

概 況

1. 事業所数

～ 工業地区を除くすべての特性地区で事業所数が減少 ～

(1) 立地環境特性地区別の事業所数

平成19年調査における小売業の事業所数は、113万8千事業所(前回比▲8.1%減)となった。これを立地環境特性地区別(以下、「特性地区別」という)にみると、商業集積地区が42万7千事業所(同▲9.0%減)、住宅地区は34万事業所(同▲10.2%減)、その他地区は21万5千事業所(同▲7.2%減)、オフィス街地区は9万1千事業所(同▲2.9%減)、工業地区は6万5千事業所(同横ばい)と、工業地区を除くすべての地区で減少となった。

なお、改正都市計画法施行(平成19年11月)により売場面積1万㎡を超える大型店の出店が制限されたことから、工業地区への駆け込み出店もみられ、工業地区の事業所数については各特性地区が減少するなか横ばいを維持、商業集積地区のうち、ロードサイド型については7.1%の伸びとなった。

また、平成19年調査から調査対象に加えた有料施設内事業所数は2579事業所(小売業全体に対する構成比0.2%)となり、そのうち、駅改札内事業所数は1925事業所(同0.2%)、有料道路内事業所数は611事業所(同0.1%)となった(第1-1表)。

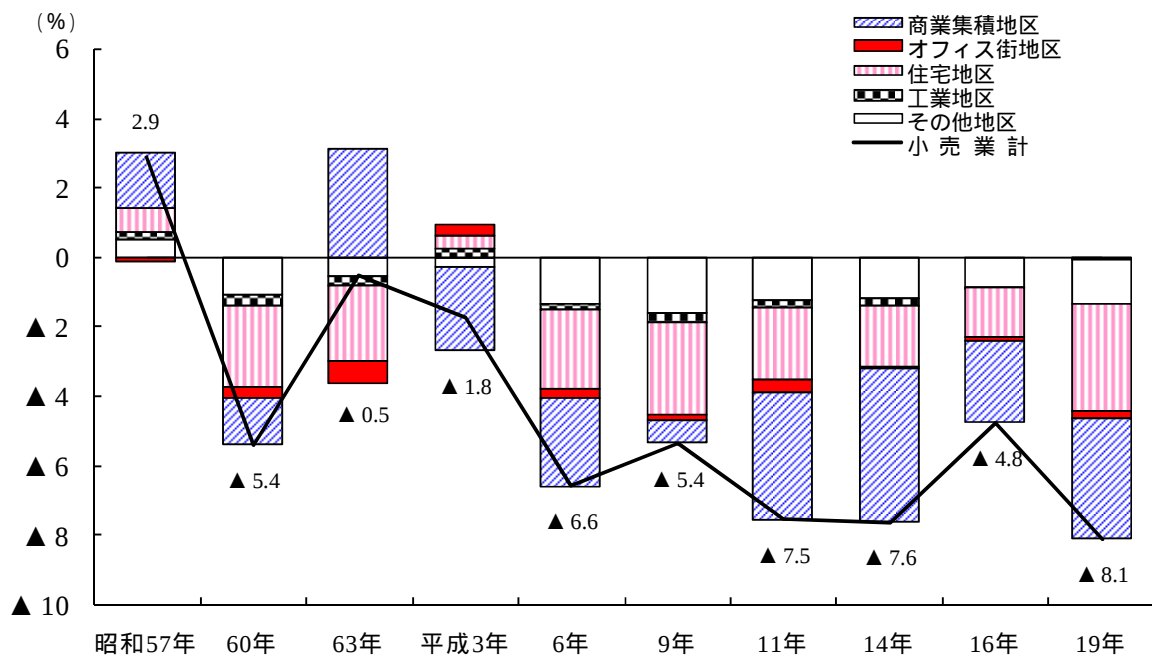
第1-1表 特性地区別の事業所数

特性地区別	事業所数				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	1,238,049	1,137,859	100.0	100.0	▲ 8.1
うち、有料施設内事業所	-	2,579	-	0.2	-
うち、駅改札内事業所	-	1,925	-	0.2	-
商 業 集 積 地 区	469,958	427,463	38.0	37.6	▲ 9.0
駅 周 辺 型	165,100	150,855	13.3	13.3	▲ 8.6
うち、駅改札内事業所	-	1,293	-	0.1	-
市 街 地 型	113,208	100,965	9.1	8.9	▲ 10.8
住 宅 地 背 景 型	138,734	122,016	11.2	10.7	▲ 12.1
ロ ー ド サ イ ド 型	37,338	40,001	3.0	3.5	7.1
そ の 他	15,578	13,626	1.3	1.2	▲ 12.5
オ フ ィ ス 街 地 区	93,250	90,536	7.5	8.0	▲ 2.9
住 宅 地 区	378,266	339,839	30.6	29.9	▲ 10.2
工 業 地 区	65,408	65,438	5.3	5.8	0.0
そ の 他 地 区	231,167	214,583	18.7	18.9	▲ 7.2
うち、有料道路内事業所	-	611	-	0.1	-

(注) 平成19年調査より駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

前回比の推移をみると、平成6年以降すべての特性地区で減少が続いており、商業集積地区、住宅地区の減少が大きく寄与している（第1-1図）。

第1-1図 特性地区別事業所数の前回比（伸び率寄与度）の推移

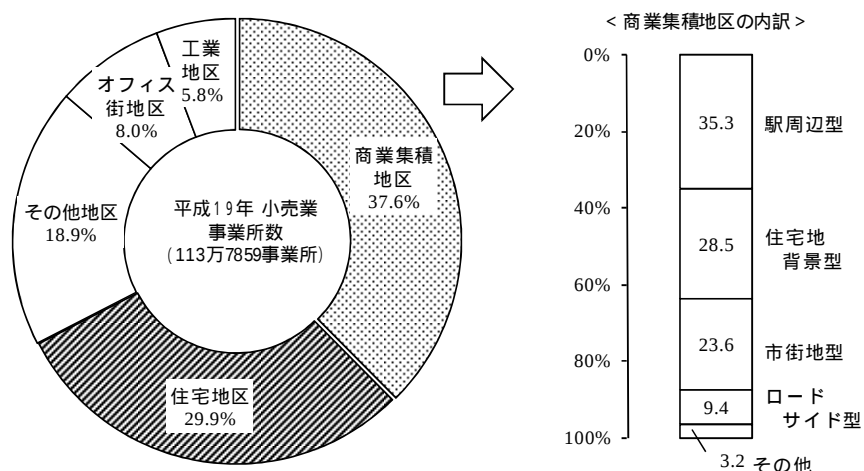


注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行ったため、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

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

構成比をみると、商業集積地区が37.6%、住宅地区が29.9%、その他地区が18.9%、オフィス街地区が8.0%、工業地区が5.8%となっている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型（商業集積地区に占める割合 35.3%）の事業所が最も多く、次いで住宅地背景型（同 28.5%）、市街地型（同 23.6%）の順で、ロードサイド型（同 9.4%）は1割未満となっている（第1-1表、第1-2図）。

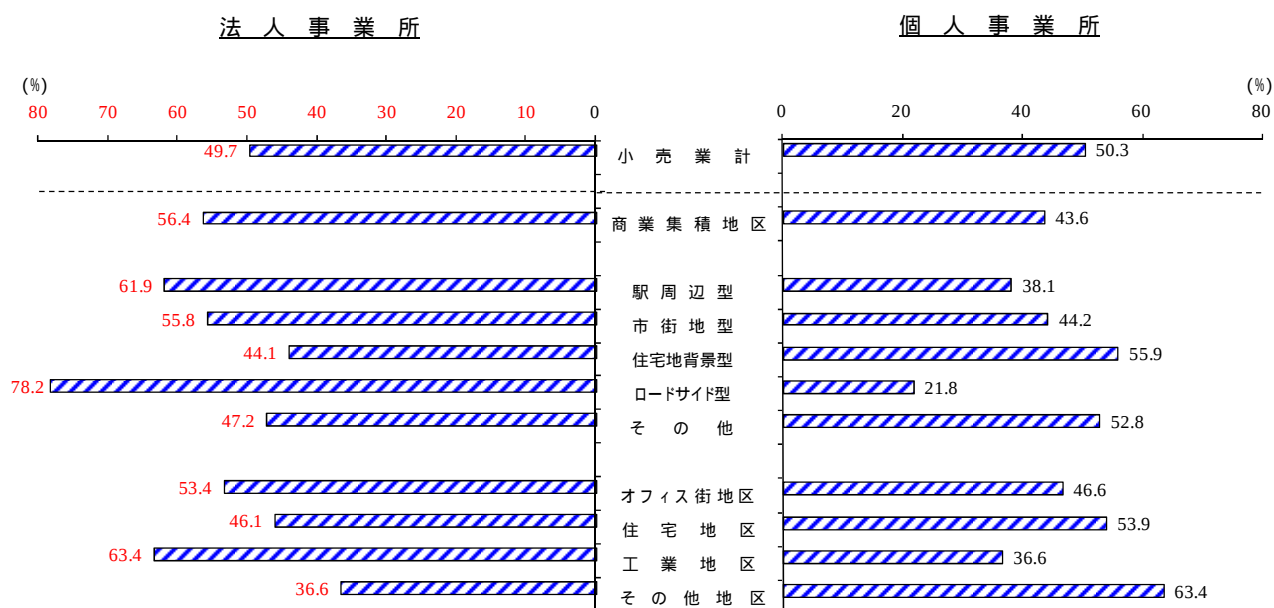
第1-2図 特性地区別事業所数の構成比



(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別事業所数

経営組織別にみると、小売業全体では法人事業所が49.7%、個人事業所数が50.3%と、個人事業所が過半を占めているもののその割合はほぼ同じとなっている。これを特性地区別にみると、その他地区、住宅地区では個人事業所の割合が高く、工業地区やオフィス街地区、商業集積地区では法人事業所の割合が高くなっている。商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型、駅周辺型、市街地型では法人事業所が過半を占めており、住宅背景型、その他では個人事業所の割合が過半となっている(第1-3図)。

第1-3図 特性地区別、経営組織別事業所数の構成比



前回比をみると、法人事業所数は前回比▲2.2%、個人事業所数は同▲13.3%と、ともに減少となった。

これを、特性地区別にみると、法人事業所数は商業集積地区(前回比▲3.4%減)、住宅地区(同▲5.3%減)では減少、工業地区(同7.2%増)、その他地区(同1.8%増)、オフィス街地区(同1.4%増)で増加となっている。また商業集積地区全体では減少となったものの、その内訳ではロードサイド型(同15.7%増)が唯一増加している。一方、個人事業所数をみると、全地区で減少となっており、なかでも商業集積地区の内訳はすべて15%以上の減少となっている(第1-2表)。

第1-2表 特性地区別、経営組織別の事業所数

特性地区別	事業所数							
	合計		法人事業所			個人事業所		
	平成16年	平成19年	平成16年	平成19年	前回比(%)	平成16年	平成19年	前回比(%)
小売業計	1,238,049	1,137,859	578,426	565,969	▲2.2	659,623	571,890	▲13.3
商業集積地区	469,958	427,463	249,609	241,151	▲3.4	220,349	186,312	▲15.4
駅周辺型	165,100	150,855	97,251	93,314	▲4.0	67,849	57,541	▲15.2
市街地型	113,208	100,965	60,404	56,334	▲6.7	52,804	44,631	▲15.5
住宅背景型	138,734	122,016	58,038	53,774	▲7.3	80,696	68,242	▲15.4
ロードサイド型	37,338	40,001	27,049	31,293	15.7	10,289	8,708	▲15.4
その他	15,578	13,626	6,867	6,436	▲6.3	8,711	7,190	▲17.5
オフィス街地区	93,250	90,536	47,712	48,365	1.4	45,538	42,171	▲7.4
住宅地区	378,266	339,839	165,303	156,506	▲5.3	212,963	183,333	▲13.9
工業地区	65,408	65,438	38,717	41,490	7.2	26,691	23,948	▲10.3
その他地区	231,167	214,583	77,085	78,457	1.8	154,082	136,126	▲11.7

(3) 立地環境特性地区別にみた業種別事業所数

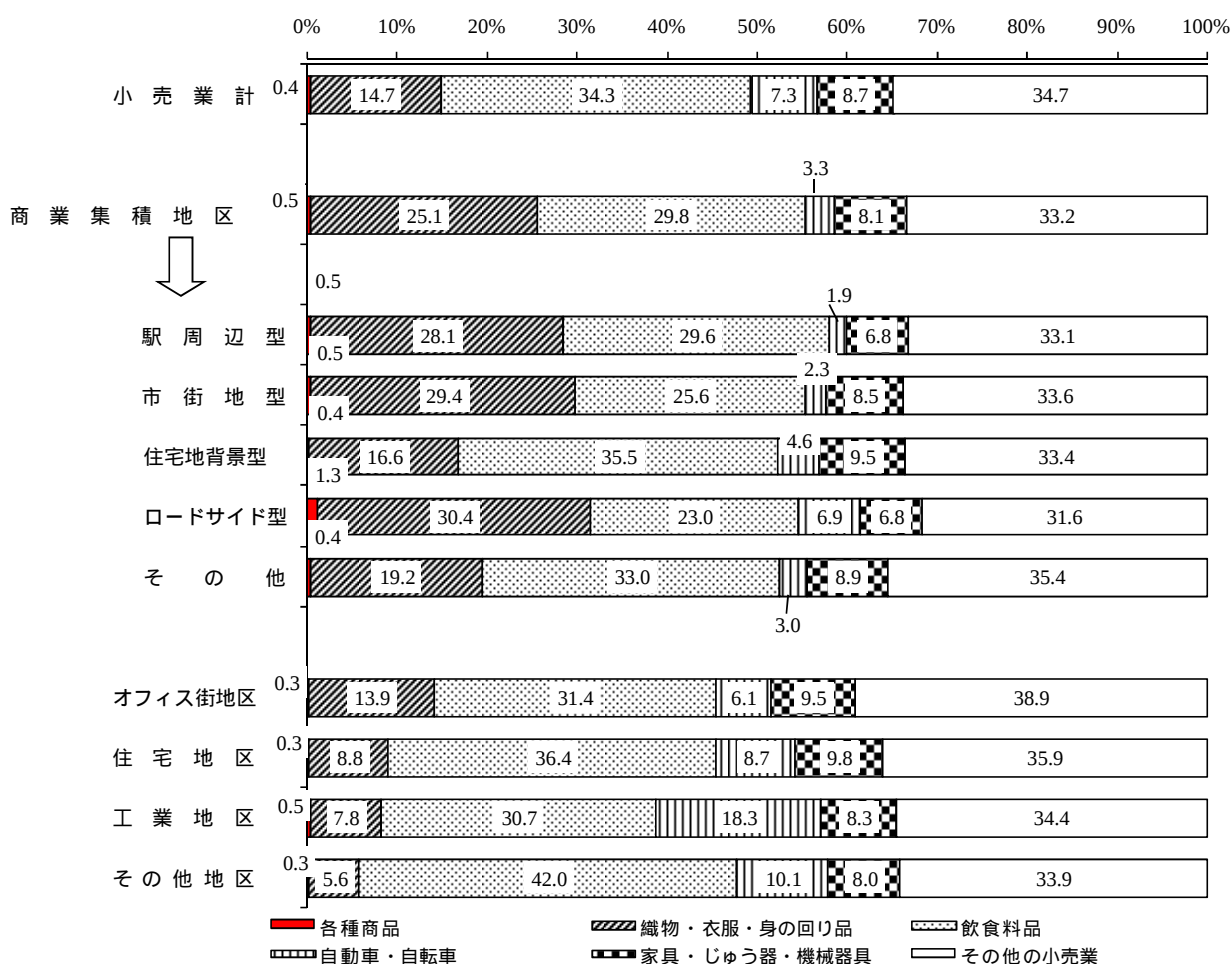
特性地区別に業種別の事業所構成比をみると、飲食料品小売業、生活必需品や日用品を扱っているその他の小売業の事業所割合がすべての地区で高く、いずれの地区もこの2業種で事業所数の6割以上を占めている。このうち、その他地区、住宅地区といった居住地に近い地区では、飲食料品小売業の事業所数が多い。

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地区に比べ高い割合となっている。このうち、ロードサイド型では3割超、市街地型、駅周辺型では3割近くを占めている。

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割近くを占めているが、これは、広い敷地面積の確保が可能なためと考えられる。

家具・じゅう器・機械器具小売業の割合は、いずれの地域においても概ね1割近くを占めている(第1-3表、第1-4図)。

第1-4図 特性地区別、業種別事業所数の構成比



また、前回比をみると、工業地区を除くすべての特性地区で減少となった。商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型（前回比 7.1%増）のみ増加となった。業種別にみると、商業集積地区（同▲9.0%減）では、商業集積地区の3割超を占めるその他の小売業（同▲6.6%減）で減少となったほか、飲食料品小売業（同▲12.6%減）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同▲16.8%減）でも減少している。

工業地区（同横ばい）では、飲食料品小売業（同▲5.7%減）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同▲5.3%減）が減少となったものの、その他の小売業（同 5.1%増）が増加、自動車・自転車小売業（同 2.4%増）が前回に引き続き増加、織物・衣服・身の回り品小売業（同 3.3%増）、各種商品小売業（同 1.6%増）が増加となった。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型で織物・衣服・身の回り品小売業（同 24.4%増）が大きく増加したほか、その他の小売業（同 6.9%増）、各種商品小売業（同 4.8%増）が増加となった（第1 - 3表）。

第1 - 3表 特性地区別、業種別の事業所数と前回比

特性地区別	事業所数						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	1,137,859	4,742	166,732	389,832	82,984	98,927	394,642
商業集積地区	427,463	2,276	107,141	127,396	14,068	34,483	142,099
駅周辺型	150,855	768	42,391	44,615	2,891	10,276	49,914
市街地型	100,965	514	29,689	25,818	2,357	8,632	33,955
住宅地背景型	122,016	428	20,282	43,261	5,652	11,621	40,772
ロードサイド型	40,001	507	12,162	9,199	2,758	2,737	12,638
そ の 他	13,626	59	2,617	4,503	410	1,217	4,820
オフィス街地区	90,536	277	12,544	28,398	5,497	8,576	35,244
住宅地区	339,839	1,145	29,999	123,844	29,725	33,166	121,960
工業地区	65,438	317	5,080	20,079	11,987	5,433	22,542
その他地区	214,583	727	11,968	90,115	21,707	17,269	72,797

特性地区別	前 回 比（%）						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	▲ 8.1	▲ 14.7	▲ 6.3	▲ 12.3	▲ 4.6	▲ 14.1	▲ 3.3
商業集積地区	▲ 9.0	▲ 15.5	▲ 4.7	▲ 12.6	▲ 9.2	▲ 16.8	▲ 6.6
駅周辺型	▲ 8.6	▲ 21.5	▲ 4.8	▲ 11.0	▲ 12.9	▲ 19.9	▲ 6.4
市街地型	▲ 10.8	▲ 17.8	▲ 8.3	▲ 14.2	▲ 12.8	▲ 15.8	▲ 8.6
住宅地背景型	▲ 12.1	▲ 17.4	▲ 11.2	▲ 14.5	▲ 8.6	▲ 16.8	▲ 8.6
ロードサイド型	7.1	4.8	24.4	▲ 3.9	▲ 1.5	▲ 5.1	6.9
そ の 他	▲ 12.5	▲ 33.0	▲ 8.8	▲ 16.2	▲ 16.8	▲ 19.2	▲ 8.2
オフィス街地区	▲ 2.9	▲ 19.5	▲ 5.6	▲ 5.0	0.1	▲ 8.7	1.2
住宅地区	▲ 10.2	▲ 14.4	▲ 11.1	▲ 14.5	▲ 7.6	▲ 14.5	▲ 4.3
工業地区	0.0	1.6	3.3	▲ 5.7	2.4	▲ 5.3	5.1
その他地区	▲ 7.2	▲ 16.3	▲ 11.3	▲ 12.4	▲ 1.9	▲ 12.7	1.0

特性地区別に細分類別事業所数構成比をみると、商業集積地区では婦人服小売業の事業所の割合が最も高く他に分類されないその他の小売業、そう菜・弁当などを含む料理品小売業、菓子小売業（製造小売）、家電などを含む電気機械器具小売業、男子服小売業、眼鏡・コンタクトレンズなどを含む時計・眼鏡・光学機械小売業、調剤薬局などが上位に位置しているが、他の地区に比べてコンビニエンスストアの事業所の割合は低くなっている。

オフィス街地区は、商業地域及び近隣商業地域であることから、商業集積地区と同様の業種が上位にあることに加え、コンビニエンスストアやたばこ・喫煙具専門小売業、ガソリンスタンドなどの事業所も多くみられる。

住宅地区では、酒小売業、コンビニエンスストア、電気機械器具小売業、調剤薬局などの個人事業所が多いことに加え、料理品小売業、各種食料品小売業などの飲食料品関連の事業所もみられる。

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

その他地区では、酒小売業の事業所の割合が最も高い。住宅地区と同様に生活圏であることから、その構成は住宅地区に近いものとなっているが、市街地から離れていることもあって、他に分類されないその他の小売業、各種食料品小売業、他に分類されない飲食料品小売業など、取扱商品が多彩な業種の事業所の割合が高い。また、ガソリンスタンドや自動車（新車）小売業も上位に位置している（第1-4-1表）。

第1-4-1表 特性地区別にみた細分類別の事業所数構成比（上位20業種）

順位	事業所数の構成比									
	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	婦人服小売業	11.8	他に分類されないその他の小売業	5.4	酒小売業	4.7	自動車（新車）小売業	8.6	酒小売業	7.0
2位	他に分類されないその他の小売業	4.1	婦人服小売業	5.1	コンビニエンスストア	4.6	ガソリンスタンド	6.5	ガソリンスタンド	6.9
3位	料理品小売業	3.7	コンビニエンスストア	4.8	電気機械器具小売業	4.4	コンビニエンスストア	5.5	他に分類されないその他の小売業	5.8
4位	菓子小売業（製造小売）	3.3	調剤薬局	4.2	調剤薬局	4.3	他に分類されないその他の小売業	4.7	各種食料品小売業	5.6
5位	電気機械器具小売業	3.0	料理品小売業	3.9	他に分類されないその他の小売業	4.2	中古自動車小売業	4.7	コンビニエンスストア	4.2
6位	男子服小売業	3.0	酒小売業	3.6	料理品小売業	4.1	料理品小売業	4.4	自動車（新車）小売業	3.7
7位	時計・眼鏡・光学機械小売業	3.0	電気機械器具小売業	3.4	各種食料品小売業	3.4	酒小売業	3.3	他に分類されない飲食料品小売業	3.7
8位	調剤薬局	2.9	たばこ・喫煙具専門小売業	3.0	婦人服小売業	3.3	電気機械器具小売業	3.1	飲料小売業	3.6
9位	酒小売業	2.6	ガソリンスタンド	2.9	ガソリンスタンド	3.3	自動車部分品・附属品小売業	2.9	料理品小売業	3.5
10位	化粧品小売業	2.6	男子服小売業	2.7	たばこ・喫煙具専門小売業	3.1	各種食料品小売業	2.8	中古自動車小売業	3.4
11位	花・植木小売業	2.5	花・植木小売業	2.6	自動車（新車）小売業	2.6	たばこ・喫煙具専門小売業	2.7	電気機械器具小売業	3.1
12位	コンビニエンスストア	2.4	菓子小売業（製造小売）	2.5	菓子小売業（製造小売）	2.6	婦人服小売業	2.6	たばこ・喫煙具専門小売業	2.5
13位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.3	他に分類されない飲食料品小売業	2.5	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.5	調剤薬局	2.3	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.4
14位	菓子小売業（製造小売でないもの）	2.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.4	他に分類されない飲食料品小売業	2.4	他に分類されない飲食料品小売業	2.3	婦人服小売業	2.4
15位	洋品雑貨・小間物小売業	2.1	自動車（新車）小売業	2.1	中古自動車小売業	2.4	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.2	鮮魚小売業	2.3
16位	他に分類されない飲食料品小売業	2.1	書籍・雑誌小売業	2.0	新聞小売業	2.3	飲料小売業	2.1	菓子小売業（製造小売）	2.0
17位	書籍・雑誌小売業	2.0	化粧品小売業	2.0	花・植木小売業	2.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.0	調剤薬局	2.0
18位	呉服・服地小売業	1.8	時計・眼鏡・光学機械小売業	2.0	飲料小売業	2.1	スポーツ用品小売業	1.7	農業用機械器具小売業	2.0
19位	各種食料品小売業	1.8	スポーツ用品小売業	1.9	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.0	菓子小売業（製造小売）	1.6	菓子小売業（製造小売でないもの）	1.9
20位	靴小売業	1.8	米穀類小売業	1.8	化粧品小売業	1.9	男子服小売業	1.6	新聞小売業	1.8
計	上位20位までの計	61.0	上位20位までの計	60.9	上位20位までの計	60.9	上位20位までの計	67.5	上位20位までの計	69.8

また、商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型ではそう菜・弁当などの料理品小売業が上位に入り、市街地型では他に分類されないその他の小売業、住宅背景型では電気機械器具小売業や酒小売業、ロードサイド型では自動車（新車）小売業やガソリンスタンドなどの割合が高くなっている（第１－４－２表）。

第１－４－２表 特性地区別にみた細分類別の商業集積地区の事業所数構成比（上位２０業種）

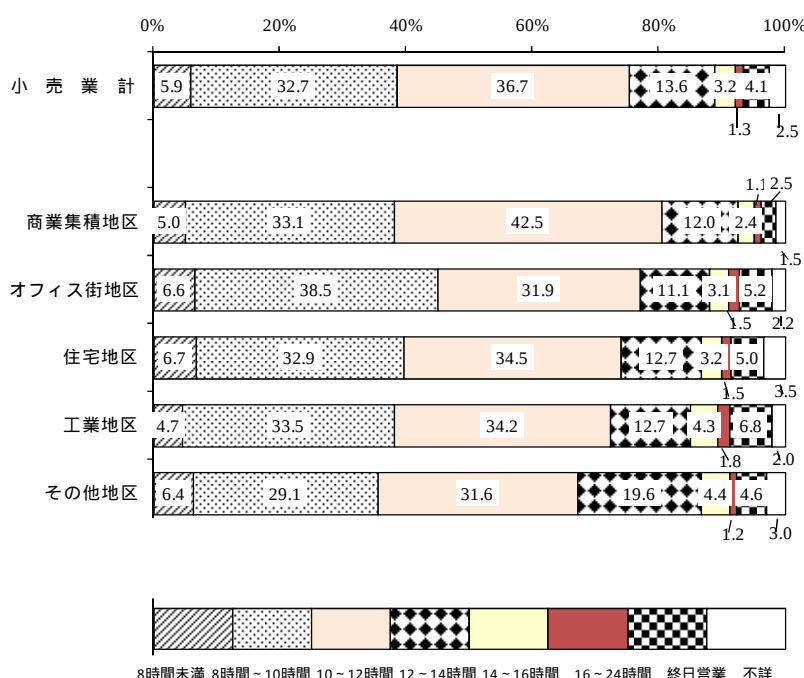
順位	事業所数の構成比									
	駅周辺型		市街地型		住宅背景型		ロードサイド型		その他	
	業種名	構成	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成
1位	婦人服小売業	14.1	婦人服小売業	13.3	婦人服小売業	7.5	婦人服小売業	13.9	他に分類されないその他の小売業	10.3
2位	料理品小売業	4.0	他に分類されないその他の小売業	4.4	料理品小売業	4.2	男子服小売業	4.3	婦人服小売業	8.5
3位	他に分類されないその他の小売業	3.9	男子服小売業	4.3	電気機械器具小売業	3.8	料理品小売業	3.8	菓子小売業（製造小売）	4.4
4位	時計・眼鏡・光学機械小売業	3.3	菓子小売業（製造小売）	3.3	酒小売業	3.6	他に分類されないその他の小売業	3.7	酒小売業	3.7
5位	調剤薬局	3.2	時計・眼鏡・光学機械小売業	3.2	菓子小売業（製造小売）	3.5	時計・眼鏡・光学機械小売業	3.3	菓子小売業（製造小売でないもの）	3.1
6位	菓子小売業（製造小売）	3.1	料理品小売業	2.8	他に分類されないその他の小売業	3.4	自動車（新車）小売業	3.1	電気機械器具小売業	3.0
7位	男子服小売業	3.0	電気機械器具小売業	2.7	調剤薬局	3.4	電気機械器具小売業	2.8	料理品小売業	2.8
8位	化粧品小売業	2.9	化粧品小売業	2.7	花・植木小売業	2.7	洋品雑貨・小間物小売業	2.7	鮮魚小売業	2.6
9位	コンビニエンスストア	2.9	呉服・服地小売業	2.6	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.6	ガソリンスタンド	2.7	他に分類されない飲食料品小売業	2.6
10位	菓子小売業（製造小売でないもの）	2.7	酒小売業	2.5	コンビニエンスストア	2.5	菓子小売業（製造小売）	2.5	各種食料品小売業	2.4
11位	電気機械器具小売業	2.6	調剤薬局	2.5	各種食料品小売業	2.5	菓子小売業（製造小売でないもの）	2.5	ガソリンスタンド	2.3
12位	花・植木小売業	2.6	花・植木小売業	2.5	鮮魚小売業	2.3	靴小売業	2.4	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.1
13位	書籍・雑誌小売業	2.4	洋品雑貨・小間物小売業	2.3	時計・眼鏡・光学機械小売業	2.3	ジュエリー製品小売業	2.2	時計・眼鏡・光学機械小売業	2.0
14位	洋品雑貨・小間物小売業	2.4	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.2	たばこ・喫煙具専門小売業	2.3	化粧品小売業	2.2	洋品雑貨・小間物小売業	2.0
15位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.2	ジュエリー製品小売業	2.1	他に分類されない飲食料品小売業	2.3	書籍・雑誌小売業	2.1	化粧品小売業	1.8
16位	他に分類されない飲食料品小売業	2.1	他に分類されない飲食料品小売業	2.0	化粧品小売業	2.3	コンビニエンスストア	2.0	調剤薬局	1.7
17位	酒小売業	2.1	靴小売業	2.0	野菜小売業	2.2	他に分類されない織物・衣服・身の回り品小売業	2.0	男子服小売業	1.7
18位	靴小売業	2.0	書籍・雑誌小売業	1.8	ガソリンスタンド	2.0	各種食料品小売業	1.9	花・植木小売業	1.7
19位	他に分類されない織物・衣服・身の	1.9	他に分類されない織物・衣服・身の	1.8	米穀類小売業	1.9	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.9	燃料小売業（ガソリンスタンドを除く）	1.7
20位	ジュエリー製品小売業	1.8	コンビニエンスストア	1.7	菓子小売業（製造小売でないもの）	1.8	花・植木小売業	1.9	コンビニエンスストア	1.6
計	上位20位までの計	52.9	上位20位までの計	62.7	上位20位までの計	59.1	上位20位までの計	63.9	上位20位までの計	62.1

(4) 立地環境特性地区別にみた営業時間別事業所数

営業時間別に事業所数の構成比をみると、小売業全体では「10時間以上12時間未満」が4割近くを占め最も高く、次いで「8時間以上10時間未満」が3割を占めている。これを特性地区別にみると、商業集積地区、住宅地区、工業地区、その他地区ではいずれも「10時間以上12時間未満」の事業所割合が最も高いが、オフィス街地区では地区内の活動時間に合わせ「8時間以上10時間未満」の事業所割合が最も高い。平成19年から調査対象に加えた有料道路内事業所のうちほぼ半数は終日営業店となっている(第1-5表、第1-5図)。

前回と比べると商業集積地区のうち、ロードサイド型は「8時間以上10時間未満」を除くすべての区分で増加となった。オフィス地区、住宅地区、工業地区、その他地区では8時間未満、終日営業の事業所が増加している(第1-5表)。

