

目 次

概 況

1 . 事業所数	1
(1) 立地環境特性地区別の事業所数	1
(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別事業所数	2
(3) 立地環境特性地区別にみた業種別事業所数	3
(4) 立地環境特性地区別にみた営業時間別事業所数	5
(5) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別事業所数	7
2 . 年間商品販売額	8
(1) 立地環境特性地区別の年間商品販売額	8
(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別年間商品販売額	9
(3) 立地環境特性地区別にみた業種別年間商品販売額	10
(4) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額	12
(5) 立地環境特性地区別にみた商品販売形態別年間商品販売額	14
3 . 就業者数	16
(1) 立地環境特性地区別の就業者数	16
(2) 立地環境特性地区別にみた業種別就業者数	17
(3) 立地環境特性地区別にみた就業者数の内訳	18
(4) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの就業者数	19
4 . 売場面積	21
(1) 立地環境特性地区別の売場面積	21
(2) 立地環境特性地区別にみた業種別売場面積	22
(3) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの売場面積	23
5 . 商品手持額	25
(1) 立地環境特性地区別の商品手持額	25
(2) 立地環境特性地区別の商品回転率	25
6 . 単位当たりの年間商品販売額	26
(1) 立地環境特性地区別にみた単位当たりの年間商品販売額	26
7 . 来客用駐車場	28
(1) 立地環境特性地区別にみた来客用駐車場有無別事業所数	28
(2) 立地環境特性地区別にみた専用駐車場の1事業所当たり収容台数	28
(3) 立地環境特性地区別にみた駐車場有無別の1事業所当たり年間商品販売額	29
8 . 都道府県別	30
(1) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の事業所数	30
(2) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の年間商品販売額	33

< 参考 > 立地環境特性地区別にみた小売業の状況（前回は）	
（ 1 ）事業所数	3 6
（ 2 ）年間商品販売額	3 8
（ 3 ）売場面積	4 0
（ 4 ）就業者数	4 2
（ 5 ）単位当たりの年間商品販売額	4 3
< トピックス 1 > 立地環境特性地区別にみた開設年別事業所数の状況	4 4
（ 1 ）開設年別にみた事業所数	4 4
（ 2 ）業態別、開設年別にみた事業所数	4 6
< トピックス 2 > 立地環境特性地区別、業態別にみた小売業の状況	5 3
（ 1 ）事業所数	5 3
（ 2 ）年間商品販売額	5 8
（ 3 ）単位当たり年間商品販売額の前回は比較	6 3
（ 4 ）1事業所当たり売場面積の前回は比較	6 5
< トピックス 3 > 商店街の年間商品販売額前回は分布	6 6
（ 1 ）継続商店街の前回は分布	6 6
（ 2 ）商業集積細分別にみた前回はプラス、マイナス商店街の割合	6 6
（ 3 ）商業集積細分別にみた前回は分布	6 7
（ 4 ）商店街の事業所数規模別にみた前回は分布	6 7
（ 5 ）商店街の売場面積規模別にみた前回は分布	6 8
（ 6 ）10%区分別前回は状況	6 8
（ 7 ）地域別の状況	6 9

概 況

1. 事業所数

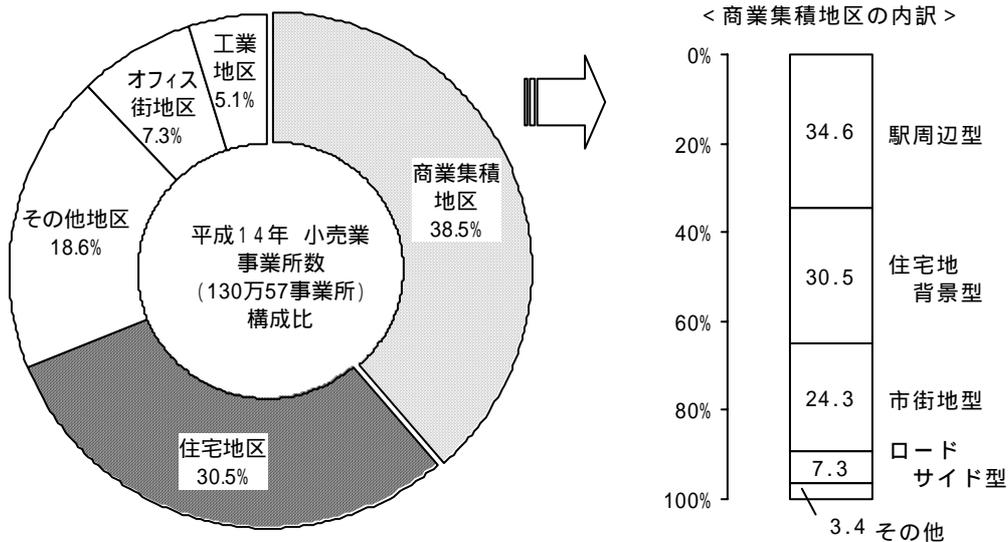
～ 商業集積地区が4割、住宅地区が3割を占める ～

(1) 立地環境特性地区別の事業所数

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%減)であった。これを立地環境特性地区別(以下、「特性地区別」という)にみると、商業集積地区が50万1千事業所(小売業全体の38.5%)と、小売事業所の4割近くを占め、住宅地区は39万7千事業所(同30.5%)、その他地区は24万2千事業所(同18.6%)、オフィス街地区は9万5千事業所(同7.3%)、工業地区は6万6千事業所(同5.1%)となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合34.6%)の事業所が最も多く、次いで住宅地背景型(同30.5%)、市街地型(同24.3%)の順で、ロードサイド型(同7.3%)は1割未満となっている。

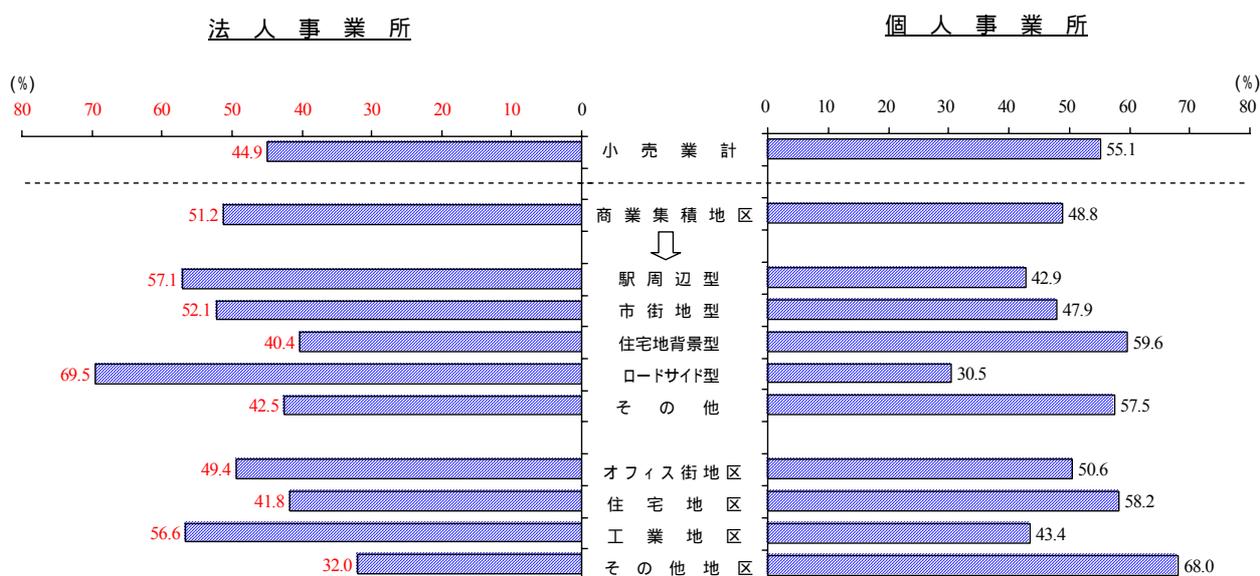
特性地区別事業所数の構成比



(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別事業所数

経営組織別にみると、小売業全体では法人事業所が44.9%、個人事業所数が55.1%と、個人事業所が過半を占めている。これを特性地区別にみると、その他地区、住宅地区、オフィス街地区では個人事業所の割合が高く、工業地区や商業集積地区のロードサイド型、駅周辺型、市街地型では法人事業所が過半を占めている。

特性地区別、経営組織別事業所数の構成比(平成14年)



特性地区別、経営組織別の事業所数

特性地区別	平成14年					
	合計		法人事業所		個人事業所	
	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	100.0	583,899	100.0	716,158	100.0
商業集積地区	500,599	38.5	256,484	43.9	244,115	34.1
↓						
駅周辺型	173,065	13.3	98,882	16.9	74,183	10.4
市街地型	121,437	9.3	63,219	10.8	58,218	8.1
住宅地背景型	152,466	11.7	61,662	10.6	90,804	12.7
ロードサイド型	36,793	2.8	25,561	4.4	11,232	1.6
その他	16,838	1.3	7,160	1.2	9,678	1.4
オフィス街地区	94,752	7.3	46,773	8.0	47,979	6.7
住宅地区	396,696	30.5	165,829	28.4	230,867	32.2
工業地区	65,853	5.1	37,274	6.4	28,579	4.0
その他地区	242,157	18.6	77,539	13.3	164,618	23.0

(3) 立地環境特性地区別にみた業種別事業所数

特性地区別に業種別の事業所構成をみると、生活必需品や日用品を扱っている飲食料品小売業、その他の小売業の事業所割合が全5地区で高く、いずれの地区もこの2業種で事業所数の6割超を占めている。このうち、その他地区、住宅地区といった居住地に近い地区では、飲食料品小売業の事業所数が最も多い。

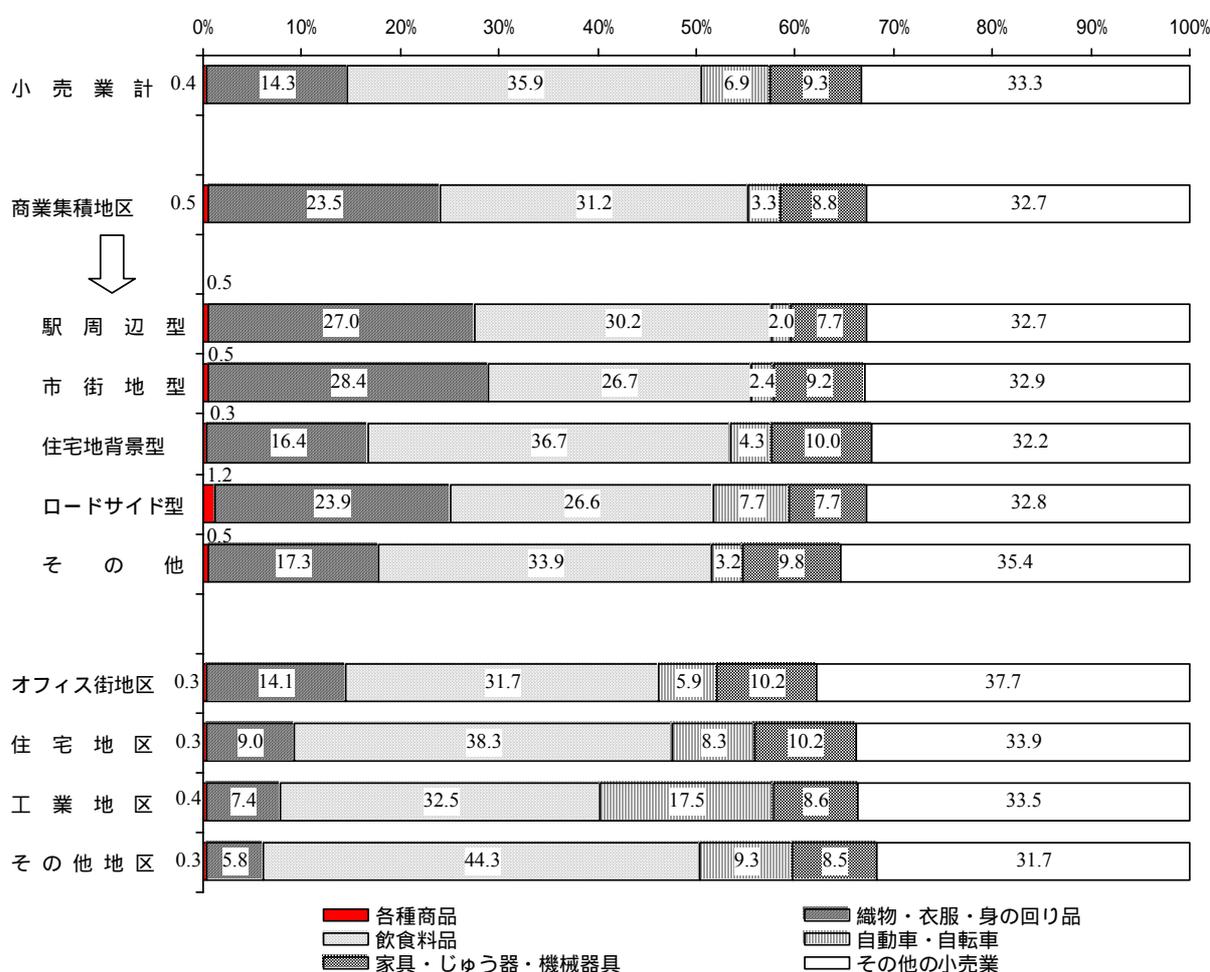
織物・衣服・身の回り品小売業の割合が高いのは商業集積地区である。このうち、市街地型、駅周辺型、ロードサイド型の商業集積地区では2割強を占め、他の地区に比べ高い割合となっている。

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

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

総合スーパーなどが含まれる各種商品小売業は、自動車を交通手段とするロードサイド型商業集積地区での割合が、他の地区に比べ高いものとなっている。

特性地区別、業種別事業所数の構成比(平成14年)



特性地区別、業種別の事業所数(平成14年)

特性地区別	事業所数						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小売業計	1,300,057	4,997	185,937	466,598	89,096	120,746	432,683
商業集積地区	500,599	2,518	117,891	155,968	16,304	44,239	163,679
駅周辺型	173,065	923	46,667	52,206	3,412	13,316	56,541
市街地型	121,437	589	34,471	32,384	2,895	11,123	39,975
住宅地背景型	152,466	494	25,039	55,891	6,617	15,307	49,118
ロードサイド型	36,793	435	8,806	9,780	2,849	2,847	12,076
その他	16,838	77	2,908	5,707	531	1,646	5,969
オフィス街地区	94,752	307	13,355	30,077	5,552	9,695	35,766
住宅地区	396,696	1,152	35,637	152,019	33,075	40,435	134,378
工業地区	65,853	271	4,894	21,378	11,526	5,691	22,093
その他地区	242,157	749	14,160	107,156	22,639	20,686	76,767

特性地区別の事業所数構成を細分類業種別にみると、商業集積地区では婦人服小売業の事業所が最も多く、また、惣菜や弁当などの料理品小売業、菓子小売業、酒小売業などが上位に位置している。なお、コンビニエンスストアの事業所割合は、5つの地区の中で最も低い。

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

住宅地区では、酒小売業、料理品小売業、コンビニエンスストア、各種食料品小売業などの飲食料品関連の事業所や、電気機械器具小売業、ガソリンスタンドが上位に位置している。

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

その他地区では、酒小売業の事業所が最も多い。市街地から離れていることもあって、各種食料品小売業、他に分類されない飲食料品小売業、他に分類されないその他の小売業など、特定の商品に特化しない取扱商品が多彩な業種の事業所も多く、また、ガソリンスタンドや自動車小売業も上位に位置している。農業用機械器具小売業も上位20位以内となっている。

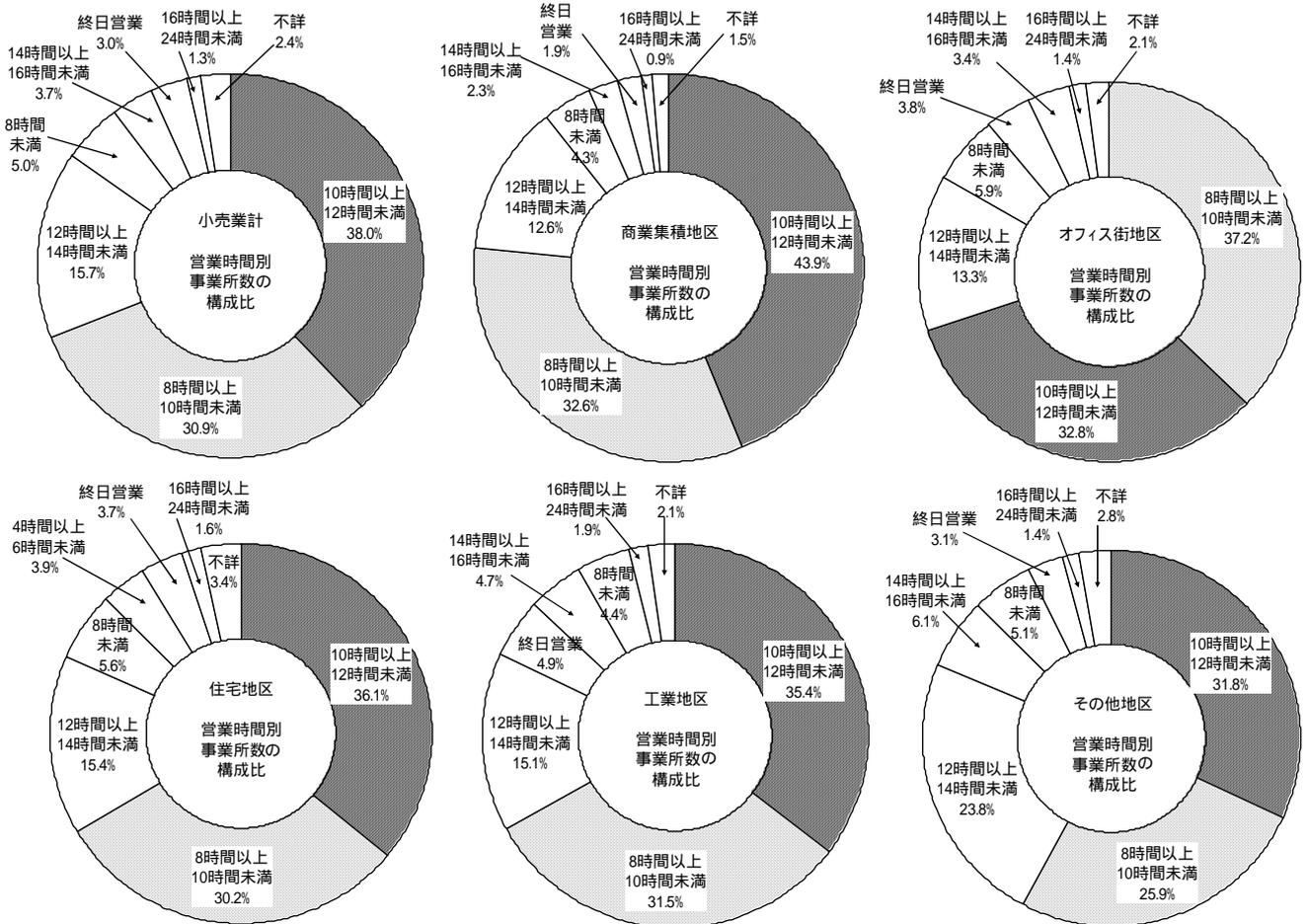
細分類業種別にみた特性地区別の事業所構成(平成14年上位20業種)

順位	事業所数の構成比									
	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比(%)								
1位	婦人服	10.8	婦人服	5.0	酒	5.6	自動車(新車)	8.0	酒	8.7
2位	料理品	4.0	他に分類されないその他	4.4	料理品	4.5	ガソリンスタンド	7.0	ガソリンスタンド	6.7
3位	他に分類されないその他	3.2	料理品	4.3	電気機械器具	4.4	料理品	4.9	各種食料品	5.2
4位	菓子(製造小売)	3.1	酒	4.1	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.0	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.6	他に分類されない飲食料品	4.6
5位	酒	3.1	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	3.1	ガソリンスタンド	3.9	中古自動車	4.3	他に分類されないその他	4.4
6位	電気機械器具	3.0	電気機械器具	3.5	各種食料品	3.2	酒	4.2	飲料	4.4
7位	医薬品(調剤薬局を除く)	2.9	ガソリンスタンド	3.1	婦人服	3.2	他に分類されないその他	3.6	自動車(新車)	3.6
8位	男子服	2.8	医薬品(調剤薬局を除く)	3.0	他に分類されないその他	3.0	電気機械器具	2.9	料理品	3.4
9位	洋品雑貨・小間物	2.7	たばこ・喫煙具専門	2.7	医薬品(調剤薬局を除く)	3.0	たばこ・喫煙具専門	2.9	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	3.3
10位	時計・眼鏡・光学機械	2.7	調剤薬局	2.8	たばこ・喫煙具専門	2.9	自動車部分品・付属品	2.8	電気機械器具	3.2
11位	花・植木	2.5	男子服	2.8	調剤薬局	2.7	飲料	2.7	中古自動車	2.7
12位	化粧品	2.5	花・植木	2.4	飲料	2.6	各種食料品	2.4	たばこ・喫煙具専門	2.7
13位	菓子(製造小売でないもの)	2.4	書籍・雑誌	2.4	自動車(新車)	2.5	医薬品(調剤薬局を除く)	2.4	菓子(製造小売でないもの)	2.5
14位	書籍・雑誌	2.2	菓子(製造小売)	2.2	他に分類されない飲食料品	2.4	婦人服	2.2	鮮魚	2.5
15位	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	2.1	米穀類	2.2	菓子(製造小売)	2.3	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.2	婦人服	2.5
16位	調剤薬局	2.0	他に分類されない飲食料品	2.0	新聞	2.2	他に分類されない飲食料品	2.0	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.2
17位	鮮魚	2.0	スポーツ用品	2.0	米穀類	2.2	米穀類	1.7	医薬品(調剤薬局を除く)	2.0
18位	呉服・服地	1.9	自動車(新車)	1.9	中古自動車	2.2	スポーツ用品	1.7	農業用機械器具	1.8
19位	野菜	1.8	化粧品	1.8	花・植木	2.1	菓子(製造小売でないもの)	1.7	菓子(製造小売)	1.7
20位	靴	1.8	時計・眼鏡・光学機械	1.8	菓子(製造小売でないもの)	2.1	男子服	1.6	新聞	1.7
計	上位20位までの計	59.6	上位20位までの計	59.1	上位20位までの計	60.7	上位20位までの計	65.8	上位20位までの計	69.7

(4) 立地環境特性地区別にみた営業時間別事業所数

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

特性地区別、営業時間別事業所数の構成比(平成14年)

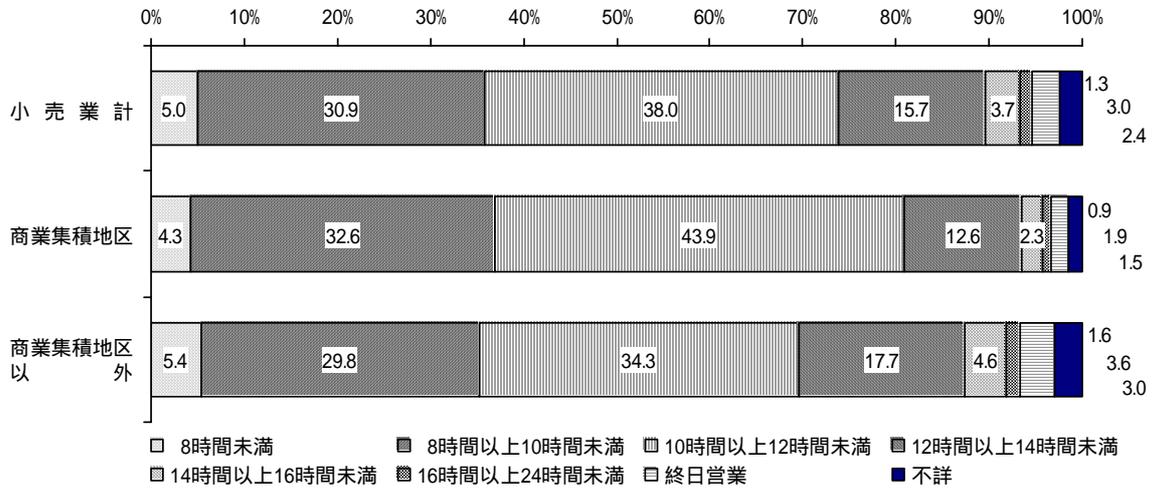


特性地区別、営業時間別の事業所数(平成14年)

特性地区別	事業所数									
	合計	8時間未満	8時間以上10時間未満	10時間以上12時間未満	12時間以上14時間未満	14時間以上16時間未満	16時間以上24時間未満	終日営業	不詳	
小売業計	1,300,057	64,778	401,906	494,412	204,642	48,124	16,686	38,507	31,002	
商業集積地区	500,599	21,428	163,332	219,831	63,273	11,731	4,263	9,380	7,361	
駅周辺型	173,065	7,094	54,851	81,002	19,142	3,827	1,498	3,493	2,158	
市街地型	121,437	5,935	50,216	47,050	12,382	2,138	825	1,654	1,237	
住宅地背景型	152,466	6,637	45,680	64,913	23,288	4,104	1,466	3,166	3,212	
ロードサイド型	36,793	794	8,009	20,128	5,144	1,063	350	890	415	
その他	16,838	968	4,576	6,738	3,317	599	124	177	339	
オフィス街地区	94,752	5,633	35,247	31,112	12,610	3,234	1,334	3,629	1,953	
住宅地区	396,696	22,410	119,914	143,158	61,211	15,382	6,376	14,836	13,409	
工業地区	65,853	2,890	20,741	23,289	9,933	3,095	1,243	3,256	1,406	
その他地区	242,157	12,417	62,672	77,022	57,615	14,682	3,470	7,406	6,873	

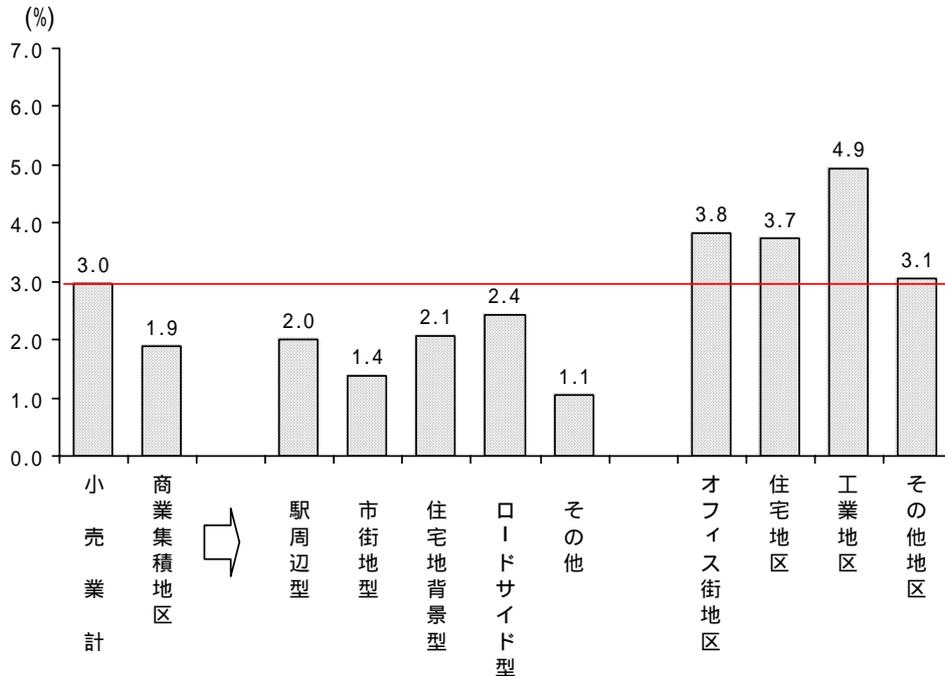
営業時間を商業集積地区と商業集積地区以外に分けてみると、12時間以上営業している事業所の割合は商業集積地区の17.7%に対し、それ以外の地区では27.5%となっており、商業集積地区以外の地区で長時間営業化が進んでいる。

商業集積地区と商業集積地区以外でみた営業時間別事業所数の構成比(平成14年)



終日営業店割合をみると、商業集積地区以外の地区はいずれも小売平均を上回っており、なかでも工業地区でその割合が高い。これは、商業集積地区以外の地区では、地区内の小売事業所数に対するコンビニエンスストアの事業所数が相対的に多いことなどによる。

特性地区別にみた終日営業割合(平成14年)



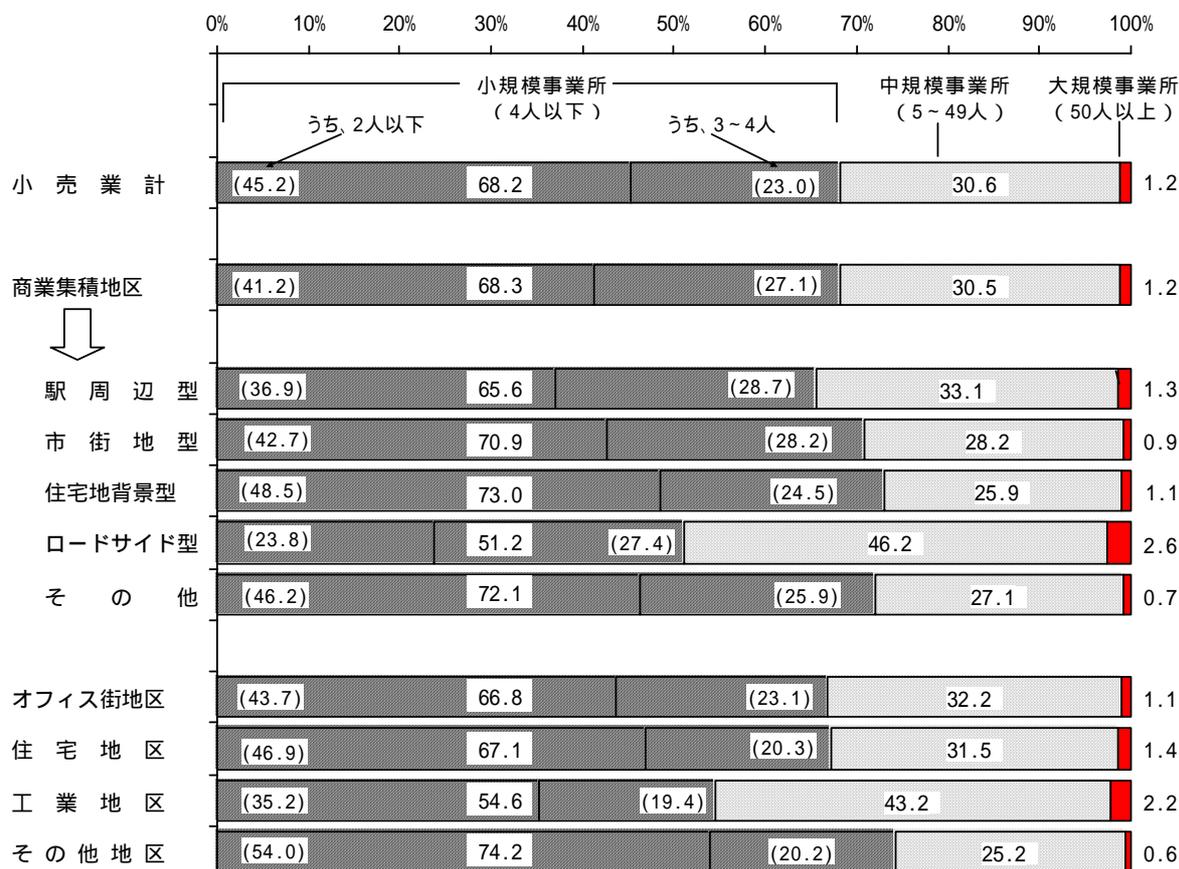
(5) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別事業所数

就業者規模別に事業所数の構成比をみると、小売業全体では就業者4人以下の小規模事業所が68.2%、5～49人の中規模事業所が30.6%、50人以上の大規模事業所が1.2%を占めている。これを特性地区別にみると、商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区では、いずれも小規模事業所が7割弱、中規模事業所が3割強、大規模事業所が1%強を占め、似たような事業所構成となっている。工業地区では、中規模事業所割合が他の地区に比べ高く、4割超を占めており、また、小規模事業所割合は5地区の中で最も低い。その他地区では、個人事業所が多いことから小規模事業所割合が74%を占めており、このうち2人以下の事業所が54%と過半を占めている。

特性地区別にみた就業者規模別の事業所数

特性地区別	平成14年							
	合計		小規模事業所 (4人以下)		中規模事業所 (5～49人)		大規模事業所 (50人以上)	
	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)
小売業計	1,300,057	100.0	887,035	68.2	397,482	30.6	15,540	1.2
商業集積地区	500,599	100.0	341,849	68.3	152,622	30.5	6,128	1.2
駅周辺型	173,065	100.0	113,492	65.6	57,237	33.1	2,336	1.3
市街地型	121,437	100.0	86,086	70.9	34,265	28.2	1,086	0.9
住宅地背景型	152,466	100.0	111,293	73.0	39,550	25.9	1,623	1.1
ロードサイド型	36,793	100.0	18,837	51.2	16,999	46.2	957	2.6
その他	16,838	100.0	12,141	72.1	4,571	27.1	126	0.7
オフィス街地区	94,752	100.0	63,252	66.8	30,490	32.2	1,010	1.1
住宅地区	396,696	100.0	266,369	67.1	124,853	31.5	5,474	1.4
工業地区	65,853	100.0	35,932	54.6	28,459	43.2	1,462	2.2
その他地区	242,157	100.0	179,633	74.2	61,058	25.2	1,466	0.6

特性地区別にみた就業者規模別事業所数の構成比(平成14年)



2. 年間商品販売額

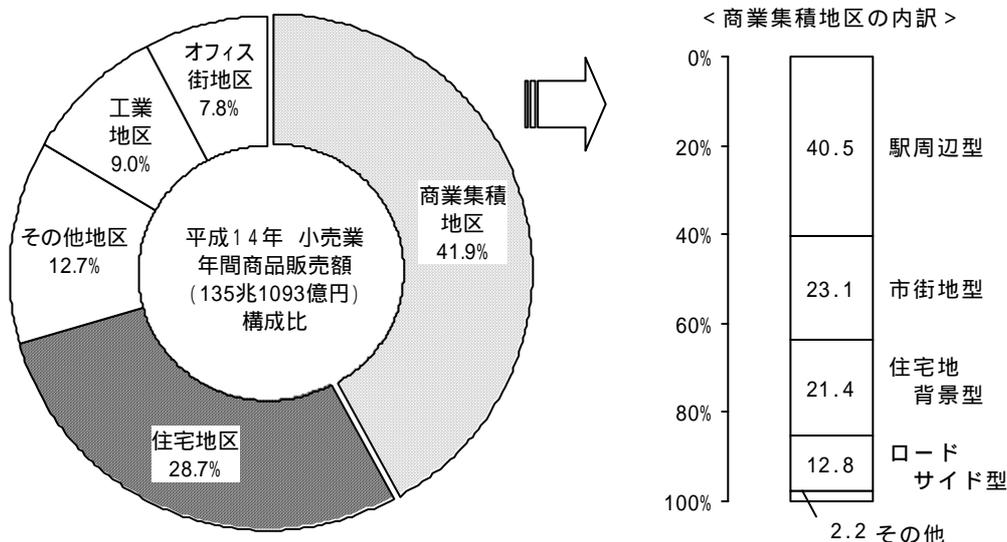
～ 年間商品販売額が多いのは、商業集積地区では、各種商品小売業、
商業集積地区以外では、飲食料品小売業 ～

(1) 立地環境特性地区別の年間商品販売額

平成14年調査における小売業事業所の年間商品販売額は、135兆1093億円(前回比6.1%減)であった。これを特性地区別にみると、商業集積地区が56兆5509億円(小売業全体の41.9%)と小売事業所の4割強を占め、住宅地区は38兆7127億円(同28.7%)、其他地区は17兆1764億円(同12.7%)、工業地区は12兆1656億円(同9.0%)、オフィス街地区は10兆5037億円(同7.8%)となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合40.5%)の年間商品販売額が最も多く、次いで市街地型(同23.1%)、住宅地背景型(同21.4%)、ロードサイド型(同12.8%)の順となっている。

特性地区別にみた年間商品販売額の構成比

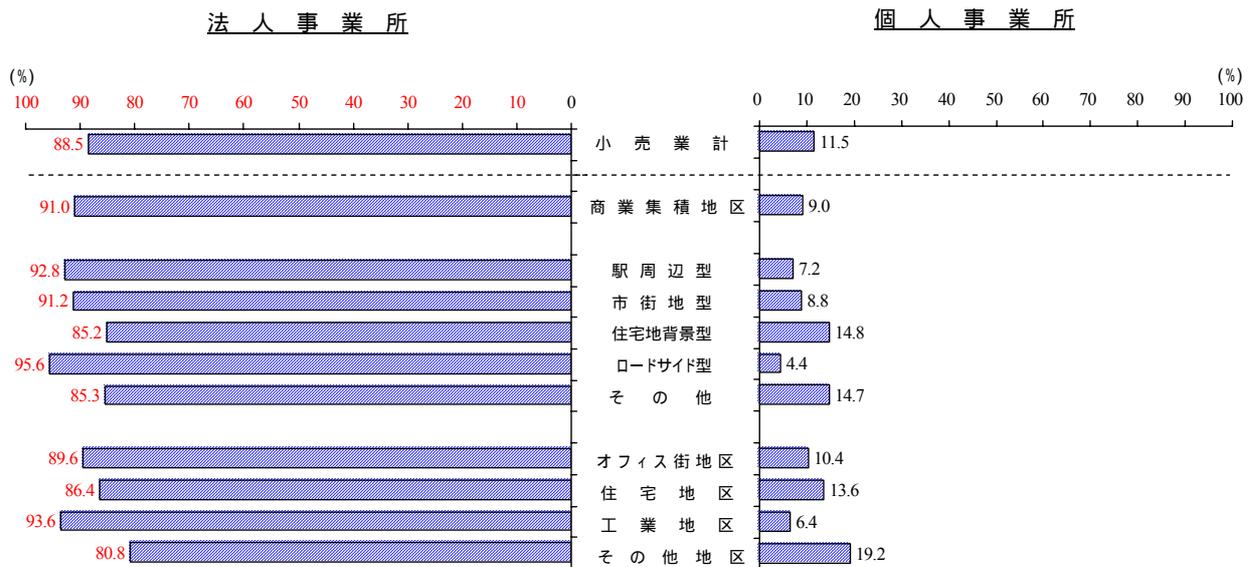


(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別年間商品販売額

経営組織別にみると、小売業全体の年間商品販売額のうち、法人事業所が88.5%、個人事業所は11.5%を占めている。これを特性地区別にみると、いずれの地区でも法人事業所が年間商品販売額の8割から9割強を占めており、なかでも、ロードサイド型の商業集積地区（法人事業所の割合95.6%）、工業地区（同93.6%）での割合が高い。

個人事業所は、事業所数が多いその他地区で2割近く、住宅地背景型やその他の商業集積地区、住宅地区などで14%と、他の地区に比べ高い割合を示している。

特性地区別、経営組織別年間商品販売額の構成比(平成14年)



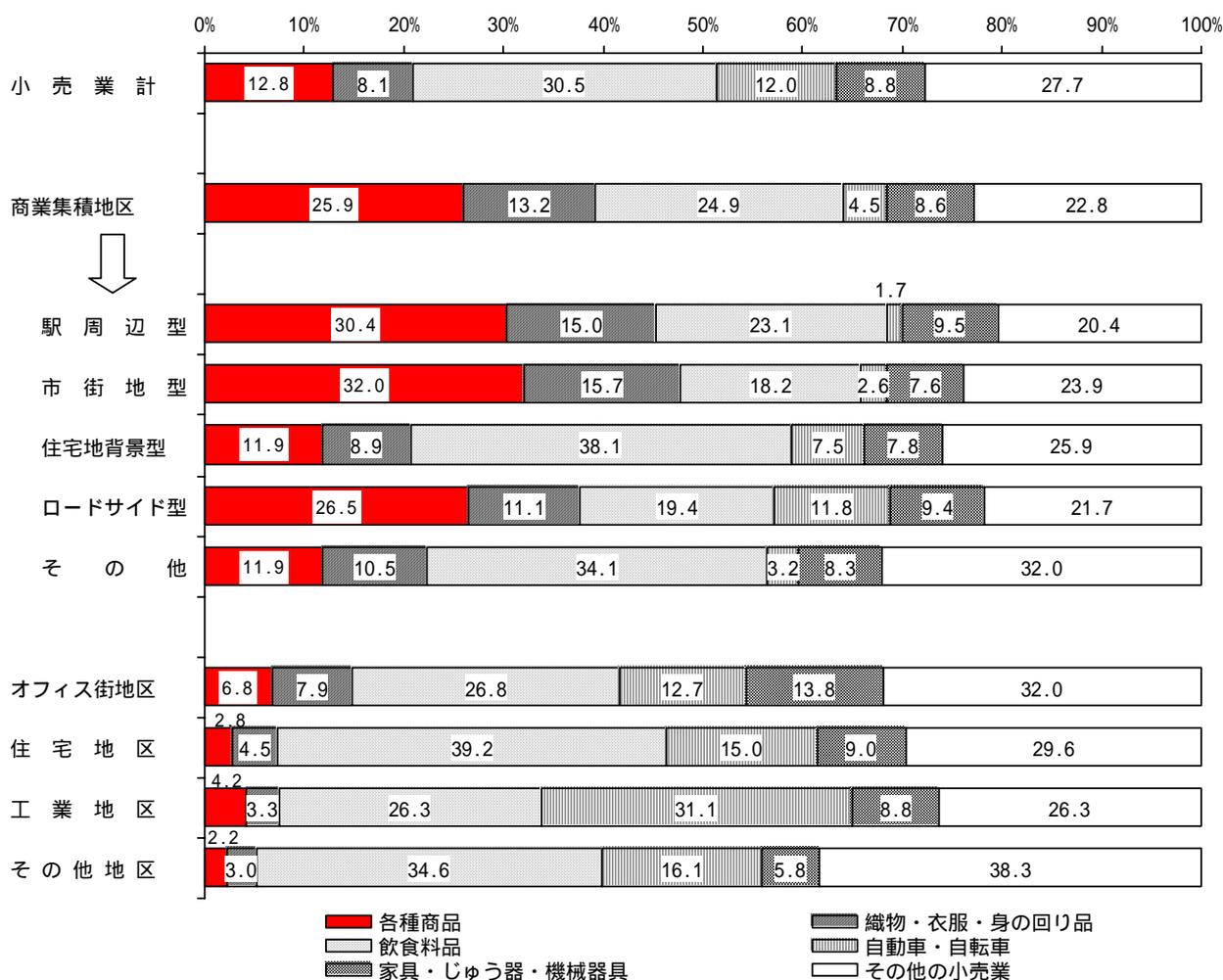
特性地区別、経営組織別年間商品販売額の構成比

特性地区別	平成14年					
	合計		法人事業所		個人事業所	
	年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)	年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)	年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)
小売業計	135,109,295	100.0	119,578,641	100.0	15,530,654	100.0
商業集積地区	56,550,855	41.9	51,459,699	43.0	5,091,156	32.8
駅周辺型	22,896,774	16.9	21,239,251	17.8	1,657,523	10.7
市街地型	13,053,852	9.7	11,908,123	10.0	1,145,729	7.4
住宅地背景型	12,120,684	9.0	10,332,133	8.6	1,788,551	11.5
ロードサイド型	7,248,393	5.4	6,930,295	5.8	318,098	2.0
その他	1,231,151	0.9	1,049,896	0.9	181,255	1.2
オフィス街地区	10,503,696	7.8	9,408,086	7.9	1,095,611	7.1
住宅地区	38,712,739	28.7	33,447,276	28.0	5,265,463	33.9
工業地区	12,165,596	9.0	11,382,043	9.5	783,554	5.0
その他地区	17,176,408	12.7	13,881,537	11.6	3,294,871	21.2

