

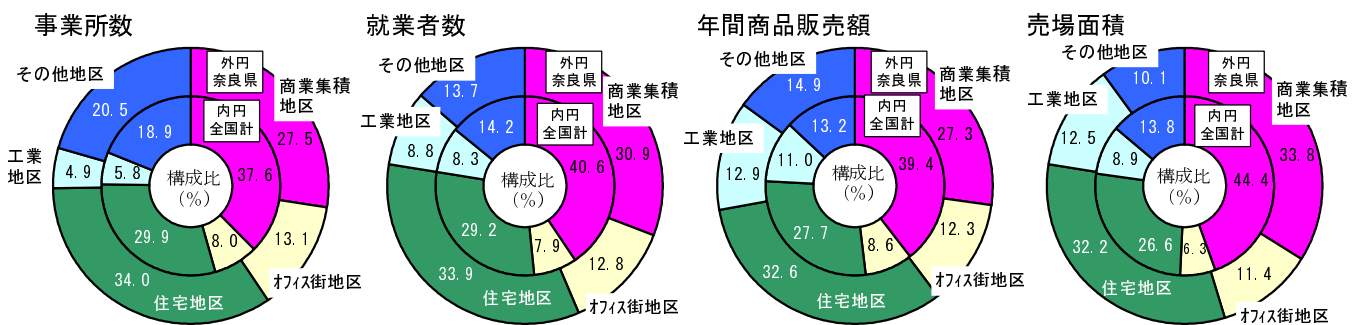
2 立地環境特性別の状況

* 県内小売業を立地環境特性別にみると、全国に比べて商業集積地区のシェアが低く、住宅地区・オフィス街地区のシェアが高い。
 * 前回と比べると、工業地区で4指標のすべてが増加。また、ロードサイド型商業集積地区では年間商品販売額が大幅増加。

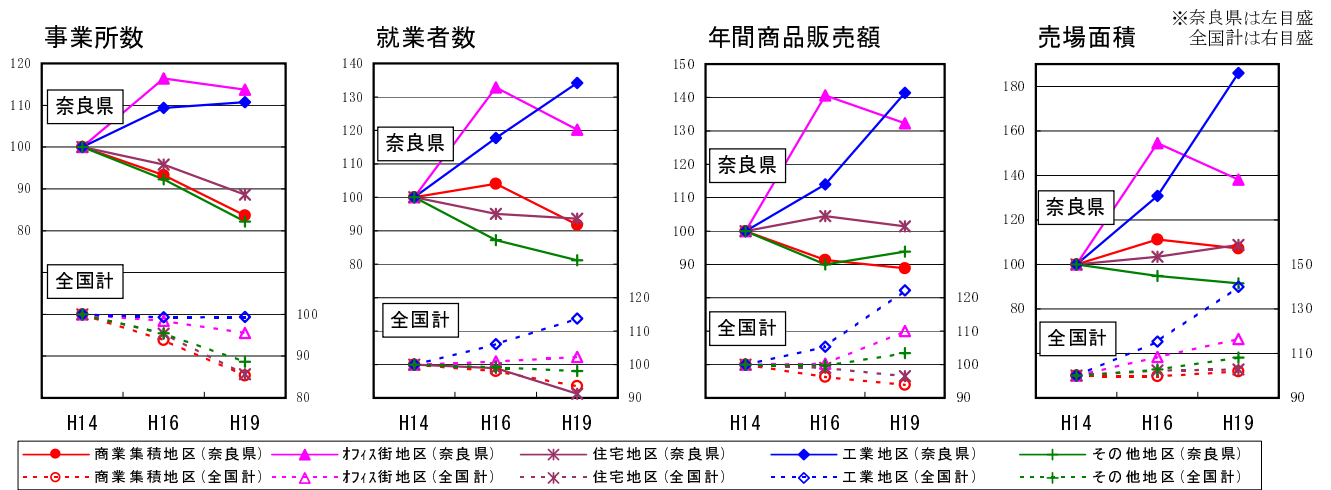
奈良県の小売業を立地環境特性地区(以下「特性地区」という。)別にみると、事業所数、就業者数、年間商品販売額、売場面積のいずれにおいても商業集積地区の占めるシェアは低く、全国計より10ポイント程度下回っています。その一方で、オフィス街地区と住宅地区のシェアが全国計より4～5ポイント程度上回っています。

4指標を特性地区別に前回と比べると、工業地区では4指標すべてが全国計の増加率を上回る増加を示しました。一方、それ以外の地区は総じて低迷し、特に商業集積地区とオフィス街地区では4指標すべてが減少しました。また、商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型で年間商品販売額が大幅増加しました。

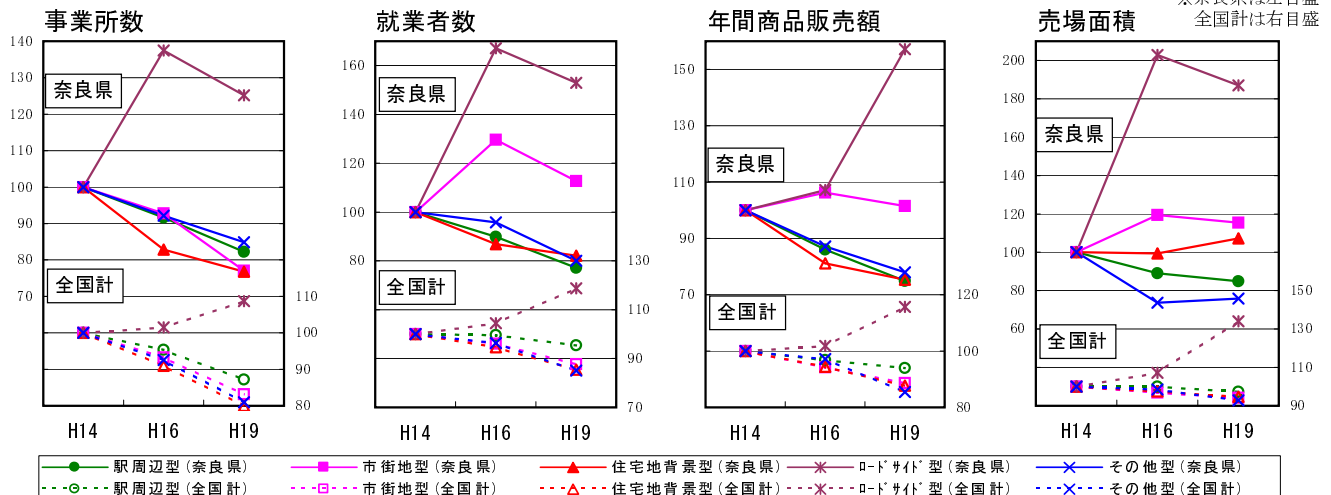
第1-1図 事業所数・就業者数・年間商品販売額・売場面積の立地環境特性地区別構成比 対全国比較 (H19年)



第1-2図 立地環境特性地区別の事業所数・就業者数・年間商品販売額・売場面積の推移 (過去3調査。H14年=100)



※商業集積地区の内訳別



(1) 事業所数

- * 事業所数は、住宅地区が3割を超え、商業集積地区も3割近くを占める。
- * 前回と比べると、工業地区は横ばい、その他の地区では減少。

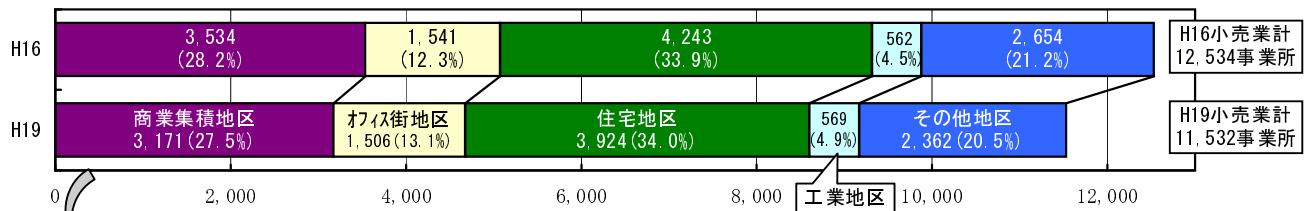
平成19年調査における小売業全体の事業所数は11,532事業所ですが、これを特性地区別にみると、住宅地区が全体の34.0% (3,924事業所) を占めて最も多く、次いで商業集積地区 (27.5%、3,171事業所)、その他地区 (20.5%、2,362事業所) の順となっています。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型が小売業全体の14.5% (1,670事業所) を占めて最も多く、住宅地背景型 (5.5%、630事業所) がこれに次いで多くなっています。

