

5 トピックス ～ 小売業の特別集計 ～

平成19年調査結果を前回（平成16年）調査結果と比べると、小売業全体において、事業所数と就業者数の減少にもかかわらず、年間商品販売額が増加しています。この実態を把握するため、小売業の「経営組織」「売場面積規模」「営業時間」「商品販売形態」の四項目に着目して特別集計を行いました。

概括すると、(1)で見る個人経営の低迷・法人経営の堅調に連動して、(2)以降で見る小売店舗の中～大規模売場面積化、営業時間の長時間化などが進んでいるものとみられ、これらを背景として、小売業の年間商品販売額は増加を維持したと考えられます。

(1) 個人・法人経営別の状況

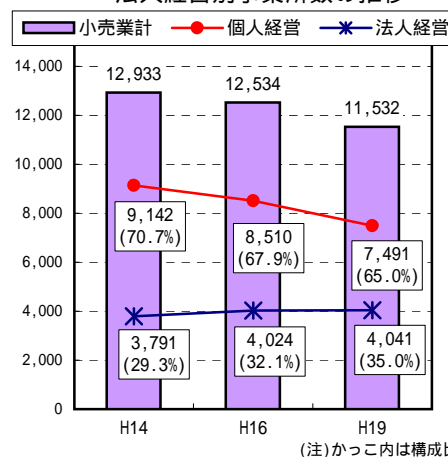
- * 事業所数・就業者数・年間商品販売額において、法人経営のシェアはさらに上昇
 ～ 個人経営は、3項目すべてで減少
 ～ 法人経営は、事業所数の横ばい・就業者数の減少の中、年間商品販売額は増加

事業所数

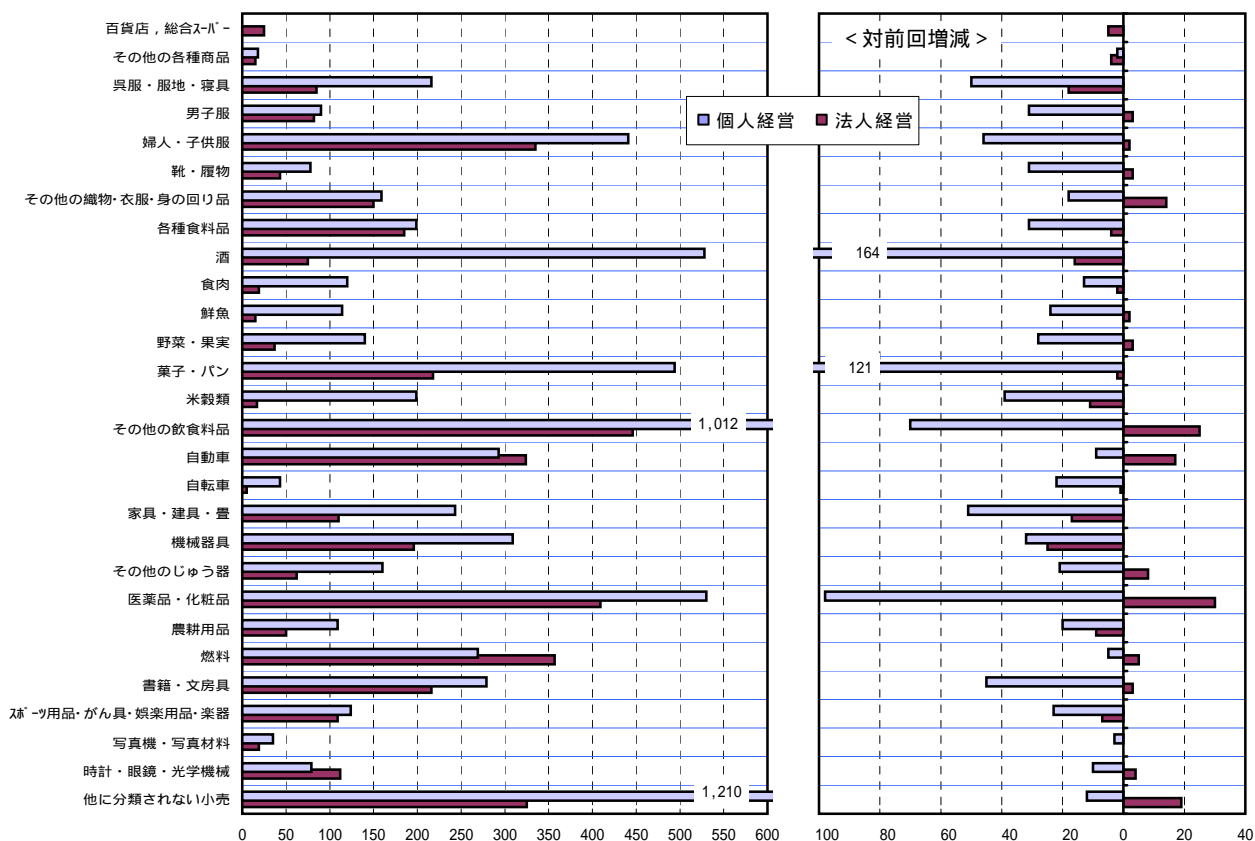
小売業の事業所数は、前回と比べると、個人事業所は大幅に減少（1,019事業所）、法人事業所はわずかに増加（+17事業所）しており、法人事業所のシェアは上昇傾向が続いています（H19：35.0%）。

産業小分類別にみると、個人事業所が酒（164事業所）、菓子・パン（121事業所）をはじめ全業種で減少の一方、法人事業所は医薬品・化粧品（+30事業所）、その他の飲食料品（+25事業所）など14業種で増加しています。

