

## 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。

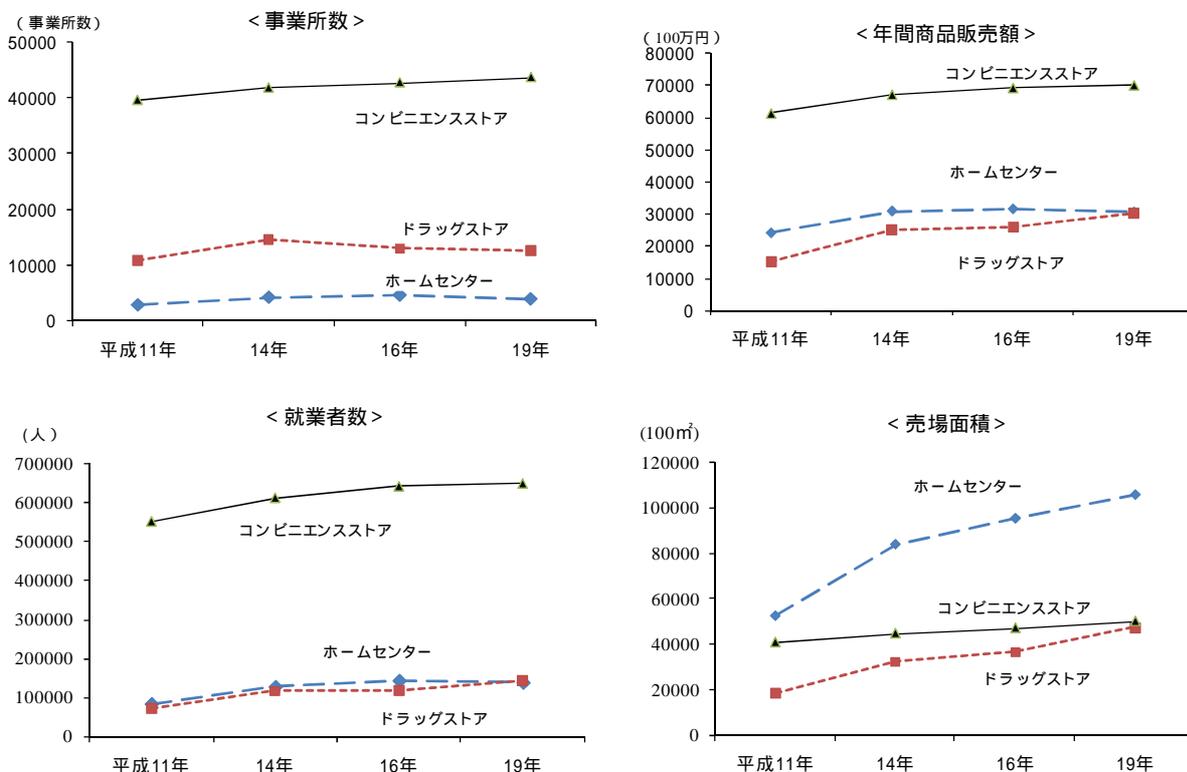
年間商品販売額ではコンビニエンスストア、ドラッグストアは増加傾向、ホームセンターは平成19年で減少に転じ、2桁の伸びを示したドラッグストアと並んでいる。

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

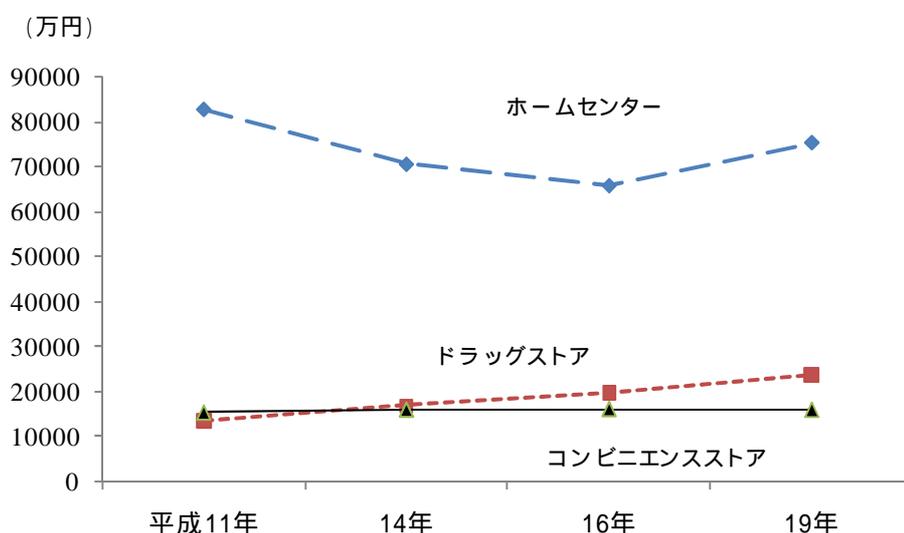
	事業所数			年間商品販売額(百万円)			就業者数			売場面積		
	16年	19年	前回比	16年	19年	前回比	16年	19年	前回比	16年	19年	前回比
ホームセンター	4,764	4,045	▲ 15.1	3,141,257	3,045,939	▲ 3.0	144,592	139,768	▲ 3.3	9,531,495	10,569,809	10.9
ドラッグストア	13,095	12,701	▲ 3.0	2,587,834	3,012,637	16.4	118,368	142,824	20.7	3,676,476	4,757,090	29.4
コンビニエンスストア	42,738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