(3) 立地環境特性地区別にみた業種別年間商品販売額

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

特性地区別、業種別年間商品販売額の構成比(平成14年)



特性地区別、業種別の年間商品販売額(平成14年)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	135,109,295	17,322,175	10,976,944	41,225,998	16,219,064	11,885,578	37,479,535
商業集積地区	56,550,855	14,639,265	7,491,856	14,095,730	2,526,997	4,886,823	12,910,183
駅周辺型	22,896,774	6,951,026	3,430,896	5,279,805	382,593	2,172,910	4,679,544
市街地型	13,053,852	4,182,240	2,048,234	2,373,703	344,652	986,141	3,118,882
住宅地背景型	12,120,684	1,438,042	1,078,008	4,613,334	903,807	944,507	3,142,985
ロードサイド型	7,248,393	1,921,671	805,794	1,409,166	856,350	680,962	1,574,451
その他	1,231,151	146,286	128,923	419,722	39,596	102,303	394,321
オフィス街地区	10,503,696	717,631	832,588	2,814,310	1,337,332	1,444,589	3,357,247
住宅地区	38,712,739	1,076,425	1,731,120	15,164,915	5,804,257	3,490,869	11,445,153
工業地区	12,165,596	510,528	401,156	3,200,266	3,785,521	1,071,940	3,196,185
その他地区	17,176,408	378,326	520,223	5,950,777	2,764,957	991,357	6,570,767

特性地区別の販売額構成を細分類業種別にみると、商業集積地区では百貨店、総合スーパーの年間商品販売額が最も多く、商業集積地区全体の4分の1を占めている。以下、各種食料品小売業、婦人服小売業、電気機械器具小売業、自動車(新車)小売業の順で、衣食住関連の幅広い業種が上位に位置している。

オフィス街地区では、自動車(新車)小売業の年間商品販売額が最も多く、次いで、各種食料品小売業、百貨店・総合スーパーの順となっているが、構成比が1割超を占める業種はみられない。

住宅地区では、各種食料品小売業、コンビニエンスストア、他に分類されない飲食料品小売業などの飲食料品関連業種や、自動車(新車)小売業、ガソリンスタンドが上位に位置している。

工業地区では、自動車(新車)小売業の年間商品販売額が最も多く、工業地区全体の4分の1近くを占めている。

その他地区では、ガソリンスタンドの年間商品販売額が最も多い。また、飲食料品関連、自動車関連の業種が上位に位置している。

いずれの地区でも、各種食料品小売業、コンビニエンスストア、また、高額商品を販売する自動車(新車)小売業やガソリンスタンドなどが年間商品販売額の上位に位置している。

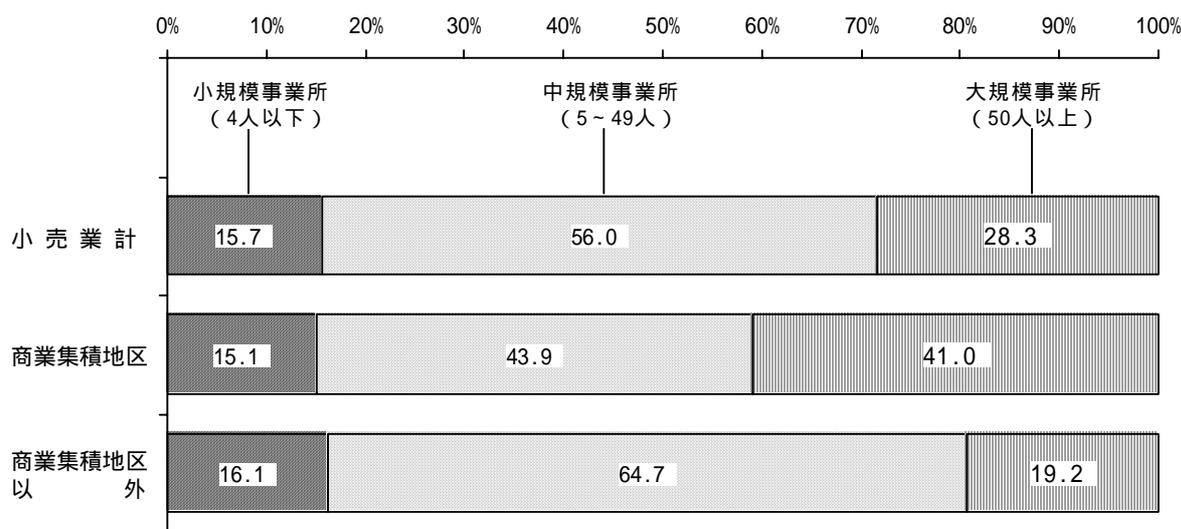
細分類業種別にみた特性地区別の販売額構成(平成14年上位20業種)

順位	年間商品販売額の構成比									
	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比(%)								
1位	百貨店、総合スーパー	25.7	自動車(新車)	9.7	各種食料品	15.9	自動車(新車)	23.0	ガソリンスタンド	15.7
2位	各種食料品	9.2	各種食料品	6.7	自動車(新車)	9.6	各種食料品	9.9	各種食料品	11.5
3位	婦人服	6.5	百貨店、総合スーパー	6.5	ガソリンスタンド	7.7	ガソリンスタンド	9.6	自動車(新車)	9.8
4位	電気機械器具	3.9	ガソリンスタンド	6.4	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	6.6	中古自動車	5.1	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	6.7
5位	自動車(新車)	3.1	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	6.1	他に分類されない飲食料品	4.7	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.2	中古自動車	4.8
6位	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	3.1	電気事務機械器具	4.3	電気機械器具	4.4	電気機械器具	4.1	他に分類されないその他	4.1
7位	他に分類されない飲食料品	2.9	電気機械器具	4.1	酒	3.9	百貨店、総合スーパー	3.9	他に分類されない飲食料品	3.8
8位	ガソリンスタンド	2.7	他に分類されないその他	4.0	中古自動車	3.4	他に分類されないその他	3.6	酒	3.6
9位	他に分類されないその他	2.3	他に分類されない飲食料品	3.5	他に分類されないその他	3.4	他に分類されない飲食料品	3.4	農業用機械器具	2.9
10位	書籍・雑誌	2.1	家具	3.0	調剤薬局	2.7	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.7	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.8
11位	電気事務機械器具	2.0	書籍・雑誌	2.0	百貨店、総合スーパー	2.5	料理品	2.5	肥料・飼料	2.6
12位	酒	1.9	酒	2.9	医薬品(調剤薬局を除く)	2.4	自動車部分品・附属品	2.4	電気機械器具	2.4
13位	医薬品(調剤薬局を除く)	1.9	調剤薬局	2.8	料理品	2.2	酒	2.0	料理品	2.4
14位	調剤薬局	1.7	料理品	2.0	新聞	2.1	家具	1.5	百貨店、総合スーパー	1.9
15位	洋品雑貨・小間物	1.7	婦人服	1.9	燃料(ガソリンスタンドを除く)	1.9	飲料	1.3	調剤薬局	1.7
16位	料理品	1.5	医薬品(調剤薬局を除く)	1.8	書籍・雑誌	1.5	医薬品(調剤薬局を除く)	1.3	建築材料	1.6
17位	化粧品	1.5	化粧品	1.7	婦人服	1.3	スポーツ用品	1.2	医薬品(調剤薬局を除く)	1.5
18位	男子服	1.5	スポーツ用品	1.6	家具	1.3	建築材料	1.1	婦人服	1.2
19位	時計・眼鏡・光学機械	1.3	男子服	1.6	自動車部分品・附属品	1.2	電気事務機械器具	1.1	飲料	1.2
20位	スポーツ用品	1.2	中古自動車	1.6	電気事務機械器具	1.2	書籍・雑誌	0.9	自動車部分品・附属品	1.1
計	上位20位までの計	77.7	上位20位までの計	75.0	上位20位までの計	79.9	上位20位までの計	85.0	上位20位までの計	83.5

(4) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額

就業者規模別にみると、小売業の年間商品販売額のうち、就業者4人以下の小規模事業所が15.7%、5～49人の中規模事業所が56.0%、50人以上の大規模事業所が28.3%を占めている。これを特性地区別にみると、中規模事業所の販売額割合が全5地区のうち商業集積地区で4割台、その他の4地区では6割台を占め最も高く、事業所数で約7割を占める小規模事業所は、年間商品販売額では概ね1～2割にとどまっている。また、商業集積地区と商業集積地区以外に分けてみると、大規模事業所の販売額割合は、商業集積地区での41.0%に対し、それ以外の地区では19.2%と低い。

商業集積地区と商業集積地区以外でみた就業者規模別年間商品販売額の構成比(平成14年)



特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額

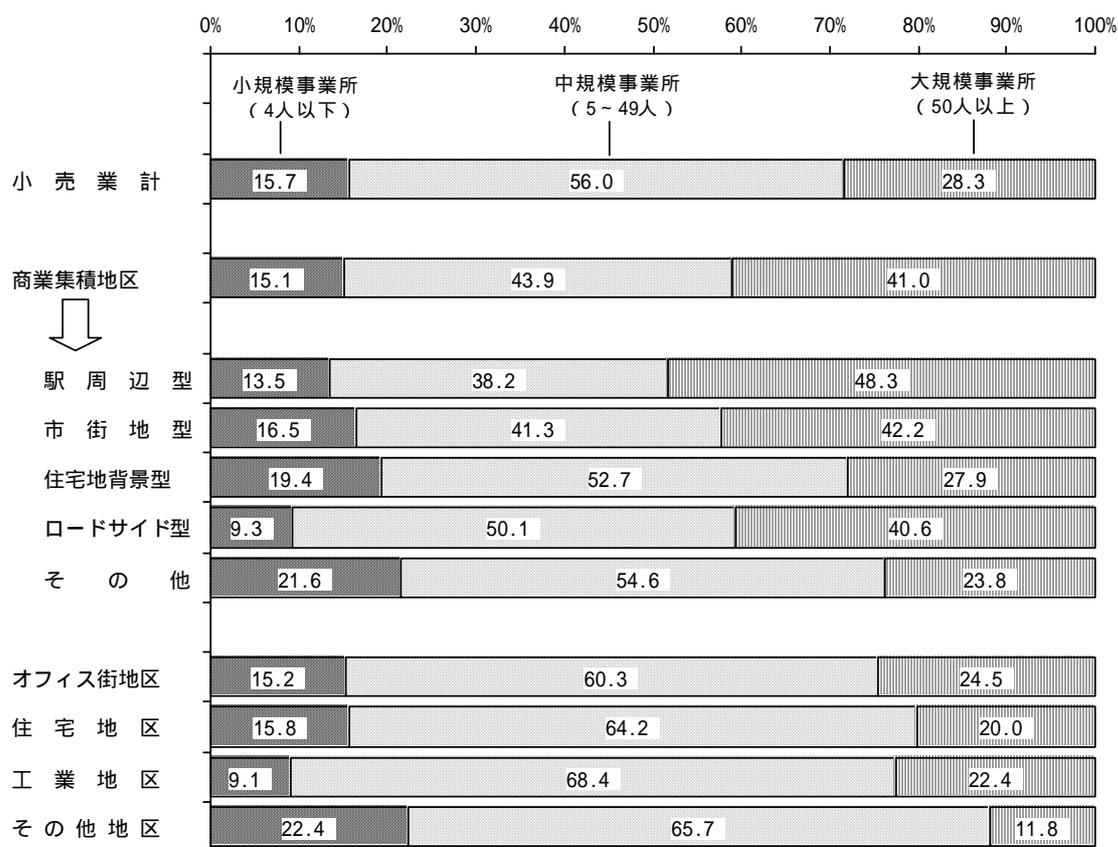
特性地区別	平成14年							
	合計		小規模事業所 (4人以下)		中規模事業所 (5～49人)		大規模事業所 (50人以上)	
	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)
小売業計	135,109,295	100.0	21,204,443	15.7	75,623,896	56.0	38,280,956	28.3
商業集積地区	56,550,855	100.0	8,539,415	15.1	24,827,338	43.9	23,184,101	41.0
駅周辺型	22,896,774	100.0	3,091,532	13.5	8,740,814	38.2	11,064,428	48.3
市街地型	13,053,852	100.0	2,154,645	16.5	5,395,702	41.3	5,503,505	42.2
住宅地背景型	12,120,684	100.0	2,352,732	19.4	6,385,488	52.7	3,382,463	27.9
ロードサイド型	7,248,393	100.0	674,762	9.3	3,632,984	50.1	2,940,647	40.6
その他	1,231,151	100.0	265,744	21.6	672,349	54.6	293,058	23.8
オフィス街地区	10,503,696	100.0	1,597,721	15.2	6,332,014	60.3	2,573,961	24.5
住宅地区	38,712,739	100.0	6,107,201	15.8	24,847,535	64.2	7,758,003	20.0
工業地区	12,165,596	100.0	1,108,722	9.1	8,326,624	68.4	2,730,250	22.4
その他地区	17,176,408	100.0	3,851,383	22.4	11,290,385	65.7	2,034,640	11.8

特性地区別にみると、商業集積地区では、中規模事業所、大規模事業所がそれぞれ4割強を占めており、なかでも大規模事業所の販売額割合は5地区の中で最も高い。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、市街地型の地区では大規模事業所が、住宅地背景型、ロードサイド型の地区では中規模事業所の年間商品販売額が多くなっている。

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

工業地区では、中規模事業所が年間商品販売額の7割近くを占め、5地区の中で最も高い割合となっている。一方、小規模事業所の販売額割合は、事業所数が少ないこともあって他の地区に比べ最も低い。

特性地区別に見た就業者規模別年間商品販売額の構成比(平成14年)

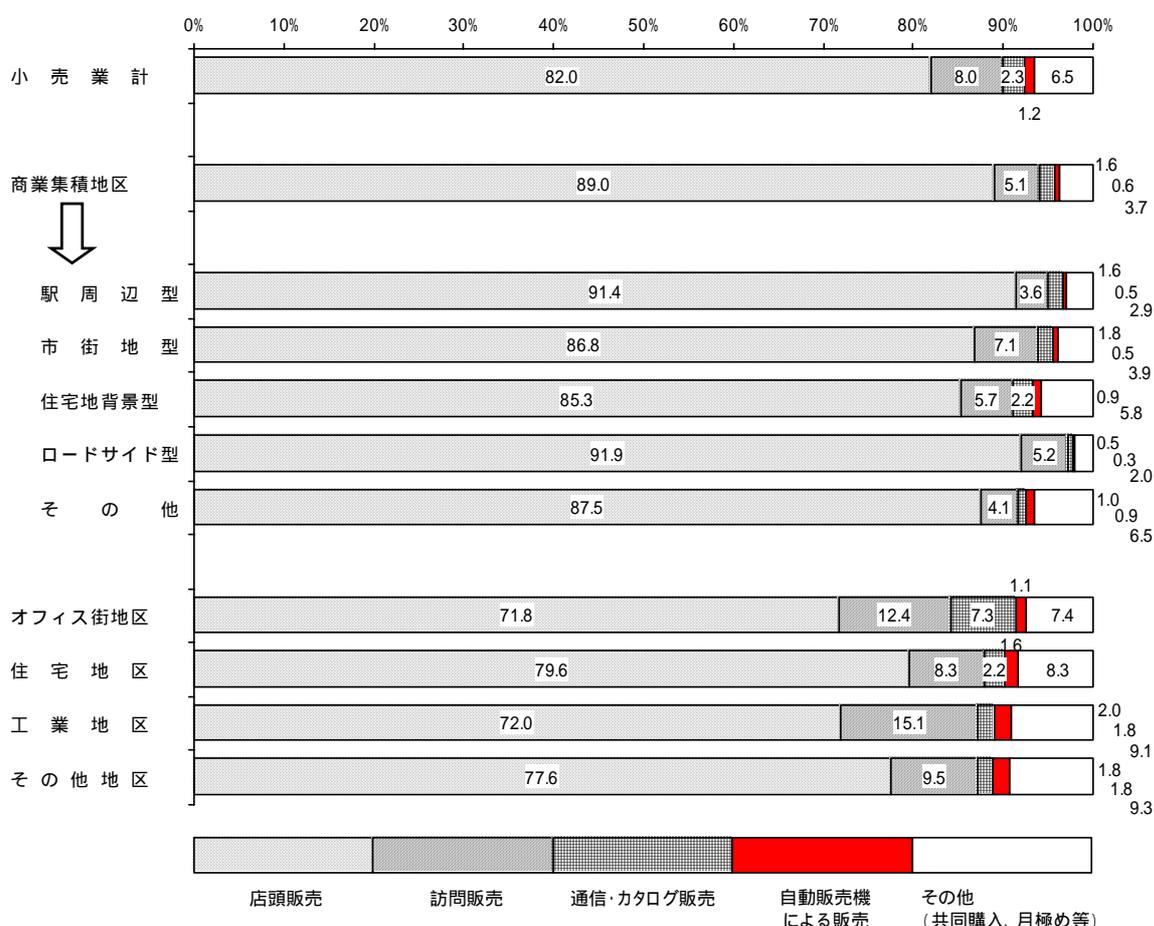


(5) 立地環境特性地区別にみた商品販売形態別年間商品販売額

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、店頭販売が8割強を占めており、以下、訪問販売、共同購入などのその他、通信・カタログ販売、自動販売機による販売の順となっている。

特性地区別にみると、店頭販売額の割合は商業集積地区で9割近くを占めているのに対し、商業集積地区以外の地区では7割台にとどまっており、訪問販売と共同購入などのその他がそれぞれ概ね1割を占めている。また、オフィス街地区では、通信・カタログ販売による家具や化粧品小売業などの販売額が多く、通信・カタログ販売額の割合が他の地区に比べ高い。

特性地区別、商品販売形態別年間商品販売額の構成比(平成14年)



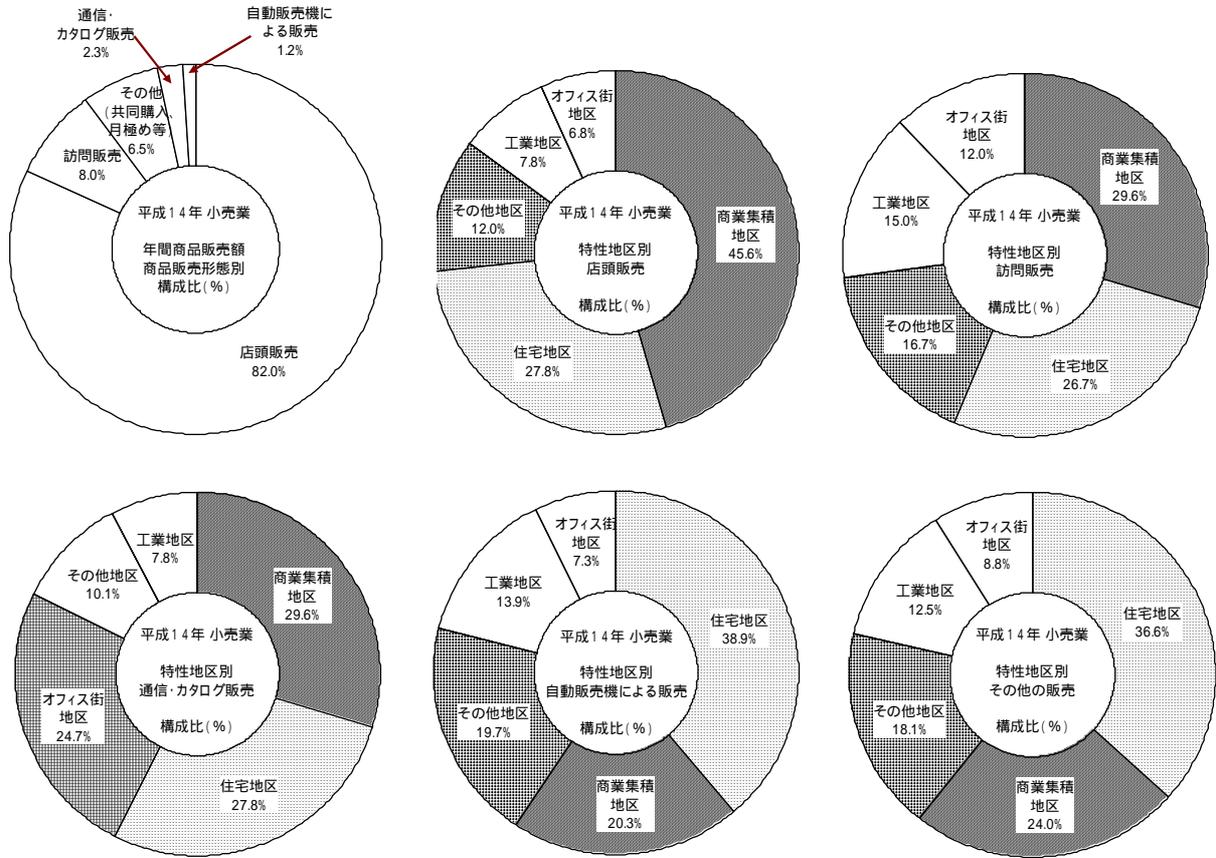
商品販売形態別にみると、店頭販売による年間商品販売額については、商業集積地区が5割近くを、住宅地区が3割近くをそれぞれ占めている。

訪問販売による年間商品販売額は、商業集積地区が最も多く、次いで、住宅地区、その他地区の順となっているが、特性地区による大きな差はみられない。

通信・カタログ販売による年間商品販売額については、商業集積地区、住宅地区、オフィス街地区が多く、これら3地区で通信・カタログ販売による年間商品販売額全体の8割強を占めている。

自動販売機による年間商品販売額については、住宅地区が4割を占め最も多く、商業集積地区は2割にとどまっている。

商品販売形態別にみる特性地区別年間商品販売額の構成比(平成14年)



3. 就業者数

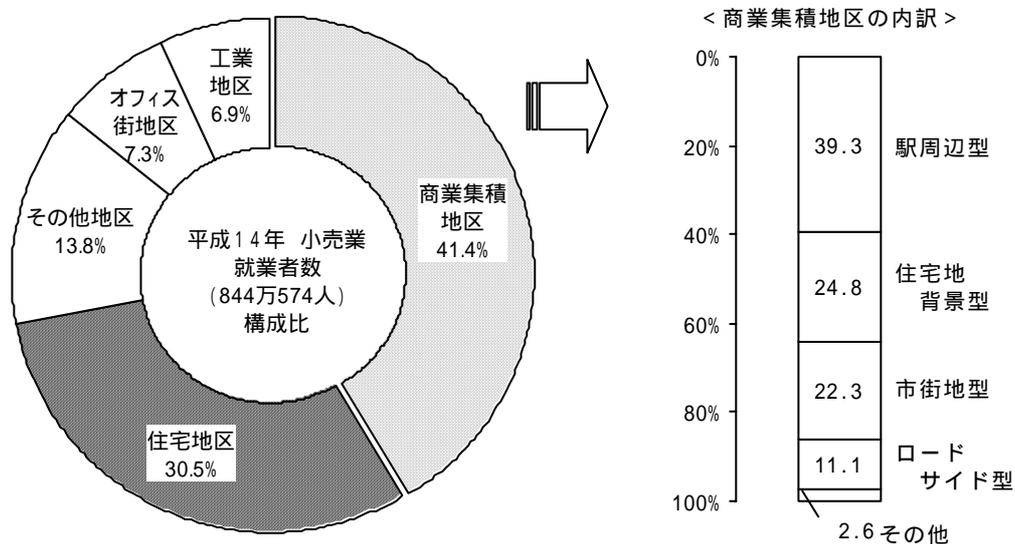
～ 1事業所当たりの就業者数が多いのは工業地区、少ないのは其他地区 ～

(1) 立地環境特性地区別の就業者数

平成14年調査における小売業の就業者数は、844万人（前回比 1.0%減）であった。これを特性地区別にみると、商業集積地区が349万4千人（小売業全体の41.4%）と小売業全体の4割強を占め、次いで住宅地区が257万7千人（同30.5%）、其他地区は116万5千人（同13.8%）、オフィス街地区は62万人（同7.3%）、工業地区は58万5千人（同6.9%）となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型（商業集積地区に占める割合39.3%）の就業者数が最も多く、次いで住宅地背景型（同24.8%）、市街地型（同22.3%）、ロードサイド型（同11.1%）の順となっている。

特性地区別就業者数の構成比

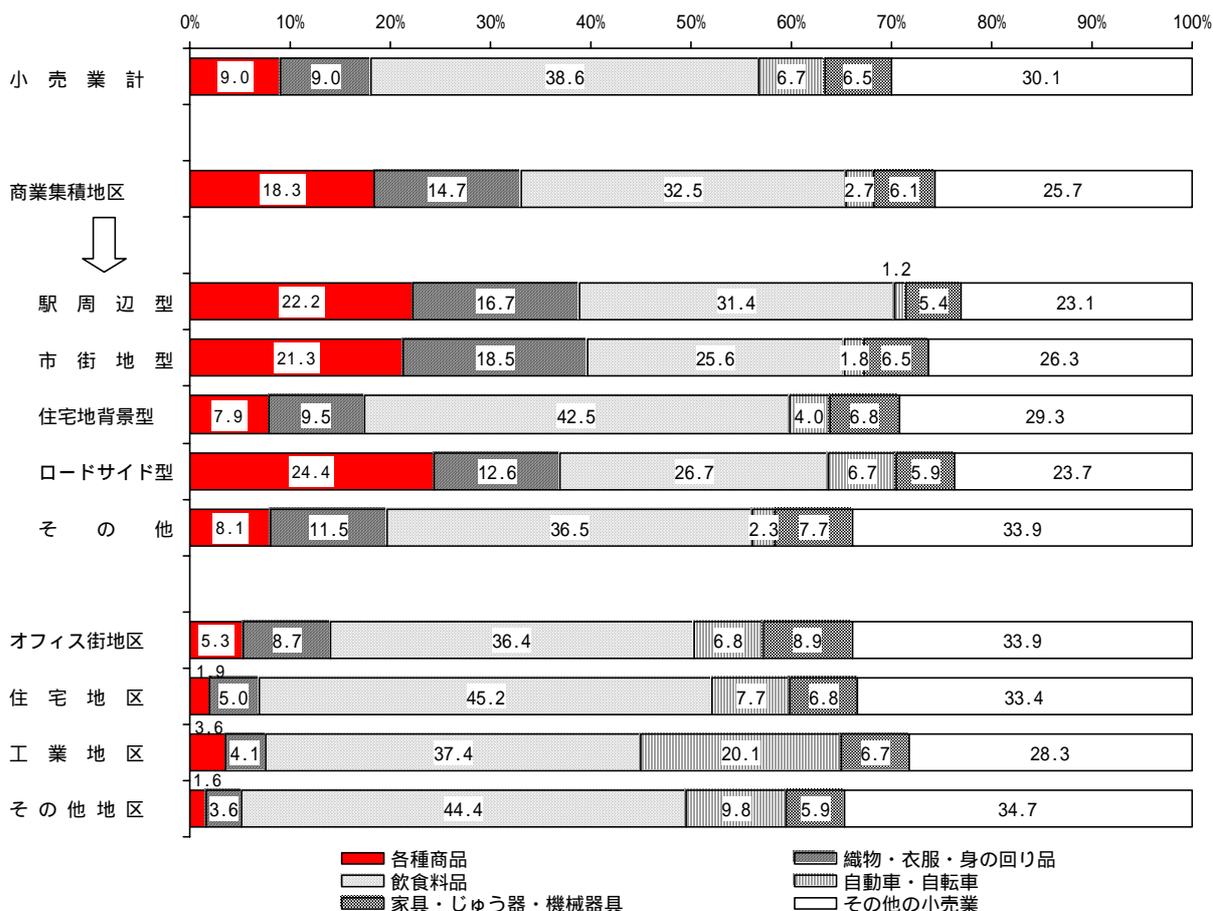


(2) 立地環境特性地区別にみた業種別就業者数

特性地区別に業種別の就業者構成をみると、全5地区で飲食料品小売業の就業者割合が最も高くなっている。なかでも、住宅地区、その他地区や住宅地背景型の商業集積地区では4割超の高い割合を示している。

細分類業種別にみると、就業者数が最も多いのは、商業集積地区では百貨店、総合スーパー、オフィス街地区ではコンビニエンスストア、住宅地区、その他地区では各種食料品小売業、工業地区では自動車（新車）小売業となっている。また、いずれの地区も、各種食料品小売業、コンビニエンスストア、料理品小売業の就業者数が上位に位置している。

特性地区別、業種別就業者数の構成比(平成14年)



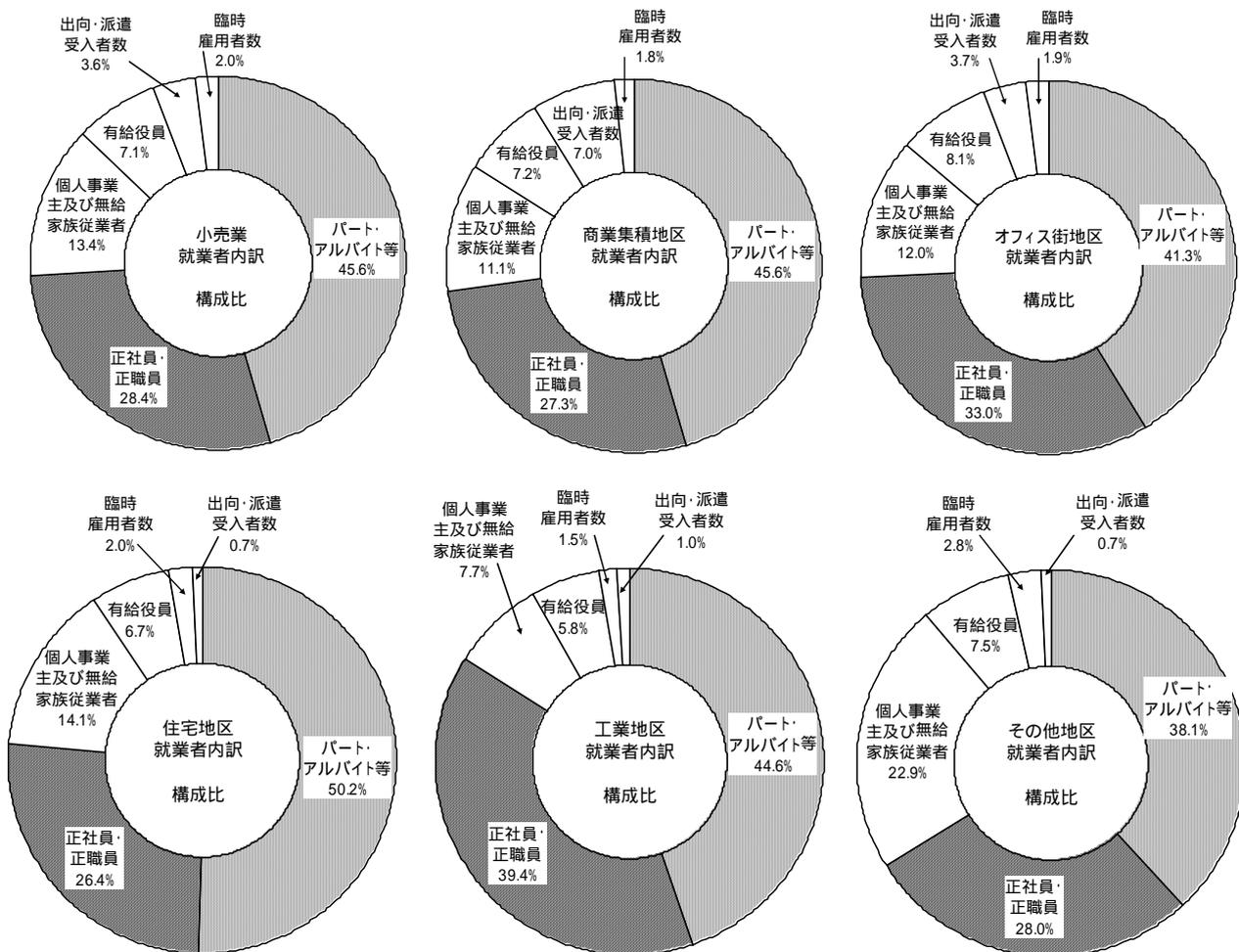
細分類業種別にみた特性地区別の就業者構成(平成14年上位20業種)

順位	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比(%)								
1位	百貨店、総合スーパー	18.1	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	9.2	各種食料品	12.5	自動車(新車)	14.1	各種食料品	9.5
2位	各種食料品	7.5	新聞	6.0	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	9.3	各種食料品	9.3	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	8.7
3位	婦人服	6.9	各種食料品	5.7	新聞	9.0	料理品	8.2	ガソリンスタンド	8.2
4位	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.6	料理品	5.7	料理品	6.5	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	7.7	料理品	6.1
5位	料理品	4.5	百貨店、総合スーパー	5.0	自動車(新車)	4.3	ガソリンスタンド	6.6	新聞	6.0
6位	新聞	3.9	自動車(新車)	4.6	ガソリンスタンド	4.3	新聞	5.8	自動車(新車)	5.5
7位	他に分類されない飲食料品	2.7	ガソリンスタンド	3.7	他に分類されない飲食料品	3.9	他に分類されないその他	3.7	他に分類されないその他	4.7
8位	他に分類されないその他	2.4	他に分類されないその他	3.6	他に分類されない飲食料品	3.0	他に分類されない飲食料品	3.4	酒	4.0
9位	菓子(製造小売)	2.4	他に分類されない飲食料品	3.4	酒	2.8	百貨店、総合スーパー	3.3	他に分類されない飲食料品	3.9
10位	書籍・雑誌	2.3	電気機械器具	3.0	電気機械器具	2.8	中古自動車	2.8	中古自動車	2.6
11位	電気機械器具	2.1	書籍・雑誌	2.9	調剤薬局	2.5	自動車部分品・付属品	2.4	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.4
12位	洋品雑貨・小間物	2.0	調剤薬局	2.7	医薬品(調剤薬局を除く)	2.2	燃料(ガソリンスタンドを除く)	2.2	電気機械器具	2.1
13位	医薬品(調剤薬局を除く)	1.8	婦人服	2.7	書籍・雑誌	2.0	電気機械器具	2.3	飲料	1.8
14位	調剤薬局	1.7	酒	2.3	菓子(製造小売)	1.7	酒	1.8	農業用機械器具	1.8
15位	化粧品	1.6	医薬品(調剤薬局を除く)	1.9	百貨店、総合スーパー	1.7	医薬品(調剤薬局を除く)	1.6	医薬品(調剤薬局を除く)	1.5
16位	男子服	1.6	菓子(製造小売)	1.6	燃料(ガソリンスタンドを除く)	1.6	書籍・雑誌	1.5	菓子(製造小売)	1.5
17位	ガソリンスタンド	1.6	電気事務機械器具	1.8	婦人服	1.5	家具	1.3	鮮魚	1.5
18位	自動車(新車)	1.5	男子服	1.7	中古自動車	1.5	飲料	1.3	婦人服	1.5
19位	酒	1.5	花・植木	1.5	花・植木	1.2	スポーツ用品	1.2	調剤薬局	1.4
20位	菓子(製造小売でないもの)	1.5	スポーツ用品	1.4	飲料	1.1	調剤薬局	1.0	百貨店、総合スーパー	1.3
計	上位20位までの計	72.3	上位20位までの計	70.8	上位20位までの計	75.4	上位20位までの計	79.5	上位20位までの計	76.2

(3) 立地環境特性地区別にみた就業者数の内訳

就業者数の内訳をみると、店舗の大型化や長時間営業の進展などから、パート・アルバイト等がいずれの地区も最も多く、なかでも住宅地区では就業者数の5割が、ロードサイド型の商業集積地区では6割がパート・アルバイト等である。一方、正社員・正職員の割合が高いのは工業地区で、就業者数の4割近くを占めている。これは、専門知識を要する自動車・自転車小売業などが多いためと考えられる。出向・派遣受入者の割合は、商業集積地区以外の1.1%に対し、商業集積地区では7%と高く、なかでも百貨店、総合スーパーの立地が多い駅周辺型では1割超を占めている。

特性地区別、就業者内訳の構成比(平成14年)

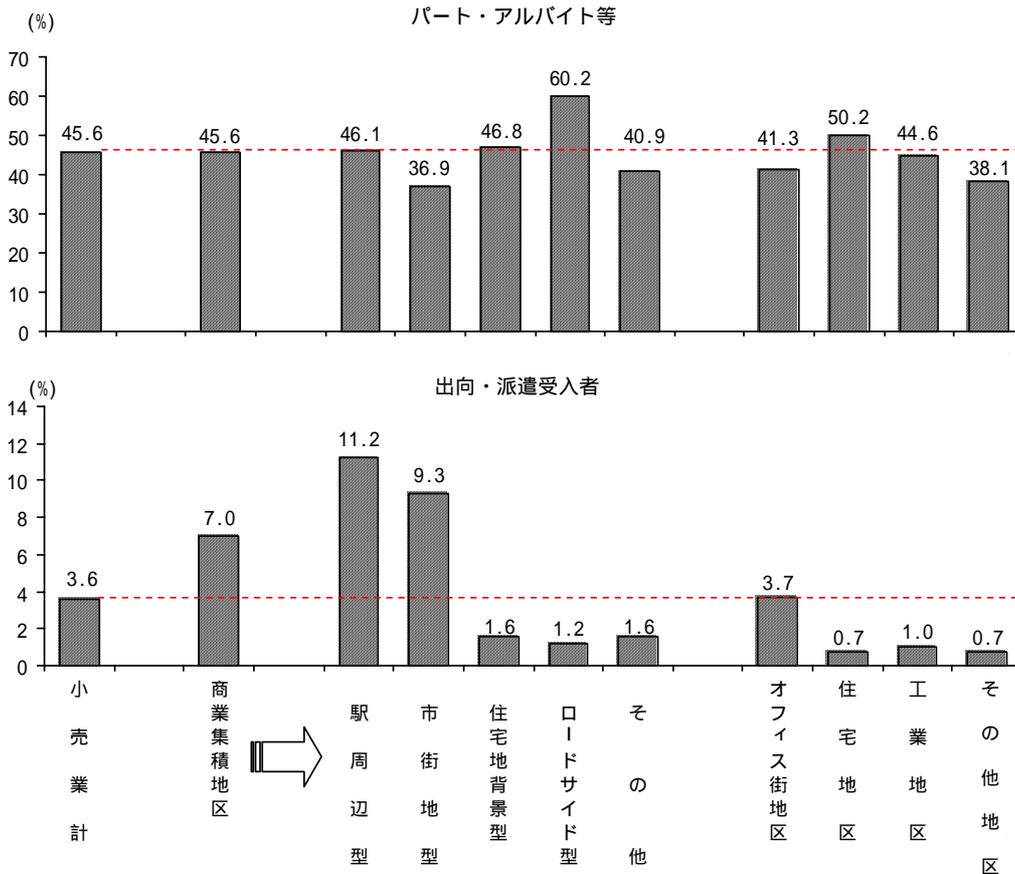


特性地区別、就業者内訳別の就業者数(平成14年)

特性地区別	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)			
		計	個人事業主及び無給家族従業者	有給役員	常用雇用者						
					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
商業集積地区	3,494,226	3,184,865	386,419	251,193	2,547,253	952,707	1,594,546	63,973	245,388	5.8	5.1
駅周辺型	1,372,106	1,192,299	115,152	84,545	992,602	360,605	631,997	26,603	153,204	6.6	5.1
市街地型	778,960	693,048	91,832	73,673	527,543	240,121	287,422	13,831	72,081	5.7	5.4
住宅地背景型	864,918	836,248	146,616	69,828	619,804	215,233	404,571	14,775	13,895	4.6	4.8
ロードサイド型	387,658	376,968	17,063	14,929	344,976	111,436	233,540	5,963	4,727	8.2	5.0
その他	90,584	86,302	15,756	8,218	62,328	25,312	37,016	2,801	1,481	4.6	5.3
オフィス街地区	619,501	585,138	74,560	50,306	460,272	204,294	255,978	11,562	22,801	5.5	4.9
住宅地区	2,577,313	2,509,315	362,716	173,192	1,973,407	680,792	1,292,615	50,296	17,702	5.1	4.6
工業地区	584,940	570,089	44,862	34,019	491,208	230,558	260,650	8,821	6,030	7.3	4.8
その他地区	1,164,594	1,123,398	266,492	86,999	769,907	325,891	444,016	33,052	8,144	4.1	4.8

