

1. 業態別にみた事業所数

～ コンビニエンスストア、衣料品スーパーは引き続き増加 ～

(1) 業態別の事業所数

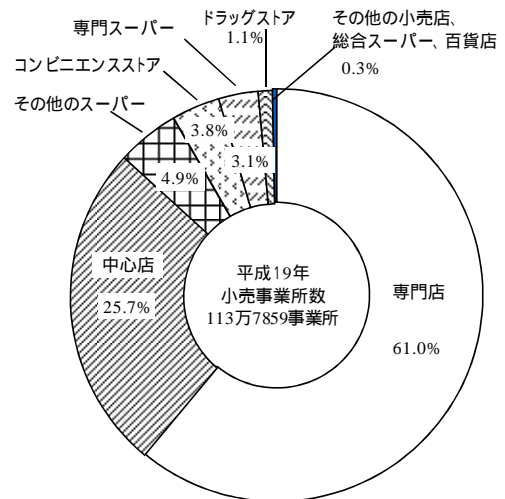
平成19年調査における小売業の事業所数は、113万7859事業所、前回は▲8.1%の減少となった(第1-1表)。

業態別にみると、専門店が69万5千事業所(小売業全体の61.0%)と最も多く、次いで中心店が29万2千事業所(同25.7%)で、中小規模の対面販売を主体とするこれら2業態で小売業全体の9割近くを占めている。内訳をみると、専門店では、住関連専門店が42万3千事業所(同37.2%)、食料品専門店が17万7千事業所(同15.5%)、衣料品専門店が9万5千事業所(同8.3%)、中心店では、住関連中心店が13万4千事業所(同11.8%)、食料品中心店が9万9千事業所(同8.7%)、衣料品中心店が5万9千事業所(同5.2%)となっており、小売業全体の49.0%が住関連店である。

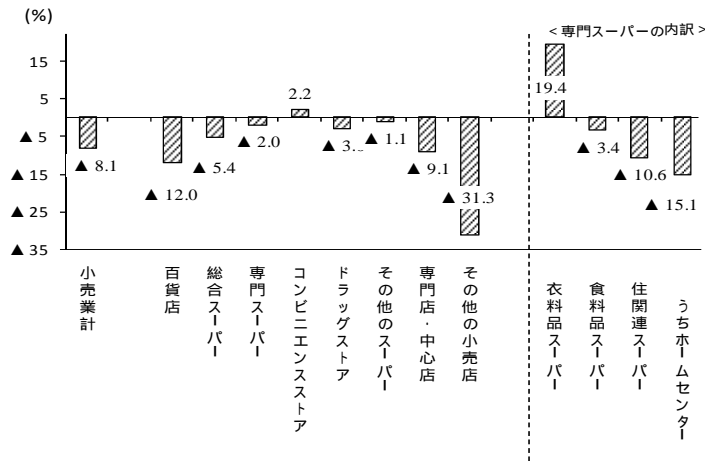
以下、その他のスーパーが5万6千事業所(同4.9%)、コンビニエンスストアが4万4千事業所(同3.8%)、専門スーパーが3万6千事業所(同3.1%)、ドラッグストアが1万3千事業所(同1.1%)の順となっている。なお、百貨店(271事業所)、総合スーパー(1585事業所)の構成比はごくわずかとなっている(第1-1図)。

前回比をみると、事業所数が多い専門店・中心店(前回比▲9.1%減)をはじめ、専門スーパー(同▲2.0%減)、その他の小売店(同▲31.3%減)、百貨店(同▲12.0%減)、総合スーパー(同▲5.4%減)などが減少となっている。このうち、専門店・中心店は大規模事業所が大きく減少、専門スーパーは大規模事業所を中心に減少、百貨店、総合スーパーは店舗の再編に伴う閉鎖などから、減少となっている。一方、コンビニエンスストア(同2.2%増)は小規模事業所を中心に増加となっている。専門スーパーの内訳では、衣料品スーパー(同19.4%増)が増加したものの、主力の食料品スーパー(同▲3.4%減)と住関連スーパー(▲10.6%減)は減少となっている。なお、住関連スーパーの内数であるホームセンター(4045事業所)は前回比▲15.1%減の減少となっている(第1-1表、第1-2図)。

第1-1図 業態別事業数の構成比



第1-2図 業態別事業所数の前回比

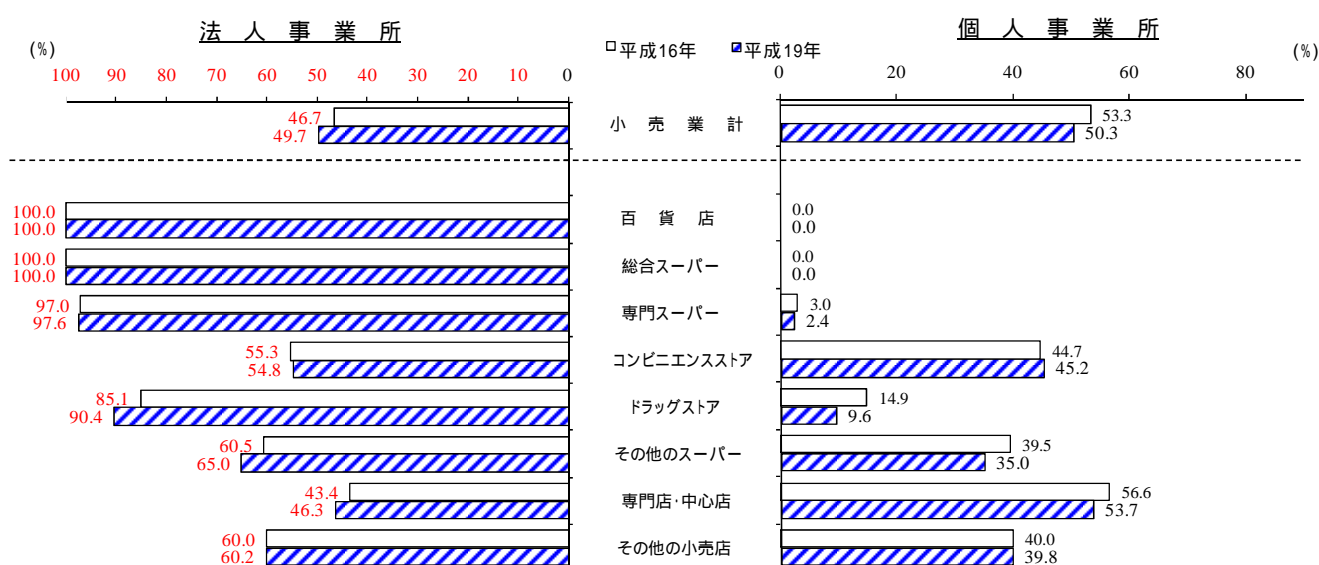


(2) 経営組織別の事業所数

経営組織別にみると、小売業全体に占める法人事業所の割合は 49.7%、個人事業所の割合が 50.3%と個人事業所が過半を占めているものの割合はほぼ同じとなっている。これを業態別にみると、専門店・中心店では 5 割強が個人事業所となっているが、その他の業態ではいずれも法人事業所が過半を占めている。特に百貨店、総合スーパーでは 100%、専門スーパーでは 97.6%、ドラッグストアは 90.4%が法人事業所である。

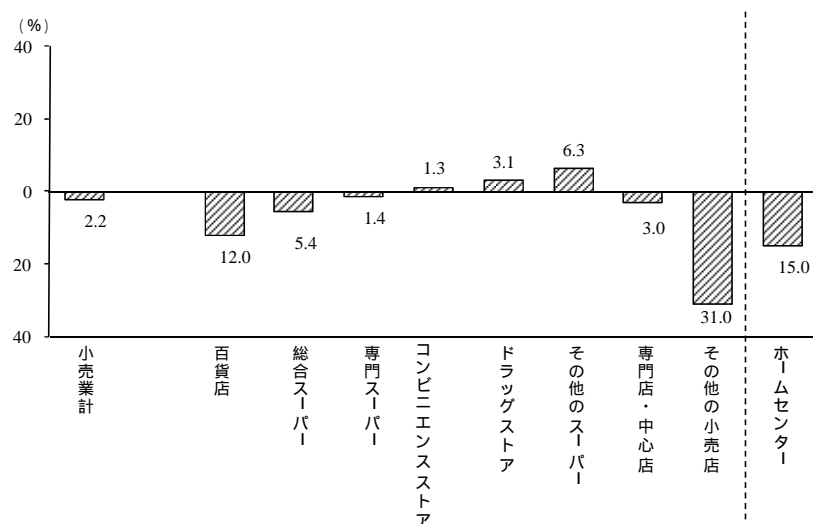
また、構成比を前回と比べると、コンビニエンスストア以外のすべての業態で法人事業所の割合が拡大しており、特にドラッグストアは 5.3%ポイント、その他のスーパーでは 4.5%ポイントの拡大となっている（第 1 - 3 図）。

第 1 - 3 図 業態別、経営組織別事業所数の構成比



法人事業所数は、前回比▲2.2%の減少となった。これを業態別にみると、専門店・中心店（前回比▲3.0%減）、専門スーパー（同▲1.4%減）、その他の小売店（同▲31.0%減）などが減少、その他のスーパー（同 6.3%増）、ドラッグストア（同 3.1%増）、コンビニエンスストア（同 1.3%増）は増加となっている。なお、住関連の専門スーパーの内数であるホームセンターは同▲15.0%の減少となった（第 1 - 1 表、第 1 - 4 図）。

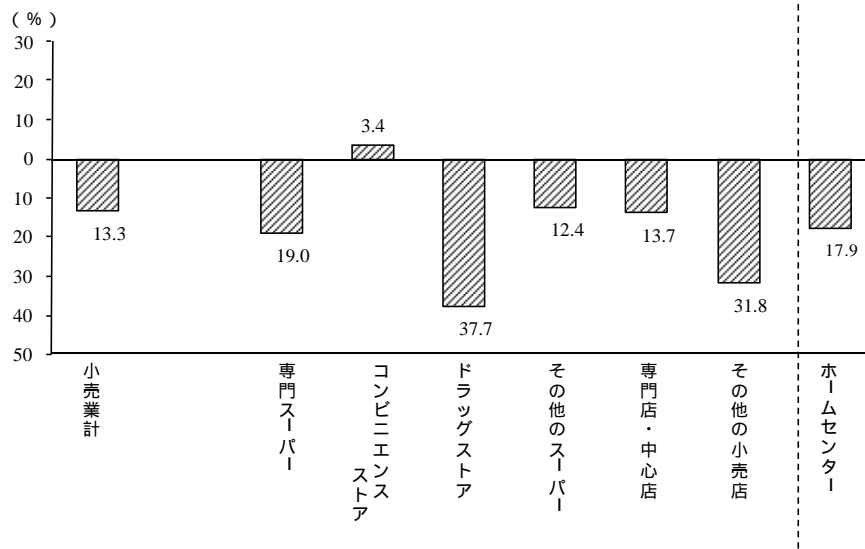
第 1 - 4 図 業態別法人事業所数の前回比



個人事業所数は、前回比▲13.3%の減少となった。これを業態別にみると、専門店・中心店（同▲13.7%減）、その他のスーパー（同▲12.4%減）、ドラッグストア（同▲37.7%減）、その他の小売店（同▲31.8%減）、専門スーパー（同▲19.0%減）が減少、一方、コンビニエンスストア（同3.4%増）は増加となっている。

なお、ホームセンター（64事業所）は、同▲17.9%減となった（第1-1表、第1-5図）。

第1-5図 業態別個人事業所数の前回は



第1-1表 経営組織別事業所数

業態別	事業所数			法人事業所数					個人事業所数				
	平成16年	平成19年	前回比(%) 19年/16年	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
小売業計	1,238,049	1,137,859	▲ 8.1	578,426	565,969	100.0	100.0	▲ 2.2	659,623	571,890	100.0	100.0	▲ 13.3
1. 百貨店	308	271	▲ 12.0	308	271	0.1	0.0	▲ 12.0	-	-	-	-	-
(1)大型百貨店	276	247	▲ 10.5	276	247	0.0	0.0	▲ 10.5	-	-	-	-	-
(2)その他の百貨店	32	24	▲ 25.0	32	24	0.0	0.0	▲ 25.0	-	-	-	-	-
2. 総合スーパー	1,675	1,585	▲ 5.4	1,675	1,585	0.3	0.3	▲ 5.4	-	-	-	-	-
(1)大型総合スーパー	1,496	1,380	▲ 7.8	1,496	1,380	0.3	0.2	▲ 7.8	-	-	-	-	-
(2)中型総合スーパー	179	205	▲ 14.5	179	205	0.0	0.0	▲ 14.5	-	-	-	-	-
3. 専門スーパー	36,220	35,512	▲ 2.0	35,151	34,646	6.1	6.1	▲ 1.4	1,069	866	0.2	0.2	▲ 19.0
(1)衣料品スーパー	5,991	7,153	▲ 19.4	5,737	6,940	1.0	1.2	21.0	254	213	0.0	0.0	▲ 16.1
(2)食料品スーパー	18,485	17,865	▲ 3.4	18,016	17,491	3.1	3.1	▲ 2.9	469	374	0.1	0.1	▲ 20.3
(3)住関連スーパー	11,744	10,494	▲ 10.6	11,398	10,215	2.0	1.8	▲ 10.4	346	279	0.1	0.0	▲ 19.4
うちホームセンター	4,764	4,045	▲ 15.1	4,686	3,981	0.8	0.7	▲ 15.0	78	64	0.0	0.0	▲ 17.9
4. コンビニエンスストア	42,738	43,684	2.2	23,620	23,921	4.1	4.2	1.3	19,118	19,763	2.9	3.5	3.4
うち終日営業店	34,453	36,808	6.8	18,762	19,516	3.2	3.4	4.0	15,691	17,292	2.4	3.0	10.2
5. ドラッグストア	13,095	12,701	▲ 3.0	11,146	11,486	1.9	2.0	3.1	1,949	1,215	0.3	0.2	▲ 37.7
6. その他のスーパー	56,211	55,615	▲ 1.1	33,980	36,130	5.9	6.4	6.3	22,231	19,485	3.4	3.4	▲ 12.4
うち各種商品取扱店	782	1,015	29.8	695	963	0.1	0.2	38.6	87	52	0.0	0.0	▲ 40.2
7. 専門店 + 8. 中心店	1,085,122	986,650	▲ 9.1	470,939	456,821	81.4	80.7	▲ 3.0	614,183	529,829	93.1	92.6	▲ 13.7
(1)衣料品専門店 + 中心店	165,736	153,820	▲ 7.2	82,454	82,179	14.3	14.5	▲ 0.3	83,282	71,641	12.6	12.5	▲ 14.0
(2)食料品専門店 + 中心店	323,087	275,573	▲ 14.7	101,770	93,375	17.6	16.5	▲ 8.2	221,317	182,198	33.6	31.9	▲ 17.7
(3)住関連専門店 + 中心店	596,299	557,257	▲ 6.5	286,715	281,267	49.6	49.7	▲ 1.9	309,584	275,990	46.9	48.3	▲ 10.9
7. 専門店	726,825	694,578	▲ 4.4	327,403	331,105	56.6	58.5	▲ 3.2	399,422	363,473	60.6	63.6	▲ 5.1
(1)衣料品専門店	95,497	94,954	▲ 0.6	47,330	51,255	8.2	9.1	▲ 10.9	48,167	43,699	7.3	7.6	▲ 3.6
(2)食料品専門店	190,788	176,575	▲ 7.4	65,372	64,592	11.3	11.4	▲ 0.7	125,416	111,983	19.0	19.6	▲ 3.2
(3)住関連専門店	440,540	423,049	▲ 4.0	214,701	215,258	37.1	38.0	▲ 2.5	225,839	207,791	34.2	36.3	▲ 5.8
8. 中心店	358,297	292,072	▲ 19.3	143,536	125,716	24.8	22.2	▲ 10.9	214,761	166,356	32.6	29.1	▲ 11.3
(1)衣料品中心店	70,239	58,866	▲ 16.1	35,124	30,924	6.1	5.5	▲ 9.3	35,115	27,942	5.3	4.9	▲ 6.2
(2)食料品中心店	132,299	98,998	▲ 25.3	36,398	28,783	6.3	5.1	▲ 19.2	95,901	70,215	14.5	12.3	▲ 15.4
(3)住関連中心店	155,759	134,208	▲ 13.5	72,014	66,009	12.4	11.7	▲ 6.5	83,745	68,199	12.7	11.9	▲ 6.6
9. その他の小売店	2,680	1,841	▲ 31.3	1,607	1,109	0.3	0.2	▲ 31.0	1,073	732	0.2	0.1	▲ 31.8
うち各種商品取扱店	2,680	1,760	▲ 34.3	1,607	1,088	0.3	0.2	▲ 32.3	1,073	672	0.2	0.1	▲ 37.4

(3) 本支店別の事業所数

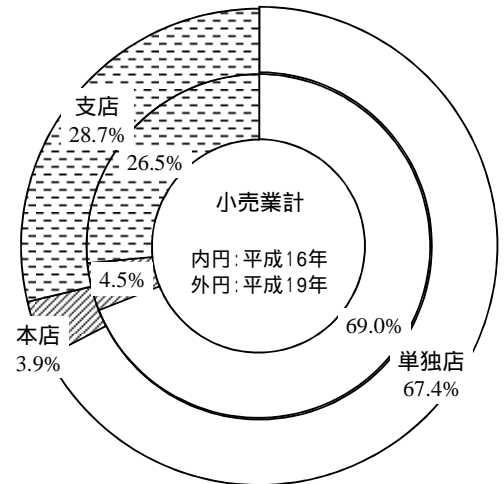
第1-6図 本支店別事業所数の構成比

単独店、本店、支店別の事業所数割合をみると、小売業全体では単独店が7割弱を占めており、以下、支店(構成比28.7%)、本店(同3.9%)の順となっている。

これを業態別にみると、単独店の割合が高いのは、コンビニエンスストア、中心店、専門店で7割、その他の小売店が6割超、その他スーパーでも5割超を占めている。

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

支店は、総合スーパー(支店割合98.7%)でほとんどを占めているのをはじめ、専門スーパー(同87.0%)、ドラッグストア(同77.9%)、百貨店(同64.2%)で高い割合となっているが、そのほかの業態では5割未満にとどまっている(第1-2表、第1-6図)。

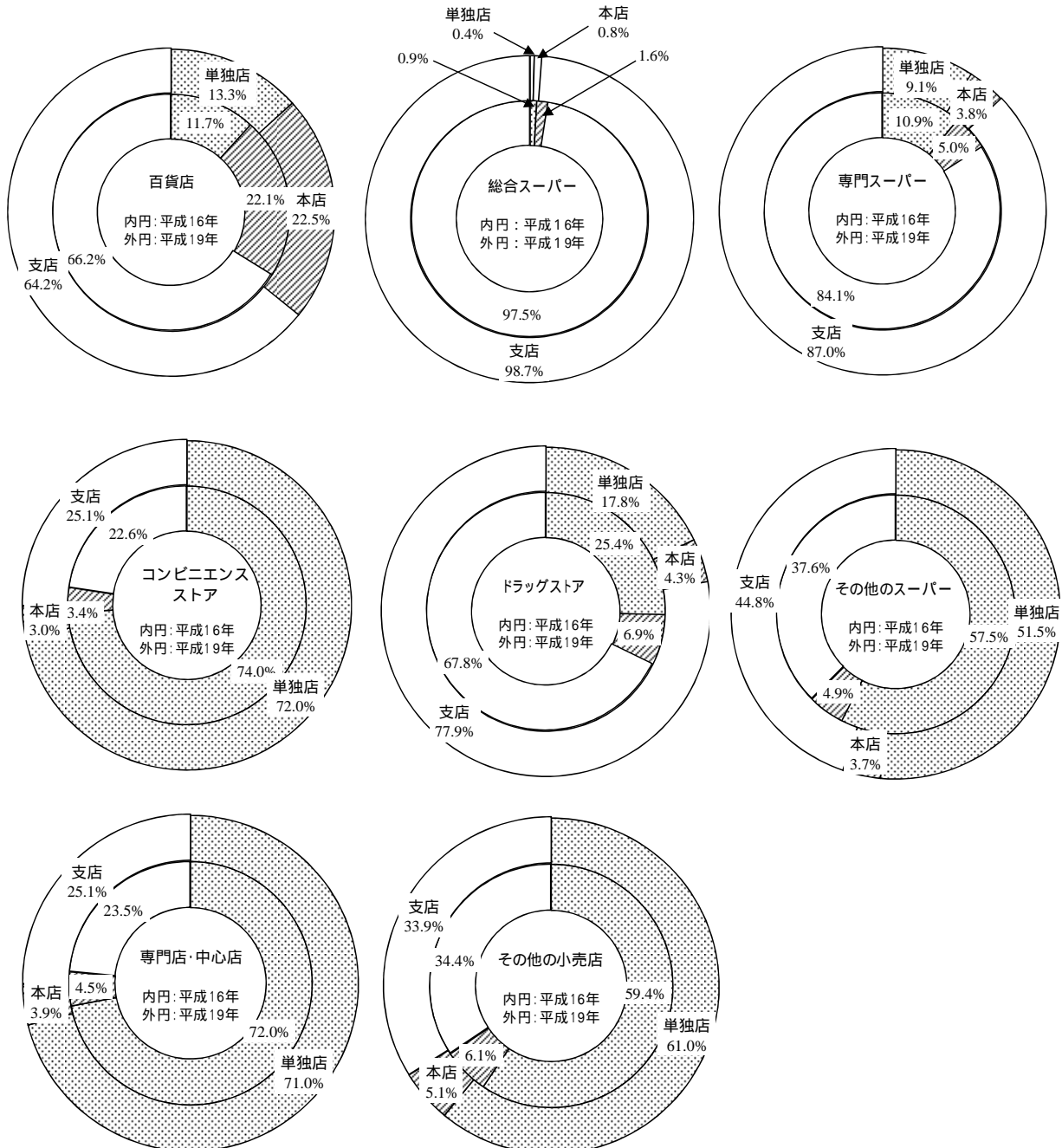


第1-2表 業態別、本支店別事業所数

業 態 別	単 独 店				本 店				支 店						
	平成16年	平成19年	前年比(%)		平成16年	平成19年	前年比(%)		平成16年	平成19年	前年比(%)		支店の割合(%)		
			19年/16年	単独店の割合(%)			19年/16年	本店の割合(%)			19年/16年	支店の割合(%)			
小売業計	854,124	767,043	▲10.2	69.0	56,147	44,045	▲21.6	4.5	3.9	327,778	326,771	▲0.3	26.5	28.7	
1. 百貨店	36	36	0.0	11.7	13.3	68	61	▲10.3	22.1	22.5	204	174	▲14.7	66.2	64.2
(1)大型百貨店	31	33	▲6.5	11.2	13.4	60	55	▲8.3	21.7	22.3	185	159	▲14.1	67.0	64.4
(2)その他の百貨店	5	3	▲40.0	15.6	12.5	8	6	▲25.0	25.0	25.0	19	15	▲21.1	59.4	62.5
2. 総合スーパー	15	7	▲53.3	0.9	0.4	27	13	▲51.9	1.6	0.8	1,633	1,565	▲4.2	97.5	98.7
(1)大型総合スーパー	13	6	▲53.8	0.9	0.4	15	7	▲53.3	1.0	0.5	1,468	1,367	▲6.9	98.1	99.1
(2)中型総合スーパー	2	1	▲50.0	1.1	0.5	12	6	▲50.0	6.7	2.9	165	198	▲20.0	92.2	96.6
3. 専門スーパー	3,950	3,247	▲17.8	10.9	9.1	1,794	1,365	▲23.9	5.0	3.8	30,476	30,900	▲1.4	84.1	87.0
(1)衣料品スーパー	506	464	▲8.3	8.4	6.5	217	186	▲14.3	3.6	2.6	5,268	6,503	23.4	87.9	90.9
(2)食料品スーパー	2,373	1,893	▲20.2	12.8	10.6	1,052	809	▲23.1	5.7	4.5	15,060	15,163	0.7	81.5	84.9
(3)住関連スーパー	1,071	890	▲16.9	9.1	8.5	525	370	▲29.5	4.5	3.5	10,148	9,234	▲9.0	86.4	88.0
うちホームセンター	318	224	▲29.6	6.7	5.5	126	81	▲35.7	2.6	2.0	4,320	3,740	▲13.4	90.7	92.5
4. コンビニエンスストア	31,616	31,433	▲0.6	74.0	72.0	1,452	1,290	▲11.2	3.4	3.0	9,670	10,961	13.4	22.6	25.1
うち終日営業店	25,353	26,837	▲5.9	73.6	72.9	1,129	1,098	▲2.7	3.3	3.0	7,971	8,873	11.3	23.1	24.1
5. ドラッグストア	3,320	2,256	▲32.0	25.4	17.8	902	547	▲39.4	6.9	4.3	8,873	9,898	11.6	67.8	77.9
6. その他のスーパー	32,331	28,622	▲11.5	57.5	51.5	2,743	2,053	▲25.2	4.9	3.7	21,137	24,940	18.0	37.6	44.8
うち各種商品取扱店	150	105	▲30.0	19.2	10.3	37	15	▲59.5	4.7	1.5	595	895	50.4	76.1	88.2
7. 専門店+8. 中心店	781,263	700,319	▲10.4	72.0	71.0	48,997	38,622	▲21.2	4.5	3.9	254,862	247,709	▲2.8	23.5	25.1
(1)衣料品専門店+中心店	103,851	91,489	▲11.9	62.7	59.5	8,347	6,193	▲25.8	5.0	4.0	53,538	56,138	4.9	32.3	36.5
(2)食料品専門店+中心店	257,503	218,795	▲15.0	79.7	79.4	11,011	8,224	▲25.3	3.4	3.0	54,573	48,554	▲11.0	16.9	17.6
(3)住関連専門店+中心店	419,909	390,035	▲7.1	70.4	70.0	29,639	24,205	▲18.3	5.0	4.3	146,751	143,017	▲2.5	24.6	25.7
7. 専門店	508,536	479,988	...	70.0	69.1	33,640	27,902	...	4.6	4.0	184,649	186,688	...	25.4	26.9
(1)衣料品専門店	58,713	54,746	...	61.5	57.7	4,406	3,479	...	4.6	3.7	32,378	36,729	...	33.9	38.7
(2)食料品専門店	145,173	134,209	...	76.1	76.0	7,391	5,822	...	3.9	3.3	38,224	36,544	...	20.0	20.7
(3)住関連専門店	304,650	291,033	...	69.2	68.8	21,843	18,601	...	5.0	4.4	114,047	113,415	...	25.9	26.8
8. 中心店	272,727	220,331	...	76.1	75.4	15,357	10,720	...	4.3	3.7	70,213	61,021	...	19.6	20.9
(1)衣料品中心店	45,138	36,743	...	64.3	62.4	3,941	2,714	...	5.6	4.6	21,160	19,409	...	30.1	33.0
(2)食料品中心店	112,330	84,586	...	84.9	85.4	3,620	2,402	...	2.7	2.4	16,349	12,010	...	12.4	12.1
(3)住関連中心店	115,259	99,002	...	74.0	73.8	7,796	5,604	...	5.0	4.2	32,704	29,602	...	21.0	22.1
9. その他の小売店	1,593	1,123	▲29.5	59.4	61.0	164	94	▲42.7	6.1	5.1	923	624	▲32.4	34.4	33.9
うち各種商品取扱店	1,593	1,052	▲34.0	59.4	59.8	164	93	▲43.3	6.1	5.3	923	615	▲33.4	34.4	34.9

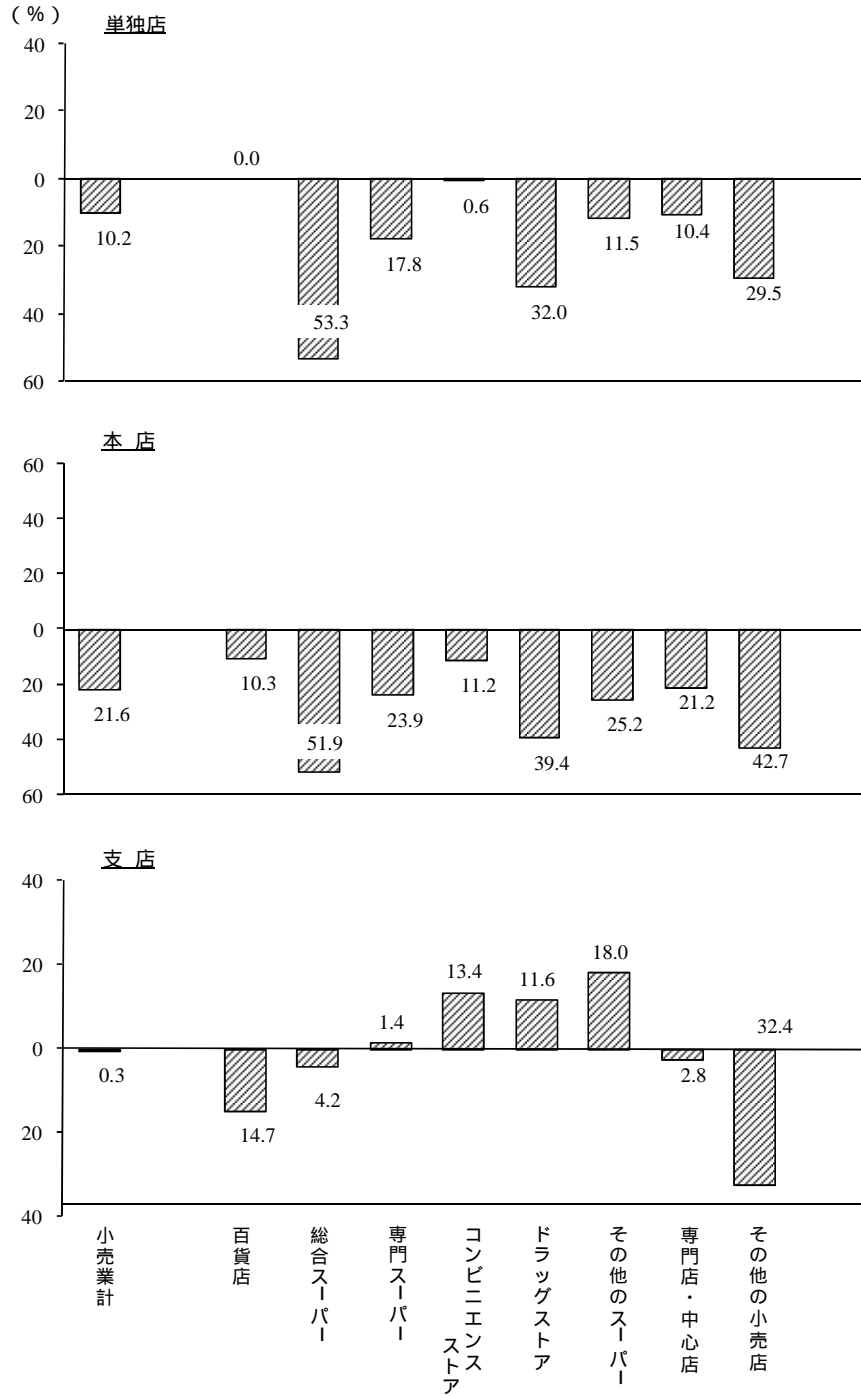
構成比を前回と比べると、百貨店は本店の割合（前回差 0.4%ポイント増）、単独店（同 1.6%ポイント増）が拡大し、支店（同▲2.0%ポイント減）が縮小している。総合スーパーでは、単独店（同▲0.5%ポイント減）、本店（同▲0.8%ポイント減）の割合が減少、支店（同 1.2%ポイント増）は拡大した。専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパー、専門店・中心店ではいずれも単独店、本店が縮小、支店が拡大している。また、ドラッグストアは支店（同 10.1%ポイント増）が大幅な拡大となっている（第 1 - 7 図）。

第 1 - 7 図 業態別、本支店別事業所数の構成比



単独店、本店、支店別に事業所数の前回比を見ると、小売業全体ではウエイトの高い単独店と本店が2桁の減少となり、支店は微減となっている。これを業態別に見ると、単独店、本店ともにほとんどすべての業態で減少となった。支店はその他のスーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、専門スーパーで増加となった。なお、コンビニエンスストアでは本店が減少したものの、支店は増加となっている（第1-8図）。

第1-8図 業態別、本支店別事業所数の前回比



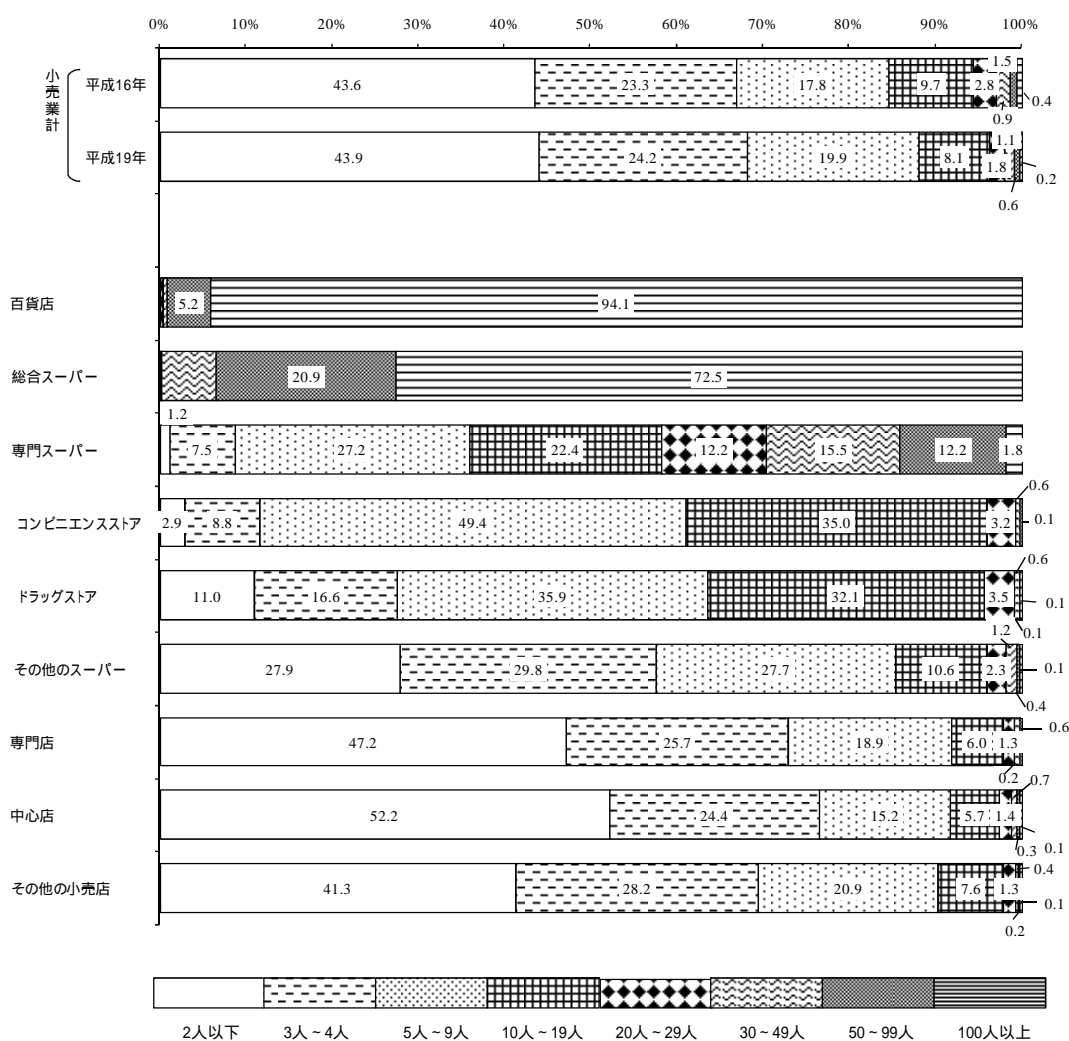
(4) 就業者規模別の事業所数

就業者規模別(大規模は就業者 50 人以上、中規模は就業者 5～49 人、小規模は就業者 4 人以下とする)にみると、引き続き小売業全体の 7 割近くを小規模事業所が占めており、その割合は拡大している。

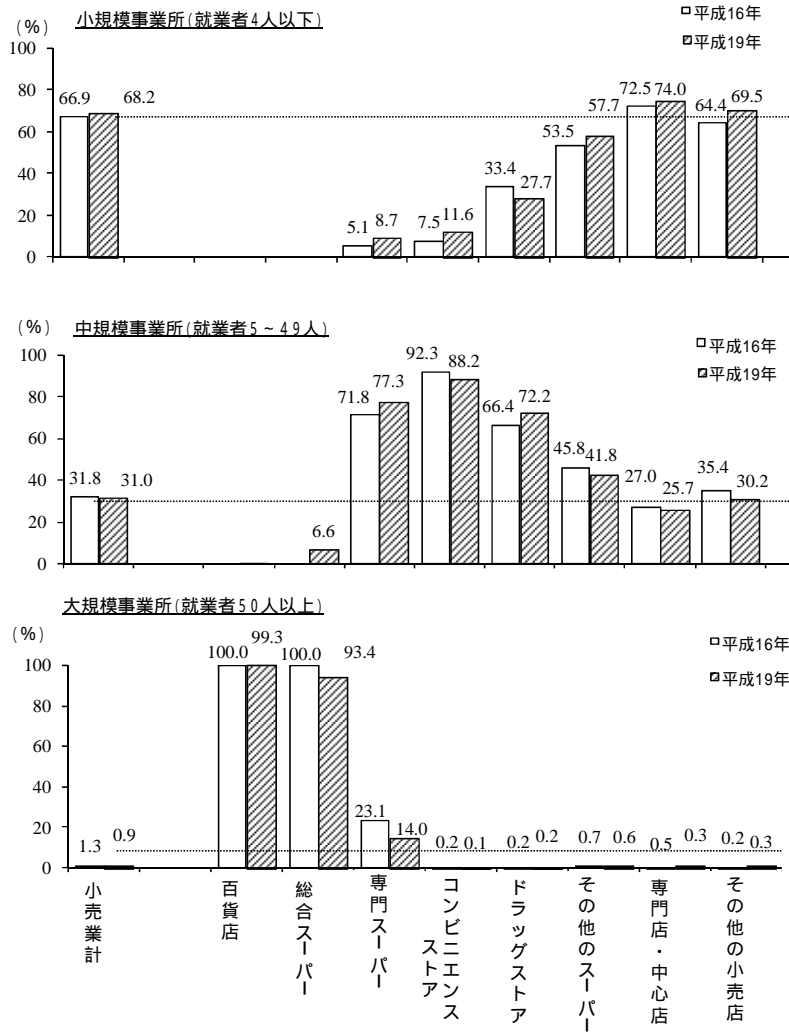
業態別にみると、百貨店では就業者 100 人以上の事業所が約 9 割強、総合スーパーは 7 割強を占め、コンビニエンスストア(中規模事業所の構成比 88.2%)、専門スーパー(同 77.3%)、ドラッグストア(同 72.2%)では中規模事業所の割合が高い。中心店(小規模事業所の構成比 76.6%)、専門店(同 72.9%)、その他の小売店(同 69.5%)、その他のスーパー(同 57.7%)は小規模事業所の割合が高く、なかでも中心店では 5 割強、専門店は 5 割弱が就業者 2 人以下の事業所となっている。

構成比を前回と比べると、小規模事業所(就業者 4 人以下)の割合はドラッグストアを除くすべての業態で拡大、中規模事業所(就業者 5～49 人)の割合は、専門スーパー、ドラッグストアを除くすべての業態で縮小、大規模事業所(就業者 50 人以上)の割合はドラッグストア、その他の小売店を除くすべての業態で縮小している(第 1-9 図、第 1-10 図)。