第1-5図 特性地区別、営業時間別事業所数の構成比



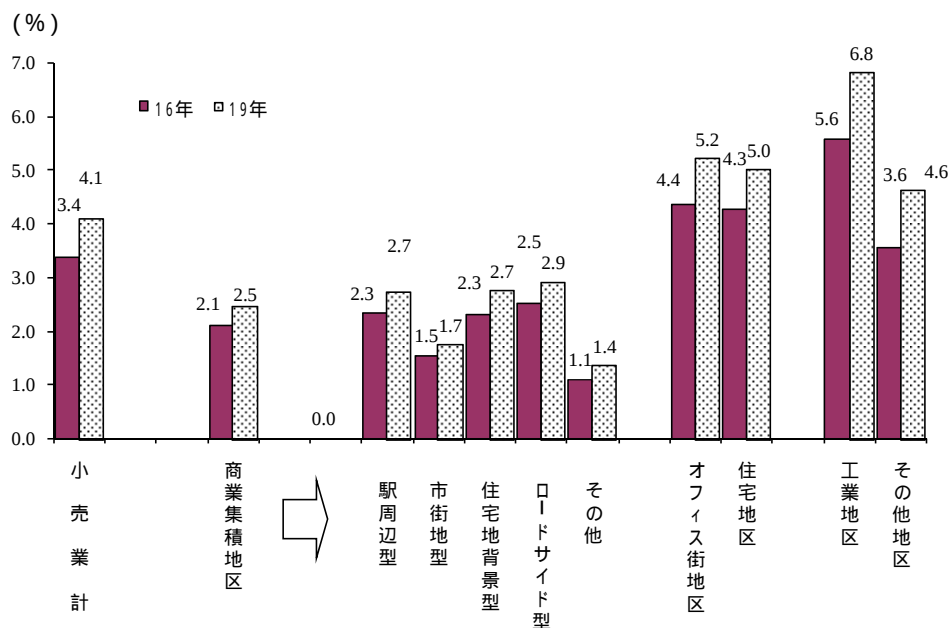
第1-5表 特性地区別営業時間別の事業所数

特性地区別	事業所数								
	計	8時間未満	8時間以上10時間未満	10時間以上12時間未満	12時間以上14時間未満	14時間以上16時間未満	16時間以上24時間未満	終日営業	不詳
小売業計	1,137,859	66,831	372,427	418,110	154,830	36,191	14,911	46,563	27,996
うち、有料施設内事業所	2,579	89	65	148	760	652	273	310	282
商業集積地区	427,463	21,337	141,403	181,662	51,315	10,399	4,535	10,527	6,285
駅周辺型	150,855	7,022	47,267	69,244	15,537	3,758	1,912	4,078	2,037
市街地型	100,965	6,093	42,870	37,599	9,217	1,634	799	1,763	990
住宅地背景型	122,016	6,413	39,610	49,867	15,831	2,990	1,331	3,340	2,634
ロードサイド型	40,001	782	7,758	19,602	8,365	1,583	380	1,162	369
その他	13,626	1,027	3,898	5,350	2,365	434	113	184	255
オフィス街地区	90,536	5,945	34,852	28,861	10,025	2,794	1,399	4,708	1,952
住宅地区	339,839	22,800	111,745	117,321	43,091	10,793	5,142	16,994	11,953
工業地区	65,438	3,053	21,954	22,367	8,278	2,794	1,205	4,453	1,334
その他地区	214,583	13,696	62,473	67,899	42,121	9,411	2,630	9,881	6,472
うち有料道路内事業所	611	2	13	19	199	60	15	303	-

特性地区別	前 回 比 (%)								
	計	8時間未満	8時間以上 10時間未満	10時間以上 12時間未満	12時間以上 14時間未満	14時間以上 16時間未満	16時間以上 24時間未満	終日営業	不詳
小 売 業 計	▲ 8.1	2.7	▲ 6.2	▲ 9.3	▲ 15.7	▲ 15.5	▲ 13.5	11.0	▲ 3.6
商 業 集 積 地 区	▲ 9.0	▲ 1.0	▲ 9.7	▲ 9.4	▲ 12.6	▲ 6.0	▲ 7.3	6.3	▲ 7.0
駅 周 辺 型	▲ 8.6	▲ 2.1	▲ 11.1	▲ 8.5	▲ 11.5	0.5	4.1	5.9	▲ 3.9
市 街 地 型	▲ 10.8	0.8	▲ 10.0	▲ 11.7	▲ 18.0	▲ 14.9	▲ 17.6	1.3	▲ 8.2
住宅地背景型	▲ 12.1	▲ 2.0	▲ 8.6	▲ 13.3	▲ 21.3	▲ 16.5	▲ 15.6	4.5	▲ 8.1
ロードサイド型	7.1	1.3	▲ 2.3	4.2	23.3	18.3	5.3	23.6	▲ 5.9
そ の 他	▲ 12.5	0.3	▲ 13.2	▲ 10.1	▲ 21.3	▲ 11.1	▲ 23.1	7.6	▲ 14.4
オフィス街地区	▲ 2.9	5.0	▲ 1.5	▲ 5.2	▲ 11.8	▲ 6.9	▲ 2.7	15.4	4.6
住 宅 地 区	▲ 10.2	1.5	▲ 6.8	▲ 12.3	▲ 19.7	▲ 20.5	▲ 18.1	5.4	▲ 4.3
工 業 地 区	0.0	2.3	2.4	▲ 0.1	▲ 11.9	▲ 5.9	▲ 2.8	22.0	▲ 0.4
そ の 他 地 区	▲ 7.2	10.4	▲ 2.2	▲ 8.3	▲ 16.5	▲ 22.9	▲ 22.3	20.2	▲ 1.7

終日営業の割合を16年と比較すると工業地区の割合が 1.2%ポイント増、オフィス地区が 0.8%ポイント増、住宅地区が 0.7%ポイント増、その他地区が 1.0%ポイント増となっており、すべての地区で増加となっている(第1-6図)。

第1-6図 特性地区別にみた終日営業割合



(5) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別事業所数

就業者規模別に事業所数の構成比をみると、小売業全体では就業者4人以下の小規模事業所が65.2%、5～49人の中規模事業所が33.3%、50人以上の大規模事業所が1.4%を占めている。

これを特性地区別にみると、商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区では、いずれも小規模事業所が7割弱、中規模事業所が3割強、大規模事業所は僅かに1%と、似たような事業所構成となっている。工業地区では、中規模事業所割合が他の地区に比べ高く、5割近くを占めており、小規模事業所割合は5地区の中で最も低い。その他地区では、個人事業所が多いことから小規模事業所割合が7割超を占めている。

有料施設内事業所をみると駅改札内事業所は6割強が小規模事業所、有料道路内事業所は8割が中規模事業所となっている。

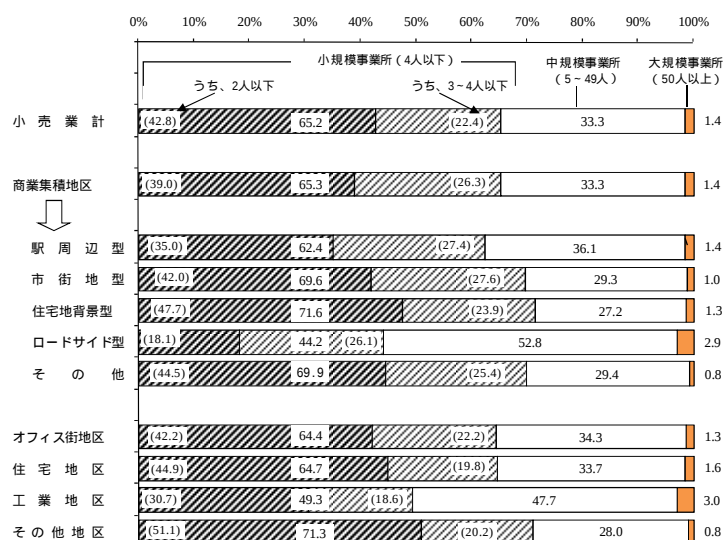
商業集積地区の内訳をみると、市街地型、住宅地背景型、その他で小規模事業所が7割を占めている。法人事業所が多いロードサイド型は、小規模事業所、中規模事業所がそれぞれ4～5割超を占め、大規模事業所の割合は最も高い。駅周辺型は小規模事業所が6割、中規模事業所が4割弱となっている。

前回比をみると、構成比率の高い小規模事業所はすべての特性地区で減少し、特に商業集積地区と住宅地区では2桁の減少となっている。中規模事業所は工業地区で増加となったほかはすべての地区で減少となった。大規模事業所は、オフィス街地区、工業地区、その他の地区で増加、商業集積地区、住宅地区では減少となった(第1-6表、第1-7図)。

第1-6表 特性地区別にみた就業者規模別の事業所数

特性地区別		平成19年										
		合 計		小規模事業所 (4人以下)			中規模事業所 (5～49人)			大規模事業所 (50人以上)		
		事業所数	構成比 (%)	事業所数	構成比 (%)	前回比 (%)	事業所数	構成比 (%)	前回比 (%)	事業所数	構成比 (%)	前回比 (%)
小 売 業 計		1,137,859	100.0	742,342	65.2	▲ 10.4	379,257	33.3	▲ 3.7	16,260	1.4	1.4
うち、有料施設内事業所		2,579	100.0	1,285	49.8	-	1,178	45.7	-	116	4.5	-
うち、駅改札内事業所		1,925	100.0	1,233	64.1	-	678	35.2	-	14	0.7	-
商業集積地区		427,463	100.0	278,965	65.3	▲ 11.3	142,443	33.3	▲ 4.5	6,055	1.4	▲ 2.4
駅 周 辺 型		150,855	100.0	94,217	62.5	▲ 11.0	54,472	36.1	▲ 4.2	2,166	1.4	▲ 6.3
市 街 地 型		100,965	100.0	70,297	69.6	▲ 11.4	29,618	29.3	▲ 9.5	1,050	1.0	▲ 6.3
住 宅 地 背 景 型		122,016	100.0	87,252	71.5	▲ 12.9	33,213	27.2	▲ 10.2	1,551	1.3	▲ 4.8
ロ ー ド サ イ ド 型		40,001	100.0	17,682	44.2	▲ 2.2	21,140	52.8	15.9	1,179	2.9	16.0
そ の 他		13,626	100.0	9,517	69.8	▲ 14.5	4,000	29.4	▲ 7.2	109	0.8	▲ 16.2
オ フ ィ ス 街 地 区		90,536	100.0	58,309	64.4	▲ 4.4	31,077	34.3	▲ 0.4	1,150	1.3	6.3
住 宅 地 区		339,839	100.0	219,956	64.7	▲ 11.7	114,523	33.7	▲ 7.4	5,360	1.6	▲ 4.1
工 業 地 区		65,438	100.0	32,298	49.4	▲ 6.4	31,208	47.7	6.6	1,932	3.0	18.7
そ の 他 地 区		214,583	100.0	152,814	71.2	▲ 9.7	60,006	28.0	▲ 0.8	1,763	0.8	14.8
うち、有料道路内事業所		611	100.0	17	2.8	-	492	80.5	-	102	16.7	-

1-7図 特性地区別にみた就業者規模別事業所数の構成比



2. 年間商品販売額

～工業地区の年間商品販売額は増加、商業集積地区ではロードサイド型が増加～

(1) 立地環境特性地区別の年間商品販売額

平成19年調査における小売業事業所の年間商品販売額は、134兆7054億円(前回比1.1%増)であった。これを特性地区別にみると、工業地区は14兆8702億円(同16.0%増)、その他地区17兆7702億円(同3.8%増)、オフィス街地区は11兆5579億円(同9.7%増)の増加となった。一方、商業集積地区が53兆1397億円(同▲2.5%減)、住宅地区37兆3676億円(同▲2.5%減)は減少となった。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型(同13.6%増)は2桁の増加となったが、それ以外は減少となっている。

なお、改正都市計画法による駆け込み出店の影響で工業地区の年間販売額につ16.0%の増加、商業集積地区のうち、ロードサイド型については13.6%の伸びとなった。

また、平成19年調査から調査対象に加えた有料施設内事業所の年間商品販売額は4789億円(小売業全体に占める割合0.4%)となり、そのうち、駅改札内事業所は2329億円(同0.2%)、有料道路内事業所は2438億円(同0.2%)となった(第2-1表)。

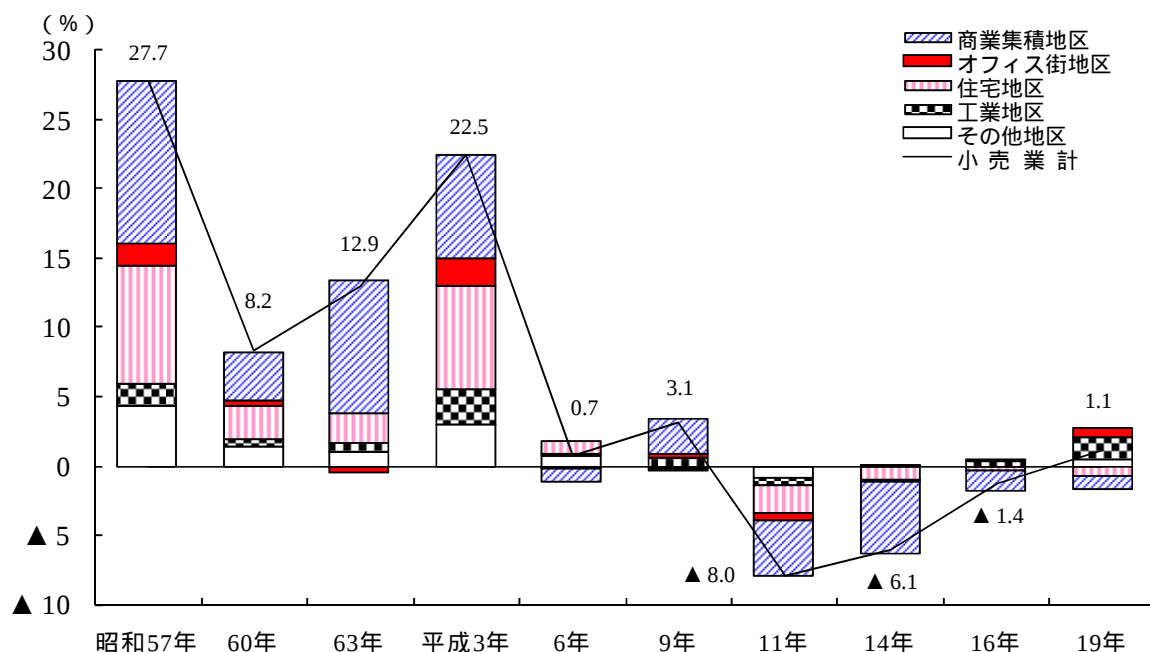
第2-1表 特性地区別の年間商品販売額

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	133,278,631	134,705,448	100.0	100.0	1.1
うち、有料施設内事業所	-	478,929	-	0.4	-
うち、駅改札内事業所	-	232,891	-	0.2	-
商 業 集 積 地 区	54,480,411	53,139,659	40.9	39.4	▲2.5
駅 周 辺 型	22,172,750	21,505,282	16.6	16.0	▲3.0
うち、駅改札内事業所	-	165,205	-	0.1	-
市 街 地 型	12,293,252	11,566,854	9.2	8.6	▲5.9
住 宅 地 背 景 型	11,440,769	10,632,270	8.6	7.9	▲7.1
ロ ー ド サ イ ド 型	7,376,857	8,382,953	5.5	6.2	13.6
そ の 他	1,196,783	1,052,300	0.9	0.8	▲12.1
オ フ ィ ス 街 地 区	10,534,758	11,557,863	7.9	8.6	9.7
住 宅 地 区	38,330,740	37,367,602	28.8	27.7	▲2.5
工 業 地 区	12,817,616	14,870,150	9.6	11.0	16.0
そ の 他 地 区	17,115,106	17,770,174	12.8	13.2	3.8
うち、有料道路内事業所	-	243,813	-	0.2	-

(注)平成19年調査より駅改札内及び有料道路内事業所を調査対象に加えた。

前回比の推移をみると、小売業の売上高は4調査ぶりに増加し、工業地区の増加が大きく寄与したほか、オフィス街地区も前回に引き増加に寄与した。商業集積地区、住宅地区は前回に引き続き減少となった(第2-1図)。

第2-1図 特性地区別年間商品販売額の前回比(伸び率寄与度)の推移



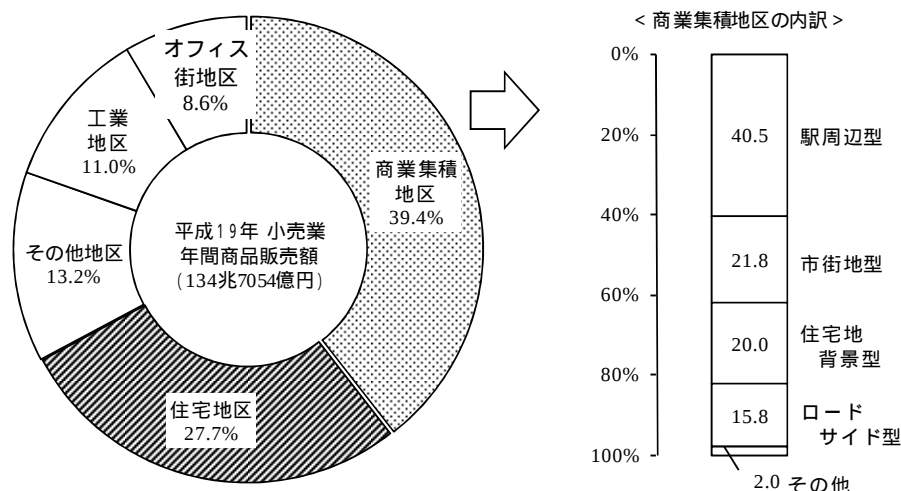
注1) 平成11年調査において事業所の捕そくを行ったため、前回比については時系列を考慮したもので算出している。

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

構成比をみると、商業集積地区が39.4%を占め、住宅地区が27.7%、その他地区が13.2%、工業地区が11.0%、オフィス街地区が8.6%となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合40.5%)の年間商品販売額が最も多く、次いで市街地型(同21.8%)、住宅地背景型(同20.0%)、ロードサイド型(同15.8%)、その他(同2.0%)の順となっている(第2-2図)。

第2-2図 特性地区別にみた年間商品販売額の構成比



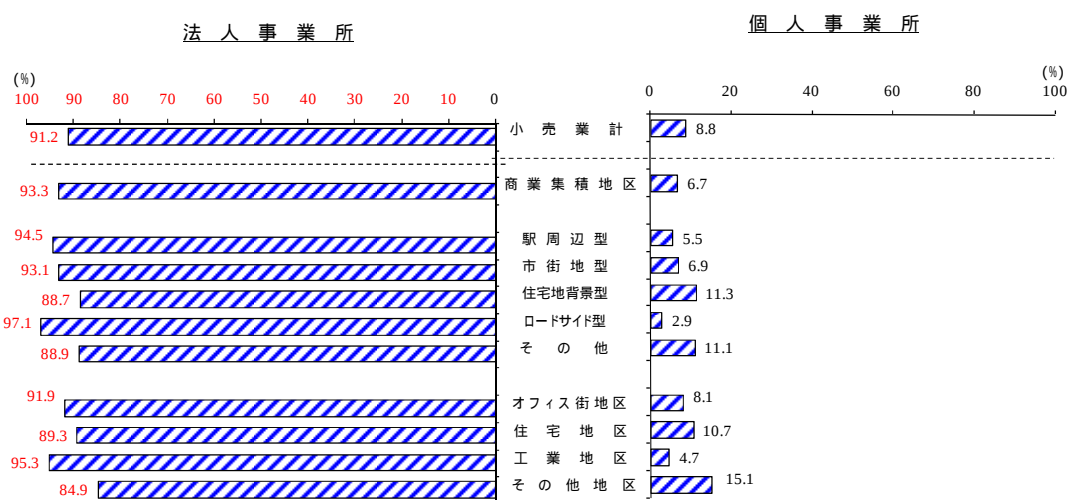
(2) 立地環境特性地区別にみた経営組織別年間商品販売額

経営組織別にみると、小売業全体の年間商品販売額のうち、法人事業所が 91.2%、個人事業所は 8.8%を占めており、全地区で引き続き、個人事業所の割合は縮小傾向にある。

これを特性地区別にみると、いずれの地区でも法人事業所が年間商品販売額の8割から9割強を占めており、なかでも、商業集積地区のうちロードサイド型(法人事業所の割合 97.1%)、工業地区(同 95.3%)の割合が高い。

個人事業所は、事業所数が多いその他地区で2割弱、住宅地背景型やその他の商業集積地区、住宅地区などが、他の地区に比べ高い割合を示している(第2-3図)。

第2-3図 特性地区別、経営組織別年間商品販売額の構成比



経営組織別に前回比をみると、法人事業所は前回比 2.8%の増加、個人事業所は同 ▲13.9%の減少となった。

これを特性地区別にみると、法人事業所では、商業集積地区(前回比 ▲1.1%減)、住宅地区(同 ▲0.9%減)で減少となったものの、工業地区(同 17.3%増)、オフィス街地区(同 11.5%増)、その他地区(同 7.0%増)で増加となった。商業集積地区の内訳をみるとロードサイド型(同 14.8%増)では2桁の増加となったものの、それ以外では減少となった。個人事業所をみると、すべての特性地区で減少し、商業集積地区(同 ▲18.4%減)、住宅地区(同 ▲14.3%減)、その他地区(同 ▲11.0%減)では2桁の減少となった。商業集積地区の内訳をみると、すべての地区で2桁の減少となった(第2-2表)。

第2-2表 経営組織別の年間商品販売額

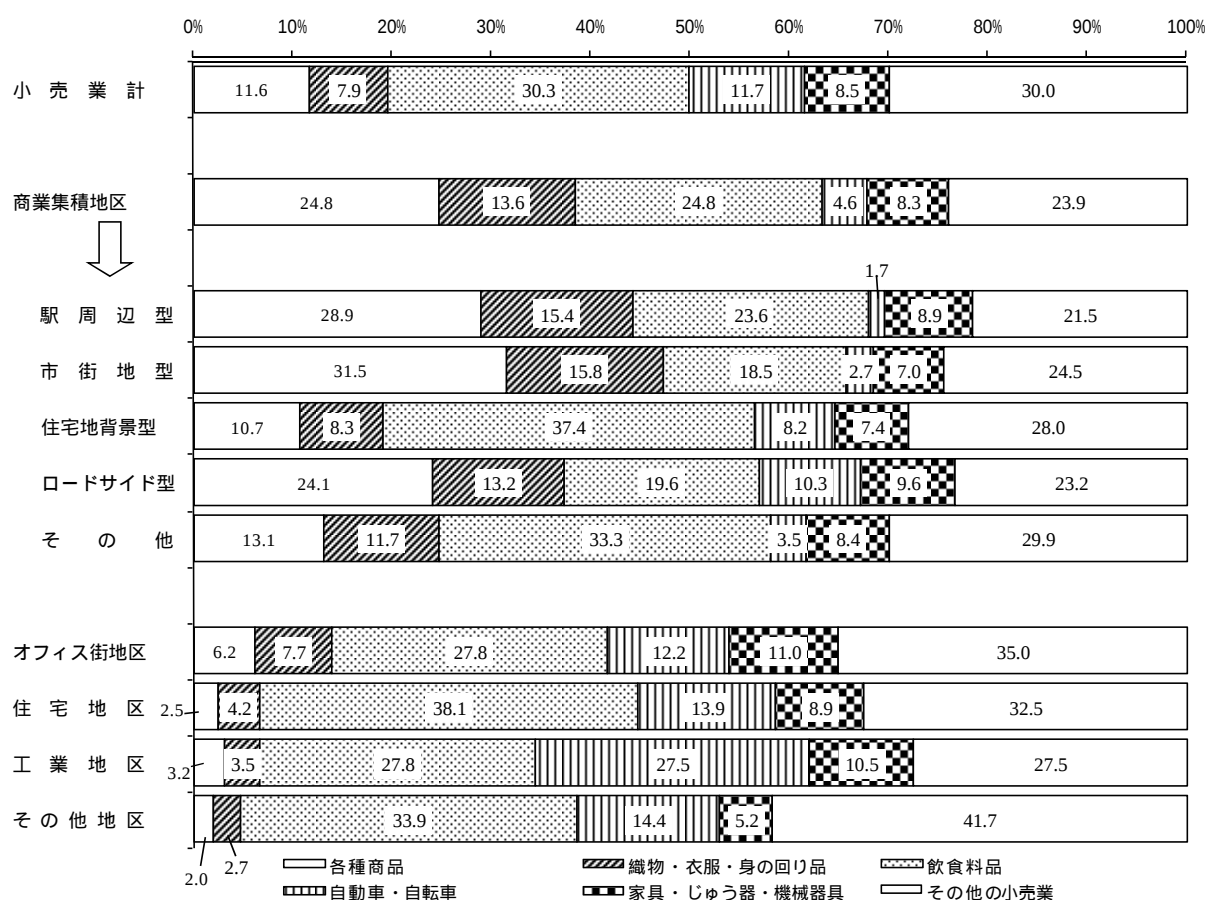
特性地区別	年間商品販売額(百万円)							
	合計		法人事業所			個人事業所		
	平成16年	平成19年	平成16年	平成19年	前回比(%)	平成16年	平成19年	前回比(%)
小売業計	133,278,631	134,705,448	119,508,200	122,843,981	2.8	13,770,431	11,861,467	▲13.9
商業集積地区	54,480,411	53,139,659	50,146,943	49,601,791	▲1.1	4,333,468	3,537,868	▲18.4
駅周辺型	22,172,750	21,505,282	20,743,499	20,324,268	▲2.0	1,429,252	1,181,014	▲17.4
市街地型	12,293,252	11,566,854	11,320,657	10,773,642	▲4.8	972,595	793,213	▲18.4
住宅地背景型	11,440,769	10,632,270	9,943,148	9,426,928	▲5.2	1,497,621	1,205,342	▲19.5
ロードサイド型	7,376,857	8,382,953	7,093,561	8,141,943	14.8	283,296	241,010	▲14.9
その他	1,196,783	1,052,300	1,046,079	935,011	▲10.6	150,705	117,290	▲22.2
オフィス街地区	10,534,758	11,557,863	9,526,268	10,625,685	11.5	1,008,489	932,178	▲7.6
住宅地区	38,330,740	37,367,602	33,650,075	33,356,124	▲0.9	4,680,665	4,011,477	▲14.3
工業地区	12,817,616	14,870,150	12,087,050	14,174,047	17.3	730,566	696,103	▲4.7
その他地区	17,115,106	17,770,174	14,097,863	15,086,334	7.0	3,017,242	2,683,840	▲11.0

(3) 立地環境特性地区別にみた業種別年間商品販売額

特性地区別に業種別の販売額構成比をみると、商業集積地区では、各種商品小売業、飲食料品小売業、その他の小売業がそれぞれ約4分の1ずつを占めているのに対し、オフィス街地区、住宅地区、その他地区では、飲食料品小売業、その他の小売業の2業種で年間商品販売額の6～7割を占めている。工業地区では飲食料品小売業、自動車・自転車小売業、その他の小売業の年間商品販売額が約4分の1ずつを占めている。

商業集積地区の内訳をみると、事業所数では1%に満たない各種商品小売業が、駅周辺型、市街地型で3割の高い割合を占め、住宅地背景型では飲食料品小売業が4割近く、ロードサイド型では各種商品小売業、その他の小売業が4分の1ずつとなっている(第2-4図)。

第2-4図 特性地区別、業種別年間商品販売額の構成比



また、前回比をみると、商業集積地区（前回比 ▲2.5%減）、住宅地区（同 ▲2.5%減）で減少となり、工業地区（同 16.0%増）、オフィス街地区（同 9.7%増）、その他地区（同 3.8%増）で増加となった。

商業集積地区では、その他の小売業（同 4.1%増）以外で減少となっており、各種商品小売業に含まれる百貨店、総合スーパーなどの減少が大きく寄与している。

一方、年間商品販売額が増加した特性地区をみると、工業地区では各種商品小売業を除くすべての業種で増加となり、特に、その他の小売業（同 23.8%増）、飲食料品小売業（同 21.0%増）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 29.2%増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 15.9%増）では、2桁の増加となっている。オフィス街地区では、その他の小売業（同 26.1%増）が2桁の増加、飲食料品小売業（同 8.4%増）、自動車・自転車小売業（同 9.3%増）も増加となった。また、その他の地区ではその他の小売業（同 15.6%増）が増加した（第2 - 3表）。

第2 - 3表 特性地区別、業種別の年間商品販売額、前回比

特性地区別	年間商品販売額(百万円)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	134,705,448	15,652,725	10,694,006	40,813,293	15,700,507	11,484,657	40,360,259
商業集積地区	53,139,659	13,159,454	7,248,972	13,196,219	2,443,269	4,402,570	12,689,175
駅周辺型	21,505,282	6,211,896	3,310,073	5,083,261	367,980	1,914,377	4,617,695
市街地型	11,566,854	3,644,068	1,830,427	2,135,899	312,268	808,909	2,835,285
住宅地背景型	10,632,270	1,141,703	882,277	3,979,539	866,891	789,693	2,972,168
ロードサイド型	8,382,953	2,023,822	1,102,883	1,646,656	859,377	801,204	1,949,011
その他	1,052,300	137,965	123,313	350,864	36,754	88,388	315,016
オフィス街地区	11,557,863	718,638	892,405	3,213,402	1,412,158	1,274,969	4,046,291
住宅地区	37,367,602	942,319	1,551,850	14,251,229	5,182,599	3,312,293	12,127,311
工業地区	14,870,150	473,946	515,061	4,134,891	4,096,304	1,563,149	4,086,799
その他地区	17,770,174	358,368	485,718	6,017,552	2,566,178	931,676	7,410,683

特性地区別	前回比(%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	1.1	▲7.5	▲2.6	▲1.3	▲2.9	0.1	10.9
商業集積地区	▲2.5	▲6.8	▲1.3	▲4.3	▲4.2	▲1.9	4.1
駅周辺型	▲3.0	▲7.0	▲3.6	▲3.3	▲7.0	▲2.8	3.9
市街地型	▲5.9	▲9.0	▲4.2	▲6.9	▲10.6	▲2.2	▲2.5
住宅地背景型	▲7.1	▲16.7	▲12.5	▲8.3	▲4.2	▲11.7	1.8
ロードサイド型	13.6	4.9	28.7	11.8	0.1	16.4	24.0
その他	▲12.1	▲3.0	▲7.4	▲17.5	▲10.2	▲17.7	▲9.3
オフィス街地区	9.7	▲1.0	▲10.1	8.4	9.3	▲5.6	26.1
住宅地区	▲2.5	▲15.5	▲5.6	▲5.9	▲8.8	▲4.2	7.4
工業地区	16.0	▲10.5	15.9	21.0	4.7	29.2	23.8
その他地区	3.8	▲15.1	▲13.1	▲0.1	▲6.3	▲3.0	15.6

特性地区別に細分類業種別販売額構成比をみると、商業集積地区では百貨店、総合スーパー（商業集積地区に占める割合 24.5％）の割合が最も高く、各種食料品小売業（同 10.2％）、婦人服小売業（同 7.2％）、電気機械器具小売業（同 4.4％）、自動車（新車）小売業（同 3.3％）の順で、衣食住関連の幅広い業種が上位に位置しているほか、15 位にパソコンを扱う電気事務機械器具小売業（同 1.6％）がみられる。

オフィス街地区では、自動車（新車）小売業（オフィス街地区に占める割合 9.2％）の割合が最も高く、次いで、各種食料品小売業（同 8.8％）、ガソリンスタンド（同 7.0％）の順となっており、構成比が1割を超える業種はみられない。17 位には紙・文房具小売業（同 1.7％）が入っているのが特徴である。

住宅地区では、各種食料品小売業（住宅地区に占める割合 17.8％）の割合が最も高く、次いで、自動車（新車）小売業（同 8.8％）、ガソリンスタンド（同 8.8％）などが上位に位置しているほか、20 位には自動車部品・附属品小売業（同 1.1％）がみられる。

工業地区では、自動車（新車）小売業（工業地区に占める割合 20.6％）の割合が最も高く、工業地区全体の5分の1を占め、次いで、各種食料品小売業（同 11.9％）、ガソリンスタンド（同 10.2％）、電気機械器具小売業（同 6.6％）の順となっている。

その他地区では、ガソリンスタンド（その他地区に占める割合 18.2％）の割合が最も高く、各種食料品小売業（同 12.8％）、自動車（新車）小売業（同 8.4％）の順となっているほか、11 位に農業用機械器具小売業（同 2.6％）、12 位に肥料・飼料小売業（同 2.2％）が入っている。