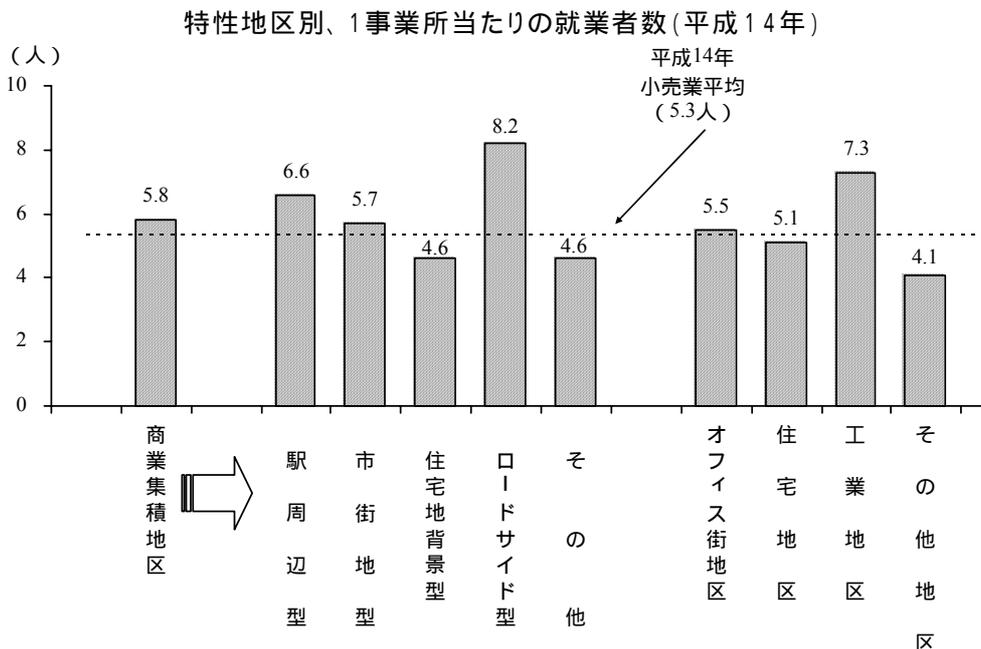
(注) 1事業所当たりの就業者数は、パート・アルバイト等を8時間換算(8時間換算による調査は平成14年より)したものをを用いている。

特性地区別、パート・アルバイト等及び出向・派遣受入者の構成比(平成14年)



(4) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの就業者数

1事業所当たりの就業者数(注)をみると、工業地区が7.3人と最も多く、次いで商業集積地区が5.8人、オフィス街地区が5.5人、住宅地区が5.1人となっており、個人事業所が多いその他地区は4.1人と少ない。商業集積地区の内訳では、ロードサイド型が8.2人、駅周辺型が6.6人、市街地型が5.7人の順となっている。ロードサイド型の商業集積地区や工業地区の事業所で1事業所当たりの就業者数が多いのは、地域特性から総合スーパー、ホームセンターなどをはじめ、広い売場面積を有する大型店が多いことによる。



(注) 1事業所当たりの就業者数は、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。

業種別に1事業所当たりの就業者数をみると、各種商品小売業では商業集積地区が最も多いものの、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、自動車・自転車小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、その他の小売業ではいずれも工業地区が最も多い。一方、1事業所当たりの就業者数が最も少ないのは、6業種のすべてでその他地区となっている。

特性区分別、小分類業種別の1事業所当たり就業者数(平成14年)

業種(小分類業種別)	1事業所当たりの就業者数(人)							最大値	特性地区	最小値	特性地区
	小売業平均	商業集積地	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他	その他				
30 小売業計	5.3	5.8	5.5	5.1	7.3	4.1	7.3	工業地区	4.1	その他地区	
55 各種商品小売業	125.3	211.4	93.3	31.5	55.2	18.6	211.4	商業集積地区	18.6	その他地区	
551 百貨店・総合スーパー	300.1	341.3	342.5	141.0	144.3	119.9	342.5	オフィス街地区	119.9	その他地区	
559 その他の各種商品小売業(従業者が常時5.0人未満のもの)	5.7	6.4	7.0	5.6	6.3	4.0	7.0	オフィス街地区	4.0	その他地区	
56 織物・衣服・身の回り品小売業	3.8	4.0	3.8	3.2	4.1	2.8	4.1	工業地区	2.8	その他地区	
561 呉服・服地・寝具小売業	3.7	4.0	4.4	3.2	4.0	2.6	4.4	オフィス街地区	2.6	その他地区	
562 男子服小売業	3.5	3.7	3.7	3.2	4.1	2.9	4.1	工業地区	2.9	その他地区	
563 婦人・子供服小売業	3.8	4.2	3.3	2.9	3.5	2.8	4.2	商業集積地区	2.8	その他地区	
564 靴・履物小売業	3.1	3.2	2.8	3.0	3.5	2.6	3.5	工業地区	2.6	その他地区	
569 その他の織物・衣服・身の回り品小売業	4.3	4.4	4.7	4.0	5.8	2.9	5.8	工業地区	2.9	その他地区	
57 飲食料品小売業	5.3	5.5	5.7	5.6	7.5	3.9	7.5	工業地区	3.9	その他地区	
571 各種食料品小売業	15.1	22.6	18.0	17.2	23.8	6.8	23.8	工業地区	6.8	その他地区	
572 酒小売業	2.8	3.2	3.4	3.0	3.4	2.2	3.4	工業地区	2.2	その他地区	
573 食肉小売業	3.7	3.8	6.5	3.1	3.9	3.3	6.5	オフィス街地区	3.1	住宅地区	
574 鮮魚小売業	3.3	3.8	3.3	3.0	3.8	2.7	3.8	商業集積地区	2.7	その他地区	
575 野菜・果実小売業	3.3	3.4	3.1	3.0	3.4	3.9	3.9	その他地区	3.0	住宅地区	
576 菓子・パン小売業	3.9	4.4	4.3	3.6	3.9	2.9	4.4	商業集積地区	2.9	その他地区	
577 米穀類小売業	2.5	2.6	2.6	2.5	2.8	2.4	2.8	工業地区	2.4	その他地区	
579 その他の飲食料品小売業	5.8	5.8	6.7	6.1	8.4	4.6	8.4	工業地区	4.6	その他地区	
58 自動車・自転車小売業	6.3	5.6	7.6	5.9	10.1	5.0	10.1	工業地区	5.0	その他地区	
581 自動車小売業	7.1	7.1	9.1	6.7	10.6	5.4	10.6	工業地区	5.4	その他地区	
582 自転車小売業	1.8	1.9	1.9	1.8	2.0	1.5	2.0	工業地区	1.5	その他地区	
59 家具・じゅう器・機械器具小売業	4.3	4.5	5.4	4.0	6.3	3.1	6.3	工業地区	3.1	その他地区	
591 家具・建具・畳小売業	3.7	4.1	4.5	3.5	5.6	2.7	5.6	工業地区	2.7	その他地区	
592 機械器具小売業	4.9	5.5	6.6	4.4	6.8	3.4	6.8	工業地区	3.4	その他地区	
599 その他のじゅう器小売業	3.7	3.5	3.7	3.9	6.1	3.5	6.1	工業地区	3.5	商業集積地区	
60 その他の小売業	4.8	4.6	4.9	4.9	6.1	4.4	6.1	工業地区	4.4	その他地区	
601 医薬品・化粧品小売業	4.3	4.3	4.6	4.4	4.9	3.7	4.9	工業地区	3.7	その他地区	
602 農耕用品小売業	4.8	4.3	3.9	4.8	7.2	4.9	7.2	工業地区	3.9	オフィス街地区	
603 燃料小売業	6.0	5.9	6.2	6.3	7.7	5.2	7.7	工業地区	5.2	その他地区	
604 書籍・文房具小売業	7.4	6.9	8.1	8.3	8.1	5.8	8.3	住宅地区	5.8	その他地区	
605 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	4.4	4.8	4.4	3.9	5.3	3.3	5.3	工業地区	3.3	その他地区	
606 写真機・写真材料小売業	3.9	4.0	4.4	3.7	4.0	2.6	4.4	オフィス街地区	2.6	その他地区	
607 時計・眼鏡・光学機械小売業	3.5	3.6	3.6	3.2	3.8	2.5	3.8	工業地区	2.5	その他地区	
609 他に分類されない小売業	3.7	3.7	3.8	3.5	4.9	3.6	4.9	工業地区	3.5	住宅地区	

(注) 1事業所当たりの就業者数は、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。

4. 売場面積

～ 1事業所当たりの売場面積が大きいのは工業地区、
小さいのはオフィス街地区 ～

(1) 立地環境特性地区別の売場面積

平成14年調査における小売業の売場面積(注)は、1億4062万㎡(前年比5.0%増)であった。

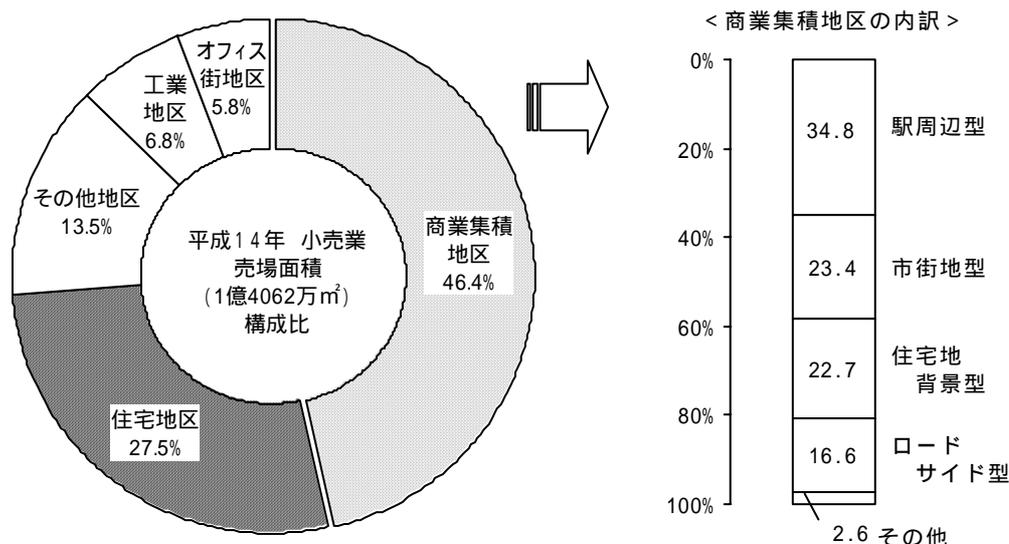
(注)売場面積は、以下については調査を行っていない。

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

特性地区別にみると、商業集積地区が6519万㎡(小売業全体の46.4%)と売場面積全体の5割近くを占め、次いで住宅地区が3868万㎡(同27.5%)、その他地区が1903万㎡(同13.5%)、工業地区が955万㎡(同6.8%)、オフィス街地区が816万㎡(同5.8%)であった。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合34.8%)が商業集積地区の3分の1を占め、次いで市街地型(同23.4%)、住宅地背景型(同22.7%)、ロードサイド型(同16.6%)の順となっている。

特性地区別売場面積の構成比



特性地区別、業種別の売場面積(平成14年)

特性地区別	売場面積(㎡)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	140,619,288	22,249,803	19,455,043	39,911,857	3,922,639	18,096,483	36,983,463
商業集積地区	65,194,722	18,145,824	12,006,997	13,341,030	846,764	7,022,491	13,831,616
駅周辺型	22,670,482	7,390,225	4,545,373	4,364,453	173,968	1,981,740	4,214,723
市街地型	15,280,326	4,464,519	3,431,434	2,431,754	151,275	1,673,570	3,127,774
住宅地背景型	14,773,123	2,408,727	2,136,934	4,653,868	321,800	1,799,643	3,452,151
ロードサイド型	10,797,722	3,622,647	1,626,714	1,466,417	174,017	1,340,197	2,567,730
その他	1,673,069	259,706	266,542	424,538	25,704	227,341	469,238
オフィス街地区	8,163,305	777,097	1,128,215	2,277,655	280,010	1,331,013	2,369,315
住宅地区	38,675,318	1,746,641	3,968,471	14,390,851	1,571,496	5,532,894	11,464,965
工業地区	9,553,355	808,022	869,379	2,478,200	537,527	1,915,071	2,945,156
その他地区	19,032,588	772,219	1,481,981	7,424,121	686,842	2,295,014	6,372,411

(2) 立地環境特性地区別にみた業種別売場面積

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

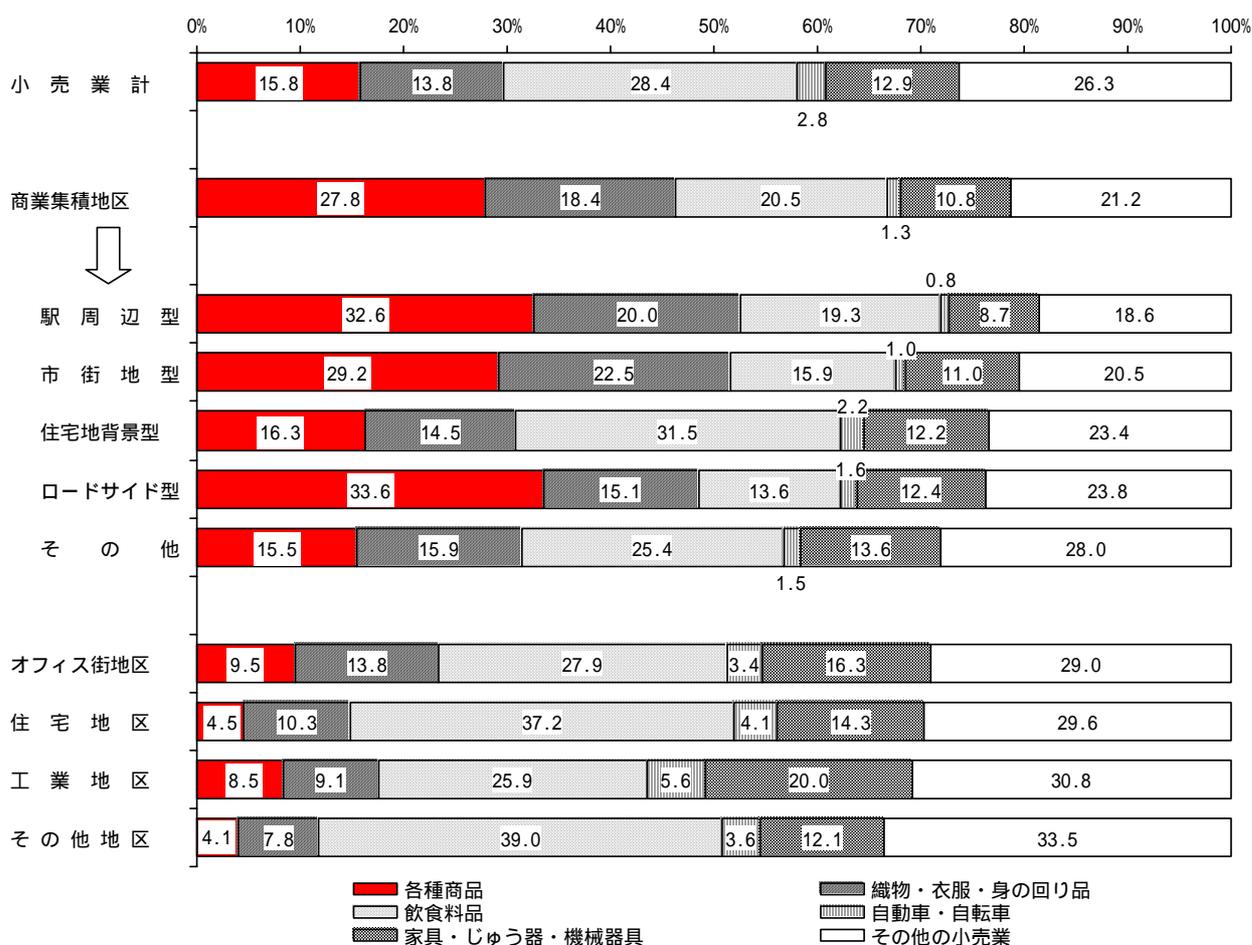
オフィス街地区では、その他の小売業、飲食料品小売業の構成比が高く、それぞれ売場面積全体の3割近くを占めている。

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

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

細分類業種別にみると、売場面積が最も大きいのは、商業集積地区、オフィス街地区では百貨店、総合スーパー、住宅地区、工業地区、その他地区では各種食料品小売業となっている。

特性地区別、業種別売場面積の構成比(平成14年)



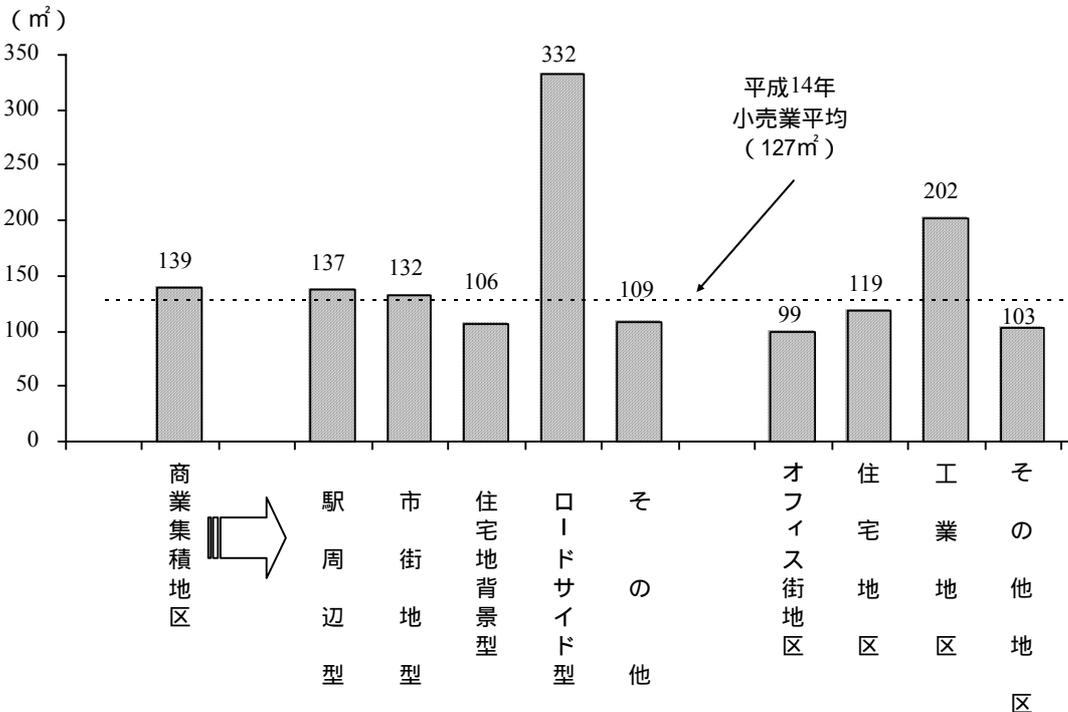
細分類業種別にみた特性地区別の売場面積構成(平成14年上位20業種)

順位	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比(%)								
1位	百貨店、総合スーパー	27.5	百貨店、総合スーパー	9.1	各種食料品	15.4	各種食料品	11.0	各種食料品	12.7
2位	婦人服	8.4	各種食料品	8.2	他に分類されないその他	6.1	他に分類されないその他	8.5	他に分類されないその他	9.3
3位	各種食料品	7.7	家具	6.2	家具	4.8	百貨店、総合スーパー	8.1	酒	5.3
4位	家具	3.6	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.8	電気機械器具	4.7	家具	8.1	他に分類されない飲食料品	4.9
5位	他に分類されないその他	3.2	他に分類されないその他	4.7	他に分類されない飲食料品	4.6	電気機械器具	5.6	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.5
6位	電気機械器具	3.0	電気機械器具	4.4	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	4.5	自動車部分品・附属品	4.1	家具	4.2
7位	書籍・雑誌	2.7	婦人服	4.3	百貨店、総合スーパー	4.1	他に分類されない飲食料品	3.6	建築材料	4.1
8位	他に分類されない飲食料品	2.6	男子服	3.6	酒	3.7	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	3.4	百貨店、総合スーパー	3.6
9位	男子服	2.5	スポーツ用品	3.3	医薬品(調剤薬局を除く)	3.5	建築材料	3.4	婦人服	3.4
10位	洋品雑貨・小間物	2.5	他に分類されない飲食料品	3.2	婦人服	3.3	スポーツ用品	3.2	電気機械器具	3.2
11位	医薬品(調剤薬局を除く)	2.0	書籍・雑誌	3.2	書籍・雑誌	2.9	男子服	2.8	農業用機械器具	2.7
12位	スポーツ用品	1.8	酒	2.7	男子服	2.5	荒物	2.8	医薬品(調剤薬局を除く)	2.6
13位	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)	1.7	医薬品(調剤薬局を除く)	2.5	建築材料	2.3	書籍・雑誌	2.6	自動車部分品・附属品	2.2
14位	時計・眼鏡・光学機械	1.4	料理品	1.9	スポーツ用品	2.2	医薬品(調剤薬局を除く)	2.3	花・植木	1.9
15位	酒	1.4	電気事務機械器具	1.8	自動車部分品・附属品	2.0	酒	2.2	飲料	1.9
16位	呉服・服地	1.4	がん具・娯楽用品	1.6	荒物	1.7	婦人服	2.2	肥料・飼料	1.9
17位	がん具・娯楽用品	1.4	調剤薬局	1.6	料理品	1.7	がん具・娯楽用品	1.6	荒物	1.7
18位	靴	1.3	洋品雑貨・小間物	1.6	花・植木	1.6	洋品雑貨・小間物	1.6	書籍・雑誌	1.7
19位	化粧品	1.3	花・植木	1.5	がん具・娯楽用品	1.6	金物	1.4	料理品	1.7
20位	荒物	1.2	呉服・服地	1.4	洋品雑貨・小間物	1.5	ペット・ペット用品	1.4	鮮魚	1.4
計	上位20位までの計	78.6	上位20位までの計	71.5	上位20位までの計	74.5	上位20位までの計	79.8	上位20位までの計	74.9

(3) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの売場面積

1事業所当たりの売場面積をみると、工業地区が202㎡と最も大きく、次いで商業集積地区が139㎡、住宅地区が119㎡、その他地区が103㎡、オフィス街地区が99㎡であった。商業集積地区の内訳では、ロードサイド型が332㎡と群を抜いて大きく、駅周辺型が137㎡、市街地型が132㎡の順となっている。

特性地区別、1事業所当たりの売場面積(平成14年)



業種別に1事業所当たりの売場面積をみると、各種商品小売業では商業集積地区に立地する事業所が圧倒的に大きいものの、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料点小売業、自動車・自転車小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、その他の小売業ではいずれも工業地区の事業所が最も大きい。一方、1事業所当たりの売場面積が小さいのは、各種商品小売業、飲食料点小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業ではその他地区、織物・衣服・身の回り品小売業、その他の小売業ではオフィス街地区、自動車・自転車小売業では商業集積地区に立地する事業所がそれぞれ最も小さい。

特性区分別、小分類業種別の1事業所当たり売場面積(平成14年)

業種(小分類業種別)	1事業所当たりの売場面積 (m ²)						最大値	特性地区	最小値	特性地区
	小売業平均	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区				
30 小売業計	126.8	139.4	98.9	118.5	202.1	102.7	202.1	工業地区	98.9	オフィス街地区
55 各種商品小売業	4,549.1	7,270.0	2,736.3	1,565.1	3,107.8	1,050.6	7,270.0	商業集積地区	1,050.6	その他地区
551 百貨店、総合スーパー	10,798.3	11,675.3	9,861.4	7,419.7	8,314.0	7,291.6	11,675.3	商業集積地区	7,291.6	その他地区
559 その他の各種商品小売業(従業者が常時5.0人未満のもの)	189.2	221.4	179.4	184.1	208.5	146.6	221.4	商業集積地区	146.6	その他地区
56 織物・衣服・身の回り品小売業	106.9	102.5	87.3	117.0	186.6	110.3	186.6	工業地区	87.3	オフィス街地区
561 呉服・服地・寝具小売業	85.6	97.1	81.0	68.6	96.6	74.1	97.1	商業集積地区	68.6	住宅地区
562 男子服小売業	137.3	116.9	110.8	174.7	262.6	152.1	262.6	工業地区	110.8	オフィス街地区
563 婦人・子供服小売業	102.4	100.5	76.3	108.1	159.9	113.7	159.9	工業地区	76.3	オフィス街地区
564 靴・履物小売業	101.9	88.6	87.6	153.5	187.5	113.8	187.5	工業地区	87.6	オフィス街地区
569 その他の織物・衣服・身の回り品小売業	115.9	109.0	90.0	134.9	237.6	118.7	237.6	工業地区	90.0	オフィス街地区
57 飲食料点小売業	90.7	87.9	79.4	101.8	128.1	75.1	128.1	工業地区	75.1	その他地区
571 各種食料品小売業	422.0	617.4	492.5	477.4	736.4	194.5	736.4	工業地区	194.5	その他地区
572 酒小売業	58.6	61.3	57.4	64.8	78.7	47.8	78.7	工業地区	47.8	その他地区
573 食肉小売業	44.9	43.8	43.0	43.8	62.4	48.0	62.4	工業地区	43.0	オフィス街地区
574 鮮魚小売業	45.5	45.2	39.9	44.2	52.8	47.9	52.8	工業地区	39.9	オフィス街地区
575 野菜・果実小売業	57.2	52.2	49.5	56.3	59.8	76.6	76.6	その他地区	49.5	オフィス街地区
576 菓子・パン小売業	39.8	40.2	39.0	38.3	43.9	40.7	43.9	工業地区	38.3	住宅地区
577 米穀類小売業	38.5	38.7	38.3	38.7	38.5	37.6	38.7	住宅地区	37.6	その他地区
579 その他の飲食料品小売業	79.5	75.9	75.8	87.1	101.5	70.0	101.5	工業地区	70.0	その他地区
58 自動車・自転車小売業	106.6	90.3	99.3	109.8	163.5	98.0	163.5	工業地区	90.3	商業集積地区
581 自動車小売業	137.4	126.0	131.9	138.3	190.3	120.0	190.3	工業地区	120.0	その他地区
582 自転車小売業	53.5	54.0	55.7	55.8	55.6	45.0	55.8	住宅地区	45.0	その他地区
59 家具・じゅう器・機械器具小売業	185.9	179.3	167.0	175.4	415.5	163.7	415.5	工業地区	163.7	その他地区
591 家具・建具・畳小売業	409.2	366.4	356.0	407.5	814.0	408.1	814.0	工業地区	356.0	オフィス街地区
592 機械器具小売業	124.9	137.1	121.9	111.7	271.5	87.1	271.5	工業地区	87.1	その他地区
599 その他のじゅう器小売業	167.7	137.2	110.5	194.1	376.2	195.8	376.2	工業地区	110.5	オフィス街地区
60 その他の小売業	106.3	93.7	79.4	110.2	194.7	124.5	194.7	工業地区	79.4	オフィス街地区
601 医薬品・化粧品小売業	80.0	73.1	61.9	86.1	120.1	90.2	120.1	工業地区	61.9	オフィス街地区
602 農耕用品小売業	129.6	99.0	91.0	134.6	228.0	135.4	228.0	工業地区	91.0	オフィス街地区
603 燃料小売業	57.2	56.0	50.4	53.4	67.9	63.0	67.9	工業地区	50.4	オフィス街地区
604 書籍・文房具小売業	129.3	132.3	107.3	125.1	199.5	119.0	199.5	工業地区	107.3	オフィス街地区
605 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	158.1	156.1	134.2	155.5	277.0	136.9	277.0	工業地区	134.2	オフィス街地区
606 写真機・写真材料小売業	64.4	60.0	61.7	78.4	79.5	48.5	79.5	工業地区	48.5	その他地区
607 時計・眼鏡・光学機械小売業	71.4	69.2	66.2	78.9	112.4	57.5	112.4	工業地区	57.5	その他地区
609 他に分類されない小売業	112.9	86.8	70.8	120.3	230.8	148.4	230.8	工業地区	70.8	オフィス街地区

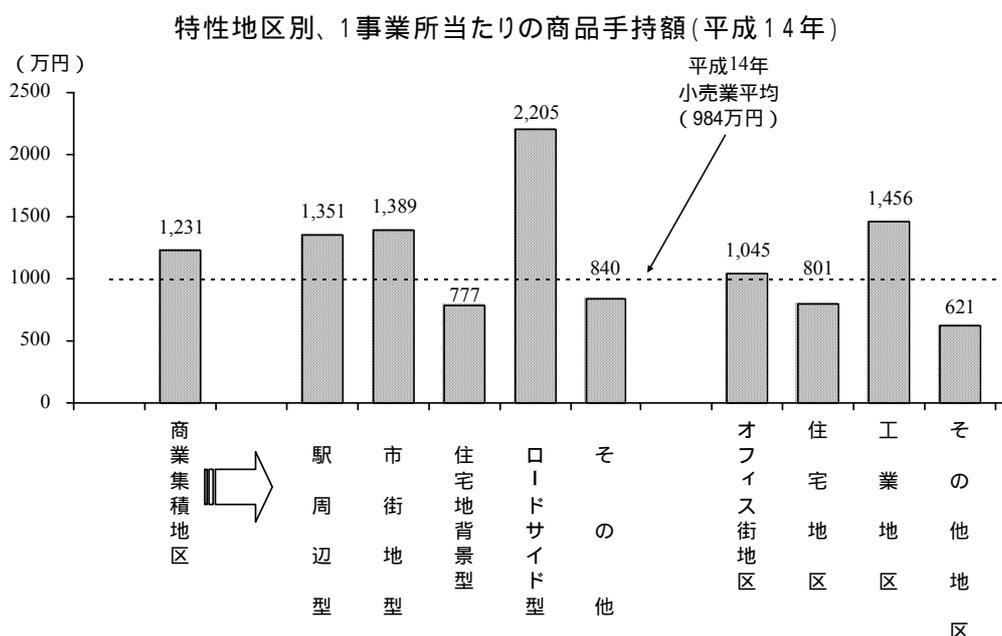
5. 商品手持額

～ 商品回転率が高いのは、工業地区、住宅地区、その他地区 ～

(1) 立地環境特性地区別の商品手持額

平成14年調査における小売業の商品手持額は、12兆7951億円、1事業所当たりの商品手持額は984万円であった。

1事業所当たりの商品手持額を特性地区別にみると、工業地区が1456万円、商業集積地区が1231万円、オフィス街地区が1045万円となっている。商業集積地区の内訳ではロードサイド型が2205万円と最も多いが、これは、売場面積が広く品揃えが豊富なことや、ホームセンターや電気機械器具小売業など、比較的高単価の商品を扱っているためと考えられる。



(2) 立地環境特性地区別の商品回転率

特性地区別商品手持額(構成比)、1事業所当たり商品手持額及び商品回転率(平成14年)

平成14年調査における小売業の商品回転率(年間商品販売額/商品手持額)は、10.6回(1回転期間34日)対平成9年(注)差0.5回の増加で、昭和33年(商品回転率8.6回、1回転期間42日)の調査以降、最も高くなっている。

(注)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。

特性地区別にみると、工業地区(商品回転率12.7回)、住宅地区(同12.2回)、その他地区(11.4回)ではコンビニエンスストアの割合が高いことや各種食料品小売業など生鮮食料品を扱う事業所が多く、小売平均を上回る商品回転率となっている。一方、商業集積地区の商品回転率は9.2回と5地区の中で最も低いが、これは衣料品などを扱う専門店や中心店が多いためと考えられる。

特性地区別	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)
商業集積地区	6,163,000	48.2	1,231	9.2
駅周辺型	2,338,205	18.3	1,351	9.8
市街地型	1,686,598	13.2	1,389	7.7
住宅地背景型	1,185,419	9.3	777	10.2
ロードサイド型	811,319	6.3	2,205	8.9
その他	141,459	1.1	840	8.7
オフィス街地区	990,266	7.7	1,045	10.6
住宅地区	3,177,977	24.8	801	12.2
工業地区	958,918	7.5	1,456	12.7
その他地区	1,504,977	11.8	621	11.4

6. 単位当たりの年間商品販売額

～ 1事業所当たりの年間商品販売額が高いのは、工業地区、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が高いのは、オフィス街地区 ～

(1) 立地環境特性地区別にみた単位当たりの年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額は、工業地区が1億8474万円と最も高く、次いで商業集積地区が1億1297万円、オフィス街地区が1億1085万円の順で、住宅地区、その他地区は1億円未満となっている。

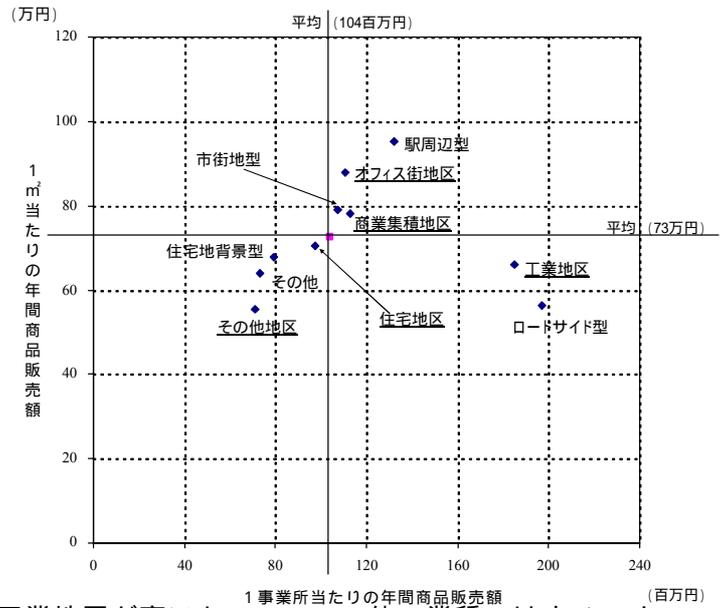
業種別にみると、百貨店や総合スーパーなどの各種商品小売業は、商業集積地区での1事業所当たり年間商品販売額が最も高いが、この他の業種では全て工業地区に立地する事業所が最も高くなっている。

売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、オフィス街地区が88万円、次いで商業集積地区が78万円とこの2地区では小売業平均を上回っている。

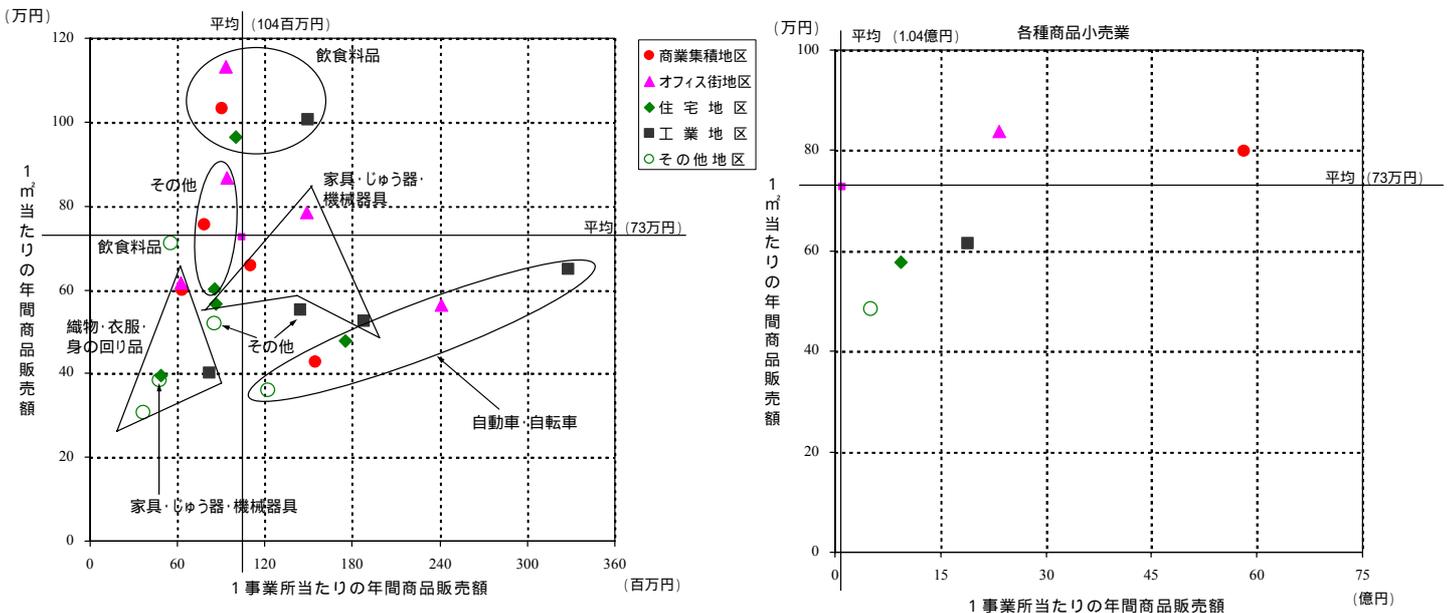
業種別にみると、自動車・自転車小売業は工業地区が高いものの、この他の業種ではすべてオフィス街地区に立地する事業所が最も高くなっている。

商業集積地区の内訳をみると、1事業所当たりの年間商品販売額が高いのはロードサイド型、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が高いのは駅周辺型となっている。

特性地区別の1事業所当たり年間商品販売額及び
売場面積1㎡当たり年間商品販売額(平成14年)



特性地区別、業種別の1事業所当たり年間商品販売額及び
売場面積1㎡当たり年間商品販売額(平成14年)



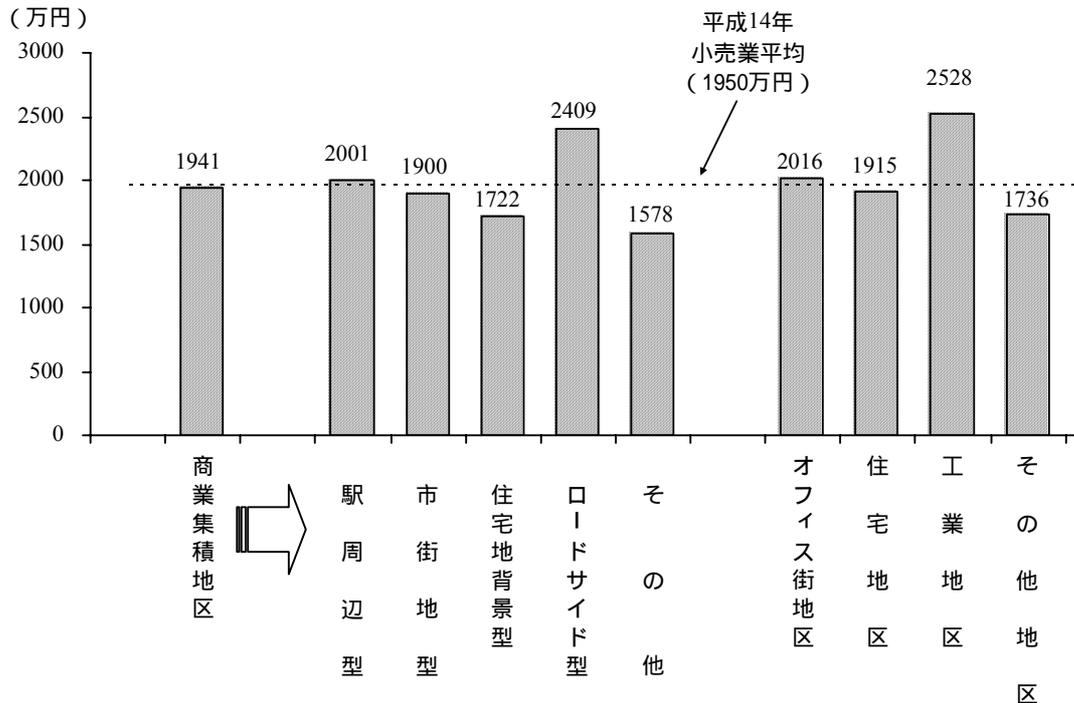
特性区分別、小分類業種別の1事業所当たり年間商品販売額(平成14年)

業種(小分類業種別)	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)										
	小売業平均	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
30 小売業計	10,393	11,297	13,230	10,749	7,950	19,700	7,312	11,085	9,759	18,474	7,093
55 各種商品小売業	346,651	581,385	753,091	710,058	291,102	441,763	189,982	233,756	93,440	188,387	50,511
551 百貨店・総合スーパー その他の各種商品小売業(従業者が常時50人未満のもの)	834,582	941,303	1,156,971	1,188,570	584,200	582,481	512,331	859,251	433,267	498,614	346,666
559 時50人未満のもの	12,813	13,694	13,468	14,221	14,159	15,700	5,783	17,027	13,223	18,205	8,009
56 繊維・衣服・身の回り品小売業	5,904	6,355	7,352	5,942	4,305	9,151	4,433	6,234	4,858	8,197	3,674
561 呉服・服地・寝具小売業	4,639	5,399	6,415	5,855	3,498	8,468	3,210	7,391	3,348	4,851	2,462
562 男子服小売業	5,976	5,986	6,661	5,518	3,969	10,438	4,688	6,123	5,780	8,881	4,370
563 婦人・子供服小売業	5,936	6,694	7,902	6,054	5,006	7,509	4,581	4,420	4,105	7,299	3,849
564 靴・履物小売業	4,857	4,938	5,471	4,947	2,772	9,259	3,798	3,863	4,832	6,637	4,093
569 その他の繊維・衣服・身の回り品小売業	7,382	7,033	7,596	6,535	4,373	12,732	5,060	9,816	8,002	13,591	4,298
57 飲食料品小売業	8,835	9,038	10,113	7,330	8,254	14,409	7,355	9,357	9,976	14,970	5,553
571 各種食料品小売業	41,619	63,177	79,635	50,503	54,502	95,759	29,799	51,298	48,121	77,026	15,650
572 酒小売業	5,813	6,988	7,241	6,925	6,245	12,251	5,396	7,863	6,930	9,029	2,975
573 食肉小売業	4,498	4,946	6,150	4,950	3,733	7,733	3,761	5,632	3,747	6,805	3,356
574 鮮魚小売業	4,233	5,543	7,304	5,336	3,940	9,356	4,962	4,441	3,496	5,695	2,718
575 野菜・果実小売業	4,084	4,597	5,507	4,299	3,964	5,898	3,543	3,678	3,452	5,347	3,755
576 菓子・パン小売業	2,824	3,422	4,107	3,276	2,346	4,183	4,626	3,157	2,344	3,302	1,784
577 米穀類小売業	3,231	3,152	3,393	2,868	3,120	3,458	3,087	3,671	3,032	5,392	2,901
579 その他の飲食料品小売業	8,416	8,199	9,186	7,026	7,663	9,809	7,040	10,253	9,218	13,600	5,983
58 自動車・自転車小売業	18,204	15,499	11,213	11,905	13,659	30,058	7,457	24,087	17,549	32,843	12,213
581 自動車小売業	21,287	21,259	17,637	17,682	18,955	32,545	9,756	30,417	20,456	34,746	13,396
582 自転車小売業	1,041	1,112	1,267	1,074	1,021	1,469	577	1,276	1,122	1,322	458
59 家具・じゅう器・機械器具小売業	9,843	11,046	16,318	8,866	6,170	23,919	6,215	14,900	8,633	18,836	4,792
591 家具・建具・畳小売業	6,403	6,969	8,615	6,528	4,437	14,257	8,888	13,750	5,584	12,464	3,001
592 機械器具小売業	13,624	17,482	27,324	14,064	8,638	34,398	5,620	19,061	10,621	24,687	6,037
599 その他のじゅう器小売業	6,066	4,631	4,567	4,199	3,595	13,448	4,399	6,294	7,462	14,935	5,644
60 その他の小売業	8,662	7,888	8,276	7,802	6,399	13,038	6,606	9,387	8,517	14,467	8,559
601 医薬品・化粧品小売業	7,797	7,854	9,240	7,238	6,205	11,058	6,537	9,133	7,777	9,373	6,172
602 農耕用品小売業	12,060	9,836	8,955	8,868	9,418	13,792	13,614	9,972	11,429	21,751	12,618
603 燃料小売業	17,062	15,556	14,218	14,731	15,382	21,275	12,328	18,681	17,742	24,774	14,798
604 書籍・文房具小売業	8,149	9,073	10,702	10,374	6,281	11,212	5,586	11,337	7,563	9,087	4,544
605 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	9,016	9,977	11,273	9,239	6,621	16,196	7,668	9,124	7,804	12,837	5,735
606 写真機・写真材料小売業	6,380	7,301	6,835	12,179	3,425	6,823	4,078	6,346	5,066	6,861	2,446
607 時計・眼鏡・光学機械小売業	4,823	5,180	5,735	6,274	2,890	6,431	2,665	5,312	4,000	5,670	2,527
609 他に分類されない小売業	5,741	5,554	5,445	5,556	4,113	12,535	5,139	6,511	5,468	10,503	4,892