第 1-9 図 業態別、就業者規模別事業所数の構成比



第1-10図 就業者規模別にみた業態別事業所数構成比の比較



第1-3表 業態別、就業者規模別事業所数

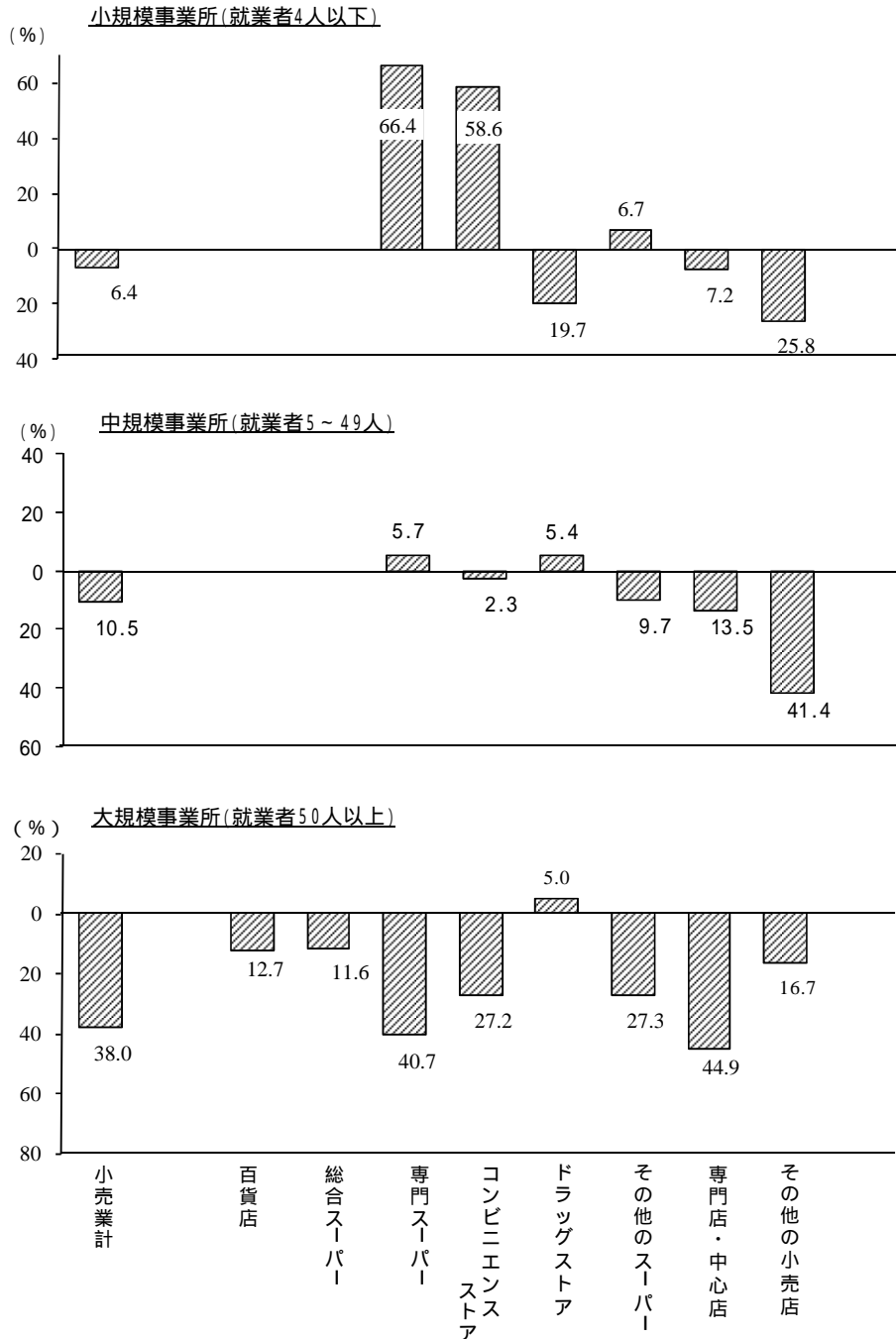
業態別	小規模事業所 (就業者4人以下)				中規模事業所 (就業者5~49人以下)				大規模事業所 (就業者50人以上)						
	平成16年	平成19年	前年比(%)	小規模の割合(%)	平成16年	平成19年	前年比(%)	中規模の割合(%)	平成16年	平成19年	前年比(%)	大規模の割合(%)			
小売業計	828,326	775,529	▲6.4	66.9	68.2	393,680	352,382	▲10.5	31.8	31.0	16,043	9,948	▲38.0	1.3	0.9
1. 百貨店															
(1) 大型百貨店	0.7	308	269	▲12.7	100.0	99.3	...	276	247	▲10.5	100.0	100.0
(2) その他の百貨店	2	8.3	32	22	▲31.3	100.0	91.7						
2. 総合スーパー				6.6	1,675	1,481	▲11.6	100.0	93.4						
(1) 大型総合スーパー	35	2.5	1,496	1,345	▲10.1	100.0	97.5						
(2) 中規模総合スーパー	69	33.7	179	136	▲24.0	100.0	66.3						
3. 専門スーパー	1,854	3,085	▲66.4	5.1	8.7	25,989	27,460	5.7	71.8	77.3	8,377	4,967	▲40.7	23.1	14.0
(1) 衣料品スーパー	653	1,318	101.8	10.9	18.4	5,231	5,796	10.8	87.3	81.0	107	39	▲63.6	1.8	0.5
(2) 食料品スーパー	406	596	46.8	2.2	3.3	11,109	12,917	16.3	60.1	72.3	6,970	4,352	▲37.6	37.7	24.4
(3) 住関連スーパー	795	1,171	47.3	6.8	11.2	9,649	8,747	▲9.3	82.2	83.4	1,300	576	▲55.7	11.1	5.5
うちホームセンター	191	218	14.1	4.0	5.4	3,745	3,403	▲9.1	78.6	84.1	828	424	▲48.8	17.4	10.5
4. コンビニエンスストア	3,204	5,082	58.6	7.5	11.6	39,453	38,543	▲2.3	92.3	88.2	81	59	▲27.2	0.2	0.1
うち終日営業店	218	1,912	777.1	0.6	5.2	34,182	34,852	2.0	99.2	94.7	53	44	▲17.0	0.2	0.1
5. ドラッグストア	4,376	3,513	▲19.7	33.4	27.7	8,699	9,167	5.4	66.4	72.2	20	21	5.0	0.2	0.2
6. その他のスーパー	30,071	32,074	6.7	53.5	57.7	25,719	23,235	▲9.7	45.8	41.8	421	306	▲27.3	0.7	0.6
うち各種商品取扱店	179	208	16.2	22.9	20.5	597	807	35.2	76.3	79.5	6	0	▲100.0	0.8	0.0
7. 専門店 + 8. 中心店	787,095	730,495	▲7.2	72.5	74.0	292,872	253,315	▲13.5	27.0	25.7	5,155	2,840	▲44.9	0.5	0.3
(1) 衣料品専門店 + 中心店	130,280	122,186	▲6.2	78.6	79.4	35,151	31,387	▲10.7	21.2	20.4	305	247	▲19.0	0.2	0.2
(2) 食料品専門店 + 中心店	245,775	216,654	▲11.8	76.1	78.6	75,765	57,971	▲23.5	23.5	21.0	1,547	948	▲38.7	0.5	0.3
(3) 住関連専門店 + 中心店	411,040	391,655	▲4.7	68.9	70.3	181,956	163,957	▲9.9	30.5	29.4	3,303	1,645	▲50.2	0.6	0.3
7. 専門店	515,222	506,693	...	70.9	72.9	208,088	186,054	...	28.6	26.8	3,515	1,831	...	0.5	0.3
(1) 衣料品専門店	77,435	76,977	...	81.1	81.1	17,967	17,899	...	18.8	18.9	95	78	...	0.1	0.1
(2) 食料品専門店	136,685	132,539	...	71.6	75.1	53,267	43,437	...	27.9	24.6	836	599	...	0.4	0.3
(3) 住関連専門店	301,102	297,177	...	68.3	70.2	136,854	124,718	...	31.1	29.5	2,584	1,154	...	0.6	0.3
8. 中心店	271,873	223,802	...	75.9	76.6	84,784	67,261	...	23.7	23.0	1,640	1,009	...	0.5	0.3
(1) 衣料品中心店	52,845	45,209	...	75.2	76.8	17,184	13,488	...	24.5	22.9	210	169	...	0.3	0.3
(2) 食料品中心店	109,090	84,115	...	82.5	85.0	22,498	14,534	...	17.0	14.7	711	349	...	0.5	0.4
(3) 住関連中心店	109,938	94,478	...	70.6	70.4	45,102	39,239	...	29.0	29.2	719	491	...	0.5	0.4
9. その他の小売店	1,726	1,280	▲25.8	64.4	69.5	948	556	▲41.4	35.4	30.2	6	5	▲16.7	0.2	0.3
うち各種商品取扱店	1,726	1,204	▲30.2	64.4	68.4	948	554	▲41.6	35.4	31.5	6	2	▲66.7	0.2	0.1

前回比をみると、就業者4人以下(前回比▲6.4%減)の小規模事業所、5～49人(同▲10.5%減)の中規模事業所、50人以上(同▲38.0%減)の大規模事業所すべてで減少となっている。

業態別にみると、専門店・中心店、その他の小売店ではいずれの規模も減少となっている。規模別にみると、小規模事業所では専門スーパー、コンビニエンスストア、その他のスーパーを除き他の業態はすべて減少、中規模事業所では専門スーパー、ドラッグストアを除く全ての業態で減少、大規模事業所では、ドラッグストア以外のすべての業態で減少となっている。

なお、住関連スーパーのうちホームセンターは小規模事業所が増加したものの、中規模、大規模事業所で減少となった(第1-3表、第1-11図)。

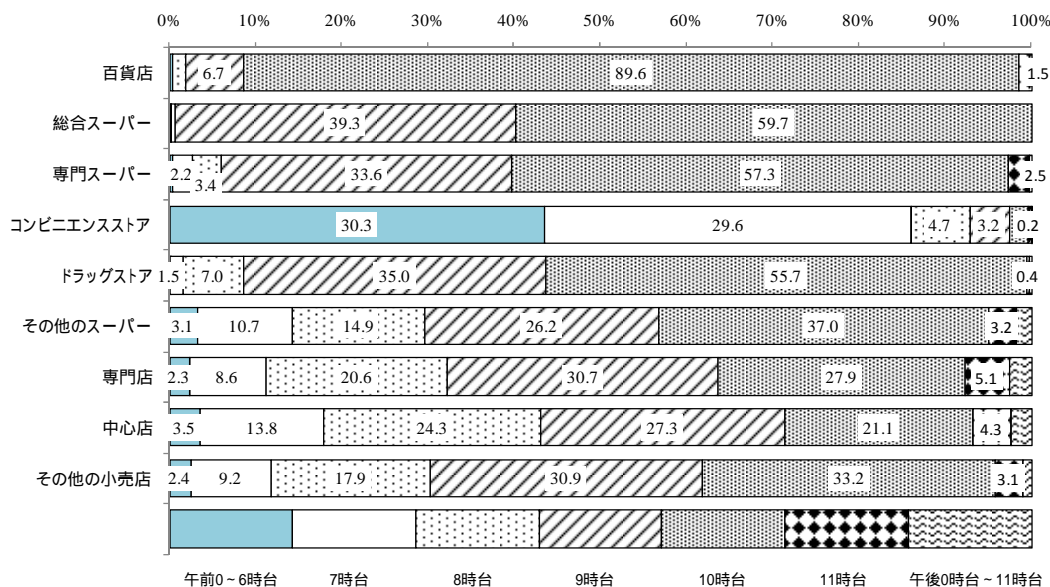
第1-11図 業態別、就業者規模別事業所数の前回比



(5) 開店時間、閉店時間別の事業所数

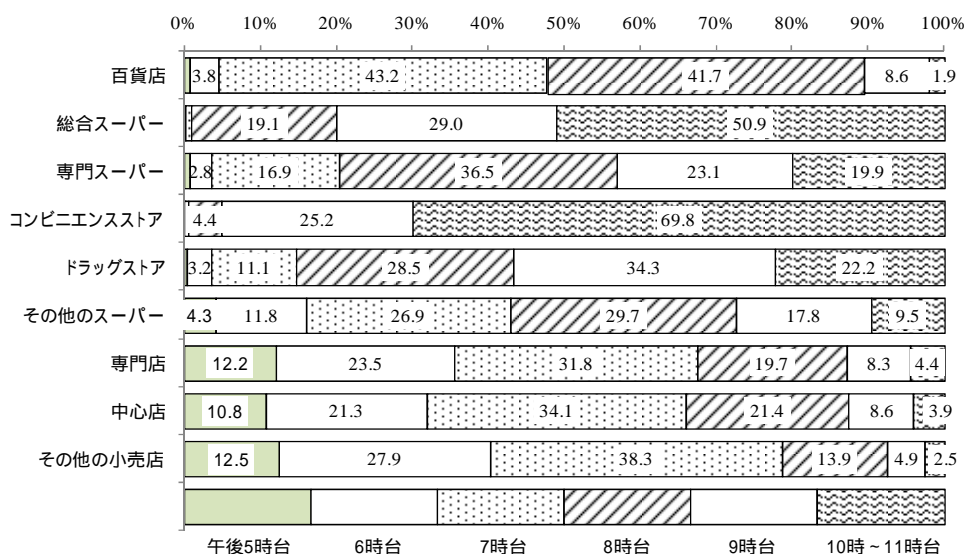
開店時間をみると、百貨店の9割近くは10時台の開店となっている。総合スーパーは10時台の開店が6割近く、9時台の開店が4割近くとなっていて9～10時台の開店がほとんどとなっている。また、専門スーパーとドラッグストアは9時台～10時台の開店が9割となっている。一方、その他のスーパー、専門店、中心店、その他の小売店は7時台の開店が約1割、8時台の開店も1.5割から2割強と開店時間にばらつきが見られる(第1-12図)。

第1-12図 開店時間別事業所数



閉店時間をみると、百貨店は7時台と8時台が4割強ずつ、総合スーパーは10～11時台が5割超、専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパー、専門店、中心店、その他の小売店ではばらつきがみられるものの、ドラッグストアの3割は9時台、専門店、中心店の3割強、その他の小売店の4割弱は7時台の閉店となっている(第1-13図)。

第1-13図 閉店時間別事業所数



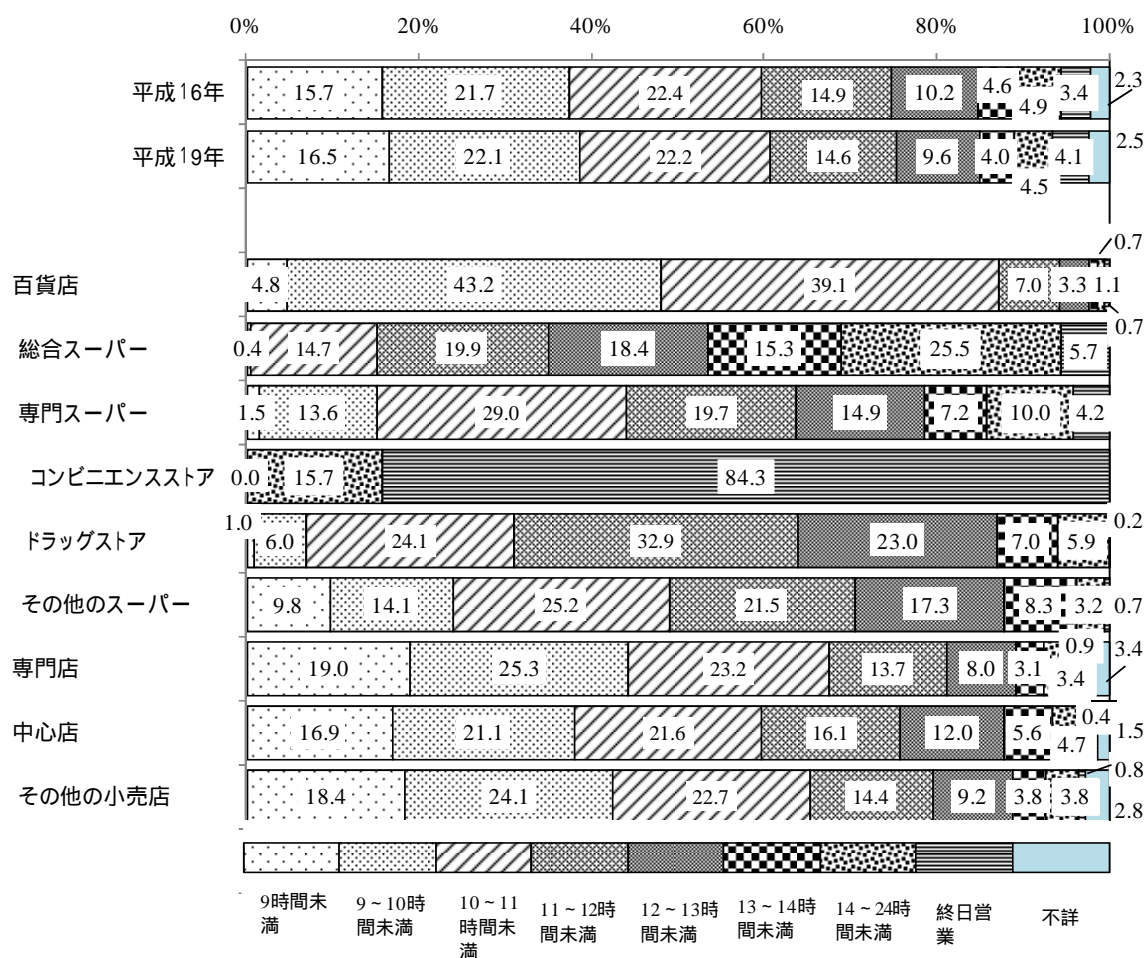
(注) 終日営業事業所を除く。1%未満は表示を略している。

(6) 営業時間別の事業所数

営業時間を業態別にみると、百貨店は9時間以上11時間未満（構成比 82.3%）が8割以上、総合スーパーは12時間以上（同 64.9%）の割合が6割以上となっている。専門スーパーは10時間以上12時間未満が5割弱、コンビニエンスストアは終日営業（同 84.3%）が8割以上を占めている。

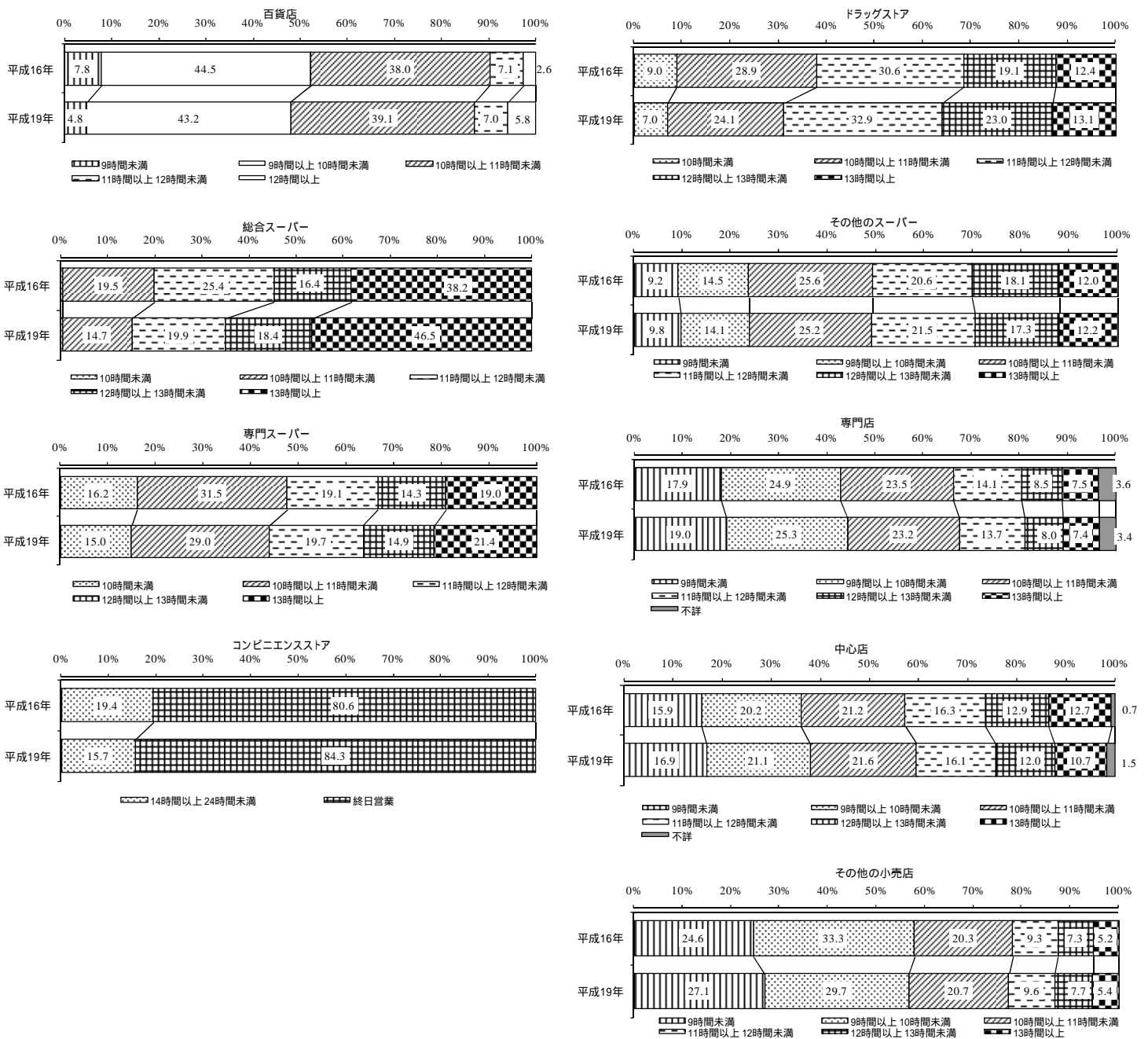
ドラッグストアは11時間以上12時間未満（同 32.9%）の割合が3割と最も高くなっている（第1-14図）。

第1-14図 業態別、営業時間別事業所数の構成比

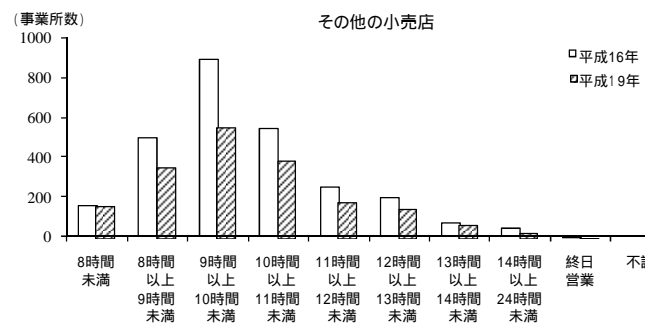
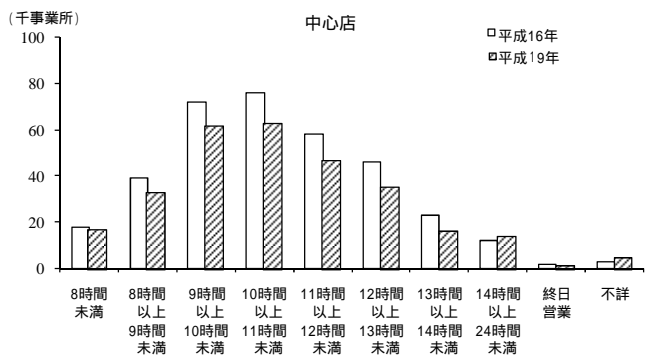
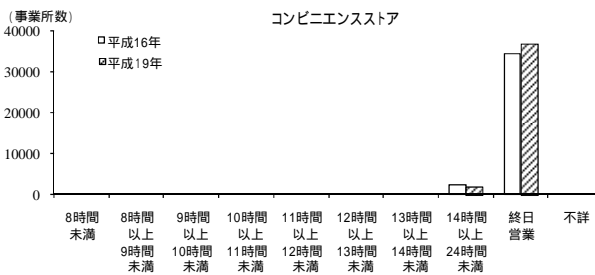
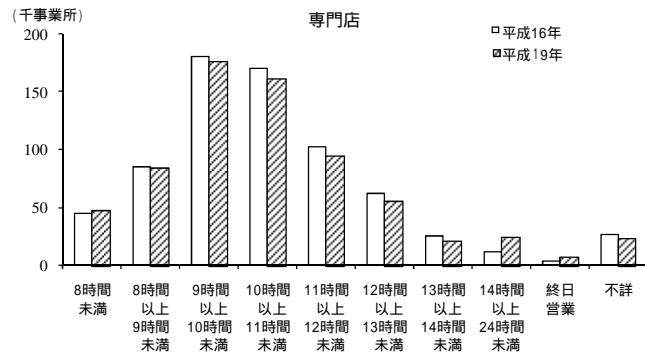
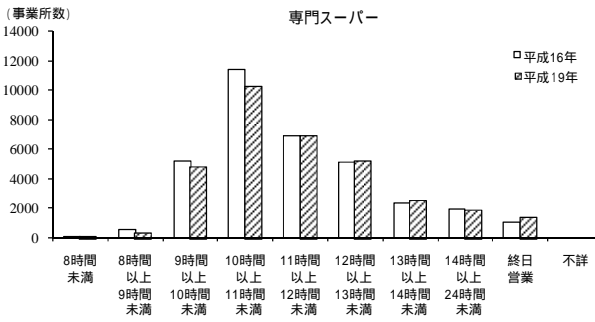
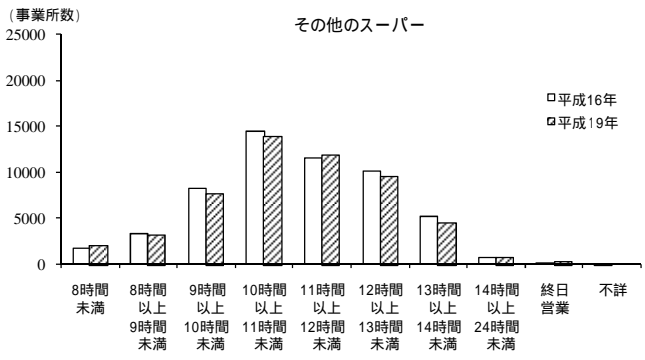
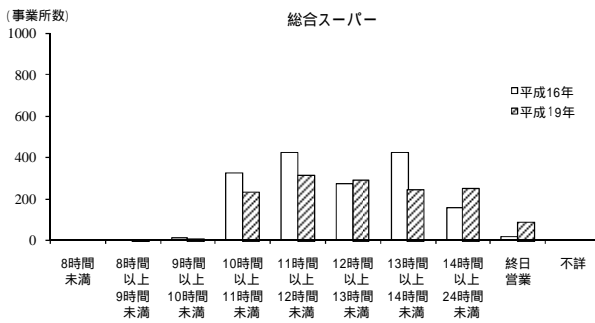
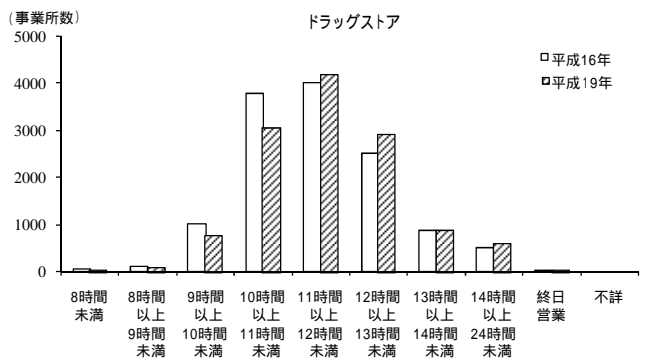
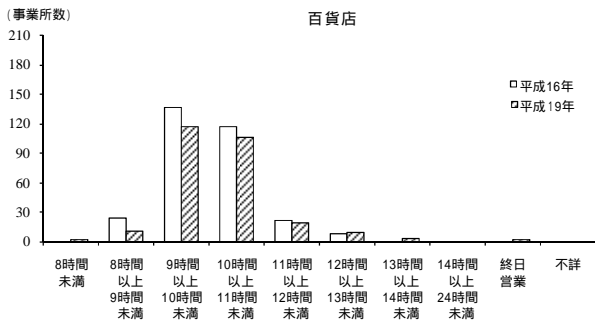


構成比を前回と比べると、百貨店は引き続き10時間未満が縮小し、10時間以上11時間未満の事業所の割合が38.0%から39.1%へと拡大している。総合スーパーでは、46.5%と半数近くに拡大している。消費者のライフスタイルの多様化、規制緩和を背景に平成16年調査では13時間以上の事業所の割合が平成14年調査の11.5%から38.2%へと3倍以上の拡大となったが、今回の調査ではさらに拡大となった。専門スーパーでも13時間以上が拡大している。コンビニエンスストアでは、終日営業割合が前回の80.6%から84.3%へと拡大している。ドラッグストアでは11時間未満の事業所数が縮小、11時間以上の事業所は拡大している。なお、専門店、中心店、その他のスーパーの各営業時間別構成比に大きな変化はみられない(第1-15図、第1-16図)。

第1-15図 業態別、営業時間別事業所数構成比の比較



第1-16図 業態別、営業時間別事業所数



第1 - 4表 業態別、営業時間別事業所数の前回比

業 態 別	営業時間別事業所数 前回比(%)											終日 営業	不詳
	計	8時間 未満	8時間 以上 9時間 未満	9時間 以上 10時間 未満	10時間 以上 11時間 未満	11時間 以上 12時間 未満	12時間 以上 13時間 未満	13時間 以上 14時間 未満	14時間 以上 24時間 未満				
小売業計	▲ 8.1	2.7	▲ 6.0	▲ 6.3	▲ 9.0	▲ 9.9	▲ 14.0	▲ 19.4	▲ 14.9		11.0	▲ 3.6	
1.百貨店	▲ 12.0	-	▲ 54.2	▲ 14.6	▲ 9.4	▲ 13.6	12.5	-	-	-	-	-	
(1)大型百貨店	▲ 10.5	-	▲ 68.8	▲ 9.4	▲ 8.0	0.0	25.0	-	-	-	-	-	
(2)その他の百貨店	▲ 25.0	-	▲ 25.0	▲ 80.0	▲ 40.0	▲ 60.0	0.0	-	-	-	-	-	
2.総合スーパー	▲ 5.4	-	-	▲ 22.2	▲ 28.7	▲ 25.8	6.2	▲ 43.1	106.1	400.0			
(1)大型総合スーパー	▲ 7.8	-	-	▲ 50.0	▲ 25.7	▲ 24.2	8.2	▲ 41.1	80.8	536.4			
(2)中型総合スーパー	14.5	-	-	200.0	▲ 54.3	▲ 42.1	▲ 9.7	▲ 63.2	251.7	185.7			
3.専門スーパー	▲ 2.0	13.2	▲ 29.9	▲ 7.0	▲ 9.7	1.0	2.3	7.7	3.8	39.7			
(1)衣料品スーパー	19.4	▲ 25.0	▲ 23.4	1.1	17.0	102.6	4.9	15.4	▲ 32.1	▲ 75.0			
(2)食料品スーパー	▲ 3.4	39.6	▲ 25.8	▲ 22.5	▲ 17.7	▲ 14.1	6.2	16.5	9.4	39.3			
(3)住関連スーパー うちホームセンター	▲ 10.6 ▲ 15.1	▲ 6.0 ▲ 50.0	▲ 35.2 ▲ 68.9	▲ 3.3 ▲ 0.2	▲ 15.5 ▲ 18.4	▲ 3.8 ▲ 12.8	▲ 9.9 ▲ 0.5	▲ 17.1 4.1	▲ 4.9 ▲ 19.0	71.8 ▲ 100.0			
4. コンビニエンスストア うち終日営業店	2.2 6.8								▲ 17.0	6.8 6.8			
5. ドラッグストア	▲ 3.0	▲ 12.5	▲ 24.3	▲ 25.4	▲ 19.2	4.5	16.4	2.3	2.1	▲ 4.3			
6. その他のスーパー うち各種商品取扱店	▲ 1.1 29.8	19.9 ▲ 45.8	▲ 1.7 ▲ 28.6	▲ 4.2 ▲ 1.8	▲ 2.6 102.3	3.1 10.3	▲ 5.5 16.1	▲ 12.3 41.9	39.7 ▲ 23.5	85.3 100.0	- -		
7.専門店+8.中心店	▲ 9.1	2.2	▲ 5.9	▲ 6.2	▲ 9.1	▲ 11.6	▲ 16.3	▲ 21.7	▲ 18.2	25.4	▲ 3.6		
(1)衣料品専門店+中心店	▲ 7.2	3.9	▲ 6.5	▲ 13.5	▲ 10.6	2.5	▲ 3.4	▲ 14.2	26.9	880.0			
(2)食料品専門店+中心店	▲ 14.7	2.0	▲ 5.3	▲ 10.5	▲ 15.7	▲ 17.0	▲ 21.3	▲ 30.1	▲ 27.1	1.7	0.3		
(3)住関連専門店+中心店	▲ 6.5	1.6	▲ 5.8	▲ 2.5	▲ 5.5	▲ 11.6	▲ 14.2	▲ 15.2	▲ 13.9	32.2	▲ 5.3		
9. その他の小売店 うち各種商品取扱店	▲ 31.3 ▲ 34.3	▲ 4.4 ▲ 8.8	▲ 30.8 ▲ 32.2	▲ 38.9 ▲ 40.4	▲ 30.0 ▲ 31.6	▲ 29.0 ▲ 35.9	▲ 27.7 ▲ 35.9	▲ 16.9 ▲ 28.2	▲ 45.6 ▲ 50.0	50.0 50.0			

2. 業態別にみた年間商品販売額

～ 百貨店、総合スーパー、専門スーパーなどが減少、
ドラッグストア、コンビニエンスストア、その他のスーパーは増加 ～

(1) 業態別の年間商品販売額

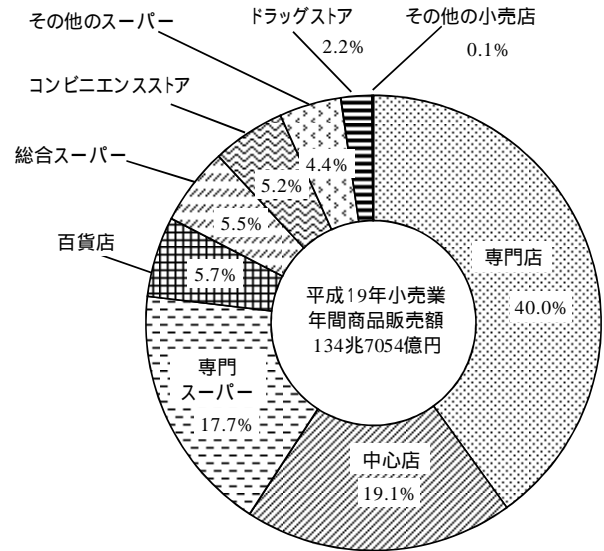
平成19年調査における小売事業所の年間商品販売額は、134兆7054億円、前年比1.1%の増加となった(第2-1表)。

業態別にみると、専門店が53兆9291億円(小売業全体の40.0%)次いで中心店が25兆7022億円(同19.1%)、専門スーパーが23兆7961億円(同17.7%)の順に多く、これら3業態で小売販売額の4分の3超を占めている。専門店、中心店の2業態は事業所数では小売事業所の87%を占めているものの、小規模の事業所が多いことから年間商品販売額では59%にとどまっている。

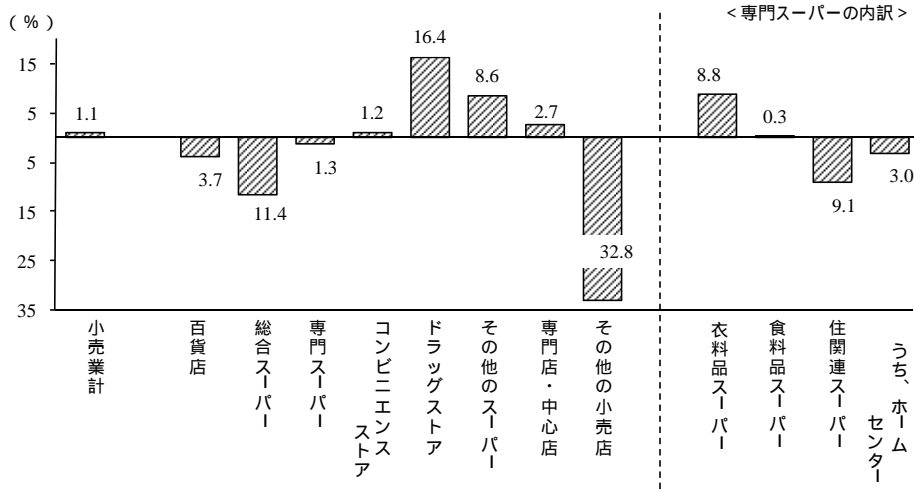
以下、百貨店が7兆7088億円(同5.7%)、総合スーパーが7兆4467億円(同5.5%)、コンビニエンスストアが7兆69億円(同5.2%)、その他のスーパーが5兆9493億円(同4.4%)、ドラッグストアが3兆126億円(同2.2%)、その他の小売店が1537億円(同0.1%)となっている(第2-1表、第2-1図)。

前年比をみると、専門店・中心店(前年比2.7%増)、その他のスーパー(同8.6%増)、ドラッグストア(同16.4%増)、コンビニエンスストア(同1.2%増)の4業態は増加、総合スーパー(同11.4%減)、専門スーパー(同1.3%減)、百貨店(同3.7%減)などは減少となっている。なかでもドラッグストアは店舗の大型化に伴う品揃えの拡大などにより引き続き増加となっている。専門スーパーの内訳では、ホームセンターを含む住関連スーパー(同9.1%減)が減少したものの、食料品スーパー(同0.3%増)、衣料品スーパー(同8.8%増)は増加となっている(第2-1表、第2-2図)。

第2-1図 業態別年間商品販売額の構成比



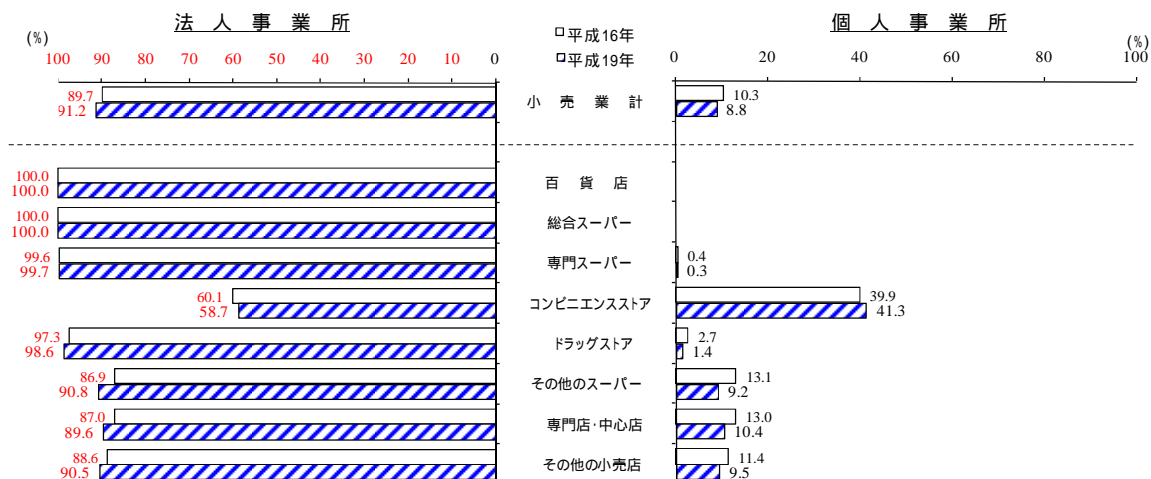
第2-2図 業態別年間商品販売額の前年比



(2) 経営組織別の年間商品販売額

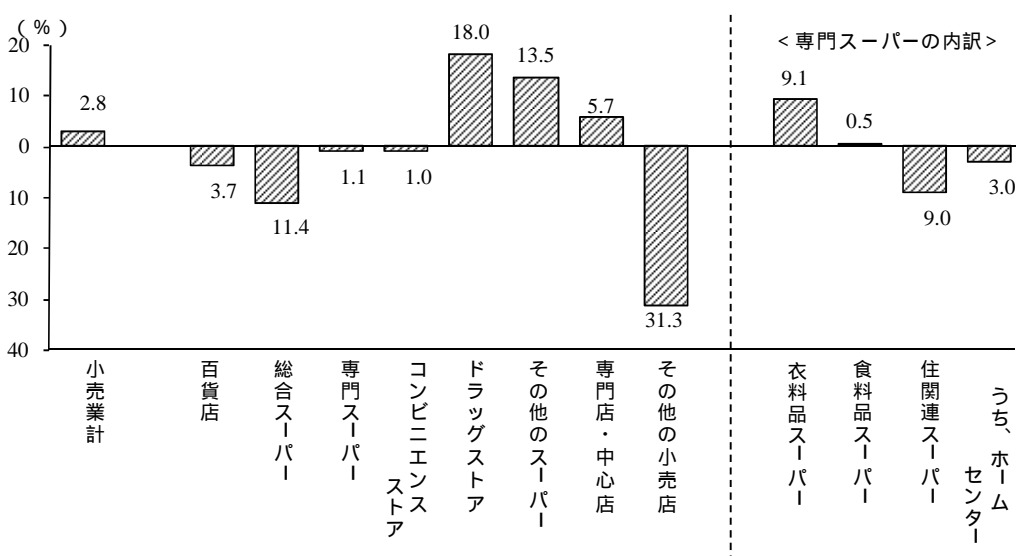
経営組織別にみると、小売業全体の年間商品販売額のうち法人事業所は91.2%、個人事業所は8.8%の割合となった。これを業態別にみると、コンビニエンスストアは個人事業所が拡大して約4割超を占めているものの、そのほかの業態は、法人事業所がほぼ9割以上を占めており、その割合も拡大している(第2-3図)。

第2-3図 業態別、経営組織別年間商品販売額の構成比



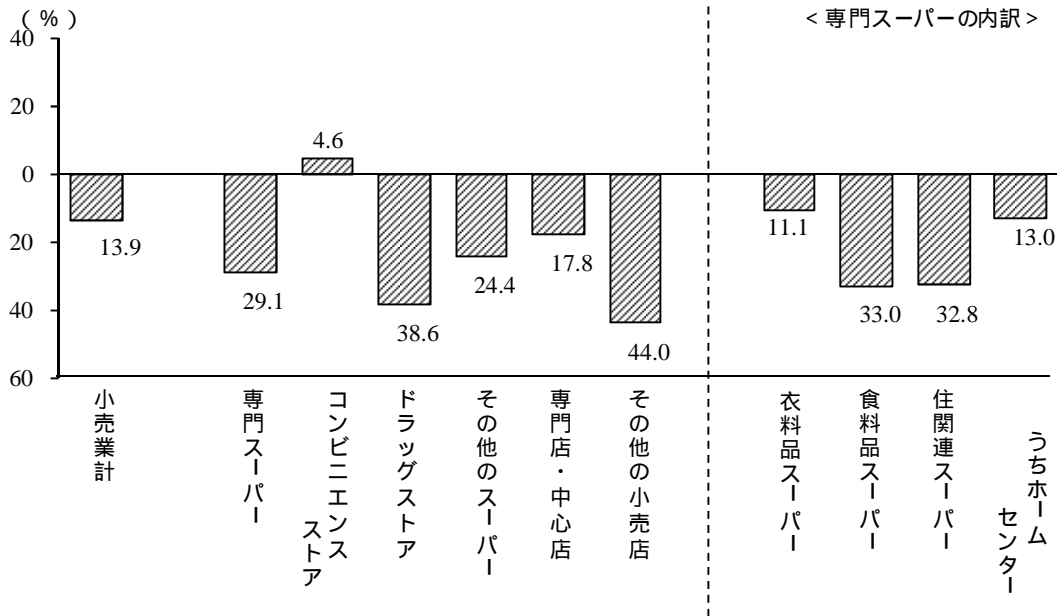
法人事業所の年間商品販売額は、前回比2.8%の増加となった。これを業態別にみると、専門店・中心店(前回比5.7%増)、その他のスーパー(同13.5%増)、ドラッグストア(同18.0%増)が増加、総合スーパー(同11.4%減)、百貨店(同3.7%減)、専門スーパー(同1.1%減)など5業態は減少となった。ドラッグストアは前回調査から引き続き増加となっている。なお、住関連の専門スーパー(同9.0%減)は減少となっており、その内数であるホームセンターも、同3.0%の減少となった(第2-1表、第2-4図)。

第2-4図 法人事業所の業態別年間商品販売額の前回比



個人事業所の年間商品販売額は、前年比 13.9%の減少となった。これを業態別にみると、コンビニエンスストア（同 4.6%増）は増加となったものの、専門店・中心店（同 17.8%減）、その他の小売店（同 44.0%減）、ドラッグストア（同 38.6%減）、専門スーパー（同 29.1%減）などすべての業態で2桁台の大幅な減少となっている。なお、ホームセンターについても同 13.0%と2桁台の減少となった（第2 - 1表、第2 - 5図）。

