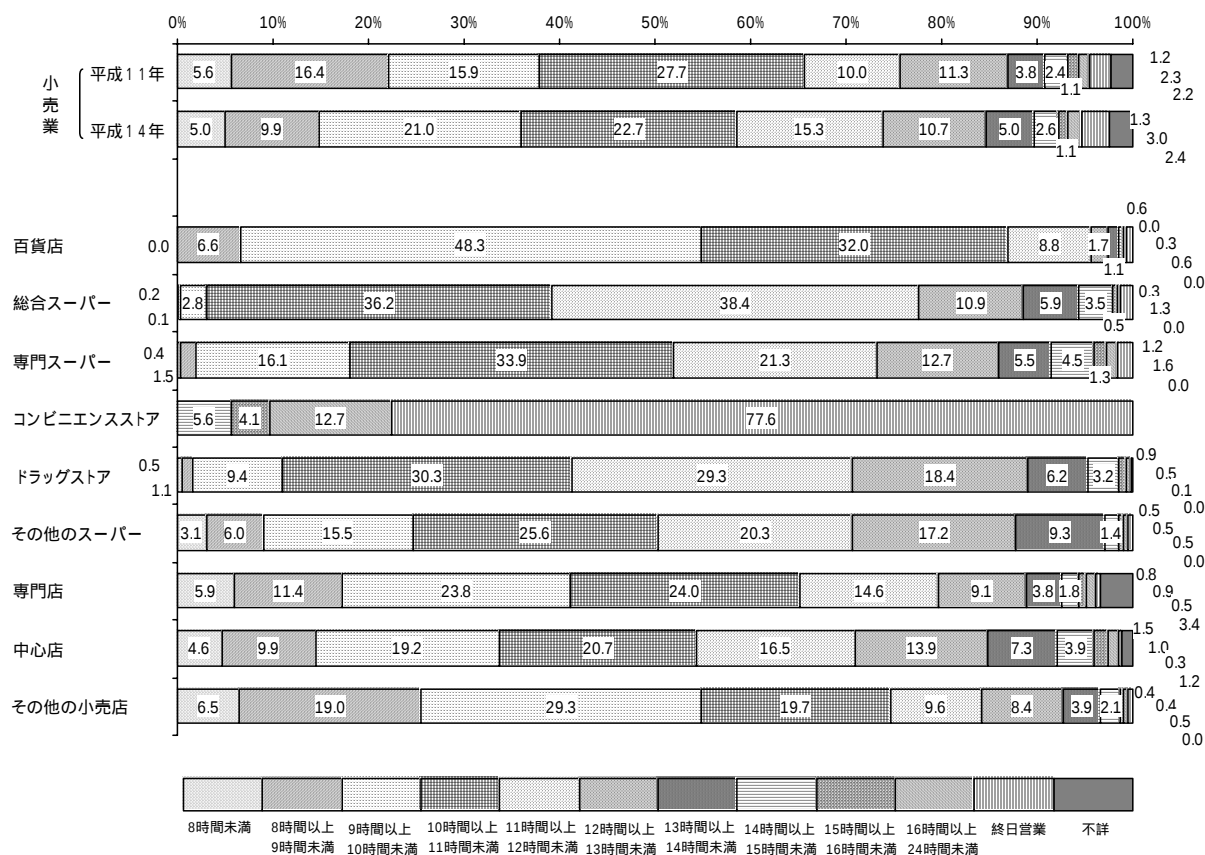
業態別、就業者規模別事業所数の前回比



(5) 営業時間別の事業所数

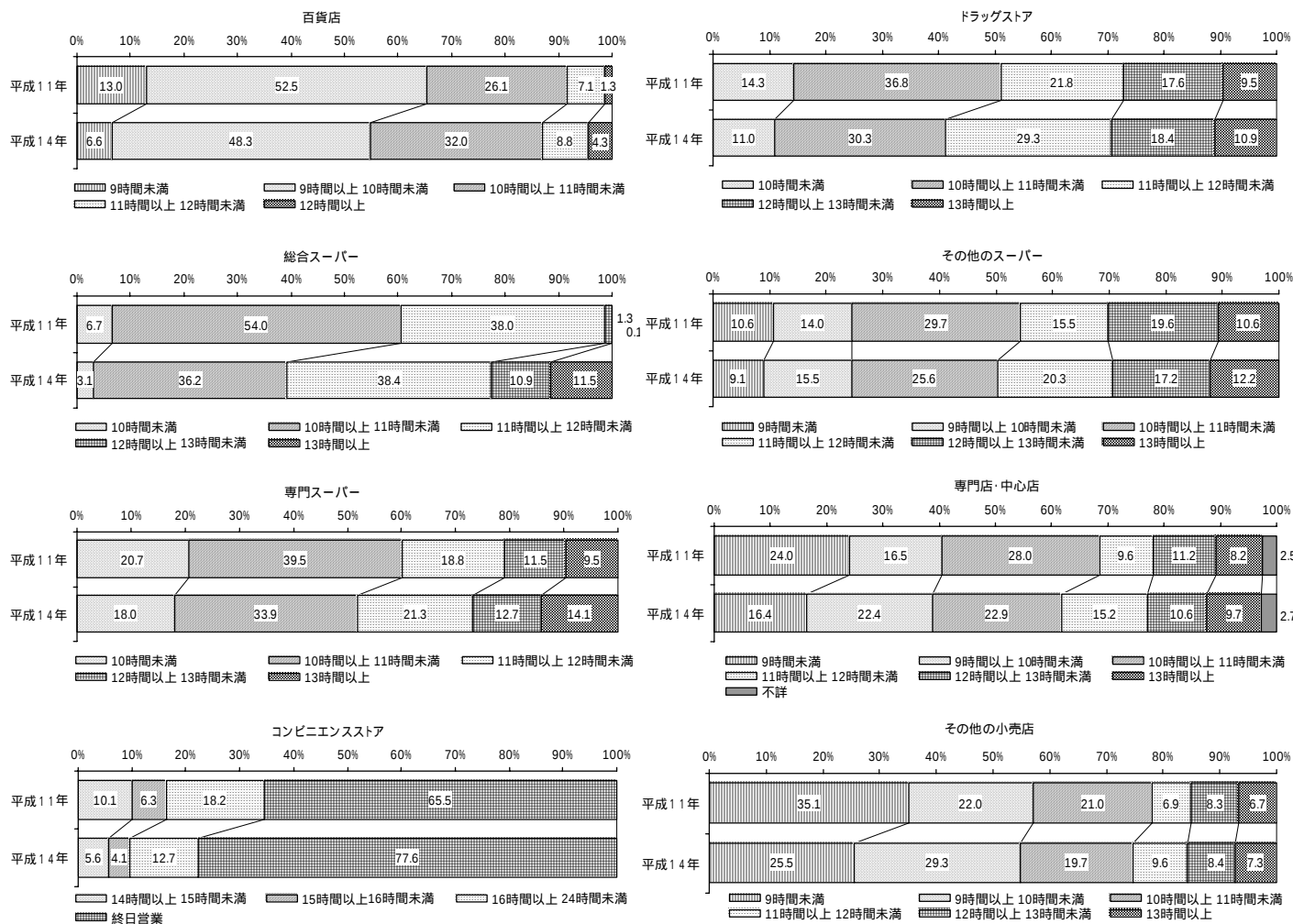
営業時間を業態別にみると、百貨店は9時間以上10時間未満(構成比48.3%)、総合スーパーは11時間以上12時間未満(同38.4%)の割合が最も高く、コンビニエンスストアは終日営業(同77.6%)が8割近くを占めている。専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパー、専門店、中心店は、いずれも10時間以上11時間未満の割合が最も高い。このうち、ドラッグストア、その他のスーパーでは3割近くが12時間以上営業しており、コンビニエンスストアに次いで長時間営業の割合が高くなっている。

業態別、営業時間別事業所数の構成比



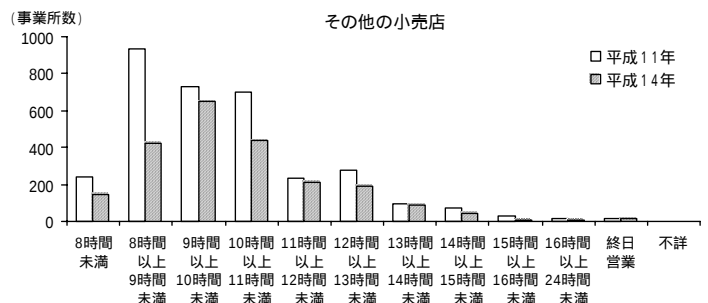
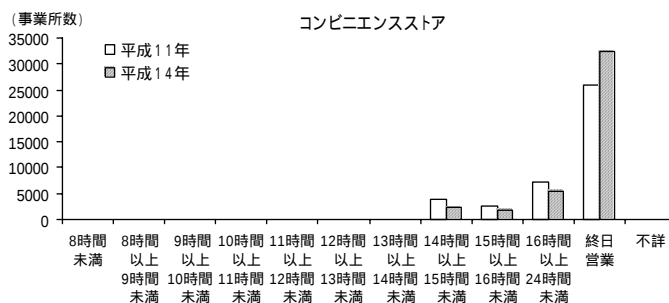
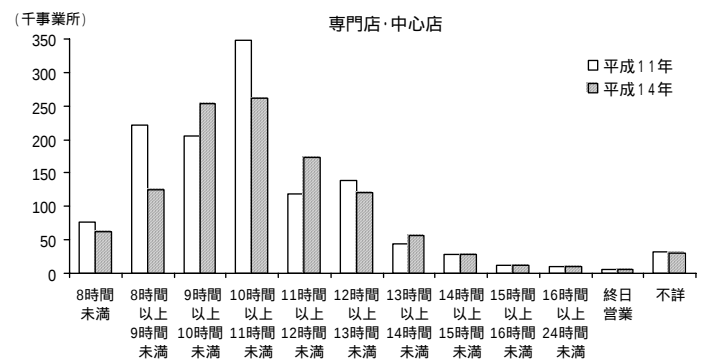
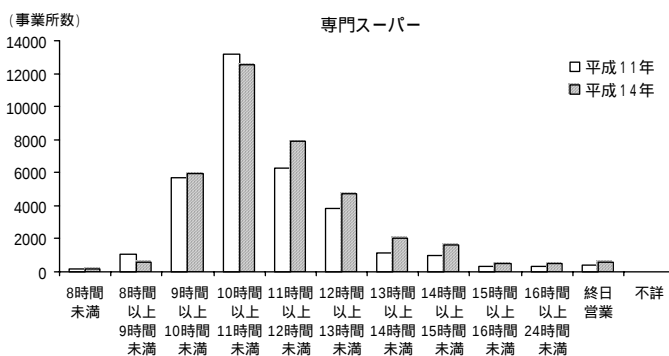
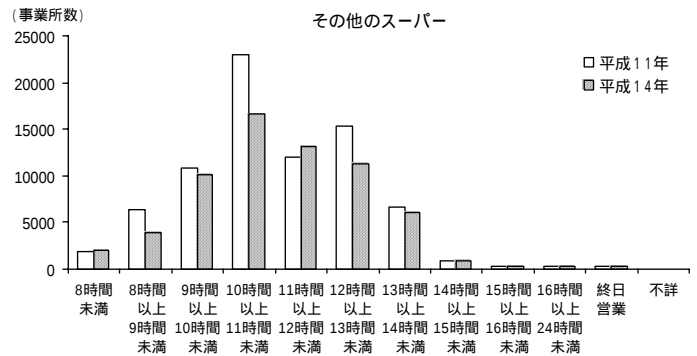
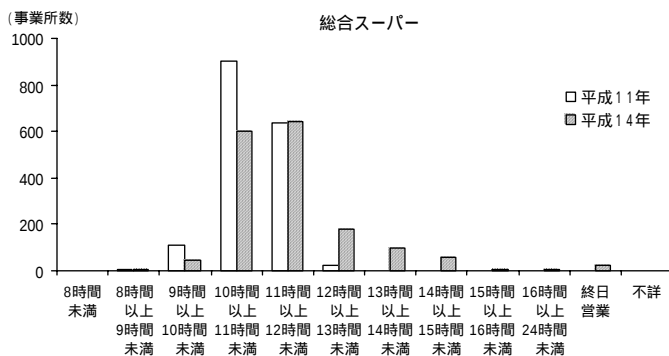
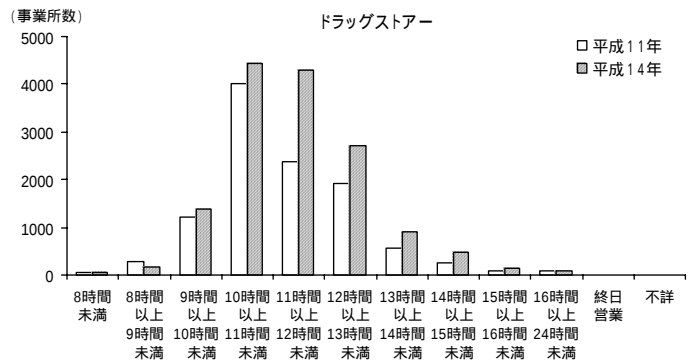
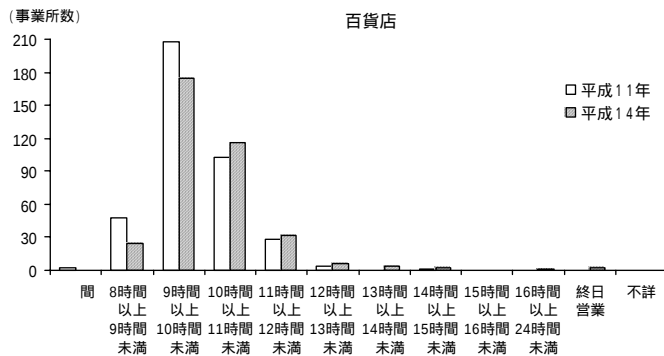
構成比を前回と比べると、百貨店は前回過半を占めていた9時間以上10時間未満が縮小し、10時間以上の事業所の割合が34.5%から45.1%へと拡大している。総合スーパーでは、消費者のライフスタイルの変化や規制緩和を背景に12時間以上の事業所が1%台から2割強へと大きく拡大、6割の事業所で11時間以上の営業となっている。専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパー、専門店・中心店では11時間以上が、その他の小売店では9時間以上の事業所がいずれも拡大している。コンビニエンスストアでは、既存店における終日営業への切り替えの進展や新設店においては終日営業が極めて多いことから、終日営業割合が前回の65.5%から77.6%へと8割近くまで拡大している。

業態別、営業時間別事業所数構成比の比較



営業時間別の事業所数を前回と比べると、その他の小売店を除くすべての業態で１１時間以上１２時間未満の事業所が増加している。業態ごとにみると、事業所数が減少している百貨店では営業時間１０時間未満の事業所が減少した一方、１０時間以上の事業所は増加、総合スーパー、専門スーパーでは１１時間以上が、その他のスーパーでは１４時間以上の事業所がいずれも増加となっており、消費者のライフスタイルの変化や営業時間の規制緩和を背景に、これらの業態を中心として長時間営業の事業所が増加している。また、事業所数が増加しているコンビニエンスストアでは終日営業店が増加、その他の時間帯はすべて減少となっている。

業態別、営業時間別事業所数(平成１１年、平成１４年)



業態別、営業時間別事業所数の増減率

業 態 別	計	営業時間別事業所数 前回比(%)												
		8時間 未満	8時間 以上 9時間 未満	9時間 以上 10時間 未満	10時間 以上 11時間 未満	11時間 以上 12時間 未満	12時間 以上 13時間 未満	13時間 以上 14時間 未満	14時間 以上 15時間 未満	15時間 以上 16時間 未満	16時間 以上 24時間 未満	終日 営業	不詳	
小売業計	▲ 7.6	▲ 17.5	▲ 43.8	21.7	▲ 24.1	41.9	▲ 12.6	21.9	▲ 1.5	▲ 10.7	▲ 3.9	17.7	▲ 1.0	
1. 百貨店	▲ 8.1	...	▲ 50.0	▲ 15.5	12.6	14.3	50.0	-	100.0	-	-	-	▲ 1.0	
(1)大型百貨店	▲ 11.5	...	▲ 45.9	▲ 17.9	9.3	▲ 3.8	0.0	-	-	-	-	-		
(2)その他の百貨店	34.5	...	▲ 63.6	66.7	66.7	250.0	200.0	-	▲ 100.0	-	-	-		
2. 総合スーパー	▲ 0.1	...	▲ 40.0	▲ 57.0	▲ 33.1	0.9	727.3	9800.0	-	-	-	-		
(1)大型総合スーパー	2.6	...	▲ 25.0	▲ 57.0	▲ 30.4	7.2	794.1	8100.0	-	-	-	-		
(2)中型総合スーパー	▲ 19.1	...	▲ 100.0	▲ 57.1	▲ 55.9	▲ 37.1	500.0	-	-	-	-	-		
3. 専門スーパー	10.9	11.4	▲ 48.7	5.4	▲ 4.7	25.3	22.8	74.2	64.3	56.1	55.4	43.0		
(1)衣料品スーパー	32.3	75.0	▲ 69.2	52.7	12.3	61.3	51.7	1840.0	300.0	▲ 33.3	933.3	41.7		
(2)食料品スーパー	▲ 5.4	37.5	▲ 52.5	▲ 24.7	▲ 30.5	11.2	13.9	40.5	49.4	45.7	16.0	38.5		
(3)住関連スーパー	31.6	▲ 9.3	▲ 25.0	2.0	23.7	71.3	42.1	96.8	75.3	83.7	144.8	91.2		
うちホームセンター	49.7	75.0	20.3	▲ 18.8	56.3	145.9	241.0	135.3	262.5	-	114.3	300.0		
4. コンビニエンスストア	5.6								▲ 41.7	▲ 31.7	▲ 25.9	25.2		
うち終日営業店	25.2											25.2		
5. ドラッグストア	34.3	53.3	▲ 42.6	13.5	10.6	80.6	40.5	56.0	86.5	45.3	▲ 23.7	▲ 35.7		
6. その他のスーパー	▲ 16.3	7.7	▲ 38.6	▲ 7.1	▲ 27.7	9.9	▲ 26.6	▲ 10.0	13.3	12.4	34.4	49.1		
うち各種商品取扱店	▲ 23.3	▲ 57.1	▲ 57.7	▲ 23.4	▲ 32.8	14.3	19.0	▲ 47.9	275.0	-	▲ 40.0	▲ 50.0		
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 8.3	▲ 18.2	▲ 43.9	23.9	▲ 25.0	45.5	▲ 12.9	24.8	0.5	▲ 9.2	10.1	▲ 16.9	▲ 1.0	
(1)衣料品専門店 + 中心店	▲ 9.3	▲ 3.1	▲ 25.3	4.2	▲ 25.5	41.2	▲ 8.4	45.4	2.2	▲ 15.2	213.0	184.2	1.1	
(2)食料品専門店 + 中心店	▲ 9.6	▲ 4.1	▲ 43.2	13.4	▲ 34.3	48.1	▲ 14.3	29.8	2.1	▲ 8.9	5.7	▲ 62.7		
(3)住関連専門店 + 中心店	▲ 7.3	▲ 32.6	▲ 49.5	36.8	▲ 19.3	44.9	▲ 12.2	19.4	▲ 0.9	▲ 9.3	10.3	24.7		▲ 2.0
9. その他の小売店	▲ 33.1	▲ 39.3	▲ 54.5	▲ 10.8	▲ 37.2	▲ 6.5	▲ 31.9	▲ 9.3	▲ 35.6	▲ 67.9	▲ 23.1	▲ 8.3	▲ 8.3	
うち各種商品取扱店	▲ 37.4	▲ 43.5	▲ 55.3	▲ 13.0	▲ 40.9	▲ 13.0	▲ 43.1	▲ 35.1	▲ 46.6	▲ 71.4	▲ 53.8			

2. 業態別にみた年間商品販売額

～ 専門店・中心店、百貨店などが減少、
ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアは増加 ～

(1) 業態別の年間商品販売額

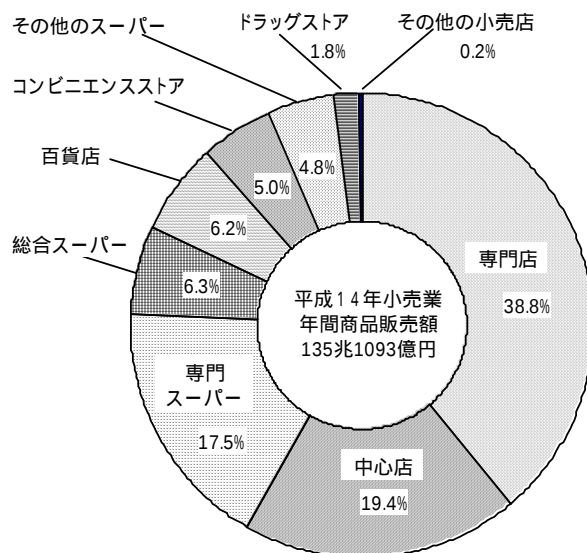
平成14年調査における小売事業所の年間商品販売額は、135兆1093億円、前回比▲6.1%の減少であった。

業態別にみると、専門店が52兆4147億円（小売業全体の38.8%）次いで中心店が26兆1920億円（同19.4%）、専門スーパーが23兆6305億円（同17.5%）の順に多く、これら3業態で小売販売額の4分の3を占めている。専門店、中心店の2業態は事業所数では小売事業所の88%を占めているものの、小規模の事業所が多いことから年間商品販売額では58%にとどまっている。

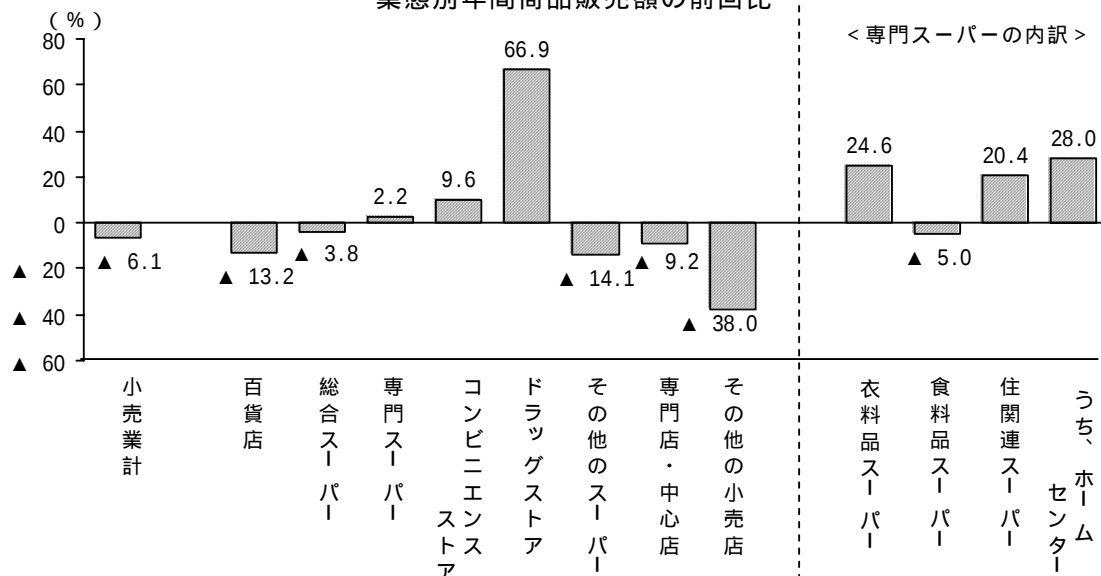
以下、総合スーパーが8兆5151億円（同6.3%）、百貨店が8兆4269億円（同6.2%）、コンビニエンスストアが6兆7137億円（同5.0%）、その他のスーパーが6兆4917億円（同4.8%）、ドラッグストアが2兆4949億円（同1.8%）、その他の小売店が2297億円（同0.2%）となっている。

前回比をみると、小売業の年間商品販売額が減少するなか、ドラッグストア（前回比66.9%増）、コンビニエンスストア（同9.6%増）、専門スーパー（同2.2%増）の3業態は増加となっている。なかでもドラッグストアは、チェーン企業の出店や店舗の大型化に伴う品揃えの拡大など急成長しており、大幅な増加となっている。専門スーパーの内訳では、ホームセンターが含まれる住関連スーパー（同20.4%増）や衣料品スーパー（同24.6%増）が大幅に増加、一方、食料品スーパー（同▲5.0%減）は事業所数と同様に減少している。ウエイトの高い専門店・中心店（前回比▲9.2%減）、百貨店（同▲13.2%減）は引き続き減少となっている。

業態別年間商品販売額の構成比



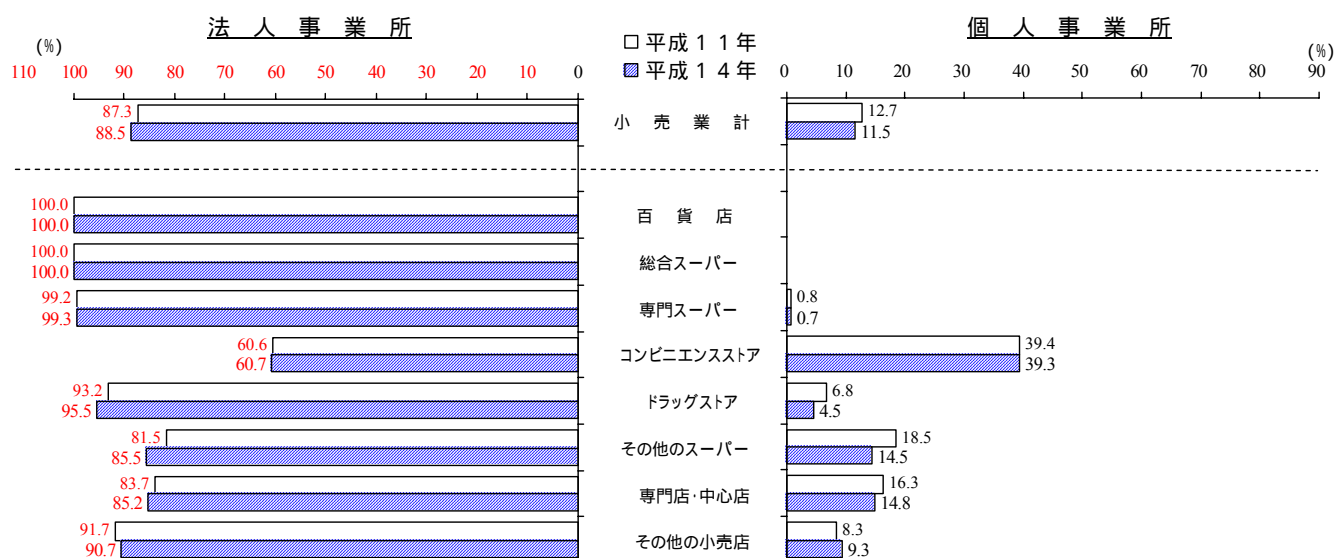
業態別年間商品販売額の前回比



(2) 経営組織別の年間商品販売額

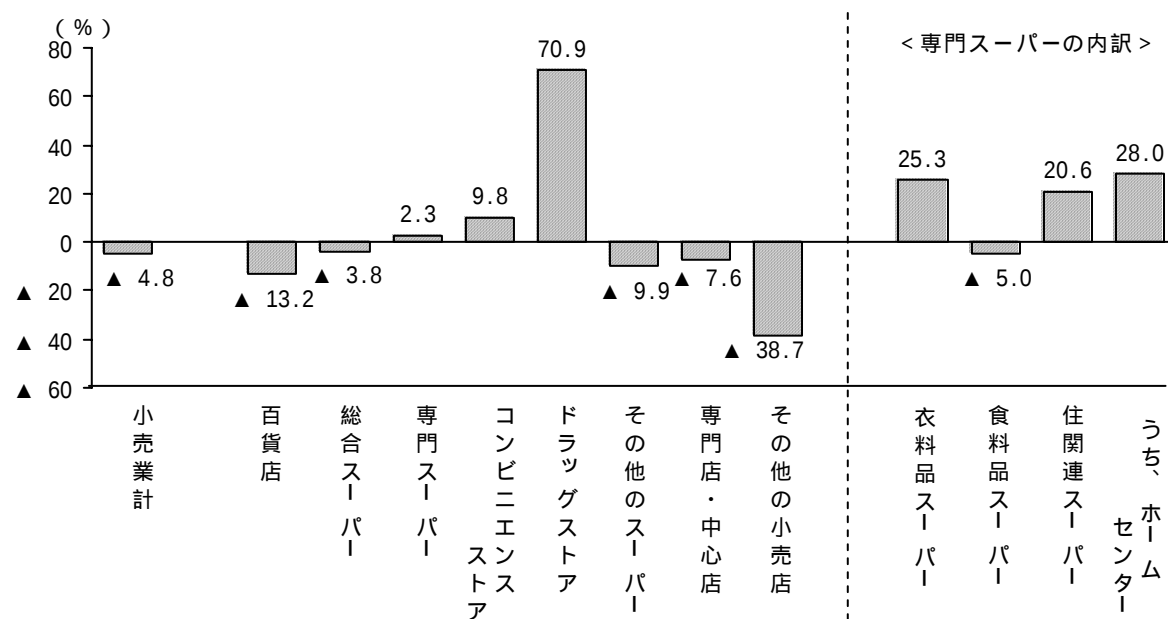
経営組織別にみると、小売業全体の年間商品販売額のうち法人事業所は88.5%、個人事業所は11.5%の割合であった。これを業態別にみると、コンビニエンスストアでは個人事業所が4割近くを占めているものの、その他の業態はいずれも法人事業所が8割以上を占めており、その割合はその他の小売店を除くすべての業態でわずかながら拡大している。

業態別、経営組織別年間商品販売額の構成比



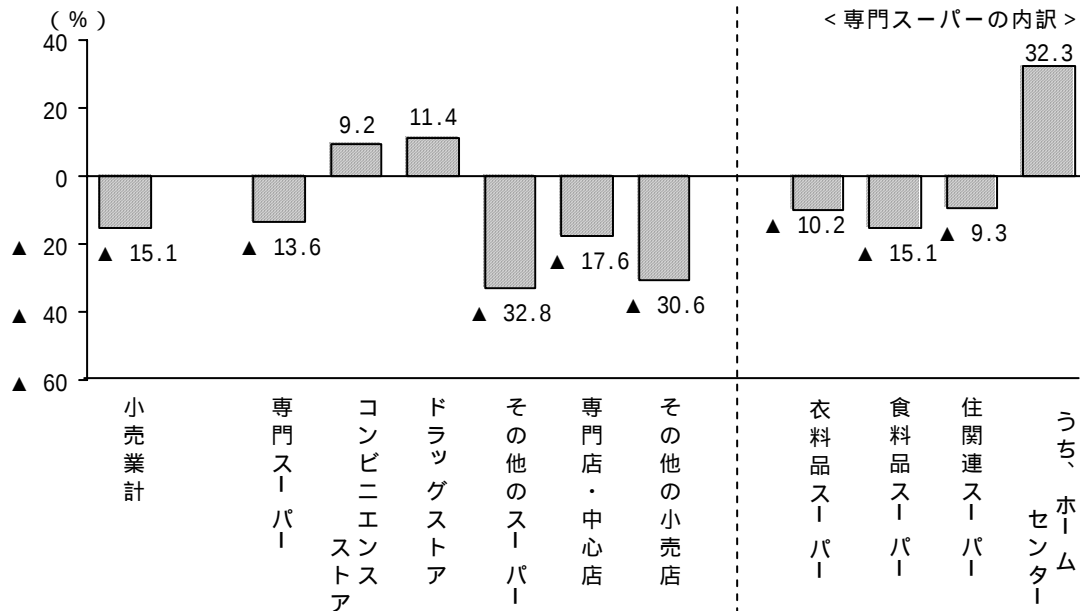
法人事業所の年間商品販売額は、前回比▲4.8%の減少であった。これを業態別にみると、専門店・中心店（前回比▲7.6%減）、百貨店（同▲13.2%減）、その他のスーパー（同▲9.9%減）などが減少、ドラッグストア（同70.9%増）、専門スーパー（同2.3%増）、コンビニエンスストア（同9.8%増）の3業態は増加となっている。なお、住関連の専門スーパーの内数であるホームセンターは、前回比28.0%の大幅増であった。

法人事業所の業態別年間商品販売額の前回比



個人事業所の年間商品販売額は、前回は▲15.1%の減少であった。これを業態別にみると、コンビニエンスストア（同 9.2%増）、ドラッグストア（同 11.4%増）は法人同様、個人事業所においても増加しているものの、専門店・中心店（同▲17.6%減）、その他のスーパー（同▲32.8%減）、専門スーパー（同▲13.6%減）、その他の小売店（同▲30.6%減）はいずれも2桁台の大幅な減少となっている。なお、ホームセンターは、前回は32.3%の大幅増であった。

個人事業所の業態別年間商品販売額の前回比



業態別、経営組織別の年間商品販売額

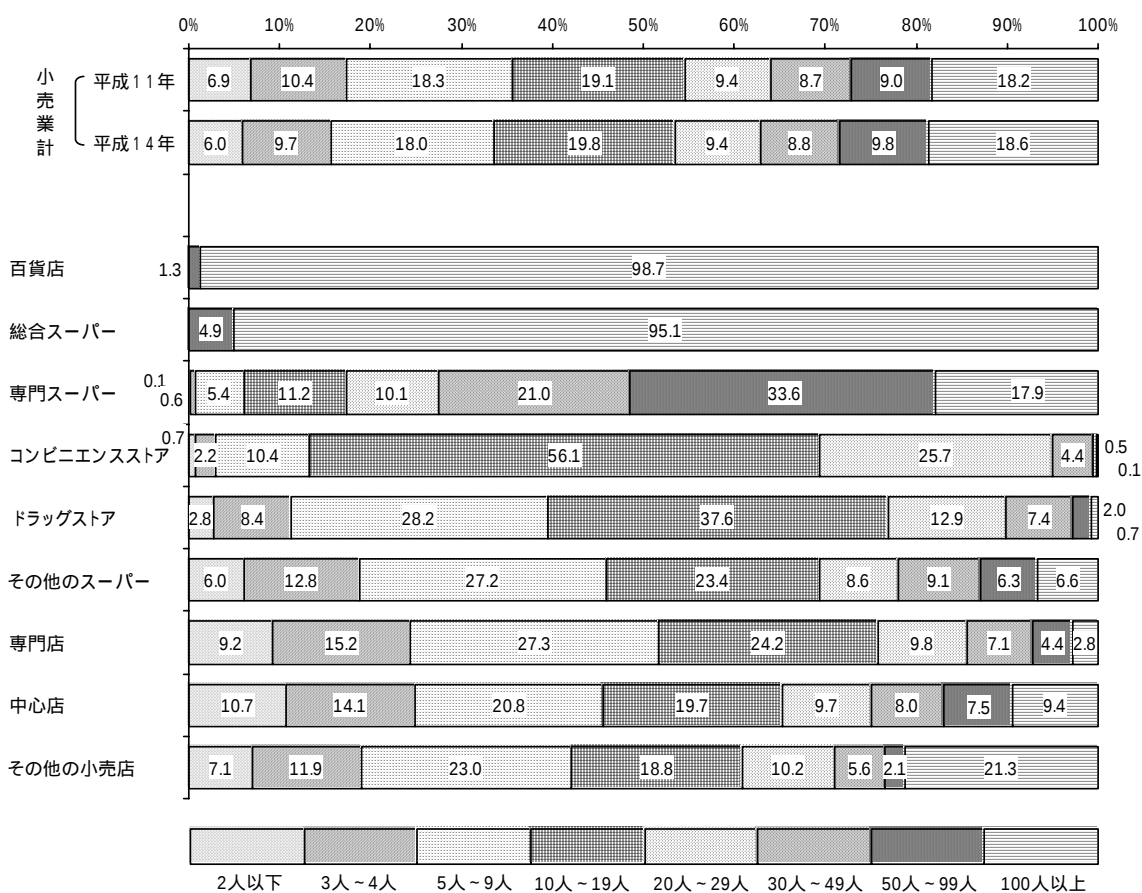
業 態 別	年 間 商 品 販 売 額											
	計			法人事業所						個人事業所		
	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	前回比(%) 14年/11年	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	構成比(%) 平成11年	平成14年	前回比(%) 14年/11年	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	構成比(%) 平成11年	平成14年
小売業計	143,832,551	135,109,295	▲ 6.1	125,549,537	119,578,641	100.0	100.0	▲ 4.8	18,283,015	15,530,654	100.0	100.0
1. 百貨店	9,705,460	8,426,888	▲ 13.2	9,705,460	8,426,888	7.7	7.0	▲ 13.2	0	0	0.0	0.0
(1)大型百貨店	9,517,559	8,055,466	▲ 15.4	9,517,559	8,055,466	7.6	6.7	▲ 15.4	0	0	0.0	0.0
(2)その他の百貨店	187,901	371,422	97.7	187,901	371,422	0.1	0.3	97.7	0	0	0.0	0.0
2. 総合スーパー	8,849,658	8,515,119	▲ 3.8	8,849,658	8,515,119	7.0	7.1	▲ 3.8	0	0	0.0	0.0
(1)大型総合スーパー	8,264,234	8,061,796	▲ 2.4	8,264,234	8,061,796	6.6	6.7	▲ 2.4	0	0	0.0	0.0
(2)中型総合スーパー	585,424	453,323	▲ 22.6	585,424	453,323	0.5	0.4	▲ 22.6	0	0	0.0	0.0
3. 専門スーパー	23,121,207	23,630,467	2.2	22,940,575	23,474,331	18.3	19.6	2.3	180,632	156,137	1.0	1.0
(1)衣料品スーパー	1,270,681	1,583,349	24.6	1,246,219	1,561,382	1.0	1.3	25.3	24,462	21,967	0.1	0.1
(2)食料品スーパー	16,747,995	15,903,759	▲ 5.0	16,619,611	15,794,796	13.2	13.2	▲ 5.0	128,384	108,963	0.7	0.7
(3)住関連スーパー	5,102,531	6,143,359	20.4	5,074,745	6,118,153	4.0	5.1	20.6	27,786	25,206	0.2	0.2
うちホームセンター	2,402,371	3,075,939	28.0	2,398,355	3,070,623	1.9	2.6	28.0	4,017	5,316	0.0	0.0
4. コンビニエンスストア	6,126,986	6,713,687	9.6	3,710,850	4,075,513	3.0	3.4	9.8	2,416,135	2,638,174	13.2	17.0
うち終日営業店	4,665,429	5,718,584	22.6	2,752,791	3,373,167	2.2	2.8	22.5	1,912,638	2,345,418	10.5	15.1
5. ドラッグストア	1,495,041	2,494,944	66.9	1,393,253	2,381,526	1.1	2.0	70.9	101,789	113,418	0.6	0.7
6. その他のスーパー	7,561,624	6,491,695	▲ 14.1	6,161,752	5,550,484	4.9	4.6	▲ 9.9	1,399,872	941,210	7.7	6.1
うち各種商品取扱店	258,665	191,328	▲ 26.0	251,762	187,233	0.2	0.2	▲ 25.6	6,903	4,095	0.0	0.0
7. 専門店 + 中心店	86,601,888	78,606,747	▲ 9.2	72,448,171	66,946,442	57.7	56.0	▲ 7.6	14,153,717	11,660,305	77.4	75.1
(1)衣料品専門店 + 中心店	10,967,981	8,640,724	▲ 21.2	9,379,081	7,401,437	7.5	6.2	▲ 21.1	1,588,900	1,239,287	8.7	8.0
(2)食料品専門店 + 中心店	15,887,053	14,187,365	▲ 10.7	10,731,104	10,090,370	8.5	8.4	▲ 6.0	5,155,949	4,096,995	28.2	26.4
(3)住関連専門店 + 中心店	59,746,854	55,778,660	▲ 6.6	52,337,986	49,454,636	41.7	41.4	▲ 5.5	7,408,868	6,324,023	40.5	40.7
7. 専門店	62,643,494	52,414,700	-	52,733,912	44,915,969	42.0	37.6	-	9,909,582	7,498,731	54.2	48.3
(1)衣料品専門店	5,926,629	4,411,983	-	4,883,391	3,715,165	3.9	3.1	-	1,043,238	696,818	5.7	4.5
(2)食料品専門店	9,206,841	7,410,264	-	6,250,885	5,274,079	5.0	4.4	-	2,955,956	2,136,185	16.2	13.8
(3)住関連専門店	47,510,024	40,592,454	-	41,599,636	35,926,725	33.1	30.0	-	5,910,388	4,665,728	32.3	30.0
8. 中心店	23,958,394	26,192,047	-	19,714,259	22,030,473	15.7	18.4	-	4,244,135	4,161,574	23.2	26.8
(1)衣料品中心店	5,041,352	4,228,741	-	4,495,690	3,686,272	3.6	3.1	-	545,662	542,469	3.0	3.5
(2)食料品中心店	6,680,212	6,777,101	-	4,480,219	4,816,291	3.6	4.0	-	2,199,993	1,960,810	12.0	12.6
(3)住関連中心店	12,236,830	15,186,206	-	10,738,350	13,527,911	8.6	11.3	-	1,498,480	1,658,295	8.2	10.7
9. その他の小売店	370,688	229,748	▲ 38.0	339,818	208,338	0.3	0.2	▲ 38.7	30,870	21,410	0.2	0.1
うち各種商品取扱店	369,773	174,284	▲ 52.9	338,903	154,743	0.3	0.1	▲ 54.3	30,870	19,541	0.2	0.1

(3) 就業者規模別の年間商品販売額

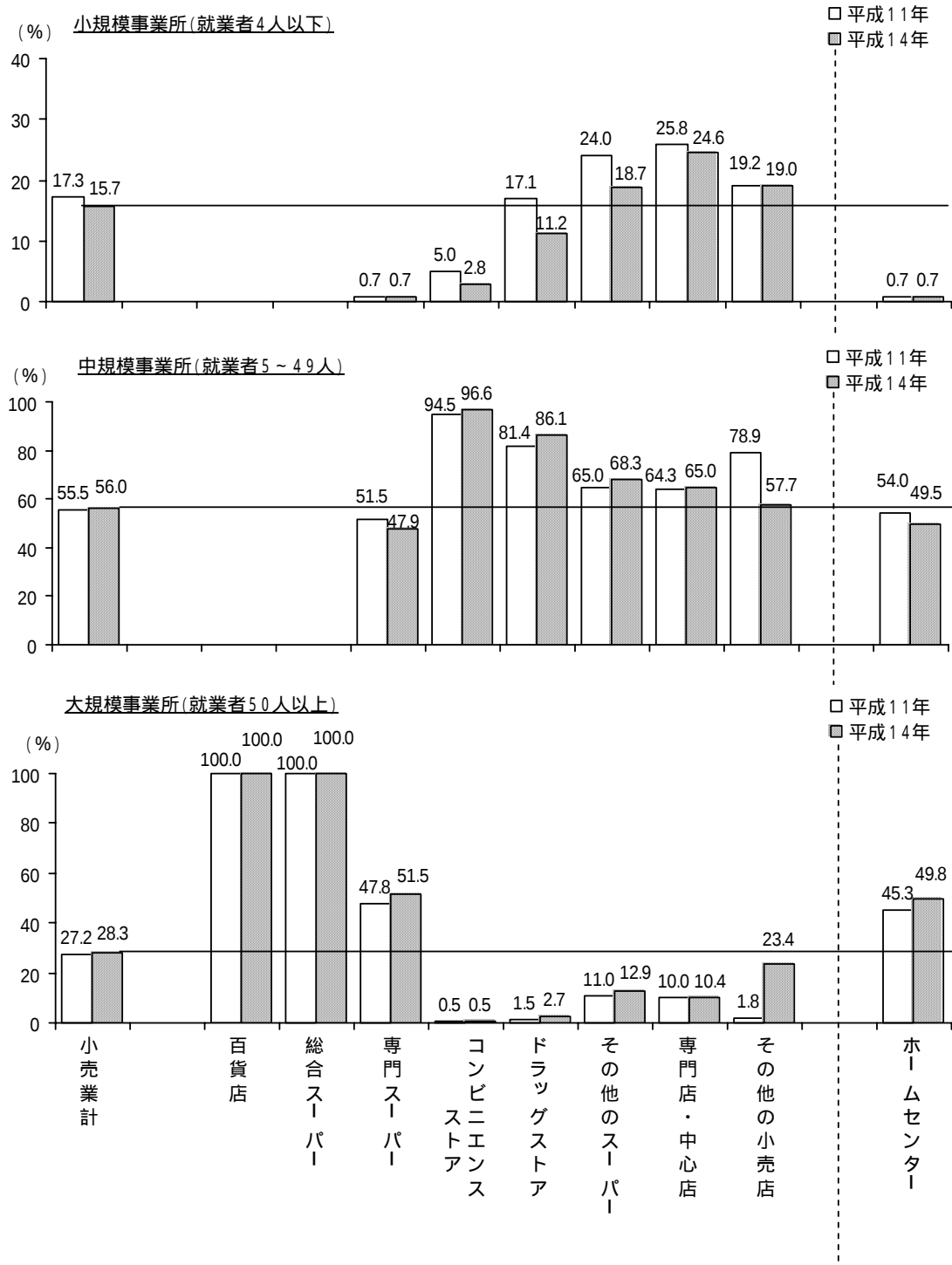
就業者規模別にみると、百貨店、総合スーパーの年間商品販売額は、就業者100人以上規模の事業所がそれぞれ9割以上を占めている。専門スーパーは、事業所数では大規模事業所（就業者50人以上）の割合が2割と低いものの、年間商品販売額では5割強を占め、他の業態に比べ大規模事業所の販売額割合が高くなっている。コンビニエンスストアの年間商品販売額は、10人～19人規模で6割近くを占めるなど、中規模事業所（就業者5人～49人）の割合が9割超と高い。また、ドラッグストア（中規模事業所の構成比86.1%）、専門店（同68.4%）、その他のスーパー（同68.3%）、中心店（同58.2%）、その他の小売店（同57.7%）のいずれにおいても中規模事業所の販売額割合が過半を占め、事業所数の多い小規模事業所（就業者4人以下）の販売額割合は最も高い中心店でも25%にとどまっている。

構成比を前回と比べると、小規模事業所の販売額割合はいずれの業態も減少、中・大規模事業所が拡大している。

業態別、就業者規模別年間商品販売額の構成比

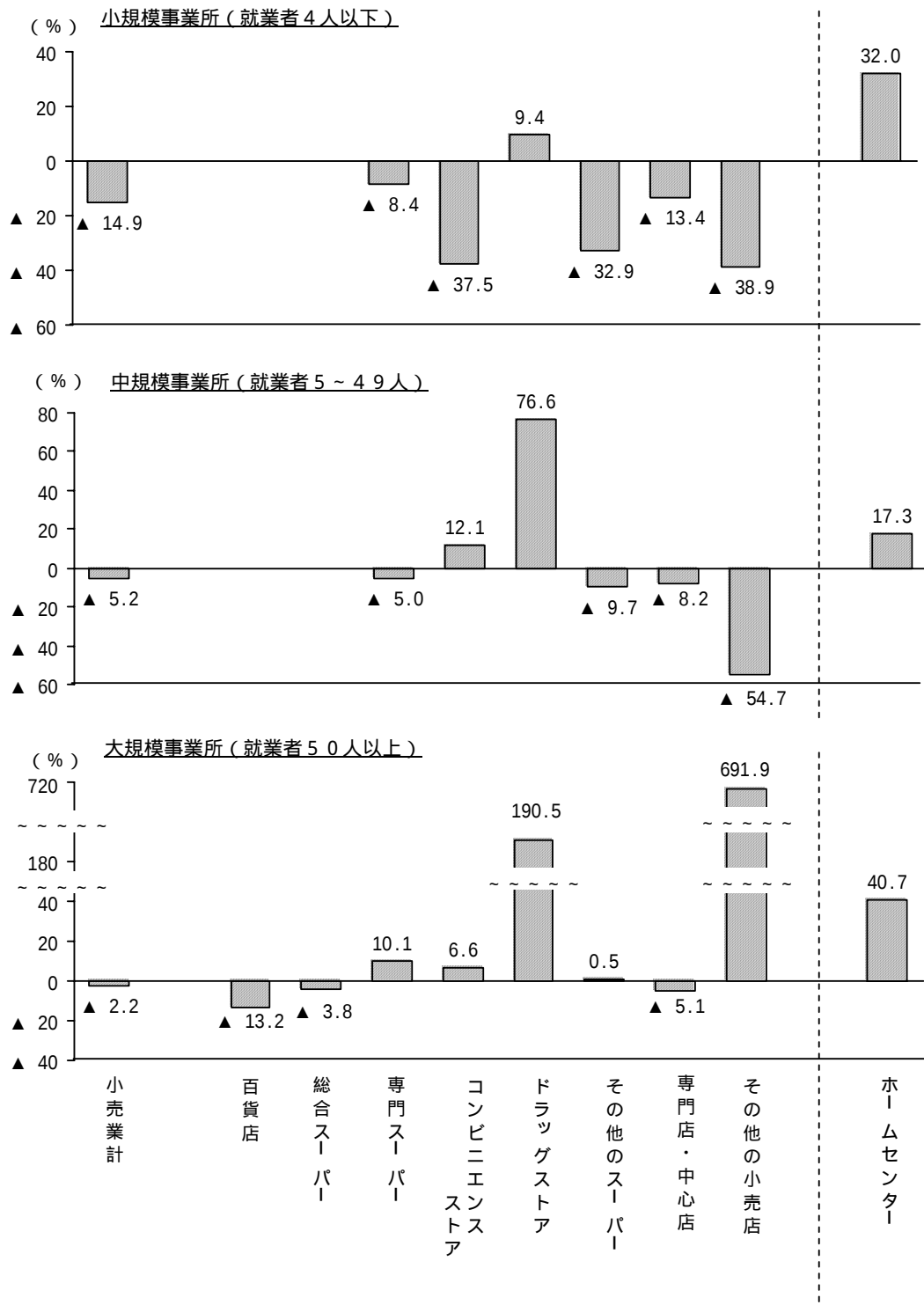


就業者規模別にみた業態別、年間商品販売額構成比の比較



小・中・大規模事業所別に前回比をみると、いずれも年間商品販売額は減少しており、なかでも小規模事業所では1割を超える大幅な減少となっている。これを業態別にみると、いずれの規模においても減少しているのは専門店・中心店である。専門スーパー、その他のスーパー、その他の小売店は、小・中規模事業所で減少しているものの、大規模事業所では増加となっている。コンビニエンスストアは、中・大規模事業所で増加、小規模事業所では事業所数同様4割近い減少となっている。一方ドラッグストアは、事業所数の増加や健康志向、豊富な品揃えによる利便性などからいずれの規模でも販売額は増加しており、なかでも中・大規模事業所の増加が目立っている。なお、住関連専門スーパーの内数であるホームセンターも小・中・大規模ともに大幅な増加となっている。