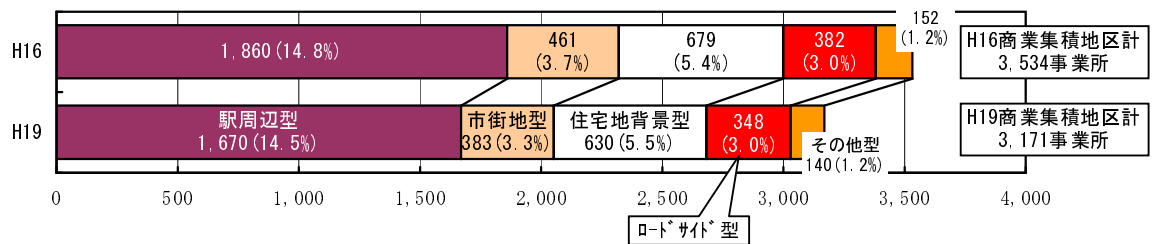
前回と比べると、工業地区 (+7事業所、+1.2%) でわずかに増加した以外は、すべての特性地区で減少しており、小売業全体で1,002事業所の減少 (△8.0%) となりました。

商業集積地区の内訳をみると、すべての型で事業所数が減少しました。

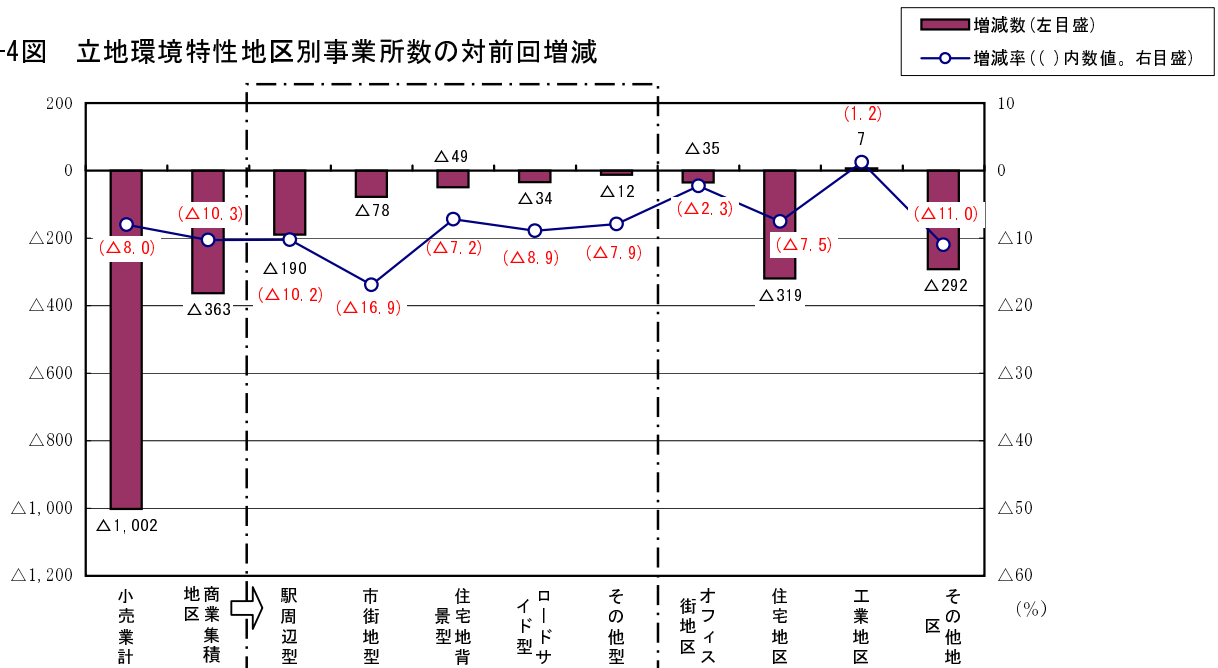
第1-3図 立地環境特性地区別事業所数の対前回比較 ※ () 内は小売業全体に占める構成比



※商業集積地区の内訳別 ※ () 内は小売業全体に占める構成比



第1-4図 立地環境特性地区別事業所数の対前回増減



<① 経営組織別>

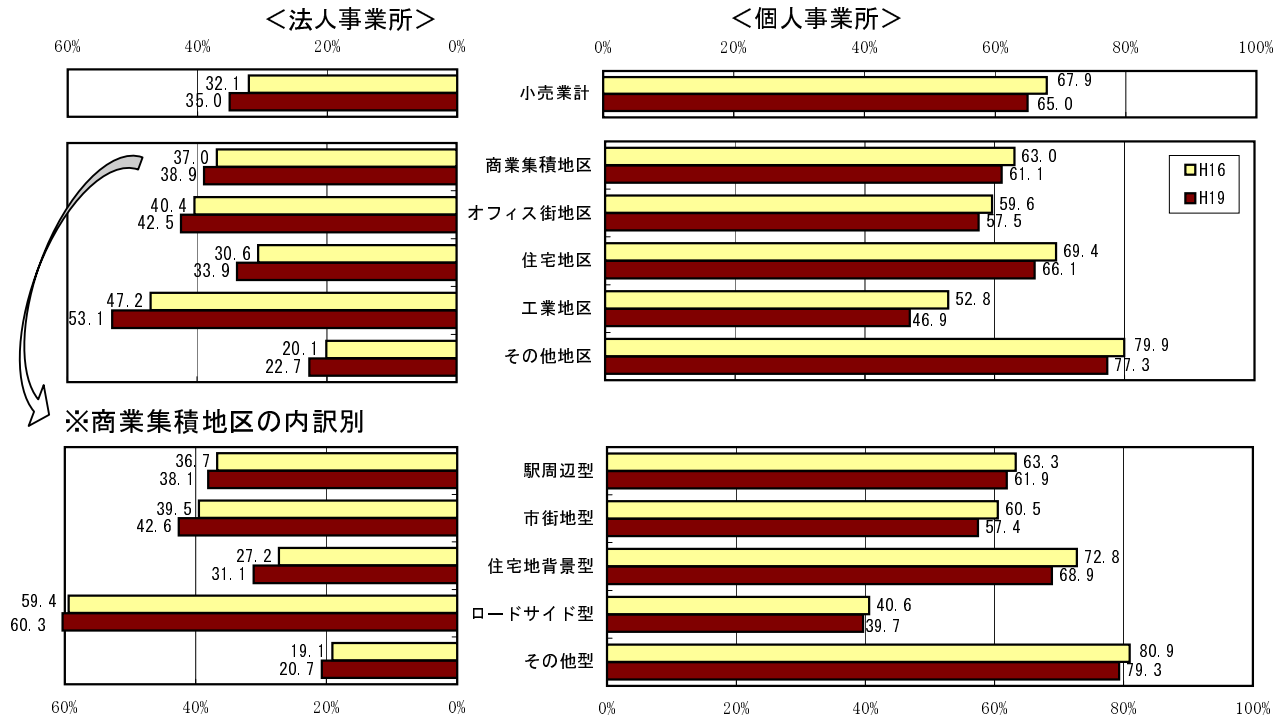
経営組織別にみると、小売業全体では個人事業所の割合が65.0%、法人事業所が35.0%となっていますが、特性地区別にみると、工業地区では法人事業所が5割を超え、それ以外の特性地区では個人事業所が6割～8割近くを占めています。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型では法人事業所の割合が6割を超えていますが、それ以外の型では個人事業所が6割弱～8割を占めています。

構成比を前回と比較すると、小売業全体で法人事業所の割合が2.9ポイント拡大していますが、特性地区別にみてもすべての地区で法人事業所の割合が拡大しています。

商業集積地区の内訳をみても、すべての型で法人事業所の割合が拡大しています。

第1-5図 立地環境特性地区別事業所数の経営組織別構成比(対前回比較)



<② 業種別>

特性地区別に業種別の構成比をみると、飲食料品小売業と生活必需品や日用品を扱っているその他の小売業の割合はすべての特性地区で高く、いずれの特性地区もこの2業種で6～8割近くを占めています。このうち、居住地に近いその他地区や住宅地区では、飲食料品小売業の事業所数が4割近くを占めています。

織物・衣服・身の回り品小売業の割合は、商業集積地区が他の特性地区に比べて高く3割近くを占めており、内訳をみても、住宅地背景型を除く全ての型で3割前後を占めています。