第2 - 5図 個人事業所の業態別年間商品販売額の前年比



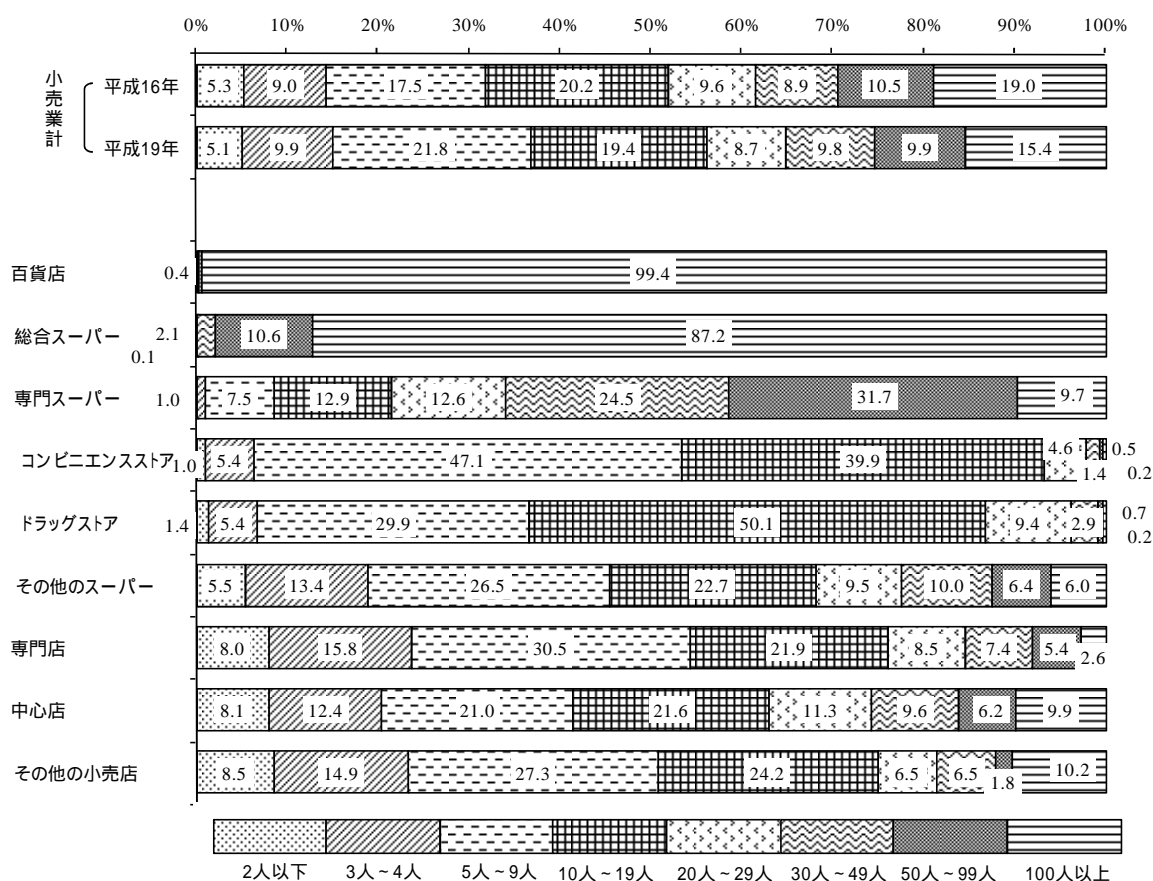
第2 - 1表 業態別、経営組織別の年間商品販売額

業態別	年間商品販売額												
	計			法人事業所						個人事業所			
	平成16年 (百万円)	平成19年 (百万円)	前年比(%) 19年/16年	平成16年 (百万円)	平成19年 (百万円)	構成比(%)		前年比(%) 19年/16年	平成16年 (百万円)	平成19年 (百万円)	前年比(%) 19年/16年		
小売業計	133,278,631	134,705,448	1.1	119,508,200	122,843,981	100.0	100.0	2.8	13,770,431	11,861,467	100.0	100.0	▲ 13.9
1.百貨店	8,002,348	7,708,768	▲ 3.7	8,002,348	7,708,768	6.7	6.3	▲ 3.7	0	0	0.0	0.0	-
(1)大型百貨店	7,668,578	7,323,980	▲ 4.5	7,668,578	7,323,980	6.4	6.0	▲ 4.5	0	0	0.0	0.0	-
(2)その他の百貨店	333,770	384,789	15.3	333,770	384,789	0.3	0.3	15.3	0	0	0.0	0.0	-
2.総合スーパー	8,406,380	7,446,736	▲ 11.4	8,406,380	7,446,736	7.0	6.1	▲ 11.4	0	0	0.0	0.0	-
(1)大型総合スーパー	7,949,605	6,947,294	▲ 12.6	7,949,605	6,947,294	6.7	5.7	▲ 12.6	0	0	0.0	0.0	-
(2)中型総合スーパー	456,775	499,442	9.3	456,775	499,442	0.4	0.4	9.3	0	0	0.0	0.0	-
3.専門スーパー	24,101,939	23,796,085	▲ 1.3	23,995,932	23,720,894	20.1	19.3	▲ 1.1	106,006	75,191	0.8	0.6	▲ 29.1
(1)衣料品スーパー	1,544,566	1,680,800	8.8	1,525,732	1,664,058	1.3	1.4	9.1	18,824	16,743	0.1	0.1	▲ 11.1
(2)食料品スーパー	17,046,994	17,106,265	0.3	16,979,311	17,060,922	14.2	13.9	0.5	67,683	45,343	0.5	0.4	▲ 33.0
(3)住関連スーパー	5,510,389	5,009,020	▲ 9.1	5,490,890	4,995,914	4.6	4.1	▲ 9.0	19,500	13,106	0.1	0.1	▲ 32.8
うちホームセンター	3,141,257	3,045,939	▲ 3.0	3,137,501	3,042,671	2.6	2.5	▲ 3.0	3,756	3,267	0.0	0.0	▲ 13.0
4.コンビニエンスストア	6,922,202	7,006,872	1.2	4,157,177	4,114,347	3.5	3.3	▲ 1.0	2,765,025	2,892,525	20.1	24.4	4.6
うち終日営業店	6,079,435	6,246,597	2.7	3,538,202	3,504,278	3.0	2.9	▲ 1.0	2,541,233	2,742,319	18.5	23.1	7.9
5.ドラッグストア	2,587,834	3,012,637	16.4	2,517,184	2,969,246	2.1	2.4	18.0	70,650	43,391	0.5	0.4	▲ 38.6
6.その他のスーパー	5,480,581	5,949,303	8.6	4,760,258	5,404,938	4.0	4.4	13.5	720,323	544,365	5.2	4.6	▲ 24.4
うち各種商品取扱店	227,569	341,722	50.2	224,479	340,127	0.2	0.3	51.5	3,089	1,595	0.0	0.0	▲ 48.4
7.専門店+8.中心店	77,548,705	79,631,346	2.7	67,466,256	71,339,910	56.5	58.1	5.7	10,082,450	8,291,436	73.2	69.9	▲ 17.8
(1)衣料品専門店+中心店	8,962,964	8,514,927	▲ 5.0	7,903,834	7,689,842	6.6	6.3	▲ 2.7	1,059,130	825,085	7.7	7.0	▲ 22.1
(2)食料品専門店+中心店	13,386,718	12,607,653	▲ 5.8	9,922,601	9,983,538	8.3	8.1	0.6	3,464,117	2,624,115	25.2	22.1	▲ 24.2
(3)住関連専門店+中心店	55,199,024	58,508,765	6.0	49,639,820	53,666,530	41.5	43.7	8.1	5,559,203	4,842,236	40.4	40.8	▲ 12.9
7.専門店	49,970,253	53,929,117	...	43,567,025	48,306,966	36.5	39.3	...	6,403,228	5,622,151	46.5	47.4	...
(1)衣料品専門店	3,972,502	4,074,004	...	3,422,180	3,604,222	2.9	2.9	...	550,322	469,783	4.0	4.0	...
(2)食料品専門店	7,023,157	7,218,837	...	5,204,758	5,693,290	4.4	4.6	...	1,818,399	1,525,547	13.2	12.9	...
(3)住関連専門店	38,974,594	42,636,275	...	34,940,087	39,009,454	29.2	31.8	...	4,034,507	3,626,821	29.3	30.6	...
8.中心店	27,578,452	25,702,229	...	23,899,231	23,032,944	20.0	18.7	...	3,679,222	2,669,285	26.7	22.5	...
(1)衣料品中心店	4,990,462	4,440,923	...	4,481,654	4,085,620	3.8	3.3	...	508,808	355,302	3.7	3.0	...
(2)食料品中心店	6,363,561	5,388,816	...	4,717,843	4,290,248	3.9	3.5	...	1,645,718	1,098,568	12.0	9.3	...
(3)住関連中心店	16,224,430	15,872,490	...	14,699,733	14,657,076	12.3	11.9	...	1,524,696	1,215,415	11.1	10.2	...
9.その他の小売店	228,642	153,701	▲ 32.8	202,666	139,143	0.2	0.1	▲ 31.3	25,976	14,559	0.2	0.1	▲ 44.0
うち各種商品取扱店	228,642	141,971	▲ 37.9	202,666	128,327	0.2	0.1	▲ 36.7	25,976	13,644	0.2	0.1	▲ 47.5

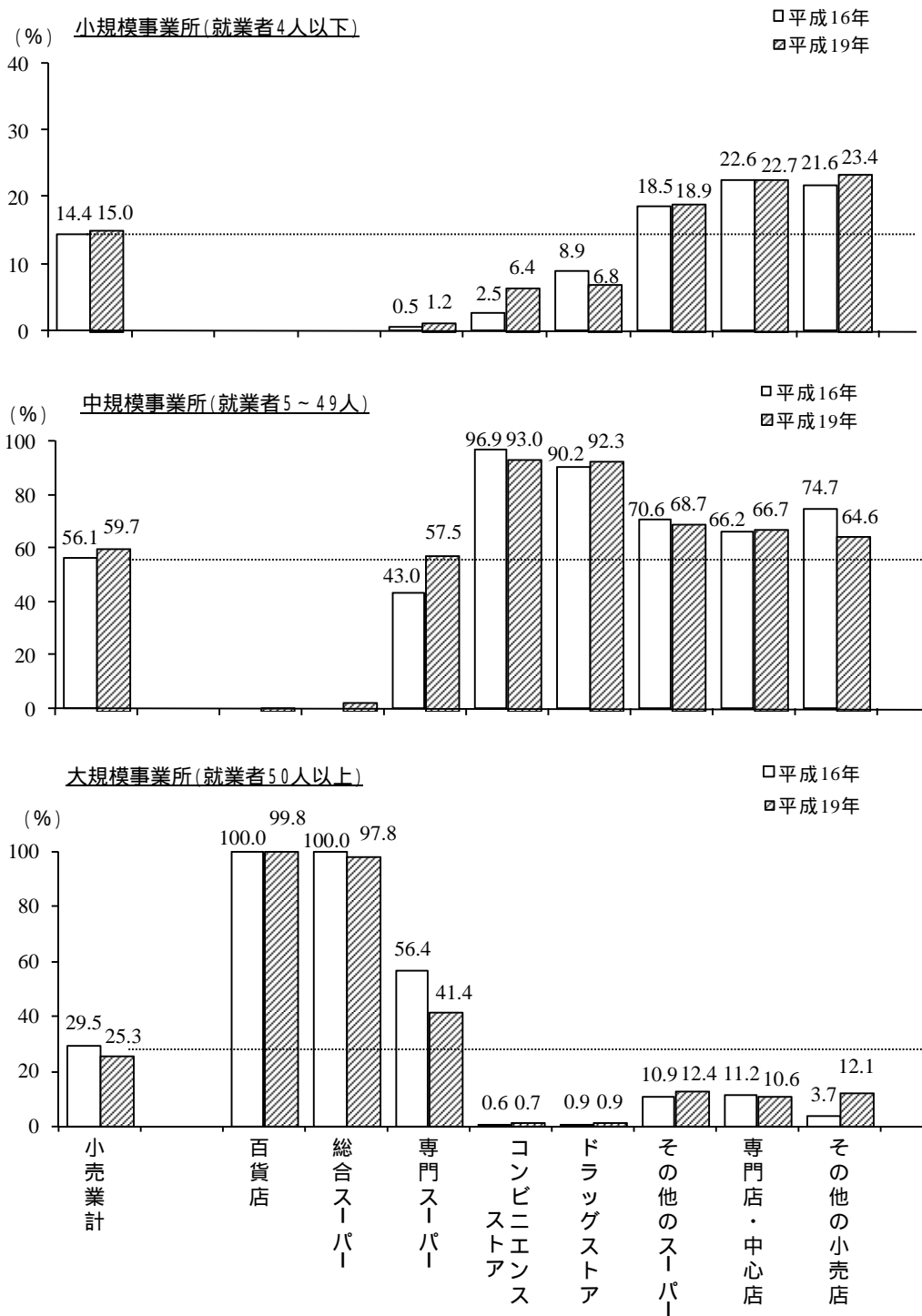
(3) 就業者規模別の年間商品販売額

就業者規模別にみると、百貨店の年間商品販売額は、就業者100人以上の規模の事業所がほとんど、総合スーパーでは9割近くを占めている。専門スーパーは、事業所数では大規模事業所（就業者50人以上）の割合が1割強と低いものの、年間商品販売額では4割超を占め、他の業態に比べ大規模事業所の販売額割合が高くなっている。コンビニエンスストアの年間商品販売額は、5人～9人規模で5割近く、10人～19人がほぼ4割を占めるなど、中規模事業所（就業者5人～49人）の割合が9割超と高く、ドラッグストアも中規模事業所の割合が9割を超える構成比となっている。また、その他の小売店（中規模構成比64.5%）、その他のスーパー（同68.7%）、専門店（同68.3%）、中心店（同63.5%）のいずれにおいても中規模事業所の販売額割合が過半を占め、事業所数の多い小規模事業所（就業者4人以下）の販売額割合は最も高い専門店でも24%にとどまっている（第2-6図）。

第2-6図 業態別、就業者規模別年間商品販売額の構成比

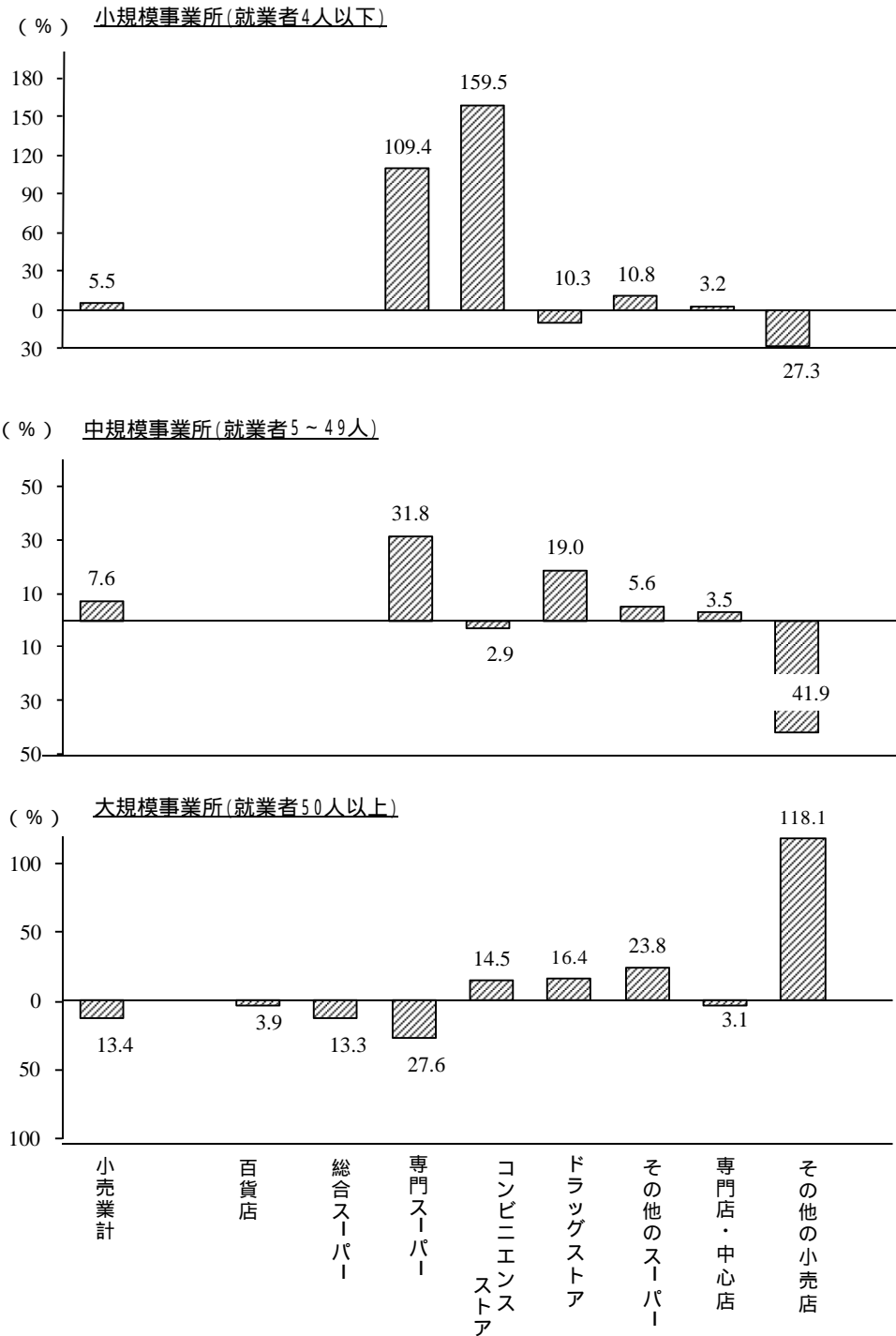


第2-7図 就業者規模別にみた業態別、年間商品販売額構成比の比較



小・中・大規模事業所別に年間商品販売額の前回比をみると、大規模事業所（就業者50人以上）は減少となったものの、小規模事業所（就業者4人以下）、中規模事業所（就業者5～49人）はいずれも増加となっている。これを業態別にみると、その他のスーパーでは、いずれの規模においても増加となっている。専門店・中心店、専門スーパーでは、小・中規模事業所で増加、大規模事業所で減少、コンビニエンスストアは小・大規模事業所で増加、中規模事業所で減少、ドラッグストアは小規模事業所で減少、中・大規模事業所では増加となっている（第2-8図）。

第2-8図 業態別、就業者規模別年間商品販売額の前回比



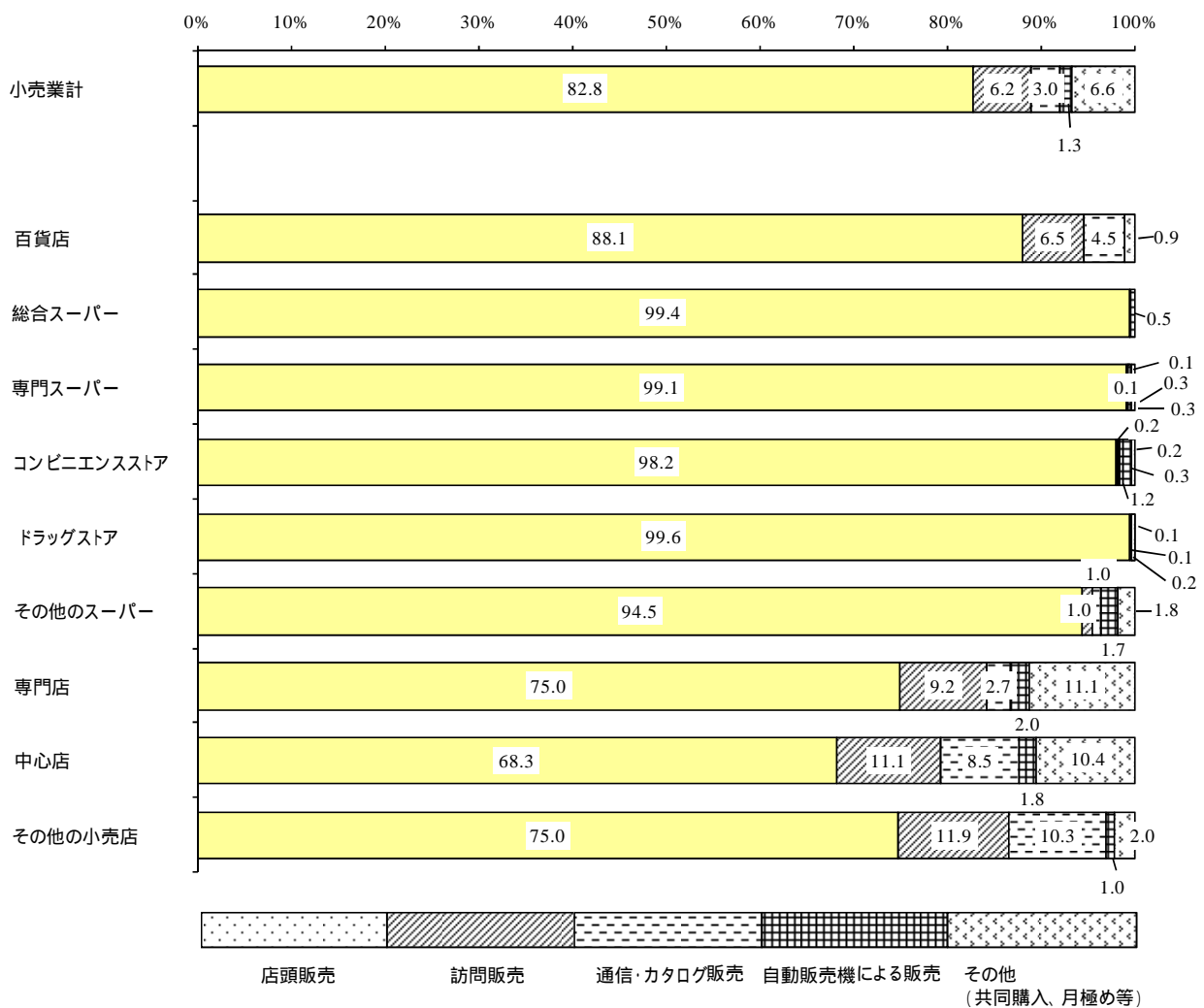
(4) 商品販売形態別年間商品販売額

小売事業所の年間商品販売額134兆7054億円商品販売形態別のうち、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132兆8441億円となった。

これを商品販売形態別にみると、店頭販売が最も多く、訪問販売、通信・カタログ販売の順となっている。これを業態別に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、その他のスーパーでは9割以上が店頭販売となっている。一方、専門店、中心店、その他の小売店では店頭販売の割合は7割前後となっていて、訪問販売が1割となっている。

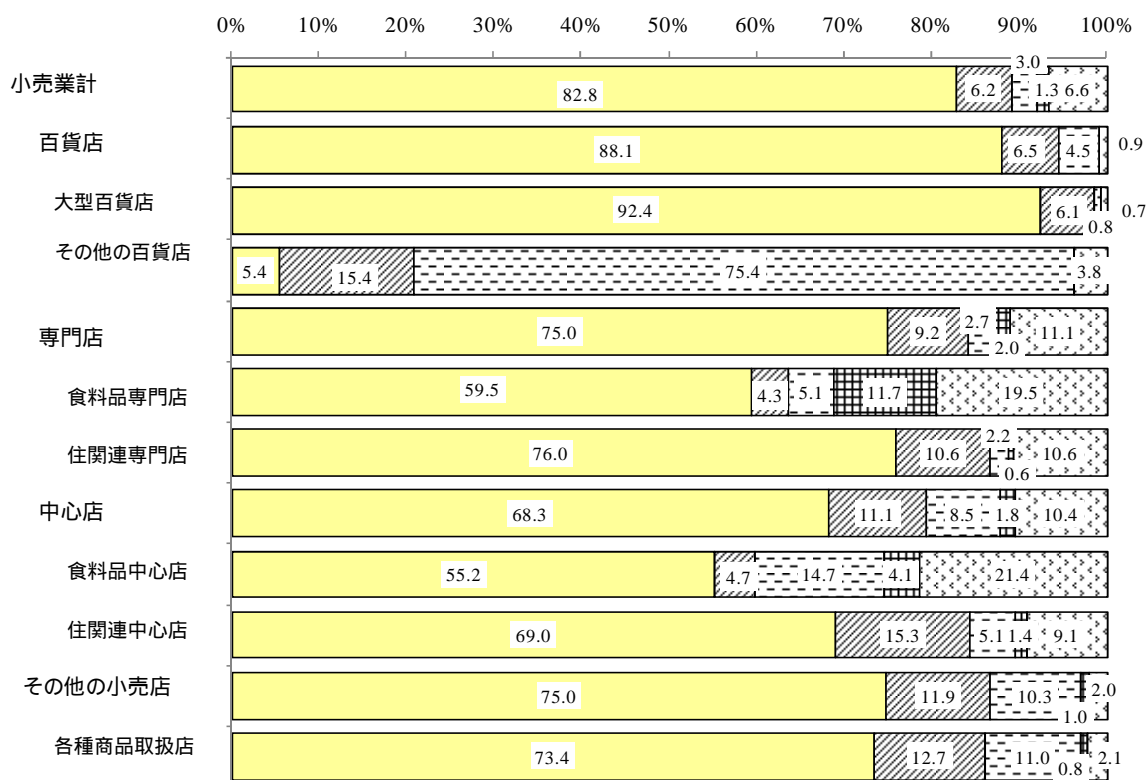
また、中心店、その他の小売店では通信・カタログ販売の割合が1割、専門店、中心店では共同購入などのその他の割合が1割となっている。(第2-9図)。

第2-9図 業態別、商品販売形態別年間商品販売額の構成比



特徴のある業態をみると、百貨店のうち大型百貨店の店頭販売の割合は92.4%となっているものの、その他の百貨店では75.4%が通信・カタログ販売となっている。通信・カタログ販売の割が高い業態は、食料品中心店、食料品専門店となっており、食料品関連の割合が高くなっている。訪問販売の割合が高い業態はその他の小売店、住関連中心店、住関連専門店となっており、住関連での割合が高くなっている。（第2 - 10図）。

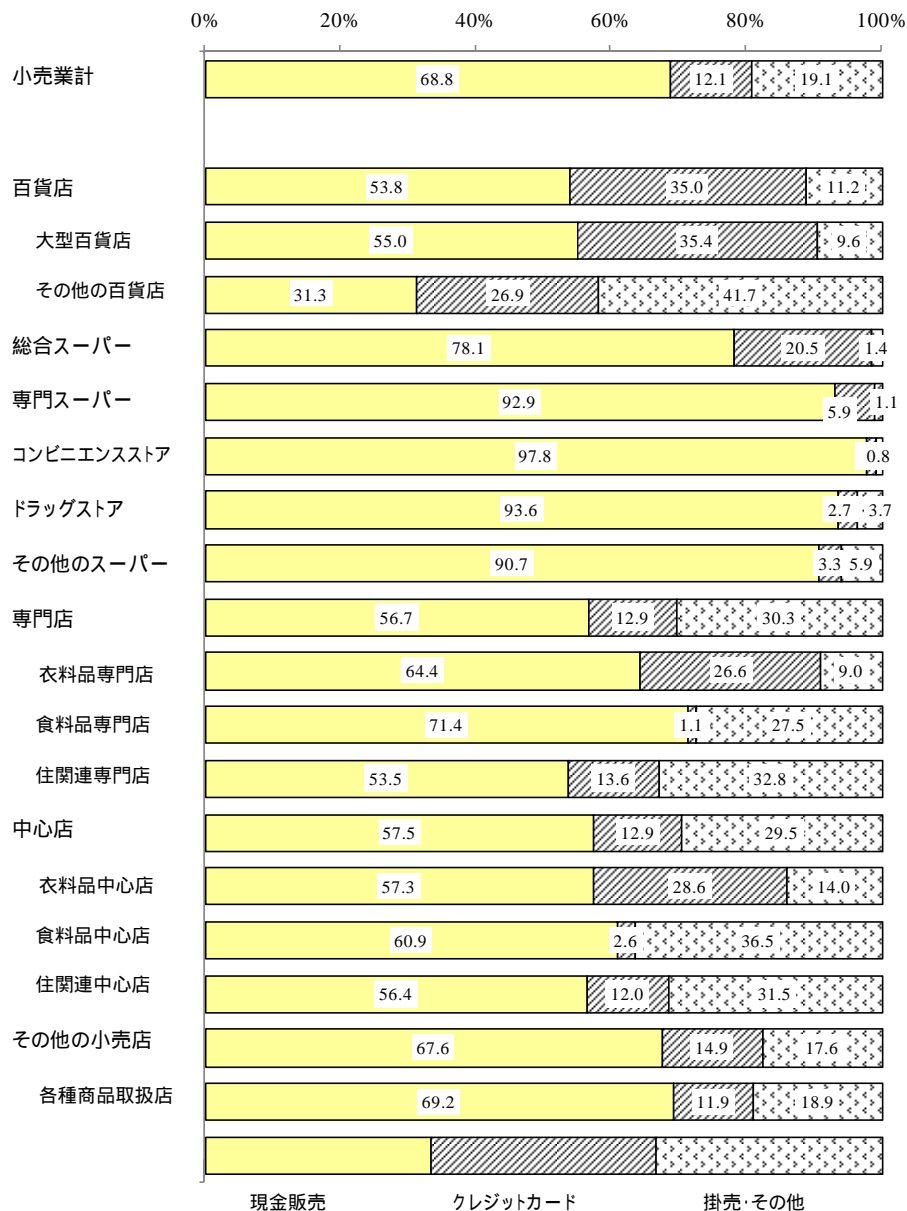
第2 - 10図 業態別、商品販売形態別年間商品販売額の構成比



(5) 販売方法別年間商品販売額

小売事業所の販売方法別の割合をみると、現金販売による販売額の割合が68.8%、クレジットカードによる販売の割合が12.1%、掛売・その他による販売の割合が19.1%となっている。これを業態別でみると、現金販売の割合が9割を超えている業態は専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他のスーパーとなっている。専門店、中心店は6割弱、百貨店は5割強となっている。クレジットカードによる販売の割合が最も高いのは百貨店で3割強となっている。内訳をみると大型百貨店で35.4%、その他の百貨店で26.9%となっている。総合スーパーのクレジットカードによる販売額の割合は2割、専門店、中心店、その他の小売店は1割台となっている。専門店、中心店の内訳をみると衣料品専門店、衣料品中心店などの衣料品関連の店舗でクレジットカードによる販売の割合が高くなっている。掛売・その他の販売割合が高いのは通信販売業者を含むその他の百貨店、食料品専門店、食料品中心店の食料品関連店、住関連専門店、住関連中心店の住関連店となっている（第2 - 11図）。

第2 - 11図 業態別、販売方法別年間商品販売額の構成比



3. 業態別にみた就業者数

～ 正社員、派遣・下請受入者は減少、パート・アルバイトが増加 ～

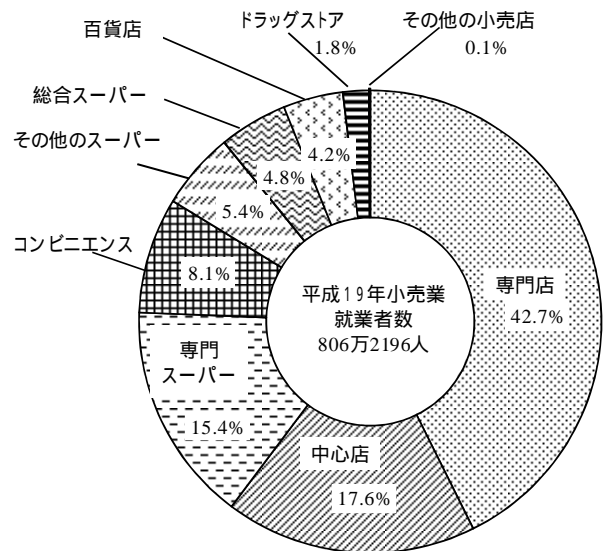
(1) 業態別の就業者数

平成19年調査における小売事業所の就業者数は、806万人、前年比 3.8%の減少となった(第3-1表)。

業態別にみると、専門店が344万2千人(小売業全体の42.7%)と最も多く、次いで中心店が141万6千人(同17.6%)、専門スーパーが123万8千人(同15.4%)の順で、これら3業態では就業者数がそれぞれ100万人を超え、小売業全体の7割強を占めている。

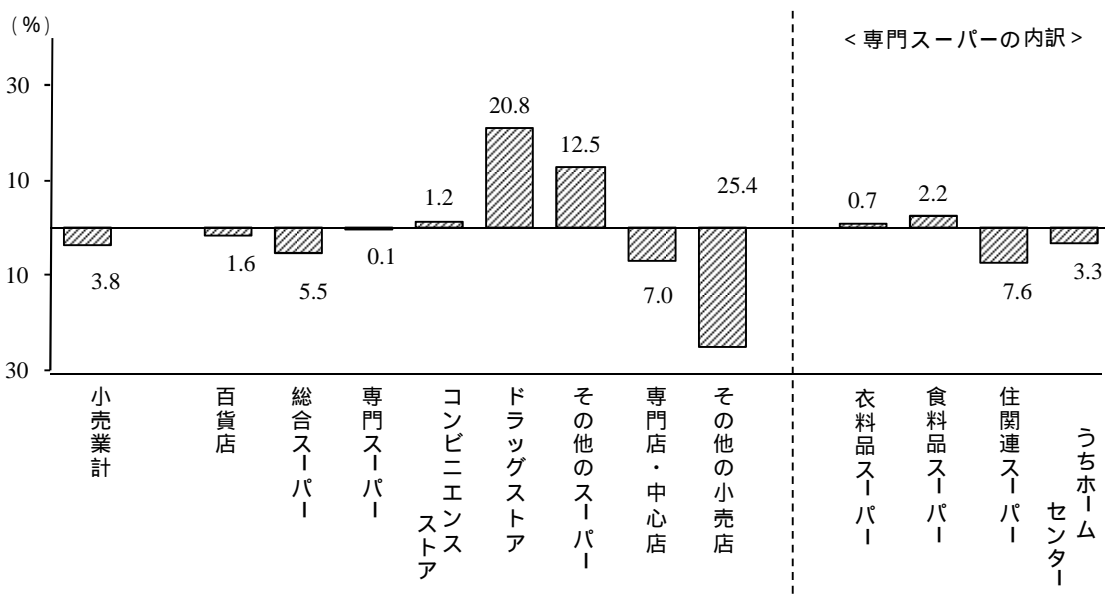
以下、コンビニエンスストアが64万9千人(同8.1%)、その他のスーパーが43万6千人(同5.4%)、総合スーパーが39万人(同4.8%)、百貨店が34万1千人(同4.2%)、ドラッグストアが14万3千人(同1.8%)、その他の小売店が1万人(同0.1%)となっており、就業者数でみると、その他のスーパーが総合スーパーを上回った。(第3-1図)。

第3-1図 業態別就業者数の構成比



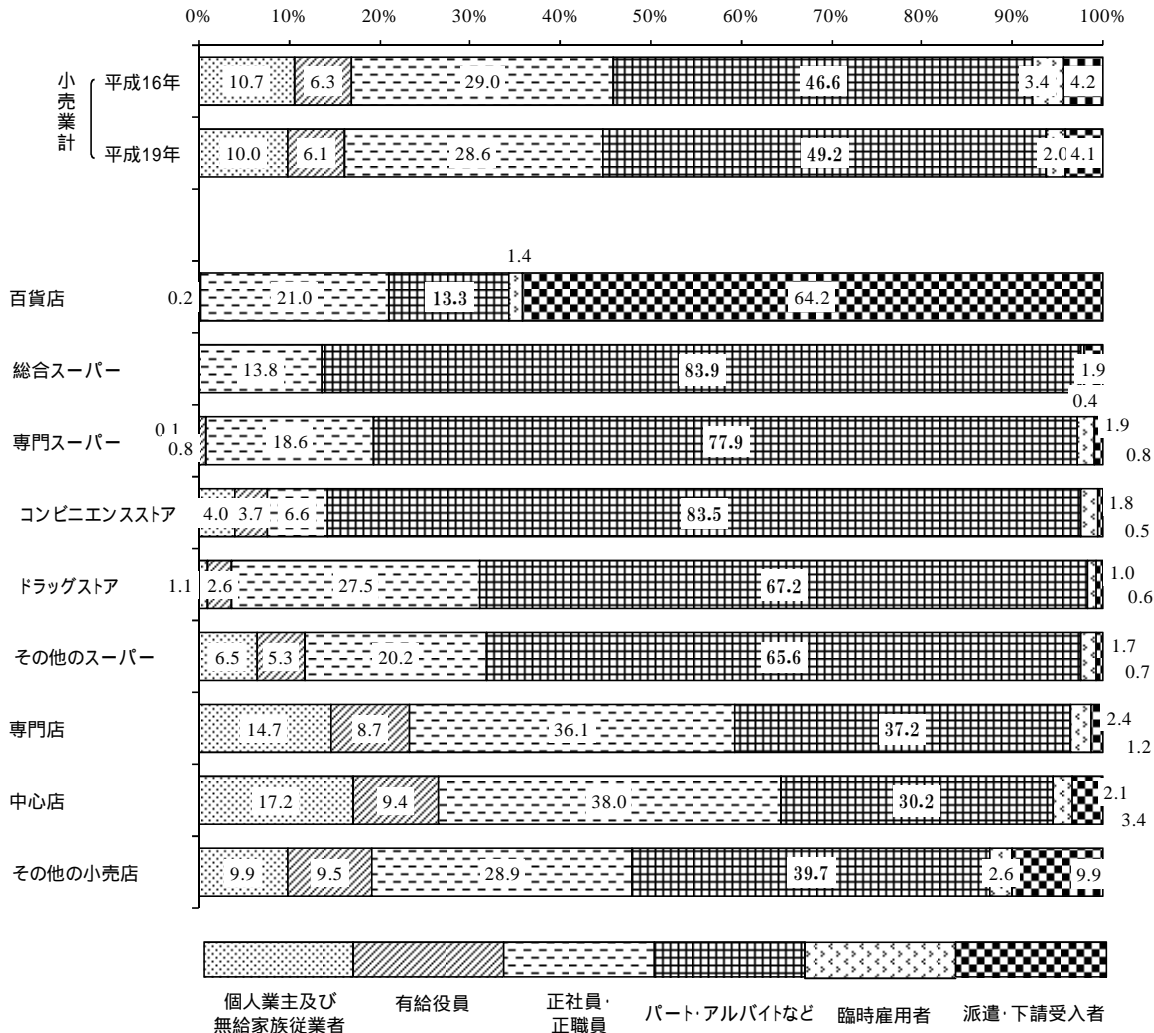
前年比をみると、専門店・中心店(前年比▲7.0%減)、総合スーパー(同▲5.5%減)、百貨店(同▲1.6%減)など5業態が減少、その他のスーパー(同12.5%増)、ドラッグストア(同20.8%増)、コンビニエンスストア(同1.2%増)の3業態は増加となった。就業者数が増加した業態は、いずれもパート・アルバイトなどの増加が目立つ(第3-1表、第3-2図)。

第3-2図 業態別就業者数の前年比



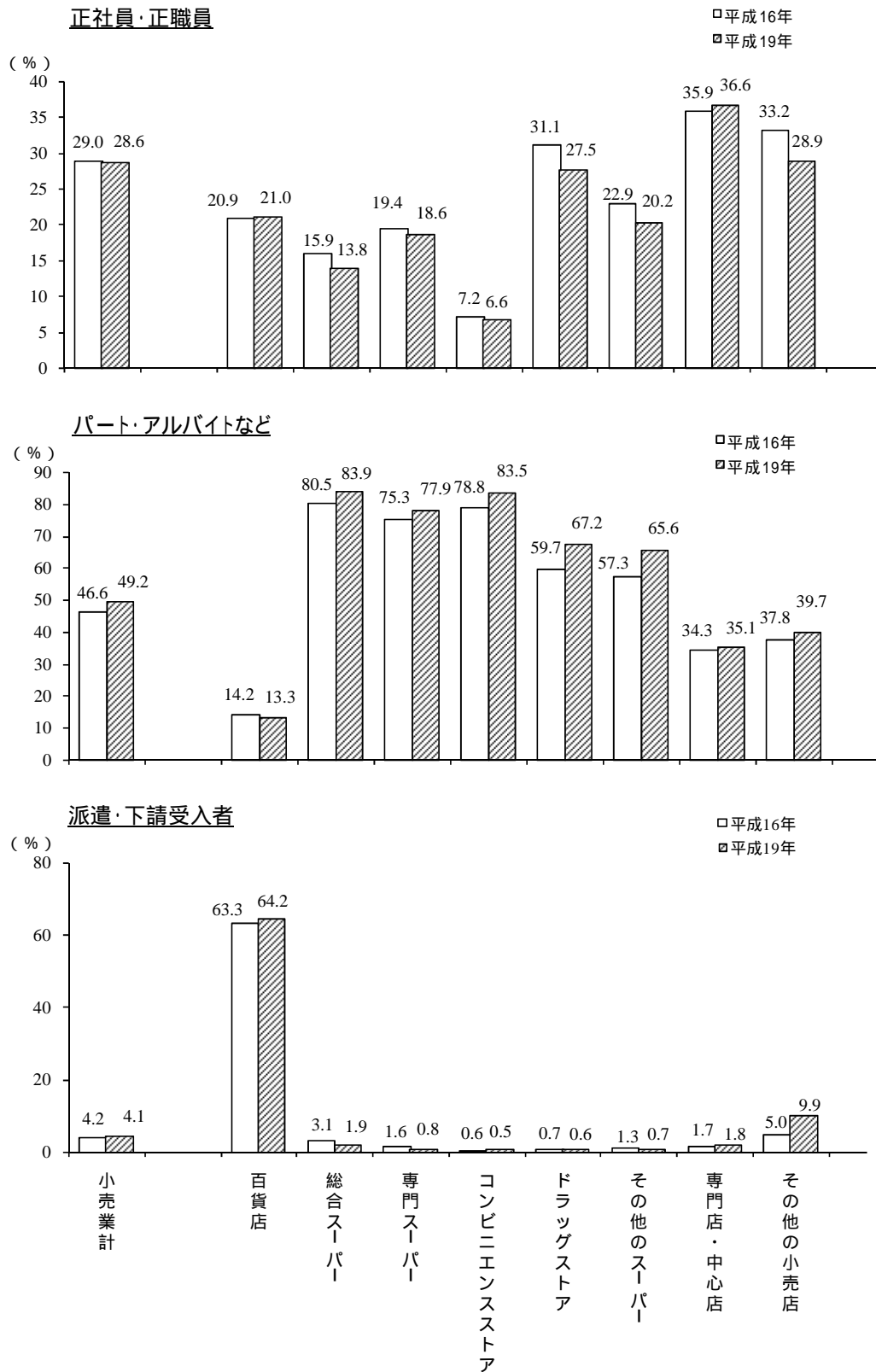
業態別就業者数の内訳をみると、百貨店は6割超が派遣・下請受入者であり、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストアではパート・アルバイトなどが7～8割を占めている。また、ドラッグストア、その他のスーパーでも正社員の割合が減り、パート・アルバイトなどの割合が5割強から6割強へと高くなっている。専門店、中心店、その他の小売店では、個人業主及び無給家族従業者が他の業態に比べ高い割合となっている（第3 - 3図）。

第3 - 3図 業態別、就業者内訳の構成比



前回と比べると、正社員・正職員の割合は、百貨店、専門店、中心店で拡大しているが、百貨店で正社員・正職員の割合が拡大しているのは、その他の百貨店の正社員・正職員の人数が増えたことと百貨店全体の就業者数が減ったことから割合が高くなったことによるものである。パート・アルバイトなどの割合は百貨店を除くすべての業態で拡大している。また、派遣・下請受入者の割合は、百貨店、その他の小売店などで拡大している（第3 - 4図）。