業態別、就業者規模別年間商品販売額の前回比

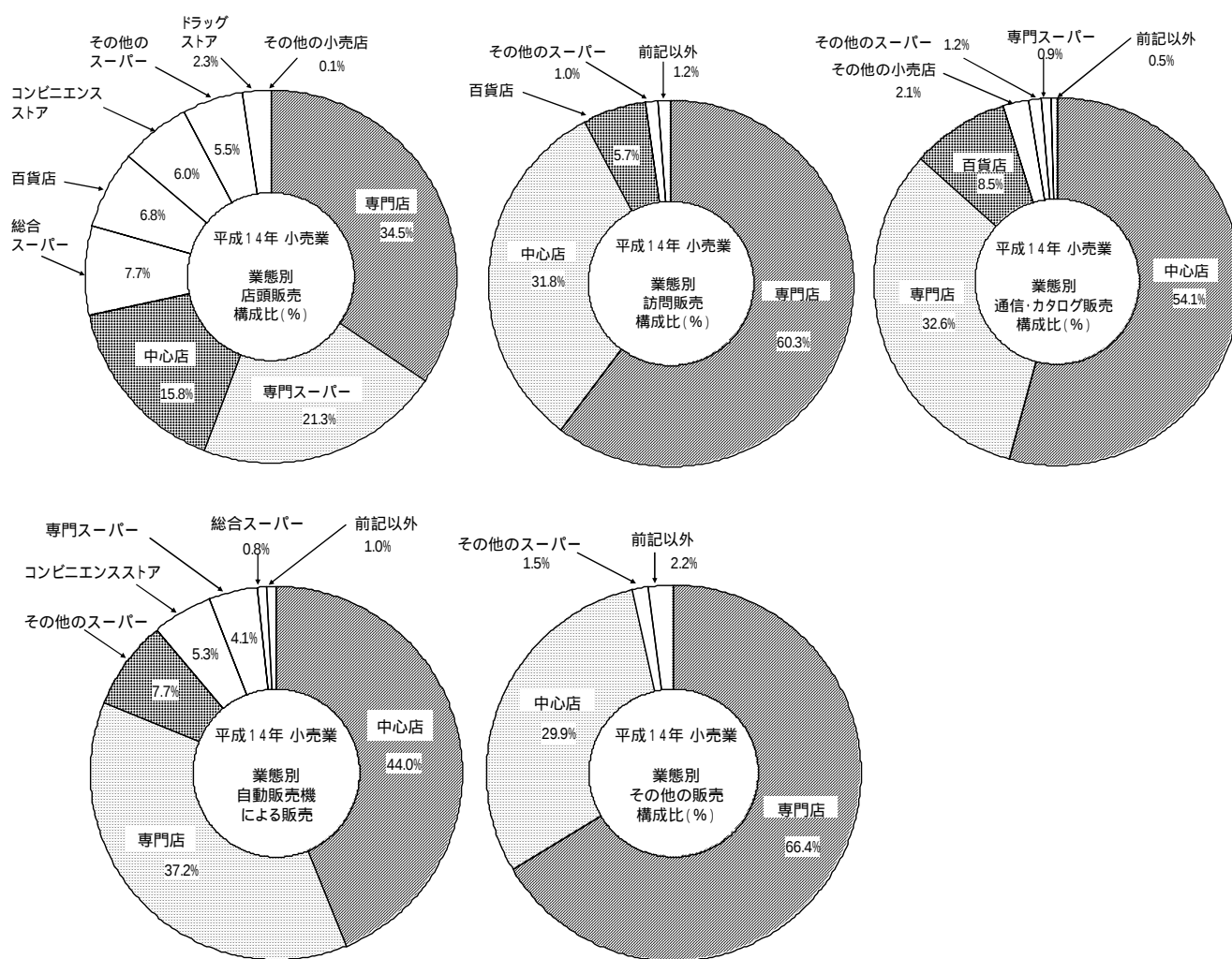


(4) 商品販売形態別の年間商品販売額

小売事業所の年間商品販売額（135 兆 1093 億円）のうち、卸売に関わる販売額を除いた小売による年間商品販売額は 133 兆 8767 億円であった。

これを商品販売形態別にみると、店頭販売は専門店、専門スーパー、中心店の順に多く、訪問販売は専門店が 6 割を占め最も多く、以下中心店、百貨店の順となっている。通信・カタログ販売では、中心店が 5 割強を占め最も多く、次いで、専門店、百貨店となっている。

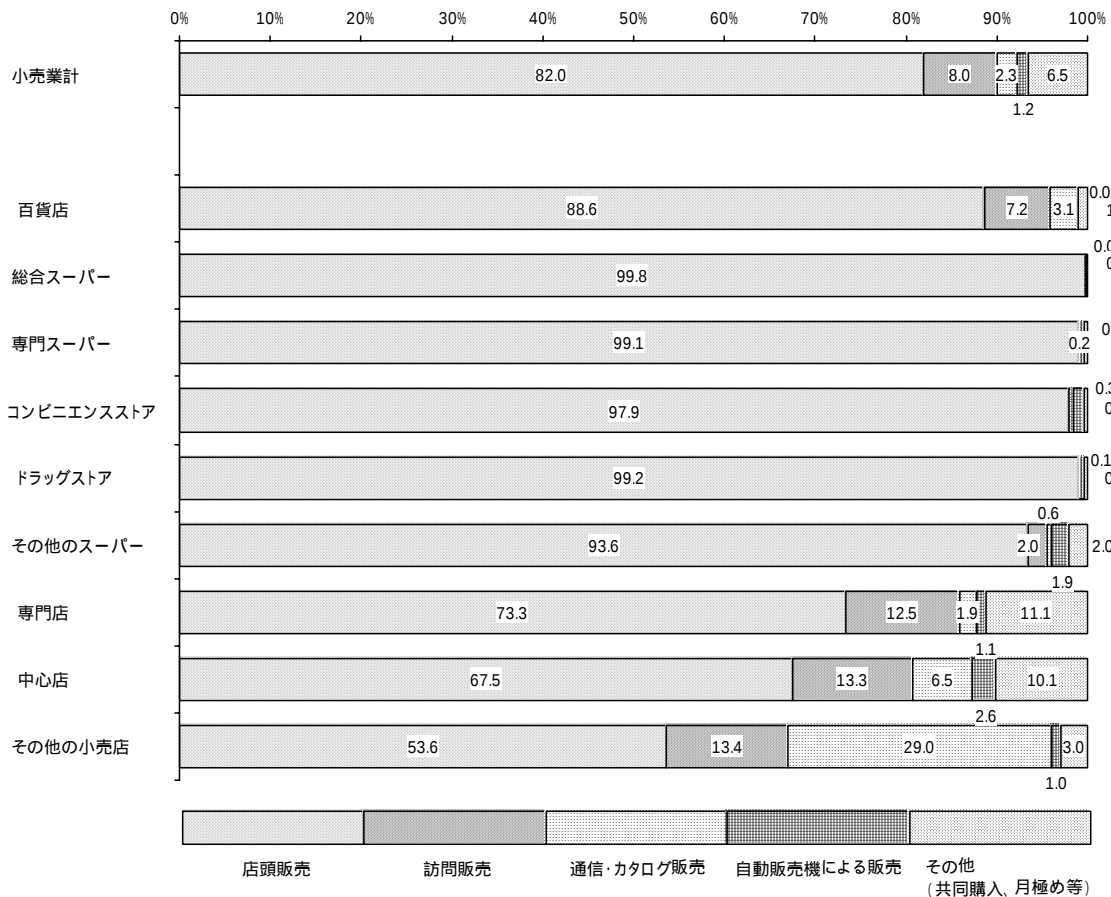
商品販売形態別にみた業態別年間商品販売額の構成比



商品販売形態別に構成比をみると、小売業全体では店頭販売（109兆8千億円、構成比82.0％）が8割強を占めており、以下、訪問販売（10兆7千億円、同8.0％）、共同購入などのその他（8兆7千億円、同6.5％）、通信・カタログ販売（3兆1千億円、同2.3％）、自動販売機による販売（1兆5千億円、同1.2％）となっている。

業態別にみると、店頭販売の割合がすべての業態で高く、総合スーパー、ドラッグストア、専門スーパー、コンビニエンスストアなどでは年間商品販売額の97％以上を占めている。訪問販売は、その他の小売店、中心店、専門店が1割強、百貨店が7.2％と他の業態に比べ高い割合となっている。通信・カタログ販売は、その他の小売店で3割と高いほかは、中心店、百貨店など、1割未満にとどまっている。

業態別、商品販売形態別年間商品販売額の構成比

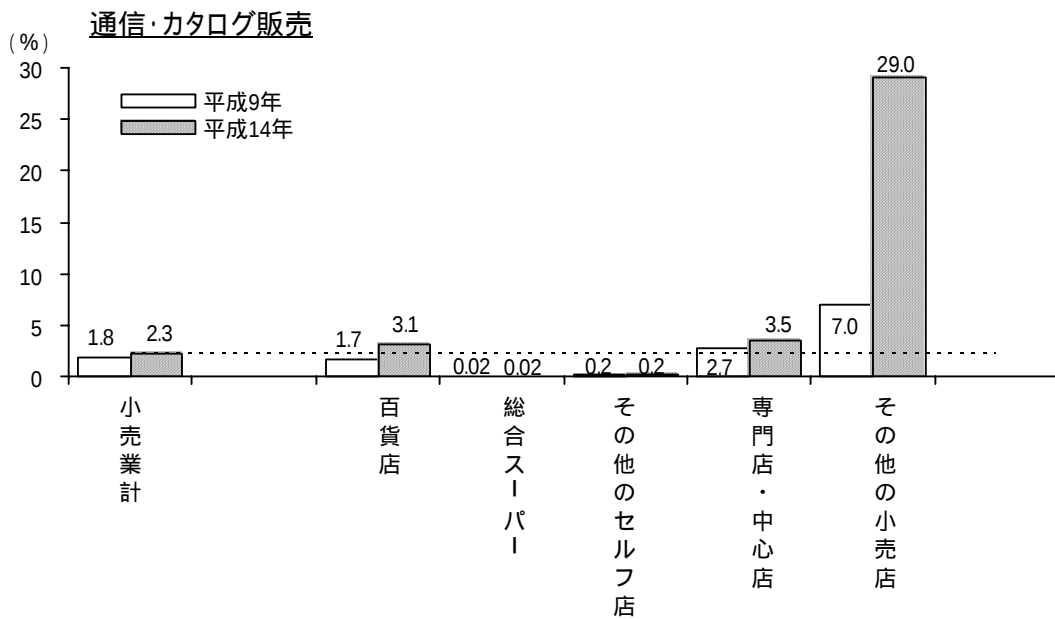
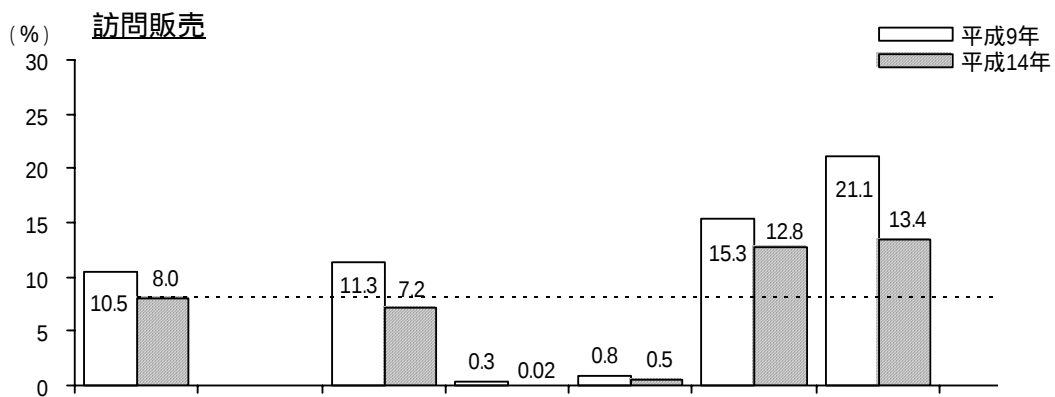
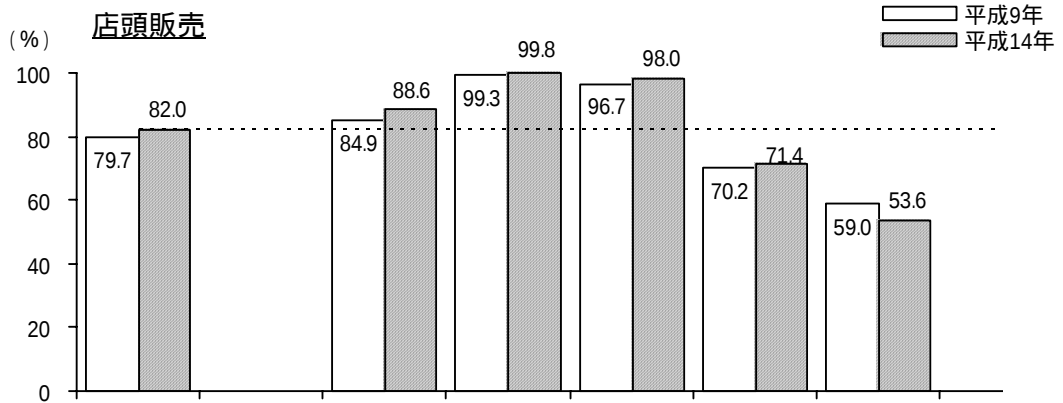


平成9年（注1）と比べると、訪問販売がすべての業態で縮小、主流の店頭販売はその他の小売店を除き拡大している。通信・カタログ販売は、その割合は少ないものの概ね拡大しており、なかでも通信カタログ販売の事業所も含まれるその他の小売店では3割近くまで拡大している。

（注1）平成11年調査（簡易調査）では、「商品販売形態別割合」を調査していないため、平成9年が前回調査となる。

（注2）業態分類の定義変更に伴い、構成比の比較は、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパーを合算し、「その他のセルフ店」とした。

業態別、商品販売形態別の構成比（平成9年、14年）



3. 業態別にみた就業者数

～ すべての業態でパート・アルバイトへの転換が進む ～

(1) 業態別の就業者数

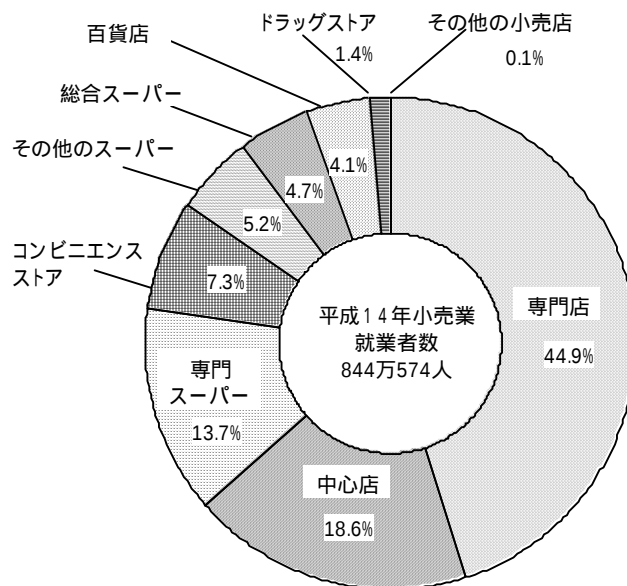
平成14年調査における小売事業所の就業者数は、844万人、前回比▲1.0%の減少であった。

業態別にみると、専門店が378万9千人(小売業全体の44.9%)と最も多く、次いで中心店が157万人(同18.6%)、専門スーパーが115万8千人(同13.7%)の順で、これら3業態では就業者数がそれぞれ100万人を超えている。

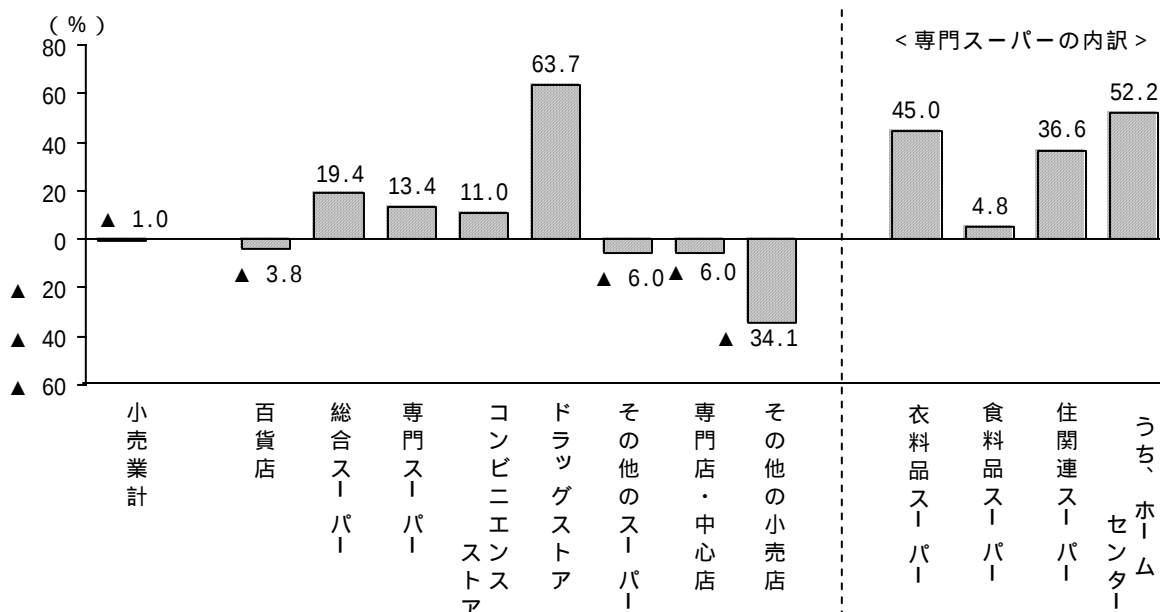
以下、コンビニエンスストアが61万3千人(同7.3%)、その他のスーパーが44万1千人(同5.2%)、総合スーパーが39万8千人(同4.7%)、百貨店が34万5千人(同4.1%)、ドラッグストアが11万6千人(同1.4%)、その他の小売店が1万1千人(同0.1%)となっている。

前回比をみると、専門店・中心店(前回比▲6.0%減)、その他のスーパー(同▲6.0%減)、百貨店(同▲3.8%減)などが減少、一方、専門スーパー(同13.4%増)、総合スーパー(同19.4%増)、コンビニエンスストア(同11.0%増)、ドラッグストア(同63.7%増)ではいずれも2桁の増加となっている。ドラッグストア、専門スーパーの増加は事業所の新設、総合スーパーは事業所の大型化、コンビニエンスストアは終日営業化の進展などによるものと考えられる。

業態別就業者数の構成比

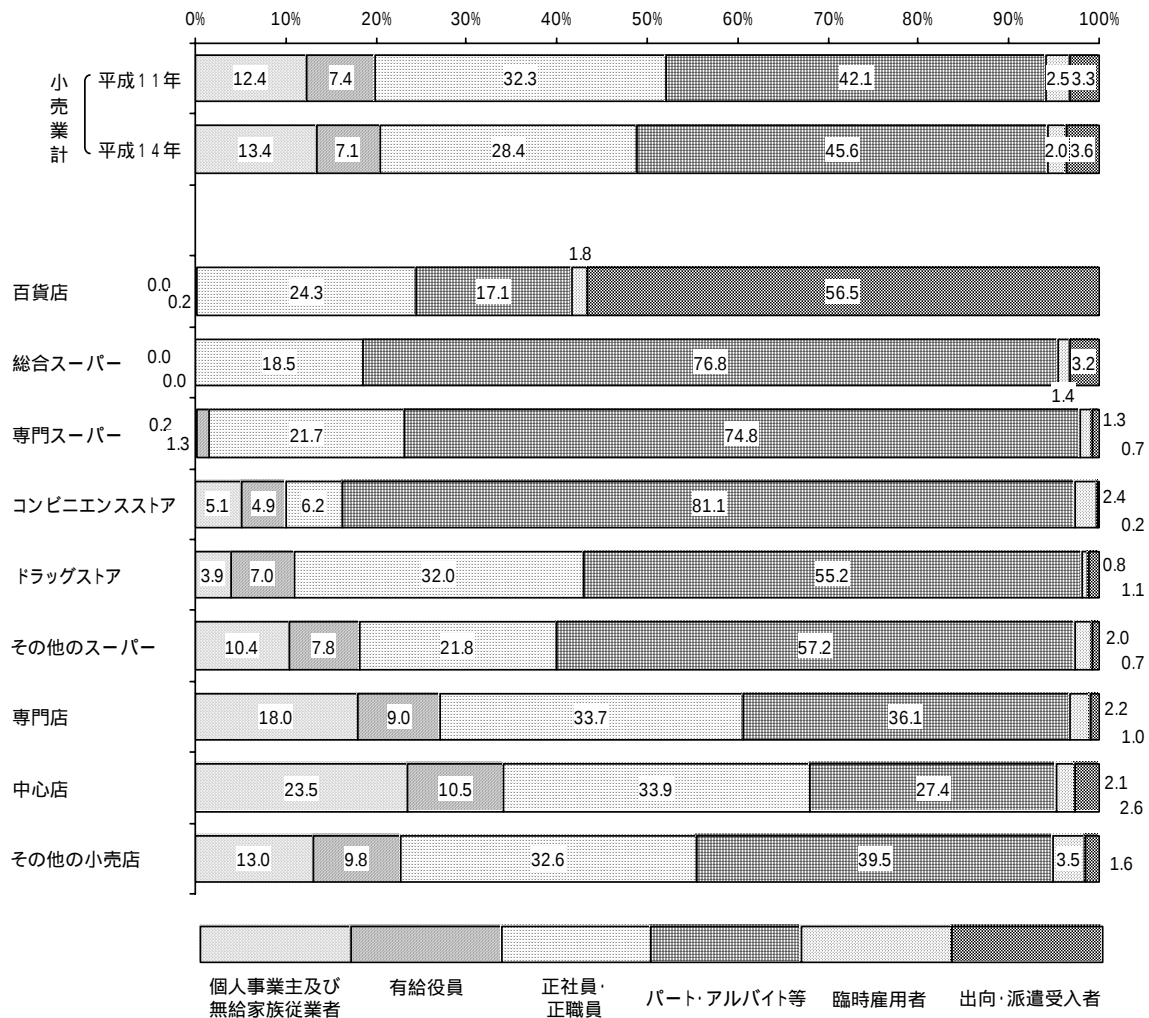


業態別就業者数の前回比



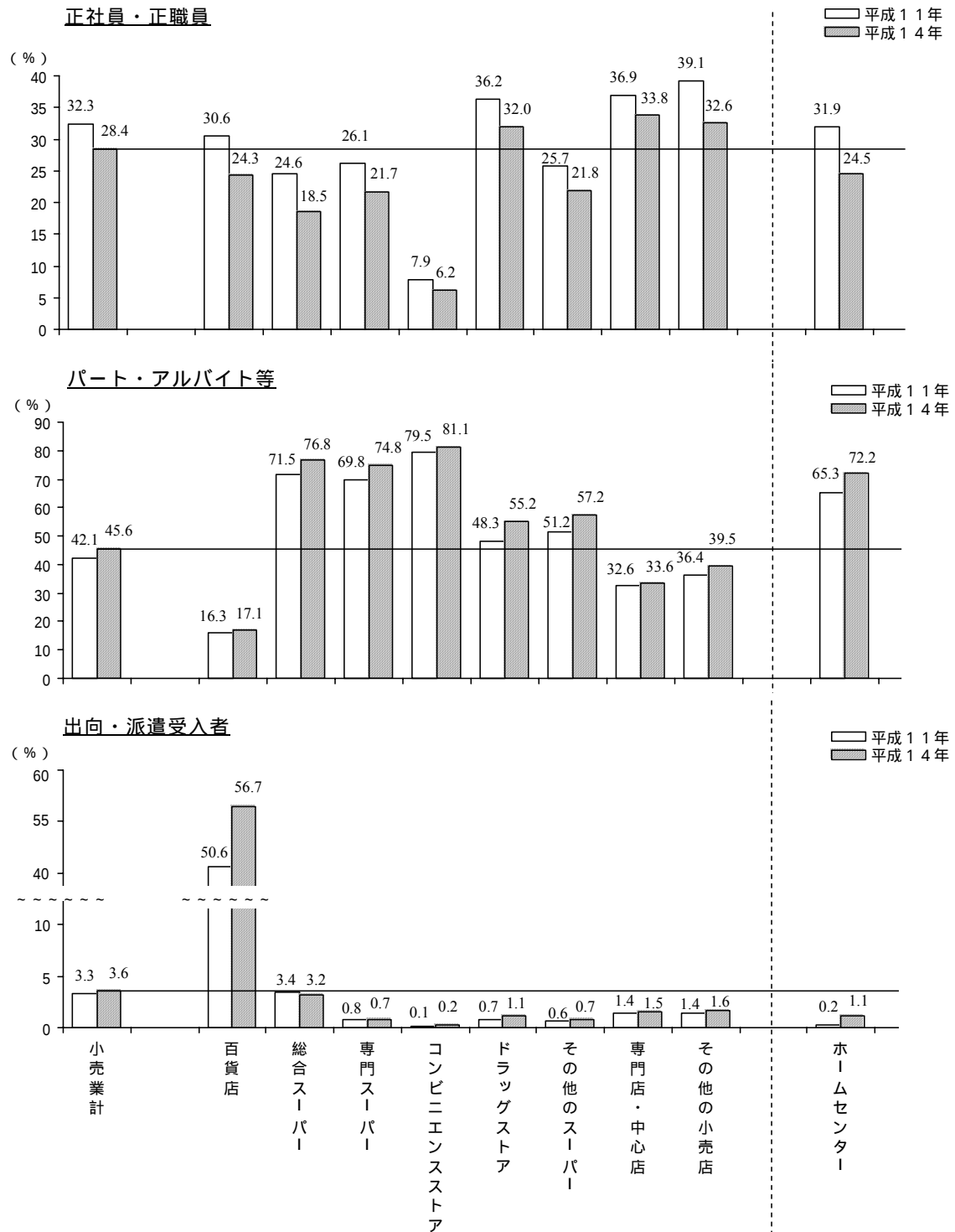
業態別就業者数の内訳をみると、百貨店は6割近くが出向・派遣受入者であり、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストアではパート・アルバイト等が7～8割を、ドラッグストア、その他のスーパーでも過半を占めている。専門店、中心店、その他の小売店では、個人事業主及び無給家族従業者や正社員・正職員が他の業態に比べ高い割合となっている。

業態別、就業者内訳の構成比



前回と比べると、すべての業態で正社員・正職員の割合が縮小し、パート・アルバイト等の割合が高まっており、小売業ではいずれの業態においてもパート・アルバイト等への転換が進んでいる。

業態別就業者数の内訳構成比の比較



なお、平成14年調査において、パート・アルバイト等については、従業者1日当たりの平均的労働時間である8時間換算した値について調査を実施した。

平成14年調査におけるパート・アルバイト等(384万8千人)を8時間換算すると、233万4千人となっており、小売業におけるパート・アルバイト等の1日当たりの平均労働時間は4.9時間となった。業態別にみると、その他の小売店(5.9時間)、百貨店(5.8時間)、中心店(5.6時間)など対面販売を主体とする業態では小売平均を上回っており、コンビニエンスストア(4.1時間)、専門スーパー(4.7時間)などでは短時間となっている。

業態別就業者数及び前回比

業 態 別	就 業 者 数 (人)									パート・ アルバイト等の 1日当たり 平均労働時間 (時間)	
	計	従 業 者 数						臨時 雇用者数	出向・派遣 受入者数		1事業所 当たりの 就業者数 (注)
		個人事業主 及び無給家 族従業者	有給役員	常雇用者							
				計	正社員・ 正職員	パート・ アルバイト等					
小売業計	8,440,574	7,972,805	1,135,049	595,709	6,242,047	2,394,242	3,847,805	167,704	300,065	5.3	4.9
1. 百貨店	344,520	143,527	0	632	142,895	83,842	59,053	6,170	194,823	906.6	5.8
(1)大型百貨店	335,998	135,980	0	568	135,412	80,761	54,651	6,153	193,865	995.0	5.9
(2)その他の百貨店	8,522	7,547	0	64	7,483	3,081	4,402	17	958	173.9	4.8
2. 総合スーパー	397,817	379,549	0	122	379,427	73,787	305,640	5,569	12,699	168.5	4.9
(1)大型総合スーパー	377,087	359,556	0	81	359,475	69,881	289,594	5,233	12,298	177.7	4.9
(2)中型総合スーパー	20,730	19,993	0	41	19,952	3,906	16,046	336	401	86.7	5.0
3. 専門スーパー	1,158,278	1,134,294	2,122	14,736	1,117,436	251,039	866,397	15,409	8,575	21.6	4.7
(1)衣料品スーパー	80,391	77,694	450	2,065	75,179	15,401	59,778	820	1,877	9.3	5.1
(2)食料品スーパー	797,676	782,804	1,104	8,146	773,554	162,069	611,485	10,581	4,291	30.6	4.6
(3)住関連スーパー	280,211	273,796	568	4,525	268,703	73,569	195,134	4,008	2,407	15.5	4.8
うちホームセンター	128,845	125,733	126	1,076	124,531	31,507	93,024	1,696	1,416	21.0	4.8
4. コンビニエンスストア	612,611	596,339	31,013	30,280	535,046	37,926	497,120	14,952	1,320	8.9	4.1
うち終日営業店	529,748	515,749	23,265	22,546	469,938	28,326	441,612	13,141	858	9.7	4.1
5. ドラッグストア	116,128	113,937	4,568	8,163	101,206	37,109	64,097	950	1,241	6.2	4.8
6. その他のスーパー	441,431	429,724	46,092	34,612	349,020	96,424	252,596	8,654	3,053	5.4	5.1
うち各種商品取扱店	8,973	8,708	154	288	8,266	2,142	6,124	168	97	8.9	5.4
7. 専門店 + 8. 中心店	5,358,553	5,164,772	1,049,792	506,061	3,608,919	1,810,450	1,798,469	115,608	78,173	4.1	5.0
(1)衣料品専門店 + 中心店	634,171	595,904	131,907	69,398	394,599	201,665	192,934	10,462	27,805	3.5	6.6
(2)食料品専門店 + 中心店	1,524,242	1,463,177	401,463	111,469	950,245	317,899	632,346	40,215	20,850	3.8	5.1
(3)住関連専門店 + 中心店	3,200,140	3,105,691	516,422	325,194	2,264,075	1,290,886	973,189	64,931	29,518	4.5	4.7
7. 専門店	3,788,755	3,668,988	680,937	341,657	2,646,394	1,278,583	1,367,811	82,096	37,671	4.2	4.9
(1)衣料品専門店	354,585	344,563	78,138	38,126	228,299	116,117	112,182	5,495	4,527	3.2	6.8
(2)食料品専門店	983,721	947,300	226,373	66,198	654,729	210,078	444,651	25,115	11,306	4.0	5.0
(3)住関連専門店	2,450,449	2,377,125	376,426	237,333	1,763,366	952,388	810,978	51,486	21,838	4.5	4.5
8. 中心店	1,569,798	1,495,784	368,855	164,404	962,525	531,867	430,658	33,512	40,502	4.0	5.6
(1)衣料品中心店	279,586	251,341	53,769	31,272	166,300	85,548	80,752	4,967	23,278	4.0	6.5
(2)食料品中心店	540,521	515,877	175,090	45,271	295,516	107,821	187,695	15,100	9,544	3.4	5.1
(3)住関連中心店	749,691	728,566	139,996	87,861	500,709	338,498	162,211	13,445	7,680	4.5	5.8
9. その他の小売店	11,236	10,663	1,462	1,103	8,098	3,665	4,433	392	181	4.5	5.9
うち各種商品取扱店	10,096	9,527	1,288	1,070	7,169	3,311	3,858	390	179	4.3	5.8

業 態 別	前 回 比 (%)										パート・ アルバイト等の 1日当たり 平均労働時間 (時間)
	就 業 者 数								1事業所 当たりの 就業者数 (注)		
	計	計	個人事業主 及び無給家 族従業者	有給役員	常用雇用者			臨時 雇用者数		出向・派遣 受入者数	
					計	正社員・ 正職員	パート・ アルバイト等				
小売業計	▲ 1.0	▲ 0.7	7.8	▲ 5.7	▲ 1.6	▲ 13.1	7.2	▲ 20.2	5.8	-	
1. 百貨店	▲ 3.8	▲ 14.7	-	▲ 19.4	▲ 14.7	▲ 23.3	1.5	▲ 26.2	7.5	-	
(1)大型百貨店	▲ 5.3	▲ 17.7	-	▲ 23.2	▲ 17.7	▲ 24.7	▲ 4.6	▲ 26.2	7.1	-	
(2)その他の百貨店	158.9	147.1	-	45.5	148.6	45.3	395.2	▲ 19.0	341.5	-	
2. 総合スーパー	19.4	18.5	-	▲ 20.8	18.5	▲ 10.0	28.3	296.4	12.3	-	
(1)大型総合スーパー	22.1	21.1	-	▲ 27.0	21.1	▲ 8.6	31.5	292.9	15.6	-	
(2)中型総合スーパー	▲ 14.6	▲ 15.0	-	▲ 4.7	▲ 15.0	▲ 29.4	▲ 10.6	360.3	▲ 40.1	-	
3. 専門スーパー	13.4	13.9	23.2	▲ 4.5	14.2	▲ 5.7	21.6	▲ 9.6	3.1	-	
(1)衣料品スーパー	45.0	47.3	36.8	15.5	48.5	▲ 0.1	69.7	▲ 0.5	1.3	-	
(2)食料品スーパー	4.8	5.4	16.9	▲ 17.8	5.7	▲ 11.4	11.4	▲ 16.8	▲ 15.6	-	
(3)住関連スーパー	36.6	36.7	26.2	21.0	37.0	8.5	52.1	14.6	73.8	-	
うちホームセンター	52.2	51.2	200.0	38.5	51.2	16.7	68.1	26.9	645.3	-	
4. コンビニエンスストア	11.0	11.2	23.3	5.0	10.9	▲ 13.0	13.3	1.2	90.2	-	
うち終日営業店	21.1	21.2	52.5	24.8	19.9	5.4	20.9	13.8	58.6	-	
5. ドラッグストア	63.7	64.4	43.4	31.7	68.9	44.6	87.2	▲ 18.0	147.7	-	
6. その他のスーパー	▲ 6.0	▲ 5.1	▲ 9.0	▲ 15.8	▲ 3.3	▲ 20.1	5.1	▲ 37.3	13.5	-	
うち各種商品取扱店	▲ 13.1	▲ 11.2	▲ 29.7	▲ 20.7	▲ 10.4	▲ 32.7	1.3	▲ 47.8	▲ 51.3	-	
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 6.0	▲ 5.6	8.2	▲ 5.8	▲ 8.9	▲ 13.8	▲ 3.3	▲ 24.4	▲ 0.4	-	
(1)衣料品専門店 + 中心店	▲ 9.4	▲ 8.4	4.3	▲ 10.4	▲ 11.7	▲ 21.0	0.7	▲ 33.6	▲ 16.9	-	
(2)食料品専門店 + 中心店	▲ 4.5	▲ 4.7	6.8	▲ 5.1	▲ 8.7	▲ 14.8	▲ 5.4	▲ 19.6	92.8	-	
(3)住関連専門店 + 中心店	▲ 6.0	▲ 5.4	10.3	▲ 5.1	▲ 8.4	▲ 12.3	▲ 2.7	▲ 25.6	▲ 13.8	-	
7. 専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(1)衣料品専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(2)食料品専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(3)住関連専門店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
8. 中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(1)衣料品中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(2)食料品中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(3)住関連中心店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
9. その他の小売店	▲ 34.1	▲ 34.0	▲ 16.3	▲ 28.2	▲ 37.1	▲ 45.0	▲ 28.6	▲ 40.8	▲ 24.3	-	
うち各種商品取扱店	▲ 40.6	▲ 40.8	▲ 26.3	▲ 30.4	▲ 44.1	▲ 50.1	▲ 37.6	▲ 41.1	▲ 25.1	-	

(注) 就業者数は、パート・アルバイト等を8時間換算(8時間換算による調査は平成14年より)したものをを用いている。

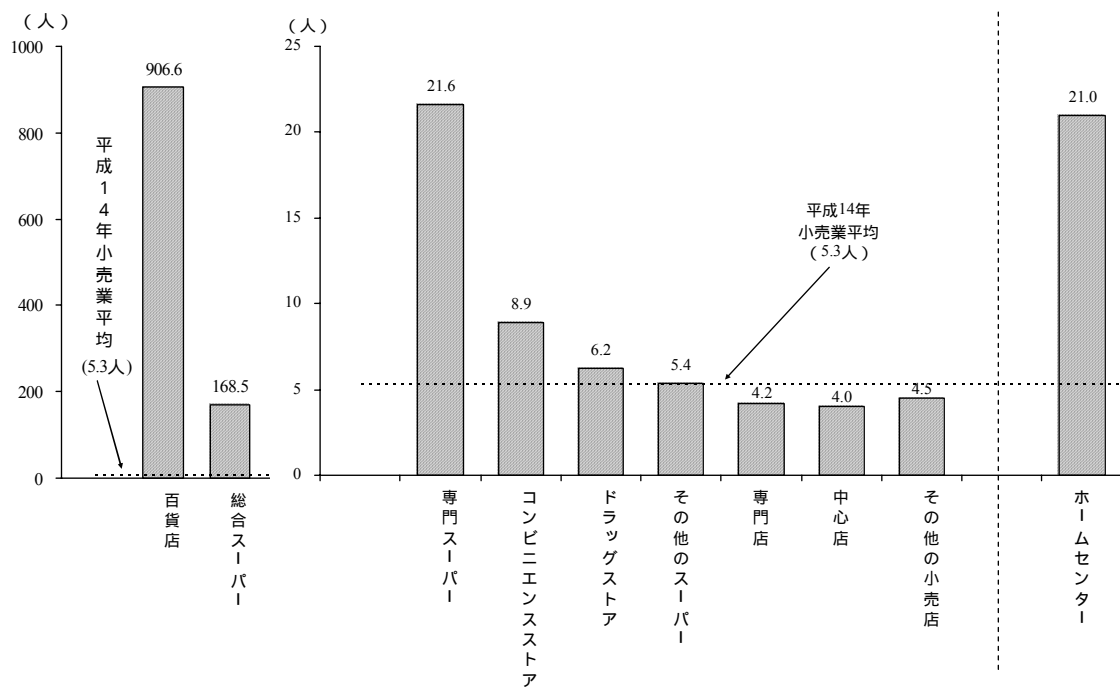
(2) 1事業所当たりの就業者数

小売業の1事業所当たりの就業者数(注)は、5.3人であった。

業態別にみると、百貨店が906.6人と群を抜いて多く、次いで総合スーパーが168.5人となっている。なお、百貨店の1事業所当たりの就業者数のうち、6割近くは出向・派遣受入者である。以下、専門スーパー(21.6人)、コンビニエンスストア(8.9人)、ドラッグストア(6.2人)の順となっており、専門店(4.2人)、中心店(4.0人)は4人と少ない。

(注)就業者数は、パート・アルバイト等を8時間換算(8時間換算による調査は平成14年より)したものをを用いている。

業態別1事業所当たりの就業者数



4. 業態別にみた売場面積

～ 1事業所当たりの売場面積は拡大 ～

(1) 業態別の売場面積

平成14年調査における小売事業所の売場面積(注)は、1億4062万㎡、前回比5.0%の増加であった。

(注) 売場面積は、以下については調査を行っていない。

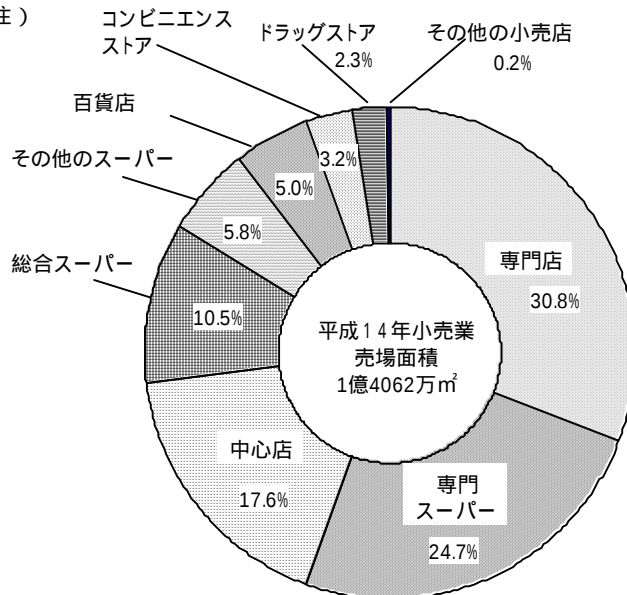
牛乳小売業、自動車小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所

業態別にみると、専門店が4328万1千㎡(小売業全体の30.8%)と最も多く、次いで専門スーパーが3477万㎡(同24.7%)、中心店が2476万8千㎡(同17.6%)、総合スーパーが1470万7千㎡(同10.5%)の順で、これら4業態で売場面積全体の8割強を占めている。

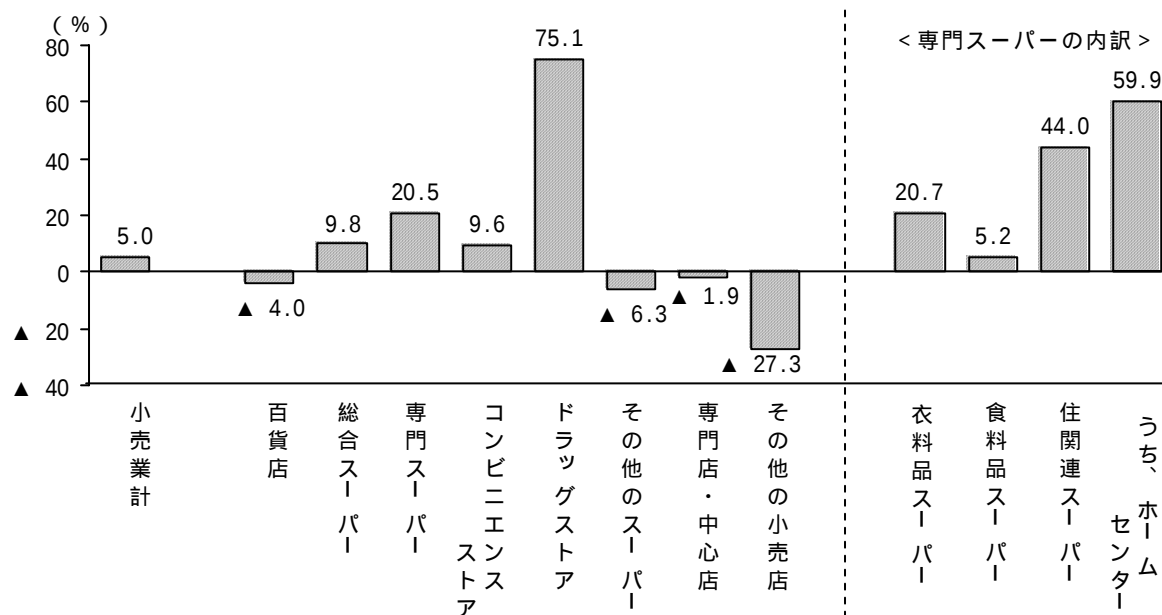
以下、その他のスーパーが813万1千㎡(同5.8%)、百貨店が699万8千㎡(同5.0%)、コンビニエンスストアが448万1千㎡(同3.2%)、ドラッグストアが322万7千㎡(同2.3%)、その他の小売店が25万7千㎡(同0.2%)となっている。

前回比をみると、専門スーパー(前回比20.5%増)、ドラッグストア(同75.1%増)、総合スーパー(同9.8%増)、コンビニエンスストア(同9.6%増)のセルフ店が増加、事業所数が減少している専門店・中心店(同▲1.9%減)、その他のスーパー(同▲6.3%減)、百貨店(同▲4.0%減)、その他の小売店(▲27.3%減)は減少となっている。なお、ドラッグストアの大幅な増加は大型店の出店などから、専門スーパーの増加は内数であるホームセンターで新規出店が多くみられたことなどによる。

売場面積の業態別構成比



業態別売場面積の前回比



(2) 1事業所当たりの売場面積

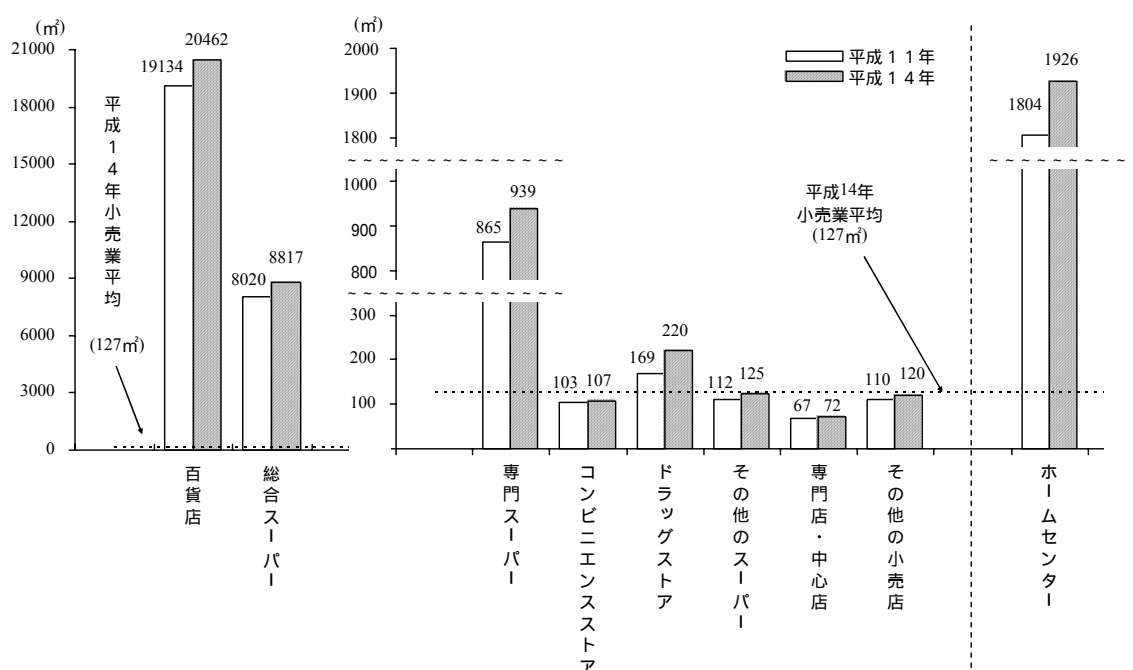
小売業の1事業所当たりの売場面積(注)は127㎡、前回比14.4%増(前回差16㎡増)と引き続き増加となった。

業態別にみると、百貨店(2万462㎡)が圧倒的に大きく、次いで総合スーパー(8817㎡)、専門スーパー(939㎡)、ドラッグストア(220㎡)の順となっている。

業態別にみると、すべての業態で1事業所当たりの売場面積は増加しており、なかでも百貨店(前回差1328㎡増)、総合スーパー(同797㎡増)で店舗の大型化が進展している。また、ドラッグストアでは大型店の出店などもあって、前回に比べ3割(同51㎡増)の大幅増となっている。