第5-1図 小売業の産業小分類別、個人・法人経営別事業所数の推移



第5-2図 小売業の産業小分類別、個人・法人経営別事業所数及び対前回(H16)増減

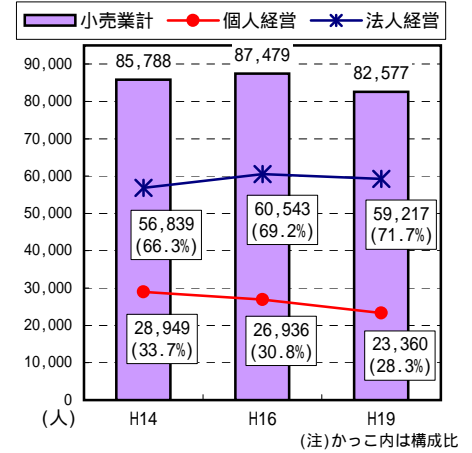


就業者数

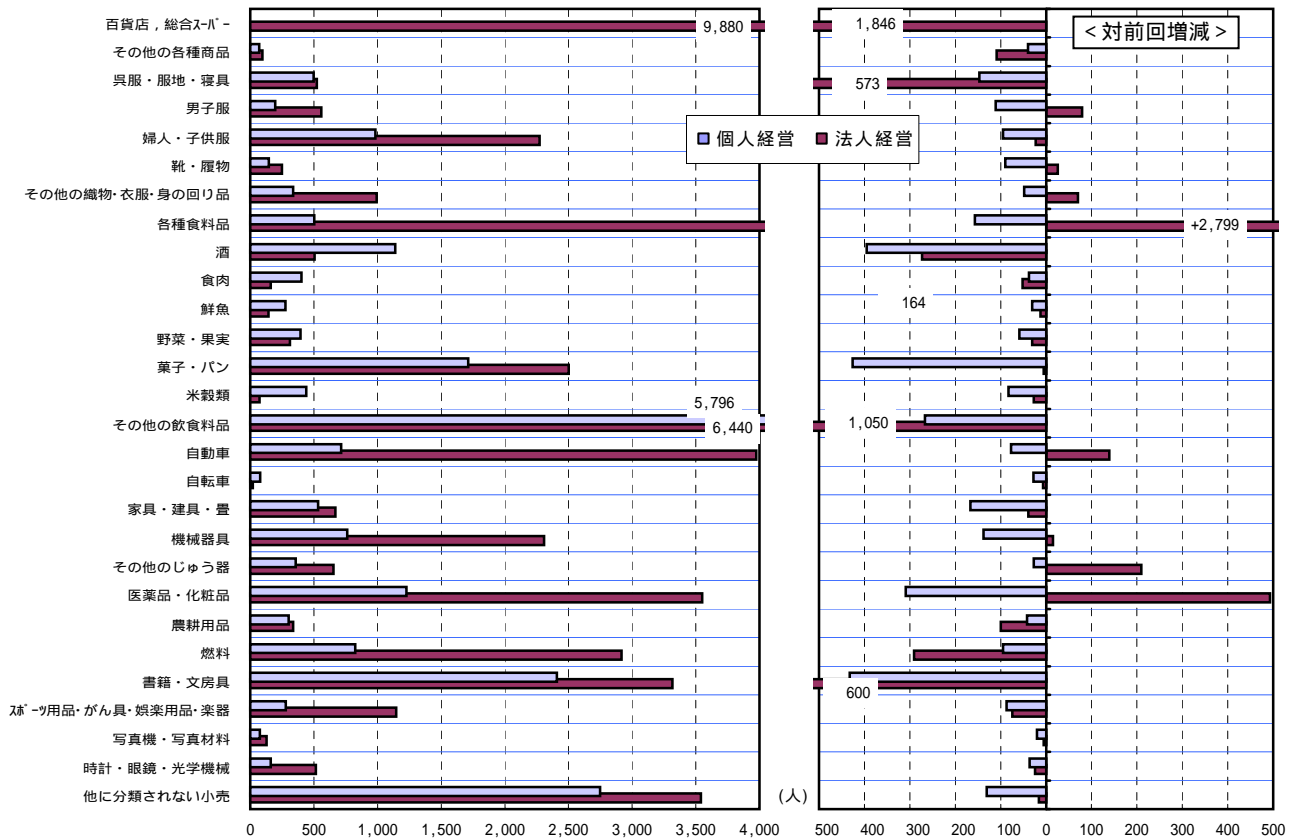
小売業の就業者数は、前回と比べると、個人事業所(3,576人)、法人事業所(1,326人)ともに減少しているますが、法人事業所の方が小幅な減少にとどまっております。法人事業所のシェアはさらに上昇し、全体の7割以上(H19: 71.7%)を占めています。

産業小分類別にみると、個人事業所は書籍・文房具(432人)、菓子・パン(426人)をはじめ全業種で減少しています。法人事業所は各種食料品(+2,799人)、医薬品・化粧品(+493人)など8業種で増加の一方、百貨店・総合スーパー(1,846人)、その他の飲食料品(1,050人)などで大幅に減少しています。

第5-3図 小売業の産業小分類別、個人・法人経営別就業者数の推移



第5-4図 小売業の産業小分類別、個人・法人経営別就業者数及び対前回(H16)増減

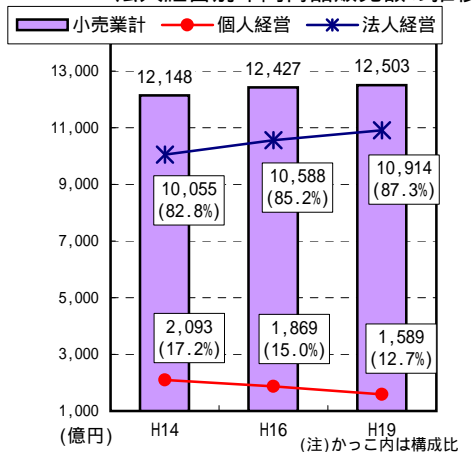


年間商品販売額

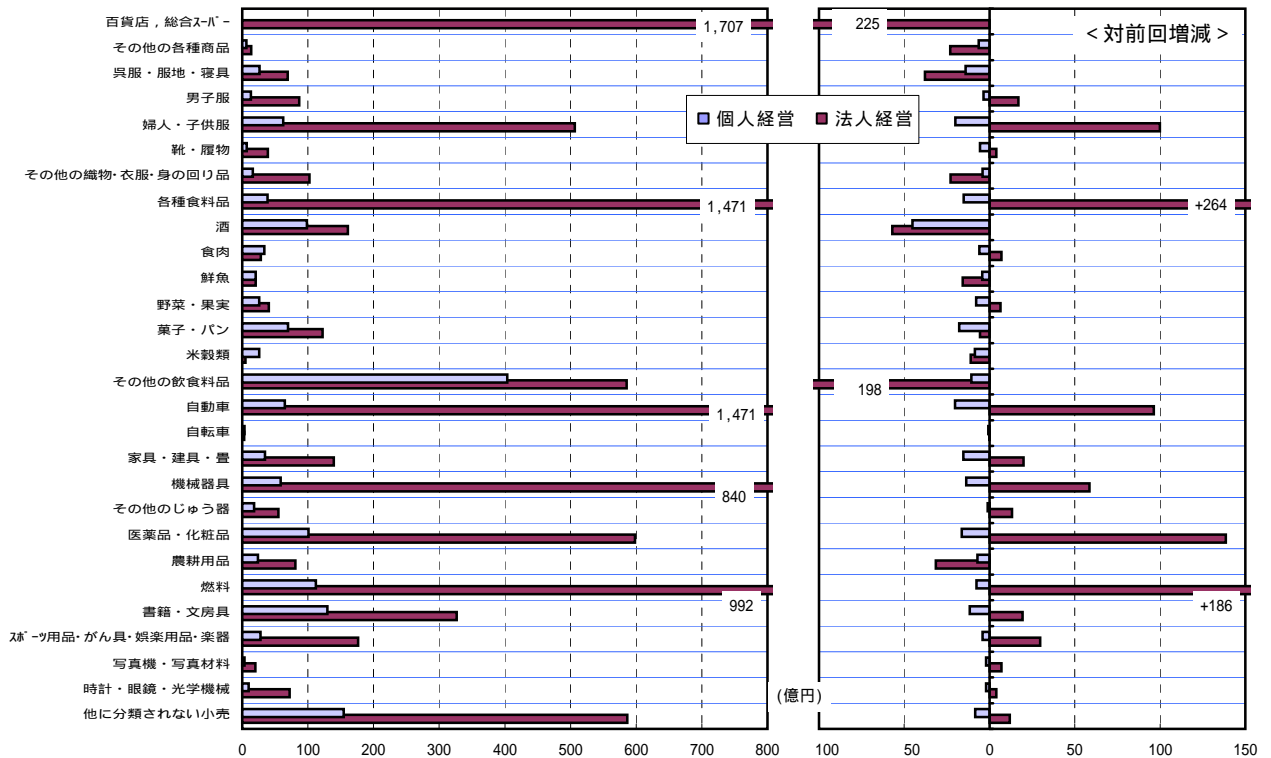
小売業の年間商品販売額は、前回と比べると、個人事業所は減少(280億円)、法人事業所は増加(+355億円)しており、法人事業所のシェアはさらに上昇し、全体の9割弱(H19: 87.3%)を占めています。

産業小分類別にみると、個人事業所は酒(45億円)、自動車(20億円)、婦人・子供服(20億円)をはじめ全業種で減少しています。法人事業所は百貨店・総合スーパー(225億円)、その他の飲食料品(198億円)などで大幅減少の一方、各種食料品(+264億円)、燃料(+186億円)、医薬品・化粧品(+139億円)など17業種で増加しています。