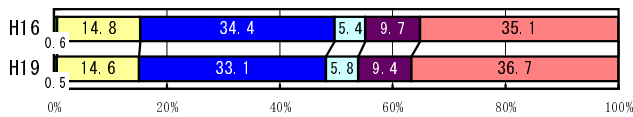
自動車・自転車小売業の割合は、工業地区が群を抜いて高く2割近くを占めていますが、これは、広い敷地面積の確保が可能なためと考えられます。

家具・じゅう器・機械器具小売業の割合は、いずれの特性地区でも1割前後となっています。

前回と比較すると、工業地区では家具・じゅう器・機械器具小売業などで増加し、地区合計でも増加していますが、その他の特性地区ではほとんどの業種で減少となっています。

第1-6図 立地環境特性地区別事業所数の業種別構成比(対前回比較)

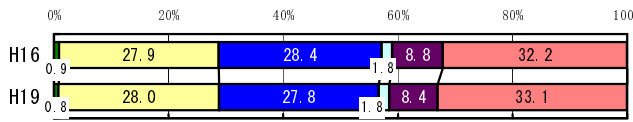
小売業計



<凡例>

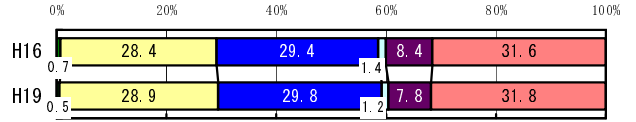


商業集積地区

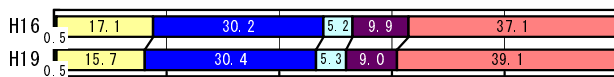


※商業集積地区の内訳別

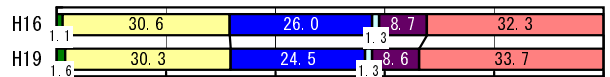
駅周辺型



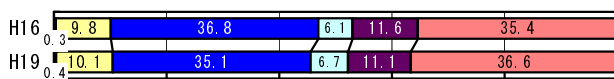
オフィス街地区



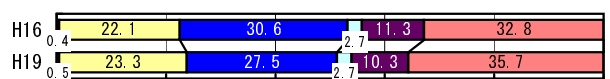
市街地型



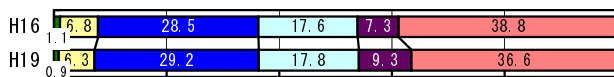
住宅地区



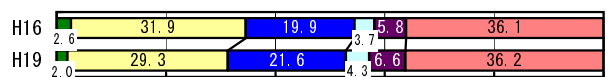
住宅地背景型



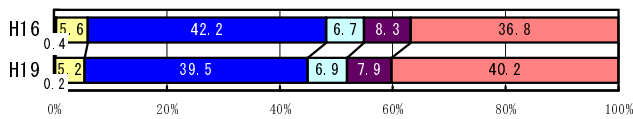
工業地区



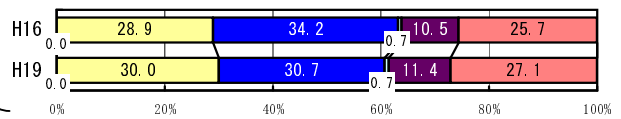
ロードサイド型



その他地区



その他型



第1表 立地環境特性地区別・業種別事業所数の前回増減 ※()内は増減率

特性地区別	合計	各種商品	繊維・衣服・身の回り品	飲食料品	自動車・自転車	家具・じゅう器・機械器具	その他の小売業
小売業計	△1,002 (△8.0%)	△11 (△15.9%)	△172 (△9.3%)	△495 (△11.5%)	△15 (△2.2%)	△138 (△11.3%)	△171 (△3.9%)
商業集積地区	△363 (△10.3%)	△6 (△19.4%)	△97 (△9.8%)	△120 (△12.0%)	△7 (△10.8%)	△45 (△14.4%)	△88 (△7.7%)
駅周辺型	△190 (△10.2%)	△4 (△30.8%)	△47 (△8.9%)	△49 (△9.0%)	△6 (△23.1%)	△27 (△17.2%)	△57 (△9.7%)
市街地型	△78 (△16.9%)	+1 (+20.0%)	△25 (△17.7%)	△26 (△21.7%)	△1 (△16.7%)	△7 (△17.5%)	△20 (△13.4%)
住宅地背景型	△49 (△7.2%)	0 (0.0%)	△3 (△2.0%)	△35 (△16.8%)	△1 (△5.6%)	△12 (△15.6%)	+2 (+0.9%)
ロードサイド型	△34 (△8.9%)	△3 (△30.0%)	△20 (△16.4%)	△1 (△1.3%)	+1 (+7.1%)	+1 (+4.5%)	△12 (△8.7%)
その他型	△12 (△7.9%)	- (-)	△2 (△4.5%)	△9 (△17.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	△1 (△2.6%)
オフィス街地区	△35 (△2.3%)	0 (0.0%)	△28 (△10.6%)	△8 (△1.7%)	0 (0.0%)	△17 (△11.1%)	+18 (+3.2%)
住宅地区	△319 (△7.5%)	2 (+14.3%)	△20 (△4.8%)	△186 (△11.9%)	+4 (+1.6%)	△55 (△11.2%)	△64 (△4.3%)
工業地区	+7 (+1.2%)	△1 (△16.7%)	△2 (△5.3%)	+6 (+3.8%)	+2 (+2.0%)	+12 (+29.3%)	△10 (△4.6%)
その他地区	△292 (△11.0%)	△6 (△54.5%)	△25 (△16.9%)	△187 (△16.7%)	△14 (△7.9%)	△33 (△15.0%)	△27 (△2.8%)

(2) 就業者数

- * 就業者数は、商業集積地区・住宅地区がそれぞれ3割超を占める。
- * 前回と比べると、工業地区で大幅増加、その他の地区では減少。
- * 総じて正社員・正職員や個人事業主が大幅減少し、パート・アルバイトなどの割合が拡大。

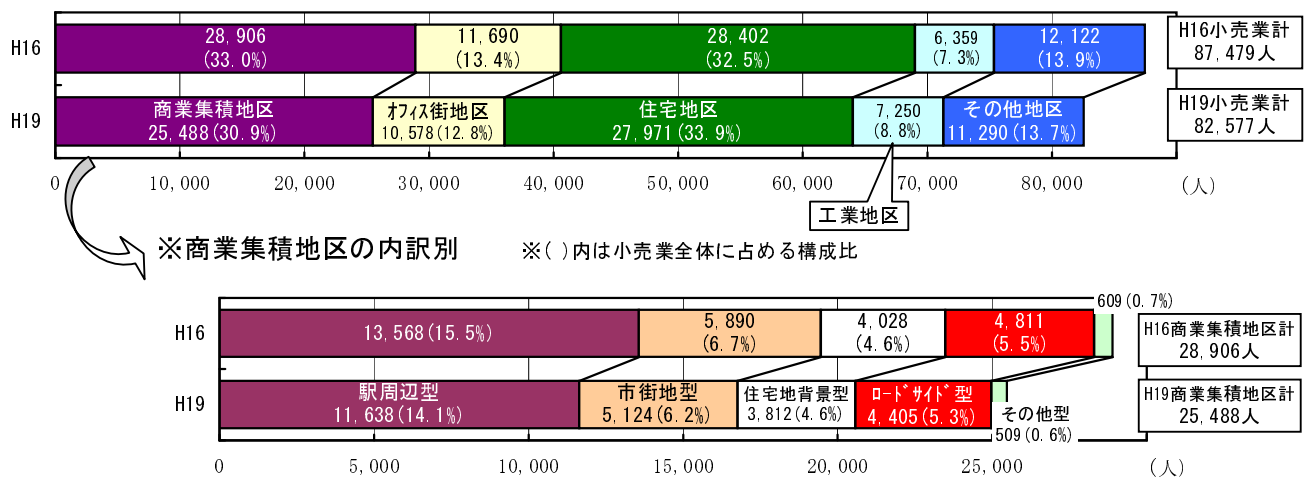
平成19年調査における小売業全体の就業者数は82,577人ですが、これを特性地区別にみると、住宅地区が全体の33.9% (27,971人) を占めて最も多く、次いで商業集積地区 (30.9%、25,488人)、その他地区 (13.7%、11,290人) の順となっています。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型が小売業全体の14.1% (11,638人) を占めて最も多く、次いで市街地型 (6.2%、5,124人)、ロードサイド型 (5.3%、4,405人) の順となっています。