第3 - 4図 業態別就業者数の内訳構成比の比較



第3-1表 業態別就業者数及び前回比

業 態 別	就 業 者 数 (人)									
	計	従 業 者 数						臨時 雇用者数	派遣・下請 受入者数	1事業所 当たりの 就業者数
		計	個人業主及 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 など				
小売業計	8,062,196	7,579,363	807,074	495,023	6,277,266	2,307,520	3,969,746	163,276	332,900	5.9
1. 百貨店	341,240	117,529	0	724	116,805	71,492	45,313	4,933	219,239	1,224.7
(1)大型百貨店	332,923	110,219	0	615	109,604	67,002	42,602	4,522	218,637	1,312.5
(2)その他の百貨店	8,317	7,310	0	109	7,201	4,490	2,711	411	602	320.9
2. 総合スーパー	386,838	378,154	0	85	378,069	53,350	324,719	1,504	7,195	171.4
(1)大型総合スーパー	365,459	357,326	0	59	357,267	49,961	307,306	1,474	6,674	186.1
(2)中型総合スーパー	21,379	20,828	0	26	20,802	3,389	17,413	30	521	72.3
3. 専門スーパー	1,237,625	1,205,515	1,164	9,857	1,194,494	230,223	964,271	23,295	9,566	24.6
(1)衣料品スーパー	82,684	81,000	281	1,208	79,511	14,205	65,306	631	1,059	8.8
(2)食料品スーパー	901,654	879,075	521	6,240	872,314	156,672	715,642	15,851	7,316	35.0
(3)住関連スーパー	253,287	245,440	362	2,409	242,669	59,346	183,323	6,813	1,191	17.7
うちホームセンター	139,768	134,558	88	639	133,831	30,446	103,385	4,806	420	25.2
4. コンビニエンスストア	649,427	635,413	25,879	24,317	585,217	43,110	542,107	11,524	2,997	9.4
うち終日営業店	582,835	571,718	21,925	20,006	529,787	34,952	494,835	10,126	1,475	9.8
5. ドラッグストア	142,824	140,646	1,615	3,759	135,272	39,289	95,983	1,398	857	8.7
6. その他のスーパー	436,083	425,974	28,426	23,043	374,505	88,282	286,223	7,467	3,199	6.1
うち各種商品取扱店	17,170	16,917	62	167	16,688	3,017	13,671	111	152	12.1
7. 専門店 + 8. 中心店	4,857,939	4,667,140	748,982	432,271	3,485,887	1,778,817	1,707,070	112,894	88,836	4.4
(1)衣料品専門店 + 中心店	611,548	562,002	94,770	53,717	413,515	208,395	205,120	11,740	39,310	3.8
(2)食料品専門店 + 中心店	1,312,870	1,259,691	273,918	87,157	898,616	312,952	585,664	36,476	19,515	4.1
(3)住関連専門店 + 中心店	2,933,521	2,845,447	380,294	291,397	2,173,756	1,257,470	916,286	64,678	30,011	4.7
7. 専門店	3,441,657	3,324,605	504,992	299,481	2,520,132	1,241,328	1,278,804	83,710	41,232	4.3
(1)衣料品専門店	327,453	316,779	56,633	29,977	230,169	115,691	114,478	6,345	5,167	3.3
(2)食料品専門店	901,521	865,368	166,379	55,435	643,554	216,916	426,638	25,312	12,776	4.3
(3)住関連専門店	2,212,683	2,142,458	281,980	214,069	1,646,409	908,721	737,688	52,053	23,289	4.6
8. 中心店	1,416,282	1,342,535	243,990	132,790	965,755	537,489	428,266	29,184	47,604	4.4
(1)衣料品中心店	284,095	245,223	38,137	23,740	183,346	92,704	90,642	5,395	34,143	4.5
(2)食料品中心店	411,349	394,323	107,539	31,722	255,062	96,036	159,026	11,164	6,739	3.6
(3)住関連中心店	720,838	702,989	98,314	77,328	527,347	348,749	178,598	12,625	6,722	5.0
9. その他の小売店	10,220	8,992	1,008	967	7,017	2,957	4,060	261	1,011	5.0
うち各種商品取扱店	9,080	8,598	918	954	6,726	2,866	3,860	260	266	4.6

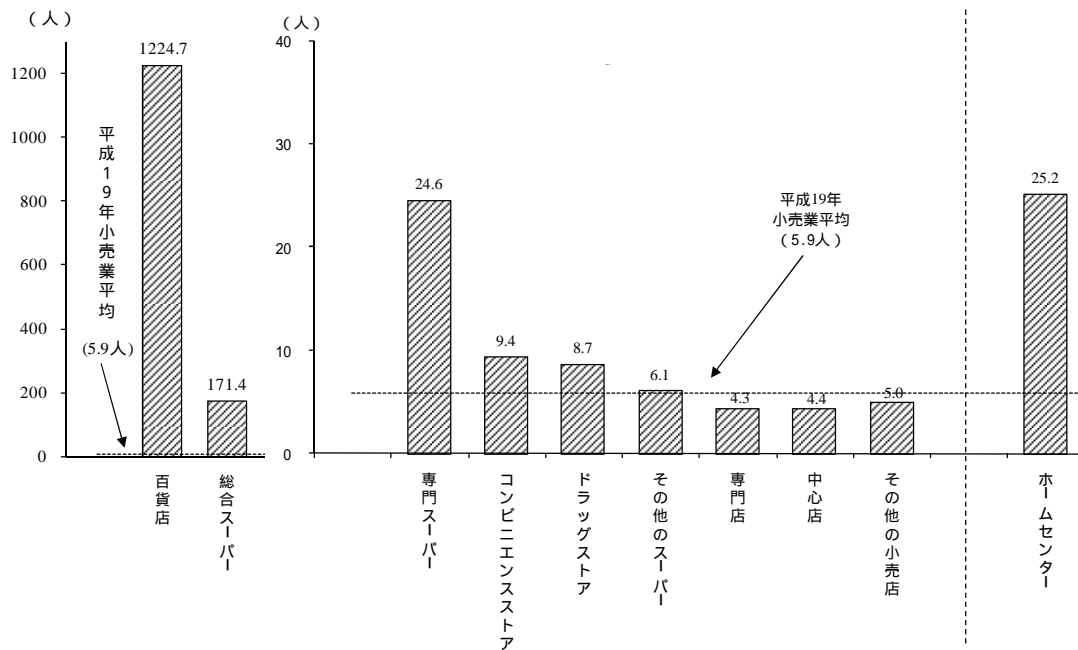
業 態 別	前 回 比 (%)								
	計	従 業 者 数						臨時 雇用者数	派遣・下請 受入者数
		計	個人業主及 び無給家族 従業者	有給役員	常用雇用者				
				計	正社員・ 正職員	パート・ アルバイト など			
小売業計	▲ 3.8	▲ 2.4	▲ 9.9	▲ 6.8	▲ 0.9	▲ 5.0	1.6	▲ 43.0	▲ 5.2
1. 百貨店	▲ 1.6	▲ 4.0	-	32.6	▲ 4.1	▲ 1.5	▲ 8.0	▲ 12.9	▲ 0.1
(1)大型百貨店	▲ 2.4	▲ 6.1	-	27.3	▲ 6.3	▲ 4.1	▲ 9.5	▲ 18.5	▲ 0.1
(2)その他の百貨店	47.8	47.2	-	73.0	46.9	63.5	25.7	260.5	8.5
2. 総合スーパー	▲ 5.5	▲ 4.2	-	▲ 23.4	▲ 4.2	▲ 18.1	▲ 1.5	▲ 36.5	▲ 43.6
(1)大型総合スーパー	▲ 5.6	▲ 4.5	-	▲ 24.4	▲ 4.5	▲ 18.9	▲ 1.6	▲ 36.5	▲ 41.4
(2)中型総合スーパー	▲ 3.4	▲ 0.1	-	▲ 21.2	0.0	▲ 3.3	0.6	▲ 34.8	▲ 61.6
3. 専門スーパー	▲ 0.1	1.6	▲ 17.6	▲ 19.9	1.8	▲ 4.0	3.3	▲ 33.8	▲ 50.5
(1)衣料品スーパー	0.7	7.5	▲ 15.6	▲ 14.3	8.0	5.7	8.6	▲ 32.9	▲ 82.6
(2)食料品スーパー	2.2	3.3	▲ 17.8	▲ 17.9	3.6	▲ 3.8	5.3	▲ 31.4	▲ 30.9
(3)住関連スーパー	▲ 7.6	▲ 5.9	▲ 18.8	▲ 26.8	▲ 5.6	▲ 6.6	▲ 5.3	▲ 38.9	▲ 54.9
うちホームセンター	▲ 3.3	▲ 2.4	▲ 12.0	▲ 30.4	▲ 2.2	▲ 1.3	▲ 2.5	▲ 17.8	▲ 50.5
4. コンビニエンスストア	1.2	5.1	5.6	▲ 13.0	6.0	▲ 6.9	7.2	▲ 66.1	▲ 16.0
うち終日営業店	2.6	6.8	11.7	▲ 8.4	7.3	▲ 4.4	8.2	▲ 67.1	▲ 43.3
5. ドラッグストア	20.8	21.8	▲ 33.0	▲ 34.8	26.1	7.0	36.1	▲ 32.0	▲ 2.5
6. その他のスーパー	12.5	15.6	▲ 7.4	▲ 15.0	20.5	▲ 0.6	28.9	▲ 48.6	▲ 36.5
うち各種商品取扱店	63.2	72.6	▲ 43.1	▲ 18.9	75.9	30.3	90.6	▲ 83.3	97.4
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 7.0	▲ 5.8	▲ 10.3	▲ 5.2	▲ 4.9	▲ 5.1	▲ 4.7	▲ 41.2	▲ 0.8
(1)衣料品専門店 + 中心店	▲ 3.7	▲ 4.5	▲ 11.5	▲ 13.0	▲ 1.5	▲ 4.0	1.2	▲ 39.5	37.4
(2)食料品専門店 + 中心店	▲ 11.0	▲ 10.0	▲ 13.6	▲ 11.0	▲ 8.7	▲ 10.6	▲ 7.7	▲ 41.3	1.1
(3)住関連専門店 + 中心店	▲ 5.7	▲ 4.2	▲ 7.4	▲ 1.7	▲ 3.9	▲ 3.8	▲ 4.0	▲ 41.4	▲ 28.0
9. その他の小売店	▲ 25.4	▲ 28.4	▲ 30.4	▲ 29.5	▲ 27.9	▲ 35.0	▲ 21.6	▲ 49.7	49.1
うち各種商品取扱店	▲ 33.7	▲ 31.5	▲ 36.6	▲ 30.4	▲ 30.9	▲ 37.0	▲ 25.5	▲ 49.9	▲ 60.8

(2) 1事業所当たりの就業者数

小売業の1事業所当たりの就業者数(就業者数のパート・アルバイトは8時間換算値を使用)は5.9人となった。

業種別にみると、百貨店が1224.7人と群を抜いて多く、次いで総合スーパーが171.4人となっている。なお、百貨店の就業者数のうち6割強は派遣・下請受入者となっていて、その割合は増加している。以下、専門スーパー(24.6人)、コンビニエンスストア(9.4人)、ドラッグストア(8.7人)の順となっている(第3-5図)。

第3-5図 業態別1事業所当たりの就業者数



4. 業態別にみた売場面積

～ 1事業所当たりの売場面積はさらに拡大 ～

(1) 業態別の売場面積

平成19年調査における小売事業所の売場面積(注)は、1億4966万㎡、前回比3.8%の増加となった(第4-1表)。

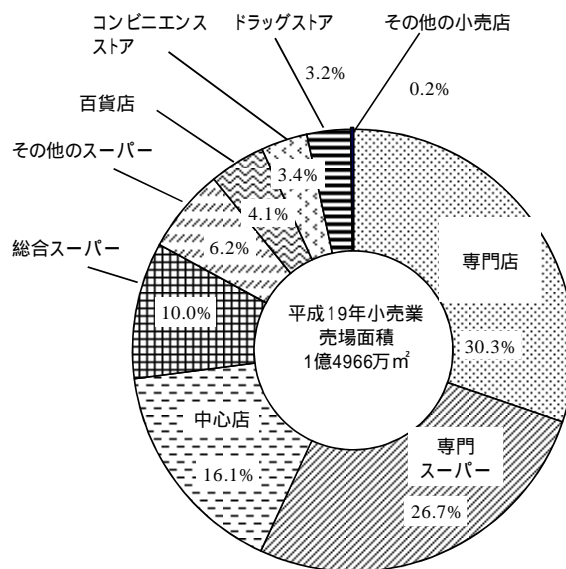
(注) 売場面積は、以下については調査を行っていない。
牛乳小売業、自動車小売業(新車・中古)、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業を営む事業所

業態別にみると、専門店が4536万5千㎡(小売業全体の30.3%)と最も多く、次いで専門スーパーが3999万9千㎡(同26.7%)、中心店が2405万3千㎡(同16.1%)、総合スーパーが1490万3千㎡(同10.0%)の順で、これら4業態で売場面積全体の8割強を占めている。

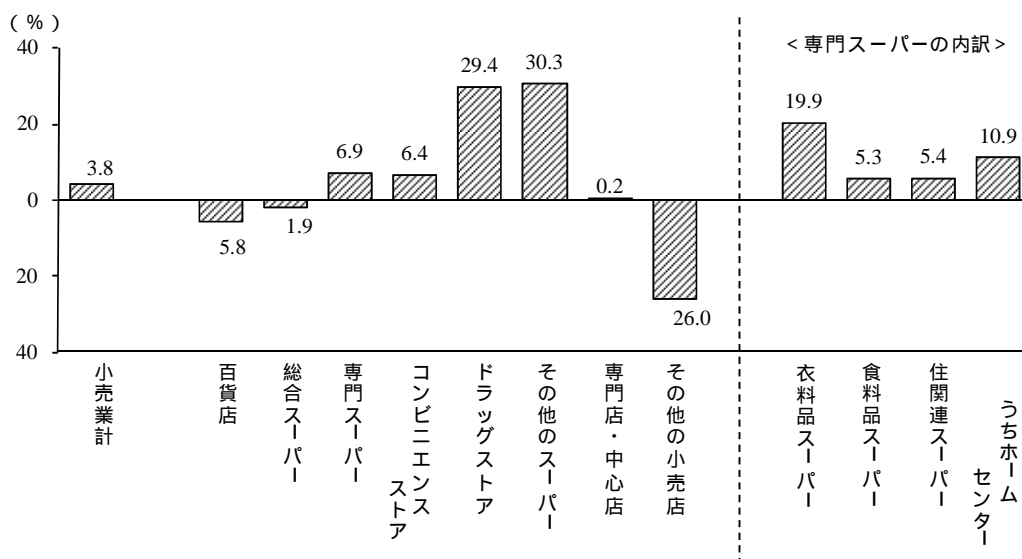
以下、その他のスーパーが923万6千㎡(同6.2%)、百貨店が609万7千㎡(同4.1%)、コンビニエンスストアが501万7千㎡(同3.4%)、ドラッグストアが475万7千㎡(同3.2%)、その他の小売店が23万9千㎡(同0.2%)となっている(第4-1表、第4-1図)。

前回比をみると、百貨店(同5.8%減)、総合スーパー(同1.9%減)、その他の小売店(同26.0%減)が減少となった。一方、専門スーパー(同6.9%増)、専門店・中心店(同0.2%増)、その他のスーパー(同30.3%増)は店舗の大型化から、ドラッグストア(同29.4%増)は店舗網の拡大や大型化などからそれぞれ増加、コンビニエンスストア(同6.4%増)も増加となった(第4-1表、第4-2図)。

第4-1図 売場面積の業態別構成比



第4-2図 業態別売場面積の前回比



(2) 1事業所当たりの売場面積

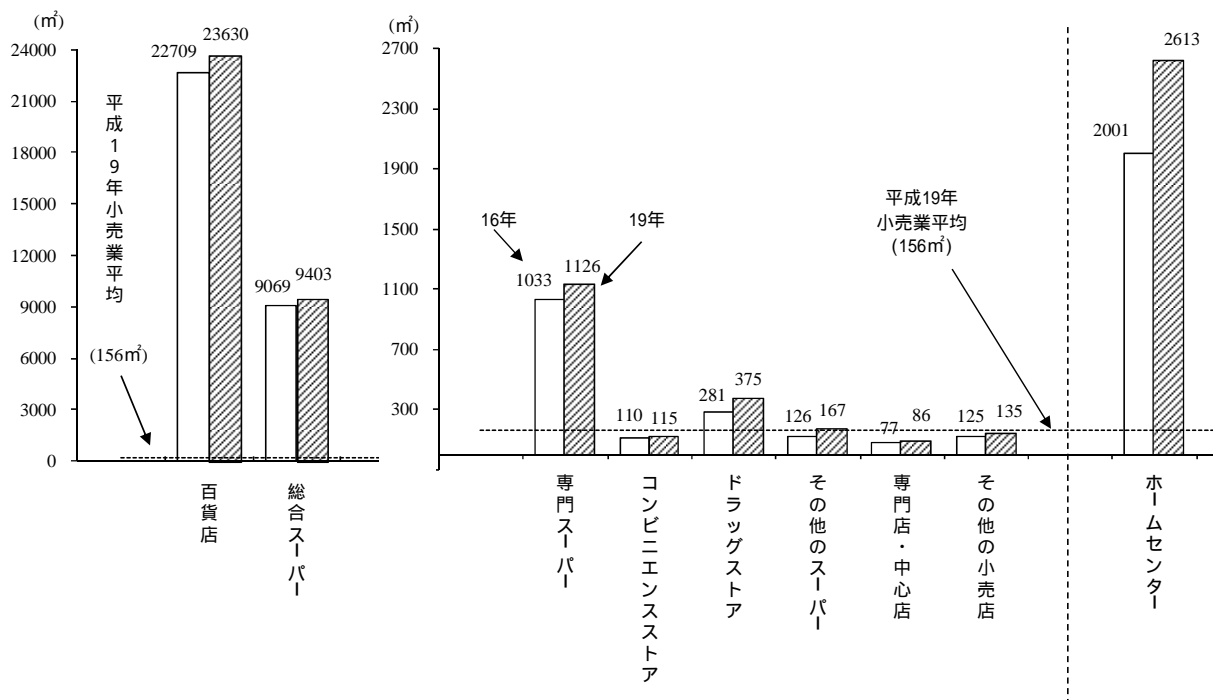
小売業の1事業所当たりの売場面積(注)は156㎡、前年比14.1%増(前年差19㎡増)と引き続き増加となった(第4-3図)。

業態別にみると、百貨店(2万3630㎡)が圧倒的に大きく、次いで総合スーパー(9403㎡)、専門スーパー(1126㎡)、ドラッグストア(375㎡)の順となっている。

前年比をみると、すべての業態で1事業所当たりの売場面積は増加しており、なかでも百貨店(前年差921㎡増)、総合スーパー(同334㎡増)で引き続き店舗が大型化している。また、店舗の大型化によりドラッグストアは前年比33.5%増(同94㎡増)、ホームセンターは同30.6%増(同612㎡増)と大幅な増加となっている。

(注)1事業所当たりの売場面積は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車小売業(新車・中古)、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業を営む事業所を除いて算出している。

第4-3図 業態別1事業所当たりの売場面積



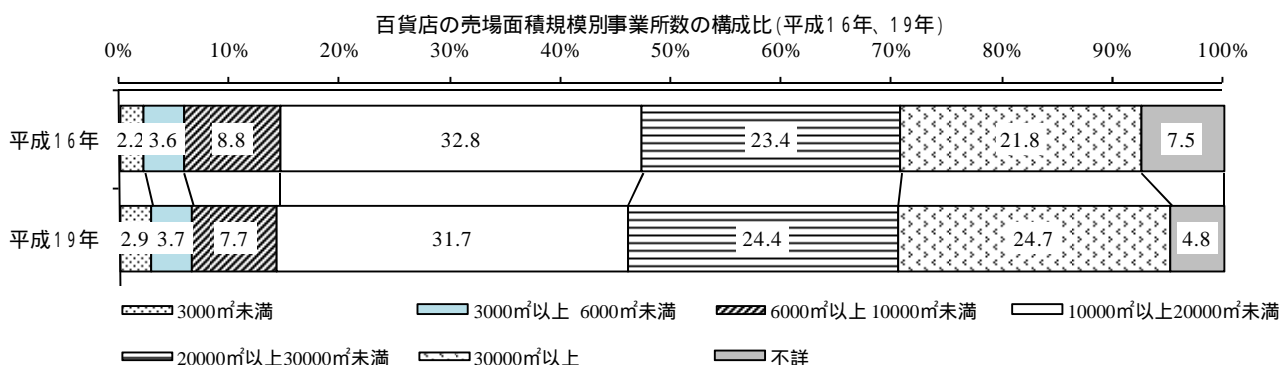
第4-1表 業態別売場面積及び1事業所当たりの売場面積

業 態 別	売場面積					1事業所当たりの売場面積			
	平成16年 (㎡)	平成19年 (㎡)	構成比(%)		前回比(%) 19年/16年	平成16年 (㎡)	平成19年 (㎡)	前回差(㎡) 19年-16年	前回比(%) 19年/16年
			平成16年	平成19年					
小売業計	144,128,517	149,664,906	100.0	100.0	3.8	137	156	19	13.9
1.百貨店	6,472,113	6,096,621	4.5	4.1	▲ 5.8	22,709	23,630	921	4.1
(1)大型百貨店	6,454,559	6,074,132	4.5	4.1	▲ 5.9	23,386	24,592	1,206	5.2
(2)その他の百貨店	17,554	22,489	0.0	0.0	28.1	1,950	2,044	94	4.8
2.総合スーパー	15,191,303	14,903,108	10.5	10.0	▲ 1.9	9,069	9,403	334	3.7
(1)大型総合スーパー	14,660,549	14,411,113	10.2	9.6	▲ 1.7	9,800	10,443	643	6.6
(2)中型総合スーパー	530,754	491,995	0.4	0.3	▲ 7.3	2,965	2,400	▲ 565	▲ 19.1
3.専門スーパー	37,402,230	39,998,621	26.0	26.7	6.9	1,033	1,126	93	9.0
(1)衣料品スーパー	4,162,872	4,990,292	2.9	3.3	19.9	695	698	3	0.4
(2)食料品スーパー	18,246,413	19,207,362	12.7	12.8	5.3	987	1,075	88	8.9
(3)住関連スーパー	14,992,945	15,800,967	10.4	10.6	5.4	1,277	1,506	229	17.9
うちホームセンター	9,531,495	10,569,809	6.6	7.1	10.9	2,001	2,613	612	30.6
4. コンビニエンスストア	4,715,252	5,016,762	3.3	3.4	6.4	110	115	5	4.5
うち終日営業店	3,934,459	4,370,186	2.7	2.9	11.1	114	119	5	4.4
5. ドラッグストア	3,676,476	4,757,090	2.6	3.2	29.4	281	375	94	33.5
6. その他のスーパー	7,090,125	9,236,313	4.9	6.2	30.3	126	167	41	32.5
うち各種商品取扱店	367,371	616,621	0.3	0.4	67.8	470	609	139	29.6
7. 専門店 + 8. 中心店	69,258,370	69,417,512	48.1	46.4	0.2	77	86	9	11.7
(1)衣料品専門店 + 中心店	14,758,295	14,808,288	10.2	9.9	0.3	91	98	7	7.7
(2)食料品専門店 + 中心店	13,191,300	11,833,796	9.2	7.9	▲ 10.3	44	47	3	6.8
(3)住関連専門店 + 中心店	41,308,775	42,775,428	28.7	28.6	3.6	94	105	11	11.7
7. 専門店	42,790,111	45,364,960	29.7	30.3	...	73	81
(1)衣料品専門店	6,537,593	7,180,379	4.5	4.8	...	70	77
(2)食料品専門店	6,409,871	6,254,869	4.4	4.2	...	38	40
(3)住関連専門店	29,842,647	31,929,712	20.7	21.3	...	92	102
8. 中心店	26,468,259	24,052,552	18.4	16.1	...	85	98
(1)衣料品中心店	8,220,702	7,627,909	5.7	5.1	...	119	132
(2)食料品中心店	6,781,429	5,578,927	4.7	3.7	...	53	60
(3)住関連中心店	11,466,128	10,845,716	8.0	7.2	...	99	116
9. その他の小売店	322,648	238,879	0.2	0.2	▲ 26.0	125	135	10	8.0
うち各種商品取扱店	322,648	227,036	0.2	0.2	▲ 29.6	125	134	9	7.2

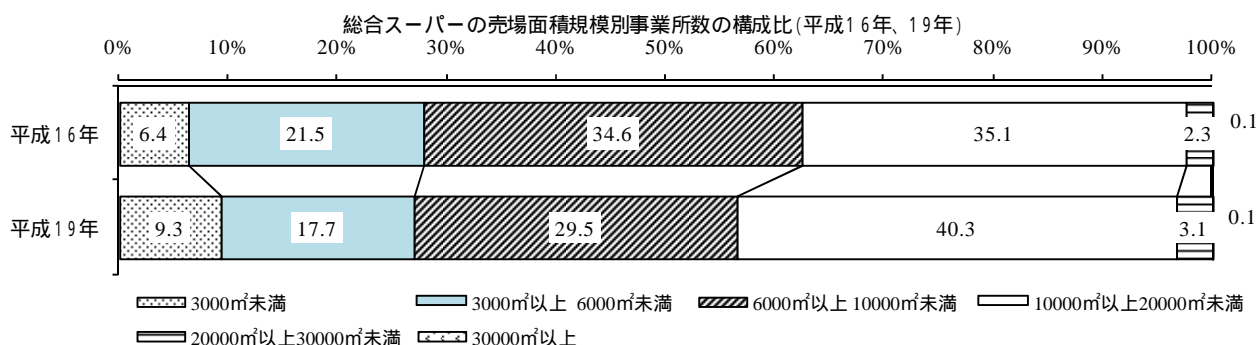
(3) 売場面積規模別の状況

売場面積規模別に事業所数の構成比をみると、百貨店では1万㎡以上2万㎡未満の事業所が最も多く、1万㎡を超える大型百貨店が8割を占めている。事業所数が減少するなか、2万㎡以上の事業所割合は拡大してほぼ半数となっている。百貨店の1事業所当たり売場面積は6千㎡以上の規模で増加している。

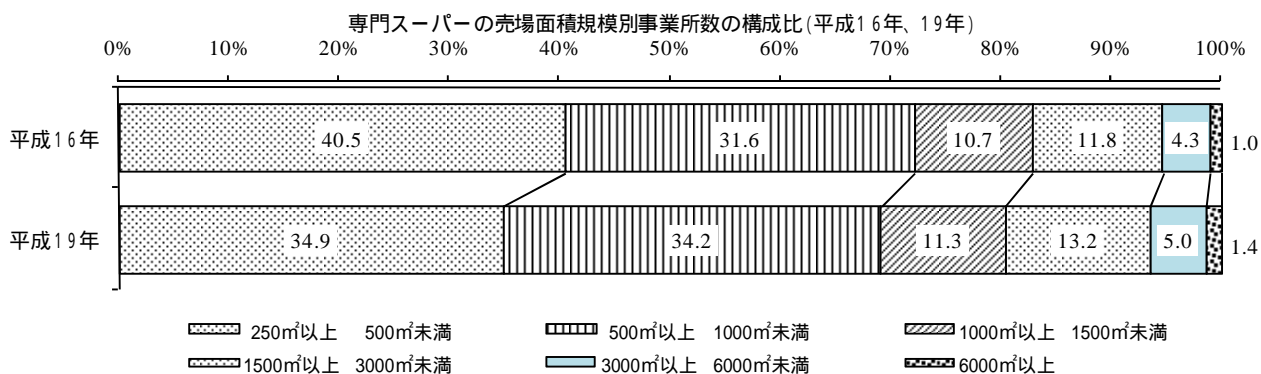
第4-4図 業態別売場面積規模別事業所数の構成比



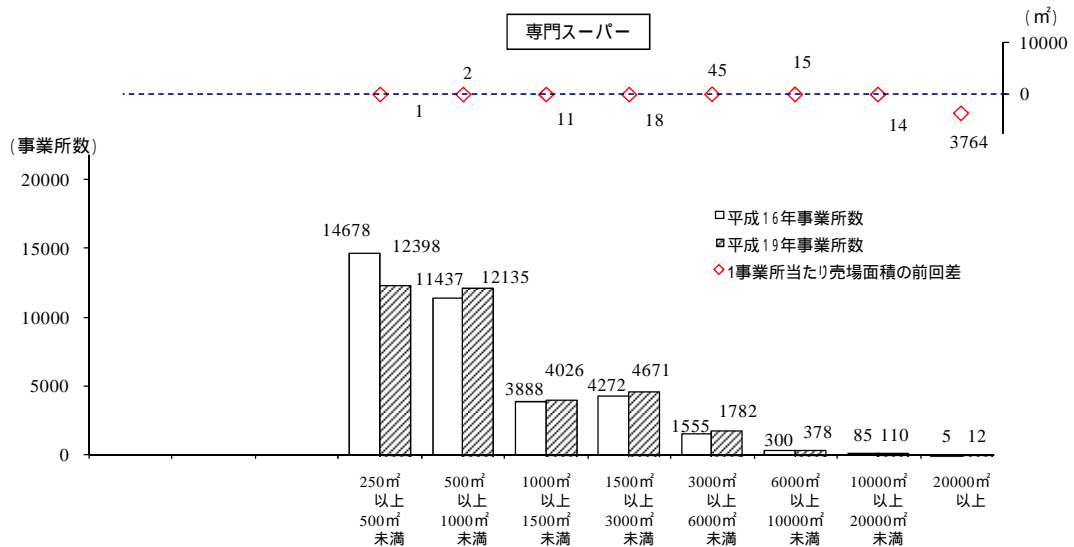
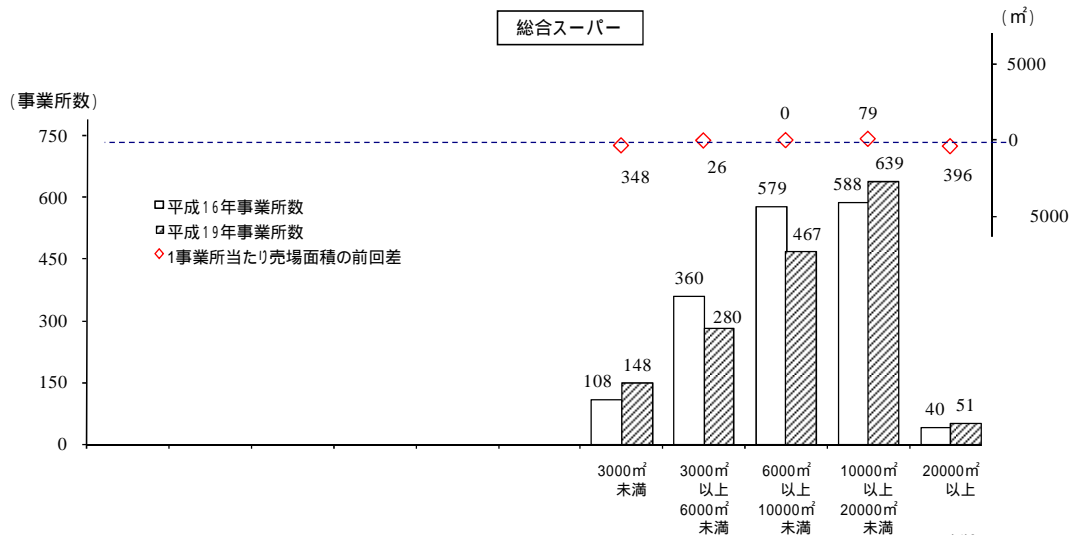
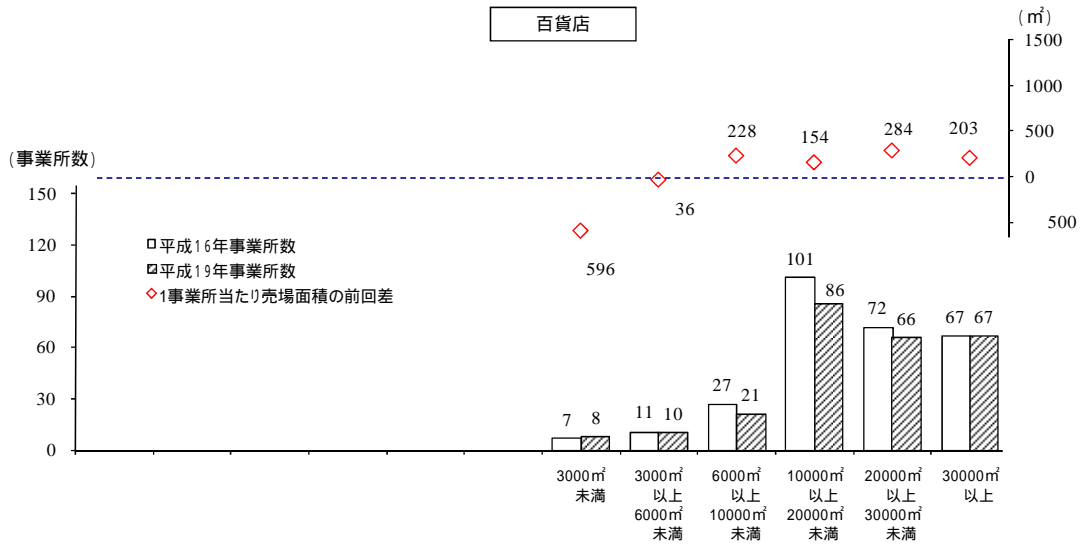
総合スーパーは、6千㎡以上の事業所が7割超を占めている。このうち、1万㎡以上2万㎡未満の事業所の割合が最も多く、その割合は拡大しており、店舗の大型化がみられる。一方、3000㎡未満の事業所の割合は拡大、6千㎡以上1万㎡未満、3千㎡以上6千㎡未満の事業所の構成比は縮小して、規模の小さい総合スーパーと大型総合スーパーの割合が拡大しているという傾向がみられる。1事業所当たりの売場面積は、6千㎡以上2万㎡未満以外は減少している。



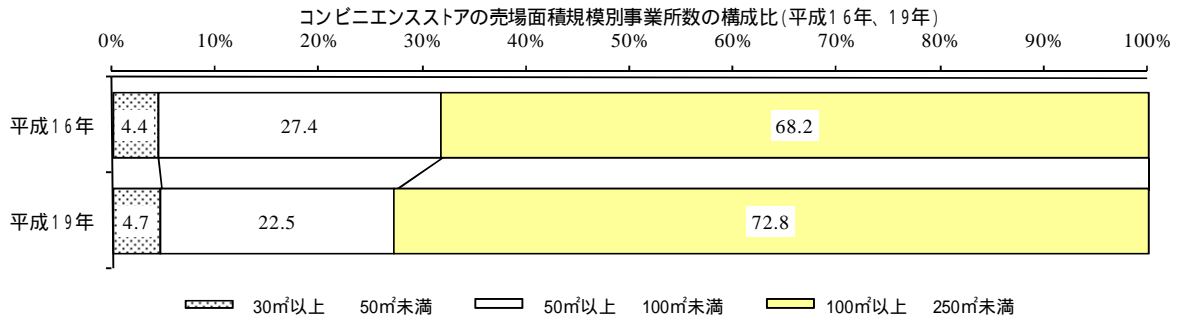
専門スーパーは、250㎡以上500㎡未満の事業所が引き続き最も多く、次いで500㎡以上1千㎡未満の事業所となっているが、その割合は縮小しており、1千㎡以上の事業所の割合の拡大傾向が続いている。1事業所当たりの売場面積は2万㎡以上で大きく減少している。



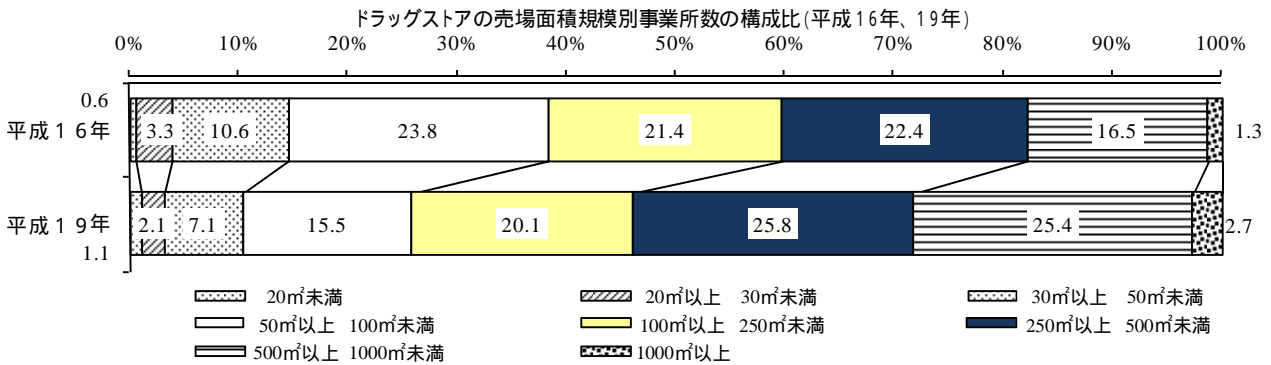
第4-5図 売場面積規模別にみた業態別事業所数
及び1事業所当たり売場面積の前回差



コンビニエンスストアは、100㎡以上 250㎡未満の事業所が7割強を占め、その割合は拡大している。また、前回に比べても100㎡以上 250㎡未満の事業所数は1割近く増加している。1事業所当たりの売場面積も100㎡以上 250㎡未満の事業所で増加している。

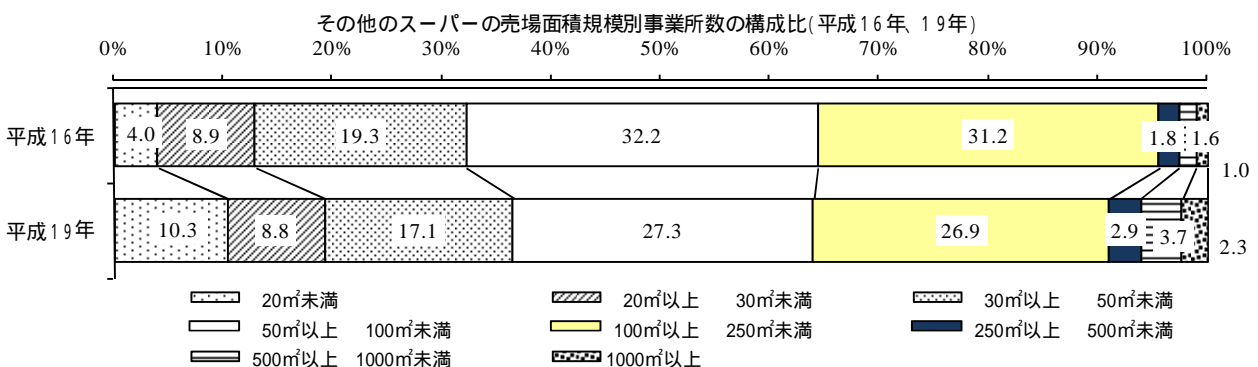


ドラッグストアは、16年は50㎡以上 100㎡未満の割合が最も多くなっていたが、250㎡未満の事業所の構成比が縮小し、250㎡以上 500㎡未満の事業所の割合が最も多く、250㎡以上の事業所の割合が半数以上となっている。1事業所当たりの売場面積は、1500㎡以上の事業所で大きく増加し、全ての売場面積規模で増加もしくは横ばいとなっている。

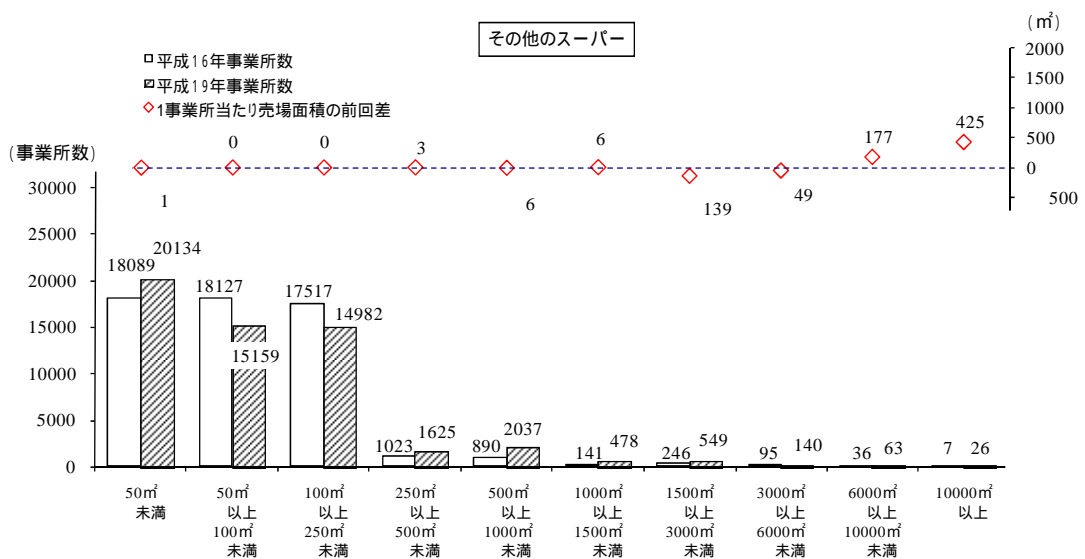
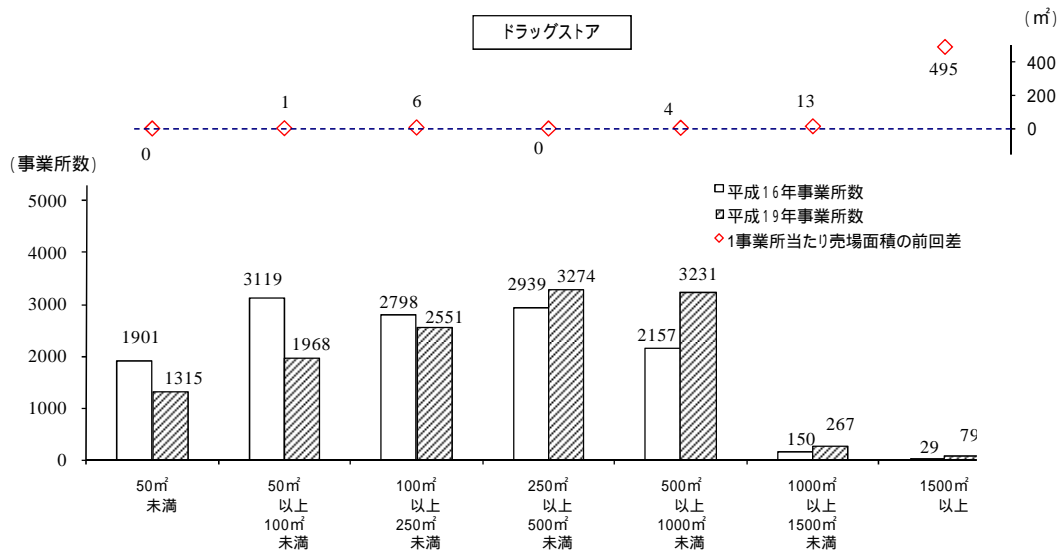
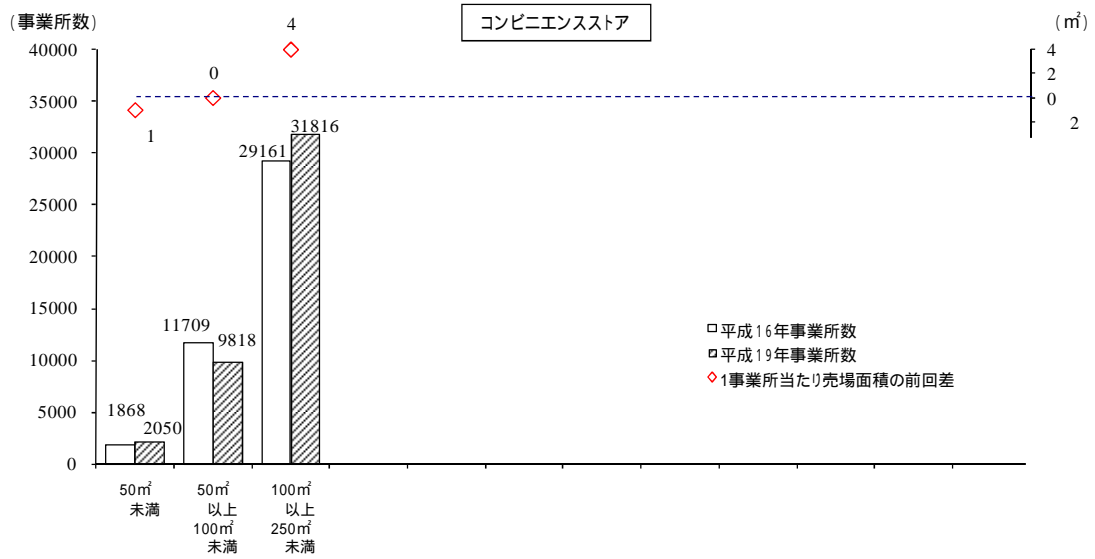