第5-5図 小売業の産業小分類別、個人・法人経営別年間商品販売額の推移



第5 - 6図 小売業の産業小分類別、個人・法人経営別年間商品販売額及び対前回(H16)増減

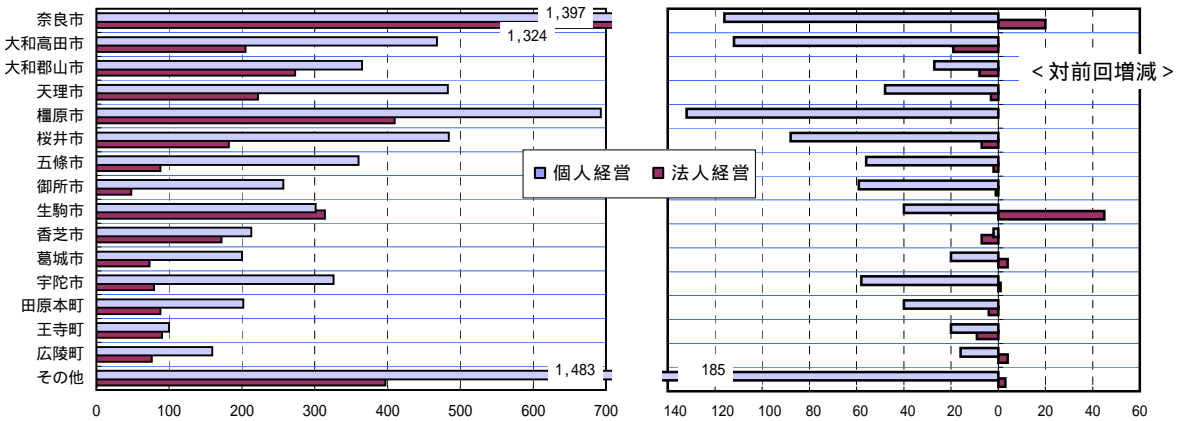


市町村別の状況

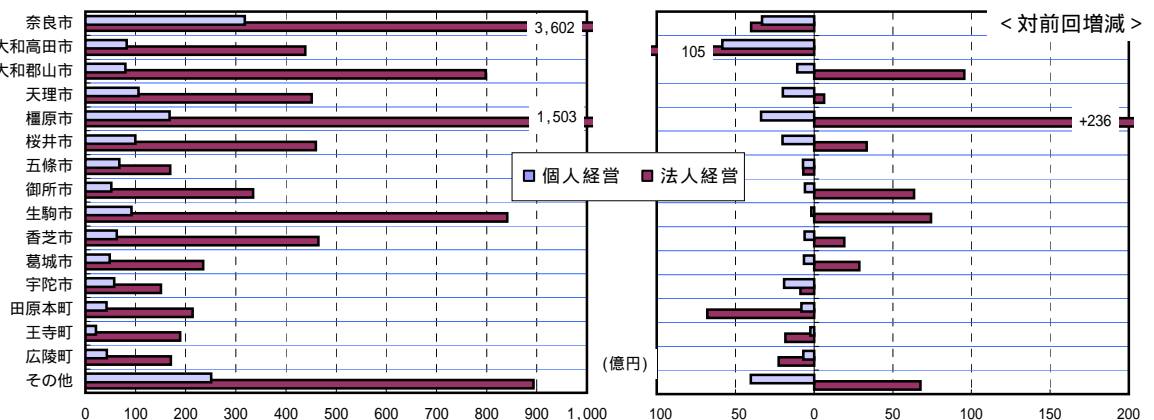
事業所数について前回と比べると、生駒市で法人事業所が大幅に増加し、橿原市、奈良市、大和高田市では個人事業所が大幅に減少しています。

また、年間商品販売額については、橿原市、大和郡山市、生駒市、御所市で法人事業所が大幅に増加し、奈良市、大和高田市、田原本町では個人事業所の減少に加えて法人事業所でも大幅に減少しています。

第5 - 7図 小売業の市町村別、個人・法人経営別事業所数及び対前回(H16)増減



第5 - 8図 小売業の市町村別、個人・法人経営別年間商品販売額及び対前回(H16)増減



(2) 売場面積規模別の状況

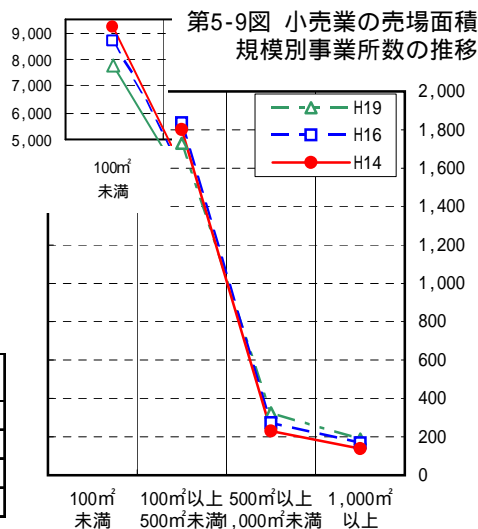
- * 事業所数・就業者数・年間商品販売額における中～大規模店舗のシェアはさらに上昇
 ~ 「500㎡以上1,000㎡未満」「1,000㎡以上」は3項目のすべてで増加
 (年間商品販売額は大幅増加)
 ~ 「100㎡未満」「100㎡以上500㎡未満」は3項目すべてで減少
 (年間商品販売額は大幅減少)

事業所数

小売業の事業所数は、「100㎡未満」(7,795事業所、構成比67.6%)が最も多く、売場面積規模が大きい区分ほど少なくなっています。

前回と比べると、逆に「100㎡未満」(900事業所)と「100㎡以上500㎡未満」(108事業所)は減少し、「500㎡以上1,000㎡未満」(+52事業所)と「1,000㎡以上」(+19事業所)は増加しています。

売場面積規模	100㎡未満		100㎡以上500㎡未満		500㎡以上1,000㎡未満		1,000㎡以上		不詳		合計 実数
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
H14	9,186	71.0%	1,801	13.9%	230	1.8%	139	1.1%	1,577	12.2%	12,933
H16	8,695	69.4%	1,837	14.7%	274	2.2%	169	1.3%	1,559	12.4%	12,534
H19	7,795	67.6%	1,729	15.0%	326	2.8%	188	1.6%	1,494	13.0%	11,532



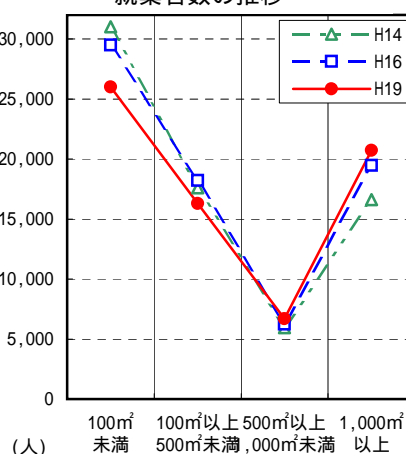
就業者数

小売業の就業者数は、「100㎡未満」(26,005人、構成比31.5%)が最も多く、次いで「1,000㎡以上」(20,715人、同25.1%)となっています。

前回と比べると、「100㎡未満」(3,492人)と「100㎡以上500㎡未満」(1,910人)の減少に対し、「500㎡以上1,000㎡未満」(+446人)と「1,000㎡以上」(+1,241人)は増加しており、売場面積規模が中～大規模のシェアは年々上昇しています。

売場面積規模	100㎡未満		100㎡以上500㎡未満		500㎡以上1,000㎡未満		1,000㎡以上		不詳		合計 実数
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
H14	31,009	36.1%	17,595	20.5%	5,942	6.9%	16,615	19.4%	14,627	17.1%	85,788
H16	29,497	33.7%	18,206	20.8%	6,236	7.1%	19,474	22.3%	14,066	16.1%	87,479
H19	26,005	31.5%	16,296	19.7%	6,682	8.1%	20,715	25.1%	12,879	15.6%	82,577