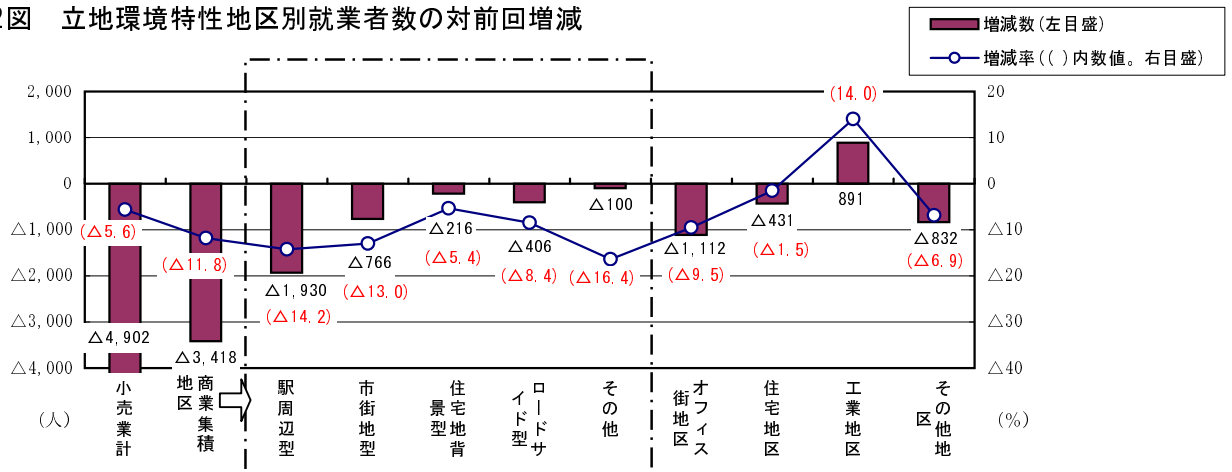
前回と比べると、工業地区 (+891人、+14.0%) で大幅に増加しましたが、他の4特性地区では、商業集積地区 (△3,418人、△11.8%) で大幅減少したのをはじめすべて減少しており、小売業全体で4,902人の減少 (△5.6%) となりました。

商業集積地区の内訳をみると、すべての型で減少し、特に就業者数の多い駅周辺型で大幅減少 (△1,930人、△14.2%) となりました。

第2-1図 立地環境特性地区別就業者数の対前回比較 ※ () 内は小売業全体に占める構成比



第2-2図 立地環境特性地区別就業者数の対前回増減



<雇用形態等別>

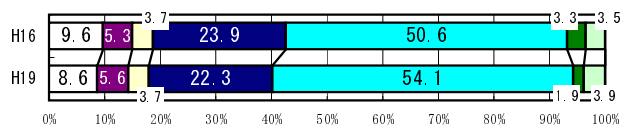
雇用形態等別の構成比をみると、小売業全体ではパート・アルバイトなどが過半 (54.1%) を占め、次いで正社員・正職員 (22.3%)、個人事業主 (8.6%) の順となりました。

これを特性地区別にみると、オフィス街地区、住宅地区、工業地区ではパート・アルバイトなどの割合が高く6割前後を占め、さらに工業地区では正社員・正職員も高く3割を占めています。その他地区ではパート・アルバイトなどの割合が低い一方で、個人事業主、無給家族従業者、有給役員が高く、これらの計で3割を占めています。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型ではパート・アルバイトなどの割合が7割を超え、市街地型ではパート・アルバイトなどが低い一方、派遣・下請受入者が3割弱を占めています。また、その他型では個人事業主、無給家族従業者、有給役員、正社員・正職員の割合がそれぞれ高く、これらの計で7割を超えています。

第2-3図 立地環境特性地区別就業者数の雇用形態等別構成比(対前回比較)

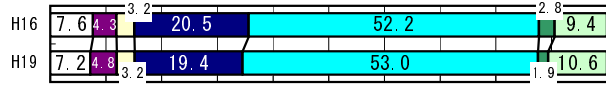
小売業計



<凡例>

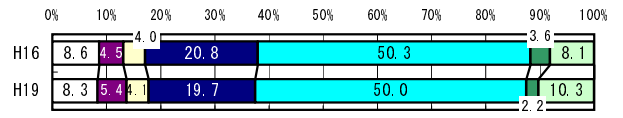


商業集積地区

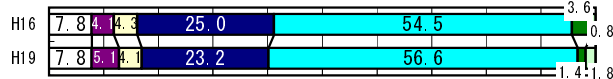


※商業集積地区の内訳別

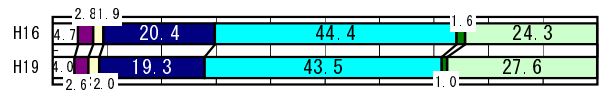
駅周辺型



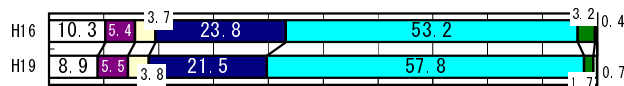
オフィス街地区



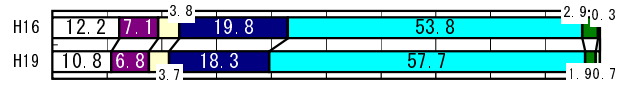
市街地型



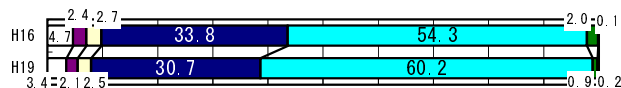
住宅地区



住宅地背景型



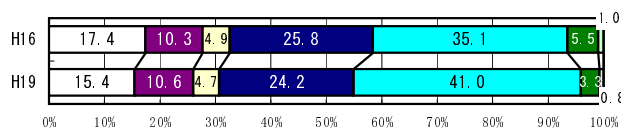
工業地区



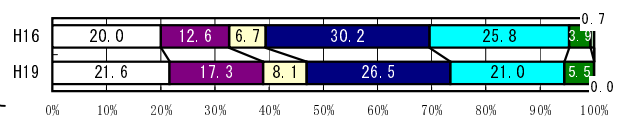
ロードサイド型



その他地区



その他型



前回と比べると、小売業全体ではパート・アルバイトなどと派遣・下請受入者を除くすべての雇用形態等別区分で減少しました。これを特性地区別にみると、パート・アルバイトなどは住宅地区や工業地区、その他地区で、派遣・下請受入者はオフィス街地区や住宅地区で、それぞれ大幅に増加しました。一方、正社員・正職員は工業地区を除くすべての特性地区で減少し、個人事業主はすべての特性地区で減少しました。

商業集積地区の内訳をみると、正社員・正職員や個人事業主がすべての型で減少し、パート・アルバイトなどでも住宅地背景型を除くすべての型で減少するなど、総じて減少しました

第2表 立地環境特性地区別・雇用形態等別就業者数の前回増減 ※()内は前回増減率 (人)

特性地区別	合計	個人事業主	無給家族従業者	有給役員	正社員・正職員	パート・アルバイトなど	臨時雇用者	派遣・下請受入者
小売業計	△4,902 (△5.6%)	△1,322 (△15.7%)	△13 (△0.3%)	△211 (△6.5%)	△2,509 (△12.0%)	+401 (+0.9%)	△1,374 (△47.0%)	+126 (+4.1%)
商業集積地区	△3,418 (△11.8%)	△383 (△17.3%)	△16 (△1.3%)	△110 (△11.9%)	△979 (△16.5%)	△1,567 (△10.4%)	△334 (△41.4%)	△29 (△1.1%)
駅周辺型	△1,930 (△14.2%)	△200 (△17.1%)	+12 (+2.0%)	△67 (△12.3%)	△534 (△18.9%)	△1,007 (△14.8%)	△231 (△47.1%)	+97 (+8.8%)
市街地型	△766 (△13.0%)	△69 (△25.2%)	△33 (△20.1%)	△7 (△6.3%)	△213 (△17.7%)	△383 (△14.7%)	△44 (△47.3%)	△17 (△1.2%)
住宅地背景型	△216 (△5.4%)	△81 (△16.5%)	△27 (△9.4%)	△14 (△9.0%)	△99 (△12.4%)	+32 (+1.5%)	△41 (△35.7%)	+14 (+100.0%)
パート・アルバイト型	△406 (△8.4%)	△21 (△13.8%)	+21 (+21.6%)	△22 (△30.6%)	△84 (△9.2%)	△159 (△4.8%)	△22 (△25.9%)	△119 (△68.4%)
その他型	△100 (△16.4%)	△12 (△9.8%)	+11 (+14.3%)	0 (0.0%)	△49 (△26.6%)	△50 (△31.8%)	+4 (+16.7%)	△4 (△100.0%)
オフィス街地区	△1,112 (△9.5%)	△87 (△9.6%)	+59 (+12.3%)	△63 (△12.6%)	△473 (△16.2%)	△385 (△6.0%)	△268 (△64.0%)	+105 (+118.0%)
住宅地区	△431 (△1.5%)	△439 (△15.0%)	+3 (+0.2%)	+17 (+1.6%)	△734 (△10.9%)	+1,064 (+7.0%)	△413 (△46.0%)	+71 (+58.2%)
工業地区	+891 (+14.0%)	△49 (△16.5%)	△2 (△1.3%)	+7 (+4.0%)	+75 (+3.5%)	+917 (+26.6%)	△66 (△51.2%)	+9 (+128.6%)
その他地区	△832 (△6.9%)	△364 (△17.3%)	△57 (△4.6%)	△62 (△10.5%)	△398 (△12.7%)	+372 (+8.7%)	△293 (△43.7%)	△30 (△25.6%)