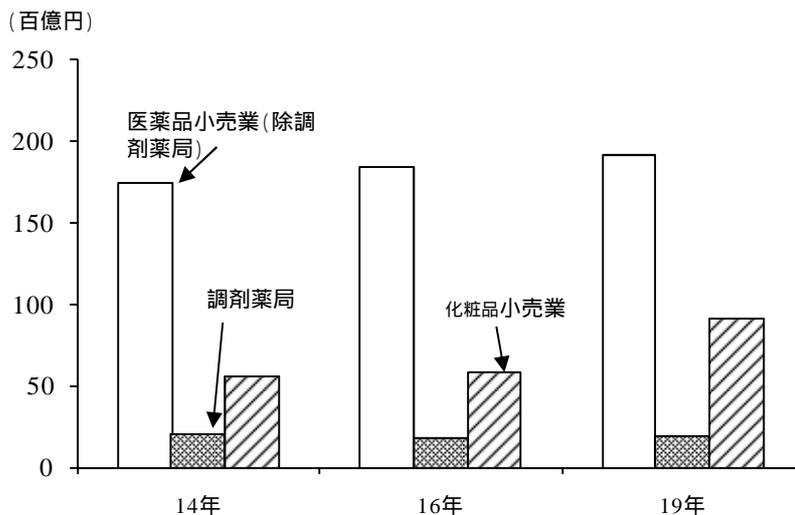
(2)ドラッグストア

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

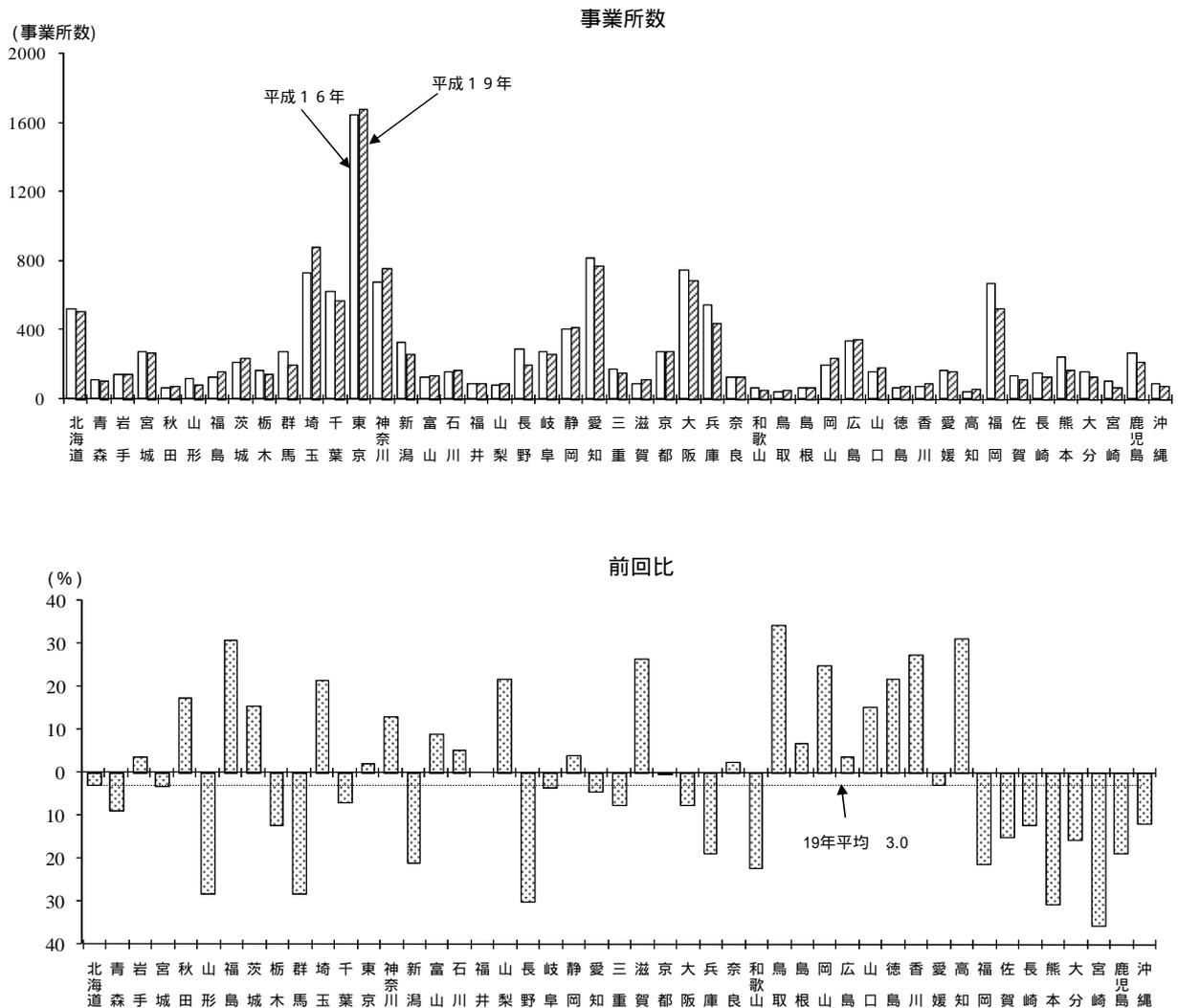
	事業所数				年間商品販売額(百万円)			
	16年	構成比(%)	19年	構成比(%)	16年	構成比(%)	19年	構成比(%)
ドラッグストア計	13,095	100.0	12,701	100.0	2,587,834	100.0	3,012,637	100.0
医薬品小売業(調剤薬局を除く)	9,985	76.3	8,819	69.4	1,837,931	71.0	1,914,793	63.6
調剤薬局	1,460	11.1	1,242	9.8	168,794	6.5	186,239	6.2
化粧品小売業	1,650	12.6	2,640	20.8	581,109	22.5	911,605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