第5-10図 小売業の売場面積規模別就業者数の推移



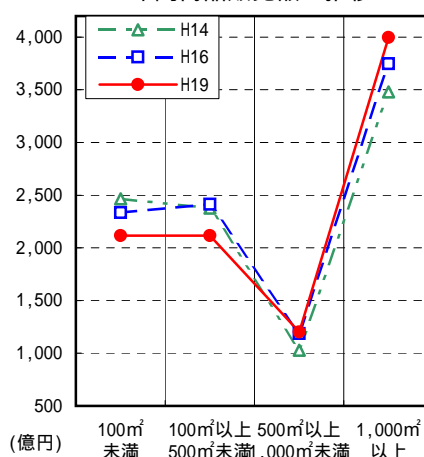
年間商品販売額

小売業の年間商品販売額は、「1,000㎡以上」(3,998億円、構成比32.0%)が最も大きくなっています。

前回と比べると、「100㎡未満」(218億円)と「100㎡以上500㎡未満」(300億円)の減少に対し、「1,000㎡以上」が大幅増加(+249億円)、「500㎡以上1,000㎡未満」でも微増(+19億円)となっており、売場面積規模が中～大規模のシェアは年々上昇しています。

売場面積規模	100㎡未満		100㎡以上500㎡未満		500㎡以上1,000㎡未満		1,000㎡以上		不詳		合計 実数
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
H14	2,466	20.3%	2,379	19.6%	1,028	8.5%	3,479	28.6%	2,797	23.0%	12,148
H16	2,334	18.8%	2,415	19.4%	1,186	9.5%	3,749	30.2%	2,743	22.1%	12,427
H19	2,115	16.9%	2,115	16.9%	1,201	9.6%	3,998	32.0%	3,073	24.6%	12,503

第5-11図 小売業の売場面積規模別年間商品販売額の推移



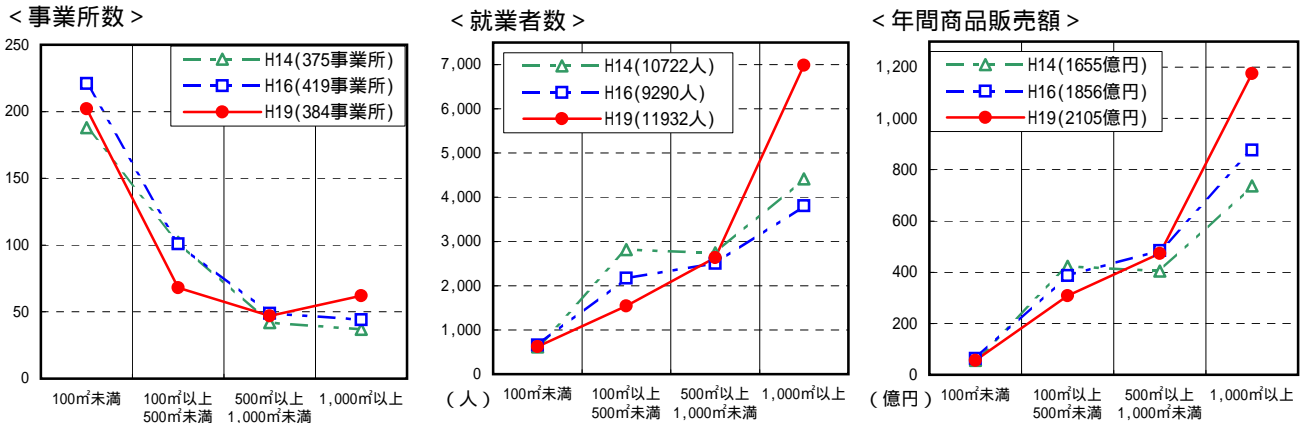
産業別の状況

～を産業小分類別にみて、前回と比べて特に目立った増減を示している業種を挙げると、以下のとおりです。

1) 各種食料品小売業

「1,000㎡以上」が事業所数、就業者数、年間商品販売額のすべてで増加しており、これら三項目での「1,000㎡以上」のシェアは大幅に上昇しています。

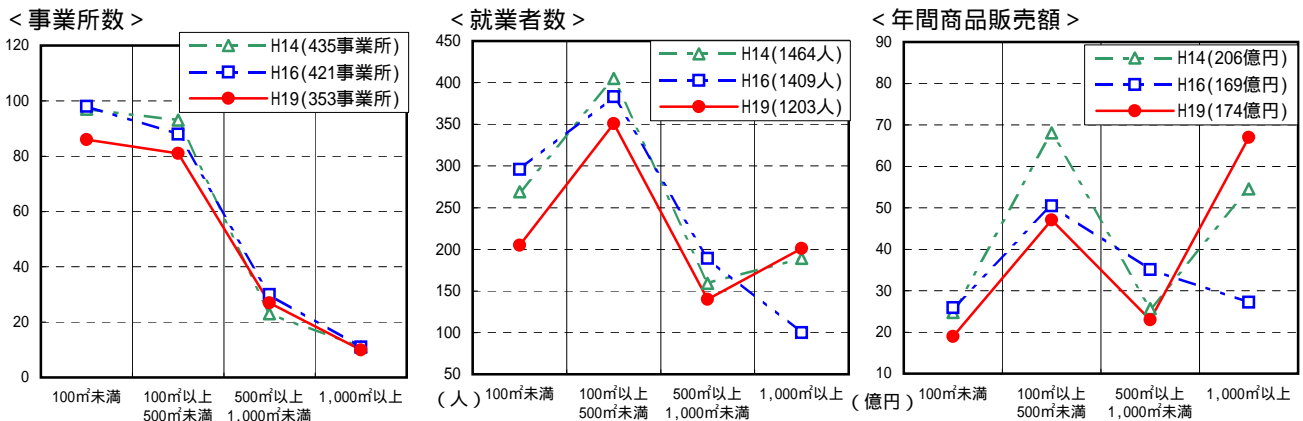
第5 - 12図 「各種食料品小売業」の売場面積規模別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移



2) 家具・建具・畳小売業

「1,000㎡以上」が事業所数の減少にもかかわらず就業者数と年間商品販売額で増加しており、就業者数と年間商品販売額での「1,000㎡以上」のシェアは大幅に上昇しています。

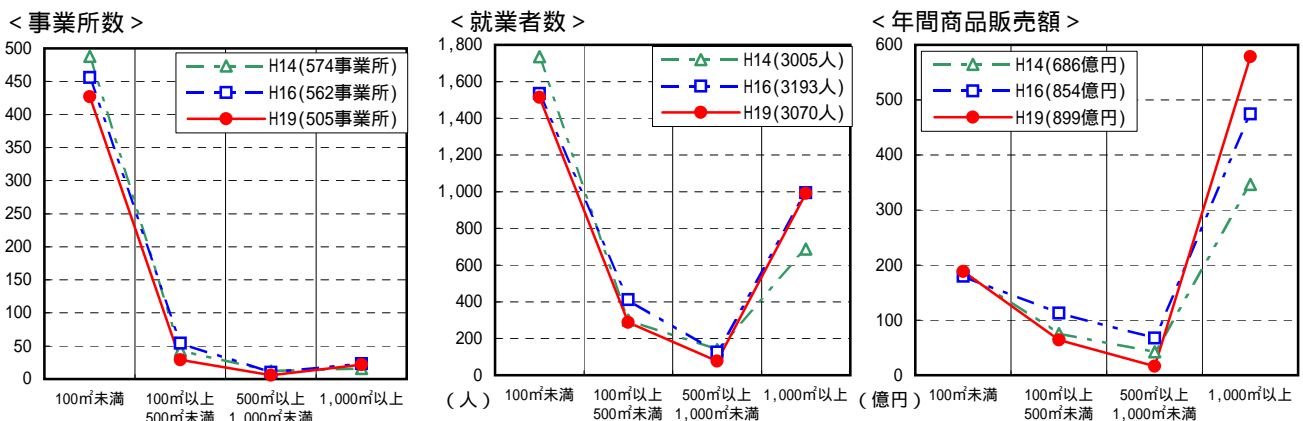
第5 - 13図 「家具・建物・畳小売業」の売場面積規模別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移