その他のスーパーは、30㎡以上 250㎡未満の中規模事業所で全体の7割超を占めているがその割合は前回と比べると8割から7割に縮小している。そのうち、50㎡以上 100㎡未満、100㎡以上 250㎡未満では、それぞれ約3割超を占めていたが縮小している。

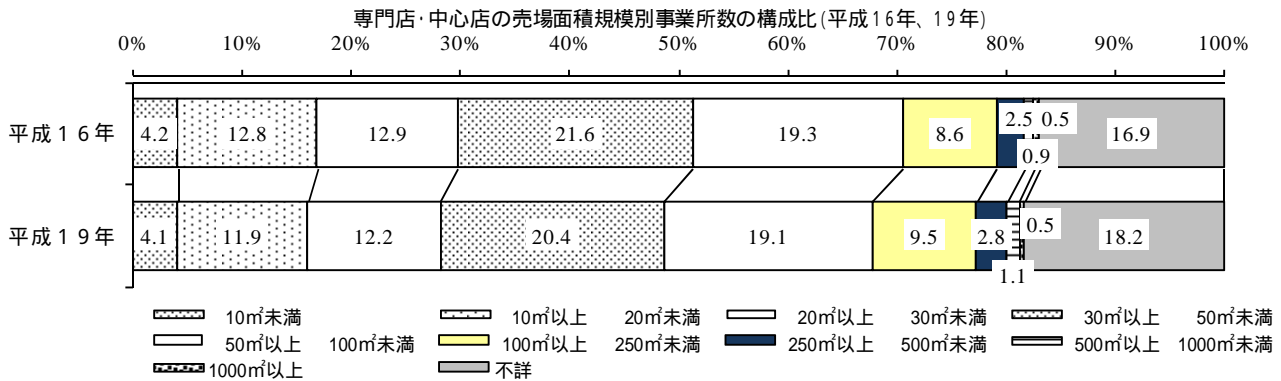
一方、20㎡未満の事業所の割合は拡大している。1事業所当たりの売場面積は6千㎡以上で増加している。



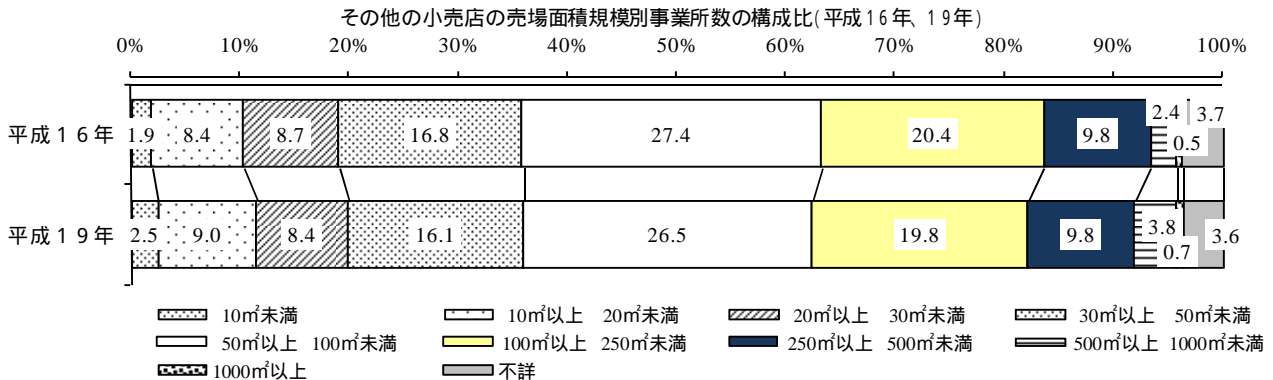
売場面積規模別にみた業態別事業所数及び1事業所当たり売場面積の前回差



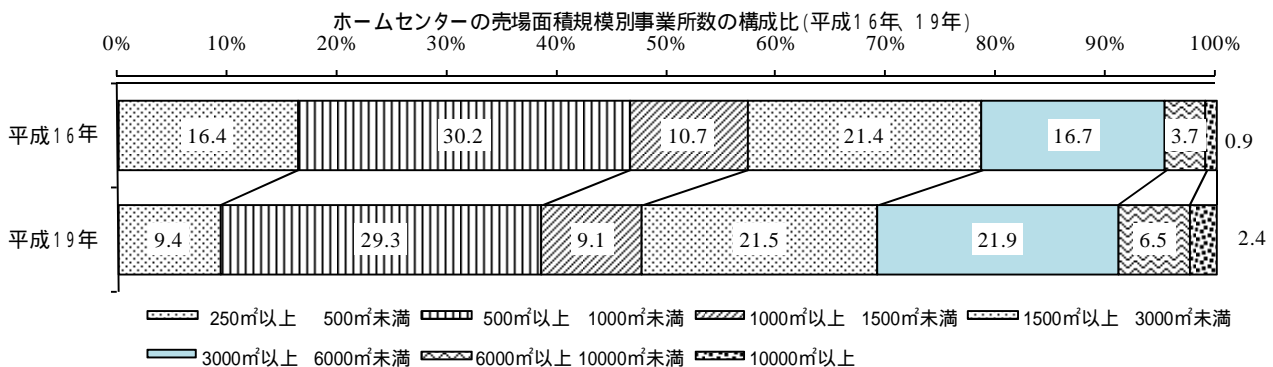
専門店・中心店は、30㎡以上50㎡未満の事業所が最も多くなっているがその割合は縮小した。50㎡未満の事業所は半数近くを占めているが、その割合はわずかに縮小している。1事業所当たりの売場面積は、2万㎡以上3万㎡未満で大きく増加、3万㎡以上の事業所で大きく減少となったほかは、大きな変化はみられない。



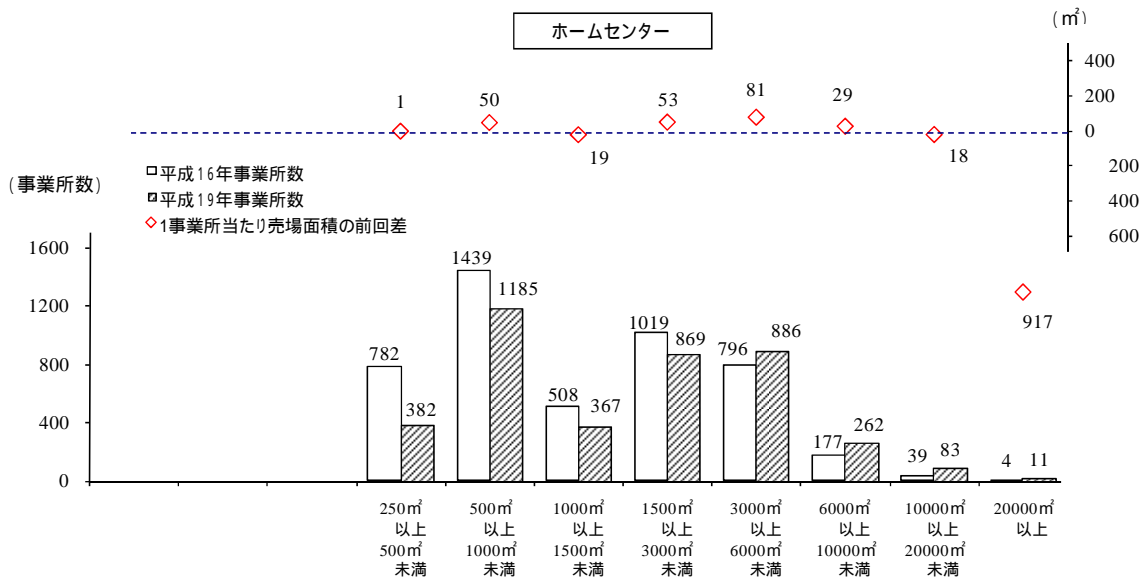
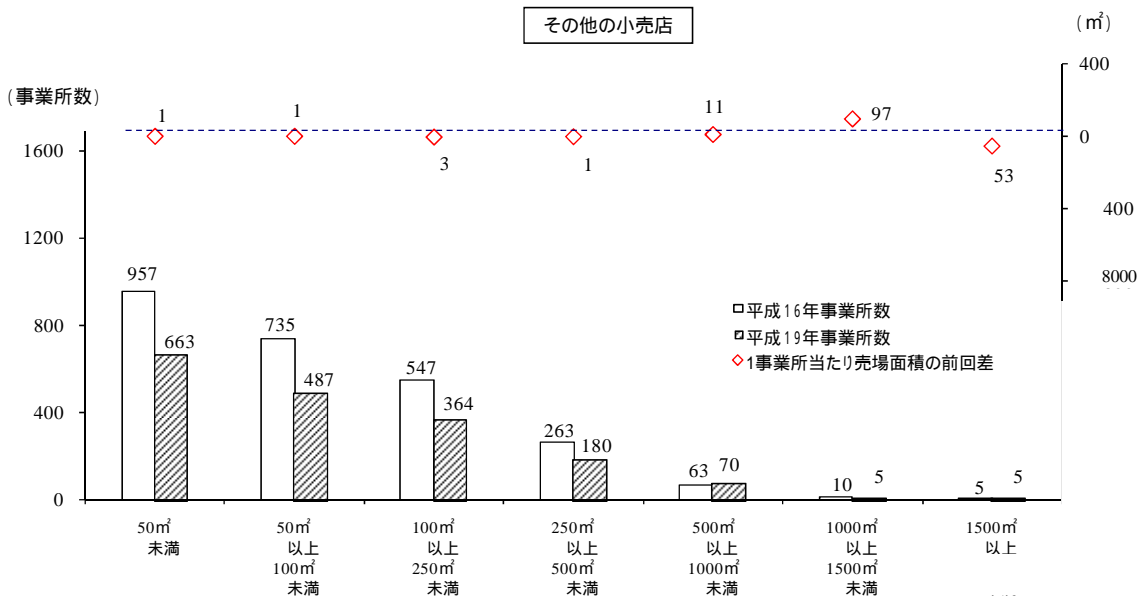
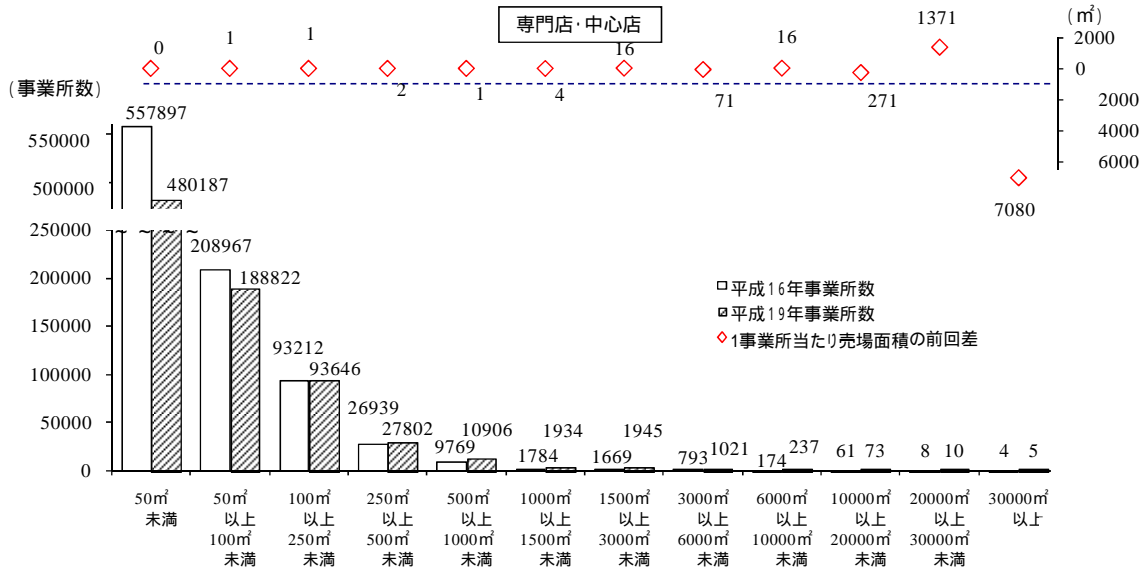
その他の小売店は、50㎡以上100㎡未満の事業所が3割弱を、次いで100㎡以上250㎡未満の事業所が2割弱をそれぞれ占め、30㎡～500㎡未満の事業所で6割超を占めている。1事業所当たりの売場面積は大きな変化はみられない。



ホームセンターは、500㎡以上1千㎡未満の割合が3割弱を占めている。前回と比べると250㎡以上500㎡未満の割合が縮小し、3000㎡以上6000㎡未満の事業所の割合が拡大している。1事業所当たりの売場面積は、2万㎡以上の事業所で大きく減少した。



売場面積規模別にみた業態別事業所数及び1事業所当たり売場面積の前回差



5. 業態別にみた商品手持額

～ 商品回転率が高い食料品スーパーとコンビニエンスストア ～

(1) 業態別の商品手持額及び1事業所当たりの商品手持額

平成19年調査における小売事業所の商品手持額は、12兆2689億円となった。業態別にみると、専門店が5兆4780億円（小売業全体の44.6%）、中心店が2兆7669億円（同22.6%）、専門スーパーが1兆7396億円（同14.2%）で、年間商品販売額の4分の3を占めるこれら業態では、商品手持額がそれぞれ1兆円を超えており、小売業の商品手持額の8割を占めている（第5-1表）。

1事業所当たりの商品手持額をみると、高額商品や品揃えが豊富な百貨店が18億4396万円と群を抜いて多く、次いで総合スーパーが3億6285万円、以下、専門スーパーが4899万円、ドラッグストアが3276万円の順となっている。このほかの業態はいずれも1千万円未満となっており、コンビニエンスストアが575万円と最も少ない（第5-1表）。

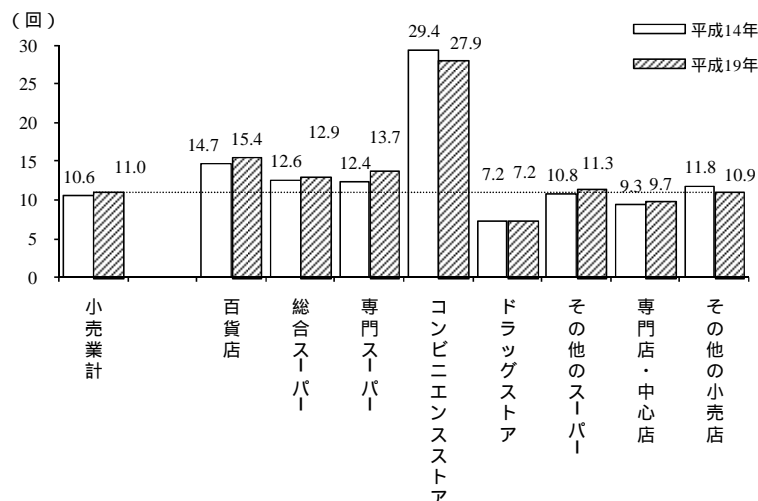
(2) 業態別の商品回転率

業態別に商品回転率（年間商品販売額／商品手持額）をみると、コンビニエンスストアが27.9回と高く、このうち終日営業店では30.4回となっている。以下、百貨店15.4回、専門スーパー13.7回、総合スーパー12.9回、その他のスーパー11.3回、その他の小売店10.9回となっている。専門スーパーのうち、食料品スーパーは31.4回となり、終日営業のコンビニエンスストアを上回る高い回転率となっている。専門店、中心店、ドラッグストア、ホームセンターはいずれも10回未満と少ない。業態の内訳をみると、日配品を扱うコンビニエンスストアや生鮮食品を扱う食料品関連の業態で商品回転率が高くなっている（第5-1表、第5-1図）。

商品回転率を平成14年（注）と比べると、百貨店、総合スーパー、専門スーパー、その他のスーパー、専門店・中心店は増加、コンビニエンスストア、その他の小売店は減少、ドラッグストアは横ばいとなった（第5-1図）。

（注）平成16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14年が前回調査となる。

第5-1図 業態別の商品回転率



第5 - 1表 業態別商品手持額(構成比)、1事業所当たりの商品手持額及び商品回転率

業 態 別	商品手持額 (百万円)	構成比 (%)	1事業所当たり の商品手持額 (万円)	商品回転率 (回)
小売業計	12,268,936	100.0	1,078	11.0
1.百貨店	499,714	4.1	184,396	15.4
(1)大型百貨店	475,493	3.9	192,507	15.4
(2)その他の百貨店	24,221	0.2	100,921	15.9
2.総合スーパー	575,125	4.7	36,285	12.9
(1)大型総合スーパー	528,931	4.3	38,328	13.1
(2)中型総合スーパー	46,195	0.4	22,534	10.8
3.専門スーパー	1,739,582	14.2	4,899	13.7
(1)衣料品スーパー	224,949	1.8	3,145	7.5
(2)食料品スーパー	544,578	4.4	3,048	31.4
(3)住関連スーパー	970,054	7.9	9,244	5.2
うちホームセンター	582,292	4.7	14,395	5.2
4. コンビニエンスストア	251,287	2.0	575	27.9
うち終日営業店	205,574	1.7	559	30.4
5. ドラッグストア	416,127	3.4	3,276	7.2
6. その他のスーパー	528,141	4.3	950	11.3
うち各種商品取扱店	45,480	0.4	4,481	7.5
7. 専門店 + 8. 中心店	8,244,809	67.2	836	9.7
(1)衣料品専門店 + 中心店	1,749,883	14.3	1,138	4.9
(2)食料品専門店 + 中心店	513,639	4.2	186	24.5
(3)住関連専門店 + 中心店	5,981,287	48.8	1,073	9.8
7. 専門店	5,477,951	44.6	789	9.8
(1)衣料品専門店	839,615	6.8	884	4.9
(2)食料品専門店	260,527	2.1	148	27.7
(3)住関連専門店	4,377,809	35.7	1,035	9.7
8. 中心店	2,766,858	22.6	947	9.3
(1)衣料品中心店	910,268	7.4	1,546	4.9
(2)食料品中心店	253,112	2.1	256	21.3
(3)住関連中心店	1,603,478	13.1	1,195	9.9
9. その他の小売店	14,151	0.1	769	10.9
うち各種商品取扱店	13,113	0.1	745	10.8

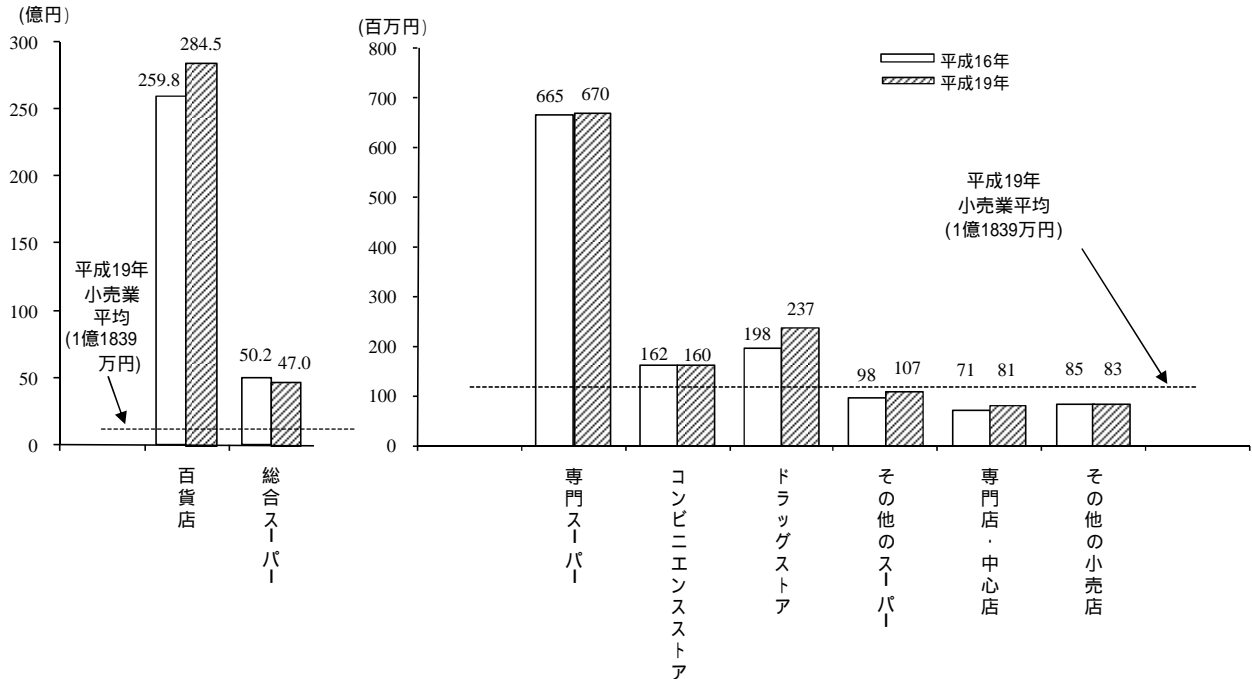
6. 業態別にみた単位当たりの年間商品販売額(販売効率)

～ 1㎡当たりの年間商品販売額は百貨店を除くすべての業態で減少～

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

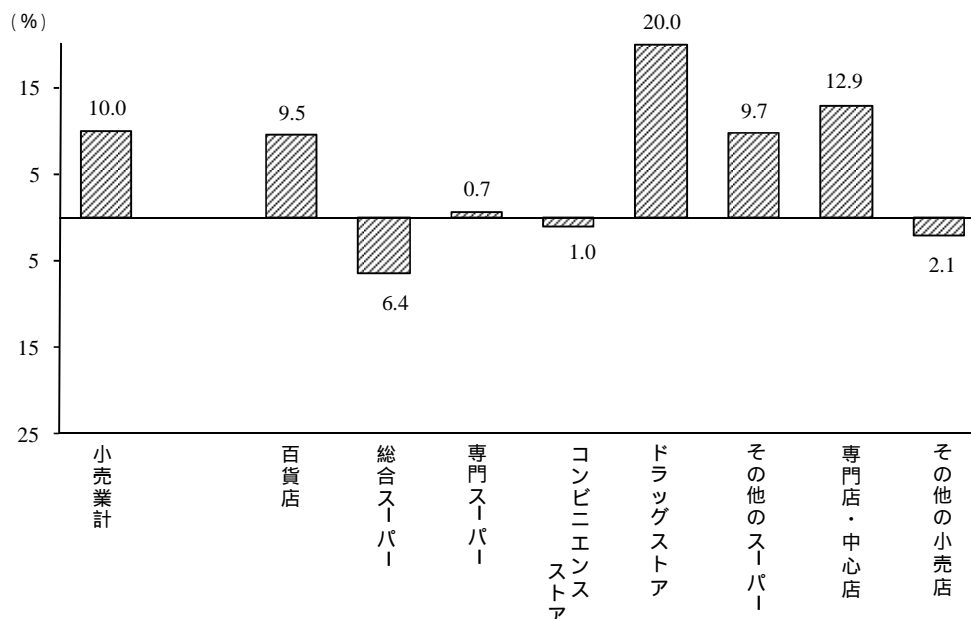
1事業所当たりの年間商品販売額は、百貨店が284億4564万円と最も高く、次いで総合スーパーが46億9826万円、専門スーパーが6億7009万円の順となっている。ドラッグストアは2億円台、コンビニエンスストア、その他のスーパーは1億円台、専門店・中心店、その他の小売店は1億円未満となっている(第6-1表、第6-1図)。

第6-1図 業態別の1事業所当たり年間商品販売額



前回比をみると、ドラッグストア(前回比20.0%増)、専門店・中心店(同12.9%増)、その他のスーパー(同9.7%増)、百貨店(同9.5%増)、専門スーパー(同0.7%増)が増加となっている。一方、総合スーパー(同6.4%減)、その他の小売店(同2.1%減)、コンビニエンスストア(同1.0%減)が減少となっている(第6-1表、第6-2図)。

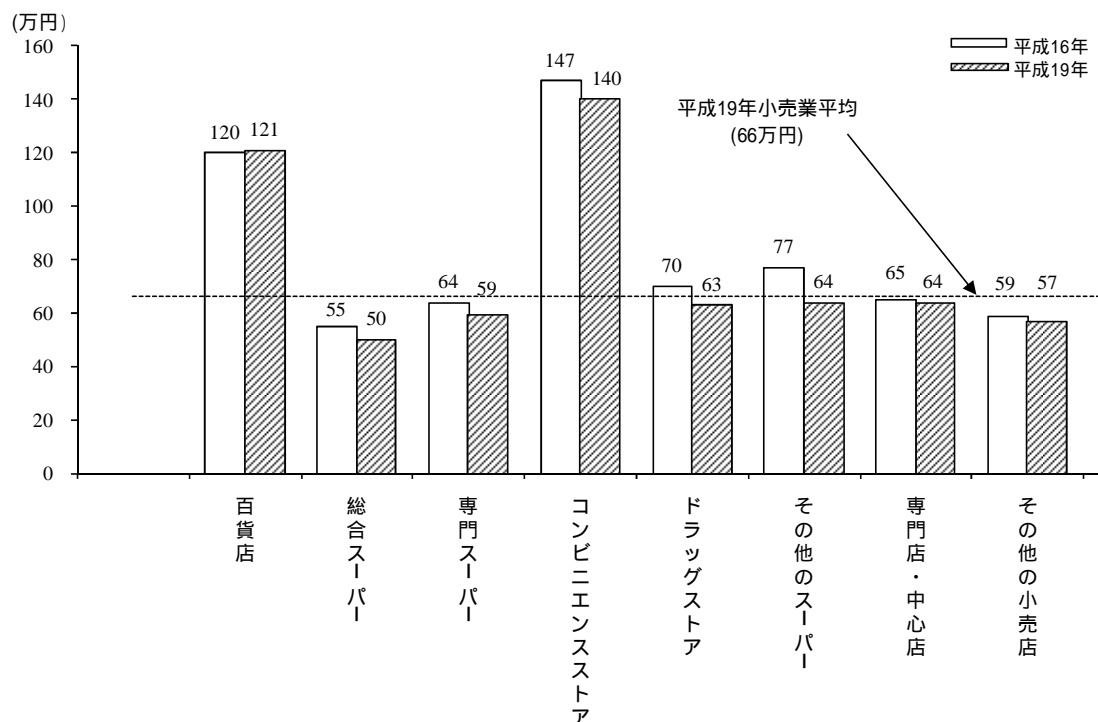
第6-2図 業態別1事業所当たり年間商品販売額の前回比



(2) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

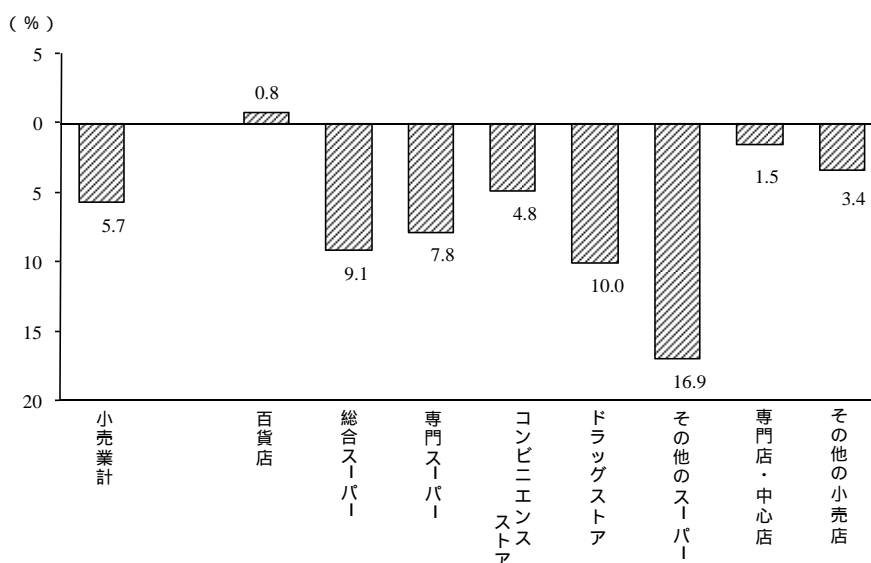
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、コンビニエンスストアが140万円と最も多く、次いで百貨店が121万円となっており、この2業態で100万円を上回っている。以下、その他のスーパー、専門店・中心店（ともに64万円）、ドラッグストア（63万円）、専門スーパー（59万円）、その他の小売店（57万円）、総合スーパー（50万円）の順となっている（第6-1表、第6-3図）。

第6-3図 業態別の1㎡当たり年間商品販売額



前回比をみると、百貨店（前回比0.8%増）が増加となったが、その他のスーパー（同16.9%減）、ドラッグストア（同10.0%減）、総合スーパー（同9.1%減）など他の業態は前回を下回っている。百貨店は店舗の統廃合の影響などから増加となり、他の業態は、店舗の大型化の進展などから減少となっている（第6-1表、第6-4図）。

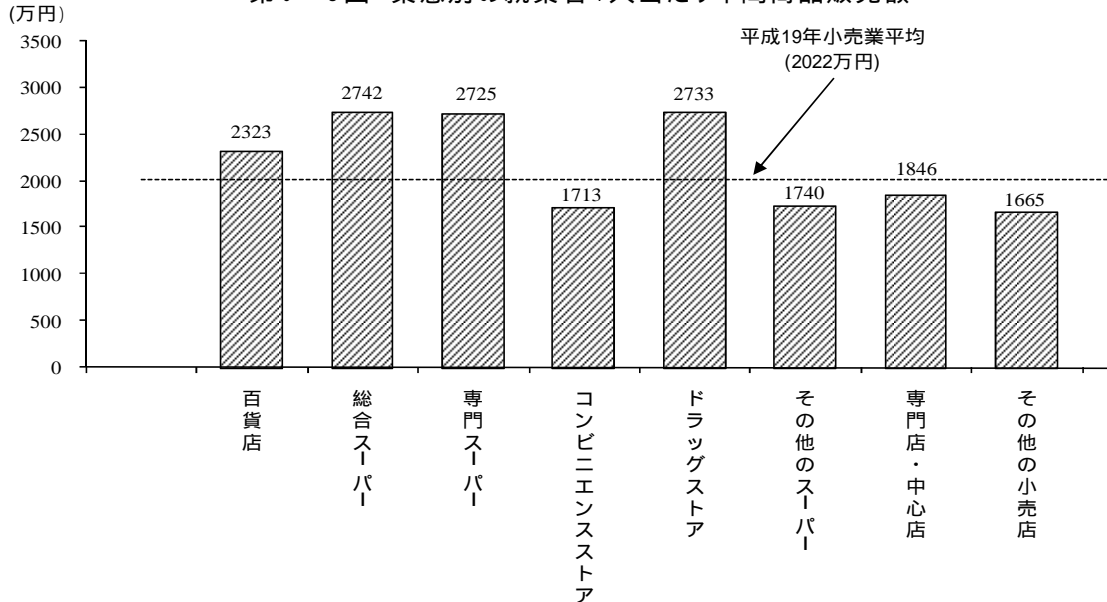
第6-4図 業態別1㎡当たり年間商品販売額の前回比



(3) 就業者1人当たりの年間商品販売額

就業者1人当たりの年間商品販売額は、総合スーパー(2742万円)、ドラッグストア(2733万円)、専門スーパー(2725万円)、百貨店(2323万円)の順で、これらの業態では小売業平均(2022万円)を上回っている。また、コンビニエンスストアは1713万円、専門スーパーの内数であるホームセンターは2993万円となった(第6-1表、第6-5図)。

第6-5図 業態別の就業者1人当たり年間商品販売額



第6-1表 業態別の単位当たり年間商品販売額

業態別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)				売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(万円)				就業者1人当たり年間商品販売額(万円)
	平成16年	平成19年	前回差 19年-16年	前回比(%) 19年/16年	平成16年	平成19年	前回差 19年-16年	前回比(%) 19年/16年	
小売業計	10,765	11,839	1,074	10.0	70	66	▲4	▲5.7	2,022
1. 百貨店	2,598,165	2,844,564	246,399	9.5	120	121	1	0.8	2,323
(1)大型百貨店	2,778,470	2,965,174	186,704	6.7	119	121	2	1.7	2,259
(2)その他の百貨店	1,043,030	1,603,286	560,256	53.7	414	114	▲300	▲72.5	4,997
2. 総合スーパー	501,873	469,826	▲32,047	▲6.4	55	50	▲5	▲9.1	2,742
(1)大型総合スーパー	531,391	503,427	▲27,964	▲5.3	54	48	▲6	▲11.1	2,706
(2)中型総合スーパー	255,181	243,630	▲11,551	▲4.5	86	102	16	18.6	3,371
3. 専門スーパー	66,543	67,009	466	0.7	64	59	▲5	▲7.8	2,725
(1)衣料品スーパー	25,781	23,498	▲2,283	▲8.9	37	34	▲3	▲8.1	2,671
(2)食料品スーパー	92,221	95,753	3,532	3.8	93	89	▲4	▲4.3	2,737
(3)住関連スーパー	46,921	47,732	811	1.7	37	32	▲5	▲13.5	2,700
うちホームセンター	65,937	75,301	9,364	14.2	33	29	▲4	▲12.1	2,993
4. コンビニエンスストア	16,197	16,040	▲157	▲1.0	147	140	▲7	▲4.8	1,713
うち終日営業店	17,646	16,971	▲675	▲3.8	155	143	▲12	▲7.7	1,725
5. ドラッグストア	19,762	23,720	3,958	20.0	70	63	▲7	▲10.0	2,733
6. その他のスーパー	9,750	10,697	947	9.7	77	64	▲13	▲16.9	1,740
うち各種商品取扱店	29,101	33,667	4,566	15.7	62	55	▲7	▲11.3	2,785
7. 専門店+8. 中心店	7,147	8,071	924	12.9	65	64	▲1	▲1.5	1,846
(1)衣料品専門店+中心店	5,408	5,536	128	2.4	55	52	▲3	▲5.5	1,470
(2)食料品専門店+中心店	4,143	4,575	432	10.4	77	73	▲4	▲5.2	1,127
(3)住関連専門店+中心店	9,257	10,499	1,242	13.4	65	66	1	1.5	2,237
7. 専門店	6,875	7,764	889	12.9	67	68	1	1.5	1,787
(1)衣料品専門店	4,160	4,291	131	3.1	58	54	▲4	▲6.9	1,306
(2)食料品専門店	3,681	4,088	407	11.1	83	81	▲2	▲2.4	950
(3)住関連専門店	8,847	10,078	1,231	13.9	66	68	2	3.0	2,191
8. 中心店	7,697	8,800	1,103	14.3	62	57	▲5	▲8.1	1,983
(1)衣料品中心店	7,105	7,544	439	6.2	53	51	▲2	▲3.8	1,662
(2)食料品中心店	4,810	5,443	633	13.2	71	64	▲7	▲9.9	1,501
(3)住関連中心店	10,416	11,827	1,411	13.5	63	57	▲6	▲9.5	2,370
9. その他の小売店	8,531	8,349	▲182	▲2.1	59	57	▲2	▲3.4	1,665
うち各種商品取扱店	8,531	8,067	▲464	▲5.4	59	55	▲4	▲6.8	1,749

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

7. チェーン組織の加盟有無別にみた業態別の状況

～ フランチャイズ・チェーン組織への加盟割合は上昇 ～

平成19年調査における小売業の事業所数（113万7859事業所）のうち、チェーン組織（フランチャイズ・チェーンまたはボランティア・チェーン）に加盟しているのは、11万35事業所（構成比9.7%）となった（第7-1表）。

第7-1表 チェーン組織加盟の状況

チェーン組織別	事業所数				
	平成14年		平成19年		前回比 19年/14年
		構成比		構成比	
小売業計	1,300,057	100.0	1,137,859	100.0	▲12.5
加盟	116,708	9.0	110,035	9.7	▲5.7
フランチャイズ・チェーン	75,663	5.8	77,110	6.8	1.9
ボランティア・チェーン	41,045	3.2	32,925	2.9	▲19.8

（注）平成16年調査（簡易調査）では「チェーン組織への加盟状況」を調査していないため、平成14年が前回調査となる。

（1）業態別のチェーン組織加盟事業所数

a) フランチャイズ・チェーン

フランチャイズ・チェーンへの加盟事業所数は、7万7110事業所となった。

業態別にみると、コンビニエンスストア（3万8175事業所、フランチャイズ・チェーンに占める構成比49.5%）が約半数を占めており、以下、専門店（2万4030事業所、同31.2%）、中心店（7372事業所、同9.6%）、その他のスーパー（3836事業所、同5.0%）、専門スーパー（2923事業所、同3.8%）の順となっている（第7-2表）。

前回調査を行った14年と比較すると、前回比1.9%の増加となった。

業態別に前回比をみると、コンビニエンスストア（前回比10.0%増）、専門スーパー（同1.7%増）などが増加となった。一方、専門店（同3.7%減）、中心店（同10.2%減）、ドラッグストア（同34.0%減）、その他のスーパー（同0.9%減）、その他の小売店（同7.8%減）などが減少となった（第7-2表）。

b) ボランティア・チェーン

ボランティア・チェーンへの加盟事業所数は3万2925事業所となった。

業態別にみると、専門店（1万2040事業所、ボランティア・チェーンに占める構成比36.6%）が最も多く、次いで、中心店（6039事業所、同18.3%）、ドラッグストア（5387事業所、同16.4%）、専門スーパー（4632事業所、同14.1%）、その他のスーパー（3409事業所、同10.4%）の順となっている（第7-2表）。

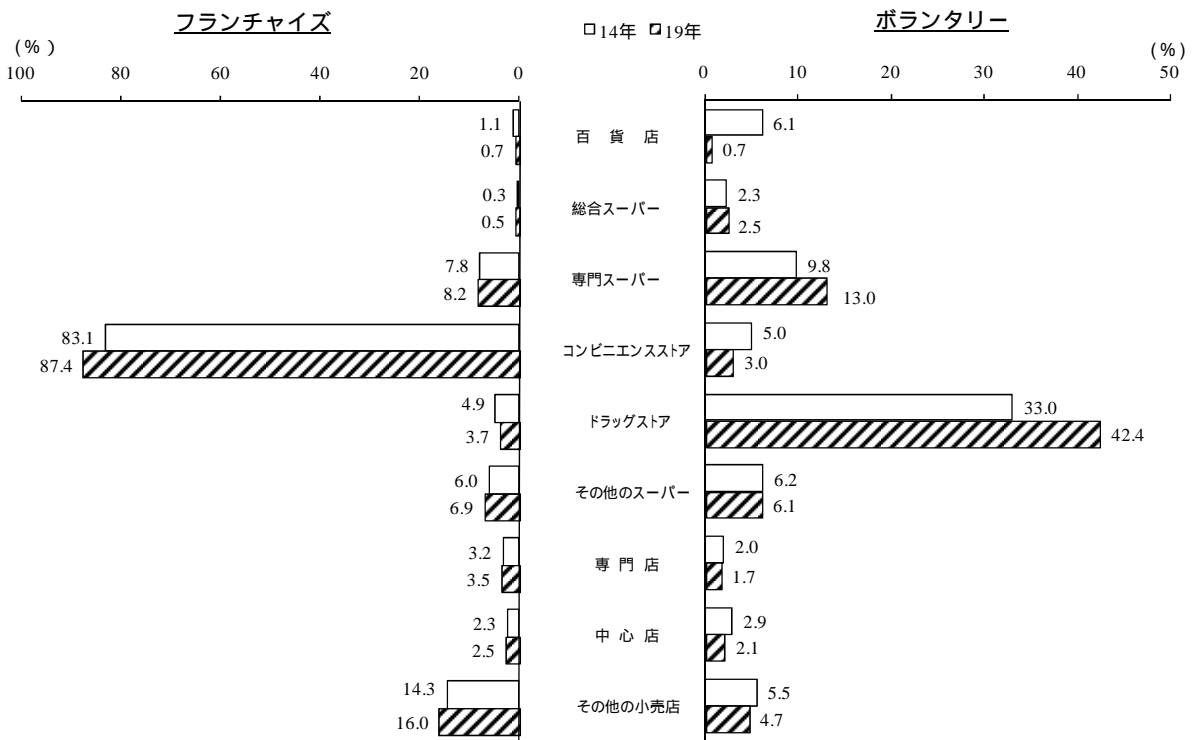
前回と比較すると、前回比19.8%の減少となった。

業態別に前回比をみると、中心店（前回比43.0%減）、専門店（同23.4%減）、コンビニエンスストア（同38.3%減）、その他のスーパー（同15.0%減）など6業態で減少となっている。一方、専門スーパー（同27.7%増）、ドラッグストア（同11.4%増）などが増加となった（第7-2表）。

第7-2表 業態別チェーン組織加盟状況

業 態 別	チェーン組織加盟事業所数							
	フランチャイズ・チェーン				ボランティア・チェーン			
	平成14年	平成19年	構成比	前年比(%) 19年/14年	平成14年	平成19年	構成比	前年比(%) 19年/14年
小 売 業 計	75,663	77,110	100.0	1.9	41,045	32,925	100.0	▲ 19.8
1. 百貨店	4	2	0.0	▲ 50.0	22	2	0.0	▲ 90.9
(1)大型百貨店	4	2	0.0	▲ 50.0	20	2	0.0	▲ 90.0
(2)その他の百貨店	0	0	0.0	-	2	0	0.0	▲ 100.0
2. 総合スーパー	5	8	0.0	60.0	38	39	0.1	2.6
(1)大型総合スーパー	5	6	0.0	20.0	21	33	0.1	57.1
(2)中型総合スーパー	0	2	0.0	-	17	6	0.0	▲ 64.7
3. 専門スーパー	2,875	2,923	3.8	1.7	3,627	4,632	14.1	27.7
(1)衣料品スーパー	426	292	0.4	▲ 31.5	176	611	1.9	247.2
(2)食料品スーパー	707	882	1.1	24.8	3,161	3,719	11.3	17.7
(3)住関連スーパー うちホームセンター	1,742 156	1,749 124	2.3 0.2	0.4 ▲ 20.5	290 121	302 61	0.9 0.2	4.1 ▲ 49.6
4. コンビニエンスストア	34,719	38,175	49.5	10.0	2,090	1,290	3.9	▲ 38.3
うち終日営業店	30,935	35,245	45.7	13.9	194	51	0.2	▲ 73.7
5. ドラッグストア	712	470	0.6	▲ 34.0	4,835	5,387	16.4	11.4
6. その他のスーパー	3,872	3,836	5.0	▲ 0.9	4,012	3,409	10.4	▲ 15.0
うち各種商品取扱店	76	66	0.1	▲ 13.2	53	97	0.3	▲ 83.0
7. 専門店	24,947	24,030	31.2	▲ 3.7	15,709	12,040	36.6	▲ 23.4
(1)衣料品専門店	1,821	1,719	2.2	▲ 5.6	3,589	2,454	7.5	▲ 31.6
(2)食料品専門店	13,556	12,007	15.6	▲ 11.4	5,817	955	2.9	▲ 83.6
(3)住関連専門店	9,570	10,304	13.4	7.7	6,303	8,631	26.2	36.9
8. 中心店	8,210	7,372	9.6	▲ 10.2	10,589	6,039	18.3	▲ 43.0
(1)衣料品中心店	1,440	1,385	1.8	▲ 3.8	1,694	1,079	3.3	▲ 36.3
(2)食料品中心店	3,875	2,715	3.5	▲ 29.9	5,909	2,201	6.7	▲ 62.8
(3)住関連中心店	2,895	3,272	4.2	13.0	2,986	2,759	8.4	▲ 7.6
9. その他の小売店	319	294	0.4	▲ 7.8	123	87	0.3	▲ 29.3
うち各種商品取扱店	316	294	0.4	▲ 7.0	116	86	0.3	▲ 25.9