就業者1人当たり(注)の年間商品販売額をみると、工業地区が2528万円、オフィス街地区が2016万円と、この2地区では小売業平均(1950万円)を上回っている。商業集積地区の内訳では、ロードサイド型が2409万円と最も多く、次いで駅周辺型が2001万円、市街地型が1900万円であった。

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

特性地区別、就業者1人当たりの年間商品販売額(平成14年)



7. 来客用駐車場

～ 駐車場を有する事業所の1事業所当たり年間商品販売額は、
無い事業所に比べ商業集積地区で2.8倍、商業集積地区以外で2倍 ～

(1) 立地環境特性地区別にみた来客用駐車場有無別事業所数

平成14年調査における小売事業所のうち、来客用駐車場（以下、「駐車場」という）を有する事業所数は68万5千事業所、駐車場を有する割合は52.7%であった。

駐車場の有する割合は、商業集積地区（駐車場を有する割合48.0%）より、郊外などに立地が多い商業集積地区以外（同55.6%）で高くなっている。

特性地区別にみると、駐車場を有する割合が高いのは其他地区（同61.6%）、工業地区（同58.8%）、住宅地区（同55.5%）の順で、いずれも5割を超えている。一方、オフィス街地区は3割台と低い。これは、交通の利便性が高いことや用地の確保が難しいためと考えられる。

商業集積地区の内訳では、国道沿いなどに立地するロードサイド型が群を抜いて高く、8割の事業所で駐車場を有している。このうち、専用駐車場を保有する事業所の構成比は51.5%、共用駐車場のみは同48.5%で、駅周辺型（駐車場に占める共用駐車場の割合50.7%）に次いで共用駐車場を有する事業所の割合が高くなっている。

(2) 立地環境特性地区別にみた専用駐車場の1事業所当たり収容台数

専用駐車場について1事業所当たりの収容台数をみると、商業集積地区は18.1台、商業集積地区以外は12.6台であった。このうち、駐車場の保有率が高いロードサイド型の商業集積地区では、1事業所当たりの収容台数においても54.8台と小売業平均の4倍近い台数となっており、他の地区に比べ圧倒的に多い。

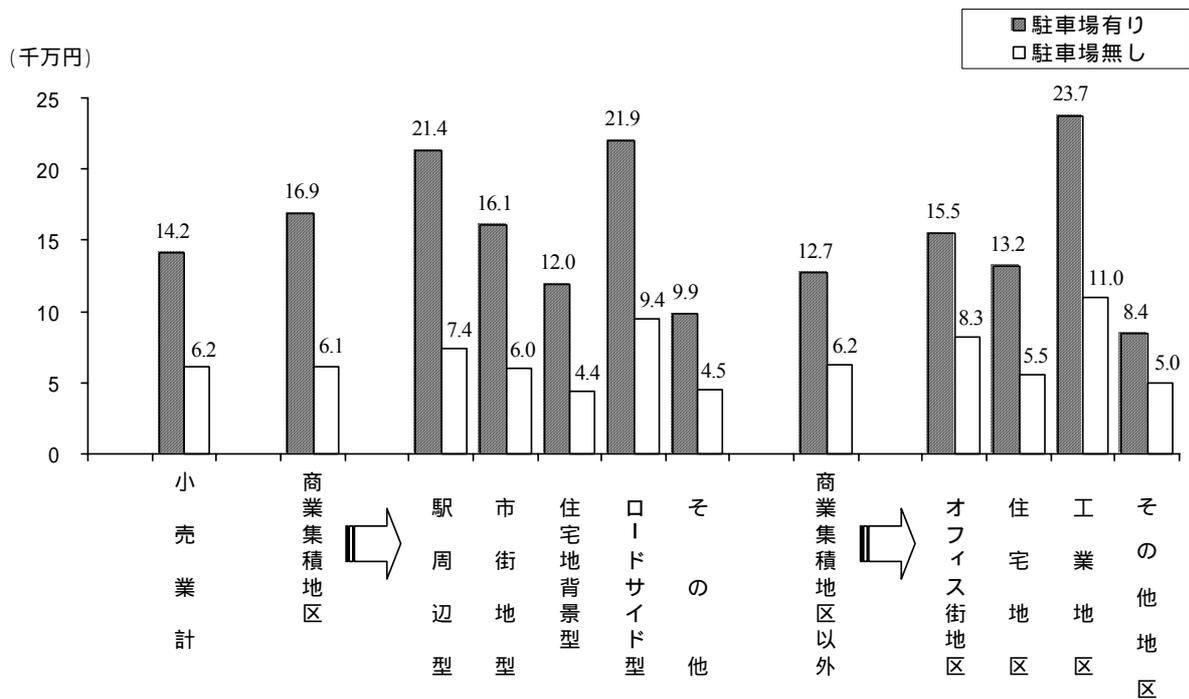
特性地区別、来客用駐車場有無別の事業所数及び1事業所当たりの専用駐車場収容台数(平成14年)

特性地区別	事業所数										専用駐車場 1事業所 当たりの 収容台数 (台)
	合計		来客用駐車場を 有する事業所		専用駐車場を 有する事業所		共用駐車場のみ 有する事業所		来客用駐車場の 無い事業所		
		割合(%)		割合(%)		割合(%)		割合(%)		割合(%)	
小 売 業 計	1,300,057	100.0	685,207	52.7	546,227	42.0	138,980	10.7	614,850	47.3	14.1
商業集積地区	500,599	100.0	240,461	48.0	149,457	29.9	91,004	18.2	260,138	52.0	18.1
駅周辺型	173,065	100.0	72,042	41.6	35,524	20.5	36,518	21.1	101,023	58.4	16.4
市街地型	121,437	100.0	57,393	47.3	37,137	30.6	20,256	16.7	64,044	52.7	12.5
住宅地背景型	152,466	100.0	72,024	47.2	55,050	36.1	16,974	11.1	80,442	52.8	13.0
ロードサイド型	36,793	100.0	30,196	82.1	15,550	42.3	14,646	39.8	6,597	17.9	54.8
その他	16,838	100.0	8,806	52.3	6,196	36.8	2,610	15.5	8,032	47.7	14.7
商業集積地区以外	799,458	100.0	444,746	55.6	396,770	49.6	47,976	6.0	354,712	44.4	12.6
オフィス街地区	94,752	100.0	36,810	38.8	30,870	32.6	5,940	6.3	57,942	61.2	9.8
住宅地区	396,696	100.0	220,109	55.5	195,403	49.3	24,706	6.2	176,587	44.5	12.2
工業地区	65,853	100.0	38,718	58.8	33,117	50.3	5,601	8.5	27,135	41.2	19.8
その他地区	242,157	100.0	149,109	61.6	137,380	56.7	11,729	4.8	93,048	38.4	12.0

(3) 立地環境特性地区別にみた駐車場有無別の1事業所当たり年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額をみると、駐車場を有する事業所は無い事業所に比べ、商業集積地区で2.8倍、商業集積地区以外でも2.0倍となっている。特性地区別にみると、いずれも駐車場を保有する事業所が無い事業所を上回っており、なかでも、駅周辺型の商業集積地区では2.9倍と開きが大きい。

特性地区別、来客用駐車場有無別にみた1事業所当たり年間商品販売額の比較(平成14年)



特性地区別、来客用駐車場有無別の1事業所当たり年間商品販売額(平成14年)

特性地区別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)				
	合計	来客用 駐車場を 有する 事業所	専用 駐車場を 有する 事業所	共用 駐車場のみ 有する 事業所	来客用 駐車場の 無い 事業所
小売業計	10,393	14,172	14,656	12,269	6,181
商業集積地区	11,297	16,931	19,194	13,214	6,089
駅周辺型	13,230	21,351	26,446	16,395	7,439
市街地型	10,749	16,069	17,664	13,144	5,983
住宅地背景型	7,950	11,960	13,066	8,372	4,359
ロードサイド型	19,700	21,944	31,707	11,578	9,433
その他	7,312	9,855	9,830	9,915	4,523
商業集積地区以外	9,826	12,680	12,946	10,476	6,249
オフィス街地区	11,085	15,533	16,035	12,926	8,260
住宅地区	9,759	13,154	13,554	9,990	5,527
工業地区	18,474	23,697	25,225	14,662	11,021
その他地区	7,093	8,415	8,428	8,260	4,975

8. 都道府県別

～ 商業集積地区での立地割合が高いのは29県、その他地区は11県、住宅地区は7県 ～

(1) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の事業所数

商業集積地区の事業所数をみると、東京（6万5千事業所、構成比12.9%）が1割超を占め最も多く、以下、大阪（3万6千事業所、同7.3%）、神奈川（3万事業所、同6.0%）、愛知、兵庫、北海道、福岡、千葉、埼玉、京都の順となっており、これら上位10県で全国の5割強を占めている。

特性地区別、都道府県別の事業所数(平成14年上位10県)

小 売 業 計				商 業 集 積 地 区				オ フ ィ ス 街 地 区			
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成14年		順位	都道	平成14年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	1,300,057	100.0		全国計	500,599	100.0		全国計	94,752	100.0
1位	東 京	119,016	9.2	1位	東 京	64,676	12.9	1位	東 京	14,673	15.5
2位	大 阪	86,644	6.7	2位	大 阪	36,487	7.3	2位	大 阪	8,741	9.2
3位	愛 知	65,689	5.1	3位	神奈川	30,199	6.0	3位	愛 知	8,251	8.7
4位	神奈川	61,940	4.8	4位	愛 知	22,998	4.6	4位	北海道	6,098	6.4
5位	兵 庫	55,505	4.3	5位	兵 庫	22,556	4.5	5位	福 岡	5,264	5.6
6位	福 岡	53,905	4.1	6位	北海道	20,172	4.0	6位	広 島	4,215	4.4
7位	北海道	51,007	3.9	7位	福 岡	20,118	4.0	7位	京 都	3,652	3.9
8位	埼 玉	49,539	3.8	8位	千 葉	18,778	3.8	8位	静 岡	3,578	3.8
9位	千 葉	44,887	3.5	9位	埼 玉	17,794	3.6	9位	神奈川	3,358	3.5
10位	静 岡	41,877	3.2	10位	京 都	12,665	2.5	10位	兵 庫	3,308	3.5
	上位10県計	630,009	48.5		上位10県計	266,443	53.2		上位10県計	61,138	64.5

住 宅 地 区				工 業 地 区				そ の 他 地 区			
順位	都道	平成14年		順位	都道	平成14年		順位	都道	平成14年	
	府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)		府県	事業所数	構成比(%)
	全国計	396,696	100.0		全国計	65,853	100.0		全国計	242,157	100.0
1位	大 阪	33,027	8.3	1位	東 京	6,973	10.6	1位	茨 城	9,909	4.1
2位	東 京	31,114	7.8	2位	大 阪	6,425	9.8	2位	静 岡	9,292	3.8
3位	神奈川	23,060	5.8	3位	愛 知	5,205	7.9	3位	新 潟	8,662	3.6
4位	愛 知	21,547	5.4	4位	北海道	3,260	5.0	4位	鹿 児 島	8,363	3.5
5位	埼 玉	20,569	5.2	5位	神奈川	2,563	3.9	5位	千 葉	8,316	3.4
6位	兵 庫	20,191	5.1	6位	京 都	2,544	3.9	6位	福 岡	8,201	3.4
7位	福 岡	17,793	4.5	7位	静 岡	2,542	3.9	7位	埼 玉	7,888	3.3
8位	北海道	16,042	4.0	8位	福 岡	2,529	3.8	8位	愛 知	7,688	3.2
9位	千 葉	15,529	3.9	9位	兵 庫	2,318	3.5	9位	熊 本	7,530	3.1
10位	静 岡	14,016	3.5	10位	埼 玉	2,000	3.0	10位	兵 庫	7,132	2.9
	上位10県計	212,888	53.7		上位10県計	36,359	55.2		上位10県計	82,981	34.3

オフィス街地区では、東京（1万5千事業所、構成比15.5%）が1割強を占め最も多く、次いで大阪（9千事業所、同9.2%）、愛知（8千事業所、同8.7%）、北海道、福岡、広島、京都、静岡、神奈川、兵庫の順となっており、これら上位10県でオフィス街に立地する事業所の65%を占めている。上位10県が占める割合が高いことについては、大都市に企業のオフィスが集中していることが背景としてあげられる。

住宅地区の事業所が多い県は、大阪（3万3千事業所、構成比8.3%）、東京（3万1千事業所、同7.8%）、神奈川（2万3千事業所、同5.8%）、愛知、埼玉、兵庫、福岡、北海道、千葉、静岡の順で、これら上位10県で全国の5割強を占めている。

工業地区の事業所が多い県は、東京（7千事業所、構成比10.6%）、大阪（6千事業所、同9.8%）、愛知（5千事業所、同7.9%）、北海道、神奈川、京都、静岡、福岡、兵庫、埼玉の順で、これら

上位10県で全国の55%を占めている。

その他地区の事業所が多い県は、茨城(1万事業所、構成比4.1%)、静岡(9千事業所、同3.8%)、新潟(9千事業所、同3.6%)、鹿児島、千葉、福岡、埼玉、愛知、熊本、兵庫の順となっている。

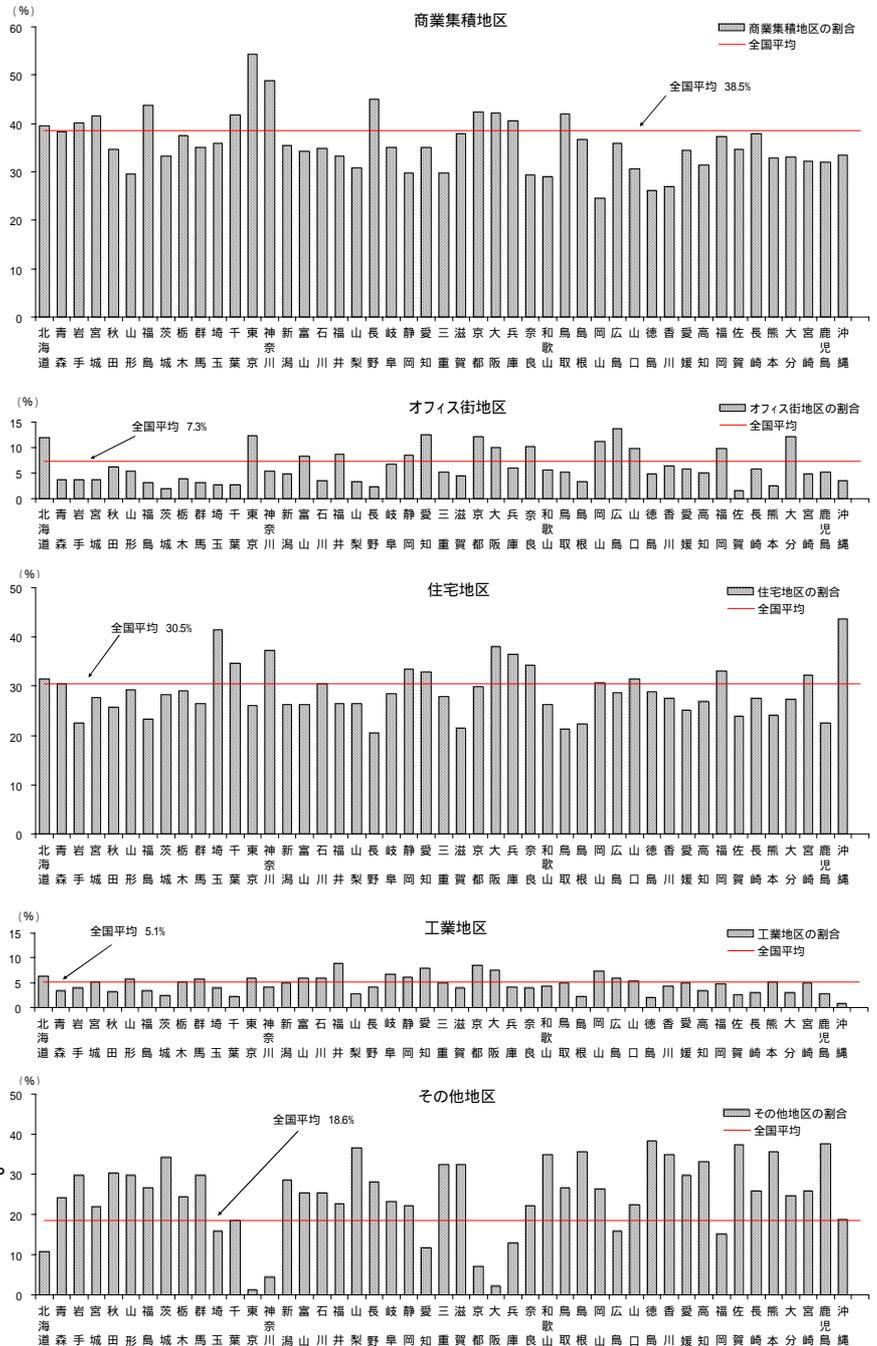
特性地区別、都道府県別の事業所数の構成比(平成14年)
(各都道府県 = 100.0)

都道府県別、特性地区別に事業所の構成比(各都道府県 = 100.0)をみると、商業集積地区の立地割合が最も高い県は、東京(小売事業所に占める割合54.3%)、神奈川(同48.8%)、長野(同45.0%)、福島(同43.8%)、京都(同42.3%)など29県で、なかでも東京では半数以上の事業所が商業集積地区に立地している。また、商業集積地区の立地割合が高い県のうち、東京、神奈川、長野では駅周辺型の商業集積地での立地が多いが、全国でみると、商業集積地区内では市街地型の割合が最も高い県が22県と、5割近くを占めている。

オフィス街地区での立地割合は、広島(同13.6%)、愛知(同12.6%)、東京(同12.3%)、京都(同12.2%)、大分(同12.1%)などで高く、佐賀(同1.5%)、茨城(同1.9%)、長野(同2.2%)、熊本(同2.4%)、埼玉(同2.6%)、千葉(同2.8%)などでは3%未満と低い。また、東北や東京を除く関東で全国平均を下回る県が多くなっている。

住宅地区での立地割合は、沖縄(同43.5%)、埼玉(同41.5%)、大阪(同38.1%)、神奈川(同37.2%)、兵庫(同36.4%)などで高く、17県で3割以上を占めている。また、沖縄、埼玉、奈良、静岡、宮崎、山口、岡山の7県では、住宅地区の立地割合が最も高く、なかでも沖縄、埼玉では4割強の事業所が住宅地区に立地している。

工業地区での立地割合は、福井(同9.0%)、京都(同8.5%)、愛知(同7.9%)、大阪(同7.4%)、岡山(同7.2%)などで高く、沖縄(同0.8%)、徳島(同2.0%)、島根(同2.3%)、千葉(同



2.3%)、茨城(同2.4%)などでは2%台と低い。

その他地区での立地割合は、徳島(同38.3%)、鹿児島(同37.4%)、佐賀(同37.3%)、山梨(同36.6%)、熊本(同35.6%)などで高く、13県で3割を超えている。このうち、徳島、鹿児島、佐賀、山梨、熊本など11県では、その他地区での立地割合が最も高い。一方、東京(同1.3%)、大阪(同2.3%)、神奈川(同4.5%)、京都(同7.0%)では1割未満の低い割合となっている。

都道府県別、特性地区別事業所数の構成比(平成14年)

都道府県	事業所数の構成比 (%) (各都道府県 = 100.0)											
	小売業計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	商業集積地区以外	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
全国計	100.0	38.5	13.3	9.3	11.7	2.8	1.3	61.5	7.3	30.5	5.1	18.6
北海道	100.0	39.5	9.1	12.6	12.8	3.4	1.7	60.5	12.0	31.5	6.4	10.7
青森	100.0	38.3	8.1	11.6	15.9	2.4	0.4	61.7	3.6	30.5	3.4	24.3
岩手	100.0	40.1	8.2	17.0	10.9	2.1	2.0	59.9	3.7	22.5	3.9	29.8
宮城	100.0	41.5	6.4	14.6	14.5	3.8	2.2	58.5	3.6	27.7	5.2	22.1
秋田	100.0	34.7	9.2	8.7	13.2	2.0	1.6	65.3	6.1	25.7	3.2	30.4
山形	100.0	29.5	5.3	9.7	11.7	1.5	1.3	70.5	5.5	29.4	5.8	29.9
福島	100.0	43.8	8.9	16.5	12.9	3.4	1.9	56.2	3.0	23.3	3.3	26.6
茨城	100.0	33.3	11.7	6.9	10.2	3.6	1.0	66.7	1.9	28.3	2.4	34.0
栃木	100.0	37.5	8.6	12.9	11.9	3.1	1.1	62.5	3.8	29.0	5.2	24.4
群馬	100.0	35.1	5.1	13.9	8.0	6.0	2.1	64.9	3.0	26.4	5.8	29.7
埼玉	100.0	35.9	15.8	7.4	11.1	1.4	0.2	64.1	2.6	41.5	4.0	15.9
千葉	100.0	41.8	18.8	6.1	12.6	3.0	1.3	58.2	2.8	34.6	2.3	18.5
東京	100.0	54.3	31.7	6.1	14.8	1.2	0.6	45.7	12.3	26.1	5.9	1.3
神奈川	100.0	48.8	31.2	4.6	11.7	0.6	0.7	51.2	5.4	37.2	4.1	4.5
新潟	100.0	35.4	6.8	10.9	13.2	3.9	0.7	64.6	4.8	26.2	5.0	28.6
富山	100.0	34.2	4.7	9.9	12.6	6.4	0.5	65.8	8.2	26.3	6.0	25.3
石川	100.0	34.9	4.4	9.7	14.7	3.2	2.9	65.1	3.5	30.4	6.0	25.3
福井	100.0	33.2	7.0	8.2	8.5	7.5	2.0	66.8	8.7	26.5	9.0	22.7
山梨	100.0	30.7	5.9	8.5	10.7	4.3	1.4	69.3	3.4	26.5	2.8	36.6
長野	100.0	45.0	13.2	11.3	10.6	8.3	1.6	55.0	2.2	20.5	4.2	28.0
岐阜	100.0	35.0	7.4	11.1	10.2	5.0	1.3	65.0	6.7	28.4	6.6	23.2
静岡	100.0	29.7	9.5	8.4	8.5	2.7	0.6	70.3	8.5	33.5	6.1	22.2
愛知	100.0	35.0	9.4	8.0	13.5	3.4	0.7	65.0	12.6	32.8	7.9	11.7
三重	100.0	29.7	7.0	8.3	7.7	5.2	1.5	70.3	5.1	28.0	4.9	32.3
滋賀	100.0	37.9	13.4	5.5	14.0	3.5	1.5	62.1	4.4	21.4	3.9	32.4
京都	100.0	42.3	8.7	9.4	19.9	2.6	1.7	57.7	12.2	30.0	8.5	7.0
大阪	100.0	42.1	22.9	4.7	12.9	1.4	0.1	57.9	10.1	38.1	7.4	2.3
兵庫	100.0	40.6	18.1	9.1	9.3	2.5	1.6	59.4	6.0	36.4	4.2	12.8
奈良	100.0	29.3	15.7	3.8	6.3	2.1	1.3	70.7	10.2	34.3	4.0	22.2
和歌山	100.0	29.1	8.9	10.3	6.2	2.5	1.2	70.9	5.5	26.2	4.3	34.8
鳥取	100.0	42.0	12.6	16.1	4.5	8.2	0.6	58.0	5.2	21.4	5.0	26.5
島根	100.0	36.6	7.8	14.2	11.4	1.0	2.2	63.4	3.2	22.4	2.3	35.5
岡山	100.0	24.6	5.1	7.4	8.4	1.9	1.8	75.4	11.2	30.7	7.2	26.3
広島	100.0	35.8	7.0	14.2	10.2	3.0	1.3	64.2	13.6	28.8	5.9	15.9
山口	100.0	30.7	8.5	10.6	8.9	1.9	0.8	69.3	9.9	31.6	5.3	22.5
徳島	100.0	26.1	6.4	7.8	4.3	4.7	2.9	73.9	4.7	28.8	2.0	38.3
香川	100.0	27.0	4.7	9.5	5.0	4.6	3.2	73.0	6.4	27.4	4.3	34.8
愛媛	100.0	34.5	8.2	12.5	7.9	3.1	2.9	65.5	5.8	25.1	5.0	29.6
高知	100.0	31.4	4.8	13.1	8.8	2.2	2.6	68.6	5.1	27.0	3.4	33.2
福岡	100.0	37.3	12.6	8.0	14.1	2.0	0.6	62.7	9.8	33.0	4.7	15.2
佐賀	100.0	34.7	7.3	11.4	8.7	4.8	2.4	65.3	1.5	24.0	2.6	37.3
長崎	100.0	37.9	3.9	16.1	14.3	2.0	1.6	62.1	5.7	27.6	2.9	25.9
熊本	100.0	32.8	2.3	10.6	10.2	6.1	3.6	67.2	2.4	24.2	5.1	35.6
大分	100.0	33.0	6.0	14.2	7.8	2.4	2.6	67.0	12.1	27.4	3.0	24.6
宮崎	100.0	32.2	4.6	14.1	8.1	2.6	2.8	67.8	4.7	32.2	5.0	25.8
鹿児島	100.0	32.0	2.6	13.2	8.9	2.0	5.3	68.0	5.3	22.6	2.7	37.4
沖縄	100.0	33.5	0.0	13.6	18.0	1.9	0.0	66.5	3.5	43.5	0.8	18.7

(2) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の年間商品販売額

商業集積地区の年間商品販売額をみると、東京（10兆2986億円、構成比18.2%）が10兆円超と最も多く、以下、神奈川（4兆2819億円、同7.6%）、大阪（4兆1902億円、同7.4%）、愛知、北海道、千葉、兵庫、埼玉、福岡、京都の順となっており、これら上位10県で全国の6割強を占めている。

特性地区別、都道府県別の年間商品販売額（平成14年上位10県）

小 売 業 計				商 業 集 積 地 区				オ フ ィ ス 街 地 区			
順位	都道	平成14年 年間商品販売額		順位	都道	平成14年 年間商品販売額		順位	都道	平成14年 年間商品販売額	
	府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)
	全国計	135,109,295	100.0		全国計	56,550,855	100.0		全国計	10,503,696	100.0
1位	東 京	16,746,035	12.4	1位	東 京	10,298,639	18.2	1位	東 京	1,983,078	18.9
2位	大 阪	9,649,377	7.1	2位	神 奈 川	4,281,943	7.6	2位	大 阪	1,424,853	13.6
3位	神 奈 川	8,464,265	6.3	3位	大 阪	4,190,201	7.4	3位	愛 知	898,155	8.6
4位	愛 知	8,059,876	6.0	4位	愛 知	3,100,887	5.5	4位	北 海 道	890,619	8.5
5位	北 海 道	6,676,190	4.9	5位	北 海 道	2,623,481	4.6	5位	福 岡	522,498	5.0
6位	埼 玉	6,092,936	4.5	6位	千 葉	2,494,500	4.4	6位	広 島	478,488	4.6
7位	千 葉	5,687,153	4.2	7位	兵 庫	2,393,660	4.2	7位	神 奈 川	408,542	3.9
8位	兵 庫	5,506,284	4.1	8位	埼 玉	2,196,616	3.9	8位	兵 庫	311,033	3.0
9位	福 岡	5,222,772	3.9	9位	福 岡	1,990,533	3.5	9位	京 都	302,700	2.9
10位	静 岡	4,084,491	3.0	10位	京 都	1,475,699	2.6	10位	静 岡	247,361	2.4
上位10県計		76,189,379	56.4	上位10県計		35,046,159	62.0	上位10県計		7,467,327	71.1

住 宅 地 区				工 業 地 区				そ の 他 地 区			
順位	都道	平成14年 年間商品販売額		順位	都道	平成14年 年間商品販売額		順位	都道	平成14年 年間商品販売額	
	府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)		府県	(百万円)	構成比(%)
	全国計	38,712,739	100.0		全国計	12,165,596	100.0		全国計	17,176,408	100.0
1位	東 京	3,283,007	8.5	1位	大 阪	1,114,244	9.2	1位	愛 知	849,149	4.9
2位	神 奈 川	2,839,738	7.3	2位	東 京	1,026,946	8.4	2位	茨 城	824,189	4.8
3位	大 阪	2,713,105	7.0	3位	愛 知	942,799	7.7	3位	埼 玉	794,214	4.6
4位	埼 玉	2,555,319	6.6	4位	北 海 道	737,591	6.1	4位	千 葉	757,343	4.4
5位	愛 知	2,268,887	5.9	5位	神 奈 川	673,623	5.5	5位	静 岡	745,122	4.3
6位	北 海 道	1,954,763	5.0	6位	福 岡	524,244	4.3	6位	群 馬	609,388	3.5
7位	千 葉	1,874,528	4.8	7位	静 岡	464,204	3.8	7位	長 野	608,425	3.5
8位	兵 庫	1,857,206	4.8	8位	兵 庫	435,586	3.6	8位	福 岡	573,779	3.3
9位	福 岡	1,611,719	4.2	9位	埼 玉	399,277	3.3	9位	新 潟	569,829	3.3
10位	静 岡	1,369,556	3.5	10位	京 都	376,803	3.1	10位	兵 庫	508,799	3.0
上位10県計		22,327,828	57.7	上位10県計		6,695,317	55.0	上位10県計		6,840,237	39.8

オフィス街地区の年間商品販売額が多いのは、東京（1兆9831億円、同18.9%）、大阪（1兆4249億円、同13.6%）で、この2県はそれぞれ1兆円を超えている。以下、愛知（8982億円、同8.6%）、北海道、福岡、広島、神奈川、兵庫、京都、静岡の順で、これら上位10県でオフィス街の年間商品販売額の7割超を占めている。

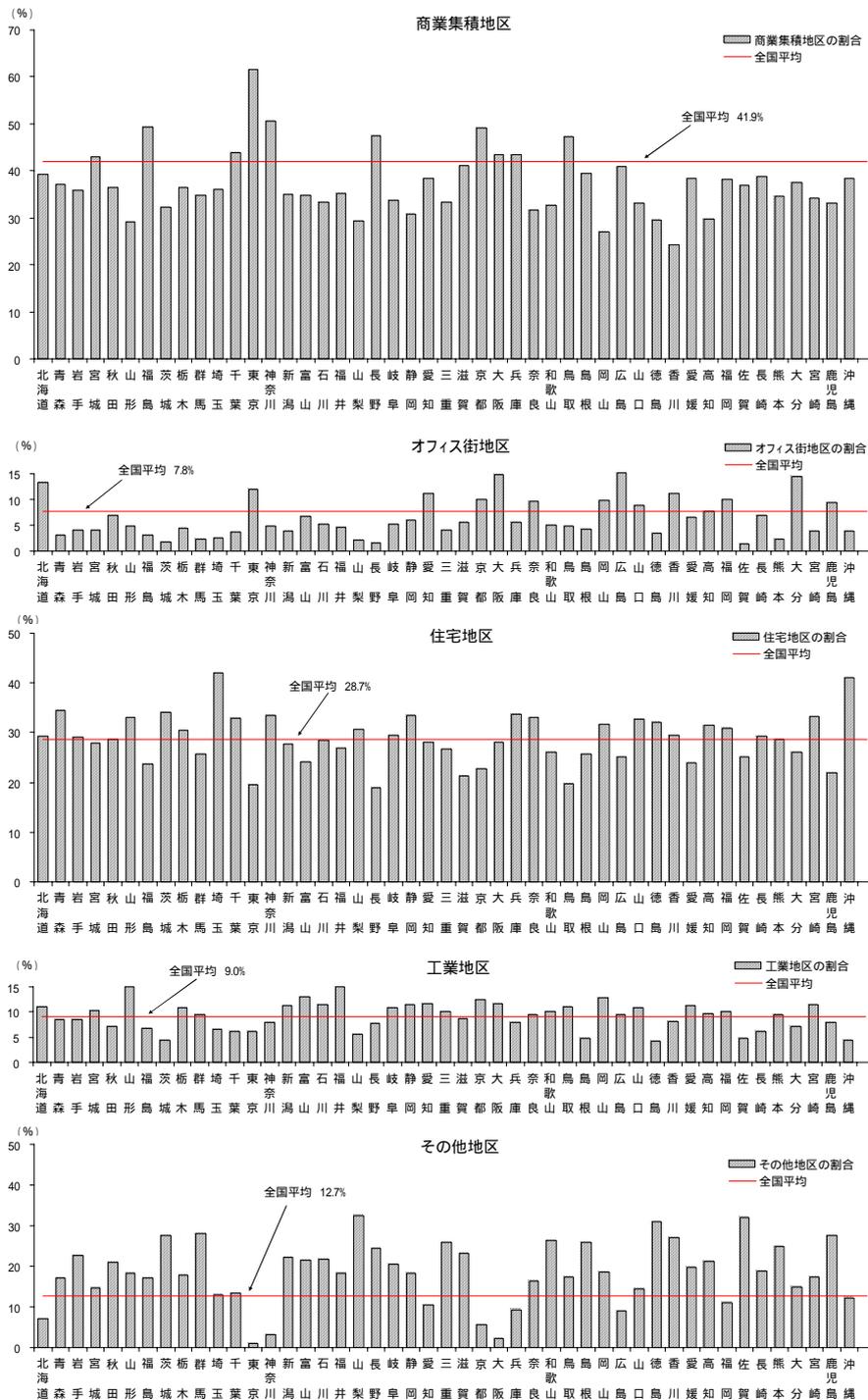
住宅地区の年間商品販売額は、東京（3兆2830億円、同8.5%）、神奈川（2兆8397億円、同7.3%）、大阪（2兆7131億円、構成比7.0%）、埼玉、愛知、北海道、千葉、兵庫、福岡、静岡の順に多く、これら上位10県で全国の6割近くを占めている。

工業地区の年間商品販売額は、大阪（1兆1142億円、構成比9.2%）、東京（1兆269億円、同8.4%）、愛知（9428億円、同7.7%）、北海道、神奈川、福岡、静岡、兵庫、埼玉、京都の順に多く、これら上位10県で全国の55%を占めている。

その他地区の年間商品販売額は、愛知（8491億円、構成比4.9%）、茨城（8242億円、同4.8%）、埼玉（7942億円、同4.6%）、千葉、静岡、群馬、長野、福岡、新潟、兵庫の順に多く、これら上位10県で全国の4割近くを占めている。

都道府県別、特性地区別に年間商品販売額の構成比（各都道府県 = 100.0）をみると、商業集積地区の販売額割合が最も高いのは、東京（小売販売額に占める割合 61.5%）、神奈川（同 50.6%）、福島（同 49.3%）、京都（同 49.1%）、長野（同 47.4%）など 36 県、住宅地区の販売額割合が最も高いのは、埼玉（同 41.9%）、沖縄（同 41.1%）、茨城（同 34.1%）、静岡（同 33.5%）など 10 県、その他地区の販売額割合が最も高いのは、山梨（同 32.5%）となっている。

特性地区別、都道府県別年間商品販売額の構成比（平成 14 年）
（各都道府県 = 100.0）



商業集積地区の内訳では、市街地型の販売額割合が最も高いのは、広島（同 19.4%）、長崎（同 17.9%）、大分（同 16.7%）、岩手（同 15.5%）、島根（同 15.0%）、高知（同 15.0%）など

16県、駅周辺型の販売額割合が最も高いのは、東京（同42.0%）、神奈川（同37.4%）、大阪（同25.1%）、千葉（同21.4%）、兵庫（同19.0%）など13県、住宅地背景型の販売額割合が最も高いのは、沖縄（同18.4%）、京都（同16.5%）、青森（同15.8%）、福島（同15.5%）など9県、ロードサイド型の販売額割合が最も高いのは、鳥取（同19.5%）、福井（同17.3%）、長野（同17.3%）、富山（同14.9%）、三重（同13.5%）など9県であった。

都道府県別、特性地区別年間商品販売額の構成比(平成14年)

都道府県	年間商品販売額の構成比 (%) (各都道府県 = 100.0)											
	小売業計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	商業集積地区以外	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
全国計	100.0	41.9	16.9	9.7	9.0	5.4	0.9	58.1	7.8	28.7	9.0	12.7
北海道	100.0	39.3	8.9	12.5	11.5	4.9	1.6	60.7	13.3	29.3	11.0	7.0
青森	100.0	37.1	5.8	10.4	15.8	4.9	0.2	62.9	3.0	34.4	8.4	17.0
岩手	100.0	35.8	6.3	15.5	8.1	4.5	1.4	64.2	4.0	29.1	8.4	22.7
宮城	100.0	43.0	10.2	14.5	9.2	8.1	1.1	57.0	4.1	27.8	10.3	14.7
秋田	100.0	36.5	8.8	9.0	10.4	7.0	1.2	63.5	6.8	28.6	7.1	21.0
山形	100.0	29.0	4.7	8.0	10.6	4.5	1.2	71.0	4.9	33.0	14.9	18.2
福島	100.0	49.3	8.7	15.4	15.5	8.8	0.9	50.7	3.1	23.8	6.8	17.0
茨城	100.0	32.3	9.9	7.2	8.1	6.5	0.6	67.7	1.6	34.1	4.3	27.6
栃木	100.0	36.4	6.5	10.7	11.9	6.5	0.8	63.6	4.4	30.5	10.8	17.9
群馬	100.0	34.7	5.0	9.6	5.6	13.2	1.3	65.3	2.3	25.6	9.5	28.0
埼玉	100.0	36.1	18.9	5.7	9.1	2.1	0.3	63.9	2.4	41.9	6.6	13.0
千葉	100.0	43.9	21.4	6.1	10.0	4.5	1.8	56.1	3.7	33.0	6.2	13.3
東京	100.0	61.5	42.0	9.9	7.6	1.4	0.6	38.5	11.8	19.6	6.1	0.9
神奈川	100.0	50.6	37.4	4.2	7.6	0.9	0.4	49.4	4.8	33.5	8.0	3.1
新潟	100.0	35.0	5.5	9.8	8.6	10.7	0.3	65.0	3.9	27.7	11.3	22.1
富山	100.0	34.8	4.7	8.8	6.3	14.9	0.1	65.2	6.7	24.1	13.1	21.4
石川	100.0	33.4	3.0	10.4	10.3	8.3	1.4	66.6	5.2	28.4	11.4	21.7
福井	100.0	35.2	6.2	5.7	4.9	17.3	1.0	64.8	4.6	26.8	15.1	18.4
山梨	100.0	29.3	6.4	6.4	8.9	6.4	1.2	70.7	2.0	30.6	5.5	32.5
長野	100.0	47.4	12.3	8.2	8.7	17.3	0.9	52.6	1.6	18.9	7.7	24.5
岐阜	100.0	33.8	6.3	7.5	8.3	10.2	1.5	66.2	5.2	29.5	10.9	20.6
静岡	100.0	30.8	10.3	6.3	7.9	5.9	0.4	69.2	6.1	33.5	11.4	18.2
愛知	100.0	38.5	9.8	10.4	11.7	6.0	0.6	61.5	11.1	28.2	11.7	10.5
三重	100.0	33.3	6.5	6.4	6.3	13.5	0.7	66.7	4.1	26.6	10.1	25.9
滋賀	100.0	41.2	15.4	5.3	11.2	8.5	0.7	58.8	5.6	21.4	8.6	23.2
京都	100.0	49.1	10.3	15.4	16.5	5.9	1.0	50.9	10.1	22.8	12.5	5.6
大阪	100.0	43.4	25.1	8.5	6.9	2.9	0.1	56.6	14.8	28.1	11.5	2.1
兵庫	100.0	43.5	19.0	10.6	7.0	5.9	1.0	56.5	5.6	33.7	7.9	9.2
奈良	100.0	31.6	17.3	5.8	4.7	3.4	0.4	68.4	9.6	33.0	9.4	16.3
和歌山	100.0	32.6	12.1	7.8	5.4	6.3	1.0	67.4	5.0	26.2	10.0	26.2
鳥取	100.0	47.3	11.0	13.1	3.4	19.5	0.4	52.7	4.7	19.7	11.0	17.2
島根	100.0	39.4	6.8	15.0	12.8	2.0	2.9	60.6	4.2	25.7	4.8	25.8
岡山	100.0	27.1	6.0	9.1	7.0	3.1	1.8	72.9	9.9	31.7	12.8	18.5
広島	100.0	40.9	5.9	19.4	9.4	5.3	1.0	59.1	15.3	25.2	9.5	9.1
山口	100.0	33.1	9.9	10.4	8.8	3.3	0.7	66.9	8.9	32.7	10.8	14.4
徳島	100.0	29.5	8.5	6.4	3.7	7.9	3.1	70.5	3.4	32.0	4.1	31.1
香川	100.0	24.3	2.4	9.4	2.9	8.5	1.2	75.7	11.1	29.5	8.1	27.0
愛媛	100.0	38.4	9.7	11.6	7.2	7.7	2.2	61.6	6.6	23.9	11.3	19.8
高知	100.0	29.8	5.4	15.0	4.8	2.9	1.7	70.2	7.7	31.5	9.8	21.2
福岡	100.0	38.1	15.9	7.6	10.0	3.9	0.7	61.9	10.0	30.9	10.0	11.0
佐賀	100.0	36.8	5.5	9.6	7.7	12.9	1.1	63.2	1.3	25.2	4.6	32.0
長崎	100.0	38.7	4.2	17.9	11.6	4.2	0.8	61.3	6.9	29.4	6.2	18.8
熊本	100.0	34.7	1.6	13.6	8.0	8.1	3.4	65.3	2.2	28.6	9.5	25.0
大分	100.0	37.6	4.6	16.7	9.1	5.9	1.3	62.4	14.3	26.1	7.0	14.9
宮崎	100.0	34.2	4.1	14.5	7.5	5.8	2.3	65.8	3.8	33.3	11.4	17.2
鹿児島	100.0	33.2	2.2	13.3	10.1	3.5	4.0	66.8	9.5	21.8	7.9	27.6
沖縄	100.0	38.3	0.0	12.3	18.4	7.6	0.0	61.7	3.9	41.1	4.4	12.2