3) 機械器具小売業

「1,000㎡以上」が事業所数、就業者数の減少にもかかわらず年間商品販売額で大幅に増加しており、年間商品販売額での「1,000㎡以上」のシェアは大幅に上昇しています。

第5 - 14図 「機械器具小売業」の売場面積規模別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移

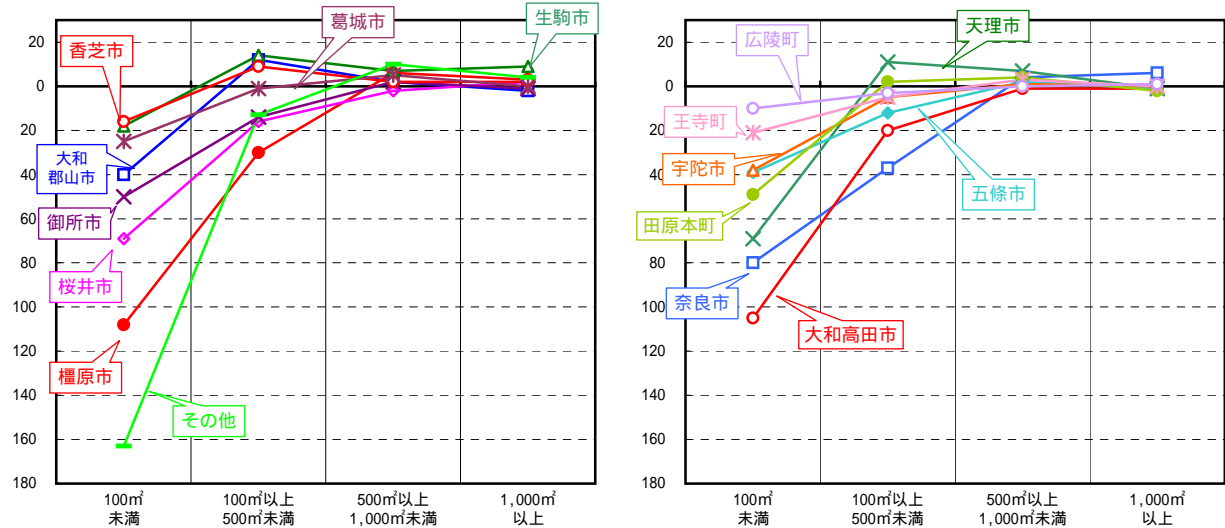


市町村別の状況

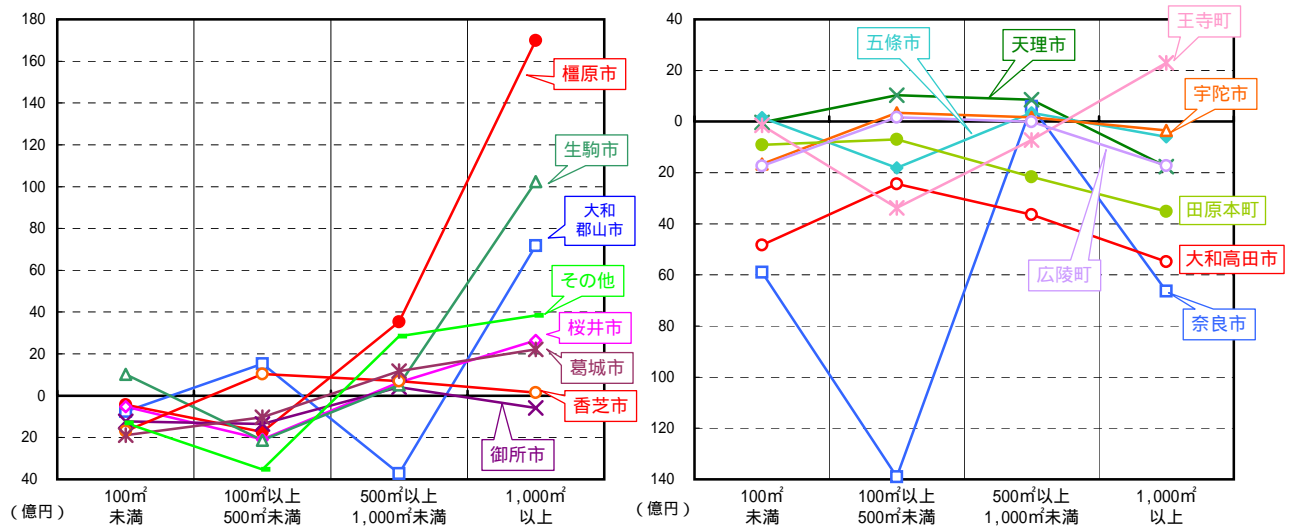
事業所数について前回と比べると、「100㎡未満」ではほとんどの市町村が減少していますが、特に橿原市、大和高田市、奈良市、桜井市が大幅に減少しているのが目立ちます。

また、年間商品販売額では、橿原市、生駒市、大和郡山市で「1,000㎡以上」が大幅に増加し、奈良市、大和高田市、田原本町では「1,000㎡以上」をはじめ全般にわたって減少又は横ばいとなっています。

第5 - 15図 小売業の売場面積規模別、個人・法人経営別事業所数の対前回(H16)増減



第5 - 16図 小売業の売場面積規模別、個人・法人経営別年間商品販売額の対前回(H16)増減



(3) 営業時間別の状況

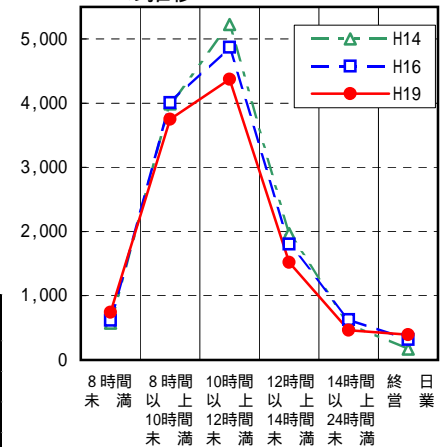
* 事業所数・就業者数・年間商品販売額における営業時間の長い区分のシェアはさらに上昇
 ~ 「10時間以上12時間未満」は3項目すべてで減少
 ~ 「終日営業」は3項目すべてで増加

事業所数

小売業の事業所数は、「10時間以上12時間未満」(4,372事業所、構成比37.9%)が最も多いですが、前回に比べて最も減少(499事業所)し、シェアは年々低下しています。一方、「8時間未満」(+122事業所)「終日営業」(+75事業所)などでは増加しています。

営業時間	8時間未満		8時間以上10時間未満		10時間以上12時間未満		12時間以上14時間未満		14時間以上24時間未満		終日営業		不詳		合計
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
H14	572	4.4%	3,991	30.9%	5,227	40.4%	1,972	15.2%	557	4.3%	171	1.3%	443	3.4%	12,933
H16	620	4.9%	4,009	32.0%	4,871	38.9%	1,807	14.4%	627	5.0%	320	2.6%	280	2.2%	12,534
H19	742	6.4%	3,749	32.5%	4,372	37.9%	1,522	13.2%	463	4.0%	395	3.4%	289	2.5%	11,532

第5-17図 小売業の営業時間別事業所数の推移

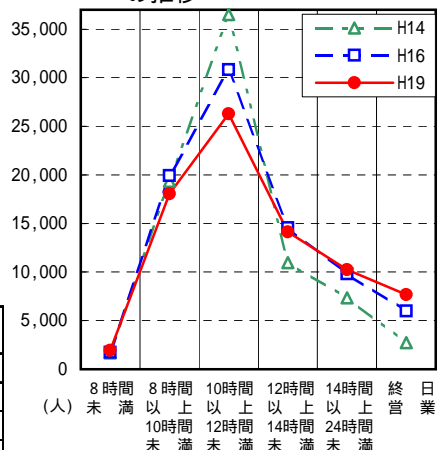


就業者数

小売業の就業者数は、「10時間以上12時間未満」(26,283人、構成比31.8%)が最も多いですが、前回に比べて最も減少(4,542人)し、シェアは年々低下しています。一方、「14時間以上24時間未満」(+441人)、「終日営業」(+1,671人)では増加しており、これらの区分のシェアは年々上昇しています。