第7-1図 チェーン組織別加盟割合



(2) 1事業所当たりの年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額をチェーン組織への加盟状況別にみると、レギュラー・チェーンが多い総合スーパー、その他の小売店では非加盟事業所の販売額が最も多くなっている。専門スーパー、ドラッグストア、その他のスーパーでは、ボランティア・チェーン加盟事業所の販売額が最も多く、コンビニエンスストア、専門店、中心店ではフランチャイズ・チェーン加盟事業所の販売額が最も多くなっている。

前年比をみると、フランチャイズ・チェーンは前年比 5.5%の増加となった。業態別にみると、百貨店（前年比 229.5%）、中心店（同 25.7%増）、専門スーパー（同 7.0%増）、専門店（同 18.2%増）などが増加し、総合スーパー（同 37.0%減）、その他のスーパー（同 6.5%減）、コンビニエンスストア（同 3.7%減）、ドラッグストア（同 1.7%減）が減少となった。

ボランティア・チェーンは同 47.8%の増加となった。業態別にみると百貨店（同 406.5%増）、その他のスーパー（同 70.4%増）、中心店（同 83.9%増）、ドラッグストア（同 42.1%増）が増加し、総合スーパー（同 20.0%減）、その他の小売店（同 36.6%減）、コンビニエンスストア（同 25.7%減）などが減少となった。

第7-3表 業態別の1事業所当たり年間商品販売額

業 態 別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)									
	合計	前年比(%) (14年/19年)	加盟計	前年比(%) (14年/19年)	フランチャイズ・チェーン	前年比(%) (14年/19年)	ボランティア・チェーン	前年比(%) (14年/19年)	非加盟	前年比(%) (14年/19年)
小 売 業 計	11,839	13.9	17,075	18.6	14,240	5.5	23,714	47.8	11,278	12.8
1. 百貨店	2,844,564	22.2	3,236,811	319.6	2,576,375	229.5	3,897,247	406.5	2,838,688	15.9
(1)大型百貨店	2,965,174	18.9	3,236,811	306.3	2,576,375	229.5	3,897,247	387.4	2,960,702	12.6
(2)その他の百貨店	1,603,286	68.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1,603,286	63.8
2. 総合スーパー	469,826	▲ 8.0	296,912	▲ 22.4	307,301	▲ 37.0	294,781	▲ 20.0	475,110	▲ 7.5
(1)大型総合スーパー	503,427	▲ 6.4	318,023	▲ 34.8	354,145	▲ 27.4	311,456	▲ 36.2	508,819	▲ 5.5
(2)中型総合スーパー	243,630	▲ 9.2	193,995	▲ 12.1	166,770	0.0	203,070	▲ 8.0	245,646	▲ 10.2
3. 専門スーパー	67,009	5.0	63,102	3.9	33,634	7.0	81,697	▲ 2.7	68,064	5.6
(1)衣料品スーパー	23,498	▲ 6.1	12,486	▲ 22.2	13,125	▲ 2.8	12,181	▲ 45.2	25,089	▲ 3.4
(2)食料品スーパー	95,753	6.5	88,148	5.3	51,959	8.0	96,731	5.5	98,391	7.4
(3)住関連スーパー	47,732	1.2	29,200	▲ 3.7	27,816	▲ 4.3	37,212	▲ 1.8	52,234	3.8
うちホームセンター	75,301	6.7	51,653	▲ 1.1	51,051	▲ 3.1	52,876	2.3	76,435	6.4
4. コンビニエンスストア	16,040	▲ 0.2	16,230	▲ 3.4	16,497	▲ 3.7	8,330	▲ 25.7	14,262	33.1
うち終日営業店	16,971	▲ 3.8	16,972	▲ 4.5	16,977	▲ 4.5	13,511	▲ 15.7	16,940	18.9
5. ドラッグストア	23,720	39.4	23,403	40.5	13,629	▲ 1.7	24,255	42.1	23,991	39.2
6. その他のスーパー	10,697	7.1	15,120	32.3	9,674	▲ 6.5	21,247	70.4	10,035	2.5
うち各種商品取扱店	33,667	37.6	37,819	115.0	14,425	25.4	53,736	104.2	32,873	27.3
7. 専門店	7,764	14.9	8,698	23.0	9,076	18.2	7,944	30.1	7,713	14.5
(1)衣料品専門店	4,291	3.2	4,134	▲ 4.3	6,046	6.2	2,794	▲ 22.9	4,298	3.6
(2)食料品専門店	4,088	12.6	5,192	12.9	5,119	3.3	6,120	62.6	4,001	13.4
(3)住関連専門店	10,078	15.6	12,104	9.8	14,193	19.1	9,609	▲ 0.8	9,983	15.6
8. 中心店	8,800	21.4	12,800	53.3	13,387	25.7	12,083	83.9	8,607	19.8
(1)衣料品中心店	7,544	17.0	9,959	2.1	6,152	2.8	5,711	0.0	7,613	17.5
(2)食料品中心店	5,443	12.6	13,053	82.7	10,772	19.6	15,867	167.8	5,046	8.2
(3)住関連中心店	11,827	21.3	15,389	31.6	18,621	22.8	11,557	38.7	11,659	20.5
9. その他の小売店	8,349	▲ 19.0	7,041	▲ 11.9	6,982	4.7	7,237	▲ 36.6	8,690	▲ 20.1
うち各種商品取扱店	8,067	▲ 3.4	7,058	▲ 13.0	6,982	4.1	7,316	▲ 38.8	8,344	▲ 0.9

(注) レギュラー・チェーン(直営店)、自動車メーカーの特約店、家電メーカーの販売店、化粧品の契約代理店などは「非加盟」に含む。

8. 都道府県別の状況

(1) 事業所数

～ 専門店・中心店は全県で、その他の小売店は43県で減少、
コンビニエンスストアは33県で増加 ～

平成19年調査における小売業の事業所数は、113万7859事業所、前回比8.1%の減少、都道府県別にみると、すべての県で減少となっている（第8-1表、第8-3表）。

業態別にみると、百貨店は東京（34事業所、百貨店に占める構成比12.5%）が最も多く、次いで埼玉（18事業所、同6.6%）、大阪（16事業所、同5.9%）、神奈川、愛知（ともに15事業所、同5.5%）の順となっている。

総合スーパーが多い県は、愛知（137事業所、総合スーパーに占める構成比8.6%）、東京（114事業所、同7.2%）、大阪（106事業所、同6.7%）、埼玉（93事業所、同5.9%）、神奈川（89事業所、同5.6%）の順で、これら上位5県で全国の3割強を占めている。

専門スーパーが多い県は、東京（2192事業所、専門スーパーに占める構成比6.2%）、埼玉（1829事業所、同5.2%）、愛知（1746事業所、同4.9%）、大阪（1690事業所、同4.8%）、神奈川（1591事業所、同4.5%）の順となっている。

コンビニエンスストアは、東京（5409事業所、コンビニエンスストアに占める構成比12.4%）が5千事業所を超え最も多く、次いで神奈川（2991事業所、同6.8%）、大阪（2719事業所、同6.2%）、愛知（2677事業所、同6.1%）、北海道（2547事業所、同5.8%）の順となっている。

ドラッグストアは、東京（1678事業所、ドラッグストアに占める構成比13.2%）が1割強を占め最も多く、以下、埼玉（881事業所、同6.9%）、愛知（774事業所、同6.1%）、神奈川（759事業所、同6.0%）、大阪（686事業所、同5.4%）の順となっている。

その他のスーパーは、東京（6317事業所、その他のスーパーに占める構成比11.4%）が1割強を占め最も多く、以下、神奈川（3378事業所、同6.1%）、愛知（3009事業所、同5.4%）、埼玉（2711事業所、同4.9%）、福岡（2660事業所、同4.8%）の順となっている。

専門店が多い県は、東京（6万6168事業所、専門店に占める構成比9.5%）、大阪（5万1566事業所、同7.4%）、愛知（3万5396事業所、同5.1%）、神奈川（3万4310事業所、同4.9%）、兵庫（3万2624事業所、同4.7%）の順となっている。

中心店が多い県は、東京（2万728事業所、中心店に占める構成比7.1%）、大阪（1万5420事業所、同5.3%）、愛知（1万3289事業所、同4.5%）、北海道（1万2328事業所、同4.2%）、神奈川（1万1728事業所、同4.0%）の順となっている。

その他の小売店が多い県は、愛知（110事業所、その他の小売店に占める構成比6.0%）、広島（87事業所、同4.7%）、福岡（82事業所、同4.5%）、兵庫（79事業所、同4.3%）、北海道（67事業所、同3.6%）の順となっている。

第8 - 1表 業態別の都道府県別事業所数(上位5県)

小 売 業 計							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	1,238,049	100.0		全国計	1,137,859	100.0
1位	東京	114,213	9.2	1位	東京	102,695	9.0
2位	大阪	82,301	6.6	2位	大阪	74,665	6.6
3位	愛知	61,375	5.0	3位	愛知	57,153	5.0
4位	神奈川	59,776	4.8	4位	神奈川	54,892	4.8
5位	兵庫	53,431	4.3	5位	兵庫	49,503	4.4
上位5県計		371,096	30.0	上位5県計		338,908	29.8

ド ラ ッ グ ス ト ア							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	13,095	100.0		全国計	12,701	100.0
1位	東京	1,646	12.6	1位	東京	1,678	13.2
2位	愛知	811	6.2	2位	埼玉	881	6.9
3位	大阪	744	5.7	3位	愛知	774	6.1
4位	埼玉	725	5.5	4位	神奈川	759	6.0
5位	神奈川	671	5.1	5位	大阪	686	5.4
上位5県計		4,597	35.1	上位5県計		4,778	37.6

百 貨 店							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	308	100.0		全国計	271	100.0
1位	東京	43	14.0	1位	東京	34	12.5
2位	埼玉	23	7.5	2位	埼玉	18	6.6
3位	大阪	20	6.5	3位	大阪	16	5.9
4位	愛知	19	6.2	4位	神奈川	15	5.5
5位	北海道	17	5.5	4位	愛知	15	5.5
上位5県計		122	39.6	上位5県計		98	36.2

そ の 他 の ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	56,211	100.0		全国計	55,615	100.0
1位	東京	6,227	11.1	1位	東京	6,317	11.4
2位	愛知	3,218	5.7	2位	神奈川	3,378	6.1
3位	福岡	3,066	5.5	3位	愛知	3,009	5.4
4位	千葉	2,712	4.8	4位	埼玉	2,711	4.9
5位	神奈川	2,548	4.5	5位	福岡	2,660	4.8
上位5県計		17,771	31.6	上位5県計		18,075	32.5

総 合 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	1,675	100.0		全国計	1,585	100.0
1位	東京	131	7.8	1位	愛知	137	8.6
2位	愛知	128	7.6	2位	東京	114	7.2
3位	大阪	105	6.3	3位	大阪	106	6.7
4位	神奈川	94	5.6	4位	埼玉	93	5.9
5位	埼玉	87	5.2	5位	神奈川	89	5.6
上位5県計		545	32.5	上位5県計		539	34.0

専 門 店							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	726,825	100.0		全国計	694,578	100.0
1位	東京	69,452	9.6	1位	東京	66,168	9.5
2位	大阪	54,917	7.6	2位	大阪	51,566	7.4
3位	神奈川	36,408	5.0	3位	愛知	35,396	5.1
4位	愛知	36,045	5.0	4位	神奈川	34,310	4.9
5位	兵庫	33,279	4.6	5位	兵庫	32,624	4.7
上位5県計		230,101	31.7	上位5県計		220,064	31.7

専 門 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	36,220	100.0		全国計	35,512	100.0
1位	東京	2,140	5.9	1位	東京	2,192	6.2
2位	愛知	2,032	5.6	2位	埼玉	1,829	5.2
3位	北海道	1,750	4.8	3位	愛知	1,746	4.9
4位	埼玉	1,720	4.7	4位	大阪	1,690	4.8
5位	千葉	1,699	4.7	5位	神奈川	1,591	4.5
上位5県計		9,341	25.8	上位5県計		9,048	25.5

中 心 店							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	358,297	100.0		全国計	292,072	100.0
1位	東京	28,992	8.1	1位	東京	20,728	7.1
2位	大阪	19,724	5.5	2位	大阪	15,420	5.3
3位	愛知	16,484	4.6	3位	愛知	13,289	4.5
4位	神奈川	15,355	4.3	4位	北海道	12,328	4.2
5位	兵庫	15,036	4.2	5位	神奈川	11,728	4.0
上位5県計		95,591	26.7	上位5県計		73,493	25.2

コ ン ビ ニ エ ンス ス ト ア							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	42,738	100.0		全国計	43,684	100.0
1位	東京	5,453	12.8	1位	東京	5,409	12.4
2位	神奈川	3,037	7.1	2位	神奈川	2,991	6.8
3位	大阪	2,599	6.1	3位	大阪	2,719	6.2
4位	北海道	2,594	6.1	4位	愛知	2,677	6.1
5位	愛知	2,497	5.8	5位	北海道	2,547	5.8
上位5県計		16,180	37.9	上位5県計		16,343	37.4

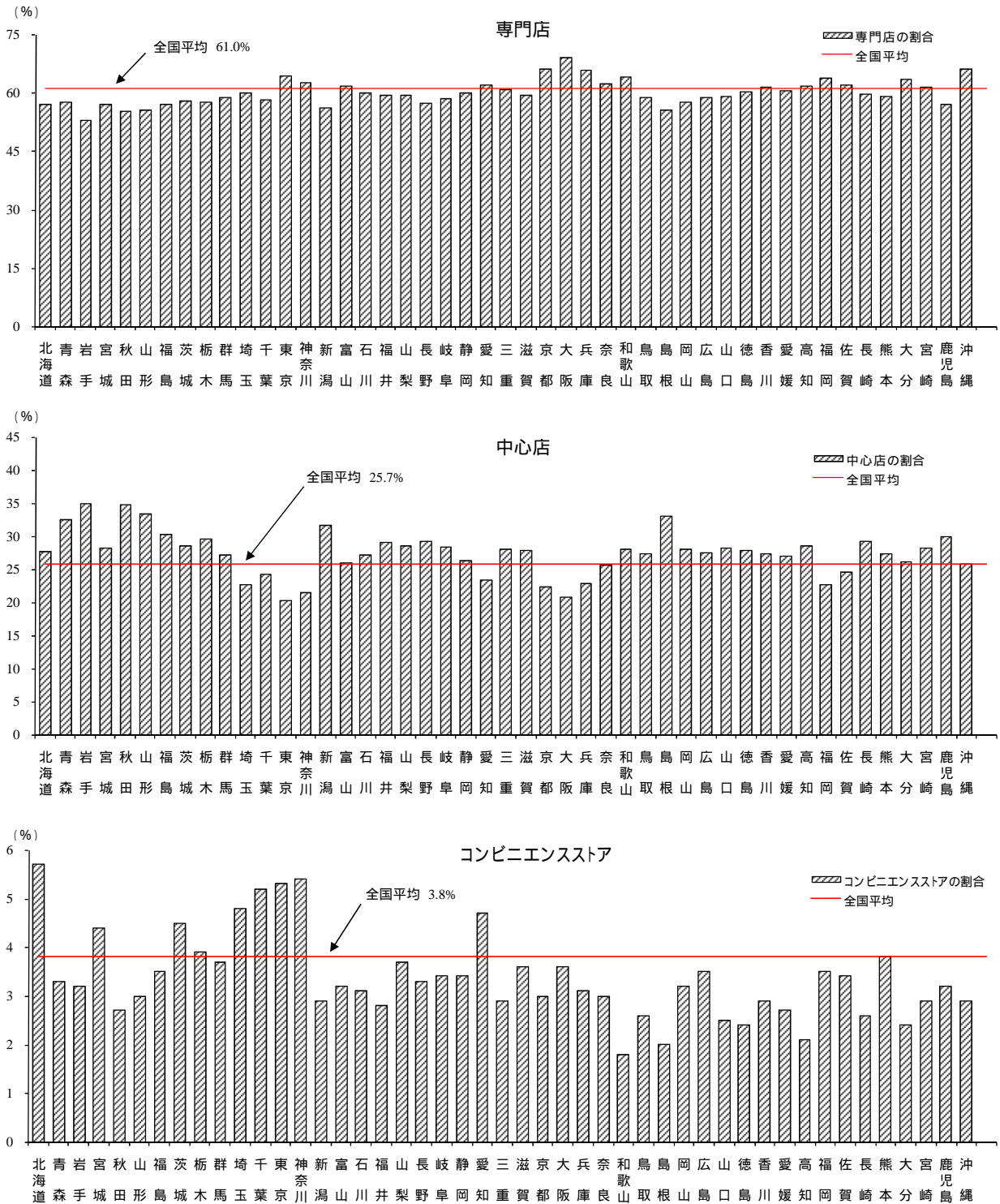
そ の 他 の 小 売 店							
順位	都道府県	平成16年		順位	都道府県	平成19年	
		事業所数	構成比(%)			事業所数	構成比(%)
	全国計	2,680	100.0		全国計	1,841	100.0
1位	愛知	141	5.3	1位	愛知	110	6.0
2位	東京	129	4.8	2位	広島	87	4.7
3位	大阪	122	4.6	3位	福岡	82	4.5
4位	北海道	119	4.4	4位	兵庫	79	4.3
5位	兵庫	97	3.6	5位	北海道	67	3.6
上位5県計		608	22.7	上位5県計		425	23.1

小売業に占める上位5県の都道府県別割合は、ドラッグストア、総合スーパーなどが拡大となったものの、百貨店、中心店などが縮小し、小売業全体ではわずかながら縮小となった。百貨店は都市部の店舗での、統廃合や業態の変更等の影響により縮小、一方、ドラッグストアは大都市を有する県での割合が高まっておりコンビニエンスストアとほぼ同じ割合となっている。

都道府県別では、小売事業所が最も多い東京が占める割合は、ドラッグストア、専門スーパー、その他のスーパーで拡大となったが、その他の小売店、百貨店、中心店で縮小している。次に小売事業所が多い大阪は、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンスストアの割合が拡大、他の業態では縮小している。愛知は、百貨店、専門スーパーなどの割合が縮小、総合スーパー、その他の小売店などが拡大している。

事業所数が多い専門店、中心店、コンビニエンスストアについて、小売業に対する事業所割合を都道府県別にみると、専門店の割合は大阪、沖縄、京都、兵庫、東京の順となっており、近畿地域、四国地域などで高く、中心店の割合は岩手、秋田、山形など東北地域の各県で高くなっている。また、コンビニエンスストアの割合は、北海道や、神奈川、東京、千葉などの関東地域で全国平均を大きく上回っている（第8 - 2表、第8 - 1図）。

第8 - 1図 都道府県別にみた専門店、中心店、コンビニエンスストアの事業所割合



第8 - 2表 都道府県別、業態別事業所数の構成比

都道府県	都道府県別の業態別構成比 (%) (各県=100.0)									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店	中心店	その他の小売店
全国計	100.0	0.0	0.1	3.1	3.8	1.1	4.9	61.0	25.7	0.2
北海道	100.0	0.0	0.2	3.5	5.7	1.1	4.5	57.1	27.7	0.2
青森	100.0	0.0	0.1	2.9	3.3	0.7	2.6	57.7	32.5	0.1
岩手	100.0	0.0	0.1	3.3	3.2	1.0	4.3	53.0	35.0	0.2
宮城	100.0	0.0	0.1	3.5	4.4	1.2	5.2	57.1	28.2	0.2
秋田	100.0	0.0	0.1	3.2	2.7	0.6	3.3	55.2	34.8	0.2
山形	100.0	0.0	0.1	3.5	3.0	0.6	3.9	55.4	33.4	0.1
福島	100.0	0.0	0.1	3.6	3.5	0.8	4.5	57.0	30.3	0.2
茨城	100.0	0.0	0.1	3.5	4.5	0.9	4.5	57.8	28.5	0.2
栃木	100.0	0.0	0.1	3.9	3.9	0.8	3.9	57.7	29.5	0.2
群馬	100.0	0.0	0.1	4.1	3.7	1.0	5.1	58.7	27.1	0.2
埼玉	100.0	0.0	0.2	4.1	4.8	2.0	6.1	59.9	22.7	0.1
千葉	100.0	0.0	0.2	4.0	5.2	1.4	6.6	58.1	24.3	0.2
東京	100.0	0.0	0.1	2.1	5.3	1.6	6.2	64.4	20.2	0.1
神奈川	100.0	0.0	0.2	2.9	5.4	1.4	6.2	62.5	21.4	0.1
新潟	100.0	0.0	0.1	3.5	2.9	1.0	4.8	56.1	31.6	0.2
富山	100.0	0.0	0.1	3.3	3.2	1.0	4.6	61.7	26.0	0.1
石川	100.0	0.0	0.1	3.3	3.1	1.3	5.0	59.8	27.2	0.2
福井	100.0	0.0	0.1	3.0	2.8	0.9	4.5	59.4	29.1	0.2
山梨	100.0	0.0	0.1	3.5	3.7	1.0	3.8	59.2	28.5	0.2
長野	100.0	0.0	0.1	3.7	3.3	0.9	5.0	57.4	29.2	0.2
岐阜	100.0	0.0	0.1	3.3	3.4	1.3	4.8	58.4	28.4	0.2
静岡	100.0	0.0	0.1	3.0	3.4	1.1	5.8	60.0	26.3	0.2
愛知	100.0	0.0	0.2	3.1	4.7	1.4	5.3	61.9	23.3	0.2
三重	100.0	0.0	0.1	3.4	2.9	0.9	3.6	60.8	28.0	0.2
滋賀	100.0	0.0	0.2	3.4	3.6	0.9	4.7	59.2	27.8	0.2
京都	100.0	0.0	0.1	2.3	3.0	1.0	4.9	66.1	22.4	0.1
大阪	100.0	0.0	0.1	2.3	3.6	0.9	3.2	69.1	20.7	0.1
兵庫	100.0	0.0	0.2	3.0	3.1	0.9	4.0	65.9	22.8	0.2
奈良	100.0	0.0	0.2	3.4	3.0	1.1	4.1	62.4	25.6	0.2
和歌山	100.0	0.0	0.1	2.7	1.8	0.4	2.7	64.1	28.1	0.1
鳥取	100.0	0.0	0.1	4.2	2.6	0.8	5.8	58.8	27.3	0.3
島根	100.0	0.0	0.1	3.2	2.0	0.7	5.2	55.6	33.0	0.3
岡山	100.0	0.0	0.2	3.7	3.2	1.3	5.6	57.7	28.1	0.2
広島	100.0	0.0	0.2	3.5	3.5	1.3	5.2	58.6	27.5	0.3
山口	100.0	0.0	0.2	3.6	2.5	1.1	5.0	59.1	28.2	0.3
徳島	100.0	0.0	0.1	3.5	2.4	0.8	5.3	60.1	27.8	0.1
香川	100.0	0.0	0.1	3.2	2.9	0.8	3.6	61.5	27.4	0.3
愛媛	100.0	0.0	0.1	3.4	2.7	1.0	4.9	60.6	26.9	0.2
高知	100.0	0.0	0.1	3.3	2.1	0.6	3.6	61.7	28.5	0.2
福岡	100.0	0.0	0.1	3.0	3.5	1.1	5.5	63.8	22.7	0.2
佐賀	100.0	0.0	0.1	3.3	3.4	1.2	5.2	62.0	24.5	0.2
長崎	100.0	0.0	0.1	2.4	2.6	0.8	4.9	59.6	29.3	0.3
熊本	100.0	0.0	0.1	3.0	3.8	0.9	5.8	58.9	27.3	0.2
大分	100.0	0.0	0.2	3.0	2.4	1.0	3.7	63.4	26.2	0.2
宮崎	100.0	0.0	0.1	3.3	2.9	0.5	3.3	61.5	28.2	0.2
鹿児島	100.0	0.0	0.2	2.6	3.2	1.1	5.7	57.1	29.9	0.2
沖縄	100.0	0.0	0.0	2.6	2.9	0.5	1.9	66.2	25.7	0.2

前回比をみると、百貨店は前回比 12.0%の大幅減となった。都道府県別にみると、東京、北海道、埼玉、愛知、大阪など22県が減少、秋田、沖縄など9県は増加、16県は横ばいとなっている(第8-3表)。

総合スーパーは、同 5.4%の減少となった。都道府県別にみると、愛知、福岡、鹿児島、埼玉、大分など16県が増加、沖縄、東京、群馬、山形、愛媛など29県は減少、福島、長野の2県は横ばいとなっている。

専門スーパーは、同 2.0%の減少となった。都道府県別にみると、兵庫、埼玉、大阪、富山、奈良など21県で増加、愛知、北海道、千葉、宮城、青森など26県は減少となっている。

コンビニエンスストアは、同 2.2%の増加となった。都道府県別にみると、愛知、兵庫、大阪、広島、三重など33県で増加、秋田、北海道、神奈川、東京、福島など14県は減少となっている。

ドラッグストアは、同 3.0%の減少となった。都道府県別にみると、埼玉、神奈川、岡山、福島、茨城など21県で増加、福岡、兵庫、長野、群馬、熊本など25県が減少、福井1県が横ばいとなっている。

その他のスーパーは、同 1.1%の減少となった。都道府県別にみると、神奈川、埼玉、兵庫、滋賀、富山など26県で増加、栃木、群馬、福岡、広島、北海道など21県が減少となっている。

専門店・中心店は、同 9.1%の減少となった。都道府県別にみると、東京、大阪、神奈川、兵庫、愛知をはじめ、すべての県で減少となっている。

その他の小売店は、同 31.3%の大幅減となった。都道府県別にみると、東京、神奈川、大阪、北海道、滋賀など43県で減少し、福岡、鹿児島、千葉、広島の4県で増加となっている。

小売業の事業所数はすべての県において減少しており、内訳を見ても専門店・中心店ではすべての県で減少し、その他のスーパーでは9割を超える県で減少している。一方、コンビニエンスストアでは7割の県で増加し、唯一前回比が増加となっている。なかでも、中部以西の地域で前回は上回る県が多くみられる。

第8-3表 都道府県別、業態別事業所数の前回比

都道府県	前 回 比 (%)									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店・中心店	その他の小売店	
全国計	▲8.1	▲12.0	▲5.4	▲2.0	2.2	▲3.0	▲1.1	▲9.1	▲31.3	
北海道	▲8.8	▲29.4	1.3	▲11.3	▲1.8	▲2.9	▲14.2	▲8.8	▲43.7	
青森	▲7.5	▲16.7	▲17.6	▲16.6	1.2	▲9.0	▲7.0	▲7.5	▲19.0	
岩手	▲8.2	0.0	▲38.5	▲10.6	▲4.3	3.7	▲22.5	▲7.4	▲18.9	
宮城	▲6.1	▲20.0	20.0	▲11.4	1.5	▲3.3	▲14.2	▲5.7	▲24.6	
秋田	▲10.1	- ()	▲35.0	▲5.3	▲19.4	17.5	▲10.3	▲10.0	▲8.3	
山形	▲8.8	0.0	▲56.3	▲4.8	▲5.1	▲28.3	2.5	▲9.2	▲55.0	
福島	▲8.5	0.0	0.0	▲0.3	▲5.5	30.9	▲6.9	▲9.2	▲33.3	
茨城	▲9.0	▲50.0	▲8.8	▲7.5	▲2.8	15.4	2.3	▲10.0	▲22.0	
栃木	▲5.9	0.0	17.6	▲3.9	0.1	▲12.3	▲42.1	▲3.5	▲6.0	
群馬	▲9.0	0.0	▲32.4	▲9.0	4.8	▲28.4	▲33.8	▲7.1	▲8.3	
埼玉	▲2.1	▲21.7	6.9	6.3	2.5	21.5	14.0	▲4.1	▲32.9	
千葉	▲7.6	11.1	▲7.3	▲7.3	▲0.2	▲7.1	▲3.2	▲8.4	6.9	
東京	▲10.1	▲20.9	▲13.0	2.4	▲0.8	1.9	1.4	▲11.7	▲57.4	
神奈川	▲8.2	▲6.3	▲5.3	2.4	▲1.5	13.1	32.6	▲11.1	▲67.0	
新潟	▲6.3	▲20.0	4.3	▲4.8	7.3	▲21.0	▲15.5	▲5.9	▲14.0	
富山	▲9.2	▲33.3	▲25.0	18.1	▲0.5	8.8	36.7	▲11.8	▲56.8	
石川	▲7.5	0.0	▲15.0	▲3.1	0.8	5.2	▲8.4	▲8.0	▲29.7	
福井	▲9.4	0.0	▲18.2	1.8	3.9	0.0	10.8	▲10.9	▲37.8	
山梨	▲9.4	0.0	25.0	▲4.8	▲1.8	21.6	11.8	▲10.9	▲30.4	
長野	▲8.4	25.0	0.0	▲6.2	6.5	▲30.0	13.3	▲9.6	▲20.6	
岐阜	▲6.8	▲33.3	▲3.4	▲6.5	8.5	▲3.7	▲6.3	▲7.2	▲45.0	
静岡	▲7.0	▲20.0	11.8	▲6.9	3.8	4.0	7.6	▲8.3	▲37.6	
愛知	▲6.9	▲21.1	7.0	▲14.1	7.2	▲4.6	▲6.5	▲7.3	▲22.0	
三重	▲7.5	▲25.0	13.6	2.8	12.7	▲7.7	5.1	▲8.8	▲35.7	
滋賀	▲8.2	100.0	▲21.2	▲9.5	3.5	26.4	51.4	▲10.4	▲61.2	
京都	▲6.7	▲33.3	▲4.8	▲6.8	2.9	▲0.4	4.3	▲7.6	▲17.8	
大阪	▲9.3	▲20.0	1.0	6.1	4.6	▲7.8	▲3.3	▲10.3	▲45.1	
兵庫	▲7.4	▲15.4	▲8.5	11.6	11.7	▲18.9	18.3	▲9.2	▲18.6	
奈良	▲8.0	▲25.0	▲15.4	15.9	4.5	2.5	1.1	▲9.5	▲15.6	
和歌山	▲12.0	0.0	▲7.7	6.6	▲2.7	▲22.2	20.4	▲13.1	▲58.5	
鳥取	▲9.1	0.0	▲25.0	10.1	15.5	34.2	▲0.8	▲11.1	▲17.4	
島根	▲9.8	▲50.0	▲25.0	6.7	17.9	6.7	19.0	▲12.1	▲7.1	
岡山	▲9.6	20.0	▲9.1	6.1	3.7	25.0	▲12.1	▲10.7	▲38.8	
広島	▲8.7	8.3	▲10.0	4.5	13.9	3.6	▲20.7	▲9.2	2.4	
山口	▲10.6	0.0	17.9	▲7.6	1.0	15.2	22.7	▲12.6	▲28.8	
徳島	▲12.6	▲50.0	▲33.3	5.0	10.7	21.7	7.7	▲14.7	▲72.4	
香川	▲7.8	0.0	▲22.2	13.5	8.4	27.5	29.2	▲10.0	▲42.0	
愛媛	▲11.2	33.3	▲30.0	9.4	5.5	▲3.0	▲1.0	▲12.8	▲33.3	
高知	▲5.5	0.0	▲22.2	4.2	12.9	31.0	▲20.8	▲5.4	▲55.6	
福岡	▲7.6	0.0	15.8	▲0.5	3.1	▲21.4	▲13.2	▲7.7	9.3	
佐賀	▲5.5	▲50.0	18.2	4.9	8.4	▲15.0	5.2	▲6.7	▲29.4	
長崎	▲9.4	25.0	▲21.1	▲3.1	▲7.3	▲12.2	▲7.5	▲9.6	▲39.1	
熊本	▲8.4	0.0	▲11.1	2.7	3.4	▲30.9	7.8	▲9.7	▲26.2	
大分	▲9.0	▲16.7	33.3	▲4.9	3.3	▲15.8	3.2	▲9.7	▲40.5	
宮崎	▲6.0	▲75.0	9.1	0.2	4.6	▲35.9	10.2	▲6.7	▲4.3	
鹿児島	▲8.1	0.0	36.0	▲10.2	8.5	▲18.8	7.9	▲9.4	18.8	
沖縄	▲6.6	100.0	▲84.0	▲1.5	▲0.9	▲12.0	50.3	▲7.4	▲30.0	

(注) 秋田の百貨店は、前回調査(平成16年)の実績が「0」、平成19年は実績があるため「-」表示している。

(2) 年間商品販売額

～ ドラッグストアは39県、専門店・中心店は29県で増加 ～

平成19年調査における小売業の年間商品販売額は、134兆7054億円、前年比1.1%の増加となった。都道府県別にみると、東京、愛知、千葉、埼玉、兵庫など22県で増加となり、北海道、長崎、愛媛、島根、山口など24県で減少となっている(第8-4表、第8-6表)。

業態別にみると、百貨店は東京が2兆1198億円(百貨店に占める構成比27.5%)と最も多く、全国の3割弱を占めている。以下、大阪(8749億円、同11.3%)、神奈川(5418億円、同7.0%)、愛知(5410億円、同7.0%)、埼玉(3697億円、同4.8%)の順となっており、これら上位5県で全国の6割弱を占めている。

総合スーパーは、東京が7174億円(総合スーパーに占める構成比9.6%)と最も多く、次いで愛知(6626億円、同8.9%)、神奈川(5718億円、同7.7%)、大阪(5140億円、同6.9%)、埼玉(4710億円、同6.3%)の順となっており、これら上位5県で全国の4割弱を占めている。

専門スーパーは、東京が2兆2355億円(専門スーパーに占める構成比9.4%)と最も多く、次いで神奈川(1兆5346億円、同6.4%)、大阪(1兆4851億円、同6.2%)、埼玉(1兆2771億円、同5.4%)、愛知(1兆2481億円、同5.2%)の順となっており、これら上位5県で全国の3割強を占めている。

コンビニエンスストアは、東京が9931億円(コンビニエンスストアに占める構成比14.2%)と最も多く、次いで神奈川(5325億円、同7.6%)、愛知(4436億円、同6.3%)、大阪(4336億円、同6.2%)、北海道(3837億円、同5.5%)の順で、これら上位5県で全国の4割を占めている。

ドラッグストアは、東京が4033億円(ドラッグストアに占める構成比13.4%)と最も多く、次いで埼玉(2330億円、同7.7%)、神奈川(2299億円、同7.6%)、愛知(2258億円、同7.5%)、大阪(1686億円、5.6%)の順で、これら上位5県で全国の4割を占めている。

その他のスーパーは、東京が7632億円(その他のスーパーに占める構成比12.8%)と最も多く、次いで神奈川(4039億円、同6.8%)、福岡(3077億円、同5.2%)、大阪(2924億円、同4.9%)、埼玉(2922億円、同4.9%)の順となっている。

専門店は、東京が6兆5721億円(専門店に占める構成比12.2%)と最も多く、次いで大阪(4兆2232億円、同7.8%)、愛知(3兆4244億円、同6.3%)、神奈川(3兆4121億円、同6.3%)、埼玉(2兆4147億円、同4.5%)の順となっている。

中心店は、東京が3兆4620億円(中心店に占める構成比13.5%)と最も多く、次いで大阪(1兆6452億円、同6.4%)、愛知(1兆4647億円、同5.7%)、北海道(1兆3600億円、同5.3%)、神奈川(1兆3193億円、同5.1%)の順となっている。

その他の小売店は、兵庫150億円(その他の小売店に占める構成比9.8%)が最も多く、次いで大阪(135億円、同8.8%)、東京(125億円、同8.1%)、福岡(103億円、同6.7%)、愛知(88億円、同5.8%)の順となっている。

第8-4表 業態別の都道府県別年間商品販売額(上位5県)

小 売 業 計							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	1,332,786	100.0		全国計	1,347,054	100.0
1位	東 京	167,891	12.6	1位	東 京	172,789	12.8
2位	大 阪	95,800	7.2	2位	大 阪	96,505	7.2
3位	神奈川	84,351	6.3	3位	神奈川	85,481	6.3
4位	愛 知	79,376	6.0	4位	愛 知	82,915	6.2
5位	北海道	65,652	4.9	5位	埼 玉	63,378	4.7
	上位5県計	493,069	37.0		上位5県計	501,069	37.2

ド ラ ッ グ ス ト ア							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	25,878	100.0		全国計	30,126	100.0
1位	東 京	3,492	13.5	1位	東 京	4,033	13.4
2位	愛 知	1,880	7.3	2位	埼 玉	2,330	7.7
3位	神奈川	1,673	6.5	3位	神奈川	2,299	7.6
4位	埼 玉	1,668	6.4	4位	愛 知	2,258	7.5
5位	大 阪	1,505	5.8	5位	大 阪	1,686	5.6
	上位5県計	10,219	39.5		上位5県計	12,606	41.8

百 貨 店							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	80,023	100.0		全国計	77,088	100.0
1位	東 京	22,402	28.0	1位	東 京	21,198	27.5
2位	大 阪	7,619	9.5	2位	大 阪	8,749	11.3
3位	愛 知	5,602	7.0	3位	神奈川	5,418	7.0
4位	神奈川	5,273	6.6	4位	愛 知	5,410	7.0
5位	埼 玉	3,918	4.9	5位	埼 玉	3,697	4.8
	上位5県計	44,814	56.0		上位5県計	44,471	57.7

そ の 他 の ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	54,806	100.0		全国計	59,493	100.0
1位	東 京	7,245	13.2	1位	東 京	7,632	12.8
2位	神奈川	3,775	6.9	2位	神奈川	4,039	6.8
3位	大 阪	2,985	5.4	3位	福 岡	3,077	5.2
4位	福 岡	2,780	5.1	4位	大 阪	2,924	4.9
5位	埼 玉	2,742	5.0	5位	埼 玉	2,922	4.9
	上位5県計	19,528	35.6		上位5県計	20,594	34.6

総 合 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	84,064	100.0		全国計	74,467	100.0
1位	東 京	7,874	9.4	1位	東 京	7,174	9.6
2位	愛 知	6,612	7.9	2位	愛 知	6,626	8.9
3位	神奈川	6,400	7.6	3位	神奈川	5,718	7.7
4位	大 阪	5,482	6.5	4位	大 阪	5,140	6.9
5位	千 葉	4,948	5.9	5位	埼 玉	4,710	6.3
	上位5県計	31,316	37.3		上位5県計	29,368	39.4

専 門 店							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	499,703	100.0		全国計	539,291	100.0
1位	東 京	58,510	11.7	1位	東 京	65,721	12.2
2位	大 阪	38,089	7.6	2位	大 阪	42,232	7.8
3位	神奈川	32,201	6.4	3位	愛 知	34,244	6.3
4位	愛 知	30,987	6.2	4位	神奈川	34,121	6.3
5位	北海道	24,070	4.8	5位	埼 玉	24,147	4.5
	上位5県計	183,858	36.8		上位5県計	200,465	37.2

専 門 ス ー パ ー							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	241,019	100.0		全国計	237,961	100.0
1位	東 京	20,720	8.6	1位	東 京	22,355	9.4
2位	神奈川	15,122	6.3	2位	神奈川	15,346	6.4
3位	大 阪	15,065	6.3	3位	大 阪	14,851	6.2
4位	愛 知	12,933	5.4	4位	埼 玉	12,771	5.4
5位	埼 玉	12,743	5.3	5位	愛 知	12,481	5.2
	上位5県計	76,583	31.8		上位5県計	77,805	32.7

中 心 店							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	275,785	100.0		全国計	257,022	100.0
1位	東 京	37,474	13.6	1位	東 京	34,620	13.5
2位	大 阪	20,544	7.4	2位	大 阪	16,452	6.4
3位	北海道	15,222	5.5	3位	愛 知	14,647	5.7
4位	愛 知	14,429	5.2	4位	北海道	13,600	5.3
5位	神奈川	14,310	5.2	5位	神奈川	13,193	5.1
	上位5県計	101,978	37.0		上位5県計	92,512	36.0

コ ン ビ ニ エ ン ス ス ト ア							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	69,222	100.0		全国計	70,069	100.0
1位	東 京	10,052	14.5	1位	東 京	9,931	14.2
2位	神奈川	5,497	7.9	2位	神奈川	5,325	7.6
3位	大 阪	4,334	6.3	3位	愛 知	4,436	6.3
4位	愛 知	4,093	5.9	4位	大 阪	4,336	6.2
5位	北海道	4,055	5.9	5位	北海道	3,837	5.5
	上位5県計	28,031	40.5		上位5県計	27,865	39.8

そ の 他 の 小 売 店							
順位	都道府県	平成16年 年間商品販売額		順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額	
	府県	(億円)	構成比(%)		府県	(億円)	構成比(%)
	全国計	2,286	100.0		全国計	1,537	100.0
1位	大 阪	177	7.7	1位	兵 庫	150	9.8
2位	愛 知	139	6.1	2位	大 阪	135	8.8
3位	福 岡	126	5.5	3位	東 京	125	8.1
4位	東 京	120	5.2	4位	福 岡	103	6.7
5位	兵 庫	102	4.5	5位	愛 知	88	5.8
	上位5県計	665	29.1		上位5県計	602	39.1

小売業に占める上位5県の割合は、その他の小売店、ドラッグストア、総合スーパー、百貨店、専門スーパー、専門店では拡大、中心店、その他のスーパー、コンビニエンスストアでは縮小している。

都道府県別では、小売販売額が最も多い東京が占める割合は、その他の小売店、専門スーパーなどが拡大し、百貨店、総合スーパーなどが縮小している。次に小売販売額が多い大阪は、百貨店、その他の小売店などが拡大し、中心店、その他のスーパーなどが縮小している。神奈川は、ドラッグストア、百貨店などが拡大し、その他の小売店、コンビニエンスストアなどが縮小している。

業態別の構成比をみると、いずれの県も事業所数が多い専門店の年間商品販売額割合が最も高くなっている。専門スーパーは事業所数では構成比が高い県でも4%程度であるものの、年間商品販売額では2割前後を占める県が多い。また、百貨店は、事業所数では0.1%に満たないものの、東京では年間商品販売額の1割超を占めており、大阪、京都も1割弱と高い(第8-5表)。