商業集積地区の内訳の構成比を特徴のある業種でみると、市街地型では 14 位にジュエリー製品小売業（市街地型に占める割合 1.7％）、20 位にかばん・袋物小売業（同 1.1％）などがみられ、住宅地背景型では 19 位、20 位に野菜小売業（住宅地背景型に占める割合 1.0％）、鮮魚小売業（同 1.0％）、ロードサイド型では 17 位、18 位に靴小売業（ロードサイド型に占める割合 1.3％）、がん具・娯楽用品小売業（同 1.2％）、その他では6位に菓子小売業（製造小売）（その他に占める割合 4.0％）などであった（第2 - 4表）。

第2 - 4表 特性地区別にみた細分類業種別の年間商品販売額構成比（上位20業種）

順位	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区		その他地区	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	百貨店、総合スーパー	24.5	自動車（新車）小売業	9.2	各種食料品小売業	17.8	自動車（新車）小売業	20.6	ガソリンスタンド	18.2
2位	各種食料品小売業	10.2	各種食料品小売業	8.8	自動車（新車）小売業	8.8	各種食料品小売業	11.9	各種食料品小売業	12.8
3位	婦人服小売業	7.2	ガソリンスタンド	7.0	ガソリンスタンド	8.8	ガソリンスタンド	10.2	自動車（新車）小売業	8.4
4位	電気機械器具小売業	4.4	コンビニエンスストア	6.5	コンビニエンスストア	6.6	電気機械器具小売業	6.6	コンビニエンスストア	7.5
5位	自動車（新車）小売業	3.3	百貨店、総合スーパー	5.9	電気機械器具小売業	5.4	中古自動車小売業	4.3	他に分類されないその他の小売業	4.9
6位	コンビニエンスストア	3.2	電気機械器具小売業	5.3	調剤薬局	4.4	他に分類されないその他の小売業	4.1	中古自動車小売業	4.6
7位	他に分類されない飲食料品小売業	3.1	他に分類されないその他の小売業	5.2	他に分類されない飲食料品小売業	3.9	コンビニエンスストア	4.0	ガソリンスタンドを除く	3.2
8位	ガソリンスタンド	3.0	調剤薬局	4.0	他に分類されないその他の小売業	3.6	他に分類されない飲食料品小売業	3.1	他に分類されない飲食料品小売業	3.1
9位	他に分類されないその他の小売業	2.9	他に分類されない飲食料品小売業	3.9	中古自動車小売業	3.2	百貨店、総合スーパー	2.8	電気機械器具小売業	2.8
10位	調剤薬局	2.6	書籍・雑誌小売業	3.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.6	飲料小売業	2.8	調剤薬局	2.8
11位	書籍・雑誌小売業	2.1	婦人服小売業	3.2	酒小売業	2.6	飲料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.7	農業用機械器具小売業	2.6
12位	男子服小売業	1.7	化粧品小売業	2.3	飲料小売業（ガソリンスタンドを除く）	2.3	料理品小売業	2.2	肥料・飼料小売業	2.2
13位	化粧品小売業	1.7	酒小売業	2.2	新聞小売業	2.1	自動車部分品・附属品小売業	2.1	酒小売業	2.1
14位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.7	家具小売業	1.7	百貨店、総合スーパー	2.1	建築材料小売業	1.5	料理品小売業	2.1
15位	電気事務機械器具小売業	1.6	料理品小売業	1.7	家具小売業	1.8	家具小売業	1.4	建築材料小売業	1.9
16位	料理品小売業	1.5	中古自動車小売業	1.6	婦人服小売業	1.6	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.4	飲料小売業	1.5
17位	酒小売業	1.3	紙・文房具小売業	1.7	飲料小売業	1.4	酒小売業	1.3	百貨店、総合スーパー	1.5
18位	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.3	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.6	化粧品小売業	1.3	婦人服小売業	1.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.2
19位	スポーツ用品小売業	1.1	スポーツ用品小売業	1.5	書籍・雑誌小売業	1.2	調剤薬局	1.2	婦人服小売業	1.2
20位	ジュエリー製品小売業	1.0	新聞小売業	1.4	自動車部分品・附属品小売業	1.1	スポーツ用品小売業	0.9	自動車部分品・附属品小売業	1.1
計	上位20位までの計	79.5	上位20位までの計	78.0	上位20位までの計	82.4	上位20位までの計	86.2	上位20位までの計	85.8

順位	商業集積地区の内訳の構成比							
	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型
1位	百貨店、総合スーパー	28.7	百貨店、総合スーパー	31.2	各種食料品小売業	17.5	百貨店、総合スーパー	23.8
2位	婦人服小売業	8.8	婦人服小売業	7.6	百貨店、総合スーパー	10.4	各種食料品小売業	10.5
3位	各種食料品小売業	8.7	各種食料品小売業	6.1	ガソリンスタンド	5.9	自動車（新車）小売業	7.4
4位	電気機械器具小売業	4.3	他に分類されないその他の小売業	3.5	自動車（新車）小売業	5.8	電気機械器具小売業	6.5
5位	コンビニエンスストア	3.7	電気機械器具小売業	3.3	婦人服小売業	4.6	婦人服小売業	6.0
6位	他に分類されない飲食料品小売業	3.3	コンビニエンスストア	2.5	コンビニエンスストア	4.5	ガソリンスタンド	4.5
7位	電気事務機械器具小売業	2.8	調剤薬局	2.4	電気機械器具小売業	4.2	他に分類されないその他の小売業	3.0
8位	調剤薬局	2.7	ガソリンスタンド	2.4	他に分類されない飲食料品小売業	2.4	他に分類されない飲食料品小売業	3.5
9位	書籍・雑誌小売業	2.6	男子服小売業	2.3	調剤薬局	4.1	男子服小売業	2.3
10位	他に分類されないその他の小売業	2.5	他に分類されない飲食料品小売業	2.2	他に分類されないその他の小売業	2.8	建築材料小売業	3.1
11位	化粧品小売業	2.2	書籍・雑誌小売業	2.1	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.3	スポーツ用品小売業	2.0
12位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.7	自動車（新車）小売業	2.0	酒小売業	2.2	書籍・雑誌小売業	1.8
13位	男子服小売業	1.6	化粧品小売業	1.8	料理品小売業	1.9	中古自動車小売業	2.2
14位	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.5	ジュエリー製品小売業	1.7	新聞小売業	1.8	コンビニエンスストア	1.5
15位	料理品小売業	1.5	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.6	飲料小売業（ガソリンスタンドを除く）	1.5	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.4
16位	自動車（新車）小売業	1.2	酒小売業	1.5	書籍・雑誌小売業	1.4	家具小売業	1.4
17位	ガソリンスタンド	1.2	呉服・服地小売業	1.3	化粧品小売業	1.3	靴小売業	1.3
18位	洋品雑貨・小間物小売業	1.1	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.3	中古自動車小売業	1.3	がん具・娯楽用品小売業	1.2
19位	ジュエリー製品小売業	1.0	スポーツ用品小売業	1.1	野菜小売業	1.0	化粧品小売業	1.2
20位	菓子小売業（製造小売でないもの）	1.0	かばん・袋物小売業	1.1	鮮魚小売業	1.0	料理品小売業	1.2
計	上位20位までの計	82.0	上位20位までの計	79.2	上位20位までの計	79.8	上位20位までの計	82.9

(4) 立地環境特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額

就業者規模別にみると、事業所数で7割近くを占める小規模事業所は、年間商品販売額では概ね1割強にとどまっている。一方、事業所数で3割強を占める中規模事業所は年間商品販売額では6割弱、事業所数で1%強の大規模事業所は年間商品販売額では3割となっている。中規模事業所を特性地区別にみると、すべての地区で年間商品販売額の割合が高くなっている。

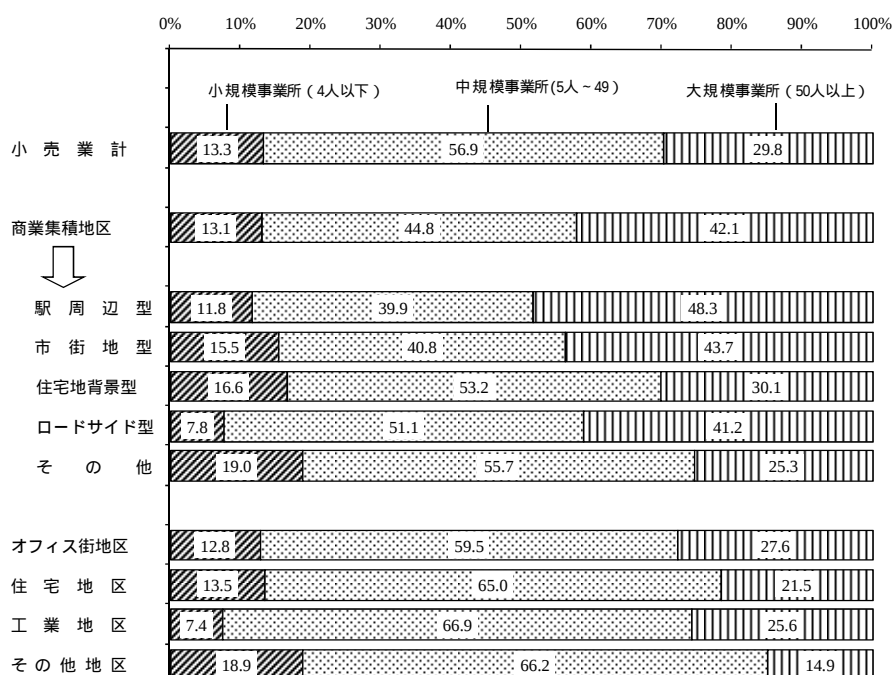
特性地区別にみると商業集積地区では、事業所数で1割を占めていた大規模事業所が、年間商品販売額では4割超を占めている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、市街地型では大規模事業所の割合が高く、住宅地背景型、ロードサイド型、その他では中規模事業所の割合が高い。

住宅地区、その他地区の居住地に近い地区では、小・中規模事業所の販売額割合が比較的高くなっており、なかでも個人事業所が多いその他地区は、小規模事業所の販売額割合が他の地区に比べ最も高くなっている(第2-5表)。

第2-5表 特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額

特性地区別	平成19年							
	合 計		小規模事業所 (4人以下)		中規模事業所 (5～49人)		大規模事業所 (50人以上)	
	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)	年間商品 販売額 (百万円)	構成比 (%)
小 売 業 計	134,705,448	100.0	17,926,047	13.3	76,701,680	56.9	40,077,721	29.8
うち、有料施設内事業所	478,929	100.0	82,058	17.1	283,100	59.1	113,772	23.8
うち、駅改札内事業所	232,891	100.0	77,823	33.4	129,638	55.7	25,430	10.9
商業集積地区	53,139,659	100.0	6,940,388	13.1	23,829,403	44.8	22,369,868	42.1
駅 周 辺 型	21,505,282	100.0	2,529,193	11.8	8,587,212	39.9	10,388,877	48.3
市 街 地 型	11,566,854	100.0	1,791,119	15.5	4,716,860	40.8	5,058,875	43.7
住 宅 地 背 景 型	10,632,270	100.0	1,769,924	16.6	5,659,855	53.2	3,202,491	30.1
ロ ー ド サ イ ド 型	8,382,953	100.0	650,317	7.8	4,279,518	51.1	3,453,118	41.2
そ の 他	1,052,300	100.0	199,835	19.0	585,958	55.7	266,507	25.3
オ フ ィ ス 街 地 区	11,557,863	100.0	1,483,668	12.8	6,879,811	59.5	3,194,384	27.6
住 宅 地 区	37,367,602	100.0	5,039,662	13.5	24,281,068	65.0	8,046,872	21.5
工 業 地 区	14,870,150	100.0	1,104,541	7.4	9,954,410	66.9	3,811,199	25.6
そ の 他 地 区	17,770,174	100.0	3,357,788	18.9	11,756,987	66.2	2,655,399	14.9
うち、有料道路内事業所	243,813	100.0	3,189	1.3	152,283	62.5	88,341	36.2

第2-5図 特性地区別にみた就業者規模別年間商品販売額の構成比



就業者規模別に年間商品販売額の前回比をみると、小規模事業所の年間商品販売額は工業地区、オフィス街地区では増加したものの、商業集積地区、住宅地区、その他地区で減少し、減少となった。中規模事業所では、商業集積地区、住宅地区で減少したものの、工業地区、その他地区、オフィス地区で増加し、増加となった。大規模事業所は、商業集積地区、住宅地区で減少したものの、工業地区、オフィス街地区、その他地区で増加し、増加となった(第2-6表)。

第2-6表 特性地区別にみた就業者規模別の年間商品販売額の構成比、前回比

小規模事業所(4人以下)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	小規模事業所(4人以下)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	19,137,726	17,926,047	100.0	100.0	▲ 6.3
商業集積地区	7,570,037	6,940,388	39.6	38.7	▲ 8.3
駅周辺型	2,783,431	2,529,193	14.5	14.1	▲ 9.1
市街地型	1,903,435	1,791,119	9.9	10.0	▲ 5.9
住宅地背景型	2,014,714	1,769,924	10.5	9.9	▲ 12.2
ロードサイド型	632,162	650,317	3.3	3.6	2.9
その他	236,294	199,835	1.2	1.1	▲ 15.4
オフィス街地区	1,477,568	1,483,668	7.7	8.3	0.4
住宅地区	5,518,251	5,039,662	28.8	28.1	▲ 8.7
工業地区	1,075,777	1,104,541	5.6	6.2	2.7
その他地区	3,496,094	3,357,788	18.3	18.7	▲ 4.0

中規模事業所(5~49人以下)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	中規模事業所(5~49人)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	74,776,734	76,701,680	100.0	100.0	2.6
商業集積地区	24,019,354	23,829,403	32.1	31.1	▲ 0.8
駅周辺型	8,641,481	8,587,212	11.6	11.2	▲ 0.6
市街地型	5,062,473	4,716,860	6.8	6.1	▲ 6.8
住宅地背景型	5,987,836	5,659,855	8.0	7.4	▲ 5.5
ロードサイド型	3,686,159	4,279,518	4.9	5.6	16.1
その他	641,405	585,958	0.9	0.8	▲ 8.6
オフィス街地区	6,420,801	6,879,811	8.6	9.0	7.1
住宅地区	24,444,822	24,281,068	32.7	31.7	▲ 0.7
工業地区	8,645,474	9,954,410	11.6	13.0	15.1
その他地区	11,246,282	11,756,987	15.0	15.3	4.5

大規模事業所(50人以上)

特性地区別	年間商品販売額(百万円)				
	大規模事業所(50人以上)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	39,364,170	40,077,721	100.0	100.0	1.8
商業集積地区	22,891,020	22,369,868	58.2	55.8	▲ 2.3
駅周辺型	10,747,838	10,388,877	27.3	25.9	▲ 3.3
市街地型	5,327,344	5,058,875	13.5	12.6	▲ 5.0
住宅地背景型	3,438,218	3,202,491	8.7	8.0	▲ 6.9
ロードサイド型	3,058,536	3,453,118	7.8	8.6	12.9
その他	319,084	266,507	0.8	0.7	▲ 16.5
オフィス街地区	2,636,389	3,194,384	6.7	8.0	21.2
住宅地区	8,367,668	8,046,872	21.3	20.1	▲ 3.8
工業地区	3,096,365	3,811,199	7.9	9.5	23.1
その他地区	2,372,729	2,655,399	6.0	6.6	11.9

(5) 立地環境特性格商品販売方法

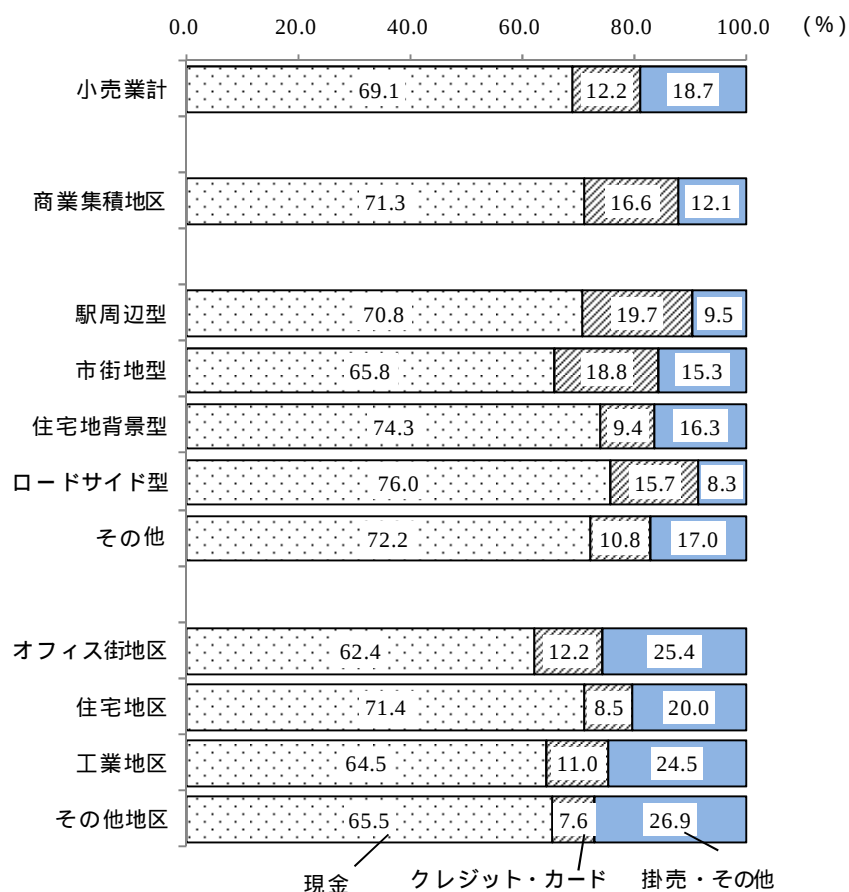
商品販売の方法をみると、どの特性地区でも現金販売が6～7割となっている。

特性地区別にみると、現金販売は商業集積地区が71.3%、住宅地区が71.4%と7割超となり、オフィス街地区62.4%、工業地区64.5%、その他地区65.5%では6割強が現金販売となっている。クレジットカード販売割合をみると、商業集積地区が16.6%、オフィス街地区が12.2%、工業地区が11.0%と他の地区に比べ割合が高くなっている。

掛売・その他の販売が多いのはその他地区26.9%、オフィス街地区25.4%、工業地区24.5%などの法人事業所が多い地区となっている。

商業集積地区の内訳をみると、現金販売の割合はロードサイド型が76.0%と最も高く、次いで、住宅地背景型74.3%、その他72.2%となっている。クレジットカードによる販売割合が高いのは百貨店、総合スーパーなどがある駅周辺型が19.7%と最も高く、次いで市街地型が18.8%となっている(第2-6図)。

第2-6図 特性地区別商品販売方法



3. 就業者数

～ 就業者数は工業地区、オフィス街地区で増加、
商業集積地区ではロードサイド型が増加～

(1) 立地環境特性地区別の就業者数

平成19年調査における小売業の就業者数は、806万人(前回比▲3.8%減)であった。
これを特性地区別にみると、商業集積地区が327万人(同▲4.6%減)、住宅地区が235万2千人(同▲7.7%減)、その他地区が114万1千人(同▲1.2%減)と減少、工業地区が66万5千人(同7.2%増)、オフィス街地区が63万3千人(同1.3%増)となった。
商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型(同13.7%増)が増加となった以外は、駅周辺型(同▲4.2%減)、市街地型(同▲8.7%減)、住宅地背景型(同▲9.7%減)、その他(同▲11.7%減)では減少となっている(第3-1表)。

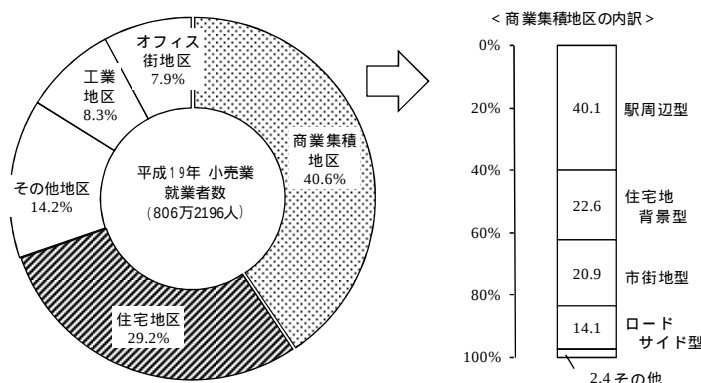
第3-1表 特性地区別就業者数

特性地区別	就業者数(人)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	8,376,735	8,062,196	100.0	100.0	▲ 3.8
うち、有料施設内事業所	-	30,429	-	0.4	-
うち、駅改札内事業所	-	12,618	-	0.2	-
商 業 集 積 地 区	3,426,774	3,269,938	40.9	40.6	▲ 4.6
駅 周 辺 型	1,367,511	1,310,212	16.3	16.3	▲ 4.2
うち、駅改札内事業所	-	8,841	-	0.1	-
市 街 地 型	748,205	682,946	8.9	8.5	▲ 8.7
住 宅 地 背 景 型	818,860	739,432	9.8	9.2	▲ 9.7
ロ ー ド サ イ ド 型	404,957	460,326	4.8	5.7	13.7
そ の 他	87,241	77,022	1.0	1.0	▲ 11.7
オ フ ィ ス 街 地 区	625,211	633,284	7.5	7.9	1.3
住 宅 地 区	2,548,345	2,352,348	30.4	29.2	▲ 7.7
工 業 地 区	620,731	665,317	7.4	8.3	7.2
そ の 他 地 区	1,155,674	1,141,309	13.8	14.2	▲ 1.2
うち、有料道路内事業所	-	17,648	-	0.2	-

就業者数の構成比をみると、商業集積地区が小売業の全体の4割を占め、次いで住宅地区が3割、その他地区が14.2%、工業地区が同8.3%、オフィス街地区が同7.9%の順となっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合40.1%)の就業者数が最も多く、次いで住宅地背景型(同22.6%)、市街地型(同20.9%)、ロードサイド型(同14.1%)の順となっている(第3-1表、第3-1図)。

第3-1図 特性地区別就業者数の構成比

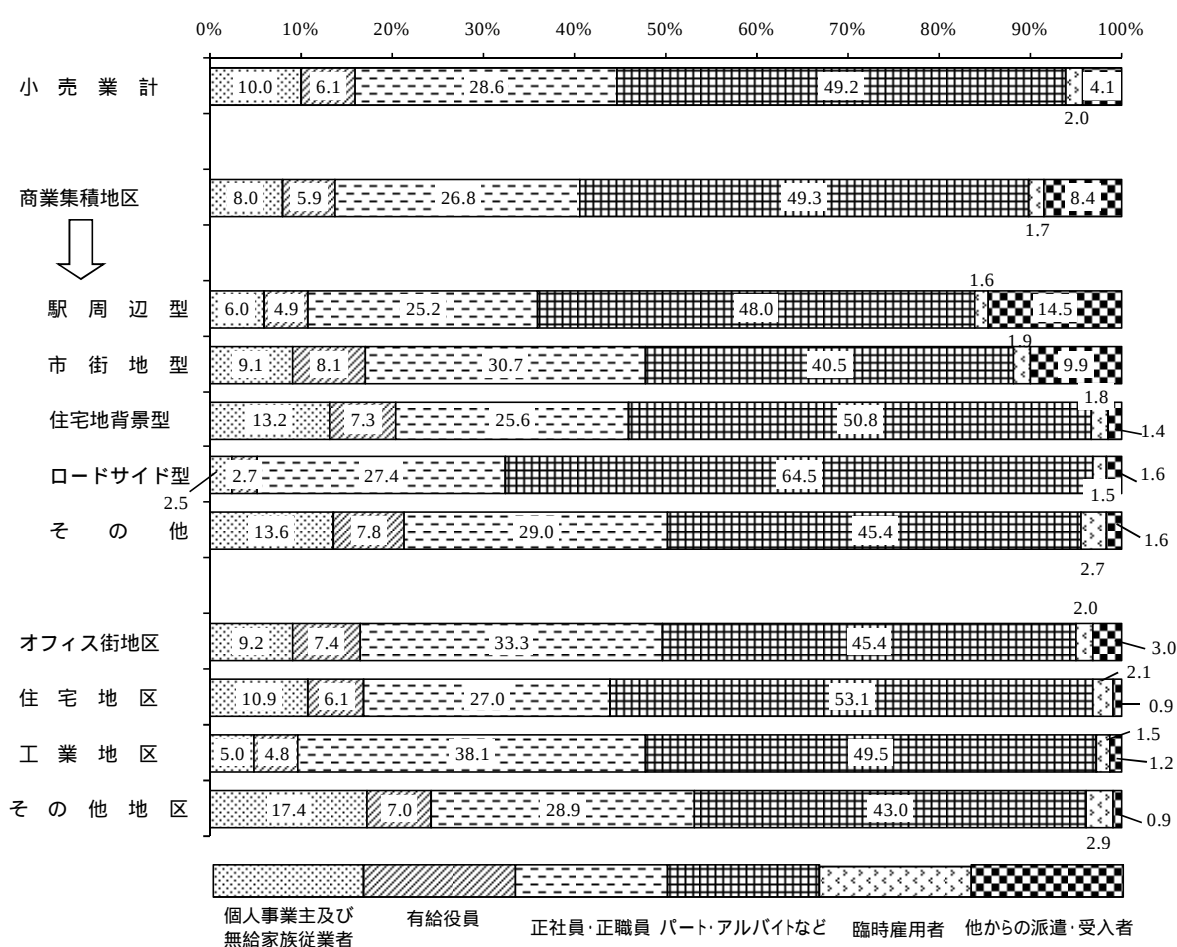


(2) 立地環境特性地区別にみた就業者数の内訳

就業者数の内訳をみると、店舗の大型化や長時間営業の進展などから、いずれの地区においてもパート・アルバイトなどが最も多く、なかでも住宅地区では就業者数の5割強、商業集積地区では5割、商業集積地区のうち大型総合スーパーが多いロードサイド型では6割強を占めている。

一方、正社員・正職員の割合が高いのは工業地区となっており、就業者数の4割近くを占めている。これは、専門知識を要する自動車・自転車小売業などが多いためと考えられる。他からの派遣・受入者数の割合は、商業集積地区では8.4%と高く、なかでも百貨店、総合スーパーの立地が多い駅周辺型は1割超、市街地型でも1割を占めている(第3-2図)。

第3-2図 特性地区別、就業者内訳の構成比



(注) 他への出向者が含まれているため、構成比を足しても100%にならない。

就業者数内訳の前回比をみると、正社員・正職員は工業地区を除くすべての地区で減少、パート・アルバイトなどは住宅地区を除くすべての地区で増加、個人業主及び無給家族従業者、臨時雇用者はすべての地区で減少、他からの派遣・受入者はその他地区を除く4地区で減少している。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型の正社員・正職員、パート・アルバイトなど、他からの派遣・受入者と駅周辺型の他からの派遣・受入者数以外はすべて減少となっている。

有料施設内事業所をみると、いずれもパート・アルバイトなどが6割強となっている(第3-2表)。

第3-2表 特性地区別、就業者内訳別の就業者数、前回比

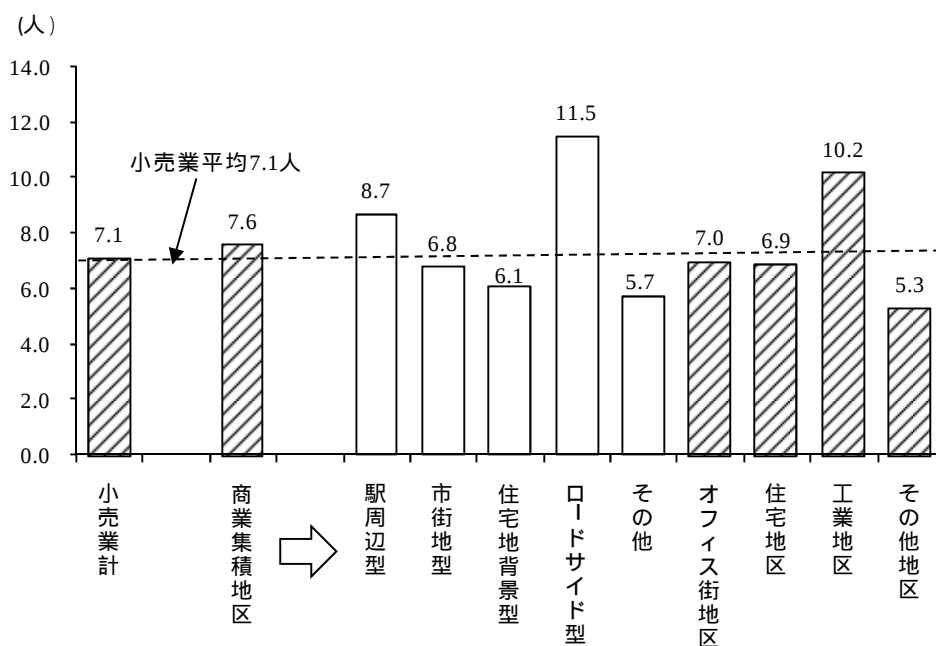
特性地区別	就業者数計 (人)	従業 者 数 (人)							臨時 雇用者数 (人)	他への派 遣・出向者 数(人)	他からの 派遣・受 入者数 (人)	1事業所 当たりの 就業者数 (人)
		計	個人業主 及び無給家 族従業者	有給役員	計	常用雇用者						
						正社員・ 正職員	パート・ アルバイトなど					
小 売 業 計	8,062,196	7,579,363	807,074	495,023	6,277,266	2,307,520	3,969,746	163,276	13,343	332,900	7.1	
うち、有料施設内事業所	30,429	27,449	1	95	27,353	7,447	19,906	1,167	1	1,814	11.8	
うち、駅改札内事業所	12,618	10,851	-	1	10,850	2,715	8,135	20	-	1,747	6.6	
商 業 集 積 地 区	3,269,938	2,942,776	260,610	191,595	2,490,571	877,669	1,612,902	57,046	5,091	275,207	7.6	
駅 周 辺 型	1,310,212	1,101,954	78,717	64,395	958,842	330,149	628,693	21,045	2,183	189,396	8.7	
市 街 地 型	682,946	603,649	61,857	55,070	486,722	209,849	276,873	13,048	1,416	67,665	6.8	
住 宅 地 背 景 型	739,432	716,597	97,940	53,713	564,944	189,374	375,570	13,658	1,025	10,202	6.1	
ロ ー ド サ イ ド 型	460,326	446,795	11,609	12,389	422,797	125,961	296,836	7,203	347	6,675	11.5	
そ の 他	77,022	73,781	10,487	6,028	57,266	22,336	34,930	2,092	120	1,269	5.7	
オ フ ィ ス 街 地 区	633,284	603,310	58,133	46,783	498,394	210,794	287,600	12,560	1,562	18,976	7.0	
住 宅 地 区	2,352,348	2,285,944	256,555	144,611	1,884,778	635,893	1,248,885	50,061	3,673	20,016	6.9	
工 業 地 区	665,317	648,120	33,230	32,216	582,674	253,275	329,399	10,159	1,177	8,215	10.2	
そ の 他 地 区	1,141,309	1,099,213	198,546	79,818	820,849	329,889	490,960	33,450	1,840	10,486	5.3	
うち、有料道路内事業所	17,648	16,435	1	94	16,340	4,687	11,653	1,147	1	67	28.9	