<参考> 立地環境特性地区別にみた小売業の状況(前回比)

平成14年調査より、立地環境の特性地区の格付けを事業所単位(平成11年調査(注)までは調査区単位)に変更した。ここでは、特性地区の格付け変更があった事業所を除いて算出した前回比を用いて、特性地区別の小売業の動きをみていくこととする。

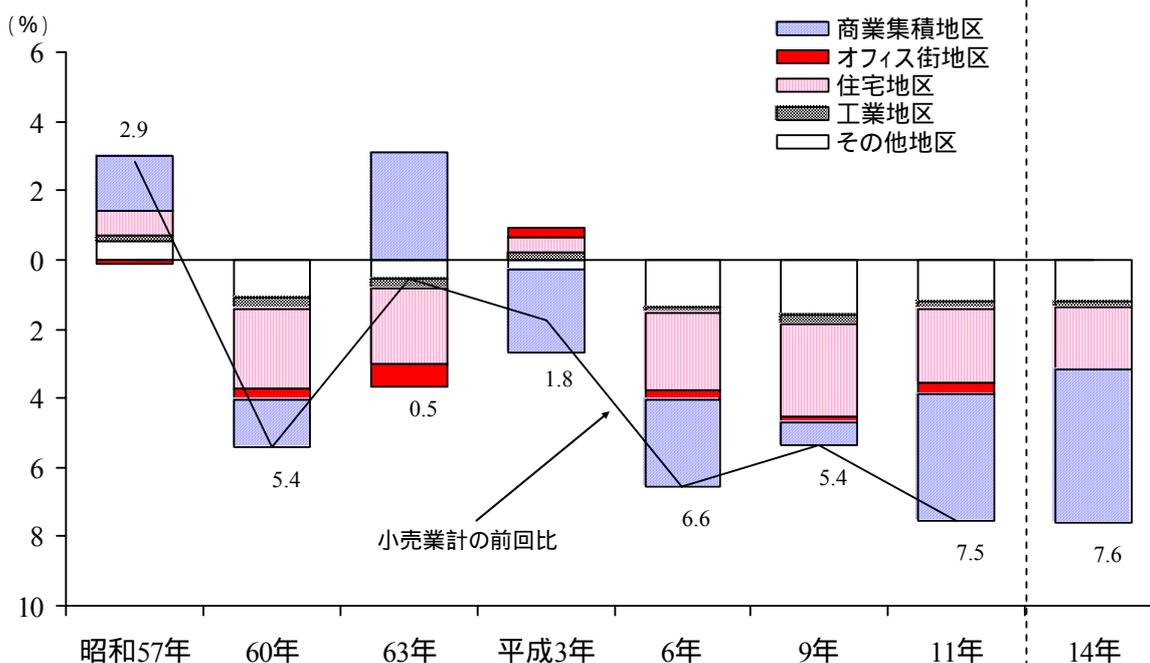
(注)平成11年調査は簡易調査のため、商業集積地区の内訳については調査していない。

(1) 事業所数

～ 引き続きすべての特性地区で減少 ～

前回比の推移をみると、小売業の事業所数は昭和60年以降、7調査連続の減少となっている。これを特性地区別にみると、平成6年以降、すべての特性地区において事業所数の減少が続いている。土地価格の低下、出店規制の緩和、中心市街地の活性化への取り組みなどを背景に、事業所の開設は進んでいるものの、小売事業所の7割近くを占める小規模事業所の減少が続いている。また、特性地区のなかでは、商業集積地区に立地する事業所の減少が大きく、平成11年、14年と小売事業所数の減少寄与の過半を占めるにいたっている。

特性地区別事業所数の前回比(伸び率寄与度)の推移



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

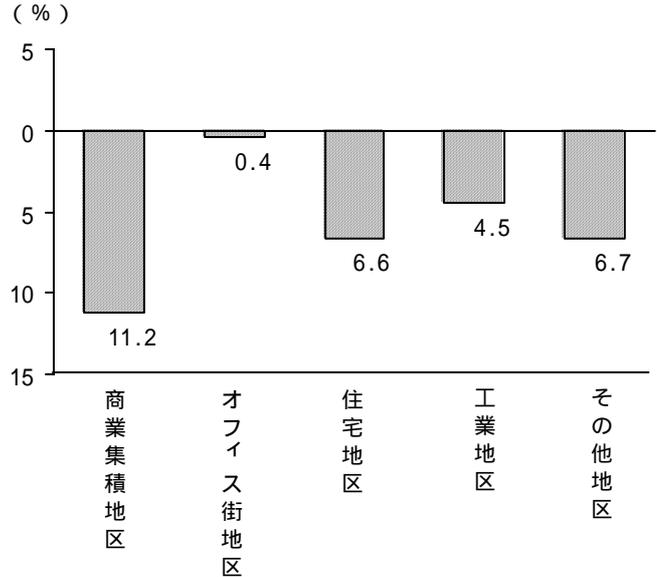
注2) 平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したため、伸び率寄与度については特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出している。

特性地区別事業所数の前回比(平成14年)

平成14年の事業所数の前回比をみると、すべての特性地区で減少しており、なかでも小売事業所数の4割近くを占める商業集積地区(前回比 11.2%減)で1割を超える大幅な減少となっている。

業種別にみると、商業集積地区(前回比 11.2%減)、住宅地区(同 6.6%減)に立地する事業所数は、いずれの業種も減少となっている。一方、オフィス街地区(同 0.4%減)では、その他の小売業(同 3.7%減)、家具・じゅう器・機械器具小売業(同 2.3%)、各種商品小売業(同 20.7%)は減少しているものの、コンビニエンスストアなどが含まれる飲食料点小売業(同 3.8%増)、自動車・自転車小売業(同 4.3%増)、織物・衣服・身の回り品小売業(同 0.4%増)では増加がみられる。

なお、各種商品小売業はいずれの地区においても2桁台の大幅減となっているが、これには、従業員が50人未満の事業所の減少が大きく寄与している。また、各種商品小売業に含まれる百貨店、総合スーパーは、商業集積地区においては減少しているものの、商業集積地区以外の地区では増加となっている。



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

特性地区別、業種別事業所数の前回比(平成14年)

特性地区別	平成14年 事業所数の前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車・自転車 小売業	59 家具・じゅう器 ・機械器具 小売業	60 その他の 小売業
商業集積地区	▲ 11.2	▲ 17.5	▲ 9.1	▲ 10.6	▲ 11.5	▲ 13.7	▲ 12.6
オフィス街地区	▲ 0.4	▲ 20.7	0.4	3.8	4.3	▲ 2.3	▲ 3.7
住宅地区	▲ 6.6	▲ 24.9	▲ 8.2	▲ 2.9	▲ 3.9	▲ 9.0	▲ 9.7
工業地区	▲ 4.5	▲ 23.0	▲ 4.2	▲ 1.0	0.2	▲ 6.3	▲ 9.3
その他地区	▲ 6.7	▲ 47.2	▲ 8.6	▲ 1.6	0.7	▲ 9.4	▲ 13.3

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

特性地区別、就業者規模別事業所数の前回比(平成14年)

就業者規模別にみると、事業所数が多い小規模事業所はすべての特性地区で減少、中規模事業所は主力の商業集積地区(前回比 8.0%減)、住宅地区(同 1.2%減)で減少となっている。一方、大規模事業所では、商業集積地区(同 2.1%減)の減少を除き、他の地区はすべて増加となっている。

特性地区別	平成14年 事業所数の前回比(%)			
	合計	小規模事業所 (4人以下)	中規模事業所 (5~49人以下)	大規模事業所 (50人以上)
商業集積地区	▲ 11.2	▲ 12.8	▲ 8.0	▲ 2.1
オフィス街地区	▲ 0.4	▲ 3.1	5.0	13.6
住宅地区	▲ 6.6	▲ 9.2	▲ 1.2	9.8
工業地区	▲ 4.5	▲ 9.6	2.1	13.5
その他地区	▲ 6.7	▲ 10.1	4.3	23.5

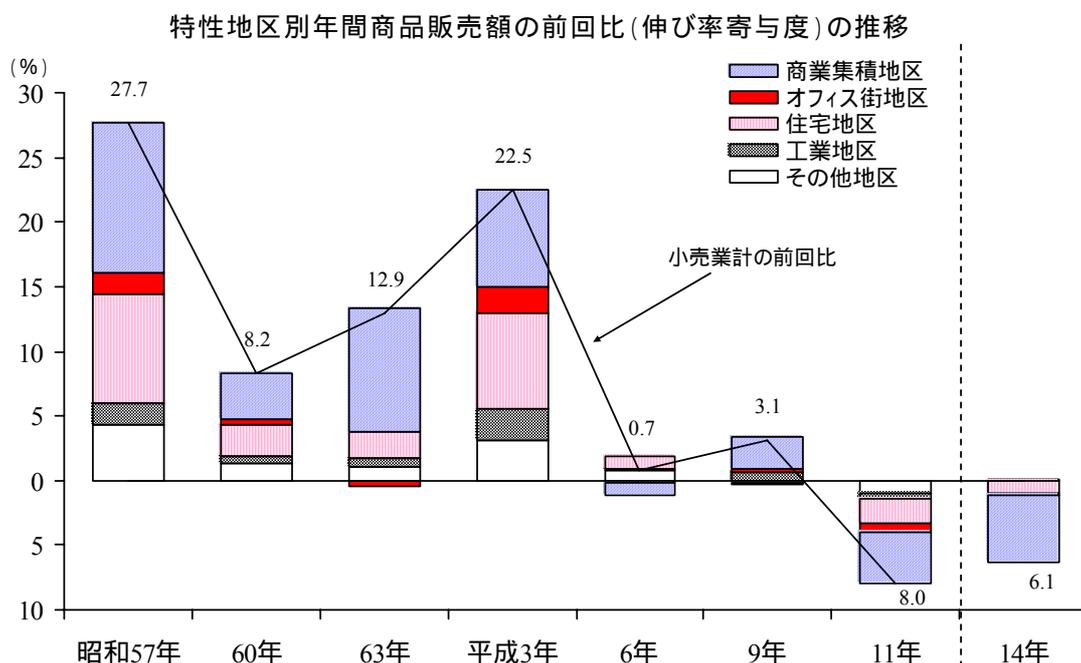
注)平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したため、前回比については特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出している。

(2) 年間商品販売額

～ 商業集積地区は1割超の大幅減 ～

前回の推移をみると、小売業全体では、年間での販売額調査開始（昭和33年）以降増加傾向が続いていたが、平成11年に初めて減少に転じ、14年も引き続き減少となった。

特性地区別にみると、事業所数の減少が続くなか、年間商品販売額は平成3年までほとんどの特性地区で増加していたが、バブル崩壊後の平成6年には商業集積地区、オフィス街地区で減少となり、小幅な増加にとどまった。平成9年には消費税率引き上げ前の駆け込み需要などもあって商業集積地区を中心に増加となったが、平成11年は全5地区で減少（昭和54年の本編刊行以来初めて）、14年は、主力の商業集積地区、住宅地区、オフィス街地区の3地区が引き続き減少となっている。年間商品販売額の減少は、事業所数と同様に商業集積地区での減少寄与が大きい。

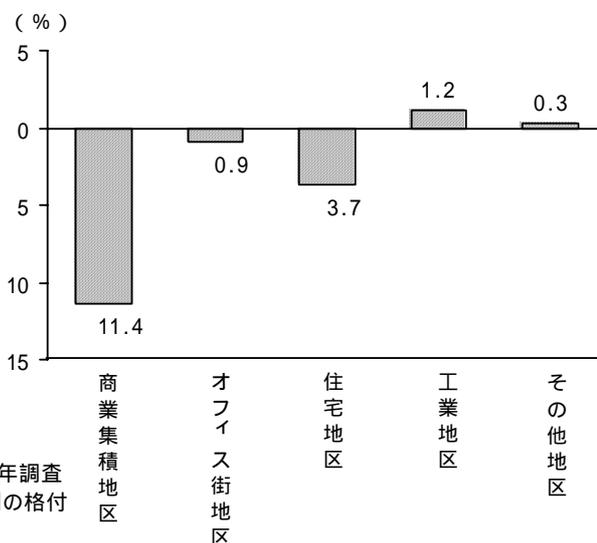


注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行っており、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

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

平成14年の前回比をみると、小売業全体の4割を占める商業集積地区(前回比11.4%減)が1割を超える大幅な減少、住宅地区(同3.7%減)、オフィス街地区(同0.9%減)も前回を下回ったものの、工業地区(同1.2%増)、其他地区(同0.3%増)では増加となっている。

特性地区別年間商品販売額の前回比(平成14年)



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

業種別にみると、商業集積地区（前回比 11.4%減）では事業所の減少に伴い、年間商品販売額もすべての業種で減少となっている。

オフィス街地区（同 0.9%減）では、主力の織物・衣服・身の回り品小売業（同 34.6%減）、その他の小売業（同 1.6%減）の減少から、販売額全体では減少したものの、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 19.4%増）、自動車・自転車小売業（同 9.8%増）、飲食料品小売業（同 3.4%増）は増加となっている。このうち、家具・じゅう器・機械器具小売業は2割近い増加となっているが、これは大型の家電量販店や家具専門店の新設などによる。

一方、年間商品販売額が増加した工業地区（同 1.2%増）、その他地区（同 0.3%増）では、コンビニエンスストアなどが含まれる飲食料品小売業やドラッグストアなどが含まれるその他の小売業などの増加が寄与している。なお、その他地区の各種商品小売業の大幅増は、大型総合スーパーの新設により、工業地区のその他の小売業の大幅増は、ドラッグストアなどの業態での販売が好調な医薬品・化粧品小売業の増加や、工業地区に多い燃料小売業で、製品価格の上昇により販売額が増加したことなどによる。

特性地区別、業種別年間商品販売額の前回比（平成14年）

特性地区別	平成14年 年間商品販売額の前回比（%）						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう器 ・機械器具 小売業	60 その他の 小売業
商業集積地区	▲ 11.4	▲ 12.1	▲ 15.3	▲ 12.6	▲ 15.0	▲ 10.5	▲ 6.1
オフィス街地区	▲ 0.9	▲ 4.2	▲ 34.6	3.4	9.8	19.4	▲ 1.6
住宅地区	▲ 3.7	1.0	▲ 10.7	▲ 3.7	▲ 9.6	▲ 13.1	3.9
工業地区	1.2	9.2	1.2	4.6	▲ 6.0	▲ 7.8	10.1
その他地区	0.3	17.6	▲ 7.9	1.3	▲ 4.3	▲ 10.5	3.1

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

販売額が大きい各種商品小売業やその他の小売業は、商業地域（商業集積地区、オフィス街地区）での年間商品販売額は減少しているものの、住宅地区、工業地区、その他地区では新たな店舗展開や消費者ニーズを捉えた業態の開設などもあって、前回は上回っている。

就業者規模別にみると、小規模事業所の年間商品販売額はすべての特性地区で減少、中規模事業所は商業集積地区（前回比 11.1%減）、住宅地区（4.6%減）で減少となっている。一方、大規模事業所では、商業集積地区（同 8.8%減）での減少を除き、他の4地区はすべて増加している。

事業所数と同様に、いずれの規模においても商業集積地区での年間商品販売額が大幅に減少している。

特性地区別、就業者規模別年間商品販売額の前回比（平成14年）

特性地区別	平成14年 年間商品販売額の前回比（%）			
	合計	小規模事業所 (4人以下)	中規模事業所 (5～49人以下)	大規模事業所 (50人以上)
商業集積地区	▲ 11.4	▲ 18.4	▲ 11.1	▲ 8.8
オフィス街地区	▲ 0.9	▲ 8.2	0.1	1.5
住宅地区	▲ 3.7	▲ 14.4	▲ 4.6	11.0
工業地区	1.2	▲ 11.2	1.2	7.3
その他地区	0.3	▲ 13.4	1.2	35.2

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

(3) 売場面積

～ すべての特性地区で店舗の大型化が進展 ～

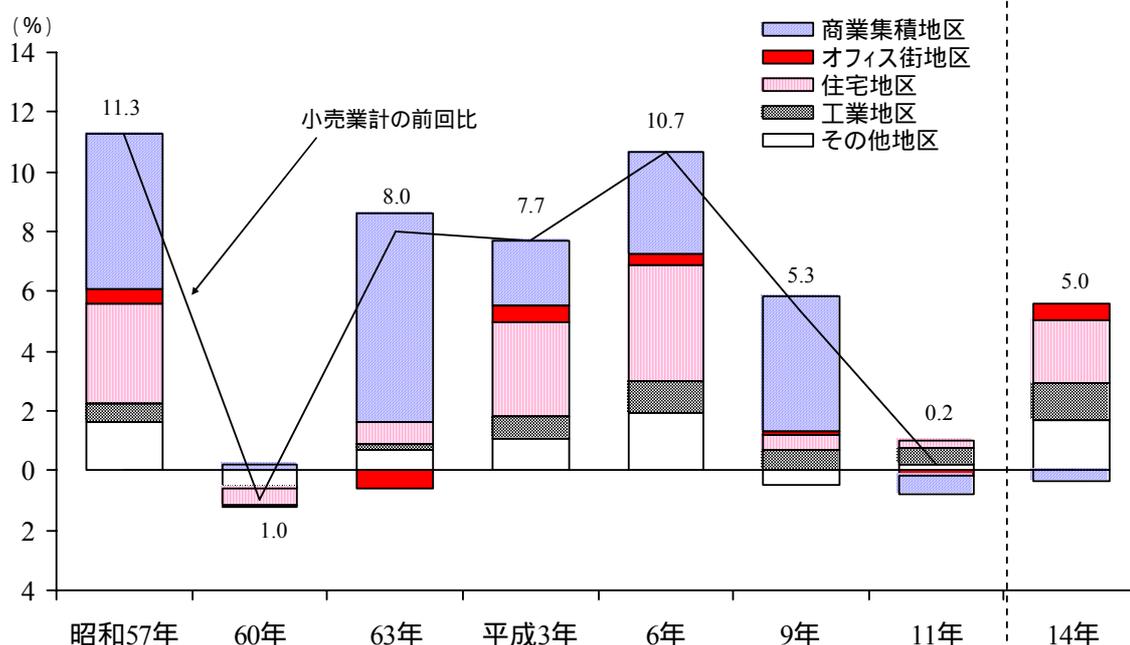
前回の推移をみると、小売業の事業所数は減少が続いているものの、売場面積(注)は昭和63年以降、6調査連続の増加となっている。

特性地区別にみると、商業集積地区の売場面積は、昭和57年以降増加が続いていたが、平成11年には本編刊行(昭和54年)以来初めて減少、14年も引き続き減少となった。一方、住宅地区、工業地区では、昭和63年以降、増加が続いている。

(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

特性地区別売場面積の前回比(伸び率寄与度)の推移

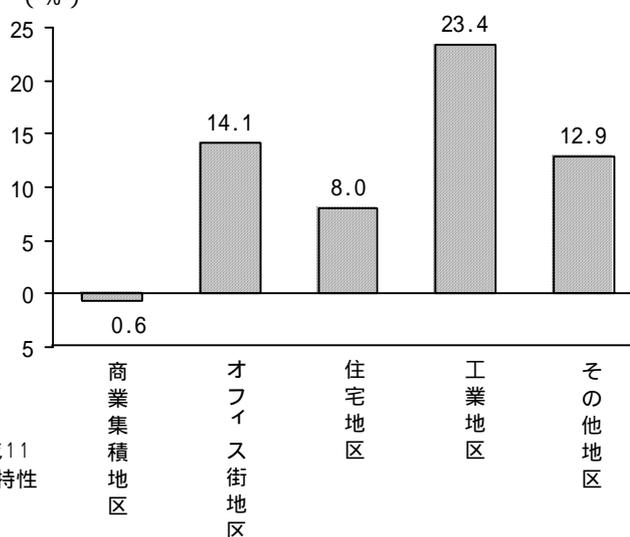


注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行っており、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

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

平成14年の前回比をみると、小売業全体の5割近くを占める商業集積地区(前回比0.6%減)が減少となったのを除き、住宅地区(同8.0%増)その他地区(同12.9%増)工業地区(同23.4%増)オフィス街地区(同14.1%増)の4地区ではすべて増加となっている。

特性地区別売場面積の前回比(平成14年)



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

業種別にみると、百貨店、総合スーパーが含まれる各種商品小売業、ホームセンターやドラッグストアが含まれるその他の小売業の売場面積は、いずれの地区でも増加となっている。

特性地区別にみると、商業集積地区の売場面積は、各種商品小売業（前回比 2.0%増）、その他の小売業（同 7.4%増）が増加となったものの、この他の業種は事業所数の減少に伴い、すべて減少となっている。

一方、オフィス街地区、工業地区の売場面積はすべての業種が増加、住宅地区、その他地区では家具・じゅう器・機械器具小売業の減少を除き、他の業種はすべて増加となっている

特性地区別、業種別売場面積の前回比(平成14年)

特性地区別	平成14年 売場面積の前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう器 ・機械器具 小売業	60 その他の 小売業
商業集積地区	▲ 0.6	2.0	▲ 7.3	▲ 3.4	▲ 2.5	▲ 3.8	7.4
オフィス街地区	14.1	7.1	8.1	11.7	18.3	13.2	21.4
住宅地区	8.0	5.5	4.8	5.0	9.1	▲ 6.1	22.8
工業地区	23.4	27.3	20.7	10.9	26.0	4.6	54.8
その他地区	12.9	33.7	2.6	5.4	18.9	▲ 3.2	31.6

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

特性地区別、就業者規模別売場面積の前回比(平成14年)

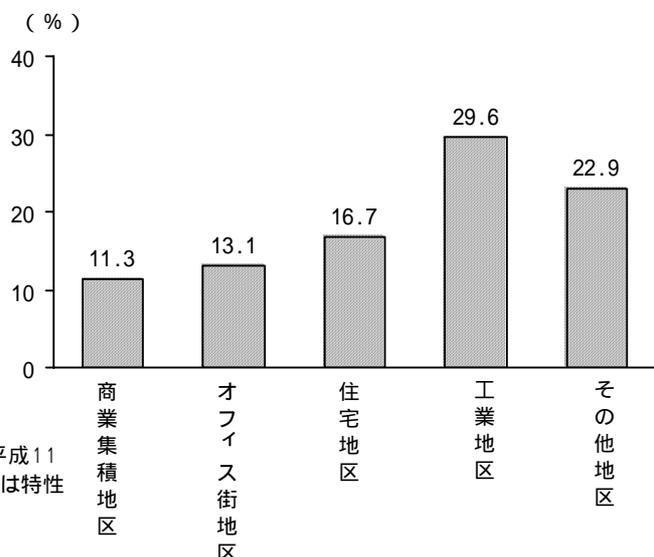
就業者規模別にみると、中規模事業所、大規模事業所の売場面積は、すべての特性地区で増加となっており、このうち商業集積地区以外の地区で大幅に増加している。一方、小規模事業所では、オフィス街地区、工業地区では増加となったものの、売場面積のウエイトが高い商業集積地区、住宅地区、その他地区では事業所数の減少が大きく、いずれも売場面積は減少となっている。

特性地区別	平成14年 売場面積の前回比(%)			
	合計	小規模事業所 (4人以下)	中規模事業所 (5~49人以下)	大規模事業所 (50人以上)
商業集積地区	▲ 0.6	▲ 6.7	0.7	2.5
オフィス街地区	14.1	4.0	19.4	20.9
住宅地区	8.0	▲ 3.0	9.1	25.4
工業地区	23.4	0.9	21.6	47.1
その他地区	12.9	▲ 0.9	16.4	61.2

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

1事業所当たりの売場面積を前回と比べると、工業地区(前回比 29.6%増) その他地区(同 22.9%増) 住宅地区(同 16.7%増) 商業集積地区(同 11.3%増) オフィス街地区(同 13.1%増)のいずれも大幅な増加となっており、すべての地区で店舗の大型化が進んでいる。なかでも工業地区は、3割近い増加となっている。

特性地区別1事業所当たりの売場面積の前回比(平成14年)



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

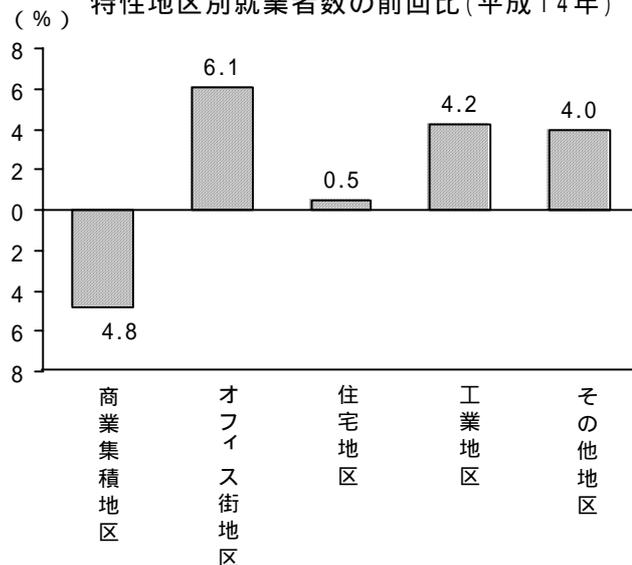
(4) 就業者数

～ 商業集積地区は前回比 4.8%の減少、他の地区は増加 ～

平成14年の前回比をみると、小売業全体の就業者数(注1)は、1.0%の減少であった。これを特性地区別にみると、店舗の大型化や営業の長時間化を背景に、その他地区(前回比4.0%増)、オフィス街地区(同6.1%増)、工業地区(同4.2%増)、住宅地区(同0.5%増)の4地区は、いずれも増加となった。一方、商業集積地区は、百貨店、総合スーパーではパート・アルバイトの増加などから就業者数が増加しているものの、他の業種では正社員・正職員の減少寄与が大きく、前回比4.8%の減少となっている。

(注)就業者数は平成11年から調査。

特性地区別就業者数の前回比(平成14年)



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

特性地区別、就業者規模別就業者数の前回比(平成14年)

就業者規模別にみると、大規模事業所の就業者数は、いずれの地区も増加となった。一方、小規模事業所では、すべての地区で減少となっており、なかでも商業集積地区で1割を超える減少となっている。中規模事業所では、その他地区、オフィス街地区、工業地区では増加したものの、就業者数の7割強を占める商業集積地区と住宅地区では減少となっている。

特性地区別	平成14年 就業者数の前回比(%)			
	合計	小規模事業所 (4人以下)	中規模事業所 (5～49人以下)	大規模事業所 (50人以上)
商業集積地区	▲4.8	▲10.3	▲6.6	2.9
オフィス街地区	6.1	▲0.2	6.1	15.6
住宅地区	0.5	▲5.4	▲0.6	13.0
工業地区	4.2	▲5.9	3.4	13.6
その他地区	4.0	▲4.3	5.6	26.0

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

就業者数の内訳をみると、いずれの地区においても正社員・正職員からパート・アルバイト等への転換が進んでいる。また、出向・派遣受入者もすべての地区で増加しており、これまで出向・派遣受入者数が少なかったオフィス街地区やその他地区で大幅な増加となっている。

就業者数内訳の前回比(平成14年)

特性地区別	就業者数の前回比(%)								
	就業者数								
	計	従業者数				計	パート・アルバイト等	臨時雇用者数	出向・派遣受入者数
		計	個人事業主及び無給家族従業者	有給役員	常用雇用者				
商業集積地区	▲4.8	▲4.9	4.0	▲10.5	▲5.6	▲18.4	4.2	▲23.9	3.4
オフィス街地区	6.1	5.9	14.9	▲1.0	5.5	▲4.8	16.4	▲14.5	39.1
住宅地区	0.5	1.0	8.7	▲4.1	0.1	▲10.4	6.7	▲19.5	7.6
工業地区	4.2	4.7	8.2	▲3.1	4.9	▲6.4	17.5	▲19.7	1.3
その他地区	4.0	4.5	7.3	1.5	3.9	▲8.9	15.9	▲15.4	42.3

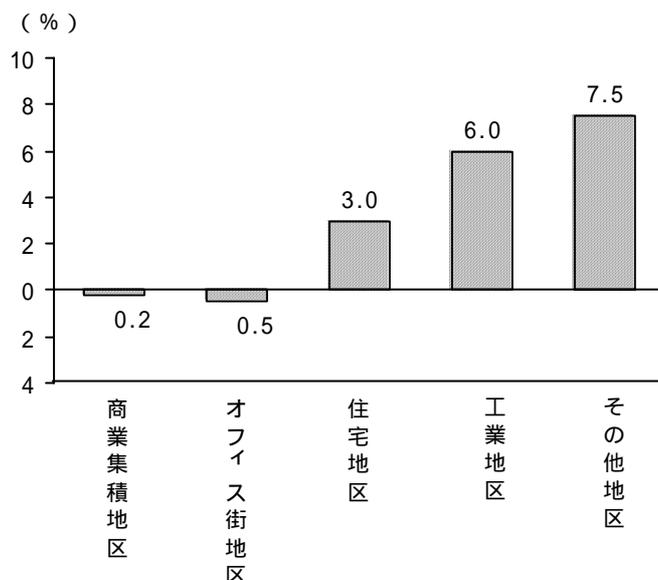
注) 平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したため、前回比については特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出している。

(5) 単位当たりの年間商品販売額

～ 1事業所当たりの年間商品販売額は、商業集積地区、オフィス街地区で減少
住宅地区、工業地区、その他地区は増加 ～

1事業所当たりの年間商品販売額を前回と比べると、オフィス街地区（前回比 0.5%減）、商業集積地区（同 0.2%減）の商業地域では減少、工業地区（同 6.0%増）、その他地区（同 7.5%増）、住宅地区（同 3.0%増）では増加となった。

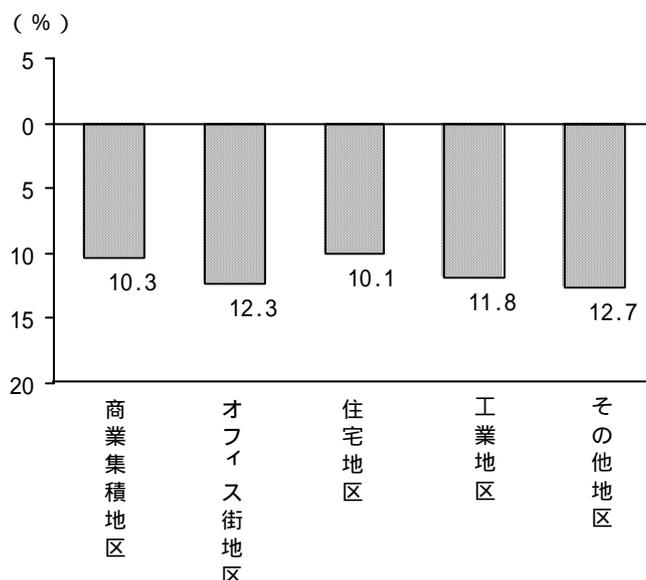
特性地区別1事業所当たり年間商品販売額の前回比(平成14年)



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

売場面積1㎡当たりの年間商品販売額を前回と比べると、すべての地区で1割以上の大幅な減少となった。これは、商品の低価格化や消費の不振に加え、店舗の大型化の進展により、1㎡当たりの販売効率が低下したためと考えられる。

特性地区別売場面積1㎡当たり年間商品販売額の前回比(平成14年)



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

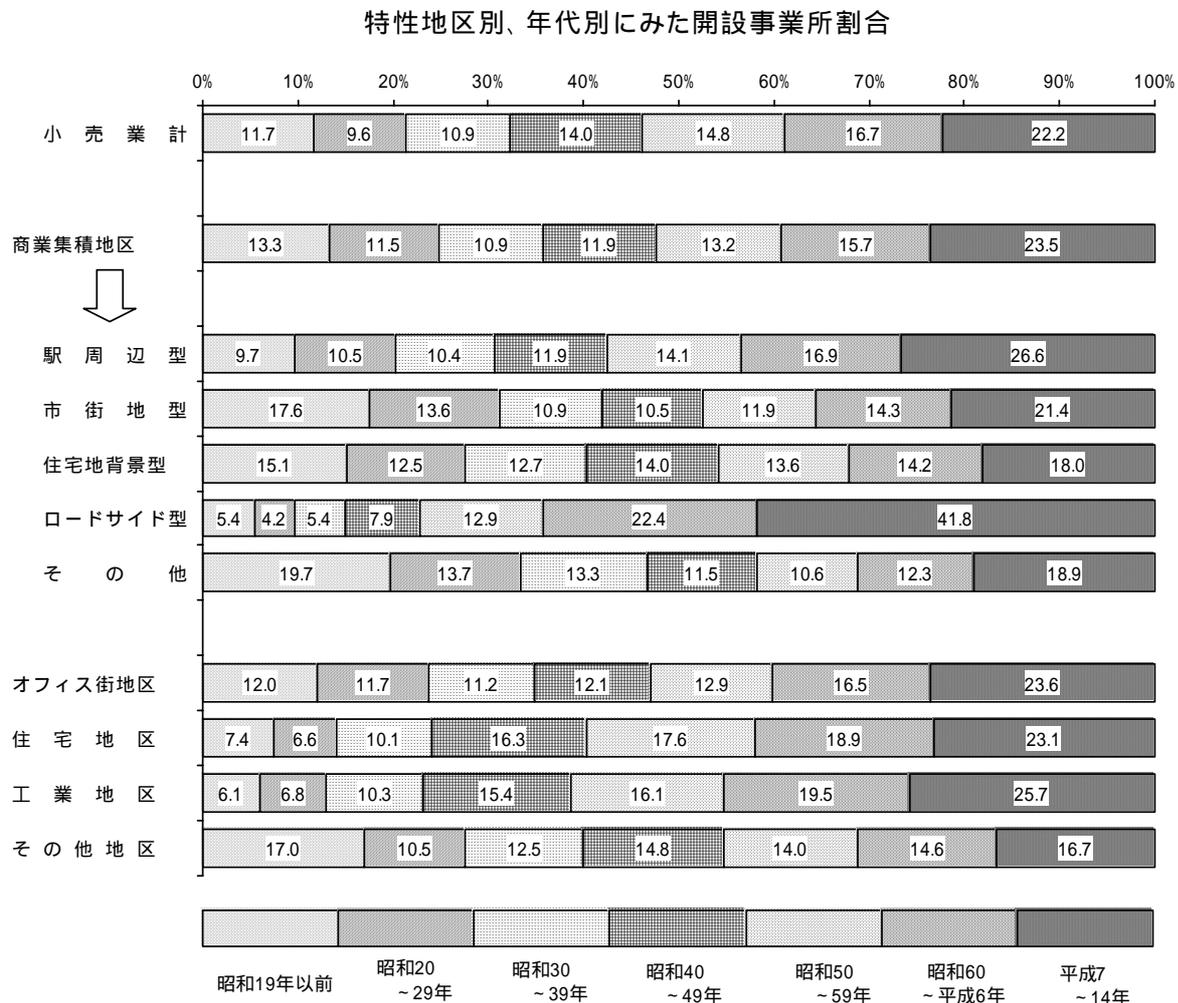
<トピックス1> 立地環境特性地区別にみた開設年別事業所数の状況

ここでは、小売事業所の立地状況について、開設年別にみていくこととする。なお、立地環境特性地区及び業態の格付けは、本調査を実施した平成14年6月1日現在のものである。

(1) 開設年別にみた事業所数

～ 平成7年以降の開設が4割を占めるロードサイド型商業集積地区 ～

開設年別に事業所数をみると、小売業全体では、昭和50年以降に開設した事業所が過半を占めている。開設年を昭和19年以前と、昭和20年以降は10年ごと（直近については平成7年から14年6月の7年半）に区切ってしてみると、小売業では事業所の統廃合や、消費者ニーズにマッチした事業所の開設、土地価格の低下に伴う新たな店舗展開などから、その他地区を除くすべての地区で平成7年以降の開設割合が最も高くなっている。



立地環境特性地区別（以下、「特性地区別」という）にみると、商業集積地区、オフィス街地区では各年代ともに一定の開設がみられるが、その割合は昭和40年以降、年代を追うごとに徐々に拡大している。

住宅地区、工業地区では、9割近くが昭和30年以降の開設となっている。このうち、工業地区では、平成7年以降の開設が全5地区の中で最も高く、工業地区の事業所数の4分の1を占めている。

個人事業所が多い其他地区では、昭和19年以前の開設割合（17.0%）が最も高く、老舗が多い。また、各年代ともに一定の開設がみられる。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型では年代を追うごとに構成比が拡大、平成7年以降の開設が全体の4分の1を占めており、駅前再開発などを背景に開廃が激しいことがうかがわれる。市街地型、住宅地背景型、その他では、昭和19年以前の開設割合が平成7～14年に次いで高く、老舗が多いといえる。一方、ロードサイド型では、昭和60年以降の事業所が65%近くを占め、このうち、平成7～14年の開設が4割強と、近年急速に事業所の立地が進んでいる。これは、大規模小売店舗法の改正等に伴う規制緩和やモータリゼーションを背景に、大型量販店やアウトレットモールの出現など、広い商圈を対象とした大型店が増加したことなどによると考えられる。

平成7年以降の開設状況をみると、28万9千事業所の開設事業所のうち、4割が商業集積地区、3割が住宅地区に立地している。商業集積地区の内訳では、駅周辺型が4割近くを占め（商業集積地区に占める割合39.0%）、次いで住宅地背景型（同23.2%）、市街地型（同22.0%）の順となっている。

平成7年以降の特性地区別事業所数及び構成比

特性地区別	平成7年以降の開設事業所													
	計		平成7～9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
商業集積地区	117,872	40.8	36,480	38.2	14,207	38.7	16,406	41.1	20,343	42.1	21,335	43.3	9,101	47.3
駅周辺型	45,976	15.9	13,955	14.6	5,478	14.9	6,659	16.7	7,511	15.5	8,636	17.5	3,737	19.4
市街地型	25,940	9.0	7,315	7.7	3,096	8.4	3,490	8.7	4,466	9.2	5,387	10.9	2,186	11.4
住宅地背景型	27,399	9.5	9,060	9.5	3,487	9.5	3,738	9.4	4,628	9.6	4,553	9.2	1,933	10.1
ロードサイド型	15,375	5.3	5,249	5.5	1,811	4.9	1,964	4.9	3,141	6.5	2,227	4.5	983	5.1
その他	3,182	1.1	901	0.9	335	0.9	555	1.4	597	1.2	532	1.1	262	1.4
オフィス街地区	22,366	7.7	6,981	7.3	2,846	7.8	3,145	7.9	3,746	7.8	4,018	8.1	1,630	8.5
住宅地区	91,530	31.7	31,775	33.2	12,056	32.9	12,600	31.5	14,880	30.8	14,840	30.1	5,379	28.0
工業地区	16,950	5.9	5,782	6.0	2,130	5.8	2,321	5.8	2,912	6.0	2,818	5.7	987	5.1
その他地区	40,345	14.0	14,570	15.2	5,454	14.9	5,479	13.7	6,424	13.3	6,292	12.8	2,126	11.1

(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。

(2) 業態別、開設年別にみた事業所数

～ 住宅地区、工業地区に進出する総合スーパー、専門スーパー ～

開設年別事業所数を主な業態についてみると、百貨店、総合スーパー、専門スーパー、ドラッグストアは、商業集積地区での立地割合が引き続き高いものの、開設年代を追うごとにその割合が縮小、替わって住宅地区、工業地区などの割合が拡大している。専門店、中心店については、昭和50年代以降、住宅地区、その他地区の立地割合が縮小し、商業集積地区の割合が拡大している。

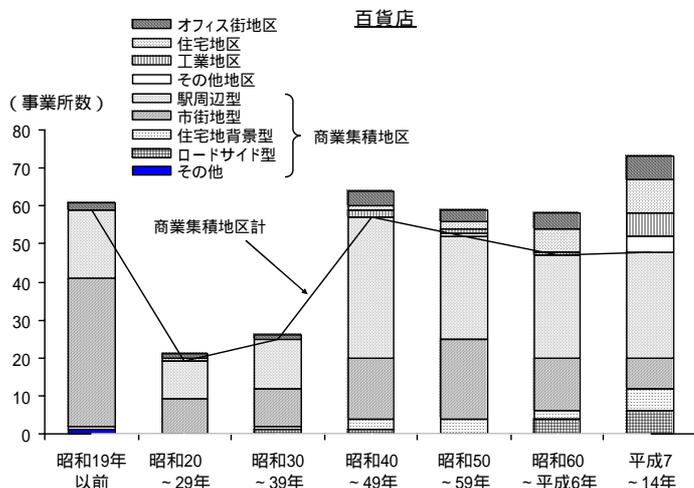
百貨店

百貨店は商業集積地での立地が圧倒的に多いものの、その割合は年代を追うごとに縮小し、住宅地区や工業地区に開設する百貨店の割合が拡大している。

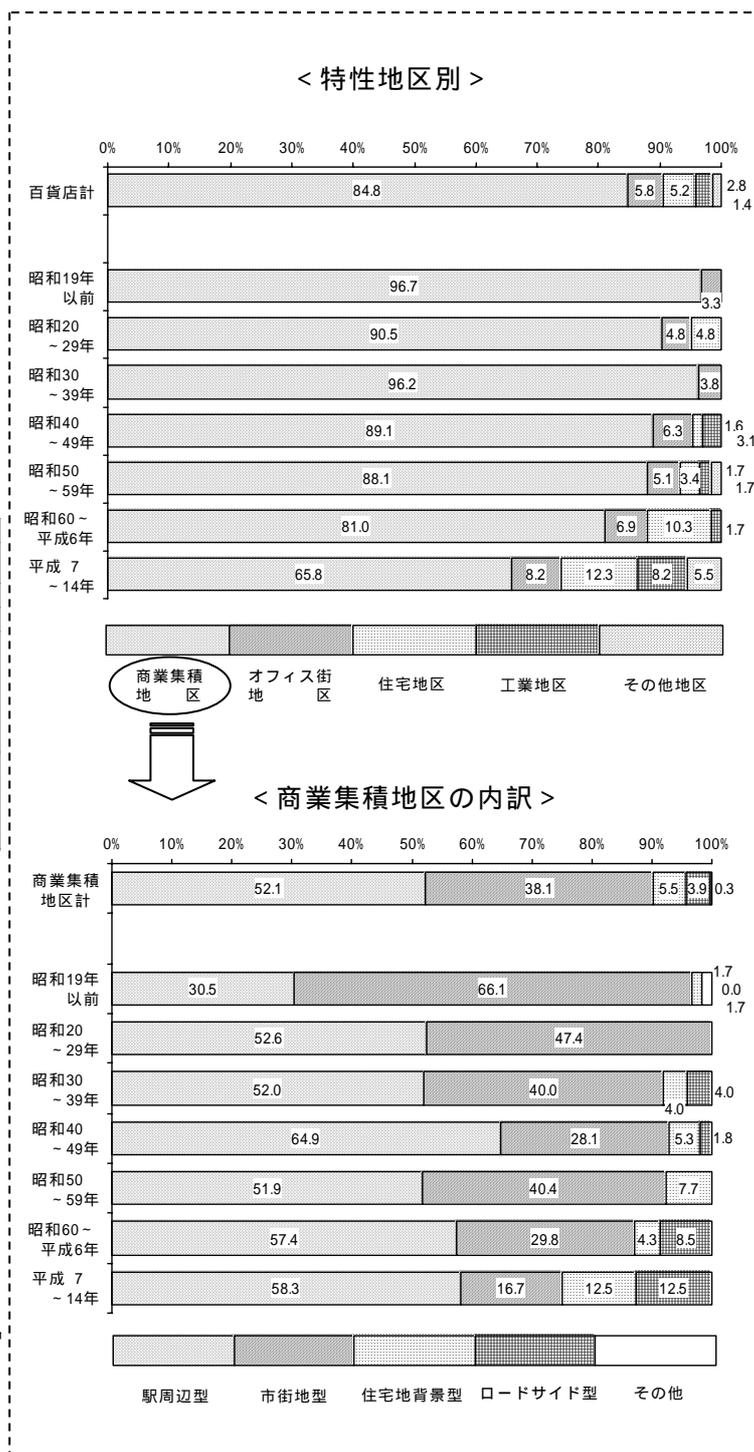
商業集積地区の内訳では、駅周辺型が5割強を、市街地型が4割近くを占めている。しかし、市街地型の開設割合は昭和60年以降縮小しており、住宅地背景型やロードサイド型の開設割合が拡大している。