(注)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。

業態別1事業所当たりの売場面積

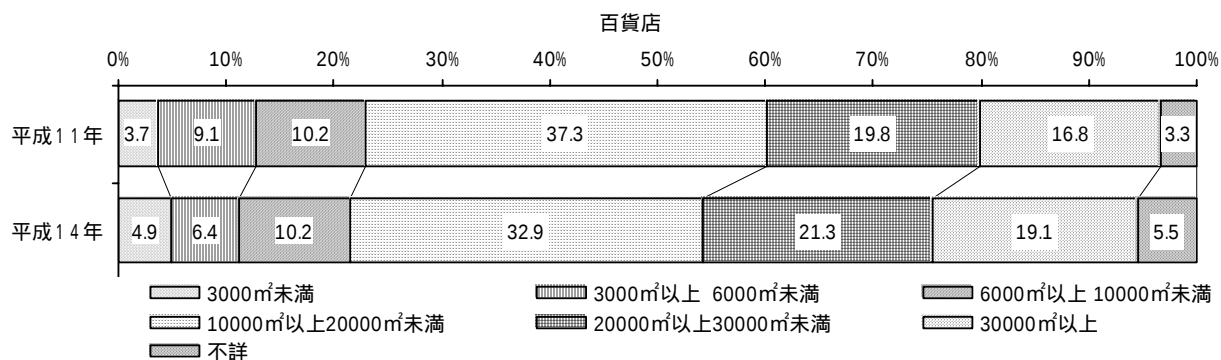


業態別売場面積及び1事業所当たりの売場面積

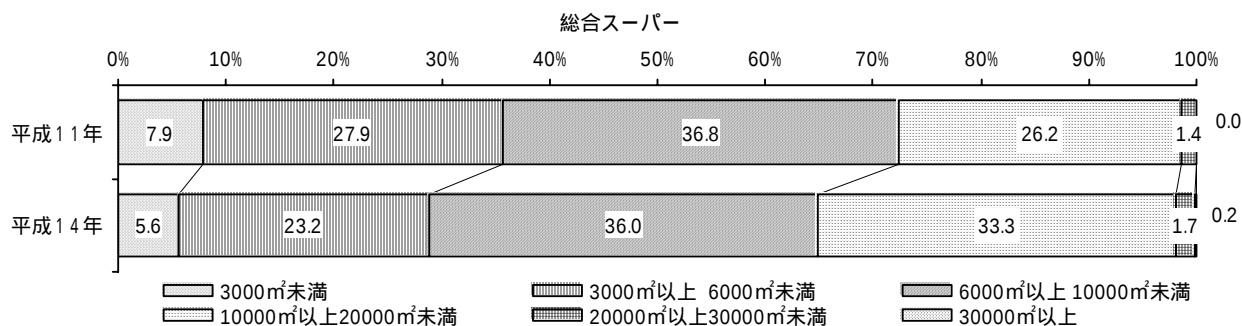
業 態 別	売場面積					1事業所当たりの売場面積			
	平成11年 (㎡)	平成14年 (㎡)	構成比(%)		前回比(%)	平成11年 (㎡)	平成14年 (㎡)	前回差(㎡)	前回比(%)
			平成11年	平成14年					
			11年	14年	14年/11年			14年-11年	14年/11年
小売業計	133,869,296	140,619,288	100.0	100.0	5.0	111	127	16	14.4
1. 百貨店	7,290,180	6,998,065	5.4	5.0	▲ 4.0	19,134	20,704	1,570	8.2
(1) 大型百貨店	7,262,578	6,969,677	5.4	5.0	▲ 4.0	19,897	21,849	1,952	9.8
(2) その他の百貨店	27,602	28,388	0.0	0.0	2.8	1,725	1,494	▲ 231	▲ 13.4
2. 総合スーパー	13,392,963	14,706,536	10.0	10.5	9.8	8,020	8,796	776	9.7
(1) 大型総合スーパー	12,753,392	14,184,871	9.5	10.1	11.2	8,729	9,438	709	8.1
(2) 中型総合スーパー	639,571	521,665	0.5	0.4	▲ 18.4	3,060	3,087	27	0.9
3. 専門スーパー	28,864,131	34,769,510	21.6	24.7	20.5	865	939	74	8.6
(1) 衣料品スーパー	3,264,713	3,941,211	2.4	2.8	20.7	683	623	▲ 60	▲ 8.8
(2) 食料品スーパー	15,569,198	16,386,381	11.6	11.7	5.2	832	926	94	11.3
(3) 住関連スーパー	10,030,220	14,441,918	7.5	10.3	44.0	1,014	1,109	95	9.4
うちホームセンター	5,250,092	8,392,302	3.9	6.0	59.9	1,804	1,926	122	6.8
4. コンビニエンスストア	4,090,236	4,481,071	3.1	3.2	9.6	103	107	4	3.9
うち終日営業店	2,854,498	3,603,220	2.1	2.6	26.2	110	111	1	0.9
5. ドラッグストア	1,843,044	3,227,012	1.4	2.3	75.1	169	220	51	30.2
6. その他のスーパー	8,674,204	8,131,245	6.5	5.8	▲ 6.3	112	125	13	11.6
うち各種商品取扱店	394,576	312,876	0.3	0.2	▲ 20.7	387	400	13	3.4
7. 専門店 + 8. 中心店	69,360,838	68,048,572	51.8	48.4	▲ 1.9	67	72	5	7.5
(1) 衣料品専門店 + 中心店	15,303,770	14,073,483	11.4	10.0	▲ 8.0	83	84	1	1.2
(2) 食料品専門店 + 中心店	14,496,902	14,070,016	10.8	10.0	▲ 2.9	41	44	3	7.3
(3) 住関連専門店 + 中心店	39,560,166	39,905,073	29.6	28.4	0.9	80	87	7	8.7
7. 専門店	47,331,555	43,280,624	35.4	30.8	-	63	69	-	-
(1) 衣料品専門店	8,785,265	7,230,747	6.6	5.1	-	67	70	-	-
(2) 食料品専門店	8,097,219	6,864,983	6.0	4.9	-	35	37	-	-
(3) 住関連専門店	30,449,071	29,184,894	22.7	20.8	-	78	85	-	-
8. 中心店	22,029,283	24,767,948	16.5	17.6	-	76	78	-	-
(1) 衣料品中心店	6,518,505	6,842,736	4.9	4.9	-	121	107	-	-
(2) 食料品中心店	6,399,683	7,205,033	4.8	5.1	-	50	54	-	-
(3) 住関連中心店	9,111,095	10,720,179	6.8	7.6	-	84	91	-	-
9. その他の小売店	353,700	257,277	0.3	0.2	▲ 27.3	110	120	10	9.1
うち各種商品取扱店	353,700	221,523	0.3	0.2	▲ 37.4	110	111	1	0.9

(3) 売場面積規模別の状況

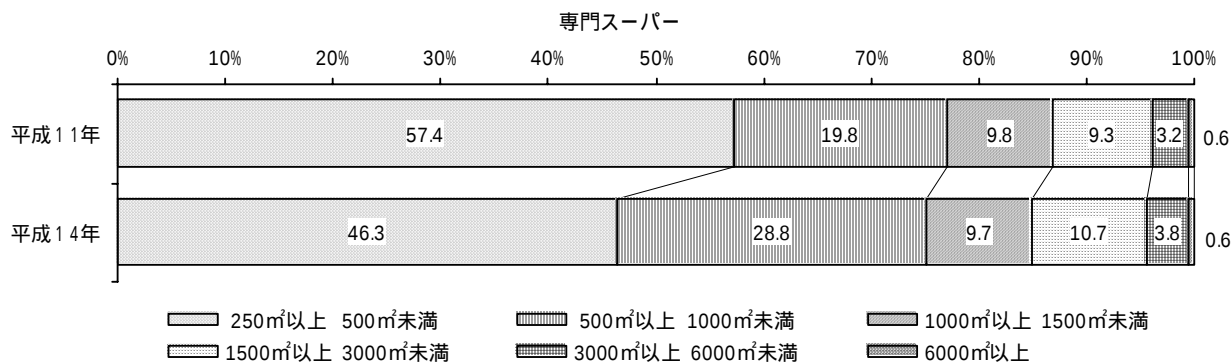
売場面積規模別に事業所数の構成比をみると、百貨店では1万㎡以上2万㎡未満の事業所が最も多く、1万㎡を超える大型百貨店が8割近くを占めている。事業所数が減少するなか、2万㎡以上の事業所割合は拡大している。1事業所当たりの売場面積を前回と比べると、3千㎡未満規模は減少、2万㎡以上の大型店でも減少となっている。なお、百貨店全体の1事業所当たり売場面積は拡大しているものの2万㎡以上では減少しているが、これは増床の結果、上位規模区分に移行した百貨店の売場面積が、上位規模のそれまでの平均に満たない場合が多く、結果として平均値が減少したことなどによる。



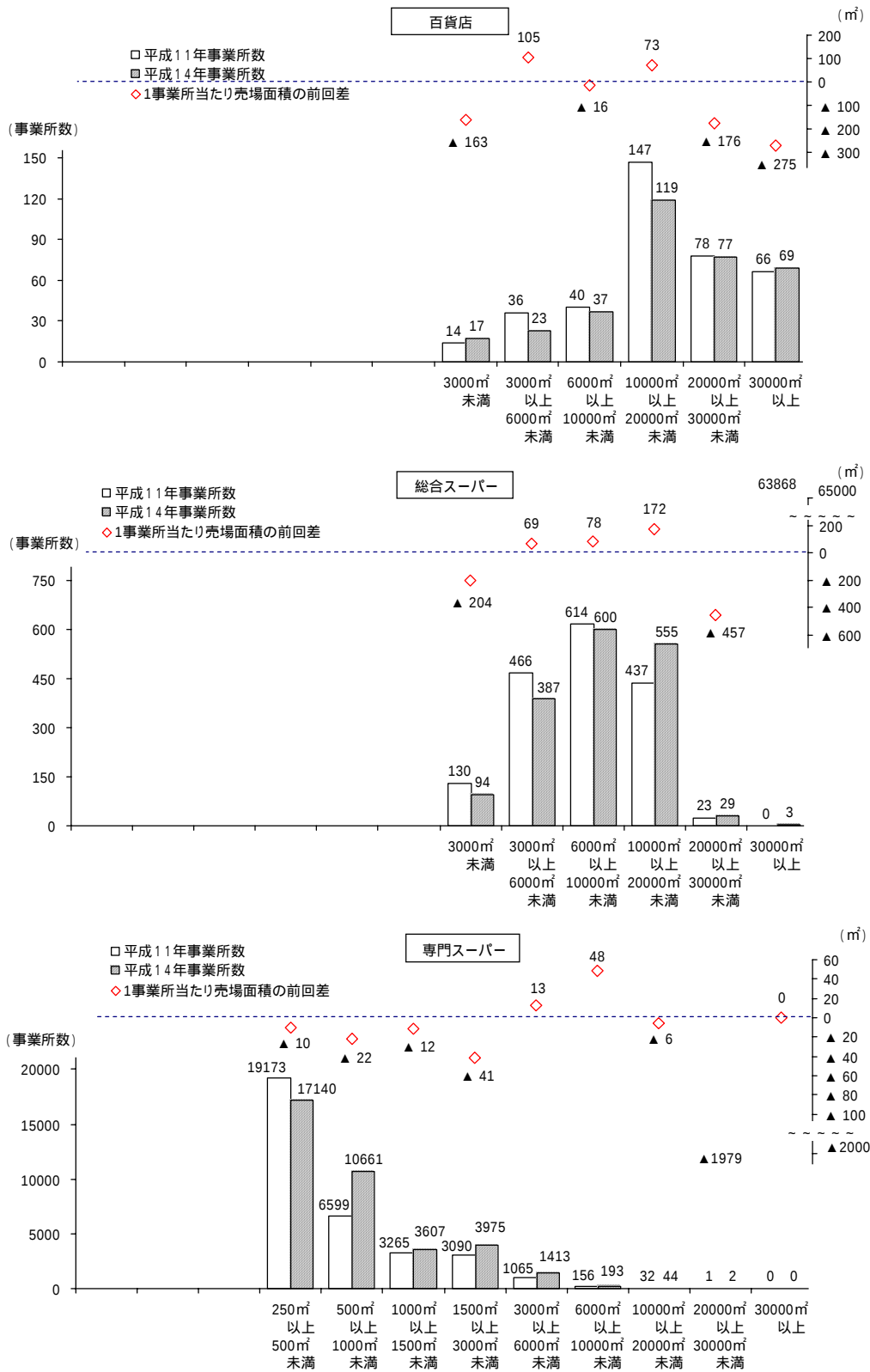
総合スーパーは、6千㎡以上の事業所が7割強を占めている。このうち、6千㎡以上1万㎡未満の事業所が最も多く、次いで1万㎡以上2万㎡未満の順となっている。前回と比べると、大規模小売店舗立地法の施行に伴い、新設やリニューアルに伴う増床から、これまで無かった3万㎡を超える店舗ができたのをはじめ、1万㎡を超える事業所が増加している。また、1事業所当たりの売場面積は、3千㎡未満規模では中型総合スーパーの減少などから減少しているものの、3千㎡～2万㎡の各規模では増加している。



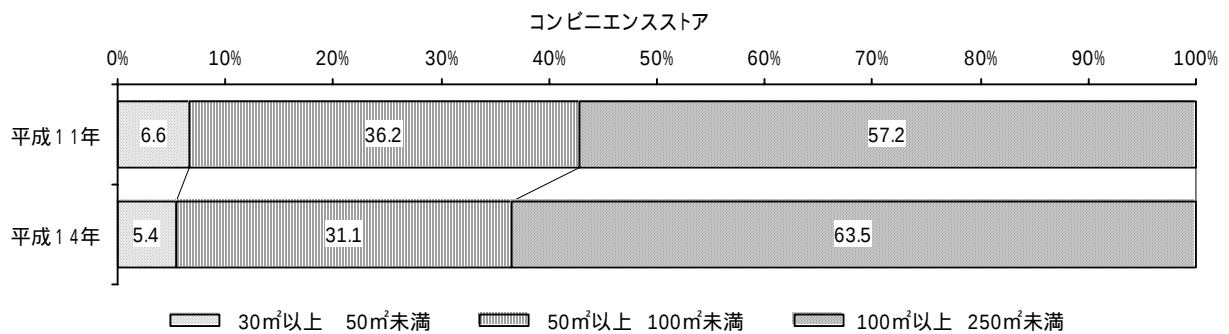
専門スーパーは、250㎡以上500㎡未満の事業所が引き続き最も多いものの、過半を下回り1割強の縮小となっている。前回と比べると、500㎡以上のいずれの規模においても事業所数は増加しているものの、一事業所当たりの売場面積はほとんどの規模で減少している。



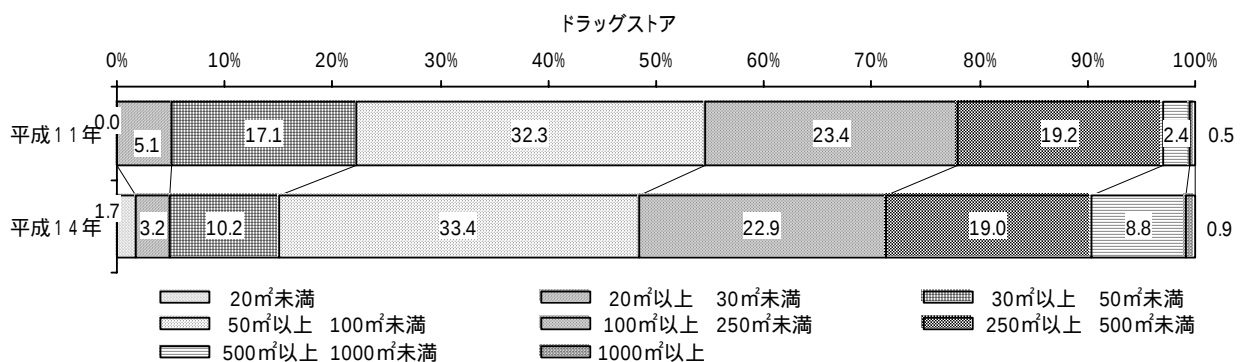
売場面積規模別にみた業態別事業所数(平成11年、14年)及び1事業所当たり売場面積の前回差



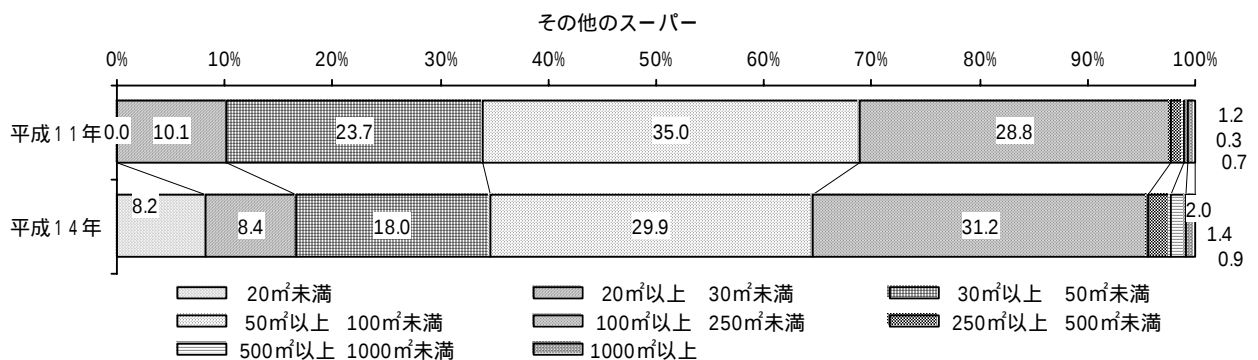
コンビニエンスストアは、100 ㎡以上 250 ㎡未満の事業所が6割強を占めている。前回に比べ100 ㎡未満の事業所が減少した一方、100 ㎡以上 250 ㎡未満の事業所は増加している。なお、1事業所当たりの売場面積は前回に比べ大きな変化はみられない。



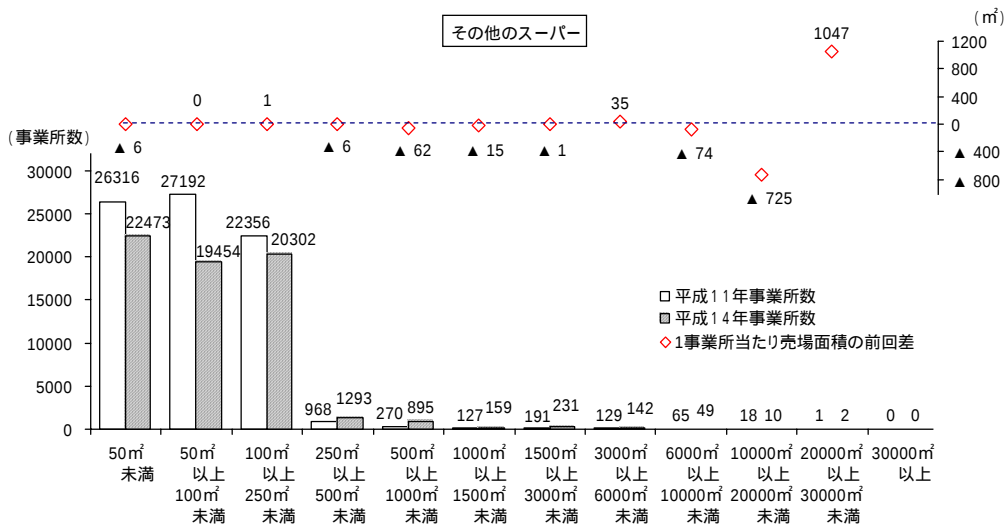
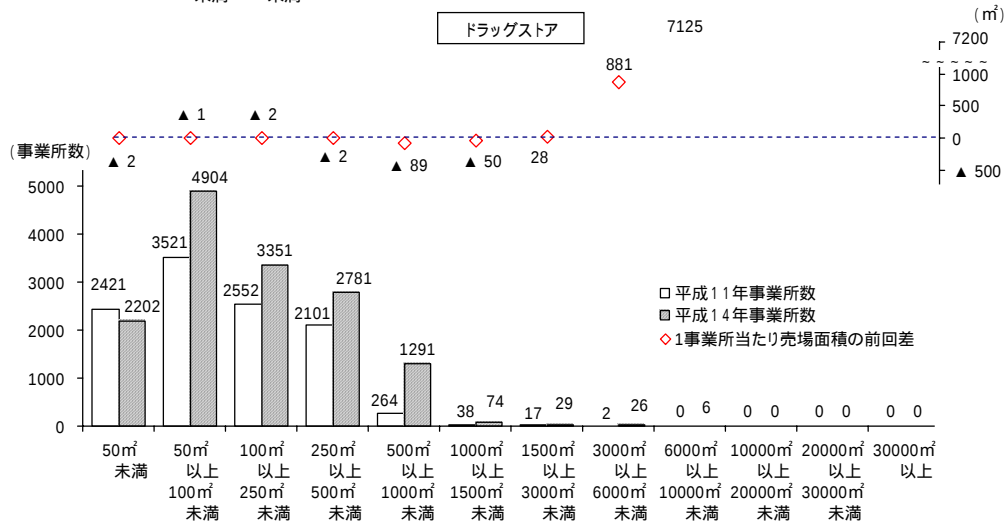
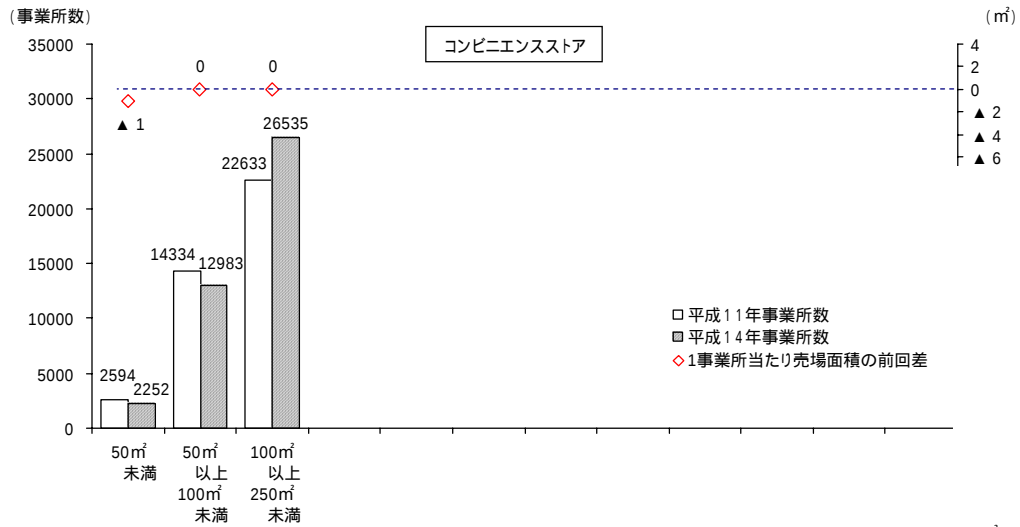
ドラッグストアは、50 ㎡以上 100 ㎡未満が最も多く、次いで100 ㎡以上 250 ㎡未満の順で、250 ㎡未満の事業所が7割を占めている。一般用医薬品を中心に扱う薬局や医薬品のほか化粧品や生活用品など取扱商品が豊富な事業所もあり、ドラッグストアの売場面積の規模は幅広いものとなっている。前回と比べると、50 ㎡以上のいずれの規模においても事業所数が増加している。また、1事業所当たりの売場面積は、3000 ㎡以上の大型店で大きく増加している。



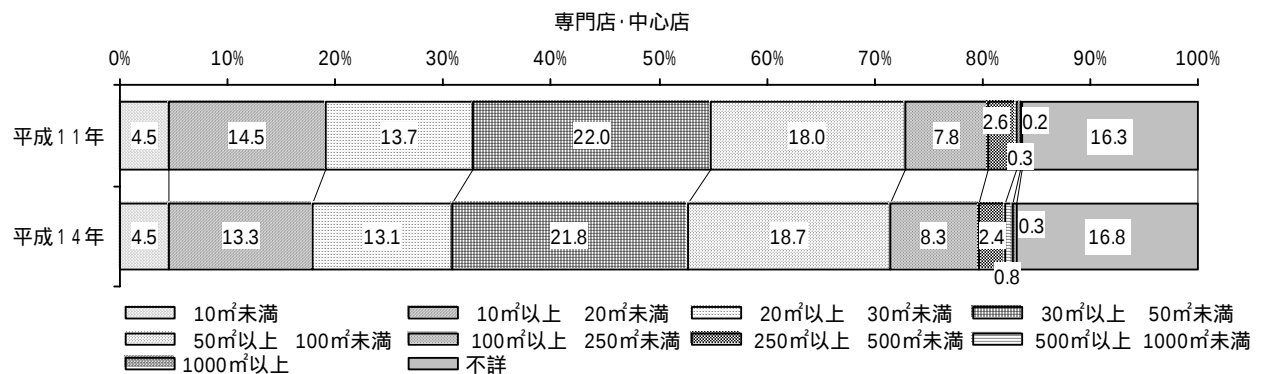
その他のスーパーは、50 ㎡未満、50 ㎡以上 100 ㎡未満、100 ㎡以上 250 ㎡未満がそれぞれ約3割を占めている。前回と比べると、主力の250 ㎡未満の事業所が2割近く減少した一方、数は少ないものの、250 ㎡以上の事業所が1.6倍となっている。1事業所当たりの売場面積は、前回に比べ減少している規模が多い。



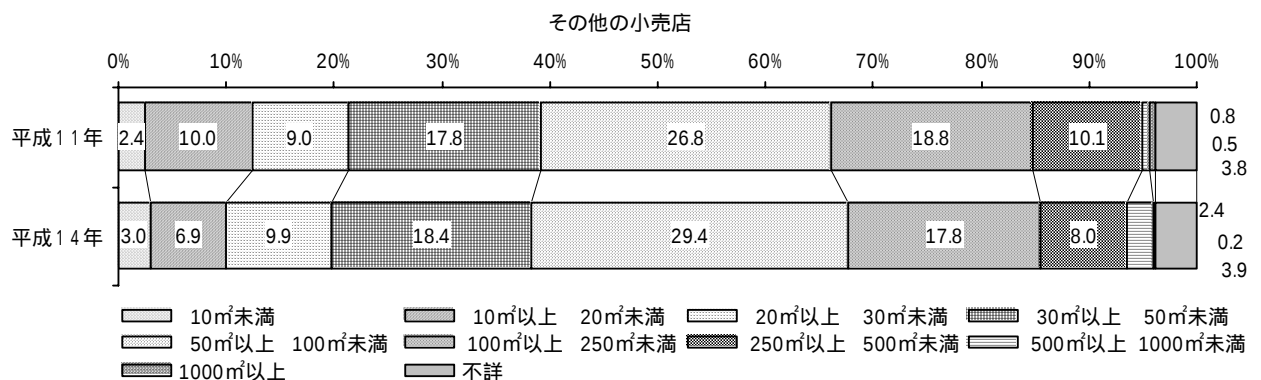
売場面積規模別にみた業態別事業所数(平成11年、14年)及び1事業所当たり売場面積の前回差



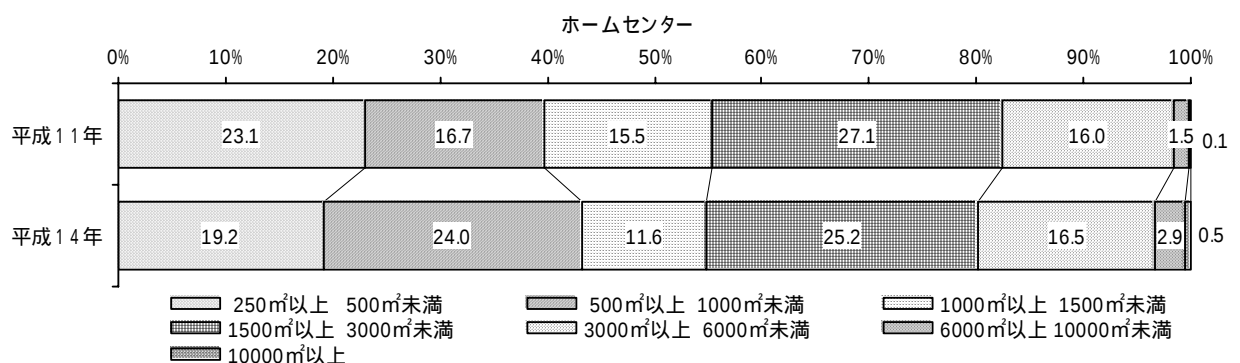
専門店・中心店は、30 m²以上 50 m²未満の事業所が最も多く、50 m²未満の事業所が過半を占めている。前回と比べると、全体の8割強を占める500 m²未満の事業所はすべての規模で減少しているものの、500 m²以上の事業所では500 m²以上 1000 m²未満が2倍となるなど増加がみられる。1事業所当たりの売場面積は、3万m²以上の事業所で大きく増加、50 m²未満で横ばいとなったのを除き、残りすべての規模で減少している。



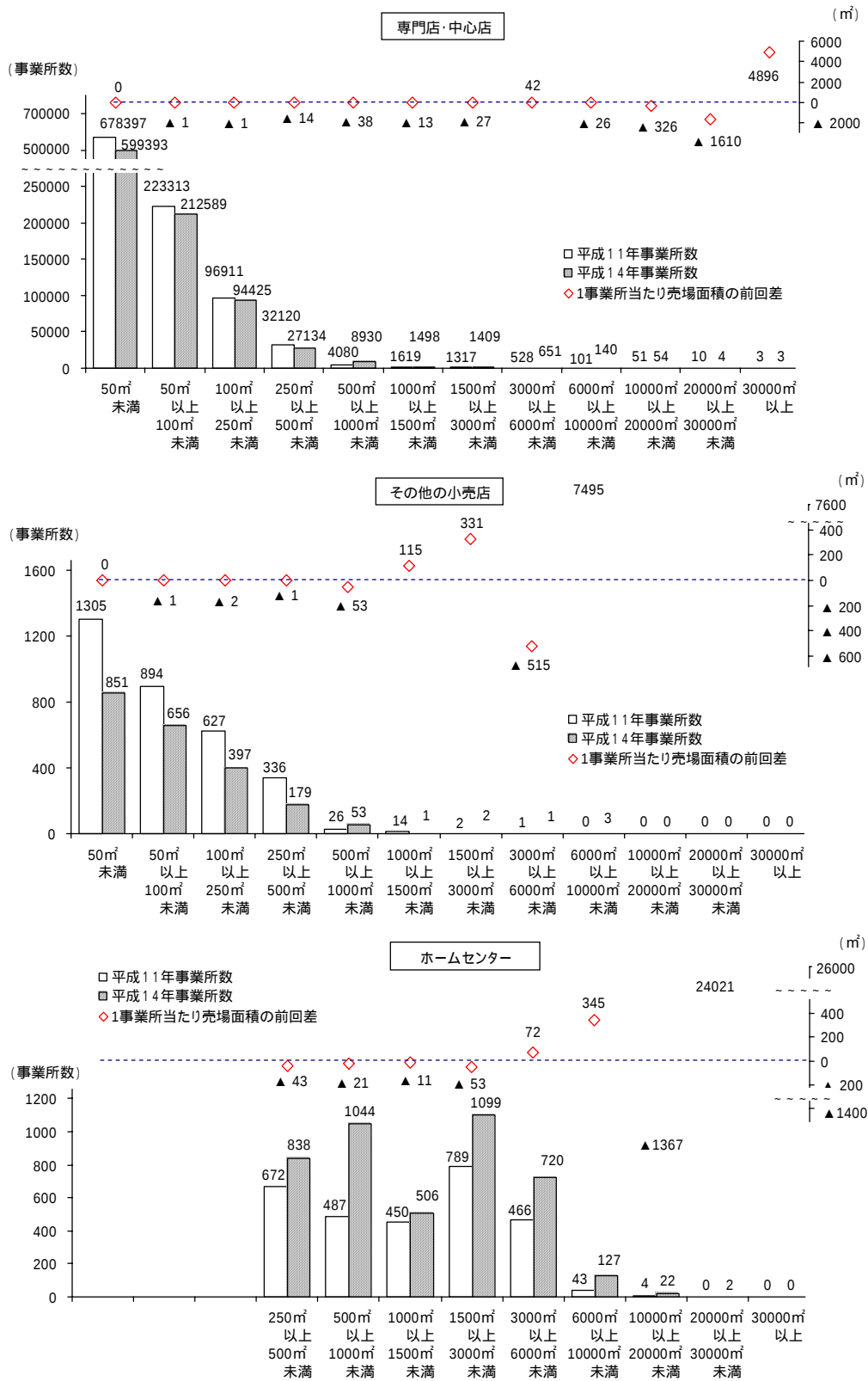
その他の小売店は、50 m²以上 100 m²未満の事業所が3割を占め最も多く100 m²未満の事業所で7割近くを占めている。前回と比べると、6000 m²以上の大型店の開設もみられるが、ほとんどの規模で事業所数は減少している。1事業所当たりの売場面積は、1000 m²以上の事業所で概ね増加している。



ホームセンターは、1500 m²以上 3000 m²未満、500 m²以上 1000 m²未満がそれぞれ4分の1を占めている。前回と比べると、事業所数はいずれの規模においても大きく増加しているものの、1事業所当たりの売場面積は、3000 m²未満の事業所で各規模ともに減少している。



売場面積規模別にみた業態別事業所数(平成11年、14年)及び1事業所当たり売場面積の前回差



業態別、売場面積規模別事業所数及び構成比

業 態 別	計	事 業 所 数																不詳
		10㎡未満	10㎡以上 20㎡未満	20㎡以上 30㎡未満	30㎡以上 50㎡未満	50㎡以上 100㎡未満	100㎡以上 250㎡未満	250㎡以上 500㎡未満	500㎡以上 1000㎡未満	1000㎡以上 1500㎡未満	1500㎡以上 3000㎡未満	3000㎡以上 6000㎡未満	6000㎡以上 10000㎡未満	10000㎡以上 20000㎡未満	20000㎡以上 30000㎡未満	30000㎡以上		
小売業計	1,300,057	52,121	156,368	155,122	263,561	250,587	145,011	48,531	21,847	5,352	5,720	2,643	1,028	782	114	75	191,195	
1.百貨店	362	-	-	-	1	1	1	2	5	2	5	23	37	119	77	69	20	
(1)大型百貨店	323	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	37	119	77	69	-	
(2)その他の百貨店	39	-	-	-	1	1	1	2	5	2	5	2	-	-	-	-	20	
2.総合スーパー	1,668	-	-	-	-	-	-	2	12	11	69	387	600	555	29	3		
(1)大型総合スーパー	1,499	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	312	600	555	29	3		
(2)中型総合スーパー	169	-	-	-	-	-	-	2	12	11	69	75	-	-	-	-		
3.専門スーパー	37,035							17,140	10,661	3,607	3,975	1,413	193	44	2	-		
(1)衣料品スーパー	6,324							3,776	1,909	430	161	32	10	6	-	-		
(2)食料品スーパー	17,691							7,315	5,330	2,233	2,332	427	43	11	-	-		
(3)住関連スーパー	13,020							6,049	3,422	944	1,482	954	140	27	2	-		
うちホームセンター	4,358							838	1,044	506	1,099	720	127	22	2	-		
4.コンビニエンスストア	41,770							2,252	12,983	26,535								
うち終日営業店	32,431							1,232	8,469	22,730								
5.ドラッグストア	14,664	24	213	472	1,493	4,904	3,351	2,781	1,291	74	29	26	6	-	-	-	-	
6.その他のスーパー	65,011	1,136	4,209	5,454	11,674	19,454	20,302	1,293	895	159	231	142	49	10	2	-	1	
うち各種商品取扱店	782	4	20	34	45	111	201	187	130	25	16	8	1	-	-	-	-	
7.専門店+8.中心店	1,137,317	50,894	151,793	148,976	247,730	212,589	94,425	27,134	8,930	1,498	1,409	651	140	54	4	3	191,087	
(1)衣料品専門店+中心店	171,713	3,357	17,530	21,631	43,054	49,923	23,955	6,181	1,861	223	113	24	16	32	1	2	3,810	
(2)食料品専門店+中心店	344,343	22,629	66,645	59,772	88,559	58,409	18,106	3,505	780	89	43	12	6	2	-	-	25,786	
(3)住関連専門店+中心店	621,261	24,908	67,618	67,573	116,117	104,257	52,364	17,448	6,289	1,186	1,253	615	118	20	3	1	161,491	
7.専門店	775,847	40,276	109,725	100,759	160,444	133,770	60,059	17,173	5,525	981	1,009	448	68	14	-	-	145,596	
(1)衣料品専門店	106,134	2,449	12,181	14,345	27,161	30,616	13,408	2,881	689	70	31	1	1	1	-	-	2,300	
(2)食料品専門店	204,171	17,488	45,495	36,144	48,297	27,164	8,198	1,453	212	7	2	2	-	-	-	-	19,709	
(3)住関連専門店	465,542	20,339	52,049	50,270	84,986	75,990	38,453	12,839	4,624	904	976	445	67	13	-	-	123,587	
8.中心店	361,470	10,618	42,068	48,217	87,286	78,819	34,366	9,961	3,405	517	400	203	72	40	4	3	45,491	
(1)衣料品中心店	65,579	908	5,349	7,286	15,893	19,307	10,547	3,300	1,172	153	82	23	15	31	1	2	1,510	
(2)食料品中心店	140,172	5,141	21,150	23,628	40,262	31,245	9,908	2,052	568	82	41	10	6	2	-	-	6,077	
(3)住関連中心店	155,719	4,569	15,569	17,303	31,131	28,267	13,911	4,609	1,665	282	277	170	51	7	3	1	37,904	
9.その他的小売店	2,230	67	153	220	411	656	397	179	53	1	2	1	3	-	-	-	87	
うち各種商品取扱店	2,086	62	143	203	376	598	387	178	50	1	2	-	-	-	-	-	86	

業 態 別	計	構 成 比 (%)																不詳
		10㎡未満	10㎡以上 20㎡未満	20㎡以上 30㎡未満	30㎡以上 50㎡未満	50㎡以上 100㎡未満	100㎡以上 250㎡未満	250㎡以上 500㎡未満	500㎡以上 1000㎡未満	1000㎡以上 1500㎡未満	1500㎡以上 3000㎡未満	3000㎡以上 6000㎡未満	6000㎡以上 10000㎡未満	10000㎡以上 20000㎡未満	20000㎡以上 30000㎡未満	30000㎡以上		
小売業計	100.0	4.0	12.0	11.9	20.3	19.3	11.2	3.7	1.7	0.4	0.4	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	14.7	
1.百貨店	100.0	-	-	-	0.3	0.3	0.3	0.6	1.4	0.6	1.4	6.4	10.2	32.9	21.3	19.1	5.5	
(1)大型百貨店	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.5	11.5	36.8	23.8	21.4	-	
(2)その他の百貨店	100.0	-	-	-	2.6	2.6	2.6	5.1	12.8	5.1	12.8	5.1	-	-	-	-	51.3	
2.総合スーパー	100.0	-	-	-	-	-	-	0.1	0.7	0.7	4.1	23.2	36.0	33.3	1.7	0.2		
(1)大型総合スーパー	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.8	40.0	37.0	1.9	0.2		
(2)中型総合スーパー	100.0	-	-	-	-	-	-	1.2	7.1	6.5	40.8	44.4	-	-	-	-		
3.専門スーパー	100.0							46.3	28.8	9.7	10.7	3.8	0.5	0.1	0.0	-		
(1)衣料品スーパー	100.0							59.7	30.2	6.8	2.5	0.5	0.2	0.1	-	-		
(2)食料品スーパー	100.0							41.3	30.1	12.6	13.2	2.4	0.2	0.1	-	-		
(3)住関連スーパー	100.0							46.5	26.3	7.3	11.4	7.3	1.1	0.2	0.0	-		
うちホームセンター	100.0							19.2	24.0	11.6	25.2	16.5	2.9	0.5	0.0	-		
4.コンビニエンスストア	100.0							5.4	31.1	63.5								
うち終日営業店	100.0							3.8	26.1	70.1								
5.ドラッグストア	100.0	0.2	1.5	3.2	10.2	33.4	22.9	19.0	8.8	0.5	0.2	0.2	0.0	-	-	-	-	
6.その他のスーパー	100.0	1.7	6.5	8.4	18.0	29.9	31.2	2.0	1.4	0.2	0.4	0.2	0.1	0.0	0.0	-	0.0	
うち各種商品取扱店	100.0	0.5	2.6	4.3	5.8	14.2	25.7	23.9	16.6	3.2	2.0	1.0	0.1	-	-	-	-	
7.専門店+8.中心店	100.0	4.5	13.3	13.1	21.8	18.7	8.3	2.4	0.8	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	16.8	
(1)衣料品専門店+中心店	100.0	2.0	10.2	12.6	25.1	29.1	14.0	3.6	1.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	
(2)食料品専門店+中心店	100.0	6.6	19.4	17.4	25.7	17.0	5.3	1.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	7.5	
(3)住関連専門店+中心店	100.0	4.0	10.9	10.9	18.7	16.8	8.4	2.8	1.0	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	26.0	
7.専門店	100.0	5.2	14.1	13.0	20.7	17.2	7.7	2.2	0.7	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	-	-	18.8	
(1)衣料品専門店	100.0	2.3	11.5	13.5	25.6	28.8	12.6	2.7	0.6	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	2.2	
(2)食料品専門店	100.0	8.6	22.3	17.7	23.7	13.3	4.0	0.7	0.1	0.0	0.0	0.0	-	-	-	-	9.7	
(3)住関連専門店	100.0	4.4	11.2	10.8	18.3	16.3	8.3	2.8	1.0	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	-	-	26.5	
8.中心店	100.0	2.9	11.6	13.3	24.1	21.8	9.5	2.8	0.9	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	12.6	
(1)衣料品中心店	100.0	1.4	8.2	11.1	24.2	29.4	16.1	5.0	1.8	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	
(2)食料品中心店	100.0	3.7	15.1	16.9	28.7	22.3	7.1	1.5	0.4	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	4.3	
(3)住関連中心店	100.0	2.9	10.0	11.1	20.0	18.2	8.9	3.0	1.1	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	24.3	
9.その他的小売店	100.0	3.0	6.9	9.9	18.4	29.4	17.8	8.0	2.4	0.0	0.1	0.0	0.1	-	-	-	3.9	
うち各種商品取扱店	100.0	3.0	6.9	9.7	18.0	28.7	18.6	8.5	2.4	0.0	0.1	-	-	-	-	-	4.1	

5. 業態別にみた商品手持額

～ 商品回転率が高いコンビニエンスストア ～

(1) 業態別の商品手持額及び1事業所当たりの商品手持額

平成14年調査における小売事業所の商品手持額は、12兆7951億円であった。業態別にみると、専門店が5兆4703億円（小売業全体の42.8%）、中心店が2兆9694億円（同23.2%）、専門スーパーが1兆9122億円（同14.9%）で、年間商品販売額の4分の3を占めるこれらの業態では、商品手持額がそれぞれ1兆円を超えている。

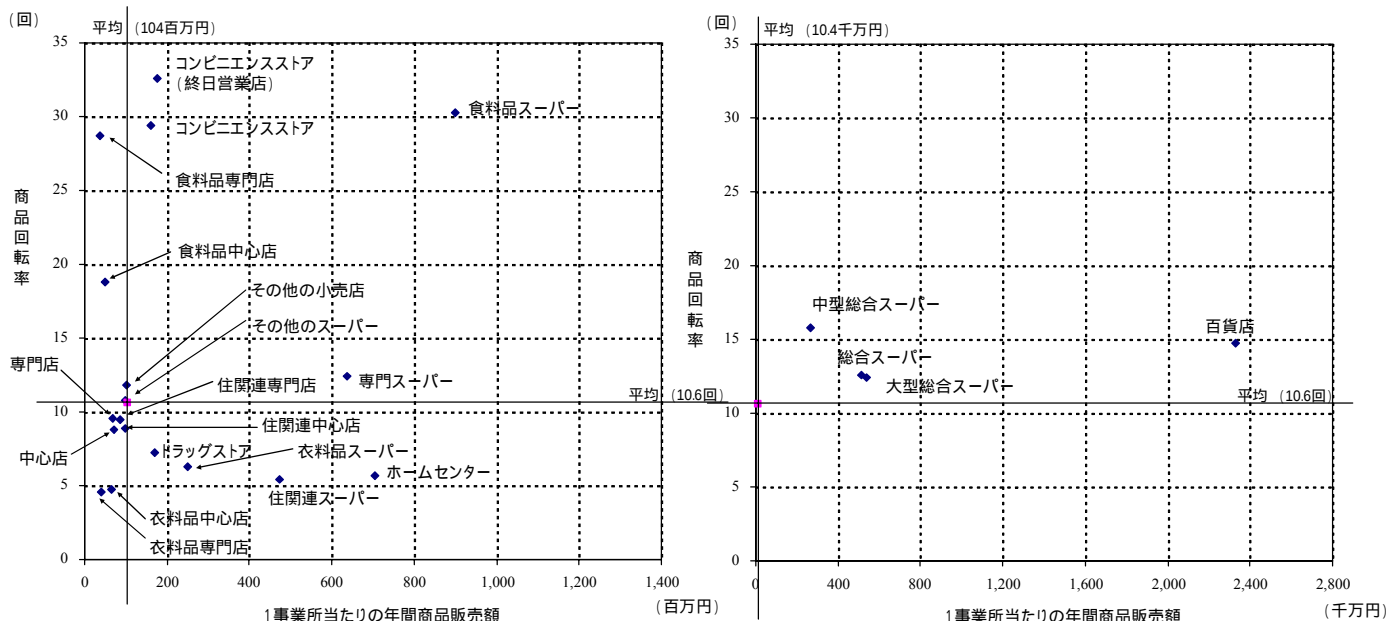
1事業所当たりの商品手持額をみると、高額商品や品揃えが豊富な百貨店が15億8112万円と群を抜いて多く、次いで総合スーパーが4億565万円、以下、専門スーパーが5163万円、ドラッグストアが2353万円の順となっている。このほかの業態はいずれも1千万円未満となっており、コンビニエンスストアが547万円と最も低い。

(2) 業態別の商品回転率

業態別に商品回転率（年間商品販売額／商品手持額）をみると、コンビニエンスストアが29.4回（1回転期間12日）と最も高く、このうち終日営業店では32.6回（同11日）と食料品スーパーの30.3回（同12日）を上回る高い回転率となっている。以下、百貨店が14.7回（同25日）、総合スーパーが12.6回（同29日）、専門スーパーが12.4回（同29日）、その他の小売店が11.8回（同31日）、その他のスーパーが10.8回（同34日）となっている。専門店、中心店、ドラッグストア、ホームセンターはいずれも10回未満と少ない。業態の内訳をみると、日配品を扱うコンビニエンスストアや生鮮食品を扱う食料品関連の業態で商品回転率が高くなっている。なお、百貨店の商品回転率が総合スーパーを上回ったのは、比較可能な平成3年以降初めてのことである。

商品回転率と1事業所当たりの年間商品販売額をみると、食料品スーパーは回転率、販売額ともに小売平均を大きく上回っている。ホームセンターは、回転率は低いものの販売額は小売平均を大きく上回っているが、これは比較的高単価の商品を取り扱っているためと考えられる。ドラッグストア、衣料品関連や住関連の業態では商品回転率は低いものの、このうちセルフサービスを中心とした業態では1事業所当たりの年間商品販売額が小売平均を上回っている。

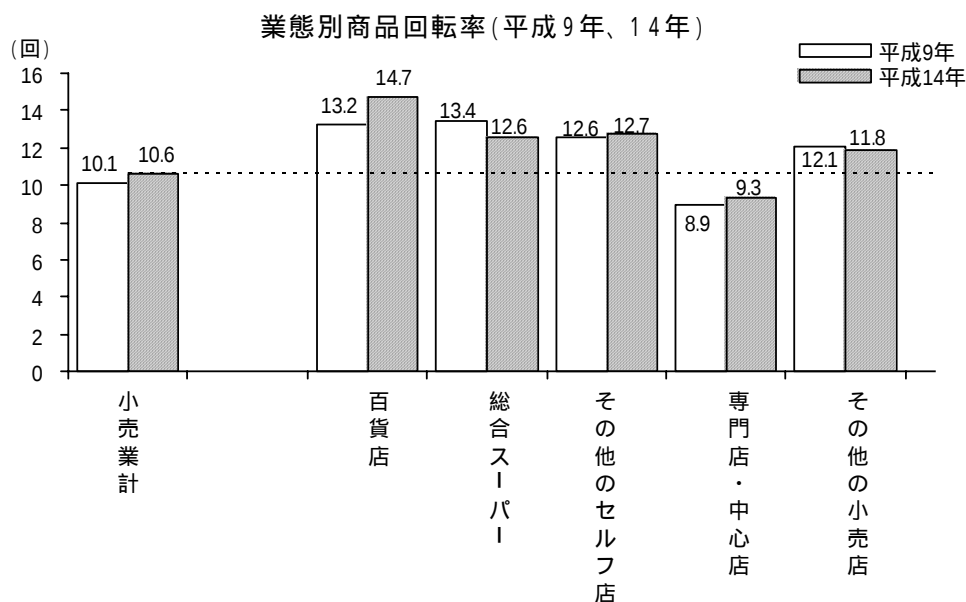
業態別の商品回転率と1事業所当たりの年間商品販売額



商品回転率を平成9年（注1）と比べると、百貨店、専門店・中心店、その他のセルフ店（注2）は増加、総合スーパー、その他の小売店は減少であった。百貨店は平成9年に比べ1.5回の増加となっており、在庫管理の効率化の進展がうかがえる。