特性地区別	前 回 比 (%)									
	就業者計	従 業 者 数						臨時 雇用者	他への派 遣・出向者	他からの 派遣・受 入者
		計	個人業主 及び無給家 族従業者	有給役員	計	常用雇用者				
						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	▲ 42.3	▲ 5.2
商 業 集 積 地 区	▲ 4.6	▲ 3.5	▲ 11.7	▲ 10.9	▲ 1.9	▲ 6.6	0.9	▲ 44.8	▲ 43.0	▲ 2.9
駅 周 辺 型	▲ 4.2	▲ 4.0	▲ 11.6	▲ 11.6	▲ 2.7	▲ 6.1	▲ 0.9	▲ 48.6	▲ 53.4	3.2
市 街 地 型	▲ 8.7	▲ 7.4	▲ 11.7	▲ 11.5	▲ 6.4	▲ 9.9	▲ 3.5	▲ 41.0	▲ 23.3	▲ 10.8
住 宅 地 背 景 型	▲ 9.7	▲ 7.8	▲ 11.3	▲ 10.2	▲ 6.9	▲ 13.0	▲ 3.5	▲ 50.1	▲ 27.4	▲ 35.0
ロ ー ド サ イ ド 型	13.7	14.6	▲ 12.9	▲ 3.9	16.2	12.7	17.8	▲ 23.8	▲ 51.9	7.9
そ の 他	▲ 11.7	▲ 9.8	▲ 13.5	▲ 16.8	▲ 8.3	▲ 13.0	▲ 5.0	▲ 40.6	▲ 54.2	▲ 41.4
オ フ ィ ス 街 地 区	1.3	3.4	▲ 3.4	0.8	4.5	▲ 0.1	8.1	▲ 44.6	▲ 28.7	▲ 10.0
住 宅 地 区	▲ 7.7	▲ 6.3	▲ 10.8	▲ 7.9	▲ 5.5	▲ 9.2	▲ 3.5	▲ 44.7	▲ 50.4	▲ 24.9
工 業 地 区	7.2	8.9	▲ 7.1	0.8	10.5	6.5	13.8	▲ 42.4	▲ 39.1	▲ 17.2
そ の 他 地 区	▲ 1.2	0.3	▲ 8.5	▲ 1.1	2.8	▲ 3.0	7.1	▲ 35.9	▲ 31.0	4.0

(3) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの就業者数

1事業所当たりの就業者数をみると、工業地区が10.2人と最も多く、次いで商業集積地区が7.6人、オフィス街地区が7.0人、住宅地区が6.9人となっており、個人事業所が多いその他地区は5.3人と少ない。商業集積地区の内訳をみると、広い売場面積を有する大型店が多いロードサイド型が11.5人となっており、大型総合スーパーや大型百貨店が集中している駅周辺型が8.7人、市街地型が6.8人、個人事業所が5割超を占める住宅地背景型、その他がそれぞれ6.1人、5.7人となっている(第3-3図)。

第3-3図 特性地区別、1事業所当たりの就業者数



4. 売場面積

～すべての特性地区で増加～

(1) 立地環境特性地区別の売場面積

平成19年調査における小売業の売場面積(注)は、1億4966万㎡(前回比3.8%増)であった。

(注)売場面積は、以下については調査を行っていない。

牛乳小売業、自動車小売業(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

特性地区別にみると、商業集積地区が6643万㎡(同2.1%増)、住宅地区3978万㎡(同0.4%増)、その他地区2058万㎡(同5.2%増)、工業地区1337万㎡(同21.3%増)、オフィス街地区950万㎡(同7.4%増)とすべての特性地区で増加となった。

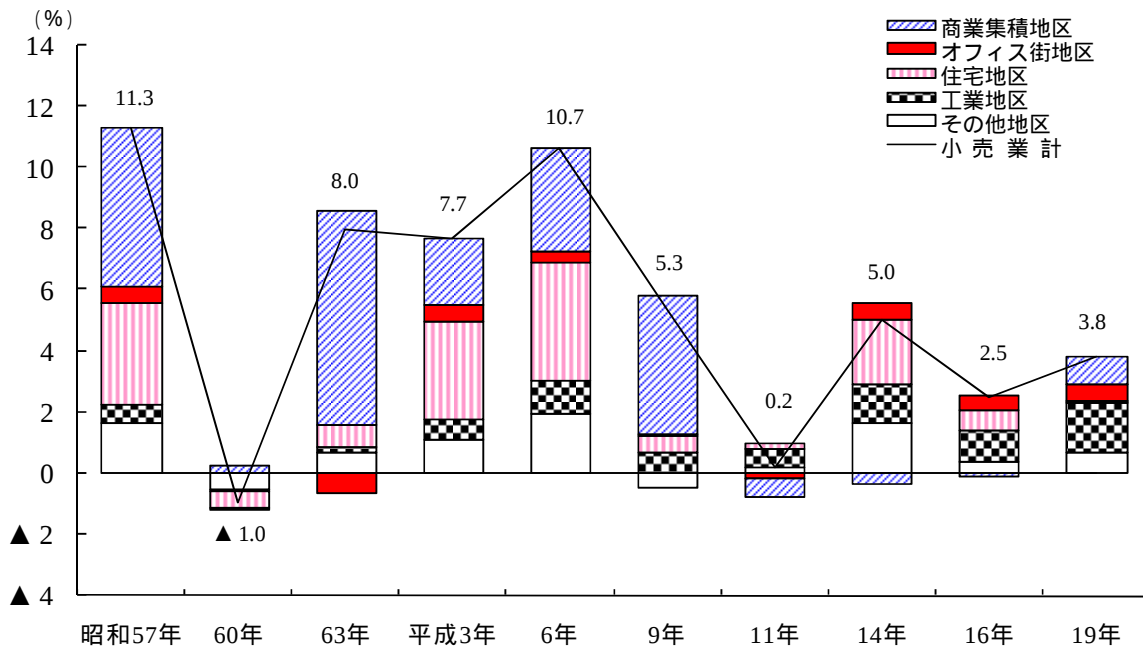
商業集積地区の内訳をみるとロードサイド型を除くすべての地区で減少となった(第4-1表)。

第4-1表 特性地区別売場面積

特性地区別	売場面積(㎡)				
	平成16年	平成19年	構成比(%)		前回比(%)
			平成16年	平成19年	
小 売 業 計	144,128,517	149,664,906	100.0	100.0	3.8
うち、有料施設内事業所	-	108,124	-	0.1	-
うち、駅改札内事業所	-	41,328	-	0.0	-
商 業 集 積 地 区	65,089,691	66,434,451	45.2	44.4	2.1
駅 周 辺 型	22,673,076	22,053,566	15.7	14.7	▲ 2.7
うち、駅改札内事業所	-	26,266	-	0.0	-
市 街 地 型	14,786,696	14,384,876	10.3	9.6	▲ 2.7
住 宅 地 背 景 型	14,412,810	13,977,265	10.0	9.3	▲ 3.0
ロ ー ド サ イ ド 型	11,570,105	14,464,707	8.0	9.7	25.0
そ の 他	1,647,004	1,554,037	1.1	1.0	▲ 5.6
オ フ ィ ス 街 地 区	8,851,062	9,502,217	6.1	6.3	7.4
住 宅 地 区	39,607,145	39,780,773	27.5	26.6	0.4
工 業 地 区	11,016,899	13,367,002	7.6	8.9	21.3
そ の 他 地 区	19,563,720	20,580,463	13.6	13.8	5.2
うち、有料道路内事業所	-	62,474	-	0.0	-

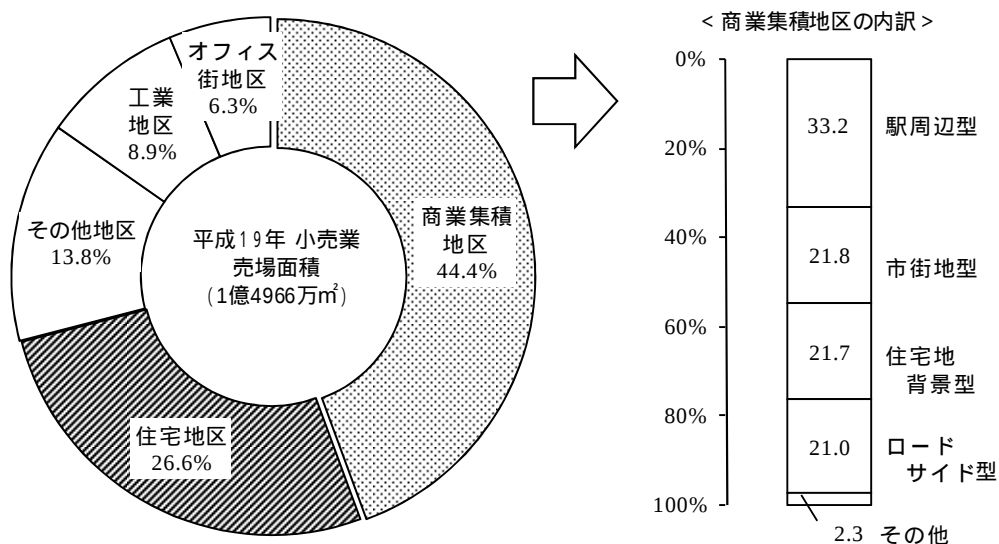
前回比の推移をみると、小売業の事業所数は減少が続いているものの、売場面積は昭和63年以降、8調査連続の増加となっている。特性地区別にみると、商業集積地区が増加に転じたことから、すべての特性地区で増加となった(第4-1図)。

第4 - 1図 特性地区別売場面積の前回比(伸び率寄与度)の推移



構成比をみると、商業集積地区が 44.4%、住宅地区が 26.6%、その他地区が 13.8%、工業地区が 8.9%、オフィス街地区が 6.3%となっている。商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型(商業集積地区に占める割合 33.2%)が最も高くなっており、次いで市街地型(同 21.8%)、住宅地背景型(同 21.7%)、ロードサイド型(同 21.0%)と続いている(第4 - 2図)。

第4 - 2図 特性地区別売場面積の構成比



(2) 立地環境特性地区別にみた業種別売場面積

特性地区別に業種別の売場面積構成比をみると、商業集積地区では百貨店、総合スーパーが含まれる各種商品小売業の構成比が最も高く、売場面積全体の3割近くを占めている。次いで、その他の小売業、飲食料品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業がそれぞれ約2割を占めている。

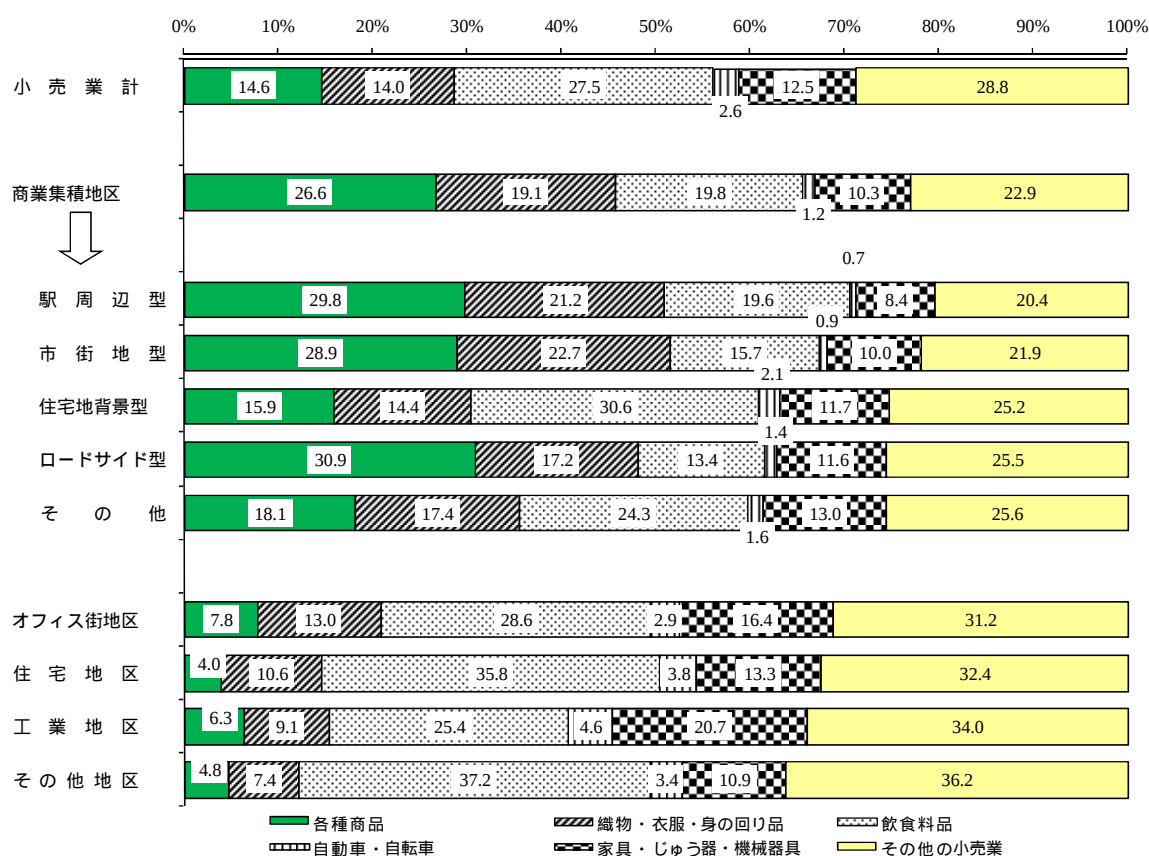
オフィス街地区では、その他の小売業、飲食料品小売業の構成比が高く、それぞれ売場面積全体の3割近くを占め、次いで家具・じゅう器・機械器具小売業がその半分となっている。

住宅地区、その他地区では、事業所数と同様に飲食料品小売業の構成比が4割近くと高く、次いでその他の小売業が3割強となっている。

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

また、商業集積地区の内訳をみると、事業所数では1%程度の構成比であった各種商品小売業が、駅周辺型、市街地型、ロードサイド型では3割の構成比を占める。これは、百貨店や総合スーパーなどの大型店舗が集中しているためである。住宅地背景型では各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業の割合が小さく、飲食料品小売業の割合が3割と高くなっている(第4-3図)。

第4-3図 特性地区別、業種別売場面積の構成比



前回比をみると、商業集積地区（前回比 2.1％増）では、その他の小売業（同 10.9％増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 5.4％増）が増加、各種商品小売業（同 ▲2.3％減）、家具・じゅう器機械器具小売業（同 ▲3.1％減）、飲食料品小売業（同 ▲1.3％減）、自動車・自転車小売業（同 ▲1.3％減）は減少となった。

オフィス街地区（同 7.4％増）ではその他の小売業（同 14.7％増）、飲食料品小売業（同 12.3％増）、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 2.3％増）、自動車・自転車小売業（同 3.1％増）で増加となった。

工業地区（同 21.3％増）では、その他の小売業（同 37.7％増）が4割近く増加したほか、家具・じゅう器・機械器具小売業（同 16.4％増）、飲食料品小売業（同 19.3％増）、織物・衣服・身の回り品小売業（同 24.3％増）など各種商品小売業を除くすべての業種で増加となった。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型（同 25.0％増）がすべての業種で2桁の増加となり、増加となった。市街地型、住宅地背景型はすべての業種で前回比減少となっている（第4-2表）。

第4-2表 特性地区別、業種別の売場面積と前回比

特性地区別	売場面積 (㎡)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	149,664,906	21,854,793	20,933,402	41,184,245	3,931,826	18,648,616	43,112,024
商 業 集 積 地 区	66,434,451	17,703,814	12,715,424	13,154,951	810,642	6,809,905	15,239,715
駅 周 辺 型	22,053,566	6,567,041	4,669,946	4,316,493	157,750	1,851,949	4,490,387
市 街 地 型	14,384,876	4,160,569	3,263,311	2,255,248	130,580	1,431,881	3,143,287
住 宅 地 背 景 型	13,977,265	2,227,017	2,019,561	4,271,760	296,734	1,641,056	3,521,137
ロ ー ド サ イ ド 型	14,464,707	4,467,708	2,492,589	1,934,191	200,951	1,682,527	3,686,741
そ の 他	1,554,037	281,479	270,017	377,259	24,627	202,492	398,163
オ フ ィ ス 街 地 区	9,502,217	742,073	1,239,304	2,719,689	280,101	1,555,946	2,965,104
住 宅 地 区	39,780,773	1,585,576	4,234,930	14,258,759	1,525,325	5,271,558	12,904,625
工 業 地 区	13,367,002	841,969	1,217,191	3,392,777	609,085	2,761,592	4,544,388
そ の 他 地 区	20,580,463	981,361	1,526,553	7,658,069	706,673	2,249,615	7,458,192

特性地区別	前 回 比 (%)						
	合計	55 各種商品 小売業	56 織物・衣服・ 身の回り品 小売業	57 飲食料品 小売業	58 自動車 ・自転車 小売業	59 家具・じゅう 器・機械器 具小売業	60 その他の 小売業
小 売 業 計	3.8	▲ 2.5	4.9	0.7	2.0	▲ 2.4	13.8
商 業 集 積 地 区	2.1	▲ 2.3	5.4	▲ 1.3	▲ 1.3	▲ 3.1	10.9
駅 周 辺 型	▲ 2.7	▲ 10.3	3.2	▲ 2.3	▲ 9.0	▲ 8.0	6.4
市 街 地 型	▲ 2.7	▲ 3.2	▲ 1.4	▲ 5.5	▲ 6.9	▲ 9.6	2.4
住 宅 地 背 景 型	▲ 3.0	▲ 9.0	▲ 3.4	▲ 4.1	▲ 2.7	▲ 8.2	5.8
ロ ー ド サ イ ド 型	25.0	18.0	33.1	20.4	11.0	20.2	35.3
そ の 他	▲ 5.6	9.4	0.7	▲ 17.6	13.7	▲ 16.1	▲ 0.6
オ フ ィ ス 街 地 区	7.4	▲ 6.6	▲ 1.4	12.3	3.1	2.3	14.7
住 宅 地 区	0.4	▲ 7.6	3.0	▲ 2.3	0.2	▲ 9.0	8.8
工 業 地 区	21.3	▲ 11.9	24.3	19.3	7.4	16.4	37.7
そ の 他 地 区	5.2	17.9	▲ 1.6	▲ 0.7	5.2	▲ 6.1	16.5

特性地区別に細分類業種別売場面積構成比をみると、商業集積地区では、年間商品販売額同様、百貨店、総合スーパー（商業集積地区に占める割合 26.2％）が最も高く、商業集積地区全体の4分の1を占めている。

オフィス街地区では、各種食料品小売業（オフィス街地区に占める割合 10.3％）が1割と最も高く、次いで、百貨店、総合スーパー（同 7.2％）、家具小売業（同 6.3％）、他に分類されないその他の小売業（同 6.2％）、電気機械器具小売業（同 5.5％）、コンビニエンスストア（同 5.2％）となっている。

住宅地区では、各種食料品小売業（住宅地区に占める割合 17.2％）が最も高く、次いで、他に分類されないその他の小売業（同 7.3％）、電気機械器具小売業（同 5.2％）、コンビニエンスストア（同 4.5％）となっている。

工業地区では、各種食料品小売業（工業地区に占める割合 13.3％）、他に分類されないその他の小売業（同 10.5％）がそれぞれ1割超を占める。

その他地区では、各種食料品小売業（その他地区に占める割合 14.8％）の割合が最も高く、また、事業所数が最も多かった酒小売業は、売場面積では同 3.6％を占め、7位となっている。

商業集積地区の内訳をみるといずれの地区でも百貨店、総合スーパー、各種食料品小売業、婦人服小売業の構成比が大きくなっているが、駅周辺型では書籍・雑誌小売業が4位となっている。ロードサイド型では18位がペット・ペット用品小売業、19位が自動車部分品・付属品小売業となっている（第4 - 3表）。

第4 - 3表 特性地区別にみた細分類業種別の売場面積構成比（上位20業種）

売 場 面 積 の 構 成 比								
順位	商業集積地区		オフィス街地区		住宅地区		工業地区	
	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)	業種名	構成比 (%)
1位	百貨店、総合スーパー	26.2	各種食料品小売業	10.3	各種食料品小売業	17.2	各種食料品小売業	13.3
2位	婦人服小売業	9.1	百貨店、総合スーパー	7.2	他に分類されないその他の小売	7.3	他に分類されないその他の小売業	10.5
3位	各種食料品小売業	8.6	家具小売業	6.3	電気機械器具小売業	5.2	電気機械器具小売業	7.9
4位	他に分類されないその他の小売業	4.1	他に分類されないその他の小売業	6.2	コンビニエンスストア	4.5	家具小売業	7.0
5位	電気機械器具小売業	3.6	電気機械器具小売業	5.5	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	4.2	百貨店、総合スーパー	5.7
6位	家具小売業	3.2	コンビニエンスストア	5.2	家具小売業	4.1	建築材料小売業	4.8
7位	男子服小売業	2.9	婦人服小売業	4.5	他に分類されない飲食料品小売業	4.1	他に分類されない飲食料品小売業	3.6
8位	書籍・雑誌小売業	2.8	他に分類されない飲食料品小売業	3.7	婦人服小売業	4.0	自動車部分品・付属品小売業	3.3
9位	他に分類されない飲食料品小売業	2.6	男子服小売業	3.4	百貨店、総合スーパー	3.3	コンビニエンスストア	3.2
10位	医薬品小売業（調剤薬局を除く） / 60 G	1.9	スポーツ用品小売業	3.1	建築材料小売業	3.0	婦人服小売業	3.1
11位	スポーツ用品小売業	1.8	書籍・雑誌小売業	3.0	酒小売業	2.7	スポーツ用品小売業	3.1
12位	化粧品小売業	1.7	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.8	書籍・雑誌小売業	2.5	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.7
13位	洋品雑貨・小間物小売業	1.7	酒小売業	2.1	男子服小売業	2.4	男子服小売業	2.4
14位	コンビニエンスストア	1.7	調剤薬局	1.9	化粧品小売業	2.0	書籍・雑誌小売業	2.3
15位	建築材料小売業	1.4	化粧品小売業	1.8	スポーツ用品小売業	2.0	食物小売業	2.3
16位	がん具・娯楽用品小売業	1.4	建築材料小売業	1.7	自動車部分品・付属品小売業	1.9	荒物小売業	2.0
17位	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.4	がん具・娯楽用品小売業	1.6	調剤薬局	1.8	がん具・娯楽用品小売業	1.5
18位	靴小売業	1.3	料理品小売業	1.5	がん具・娯楽用品小売業	1.6	化粧品小売業	1.6
19位	荒物小売業	1.2	花・植木小売業	1.5	花・植木小売業	1.5	中古品小売業（骨とう品を除く）	1.5
20位	呉服・服地小売業	1.2	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.3	中古品小売業（骨とう品を除く）	1.4	酒小売業	1.4
計	上位20位までの計	80.0	上位20位までの計	74.6	上位20位までの計	76.6	上位20位までの計	83.3

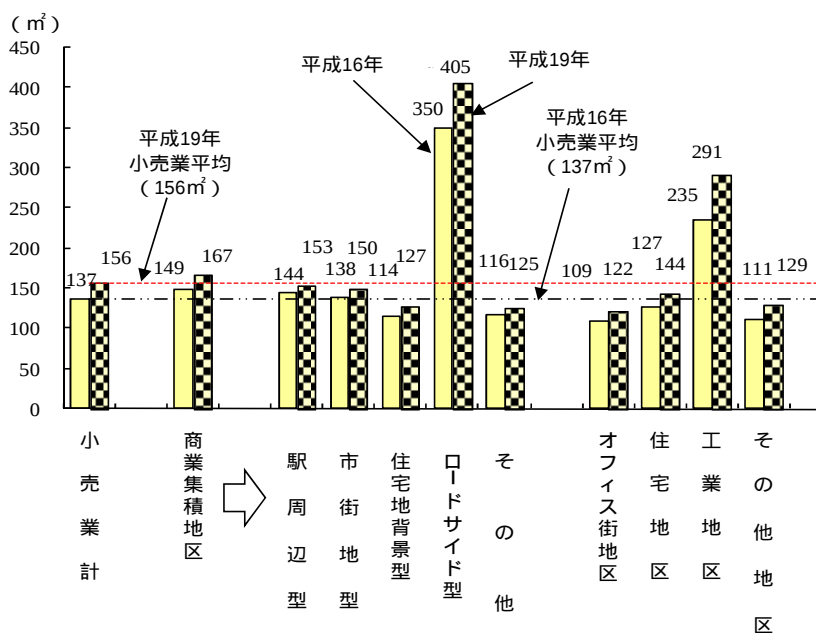
商業集積地区の構成比								
順位	駅周辺型		市街地型		住宅背景型		ロードサイド型	
	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成比
1位	百貨店、総合スーパー	29.4	百貨店、総合スーパー	28.5	百貨店、総合スーパー	15.5	百貨店、総合スーパー	30.4
2位	婦人服小売業	11.2	婦人服小売業	10.6	各種食料品小売業	13.8	各種食料品小売業	7.8
3位	各種食料品小売業	7.8	各種食料品小売業	5.7	婦人服小売業	6.2	婦人服小売業	7.4
4位	書籍・雑誌小売業	3.3	他に分類されないその他の小売	3.7	他に分類されないその他の小売	4.7	他に分類されないその他の小売	5.4
5位	電気機械器具小売業	2.9	家具小売業	3.5	電気機械器具小売業	4.0	電気機械器具小売業	5.2
6位	他に分類されないその他の小売	2.8	男子服小売業	3.4	家具小売業	3.6	家具小売業	3.8
7位	他に分類されない飲食料品小売業	2.8	電気機械器具小売業	2.7	他に分類されない飲食料品小売業	3.6	男子服小売業	3.7
8位	男子服小売業	2.5	書籍・雑誌小売業	2.6	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.8	建築材料小売業	3.4
9位	家具小売業	2.2	呉服・服地小売業	2.0	コンビニエンスストア	2.5	スポーツ用品小売業	3.2
10位	コンビニエンスストア	2.1	他に分類されない飲食料品小売業	2.0	書籍・雑誌小売業	2.3	書籍・雑誌小売業	2.9
11位	洋品雑貨・小間物小売業	2.1	洋品雑貨・小間物小売業	1.8	男子服小売業	2.2	他に分類されない飲食料品小売業	2.0
12位	化粧品小売業	2.0	化粧品小売業	1.7	酒小売業	1.9	がん具・娯楽用品小売業	1.9
13位	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.7	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.6	化粧品小売業	1.9	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.5
14位	時計・眼鏡・光学機械小売業	1.6	スポーツ用品小売業	1.6	スポーツ用品小売業	1.6	靴小売業	1.5
15位	他に分類されない繊維・衣服・	1.3	がん具・娯楽用品小売業	1.5	建築材料小売業	1.6	洋品雑貨・小間物小売業	1.5
16位	靴小売業	1.2	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.3	調剤薬局	1.5	荒物小売業	1.3
17位	呉服・服地小売業	1.2	靴小売業	1.5	荒物小売業	1.5	化粧品小売業	1.2
18位	スポーツ用品小売業	1.2	コンビニエンスストア	1.3	料理品小売業	1.5	ペット・ペット用品小売業	1.2
19位	調剤薬局	1.2	洋品雑貨・小間物小売業	1.2	洋品雑貨・小間物小売業	1.4	自動車部分品・付属品小売業	1.0
20位	荒物小売業	1.1	荒物小売業	1.1	がん具・娯楽用品小売業	1.3	他に分類されない繊維・衣服・身の回り品小売業	1.0
計	上位20位までの計	81.9	上位20位までの計	79.5	上位20位までの計	75.4	上位20位までの計	87.4

(3) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの売場面積

1事業所当たりの売場面積は156 m²(前回比13.9%増)であった。これを特性地区別にみると、工業地区が291 m²と最も大きく、次いで商業集積地区が167 m²、住宅地区が144 m²、その他地区が129 m²、オフィス街地区が122 m²であった。

前回比をみると、すべての特性地区で増加となり、特に工業地区(同23.8%増)が16年に引き続き大型化しているのが目立つ。また、法人事業所は商業集積地区を除くすべての特性地区で1割以上の増加、個人事業所もすべての地区で増加し、店舗の大型化がみられる(第4-4表、第4-4図)

第4-4図 特性地区別、1事業所当たりの売場面積



(注) 売場面積を調査していない事業所(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、新聞小売業)、売場面積0 m²の事業所については計算から除いている。

第4-4表 特性地区別、経営組織別1事業所当たりの売場面積、前回比

特性地区別	1事業所当たりの売場面積(m ²)						
	合計			法人事業所		個人事業所	
	平成16年	平成19年	前回比(%)	平成19年	前回比(%)	平成19年	前回比(%)
小売業計	137	156	13.9	276	10.0	49	6.5
商業集積地区	149	167	12.1	263	7.8	46	4.5
駅周辺型	144	153	6.3	221	2.3	44	4.8
市街地型	138	150	8.7	234	5.9	46	4.5
住宅地背景型	114	127	11.4	238	7.7	45	4.7
ロードサイド型	350	405	15.7	502	8.0	61	3.4
その他	116	125	7.8	213	3.9	47	0.0
オフィス街地区	109	122	11.9	198	10.0	45	7.1
住宅地区	127	144	13.4	274	10.5	48	6.7
工業地区	235	291	23.8	474	15.3	57	9.6
その他地区	111	129	16.2	295	10.9	54	5.9

5. 単位当たりの年間商品販売額

～ 有料施設内事業所の1㎡当たりの年間販売額は小売業全体の5倍 ～

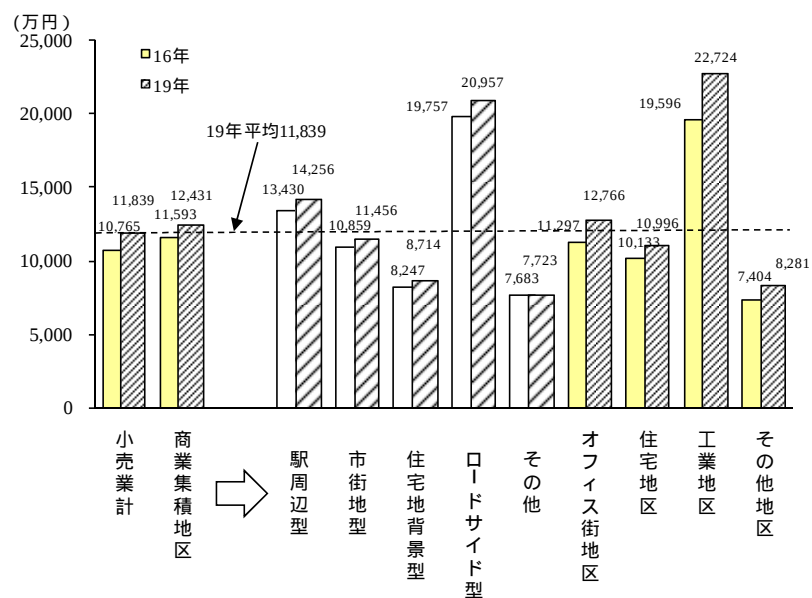
(1) 立地環境特性地区別にみた1事業所当たりの年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額は、工業地区が2億2724万円と最も多く、次いでオフィス街地区が1億2766万円、商業集積地区が1億2431万円、住宅地区が1億996万円、その他地区は8281万円となっている。

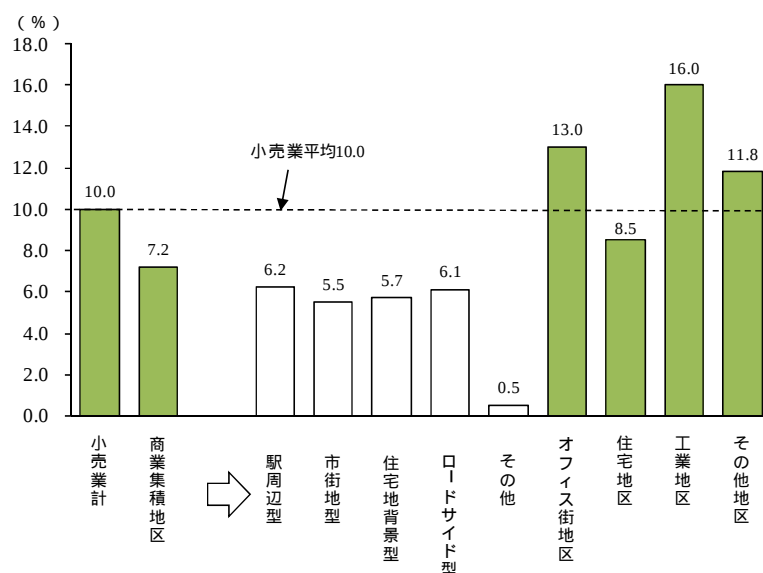
商業集積型の内訳をみると、ロードサイド型が最も多く、次いで駅周辺型、市街地型の順となっている。