営業時間	8時間未満		8時間以上10時間未満		10時間以上12時間未満		12時間以上14時間未満		14時間以上24時間未満		終日営業		不詳		合計
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
H14	1,682	2.0%	19,354	22.6%	36,491	42.5%	10,980	12.8%	7,362	8.6%	2,739	3.2%	7,180	8.4%	85,788
H16	1,755	2.0%	19,921	22.8%	30,825	35.2%	14,552	16.6%	9,822	11.2%	5,992	6.8%	4,612	5.3%	87,479
H19	1,958	2.4%	18,067	21.9%	26,283	31.8%	14,143	17.1%	10,263	12.4%	7,663	9.3%	4,200	5.1%	82,577

第5-18図 小売業の営業時間別就業者数の推移

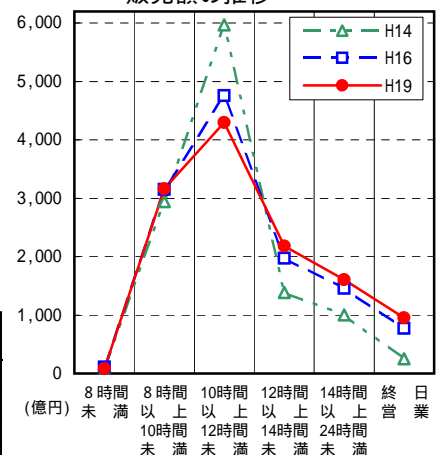


年間商品販売額

小売業の年間商品販売額は、「10時間以上12時間未満」(4,297億円、構成比34.4%)が最も大きいですが、前回に比べて最も減少(461億円)し、シェアは年々低下しています。一方、「12時間以上14時間未満」(+206億円)、「14時間以上24時間未満」(+152億円)、「終日営業」(+183億円)では増加しており、これらの区分のシェアは年々上昇しています。

営業時間	8時間未満		8時間以上10時間未満		10時間以上12時間未満		12時間以上14時間未満		14時間以上24時間未満		終日営業		不詳		合計
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
H14	100	0.8%	2,944	24.2%	5,972	49.2%	1,384	11.4%	1,003	8.3%	250	2.1%	493	4.1%	12,148
H16	110	0.9%	3,153	25.4%	4,758	38.3%	1,974	15.9%	1,456	11.7%	772	6.2%	205	1.7%	12,427
H19	85	0.7%	3,161	25.3%	4,297	34.4%	2,180	17.4%	1,608	12.9%	955	7.6%	217	1.7%	12,503

第5-19図 小売業の営業時間別年間商品販売額の推移



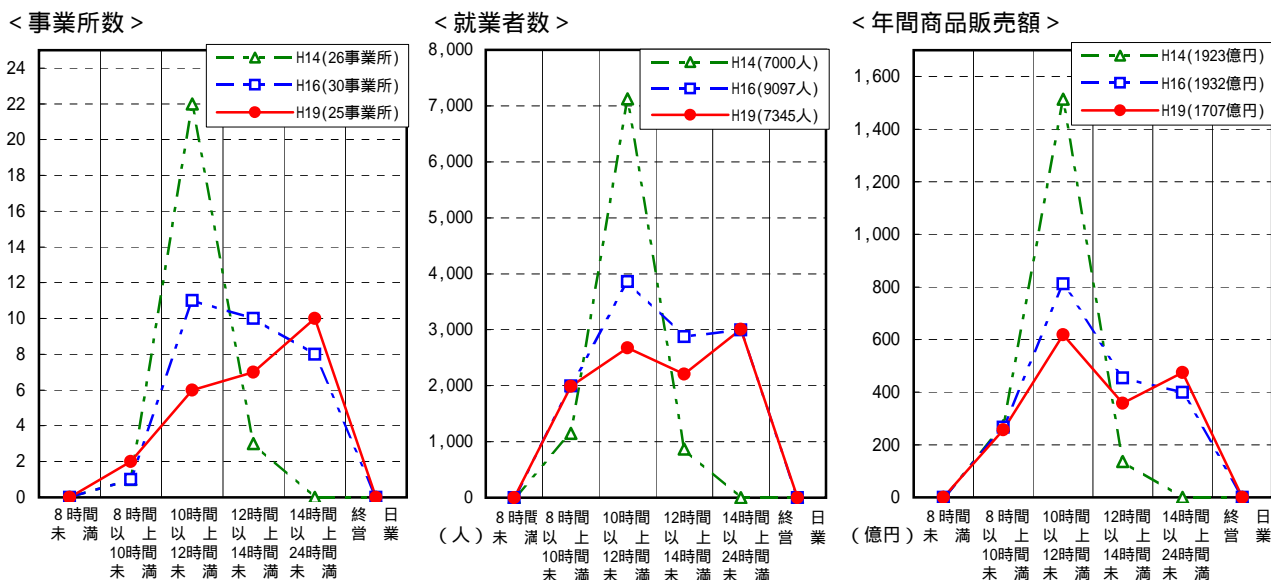
産業別の状況

～ を産業小分類別にみて、前回と比べて特に目立った増減を示している業種を挙げると、以下のとおりです。

1) 百貨店、総合スーパー

「10時間以上12時間未満」が事業所数、就業者数、年間商品販売額で大幅減少の一方、「14時間以上24時間未満」ではいずれも増加し、これら三項目での構成比ウエイトは、より営業時間の長い区分へとシフトしています。

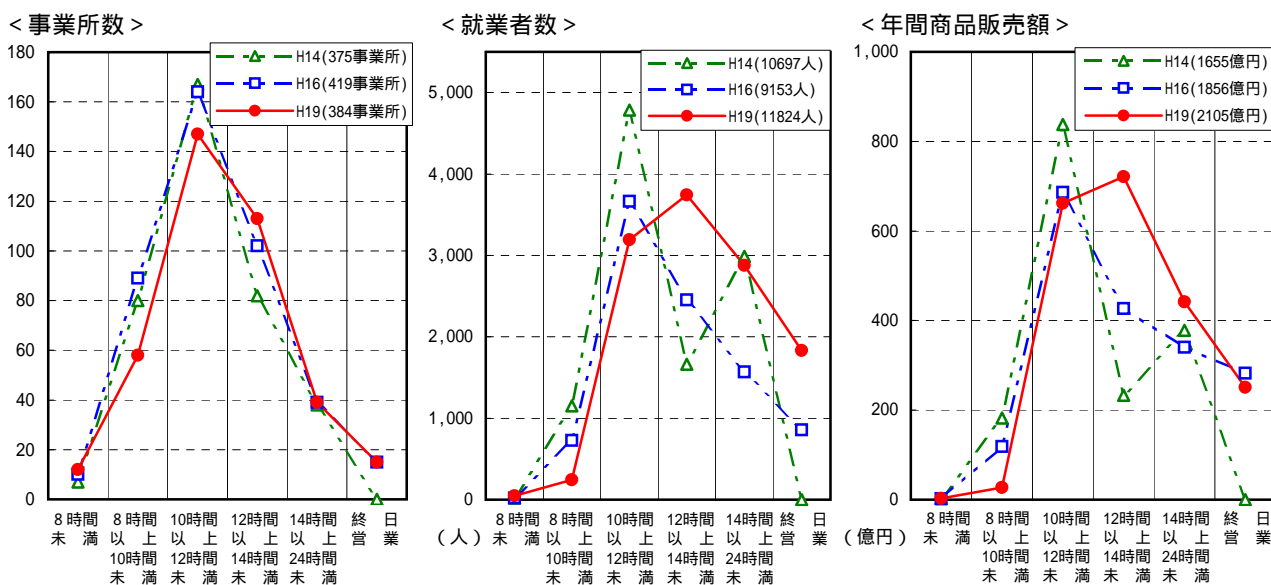
第5 - 20図 「百貨店、総合スーパー」の営業時間別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移