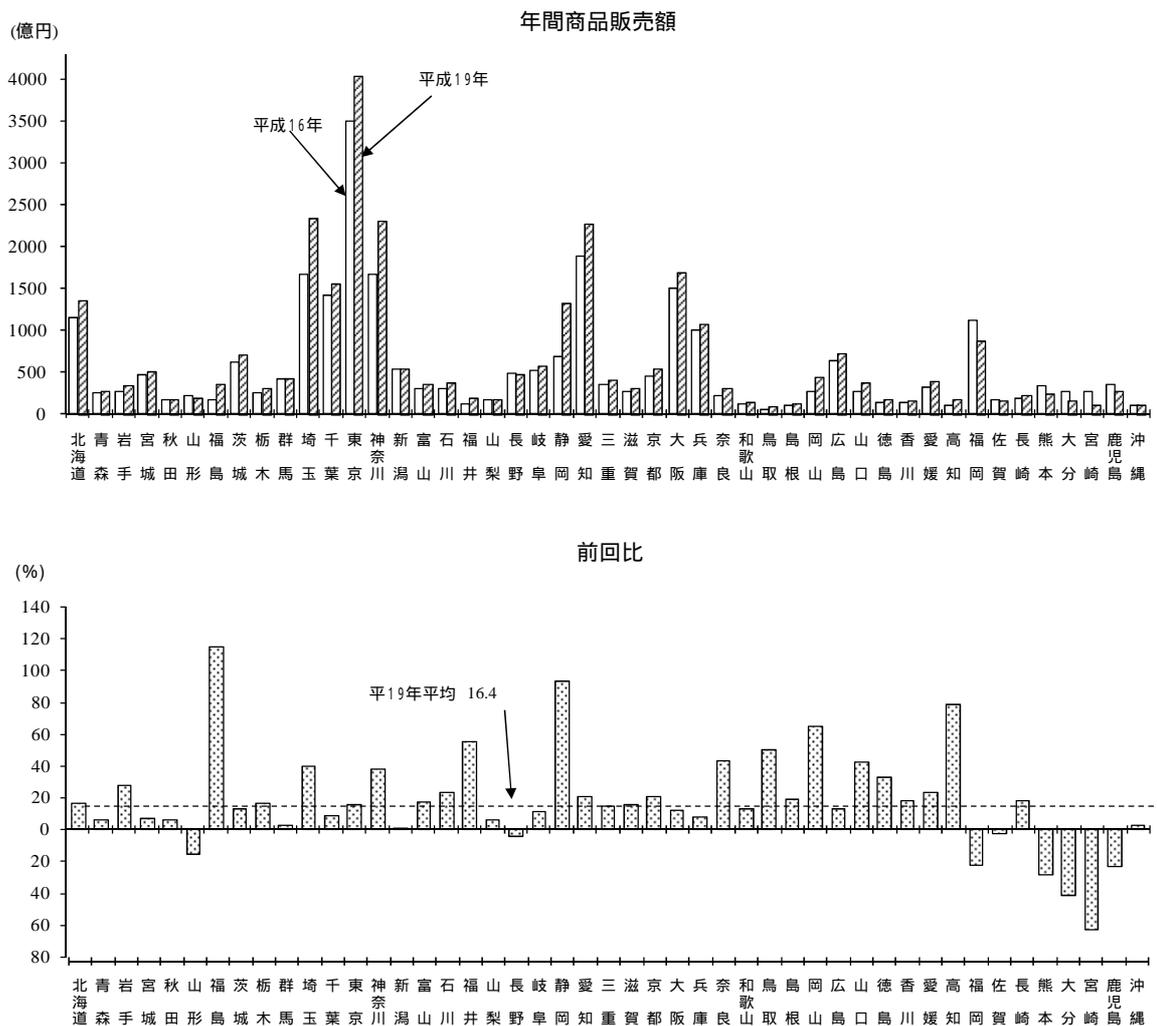


ドラッグストアの年間商品販売額は3兆126億円となった。

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

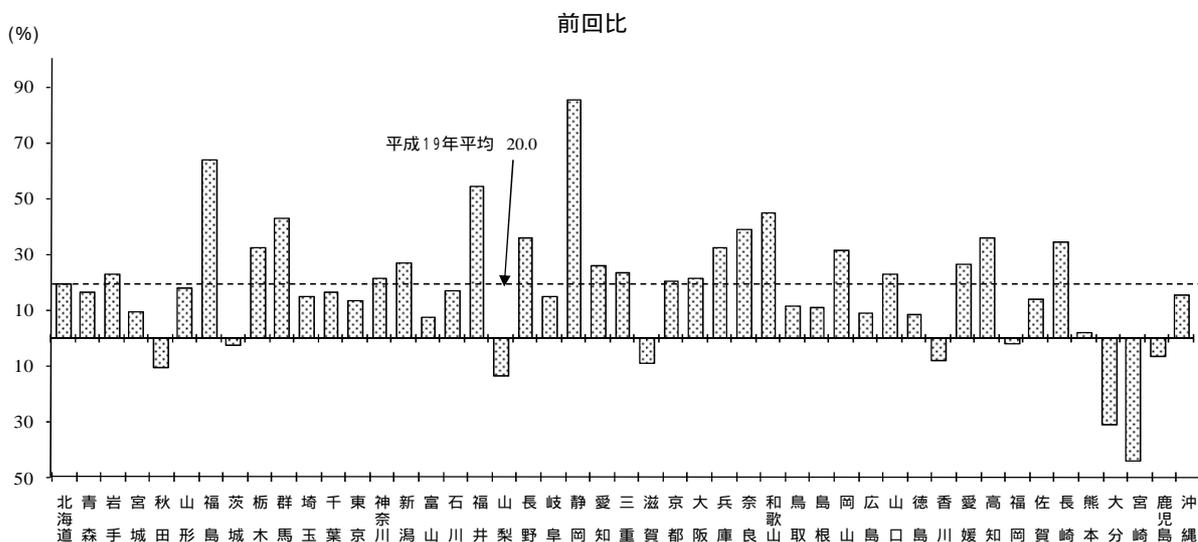
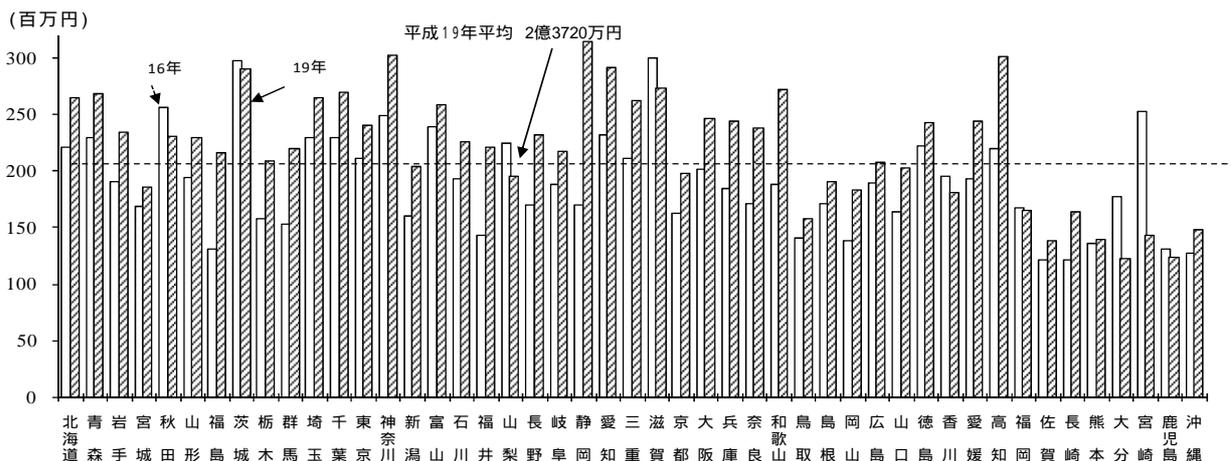