（注1）平成11年調査（簡易調査）では、「商品手持額」を調査していないため、平成9年が前回調査となる。

（注2）業態分類の定義変更に伴い、平成9年との比較は、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパーを合算し、「その他のセルフ店」とした。



業態別商品手持額（構成比）、1事業所当たりの商品手持額及び商品回転率

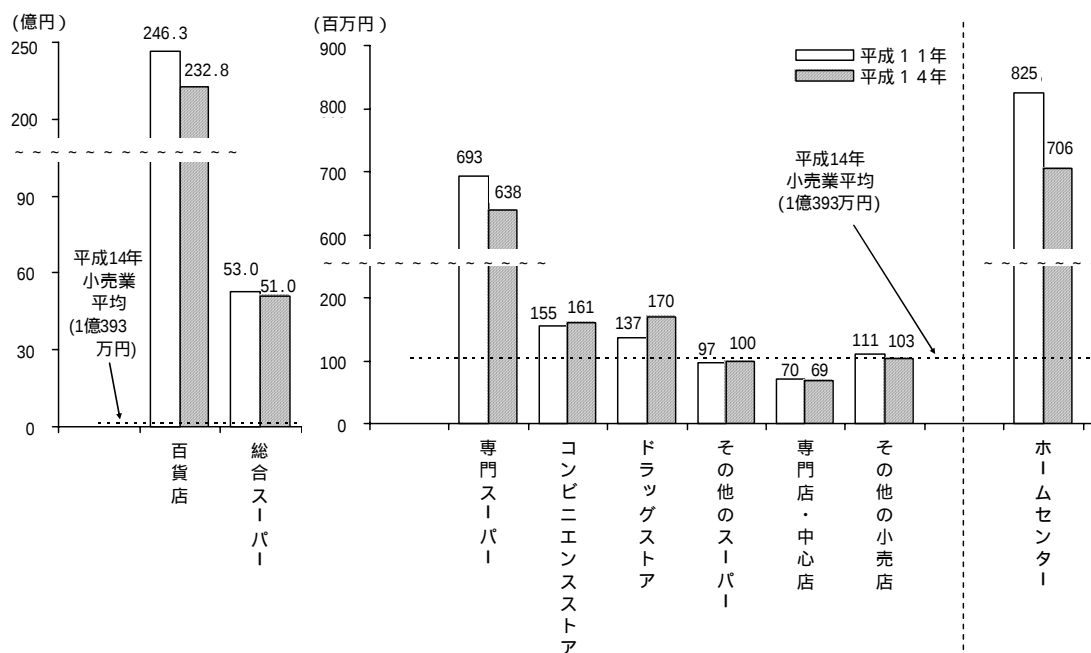
業 態 別	商品手持額 (百万円)	構成比 (%)	1事業所当たりの 商品手持額 (万円)	商品回転率 (回)
小売業計	12,795,137	100.0	984	10.6
1. 百貨店	572,365	4.5	158,112	14.7
(1) 大型百貨店	557,557	4.4	172,618	14.4
(2) その他の百貨店	14,808	0.1	37,970	25.1
2. 総合スーパー	676,623	5.3	40,565	12.6
(1) 大型総合スーパー	647,852	5.1	43,219	12.4
(2) 中型総合スーパー	28,771	0.2	17,024	15.8
3. 専門スーパー	1,912,158	14.9	5,163	12.4
(1) 衣料品スーパー	252,375	2.0	3,991	6.3
(2) 食料品スーパー	525,675	4.1	2,971	30.3
(3) 住関連スーパー	1,134,107	8.9	8,711	5.4
うちホームセンター	543,468	4.2	12,471	5.7
4. コンビニエンスストア	228,343	1.8	547	29.4
うち終日営業店	175,398	1.4	541	32.6
5. ドラッグストア	345,088	2.7	2,353	7.2
6. その他のスーパー	601,492	4.7	925	10.8
うち各種商品取扱店	20,809	0.2	2,661	9.2
7. 専門店 + 8. 中心店	8,439,646	66.0	742	9.3
(1) 衣料品専門店 + 中心店	1,862,480	14.6	1,085	4.6
(2) 食料品専門店 + 中心店	617,604	4.8	179	23.0
(3) 住関連専門店 + 中心店	5,959,562	46.6	959	9.4
7. 専門店	5,470,276	42.8	705	9.6
(1) 衣料品専門店	958,454	7.5	903	4.6
(2) 食料品専門店	257,970	2.0	126	28.7
(3) 住関連専門店	4,253,853	33.2	914	9.5
8. 中心店	2,969,370	23.2	821	8.8
(1) 衣料品中心店	904,026	7.1	1,379	4.7
(2) 食料品中心店	359,634	2.8	257	18.8
(3) 住関連中心店	1,705,709	13.3	1,095	8.9
9. その他の小売店	19,422	0.2	871	11.8
うち各種商品取扱店	15,525	0.1	744	11.2

6. 業態別にみた単位当たりの年間商品販売額(販売効率)

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

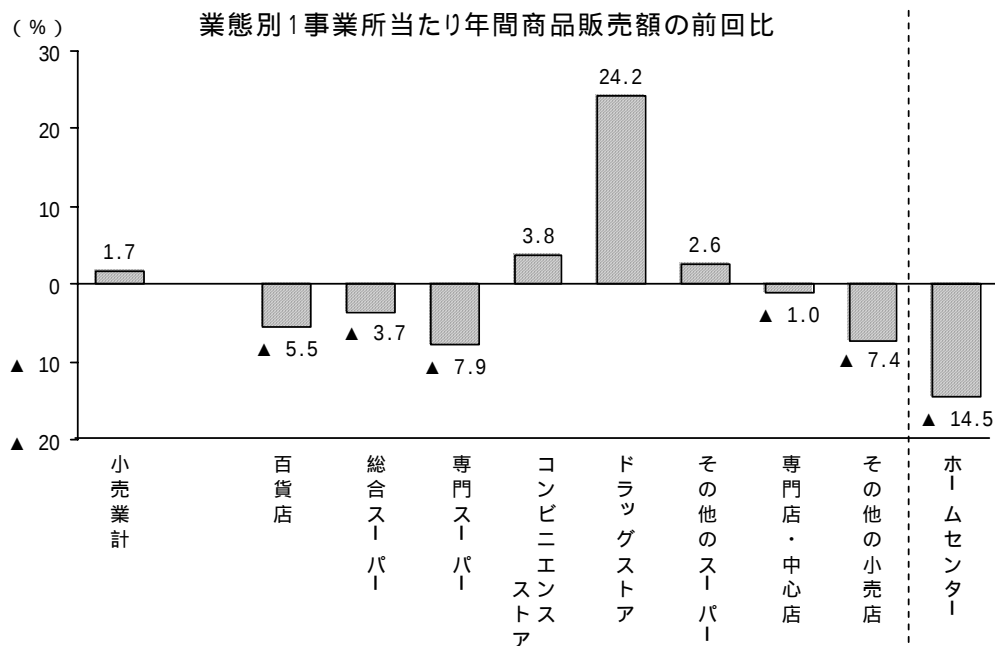
1事業所当たりの年間商品販売額は、百貨店が232億7870万円と最も高く、次いで総合スーパーが51億499万円、専門スーパーが6億3806万円の順となっている。ドラッグストア、コンビニエンスストア、その他の小売店は1億円台、その他のスーパー、中心店、専門店は1億円未満となっている。

業態別の1事業所当たり年間商品販売額



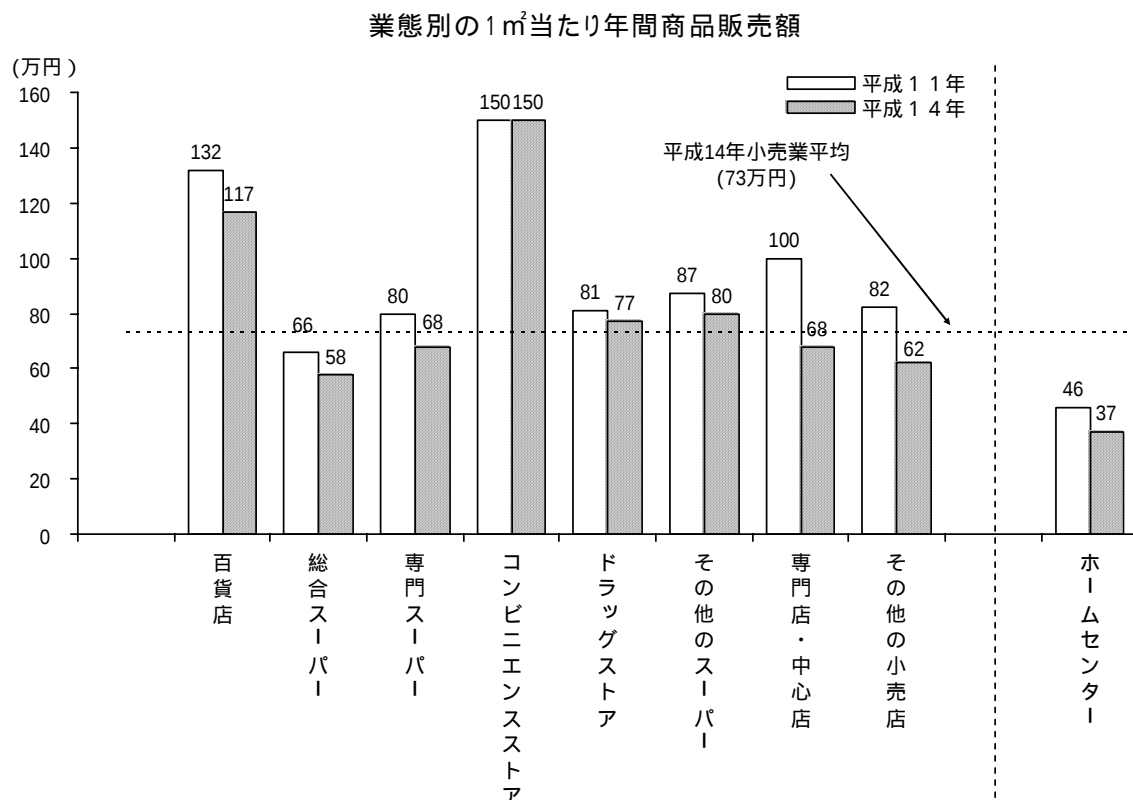
前回比をみると、ドラッグストア(前回比24.2%増)、コンビニエンスストア(同3.8%増)、その他のスーパー(同2.6%増)の増加を除き、専門スーパー(同▲7.9%減)、その他の小売業(同▲7.4%減)、百貨店(同▲5.5%減)、総合スーパー(同▲3.7%減)などすべての業態で減少となっている。なお、ドラッグストアの大幅増は、幅広い商品を扱うチェーン企業を中心とした事業所の増加などにより、ホームセンターの大幅減は大型店舗等の新規開店により販売額が1年に満たない事業所が多いことによると考えられる。

業態別1事業所当たり年間商品販売額の前回比

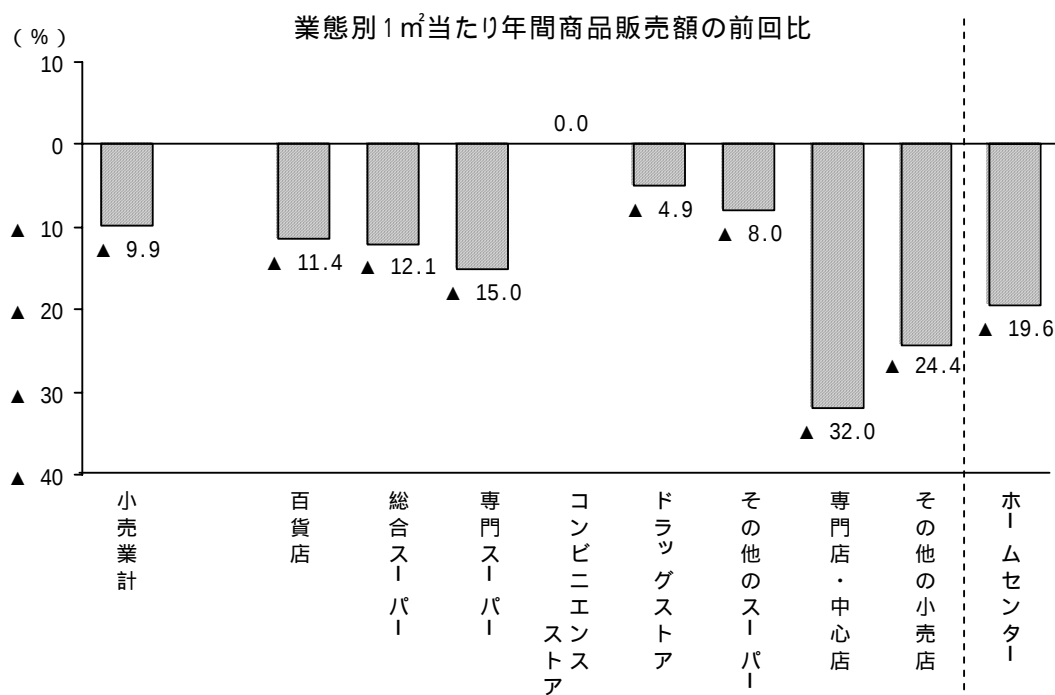


(2) 売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額

売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額は、コンビニエンスストアが 150 万円と最も多く、次いで百貨店が 117 万円となっており、この 2 業態では 100 万円を上回っている。以下、その他のスーパー（80 万円）、ドラッグストア（77 万円）、専門店（70 万円）、専門スーパー（68 万円）、中心店（64 万円）、その他の小売店（62 万円）、総合スーパー（58 万円）の順となっている。



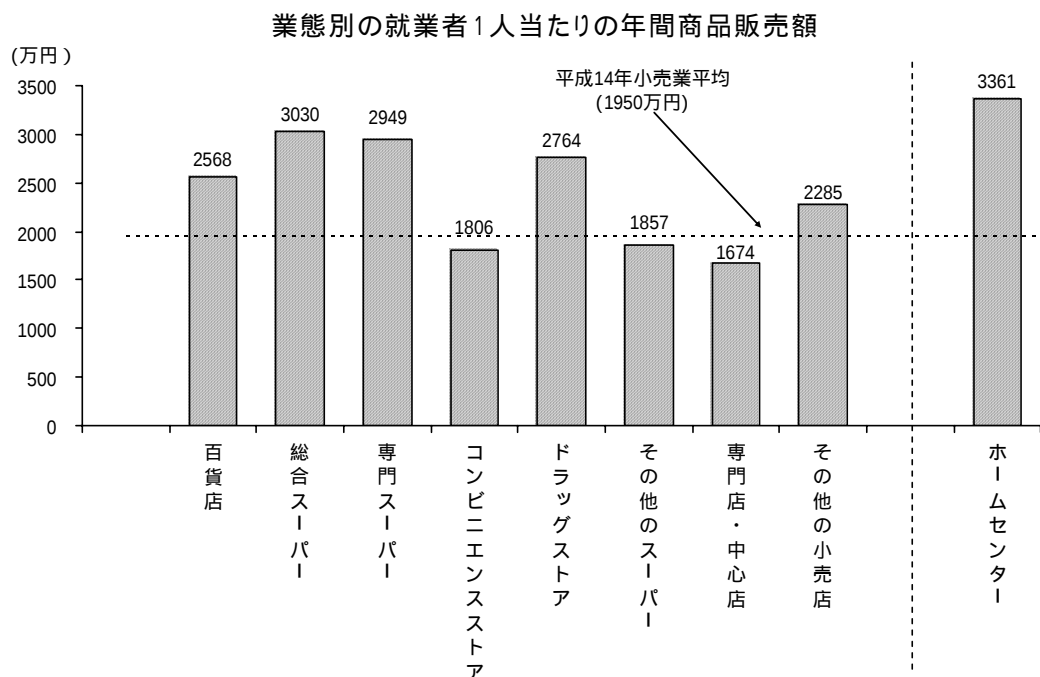
前回比をみると、コンビニエンスストアは横ばいであったものの、他の業態ではすべて前回を下回っている。総合スーパーや年間商品販売額では増加している専門スーパー、ドラッグストアの減少は、店舗の大型化の進展によると考えられる。



(3) 就業者1人当たりの年間商品販売額

就業者(注)1人当たりの年間商品販売額は、総合スーパー(3030万円)、専門スーパー(2949万円)、ドラッグストア(2764万円)、百貨店(2568万円)、その他の小売店(2285万円)の順で、これらの業態では小売業平均(1950万円)を上回っている。また、コンビニエンスストアは1806万円、専門スーパーの内数であるホームセンターは3361万円であった。

(注)就業者数は、パート・アルバイト等を8時間換算(8時間換算による数値は平成14年より調査)したものをを用いている。



業態別の単位当たり年間商品販売額

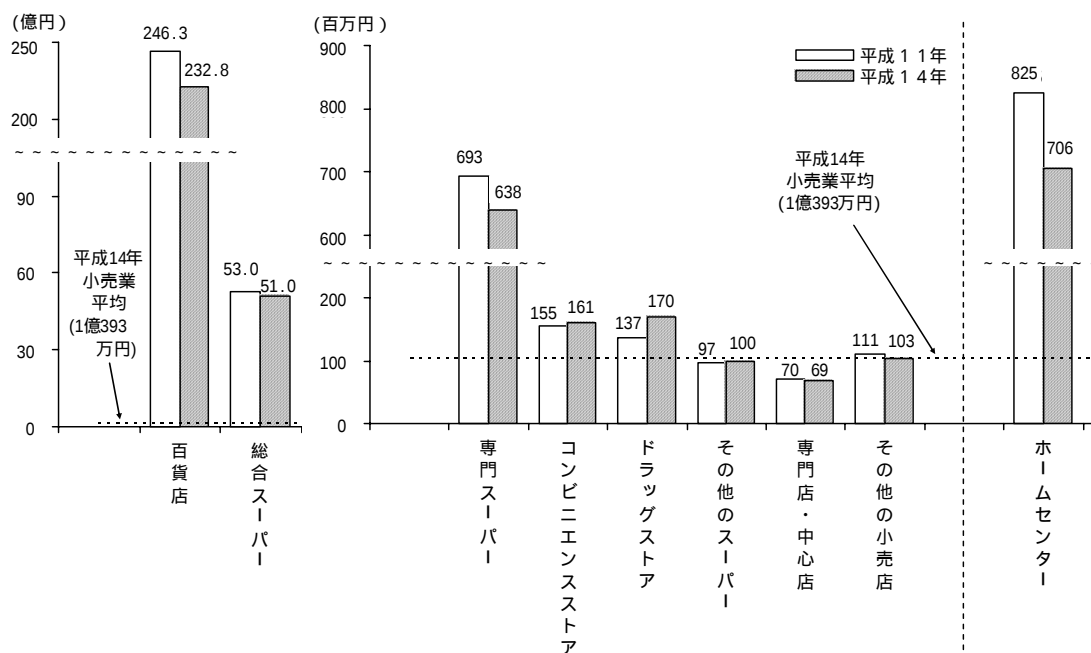
業 態 別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)				売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(万円)				就業者1人当たり年間商品販売額(万円)
	平成11年	平成14年	前回差 14年-11年	前回比(%) 14年/11年	平成11年	平成14年	前回差 14年-11年	前回比(%) 14年/11年	
小売業計	10,223	10,393	170	1.7	81	73	▲8	▲9.9	1,950
1. 百貨店	2,463,315	2,327,870	▲135,445	▲5.5	132	117	▲15	▲11.4	2,568
(1) 大型百貨店	2,607,550	2,493,952	▲113,598	▲4.4	131	116	▲15	▲11.5	2,506
(2) その他の百貨店	647,934	952,364	304,430	47.0	281	384	103	36.7	5,475
2. 総合スーパー	529,920	510,499	▲19,421	▲3.7	66	58	▲8	▲12.1	3,030
(1) 大型総合スーパー	565,656	537,812	▲27,844	▲4.9	65	57	▲8	▲12.3	3,027
(2) 中型総合スーパー	280,107	268,239	▲11,868	▲4.2	92	87	▲5	▲5.4	3,092
3. 専門スーパー	69,265	63,806	▲5,459	▲7.9	80	68	▲12	▲15.0	2,949
(1) 衣料品スーパー	26,583	25,037	▲1,546	▲5.8	39	40	1	2.6	2,703
(2) 食料品スーパー	89,528	89,897	369	0.4	108	97	▲11	▲10.2	2,941
(3) 住関連スーパー	51,572	47,184	▲4,388	▲8.5	51	43	▲8	▲15.7	3,044
うちホームセンター	82,527	70,581	▲11,946	▲14.5	46	37	▲9	▲19.6	3,361
4. コンビニエンスストア	15,487	16,073	586	3.8	150	150	0	0.0	1,806
うち終日営業店	18,006	17,633	▲373	▲2.1	163	159	▲4	▲2.5	1,810
5. ドラッグストア	13,695	17,014	3,319	24.2	81	77	▲4	▲4.9	2,764
6. その他のスーパー	9,736	9,986	250	2.6	87	80	▲7	▲8.0	1,857
うち各種商品取扱店	25,359	24,466	▲893	▲3.5	66	61	▲5	▲7.6	2,735
7. 専門店 + 8. 中心店	6,984	6,912	▲72	▲1.0	100	68	▲32	▲32.0	1,674
(1) 衣料品専門店 + 中心店	5,795	5,032	▲763	▲13.2	67	56	▲11	▲17.0	1,437
(2) 食料品専門店 + 中心店	4,173	4,120	▲53	▲1.3	99	78	▲21	▲21.4	1,098
(3) 住関連専門店 + 中心店	8,918	8,978	60	0.7	113	68	▲45	▲39.7	1,990
7. 専門店	6,796	6,756	▲40	▲0.6	75	70	▲5	▲6.7	1,612
(1) 衣料品専門店	4,412	4,157	▲255	▲5.8	64	59	▲5	▲7.8	1,308
(2) 食料品専門店	3,693	3,629	▲64	▲1.7	93	85	▲8	▲8.6	905
(3) 住関連専門店	8,828	8,719	▲109	▲1.2	73	69	▲4	▲5.5	1,936
8. 中心店	7,530	7,246	▲284	▲3.8	76	64	▲12	▲15.8	1,815
(1) 衣料品中心店	9,178	6,448	▲2,730	▲29.7	62	54	▲8	▲12.9	1,602
(2) 食料品中心店	5,081	4,835	▲246	▲4.8	83	71	▲12	▲14.5	1,433
(3) 住関連中心店	9,287	9,752	465	5.0	80	64	▲16	▲20.0	2,151
9. その他の小売店	11,125	10,303	▲822	▲7.4	82	62	▲20	▲24.4	2,285
うち各種商品取扱店	11,101	8,355	▲2,746	▲24.7	82	65	▲17	▲20.7	1,928

6. 業態別にみた単位当たりの年間商品販売額(販売効率)

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

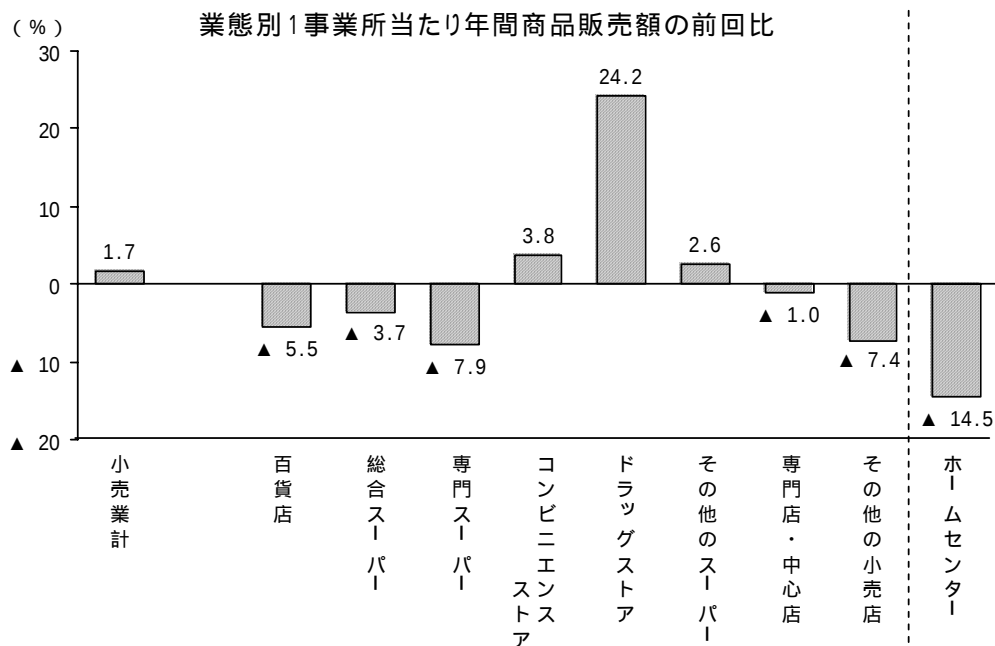
1事業所当たりの年間商品販売額は、百貨店が232億7870万円と最も高く、次いで総合スーパーが51億499万円、専門スーパーが6億3806万円の順となっている。ドラッグストア、コンビニエンスストア、その他の小売店は1億円台、その他のスーパー、中心店、専門店は1億円未満となっている。

業態別の1事業所当たり年間商品販売額



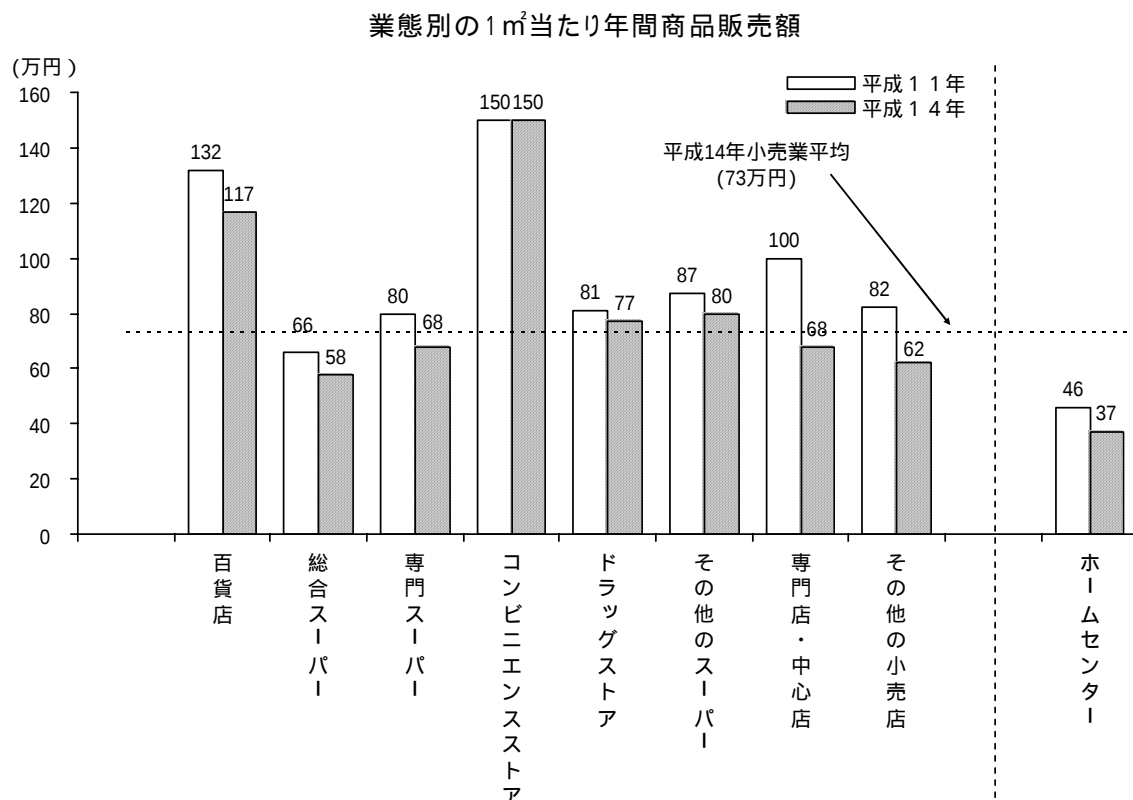
前回比をみると、ドラッグストア(前回比24.2%増)、コンビニエンスストア(同3.8%増)、その他のスーパー(同2.6%増)の増加を除き、専門スーパー(同▲7.9%減)、その他の小売業(同▲7.4%減)、百貨店(同▲5.5%減)、総合スーパー(同▲3.7%減)などすべての業態で減少となっている。なお、ドラッグストアの大幅増は、幅広い商品を扱うチェーン企業を中心とした事業所の増加などにより、ホームセンターの大幅減は大型店舗等の新規開店により販売額が1年に満たない事業所が多いことによると考えられる。

業態別1事業所当たり年間商品販売額の前回比

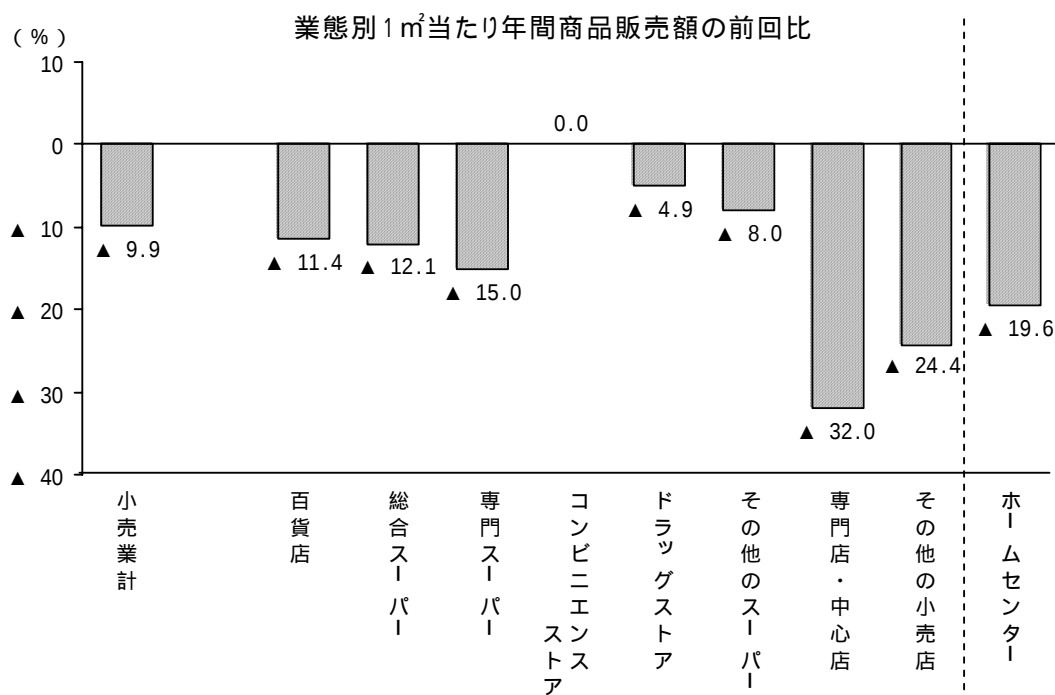


(2) 売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額

売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額は、コンビニエンスストアが 150 万円と最も多く、次いで百貨店が 117 万円となっており、この 2 業態では 100 万円を上回っている。以下、その他のスーパー（80 万円）、ドラッグストア（77 万円）、専門店（70 万円）、専門スーパー（68 万円）、中心店（64 万円）、その他の小売店（62 万円）、総合スーパー（58 万円）の順となっている。



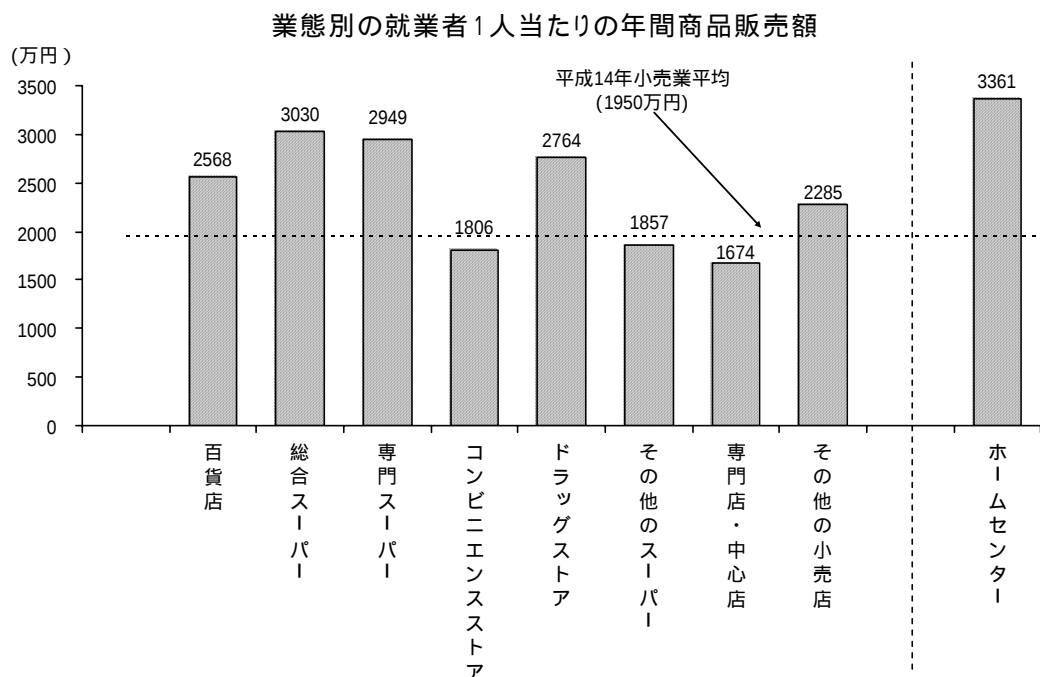
前回比をみると、コンビニエンスストアは横ばいであったものの、他の業態ではすべて前回を下回っている。総合スーパーや年間商品販売額では増加している専門スーパー、ドラッグストアの減少は、店舗の大型化の進展によると考えられる。



(3) 就業者1人当たりの年間商品販売額

就業者(注)1人当たりの年間商品販売額は、総合スーパー(3030万円)、専門スーパー(2949万円)、ドラッグストア(2764万円)、百貨店(2568万円)、その他の小売店(2285万円)の順で、これらの業態では小売業平均(1950万円)を上回っている。また、コンビニエンスストアは1806万円、専門スーパーの内数であるホームセンターは3361万円であった。

(注)就業者数は、パート・アルバイト等を8時間換算(8時間換算による数値は平成14年より調査)したものをを用いている。



業態別の単位当たり年間商品販売額

業 態 別	1事業所当たりの年間商品販売額(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11年	平成14年	前回差 14年-11年	前回比(%) 14年/11年	平成11年	平成14年	前回差 14年-11年	前回比(%) 14年/11年	
小売業計	10,223	10,393	170	1.7	81	73	▲8	▲9.9	1,950
1. 百貨店	2,463,315	2,327,870	▲135,445	▲5.5	132	117	▲15	▲11.4	2,568
(1) 大型百貨店	2,607,550	2,493,952	▲113,598	▲4.4	131	116	▲15	▲11.5	2,506
(2) その他の百貨店	647,934	952,364	304,430	47.0	281	384	103	36.7	5,475
2. 総合スーパー	529,920	510,499	▲19,421	▲3.7	66	58	▲8	▲12.1	3,030
(1) 大型総合スーパー	565,656	537,812	▲27,844	▲4.9	65	57	▲8	▲12.3	3,027
(2) 中型総合スーパー	280,107	268,239	▲11,868	▲4.2	92	87	▲5	▲5.4	3,092
3. 専門スーパー	69,265	63,806	▲5,459	▲7.9	80	68	▲12	▲15.0	2,949
(1) 衣料品スーパー	26,583	25,037	▲1,546	▲5.8	39	40	1	2.6	2,703
(2) 食料品スーパー	89,528	89,897	369	0.4	108	97	▲11	▲10.2	2,941
(3) 住関連スーパー	51,572	47,184	▲4,388	▲8.5	51	43	▲8	▲15.7	3,044
うちホームセンター	82,527	70,581	▲11,946	▲14.5	46	37	▲9	▲19.6	3,361
4. コンビニエンスストア	15,487	16,073	586	3.8	150	150	0	0.0	1,806
うち終日営業店	18,006	17,633	▲373	▲2.1	163	159	▲4	▲2.5	1,810
5. ドラッグストア	13,695	17,014	3,319	24.2	81	77	▲4	▲4.9	2,764
6. その他のスーパー	9,736	9,986	250	2.6	87	80	▲7	▲8.0	1,857
うち各種商品取扱店	25,359	24,466	▲893	▲3.5	66	61	▲5	▲7.6	2,735
7. 専門店 + 8. 中心店	6,984	6,912	▲72	▲1.0	100	68	▲32	▲32.0	1,674
(1) 衣料品専門店 + 中心店	5,795	5,032	▲763	▲13.2	67	56	▲11	▲17.0	1,437
(2) 食料品専門店 + 中心店	4,173	4,120	▲53	▲1.3	99	78	▲21	▲21.4	1,098
(3) 住関連専門店 + 中心店	8,918	8,978	60	0.7	113	68	▲45	▲39.7	1,990
7. 専門店	6,796	6,756	▲40	▲0.6	75	70	▲5	▲6.7	1,612
(1) 衣料品専門店	4,412	4,157	▲255	▲5.8	64	59	▲5	▲7.8	1,308
(2) 食料品専門店	3,693	3,629	▲64	▲1.7	93	85	▲8	▲8.6	905
(3) 住関連専門店	8,828	8,719	▲109	▲1.2	73	69	▲4	▲5.5	1,936
8. 中心店	7,530	7,246	▲284	▲3.8	76	64	▲12	▲15.8	1,815
(1) 衣料品中心店	9,178	6,448	▲2,730	▲29.7	62	54	▲8	▲12.9	1,602
(2) 食料品中心店	5,081	4,835	▲246	▲4.8	83	71	▲12	▲14.5	1,433
(3) 住関連中心店	9,287	9,752	465	5.0	80	64	▲16	▲20.0	2,151
9. その他の小売店	11,125	10,303	▲822	▲7.4	82	62	▲20	▲24.4	2,285
うち各種商品取扱店	11,101	8,355	▲2,746	▲24.7	82	65	▲17	▲20.7	1,928

7. チェーン組織加盟の有無別にみた業態別の状況

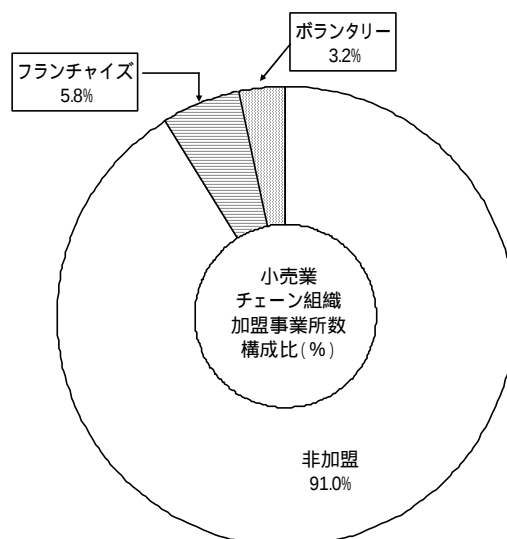
(1) 業態別のチェーン組織加盟事業所数

平成14年調査における小売業の事業所数は、130万57事業所、このうち、チェーン組織（フランチャイズ・チェーンまたはボランティア・チェーン）に加盟しているのは、11万6708事業所で小売業全体の9.0%であった。

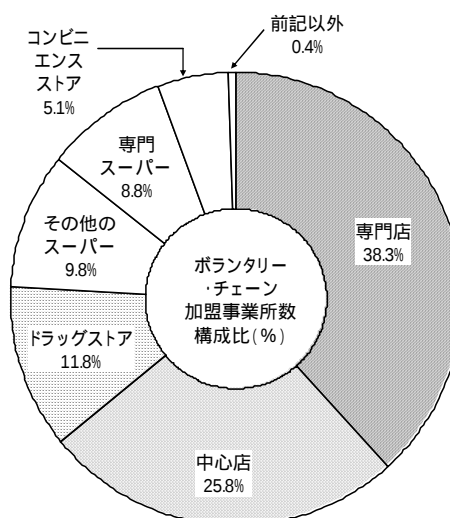
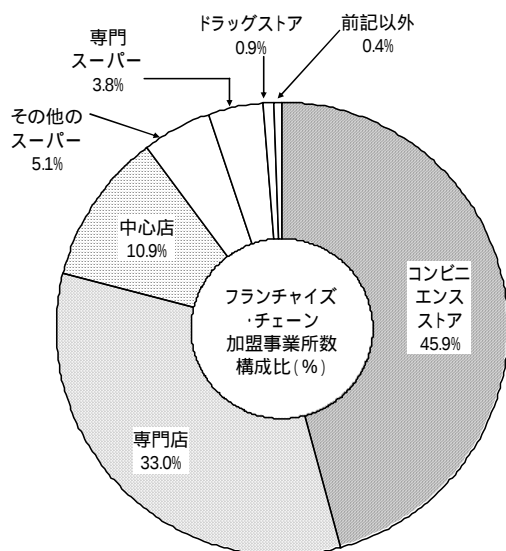
小売事業所のうちフランチャイズ・チェーンへの加盟事業所数は7万5663事業所であった。これを業態別にみると、コンビニエンスストア（3万4719事業所）が5割近くを占め最も多く、次いで専門店（2万4947事業所）、中心店（8210事業所）その他のスーパー（3872事業所）の順となっている。

小売事業所のうちボランティア・チェーンへの加盟事業所数は4万1045事業所であった。これを業態別にみると、専門店（1万5709事業所）が最も多く、次いで中心店（1万589事業所）、ドラッグストア（4835事業所）の順で、これら3業態でボランティア・チェーン加盟事業所数の4分の3を占めている。以下、その他のスーパー（4012事業所）、専門スーパー（3627事業所）、コンビニエンスストア（2090事業所）の順となっている。

小売業のチェーン組織加盟有無別事業所数の構成比



チェーン組織加盟事業所数の構成比



業態別チェーン組織加盟事業所数及び構成比

業 態 別	事業所数					構成比 (%)				
	合計	加盟計	フランチャイズ・チェーン	ボランティア・チェーン	非加盟	合計	加盟計	フランチャイズ・チェーン	ボランティア・チェーン	非加盟
小売業計	1,300,057	116,708	75,663	41,045	1,183,349	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. 百貨店	362	26	4	22	336	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
(1)大型百貨店	323	24	4	20	299	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
(2)その他の百貨店	39	2	0	2	37	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2. 総合スーパー	1,668	43	5	38	1,625	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1
(1)大型総合スーパー	1,499	26	5	21	1,473	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1
(2)中型総合スーパー	169	17	0	17	152	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3. 専門スーパー	37,035	6,502	2,875	3,627	30,533	2.8	5.6	3.8	8.8	2.6
(1)衣料品スーパー	6,324	602	426	176	5,722	0.5	0.5	0.6	0.4	0.5
(2)食料品スーパー	17,691	3,868	707	3,161	13,823	1.4	3.3	0.9	7.7	1.2
(3)住関連スーパー	13,020	2,032	1,742	290	10,988	1.0	1.7	2.3	0.7	0.9
うちホームセンター	4,358	277	156	121	4,081	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3
4. コンビニエンスストア	41,770	36,809	34,719	2,090	4,961	3.2	31.5	45.9	5.1	0.4
うち終日営業店	32,431	31,129	30,935	194	1,302	2.5	26.7	40.9	0.5	0.1
5. ドラッグストア	14,664	5,547	712	4,835	9,117	1.1	4.8	0.9	11.8	0.8
6. その他のスーパー	65,011	7,884	3,872	4,012	57,127	5.0	6.8	5.1	9.8	4.8
うち各種商品取扱店	782	129	76	53	653	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
7. 専門店	775,847	40,656	24,947	15,709	735,191	59.7	34.8	33.0	38.3	62.1
(1)衣料品専門店	106,134	5,410	1,821	3,589	100,724	8.2	4.6	2.4	8.7	8.5
(2)食料品専門店	204,171	19,373	13,556	5,817	184,798	15.7	16.6	17.9	14.2	15.6
(3)住関連専門店	465,542	15,873	9,570	6,303	449,669	35.8	13.6	12.6	15.4	38.0
8. 中心店	361,470	18,799	8,210	10,589	342,671	27.8	16.1	10.9	25.8	29.0
(1)衣料品中心店	65,579	3,134	1,440	1,694	62,445	5.0	2.7	1.9	4.1	5.3
(2)食料品中心店	140,172	9,784	3,875	5,909	130,388	10.8	8.4	5.1	14.4	11.0
(3)住関連中心店	155,719	5,881	2,895	2,986	149,838	12.0	5.0	3.8	7.3	12.7
9. その他の小売店	2,230	442	319	123	1,788	0.2	0.4	0.4	0.3	0.2
うち各種商品取扱店	2,086	432	316	116	1,654	0.2	0.4	0.4	0.3	0.1

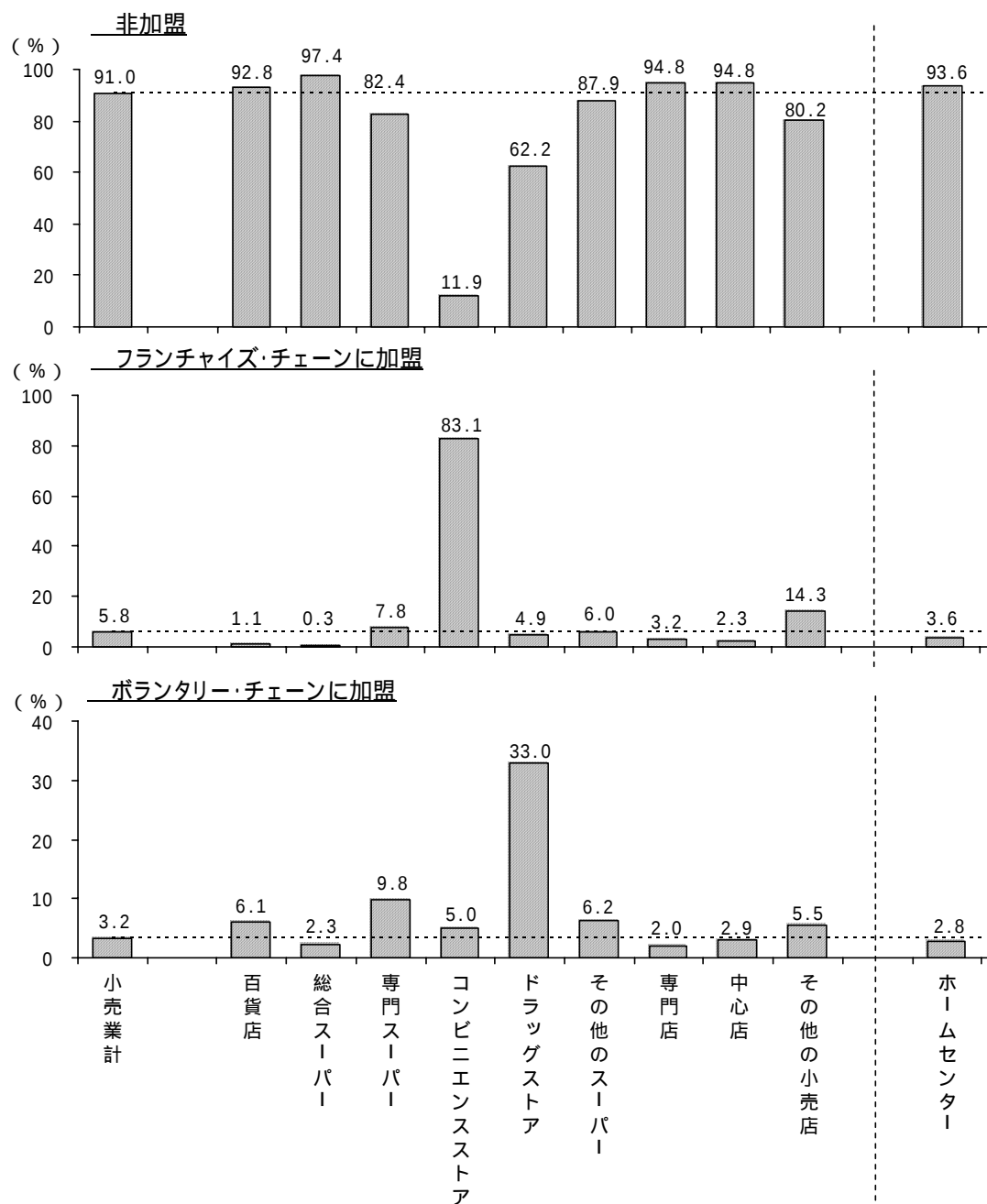
業態別チェーン組織加盟割合

業 態 別	チェーン組織加盟割合 (%)				
	合計	加盟計	フランチャイズ・チェーン	ボランティア・チェーン	非加盟
小売業計	100.0	9.0	5.8	3.2	91.0
1. 百貨店	100.0	7.2	1.1	6.1	92.8
(1)大型百貨店	100.0	7.4	1.2	6.2	92.6
(2)その他の百貨店	100.0	5.1	0.0	5.1	94.9
2. 総合スーパー	100.0	2.6	0.3	2.3	97.4
(1)大型総合スーパー	100.0	1.7	0.3	1.4	98.3
(2)中型総合スーパー	100.0	10.1	0.0	10.1	89.9
3. 専門スーパー	100.0	17.6	7.8	9.8	82.4
(1)衣料品スーパー	100.0	9.5	6.7	2.8	90.5
(2)食料品スーパー	100.0	21.9	4.0	17.9	78.1
(3)住関連スーパー	100.0	15.6	13.4	2.2	84.4
うちホームセンター	100.0	6.4	3.6	2.8	93.6
4. コンビニエンスストア	100.0	88.1	83.1	5.0	11.9
うち終日営業店	100.0	96.0	95.4	0.6	4.0
5. ドラッグストア	100.0	37.8	4.9	33.0	62.2
6. その他のスーパー	100.0	12.1	6.0	6.2	87.9
うち各種商品取扱店	100.0	16.5	9.7	6.8	83.5
7. 専門店	100.0	5.2	3.2	2.0	94.8
(1)衣料品専門店	100.0	5.1	1.7	3.4	94.9
(2)食料品専門店	100.0	9.5	6.6	2.8	90.5
(3)住関連専門店	100.0	3.4	2.1	1.4	96.6
8. 中心店	100.0	5.2	2.3	2.9	94.8
(1)衣料品中心店	100.0	4.8	2.2	2.6	95.2
(2)食料品中心店	100.0	7.0	2.8	4.2	93.0
(3)住関連中心店	100.0	3.8	1.9	1.9	96.2
9. その他の小売店	100.0	19.8	14.3	5.5	80.2
うち各種商品取扱店	100.0	20.7	15.1	5.6	79.3