(3) 年間商品販売額

- * 年間商品販売額は、住宅地区が3割超、商業集積地区も3割近くを占める。
- * 前回と比べると、工業地区やロードサイド型商業集積地区で大幅増加の一方、住宅地区や駅周辺型商業集積地区などでは減少。

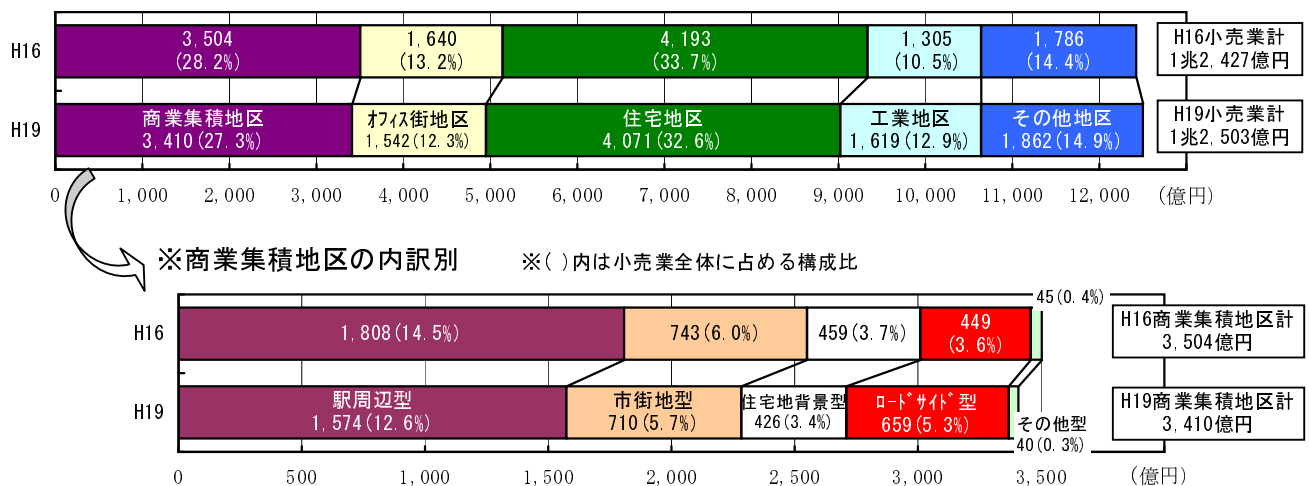
平成19年調査における小売業全体の年間商品販売額は1兆2,503億円ですが、これを特性地区別にみると、住宅地区が全体の32.6%(4,071億円)を占めて最も多く、次いで商業集積地区(27.3%、3,410億円)、その他地区(14.9%、1,862億円)の順となっています。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型が小売業全体の12.6%(1,574億円)を占めて最も多く、次いで市街地型(5.7%、710億円)、ロードサイド型(5.3%、659億円)の順となっています。

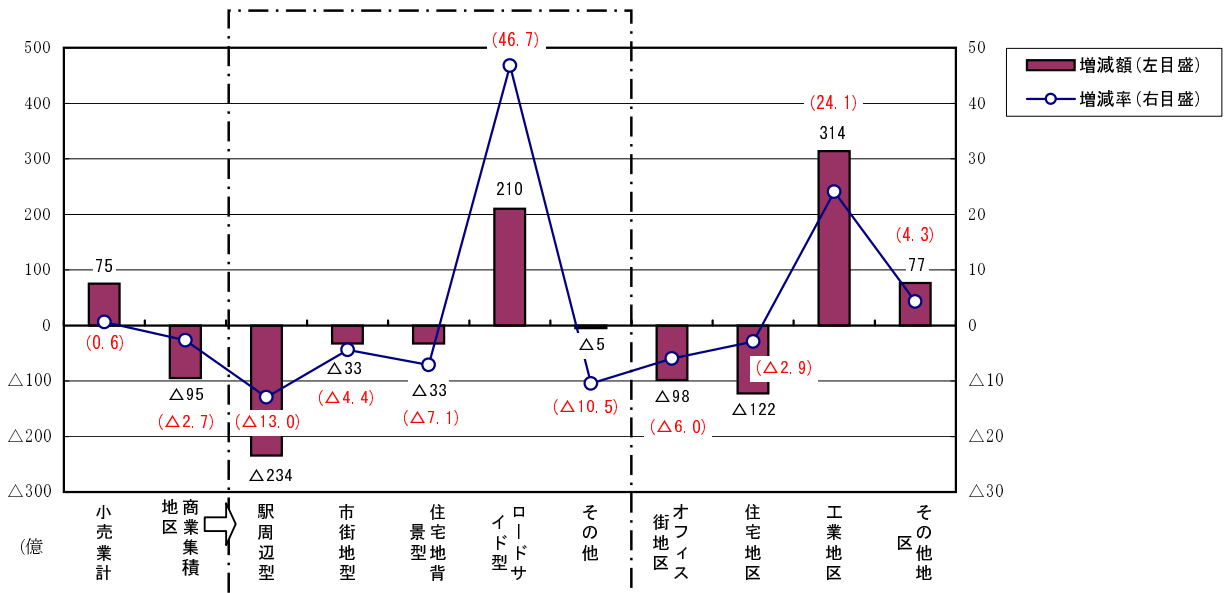
前回と比べると、商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区の3特性地区で減少したものの、工業地区(+314億円、+24.1%)で大幅増加し、その他地区(+77億円、+4.3%)でも増加しており、小売業全体でも75億円の増加(+0.6%)となりました。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型で大幅増加(+210億円、+46.7%)したものの、それ以外の型ではすべて減少し、特に駅周辺型で大きく減少(△234億円、△13.0%)しました。

第3-1図 立地環境特性地区別年間商品販売額の対前回比較 ※()内は小売業全体に占める構成比



第3-2図 立地環境特性地区別年間商品販売額の対前回増減



<① 経営組織別>

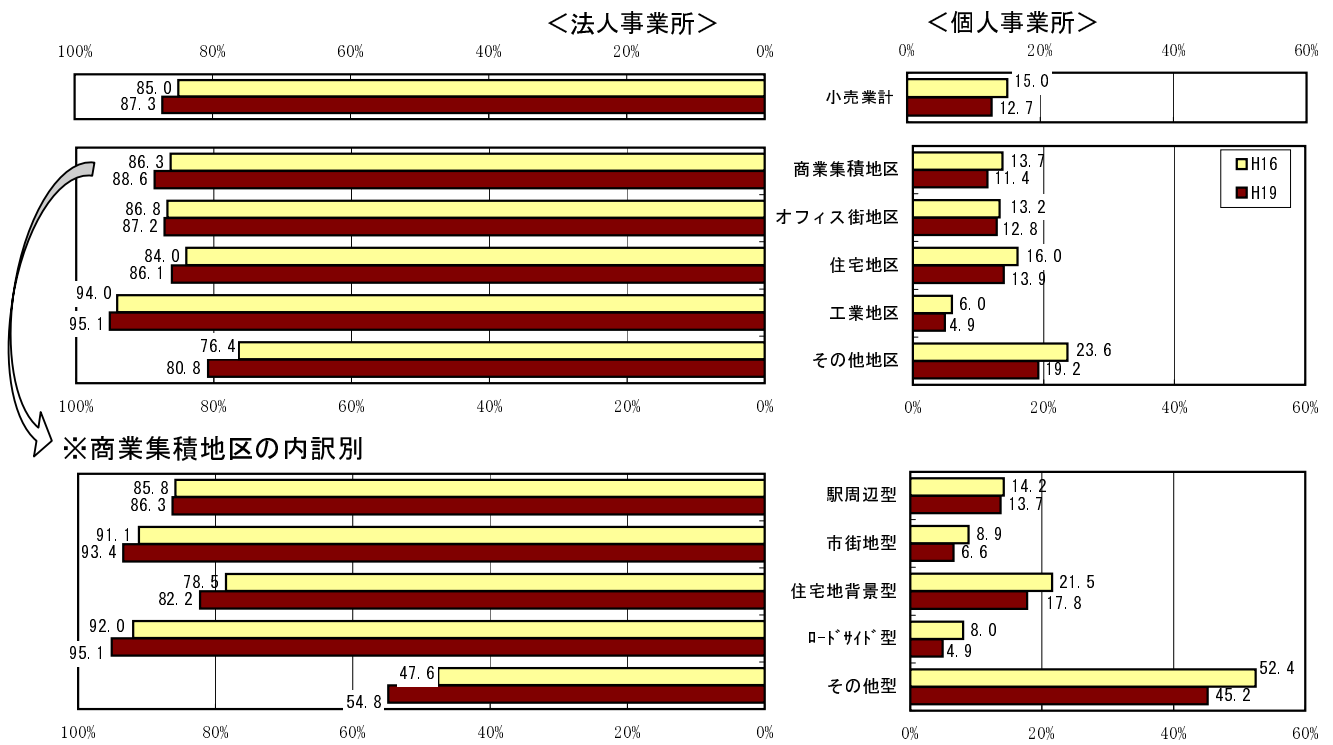
経営組織別にみると、法人事業所が1兆914億円で小売業全体の9割弱(87.3%)を占めていますが、特性地区別にみても、全ての地区で法人事業所の割合が8割を超え、特に工業地区では95.1%となっています。