百貨店の特性地区別、開設年別事業所数(平成14年)

特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20～29年	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～14年
百貨店計	362	61	21	26	64	59	58	73
商業集積地区	307	59	19	25	57	52	47	48
駅周辺型	160	18	10	13	37	27	27	28
市街地型	117	39	9	10	16	21	14	8
住宅地背景型	17	1	-	1	3	4	2	6
ロードサイド型	12	-	-	1	1	-	4	6
その他	1	1	-	-	-	-	-	-
オフィス街地区	21	2	1	1	4	3	4	6
住宅地区	19	-	1	-	1	2	6	9
工業地区	10	-	-	-	2	1	1	6
その他地区	5	-	-	-	-	1	-	4



特性地区別、開設年別事業所数の構成比 (百貨店)



総合スーパー

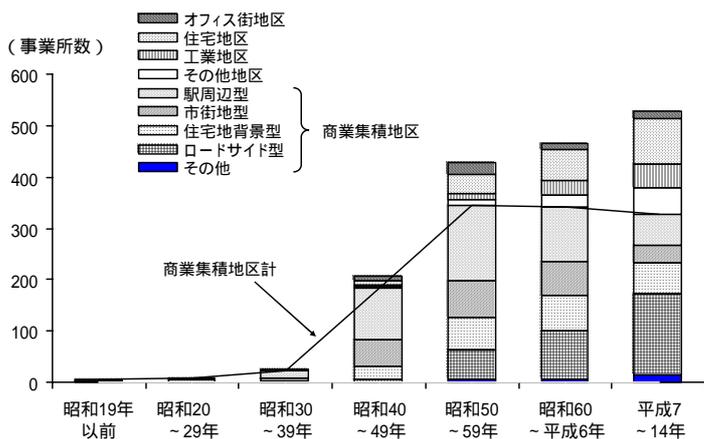
総合スーパーは、事業所数の4分の3近くが商業集積地区に立地しているものの、その割合は百貨店と同様に年代を追うごとに縮小しており、替わって住宅地区、工業地区、その他地区での開設割合が拡大している。

商業集積地区の内訳では、駅周辺型に次いでロードサイド型に立地している事業所が多く、なかでも平成7年～14年に開設した事業所数の5割近くがロードサイド型に立地している。

総合スーパーの特性地区別、開設年別事業所数(平成14年)

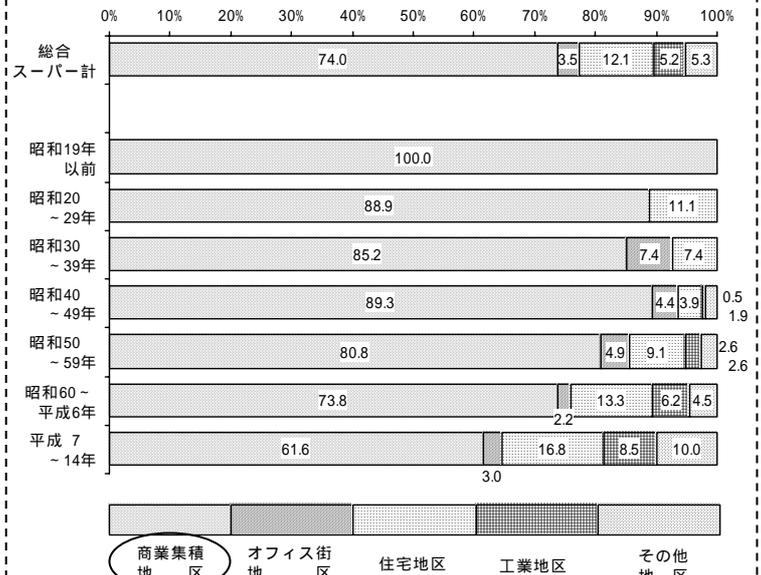
特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20～29年	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～14年
総合スーパー	1,668	5	9	27	206	427	465	529
商業集積地区	1,234	5	8	23	184	345	343	326
駅周辺型	437	3	3	13	102	147	109	60
市街地型	232	1	4	6	50	71	66	34
住宅地背景型	223	1	-	3	25	65	68	61
ロードサイド型	315	-	-	1	6	57	94	157
その他	27	-	1	-	1	5	6	14
オフィス街地区	58	-	-	2	9	21	10	16
住宅地区	201	-	1	2	8	39	62	89
工業地区	86	-	-	-	1	11	29	45
その他地区	89	-	-	-	4	11	21	53

総合スーパー

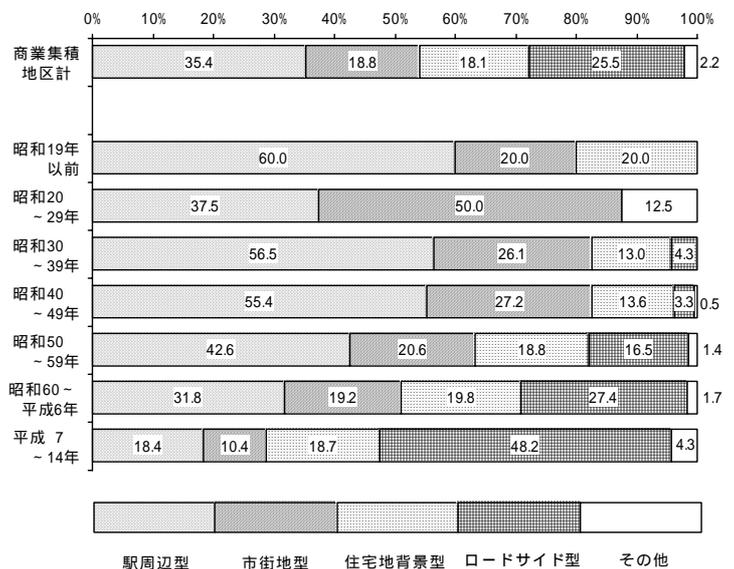


特性地区別、開設年別事業所数の構成比(総合スーパー)

< 特性地区別 >



< 商業集積地区の内訳 >



専門スーパー

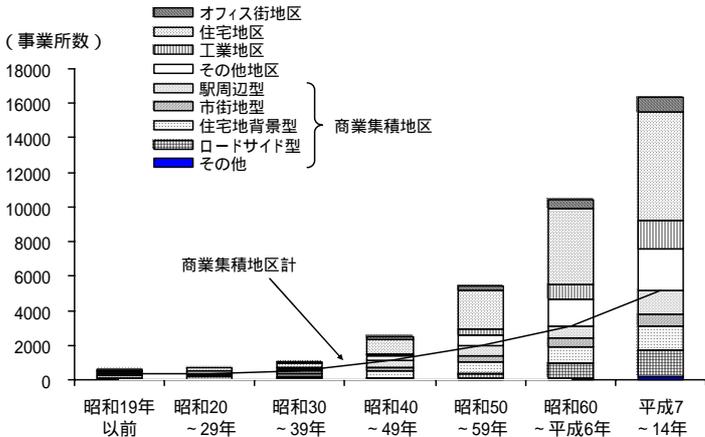
専門スーパーは、住宅地区、商業集積地区での立地が多く、この2地区で事業所数の4分の3近くを占めている。商業集積地区での開設割合は年代を追うごとに縮小傾向にあり、替わって住宅地区、工業地区、その他地区での開設割合が高まっている。

商業集積地区の内訳では、住宅地背景型、駅周辺型に立地する事業所が多い。開設年別にみると、市街地型の開設割合が縮小する一方、ロードサイド型の開設割合が年々高まっており、直近の平成7～14年ではロードサイド型の開設割合が最も高く、3割を占めている。

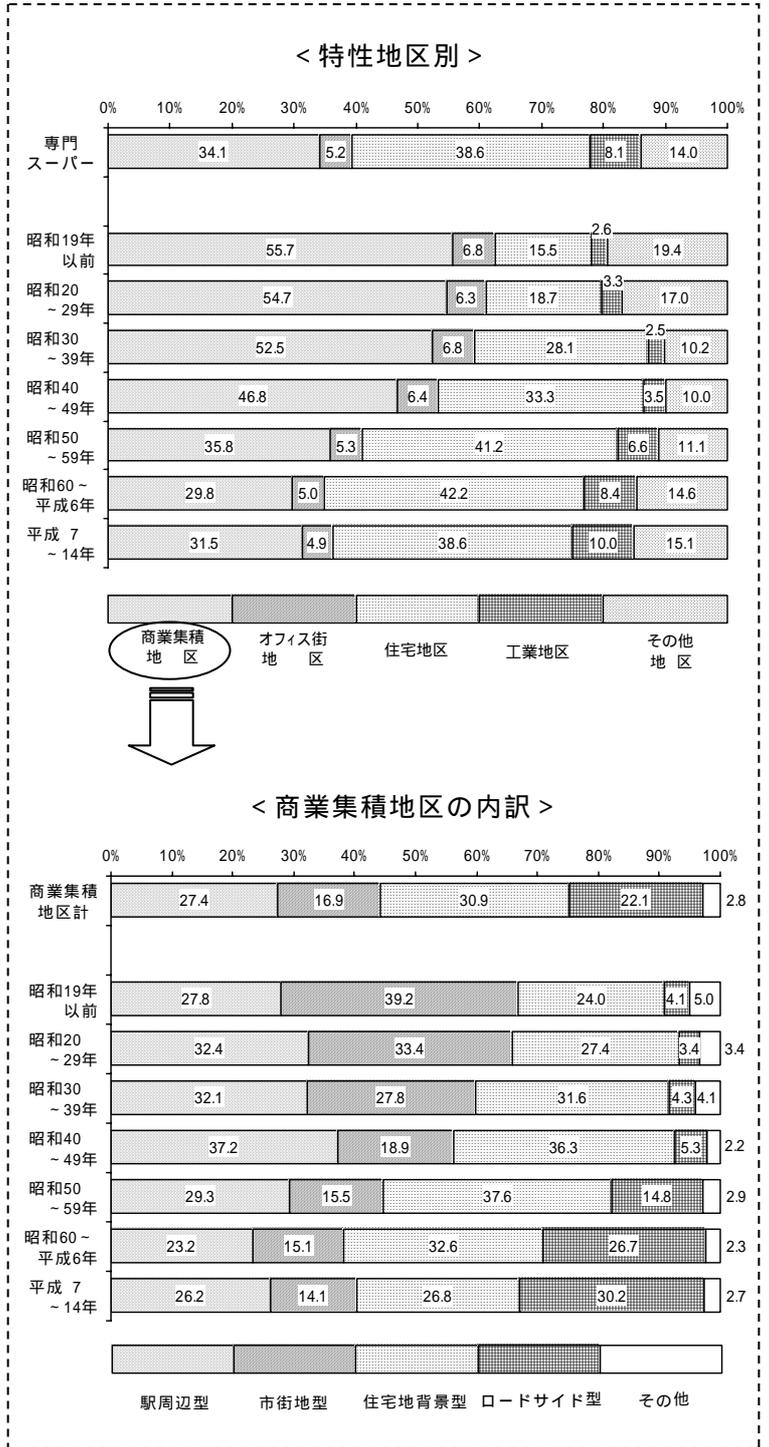
専門スーパーの特性地区別、開設年別事業所数(平成14年)

特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20～29年	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～14年
専門スーパー	37,035	614	700	1,014	2,481	5,440	10,447	16,339
商業集積地区	12,621	342	383	532	1,161	1,945	3,117	5,141
駅周辺型	3,461	95	124	171	432	569	724	1,346
市街地型	2,128	134	128	148	219	301	472	726
住宅地背景型	3,900	82	105	168	422	731	1,015	1,377
ロードサイド型	2,783	14	13	23	62	287	833	1,551
その他	349	17	13	22	26	57	73	141
オフィス街地区	1,914	42	44	69	159	286	519	795
住宅地区	14,291	95	131	285	826	2,242	4,409	6,303
工業地区	3,012	16	23	25	86	361	873	1,628
その他地区	5,197	119	119	103	249	606	1,529	2,472

専門スーパー



特性地区別、開設年別事業所数の構成比(専門スーパー)



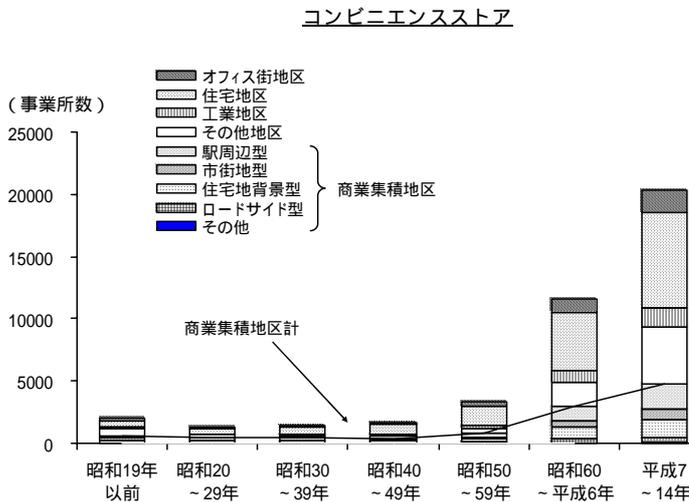
コンビニエンスストア

コンビニエンスストアは、住宅地区に立地する事業所が4割近くを占め最も多く、次いで商業集積地区、その他地区の順となっている。開設年別にみると、昭和50年以降は住宅地区の開設割合が縮小し、その他地区に開設する割合が拡大している。

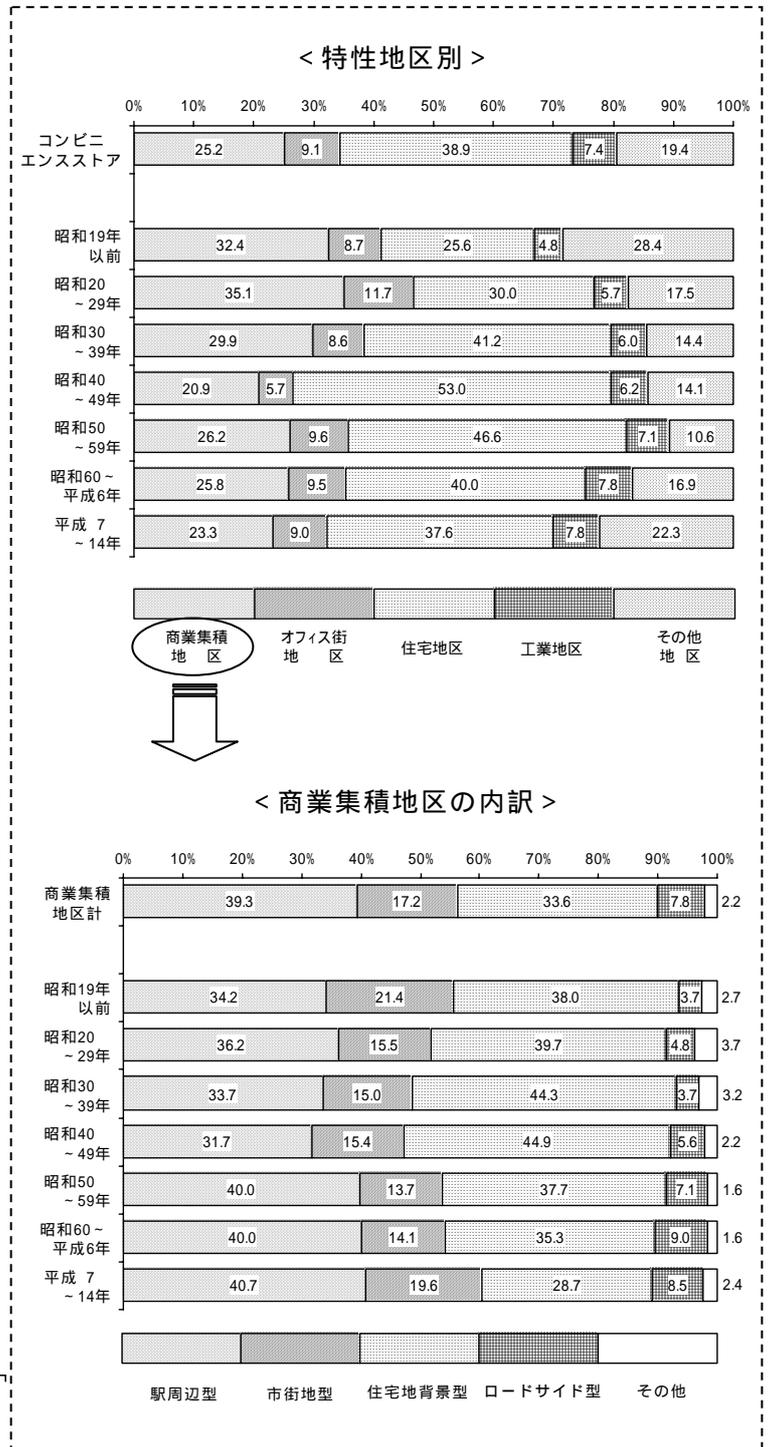
商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型と住宅地背景型に立地する事業所が多く、この2地区で商業集積地区の4分の3の事業所数を占めている。市街地型、ロードサイド型の開設割合は低いものの、その割合は徐々に拡大してきている。

なお、コンビニエンス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、これは酒や米などを扱っていた従来の小売店が消費者ニーズの変化に伴い、コンビニエンスストアへ業態替えをしたことによると考えられる。

コンビニエンスストアの特性地区別、開設年別事業所数(平成14年)



特性地区別、開設年別事業所数の構成比(コンビニエンスストア)



特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20~29年	昭和30~39年	昭和40~49年	昭和50~59年	昭和60~平成6年	平成7~14年
コンビニエンスストア	41,770	2,020	1,305	1,448	1,705	3,355	11,612	20,325
商業集積地区	10,506	655	458	433	356	878	2,992	4,734
駅周辺型	4,125	224	166	146	113	351	1,196	1,929
市街地型	1,802	140	71	65	55	120	422	929
住宅地背景型	3,531	249	182	192	160	331	1,057	1,360
ロードサイド型	816	24	22	16	20	62	268	404
その他	232	18	17	14	8	14	49	112
オフィス街地区	3,797	176	153	124	98	321	1,104	1,821
住宅地区	16,257	518	391	596	904	1,565	4,644	7,639
工業地区	3,099	97	74	87	106	237	907	1,591
その他地区	8,111	574	229	208	241	354	1,965	4,540

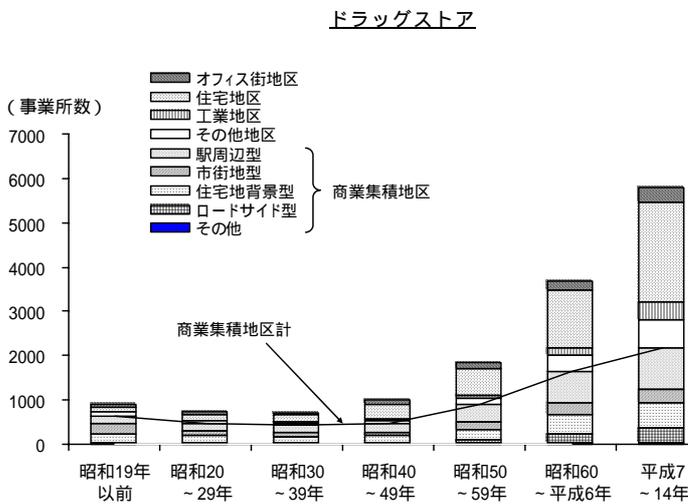
ドラッグストア

ドラッグストアは、商業集積地区に立地する事業所が5割近くを占め最も多く、次いで住宅地区、その他地区の順となっている。開設年別にみると、年代を追うごとに商業集積地区での開設割合が縮小する一方、住宅地区、その他地区、工業地区での開設割合が高まっている。

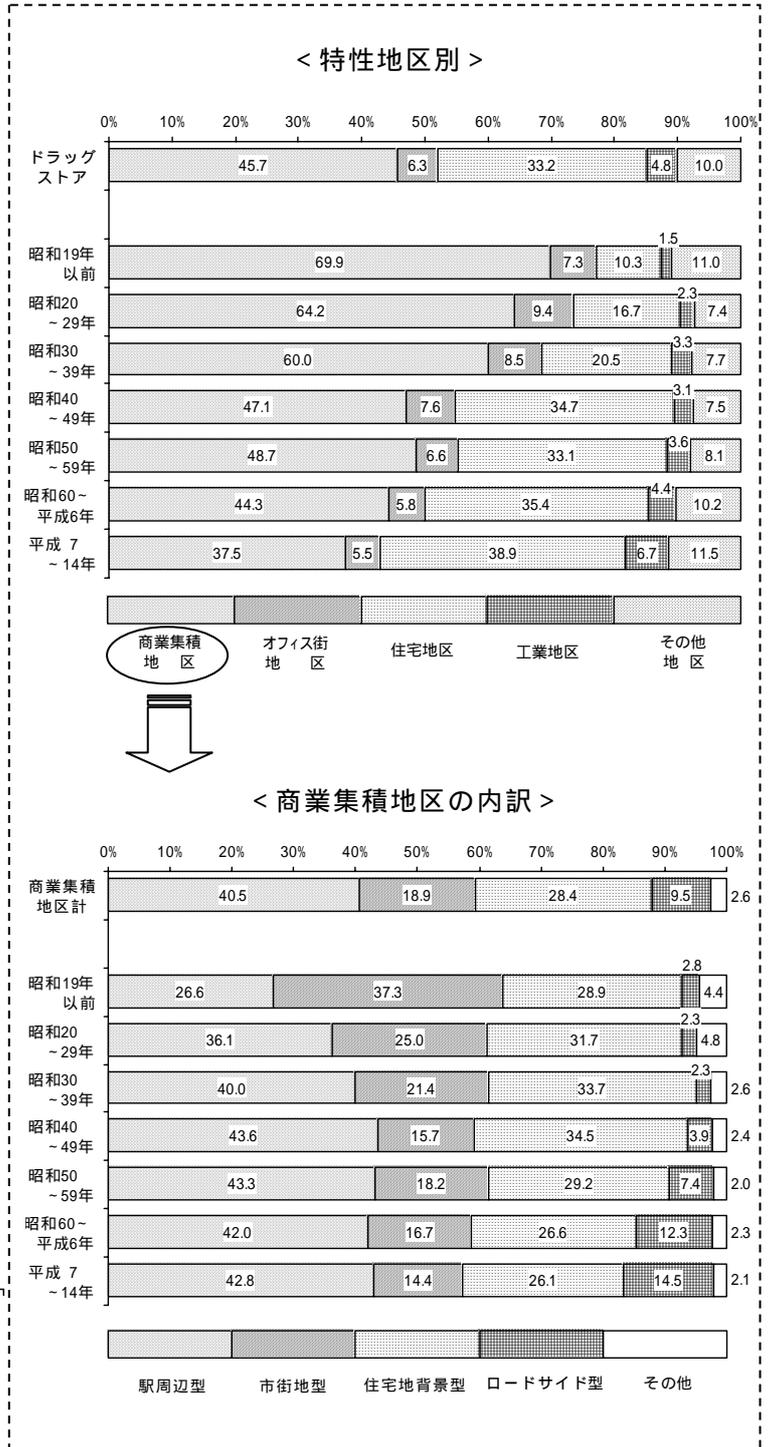
商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型が4割、住宅地背景型が3割近くを占めている。開設年別にみると、市街地型、住宅地背景型の開設割合が縮小、ロードサイド型の開設割合が拡大してきている。

なお、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、これは従来からの薬店、化粧品店などが消費者ニーズの変化に伴い、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。

ドラッグストアの特性地区別、開設年別事業所数(平成14年)



特性地区別、開設年別事業所数の構成比(ドラッグストア)



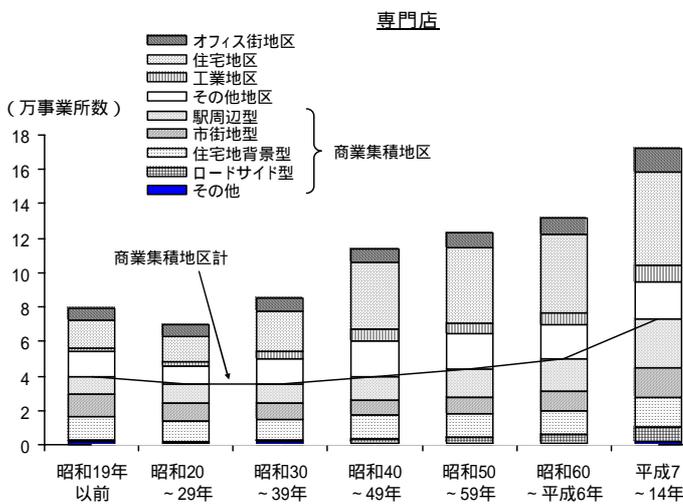
特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20~29年	昭和30~39年	昭和40~49年	昭和50~59年	昭和60~平成6年	平成7~14年
ドラッグストア	14,664	910	742	717	989	1,842	3,683	5,781
商業集積地区	6,703	636	476	430	466	897	1,630	2,168
駅周辺型	2,717	169	172	172	203	388	685	928
市街地型	1,270	237	119	92	73	163	273	313
住宅地背景型	1,903	184	151	145	161	262	434	566
ロードサイド型	639	18	11	10	18	66	201	315
その他	174	28	23	11	11	18	37	46
オフィス街地区	923	66	70	61	75	121	213	317
住宅地区	4,865	94	124	147	343	609	1,302	2,246
工業地区	703	14	17	24	31	66	163	388
その他地区	1,470	100	55	55	74	149	375	662

専門店

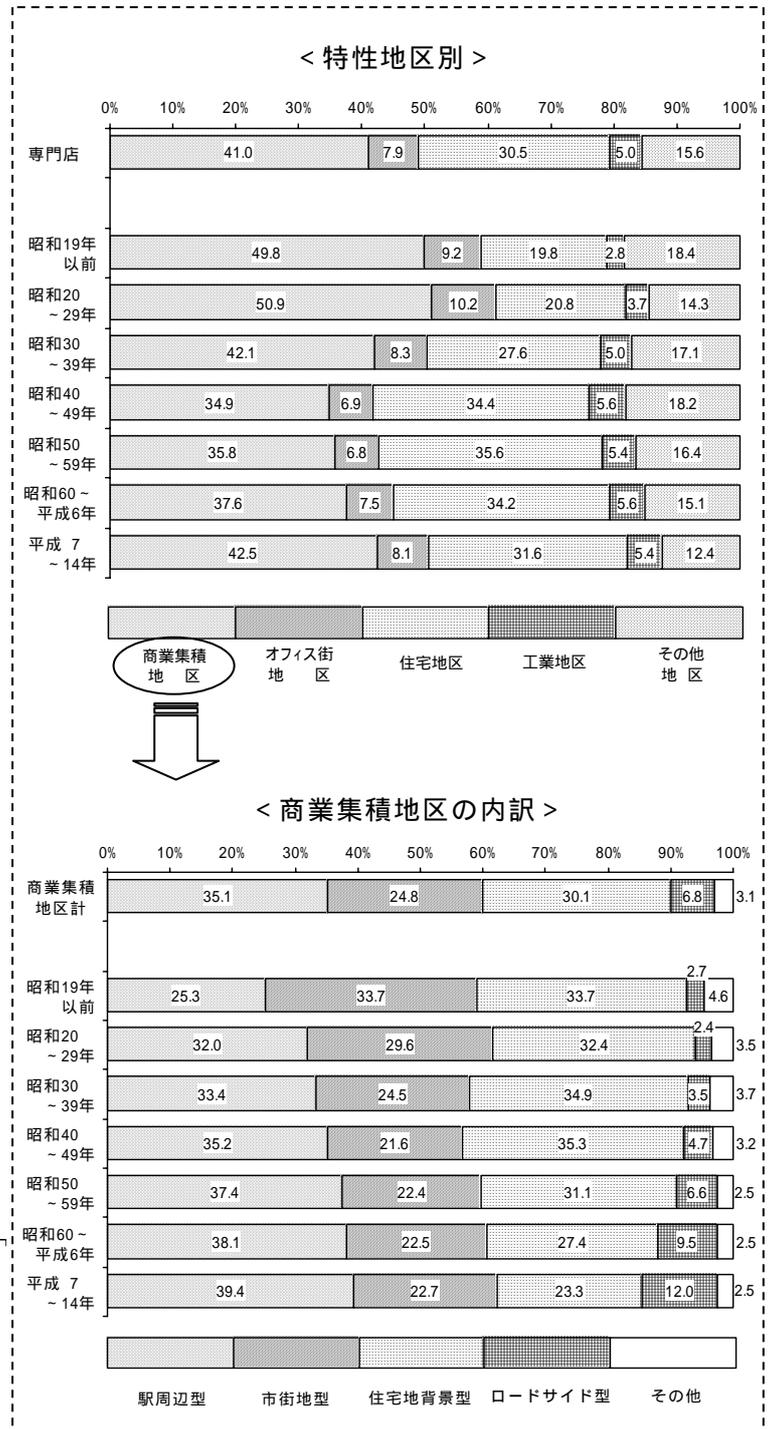
専門店は商業集積地区が4割を占め最も多く、次いで住宅地区が3割を占めている。昭和29年以前に開設した事業所では、商業集積地区での立地が5割近くを占めているものの、昭和30年から40年代では縮小、替わって住宅地区での開設割合が拡大している。しかし、昭和50年以降、再び商業集積での開設割合が高まっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型に立地する事業所が4割近くを占め最も多く、次いで住宅地背景型、市街地型の順となっている。開設年別にみると、住宅地背景型や市街地型の開設割合が縮小する一方、駅周辺型やロードサイド型の開設割合は拡大している。

専門店の特性地区別、開設年別事業所数(平成14年)



特性地区別、開設年別事業所数の構成比(専門店)



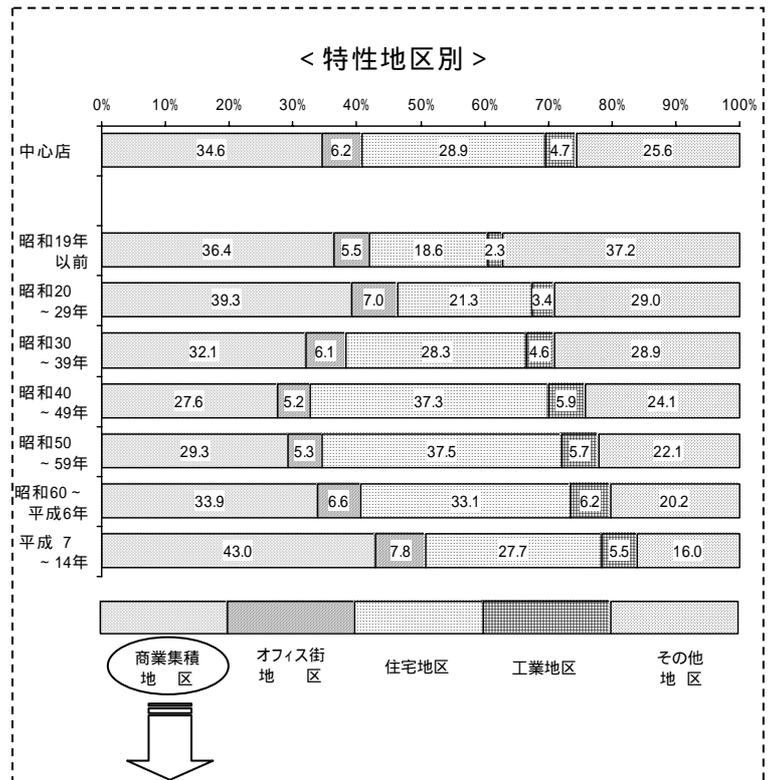
特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20~29年	昭和30~39年	昭和40~49年	昭和50~59年	昭和60~平成6年	平成7~14年
専門店	775,847	79,289	70,112	84,956	113,922	122,970	132,126	172,472
商業集積地区	317,777	39,475	35,717	35,729	39,720	44,041	49,711	73,384
駅周辺型	111,642	9,971	11,436	11,934	13,982	16,481	18,923	28,915
市街地型	78,967	13,307	10,568	8,760	8,590	9,851	11,200	16,691
住宅地背景型	95,798	13,310	11,578	12,463	14,013	13,691	13,621	17,122
ロードサイド型	21,566	1,081	873	1,244	1,882	2,926	4,729	8,831
その他	9,804	1,806	1,262	1,328	1,253	1,092	1,238	1,825
オフィス街地区	61,612	7,325	7,151	7,023	7,876	8,310	9,954	13,973
住宅地区	236,303	15,681	14,610	23,429	39,234	43,746	45,131	54,472
工業地区	38,812	2,232	2,626	4,219	6,367	6,696	7,367	9,305
その他地区	121,343	14,576	10,008	14,556	20,725	20,177	19,963	21,338

中心店

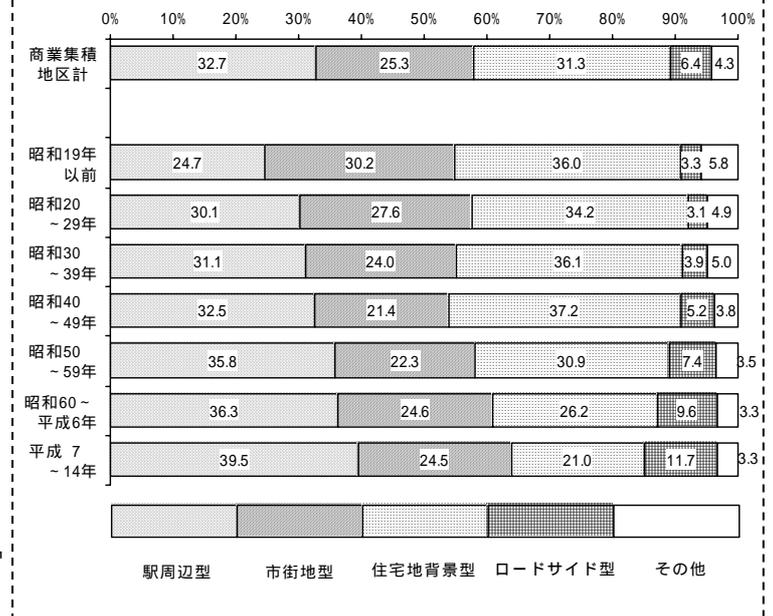
中心店は、商業集積地区に立地する事業所が35%を占め最も多く、次いで住宅地区、その他地区の順となっている。昭和20年代に開設した中心店では、商業集積地区での立地が4割を占めているものの、昭和30年から40年では縮小、替わって住宅地区での開設割合が拡大している。しかし、専門店と同様に、昭和50年以降、再び商業集積地区での開設割合が高まっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、住宅地背景型に立地する事業所が多く、それぞれ3割超を占めている。開設年別にみると、住宅地背景型が縮小する一方、駅周辺型の開設割合が年代を追うごとに高まっており、平成7～14年には開設した事業所数の4割を占めている。また、ロードサイド型の開設割合は低いものの、その割合は徐々に拡大してきている。

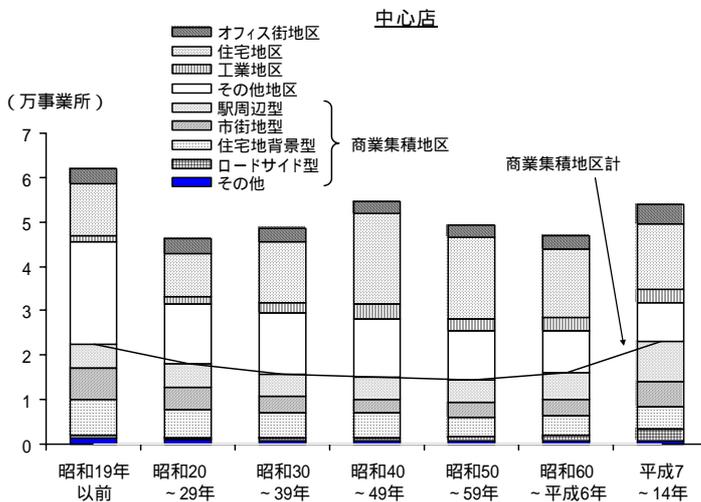
特性地区別、開設年別事業所数の構成比 (中心店)



< 商業集積地区の内訳 >



中心店の特性地区別、開設年別事業所数 (平成14年)



特性地区別	平成14年 事業所数							
	計	昭和19年以前	昭和20～29年	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～14年
中心店	361,470	61,981	46,237	48,537	54,632	49,261	46,949	53,873
商業集積地区	124,961	22,569	18,163	15,604	15,060	14,453	15,927	23,185
駅周辺型	40,878	5,566	5,466	4,849	4,887	5,181	5,774	9,155
市街地型	31,616	6,818	5,018	3,739	3,224	3,227	3,918	5,672
住宅地背景型	39,109	8,133	6,219	5,638	5,603	4,468	4,171	4,877
ロードサイド型	8,027	751	572	605	781	1,072	1,536	2,710
その他	5,331	1,301	888	773	565	505	528	771
オフィス街地区	22,348	3,392	3,252	2,944	2,840	2,629	3,091	4,200
住宅地区	104,452	11,545	9,856	13,756	20,360	18,476	15,529	14,930
工業地区	17,084	1,440	1,557	2,210	3,204	2,820	2,907	2,946
その他地区	92,625	23,035	13,409	14,023	13,168	10,883	9,495	8,612

<トピックス2> 立地環境特性地区別、業態別にみた小売業の状況

ここでは、小売業の特性地区別事業所数、年間商品販売額等について、業態別にみていくこととする。

なお、平成14年調査より、特性地区別の格付けを事業所単位（平成11年調査（注）までは調査区単位）に変更したため、前回比については、特性地区別の格付け変更があった事業所を除いて算出したものを用いている。

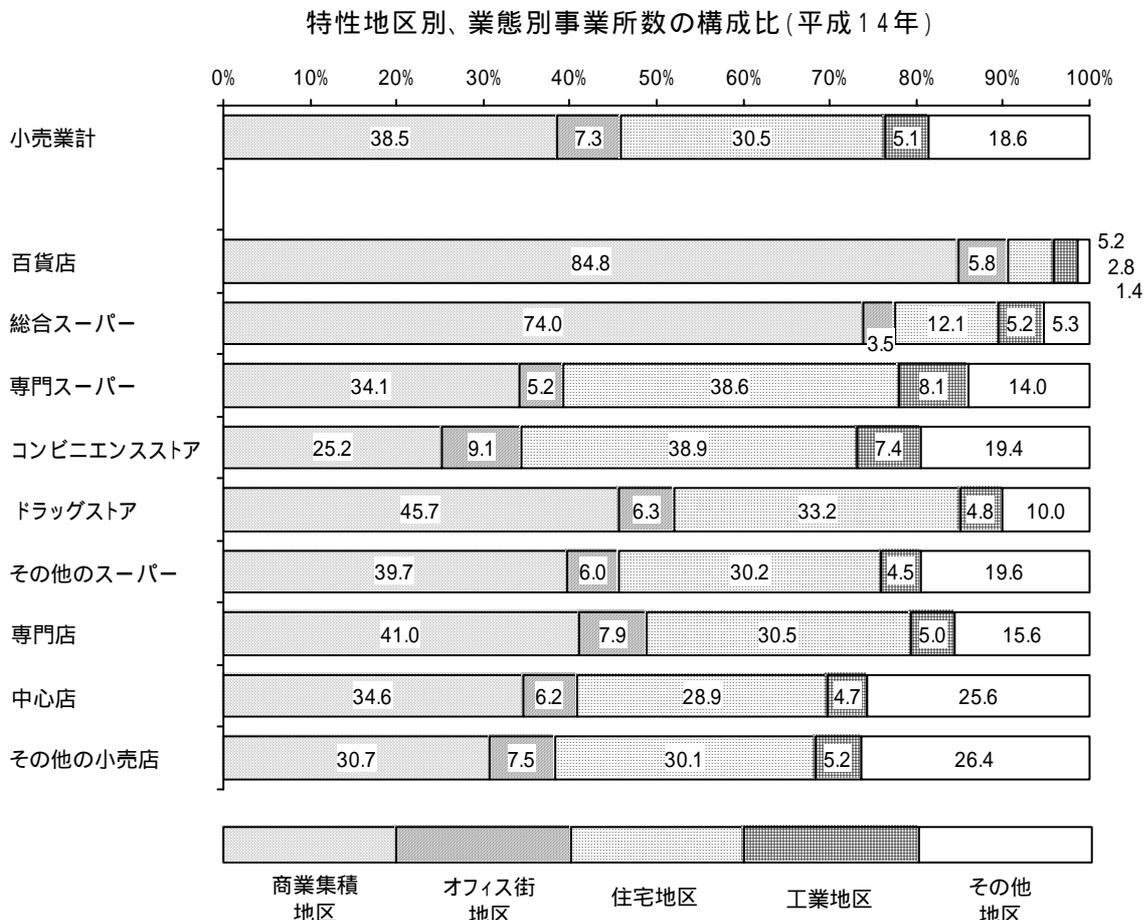
（注）平成11年調査は簡易調査のため、商業集積地区の内訳については調査していない。