前回比をみると、全ての地区で増加している。特に工業地区、オフィス街地区、その他地区では2桁の伸びとなっている(第5-1表、第5-7図)。

第5-7図 特性地区別の1事業所当たり年間商品販売額



前回比



(2) 立地環境特性地区別にみた1㎡当たりの年間商品販売額

1㎡当たりの年間商品販売額をみると、オフィス街地区が最も多く、次いで商業集積地区、住宅地区、工業地区、その他地区の順となっている。

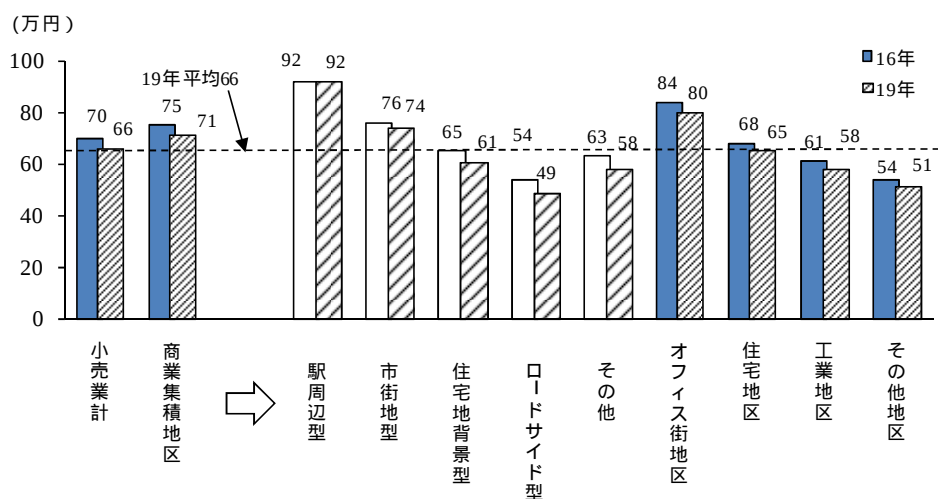
商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、市街地型、住宅地背景型、その他、ロードサイド型の順となっている。

前回比をみると、▲5.7%の減少となった。特性地区別に見ると、商業集積地区(前回比▲5.7%減)、オフィス街地区(同▲4.8%減)、その他地区(同▲5.6%減)、工業地区(同▲4.9%減)などとなっている。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型が前回比▲9.3%減と最も減少幅が大きくなっている一方で駅周辺型だけは前回比横ばいとなっている。駅周辺型は平成7年以降開設の事業所も多いことから販売効率が高い事業所が集中しているものとみられる。

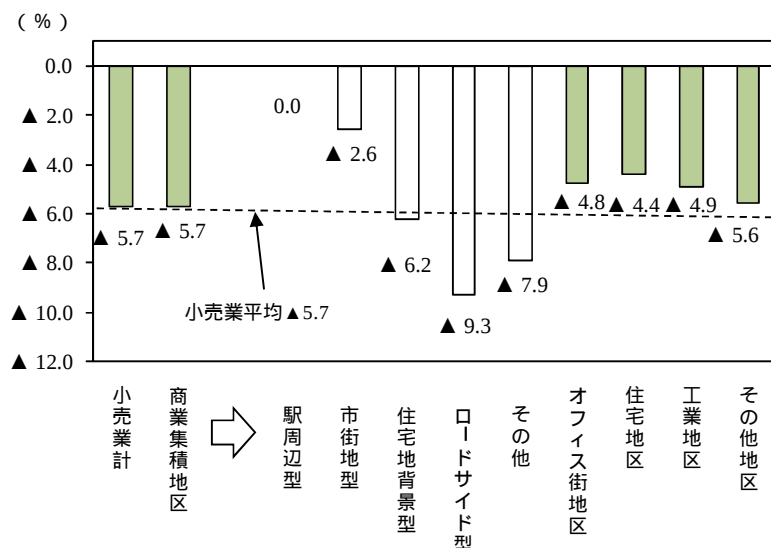
また、平成19年から調査を始めた有料施設内事業所の1㎡当たりの年間販売額は335万円と小売業全体の5倍となった。このうち駅改札内事業所は513万円、有料道路内事業所は237万円となっている。(第5-1表、第5-8図)。

第5-8図 特性地区別の1㎡当たりの年間商品販売額



(注) 売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車(新車、中古車)小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している

前回比



(3) 立地環境特性地区別にみた就業者1人当たりの年間商品販売額

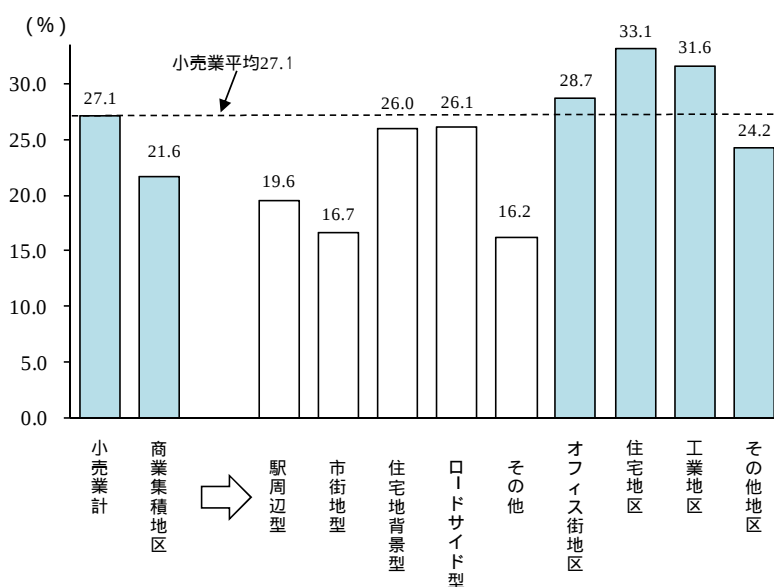
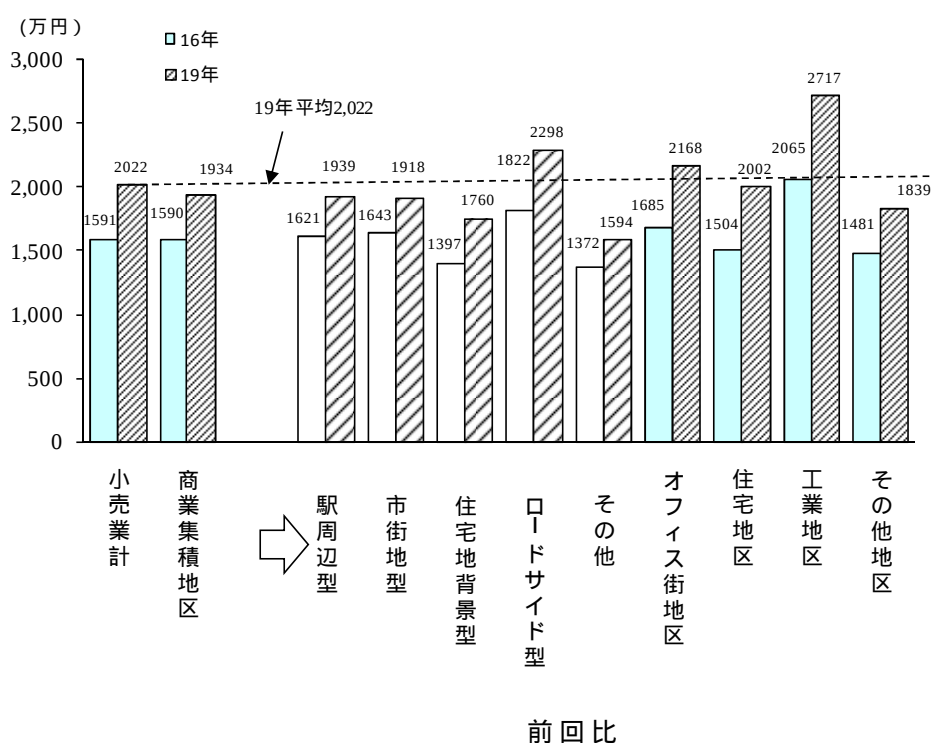
就業者1人当たりの年間商品販売額をみると、工業地区、オフィス街地区、住宅地区、商業集積地区、その他地区の順に多くなっている。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型が最も多く、次いで、駅周辺型、市街地型、住宅地背景型の順に多くなっている。

前回比をみると、すべての特性地区で増加となった。特性地区別にみると工業地区（前回比 31.6%増）、住宅地区（同 33.1%増）が3割以上の増加、オフィス街地区（同 28.7%増）、その他地区（同 24.2%増）、商業集積地区（同 21.6%）が2割以上の増加となっている。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型（同 26.1%増）、住宅地背景型（同 26.0%増）が2割以上の増加となっている（第5 - 9図）。

第5 - 9図 特性地区別、就業者1人当たりの年間商品販売額



第 5 - 1 表 単位当たりの年間販売額

特性地区別	1事業所当たりの年間販売額(万円)			1㎡当たりの年間販売額(万円)			就業者1人当たりの年間商品販売額(万円)		
	平成16年	平成19年	前回比 (%)	平成16年	平成19年	前回比 (%)	平成16年	平成19年	前回比 (%)
小 売 業 計	10,765	11,839	10.0	70	66	▲ 5.7	1,591	2,022	27.1
うち、有料施設内事業所	-	18,570	-	-	335	-	-	1,973	-
うち、駅改札内事業所	-	12,098	-	-	513	-	-	2,282	-
商 業 集 積 地 区	11,593	12,431	7.2	75	71	▲ 5.3	1,590	1,934	21.6
駅 周 辺 型	13,430	14,256	6.2	92	92	0.0	1,621	1,939	19.6
市 街 地 型	10,859	11,456	5.5	76	74	▲ 2.6	1,643	1,918	16.7
住 宅 地 背 景 型	8,247	8,714	5.7	65	61	▲ 6.2	1,397	1,760	26.0
ロ ー ド サ イ ド 型	19,757	20,957	6.1	54	49	▲ 9.3	1,822	2,298	26.1
そ の 他	7,683	7,723	0.5	63	58	▲ 7.9	1,372	1,594	16.2
オ フ ィ ス 街 地 区	11,297	12,766	13.0	84	80	▲ 4.8	1,685	2,168	28.7
住 宅 地 区	10,133	10,996	8.5	68	65	▲ 4.4	1,504	2,002	33.1
工 業 地 区	19,596	22,724	16.0	61	58	▲ 4.9	2,065	2,717	31.6
そ の 他 地 区	7,404	8,281	11.8	54	51	▲ 5.6	1,481	1,839	24.2
うち、有料道路内事業所	-	39,904	-	-	237	-	-	1,752	-

6. 都道府県別

～商業集積地区の立地割合が最も高い県は32県、
その他地区は12県、住宅地区は3県～

(1) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の事業所数

商業集積地区の事業所数をみると、東京(5万7千事業所、構成比13.3%)が1割超を占め最も多く、以下、大阪(3万1千事業所、同7.2%)、神奈川(2万7千事業所、同6.3%)、愛知、兵庫、福岡、北海道、千葉、埼玉、京都の順となっており、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

第6-1表 特性地区別、都道府県別の事業所数(上位10県)

小 売 業 計				商 業 集 積 地 区				オ フ ィ ス 街 地 区			
順位	都道府県	平成19年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 事業所数	構成比(%)
	全国計	1,137,859	100.0		全国計	427,463	100.0		全国計	90,536	100.0
1位	東 京	102,695	9.0	1位	東 京	57,018	13.3	1位	東 京	13,605	15.0
2位	大 阪	74,665	6.6	2位	大 阪	30,692	7.2	2位	大 阪	8,390	9.3
3位	愛 知	57,153	5.0	3位	神奈川	26,974	6.3	3位	愛 知	6,896	7.6
4位	神奈川	54,892	4.8	4位	愛 知	19,786	4.6	4位	北海道	6,107	6.7
5位	兵 庫	49,503	4.4	5位	兵 庫	19,562	4.6	5位	福 岡	4,809	5.3
6位	福 岡	48,658	4.3	6位	福 岡	18,227	4.3	6位	広 島	3,949	4.4
7位	埼 玉	44,573	3.9	7位	北海道	17,066	4.0	7位	兵 庫	3,433	3.8
8位	北海道	44,549	3.9	8位	千 葉	16,248	3.8	8位	京 都	3,385	3.7
9位	千 葉	39,603	3.5	9位	埼 玉	14,849	3.5	9位	神奈川	3,212	3.5
10位	静 岡	36,786	3.2	10位	京 都	11,238	2.6	10位	静 岡	3,093	3.4
上位10県計		553,077	48.6	上位10県計		231,660	54.2	上位10県計		56,879	62.8

住 宅 地 区				工 業 地 区				そ の 他 地 区			
順位	都道府県	平成19年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 事業所数	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 事業所数	構成比(%)
	全国計	339,839	100.0		全国計	65,438	100.0		全国計	214,583	100.0
1位	大 阪	27,975	8.2	1位	東 京	6,279	9.6	1位	茨 城	8,642	4.0
2位	東 京	24,684	7.3	2位	大 阪	5,923	9.1	2位	静 岡	8,275	3.9
3位	神奈川	19,584	5.8	3位	愛 知	4,913	7.5	3位	新 潟	7,483	3.5
4位	埼 玉	18,760	5.5	4位	北海道	3,374	5.2	4位	鹿児島	7,468	3.5
5位	愛 知	18,585	5.5	5位	神奈川	2,648	4.0	5位	千 葉	7,456	3.5
6位	兵 庫	17,499	5.1	6位	静 岡	2,472	3.8	6位	福 岡	7,358	3.4
7位	福 岡	15,810	4.7	7位	福 岡	2,454	3.8	7位	埼 玉	7,285	3.4
8位	千 葉	13,573	4.0	8位	京 都	2,396	3.7	8位	愛 知	6,973	3.2
9位	北海道	13,155	3.9	9位	埼 玉	2,222	3.4	9位	兵 庫	6,790	3.2
10位	静 岡	12,381	3.6	10位	兵 庫	2,219	3.4	10位	熊 本	6,686	3.1
上位10県計		182,006	53.6	上位10県計		34,900	53.3	上位10県計		74,416	34.7

オフィス街地区では、東京(1万4千事業所、構成比15.0%)が1割超を占め最も多く、次いで大阪(8千事業所、同9.3%)、愛知(7千事業所、同7.6%)、北海道、福岡、広島、兵庫、京都、神奈川、静岡の順となっており、これら上位10県で全国の6割超を占めている。上位10県が占める割合が高いことについては、大都市に企業のオフィスが集中していることが背景としてあげられる。

住宅地区の事業所が多い県は、大阪(2万8千事業所、構成比8.2%)、東京(2万5千事業所、同7.3%)、神奈川(2万事業所、同5.8%)、埼玉、愛知、兵庫、福岡、千葉、北海道、静岡の順で、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

工業地区の事業所が多い県は、東京（6千事業所、構成比9.6%）、大阪（6千事業所、同9.1%）、愛知（5千事業所、同7.5%）、北海道、神奈川、静岡、福岡、京都、埼玉、兵庫の順で、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

その他地区の事業所が多い県は、茨城（9千事業所、構成比4.0%）、静岡（8千事業所、同3.9%）、新潟（7千事業所、同3.5%）、鹿児島、千葉、福岡、埼玉、愛知、兵庫、熊本の順となっている（第6-1表）。

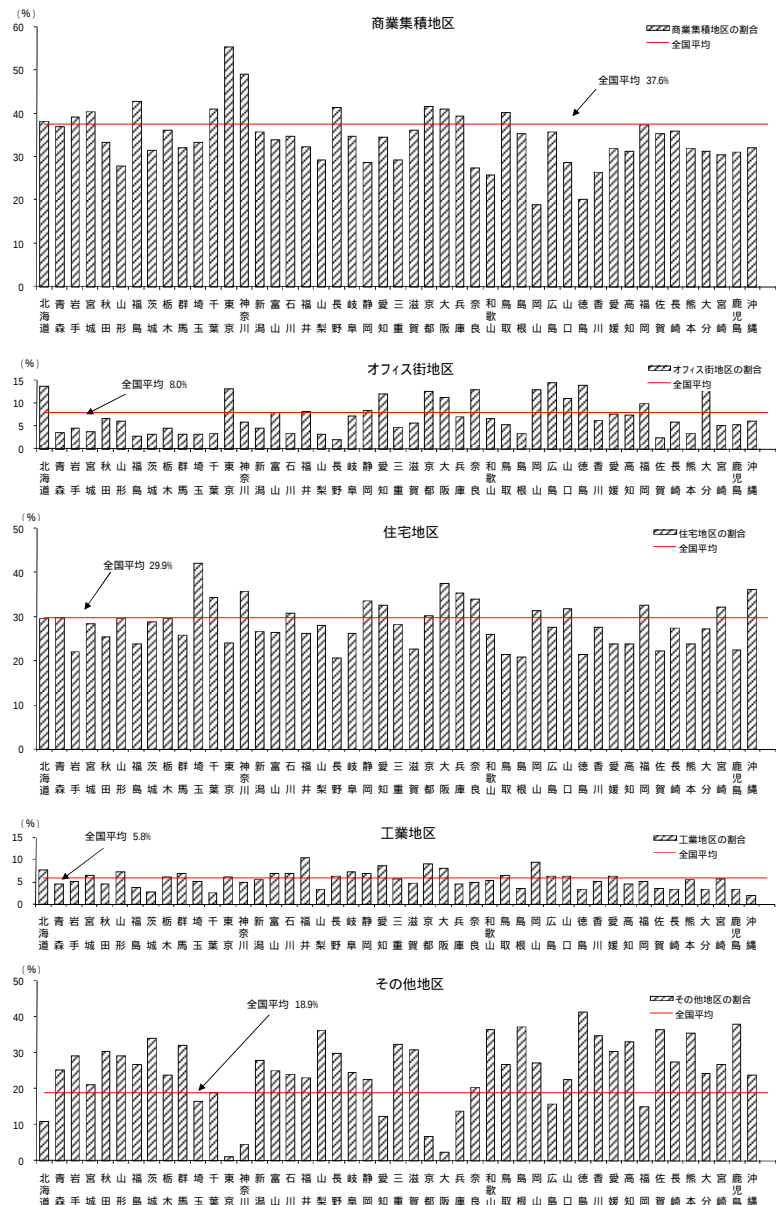
第6-1図 特性地区別、都道府県別の事業所数の構成比
（各都道府県計 = 100.0）

特性地区別、都道府県別に事業所数の構成比をみると、商業集積地区の立地割合が最も高い県は、東京（小売事業所に占める割合55.5%）、神奈川（同49.1%）、福島（同42.9%）、京都（同41.7%）、長野（同41.4%）など27県で、なかでも東京では半数以上、神奈川はほぼ半数の事業所が商業集積地区に立地している。また、商業集積地区の立地割合が高い県のうち、東京、神奈川、長野では駅周辺型の商業集積地区での立地が多いものの、全国でみると、商業集積地区内では市街地型の割合が高い県が22県と最も多く、次いで住宅地背景型の割合が高い県が12県、駅周辺型の割合が高い県も12県となっている。

オフィス街地区での立地割合は、広島（同14.6%）、徳島（同13.9%）、大分（同13.8%）、北海道（同13.7%）、東京（同13.2%）などで高い。一方、長野（同2.0%）、佐賀（同2.5%）、福島（同2.8%）、茨城、群馬、山梨（ともに3.1%）などでは低い割合となっている。

住宅地区での立地割合は、埼玉（同42.1%）、大阪（同37.5%）、沖縄（同36.1%）、神奈川（同35.7%）、兵庫（同35.3%）などで高く、15県で3割以上を占めている。また、奈良、岡山、山形の3県では、住宅地区の立地割合が最も高く、なかでも埼玉では4割の事業所が住宅地区に立地している。

工業地区での立地割合は、福井（同10.3%）、岡山（同9.3%）、京都（同8.9%）、愛知（同8.6%）、大阪（同7.9%）などで高く、沖縄（同2.0%）、千葉（同2.5%）、茨城（同2.6%）、山梨、徳島（ともに3.2%）などでは低い割合となっている。



その他地区での立地割合は、徳島(同 41.4%)、鹿児島(同 37.8%)、島根(同 37.1%)、佐賀(同 36.6%)、和歌山(同 36.5%)などで高く、15県で3割超となっている。このうち、徳島、鹿児島、島根、佐賀、和歌山など12県では、その他地区での立地割合が最も高い。

一方、東京(同 1.1%)、大阪(同 2.3%)、神奈川(同 4.5%)、京都(同 6.8%)では1割未満の低い割合となっている(第6-2表、第6-1図)。

第6-2表 特性地区別、都道府県別事業所数の構成比

都道府県	事業所数の構成比（％） （各都道府県＝100.0）											
	小売業計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	商業集積地区以外	オフィス街	住宅地区	工業地区	その他地区
全国計	100.0	37.6	13.3	8.9	10.7	3.5	1.2	62.4	8.0	29.9	5.8	18.9
北海道	100.0	38.3	8.5	12.2	12.8	3.9	1.0	61.7	13.7	29.5	7.6	10.9
青森	100.0	36.9	7.0	11.2	15.4	3.1	0.2	63.1	3.5	29.8	4.4	25.3
岩手	100.0	39.3	7.9	16.4	9.4	4.3	1.2	60.7	4.4	22.1	5.0	29.3
宮城	100.0	40.5	6.6	14.9	13.3	4.3	1.5	59.5	3.7	28.4	6.3	21.1
秋田	100.0	33.3	8.5	8.5	12.1	2.5	1.6	66.7	6.5	25.4	4.4	30.4
山形	100.0	27.9	5.3	9.0	10.8	1.7	1.1	72.1	6.1	29.7	7.2	29.2
福島	100.0	42.9	8.5	15.5	13.2	3.9	1.8	57.1	2.8	23.8	3.7	26.8
茨城	100.0	31.5	10.3	6.6	8.9	4.7	0.9	68.5	3.1	28.8	2.6	34.0
栃木	100.0	36.2	7.7	11.8	10.5	5.6	0.6	63.8	4.4	29.7	5.9	23.7
群馬	100.0	32.1	4.5	12.1	6.9	6.8	1.9	67.9	3.1	25.9	6.7	32.2
埼玉	100.0	33.3	15.5	6.9	9.0	1.3	0.7	66.7	3.3	42.1	5.0	16.3
千葉	100.0	41.0	20.6	5.9	10.4	2.6	1.5	59.0	3.4	34.3	2.5	18.8
東京	100.0	55.5	33.4	6.2	13.8	1.4	0.7	44.5	13.2	24.0	6.1	1.1
神奈川	100.0	49.1	31.8	4.5	11.0	1.1	0.8	50.9	5.9	35.7	4.8	4.5
新潟	100.0	35.7	6.3	10.1	12.8	6.0	0.5	64.3	4.5	26.5	5.3	27.9
富山	100.0	34.0	4.8	9.2	11.7	7.9	0.4	66.0	7.9	26.4	6.7	24.9
石川	100.0	34.8	4.5	9.8	13.5	4.4	2.6	65.2	3.4	30.9	6.8	24.1
福井	100.0	32.2	6.2	7.6	7.8	8.9	1.8	67.8	8.2	26.2	10.3	23.1
山梨	100.0	29.4	5.9	7.3	9.7	5.0	1.4	70.6	3.1	28.1	3.2	36.2
長野	100.0	41.4	12.7	10.3	9.4	7.5	1.5	58.6	2.0	20.6	6.2	29.8
岐阜	100.0	34.8	7.0	10.6	9.3	6.7	1.3	65.2	7.2	26.2	7.2	24.6
静岡	100.0	28.7	9.1	8.2	7.8	3.0	0.7	71.3	8.4	33.7	6.7	22.5
愛知	100.0	34.6	9.3	7.8	12.9	3.8	0.8	65.4	12.1	32.5	8.6	12.2
三重	100.0	29.3	6.5	7.7	6.8	6.7	1.6	70.7	4.7	28.2	5.5	32.3
滋賀	100.0	36.2	13.3	4.9	12.7	4.0	1.3	63.8	5.7	22.6	4.7	30.9
京都	100.0	41.7	8.9	9.4	18.7	3.1	1.7	58.3	12.6	30.1	8.9	6.8
大阪	100.0	41.1	23.1	4.7	11.2	2.0	0.1	58.9	11.2	37.5	7.9	2.3
兵庫	100.0	39.5	17.8	8.3	8.5	3.2	1.6	60.5	6.9	35.3	4.5	13.7
奈良	100.0	27.5	14.5	3.3	5.5	3.0	1.2	72.5	13.1	34.0	4.9	20.5
和歌山	100.0	25.8	8.6	8.5	5.7	2.1	0.9	74.2	6.6	25.9	5.3	36.5
鳥取	100.0	40.2	11.7	15.2	4.1	8.7	0.5	59.8	5.2	21.4	6.4	26.7
島根	100.0	35.3	7.0	12.8	11.3	1.8	2.4	64.7	3.4	20.7	3.5	37.1
岡山	100.0	19.0	4.0	6.0	6.3	1.9	0.7	81.0	13.0	31.5	9.3	27.3
広島	100.0	35.8	7.1	14.3	9.2	4.0	1.2	64.2	14.6	27.7	6.2	15.8
山口	100.0	28.6	8.4	10.0	7.0	2.2	1.0	71.4	11.0	31.7	6.2	22.5
徳島	100.0	20.2	5.2	5.3	3.5	3.6	2.7	79.8	13.9	21.4	3.2	41.4
香川	100.0	26.4	4.7	8.2	4.4	5.8	3.2	73.6	6.2	27.6	5.0	34.8
愛媛	100.0	31.9	7.5	11.1	7.8	3.3	2.3	68.1	7.7	23.8	6.3	30.3
高知	100.0	31.4	3.6	12.6	7.9	4.8	2.5	68.6	7.4	23.9	4.4	33.0
福岡	100.0	37.5	12.0	7.7	13.1	3.9	0.7	62.5	9.9	32.5	5.0	15.1
佐賀	100.0	35.4	7.0	10.4	7.6	8.0	2.4	64.6	2.5	22.2	3.4	36.6
長崎	100.0	36.0	4.2	15.1	13.1	2.1	1.4	64.0	5.8	27.4	3.3	27.5
熊本	100.0	31.9	1.9	9.6	9.4	8.1	2.9	68.1	3.3	23.8	5.4	35.6
大分	100.0	31.4	5.4	13.4	7.3	2.7	2.5	68.6	13.8	27.2	3.2	24.4
宮崎	100.0	30.4	4.2	12.7	7.5	3.5	2.5	69.6	5.1	32.1	5.5	26.8
鹿児島	100.0	31.1	2.8	12.1	8.5	2.6	5.0	68.9	5.3	22.5	3.3	37.8
沖縄	100.0	32.1	0.0	15.1	14.5	2.5	0.0	67.9	6.0	36.1	2.0	23.8

(2) 立地環境特性地区別にみた都道府県別の年間商品販売額

商業集積地区の年間商品販売額をみると、東京(10兆1808億円、構成比19.2%)が10兆円超と最も多く、以下、神奈川(4兆3475億円、同8.2%)、大阪(3兆9902億円、同7.5%)、愛知、千葉、北海道、兵庫、埼玉、福岡、京都の順となっており、これら上位10県で全国の6割超を占めている。

第6-3表 特性地区別、都道府県別の年間商品販売額(上位10県)

小 売 業 計				商 業 集 積 地 区				オ フ ィ ス 街 地 区			
順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)
	全国計	134,705,448	100.0		全国計	53,139,659	100.0		全国計	11,557,863	100.0
1位	東京	17,278,905	12.8	1位	東京	10,180,824	19.2	1位	東京	2,428,429	21.0
2位	大阪	9,650,541	7.2	2位	神奈川	4,347,500	8.2	2位	大阪	1,468,601	12.7
3位	神奈川	8,548,105	6.3	3位	大阪	3,990,244	7.5	3位	北海道	906,345	7.8
4位	愛知	8,291,533	6.2	4位	愛知	3,069,944	5.8	4位	愛知	864,470	7.5
5位	埼玉	6,337,840	4.7	5位	千葉	2,307,260	4.3	5位	福岡	648,406	5.6
6位	北海道	6,156,539	4.6	6位	北海道	2,241,669	4.2	6位	広島	496,019	4.3
7位	千葉	5,754,991	4.3	7位	兵庫	2,195,131	4.1	7位	神奈川	457,436	4.0
8位	兵庫	5,487,306	4.1	8位	埼玉	2,077,674	3.9	8位	兵庫	383,987	3.3
9位	福岡	5,356,185	4.0	9位	福岡	1,898,394	3.6	9位	千葉	355,327	3.1
10位	静岡	4,078,182	3.0	10位	京都	1,436,415	2.7	10位	京都	302,072	2.6
上位10県計		76,940,127	57.1	上位10県計		33,745,055	63.5	上位10県計		8,311,092	71.9

住 宅 地 区				工 業 地 区				そ の 他 地 区			
順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)	順位	都道府県	平成19年 年間商品販売額 (百万円)	構成比(%)
	全国計	37,367,602	100.0		全国計	14,870,150	100.0		全国計	17,770,174	100.0
1位	東京	3,151,203	8.4	1位	東京	1,428,675	9.6	1位	埼玉	931,222	5.2
2位	大阪	2,663,118	7.1	2位	大阪	1,298,828	8.7	2位	愛知	866,624	4.9
3位	埼玉	2,616,803	7.0	3位	愛知	1,122,447	7.5	3位	茨城	814,068	4.6
4位	神奈川	2,587,777	6.9	4位	北海道	850,000	5.7	4位	静岡	800,079	4.5
5位	愛知	2,368,048	6.3	5位	神奈川	841,432	5.7	5位	千葉	786,316	4.4
6位	千葉	1,858,188	5.0	6位	福岡	569,785	3.8	6位	群馬	659,173	3.7
7位	兵庫	1,804,971	4.8	7位	兵庫	543,934	3.7	7位	長野	630,325	3.5
8位	北海道	1,663,982	4.5	8位	埼玉	541,498	3.6	8位	福岡	579,517	3.3
9位	福岡	1,660,083	4.4	9位	静岡	530,903	3.6	9位	兵庫	559,283	3.1
10位	静岡	1,354,019	3.6	10位	京都	451,896	3.0	10位	新潟	549,183	3.1
上位10県計		21,728,192	58.1	上位10県計		8,179,398	55.0	上位10県計		7,175,790	40.4

オフィス街地区の年間商品販売額が多いのは、東京(2兆4284億円、構成比21.0%)、大阪(1兆4686億円、同12.7%)で、この2県はそれぞれ1兆円を超えている。以下、北海道(9063億円、同7.8%)、愛知、福岡、広島、神奈川、兵庫、千葉、京都の順で、これら上位10県で全国の7割超を占めている。

住宅地区の年間商品販売額は、東京(3兆1512億円、構成比8.4%)、大阪(2兆6631億円、同7.1%)、埼玉(2兆6168億円、同7.0%)、神奈川、愛知、千葉、兵庫、北海道、福岡、静岡の順に多く、これら上位10県で全国の6割弱を占めている。