商業集積地区の内訳をみると、その他型では個人事業所の割合が45.2%となっていますが、それ以外の型では法人事業所が8割を超え、特にロードサイド型と市街地型では9割を超えています。

構成比を前回と比べると、小売業全体では法人事業所の割合が2.3ポイント拡大しており、特性地区別にみても、全ての地区で法人事業所の割合が拡大しています。

商業集積地区の内訳をみても、すべての型で法人事業所の割合が拡大しています。

第3-3図 立地環境特性地区別年間商品販売額の経営組織別構成比(対前回比較)



<② 業種別>

特性地区別に業種別の構成比をみると、百貨店・総合スーパーを含む各種商品小売業の割合は商業集積地区で高く4割を超え、飲食料品小売業は居住地に近い住宅地区で高く4割を超え、その他の小売業はオフィス街地区やその他地区で3割を超えています。

織物・衣服・身の回り品小売業の割合は、商業集積地区とその他地区で1割程度を占め、それ以外の特性地区では1割未満となっています。

自動車・自転車小売業の割合は、工業地区が群を抜いて高く3割近くを占めています。

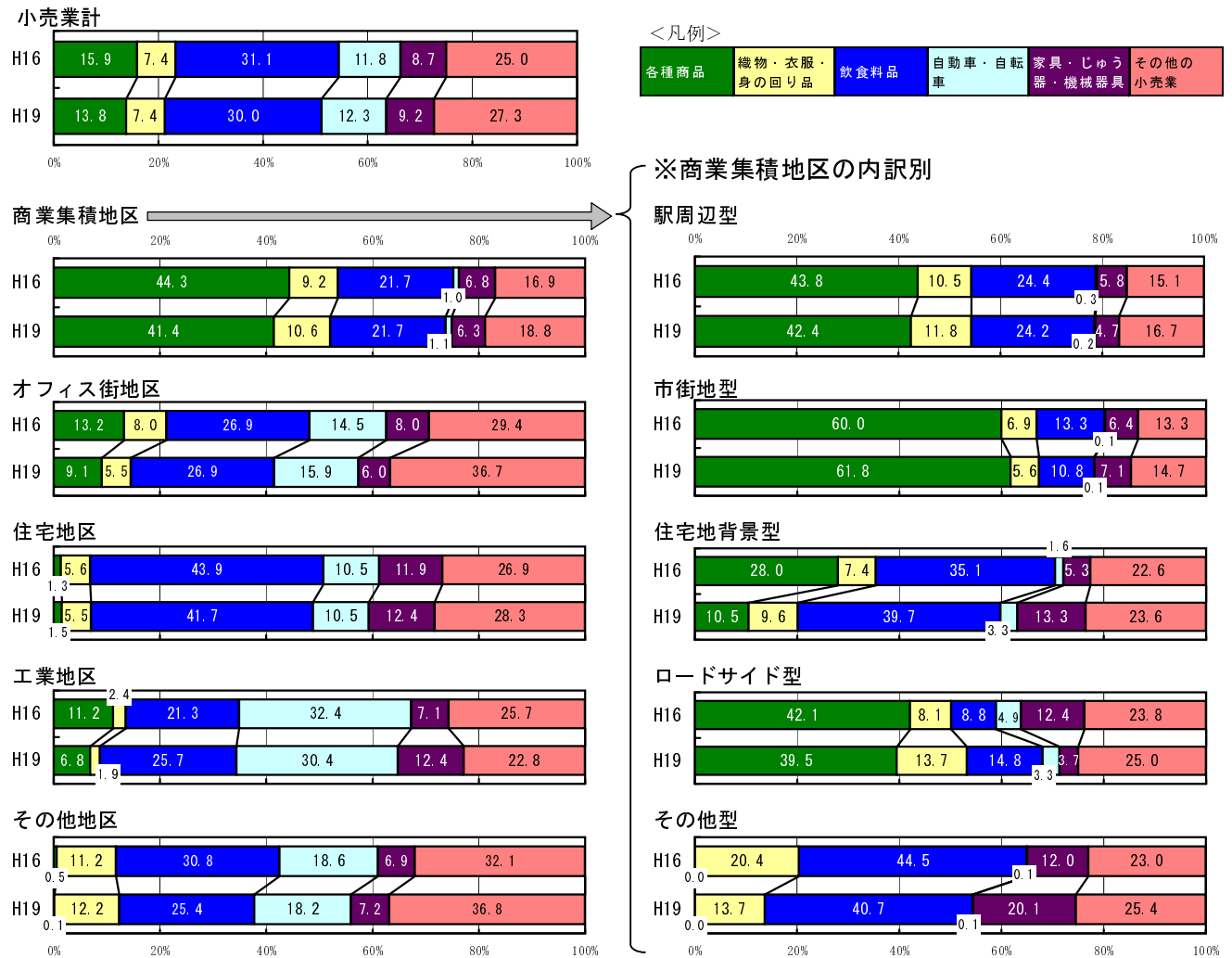
家具・じゅう器・機械器具小売業の割合は、いずれの地区においても1割前後となっています。

商業集積地区の内訳をみると、各種商品小売業の割合は、市街地型、駅周辺型、ロードサイド型で高く4~6割を占めています。また、飲食料品小売業の割合は、居住地に近い住宅地背景型やその他型で高く4割程度を占め、その他の小売業はその他型、ロードサイド型、住宅地背景型で高くなっています。

前回と比べると、工業地区では飲食料品小売業、自動車・自転車小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、その他の小売業で大きく増加し、オフィス街地区やその他地区ではその他の小売業が大きく増加しています。

商業集積地区は、織物・衣服・身の回り品小売業、自動車・自転車小売業、その他の小売業の3業種では増加していますが、それ以外の業種では減少しています。さらに内訳をみると、ロードサイド型では自動車・自転車小売業と家具・じゅう器・機械器具小売業で減少の一方、それ以外の業種では大幅に増加しているため、ロードサイド型全体でも大幅増加となっています。それ以外の型では、大きく増加する業種がない一方で、各種商品小売業が駅周辺型や住宅地背景型で大きく減少したことなどにより、軒並み減少となっています。

第3-4図 立地環境特性地区別年間商品販売額の業種別構成比(対前回比較)



第3表 立地環境特性地区別・業種別年間商品販売額の前回増減 ※()内は前回増減比 (億円)