(2) チェーン組織への加盟割合

チェーン組織への加盟割合をみると、総合スーパー、専門店、中心店、百貨店では非加盟事業所が9割強を占めている。フランチャイズ方式により発展してきたコンビニエンスストアは、フランチャイズ・チェーンへの加盟割合が8割強と高い。ドラッグストアではボランティア・チェーンへの加盟割合が3割強と高く、専門スーパー、その他のスーパー、百貨店などでもボランティア・チェーンへの加盟割合は低いながら小売平均を上回っている。

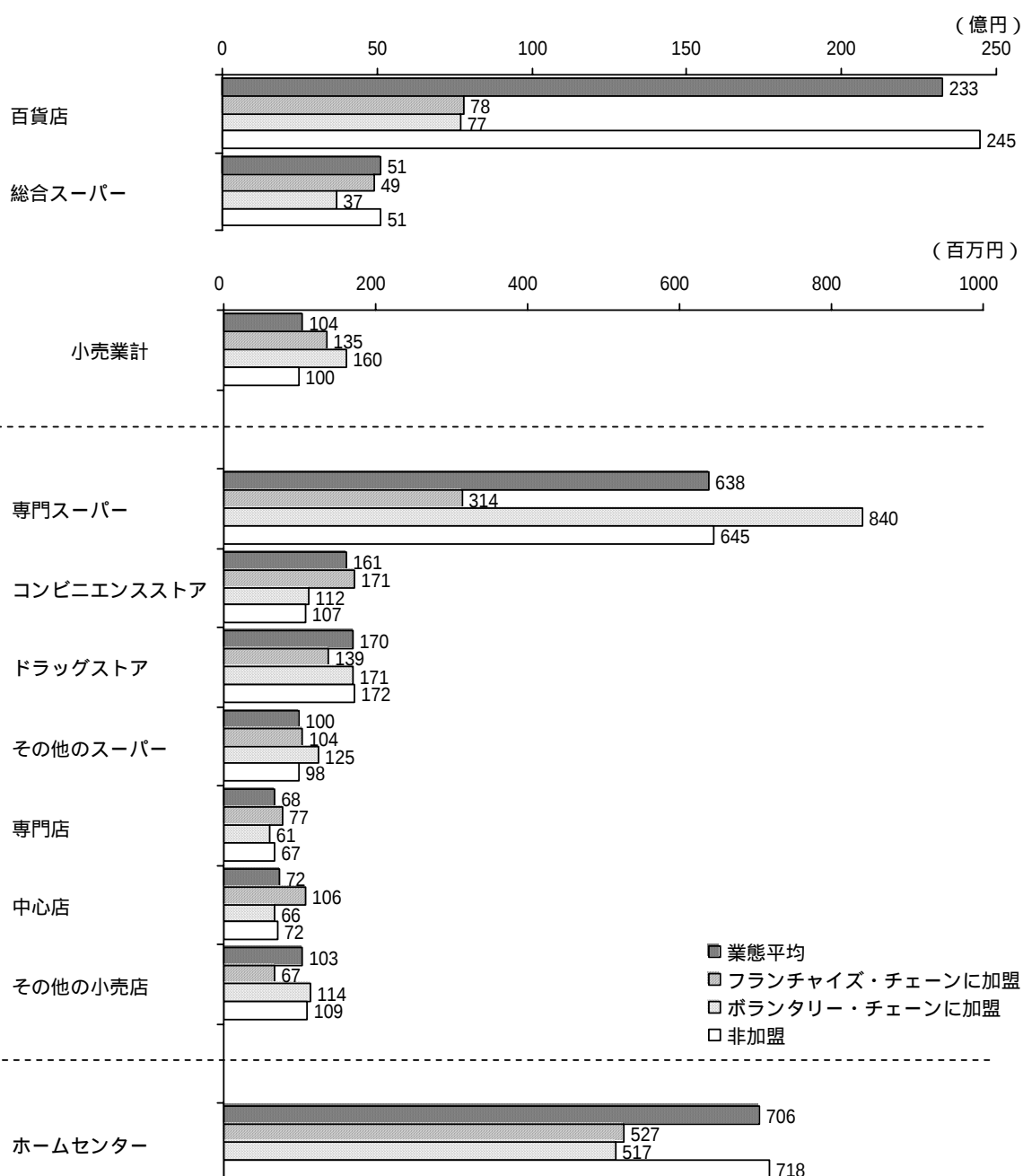
業態別のチェーン組織加盟割合



(3) 1事業所当たりの年間商品販売額

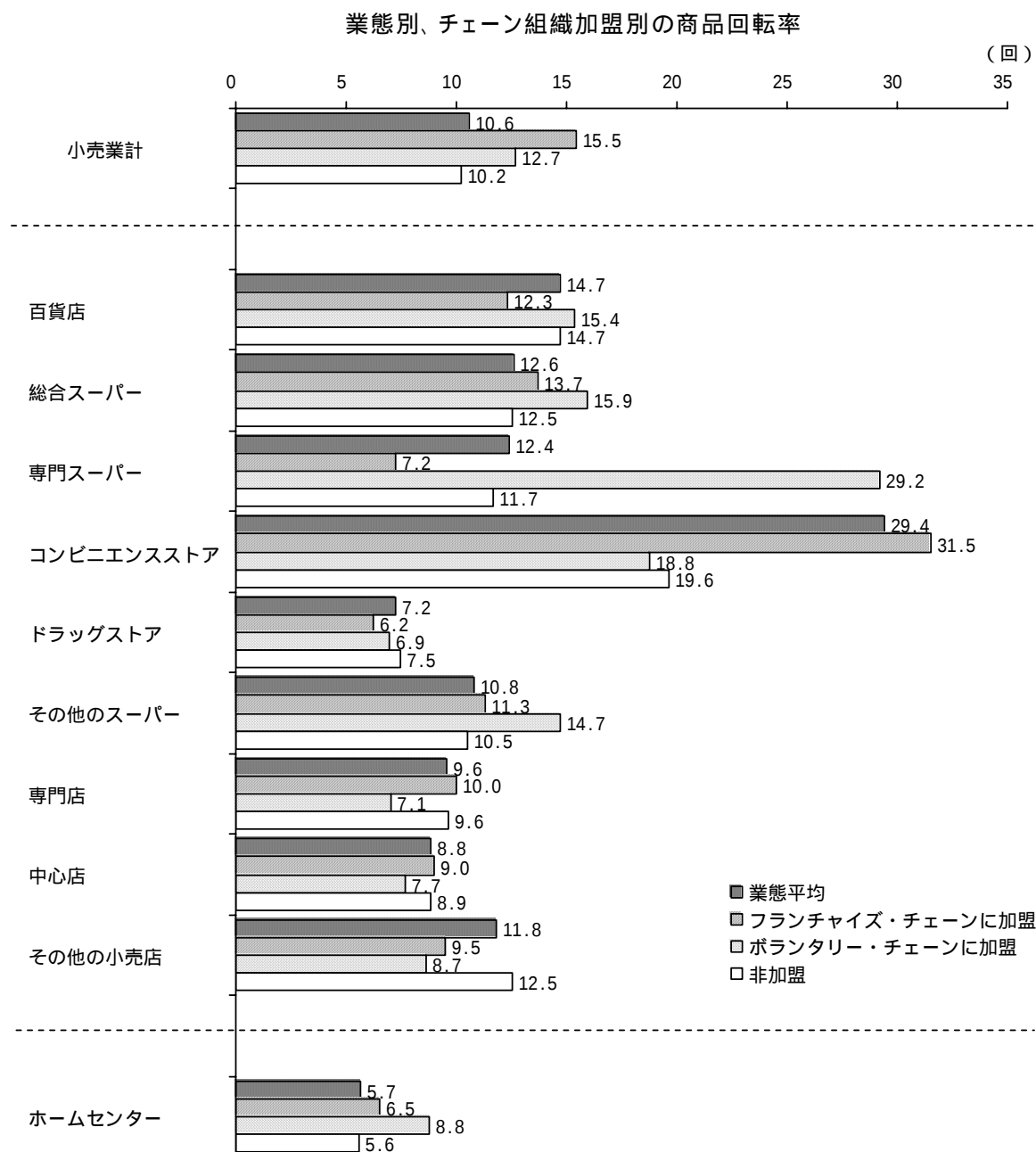
1事業所当たり年間商品販売額をチェーン組織への加盟有無別にみると、コンビニエンスストア、専門店、中心店ではフランチャイズ・チェーン加盟事業所が最も高くなっている。専門スーパー、その他のスーパー、その他の小売店では、ボランティア・チェーン加盟事業所が最も高く、なかでも専門スーパー（8億3989万円）は平均（6億3806万円）の1.3倍となっている。ドラッグストアでは、非加盟とボランティア・チェーン加盟事業所で大きな差はみられない。また、百貨店やレギュラー・チェーンが多い総合スーパーでは、非加盟事業所の販売額が高くなっている。

業態別、チェーン組織加盟別の1事業所当たり年間商品販売額



(4) 商品回転率

商品回転率（年間商品販売額／商品手持額）を業態ごとにみると、ドラッグストア、専門店、中心店、その他の小売店では非加盟事業所の回転率が高いものの、この他の業態では加盟事業所の回転率が高くなっている。加盟組織別にみると、フランチャイズ・チェーン加盟事業所の商品回転率が高い業態はコンビニエンスストア、専門店、中心店、その他の小売店である。ボランティア・チェーン加盟事業所の商品回転率が高いのは、百貨店、総合スーパー、専門スーパー、その他のスーパーで、なかでも食料品スーパーが含まれる専門スーパー（29.2回）は、平均（12.4回）の2.4倍の回転率となっている。



業態別の1事業所当たり年間商品販売額及び商品回転率

業 態 別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)					商品回転率 (回)				
	合計	加盟計	フランチャイズ ・チェーン	ボランティア ・チェーン	非加盟	合計	加盟計	フランチャイズ ・チェーン	ボランティア ・チェーン	非加盟
小売業計	10,393	14,397	13,504	16,042	9,998	10.6	14.3	15.5	12.7	10.2
1. 百貨店	2,327,870	771,433	781,985	769,515	2,448,308	14.7	14.8	12.3	15.4	14.7
(1) 大型百貨店	2,493,952	796,692	781,985	799,634	2,630,187	14.4	14.1	12.3	14.5	14.5
(2) その他の百貨店	952,364	468,328	0	468,328	978,528	25.1	-	-	-	24.4
2. 総合スーパー	510,499	382,432	488,072	368,532	513,888	12.6	15.6	13.7	15.9	12.5
(1) 大型総合スーパー	537,812	488,115	488,072	488,125	538,689	12.4	16.2	13.7	16.9	12.4
(2) 中型総合スーパー	268,239	220,799	0	220,799	273,544	15.8	13.8	-	13.8	16.0
3. 専門スーパー	63,806	60,753	31,440	83,989	64,456	12.4	17.2	7.2	29.2	11.7
(1) 衣料品スーパー	25,037	16,059	13,505	22,242	25,982	6.3	4.8	4.4	5.4	6.4
(2) 食料品スーパー	89,897	83,697	48,111	91,656	91,633	30.3	34.2	26.7	35.3	29.4
(3) 住関連スーパー	47,184	30,321	29,060	37,893	50,303	5.4	5.4	5.1	7.3	5.4
うちホームセンター	70,581	52,242	52,682	51,674	71,826	5.7	7.3	6.5	8.8	5.6
4. コンビニエンスストア	16,073	16,795	17,131	11,214	10,715	29.4	30.7	31.5	18.8	19.6
うち終日営業店	17,633	17,775	17,786	16,029	14,248	32.6	32.9	32.9	27.1	26.6
5. ドラッグストア	17,014	16,654	13,861	17,065	17,233	7.2	6.9	6.2	6.9	7.5
6. その他のスーパー	9,986	11,430	10,352	12,470	9,786	10.8	13.0	11.3	14.7	10.5
うち各種商品取扱店	24,466	17,591	11,507	26,313	25,825	9.2	8.2	7.4	8.8	9.3
7. 専門店	6,756	7,072	7,679	6,107	6,738	9.6	8.8	10.0	7.1	9.6
(1) 衣料品専門店	4,157	4,321	5,693	3,625	4,148	4.6	5.0	4.8	5.1	4.6
(2) 食料品専門店	3,629	4,599	4,957	3,763	3,528	28.7	34.9	40.2	24.8	28.1
(3) 住関連専門店	8,719	11,027	11,913	9,684	8,638	9.5	6.9	7.4	6.0	9.7
8. 中心店	7,246	8,350	10,646	6,569	7,185	8.8	8.3	9.0	7.7	8.9
(1) 衣料品中心店	6,448	5,835	5,984	5,709	6,479	4.7	4.8	4.9	4.7	4.7
(2) 食料品中心店	4,835	7,145	9,005	5,925	4,662	18.8	20.0	25.0	16.6	18.7
(3) 住関連中心店	9,752	11,694	15,161	8,332	9,676	8.9	6.0	6.7	5.1	9.1
9. その他の小売店	10,303	7,989	6,670	11,409	10,875	11.8	9.1	9.5	8.7	12.5
うち各種商品取扱店	8,355	8,116	6,708	11,953	8,417	11.2	9.2	9.5	8.7	11.9

8. 都道府県別の状況

(1) 事業所数

～ ドラッグストアは全県、専門スーパーは40県、
コンビニエンスストアは38県で増加 ～

平成14年調査におけるの小売業の事業所数は、130万57事業所、前回比▲7.6%の減少、都道府県別にみると、すべての県で減少となっている。

業態別にみると、百貨店は東京(44事業所、百貨店に占める構成比12.2%)が最も多く、次いで神奈川(25事業所、同6.9%)、大阪(24事業所、同6.6%)、埼玉(21事業所、同5.8%)、愛知(21事業所、同5.8%)の順となっており、これら上位5県で全国の4割弱を占めている。

総合スーパーが多い県は、愛知(129事業所、総合スーパーに占める構成比7.7%)、東京(127事業所、同7.6%)、大阪(101事業所、同6.1%)、神奈川(89事業所、同5.3%)、兵庫(85事業所、同5.1%)の順で、これら上位5県で全国の3割強を占めている。

専門スーパーが多い県は、東京(2243事業所、専門スーパーに占める構成比6.1%)、愛知(2084事業所、同5.6%)、北海道(1950事業所、同5.3%)、埼玉(1816事業所、同4.9%)、大阪(1755事業所、同4.7%)の順となっている。

コンビニエンスストアは、東京(5259事業所、コンビニエンスストアに占める構成比12.6%)、が5千事業所を超え最も多く、次いで神奈川(3067事業所、同7.3%)、北海道(2539事業所、同6.1%)、大阪(2491事業所、同6.0%)、愛知(2372事業所、同5.7%)の順で、これら上位5県で全国の4割弱を占めている。

ドラッグストアは、東京(1715事業所、ドラッグストアに占める構成比11.7%)が1割強を占め最も多く、以下、愛知(963事業所、同6.6%)、大阪(920事業所、同6.3%)、埼玉(869事業所、同5.9%)、神奈川(727事業所、5.0%)の順で、これら上位5県で全国の35%を占めている。

その他のスーパーは、東京(7142事業所、その他のスーパーに占める構成比11.0%)が1割強を占め最も多く、以下、大阪(4244事業所、同6.5%)、千葉(3571事業所、同5.5%)、愛知(3483事業所、同5.4%)、福岡(3318事業所、同5.1%)の順となっている。

専門店が多い県は、東京(7万5980事業所、専門店に占める構成比9.8%)、大阪(5万7925事業所、同7.5%)、愛知(3万9963事業所、同5.2%)、神奈川(3万8127事業所、同4.9%)、兵庫(3万6575事業所、同4.7%)の順となっている。

中心店が多い県は、東京(2万6407事業所、中心店に占める構成比7.3%)、大阪(1万9096事業所、同5.3%)、愛知(1万6583事業所、同4.6%)、神奈川(1万5754事業所、同4.4%)、北海道(1万5344事業所、同4.2%)の順となっている。

その他の小売店が多い県は、北海道(106事業所、その他の小売店に占める構成比4.8%)、東京(99事業所、同4.4%)、愛知(91事業所、同4.1%)、大阪(88事業所、同3.9%)、埼玉(84事業所、同3.8%)の順となっている。

業態別の都道府県別事業所数(上位5県)

小 売 業 計							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	1,406,884	100.0		全国計	1,300,057	100.0
1位	東 京	128,510	9.1	1位	東 京	119,016	9.2
2位	大 阪	96,946	6.9	2位	大 阪	86,644	6.7
3位	愛 知	72,069	5.1	3位	愛 知	65,689	5.1
4位	神奈川	66,697	4.7	4位	神奈川	61,940	4.8
5位	兵 庫	59,830	4.3	5位	兵 庫	55,505	4.3
上位5県計		424,052	30.1	上位5県計		388,794	29.9

ド ラ ッ グ ス ト ア							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	10,917	100.0		全国計	14,664	100.0
1位	東 京	1,365	12.5	1位	東 京	1,715	11.7
2位	大 阪	690	6.3	2位	愛 知	963	6.6
3位	埼 玉	665	6.1	3位	大 阪	920	6.3
4位	愛 知	569	5.2	4位	埼 玉	869	5.9
5位	福 岡	545	5.0	5位	神奈川	727	5.0
上位5県計		3,834	35.1	上位5県計		5,194	35.4

百 貨 店							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	394	100.0		全国計	362	100.0
1位	東 京	48	12.2	1位	東 京	44	12.2
2位	北海道	26	6.6	2位	神奈川	25	6.9
3位	大 阪	25	6.3	3位	大 阪	24	6.6
4位	神奈川	22	5.6	4位	埼 玉	21	5.8
5位	愛 知	20	5.1	5位	愛 知	21	5.8
上位5県計		141	35.8	上位5県計		135	37.3

そ の 他 の ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	77,667	100.0		全国計	65,011	100.0
1位	東 京	8,248	10.6	1位	東 京	7,142	11.0
2位	大 阪	4,393	5.7	2位	大 阪	4,244	6.5
3位	兵 庫	3,877	5.0	3位	千 葉	3,571	5.5
4位	千 葉	3,647	4.7	4位	愛 知	3,483	5.4
5位	福 岡	3,624	4.7	5位	愛 知	3,318	5.1
上位5県計		23,789	30.6	上位5県計		21,758	33.5

総 合 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	1,670	100.0		全国計	1,668	100.0
1位	愛 知	120	7.2	1位	愛 知	129	7.7
2位	大 阪	118	7.1	2位	東 京	127	7.6
3位	東 京	108	6.5	3位	大 阪	101	6.1
4位	神奈川	93	5.6	4位	神奈川	89	5.3
5位	北海道	76	4.6	5位	兵 庫	85	5.1
上位5県計		515	30.8	上位5県計		531	31.8

専 門 店							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	921,801	100.0		全国計	775,847	100.0
1位	東 京	89,466	9.7	1位	東 京	75,980	9.8
2位	大 阪	70,914	7.7	2位	大 阪	57,925	7.5
3位	愛 知	49,042	5.3	3位	愛 知	39,963	5.2
4位	神奈川	45,167	4.9	4位	神奈川	38,127	4.9
5位	兵 庫	41,645	4.5	5位	兵 庫	36,575	4.7
上位5県計		296,234	32.1	上位5県計		248,570	32.0

専 門 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	33,381	100.0		全国計	37,035	100.0
1位	東 京	1,933	5.8	1位	東 京	2,243	6.1
2位	愛 知	1,881	5.6	2位	愛 知	2,084	5.6
3位	北海道	1,749	5.2	3位	北海道	1,950	5.3
4位	大 阪	1,566	4.7	4位	埼 玉	1,816	4.9
5位	埼 玉	1,542	4.6	5位	大 阪	1,755	4.7
上位5県計		8,671	26.0	上位5県計		9,848	26.6

中 心 店							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	318,161	100.0		全国計	361,470	100.0
1位	東 京	22,145	7.0	1位	東 京	26,407	7.3
2位	大 阪	16,501	5.2	2位	大 阪	19,096	5.3
3位	愛 知	14,608	4.6	3位	愛 知	16,583	4.6
4位	北海道	13,968	4.4	4位	神奈川	15,754	4.4
5位	神奈川	13,821	4.3	5位	北海道	15,344	4.2
上位5県計		81,043	25.5	上位5県計		93,184	25.8

コ ン ビ ニ エ ンス ス ト ア							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	39,561	100.0		全国計	41,770	100.0
1位	東 京	5,067	12.8	1位	東 京	5,259	12.6
2位	神奈川	2,743	6.9	2位	神奈川	3,067	7.3
3位	大 阪	2,607	6.6	3位	北海道	2,539	6.1
4位	北海道	2,342	5.9	4位	大 阪	2,491	6.0
5位	愛 知	2,306	5.8	5位	愛 知	2,372	5.7
上位5県計		15,065	38.1	上位5県計		15,728	37.7

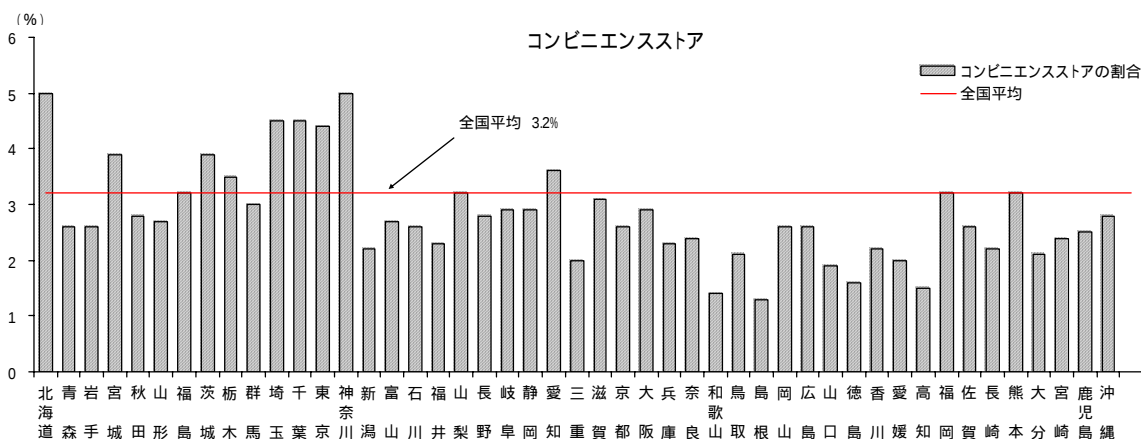
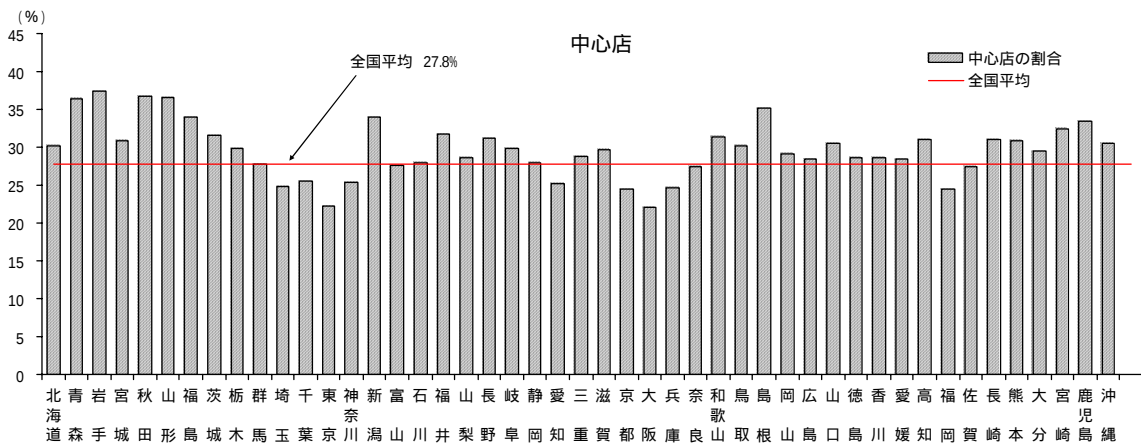
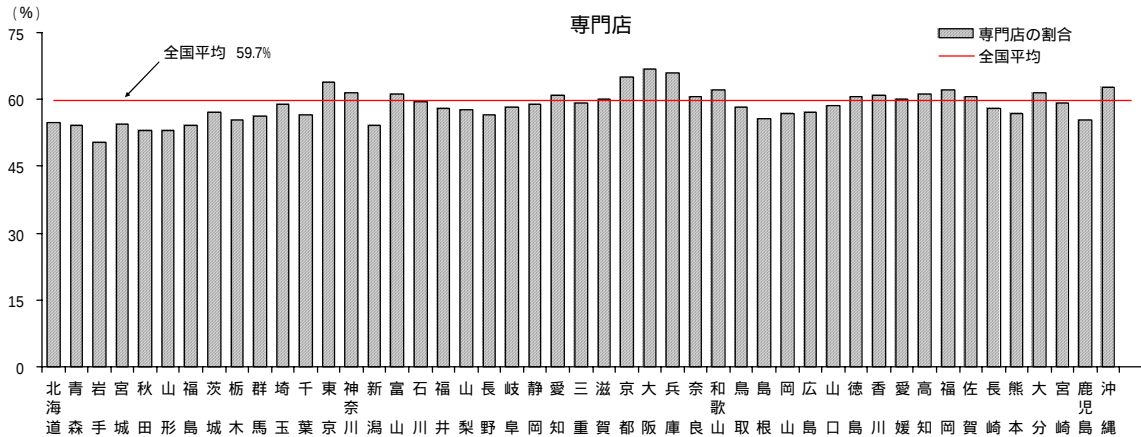
そ の 他 の 小 売 店							
順位	都道府県	平成11年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 事業所数	構成比(%)
	全国計	3,332	100.0		全国計	2,230	100.0
1位	大 阪	132	4.0	1位	北海道	106	4.8
2位	広 島	132	4.0	2位	東 京	99	4.4
3位	東 京	130	3.9	3位	愛 知	91	4.1
4位	兵 庫	130	3.9	4位	大 阪	88	3.9
5位	北海道	125	3.8	5位	埼 玉	84	3.8
上位5県計		649	19.5	上位5県計		468	21.0

小売業に占める上位5県の都道府県別割合は、コンビニエンスストア、専門店・中心店で縮小したのを除き、他の業態はすべて拡大しており、人口が多い大都市を有する県での割合が高まっている。なかでも、その他のスーパー、百貨店の拡大幅が大きい。

都道府県別では、小売事業所が最も多い東京が占める割合は、ドラッグストア、コンビニエンスストアで縮小、専門店・中心店、百貨店が横ばいとなったのを除き、他の業態はすべて拡大しており、なかでも総合スーパーの割合が大幅に拡大している。次に小売事業所が多い大阪は、百貨店、その他のスーパーでの割合が拡大、専門スーパー、ドラッグストアは横ばい、総合スーパーなど残り4業態では縮小している。愛知は、コンビニエンスストア、専門店・中心店での割合が縮小、専門スーパーが横ばいとなったのを除き、残り5業態では拡大している。なかでもドラッグストアの拡大幅が大きい。(注)専門店、中心店は合算して比較している(1ページ参照)。

事業所数が多い専門店、中心店、コンビニエンスストアについて、小売業に対する事業所割合を都道府県別にみると、専門店の割合は大阪、兵庫、京都で65%以上を占めるなど近畿地域、四国地域などで高く、中心店の割合は東北地域の各県で高くなっている。また、コンビニエンスストアの割合は、関東地域や北海道で全国平均を大きく上回っている。

都道府県別にみた専門店、中心店、コンビニエンスストアの事業所割合



都道府県別、業態別事業所数の構成比(平成14年)

都道府県	都道府県別の業態別構成比(%) (各県=100.0)									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店	中心店	その他の小売店
全国計	100.0	0.0	0.1	2.8	3.2	1.1	5.0	59.7	27.8	0.2
北海道	100.0	0.0	0.2	3.8	5.0	0.9	4.9	54.9	30.1	0.2
青森	100.0	0.1	0.1	2.8	2.6	0.7	3.0	54.3	36.4	0.1
岩手	100.0	0.0	0.1	3.0	2.6	0.9	5.3	50.4	37.4	0.2
宮城	100.0	0.0	0.1	3.7	3.9	1.2	5.7	54.4	30.8	0.2
秋田	100.0	0.0	0.1	2.8	2.8	0.4	3.9	53.1	36.8	0.2
山形	100.0	0.0	0.1	3.4	2.7	0.6	3.3	53.1	36.5	0.2
福島	100.0	0.0	0.1	3.1	3.2	0.7	4.5	54.2	34.0	0.2
茨城	100.0	0.0	0.1	3.2	3.9	0.9	3.2	57.1	31.5	0.2
栃木	100.0	0.0	0.1	3.6	3.5	0.9	6.5	55.3	29.8	0.2
群馬	100.0	0.0	0.2	3.8	3.0	1.3	7.6	56.2	27.7	0.1
埼玉	100.0	0.0	0.2	3.7	4.5	1.8	5.9	58.8	24.9	0.2
千葉	100.0	0.0	0.2	3.7	4.5	1.6	8.0	56.6	25.5	0.1
東京	100.0	0.0	0.1	1.9	4.4	1.4	6.0	63.8	22.2	0.1
神奈川	100.0	0.0	0.1	2.5	5.0	1.2	4.1	61.6	25.4	0.1
新潟	100.0	0.0	0.1	3.3	2.2	1.1	5.1	54.2	33.9	0.2
富山	100.0	0.0	0.1	3.1	2.7	0.7	4.2	61.3	27.6	0.2
石川	100.0	0.0	0.1	3.2	2.6	1.2	5.1	59.5	27.9	0.2
福井	100.0	0.0	0.1	2.7	2.3	0.9	4.1	58.0	31.7	0.2
山梨	100.0	0.0	0.1	3.2	3.2	1.0	5.8	57.7	28.7	0.3
長野	100.0	0.0	0.1	3.5	2.8	1.2	4.3	56.5	31.2	0.3
岐阜	100.0	0.0	0.1	3.1	2.9	1.1	4.5	58.2	29.9	0.2
静岡	100.0	0.0	0.1	3.1	2.9	1.3	5.4	59.0	28.0	0.2
愛知	100.0	0.0	0.2	3.2	3.6	1.5	5.3	60.8	25.2	0.1
三重	100.0	0.0	0.1	3.8	2.0	1.2	4.6	59.3	28.8	0.2
滋賀	100.0	0.0	0.2	2.9	3.1	0.7	2.8	60.1	29.7	0.4
京都	100.0	0.0	0.1	2.1	2.6	1.0	4.7	65.0	24.4	0.1
大阪	100.0	0.0	0.1	2.0	2.9	1.1	4.9	66.9	22.0	0.1
兵庫	100.0	0.0	0.2	2.5	2.3	1.1	3.2	65.9	24.7	0.1
奈良	100.0	0.0	0.2	2.8	2.4	1.2	5.4	60.5	27.4	0.2
和歌山	100.0	0.0	0.1	2.3	1.4	0.4	2.2	62.1	31.3	0.3
鳥取	100.0	0.1	0.1	3.6	2.1	0.6	4.6	58.4	30.2	0.3
島根	100.0	0.0	0.1	2.7	1.3	0.6	4.2	55.6	35.2	0.2
岡山	100.0	0.0	0.2	3.2	2.6	1.2	6.8	56.8	29.1	0.2
広島	100.0	0.0	0.2	2.9	2.6	1.4	7.0	57.1	28.5	0.3
山口	100.0	0.0	0.1	2.8	1.9	1.0	4.6	58.5	30.6	0.3
徳島	100.0	0.0	0.1	3.1	1.6	0.7	5.1	60.7	28.6	0.2
香川	100.0	0.0	0.2	2.9	2.2	0.8	4.1	60.8	28.7	0.3
愛媛	100.0	0.0	0.2	2.5	2.0	0.8	5.7	60.0	28.5	0.3
高知	100.0	0.0	0.1	2.7	1.5	0.6	2.5	61.1	31.1	0.3
福岡	100.0	0.0	0.1	2.8	3.2	1.3	6.2	62.0	24.4	0.1
佐賀	100.0	0.0	0.1	2.7	2.6	1.3	5.0	60.6	27.4	0.3
長崎	100.0	0.0	0.1	2.0	2.2	1.0	5.3	58.1	31.0	0.3
熊本	100.0	0.0	0.1	2.6	3.2	1.3	5.1	56.7	30.9	0.2
大分	100.0	0.1	0.1	2.9	2.1	1.1	2.7	61.4	29.4	0.3
宮崎	100.0	0.0	0.1	2.7	2.4	0.8	2.1	59.1	32.5	0.2
鹿児島	100.0	0.0	0.1	2.3	2.5	1.2	4.9	55.4	33.4	0.2
沖縄	100.0	0.0	0.1	2.0	2.8	0.5	1.1	62.8	30.6	0.2

前回比をみると、百貨店は前回比▲8.1%の減少であった。都道府県別にみると、徳島、鳥取、鹿児島、高知、静岡など13県では増加したものの、秋田、福島、岐阜、岩手、島根、沖縄など21県が減少、14県は横ばいとなっている。

総合スーパーは、同▲0.1%の微減であった。都道府県別にみると、沖縄、秋田、高知、群馬、山形など24県が増加、福島、宮崎、山梨、宮城、栃木など18県は減少、石川、福井、長野、鳥取、長崎の5県は横ばいとなっている。

専門スーパーは、同10.9%の大幅増であった。都道府県別にみると、山梨、宮城、福島、茨城、千葉など40県で増加、山口、香川、青森、福井、岡山、福岡の6県は減少、愛媛は横ばいとなっている。

コンビニエンスストアは、同5.6%の増加であった。都道府県別にみると、徳島、岡山、富山、愛媛、奈良など38県で増加、青森、岩手、山口、佐賀、京都など9県では減少となっている。

ドラッグストアは、同34.3%の大幅増で、都道府県別にみると、佐賀、宮城、岩手、愛知、沖縄などすべての県で増加、このうちほとんどの県で2桁の増加となっている。

その他のスーパーは、同▲16.3%の大幅減であった。都道府県別にみると、兵庫、高知、宮崎、香川、島根など42県で減少、山形、富山、鹿児島、奈良、愛知の5県は増加となっている。

専門店・中心店は、同▲8.3%の減少であった。都道府県別にみると、徳島、秋田、大阪、愛知、富山をはじめ、すべての県で減少となっている。

その他の小売店は、同▲33.1%の大幅減であった。都道府県別にみると、大分が増加したほか、富山、熊本、島根、三重、岡山など残りすべての県で減少となっている。

小売業の事業所数はすべての県において減少しているものの、ドラッグストアは全県で増加、コンビニエンスストア、専門スーパーでは8割を超える県で増加しており、全国的にこの3業態の好調さが伺える。

業態別事業所数の都道府県別前回比(平成14年)

都道府県	前 回 比 (%)								
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店・中心店	その他の小売店
全国計	▲ 7.6	▲ 8.1	▲ 0.1	10.9	5.6	34.3	▲ 16.3	▲ 8.3	▲ 33.1
北海道	▲ 6.2	▲ 23.1	1.3	11.5	8.4	30.4	▲ 13.2	▲ 7.4	▲ 15.2
青森	▲ 7.7	25.0	▲ 6.3	▲ 4.4	▲ 23.8	18.8	▲ 34.5	▲ 6.1	▲ 41.7
岩手	▲ 6.9	▲ 50.0	14.3	11.6	▲ 21.6	73.8	▲ 9.7	▲ 7.0	▲ 49.3
宮城	▲ 7.3	33.3	▲ 35.5	30.8	14.3	81.8	▲ 19.9	▲ 8.7	▲ 40.5
秋田	▲ 11.8	▲ 75.0	53.8	5.0	▲ 1.7	30.2	▲ 25.5	▲ 11.9	▲ 45.7
山形	▲ 6.3	0.0	28.6	24.4	17.8	34.2	14.0	▲ 8.6	▲ 8.1
福島	▲ 5.6	▲ 70.0	▲ 45.5	27.3	5.9	57.4	▲ 27.8	▲ 5.4	▲ 45.2
茨城	▲ 7.4	▲ 16.7	▲ 5.6	24.8	3.2	54.6	▲ 11.0	▲ 8.8	▲ 38.5
栃木	▲ 7.6	▲ 33.3	▲ 31.0	10.6	3.9	24.0	▲ 20.2	▲ 7.7	▲ 25.4
群馬	▲ 4.0	33.3	36.0	1.3	8.6	18.6	▲ 6.8	▲ 4.5	▲ 49.2
埼玉	▲ 7.9	10.5	5.4	17.8	9.0	30.7	▲ 9.9	▲ 9.9	▲ 11.6
千葉	▲ 5.6	▲ 13.3	9.6	24.7	13.5	39.1	▲ 2.1	▲ 8.3	▲ 47.4
東京	▲ 7.4	▲ 8.3	17.6	16.0	3.8	25.6	▲ 13.4	▲ 8.3	▲ 23.8
神奈川	▲ 7.1	13.6	▲ 4.3	22.3	11.8	43.1	▲ 15.2	▲ 8.7	▲ 27.4
新潟	▲ 6.9	0.0	4.2	12.4	0.9	50.9	▲ 19.5	▲ 7.3	▲ 30.3
富山	▲ 8.8	0.0	25.0	3.9	21.1	10.8	12.5	▲ 10.6	▲ 56.9
石川	▲ 7.6	0.0	0.0	7.4	▲ 4.1	47.9	▲ 19.1	▲ 7.9	▲ 9.1
福井	▲ 7.1	0.0	0.0	▲ 4.3	8.7	13.1	▲ 30.1	▲ 6.2	▲ 24.1
山梨	▲ 5.2	0.0	▲ 40.0	33.3	0.6	17.9	▲ 14.5	▲ 5.9	▲ 25.0
長野	▲ 7.4	▲ 16.7	0.0	6.3	2.4	54.0	▲ 26.5	▲ 7.5	▲ 29.7
岐阜	▲ 7.1	▲ 62.5	6.7	17.3	7.8	47.6	▲ 28.9	▲ 7.0	▲ 38.5
静岡	▲ 5.6	42.9	▲ 17.1	15.1	12.7	45.0	▲ 7.9	▲ 7.0	▲ 29.4
愛知	▲ 8.9	5.0	7.5	10.8	2.9	69.2	1.9	▲ 11.2	▲ 14.2
三重	▲ 9.7	▲ 37.5	▲ 17.9	16.0	1.7	20.0	▲ 39.7	▲ 8.5	▲ 52.6
滋賀	▲ 7.2	▲ 25.0	▲ 2.9	2.9	5.9	33.8	▲ 9.6	▲ 8.0	▲ 10.3
京都	▲ 9.5	0.0	13.9	2.3	▲ 4.6	37.8	▲ 17.7	▲ 9.8	▲ 8.1
大阪	▲ 10.6	▲ 4.0	▲ 14.4	12.1	▲ 4.4	33.3	▲ 3.4	▲ 11.9	▲ 33.3
兵庫	▲ 7.2	16.7	14.9	6.0	17.9	15.6	▲ 53.6	▲ 4.8	▲ 44.6
奈良	▲ 8.0	0.0	10.0	5.2	18.3	29.8	2.4	▲ 9.8	▲ 34.2
和歌山	▲ 7.7	0.0	▲ 10.0	3.8	12.2	55.9	▲ 20.8	▲ 7.9	▲ 23.5
鳥取	▲ 5.1	66.7	0.0	8.7	11.2	11.1	▲ 20.8	▲ 5.0	▲ 22.6
島根	▲ 7.7	▲ 50.0	9.1	1.0	0.7	3.1	▲ 40.6	▲ 5.4	▲ 53.1
岡山	▲ 8.7	▲ 14.3	▲ 5.7	▲ 2.8	23.3	2.8	▲ 20.9	▲ 8.5	▲ 49.4
広島	▲ 9.2	0.0	8.3	4.2	17.2	31.2	▲ 10.4	▲ 10.4	▲ 40.9
山口	▲ 9.0	33.3	▲ 15.2	▲ 13.1	▲ 5.2	33.1	▲ 36.3	▲ 7.1	▲ 35.5
徳島	▲ 11.1	100.0	▲ 23.1	14.6	24.5	27.6	▲ 11.0	▲ 12.3	▲ 34.3
香川	▲ 8.4	▲ 25.0	5.6	▲ 4.7	3.3	6.1	▲ 45.1	▲ 5.9	▲ 41.8
愛媛	▲ 7.6	▲ 25.0	11.1	0.0	20.7	38.5	▲ 18.7	▲ 7.7	▲ 23.1
高知	▲ 11.9	50.0	50.0	3.8	6.7	9.4	▲ 53.6	▲ 10.4	▲ 33.3
福岡	▲ 6.3	▲ 21.1	▲ 22.2	▲ 0.1	▲ 3.1	27.7	▲ 8.4	▲ 6.7	▲ 37.1
佐賀	▲ 7.1	0.0	11.1	10.4	▲ 5.0	89.0	▲ 2.5	▲ 8.4	▲ 29.6
長崎	▲ 7.2	▲ 16.7	0.0	10.9	3.3	27.7	▲ 1.3	▲ 8.3	▲ 34.7
熊本	▲ 6.4	0.0	11.1	10.3	7.5	14.7	▲ 4.9	▲ 7.4	▲ 56.8
大分	▲ 6.7	0.0	10.5	9.7	10.4	42.6	▲ 30.5	▲ 7.1	21.2
宮崎	▲ 7.1	▲ 20.0	▲ 44.4	14.1	6.2	60.8	▲ 47.9	▲ 6.5	▲ 35.0
鹿児島	▲ 5.2	50.0	▲ 10.7	8.0	17.1	28.3	7.5	▲ 6.9	▲ 25.0
沖縄	▲ 6.2	▲ 50.0	66.7	9.7	9.9	62.0	▲ 37.0	▲ 6.5	▲ 28.2

(2) 年間商品販売額

～ ドラッグストアは全県で大幅に増加、コンビニエンスストアは43県で増加 ～

平成14年調査におけるの小売業の年間商品販売額は、135兆1093億円、前回比▲6.1%の減少であった。都道府県別にみると、沖縄と長崎の増加を除き45県で減少となっている。

業態別にみると、百貨店は東京が2兆2697億円（百貨店に占める構成比26.9%）と最も多く、全国の4分の1強を占めている。以下、大阪（8541億円、同10.1%）、神奈川（5908億円、同7.0%）、愛知（5646億円、同6.7%）、福岡（3791億円、同4.5%）の順となっており、これら上位5県で全国の55%を占めている。

総合スーパーは、東京が7822億円（総合スーパーに占める構成比9.2%）と最も多く、次いで愛知（6817億円、同8.0%）、神奈川（6037億円、同7.1%）、大阪（5685億円、同6.7%）、兵庫（5085億円、同6.0%）の順となっている。

専門スーパーは、東京が2兆1458億円（専門スーパーに占める構成比9.1%）と最も多く、次いで神奈川（1兆5258億円、同6.5%）、大阪（1兆5071億円、同6.4%）、愛知（1兆2609億円、同5.3%）、北海道（1兆2421億円、同5.3%）の順となっている。

コンビニエンスストアは、東京が9723億円（コンビニエンスストアに占める構成比14.5%）と最も多く、次いで神奈川（5474億円、同8.2%）、大阪（4047億円、同6.0%）、北海道（4038億円、同6.0%）、愛知（3802億円、同5.7%）の順で、これら上位5県で全国の4割を占めている。

ドラッグストアは、東京が3243億円（ドラッグストアに占める構成比13.0%）と最も多く、次いで神奈川（1909億円、同7.7%）、愛知（1836億円、同7.4%）、埼玉（1749億円、同7.0%）、大阪（1663億円、6.7%）の順で、これら上位5県で全国の4割強を占めている。

その他のスーパーは、東京が8120億円（その他のスーパーに占める構成比12.5%）と最も多く、以下、大阪（4720億円、同7.3%）、神奈川（3615億円、同5.6%）、埼玉（3536億円、同5.4%）、福岡（3324億円、同5.1%）の順となっている。

専門店は、東京が6兆4721億円（専門店に占める構成比12.3%）と最も多く、次いで大阪（3兆9295億円、同7.5%）、愛知（3兆3139億円、同6.3%）、神奈川（3兆1672億円、同6.0%）、北海道（2兆4726億円、同4.7%）の順となっている。

中心店は、東京が2兆9524億円（中心店に占める構成比11.3%）と最も多く、以下、大阪（1兆7399億円、同6.6%）、北海道（1兆4707億円、同5.6%）、神奈川（1兆4324億円、同5.5%）、愛知（1兆3581億円、同5.2%）の順となっている。

その他の小売店は、神奈川445億円（その他の小売店に占める構成比19.3%）が最も多く、以下、福岡（160億円、同6.9%）、東京（153億円、同6.6%）、北海道（116億円、同5.1%）、愛知（95億円、同4.1%）の順となっている。

業態別の都道府県別年間商品販売額(上位5県)

小 売 業 計							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	1,438,326	100.0		全国計	1,351,093	100.0
1位	東 京	174,104	12.1	1位	東 京	167,460	12.4
2位	大 阪	104,186	7.2	2位	大 阪	96,494	7.1
3位	神奈川	90,589	6.3	3位	神奈川	84,643	6.3
4位	愛 知	84,736	5.9	4位	愛 知	80,599	6.0
5位	北海道	71,173	4.9	5位	北海道	66,762	4.9
上位5県計		524,787	36.5	上位5県計		495,957	36.7

ド ラ ッ グ ス ト ア							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	14,950	100.0		全国計	24,949	100.0
1位	東 京	2,056	13.7	1位	東 京	3,243	13.0
2位	神奈川	1,154	7.7	2位	神奈川	1,909	7.7
3位	埼 玉	1,104	7.4	3位	愛 知	1,836	7.4
4位	愛 知	953	6.4	4位	埼 玉	1,749	7.0
5位	大 阪	805	5.4	5位	大 阪	1,663	6.7
上位5県計		6,072	40.6	上位5県計		10,400	41.7

百 貨 店							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	97,055	100.0		全国計	84,269	100.0
1位	東 京	25,686	26.5	1位	東 京	22,697	26.9
2位	大 阪	12,244	12.6	2位	大 阪	8,541	10.1
3位	神奈川	6,810	7.0	3位	神奈川	5,908	7.0
4位	愛 知	5,690	5.9	4位	愛 知	5,646	6.7
5位	福 岡	4,299	4.4	5位	福 岡	3,791	4.5
上位5県計		54,729	56.4	上位5県計		46,583	55.3