～ ドラッグストアは全地区で増加、
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は商業集積地区以外で増加 ～

（1）事業所数

特性地区別事業所数を業態別にみると、百貨店（商業集積地区の構成比84.8%）、総合スーパー（同74.0%）は商業集積地区での立地が圧倒的に多いが、この他の業態では、いずれも商業集積地区以外での立地の合計の方が多くなっている。このうち、専門スーパー、コンビニエンスストアは、住宅地区に立地する事業所が最も多く、それぞれ4割近くを占めている。ドラッグストア、その他のスーパー、専門店、中心店、その他の小売店は、商業集積地区に立地する事業所が最も多く、次いで住宅地区の順で、この2地区で概ね6～7割を占めている。

なお、専門店のうち、衣料品専門店（同67.6%）、衣料品中心店（同58.9%）は、商業集積地区での立地割合が百貨店、総合スーパーに次いで高いが、これは駅周辺型を中心に、テナント店としての出店が多いことなどによると考えられる。



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

百貨店は、駅周辺型（商業集積地区に占める構成比 52.1%）、市街地型（同 38.1%）での立地が多く、この2地区で9割を占めている。

総合スーパーは、駅周辺型（同 35.4%）での立地が最も多く、次いでロードサイド型（同 25.5%）、市街地型（同 18.8%）、住宅地背景型（同 18.1%）の順で、商業集積地区内では他の業態に比べバランスのとれた立地となっている。なお、ロードサイド型の立地割合は、他の業態に比べ最も高い。

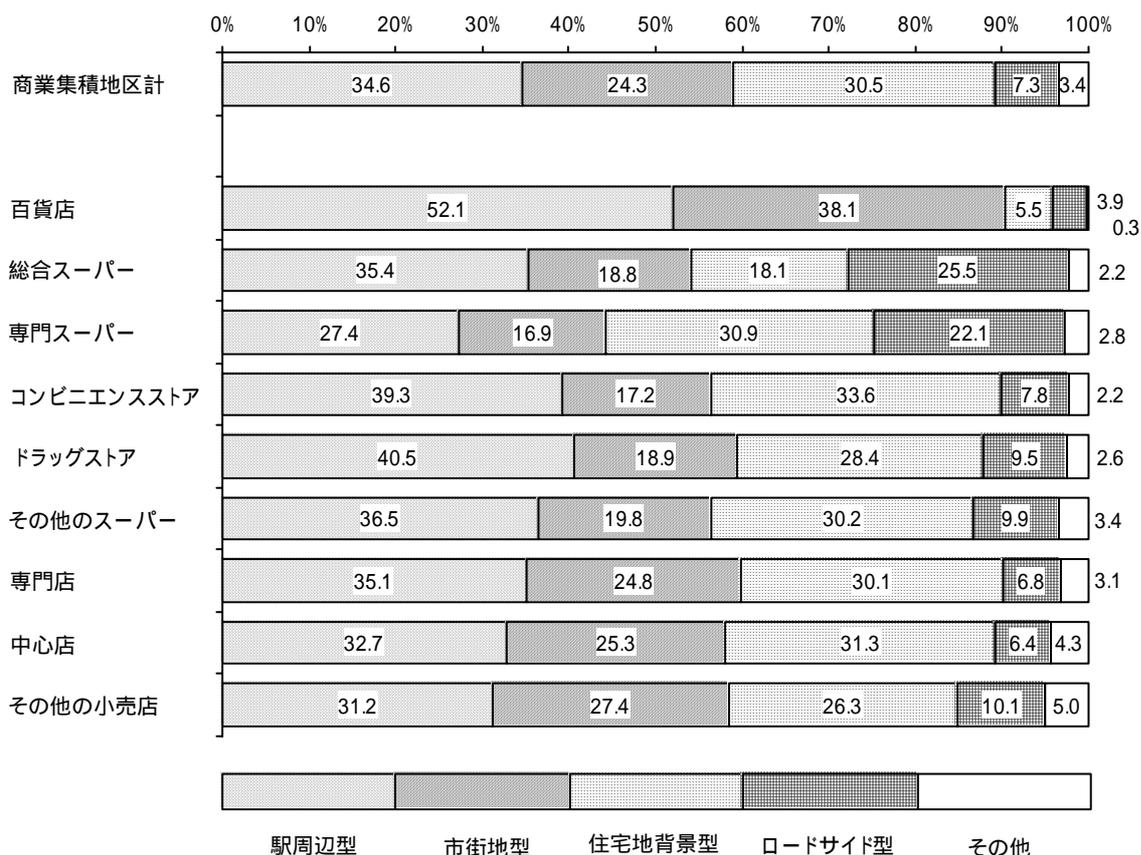
専門スーパーは、住宅地背景型（同 30.9%）での立地が3割を占め最も多く、次いで駅周辺型（同 27.4%）、ロードサイド型（同 22.1%）の順となっている。

専門スーパーのうち、食料品スーパーは、居住地に近い住宅地背景型（同 39.2%）が多いものの、衣料品スーパー、住関連スーパーではロードサイド型での立地が最も多くそれぞれ3割を占めている。

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

専門店、中心店、その他の小売店が多いのは、駅周辺型、住宅地背景型、市街地型の順で、このうち、市街地型での立地割合は2割超と、他の業態に比べ高い。

商業集積地区内の業態別事業所数の構成比(平成14年)



特性地区別、業態別事業所数及び構成比

業態別	平成14年事業所数										
	計	商業集積地区	商業集積地区					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	1,300,057	500,599	173,065	121,437	152,466	36,793	16,838	94,752	396,696	65,853	242,157
1. 百貨店	362	307	160	117	17	12	1	21	19	10	5
(1)大型百貨店	323	293	151	113	16	12	1	14	9	4	3
(2)その他の百貨店	39	14	9	4	1	0	0	7	10	6	2
2. 総合スーパー	1,668	1,234	437	232	223	315	27	58	201	86	89
(1)大型総合スーパー	1,499	1,128	376	218	198	311	25	45	169	78	79
(2)中型総合スーパー	169	106	61	14	25	4	2	13	32	8	10
3. 専門スーパー	37,035	12,621	3,461	2,128	3,900	2,783	349	1,914	14,291	3,012	5,197
(1)衣料品スーパー	6,324	2,578	600	502	642	777	57	272	2,201	549	724
(2)食料品スーパー	17,691	5,738	1,755	886	2,247	677	173	905	7,424	1,115	2,509
(3)住関連スーパー うちホームセンター	13,020 4,358	4,305 1,218	1,106 270	740 192	1,011 332	1,329 379	119 45	737 171	4,666 1,513	1,348 472	1,964 984
4. コンビニエンスストア	41,770	10,506	4,125	1,802	3,531	816	232	3,797	16,257	3,099	8,111
うち終日営業店	32,431	8,276	3,214	1,435	2,776	705	146	3,127	12,657	2,563	5,808
5. ドラッグストア	14,664	6,703	2,717	1,270	1,903	639	174	923	4,865	703	1,470
6. その他のスーパー	65,011	25,805	9,431	5,117	7,805	2,566	886	3,911	19,637	2,930	12,728
うち各種商品取扱店	782	292	108	52	79	38	15	54	247	59	130
7. 専門店	775,847	317,777	111,642	78,967	95,798	21,566	9,804	61,612	236,303	38,812	121,343
(1)衣料品専門店	106,134	71,798	30,107	21,264	14,099	4,882	1,446	8,064	18,906	2,391	4,975
(2)食料品専門店	204,171	85,356	29,277	18,438	29,880	4,970	2,791	14,671	63,166	8,681	32,297
(3)住関連専門店	465,542	160,623	52,258	39,265	51,819	11,714	5,567	38,877	154,231	27,740	84,071
8. 中心店	361,470	124,961	40,878	31,616	39,109	8,027	5,331	22,348	104,452	17,084	92,625
(1)衣料品中心店	65,579	38,636	14,133	11,540	9,315	2,389	1,259	4,636	12,991	1,626	7,690
(2)食料品中心店	140,172	37,217	11,391	8,044	13,860	2,017	1,905	7,410	43,104	5,462	46,979
(3)住関連中心店	155,719	49,108	15,354	12,032	15,934	3,621	2,167	10,302	48,357	9,996	37,956
9. その他の小売店	2,230	685	214	188	180	69	34	168	671	117	589
うち各種商品取扱店	2,086	664	209	184	170	67	34	162	647	110	503

業態別	平成14年事業所数の構成比(%)										
	計	商業集積地区	商業集積地区					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	100.0	38.5	13.3	9.3	11.7	2.8	1.3	7.3	30.5	5.1	18.6
1. 百貨店	100.0	84.8	44.2	32.3	4.7	3.3	0.3	5.8	5.2	2.8	1.4
(1)大型百貨店	100.0	90.7	46.7	35.0	5.0	3.7	0.3	4.3	2.8	1.2	0.9
(2)その他の百貨店	100.0	35.9	23.1	10.3	2.6	0.0	0.0	17.9	25.6	15.4	5.1
2. 総合スーパー	100.0	74.0	26.2	13.9	13.4	18.9	1.6	3.5	12.1	5.2	5.3
(1)大型総合スーパー	100.0	75.3	25.1	14.5	13.2	20.7	1.7	3.0	11.3	5.2	5.3
(2)中型総合スーパー	100.0	62.7	36.1	8.3	14.8	2.4	1.2	7.7	18.9	4.7	5.9
3. 専門スーパー	100.0	34.1	9.3	5.7	10.5	7.5	0.9	5.2	38.6	8.1	14.0
(1)衣料品スーパー	100.0	40.8	9.5	7.9	10.2	12.3	0.9	4.3	34.8	8.7	11.4
(2)食料品スーパー	100.0	32.4	9.9	5.0	12.7	3.8	1.0	5.1	42.0	6.3	14.2
(3)住関連スーパー うちホームセンター	100.0 100.0	33.1 27.9	8.5 6.2	5.7 4.4	7.8 7.6	10.2 8.7	0.9 1.0	5.7 3.9	35.8 34.7	10.4 10.8	15.1 22.6
4. コンビニエンスストア	100.0	25.2	9.9	4.3	8.5	2.0	0.6	9.1	38.9	7.4	19.4
うち終日営業店	100.0	25.5	9.9	4.4	8.6	2.2	0.5	9.6	39.0	7.9	17.9
5. ドラッグストア	100.0	45.7	18.5	8.7	13.0	4.4	1.2	6.3	33.2	4.8	10.0
6. その他のスーパー	100.0	39.7	14.5	7.9	12.0	3.9	1.4	6.0	30.2	4.5	19.6
うち各種商品取扱店	100.0	37.3	13.8	6.6	10.1	4.9	1.9	6.9	31.6	7.5	16.6
7. 専門店	100.0	41.0	14.4	10.2	12.3	2.8	1.3	7.9	30.5	5.0	15.6
(1)衣料品専門店	100.0	67.6	28.4	20.0	13.3	4.6	1.4	7.6	17.8	2.3	4.7
(2)食料品専門店	100.0	41.8	14.3	9.0	14.6	2.4	1.4	7.2	30.9	4.3	15.8
(3)住関連専門店	100.0	34.5	11.2	8.4	11.1	2.5	1.2	8.4	33.1	6.0	18.1
8. 中心店	100.0	34.6	11.3	8.7	10.8	2.2	1.5	6.2	28.9	4.7	25.6
(1)衣料品中心店	100.0	58.9	21.6	17.6	14.2	3.6	1.9	7.1	19.8	2.5	11.7
(2)食料品中心店	100.0	26.6	8.1	5.7	9.9	1.4	1.4	5.3	30.8	3.9	33.5
(3)住関連中心店	100.0	31.5	9.9	7.7	10.2	2.3	1.4	6.6	31.1	6.4	24.4
9. その他の小売店	100.0	30.7	9.6	8.4	8.1	3.1	1.5	7.5	30.1	5.2	26.4
うち各種商品取扱店	100.0	31.8	10.0	8.8	8.1	3.2	1.6	7.8	31.0	5.3	24.1

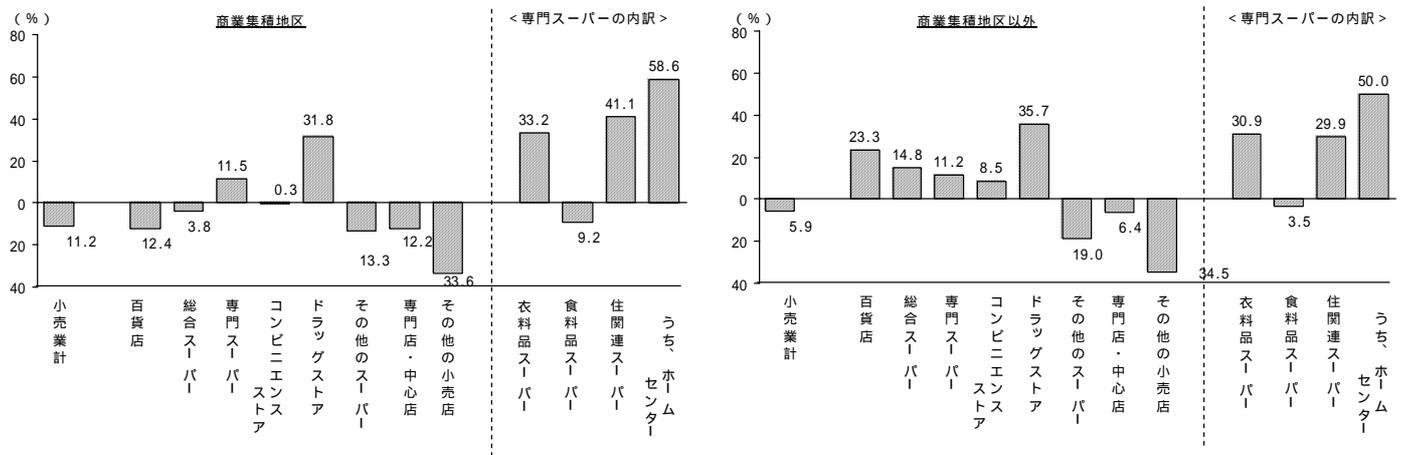
前回（平成11年）調査と比べると、百貨店、総合スーパーは、立地が多い商業集積地区で減少、商業集積地区以外では2桁の増加となった。消費不振や価格の低下などを背景に、店舗の統廃合から商業集積地での事業所は減少しているものの、郊外に展開する百貨店や総合スーパーは増加している。この背景には、広い土地の確保が容易なことや、モータリゼーションによる商圈の広がり、都市開発・環境の整備の進展などがあると考えられる。

事業所数が増加している専門スーパー、ドラッグストアは、商業集積地区、商業集積地区以外ともに2桁の増加となっている。

コンビニエンスストアは、商業集積地区で微減、商業集積地区以外では増加となった。

その他のスーパー、事業所数が多い専門店・中心店、その他の小売店は、商業集積地、商業集積地区以外ともに大幅な減少となっている。

商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別事業所数の前回比（平成14年/11年）



特性地区別、業態別事業数の前回比（平成14年/11年）

業態別	平成14年 事業所数の前回比 (%)				
	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	▲ 11.2	▲ 0.4	▲ 6.6	▲ 4.5	▲ 6.7
1. 百貨店	▲ 12.4	20.0	36.4	0.0	25.0
(1) 大型百貨店	▲ 12.9	▲ 28.6	16.7	▲ 66.7	50.0
(2) その他の百貨店	0.0	133.3	60.0	100.0	0.0
2. 総合スーパー	▲ 3.8	22.2	▲ 0.6	24.1	48.2
(1) 大型総合スーパー	▲ 0.9	33.3	0.7	22.9	55.3
(2) 中型総合スーパー	▲ 26.8	0.0	▲ 6.5	33.3	11.1
3. 専門スーパー	11.5	32.6	8.2	20.1	10.8
(1) 衣料品スーパー	33.2	77.7	25.5	45.1	30.7
(2) 食料品スーパー	▲ 9.2	5.0	▲ 4.2	2.6	▲ 5.4
(3) 住関連スーパー	41.1	68.8	25.6	29.7	32.8
うちホームセンター	58.6	66.2	44.1	42.6	61.2
4. コンビニエンスストア	▲ 0.3	26.9	4.5	16.0	8.5
うち終日営業店	15.7	38.8	22.7	34.4	46.9
5. ドラッグストア	31.8	51.3	30.8	54.6	38.5
6. その他のスーパー	▲ 13.3	0.8	▲ 17.8	▲ 13.3	▲ 25.0
うち各種商品取扱店	▲ 4.6	▲ 14.0	▲ 12.2	▲ 22.5	▲ 54.3
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 12.2	▲ 2.2	▲ 7.2	▲ 6.4	▲ 6.3
(1) 衣料品専門店 + 中心店	▲ 10.2	▲ 0.3	▲ 10.6	▲ 10.2	▲ 10.0
(2) 食料品専門店 + 中心店	▲ 13.3	▲ 3.6	▲ 9.0	▲ 10.2	▲ 8.0
(3) 住関連専門店 + 中心店	▲ 12.7	▲ 2.1	▲ 5.6	▲ 4.3	▲ 4.7
9. その他の小売店	▲ 33.6	▲ 26.2	▲ 28.4	▲ 31.9	▲ 41.6
うち各種商品取扱店	▲ 35.7	▲ 29.3	▲ 30.8	▲ 36.9	▲ 50.3

特性地区別、業態別事業所数の前回比(平成14年/11年)

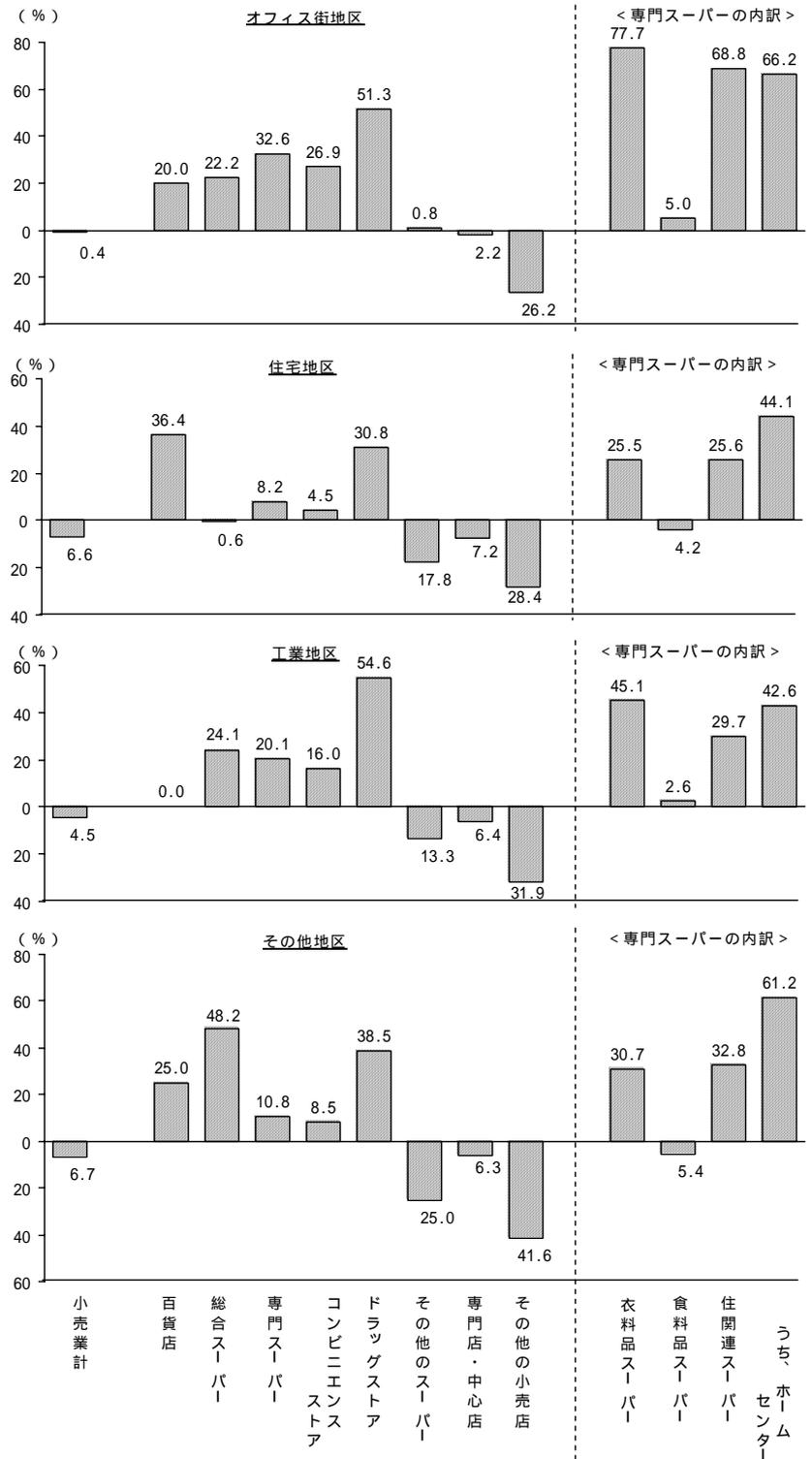
特性地区別にみると、商業集積地区ではドラッグストア、専門スーパーの増加を除き、他の業態はすべて減少している。

オフィス街地区では、専門店・中心店、その他の小売店の減少を除き、コンビニエンスストア、専門スーパー、ドラッグストアなど他の業態はすべて増加となっており、このうち、その他のスーパー以外は2割以上の大幅増となっている。オフィス街地区の事業所数は全体の1割に満たないが、多くの業態で積極的な出店がみられる。

住宅地区では、専門店・中心店、その他のスーパーなどが減少、ドラッグストア、専門スーパーなどが増加となっている。

工業地区では、専門店・中心店、その他のスーパー、その他の小売店が減少、百貨店が横ばい、一方、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアなどは増加となっている。

その他地区では、専門店・中心店、その他のスーパー、その他の小売店の減少を除き、他の業態はすべて増加している。



(2) 年間商品販売額

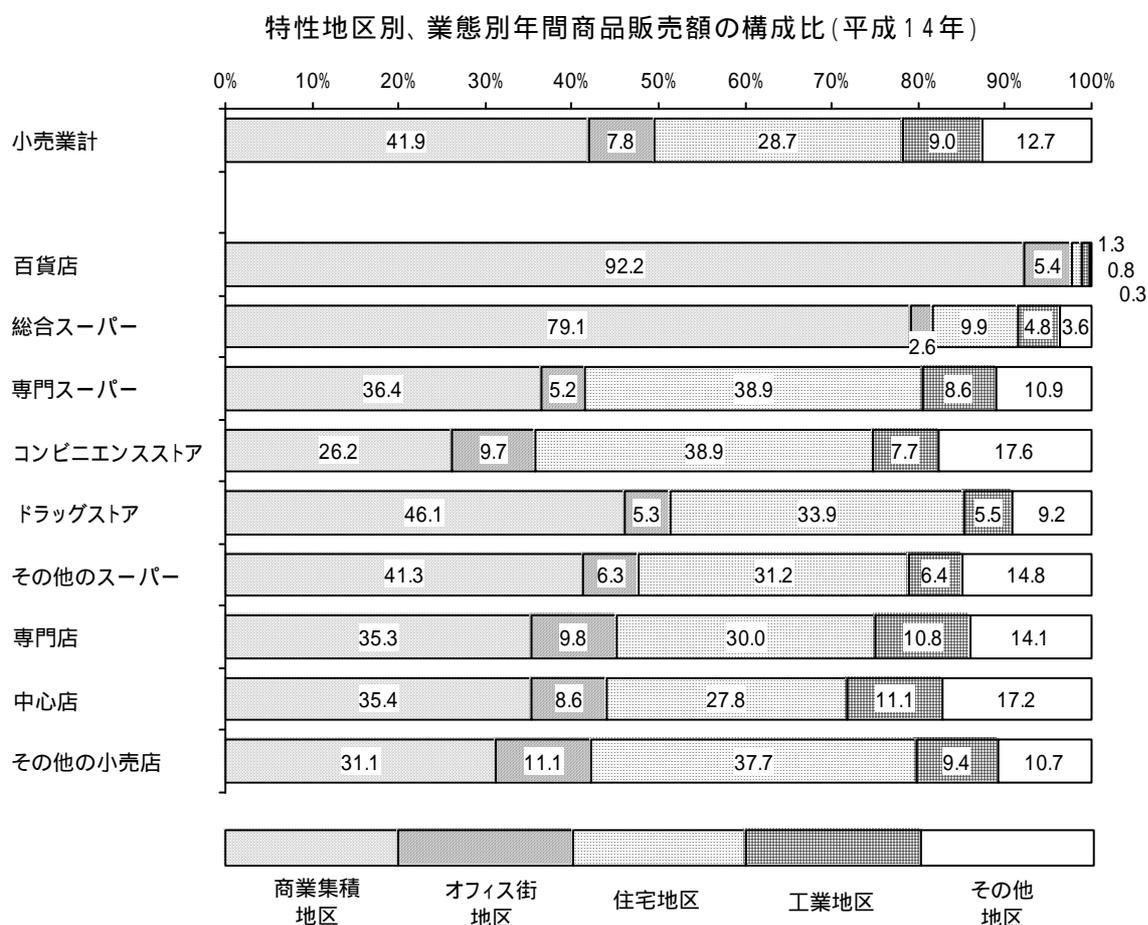
特性地区別年間商品販売額を業態別にみると、商業集積地区での立地が多い百貨店は、年間商品販売額でも商業集積地区が9割超とそのほとんどを占めている。

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

専門スーパー、コンビニエンスストア、その他の小売店の年間商品販売額が多いのは、住宅地区で、それぞれ4割近くを占めている。

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

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



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

百貨店については、立地が多い駅周辺型（商業集積地区に占める構成比 57.5%）、市街地型（同 38.3%）の販売額割合が高く、この 2 地区で 96% と商業集積地区の年間商品販売額のほとんどを占めている。

総合スーパーについては、駅周辺型（同 36.2%）、ロードサイド型（同 26.6%）の販売額割合が高い。このうち、ロードサイド型の販売額割合は、事業所数と同様に、他の業態に比べ最も高いものとなっている。

専門スーパーについては、駅周辺型（同 33.7%）、住宅地背景型（同 30.9%）の販売額割合が高い。一方、市街地型（同 15.0%）の販売額割合は他の業態に比べ最も低い。

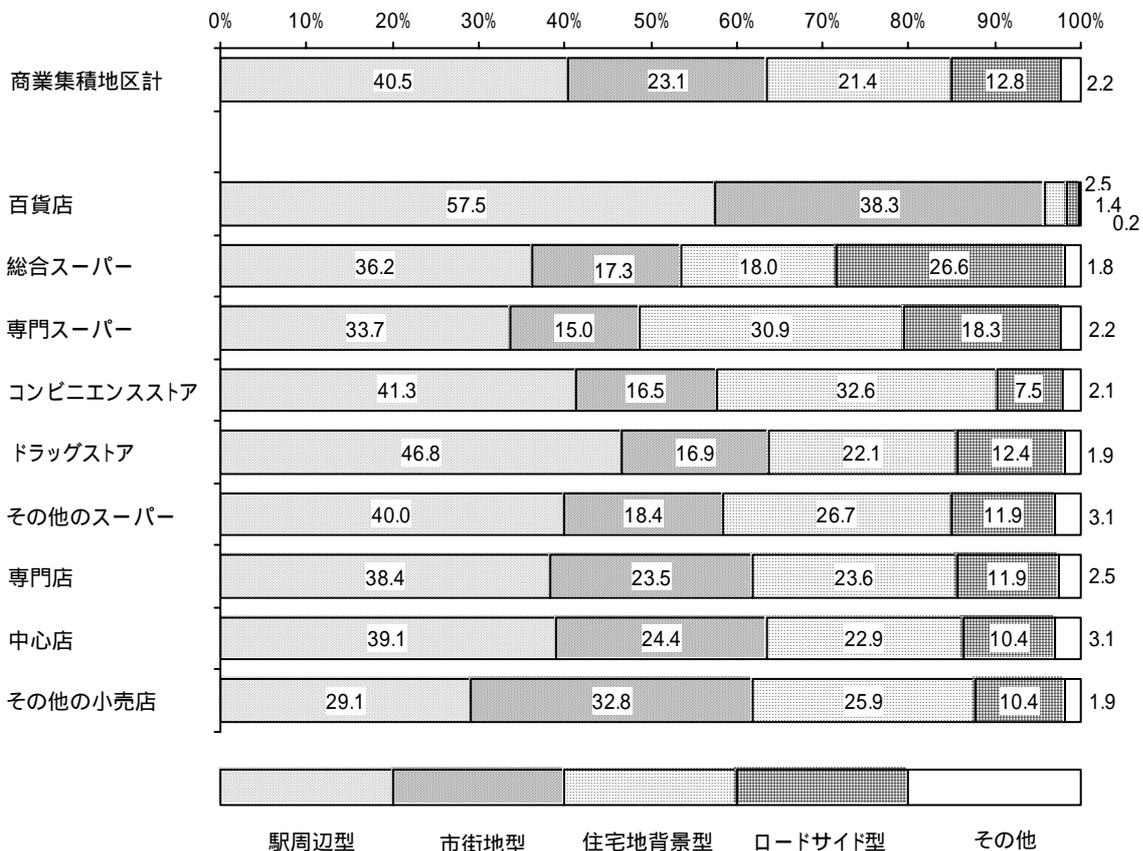
専門スーパーのうち、衣料品スーパーについては駅周辺型（同 32.4%）が、食料品スーパーについては住宅地背景型（同 36.0%）の販売額割合がそれぞれ最も高い。住関連スーパーについては、事業所数と同様にロードサイド型（同 31.4%）の販売額割合が最も高く、このうち、ホームセンターについては販売額の 4 割近くをロードサイド型が占めている。

コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパーについては、立地が多い駅周辺型、住宅地背景型の販売額割合が高く、この 2 地区で概ね 7 割を占めている。このうち、コンビニエンスストアについては、住宅地背景型（同 32.6%）の販売額割合が他の業態に比べ最も高く、ドラッグストアについては、駅周辺型（同 46.8%）が百貨店に次ぐ高い割合となっている。

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

その他の小売店の販売額割合が高いのは、市街地型、駅周辺型、住宅地背景型の順で、それぞれ販売額の 4 分の 1 ～ 3 分の 1 を占めている。このうち、市街地型の割合は、他の業態に比べ最も高い。

商業集積地区内の業態別年間商品販売額の構成比（平成 14 年）



特性地区別、業態別年間商品販売額及び構成比

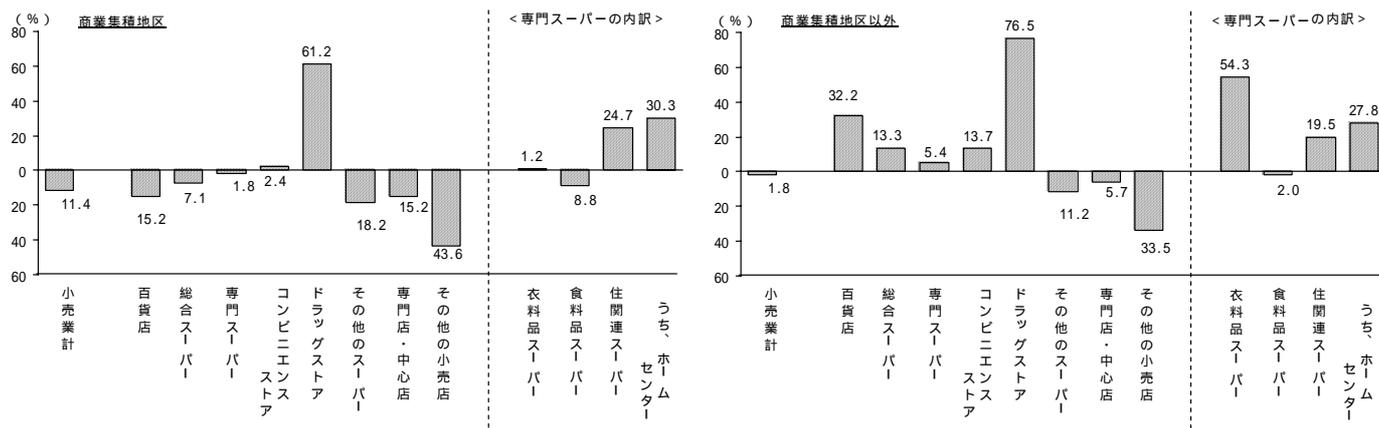
業態別	平成14年年間商品販売額(百万円)										
	計	商業集積地区	商業集積地区					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	135,109,295	56,550,855	22,896,774	13,053,852	12,120,684	7,248,393	1,231,151	10,503,696	38,712,739	12,165,596	17,176,408
1.百貨店	8,426,888	7,772,989	4,469,975	2,980,456	193,116	X	X	456,754	106,771	67,246	23,129
(1)大型百貨店	8,055,466	7,619,878	4,366,467	X	X	X	X	361,237	42,725	X	X
(2)その他の百貨店	371,422	153,111	103,508	X	X	-	-	95,517	64,046	X	X
2.総合スーパー	8,515,119	6,732,485	2,437,144	1,167,653	1,208,963	1,794,178	124,548	222,055	846,418	411,424	302,737
(1)大型総合スーパー	8,061,796	6,429,955	2,257,044	1,128,343	1,138,116	X	X	187,736	775,530	383,663	284,912
(2)中型総合スーパー	453,323	302,531	180,100	39,310	70,847	X	X	34,319	70,887	27,761	17,825
3.専門スーパー	23,630,467	8,597,744	2,896,494	1,287,469	2,652,772	1,571,266	189,743	1,231,592	9,193,547	2,043,560	2,564,023
(1)衣料品スーパー	1,583,349	730,321	236,764	184,102	129,652	168,698	11,106	71,259	518,262	124,001	139,505
(2)食料品スーパー	15,903,759	5,813,375	2,087,329	755,823	2,090,082	757,579	122,561	790,871	6,533,010	1,129,723	1,636,781
(3)住関連スーパー うちホームセンター	6,143,359 3,075,939	2,054,048 877,358	572,401 210,577	347,545 104,751	433,037 218,274	644,988 324,668	56,077 19,090	369,462 131,118	2,142,275 1,098,934	789,837 433,933	787,737 534,595
4.コンビニエンスストア うち終日営業店	6,713,687 5,718,584	1,759,073 1,473,275	726,829 587,248	289,681 248,318	573,909 491,176	132,524 120,941	36,130 25,591	648,474 567,521	2,609,843 2,239,119	517,982 456,104	1,178,315 982,566
5.ドラッグストア	2,494,944	1,150,162	537,840	193,828	254,221	142,768	21,505	132,447	846,941	136,482	228,911
6.その他のスーパー うち各種商品取扱店	6,491,695 191,328	2,679,596 67,291	1,070,840 24,487	492,307 14,895	715,741 17,517	318,628 8,946	82,080 1,447	407,582 12,209	2,028,627 71,278	415,344 15,173	960,546 25,377
7.専門店	52,414,700	18,517,828	7,111,542	4,357,975	4,379,465	2,203,840	465,006	5,138,310	15,724,324	5,654,060	7,380,178
(1)衣料品専門店	4,411,983	3,333,879	1,580,969	962,393	383,811	349,676	57,030	380,278	492,599	102,055	103,172
(2)食料品専門店	7,410,264	3,032,194	1,167,084	665,141	868,342	216,182	115,445	682,544	2,198,841	653,029	843,655
(3)住関連専門店	40,592,454	12,151,756	4,363,489	2,730,441	3,127,313	1,637,983	292,531	4,075,487	13,032,884	4,898,975	6,433,351
8.中心店	26,192,047	9,269,426	3,625,318	2,261,034	2,123,985	967,241	291,848	2,241,037	7,269,736	2,897,967	4,513,881
(1)衣料品中心店	4,228,741	2,939,407	1,394,068	798,513	494,252	201,845	50,730	346,376	580,010	127,040	235,909
(2)食料品中心店	6,777,101	1,927,587	723,748	389,036	564,574	148,788	101,441	422,236	2,268,756	639,340	1,519,182
(3)住関連中心店	15,186,206	4,402,431	1,507,502	1,073,485	1,065,160	616,607	139,677	1,472,425	4,420,971	2,131,587	2,758,791
9.その他の小売店 うち各種商品取扱店	229,748 174,284	71,550 62,826	20,792 17,377	23,447 18,573	18,513 18,099	X X	X X	25,445 25,120	86,532 47,387	21,532 15,806	24,689 23,145

業態別	平成14年年間商品販売額の構成比(%)										
	計	商業集積地区	商業集積地区					オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
			駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他				
小売業計	100.0	41.9	16.9	9.7	9.0	5.4	0.9	7.8	28.7	9.0	12.7
1.百貨店	100.0	92.2	53.0	35.4	2.3	X	X	5.4	1.3	0.8	0.3
(1)大型百貨店	100.0	94.6	54.2	X	X	X	X	4.5	0.5	X	X
(2)その他の百貨店	100.0	41.2	27.9	X	X	-	-	25.7	17.2	X	X
2.総合スーパー	100.0	79.1	28.6	13.7	14.2	21.1	1.5	2.6	9.9	4.8	3.6
(1)大型総合スーパー	100.0	79.8	28.0	14.0	14.1	X	X	2.3	9.6	4.8	3.5
(2)中型総合スーパー	100.0	66.7	39.7	8.7	15.6	X	X	7.6	15.6	6.1	3.9
3.専門スーパー	100.0	36.4	12.3	5.4	11.2	6.6	0.8	5.2	38.9	8.6	10.9
(1)衣料品スーパー	100.0	46.1	15.0	11.6	8.2	10.7	0.7	4.5	32.7	7.8	8.8
(2)食料品スーパー	100.0	36.6	13.1	4.8	13.1	4.8	0.8	5.0	41.1	7.1	10.3
(3)住関連スーパー うちホームセンター	100.0 100.0	33.4 28.5	9.3 6.8	5.7 3.4	7.0 7.1	10.5 10.6	0.9 0.6	6.0 4.3	34.9 35.7	12.9 14.1	12.8 17.4
4.コンビニエンスストア うち終日営業店	100.0 100.0	26.2 25.8	10.8 10.3	4.3 4.3	8.5 8.6	2.0 2.1	0.5 0.4	9.7 9.9	38.9 39.2	7.7 8.0	17.6 17.2
5.ドラッグストア	100.0	46.1	21.6	7.8	10.2	5.7	0.9	5.3	33.9	5.5	9.2
6.その他のスーパー うち各種商品取扱店	100.0 100.0	41.3 35.2	16.5 12.8	7.6 7.8	11.0 9.2	4.9 4.7	1.3 0.8	6.3 6.4	31.2 37.3	6.4 7.9	14.8 13.3
7.専門店	100.0	35.3	13.6	8.3	8.4	4.2	0.9	9.8	30.0	10.8	14.1
(1)衣料品専門店	100.0	75.6	35.8	21.8	8.7	7.9	1.3	8.6	11.2	2.3	2.3
(2)食料品専門店	100.0	40.9	15.7	9.0	11.7	2.9	1.6	9.2	29.7	8.8	11.4
(3)住関連専門店	100.0	29.9	10.7	6.7	7.7	4.0	0.7	10.0	32.1	12.1	15.8
8.中心店	100.0	35.4	13.8	8.6	8.1	3.7	1.1	8.6	27.8	11.1	17.2
(1)衣料品中心店	100.0	69.5	33.0	18.9	11.7	4.8	1.2	8.2	13.7	3.0	5.6
(2)食料品中心店	100.0	28.4	10.7	5.7	8.3	2.2	1.5	6.2	33.5	9.4	22.4
(3)住関連中心店	100.0	29.0	9.9	7.1	7.0	4.1	0.9	9.7	29.1	14.0	18.2
9.その他の小売店 うち各種商品取扱店	100.0 100.0	31.1 36.0	9.0 10.0	10.2 10.7	8.1 10.4	X X	X X	11.1 14.4	37.7 27.2	9.4 9.1	10.7 13.3

前回比をみると、商業集積地区ではドラッグストアとコンビニエンスストアが増加となっているものの、専門店・中心店、百貨店、その他のスーパーなど他の業態はすべて減少となった。事業所数では増加している専門スーパーも、主力の食料品スーパーの減少から年間商品販売額では減少となっている。なお、ホームセンターは、商業集積地区においても3割増と大幅に増加している。

商業集積地区以外では、年間商品販売額のウエイトが高い専門店・中心店、その他のスーパー、その他の小売店が減少したものの、この他の業態は事業所数と同様にすべて前回は上回っている。

商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)



特性地区別、業態別年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)

業態別	平成14年 年間商品販売額の前回比 (%)				
	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	▲ 11.4	▲ 0.9	▲ 3.7	1.2	0.3
1. 百貨店	▲ 15.2	▲ 2.4	110.4	178.2	113.5
(1)大型百貨店	▲ 15.9	▲ 37.8	26.3	x	x
(2)その他の百貨店	50.7	126.6	315.9	x	x
2. 総合スーパー	▲ 7.1	7.2	3.1	11.0	61.1
(1)大型総合スーパー	▲ 5.8	12.3	6.1	9.9	69.9
(2)中型総合スーパー	▲ 28.1	▲ 6.0	▲ 20.0	24.2	▲ 6.8
3. 専門スーパー	▲ 1.8	17.2	1.7	15.2	8.8
(1)衣料品スーパー	1.2	52.9	50.9	89.5	44.4
(2)食料品スーパー	▲ 8.8	0.7	▲ 3.9	8.4	▲ 1.3
(3)住関連スーパー	24.7	55.7	12.8	18.5	31.0
うちホームセンター	30.3	19.2	19.7	20.0	58.1
4. コンビニエンスストア	2.4	25.0	7.8	17.7	21.3
うち終日営業店	14.1	34.7	20.3	28.7	44.1
5. ドラッグストア	61.2	106.7	64.6	103.0	102.1
6. その他のスーパー	▲ 18.2	▲ 4.4	▲ 10.4	2.1	▲ 18.9
うち各種商品取扱店	▲ 26.7	▲ 18.7	▲ 12.9	▲ 16.6	▲ 44.4
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 15.2	▲ 4.9	▲ 8.0	▲ 3.7	▲ 2.7
(1)衣料品専門店 + 中心店	▲ 17.8	▲ 37.9	▲ 28.7	▲ 24.9	▲ 15.0
(2)食料品専門店 + 中心店	▲ 18.5	▲ 4.2	▲ 8.6	▲ 1.3	▲ 1.8
(3)住関連専門店 + 中心店	▲ 13.2	2.5	▲ 6.3	▲ 3.3	▲ 2.4
9. その他の小売店	▲ 43.6	▲ 37.9	▲ 1.3	▲ 53.1	▲ 62.4
うち各種商品取扱店	▲ 50.6	▲ 38.8	▲ 47.5	▲ 68.0	▲ 64.9