ドラッグストアの1事業所当たりの年間商品販売額は2億3720万円(前回比20.0%増)となった。

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(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

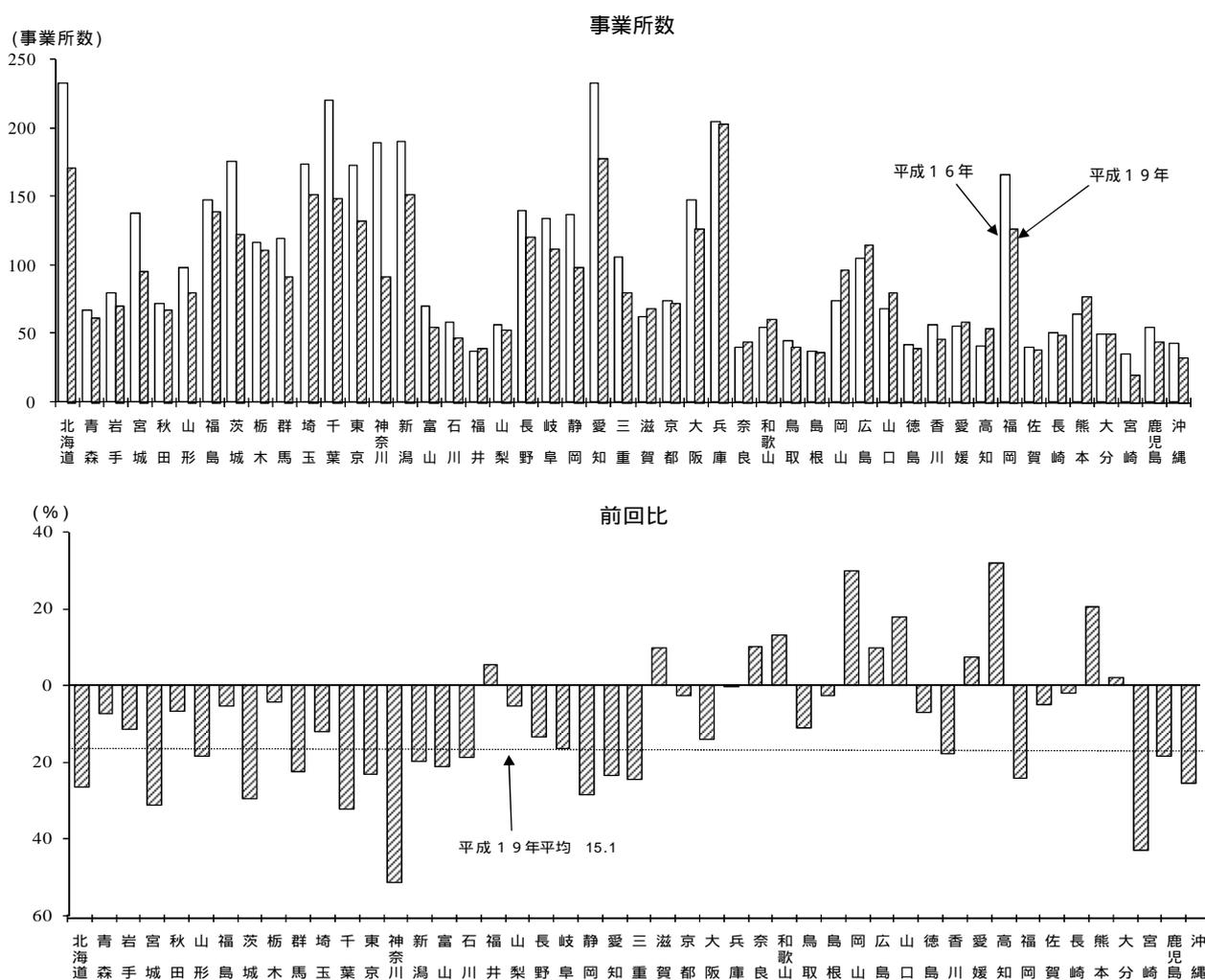
	事業所数					年間商品販売額				
	平成16年	構成比(%)	平成19年	構成比(%)	前回比(%)	平成16年(百万円)	構成比(%)	平成19年(百万円)	構成比(%)	前回比(%)
住関連スーパー	11,744	100.0	10,494	100.0	▲10.6	5,510,389	100.0	5,009,020	100.0	▲9.1
うち、ホームセンター	4,764	40.6	4,045	38.5	▲15.1	3,141,257	57.0	3,045,939	60.8	▲3.0