第8-5表 都道府県別、業態別年間商品販売額の構成比

都道府県	都道府県別の業態別構成比 (%) (各県=100.0)									
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店	中心店	その他の小売店
全国計	100.0	5.7	5.5	17.7	5.2	2.2	4.4	40.0	19.1	0.1
北海道	100.0	3.8	6.1	18.0	6.2	2.2	2.8	38.7	22.1	0.1
青森	100.0	2.6	4.2	20.1	4.2	1.9	5.6	40.5	20.9	0.0
岩手	100.0	3.0	2.9	20.5	4.6	2.5	5.3	39.1	22.0	0.1
宮城	100.0	2.8	4.3	19.1	5.9	1.9	4.1	41.9	19.9	0.1
秋田	100.0	1.2	5.0	20.2	3.7	1.5	6.2	40.3	21.9	0.1
山形	100.0	1.8	2.7	22.1	4.6	1.5	4.3	40.1	22.9	0.1
福島	100.0	1.5	3.8	22.5	6.0	1.7	5.1	40.0	19.3	0.1
茨城	100.0	1.5	4.2	21.7	6.2	2.4	5.2	40.5	18.3	0.1
栃木	100.0	5.1	3.8	20.7	5.9	1.4	5.1	41.1	16.9	0.1
群馬	100.0	2.5	3.7	22.8	5.5	2.0	5.0	40.5	18.0	0.1
埼玉	100.0	5.8	7.4	20.2	5.6	3.7	4.6	38.1	14.6	0.0
千葉	100.0	5.9	7.7	19.8	6.2	2.7	4.6	35.8	17.3	0.1
東京	100.0	12.3	4.2	12.9	5.7	2.3	4.4	38.0	20.0	0.1
神奈川	100.0	6.3	6.7	18.0	6.2	2.7	4.7	39.9	15.4	0.0
新潟	100.0	2.8	3.7	20.2	4.5	2.1	4.5	38.6	23.6	0.1
富山	100.0	2.2	4.2	20.6	4.9	3.0	4.3	42.5	18.3	0.1
石川	100.0	4.3	6.2	16.7	4.1	2.7	4.4	39.6	21.9	0.1
福井	100.0	1.8	4.3	16.2	4.5	2.1	6.8	39.6	24.5	0.2
山梨	100.0	2.5	5.8	21.6	6.4	2.0	2.9	41.6	16.8	0.3
長野	100.0	1.7	4.7	21.0	4.9	2.0	3.4	40.0	22.2	0.1
岐阜	100.0	1.2	4.8	18.1	4.9	2.7	4.5	39.9	23.7	0.2
静岡	100.0	2.5	4.6	18.5	5.3	3.2	4.7	40.4	20.8	0.1
愛知	100.0	6.5	8.0	15.1	5.3	2.7	3.3	41.3	17.7	0.1
三重	100.0	2.3	6.6	19.6	4.2	2.1	2.9	43.4	18.8	0.1
滋賀	100.0	1.7	9.8	18.7	5.2	2.2	3.4	40.5	18.3	0.2
京都	100.0	8.7	7.0	13.2	4.5	1.8	3.7	39.0	22.1	0.1
大阪	100.0	9.1	5.3	15.4	4.5	1.7	3.0	43.8	17.0	0.1
兵庫	100.0	5.2	7.3	18.8	4.5	1.9	3.8	41.8	16.4	0.3
奈良	100.0	5.7	8.0	21.3	3.8	2.4	3.5	38.1	17.2	0.1
和歌山	100.0	3.3	5.0	20.7	3.2	1.4	5.8	41.5	19.0	0.1
鳥取	100.0	4.1	5.0	21.9	3.6	1.3	5.4	36.4	22.3	0.2
島根	100.0	1.4	4.6	19.4	3.3	1.7	5.4	35.8	28.2	0.2
岡山	100.0	4.1	4.8	19.3	4.3	2.1	3.7	42.3	19.2	0.1
広島	100.0	6.4	6.0	17.6	5.0	2.3	3.5	36.9	22.0	0.3
山口	100.0	2.7	7.0	19.2	4.7	2.5	4.5	41.0	18.2	0.2
徳島	100.0	2.9	2.5	22.1	3.9	2.4	5.7	41.1	19.1	0.1
香川	100.0	3.6	4.8	21.7	3.6	1.4	2.1	39.5	23.1	0.2
愛媛	100.0	5.2	6.1	20.2	3.9	2.9	3.8	41.5	16.2	0.3
高知	100.0	2.2	3.8	24.1	3.8	2.2	3.3	41.0	19.5	0.1
福岡	100.0	6.6	4.8	14.7	5.2	1.6	5.7	42.4	18.8	0.2
佐賀	100.0	1.4	5.2	18.6	5.7	1.9	6.4	42.7	18.0	0.1
長崎	100.0	2.9	4.6	15.6	4.1	1.5	6.6	38.6	25.9	0.2
熊本	100.0	4.7	4.8	14.9	5.6	1.3	8.0	43.1	17.6	0.1
大分	100.0	6.4	4.9	14.8	3.6	1.3	6.3	38.9	23.8	0.1
宮崎	100.0	1.2	3.5	18.0	4.4	0.8	8.6	40.6	22.7	0.1
鹿児島	100.0	4.1	5.7	17.1	4.8	1.7	7.9	40.6	18.1	0.1
沖縄	100.0	2.8	1.8	25.1	5.5	1.0	7.3	40.2	16.3	0.1

前回比をみると、百貨店は前回比 3.7%の減少となった。都道府県別にみると、大阪、千葉、神奈川、福岡、秋田など11県で増加したものの、東京、北海道、宮城、京都、兵庫など36県では減少となっている。

総合スーパーは、同 11.4%の大幅減となった。都道府県別にみると、沖縄、東京、神奈川、群馬、千葉など41県が減少し、静岡、山梨、愛知、宮崎など6県は増加となっている。

専門スーパーは、同 1.3%の減少となった。都道府県別にみると、福岡、北海道、宮城、青森、愛知など26県が減少、東京、兵庫、香川、沖縄、富山など21県が増加となっている。

コンビニエンスストアは、同 1.2%の増加となった。都道府県別にみると、愛知、兵庫、広島、静岡、栃木など27県で増加し、北海道、神奈川、東京、千葉、秋田など19県で減少、大阪が横ばいとなっている。

ドラッグストアは、同 16.4%の大幅増となった。都道府県別にみると、埼玉、静岡、神奈川、東京、愛知など39県で増加、福岡、宮崎、大分、熊本、鹿児島など8県では減少となっている。

その他のスーパーは、同 8.6%の増加となった。都道府県別にみると、沖縄、宮崎、茨城、鹿児島、東京など30県が増加、北海道、広島、香川、福島、群馬など17県で減少となっている。

専門店・中心店は、同 2.7%の増加となった。都道府県別にみると、東京、愛知、千葉、埼玉、宮城など29県で増加、北海道、島根、富山、山口、長崎など18県で減少となっている。

その他の小売店は、同 32.8%の大幅減となった。都道府県別にみると、神奈川、岐阜、高知、愛知、大阪など42県で減少し、兵庫、山梨、東京、群馬、千葉の5県で増加となっている。

総合スーパーやその他の小売店などで前回の販売額を大きく下回る県が多い一方、ドラッグストアは8割以上の県で増加しており、小売業に占める割合は小さいものの、事業所数は減少している一方で販売額は好調な伸びを示している。

第8 - 6表 都道府県別、業態別年間商品販売額の前回は

都道府県	前 回 比 (%)								
	小売業計	百貨店	総合スーパー	専門スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	その他のスーパー	専門店・中心店	その他の小売店
全国計	1.1	▲ 3.7	▲ 11.4	▲ 1.3	1.2	16.4	8.6	2.7	▲ 32.8
北海道	▲ 6.2	▲ 22.2	▲ 8.9	▲ 5.9	▲ 5.4	16.2	▲ 18.5	▲ 4.8	▲ 45.5
青森	▲ 3.1	▲ 11.4	▲ 21.8	▲ 15.3	▲ 4.4	6.1	82.9	▲ 0.8	▲ 48.9
岩手	▲ 3.8	▲ 20.2	▲ 24.7	▲ 11.8	▲ 6.6	27.3	29.7	▲ 1.3	▲ 50.1
宮城	1.7	▲ 40.7	▲ 20.0	▲ 11.0	▲ 0.9	6.2	▲ 6.2	13.4	▲ 36.6
秋田	▲ 2.8	- ()	▲ 31.0	▲ 14.3	▲ 13.3	5.5	70.1	▲ 0.8	▲ 29.6
山形	▲ 1.0	▲ 10.1	▲ 42.4	▲ 2.1	4.4	▲ 15.6	11.2	2.3	▲ 62.9
福島	▲ 1.9	▲ 17.2	▲ 17.6	▲ 3.1	▲ 5.0	114.7	▲ 14.3	0.4	▲ 53.9
茨城	1.9	x	▲ 13.5	1.2	▲ 0.3	12.7	40.0	1.6	▲ 21.0
栃木	3.1	6.9	0.3	1.3	8.8	16.2	▲ 12.1	4.5	▲ 17.5
群馬	0.0	0.9	▲ 39.1	1.7	5.3	2.2	▲ 13.5	4.3	25.4
埼玉	4.7	▲ 5.6	▲ 0.5	0.2	0.9	39.7	6.6	7.0	▲ 57.8
千葉	5.5	20.6	▲ 10.0	▲ 3.3	▲ 2.6	8.4	6.5	11.5	0.1
東京	2.9	▲ 5.4	▲ 8.9	7.9	▲ 1.2	15.5	5.3	4.5	4.1
神奈川	1.3	2.7	▲ 10.7	1.5	▲ 3.1	37.4	7.0	1.7	▲ 78.3
新潟	3.7	▲ 9.2	▲ 15.8	▲ 3.8	6.7	0.4	2.4	8.6	▲ 21.4
富山	▲ 1.3	x	▲ 22.4	15.0	▲ 0.2	17.0	75.3	▲ 6.5	▲ 50.7
石川	2.5	▲ 3.1	▲ 26.9	0.3	▲ 5.0	22.9	32.4	6.4	▲ 74.1
福井	1.0	x	▲ 14.3	▲ 7.4	9.9	54.5	27.7	1.1	▲ 66.8
山梨	▲ 2.5	x	4.9	▲ 6.1	▲ 3.4	5.5	▲ 0.6	▲ 1.5	72.8
長野	▲ 1.1	1.0	▲ 11.3	2.9	▲ 3.0	▲ 4.8	▲ 1.9	▲ 1.2	▲ 36.3
岐阜	0.9	x	▲ 15.5	▲ 8.8	5.7	10.8	18.9	5.1	▲ 60.3
静岡	2.8	▲ 9.9	4.3	▲ 4.7	7.0	92.6	▲ 1.0	3.3	▲ 32.4
愛知	4.5	▲ 3.4	0.2	▲ 3.5	8.4	20.1	0.9	7.7	▲ 36.2
三重	5.0	▲ 17.3	▲ 2.8	▲ 3.7	11.4	14.1	40.2	8.3	▲ 64.0
滋賀	3.7	x	▲ 17.9	3.4	▲ 1.9	15.3	36.6	6.0	▲ 40.1
京都	▲ 0.6	▲ 11.7	▲ 8.9	▲ 6.0	5.9	20.1	▲ 1.3	2.7	▲ 14.7
大阪	0.7	14.8	▲ 6.2	▲ 1.4	0.0	12.0	▲ 2.1	0.1	▲ 23.6
兵庫	2.9	▲ 7.4	▲ 10.1	4.7	14.0	7.3	16.3	3.4	46.8
奈良	0.6	▲ 9.7	▲ 13.0	9.6	2.6	42.6	▲ 8.0	0.2	▲ 36.0
和歌山	▲ 1.0	x	▲ 27.0	▲ 12.2	▲ 13.9	12.5	56.1	3.8	▲ 70.3
鳥取	▲ 1.9	▲ 4.8	▲ 18.5	7.7	4.4	49.4	18.1	▲ 5.6	▲ 28.3
島根	▲ 7.2	x	▲ 31.8	7.2	1.3	18.4	33.9	▲ 11.3	▲ 23.0
岡山	2.4	▲ 7.7	▲ 19.3	8.6	4.5	64.6	▲ 0.9	2.4	▲ 53.5
広島	1.0	▲ 6.2	▲ 11.2	4.1	15.4	12.8	▲ 18.6	2.5	▲ 6.1
山口	▲ 3.4	▲ 9.5	▲ 12.1	▲ 0.8	1.2	41.6	▲ 1.2	▲ 4.5	▲ 26.8
徳島	▲ 2.5	x	▲ 24.4	1.1	▲ 8.1	32.4	13.5	▲ 3.7	▲ 69.3
香川	▲ 1.2	x	▲ 21.6	21.7	1.1	17.8	▲ 47.8	▲ 2.4	▲ 39.2
愛媛	▲ 4.6	▲ 8.8	▲ 24.2	1.2	1.0	22.6	▲ 8.2	▲ 4.5	▲ 26.5
高知	▲ 2.9	x	▲ 22.5	1.4	12.1	78.4	▲ 27.4	▲ 2.8	▲ 91.2
福岡	0.5	4.2	▲ 15.4	▲ 11.7	0.7	▲ 22.8	10.7	5.2	▲ 18.9
佐賀	▲ 2.2	x	▲ 2.2	▲ 1.1	3.7	▲ 3.2	29.1	▲ 4.8	▲ 50.2
長崎	▲ 5.4	▲ 17.9	▲ 19.1	▲ 9.8	▲ 1.5	18.1	10.8	▲ 4.3	▲ 37.4
熊本	▲ 2.0	x	▲ 0.9	▲ 6.3	7.0	▲ 29.3	31.9	▲ 3.5	▲ 43.7
大分	▲ 0.5	▲ 11.0	0.5	▲ 13.7	▲ 0.8	▲ 41.8	20.7	4.5	▲ 70.2
宮崎	▲ 0.2	x	2.5	▲ 8.0	2.9	▲ 63.8	82.7	0.9	▲ 7.4
鹿児島	▲ 2.6	x	▲ 2.1	▲ 11.3	8.0	▲ 23.9	52.8	▲ 3.9	▲ 17.9
沖縄	9.1	x	▲ 80.4	15.4	6.0	1.8	247.4	12.6	▲ 32.4

(注) 秋田の百貨店は、前回調査(平成16年)の実績が「0」、平成19年は実績があるため「-」表示している。

トピックス1. ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストア

ドラッグストア、ホームセンターについては平成14年から業態区分を設け、特掲してきたが、「ドラッグストア」、「ホームセンター」、また、業態として成熟した「コンビニエンスストア」がどのように成長しているのか、それぞれの業態の特徴についてみていくこととする。

(1)ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの比較

ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアを事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積で比較してみると、

事業所数ではコンビニエンスストアは増加傾向、ドラッグストアは平成14年までは増加したもののそれ以降は減少、ホームセンターは平成16年までは増加し平成19年で減少に転じている。

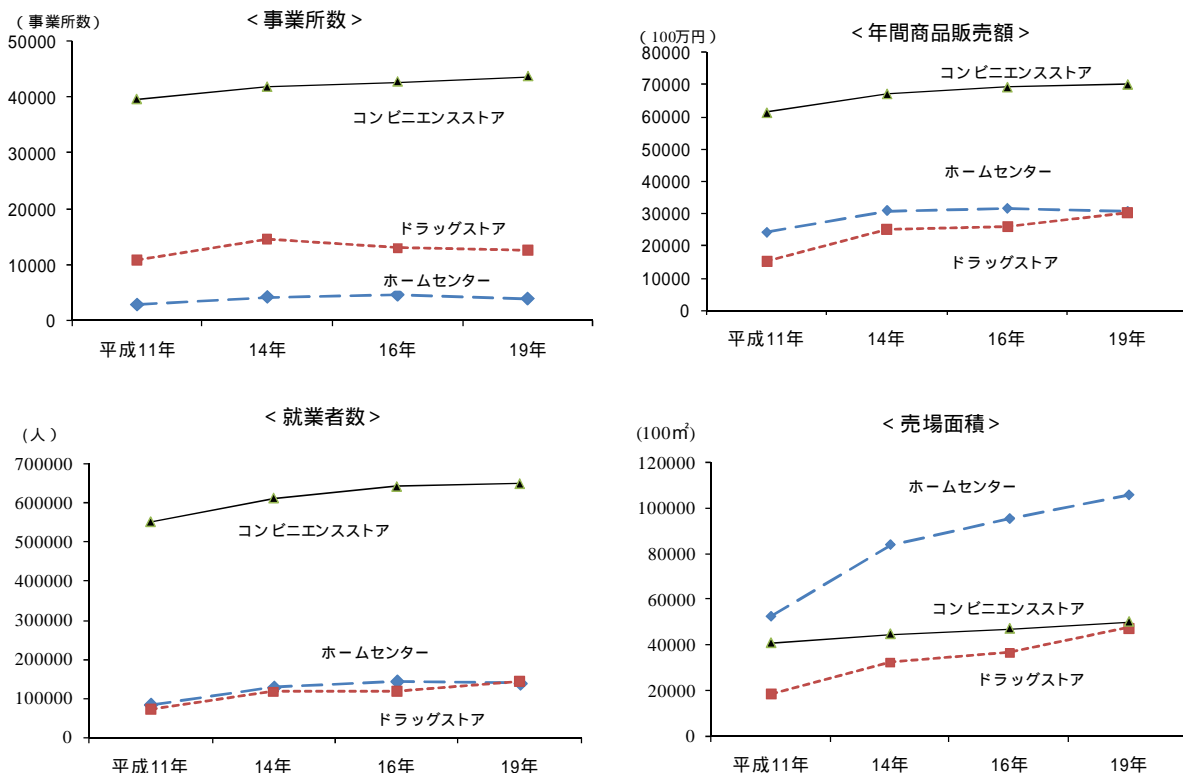
年間商品販売額ではコンビニエンスストア、ドラッグストアは増加傾向、ホームセンターは平成19年で減少に転じ、2桁の伸びを示したドラッグストアと並んでいる。

就業者数は、ドラッグストアが2割増加し、平成19年で減少に転じたホームセンターを上回る一方、コンビニエンスストアは堅調に伸びている。

売場面積は3業態ともに増加しているがドラッグストア、ホームセンターともに2桁の伸びを続け、平成19年ではホームセンターが1割増加、ドラッグストアも3割増加となり、事業所数が減少する一方で店舗の大型化が進んでいる。

ドラッグストアでは事業所数は減少しているものの、年間商品販売額、就業者数、売場面積ともに2桁の増加となっている(第9-1表、第9-1図)。

第9-1図 事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積



第9-1表 事業所数、年間商品販売額、就業者数、売場面積

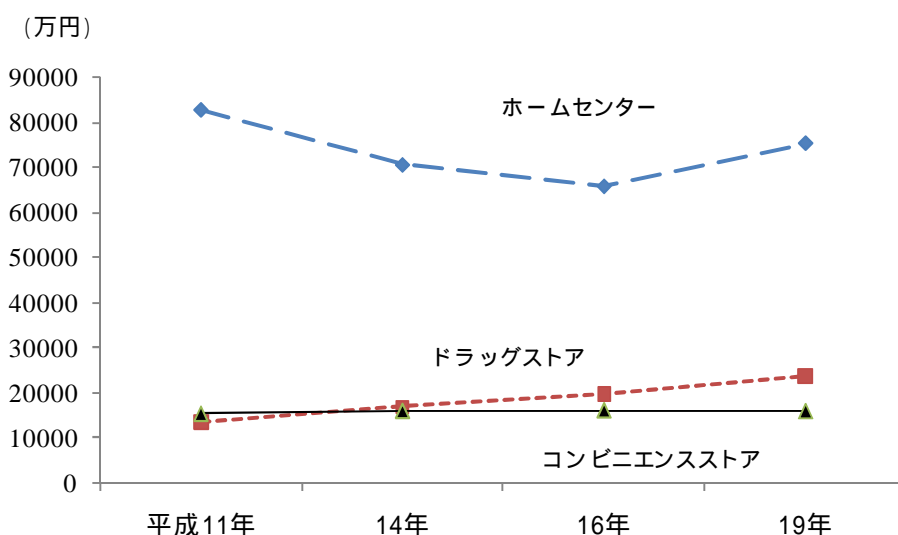
	事業所数			年間商品販売額(百万円)			就業者数			売場面積		
	16年	19年	前回比	16年	19年	前回比	16年	19年	前回比	16年	19年	前回比
ホームセンター	4,764	4,045	▲ 15.1	3,141,257	3,045,939	▲ 3.0	144,592	139,768	▲ 3.3	9,531,495	10,569,809	10.9
ドラッグストア	13,095	12,701	▲ 3.0	2,587,834	3,012,637	16.4	118,368	142,824	20.7	3,676,476	4,757,090	29.4
コンビニエンスストア	42,738	43,684	2.2	6,922,202	7,006,872	1.2	642,147	649,427	1.1	4,715,252	5,016,762	6.4

単位当たりの年間商品販売額をみると、1事業所当たりでは、小売業平均の1億1839万円に対し、ホームセンターが7億5301万円と群を抜いて高く、ドラッグストアは2億3720万円、コンビニエンスストアは1億6040万円となった。ホームセンターが高いのは、非食品分野の大型セルフ販売業態として比較的高単価な商品も取り扱っていることなどによると考えられる。

前回比をみると、ドラッグストア（前回比20.0%増）、ホームセンター（同14.2%増）が2桁の伸びを示しているのに対し、コンビニエンスストア（同1.0%減）はわずかに減少している。ホームセンターは平成16年では店舗数が拡大傾向にあったが、平成19年までの間に店舗数や就業者数が減り、就業者1人当たりの年間販売額は増えている。ドラッグストアは店舗数が減少しているものの1事業所当たりの年間販売額は堅調に伸びている。

就業者1人当たりではホームセンターが2993万円、ドラッグストアが2733万円と増加、1事業所当たりの売場面積が小さいコンビニエンスストアでも1713万円と6割近く増加した（第9-2表、第9-2図）。

第9-2図 1事業所当たりの年間販売額



第9-2表 単位当たりの年間商品販売額

	1事業所当たり(万円)			就業者1人当たり(万円)		
	16年	19年	前回比(%)	16年	19年	前回比(%)
ホームセンター	65,937	75,301	14.2	2,172	2,993	37.8
ドラッグストア	19,762	23,720	20.0	2,186	2,733	25.0
コンビニエンスストア	16,197	16,040	▲1.0	1,078	1,713	58.9

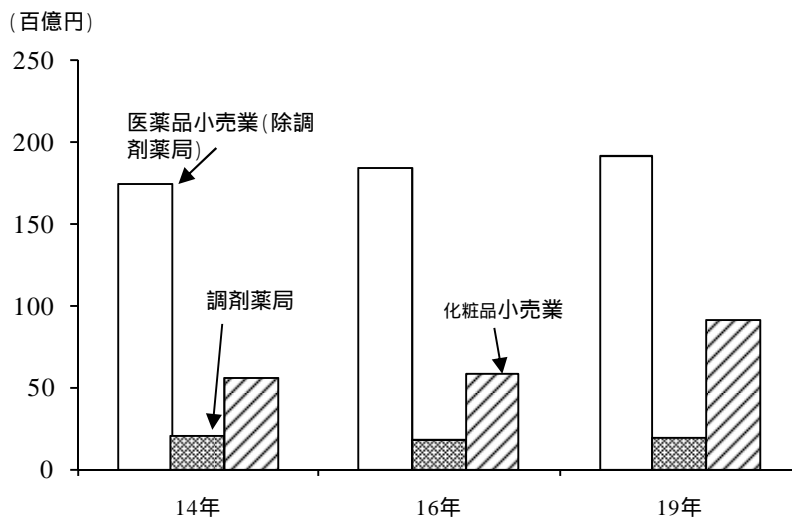
(2)ドラッグストア

ドラッグストアは、高齢化や健康ブームを背景に新たな業態として拡大傾向にあったが、近年は医薬品や化粧品のみならず、健康食品などの飲食料品、日用品などを幅広く取り扱う事業所として拡大している。また、小規模の薬店が減少し、規模の大きな事業所が増加していることにより事業所数と販売額が逆の動きになっておりこの傾向は続いている。

事業所数は平成16年で大幅に減少に転じ、平成19年でも引き続き減少しているものの、年間販売額(3兆126億円、前回比16.4%増)、就業者数(14万3千人、同20.7%増)、売場面積(4757千㎡、29.4%増)では2桁台の高い伸びを示している。特に、化粧品の年間商品販売額は1.5倍強増加し、ドラッグストアに占める割合も3割と拡大している(第9-1表、第9-3表)。

ドラッグストア業態の内訳を業種別にみると、事業所数では「医薬品小売業(調剤薬局を除く)」が69.4%と最も高く、「化粧品小売業」が20.8%、「調剤薬局」がそれぞれ9.8%となっており、「化粧品小売業」が1割から2割へと構成比を伸ばしている。年間商品販売額では「医薬品小売業(調剤薬局を除く)」が63.6%を占め、次いで「化粧品小売業」が30.3%、調剤薬局は6.2%となっている。年間商品販売額でも「化粧品小売業」の額は伸びており、ドラッグストアの中での化粧品販売の拡大がみられる(第9-3表)。

第9-3図 ドラッグストアの業種別年間販売額



第9-3表 ドラッグストアの業種別事業所数、年間商品販売額

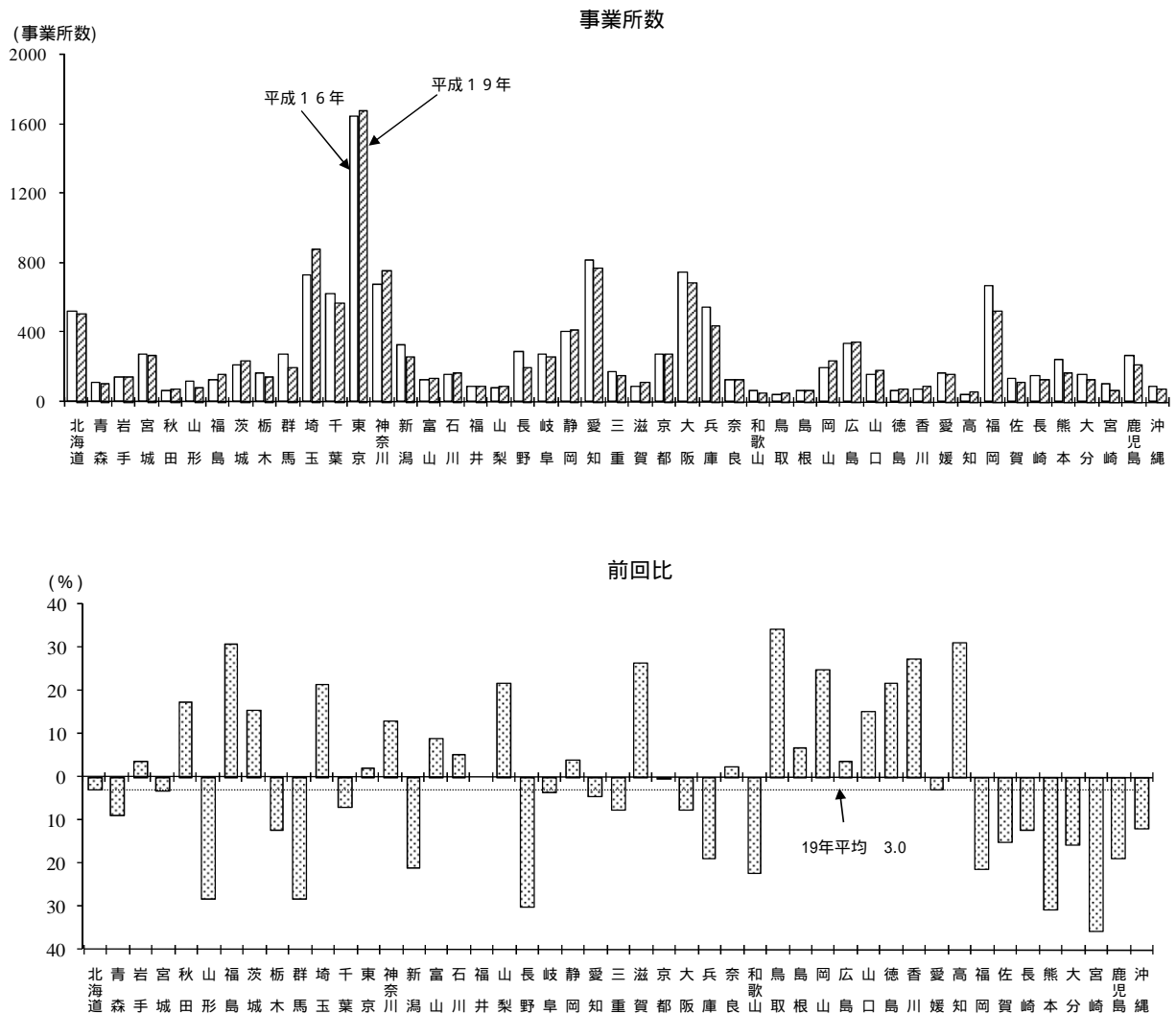
	事業所数				年間商品販売額(百万円)			
	16年	構成比(%)	19年	構成比(%)	16年	構成比(%)	19年	構成比(%)
ドラッグストア計	13,095	100.0	12,701	100.0	2,587,834	100.0	3,012,637	100.0
医薬品小売業(調剤薬局を除く)	9,985	76.3	8,819	69.4	1,837,931	71.0	1,914,793	63.6
調剤薬局	1,460	11.1	1,242	9.8	168,794	6.5	186,239	6.2
化粧品小売業	1,650	12.6	2,640	20.8	581,109	22.5	911,605	30.3

ドラッグストアの事業所数は1万2701事業所（前回比 3.0%減）となった。

都道府県別にみると、ドラッグストアが多いのは東京1678事業所（前回比1.9%増）、埼玉881事業所（同21.5%増）、愛知774事業所（同▲4.6%減）、神奈川759事業所（同13.1%増）、大阪686事業所（同7.8%減）、千葉573事業所（同▲7.1%減）の順で大都市及びその近郊に多くなっている。

前回比をみると、鳥取県（前回比34.2%増）、高知県（同31.0%増）、福島県（同30.9%増）など21県で増加、宮崎県（同35.9%減）、熊本県（同30.9%減）、長野県（同30.0%減）など25県で減少、福井県で横ばいとなっている（第9-4図）。

第9-4図 ドラッグストアの都道府県別事業所数、前回比

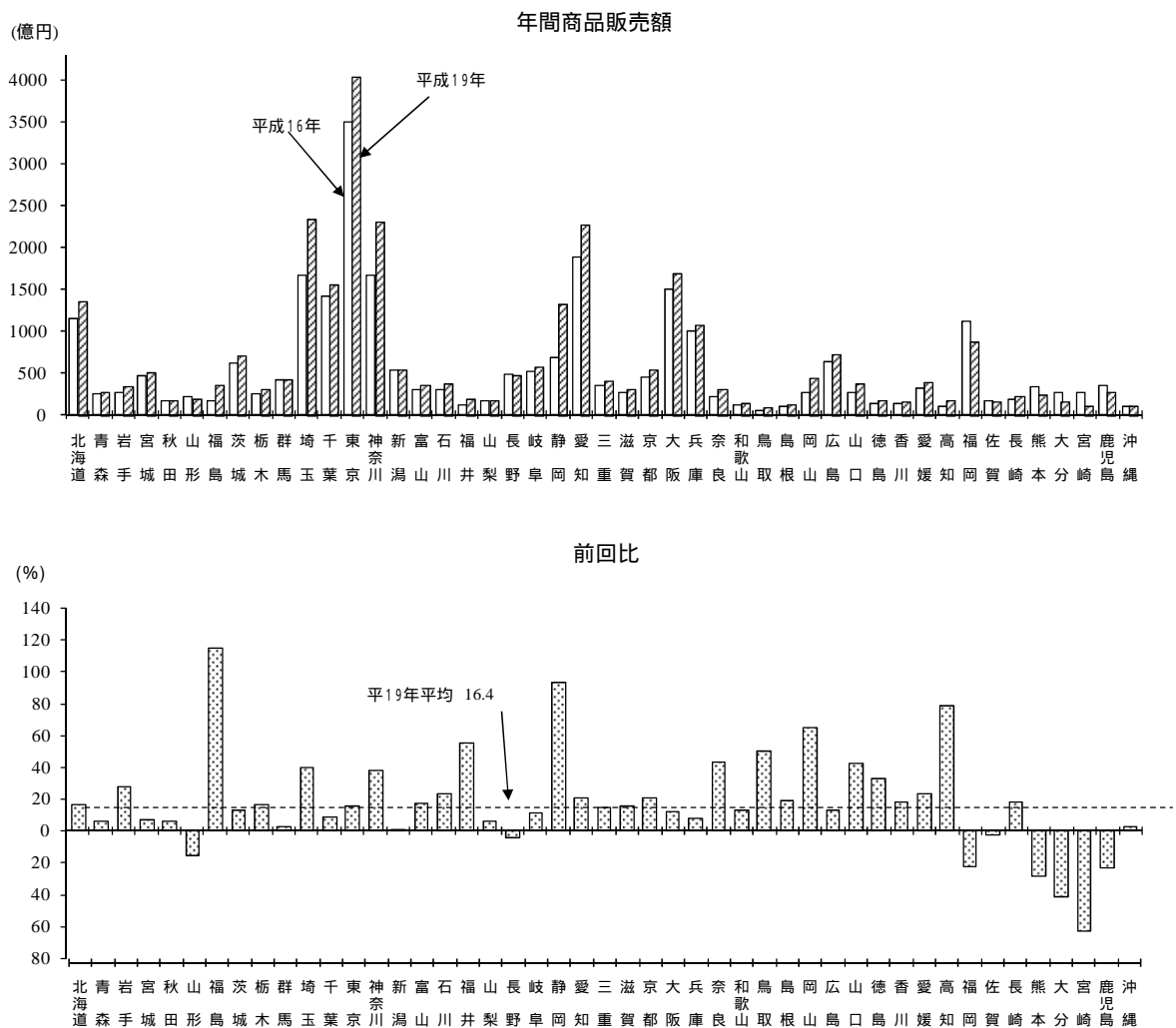


ドラッグストアの年間商品販売額は3兆126億円となった。

都道府県別にみると、東京4033億円（前年比15.5%増）、埼玉2330億円（同39.7%増）、神奈川県2299億円（同37.4%増）、愛知2258億円（同20.1%増）、大阪1686億円（同12.0%増）、千葉1542億円（同8.4%増）の順になっている。

前年比をみると、福島県（前年比114.7%増）、静岡県（同92.6%増）、高知（同78.4%増）など40県で増加、特に30県では2桁以上の伸びとなっている一方で、宮崎（同63.8%減）、大分（同41.8%減）、熊本（同29.3%減）など8県で減少となり、九州地方での減少が目立つ（第9-5図）。

第9-5図ドラッグストアの都道府県別年間商品販売額、前年比

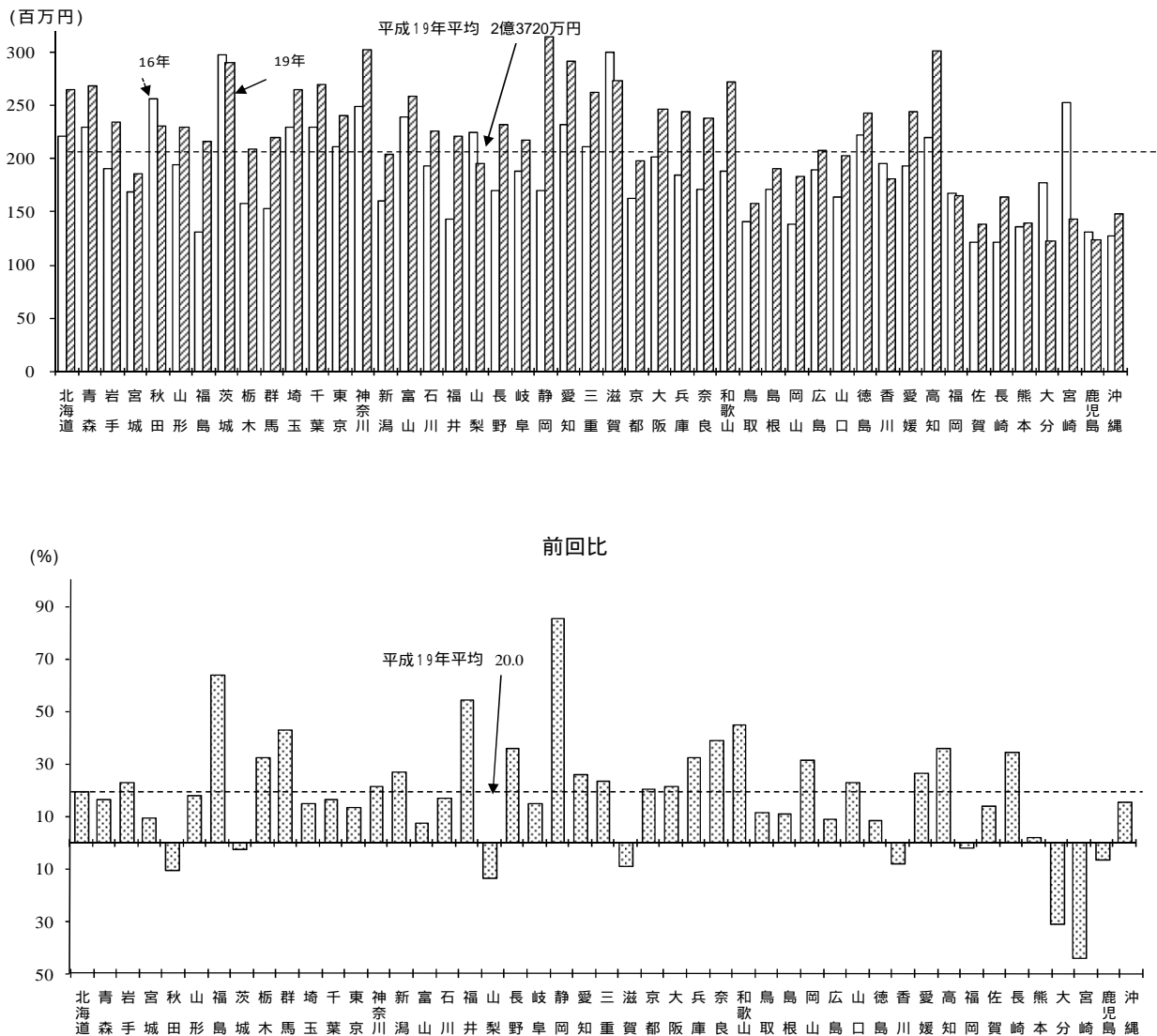


ドラッグストアの1事業所当たりの年間商品販売額は2億3720万円(前回比20.0%増)となった。

都道府県別にみると、静岡3億1457万円(前回比85.2%増)が最も多く、次いで神奈川3億296万円(同21.5%増)高知3億56万円(同36.2%増)愛知2億9176万円(25.8%増)茨城2億9072億円(同2.4%減)の順となっており、上位3県は3億円を超えている。

前回比でみると、静岡(前回比85.2%増)福島(同64.0%増)福井(同54.5%増)など38県で増加、宮崎(同43.6%減)大分(同30.9%減)山梨(同13.3%減)など9県で減少している(第9-6図)。

第9-6図 ドラッグストアの都道府県別1事業所当たり年間商品販売額、前回比



(3) ホームセンター

ホームセンターの事業所数は、DIY用品へのニーズの高まりや、生活雑貨、カー・レジャー用品、園芸、ペット用品等の品揃えの拡大等から大きな伸びを示してきたが今回調査では事業所数は2桁の減少、年間商品販売額、就業者数も減少となった。一方、売場面積は増加しており、店舗の大型化がみられる。住関連スーパーに占める割合をみると、事業所数の割合は減少しているものの、年間商品販売額の割合は増加している(第9-1表、第9-4表)。

第9-4表 ホームセンターの事業所数、年間商品販売額

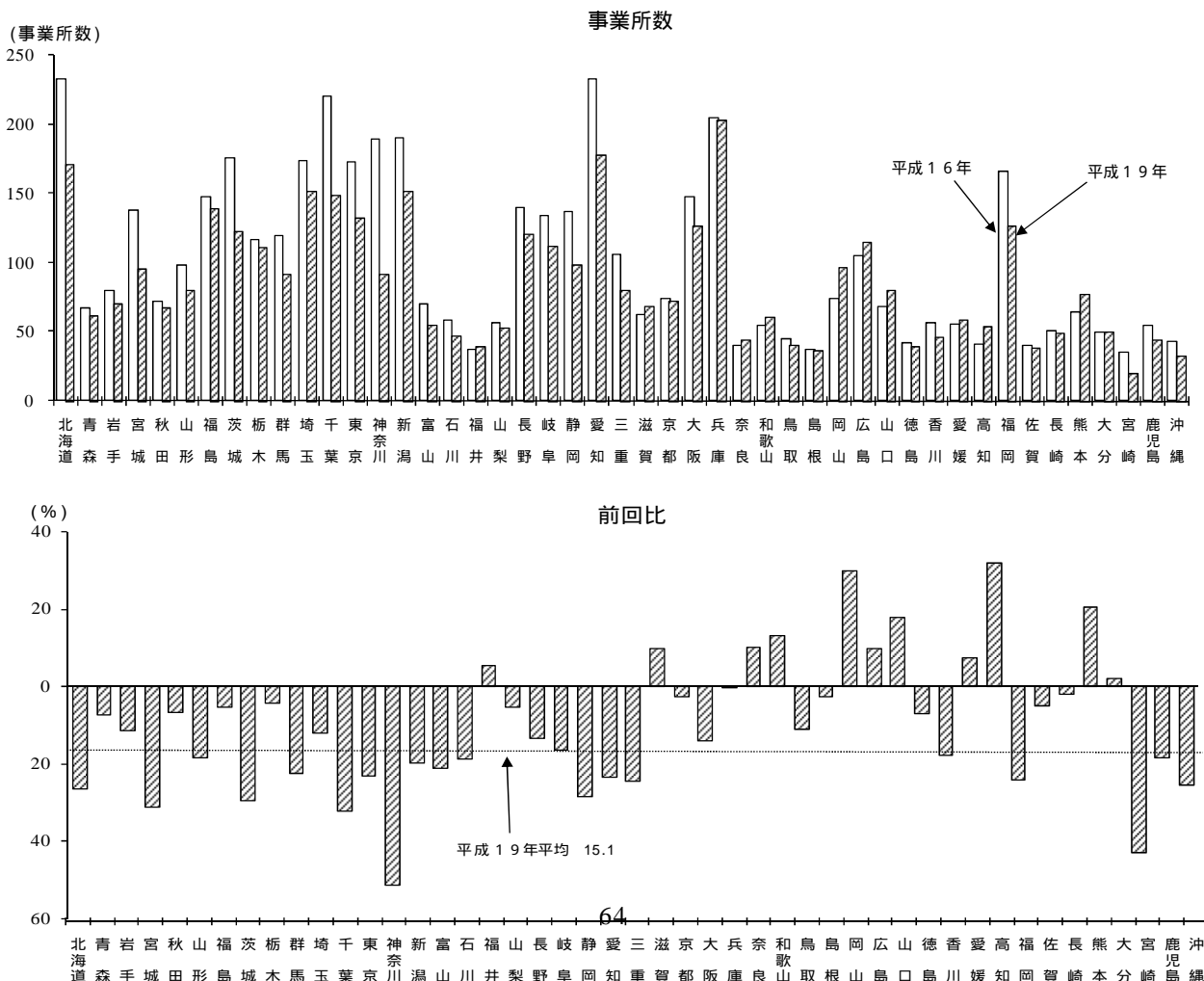
	事業所数					年間商品販売額				
	平成16年	構成比(%)	平成19年	構成比(%)	前回は(%)	平成16年(百万円)	構成比(%)	平成19年(百万円)	構成比(%)	前回は(%)
住関連スーパー	11,744	100.0	10,494	100.0	▲10.6	5,510,389	100.0	5,009,020	100.0	▲9.1
うち、ホームセンター	4,764	40.6	4,045	38.5	▲15.1	3,141,257	57.0	3,045,939	60.8	▲3.0