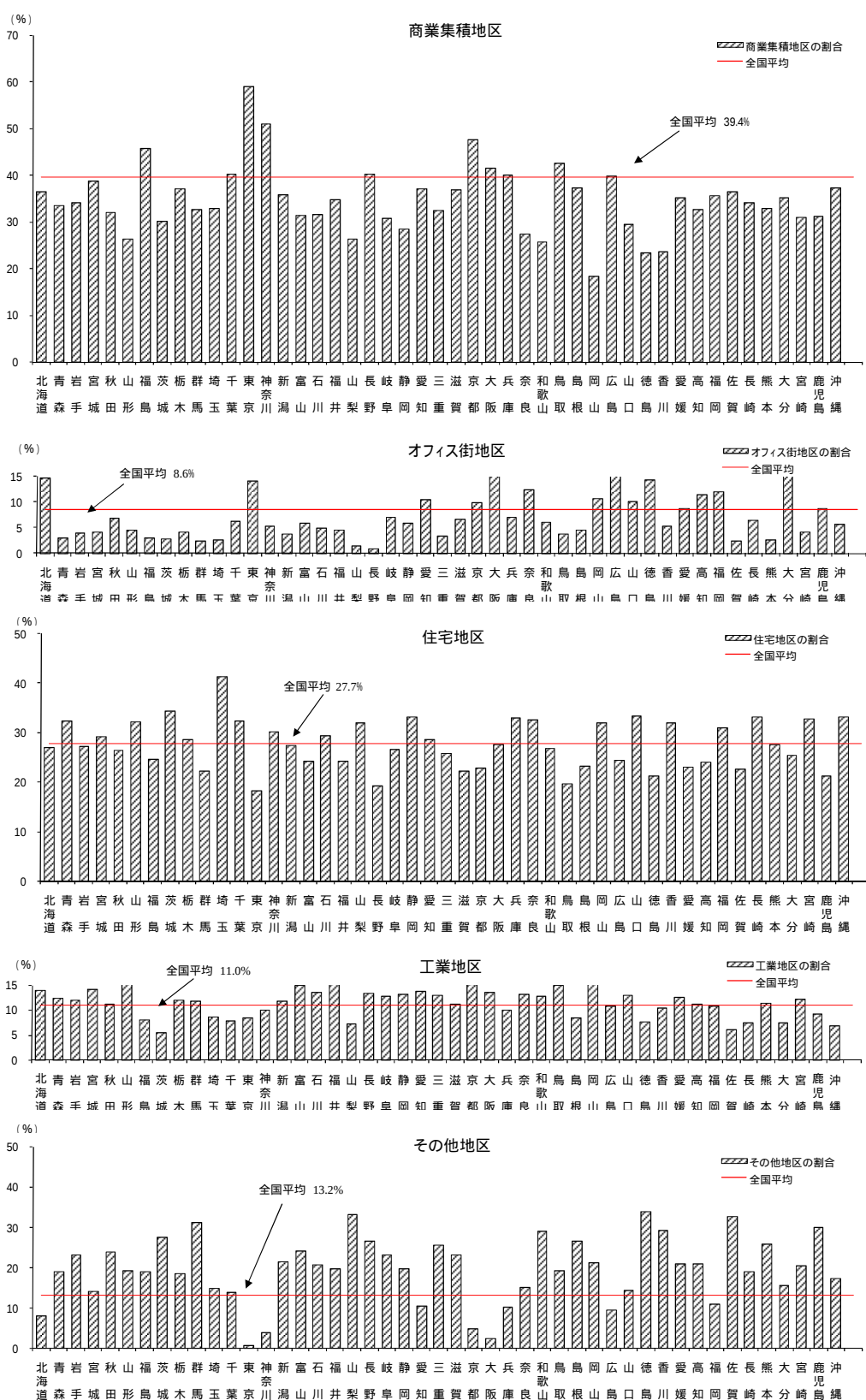
工業地区の年間商品販売額は、東京(1兆4287億円、構成比9.6%)、大阪(1兆2988億円、同8.7%)、愛知(1兆1224億円、同7.5%)、北海道、神奈川、福岡、兵庫、埼玉、静岡、京都の順に多く、これら上位10県で全国の5割超を占めている。

その他地区の年間商品販売額は、埼玉(9312億円、構成比5.2%)、愛知(8666億円、同4.9%)、茨城(8141億円、同4.6%)、静岡、千葉、群馬、長野、福岡、兵庫、新潟の順に多く、これら上位10県で全国の4割を占めている(第6-3表)。

特性地区別、都道府県別に年間商品販売額の構成比をみると、商業集積地区の販売額割合が最も高いのは、東京（小売販売額に占める割合 58.9%）、神奈川（同 50.9%）、京都（同 47.5%）、福島（同 45.6%）、鳥取（同 42.6%）など35県、住宅地区の販売額割合が最も高いのは、埼玉（同 41.3%）、茨城（同 34.3%）、山口（同 33.3%）、静岡（同 33.2%）など9県、その他地区の販売額割合が最も高いのは、徳島（同 33.8%）、山梨（同 33.1%）、香川（同 29.1%）の3県となっている。

第6 - 2図特性地区別、都道府県別年間商品販売額の構成比

（各都道府県計 = 100.0）



商業集積地区の内訳で市街地型の販売額割合が最も高いのは、広島(同 17.2%)、京都(同 15.2%)、長崎(同 14.4%)、大分(同 14.2%)、沖縄(同 13.7%)など14県、駅周辺型の販売額割合が最も高いのは、東京(同 39.3%)、神奈川(同 36.4%)、大阪(同 26.2%)、千葉(同 20.9%)、兵庫(同 17.6%)など14県、住宅地背景型の販売額割合が最も高いのは、沖縄(同 17.1%)、福島(同 15.6%)、青森(同 14.8%)、北海道(同 11.4%)など8県、ロードサイド型の販売額割合が最も高いのは、福井(同 21.1%)、鳥取(同 19.1%)、富山(同 16.6%)、三重(同 15.8%)、佐賀(同 15.7%)など12県であった(第6 - 4表、第6 - 2図)。

第6 - 4表 都道府県別、特性地区別年間商品販売額の構成比

都道府県	年間商品販売額の構成比（％）								（各都道府県＝100.0）				
	小売業計	商業集積 地区	駅周辺型	市街地型	住宅地 背景型	ロード サイド型	その他	商業集積 地区以外	オフィス 街	住宅地区	工業地区	その他 地区	
全国計	100.0	39.4	16.0	8.6	7.9	6.2	0.8	60.6	8.6	27.7	11.0	13.2	
北海道	100.0	36.4	8.5	9.5	11.4	6.1	0.9	63.6	14.7	27.0	13.8	8.0	
青森	100.0	33.4	4.1	8.6	14.8	5.8	0.1	66.6	3.0	32.4	12.3	18.8	
岩手	100.0	34.0	5.4	12.4	5.9	9.8	0.7	66.0	3.9	27.2	11.9	23.0	
宮城	100.0	38.6	7.5	13.5	8.3	8.8	0.6	61.4	4.1	29.2	14.0	14.1	
秋田	100.0	31.9	7.3	7.4	8.6	7.5	1.2	68.1	6.8	26.5	11.0	23.8	
山形	100.0	26.3	4.1	6.9	9.6	4.8	0.9	73.7	4.6	32.3	17.6	19.2	
福島	100.0	45.6	7.5	12.5	15.6	9.2	0.7	54.4	3.0	24.6	7.8	18.9	
茨城	100.0	30.0	7.9	6.6	6.7	8.3	0.5	70.0	2.8	34.3	5.4	27.5	
栃木	100.0	37.0	4.9	8.9	11.1	11.9	0.2	63.0	4.1	28.6	11.9	18.4	
群馬	100.0	32.6	4.0	7.9	4.4	15.5	0.8	67.4	2.5	22.2	11.7	31.0	
埼玉	100.0	32.8	17.3	5.2	6.9	2.3	1.1	67.2	2.7	41.3	8.5	14.7	
千葉	100.0	40.1	20.9	5.4	7.8	4.2	1.7	59.9	6.2	32.3	7.8	13.7	
東京	100.0	58.9	39.3	10.5	7.0	1.6	0.5	41.1	14.1	18.2	8.3	0.5	
神奈川	100.0	50.9	36.4	4.3	7.9	1.6	0.8	49.1	5.4	30.3	9.8	3.7	
新潟	100.0	35.8	4.5	8.1	7.8	15.2	0.2	64.2	3.8	27.4	11.6	21.3	
富山	100.0	31.2	3.5	6.3	4.7	16.6	0.1	68.8	5.9	24.2	14.8	24.0	
石川	100.0	31.5	3.1	10.0	8.3	9.0	1.0	68.5	5.0	29.4	13.5	20.6	
福井	100.0	34.7	5.0	4.3	3.6	21.1	0.8	65.3	4.5	24.2	16.9	19.7	
山梨	100.0	26.2	4.6	4.9	8.0	7.7	1.0	73.8	1.5	32.1	7.1	33.1	
長野	100.0	40.2	10.7	7.1	7.4	14.2	0.8	59.8	0.9	19.2	13.2	26.6	
岐阜	100.0	30.7	4.8	6.5	7.1	11.2	1.1	69.3	6.9	26.7	12.6	23.1	
静岡	100.0	28.3	8.0	6.1	7.6	6.3	0.4	71.7	5.8	33.2	13.0	19.6	
愛知	100.0	37.0	9.2	10.5	10.6	6.3	0.4	63.0	10.4	28.6	13.5	10.5	
三重	100.0	32.4	5.2	5.1	5.8	15.8	0.5	67.6	3.4	25.8	12.8	25.6	
滋賀	100.0	36.9	14.1	3.8	9.5	9.0	0.4	63.1	6.7	22.3	11.1	23.0	
京都	100.0	47.5	10.0	15.2	15.0	6.4	0.9	52.5	10.0	22.9	15.0	4.7	
大阪	100.0	41.3	26.2	6.8	5.0	3.2	0.1	58.7	15.2	27.6	13.5	2.4	
兵庫	100.0	40.0	17.6	8.9	6.2	6.4	0.9	60.0	7.0	32.9	9.9	10.2	
奈良	100.0	27.3	12.6	5.7	3.4	5.3	0.3	72.7	12.3	32.6	12.9	14.9	
和歌山	100.0	25.6	10.2	5.3	4.4	5.1	0.5	74.4	6.0	26.8	12.6	28.9	
鳥取	100.0	42.6	9.2	11.1	2.9	19.1	0.3	57.4	3.7	19.7	14.9	19.2	
島根	100.0	37.3	5.2	12.6	12.0	4.5	3.0	62.7	4.6	23.2	8.4	26.5	
岡山	100.0	18.2	4.2	7.0	4.0	2.8	0.2	81.8	10.7	31.9	18.1	21.0	
広島	100.0	39.7	6.6	17.2	8.9	6.2	0.8	60.3	15.9	24.4	10.6	9.4	
山口	100.0	29.5	9.0	8.5	6.5	4.7	0.8	70.5	10.1	33.3	12.8	14.3	
徳島	100.0	23.2	6.4	4.5	4.5	5.8	2.1	76.8	14.3	21.2	7.6	33.8	
香川	100.0	23.5	2.3	8.4	2.4	9.5	0.9	76.5	5.3	31.9	10.3	29.1	
愛媛	100.0	35.0	9.0	9.3	6.2	8.5	2.1	65.0	8.7	23.0	12.4	20.8	
高知	100.0	32.7	3.2	12.4	3.8	12.0	1.3	67.3	11.4	23.9	11.2	20.9	
福岡	100.0	35.4	13.1	6.4	8.6	6.7	0.8	64.6	12.1	31.0	10.6	10.8	
佐賀	100.0	36.3	4.6	7.0	7.4	15.7	1.6	63.7	2.4	22.6	6.0	32.7	
長崎	100.0	34.1	4.5	14.4	10.0	4.6	0.6	65.9	6.5	33.1	7.4	18.9	
熊本	100.0	32.7	1.5	11.5	6.4	10.9	2.4	67.3	2.6	27.6	11.3	25.8	
大分	100.0	35.2	4.0	14.2	8.9	6.9	1.2	64.8	16.5	25.4	7.4	15.5	
宮崎	100.0	30.8	2.9	11.6	5.9	8.5	1.9	69.2	4.0	32.8	12.0	20.3	
鹿児島	100.0	31.2	2.6	11.1	8.8	4.9	3.8	68.8	8.7	21.2	9.1	29.8	
沖縄	100.0	37.3	0.0	13.7	17.1	6.6	0.0	62.7	5.7	33.3	6.6	17.1	

トピックス1. 立地環境特性地区別、業態別にみた開設年別事業所数

～ 住宅地区、工業地区に進出するコンビニエンスストア、ドラッグストア ～

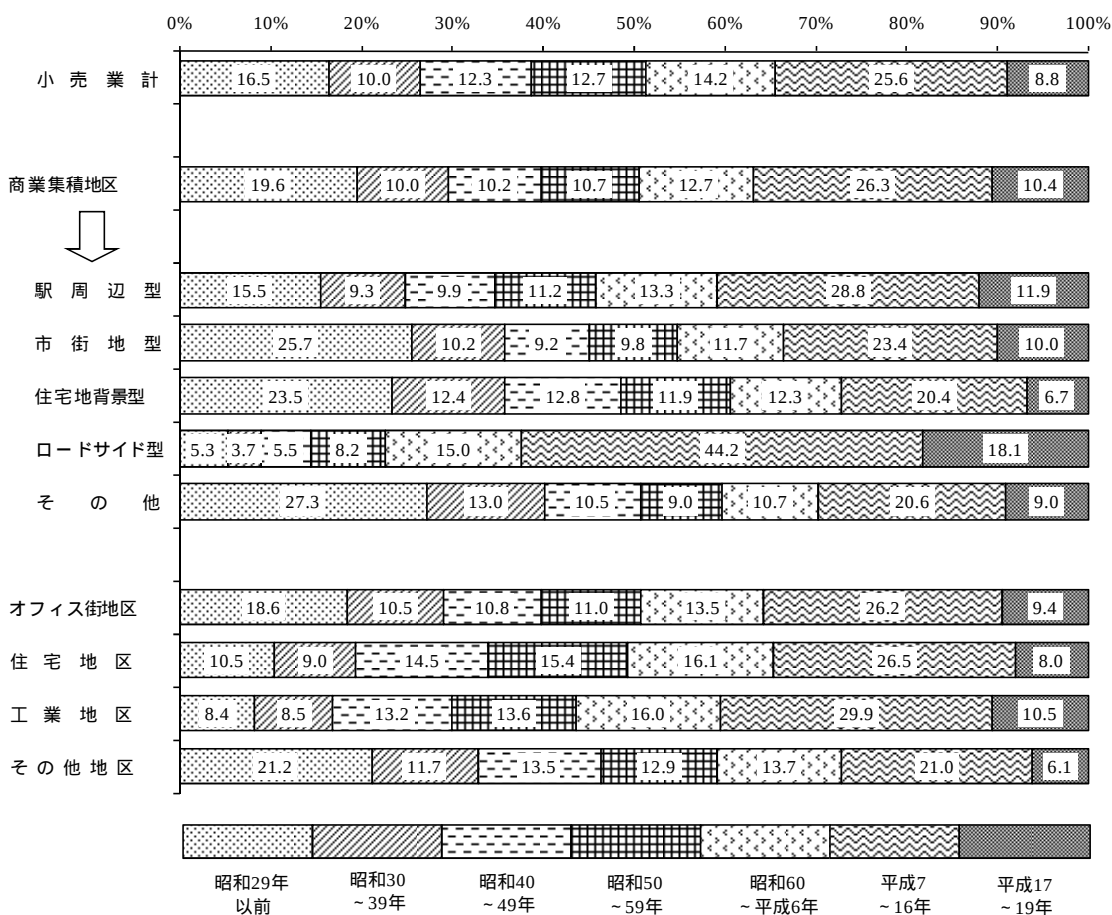
(1) 開設年別にみた事業所数

開設年別に事業所数をみると、小売業全体では、昭和50年以降に開設した事業所が6割超を占めている。

開設年を昭和29年以前と、昭和30年以降を10年ごと（直近については平成17年から19年6月の2年半）に区切ってみると、その他地区では昭和29年以前が最も多く、商業集積地区、オフィス街地区、住宅地区、工業地区では平成7年～16年が最も多くなっている。

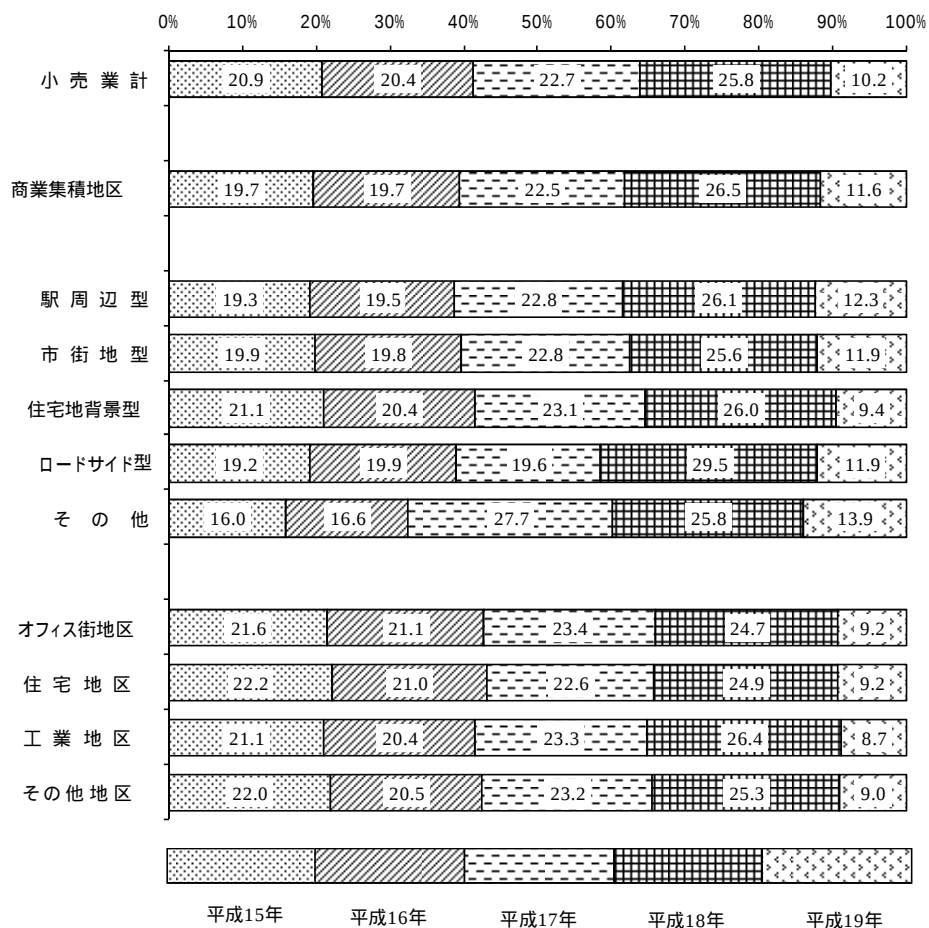
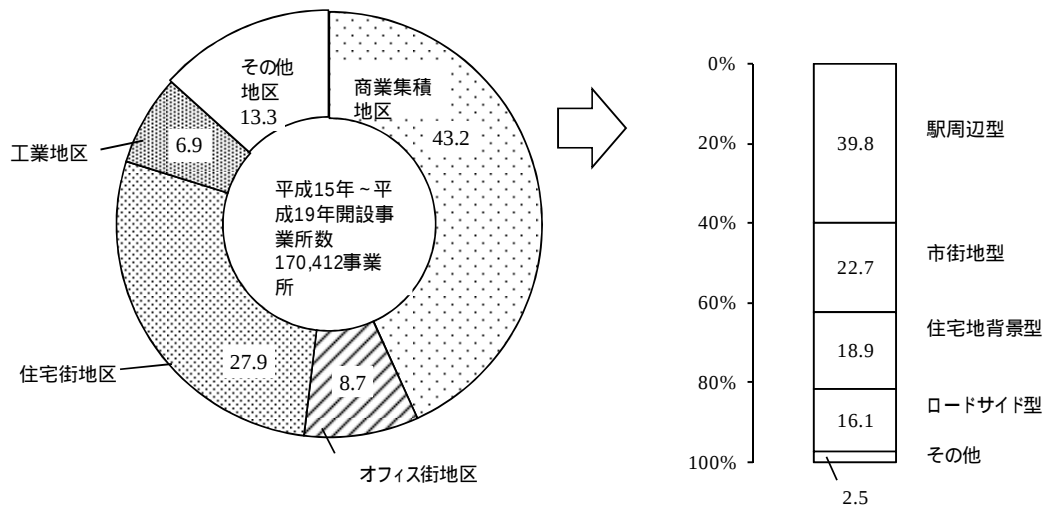
商業集積地区の内訳をみると、市街地型、住宅地背景型、その他は昭和29年以前の開設が最も多いが、駅周辺型、ロードサイド型は平成7年～16年が最も多く、特にロードサイド型は近年急速に開設が進んでおり、平成7年以降が6割を超えている。一方、商業集積地区のその他は昭和29年以前の開設が約3割となっていて29年以前の開設割合が最も高い（第1図）。

第1図 特性地区別、開設年代別にみた事業所数割合



平成15年以降の開設状況をみると、17万の開設事業所のうち、4割が商業集積地区、3割が住宅地区に立地しているという傾向に変わりはない。商業集積地区内訳をみると、駅周辺型（商業集積地区に占める割合39.8%）が4割近くを占め、次いで市街地型（同22.7%）、住宅地背景型（同18.9%）の順となっている（第1表、第2図）。

第2図 平成15年以降の特性地区別開設事業所数



第1表 特性地区別開設事業所数及び構成比

特性地区別	特性地区別開設事業所数							
	小売業計	昭和29年 以前	昭和30 ～39年	昭和40 ～49年	昭和50 ～59年	昭和60 ～平成6年	平成7 ～16年	平成17 ～19年
小 売 業 計	1,137,859	187,209	113,608	140,370	144,807	161,012	290,828	100,025
商 業 集 積 地 区	427,463	83,897	42,825	43,485	45,936	54,302	112,372	44,646
駅 周 辺 型	150,855	23,410	14,102	14,932	16,957	20,075	43,434	17,945
市 街 地 型	100,965	25,986	10,316	9,272	9,944	11,764	23,621	10,062
住 宅 地 背 景	122,016	28,650	15,175	15,653	14,535	15,006	24,834	8,163
ロ ー ド サ イ ド 型	40,001	2,132	1,467	2,193	3,278	5,998	17,681	7,252
そ の 他	13,626	3,719	1,765	1,435	1,222	1,459	2,802	1,224
オ フ ィ ス 街 地 区	90,536	16,831	9,497	9,818	9,973	12,204	23,745	8,468
住 宅 地 区	339,839	35,614	30,609	49,395	52,392	54,688	90,102	27,039
工 業 地 区	65,438	5,476	5,532	8,606	8,902	10,475	19,578	6,869
そ の 他 地 区	214,583	45,391	25,145	29,066	27,604	29,343	45,031	13,003

特性地区別	平成15年以降の特性地区別開設事業所数					
	平成15年以降	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
小 売 業 計	170,412	35,681	34,706	38,759	43,897	17,369
商 業 集 積 地 区	73,655	14,477	14,532	16,546	19,539	8,561
駅 周 辺 型	29,313	5,647	5,721	6,684	7,659	3,602
市 街 地 型	16,685	3,317	3,306	3,808	4,275	1,979
住 宅 地 背 景 型	13,950	2,945	2,842	3,222	3,627	1,314
ロ ー ド サ イ ド 型	11,891	2,278	2,361	2,329	3,510	1,413
そ の 他	1,816	290	302	503	468	253
オ フ ィ ス 街 地 区	14,777	3,188	3,121	3,459	3,650	1,359
住 宅 地 区	47,601	10,556	10,006	10,777	11,870	4,392
工 業 地 区	11,745	2,480	2,396	2,737	3,105	1,027
そ の 他 地 区	22,634	4,980	4,651	5,240	5,733	2,030

(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。

(2) 業態別、開設年別にみた事業所数

開設年別事業所数を主な業態についてみると、百貨店、総合スーパー、専門店、中心店は、商業集積地区での立地割合が引き続き高く、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアは住宅地区での立地が高くなっている。専門スーパー、専門店、中心店については、昭和40年から50年代にかけ商業集積地区の割合が縮小したが近年はまた拡大している。

百貨店

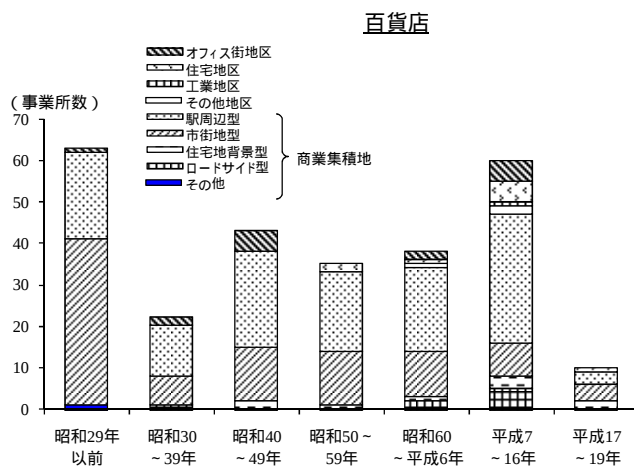
百貨店は、事業所の約9割が商業集積地区の立地と圧倒的に多く、平成17年～19年の開設事業所数でも、開設数は減少しているものの、その9割が商業集積地区となっている。

商業集積地区の内訳では、開設数は少ないものの市街地型が4割を占め、駅周辺型を上回った。また、住宅地背景型が2割となっている。

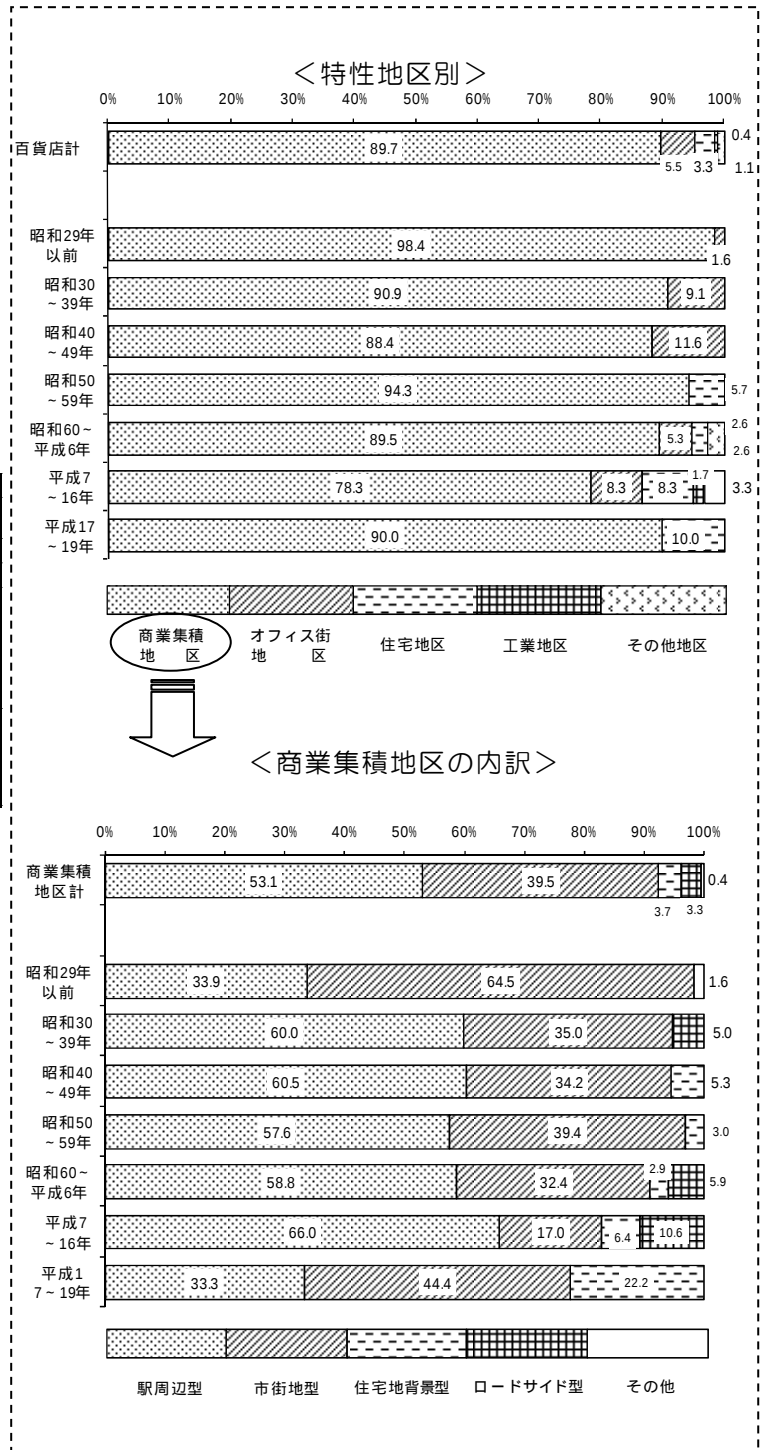
第2表 百貨店の特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～16年	平成17～19年
百貨店計	271	63	22	43	35	38	60	10
商業集積地区	243	62	20	38	33	34	47	9
駅周辺型	129	21	12	23	19	20	31	3
市街地型	96	40	7	13	13	11	8	4
住宅地背景	9	-	-	2	1	1	3	2
ロードサイド型	8	-	1	-	-	2	5	-
その他	1	1	-	-	-	-	-	-
オフィス街地区	15	1	2	5	-	2	5	-
住宅地区	9	-	-	-	2	1	5	1
工業地区	1	-	-	-	-	-	1	-
その他地区	3	-	-	-	-	1	2	-

第3図 百貨店の特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)



第4図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(百貨店)



総合スーパー

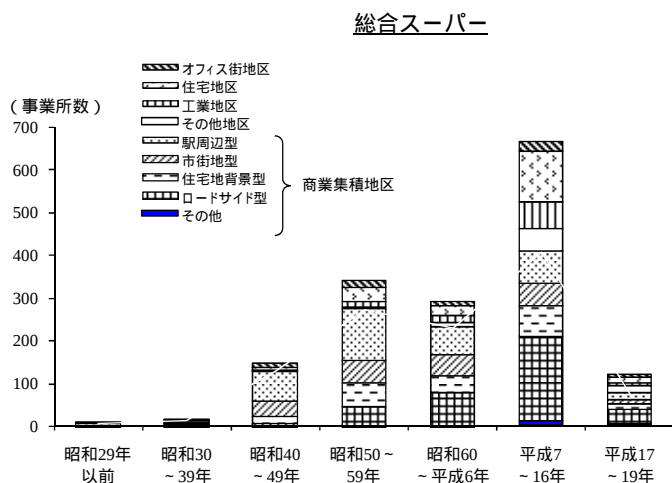
総合スーパーは、事業所数の7割が商業集積地区に立地しているものの、その割合は年代を追うごとに縮小傾向となっている。平成16年までは住宅地区、工業地区が拡大し、平成17年～19年では住宅地区、工業地区が減少となり、その他地区などで開設割合が拡大している。

商業集積地区の内訳では、駅周辺型に次いでロードサイド型に立地している事業所が多く、なかでも平成17年～19年に開設した事業所数の4割以上がロードサイド型に立地している。

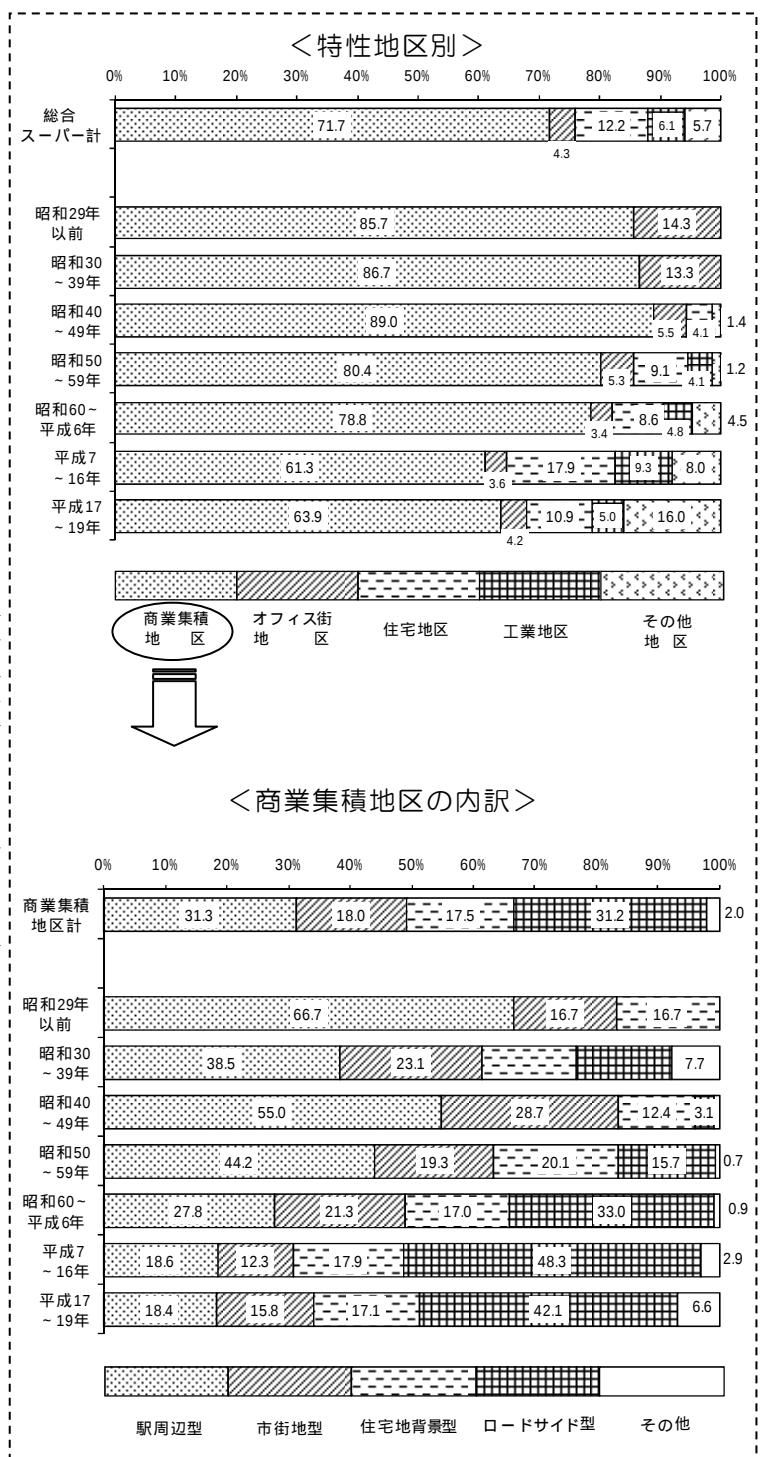
第3表 総合スーパーの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～16年	平成17～19年
総合スーパー	1,585	7	15	145	341	292	666	119
商業集積地区	1,136	6	13	129	274	230	408	76
駅周辺型	355	4	5	71	121	64	76	14
市街地型	205	1	3	37	53	49	50	12
住宅地背景	199	1	2	16	55	39	73	13
ロードサイド型	354	-	2	4	43	76	197	32
その他	23	-	1	1	2	2	12	5
オフィス街地区	68	1	2	8	18	10	24	5
住宅地区	194	-	-	6	31	25	119	13
工業地区	96	-	-	-	14	14	62	6
その他地区	91	-	-	2	4	13	53	19