そ の 他 の ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	75,616	100.0		全国計	64,917	100.0
1位	東 京	9,615	12.7	1位	東 京	8,120	12.5
2位	大 阪	5,056	6.7	2位	大 阪	4,720	7.3
3位	神奈川	4,140	5.5	3位	神奈川	3,615	5.6
4位	兵 庫	3,810	5.0	4位	埼 玉	3,536	5.4
5位	埼 玉	3,535	4.7	5位	福 岡	3,324	5.1
上位5県計		26,157	34.6	上位5県計		23,314	35.9

総 合 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	88,497	100.0		全国計	85,151	100.0
1位	大 阪	7,334	8.3	1位	東 京	7,822	9.2
2位	神奈川	6,959	7.9	2位	愛 知	6,817	8.0
3位	東 京	6,869	7.8	3位	神奈川	6,037	7.1
4位	愛 知	6,389	7.2	4位	大 阪	5,685	6.7
5位	兵 庫	5,336	6.0	5位	兵 庫	5,085	6.0
上位5県計		32,886	37.2	上位5県計		31,445	36.9

専 門 店							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	626,435	100.0		全国計	524,147	100.0
1位	東 京	71,747	11.5	1位	東 京	64,721	12.3
2位	大 阪	45,797	7.3	2位	大 阪	39,295	7.5
3位	愛 知	39,768	6.3	3位	愛 知	33,139	6.3
4位	神奈川	37,520	6.0	4位	神奈川	31,672	6.0
5位	北海道	30,295	4.8	5位	北海道	24,726	4.7
上位5県計		225,127	35.9	上位5県計		193,552	36.9

専 門 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	231,212	100.0		全国計	236,305	100.0
1位	東 京	20,642	8.9	1位	東 京	21,458	9.1
2位	神奈川	14,726	6.4	2位	神奈川	15,258	6.5
3位	大 阪	13,626	5.9	3位	大 阪	15,071	6.4
4位	埼 玉	12,781	5.5	4位	愛 知	12,609	5.3
5位	愛 知	12,178	5.3	5位	北海道	12,421	5.3
上位5県計		73,952	32.0	上位5県計		76,816	32.5

中 心 店							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	239,584	100.0		全国計	261,920	100.0
1位	東 京	28,078	11.7	1位	東 京	29,524	11.3
2位	大 阪	14,787	6.2	2位	大 阪	17,399	6.6
3位	神奈川	14,217	5.9	3位	北海道	14,707	5.6
4位	北海道	13,601	5.7	4位	神奈川	14,324	5.5
5位	愛 知	12,518	5.2	5位	愛 知	13,581	5.2
上位5県計		83,201	34.7	上位5県計		89,536	34.2

コ ン ビ ニ エ ンス ス ト ア							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	61,270	100.0		全国計	67,137	100.0
1位	東 京	9,237	15.1	1位	東 京	9,723	14.5
2位	神奈川	4,947	8.1	2位	神奈川	5,474	8.2
3位	大 阪	4,082	6.7	3位	大 阪	4,047	6.0
4位	北海道	3,699	6.0	4位	北海道	4,038	6.0
5位	愛 知	3,613	5.9	5位	愛 知	3,802	5.7
上位5県計		25,580	41.7	上位5県計		27,085	40.3

そ の 他 の 小 売 店							
順位	都道府県	平成11年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成14年 年間商品販売額 (億円)	構成比(%)
	全国計	3,707	100.0		全国計	2,297	100.0
1位	大 阪	454	12.2	1位	神奈川	445	19.3
2位	兵 庫	250	6.7	2位	福 岡	160	6.9
3位	東 京	175	4.7	3位	東 京	153	6.6
4位	広 島	167	4.5	4位	北海道	116	5.1
5位	愛 知	164	4.4	5位	愛 知	95	4.1
上位5県計		1,210	32.6	上位5県計		968	42.1

小売業に占める上位5県の割合は、百貨店、コンビニエンスストアでは縮小、他の業態では拡大している。

都道府県別では、小売販売額が最も多い東京が占める割合は、コンビニエンスストア、ドラッグストアなどで縮小、総合スーパー、百貨店、専門スーパーなどでは拡大している。次に小売販売額が多い大阪は、百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアで縮小したのを除き、他の業態ではすべて拡大している。なかでもドラッグストア、その他のスーパーの拡大幅が大きい。神奈川は、総合スーパーが縮小、百貨店、ドラッグストアが横ばいとなったのを除き、他の業態ではすべて拡大している。

(注)専門店、中心店は合算して比較している(1ページ参照)。

業態別の構成比をみると、いずれの県も事業所数が多い専門店の年間商品販売額割合が最も高くなっている。専門スーパーは事業所数では４％に満たないものの、年間商品販売額では２割前後を占める県が多い。また、百貨店は、事業所数では０.１％に満たないものの、東京、京都では年間商品販売額の１割超を占めている。

都道府県別、業態別年間商品販売額の構成比（平成１４年）

都道府県	都道府県別の業態別構成比（％）（各県＝100.0）									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店	中心店	その他の小売店
全国計	100.0	6.2	6.3	17.5	5.0	1.8	4.8	38.8	19.4	0.2
北海道	100.0	4.8	6.3	18.6	6.0	0.6	4.3	37.0	22.0	0.2
青森	100.0	3.6	5.3	19.3	3.8	1.2	4.5	38.0	24.3	0.1
岩手	100.0	3.9	4.1	20.8	4.3	1.6	4.8	36.5	23.8	0.2
宮城	100.0	5.9	5.0	20.3	5.9	1.5	4.9	38.0	18.3	0.2
秋田	100.0	0.2	7.6	20.1	4.2	0.7	4.8	37.9	24.4	0.1
山形	100.0	2.0	4.8	20.3	4.0	1.4	4.4	38.5	24.5	0.2
福島	100.0	1.9	4.3	21.1	6.1	1.7	4.9	35.6	24.2	0.1
茨城	100.0	2.1	5.2	20.9	6.1	2.1	4.3	39.2	20.0	0.1
栃木	100.0	4.8	4.0	20.2	5.6	1.6	7.0	39.1	17.6	0.1
群馬	100.0	2.7	5.6	20.3	5.0	2.1	6.1	39.1	19.0	0.1
埼玉	100.0	5.4	7.6	20.0	6.0	2.9	5.8	36.9	15.4	0.1
千葉	100.0	5.6	8.8	19.6	6.2	2.3	5.7	35.9	15.8	0.1
東京	100.0	13.6	4.7	12.8	5.8	1.9	4.8	38.6	17.6	0.1
神奈川	100.0	7.0	7.1	18.0	6.5	2.3	4.3	37.4	16.9	0.5
新潟	100.0	3.0	5.0	20.0	4.1	2.0	4.7	37.0	24.0	0.3
富山	100.0	3.0	5.1	20.5	4.4	1.5	3.6	40.7	21.2	0.1
石川	100.0	4.4	8.5	17.3	4.1	2.2	3.9	38.2	21.1	0.3
福井	100.0	1.9	5.3	17.4	4.0	1.2	5.9	38.9	25.1	0.4
山梨	100.0	3.0	5.6	20.8	5.9	1.7	5.1	40.4	17.3	0.2
長野	100.0	2.0	5.0	19.8	4.8	1.8	3.9	37.1	25.4	0.2
岐阜	100.0	1.7	6.7	17.8	4.4	2.2	4.6	41.5	21.0	0.2
静岡	100.0	3.5	3.7	20.7	4.9	2.5	4.8	39.9	19.7	0.1
愛知	100.0	7.0	8.5	15.6	4.7	2.3	3.8	41.1	16.9	0.1
三重	100.0	3.4	7.6	20.5	3.5	1.9	5.1	40.1	17.7	0.2
滋賀	100.0	2.1	12.4	18.1	5.1	1.7	2.6	38.5	19.1	0.2
京都	100.0	10.3	7.8	12.9	4.2	1.3	4.1	36.5	22.9	0.1
大阪	100.0	8.9	5.9	15.6	4.2	1.7	4.9	40.7	18.0	0.1
兵庫	100.0	5.6	9.2	18.2	3.7	1.7	4.0	40.3	17.1	0.1
奈良	100.0	6.8	9.1	20.0	3.5	1.6	4.5	37.2	17.1	0.2
和歌山	100.0	3.4	7.1	20.7	3.0	1.0	3.6	41.3	19.9	0.2
鳥取	100.0	5.5	5.5	21.5	3.2	0.9	3.9	35.8	23.5	0.2
島根	100.0	1.4	6.5	17.6	2.5	1.1	3.9	35.3	31.5	0.2
岡山	100.0	4.6	6.4	17.4	3.9	1.9	5.1	39.7	20.9	0.1
広島	100.0	7.3	7.5	16.5	4.3	1.7	5.2	36.3	21.0	0.2
山口	100.0	3.1	7.0	16.0	4.2	1.4	5.3	40.1	22.5	0.4
徳島	100.0	3.4	3.5	20.5	3.5	1.5	5.9	41.2	20.3	0.3
香川	100.0	3.4	5.9	17.2	3.1	1.5	4.8	35.8	28.2	0.2
愛媛	100.0	4.9	9.0	17.2	3.2	1.8	6.0	38.3	19.2	0.4
高知	100.0	3.2	5.2	22.3	3.1	2.1	2.6	40.5	20.8	0.2
福岡	100.0	7.3	5.3	15.3	5.2	1.8	6.4	41.3	17.2	0.3
佐賀	100.0	2.4	4.8	15.5	5.0	1.9	6.8	41.3	22.1	0.3
長崎	100.0	3.3	5.1	14.9	3.4	1.3	6.3	42.8	22.7	0.2
熊本	100.0	4.8	4.6	15.0	5.1	1.6	5.8	42.6	20.4	0.0
大分	100.0	8.3	3.9	17.1	3.6	1.9	3.5	40.2	21.3	0.3
宮崎	100.0	3.0	3.3	18.5	4.2	2.1	4.0	39.0	25.7	0.1
鹿児島	100.0	4.7	5.4	16.3	3.8	1.9	5.7	39.6	22.5	0.1
沖縄	100.0	2.6	9.1	24.1	5.7	1.3	2.1	37.3	17.6	0.1

前回比をみると、百貨店は前回比▲13.2%の大幅減であった。都道府県別にみると、新潟、群馬、和歌山、鳥取、宮城など8県で増加したものの、秋田、福島、岐阜、香川、滋賀など39県では減少となっている。

総合スーパーは、同▲3.8%の減少であった。都道府県別にみると、宮崎、熊本、和歌山、栃木、福島など30県が減少、高知、秋田、沖縄、広島、愛媛など17県は増加となっている。

専門スーパーは、同2.2%の増加であった。都道府県別にみると、福島、宮崎、山梨、沖縄、宮城など27県が増加、山口、福井、青森、奈良、京都など20県は減少となっている。

コンビニエンスストアは、同9.6%の増加であった。都道府県別にみると、岩手、青森、大阪、京都の減少を除き、愛媛、徳島、岡山、福井、鹿児島など43県で増加となっている。

ドラッグストアは、同66.9%の大幅増であった。都道府県別にみると、全県で2桁以上の大幅増となっており、なかでも福島、沖縄、宮城、岩手、栃木など10県では前回に比べ2倍以上の増加となっている。

その他のスーパーは、同▲14.1%の大幅減であった。都道府県別にみると、山形、愛媛、福井、富山、群馬の5県が増加、埼玉が横ばいとなった他は、高知、兵庫、島根、香川、長野など41県で減少となっている。

専門店・中心店は、同▲9.2%の減少であった。都道府県別にみると、長崎、鹿児島の増加を除き、宮城、香川、三重、徳島、秋田など45県では減少となっている。

その他の小売店は、同▲38.0%の大幅減であった。都道府県別にみると、神奈川、福井、新潟、福岡、愛媛が増加したほかは、大阪、熊本、秋田、岡山、富山など42県では減少となっている。

対面販売を中心とした百貨店や専門店・中心店などで前回の販売額を大きく下回る県が多い一方、ドラッグストアは全県で、コンビニエンスストアはほとんどの県で増加しており、小売業に占める割合は小さいものの、事業所数の増加幅を上回る好調な伸びを示している。

業態別年間商品販売額の都道府県別前回比(平成14年)

都道府県	前 回 比 (%)								
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店・中心店	その他の小売店
全国計	▲ 6.1	▲ 13.2	▲ 3.8	2.2	9.6	66.9	▲ 14.1	▲ 9.2	▲ 38.0
北海道	▲ 6.2	▲ 12.9	▲ 0.9	2.7	9.2	56.3	▲ 8.0	▲ 10.2	▲ 0.1
青森	▲ 6.1	▲ 15.8	▲ 0.3	▲ 12.9	▲ 1.3	13.5	▲ 4.8	▲ 4.4	▲ 27.7
岩手	▲ 6.6	▲ 25.4	▲ 0.1	4.4	▲ 6.2	128.8	▲ 7.1	▲ 9.8	▲ 56.4
宮城	▲ 7.5	11.6	▲ 20.9	16.3	10.9	144.7	▲ 18.7	▲ 15.8	▲ 14.7
秋田	▲ 11.7	▲ 92.7	56.3	▲ 7.8	13.1	12.8	▲ 27.7	▲ 13.7	▲ 78.5
山形	▲ 3.8	▲ 10.2	13.6	▲ 0.4	19.9	15.6	9.2	▲ 7.9	▲ 13.4
福島	▲ 1.7	▲ 53.2	▲ 26.3	32.9	17.4	216.2	▲ 25.1	▲ 5.3	▲ 69.1
茨城	▲ 6.8	▲ 17.8	▲ 13.2	7.2	6.3	68.5	▲ 2.3	▲ 12.5	▲ 61.8
栃木	▲ 8.5	▲ 24.4	▲ 28.3	4.0	13.6	121.1	▲ 3.3	▲ 12.5	▲ 37.7
群馬	▲ 6.0	40.9	13.3	▲ 1.9	13.4	15.9	3.0	▲ 12.6	▲ 57.3
埼玉	▲ 5.2	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 4.8	8.2	58.4	0.0	▲ 9.9	▲ 61.3
千葉	▲ 3.7	▲ 13.9	▲ 3.8	5.3	18.9	82.8	▲ 1.2	▲ 9.4	▲ 73.6
東京	▲ 3.8	▲ 11.6	13.9	4.0	5.3	57.8	▲ 15.6	▲ 5.6	▲ 12.7
神奈川	▲ 6.6	▲ 13.2	▲ 13.2	3.6	10.6	65.4	▲ 12.7	▲ 11.1	289.5
新潟	▲ 5.9	41.0	5.4	▲ 1.5	7.4	116.3	▲ 27.2	▲ 10.0	25.3
富山	▲ 4.5	▲ 14.9	8.8	▲ 0.1	22.2	48.2	4.5	▲ 8.4	▲ 77.6
石川	▲ 7.8	▲ 5.4	0.6	▲ 9.5	8.8	118.7	▲ 13.3	▲ 11.0	▲ 12.7
福井	▲ 7.7	▲ 5.8	7.5	▲ 14.4	26.2	20.8	5.3	▲ 10.0	37.7
山梨	▲ 4.6	▲ 22.3	▲ 14.0	17.3	3.7	11.6	▲ 13.4	▲ 8.8	▲ 35.5
長野	▲ 6.1	▲ 19.7	▲ 7.4	▲ 1.3	3.7	68.3	▲ 33.0	▲ 6.3	▲ 52.7
岐阜	▲ 6.1	▲ 46.4	▲ 9.2	5.6	9.8	91.7	▲ 15.9	▲ 8.3	▲ 51.8
静岡	▲ 4.3	7.1	▲ 8.7	11.3	10.6	63.7	▲ 21.7	▲ 9.8	▲ 31.4
愛知	▲ 4.9	▲ 0.8	6.7	3.5	5.2	92.6	▲ 11.2	▲ 10.6	▲ 42.2
三重	▲ 12.2	▲ 26.0	▲ 9.4	▲ 10.6	10.8	103.8	▲ 14.6	▲ 14.5	▲ 39.1
滋賀	▲ 5.3	▲ 35.1	▲ 4.7	8.0	13.6	48.3	▲ 28.9	▲ 8.2	▲ 33.3
京都	▲ 11.3	▲ 5.5	2.4	▲ 11.7	▲ 0.3	58.4	▲ 29.4	▲ 13.5	▲ 51.6
大阪	▲ 7.4	▲ 30.2	▲ 22.5	10.6	▲ 0.9	106.5	▲ 6.7	▲ 6.4	▲ 83.8
兵庫	▲ 10.0	▲ 10.6	▲ 4.7	1.8	24.9	37.3	▲ 42.1	▲ 12.6	▲ 71.5
奈良	▲ 8.6	▲ 22.4	▲ 7.8	▲ 11.8	25.1	44.5	▲ 13.9	▲ 7.5	▲ 42.1
和歌山	▲ 9.3	39.2	▲ 31.1	1.4	20.6	97.7	▲ 23.6	▲ 11.7	▲ 27.2
鳥取	▲ 3.3	11.7	▲ 0.6	1.9	10.0	28.8	▲ 17.5	▲ 6.2	▲ 17.9
島根	▲ 4.1	▲ 14.7	▲ 4.4	▲ 1.1	9.2	60.2	▲ 38.4	▲ 2.3	▲ 49.8
岡山	▲ 8.7	▲ 12.9	▲ 5.1	▲ 11.0	31.7	60.1	▲ 16.0	▲ 9.8	▲ 78.3
広島	▲ 7.1	1.9	23.9	▲ 5.7	19.2	64.4	▲ 13.4	▲ 12.9	▲ 62.7
山口	▲ 8.6	9.5	▲ 6.2	▲ 17.0	9.0	61.7	▲ 11.1	▲ 8.6	▲ 45.6
徳島	▲ 9.2	▲ 29.1	▲ 22.5	8.9	38.6	70.8	▲ 11.0	▲ 14.0	▲ 55.3
香川	▲ 11.8	▲ 38.6	9.6	13.5	5.3	103.7	▲ 37.6	▲ 15.4	▲ 49.1
愛媛	▲ 3.8	▲ 16.5	15.4	▲ 4.3	39.2	45.9	8.3	▲ 8.5	0.7
高知	▲ 6.8	▲ 15.9	63.3	7.6	23.4	26.7	▲ 48.0	▲ 12.3	▲ 64.4
福岡	▲ 6.9	▲ 11.8	▲ 1.5	▲ 2.6	2.2	64.6	▲ 5.5	▲ 9.9	13.1
佐賀	▲ 4.6	▲ 0.2	0.4	3.7	7.1	91.6	▲ 26.4	▲ 6.0	▲ 41.1
長崎	0.5	▲ 18.6	▲ 3.8	5.2	10.9	41.9	▲ 5.8	0.8	▲ 42.7
熊本	▲ 4.7	▲ 7.2	▲ 34.0	1.9	10.2	13.6	▲ 6.4	▲ 3.9	▲ 83.1
大分	▲ 4.4	▲ 9.9	▲ 18.0	13.7	21.1	58.8	▲ 25.0	▲ 7.5	▲ 20.1
宮崎	▲ 8.3	▲ 17.3	▲ 50.9	19.8	21.3	72.4	▲ 23.9	▲ 11.3	▲ 72.6
鹿児島	▲ 0.4	▲ 5.6	0.6	▲ 5.1	25.9	45.6	▲ 9.8	0.1	▲ 39.2
沖縄	4.4	▲ 4.4	48.4	17.0	23.9	192.8	▲ 31.7	▲ 5.3	▲ 31.0

<トピックス1> 新業態とコンビニ

近年、急激な成長をみせているドラッグストア、ホームセンターについて平成14年調査より新たに業態区分を設け、特掲することとした。ここでは、新業態区分の「ドラッグストア」、「ホームセンター」と業態として成熟した「コンビニエンスストア」の比較と、それぞれの業態の特徴についてみていくこととする。

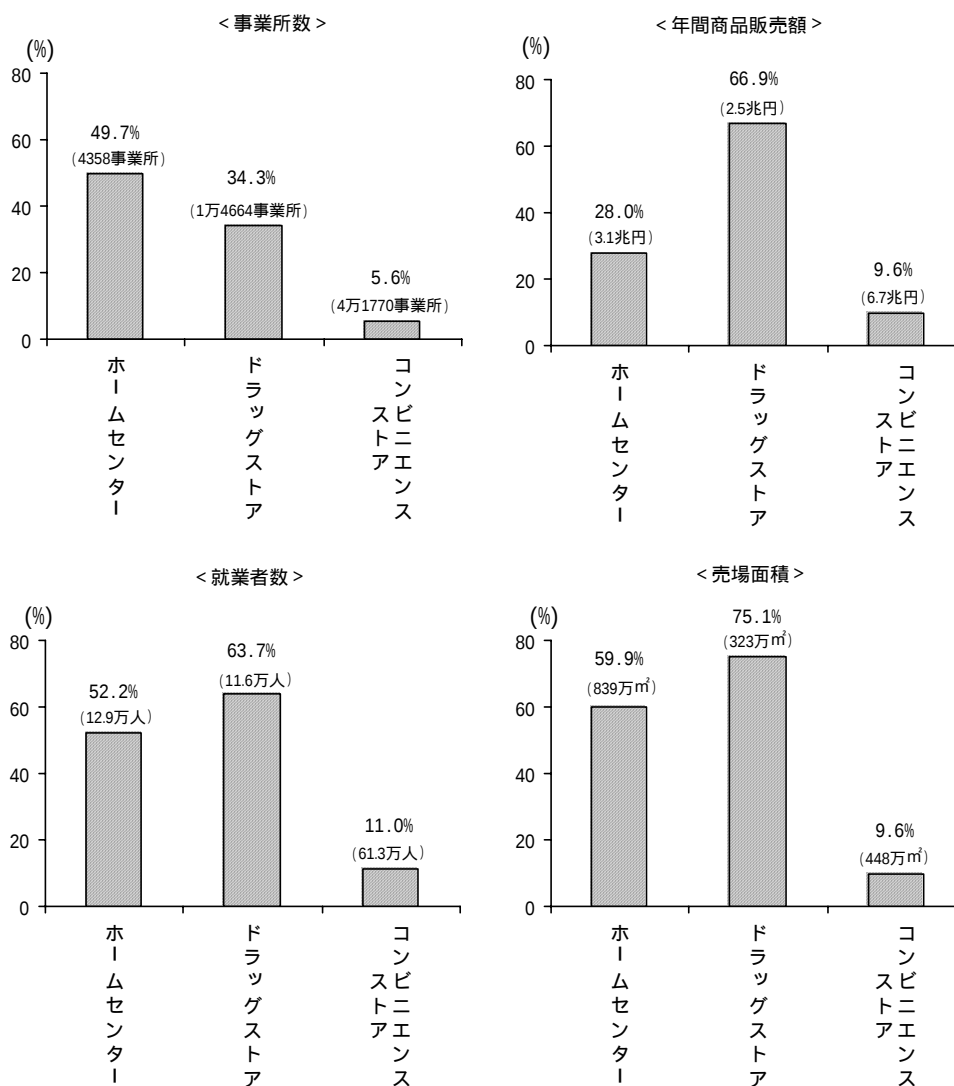
(1) ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの比較

事業所数、年間商品販売額、就業者数、単位当たり年間商品販売額を平成11年(平成11年数値は平成14年定義に合わせて組替えを行ったもの)と比べると、

事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積のいずれもドラッグストア、ホームセンターの大躍進に対し、成熟度を高めているコンビニエンスストアは堅調に推移しながらも、その伸びに鈍化がみられる。

なお、ドラッグストアの売場面積が事業所数の前回比を大きく上回っているが、これは比較的大きな売場面積を有する事業所の出店が多かったことによる。

事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積の前回比

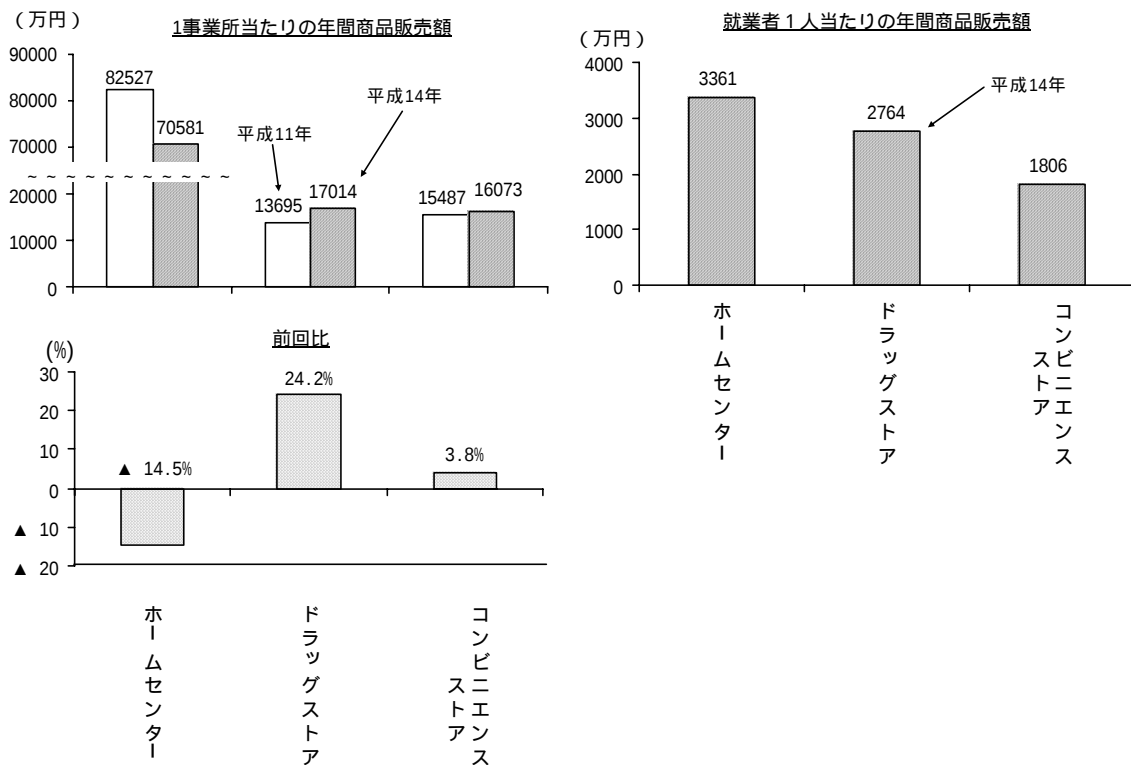


単位当たりの年間商品販売額をみると、1事業所当たりでは、小売業平均の1億393万円に対し、ホームセンターが7億1千万円と群を抜いて高く、ドラッグストアは1億7千万円、コンビニエンスストアは1億6千万円であった。ホームセンターが高いのは、非食品分野の大型セルフ販売業態として比較的高単価な商品を取り扱っていることなどによると考えられる。なお、前回比でみると、ドラッグストア（前回比24.2%増）、コンビニエンスストア（同3.8%増）の増加に対し、ホームセンターは▲14.5%の落ち込みとなっているが、これは大型店舗等の新規開店により1年に満たない販売額を持つ店舗が相当数みられたことなどによるものと考えられる。

また、就業者1人当たりでは、ホームセンターが3361万円、ドラッグストアが2764万円であるのに対し、1事業所当たりの売場面積が小さいコンビニエンスストアでは1806万円とホームセンター、ドラッグストアの5～6割強にとどまっている。

（注）単位当たりの就業者は、パート・アルバイト等を8時間換算（8時間換算による調査は平成14年より）したものをを用いている。

単位当たりの年間商品販売額

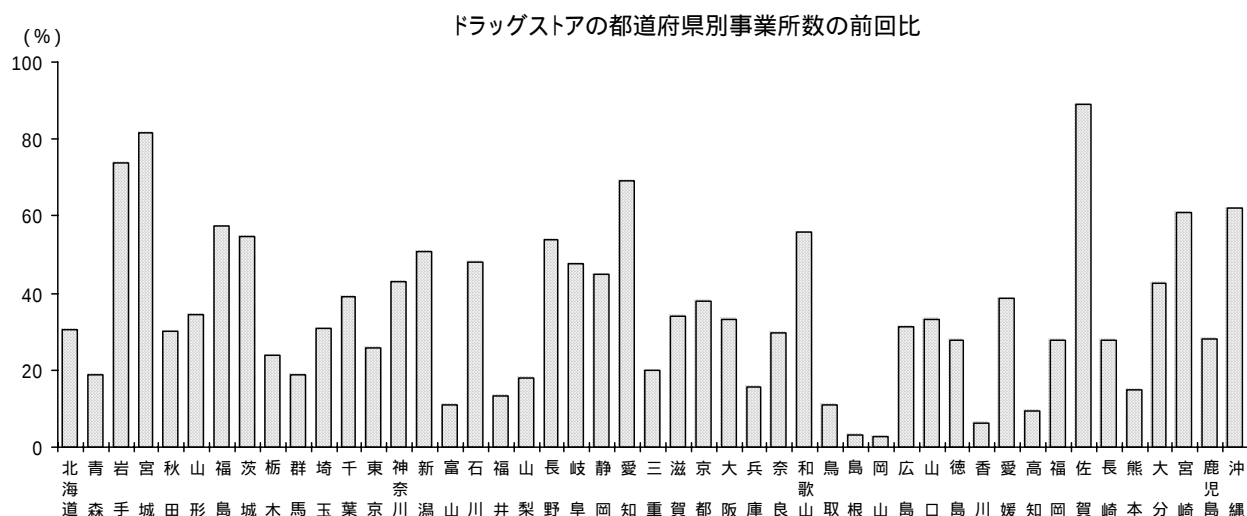
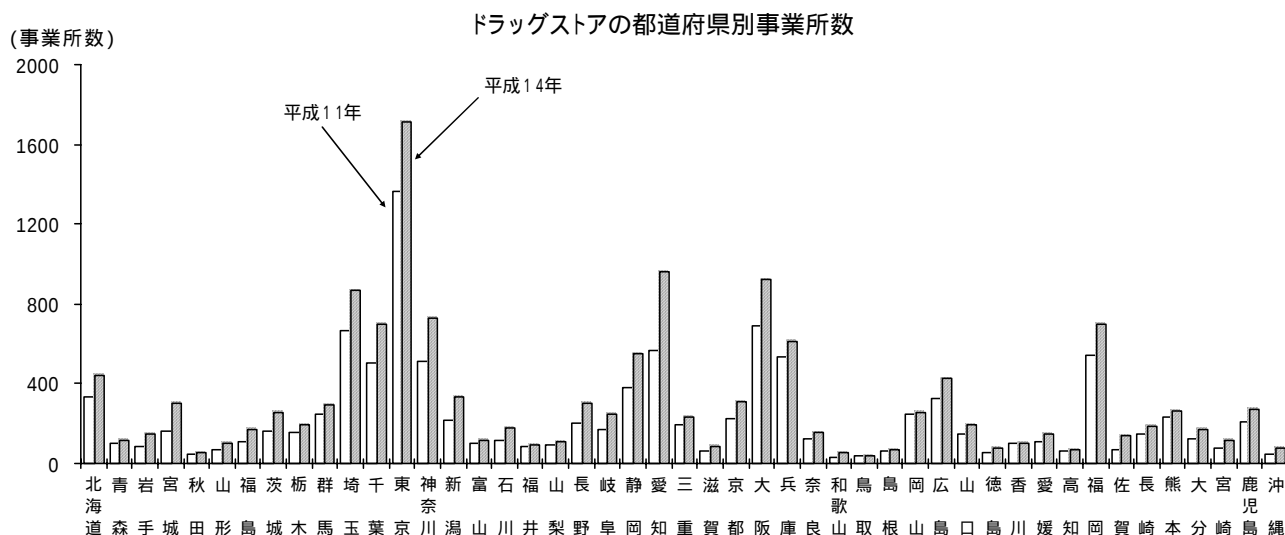


1) ドラッグストア

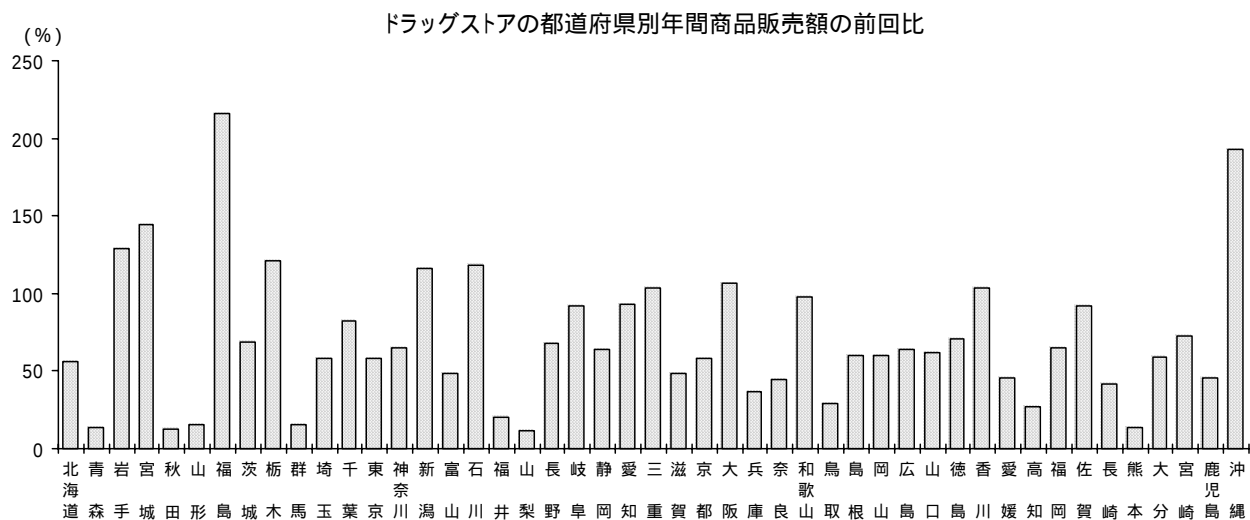
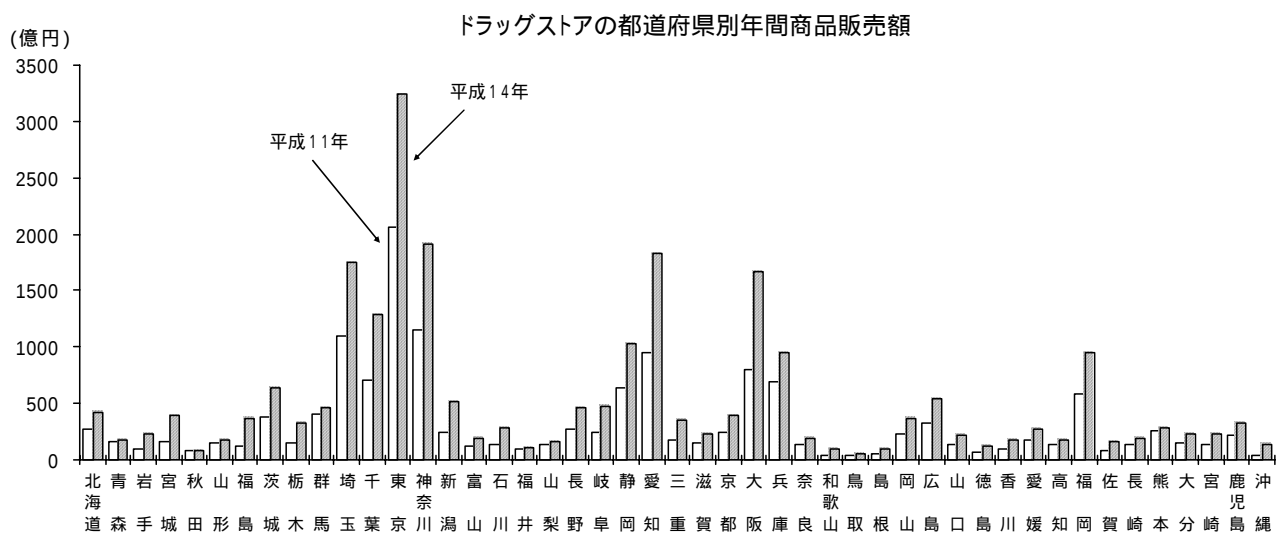
平成11年に比べ最も高い伸びを示しているのが、ドラッグストアである。ドラッグストアの前回比をみると、事業所数(1万4664事業所)が34.3%増、年間商品販売額(2兆4949億円)が同66.9%増、就業者数(11万6128人)が63.7%増とそれぞれ大幅に増加している。

ドラッグストアは、高齢化や健康ブームを背景に新たな業態として拡大傾向にあり、近年は医薬品や化粧品のみならず、日用品、文房具、飲食料品などを幅広く取り扱う事業所として増加しており、コンビニエンスストアが終日営業で便利さを提供することに対して、ドラッグストアは品揃えの豊富さで便利さを提供する業態として急成長してきている。

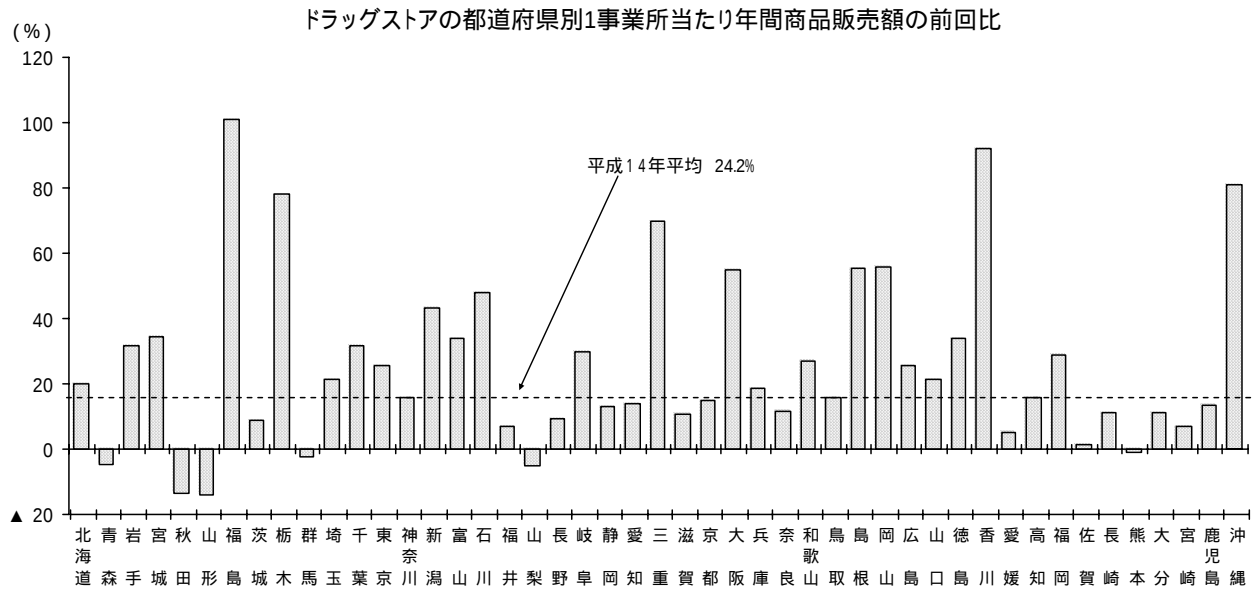
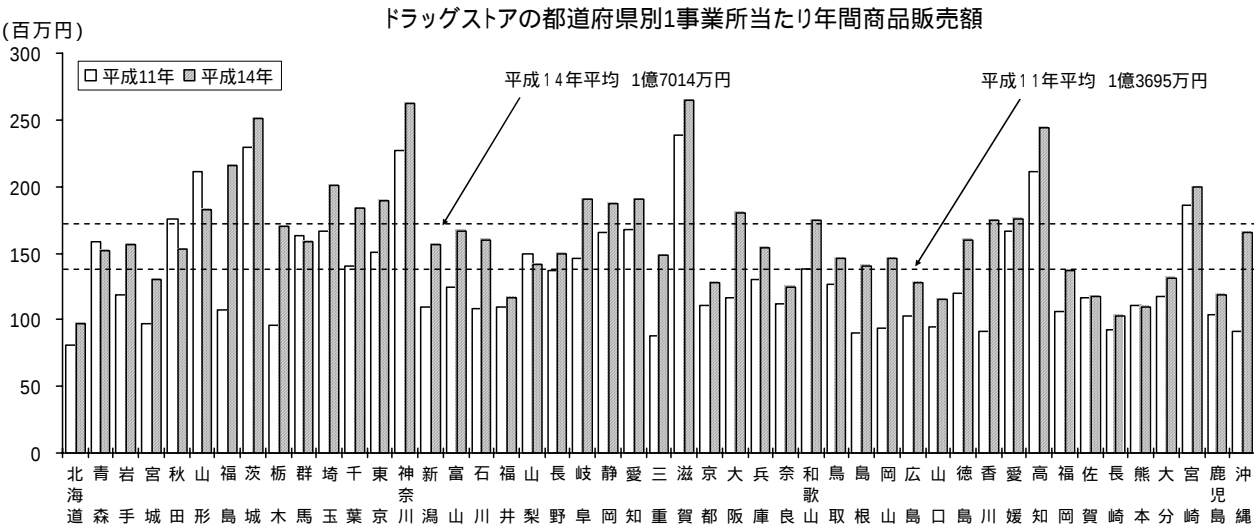
都道府県別にみると、ドラッグストアが多いのは東京1715事業所(前回比25.6%増)、愛知963事業所(同69.2%増)、大阪920事業所(同33.3%増)、埼玉869事業所(同30.7%増)、神奈川727事業所(同43.1%増)の順で、また、その立地は大都市及びその近郊に多いことから、これらの県においても増加率が高いものとなっている。



ドラッグストアの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京 3243 億円（前回比 57.8% 増）、神奈川 1909 億円（同 65.4% 増）、愛知 1836 億円（同 92.6% 増）、埼玉 1749 億円（同 58.4% 増）、大阪 1663 億円（同 106.5% 増）と大都市及びその周辺で急激に増加している。



ドラッグストアの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、滋賀（2億6410万円）が最も高く、次いで神奈川（2億6260万円）、茨城（2億5042万円）、高知（2億4448万円）、福島（2億1611億円）、埼玉（2億122万円）の順で、これらの県では2億円を超えている。ドラッグストアの多い大都市より、その近郊で高くなっている。前回比でみると、福島、香川、沖縄、栃木、三重など41県で増加、山形、秋田、山梨、青森、群馬、熊本では減少している。



ドラッグストアの業種構成をみると、事業所数では医薬品小売業（調剤薬局を除く）が74.2%と最も高く、化粧品小売業と調剤薬局がそれぞれ1割強を占めている。年間商品販売額では医薬品小売業（調剤薬局を除く）が7割近くを占め、次いで化粧品小売業が2割強、調剤薬局は8%となっている。

ドラッグストアの業種別事業所数、年間商品販売額の割合				
	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
ドラッグストア計	14,664	100.0	2,494,944	100.0
医薬品・化粧品小売業	14,664	100.0	2,494,944	100.0
医薬品小売業（調剤薬局を除く）	10,887	74.2	1,742,297	69.8
調剤薬局	1,825	12.4	199,745	8.0
化粧品小売業	1,952	13.3	552,902	22.2

2) ホームセンター

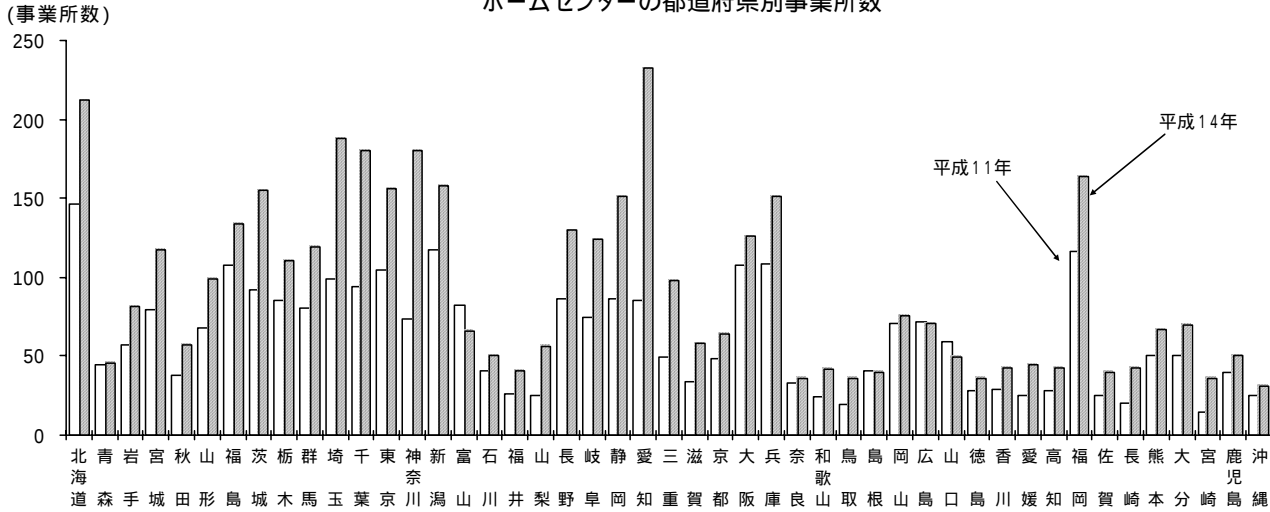
ホームセンターの事業所数は、リフォーム市場が拡大するなかでDIY用品へのニーズの高まりや、これら商品の他、洗剤、紙製品といった生活雑貨、カー・レジャー用品、園芸、ペット用品等の品揃えの拡大等から大きな伸びを示しており、平成14年は4358事業所、前回に比べ49.7%の大幅な増加となった。事業所数の増加に伴い、就業者数も12万8845人、同52.2%の増加、年間商品販売額も3兆759億円で同28.0%の増加となった。

ホームセンターの事業所数、年間商品販売額、就業者数

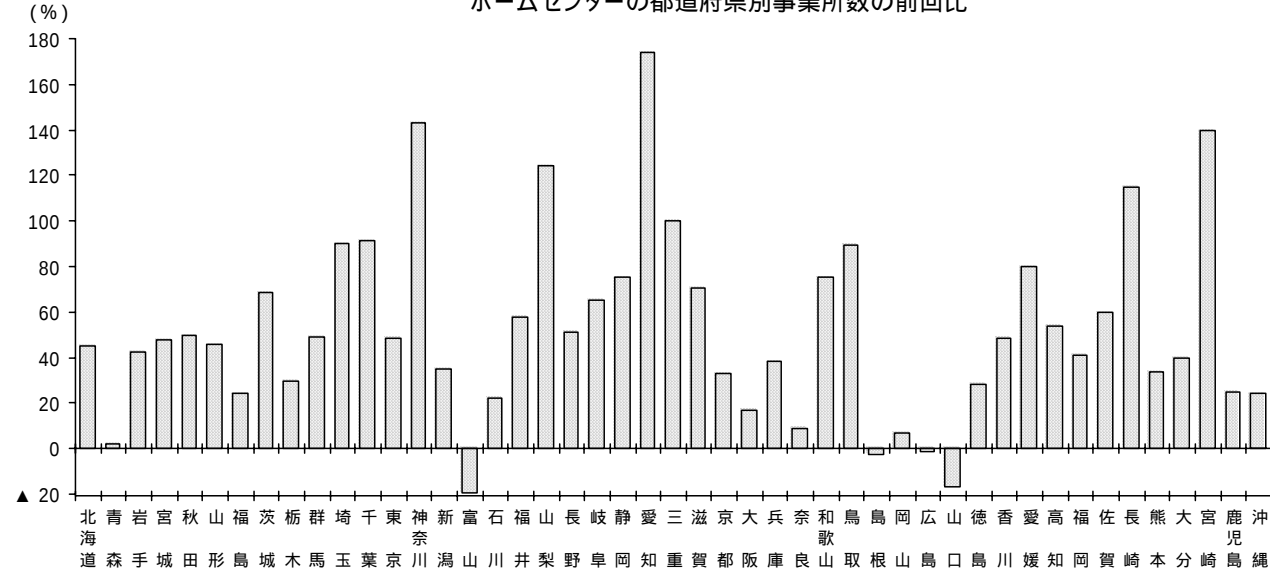
	事業所数			年間商品販売額			就業者数		
	平成11年	平成14年	前回比(%)	平成11年(百万円)	平成14年(百万円)	前回比(%)	平成11年(人)	平成14年(人)	前回比(%)
住関連スーパー	9,894	13,020	31.6	5,102,531	6,143,359	20.4	205,144	280,211	36.6
うち、ホームセンター	2,911	4,358	49.7	2,402,371	3,075,939	28.0	84,681	128,845	52.2

ホームセンターの事業所数を都道府県別にみると、愛知が233事業所で前回比174.1%増、北海道が212事業所(同45.2%増)、埼玉が188事業所(同89.9%増)、千葉が180事業所(同91.5%増)、神奈川が180事業所(同143.2%増)の順で、郊外に住宅が広がっている県での伸びが高くなっている。