特性地区別	合計	各種商品	織物・衣服・身の回り品	飲食料品	自動車・自転車	家具・じゅう器・機械器具	その他の小売業
小売業計	+75 (+0.6%)	△255 (△12.9%)	+13 (+1.4%)	△125 (△3.2%)	+75 (+5.1%)	+61 (+5.7%)	+306 (+9.8%)
商業集積地区	△95 (△2.7%)	△142 (△9.1%)	+42 (+13.0%)	△20 (△2.7%)	+2 (+6.7%)	△24 (△10.3%)	+48 (+8.1%)
駅周辺型	△234 (△13.0%)	△123 (△15.6%)	△4 (△2.2%)	△61 (△13.8%)	△3 (△52.0%)	△31 (△29.9%)	△12 (△4.2%)
市街地型	△33 (△4.4%)	△7 (△1.5%)	△11 (△22.5%)	△22 (△22.4%)	△1 (△60.8%)	+3 (+6.3%)	+5 (+5.3%)
住宅地背景型	△33 (△7.1%)	△84 (△65.1%)	+7 (+20.2%)	+8 (+5.1%)	+6 (+86.4%)	+33 (+135.3%)	△3 (△3.3%)
ロードサイド型	+210 (+46.7%)	+71 (+37.8%)	+54 (+149.4%)	+58 (+147.7%)	△0 (△1.7%)	△31 (△56.3%)	+58 (+54.2%)
その他型	△5 (△10.5%)	- (-)	△4 (△39.8%)	△4 (△18.2%)	△0 (△36.5%)	+3 (+50.0%)	△0 (△0.9%)
オフィス街地区	△98 (△6.0%)	△77 (△35.6%)	△47 (△35.9%)	△26 (△5.9%)	+8 (+3.4%)	△40 (△30.1%)	+84 (+17.4%)
住宅地区	△122 (△2.9%)	+6 (+11.4%)	△8 (△3.4%)	△140 (△7.6%)	△12 (△2.8%)	+6 (+1.1%)	+26 (+2.3%)
工業地区	+314 (+24.1%)	△35 (△24.0%)	△1 (△4.7%)	+138 (+49.6%)	+69 (+16.3%)	+109 (+118.3%)	+35 (+10.4%)
その他地区	+77 (+4.3%)	△7 (△73.9%)	+28 (+13.9%)	△76 (△13.9%)	+8 (+2.4%)	+11 (+8.9%)	+114 (+19.8%)

(4) 年間商品販売額の特別集計（業態別集計）

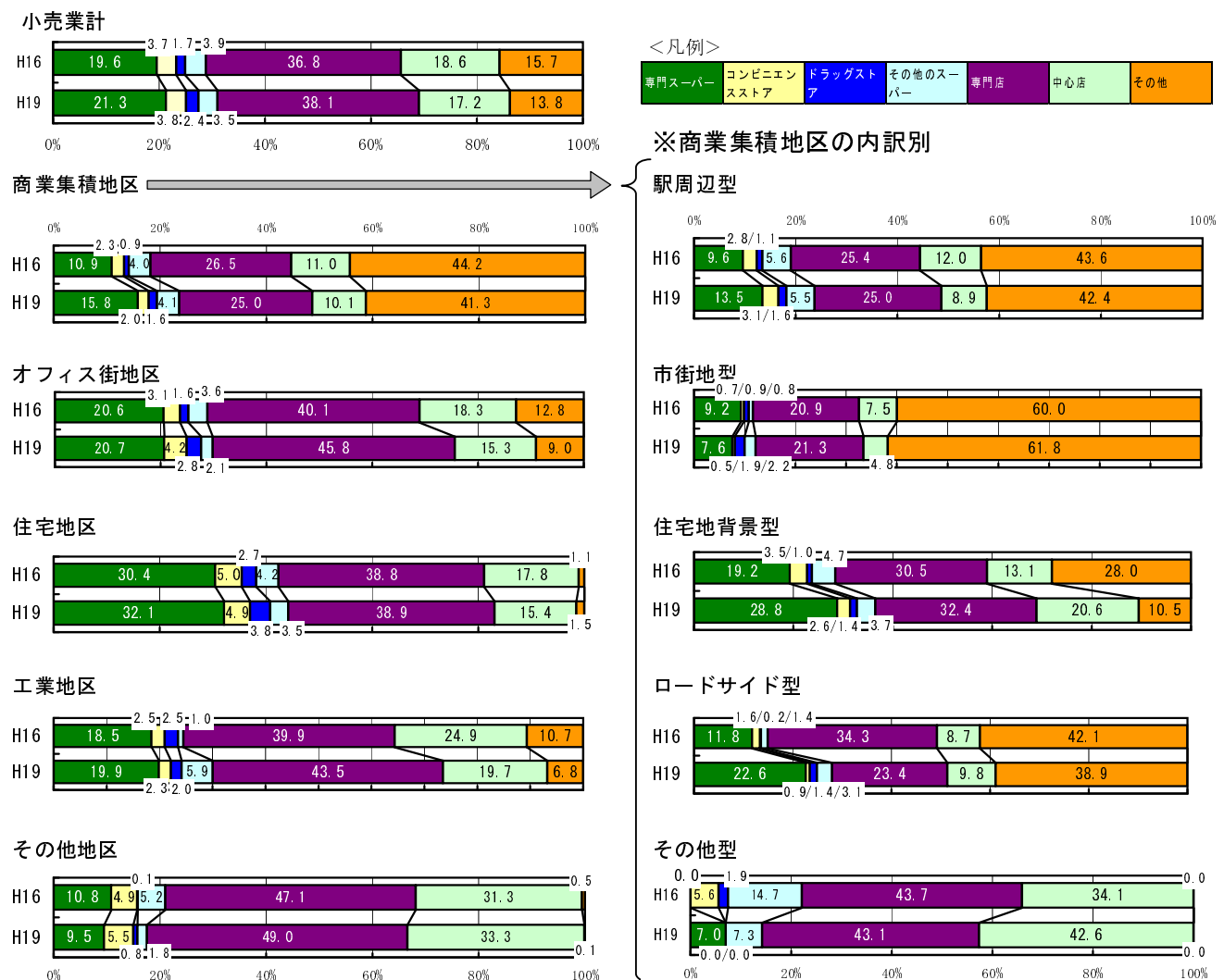
- * 商業集積地区では百貨店や総合スーパーが4割を占め、その他の地区では専門店・中心店が5～8割を占める。
- * 工業地区の大幅増加は専門スーパー・専門店の寄与が大きく、ロードサイド型商業集積地区の大幅増加は総合スーパー・専門スーパーの寄与が大きい。

特性地区別の年間商品販売額を、さらに業態別にみると、商業集積地区では百貨店・総合スーパーが4割（第4-1図中「その他（注）」で41.3%）を占め、それ以外の特性地区では専門店・中心店が5～8割を占めています。また、オフィス街地区、住宅地区、工業地区では、専門スーパーが2～3割を占めています。

（注）百貨店、総合スーパー及びその他小売店は、いずれも事業所数が少なく、個々に特性地区別の集計をすれば数値を秘匿する必要が生じるため、これら3業態の年間商品販売額については合計している。なお、このうちその他の小売店の占める割合は、極めて低くなっている。

商業集積地区の内訳をみると、市街地型では百貨店・総合スーパーが群を抜いて多く6割を超え、駅周辺型とロードサイド型でも百貨店・総合スーパーが4割前後を占めています。住宅地背景型では、専門店・中心店が5割超、専門スーパーが3割弱を占めており、その他型では専門店・中心店が8割を超えています。