ホームセンターの事業所数は4045事業所(前回比15.1%減)となった。

都道府県別にみると、兵庫が203事業所(前回比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。

前回比でみると高知(前回比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、前回比

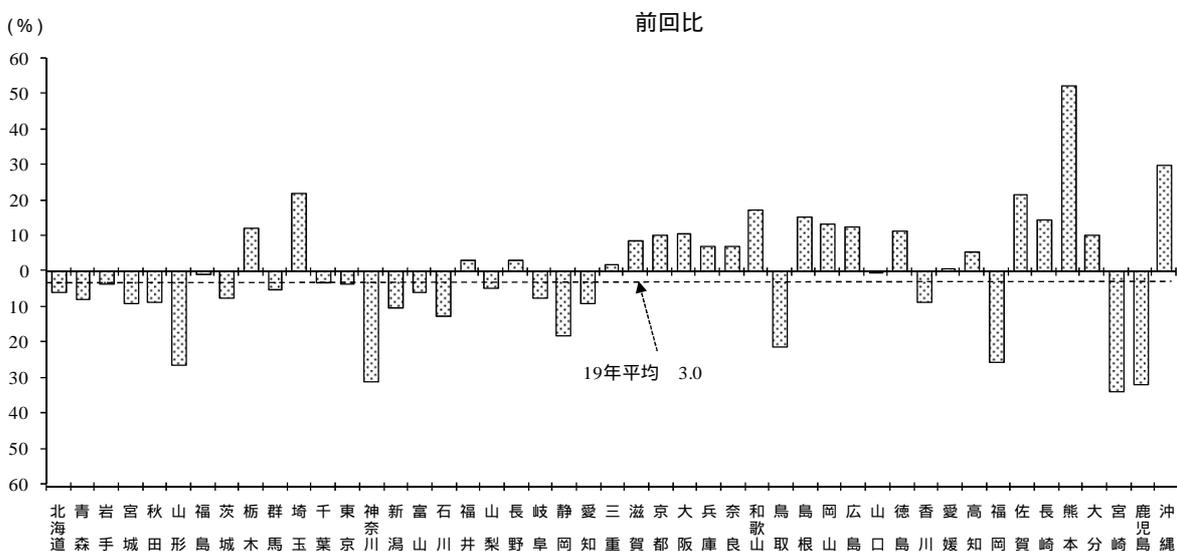
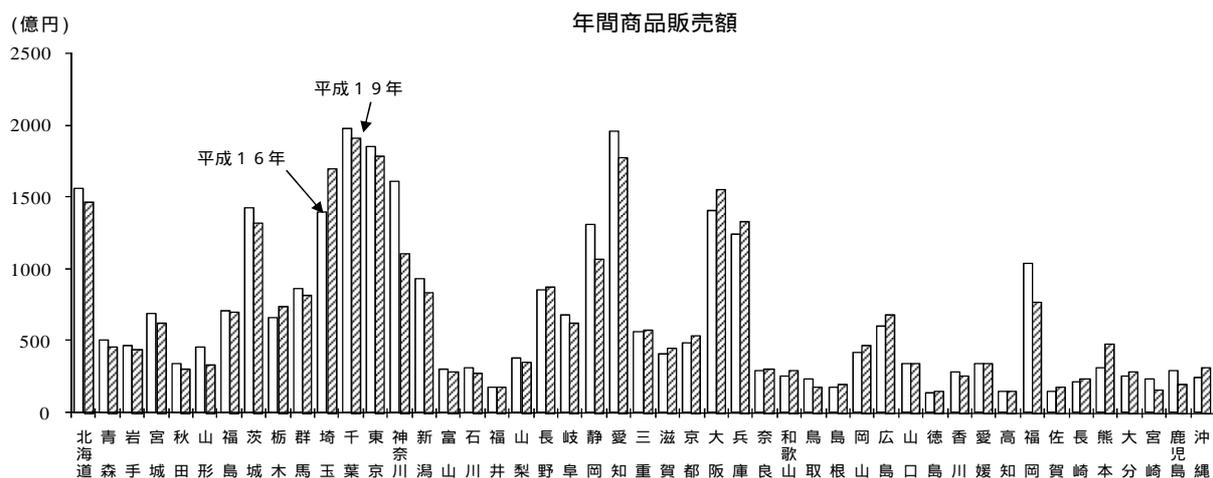