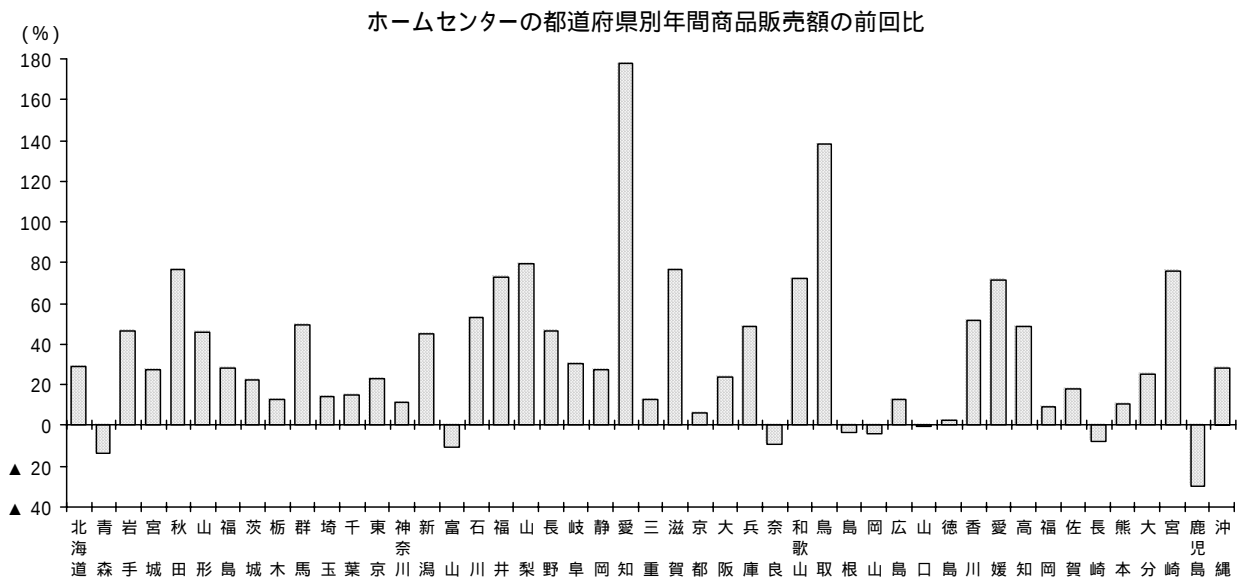
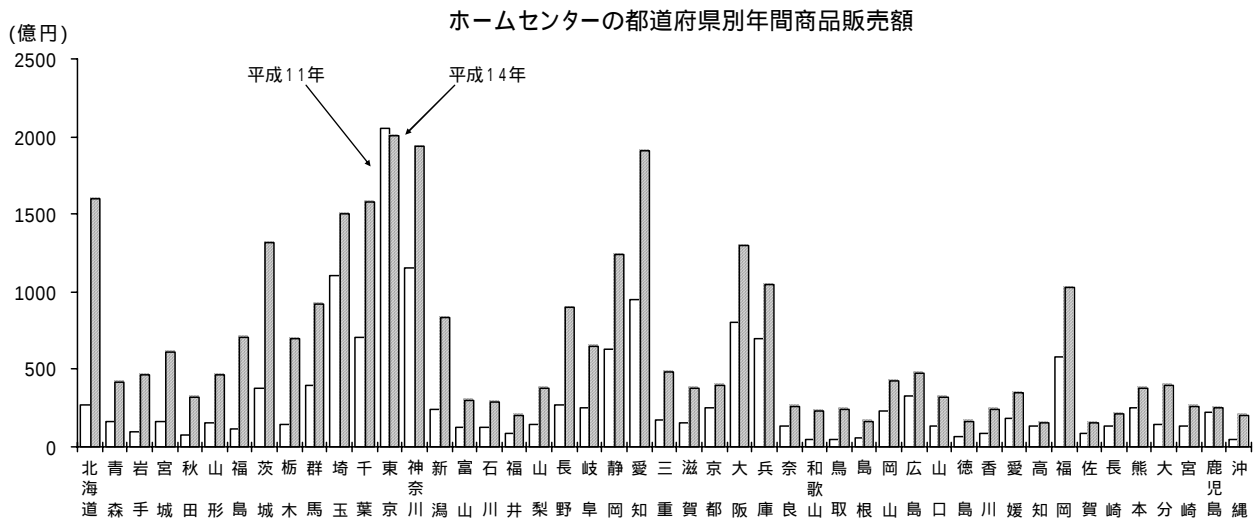
ホームセンターの都道府県別事業所数



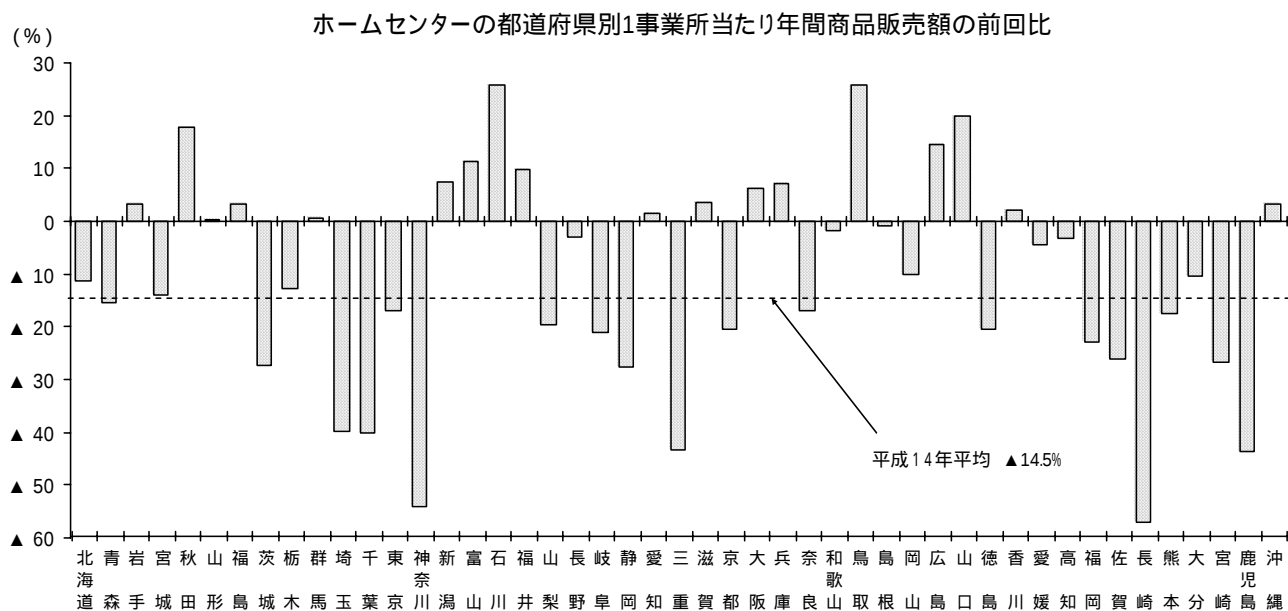
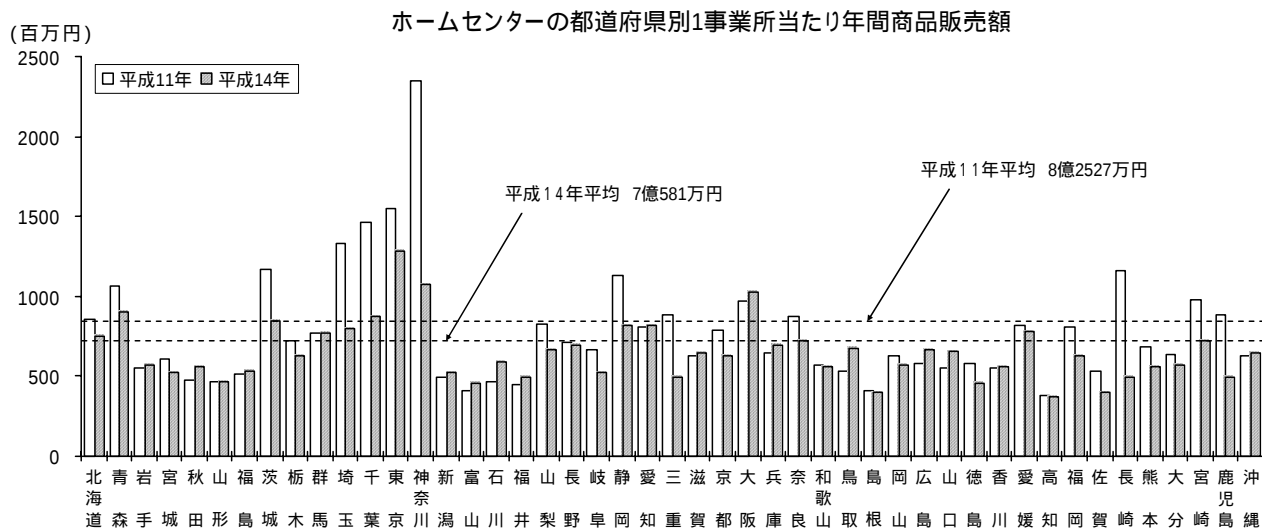
ホームセンターの都道府県別事業所数の前回比



ホームセンターの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京 2007 億円（前回比 23.4%増）、神奈川 1933 億円（同 11.5%増）、愛知 1906 億円（同 177.9%増）、北海道 1601 億円（同 28.8%増）、千葉 1577 億円（同 14.7%増）の順で、大都市で多くなっている。前回比でみると、新設などがあった愛知、鳥取で急増したほか、山梨、秋田、滋賀など 39 県で増加、鹿児島、青森、富山、奈良、長崎など 8 県では減少となっている。



ホームセンターの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京(12億8659万円)が最も高く、次いで神奈川(10億7402万円)、大阪(10億2724万円)とこの3県では10億円を超えており、以下、青森(9億220万円)、千葉(8億7632万円)の順で、大都市やその近郊で高くなっている。前回比でみると、長崎、神奈川、鹿児島、三重、千葉など29県で減少、大幅に減少している県が多いが、これは、大型店舗等の新設により1年に満たない販売額を持つ事業所が多かったことによる。



ホームセンターの業種構成をみると、事業所数では建築材料などが含まれる他に分類されない小売業が 54.7%と最も高く、次いで家具・じゅう器・機械器具小売業が 33.5%、農耕用品小売業が 6.6%となっている。年間商品販売額では他に分類されない小売業が 66.3%を占め、次いで家具・じゅう器・機械器具小売業が 23.9%、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業が 4.2%、農耕用品小売業が 3.1%の順となっている

ホームセンターの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
ホームセンター計	4,358	100.0	3,075,939	100.0
各種商品小売業	-	-	-	-
織物・衣服・身の回り品小売業	1	0.0	3,620	0.1
飲食料品小売業	1	0.0	35	0.0
自動車・自転車小売業	2	0.0	210	0.0
家具・じゅう器・機械器具小売業	1,458	33.5	735,055	23.9
その他の小売業	2,896	66.5	2,337,019	76.0
医薬品・化粧品小売業	48	1.1	32,692	1.1
農耕用品小売業	287	6.6	94,197	3.1
燃料小売業	-	-	-	-
書籍・文房具小売業	81	1.9	42,615	1.4
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	94	2.2	128,448	4.2
写真機・写真材料小売業	-	-	-	-
時計・眼鏡・光学機械小売業	-	-	-	-
他に分類されない小売業	2,386	54.7	2,039,067	66.3

3) コンビニエンスストア

コンビニエンスストアは、一時の店舗拡大のスピードは鈍化したものの、新たなニーズが見込めるオフィスビル、病院、大学、ホテルなどへの新規出店もあって、引き続き堅調に推移している。

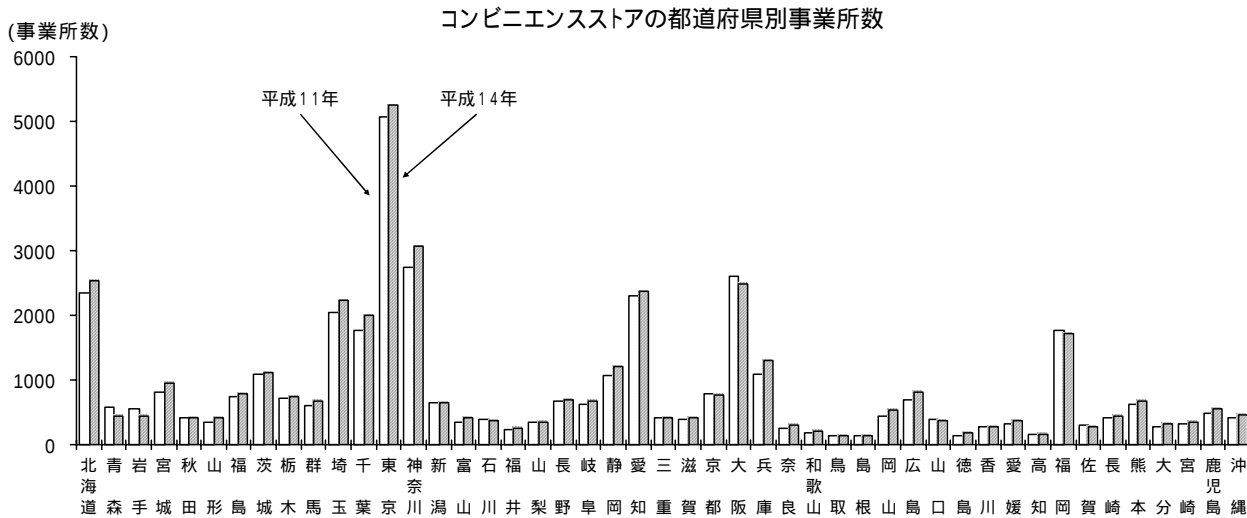
平成14年の事業所数は、4万1770事業所で前年比5.6%の増加、年間商品販売額は6兆7137億円で同9.6%の増加となった。事業所数の拡大に伴って就業者数も61万2611人、同11.0%の増加となった。この結果、小売業に占めるコンビニエンスストアの割合は、事業所数で3.2%、年間商品販売額で5.0%、就業者数で7.3%となっている。

また、引き続きコンビニエンスストアの終日営業店の割合が高まっている。平成14年の終日営業店の割合は77.6%、前年の65.5%から、12.1ポイントの拡大となっている。この3年間に既存店においては終日営業店への切り替えが進展しており、また、新設店舗にあっても終日営業店の割合が極めて高いものとなっている。

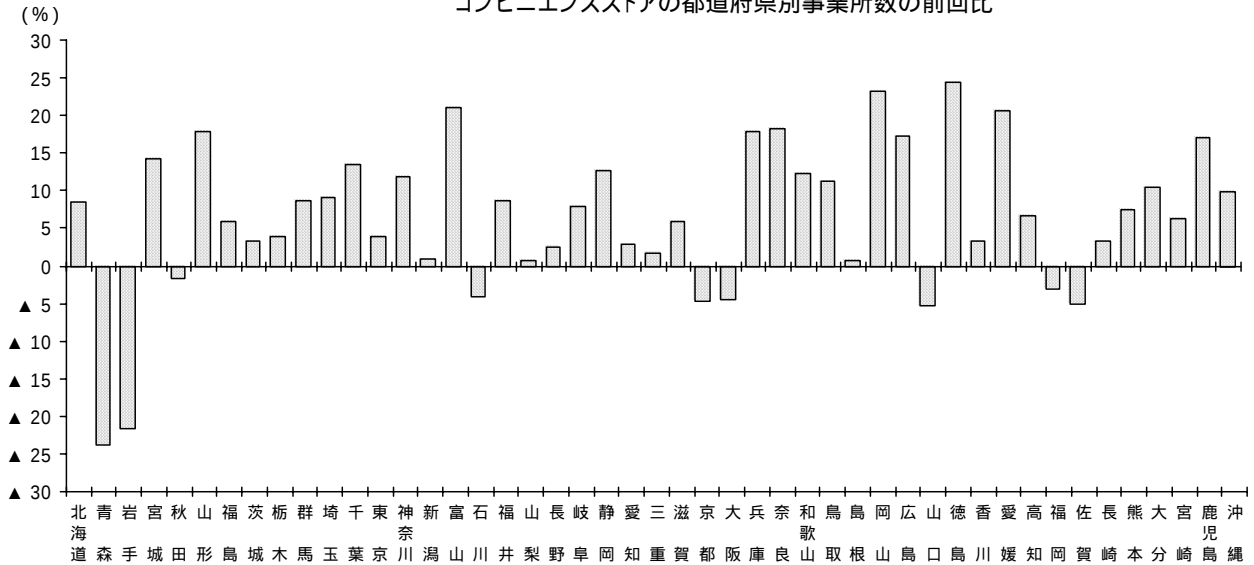
コンビニエンスストアの事業所数、年間商品販売額、就業者数

	事業所数					年間商品販売額			就業者数		
	平成11年	構成比 (%)	平成14年	構成比 (%)	前年比 (%)	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	前年比 (%)	平成11年 (人)	平成14年 (人)	前年比 (%)
コンビニエンスストア	39,561	100.0	41,770	100.0	5.6	6,126,986	6,713,687	9.6	551,895	612,611	11.0
終日営業店	25,911	65.5	32,431	77.6	25.2	4,665,429	5,718,584	22.6	437,464	529,748	21.1
終日営業店以外	13,650	34.5	9,339	22.4	▲31.6	1,461,557	995,103	▲31.9	114,431	82,863	▲27.6

コンビニエンスストアの事業所数を都道府県別にみると、東京5259事業所（前年比3.8%増）、神奈川3067事業所（同11.8%増）、北海道2539事業所（同8.4%増）、大阪2491事業所（同▲4.4%減）、愛知2372事業所（同2.9%増）の順で、大都市で非常に多いが、その伸び率は鈍化している。一方、徳島（前年比24.5%増）、岡山（同23.3%増）、富山（同21.1%増）、愛媛（同20.7%増）、奈良（同18.3%増）、兵庫（同17.9%増）など、比較的コンビニエンスストアの少ない地域では大幅な伸びがみられる。



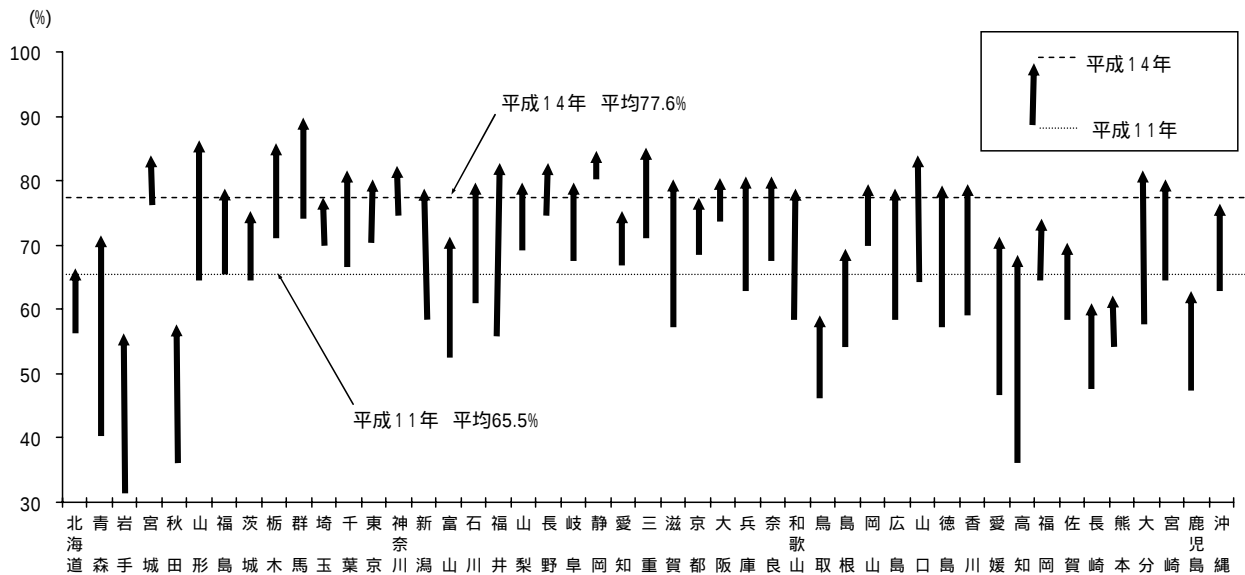
コンビニエンスストアの都道府県別事業所数の前回比



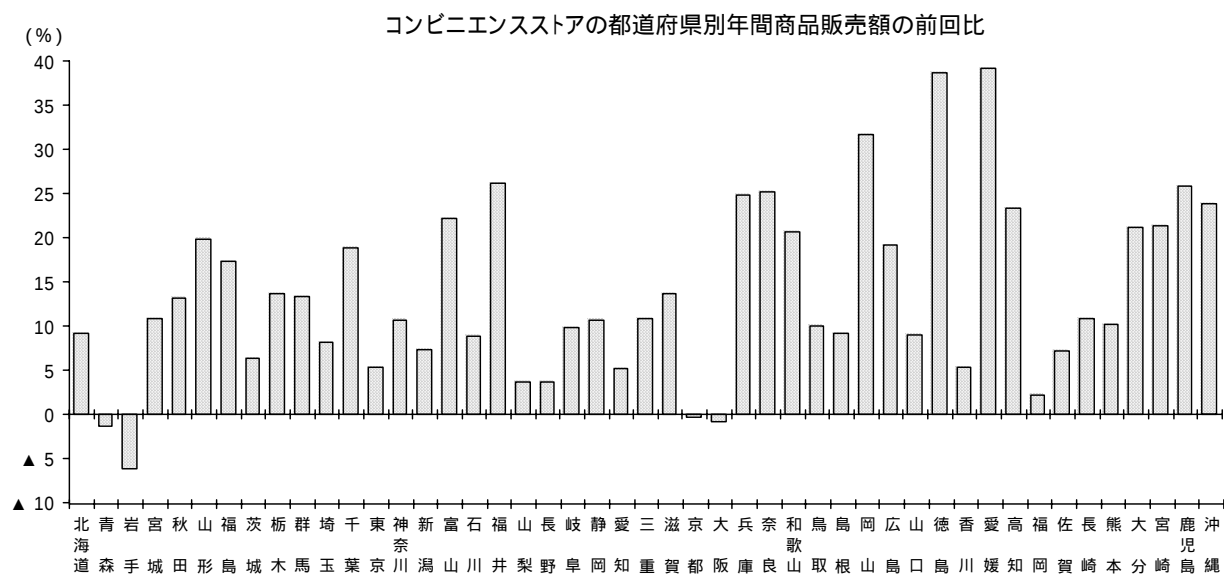
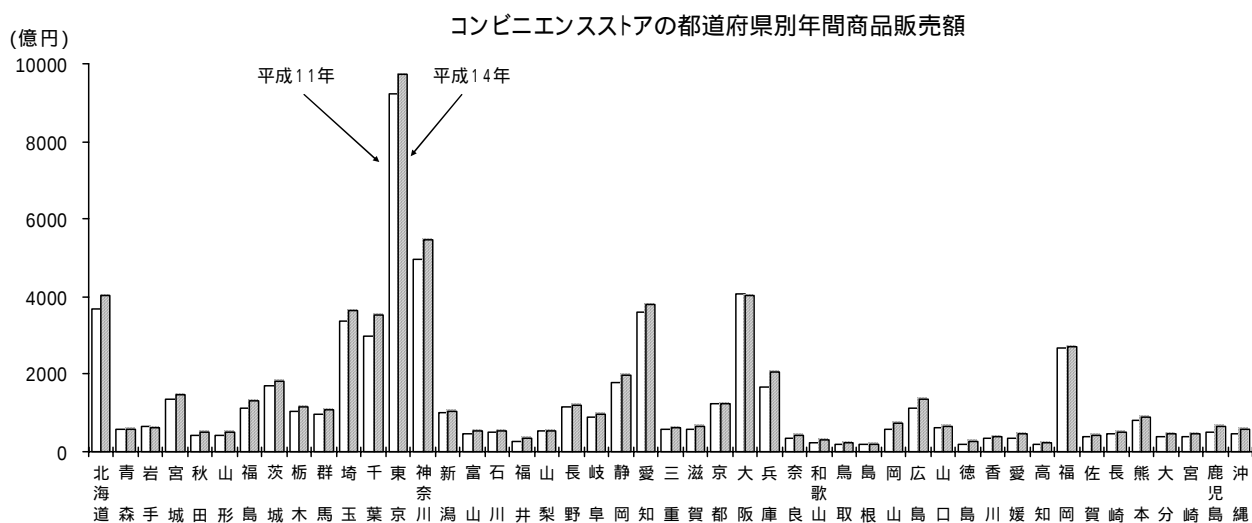
コンビニエンスストアの終日営業店割合を都道府県別にみると、群馬が90.5%と最も高く、山形（同87.2%）、栃木（同86.3%）、三重（同85.6%）、静岡（同85.3%）、山口（同84.9%）、宮城（同84.6%）、福井（同83.6%）、長野（同83.2%）、大分（同82.1%）など20県で8割を上回っている。

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

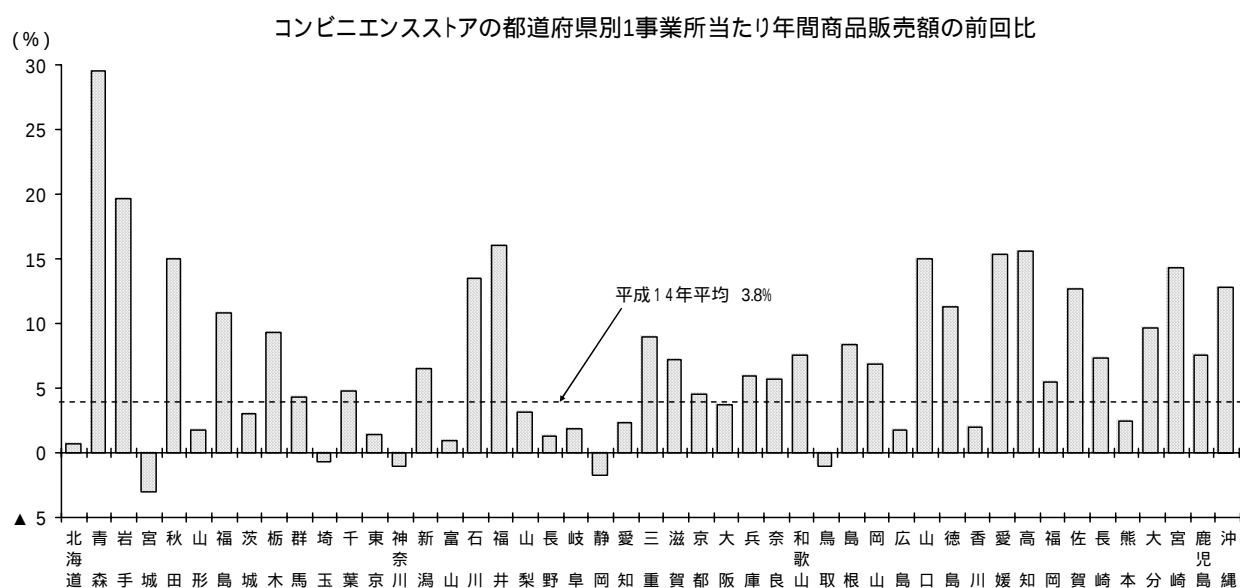
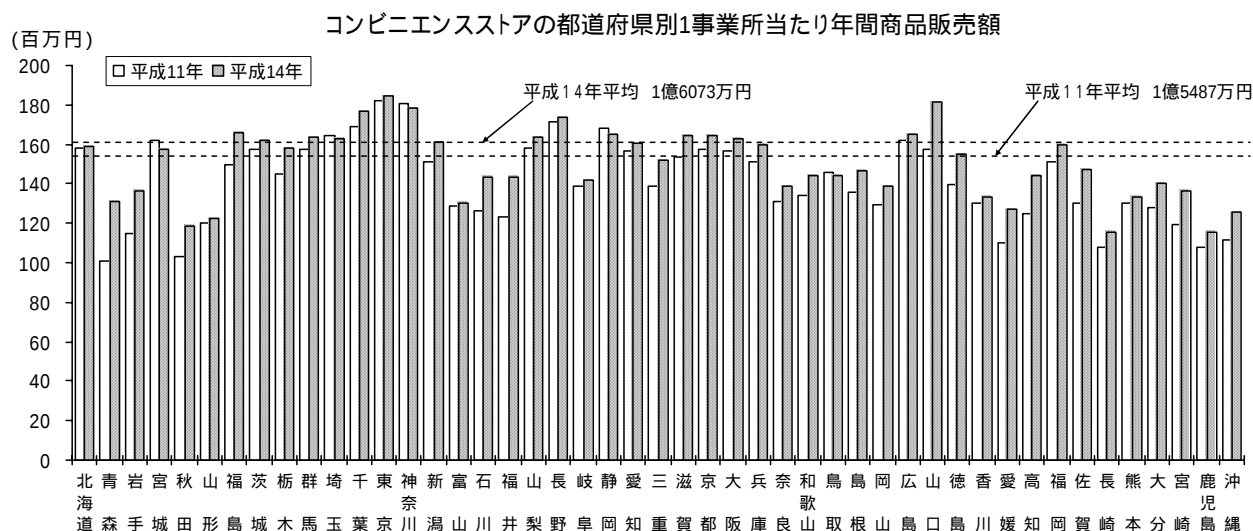
都道府県別コンビニエンスストアの終日営業店割合(平成11、14年)



コンビニエンスストアの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京 9723 億円（前回比 5.3% 増） 神奈川 5474 事業所（同 10.6% 増） 大阪 4047 億円（同 ▲0.9% 減） 北海道 4038 事業所（同 9.2% 増） 愛知 3802 億円（同 5.2% 増）の順で、愛媛、徳島、岡山、福井、鹿児島など 43 県で増加している。



コンビニエンスストアの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京（1億8488万円）が最も高く、次いで山口（1億8109万円）、神奈川（1億7848万円）、千葉（1億7703万円）、長野（1億7358万円）の順で、関東地域が高くなっている。前回比でみると、宮城、静岡、神奈川、鳥取、埼玉を除く42県で増加しており、西日本で平均を上回る伸びの県が多い。



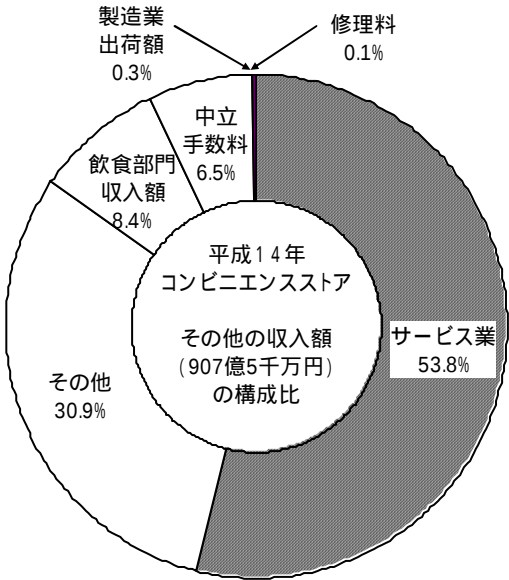
コンビニエンスストアの業種構成をみると、飲食料品小売業が事業所数で 97.8%、年間商品販売額でも 98.4%とそのほとんどを占めている。

コンビニエンスストアの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
コンビニエンスストア計	41,770	100.0	6,713,687	100.0
各種商品小売業	99	0.2	14,557	0.2
織物・衣服・身の回り品小売業	12	0.0	928	0.0
飲食料品小売業	40,843	97.8	6,604,342	98.4
自動車・自転車小売業	-	-	-	-
家具・じゅう器・機械器具小売業	10	0.0	841	0.0
その他の小売業	806	1.9	93,020	1.4
医薬品・化粧品小売業	24	0.1	2,119	0.0
農耕用品小売業	4	0.0	265	0.0
燃料小売業	-	-	-	-
書籍・文房具小売業	243	0.6	21,730	0.3
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	33	0.1	2,067	0.0
写真機・写真材料小売業	2	0.0	205	0.0
時計・眼鏡・光学機械小売業	-	-	-	-
他に分類されない小売業	500	1.2	66,634	1.0

年間商品販売額の外数であるその他の収入額をみると、サービス業収入が 53.8%を占め、その他が 3 割、飲食部門収入は 1 割となっている。その他の収入額は年間商品販売額の 1 %に満たないものの、前回調査に比べ 2.3 倍と大幅に増加している。

コンビニエンスストアのその他の収入額の内訳



コンビニエンスストアの事業所数、年間商品販売額、その他の収入額

	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	前回比 (%)
事業所数	39,561	41,770	5.6
年間商品販売額	6,126,986	6,713,687	9.6
その他の収入額 (飲食部門を除く)	-	90,749	-
	35,567	83,167	133.8
修理料		53	
中立手数料		5,865	
製造業出荷額		310	
飲食部門収入額		7,582	
サービス業		48,863	
その他		28,077	

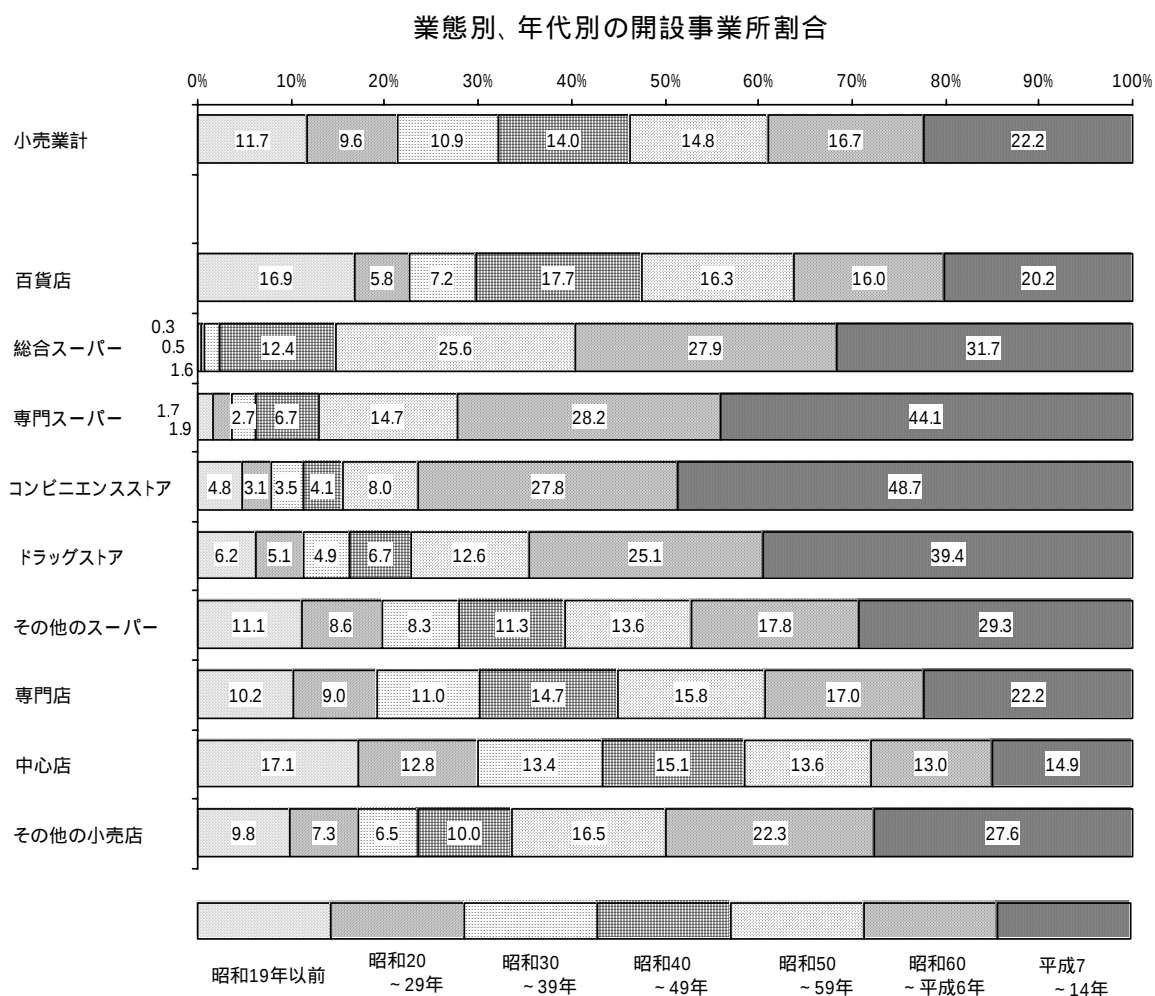
注：調査変更に伴い、その他の収入額の前回比については飲食部門を除いている。

<トピックス2> 業態別にみた開設年別事業所数の状況

ここでは、事業所の開設年と各地域への展開状況について、業態別にみていくこととする。なお、業態の格付け及び平成14年のデータは、本調査を実施した6月1日現在のものである。

(1) 開設年別にみた事業所数

事業所の開設年を昭和19年以前と昭和20年以降は10年ごとに（直近については平成7年から14年6月の7年半）区切ってみてみると、景気低迷を背景に小売事業所では閉鎖や統廃合が進む一方、消費者ニーズにマッチした新業態の事業所の開設や新たな店舗展開などから、ほとんどの業態で平成7年以降の開設割合が最も高くなっている。



百貨店の開設割合は、昭和20年代、30年代を除く年代でいずれも15%を超え、一定の開設がみられる。このうち、昭和19年以前の割合は、老舗が多いことから他の業態に比べ高くなっている。また、バブル崩壊後の景気低迷を背景とした事業所の統廃合などもあって、平成7年以降の開設が最も高い割合となっている。

総合スーパーは、昭和40年以降の開設が97.6%を占めている。百貨店に比べ低価格で、ワンストップショッピングが可能な業態として昭和40年代から増加しはじめた総合スーパーは、ショッピングとレジャーも兼ね備えた大型ショッピングセンターとしての開設や郊外への進出、大規模小売店舗法改正や立地法施行などから開設が進み、昭和50年以降のいずれの年代においても25%以上の開設割合となっている。

専門スーパーは、昭和40年以降の開設が93.7%を占めており、年代を追うごとに開設事業所

数が大きく増加している。主力の食料品スーパーのほか、専門性を持った商品を取り扱うホームセンターや低価格で品揃えが豊富な衣料品スーパーの開設などから、平成7年以降の開設割合は平成7年から14年6月の7年半で既に44.1%を占めており、近年急速に開設が進んでいる。なお、7年以降では、住関連スーパー（7年以降の専門スーパーの開設に占める割合42.1%）が食料品スーパー（同38.2%）の開設数を上回っている。

コンビニエンスストアは、平成7年以降の開設割合が最も高い業態である。その割合は5割近くに達している。

ドラッグストアは昭和50年以降の開設が8割近くを占めている。このうち、平成7年以降の開設は4割とコンビニエンスストア、専門スーパーに次いで高い割合となっており、高齢化や健康ブームを背景に新たな業態として急成長している。

なお、コンビニエンスストア、ドラッグストアは近年確立された新たな業態であるものの、昭和40年以前においても開設がみられるが、これは、消費者ニーズの変化に伴い、酒や米などを扱っていた従来の小売店がコンビニエンスストアへ、また対面販売を中心とした薬店、化粧品店などがドラッグストアへ業態替えをしたことによると考えられる。

事業所数が多い専門店、中心店、その他のスーパーは、各年代で一定の開設がみられる。

事業所数が最も多い専門店は、昭和30年以降の開設割合がいずれも1割強を占め、その割合は年代を追うごとに少しずつ拡大し、平成7年以降では2割を超えている。

個人事業所が多い中心店は、昭和19年以前の開設割合（17.1%）が最も高い業態である。いずれの年代も1割強を占めているものの、昭和40年代をピークにその割合は縮小、しかし平成7年以降では拡大している。

平成7年以降の開設状況をみると、28万9千事業所の開設事業所のうち6割が専門店、2割近くが中心店となっている。

平成7年以降の業態別開設事業所数及び構成比

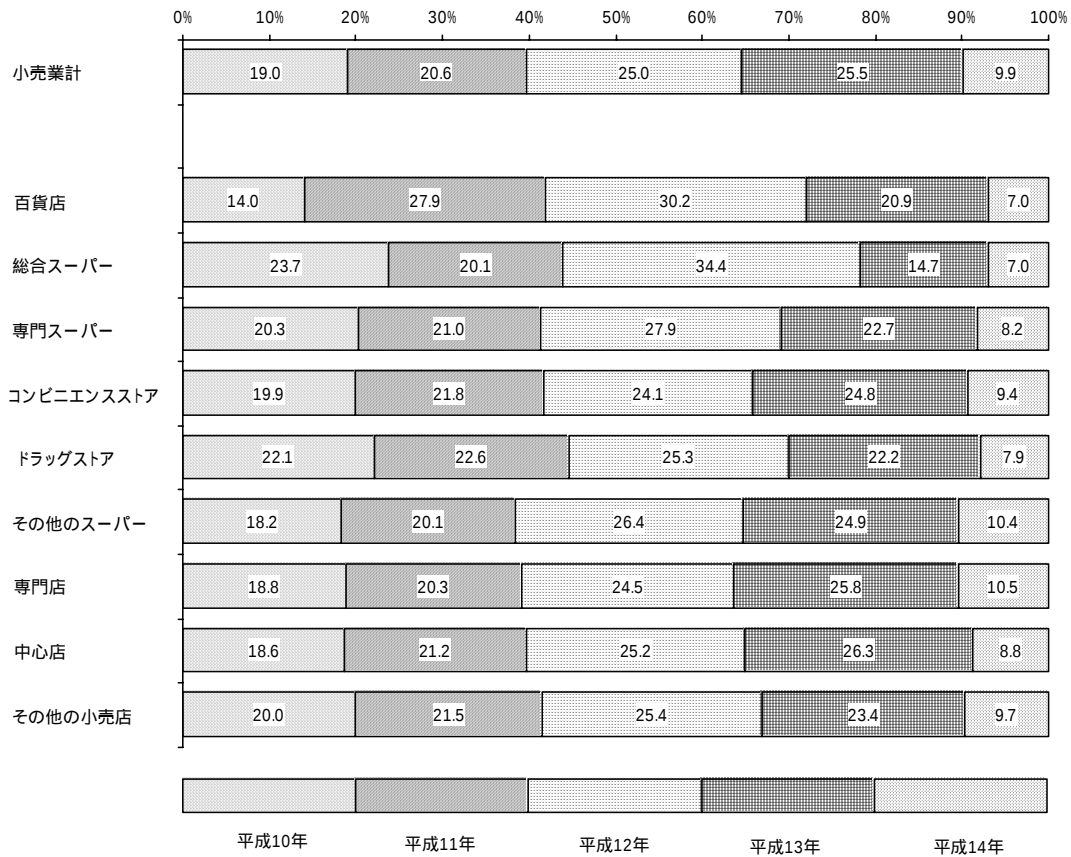
業 態 別	平成7年以降の開設事業所													
	計		平成7～9年		平成10年		平成11年		平成12年		平成13年		平成14年	
	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)
小売業計	289,063	100.0	95,588	100.0	36,693	100.0	39,951	100.0	48,305	100.0	49,303	100.0	19,223	100.0
1.百貨店	73	0.0	30	0.0	6	0.0	12	0.0	13	0.0	9	0.0	3	0.0
2.総合スーパー	529	0.2	230	0.2	71	0.2	60	0.2	103	0.2	44	0.1	21	0.1
3.専門スーパー	16,339	5.7	5,930	6.2	2,115	5.8	2,182	5.5	2,904	6.0	2,359	4.8	849	4.4
4.コンビニエンスストア	20,325	7.0	7,673	8.0	2,516	6.9	2,762	6.9	3,047	6.3	3,140	6.4	1,187	6.2
5.ドラッグストア	5,781	2.0	2,333	2.4	763	2.1	778	1.9	871	1.8	764	1.5	272	1.4
6.その他のスーパー	19,056	6.6	6,178	6.5	2,338	6.4	2,593	6.5	3,399	7.0	3,213	6.5	1,335	6.9
7.専門店	172,472	59.7	55,446	58.0	22,049	60.1	23,790	59.5	28,728	59.5	30,138	61.1	12,321	64.1
8.中心店	53,873	18.6	17,567	18.4	6,752	18.4	7,685	19.2	9,135	18.9	9,539	19.3	3,195	16.6
9.その他の小売店	615	0.2	201	0.2	83	0.2	89	0.2	105	0.2	97	0.2	40	0.2

（注）平成14年は、調査を実施した6月1日現在のデータである。

年次別に調査を行っている平成10年以降の開設状況をみると、大規模小売店舗立地法の施行（平成13年2月）を前に、百貨店、総合スーパー、専門スーパー、ドラッグストアなどで平成12年の開設事業所が多くなっており、なかでも、総合スーパーは12年に開設が急増している。

開設事業所割合をみると、コンビニエンスストアではその割合が年々拡大しており、事業所数が減少している専門店、中心店も開設事業所の割合は年々高まっている。

業態別、年代別の開設事業所割合



(注) 開設事業所割合は、業態ごとに当該年の開設事業所数を平成10年以降の開設事業所数で除したものである。なお、平成14年は、調査を実施した6月1日現在のデータによる。

(2) 地域展開

ここでは、平成10年以降の開設事業所割合が高い専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンターについて開設年別・地域別に事業所の展開状況をみていくこととする。

年次別にみた平成10年以降の業態別開設状況

業 態 別	事業所数 計	平成10年以降の開設事業所											
		計		平成10年		平成11年		平成12年		平成13年		平成14年	
		事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)
小売業計	1,300,057	193,475	14.9	36,693	2.8	39,951	3.1	48,305	3.7	49,303	3.8	19,223	1.5
1. 百貨店	362	43	11.9	6	1.7	12	3.3	13	3.6	9	2.5	3	0.8
2. 総合スーパー	1,668	299	17.9	71	4.3	60	3.6	103	6.2	44	2.6	21	1.3
3. 専門スーパー	37,035	10,409	28.1	2,115	5.7	2,182	5.9	2,904	7.8	2,359	6.4	849	2.3
うち、ホームセンター	4,358	1,626	37.3	293	6.7	351	8.1	498	11.4	380	8.7	104	2.4
4. コンビニエンスストア	41,770	12,652	30.3	2,516	6.0	2,762	6.6	3,047	7.3	3,140	7.5	1,187	2.8
5. ドラッグストア	14,664	3,448	23.5	763	5.2	778	5.3	871	5.9	764	5.2	272	1.9
6. その他のスーパー	65,011	12,878	19.8	2,338	3.6	2,593	4.0	3,399	5.2	3,213	4.9	1,335	2.1
7. 専門店	775,847	117,026	15.1	22,049	2.8	23,790	3.1	28,728	3.7	30,138	3.9	12,321	1.6
8. 中心店	361,470	36,306	10.0	6,752	1.9	7,685	2.1	9,135	2.5	9,539	2.6	3,195	0.9
9. その他の小売店	2,230	414	18.6	83	3.7	89	4.0	105	4.7	97	4.3	40	1.8