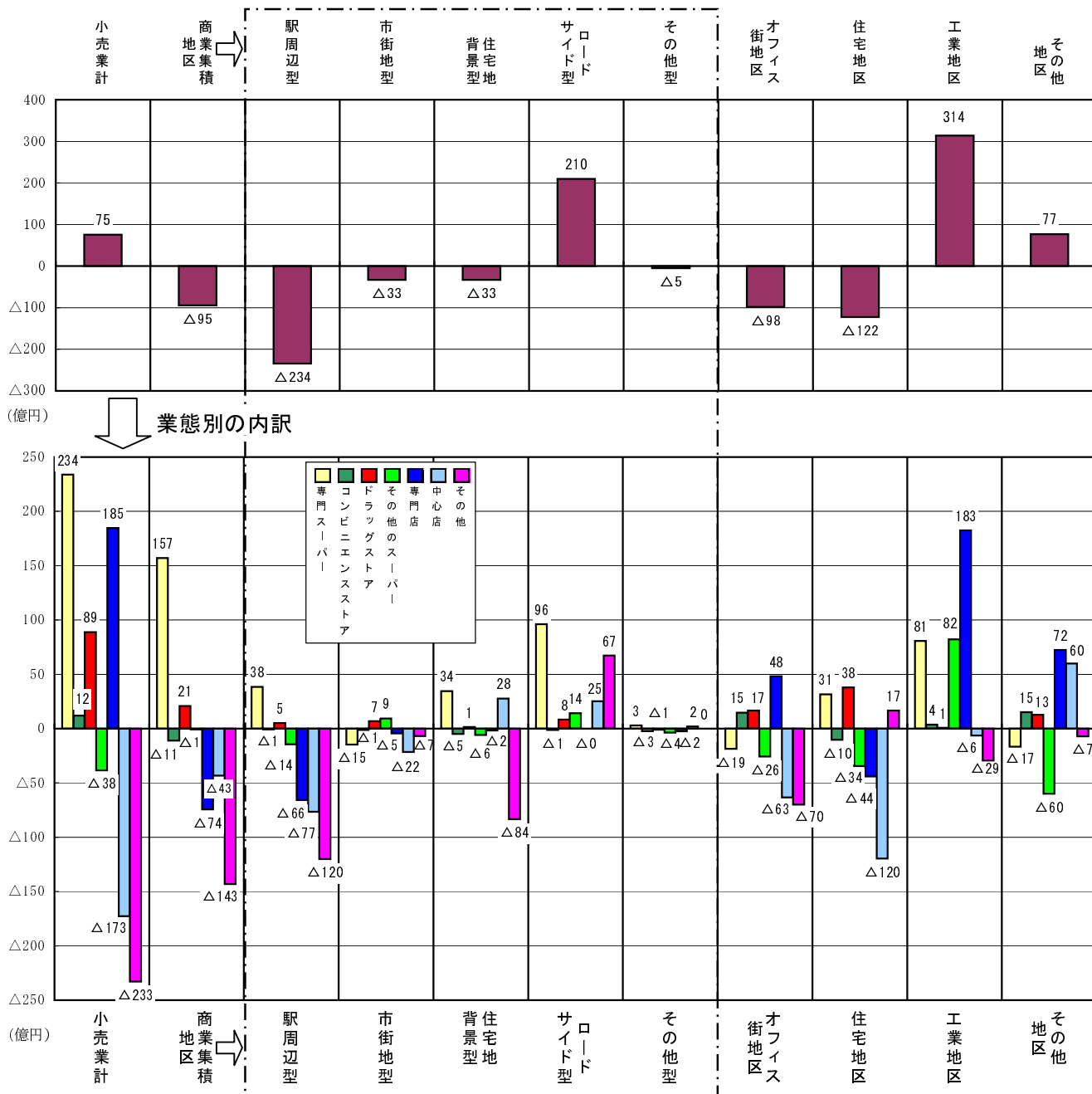
第4-1図 立地環境特性地区別年間商品販売額の業態別構成比(対前回比較)



特性地区別の対前回比較については(3)のとおりですが、さらに業態別にみると、工業地区での大幅増加には専門スーパー、その他のスーパー、専門店が大きく寄与し、その他地区の増加には専門店と中心店が大きく寄与していることがわかります。一方、オフィス街地区での減少には総合スーパーと中心店の減少、住宅地区での減少には中心店などの減少が、それぞれ大きく影響しており、商業集積地区では、専門スーパーの大幅増加にもかかわらず百貨店・総合スーパー、専門店が大幅減少し、地区合計でも大幅減少となっています。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型での大幅増加には総合スーパーと専門スーパーが大きく寄与しています。一方、駅周辺型での大幅減少には、百貨店・総合スーパーと専門店・中心店の大幅減少が大きく影響しています。

第4-2図 立地環境特性地区別・業態別年間商品販売額の対前回増減



(5) 売場面積

- * 売場面積は、商業集積地区・住宅地区がそれぞれ3割超を占める。
- * 前回と比べると、工業地区で大幅拡大のほか住宅地区でも増加したが、その他の地区では減少。

平成19年調査における小売業全体の売場面積(注)は1,585千㎡ですが、これを特性地区別にみると、商業集積地区(33.8%、536千㎡)が最も広く、次いで、住宅地区(32.2%、511千㎡)の順となっています。

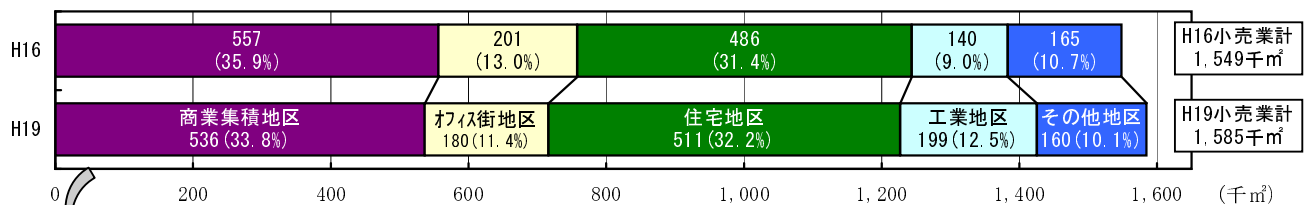
(注)売場面積は、牛乳小売業、自動車小売業(新車・中古車)、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド及び新聞小売業を営む事業所については調査を行っていない。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型が小売業全体の14.3%(227千㎡)を占めて最も広く、次いでロードサイド型(同8.1%、128千㎡)の順となっています。

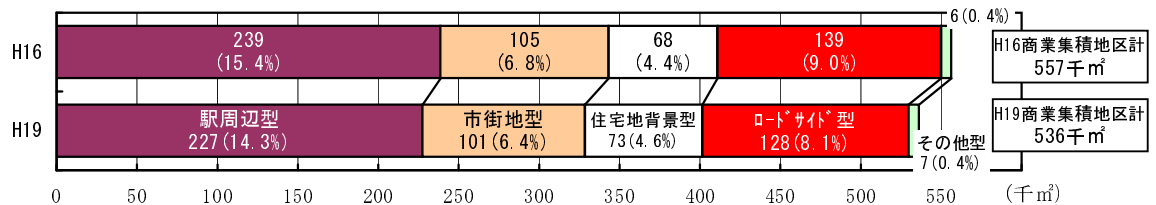
特性地区別に前回と比べると、商業集積地区、オフィス街地区、その他地区で縮小したものの、工業地区(+59千㎡、+42.2%)で大幅に拡大し、住宅地区(+25千㎡、+5.1%)でも拡大したため、小売業全体でも36千㎡の拡大(+2.4%)となりました。

商業集積地区の内訳をみると、住宅地背景型とその他型では拡大しましたが、それ他の型では縮小しました。

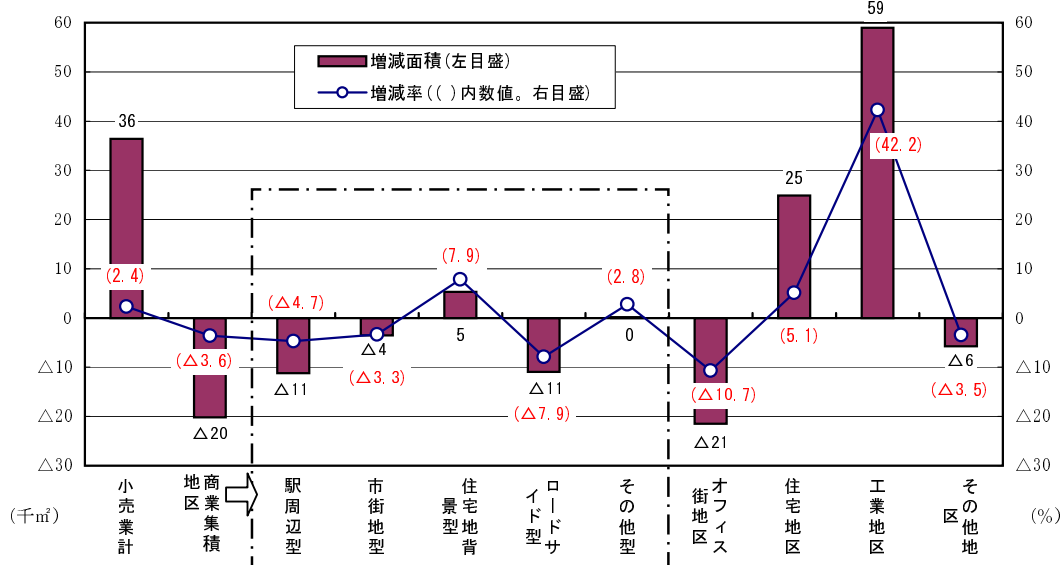
第5-1図 立地環境特性地区別売場面積の対前回比較 ※()内は小売業全体に占める構成比



※商業集積地区の内訳別 ※()内は小売業全体に占める構成比



第5-2図 立地環境特性地区別売場面積の対前回増減



※「販売効率」及び「市町村別の状況」については、次の「3 大規模小売店舗とそれ以外の店舗別の状況」の中でまとめて報告します。