ホームセンターの年間商品販売額は3兆459億円（前年比 3.0%減）となった。

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。

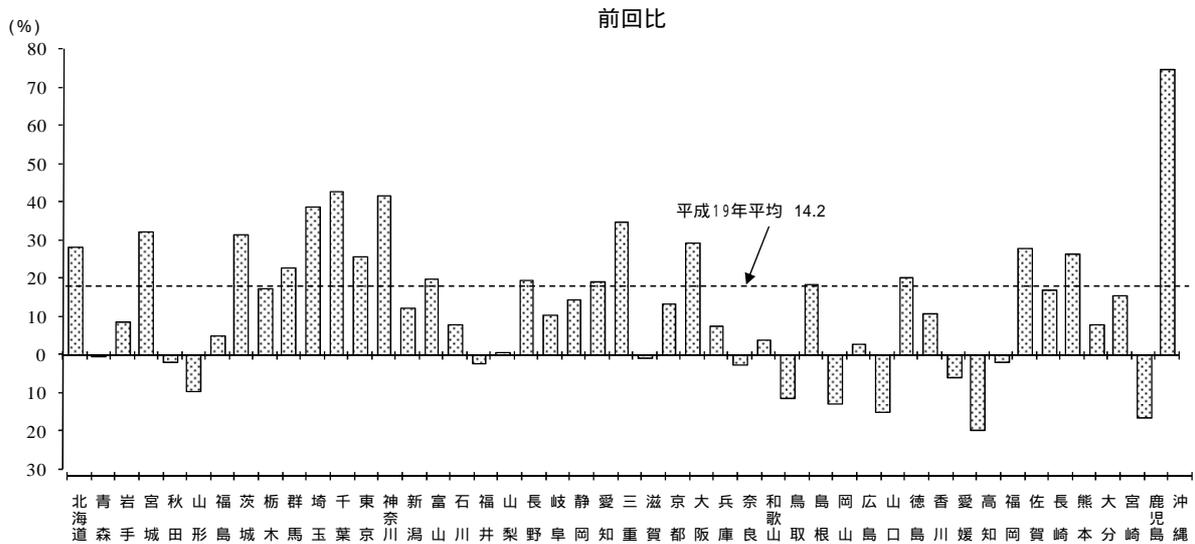
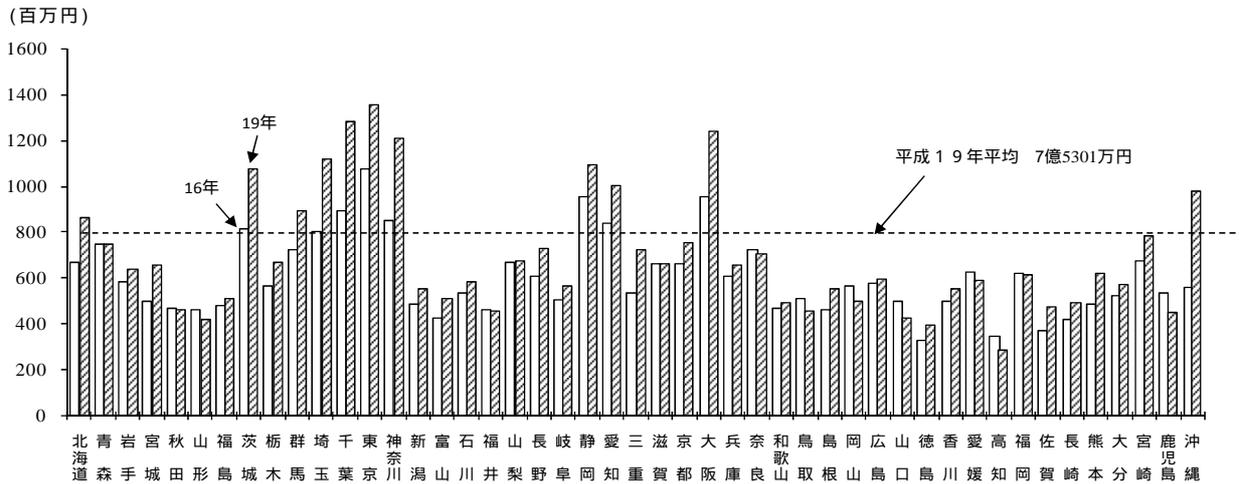
前年比をみると、熊本（前年比 52.3%増）、沖縄（同 29.9%増）、埼玉（同 22.0%増）、佐賀（同 21.6%増）など22県で増加、宮崎（同 33.9%減）、鹿児島（31.8%減）、神奈川（31.0%減）、山形（同 26.2%減）など25県では減少となっている（第9 - 8図）。

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、新設店舗にあっては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)。