第5図 総合スーパーの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)



第6図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(総合スーパー)



専門スーパー

専門スーパーは、住宅地区、商業集積地区での立地が多く、この2地区で事業所数の7割を占めている。住宅地区での開設割合は近年縮小傾向にあり、替わって商業集積地区、工業地区での開設割合が高くなっている。

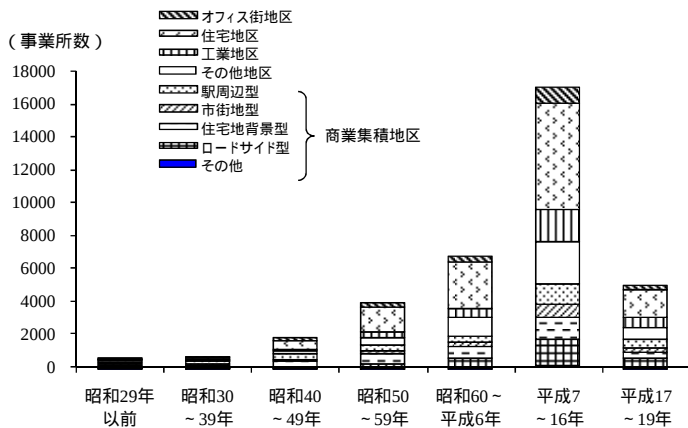
商業集積地区の内訳では、住宅地背景型、駅周辺型に立地する事業所が多い。開設年別にみると、住宅地背景型の開設割合が縮小する一方、駅周辺型、市街地型の開設割合が年々高まっている。

第4表 専門スーパーの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

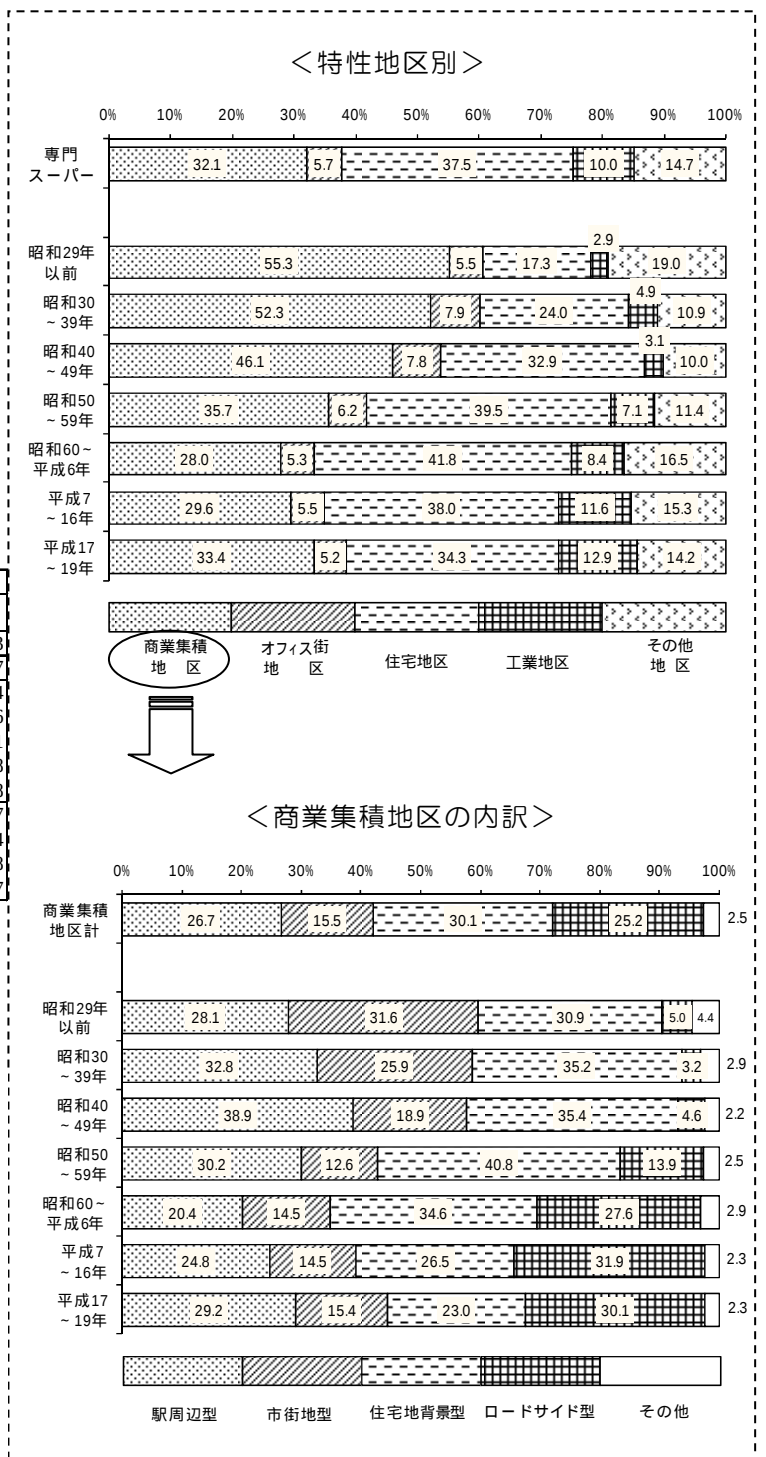
特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～16年	平成17～19年
専門スーパー	35,512	579	658	1,758	3,863	6,737	16,954	4,963
商業集積地区	11,416	320	344	810	1,379	1,888	5,018	1,657
駅周辺型	3,047	90	113	315	417	386	1,242	484
市街地型	1,775	101	89	153	174	273	729	256
住宅地背景	3,433	99	121	287	562	653	1,330	381
ロードサイド型	2,878	16	11	37	192	521	1,603	498
その他	283	14	10	18	34	55	114	38
オフィス街地区	2,010	32	52	138	241	354	936	257
住宅地区	13,319	100	158	579	1,526	2,817	6,435	1,704
工業地区	3,549	17	32	55	275	564	1,968	638
その他地区	5,218	110	72	176	442	1,114	2,597	707

第7図 専門スーパーの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

専門スーパー



第8図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(専門スーパー)



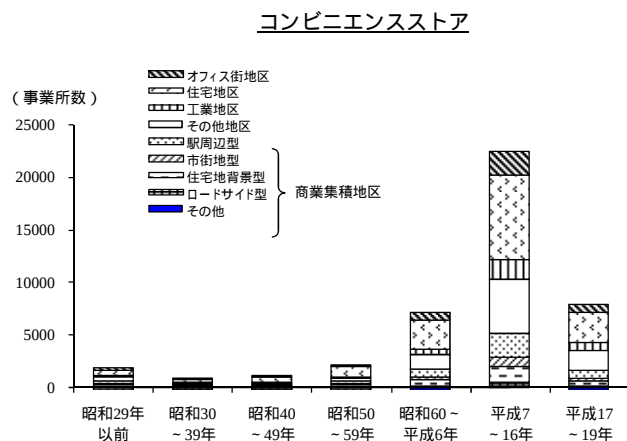
コンビニエンスストア

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

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型と住宅地背景型に立地する事業所が多く、この2地区で商業集積地区の7割の事業所を占めている。ロードサイド型の開設割合は低いものの、その割合は徐々に拡大してきている。

なお、コンビニエンスストアは近年確立された新たな業態であるものの、昭和40年以前においても開設がみられるが、これは酒や米などを扱っていた従来の小売店が消費者ニーズの変化に伴い、コンビニエンスストアへ業態替えをしたものと考えられる。

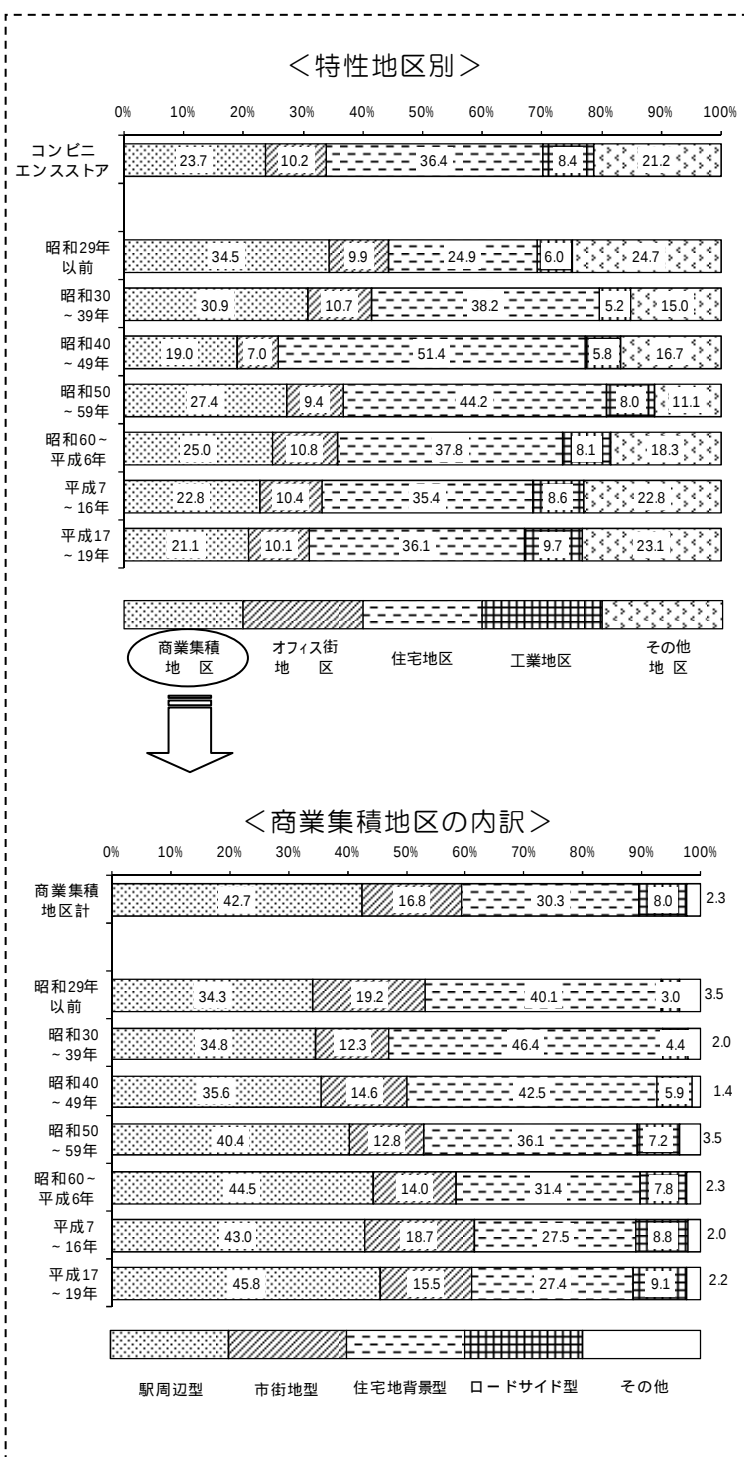
第9図 コンビニエンスストアの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)



第5表 コンビニエンスストアの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～16年	平成17～19年
コンビニエンスストア	43,684	1,843	947	1,150	2,197	7,167	22,488	7,892
商業集積地区	10,338	636	293	219	601	1,792	5,135	1,662
駅周辺型	4,411	218	102	78	243	798	2,210	762
市街地型	1,732	122	36	32	77	250	958	257
住宅地背景型	3,131	255	136	93	217	562	1,413	455
ロードサイド型	830	19	13	13	43	140	451	151
その他	234	22	6	3	21	42	103	37
オフィス街地区	4,475	182	101	81	207	776	2,332	796
住宅地区	15,906	458	362	591	970	2,712	7,967	2,846
工業地区	3,685	111	49	67	176	579	1,936	767
その他地区	9,280	456	142	192	243	1,308	5,118	1,821

第10図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(コンビニエンスストア)



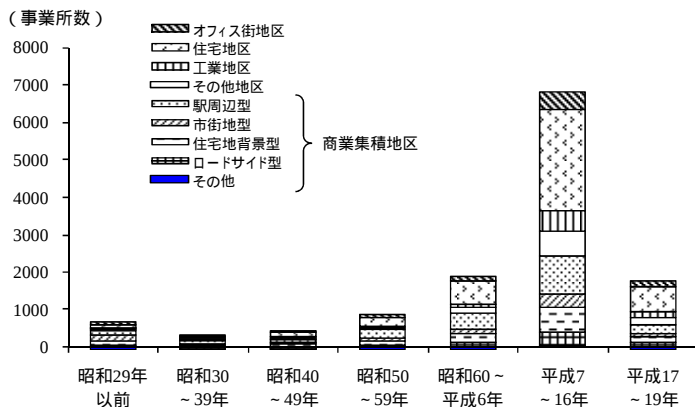
ドラッグストア

ドラッグストアは、商業集積地区に立地する事業所が最も多く、次いで住宅地区の順となっており、この2地区で4分の3を占めている。開設年別にみると、年代を追うごとに商業集積地区での開設割合が縮小する一方、その他地区、工業地区、オフィス街地区での開設割合が高まっている。

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

なお、ドラッグストアは近年確立された新たな業態であるものの、昭和40年以前においても開設がみられるが、これは従来からの薬店、化粧品店などが消費者ニーズの変化に伴い、ドラッグストアへ業態替えをしたものと考えられる。

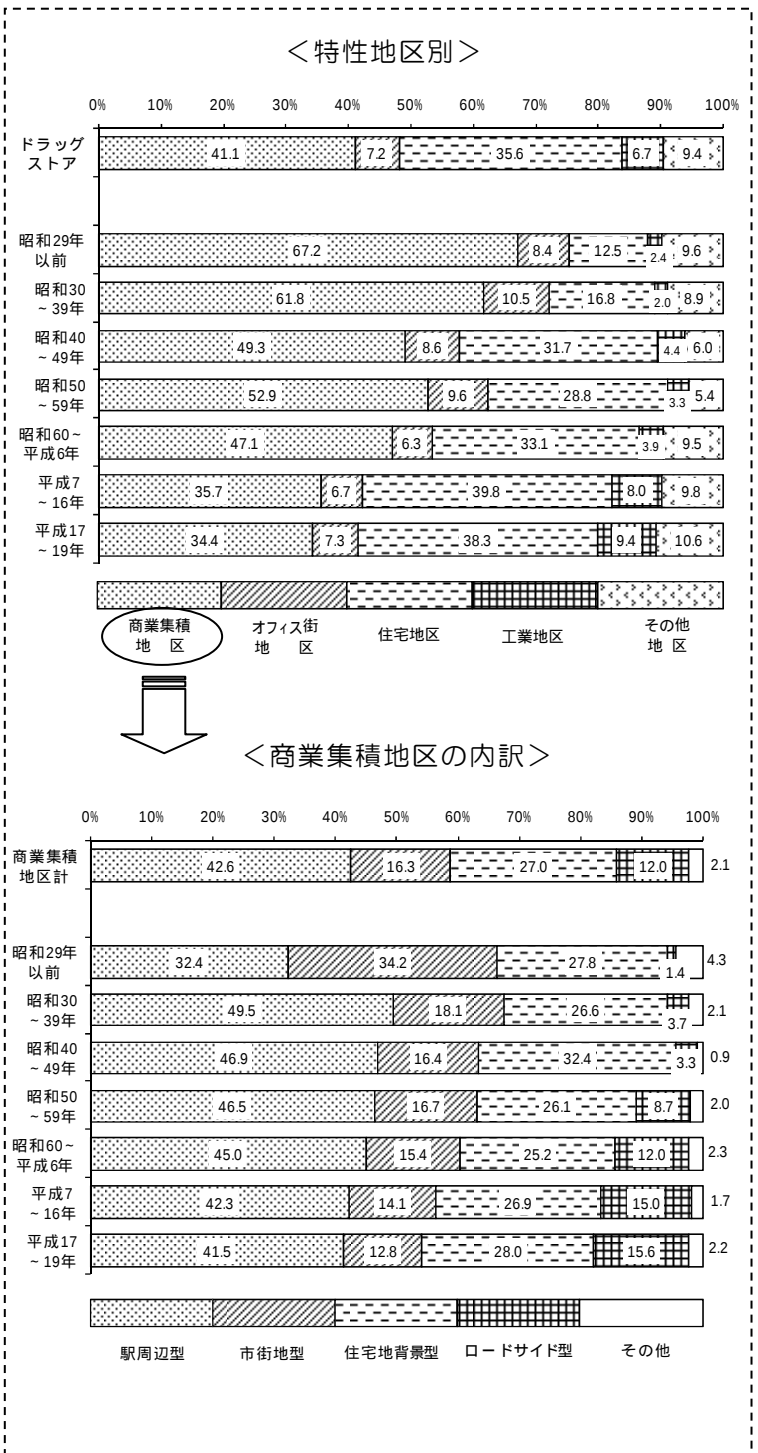
第11図 ドラッグストアの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)
ドラッグストア



第6表 ドラッグストアの特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30~39年	昭和40~49年	昭和50~59年	昭和60~平成6年	平成7~16年	平成17~19年
ドラッグストア	12,701	658	304	432	869	1,884	6,802	1,752
商業集積地区	5,223	442	188	213	460	888	2,429	603
駅周辺型	2,227	143	93	100	214	400	1,027	250
市街地型	853	151	34	35	77	137	342	77
住宅地背景	1,408	123	50	69	120	224	653	169
ロードサイド型	626	6	7	7	40	107	365	94
その他	109	19	4	2	9	20	42	13
オフィス街地区	910	55	32	37	83	119	456	128
住宅地区	4,524	82	51	137	250	624	2,709	671
工業地区	853	16	6	19	29	74	544	165
その他地区	1,191	63	27	26	47	179	664	185

第12図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(ドラッグストア)

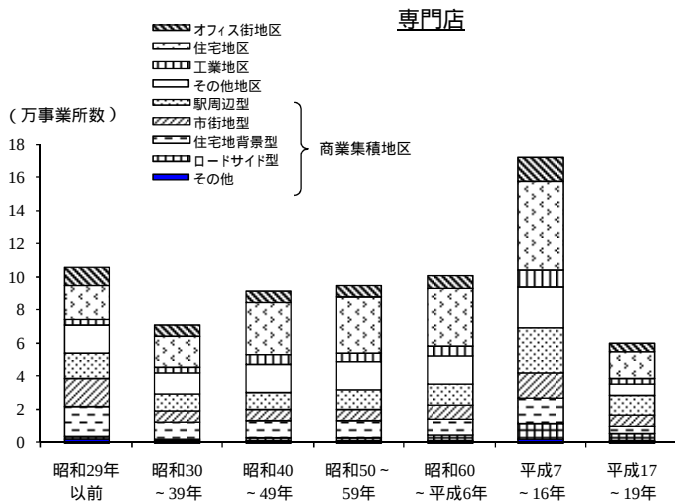


専門店

専門店は、商業集積地区が4割を占め最も多く、次いで住宅地区が3割を占めている。昭和29年以前に開設した事業所では、商業集積地区での立地が5割を占めているものの、昭和30年から40年代では縮小、替わって住宅地区での開設割合が拡大している。しかし、昭和60年以降、再び商業集積での開設割合が高まっている。

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

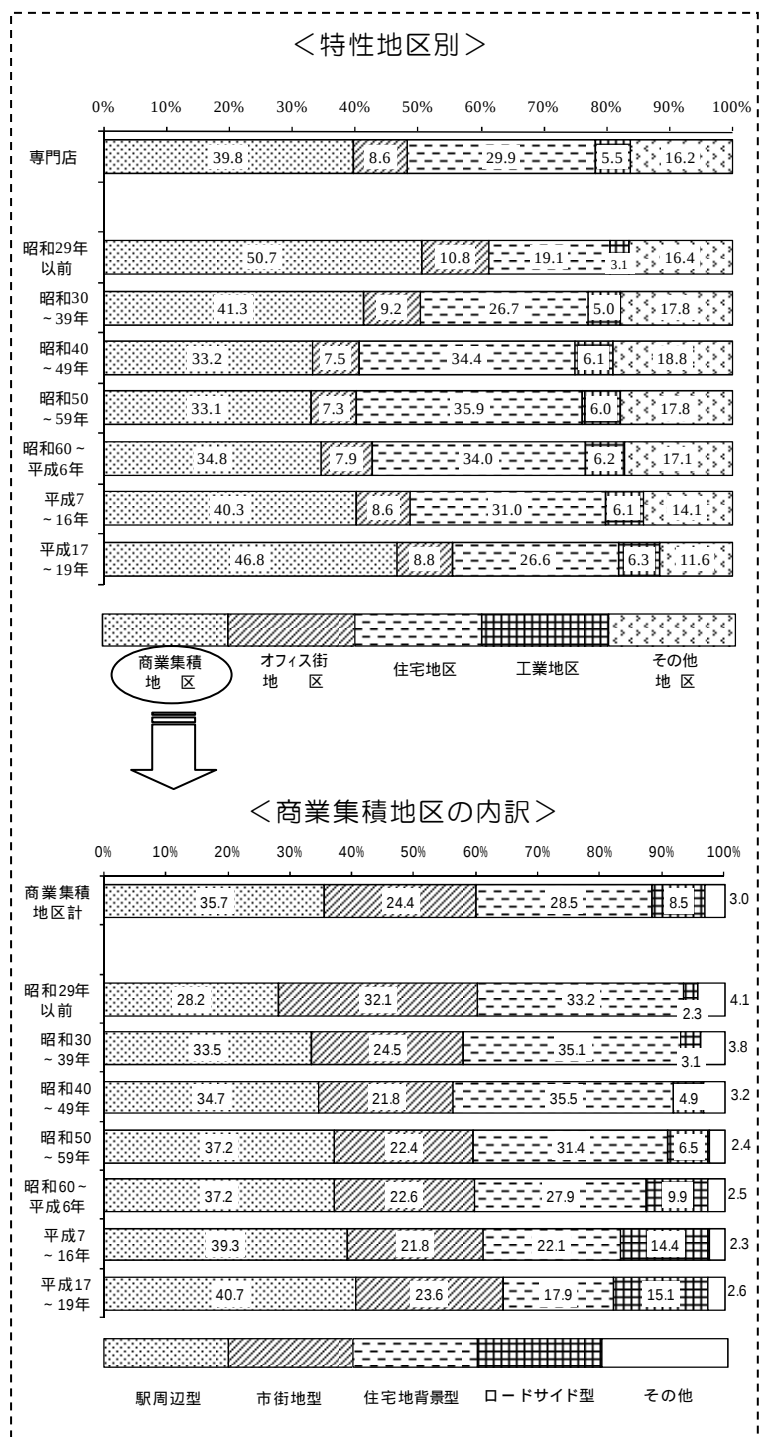
第13図 専門店の特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)



第7表 専門店の特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～16年	平成17～19年
専門店	694,578	105,714	70,441	90,988	95,008	100,546	172,095	59,786
商業集積地区	276,596	53,572	29,123	30,173	31,414	34,987	69,347	27,980
駅周辺型	98,680	15,102	9,747	10,468	11,687	13,001	27,275	11,400
市街地型	67,570	17,211	7,136	6,564	7,042	7,893	15,110	6,614
住宅地背景	78,700	17,798	10,227	10,718	9,873	9,762	15,324	4,998
ロードサイド型	23,375	1,253	914	1,466	2,051	3,454	10,010	4,227
その他	8,271	2,208	1,099	957	761	877	1,628	741
オフィス街地区	59,656	11,369	6,511	6,858	6,929	7,954	14,796	5,239
住宅地区	207,790	20,222	18,796	31,303	34,070	34,217	53,297	15,885
工業地区	38,352	3,229	3,501	5,531	5,661	6,219	10,465	3,746
その他地区	112,184	17,322	12,510	17,123	16,934	17,169	24,190	6,936

第14図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(専門店)

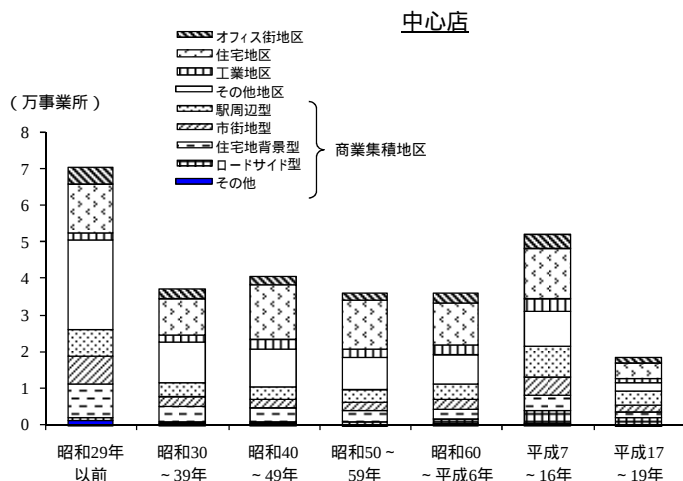


中心店

中心店は、商業集積地区に立地する事業所が3割を占め最も多く、次いで住宅地区、その他地区の順となっている。昭和29年以前に開設した中心店では、商業集積地区での立地が約4割近くを占めているものの、昭和30年から40年では縮小、替わって住宅地区での開設割合が拡大している。しかし、専門店と同様に、昭和50年以降、再び商業集積地区での開設割合が高まっている。

商業集積地区の内訳をみると、駅周辺型、住宅地背景型に立地する事業所が多く、それぞれ約3割を占めている。開設年別にみると、住宅地背景型が縮小する一方、駅周辺型の開設割合が年代を追うごとに高まっており、平成17～19年には開設した事業所数の約4割を占めている。また、ロードサイド型の開設割合は低いものの、その割合は徐々に拡大してきている。

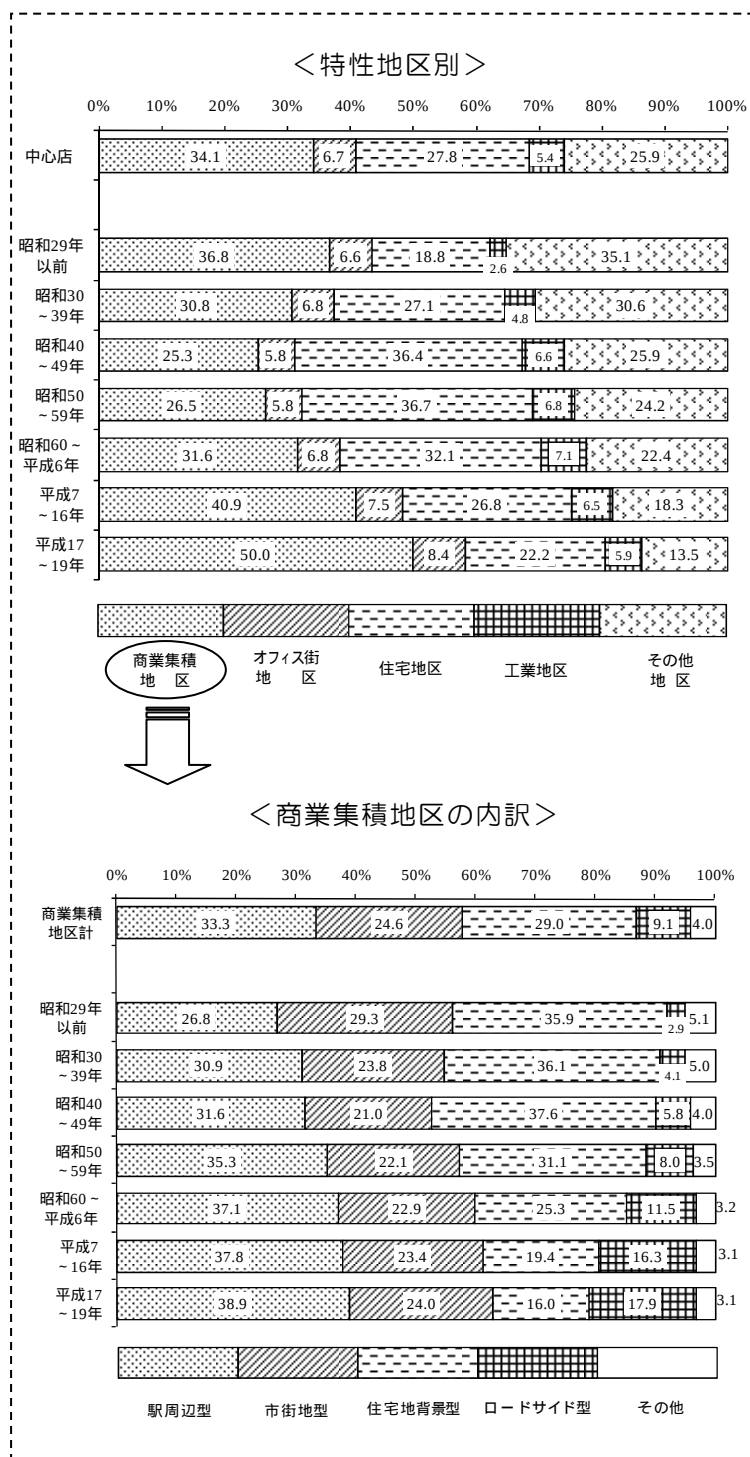
第15図 中心店の特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)



第8表 中心店の特性地区別、開設年別事業所数(平成19年)

特性地区別	平成19年 事業所数							
	計	昭和29年以前	昭和30～39年	昭和40～49年	昭和50～59年	昭和60～平成6年	平成7～16年	平成17～19年
中 心 店	292,072	70,720	37,322	40,808	36,195	36,065	52,425	18,537
商業集積地区	99,541	26,042	11,483	10,313	9,584	11,405	21,449	9,265
駅周辺型	33,108	6,968	3,547	3,259	3,382	4,233	8,118	3,601
市街地型	24,507	7,632	2,736	2,167	2,117	2,611	5,016	2,228
住宅地背景	28,888	9,352	4,148	3,880	2,984	2,888	4,152	1,484
ロードサイド型	9,054	755	475	596	764	1,308	3,495	1,661
その他	3,984	1,335	577	411	337	365	668	291
オフィス街地区	19,625	4,697	2,535	2,374	2,093	2,444	3,933	1,549
住宅地区	81,298	13,266	10,121	14,874	13,300	11,583	14,035	4,119
工業地区	15,867	1,863	1,773	2,688	2,449	2,564	3,431	1,099
その他地区	75,741	24,852	11,410	10,559	8,769	8,069	9,577	2,505

第16図 特性地区別、開設年別事業所数の構成比(中心店)