(注) 平成14年は、調査を実施した6月1日現在のデータである。

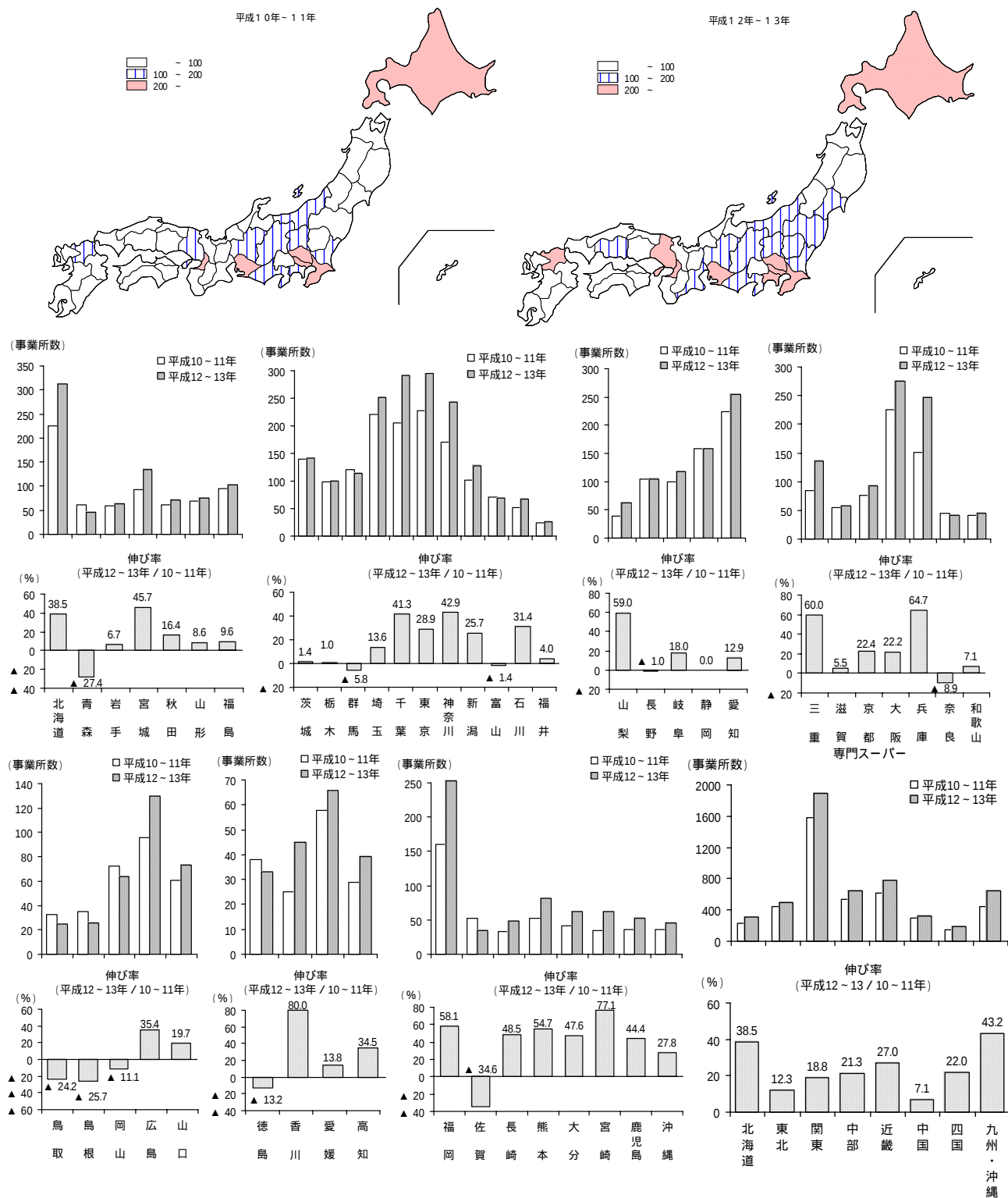
専門スーパー

専門スーパーの平成10年以降の開設事業所数をみると、大都市圏での開設が多いが、この他の地域においても開設事業所数は増加傾向にある。

平成10年～11年は、北海道、埼玉、千葉、東京、愛知、大阪で開設事業所数が多く、これらの県では200事業所を超える開設であった。平成12年～13年には、神奈川、兵庫、福岡でも200事業所を超える開設となっている。いずれの地域も開設事業所数は増加しており、なかでも九州・沖縄、北海道の伸びが目立っている。

専門スーパーの都道府県別、開設状況

(平成10年～11年と平成12年～13年の開設事業所数の比較)



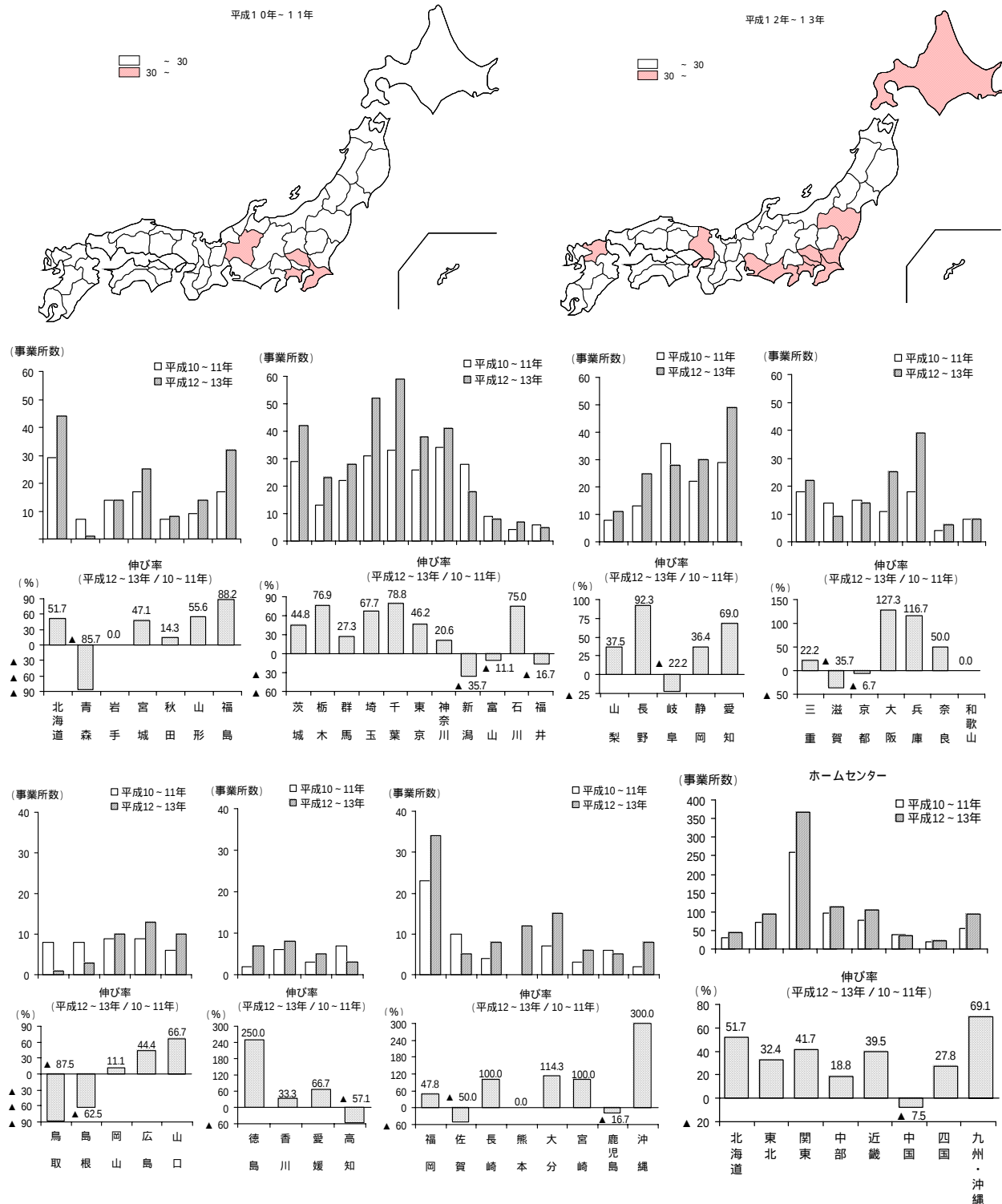
ホームセンター

専門スーパーのうちホームセンターの平成10年以降の開設状況をみると、東京近郊県から東海、近畿へと広がりをみせている。

平成10年～11年は、30事業所を超える開設は埼玉、千葉、神奈川、岐阜の4県で、半数の県では10事業所未満の開設であった。平成12年～13年には、埼玉、千葉で50事業所超と引き続き東京近郊県で開設が多いことに加え、北海道、東京、愛知、兵庫、福岡など大都市圏での開設が増加している。地域別にみると、九州・沖縄で大きな伸びとなっている。

ホームセンターの都道府県別、開設状況

(平成10年～11年と平成12年～13年の開設事業所数の比較)

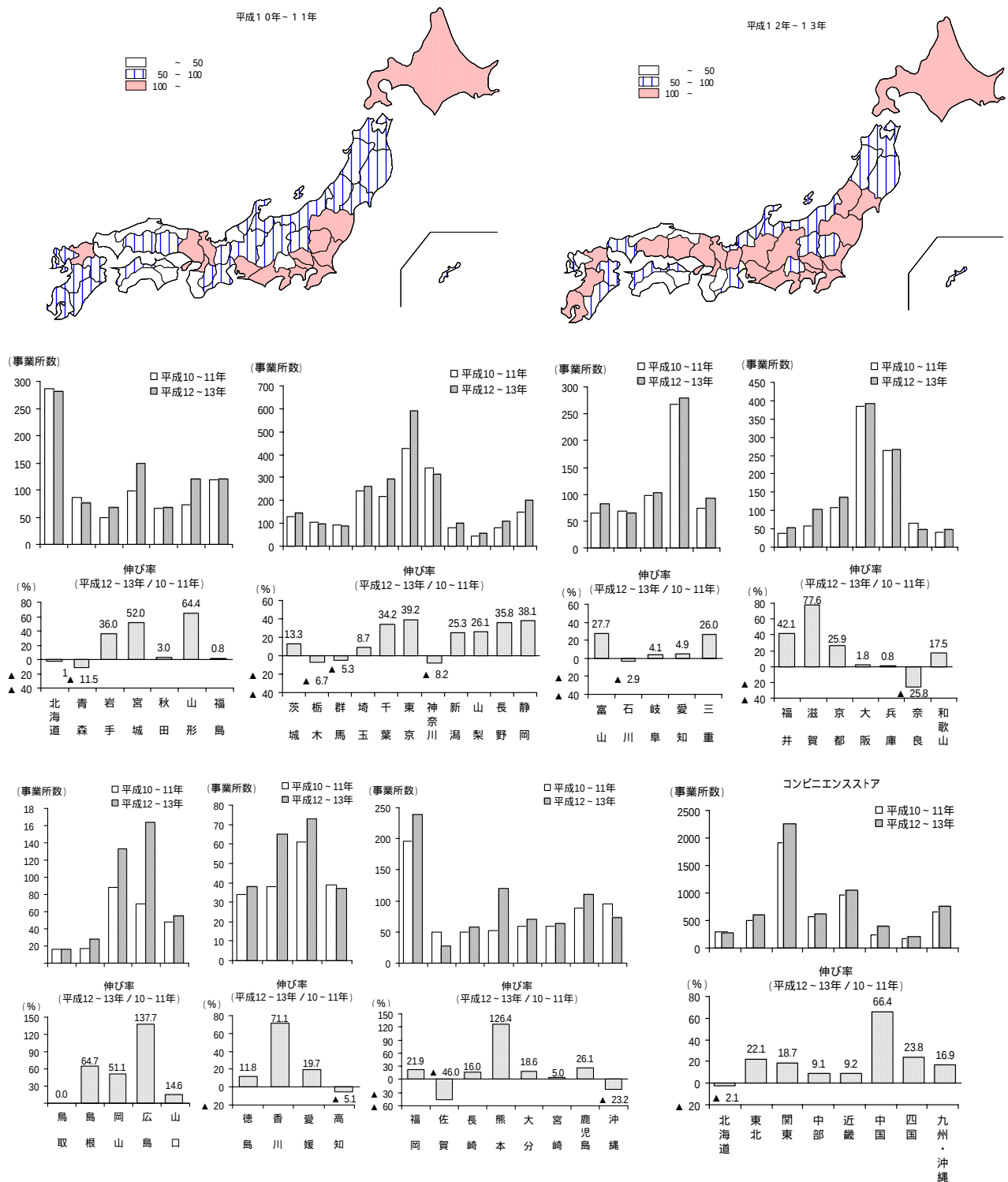


コンビニエンスストア

コンビニエンスストアの平成10年以降の開設事業所数をみると、引き続き大都市圏を中心として開設事業所が多いが、このほかの地域への開設も増加傾向にある。

平成10年～11年では、関東から東海での開設が多く、なかでも東京、神奈川、大阪では300事業所以上が開設している。一方、山陰、四国では40事業所未満と少ない。平成12年～13年では、大都市圏での開設が引き続き多いことに加え、100事業所以上の開設地域が南東北、中部、山陽、九州などへ広がっている。伸び率をみると、開設事業所が多い北海道、神奈川ではマイナス、愛知、大阪、兵庫などでは小幅な伸びにとどまるなど鈍化がみられる。

コンビニエンスストアの都道府県別、開設状況
(平成10年～11年と平成12年～13年の開設事業所数の比較)



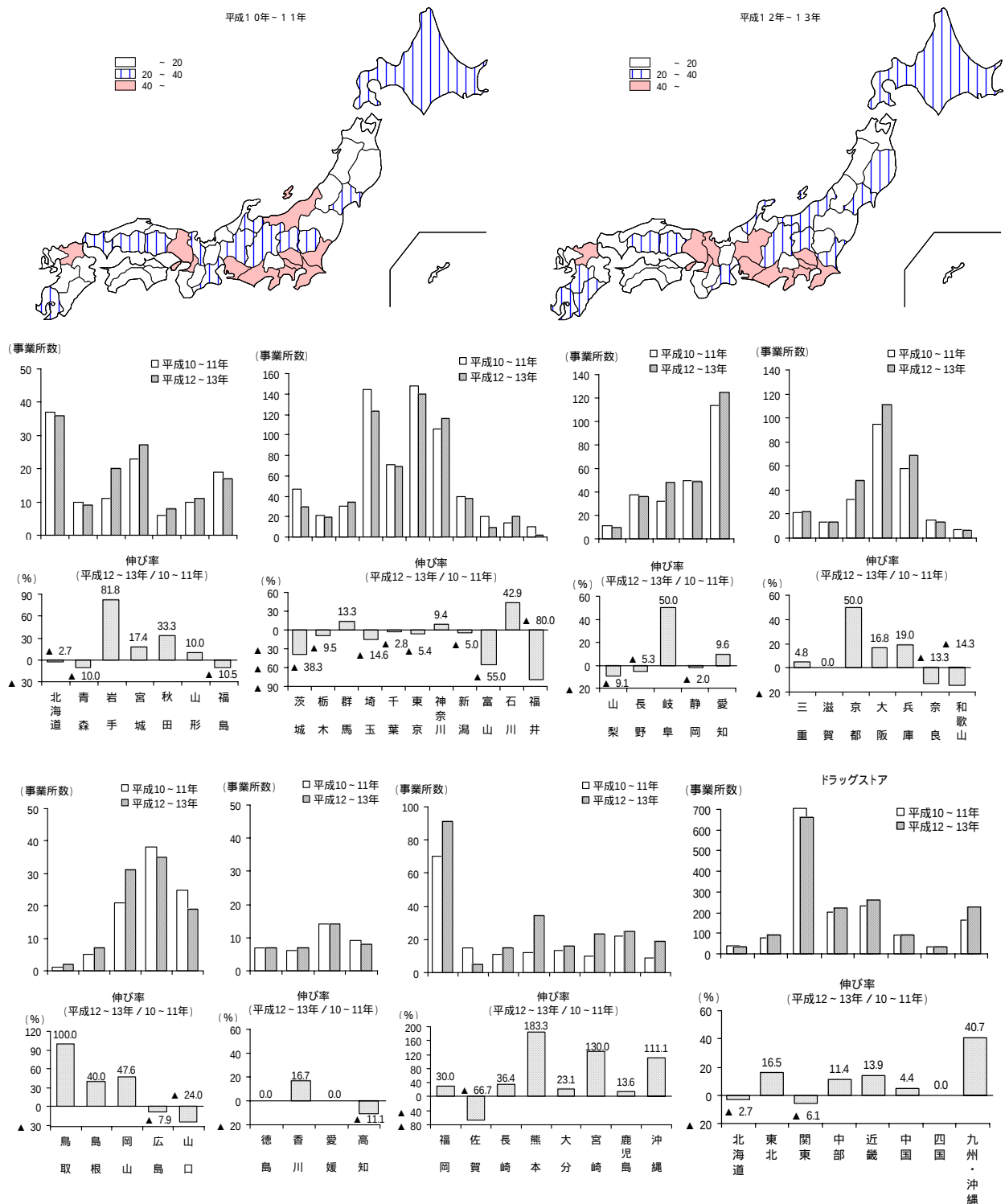
ドラッグストア

ドラッグストアの平成10年以降の開設事業所数をみると、東京及びその近郊、愛知、大阪での開設が非常に多くなっている。この他の地域では、その数は少ないものの、九州、東北などを中心に開設事業所数は増加傾向にある。

平成10年～11年では、関東から東海での開設が多く、なかでも埼玉、東京、神奈川、愛知では100事業所以上が開設している。一方、山陰、四国では10事業所未満と少ない。平成12年～13年では、引き続き大都市圏での開設が多いものの、関東ではその勢いに鈍化がみられる。また、九州・沖縄は関東に比べれば開設数は少ないものの、ほとんどの県で大幅に増加している。

ドラッグストアの都道府県別、開設状況

(平成10年～11年と平成12年～13年の開設事業所数の比較)



<トピックス3> 業態別にみた「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の状況

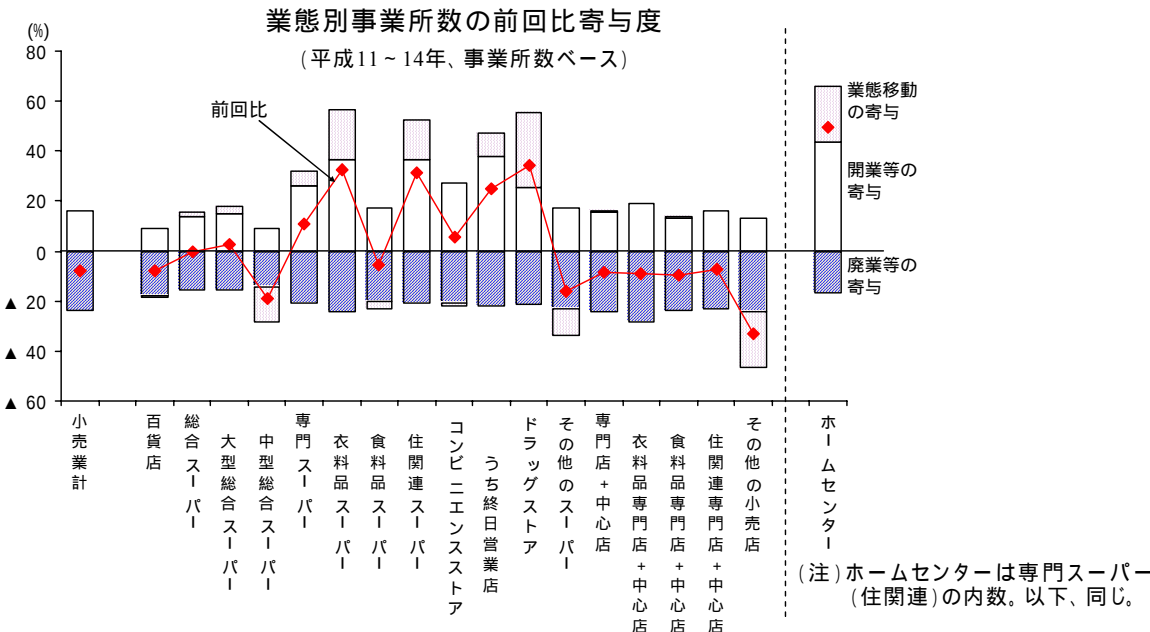
ここでは、小売業の事業所数と年間商品販売額（以下、「販売額」という）の動きを、「開業等（新規開設、小売業以外からの転業等をいう。以下、同じ）」、「廃業等（廃業、小売業以外への転業等をいう。以下、同じ）」、「継続店（平成11年、14年と継続して営業している小売事業所。以下、同じ）」、「業態移動（小売業内の業態間移動をいう。以下、同じ）」別に状況をみてみることにする。

1. 業態別の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別の前回比寄与度

（1）業態別にみた事業所数の前回比寄与度

～ 「業態移動」の寄与が大きいドラッグストア、ホームセンター ～

事業所数の前回比に対する寄与を「開業等」、「廃業等」、「業態移動」別にみると、百貨店、総合スーパー、専門店+中心店では「廃業等」の寄与が「開業等」の寄与を上回り、前回比に対してマイナス寄与となっているものの、専門スーパー（衣料品、住関連）、コンビニエンスストア、ドラッグストアにおいては「開業等」が「廃業等」を上回り、前回比に対してプラス寄与となっている。また、ドラッグストア、専門スーパー（衣料品、住関連、ホームセンター）では、小売業内の他業態からの「業態移動」の寄与も大きなものとなっている。



業態別にみた事業所数の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別前回比寄与度

業 態	平成11年	平成14年	前回比(%) 14年/11年	寄与度(%ポイント)		
				開業等	廃業等	業態移動
小売業計	1,406,884	1,300,057	▲ 7.6	16.4	▲ 24.0	-
百貨店	394	362	▲ 8.1	9.4	▲ 17.8	0.3
総合スーパー	1,670	1,668	▲ 0.1	14.0	▲ 15.4	1.3
大型総合スーパー	1,461	1,499	2.6	14.7	▲ 15.5	3.4
中型総合スーパー	209	169	▲ 19.1	9.1	▲ 14.4	▲ 13.9
専門スーパー	33,381	37,035	10.9	26.0	▲ 20.9	5.9
衣料品スーパー	4,780	6,324	32.3	36.8	▲ 24.0	19.5
食料品スーパー	18,707	17,691	▲ 5.4	17.5	▲ 20.2	▲ 2.7
住関連スーパー	9,894	13,020	31.6	36.9	▲ 20.7	15.4
うちホームセンター	2,911	4,358	49.7	43.7	▲ 16.5	22.5
コンビニエンスストア	39,561	41,770	5.6	27.3	▲ 21.0	▲ 0.7
うち終日営業店	25,911	32,431	25.2	37.8	▲ 22.1	9.5
ドラッグストア	10,917	14,664	34.3	25.3	▲ 21.1	30.1
その他のスーパー	77,667	65,011	▲ 16.3	17.1	▲ 23.4	▲ 10.1
専門店+中心店	1,239,962	1,137,317	▲ 8.3	15.6	▲ 24.2	0.3
衣料品専門店+中心店	189,257	171,713	▲ 9.3	19.3	▲ 28.6	0.1
食料品専門店+中心店	380,752	344,343	▲ 9.6	13.4	▲ 23.5	0.6
住関連専門店+中心店	669,953	621,261	▲ 7.3	15.9	▲ 23.3	0.2
その他の小売店	3,332	2,230	▲ 33.1	13.4	▲ 24.3	▲ 22.1

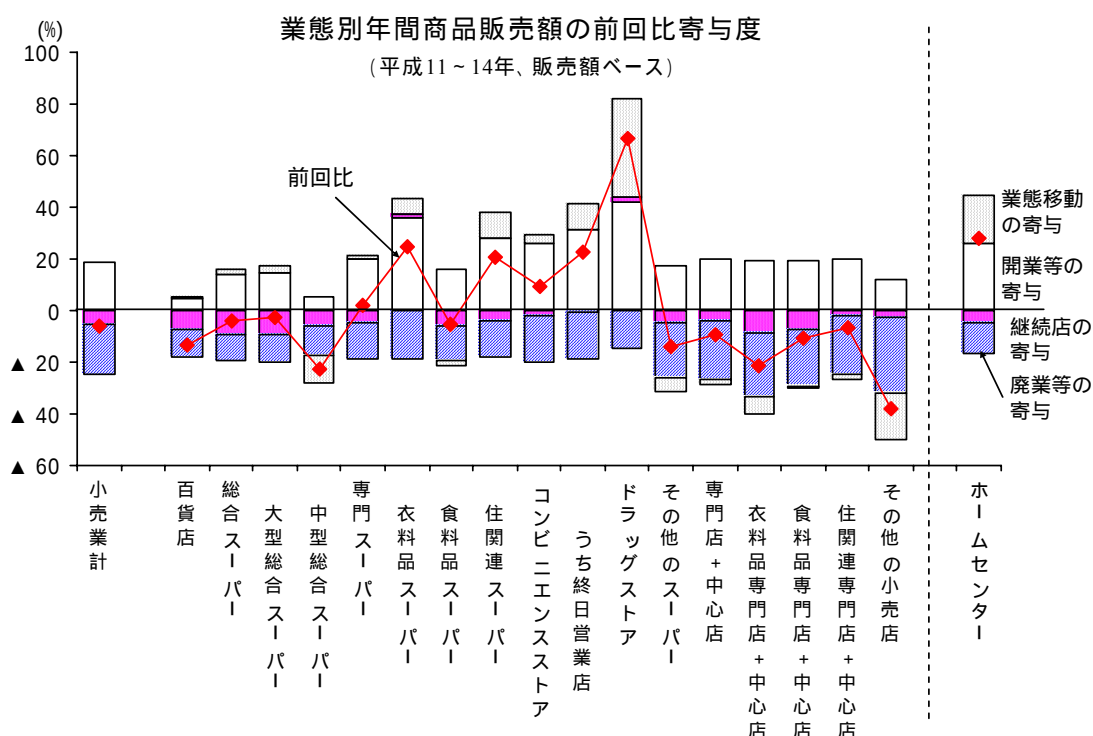
（注）この表の「寄与度」は、業態ごとの前回比に対する寄与度であり、寄与度の内訳である「開業等」、「廃業等」、「業態移動」を合わせると、前回比となる。

(2) 業態別にみた年間商品販売額の前回比寄与度

～「継続店」プラス寄与は専門スーパー(衣料品)、ドラッグストアのみ～

販売額の前回比に対する寄与度を「開業等」、「廃業等」、「継続店」、「業態移動」別にみると、百貨店、その他のスーパー、専門店+中心店、その他の小売店では「廃業等」の寄与が「開業等」の寄与を上回り、前回比に対してマイナス寄与となっているものの、総合スーパー(大型)、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアにおいては「開業等」が「廃業等」を上回っており、前回比に対してプラス寄与となっている。なお、「継続店」がプラス寄与となっているのは、専門スーパー(衣料品)とドラッグストアの2業態のみである。

また、事業所数と同様にドラッグストア、ホームセンターでは「業態移動」の寄与も大きく、特にドラッグストアではプラス寄与のほぼ半分を占めている。



業態別にみた年間商品販売額の「開業等」、「廃業等」、「継続店」別前回比寄与度

業 態	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	前回比(%) 14年/11年	寄与度(%ポイント)			
				開業等	継続店	廃業等	業態移動
小売業計	143,832,551	135,109,295	▲ 6.1	18.7	▲ 5.3	▲ 19.4	-
百貨店	9,705,460	8,426,888	▲ 13.2	4.4	▲ 7.4	▲ 10.8	0.7
総合スーパー	8,849,658	8,515,119	▲ 3.8	13.9	▲ 9.2	▲ 10.5	2.0
大型総合スーパー	8,264,234	8,061,796	▲ 2.4	14.5	▲ 9.4	▲ 10.4	2.8
中型総合スーパー	585,424	453,323	▲ 22.6	5.2	▲ 5.7	▲ 11.6	▲ 10.5
専門スーパー	23,121,207	23,630,467	2.2	19.7	▲ 4.9	▲ 14.0	1.4
衣料品スーパー	1,270,681	1,583,349	24.6	36.1	▲ 1.1	▲ 18.7	6.1
食料品スーパー	16,747,995	15,903,759	▲ 5.0	16.0	▲ 5.7	▲ 13.6	▲ 1.8
住関連スーパー	5,102,531	6,143,359	20.4	27.8	▲ 3.7	▲ 14.0	10.4
うちホームセンター	2,402,371	3,075,939	28.0	25.9	▲ 4.8	▲ 11.7	18.7
コンビニエンスストア	6,126,986	6,713,687	9.6	26.0	▲ 1.8	▲ 17.9	3.3
うち終日営業店	4,665,429	5,718,584	22.6	31.6	▲ 0.5	▲ 18.0	9.5
ドラッグストア	1,495,041	2,494,944	66.9	41.8	2.3	▲ 14.9	37.7
その他のスーパー	7,561,624	6,491,695	▲ 14.1	17.1	▲ 4.8	▲ 21.0	▲ 5.5
専門店+中心店	86,601,888	78,606,747	▲ 9.2	19.7	▲ 4.1	▲ 22.8	▲ 2.0
衣料品専門店+中心店	10,967,981	8,640,724	▲ 21.2	19.1	▲ 8.6	▲ 24.5	▲ 7.1
食料品専門店+中心店	15,887,053	14,187,365	▲ 10.7	19.1	▲ 7.3	▲ 22.3	▲ 0.2
住関連専門店+中心店	59,746,854	55,778,660	▲ 6.6	20.0	▲ 2.2	▲ 22.6	▲ 1.8
その他の小売店	370,688	229,748	▲ 38.0	11.9	▲ 2.4	▲ 29.9	▲ 17.7

(注) この表の「寄与度」は、業態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」、「廃業等」、「業態移動」を合わせると、前回比となる。

2. 継続店の年間商品販売額前回比分布

平成14年調査結果をみると、小売業は3年間で23万事業所が開業し34万事業所が廃業と景気低迷や消費不振を背景にダイナミックな動きをしているが、そのなかで継続して活動している事業所の割合は、事業所数、販売額とも8割にのぼっている。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をみてみることにする。

(1) 業態別にみた継続店の状況

～ 「継続店」の販売額前回比は▲6.6%の減少 ～

平成14年調査における全国の小売事業所数は130万57事業所、そのうち11年、14年と継続して営業している事業所(以下、「継続店」という)は106万9915事業所、小売業全体の80%強であった。

この「継続店」における平成14年の販売額は、108兆2752億円、「継続店」ベースでの前回比は▲6.6%減となっている。

業態別にみると、「継続店」ベースで増加しているのは専門スーパー(衣料品)、ドラッグストアの2業態のみで、その他の小売店、その他のスーパー、総合スーパー、百貨店など他の業態は減少している。

また、専門スーパー計、コンビニエンスストア、ホームセンターなどは集計値での前回比は増加しているものの、継続店ベースでは減少するなど、異なる動きをする業態が見受けられる。

業態別にみた継続店の年間商品販売額の状況

業 態	平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	前回比(%) 14年 /11年	継続店ベース			業態移動 による 増減額 (百万円)
				平成11年 (百万円)	平成14年 (百万円)	前回比(%) 14年 /11年	
小売業計	143,832,551	135,109,295	▲ 6.1	115,875,168	108,275,197	▲ 6.6	-
百貨店	9,705,460	8,426,888	▲ 13.2	8,101,087	7,380,776	▲ 8.9	68,155
総合スーパー	8,849,658	8,515,119	▲ 3.8	7,146,389	6,333,935	▲ 11.4	175,281
大型総合スーパー	8,264,234	8,061,796	▲ 2.4	6,769,185	5,994,871	▲ 11.4	231,911
中型総合スーパー	585,424	453,323	▲ 22.6	274,179	240,833	▲ 12.2	▲ 61,423
専門スーパー	23,121,207	23,630,467	2.2	17,229,055	16,085,568	▲ 6.6	321,466
衣料品スーパー	1,270,681	1,583,349	24.6	762,465	777,041	1.9	77,533
食料品スーパー	16,747,995	15,903,759	▲ 5.0	12,897,989	11,938,949	▲ 7.4	▲ 294,264
住関連スーパー	5,102,531	6,143,359	20.4	3,523,540	3,333,791	▲ 5.4	528,921
うちホームセンター	2,402,371	3,075,939	28.0	1,792,480	1,677,143	▲ 6.4	448,752
コンビニエンスストア	6,126,986	6,713,687	9.6	4,555,718	4,446,391	▲ 2.4	204,359
うち終日営業店	4,665,429	5,718,584	22.6	3,703,135	3,680,549	▲ 0.6	441,742
ドラッグストア	1,495,041	2,494,944	66.9	1,094,993	1,129,866	3.2	563,082
その他のスーパー	7,561,624	6,491,695	▲ 14.1	3,039,578	2,678,816	▲ 11.9	▲ 415,008
専門店+中心店	86,601,888	78,606,747	▲ 9.2	61,963,123	58,401,058	▲ 5.7	▲ 1,769,391
衣料品専門店+中心店	10,967,981	8,640,724	▲ 21.2	6,942,296	5,997,133	▲ 13.6	▲ 782,326
食料品専門店+中心店	15,887,053	14,187,365	▲ 10.7	10,261,812	9,099,308	▲ 11.3	▲ 39,276
住関連専門店+中心店	59,746,854	55,778,660	▲ 6.6	43,595,559	42,261,232	▲ 3.1	▲ 1,067,859
その他の小売店	370,688	229,748	▲ 38.0	63,732	54,876	▲ 13.9	▲ 65,528

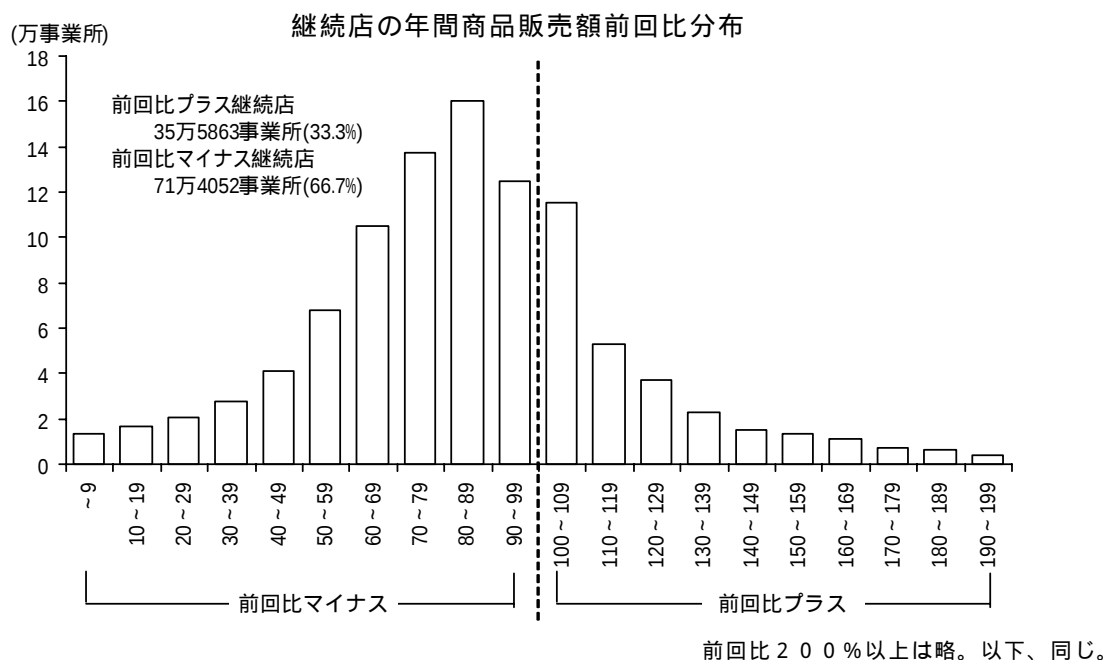
注1：継続店の数値は、前回・今回とも同一業態事業所のデータ。

2：「業態移動による増減額」は、同一業態内移動と小売業内の他業態への移動があるため、中間計と内訳計は一致しない。

(2) 継続店の年間商品販売額前回比分布

～ 「継続店」のうち2 / 3が減少 ～

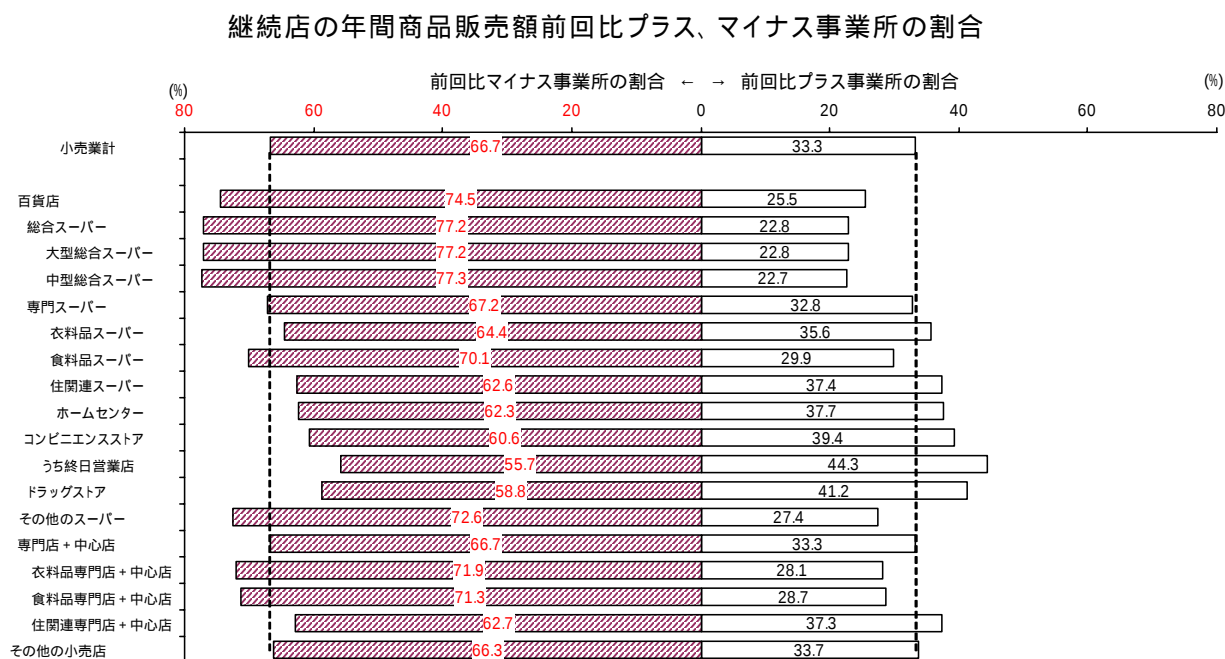
継続店の販売額前回比分布をみると、66.7%の継続店で販売額が前回を下回る結果となっている。しかし、多くの継続店が減少するなか、14%の継続店が前回比30%以上増となっている。



(3) 業態別にみた継続店の年間商品販売額前回比プラス、マイナス事業所の割合

～ 小売業平均を上回るドラッグストア、コンビニエンスストア、ホームセンター ～

継続店の販売額前回比をプラスとマイナスの2つに分けてみると、百貨店、総合スーパー、専門スーパー(食料品)、その他のスーパー、専門店+中心店(食料品、住関連)では小売業平均を下回っているものの、ドラッグストア、コンビニエンスストア、ホームセンターなどでは小売業平均を上回っている。



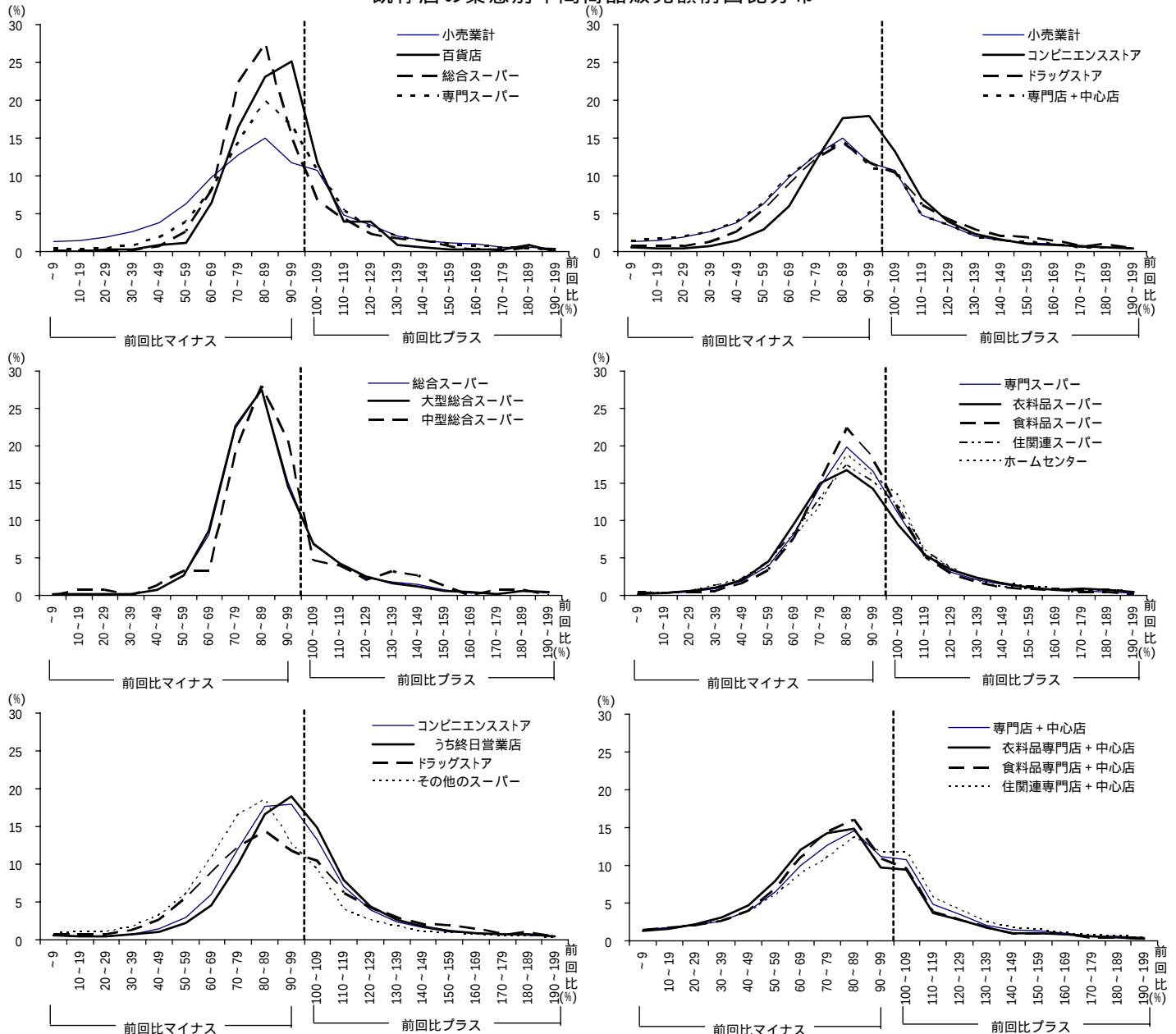
継続店の年間商品販売額前回比プラス、マイナス事業所数及び構成比

業 態	合 計	前回比プラス事業所		前回比マイナス事業所		構成比 (%)	前回比プラス事業所		前回比マイナス事業所	
		うち前回比 30%以上	うち前回比 ▲30%以上	うち前回比 30%以上	うち前回比 ▲30%以上		うち前回比 30%以上	うち前回比 ▲30%以上	うち前回比 30%以上	うち前回比 ▲30%以上
小売業計	1,069,915	355,863	150,779	714,052	291,725	100.0	33.3	14.1	66.7	27.3
百貨店	325	83	19	242	30	100.0	25.5	5.8	74.5	9.2
総合スーパー	1,434	327	135	1,107	175	100.0	22.8	9.4	77.2	12.2
大型総合スーパー	1,284	293	117	991	161	100.0	22.8	9.1	77.2	12.5
中型総合スーパー	150	34	18	116	14	100.0	22.7	12.0	77.3	9.3
専門スーパー	25,274	8,279	3,370	16,995	4,084	100.0	32.8	13.3	67.2	16.2
衣料品スーパー	4,564	1,625	795	2,939	839	100.0	35.6	17.4	64.4	18.4
食料品スーパー	14,422	4,307	1,542	10,115	2,091	100.0	29.9	10.7	70.1	14.5
住関連スーパー	9,374	3,510	1,506	5,864	1,627	100.0	37.4	16.1	62.6	17.4
うちホームセンター	3,086	1,163	473	1,923	473	100.0	37.7	15.3	62.3	15.3
コンビニエンスストア	30,983	12,197	4,681	18,786	3,976	100.0	39.4	15.1	60.6	12.8
うち終日営業店	22,649	10,039	3,844	12,610	2,301	100.0	44.3	17.0	55.7	10.2
ドラッグストア	11,899	4,902	2,412	6,997	2,439	100.0	41.2	20.3	58.8	20.5
その他のスーパー	51,706	14,189	5,913	37,517	12,843	100.0	27.4	11.4	72.6	24.8
専門店 + 中心店	943,423	314,122	133,509	629,301	267,260	100.0	33.3	14.2	66.7	28.3
衣料品専門店 + 中心店	135,244	38,042	16,575	97,202	44,622	100.0	28.1	12.3	71.9	33.0
食料品専門店 + 中心店	293,344	84,252	36,417	209,092	87,749	100.0	28.7	12.4	71.3	29.9
住関連専門店 + 中心店	514,835	191,828	80,517	323,007	134,889	100.0	37.3	15.6	62.7	26.2
その他の小売店	1,785	601	267	1,184	445	100.0	33.7	15.0	66.3	24.9

(4) 業態別にみた継続店の年間商品販売額前回比の状況

継続店の販売額前回比分布をみると、百貨店、総合スーパーは他業態と比較してとがった形状、専門店 + 中心店は平均的な形状、コンビニエンスストアは小売業平均より右よりの形状となっている。

既存店の業態別年間商品販売額前回比分布



(5) 10%区分別前回比の状況

継続店の販売額前回比を大きい順に並び替えて、10%単位にその伸び率をみると、ドラッグストアでは上位10%の事業所が前回比95.5%以上の高い伸びを示しているものの、下位10%の事業所は前回比▲42.9%以下のマイナス伸び率となっており、上位10%と下位10%の伸び率の差(以下、「レンジ」という)は138.4ポイントと他の業態と比較して大きい。

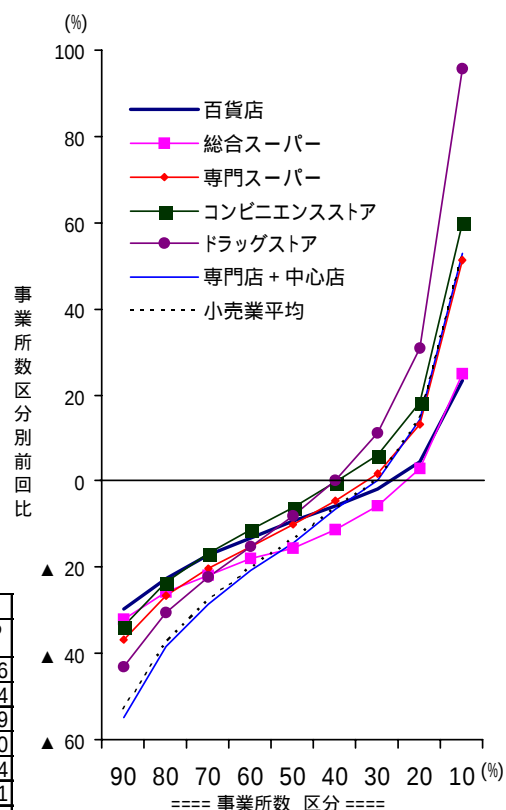
逆に百貨店、総合スーパーでは、レンジはそれぞれ53.2ポイント、56.9ポイントと他の業態と比較して小さい。

また、事業所数の9割近くを占める専門店+中心店は、上位10%の事業所が前回比52.8%以上の伸びと、百貨店、総合スーパーを上回っているものの、下位10%の伸び率は▲54.7%となっており、レンジは107.5とドラッグストアに次いで大きなものとなっている。

業態別にみた年間商品販売額の10%区分別前回比(%)

	小売業平均	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店+中心店	その他の小売店
10%	52.5	23.5	24.8	51.1	60.0	95.5	38.0	52.8	54.6
20%	14.3	4.4	2.8	13.2	18.1	30.7	6.7	14.3	16.4
30%	0.0	▲2.0	▲5.7	1.8	6.1	11.1	▲3.0	0.0	0.9
40%	▲6.5	▲5.9	▲11.2	▲4.5	▲0.4	0.0	▲10.0	▲6.7	▲5.0
50%	▲13.8	▲9.2	▲15.4	▲10.1	▲6.3	▲8.0	▲15.9	▲14.3	▲12.4
60%	▲20.1	▲13.1	▲18.1	▲15.1	▲11.4	▲15.3	▲20.9	▲20.8	▲18.1
70%	▲27.9	▲17.0	▲21.7	▲20.3	▲16.9	▲22.2	▲26.6	▲28.6	▲25.3
80%	▲37.5	▲22.7	▲25.7	▲26.7	▲23.5	▲30.5	▲33.9	▲38.5	▲35.0
90%	▲53.0	▲29.7	▲32.1	▲36.7	▲33.6	▲42.9	▲46.0	▲54.7	▲47.9
上位10%と下位10%の差(レンジ)									
	105.5	53.2	56.9	87.8	93.6	138.4	84.0	107.5	102.5

年間商品販売額にみる
10%区分別前回比の状況



3. まとめ

比較的新しい業態である「ドラッグストア」は、販売額前回比が66.9%増と全業態中最も高い伸びとなっているものの、「開業等」や小売業内の他業態からの「業態移動」による寄与がほとんどであり、「継続店」の前回比は3.2%増、寄与度は2.3%ポイントにとどまっている。また、「継続店」における前回比のレンジは最も大きく、競争の激しい業態といえる。

小売事業所数の9割近くを占める「専門店+中心店」の販売額前回比は、「開業等」よりも「廃業等」が上回り、「継続店」の寄与もマイナス、10%区分別前回比も他業態と比較して下方にあり、厳しい状況にあるといえる。

「専門スーパー」の販売額前回比は、「開業等」、「業態移動」によるプラス寄与に支えられ増加となっている。内訳をみると、食料品専門スーパー以外は前回比プラスとなっているものの、衣料品専門スーパー、住関連専門スーパーや、その内数であるホームセンターは「開業等」、「業態移動」のプラス寄与に支えられており、「継続店」では衣料品専門スーパー以外はマイナス寄与となっている。

「コンビニエンスストア」の販売額前回比は9.6%増、終日営業店では同22.6%増と依然好調ではあるものの、「開業等」、「業態移動」による寄与に支えられており、「継続店」ベースの販売額前回比は、それぞれ▲2.4%、▲0.6%と減少からほぼ横ばいとなっている。また、「継続店」での前回比プラス事業所の割合はドラッグストアに次いで高いが、6割の事業所では前回比マイナスとなっている。