2) 各種食料品小売業

「12時間以上14時間未満」「14時間以上24時間未満」が就業者数と年間商品販売額で大幅増加しており、これら二項目でシェアの最も高い営業時間帯も、前回調査の「10時間以上12時間未満」から「12時間以上14時間未満」へと、より営業時間の長い区分へとシフトしています。

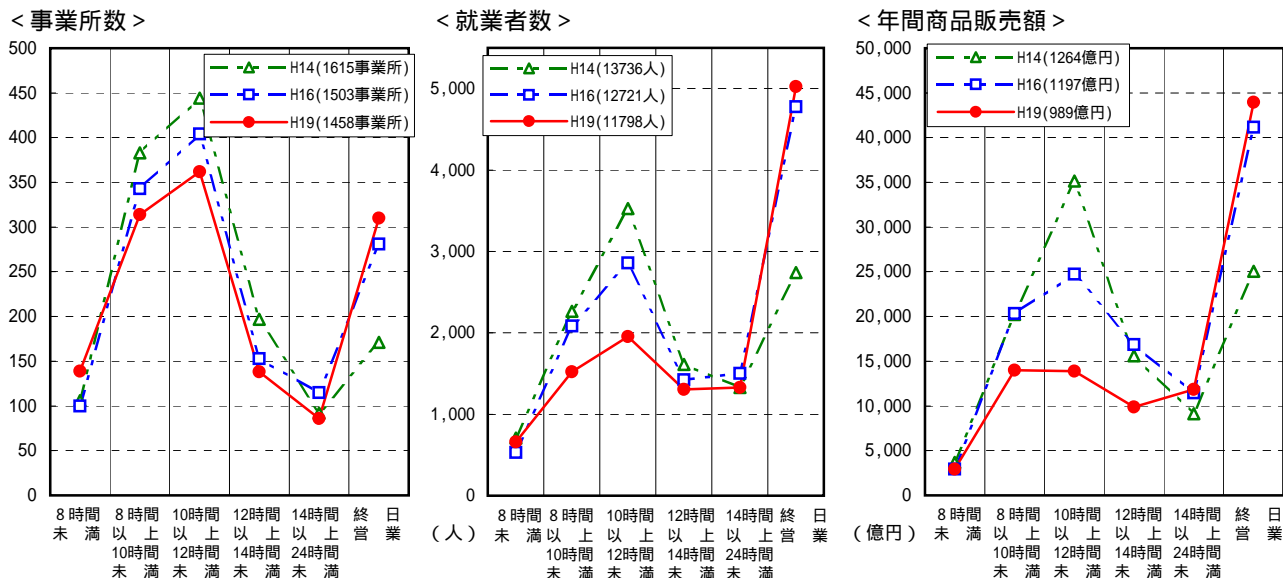
第5 - 21図 「各種食料品小売業」の営業時間別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移



3) その他の飲食料品小売業

「10時間以上12時間未満」などが事業所数、就業者数、年間商品販売額で大幅減少の一方、「終日営業」ではいずれも増加し、これら三項目での「終日営業」のシェアは大幅に上昇しています。

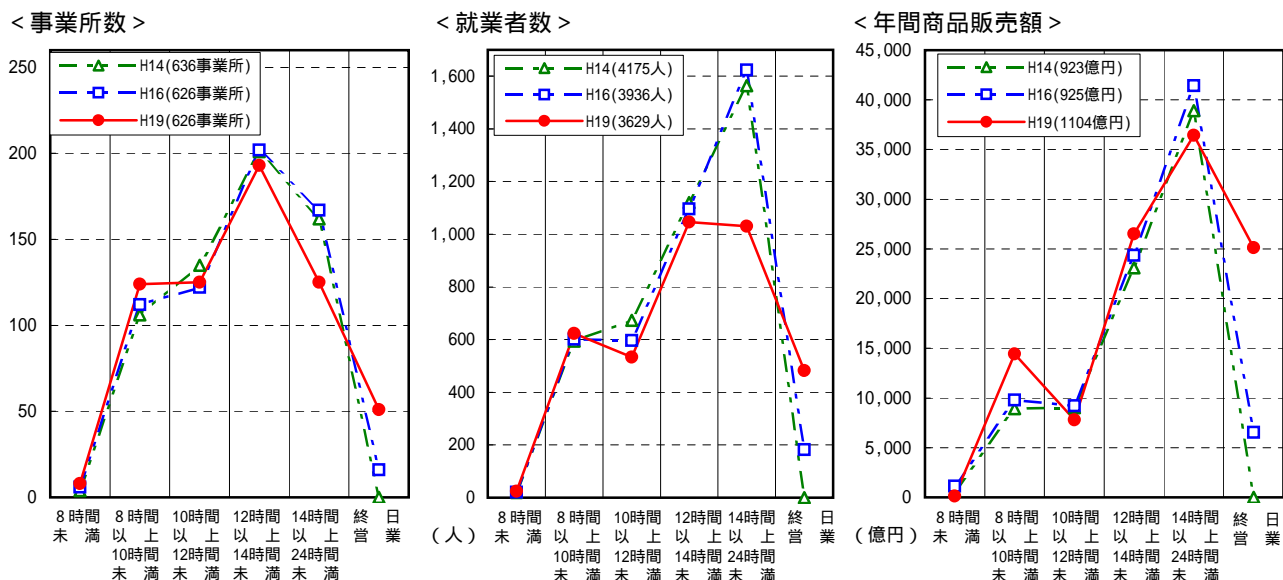
第5 - 22図 「その他飲食料品小売業」の営業時間別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移



4) 燃料小売業

「14時間以上24時間未満」などが事業所数、就業者数、年間商品販売額で減少の一方、「終日営業」ではいずれも大幅増加し、これら三項目での「終日営業」のシェアは大幅に上昇しています。

第5 - 23図 「燃料小売業」の営業時間別の事業所数、就業者数、年間商品販売額の推移



(4) 「通信・カタログ販売」の状況

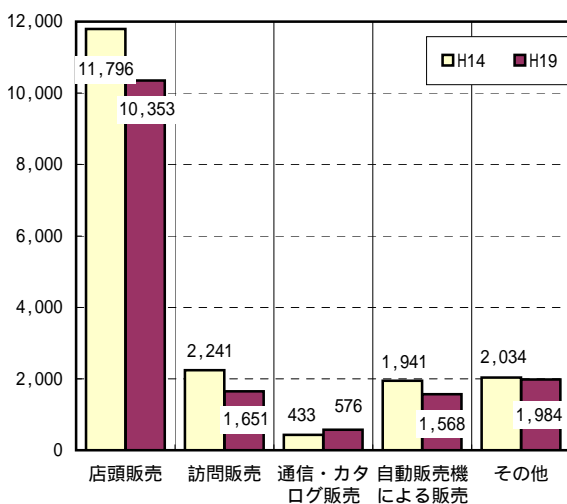
* 「通信・カタログ販売」は、事業所数・年間商品販売額ともに増加した唯一の販売形態
 ~ 平成14年調査に比べて、事業所数は3割増、年間商品販売額は倍増超