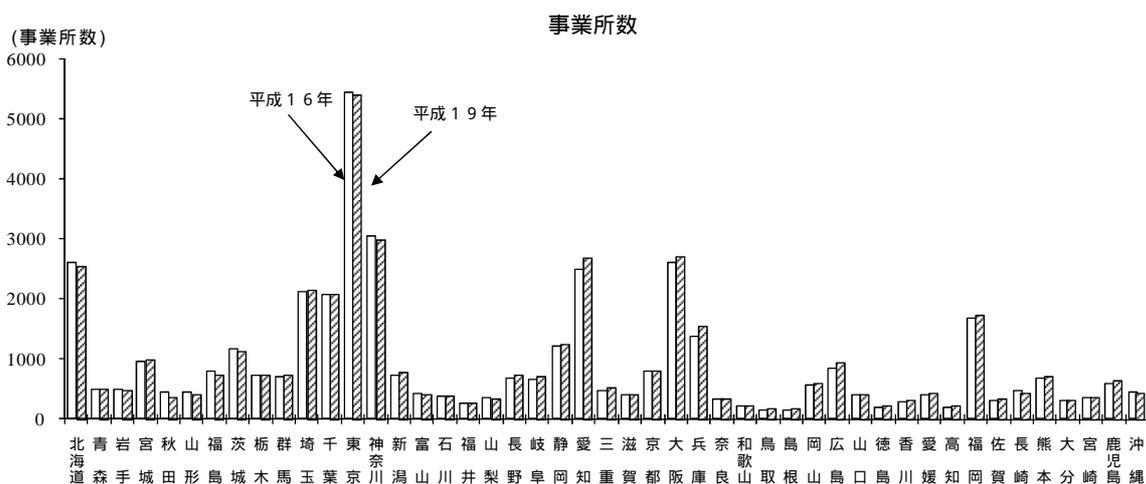
第9-5表 コンビニエンスストアの事業所数、年間商品販売額、就業者数

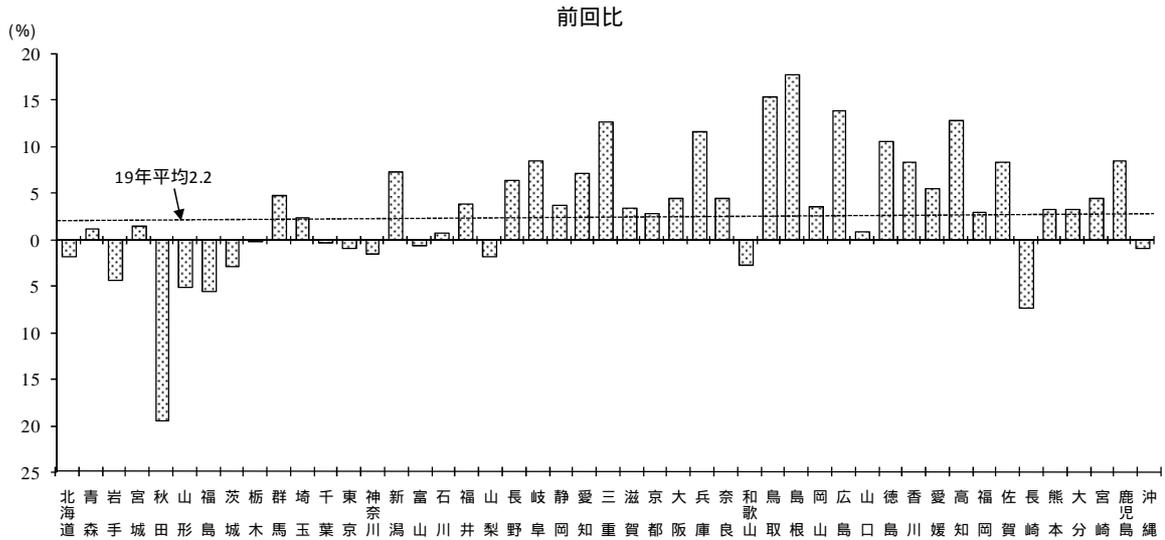
	事業所数					年間商品販売額					就業者数				
	平成16年	構成比(%)	平成19年	構成比(%)	前回比(%)	平成16年(百万円)	構成比(%)	平成19年(百万円)	構成比(%)	前回比(%)	平成16年(人)	構成比(%)	平成19年(人)	構成比(%)	前回比(%)
コンビニエンスストア	42,738	100.0	43,684	100.0	2.2	6,922,202	100.0	7,006,872	100.0	1.2	642,147	100.0	649,427	100.0	1.1
終日営業店	34,453	80.6	36,808	84.3	6.8	6,079,435	87.8	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