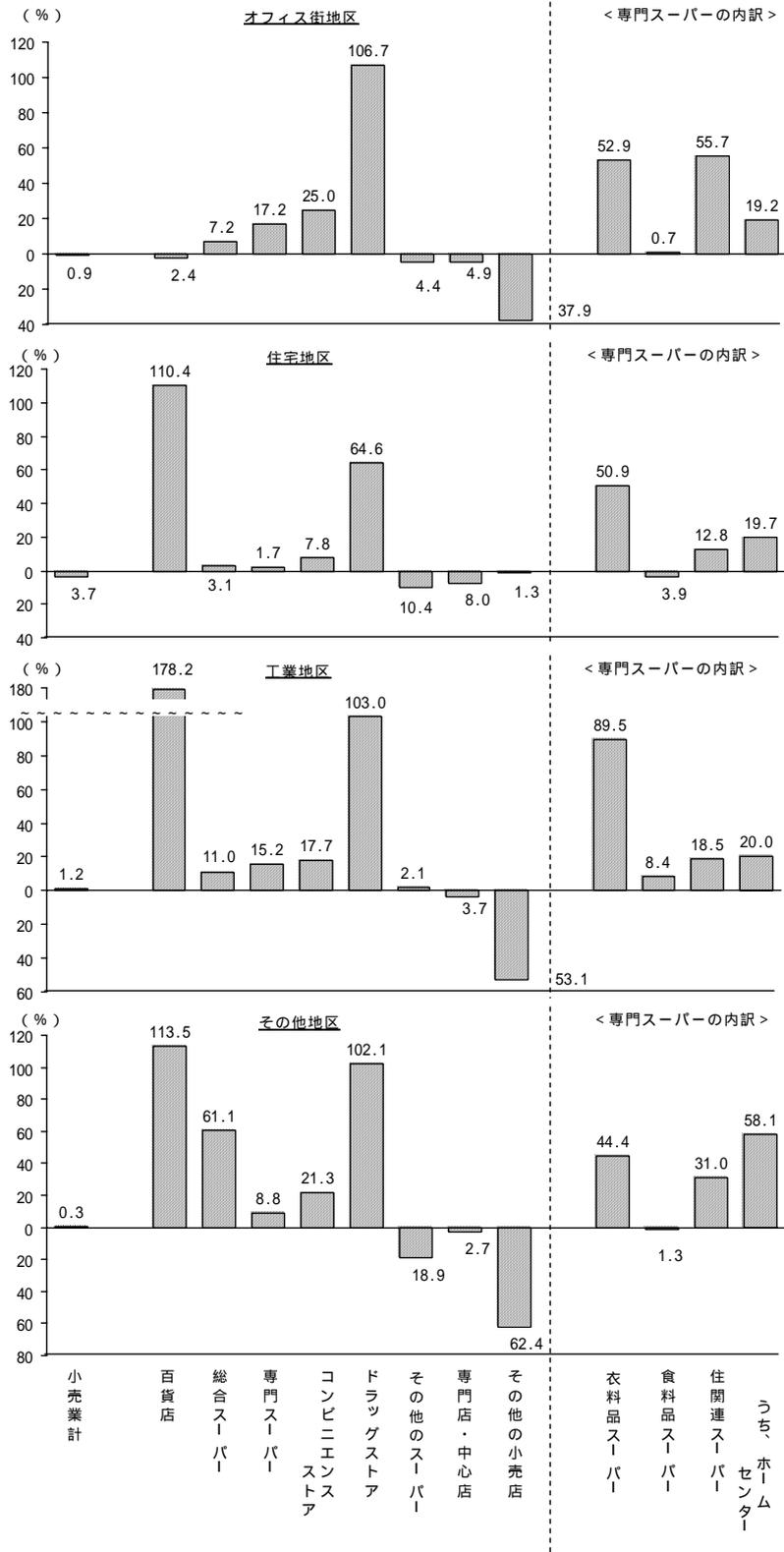
特性地区別、業態別年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)

商業集積地区以外の地区についてみると、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアの4業態は、全4地区で前回は上回っている。なかでも、急成長しているドラッグストアは、いずれの地区でも大幅な伸びを示している。

専門スーパーの内訳では、衣料品スーパー、ホームセンターが含まれる住関連スーパーが、ともに2桁の大幅増となっている。一方、主力の食料品スーパーは、工業地区、オフィス街地区で増加、年間商品販売額のウエイトが高い住宅地区、その他地区では減少となった。

百貨店は、商業集積地区以外での年間商品販売額は1割に満たないものの、出店などから住宅地区、工業地区、その他地区では増加となっている。

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



(3) 単位当たり年間商品販売額の前回比較

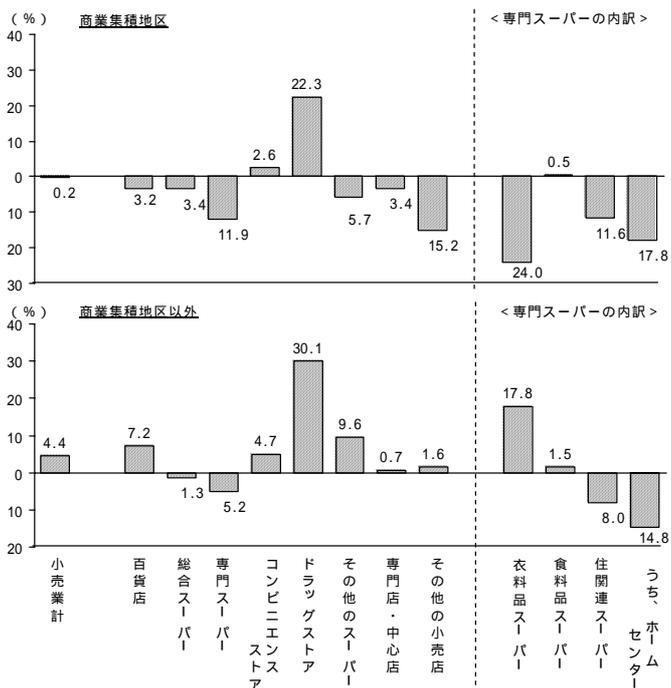
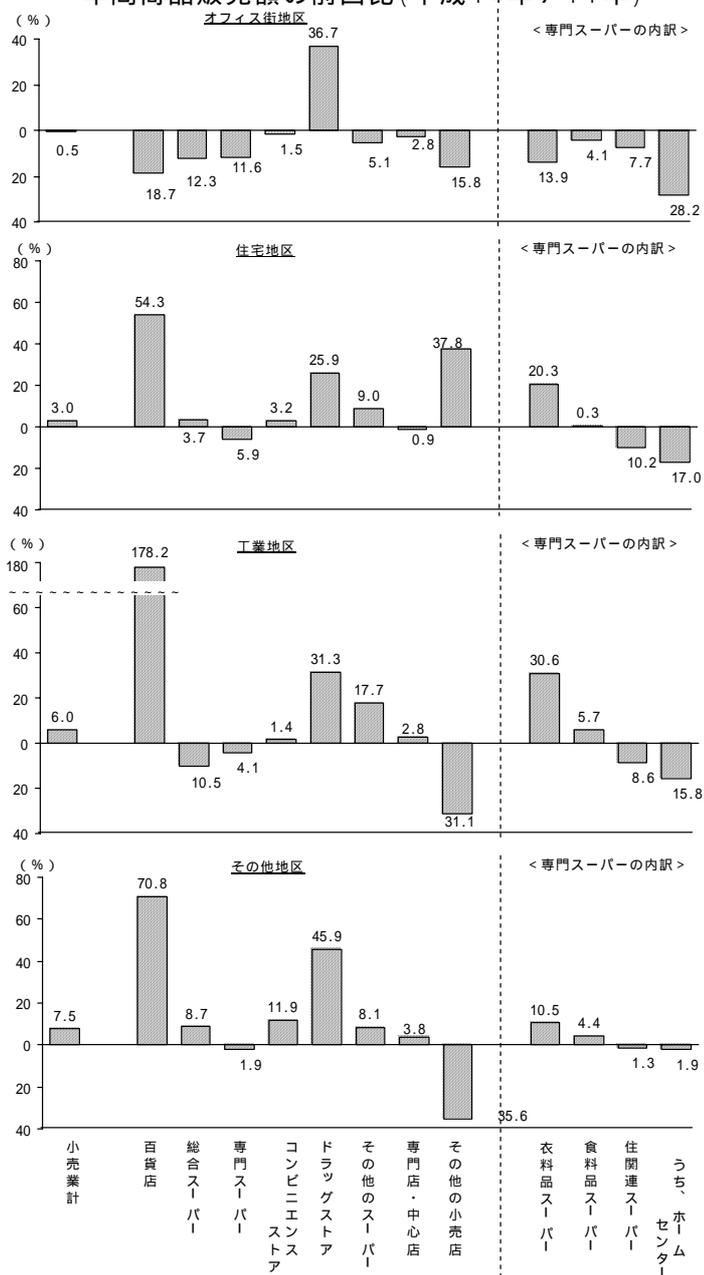
商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別
1事業所当たり年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)

特性地区別、業態別の1事業所当たり年間商品販売額を前回と比べると、商業集積地区ではドラッグストア、コンビニエンスストアの増加を除き、他の業態はすべて減少となった。

一方、商業集積地区以外では、総合スーパーや、専門スーパーの減少を除き、他の業態はすべて増加となっている。

なお、専門スーパーの減少は、ホームセンターの新規開店により、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。

特性地区別、業態別1事業所当たり
年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)



商業集積地区以外の地区についてみると、事業所の開設が多かったオフィス街地区では、ドラッグストアの増加を除き、他の業態はすべて減少となった。

住宅地区では、専門店スーパー、専門店・中心店の減少を除き、他の業態はすべて増加となった。

工業地区では、百貨店、ドラッグストア、その他のスーパーなどが増加、その他の小売店、総合スーパー、専門スーパーは減少となった。

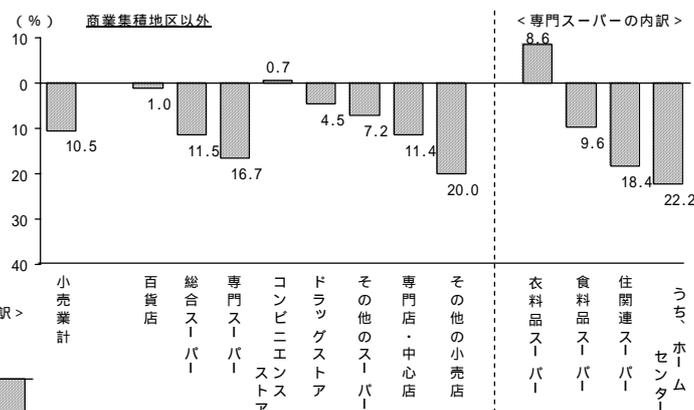
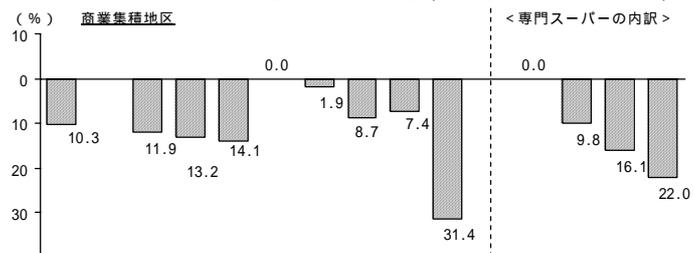
その他地区では、その他の小売店、専門スーパーの減少を除き、他の業態はすべて増加となった。

なお、住宅地区、工業地区、その他地区では百貨店の伸び幅が大きいですが、これは共同購入による販売を中心とした事業所の販売額増加や、新設、増床の影響などによる。

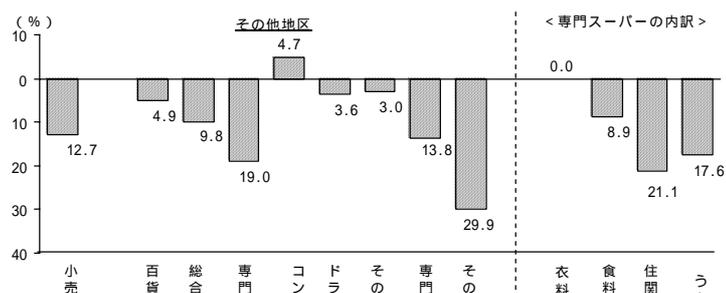
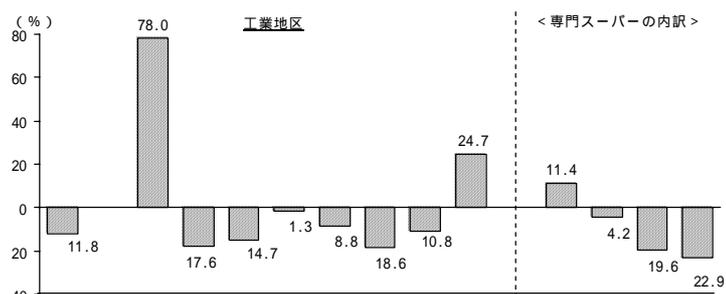
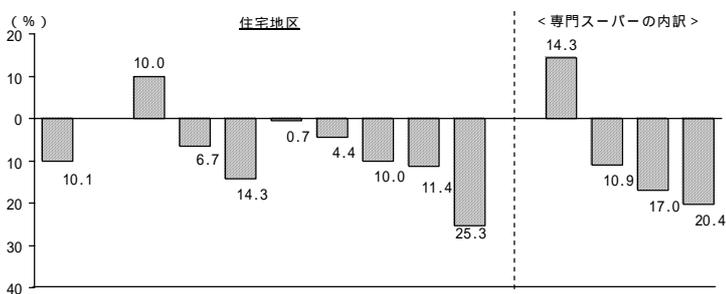
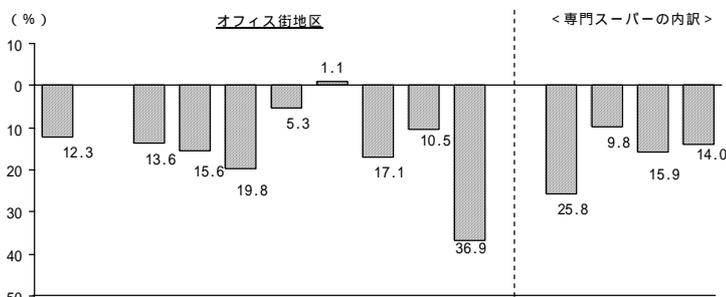
商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別売場面積
1㎡当たり年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)

特性地区別、業態別の売場面積1㎡当たり年間商品販売額を前回と比べると、商業集積地区ではコンビニエンスストアの横ばいを除き他の業態はすべて減少となった。

商業集積地区以外でも、コンビニエンスストアの増加を除き、他の業態はすべて減少となった。年間商品販売額では増加している総合スーパー、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。



特性地区別、業態別売場面積1㎡当たり
年間商品販売額の前回比(平成14年/11年)



商業集積地区以外の地区についてみると、オフィス街地区では、ドラッグストアの増加を除き、他の業態はすべて減少となった。

住宅地区では、大型百貨店の新設などにより増加となった百貨店を除き、他の業態はすべて減少となった。

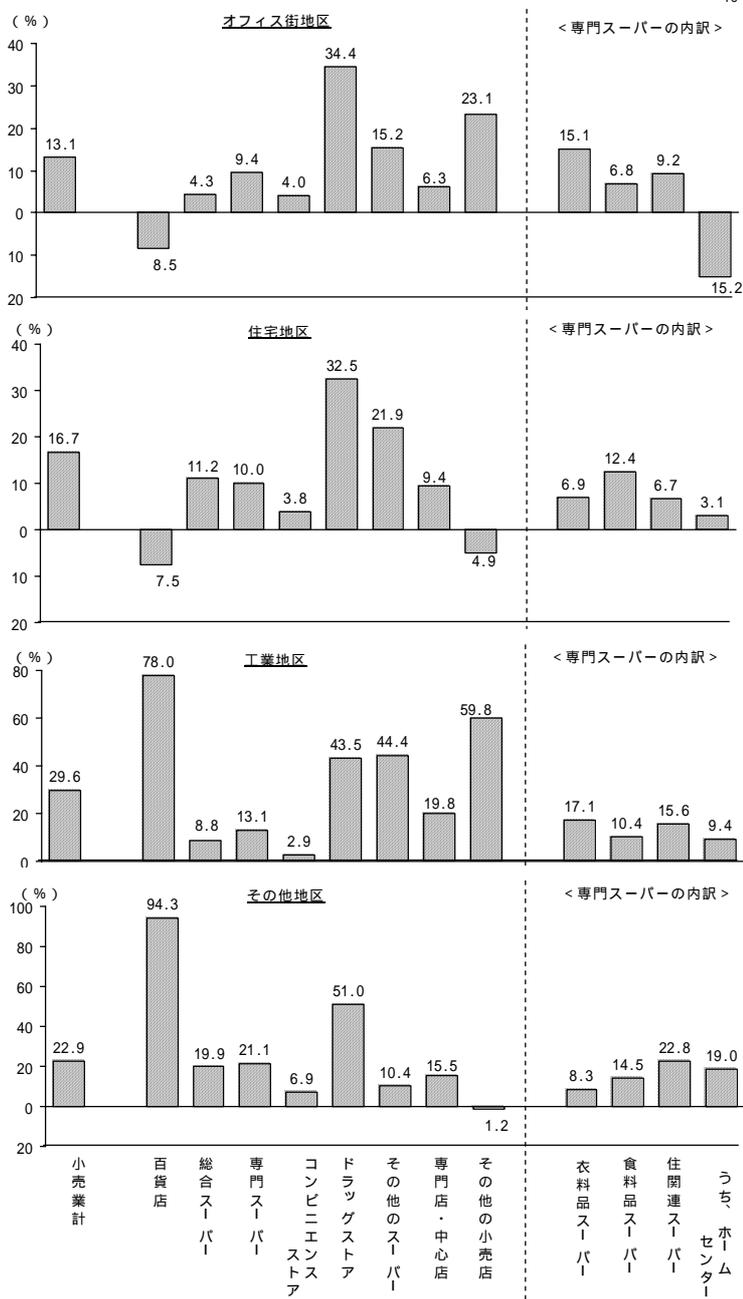
工業地区では、百貨店、その他の小売店の増加を除き、他の業態はすべて減少となった。なお、百貨店の大幅な伸びは、通信・カタログ販売を中心とした事業所の販売額増加の影響などによる。

その他地区では、コンビニエンスストアの増加を除き、他の業態はすべて減少となった。

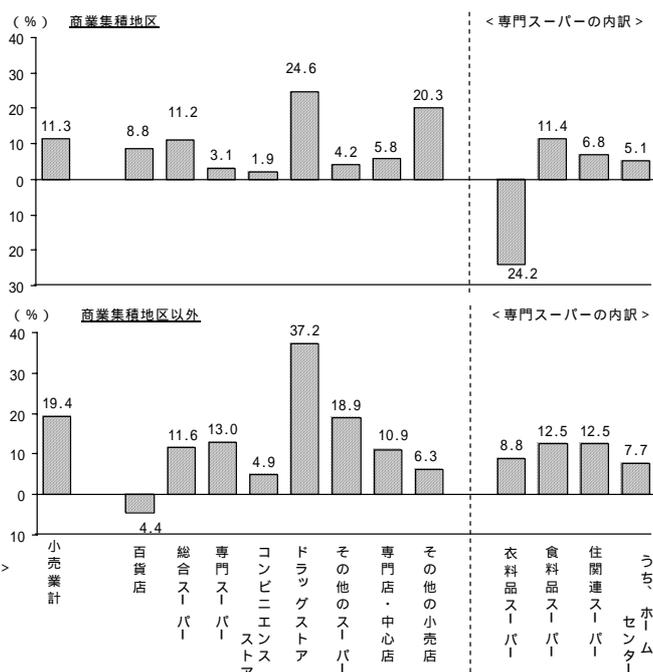
(4) 1事業所当たり売場面積の前回比較

特性地区別、業態別の1事業所当たりの売場面積を前回と比べると、商業集積地区ではすべての業態で増加となっている。商業集積地区以外では、百貨店の減少を除き、他の業態はすべて増加となっており、その伸び幅はほとんどの業態で商業集積地区を上回っている。小売業では店舗の大型化が進展しているが、商業集積地区以外の業態で、その傾向がより表れている。

特性地区別、業態別1事業所当たり売場面積の前回比(平成14年/11年)



商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別1事業所当たり売場面積の前回比(平成14年/11年)



商業集積地区以外の地区についてみると、オフィス街地区、住宅地区の百貨店、住宅地区、その他地区のその他の小売店の減少を除き、この他の業態・特性地区での1事業所当たり売場面積は、すべて増加となっている。

<トピックス3> 商店街の年間商品販売額前回比分布

平成14年調査における商店街数は、1万2597商店街であった。ここでは、本調査である平成9年、14年と継続している商店街(注)、1万1884商店街(商店街数全体に対する割合94.3%)について、年間商品販売額前回比の分布をみていくこととする。

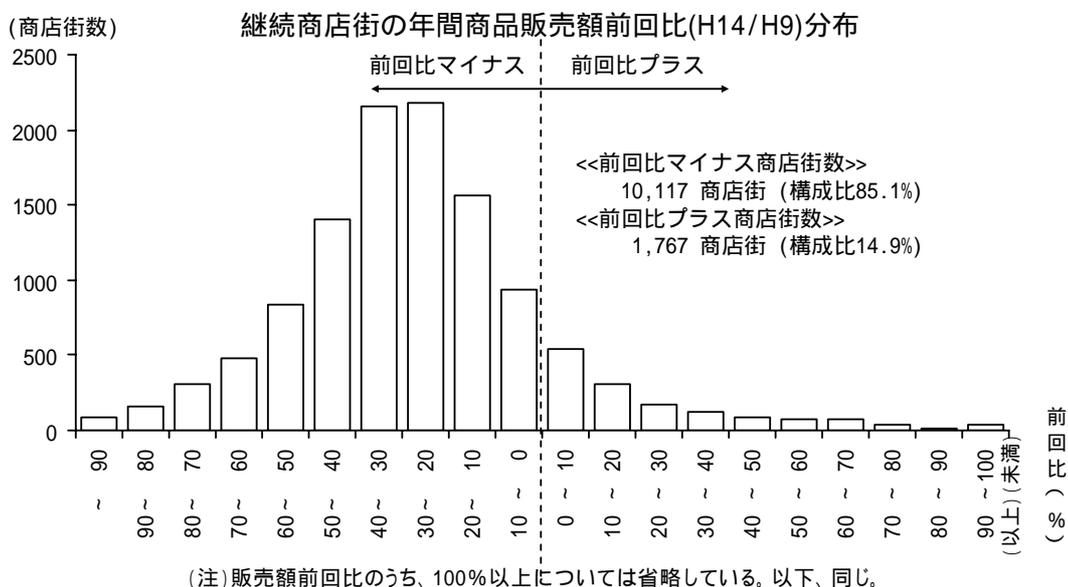
なお、ここでいう商店街とは、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30店舗以上あるものを1つの商店街として、商業統計調査で設定したものを指している。また、年間商品販売額については、この商店街に属する小売事業所のデータである。

(注)平成11年調査においては事業所の捕そく、平成14年調査においては特性地区別の格付けを事業所単位(平成11年調査までは調査区単位)に変更したことから、この章での商店街については、時系列を考慮したデータを用いている。

～ 販売額プラス割合が高いのはロードサイド型 ～

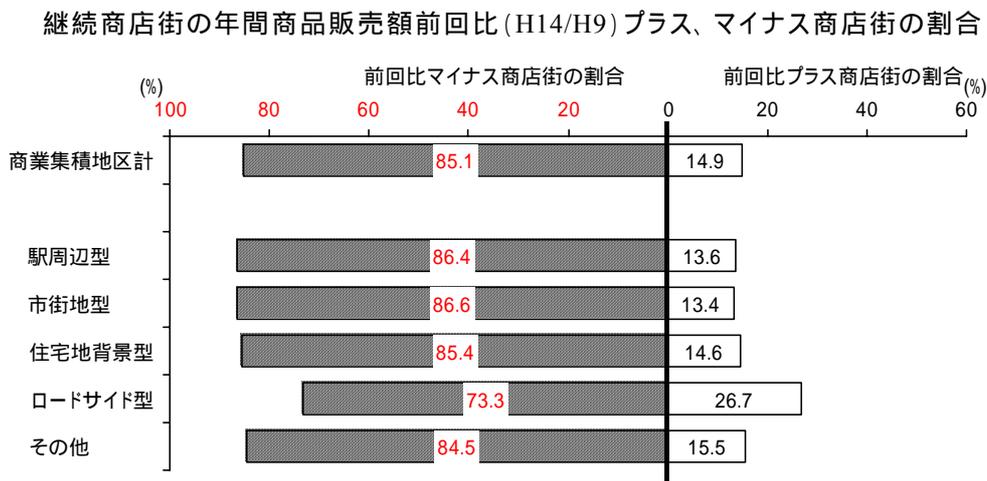
(1) 継続商店街の前回比分布

今回用いた継続商店街の年間商品販売額(以下、「販売額」という)は、50兆704億円、対平成9年比21.7%減(年率4.8%減)であった。販売額前回比の分布をみると、85.1%の商店街で販売額が9年を下回る結果となっているが、14.9%の商店街では9年を上回っている。



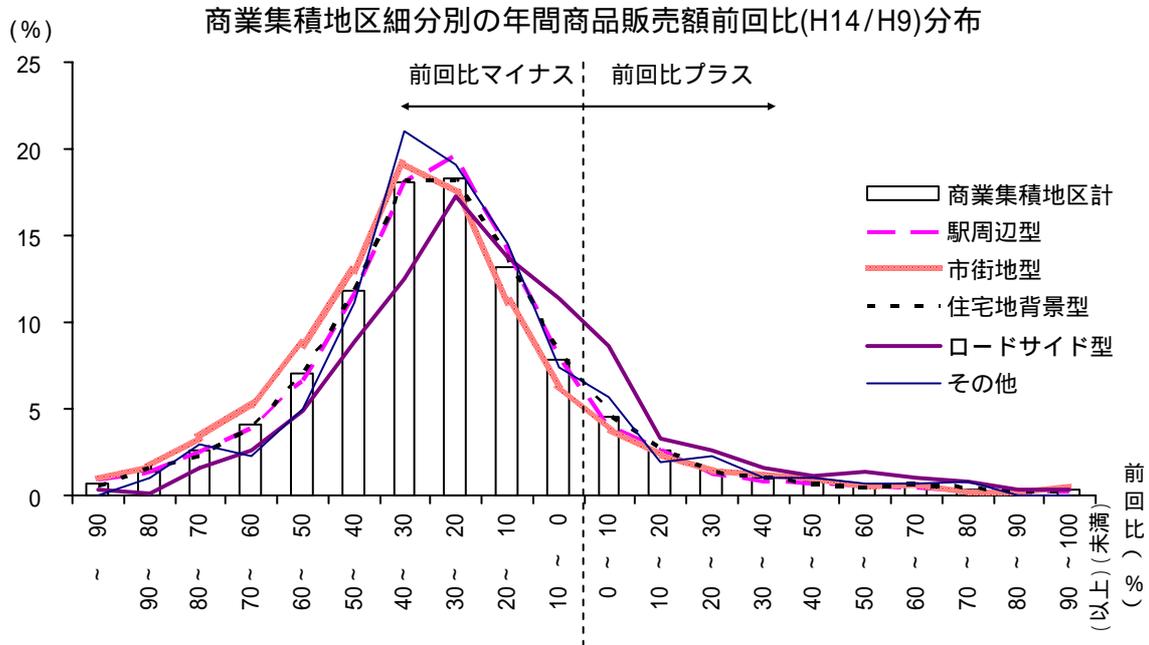
(2) 商業集積細分別にみた前回比プラス、マイナス商店街の割合

継続商店街の販売額前回比をプラスとマイナスの二つに分けてみると、駅周辺型、市街地型、住宅地背景型、その他に立地する商店街では、8割超が平成9年を下回っているものの、ロードサイド型では7割台にとどまっております、前回比プラス割合が他の地区に比べ高い。



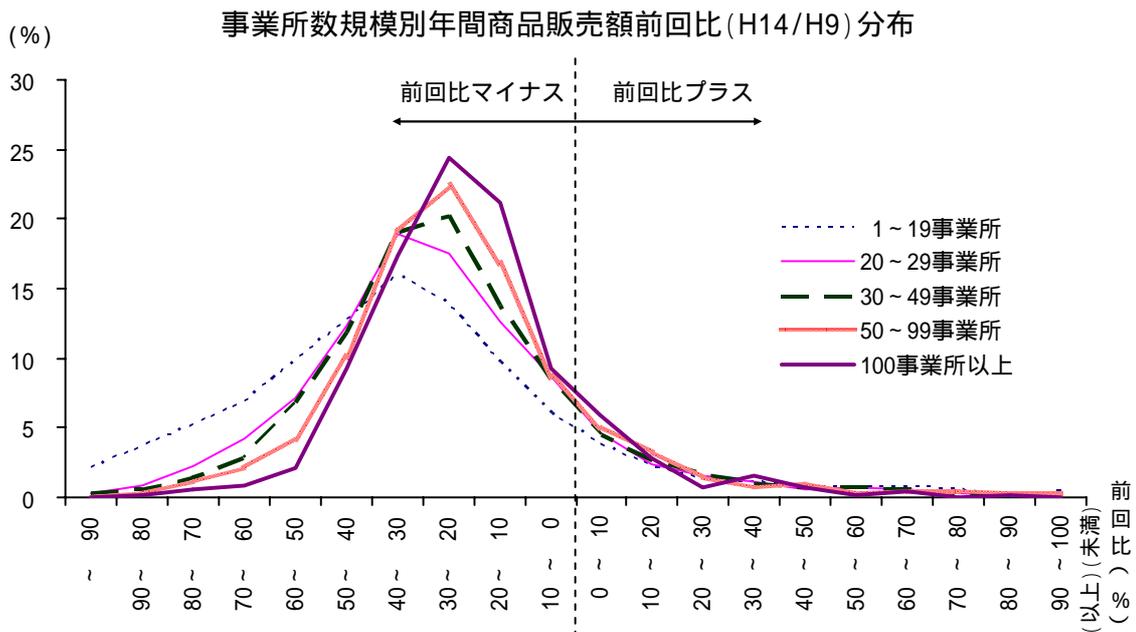
(3) 商業集積細分別にみた前回比分布

継続商店街の販売額前回比分布をみると、ロードサイド型の商店街は、商業集積地区計より右寄りに位置し他の地区に比べなだらかな形状となっており、販売額の減少幅が大きい商店街が他の地区に比べ少ない。市街地型、住宅地背景型、その他では、販売額が3割から4割減の商店街が最も多く、このうちその他ではやや尖った形状となっている。



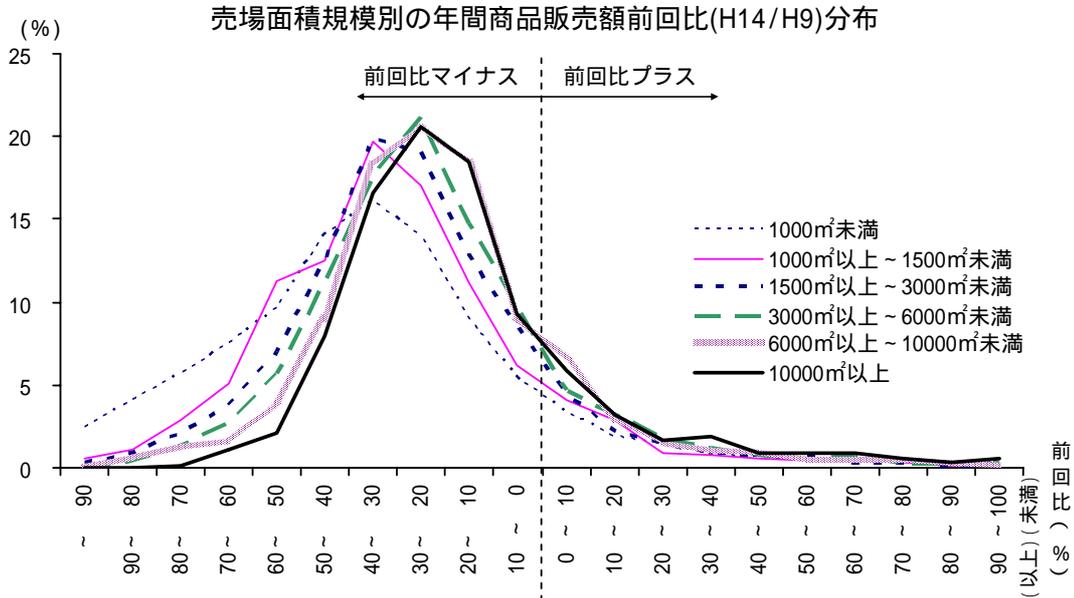
(4) 商店街の事業所数規模別にみた前回比分布

商店街の小売事業所数規模別に販売額の前回比分布をみると、事業所数が多い商店街ほど尖っており、やや右寄りの形状となっている。また、事業所数規模の小さい商店街では、販売額の減少幅が大きな商店街が多い。



(5) 商店街の売場面積規模別にみた前回比分布

売場面積規模別に販売額の前回比分布みると、商店街の小売事業所の売場面積の計が1000㎡未満の商店街ではなだらかな形状、1000㎡以上の商店街では尖った形状となっている。また、3000㎡以上の商店街では、販売額が2割から3割減の商店街が最も多いのに対し、3000㎡未満では3割減から4割減が最も多く、左寄りの形状となっている。

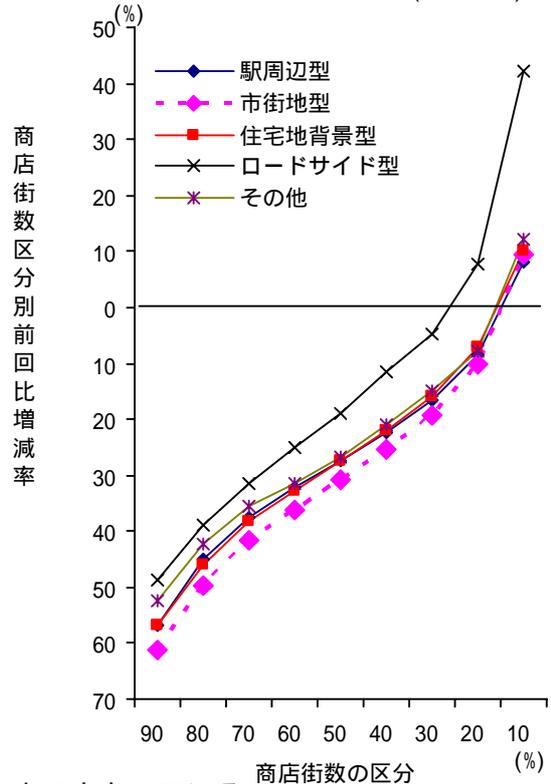


(6) 10%区分別前回比の状況

継続商店街の販売額前回比を伸び率順に並べ、その商店街数を10%ごとに区切った時の当該区分に位置する商店街の伸び率をみると、駅周辺型、市街地型、住宅地背景型、その他に立地する商店街はいずれも似た動きを示しており、上位10%に位置する商店街のみが平成9年の販売額を上回っている。一方、ロードサイド型では、上位10%に位置する商店街が対平成9年比42.1%の大幅な伸びを示しており、その他の区分においても他の4地区に比べ上方に位置している。これは、出店の規制緩和やモータリゼーションを背景に、総合スーパー、専門量販店などの出店や規模の拡大、広い商圈が対象であること、売場面積が広く品揃えが豊富で集客力が高いことなどが背景にあると考えられる。

上位10%と下位10%に位置する商店街の伸び率の差(以下、「レンジ」という)をみると、ロードサイド型は90.8ポイントと最も高く、商店街間の格差が大きい。一方、駅周辺型のレンジは65.1ポイントと、他の地区に比べ格差が小さいものとなっている。

10%区分別年間商品販売額前回比(H14/H9)の状況



年間商品販売額の10%区分別前回比(H14/H9)(%)

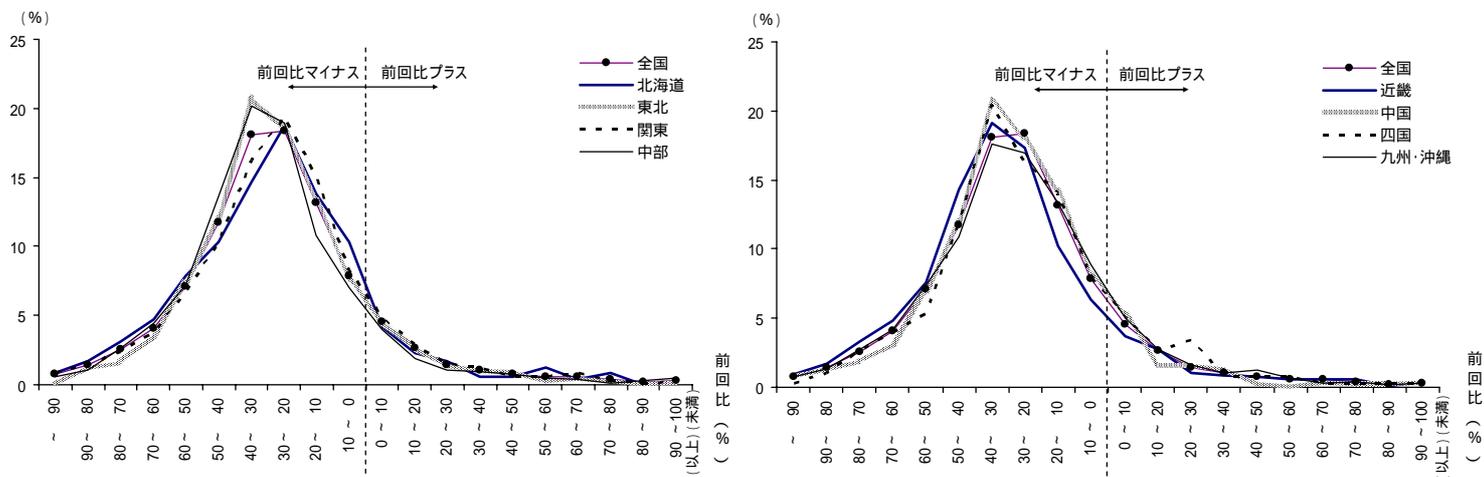
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	レンジ(注)
駅周辺型	8.2	▲8.4	▲16.6	▲22.5	▲27.5	▲32.2	▲37.7	▲45.0	▲56.9	65.1
市街地型	9.3	▲10.2	▲19.3	▲25.5	▲30.9	▲36.1	▲41.6	▲49.7	▲61.4	70.7
住宅地背景型	10.0	▲7.3	▲15.9	▲22.0	▲27.4	▲32.8	▲38.2	▲46.0	▲56.8	66.8
ロードサイド型	42.1	7.7	▲4.6	▲11.4	▲19.1	▲25.1	▲31.6	▲38.8	▲48.7	90.8
その他	12.3	▲7.6	▲15.0	▲21.2	▲26.6	▲31.3	▲35.6	▲42.3	▲52.3	64.6

(注)上位10%に位置する商店街と下位10%に位置する商店街の前回比の差(レンジ)

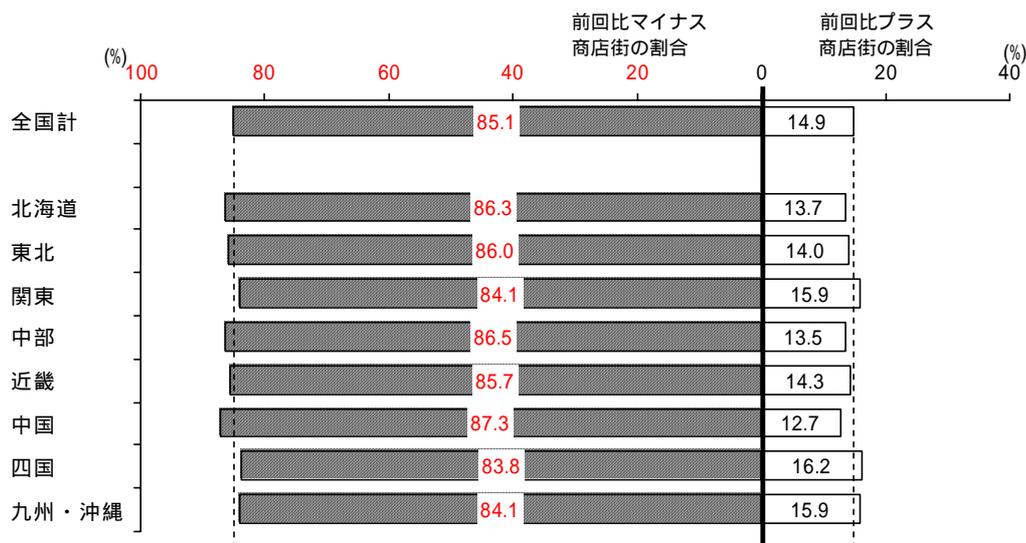
(7) 地域別の状況

地域別に販売額前回比分布をみると、「北海道」と「関東」が全国平均よりやや右寄りの形状となっている以外は大きな差はみられないものの、販売額前回比プラス商店街の割合は、「関東」、「四国」、「九州・沖縄」、「東北」で全国平均を上回っている。

地域別の年間商品販売額前回比(H14/H9)分布



継続商店街の年間商品販売額前回比(H14/H9)プラス、マイナス商店街の割合



商業集積細分類別年間商品販売額前回比(H14/H9)プラス商店街の割合

商業集積地区の内訳をみると、販売額前回比プラス商店街の割合は、いずれの地域もロードサイド型の商店街が最も高く、2割から3割を占めている。次いで、その他に立地する商店街が「東北」、「中部」、「中国」、「九州・沖縄」で商業集積地区計を上回っている。

一方、駅周辺型商店街の販売額前回比プラス割合は、「東北」、「中国」、「四国」、「九州・沖縄」で最も低くなっている。