ホームセンターの事業所数は4045事業所(前回は15.1%減)となった。

都道府県別にみると、兵庫が203事業所(前回は0.5%減)と最も多く、次いで愛知178事業所(同23.6%減)、北海道171事業所(同26.6%減)、埼玉152事業所(同12.1%減)、新潟152事業所(同20.0%減)の順となっている。

前回はみると高知(前回は31.7%増)、岡山(同29.7%増)、熊本(同20.3%)など11県で増加、神奈川(同51.3%減)、宮崎(同42.9%減)、千葉(同32.3%減)など36県で減少となった(第9-7図)。

第9-7図 ホームセンターの都道府県別事業所数、前回は

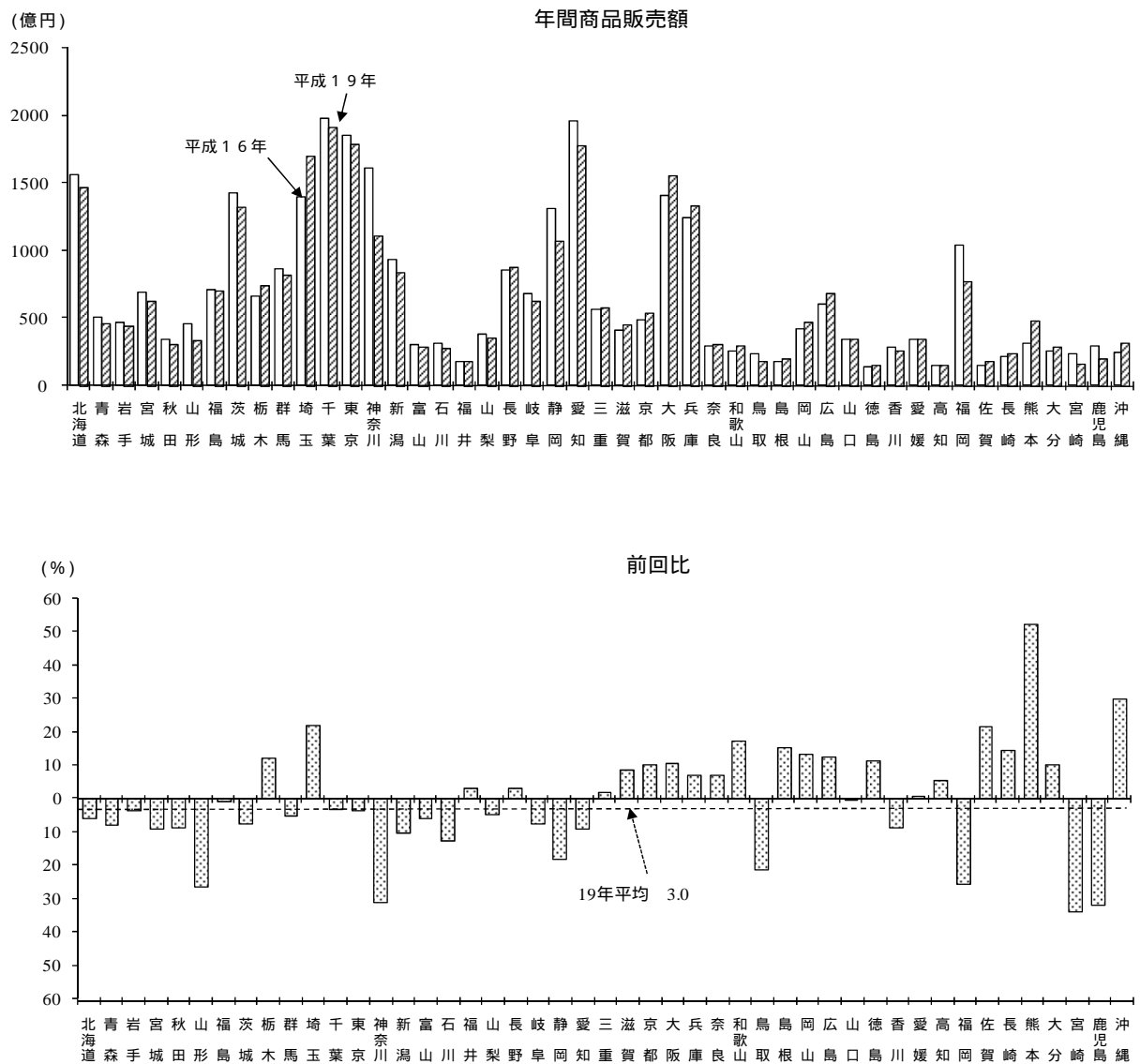


ホームセンターの年間商品販売額は3兆459億円（前年比 3.0%減）となった。

都道府県別にみると、千葉1909億円（前年比 3.3%減）、東京1787億円（同 3.6%減）、愛知1782億円（同 8.9%減）、埼玉1700億円（同 22.0%増）、大阪1557億円（同 10.8%増）の順で、大都市で多くなっている。

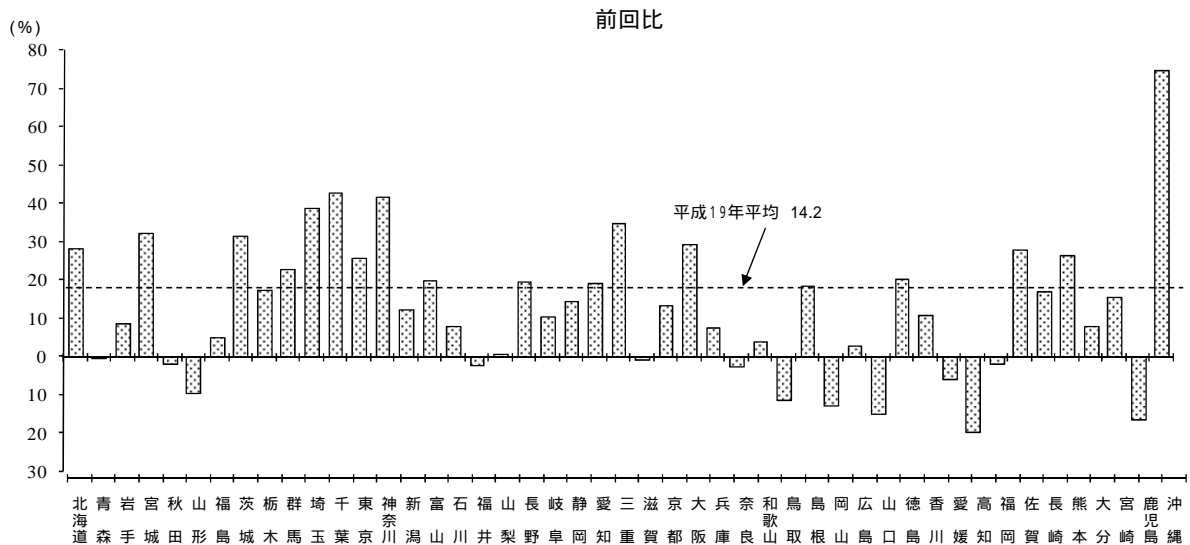
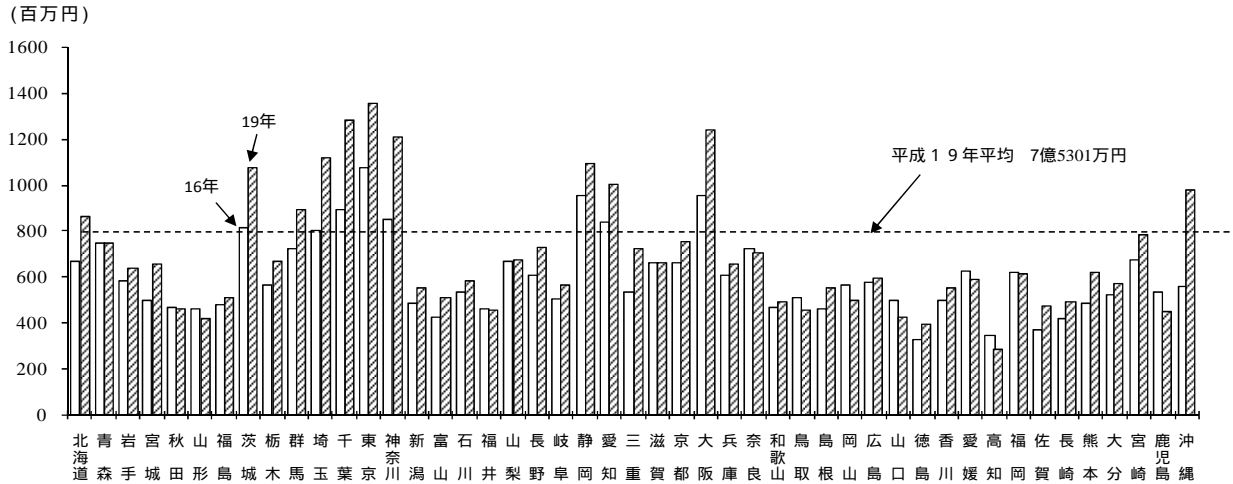
前年比をみると、熊本（前年比 52.3%増）、沖縄（同 29.9%増）、埼玉（同 22.0%増）、佐賀（同 21.6%増）など22県で増加、宮崎（同 33.9%減）、鹿児島（31.8%減）、神奈川（31.0%減）、山形（同 26.2%減）など25県では減少となっている（第9 - 8図）。

第9 - 8図 ホームセンターの都道府県別年間商品販売額、前年比



ホームセンターの1事業所当たりの年間商品販売額を都道府県別にみると、東京(13億5407万円)が最も多く、次いで千葉(12億8146万円)、大阪(12億3538万円)、神奈川(12億698万円)、埼玉(11億1863万円)、静岡(10億9067万円)、茨城(10億7245万円)、愛知(10億121万円)が10億円を超えている。平成16年調査では10億円を超える県は東京のみであったが、平成19年調査では8県で10億円を超えている。前回比でみると、沖縄、千葉、神奈川、埼玉、三重など34県で増加、高知、鹿児島、山口など13県で減少している(第9-9図)。

第9-9図 ホームセンターの都道府県別1事業所当たり年間商品販売額、前回比



ホームセンターの業種構成をみると、事業所数では建築材料、ペット・ペット用品などが含まれる「他に分類されない小売業」が76.2%と最も高く、次いで「家具・じゅう器・機械器具小売業」が15.2%、「農耕用品小売業」が5.8%の順となっている。年間商品販売額では「他に分類されない小売業」が80.6%を占め、次いで「家具・じゅう器・機械器具小売業」が14.8%、「書籍・文房具小売業」が2.2%、「農耕用品小売業」が1.8%の順となっている（第9 - 4表）。

第9 - 4表 ホームセンターの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
ホームセンター計	4,045	100.0	3,045,939	100.0
自動車・自転車小売業	3	0.1	478	0.0
家具・じゅう器・機械器具小売業	615	15.2	450,402	14.8
その他の小売業	3,427	84.7	2,595,059	85.2
医薬品・化粧品小売業	19	0.5	11,541	0.4
農耕用品小売業	236	5.8	55,022	1.8
燃料小売業	-	-	-	-
書籍・文房具小売業	78	1.9	67,113	2.2
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	13	0.3	5,285	0.2
写真機・写真材料小売業	-	-	-	-
時計・眼鏡・光学機械小売業	-	-	-	-
他に分類されない小売業	3,081	76.2	2,456,099	80.6

(4) コンビニエンスストア

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

平成19年の事業所数は、4万3684事業所で前年比2.2%の増加、年間商品販売額は7兆69億円で同1.2%の増加となった。事業所数の拡大に伴って就業者数も64万9427人、同1.1%の増加となった。この結果、小売業に占めるコンビニエンスストアの割合は、事業所数で3.8%、年間商品販売額で5.2%、就業者数で8.1%となっている。

また、コンビニエンスストアの終日営業店の割合が高まっている。平成19年の終日営業店の割合は84.3%となり、前年の80.6%から3.7ポイントの拡大となっている。この3年間に既存店においては終日営業店への切り替えが進展しており、また、新設店舗にあっても終日営業店の割合が極めて高いものとなっている(第9-5表)。

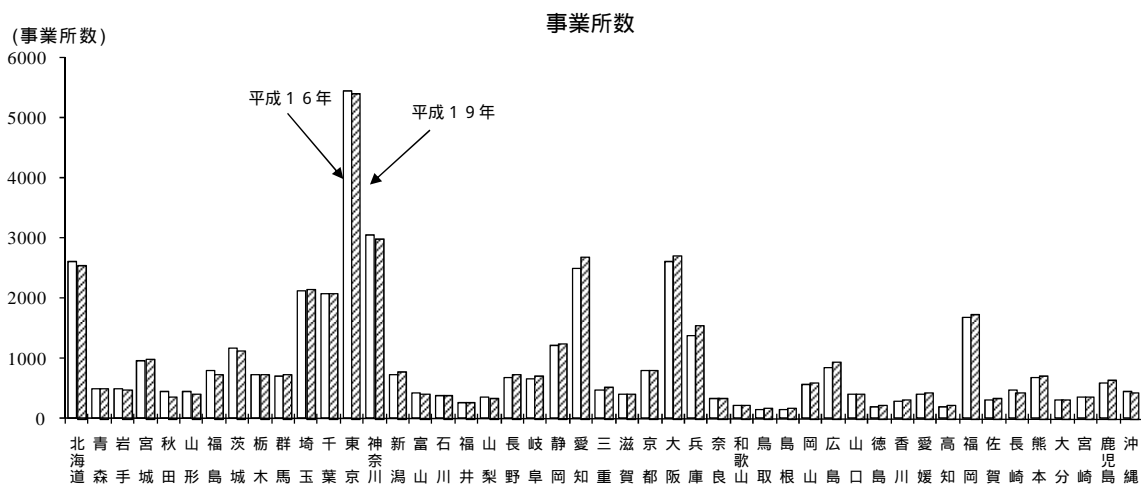
第9-5表 コンビニエンスストアの事業所数、年間商品販売額、就業者数

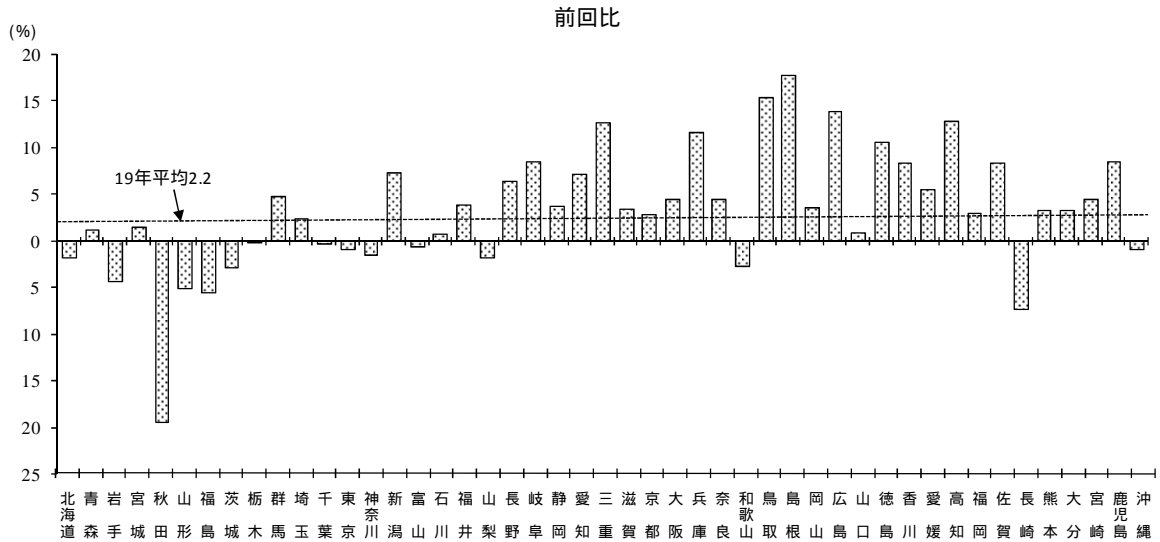
	事業所数					年間商品販売額					就業者数				
	平成16年	構成比(%)	平成19年	構成比(%)	前回比(%)	平成16年(百万円)	構成比(%)	平成19年(百万円)	構成比(%)	前回比(%)	平成16年(人)	構成比(%)	平成19年(人)	構成比(%)	前回比(%)
コンビニエンスストア	42,738	100.0	43,684	100.0	2.2	6,922,202	100.0	7,006,872	100.0	1.2	642,147	100.0	649,427	100.0	1.1
終日営業店	34,453	80.6	36,808	84.3	6.8	6,079,435	87.8	6,246,597	89.1	2.7	568,670	88.6	582,835	89.7	2.5
終日営業店以外	8,285	19.4	6,876	15.7	▲17.0	842,767	12.2	760,275	10.9	▲9.8	73,477	11.4	66,592	10.3	▲9.4

コンビニエンスストアの事業所数は4万3684事業所(前年比2.2%増)となった。

都道府県別にみると、東京5409事業所(前年比0.8%減)、神奈川2991事業所(同1.5%減)、大阪2719事業所(同4.6%増)、愛知2677事業所(同7.2%増)、北海道2547事業所(同1.8%減)の順で、大都市に多いが、その伸び率は鈍化している(第9-10図)。

第9-10図 コンビニエンスストアの都道府県別事業所数、前回比



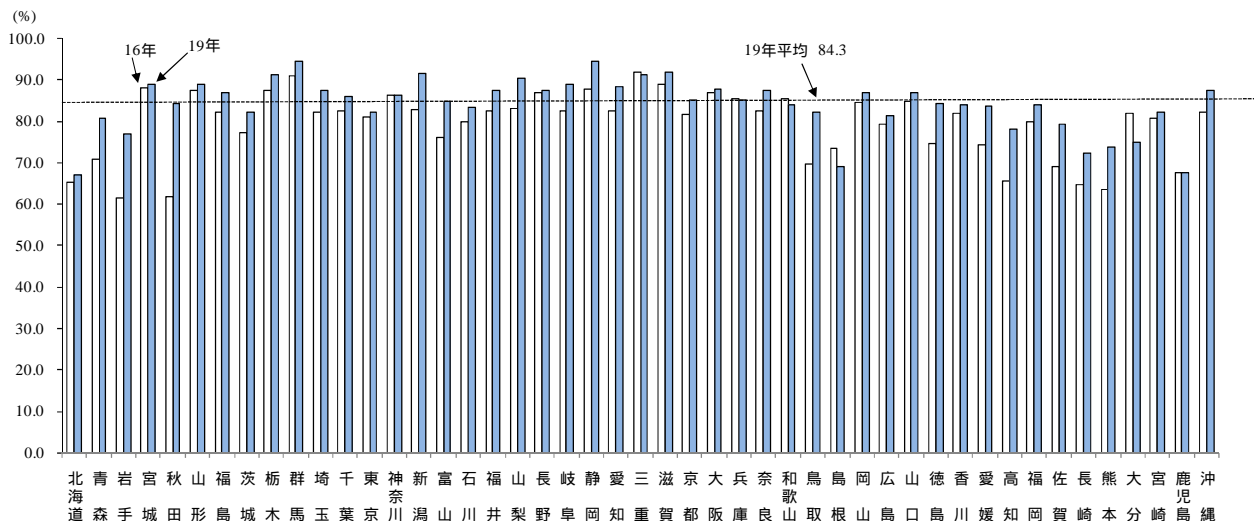


コンビニエンスストアの終日営業店割合は 84.3%となり前回から 3.7%ポイントの増加となった。

都道府県別にみると、静岡が 94.6%と最も高く、次いで群馬（同 94.4%）、滋賀（同 91.8%）、新潟（同 91.5%）、栃木、三重（同 91.3%）、山梨（同 90.5%）の 7 県が 9 割を超え、前回調査の 2 県から増加している。そのほか 31 県で 8 割を上回っていて、終日営業化が進んでいる。

地域別にみると、コンビニエンスストアの多い東京などの大都市よりも、むしろその近郊や郊外の生活圏で終日営業店の割合が高いことが特徴である。また秋田（前回差 22.5%ポイント増）、岩手（同 15.5%ポイント増）、鳥取（同 12.6%ポイント増）、高知（同 12.5%ポイント増）、熊本（同 10.3%ポイント増）、佐賀（同 10.2%ポイント増）、青森（同 10.0%ポイント増）など終日営業店割合が低かった県で割合が伸びている（第 9 - 11 図）。

第 9 - 11 図 都道府県別コンビニエンスストアの終日営業店割合

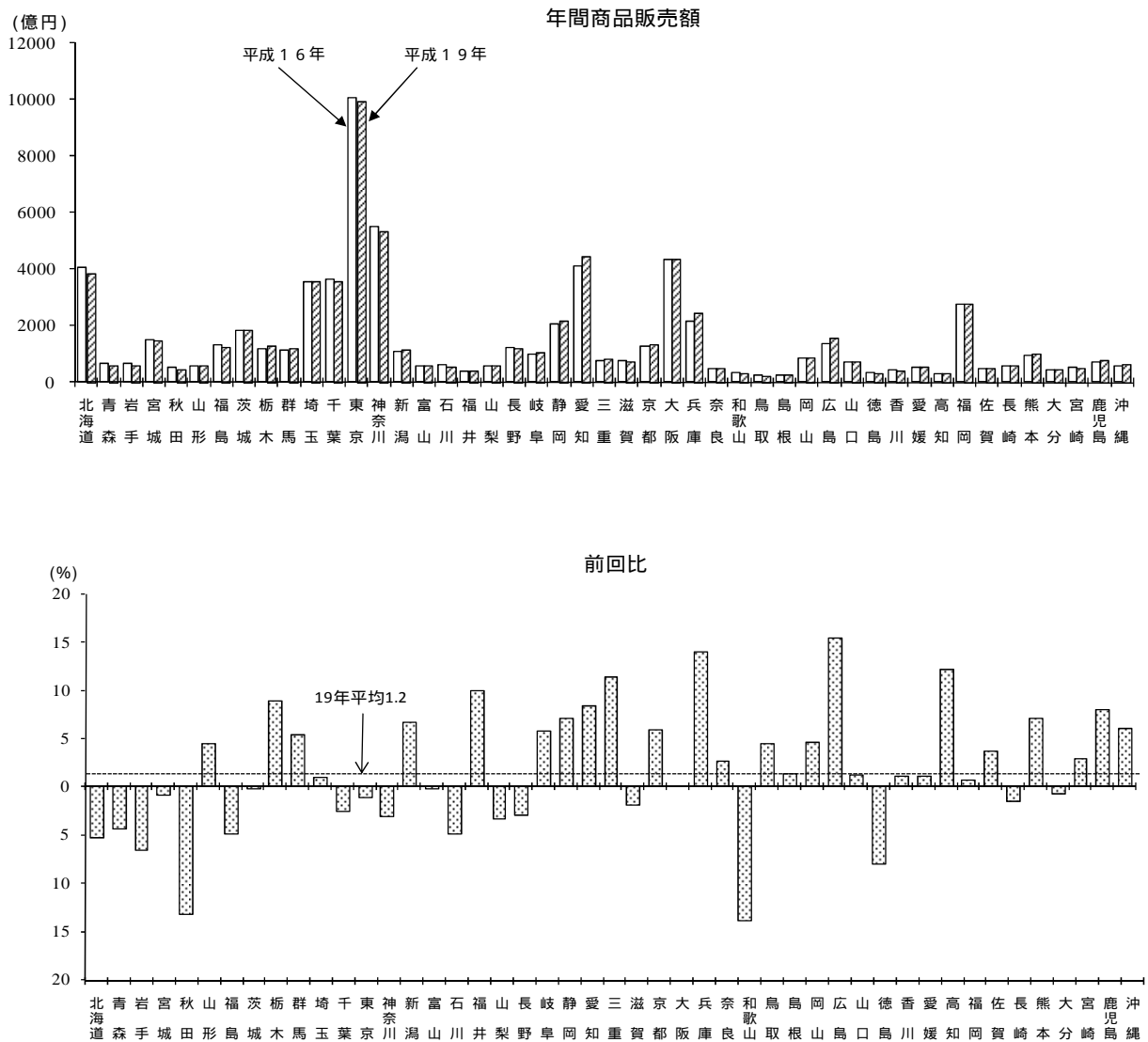


コンビニエンスストアの年間商品販売額は7兆69億円（前年比1.2%増）となった。

都道府県別にみると、東京9931億円（前年比1.2%減）、神奈川5325億円（同3.1%減）、愛知4436億円（同8.4%増）、大阪4336億円（同横ばい）、北海道3837億円（同5.4%減）の順となっている。

前年比をみると、広島（前年比15.4%増）、兵庫（同14.0%増）、高知（同12.1%増）、三重（同11.4%増）など27県で増加、和歌山（同13.9%減）、秋田（同13.3%減）、徳島（同8.1%減）など19県で減少、大阪は横ばいとなった。

第9-12図コンビニエンスストアの都道府県別年間商品販売額、前年比

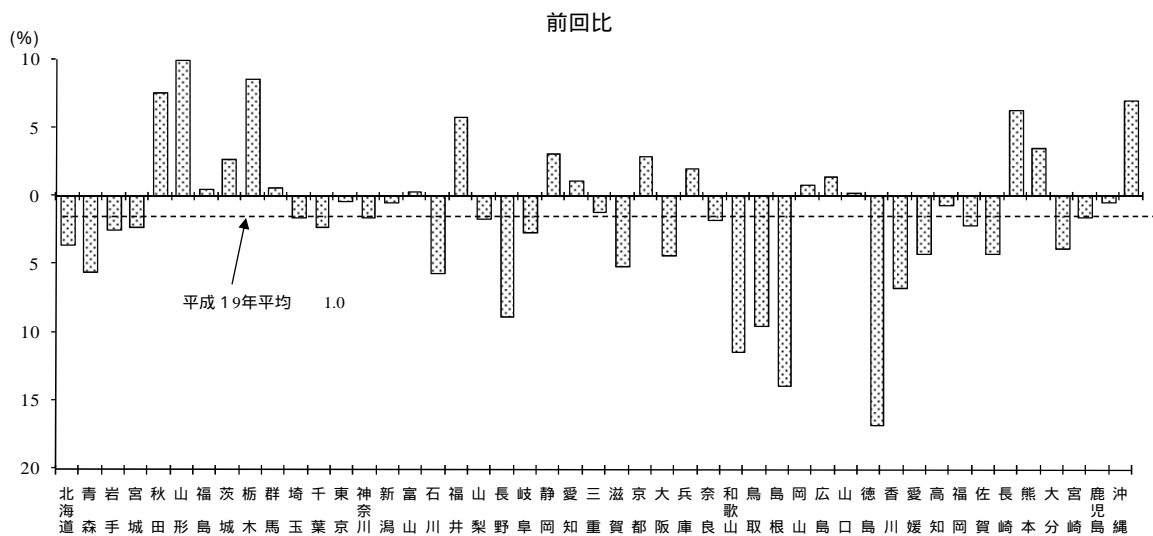
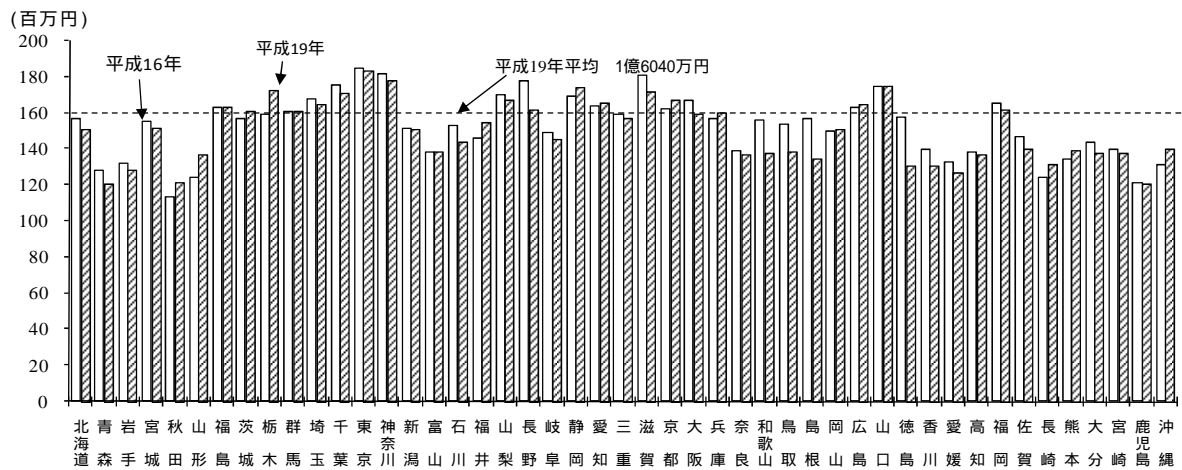


コンビニエンスストアの1事業所当たりの年間商品販売額は1億640万円(前回比 1.0%減)となった。

都道府県別にみると、東京1億8360万円(前回比 0.4%減)が最も多く、次いで神奈川1億7805万円(同 1.6%減)、山口1億7495万円(同 0.2%増)、静岡1億7402万円(同 3.1%増)、栃木1億7251万円(同 8.6%増)の順となっている。

前回比をみると、山形(前回比 10.0%増)、栃木(同 8.6%増)、秋田(同 7.6%増)、沖縄(同 7.0%増)、長崎(同 6.3%増)など18県で増加し、徳島(同 16.9%減)、島根(同 14.0%減)、和歌山(同 11.5%減)、鳥取(同 9.6%減)、長野(同 8.9%減)など29県で減少している(第9-13図)。

第9-13図 コンビニエンスストアの都道府県別1事業所当たり年間商品販売額、前回比



コンビニエンスストアの業種構成比をみると、「飲食料品小売業」が事業所数で97.6%、年間商品販売額でも97.8%とそのほとんどを占めている。産業分類ではコンビニエンスストアに該当しないが、業態ではコンビニエンスストアに格付けされた業種は事業所数では「書籍・文房具小売業」が、年間商品販売額では「各種商品小売業」、「書籍・文具小売業」が大きくなっている（第9-14図）。

第9-14図 コンビニエンスストアの業種別事業所数、年間商品販売額の割合

	事業所数		年間商品販売額	
		構成比(%)	(百万円)	構成比(%)
コンビニエンスストア計	43,684	100.0	7,006,872	100.0
各種商品小売業	111	0.3	13,529	0.2
織物・衣服・身の回り品小売業	6	0.0	695	0.0
飲食料品小売業	42,644	97.6	6,856,201	97.8
自動車・自転車小売業	-	-	-	-
家具・じゅう器・機械器具小売業	4	0.0	562	0.0
その他の小売業	919	2.1	135,886	1.9
医薬品・化粧品小売業	49	0.1	6,573	0.1
農耕用品小売業	3	0.0	328	0.0
燃料小売業	-	-	-	-
書籍・文房具小売業	158	0.4	12,522	0.2
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	29	0.1	3,322	0.0
写真機・写真材料小売業	-	-	-	-
時計・眼鏡・光学機械小売業	-	-	-	-
他に分類されない小売業	680	1.6	113,142	1.6

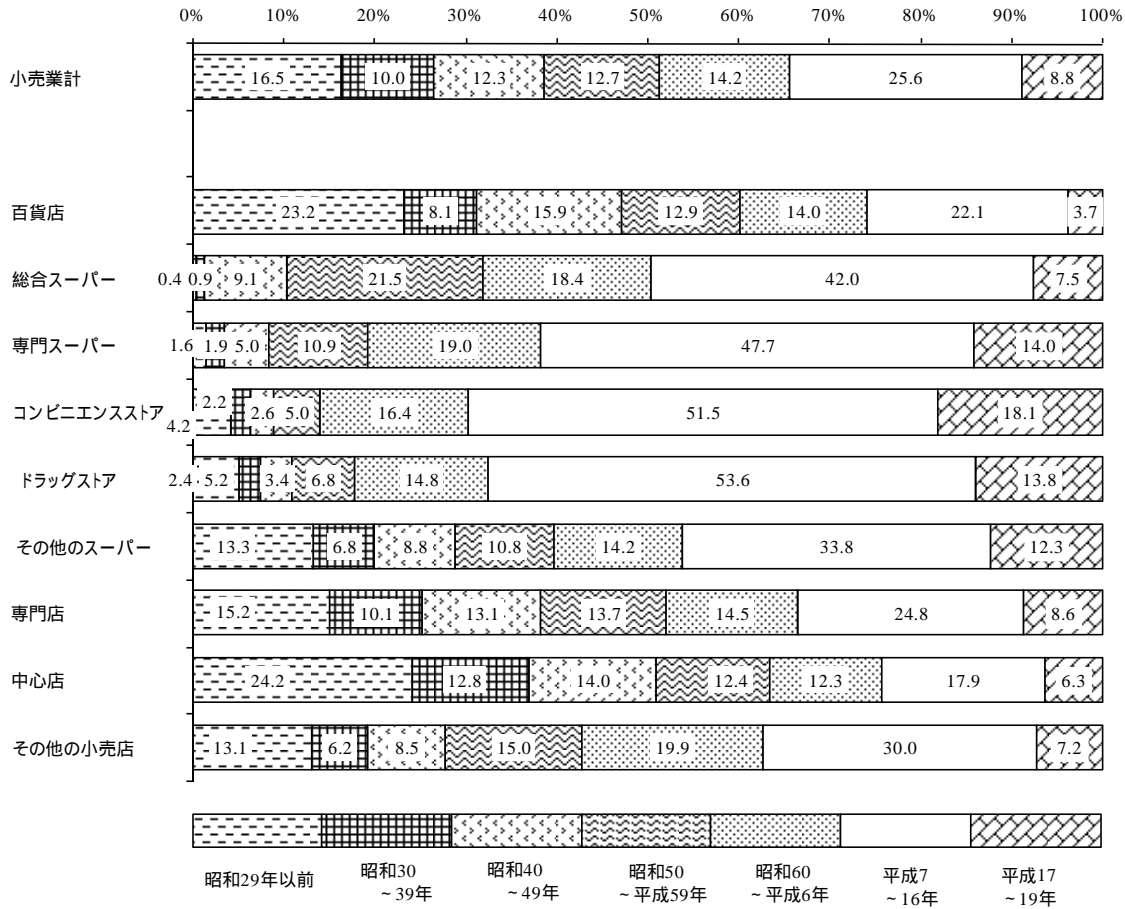
トピックス2 業態別にみた開設年別事業所数の状況

ここでは、事業所の開設年について、業態別にみていくこととする。なお、業態の格付け及び平成19年のデータは、調査を実施した平成19年6月1日現在のものである（以下同じ）。

(1) 開設年別にみた事業所数

事業所の開設年を昭和29年以前と昭和30年以降は10年ごとに区切ってしてみると、消費者ニーズにマッチした業態の開設や新たな店舗展開などから、ほとんどの業態で平成7年以降の開設割合が最も高くなっている。

第10-1図 業態別、年代別の開設事業所割合



百貨店の開設割合は、昭和30年代を除く年代でいずれも1割を超え、一定の開設がみられる。このうち、昭和29年以前の割合は、老舗が多いことから最も高い割合となっている。また、次いで、企業の再編などにより、平成7年以降の開設も高い割合となっている。

総合スーパーは、昭和40年以降の開設が98.5%とほとんどを占めている。特にバブル崩壊以降、企業の再編等も進んだことから平成7年以降の開設が半数近くとなっている。

専門スーパーは、昭和40年以降の開設が96.6%を占めており、年代を追うごとに開設事業所数が大きく増加、平成17年以降の開設も進んでいる。主力の食料品スーパーのほか、専門性を持った商品を取り扱うホームセンターや低価格で品揃えが豊富な衣料品スーパーの開設などから、平成7年以降の開設割合は61.7%と6割を超えている。

コンビニエンスストアは、平成7年以降の開設割合が69.6%と最も高い業態である。また、平成17年以降の開設割合も最も高くなっている。

ドラッグストアは昭和50年以降の開設が89.0%と9割近くを占めている。このうち、平成7年以降の開設は67.4%とコンビニエンスストアに次いで高い割合となっており、高齢化や健康ブーム、化粧品販売の拡大を背景に成長している。

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

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

事業所数が最も多い専門店は、各期間の開設割合がいずれも1割以上を占め、その割合は年代を追うごとに拡大し、平成7年以降では3割を超えている。

個人事業所が多い中心店は、昭和29年以前の開設割合(24.2%)が最も高い業態である。いずれの年代も1割以上を占めているものの、平成7年以降が高くなっている(第10-1図)。

平成7年以降の開設状況をみると、39万853事業所の開設事業所のうち6割弱が専門店、2割弱が中心店となっている。

年次別に調査を行っている平成15年以降の開設事業所数をみると、専門スーパー、コンビニエンスストア、その他のスーパー、専門店、中心店、その他の小売店で平成18年の開設事業所が多くなっている(第10-2図)。

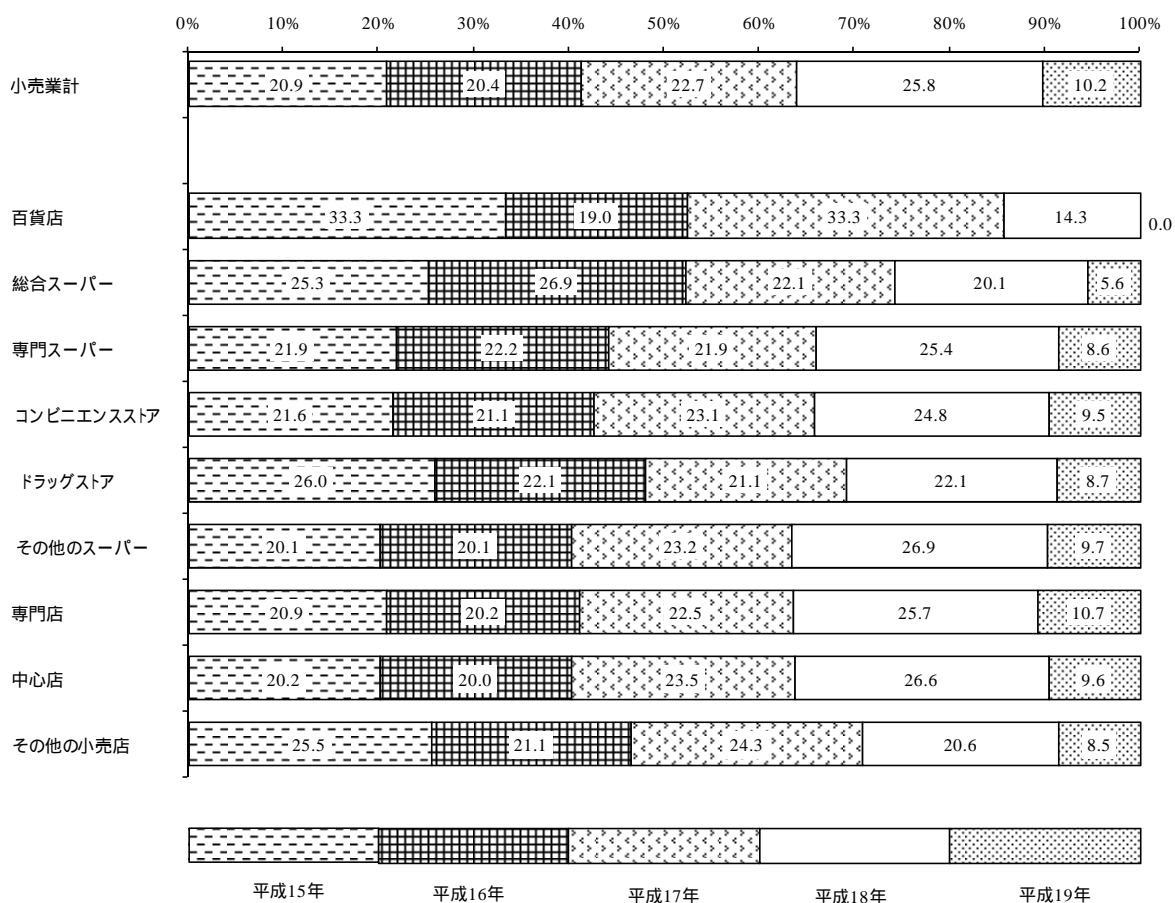
第10-2図 平成7年以降の業態別開設事業所数及び構成比

業 態 別	平成7年以降の開設事業所													
	計		平成7～14年		平成15年		平成16年		平成17年		平成18年		平成19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	390,853	100.0	220,441	100.0	35,681	100.0	34,706	100.0	38,759	100.0	43,897	100.0	17,369	100.0
1.百貨店	70	0.0	49	0.0	7	0.0	4	0.0	7	0.0	3	0.0	0	0.0
2.総合スーパー	785	0.2	536	0.2	63	0.2	67	0.2	55	0.1	50	0.1	14	0.1
3.専門スーパー	21,917	5.6	13,035	5.9	1,946	5.5	1,973	5.7	1,943	5.0	2,256	5.1	764	4.4
4.コンビニエンスストア	30,380	7.8	16,622	7.5	2,965	8.3	2,901	8.4	3,173	8.2	3,415	7.8	1,304	7.5
5.ドラッグストア	8,554	2.2	5,176	2.3	879	2.5	747	2.2	712	1.8	747	1.7	293	1.7
6.その他のスーパー	25,619	6.6	14,199	6.4	2,294	6.4	2,292	6.6	2,645	6.8	3,076	7.0	1,113	6.4
7.専門店	231,881	59.3	130,432	59.2	21,202	59.4	20,461	59.0	22,862	59.0	26,038	59.3	10,886	62.7
8.中心店	70,962	18.2	39,954	18.1	6,262	17.5	6,209	17.9	7,302	18.8	8,261	18.8	2,974	17.1
9.その他の小売店	685	0.2	438	0.2	63	0.2	52	0.1	60	0.2	51	0.1	21	0.1

(注) 平成19年は、調査を実施した6月1日現在のデータである。

平成15年以降の開設事業所割合をみると、百貨店は平成16年の開設が少なかったものの、それ以外はどの業態も平成15年から平成18年の各年20%台の開設となっている(第10-3図)。

第10-3図 業態別、年代別の開設事業所割合



(注) 開設事業所割合は、業態ごとに当該年の開設事業所数を平成15年以降の開設事業所数で除したものである。なお、平成19年は、調査を実施した6月1日現在のデータによる。