事業所数

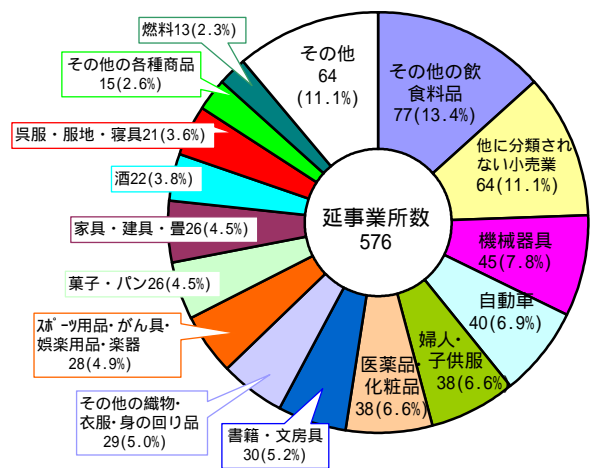
「通信・カタログ販売」を行う事業所数は、小売業全体の5.0%(576事業所)にすぎないものの、平成14年調査に比べて増加した唯一の商品販売形態となっています(+143事業所)。

「通信・カタログ販売」を行う事業所数の状況を産業別にみると、他に分類されない小売業(64事業所)、機械器具(45事業所)、自動車(40事業所)などで多くなっています。また、平成14年調査と比べると、婦人・子供服(+26事業所)、その他の飲食品(+23事業所)、菓子・パン(+18事業所)、医薬品・化粧品(+17事業所)などの増加が目立っています。

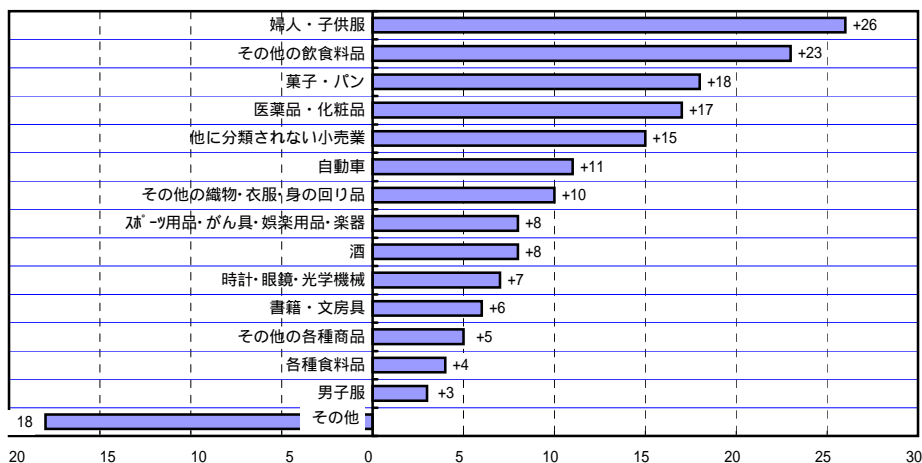
第5-24図 小売業の販売形態別事業所数(対H14年対比)



第5-25図 「通信・カタログ販売」を行う事業所の産業小分類別事業所数及び構成比



第5-26図 「通信・カタログ販売」を行う事業所の産業小分類別事業所数の対H14年増減

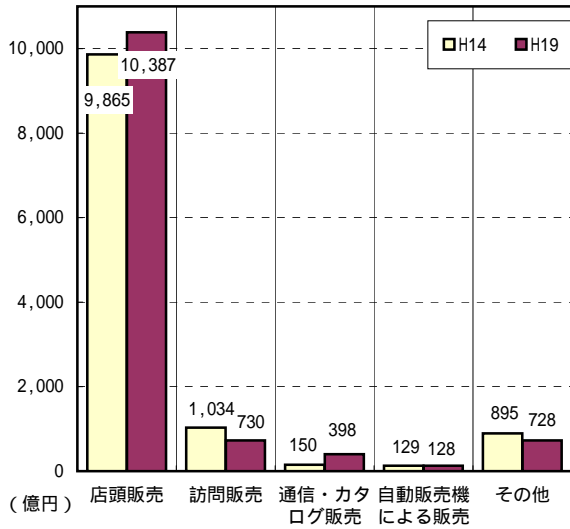


年間商品販売額

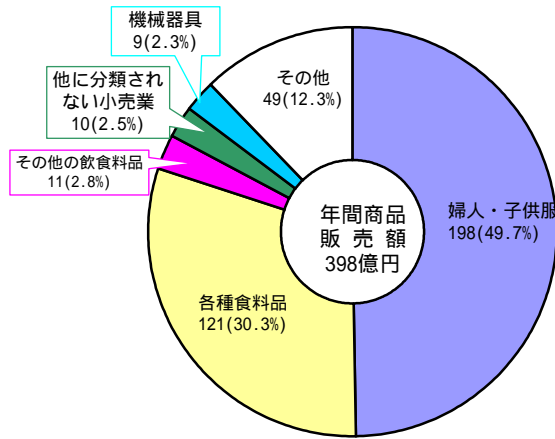
「通信・カタログ販売」による年間商品販売額は、小売業全体の3.2%(398億円)にすぎないものの、平成14年調査に比べて倍増を超える増加(+248億円)となっています。

産業小分類別にみると、婦人・子供服(198億円)と各種食料品(121億円)で全体の8割を占めています。また、平成14年調査と比べると、各種食料品(+121億円)、婦人・子供服(+115億円)の大幅な増加が目立っています。

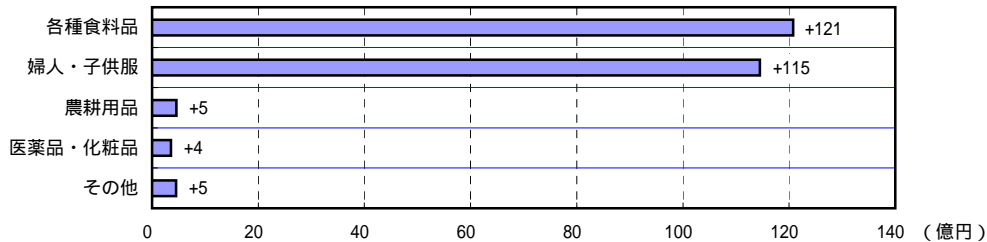
第5-27図 小売業の販売形態別年間商品販売額(対H14年対比)



第5-28図 「通信・カタログ販売」による年間商品販売額の産業小分類別額及び構成比



第5-29図 「通信・カタログ販売」による年間商品販売額の産業小分類別額の対H14年増減

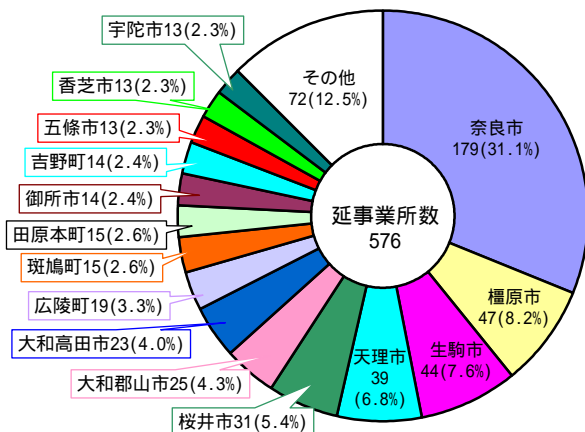


市町村別の状況

「通信・カタログ販売」を行う事業所数は、奈良市(179事業所、構成比31.1%)が最も多く、次いで橿原市(47事業所、同8.2%)、生駒市(44事業所、同7.6%)、天理市(39事業所、同6.8%)の順となっています。

また、「通信・カタログ販売」による年間商品販売額では、御所市(193億円、構成比48.5%)が最も多く全体の5割弱を占め、次いで奈良市(77億円、同19.4%)、桜井市(41億円、同10.2%)の順となっており、これら3市で全体の8割近く(78.1%)を占めています。

第5-30図 「通信・カタログ販売」を行う事業所の市町村別延事業所数及び構成比



第5-31図 「通信・カタログ販売」による年間商品販売額の市町村別額及び構成比