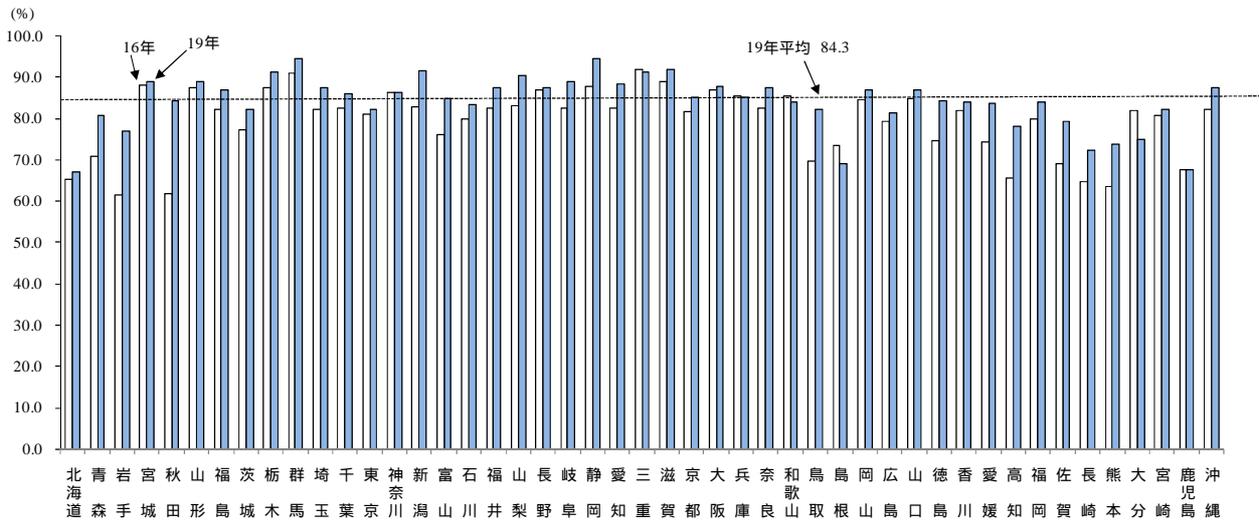


コンビニエンスストアの終日営業店割合は 84.3%となり前回から 3.7%ポイントの増加となった。

都道府県別に見ると、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。

地域別に見ると、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

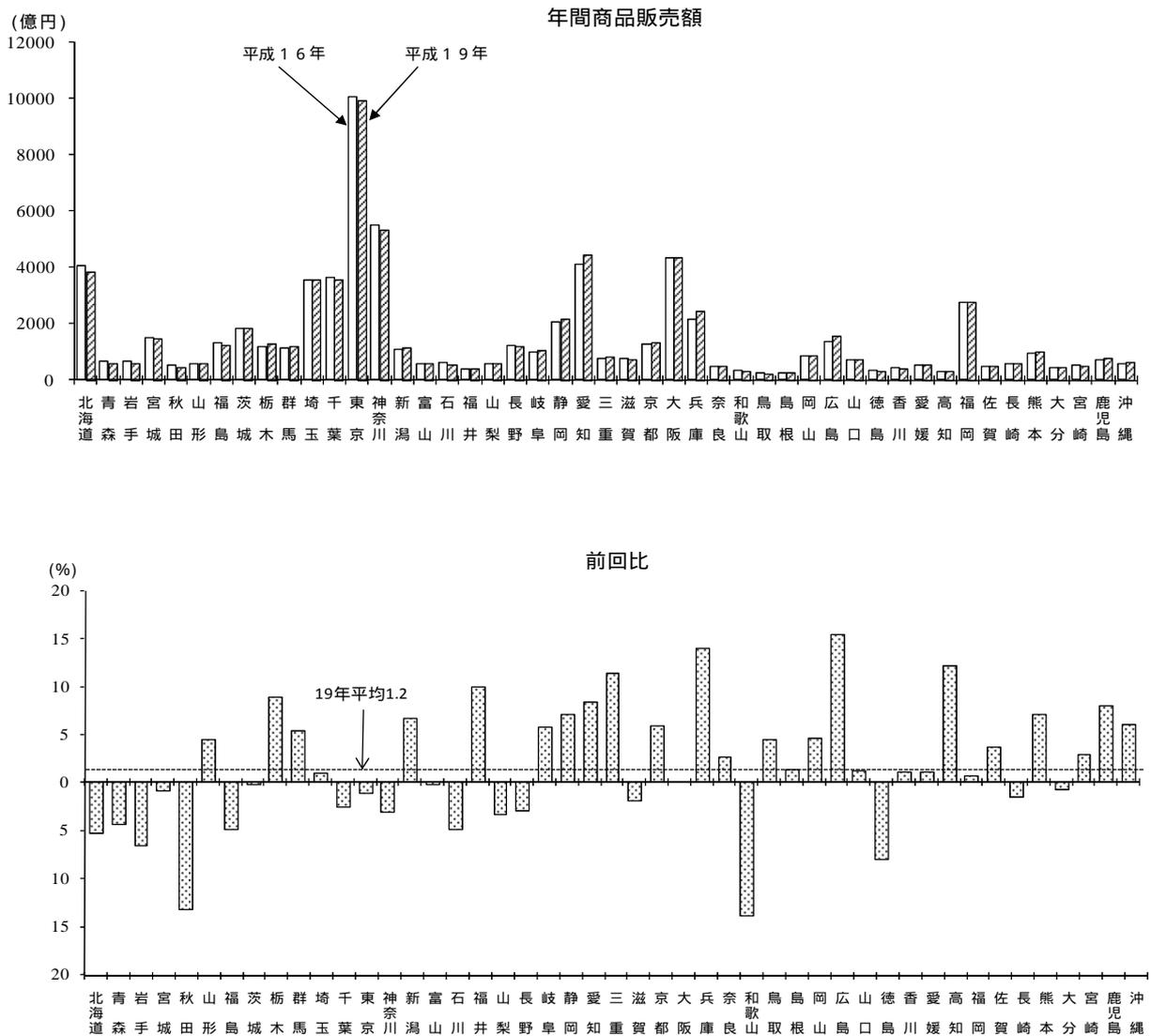


コンビニエンスストアの年間商品販売額は7兆69億円（前年比1.2%増）となった。

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

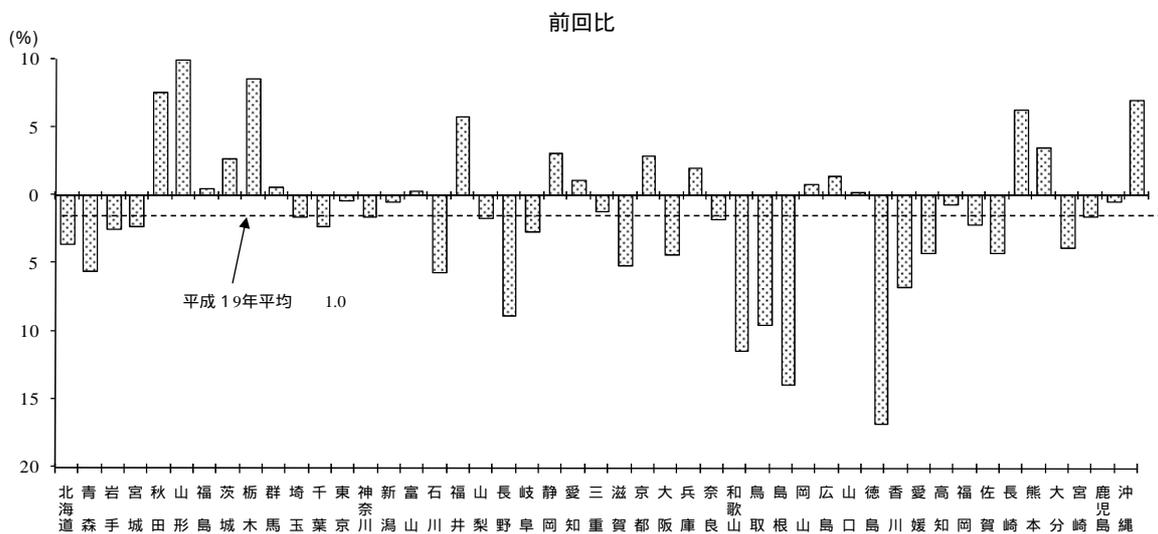
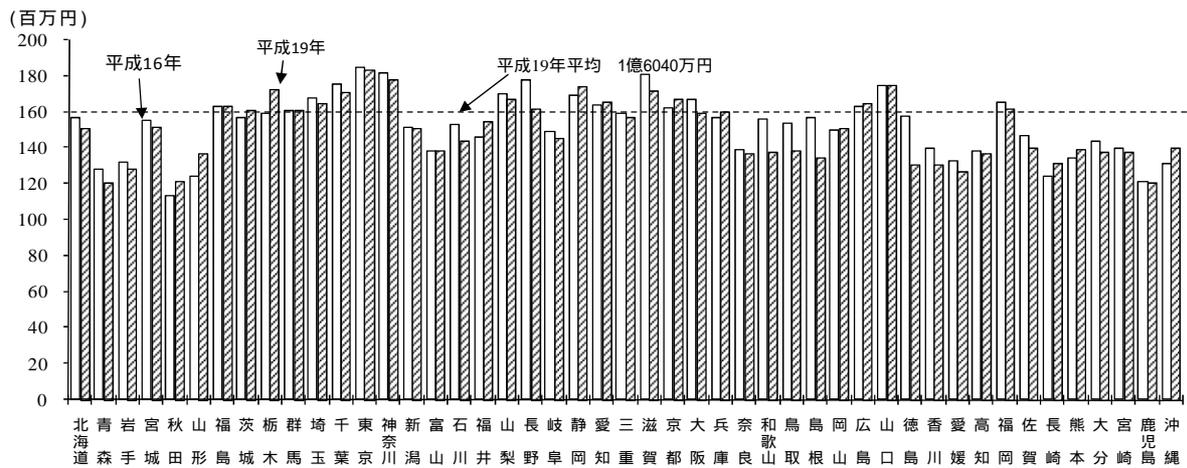


コンビニエンスストアの1事業所当たりの年間商品販売額は1億640万円(前回比 1.0%減)となった。

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