トピックス2. 立地環境特性地区別、業態別にみた小売業の状況

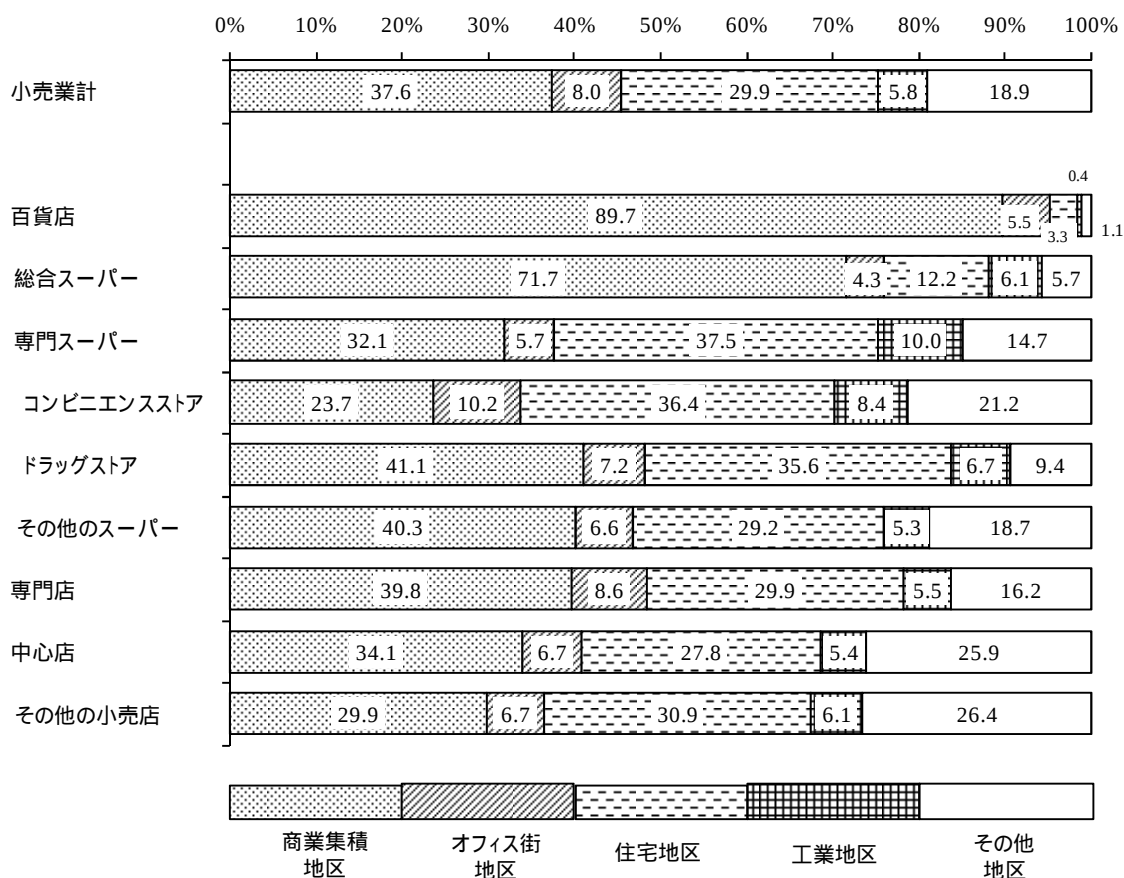
～ 商業集積地区では、その他のスーパーが増加となったほかは
すべての業態で減少 ～

(1) 事業所数

特性地区別事業所数を業態別にみると、百貨店(商業集積地区の構成比 89.7%)、総合スーパー(同 71.7%)は商業集積地区での立地が圧倒的に多く、このほかの業態では、いずれも商業集積地区以外での立地の合計の方が多くなっている。このうち、専門スーパー、コンビニエンスストア、その他の小売店は、住宅地区に立地する事業所が最も多く、それぞれ3～4割近くを占めている。ドラッグストア、その他のスーパー、専門店、中心店は、商業集積地区に立地する事業所が最も多く、次いで住宅地区の順で、この2地区で概ね6～7割を占めている。

なお、専門店のうち、衣料品専門店(同 68.8%)、衣料品中心店(同 60.2%)は、商業集積地区での立地割合が百貨店、総合スーパーに次いで高いが、これは駅周辺型を中心に、テナント店としての出店が多いことなどによると考えられる(第1表、第1図)。

第1図 特性地区別、業態別事業所数の構成比



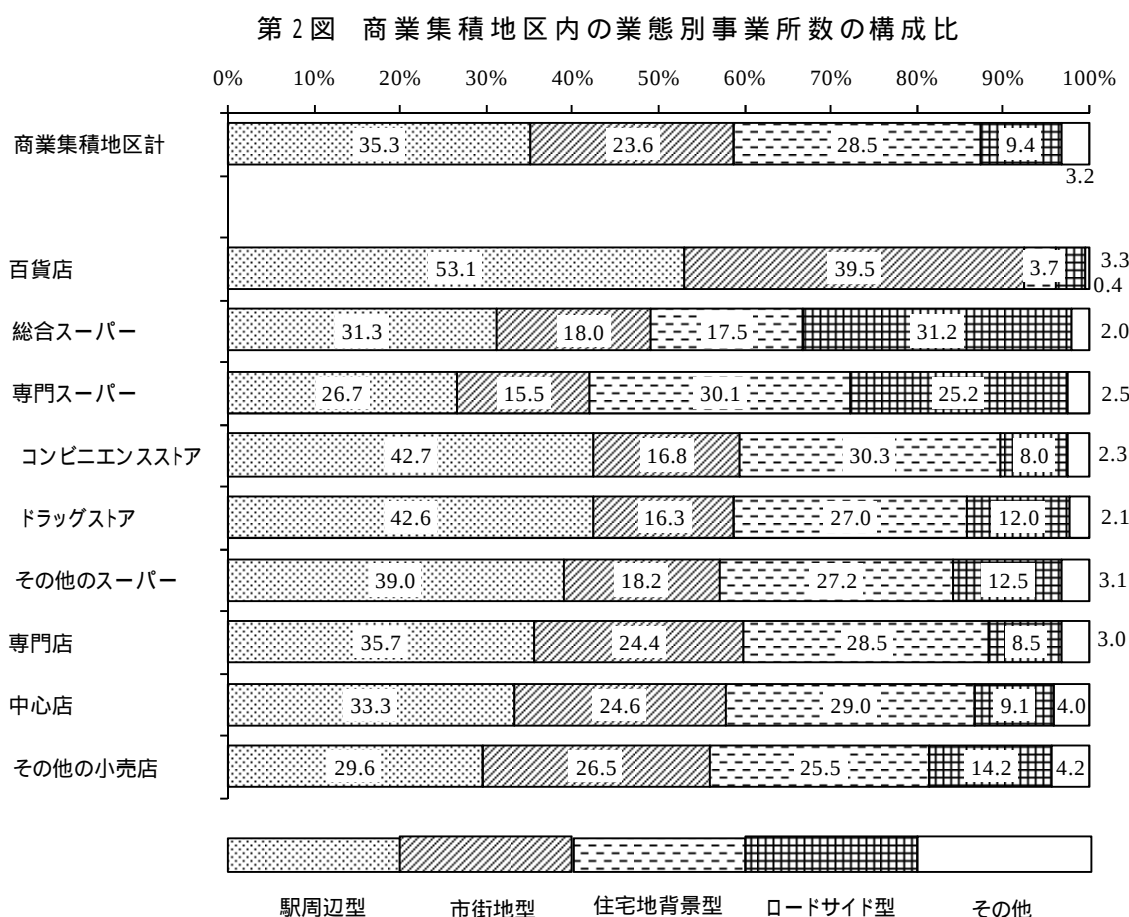
商業集積地区の内訳をみると、専門スーパーを除くすべての業態で、駅周辺型に立地する事業所が最も多くなっている。

百貨店は、駅周辺型（商業集積地区に占める構成比 53.1%）、市街地型（同 39.5%）での立地が多く、この2地区で商業集積地区の9割超を占めている。

総合スーパーは、駅周辺型（同 31.3%）での立地が最も多く、次いでロードサイド型（同 31.2%）、市街地型（同 18.0%）、住宅地背景型（同 17.5%）の順で、商業集積地区内では他の業態に比べバランスのとれた立地となっている。なお、ロードサイド型の立地割合は、他の業態に比べ最も高い。

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

専門店、中心店、その他の小売店では、駅周辺型の立地が最も多くなっている。専門スーパーは、住宅地背景型（同 30.1%）での立地が最も多く、次いで駅周辺型（同 26.7%）、ロードサイド型（同 25.2%）の順となっている。専門スーパーのうち、食料品スーパーは、居住地に近い住宅地背景型が多いものの、衣料品スーパー、住関連スーパーではロードサイド型での立地が多くなっている（第1表、第2図）。



第1表 特性地区別、業態別事業所数及び構成比

業態別	平成19年事業所数										
	計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	1,137,859	427,463	150,855	100,965	122,016	40,001	13,626	90,536	339,839	65,438	214,583
1. 百貨店	271	243	129	96	9	8	1	15	9	1	3
(1)大型百貨店	247	233	124	92	8	8	1	9	4	0	1
(2)その他の百貨店	24	10	5	4	1	0	0	6	5	1	2
2. 総合スーパー	1,585	1,136	355	205	199	354	23	68	194	96	91
(1)大型総合スーパー	1,380	1,040	312	186	173	348	21	45	135	74	86
(2)中型総合スーパー	205	96	43	19	26	6	2	23	59	22	5
3. 専門スーパー	35,512	11,416	3,047	1,775	3,433	2,878	283	2,010	13,319	3,549	5,218
(1)衣料品スーパー	7,153	2,795	642	470	642	982	59	265	2,538	794	761
(2)食料品スーパー	17,865	5,507	1,711	818	2,042	789	147	1,127	7,263	1,404	2,564
(3)住関連スーパー	10,494	3,114	694	487	749	1,107	77	618	3,518	1,351	1,893
うちホームセンター	4,045	898	153	129	250	334	32	173	1,256	544	1,174
4. コンビニエンスストア	43,684	10,338	4,411	1,732	3,131	830	234	4,475	15,906	3,685	9,280
うち終日営業店	36,808	8,298	3,332	1,454	2,629	746	137	3,890	13,701	3,287	7,632
5. ドラッグストア	12,701	5,223	2,227	853	1,408	626	109	910	4,524	853	1,191
6. その他のスーパー	55,615	22,420	8,735	4,081	6,108	2,798	698	3,654	16,230	2,922	10,389
うち各種商品取扱店	1,015	318	102	65	77	65	9	59	363	105	170
7. 専門店	694,578	276,596	98,680	67,570	78,700	23,375	8,271	59,656	207,790	38,352	112,184
(1)衣料品専門店	94,954	65,335	27,397	18,468	11,347	6,754	1,369	7,569	15,460	2,355	4,235
(2)食料品専門店	176,575	70,928	24,945	15,069	23,915	4,675	2,324	13,934	53,682	8,342	29,689
(3)住関連専門店	423,049	140,333	46,338	34,033	43,438	11,946	4,578	38,153	138,648	27,655	78,260
8. 中心店	292,072	99,541	33,108	24,507	28,888	9,054	3,984	19,625	81,298	15,867	75,741
(1)衣料品中心店	58,866	35,421	12,902	10,001	7,632	3,813	1,073	4,392	10,928	1,690	6,435
(2)食料品中心店	98,998	25,303	8,007	5,510	9,040	1,446	1,300	5,826	29,092	4,017	34,760
(3)住関連中心店	134,208	38,817	12,199	8,996	12,216	3,795	1,611	9,407	41,278	10,160	34,546
9. その他の小売店	1,841	550	163	146	140	78	23	123	569	113	486
うち各種商品取扱店	1,760	535	157	143	136	77	22	122	551	108	444

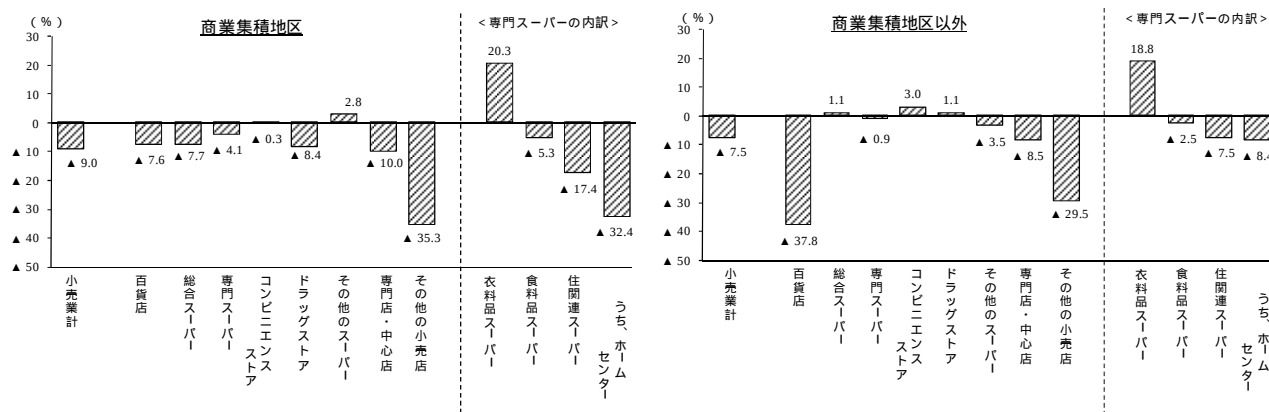
業態別	平成19年事業所数の構成比(%)										
	計	商業集積地区	駅周辺型	市街地型	住宅地背景型	ロードサイド型	その他	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	100.0	37.6	13.3	8.9	10.7	3.5	1.2	8.0	29.9	5.8	18.9
1. 百貨店	100.0	89.7	47.6	35.4	3.3	3.0	0.4	5.5	3.3	0.4	1.1
(1)大型百貨店	100.0	94.3	50.2	37.2	3.2	3.2	0.4	3.6	1.6	0.0	0.4
(2)その他の百貨店	100.0	41.7	20.8	16.7	4.2	0.0	0.0	25.0	20.8	4.2	8.3
2. 総合スーパー	100.0	71.7	22.4	12.9	12.6	22.3	1.5	4.3	12.2	6.1	5.7
(1)大型総合スーパー	100.0	75.4	22.6	13.5	12.5	25.2	1.5	3.3	9.8	5.4	6.2
(2)中型総合スーパー	100.0	46.8	21.0	9.3	12.7	2.9	1.0	11.2	28.8	10.7	2.4
3. 専門スーパー	100.0	32.1	8.6	5.0	9.7	8.1	0.8	5.7	37.5	10.0	14.7
(1)衣料品スーパー	100.0	39.1	9.0	6.6	9.0	13.7	0.8	3.7	35.5	11.1	10.6
(2)食料品スーパー	100.0	30.8	9.6	4.6	11.4	4.4	0.8	6.3	40.7	7.9	14.4
(3)住関連スーパー	100.0	29.7	6.6	4.6	7.1	10.5	0.7	5.9	33.5	12.9	18.0
うちホームセンター	100.0	22.2	3.8	3.2	6.2	8.3	0.8	4.3	31.1	13.4	29.0
4. コンビニエンスストア	100.0	23.7	10.1	4.0	7.2	1.9	0.5	10.2	36.4	8.4	21.2
うち終日営業店	100.0	22.5	9.1	4.0	7.1	2.0	0.4	10.6	37.2	8.9	20.7
5. ドラッグストア	100.0	41.1	17.5	6.7	11.1	4.9	0.9	7.2	35.6	6.7	9.4
6. その他のスーパー	100.0	40.3	15.7	7.3	11.0	5.0	1.3	6.6	29.2	5.3	18.7
うち各種商品取扱店	100.0	31.3	10.0	6.4	7.6	6.4	0.9	5.8	35.8	10.3	16.7
7. 専門店	100.0	39.8	14.2	9.7	11.3	3.4	1.2	8.6	29.9	5.5	16.2
(1)衣料品専門店	100.0	68.8	28.9	19.4	11.9	7.1	1.4	8.0	16.3	2.5	4.5
(2)食料品専門店	100.0	40.2	14.1	8.5	13.5	2.6	1.3	7.9	30.4	4.7	16.8
(3)住関連専門店	100.0	33.2	11.0	8.0	10.3	2.8	1.1	9.0	32.8	6.5	18.5
8. 中心店	100.0	34.1	11.3	8.4	9.9	3.1	1.4	6.7	27.8	5.4	25.9
(1)衣料品中心店	100.0	60.2	21.9	17.0	13.0	6.5	1.8	7.5	18.6	2.9	10.9
(2)食料品中心店	100.0	25.6	8.1	5.6	9.1	1.5	1.3	5.9	29.4	4.1	35.1
(3)住関連中心店	100.0	28.9	9.1	6.7	9.1	2.8	1.2	7.0	30.8	7.6	25.7
9. その他の小売店	100.0	29.9	8.9	7.9	7.6	4.2	1.2	6.7	30.9	6.1	26.4
うち各種商品取扱店	100.0	30.4	8.9	8.1	7.7	4.4	1.3	6.9	31.3	6.1	25.2

前回(平成16年)調査と比べると、商業集積地区では、その他のスーパーが増加となったほかは、すべての業態で減少となった。商業集積地区以外では、コンビニエンスストア、ドラッグストア、総合スーパーが増加となり、専門店・中心店、その他のスーパー、その他の小売店などが減少となった。

事業所数が多い専門店・中心店は商業集積地区、商業集積地区以外ともに減少。また、専門スーパーの内訳である衣料品スーパーは、両地区ともに2桁近の増加幅となっている。

コンビニエンスストアは、商業集積地区では減少となったものの、商業集積地区以外では増加となった(第2表、第3図)。

第3図 商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別事業所数の前回比



第2表 特性地区別、業態別事業数の前回比

業態別	平成19年 事業所数の前回比 (%)				
	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	▲ 9.0	▲ 2.9	▲ 10.2	0.0	▲ 7.2
1. 百貨店	▲ 7.6	▲ 34.8	▲ 30.8	▲ 83.3	0.0
(1) 大型百貨店	▲ 8.6	▲ 30.8	▲ 33.3	▲ 100.0	0.0
(2) その他の百貨店	25.0	▲ 40.0	▲ 28.6	▲ 80.0	0.0
2. 総合スーパー	▲ 7.7	11.5	0.5	▲ 1.0	▲ 2.2
(1) 大型総合スーパー	▲ 7.0	▲ 6.3	▲ 14.6	▲ 14.0	0.0
(2) 中型総合スーパー	▲ 15.0	76.9	68.6	100.0	▲ 28.6
3. 専門スーパー	▲ 4.1	6.6	▲ 4.1	12.8	▲ 3.1
(1) 衣料品スーパー	20.3	6.4	17.9	42.5	7.3
(2) 食料品スーパー	▲ 5.3	12.3	▲ 4.5	10.1	▲ 8.0
(3) 住関連スーパー	▲ 17.4	▲ 2.4	▲ 15.0	2.7	0.3
うちホームセンター	▲ 32.4	▲ 6.5	▲ 21.4	▲ 2.5	7.2
4. コンビニエンスストア	▲ 0.3	9.9	▲ 3.1	12.2	7.9
うち終日営業店	▲ 0.1	12.6	2.2	16.5	18.1
5. ドラッグストア	▲ 8.4	5.1	0.0	19.0	▲ 7.7
6. その他のスーパー	2.8	10.1	▲ 4.9	14.1	▲ 9.2
うち各種商品取扱店	0.0	15.7	47.6	90.9	51.8
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 10.0	▲ 4.3	▲ 11.1	▲ 2.2	▲ 7.7
(1) 衣料品専門店 + 中心店	▲ 5.3	▲ 6.1	▲ 13.1	▲ 1.7	▲ 12.1
(2) 食料品専門店 + 中心店	▲ 15.4	▲ 8.6	▲ 16.8	▲ 9.8	▲ 13.5
(3) 住関連専門店 + 中心店	▲ 9.4	▲ 1.9	▲ 7.9	0.5	▲ 3.7
9. その他の小売店	▲ 35.3	▲ 38.2	▲ 32.7	▲ 19.3	▲ 24.7
うち各種商品取扱店	▲ 37.1	▲ 38.7	▲ 34.9	▲ 22.9	▲ 31.2

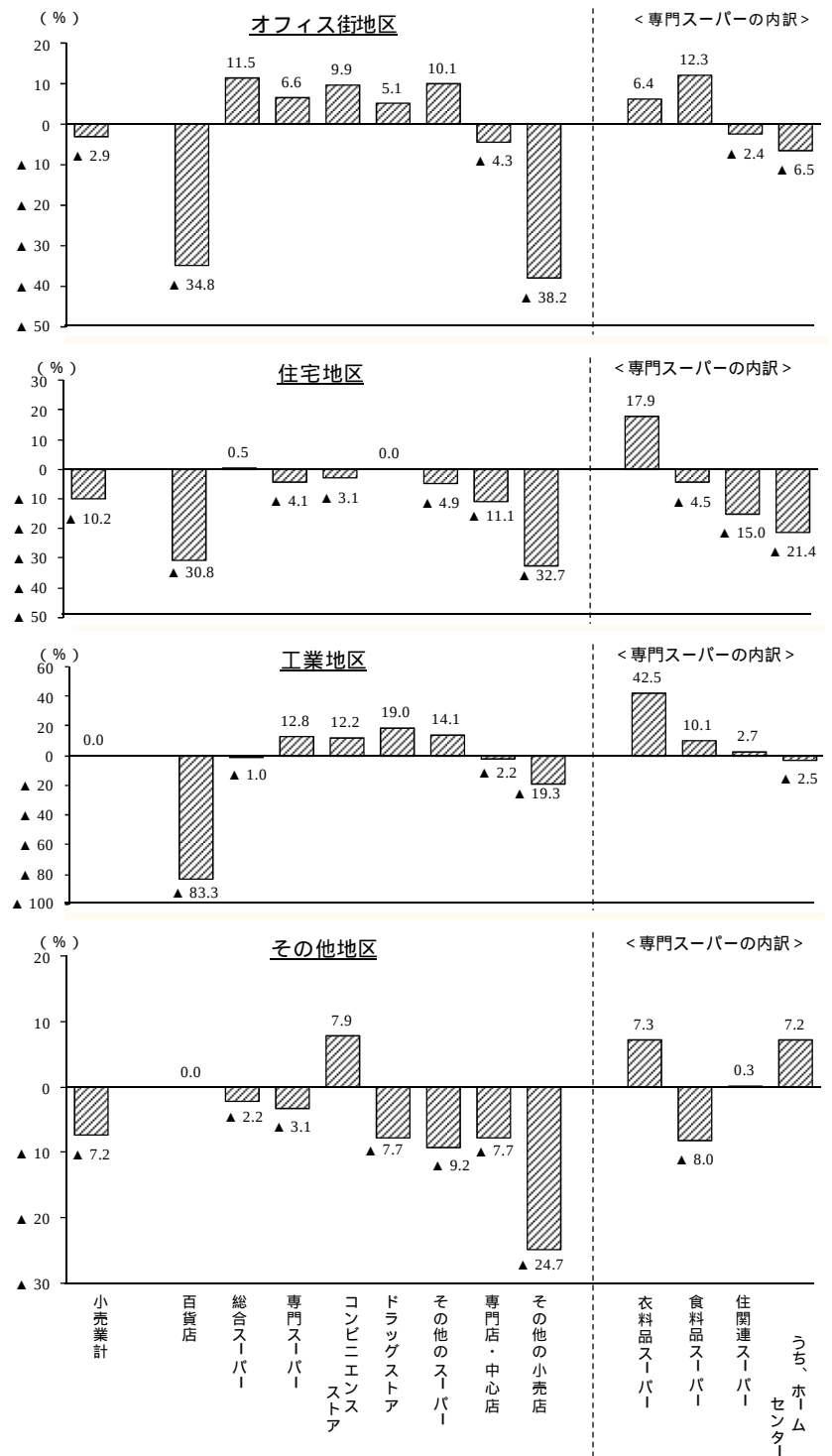
第4図 特性地区別、業態別事業所数の前回比

オフィス街地区では、コンビニエンスストア、その他のスーパーなどが増加となり、専門店・中心店、その他の小売店、百貨店の2桁の大幅な減少となっている。

住宅地区では、総合スーパーなどで増加となっているが、専門店・中心店、その他のスーパーなどで減少となっている。なかでも、専門店・中心店、百貨店は2桁の減少となっている。

工業地区では、専門スーパー、コンビニエンスストアなどで増加となり、専門店・中心店、その他のスーパーなどで減少となっている。

その他地区では、コンビニエンスストアなどが増加となり、専門店・中心店、その他のスーパーなどが減少となった。なかでも、その他の小売店は2桁の減少となっている(第4図)。



(2) 年間商品販売額

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

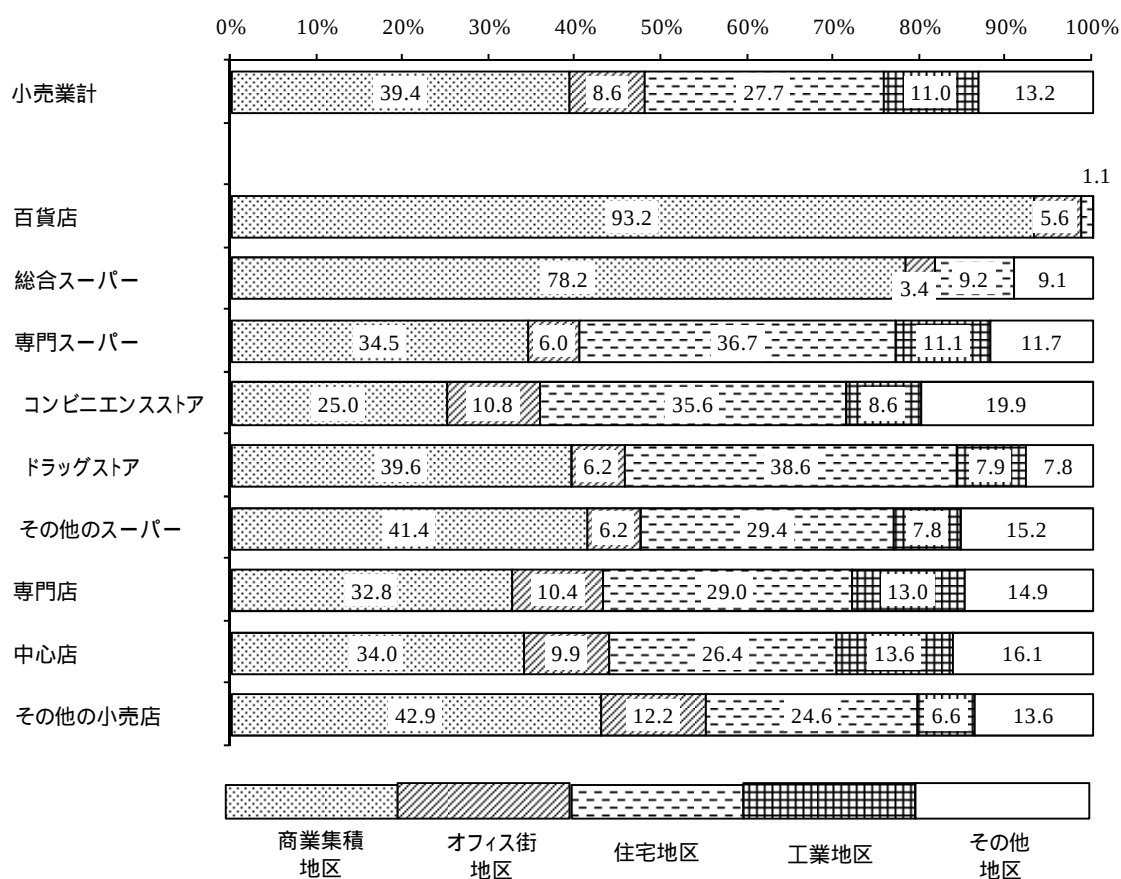
総合スーパーは、商業集積地区が年間商品販売額の8割弱とその大半を占め、次いで住宅地区が1割弱を占めている。

専門スーパー、コンビニエンスストアの年間商品販売額の割合が高いのは、住宅地区で、それぞれ4割近くを占めている。

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

年間商品販売額の構成比については、百貨店、総合スーパーでは、事業所数と同様に商業集積地区に特化しており、このほかの業態では商業集積地区と住宅地区が大半を占めている(第5図)。

第5図 特性地区別、業態別年間商品販売額の構成比



注：百貨店と総合スーパーの工業地区とその他地区は秘匿のため、その他地区に統合している。

商業集積地区の内訳をみると、総合スーパーを除くすべての業態で、駅周辺型の販売額割合が最も高くなっている。

百貨店については、立地が多い駅周辺型（商業集積地区に占める構成比 59.8%）の販売額割合が高く、年間商品販売額の約6割を占めている。

総合スーパーについては、ロードサイド型（同 32.7%）、駅周辺型（同 32.0%）の販売額割合が高い。

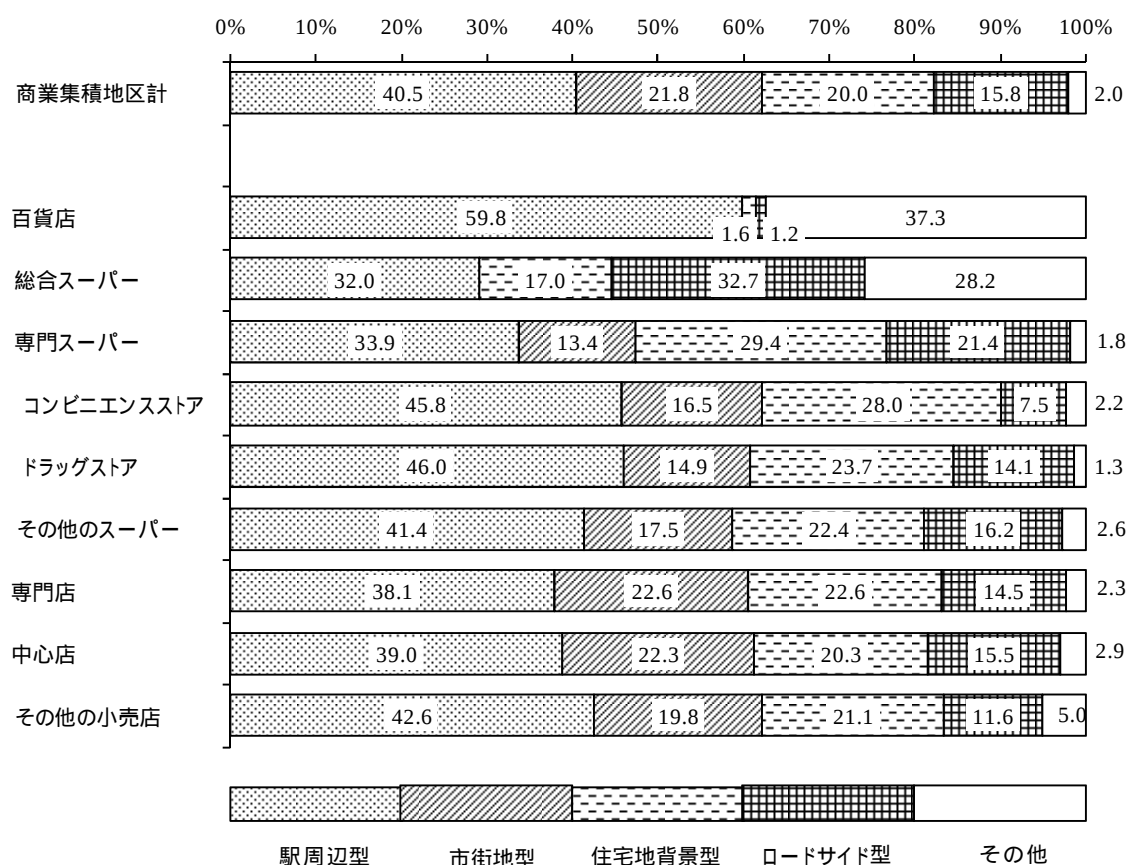
専門スーパーについては、駅周辺型（同 33.9%）、住宅地背景型（同 29.4%）の販売額割合が高い。一方、市街地型（同 13.4%）の販売額割合は他の業態に比べ最も低い。専門スーパーのうち、衣料品スーパー、食料品スーパーについては駅周辺型の商品販売額割合が最も高い。住関連スーパーについては事業所数と同様にロードサイド型の販売額割合が最も高く、このうち、ホームセンターについては販売額の4割をロードサイド型が占めている。

コンビニエンスストア、ドラッグストアについては、立地の多い駅周辺型、住宅地背景型の販売額割合が高く、この2地区で概ね7割を占めている。このうち、コンビニエンスストアについては、住宅地背景型（同 28.0%）の販売額割合が専門スーパーに次いで高く、ドラッグストアについては、駅周辺型（同 46.0%）が他の業態に比べ最も高い割合となっている。

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

その他の小売店の販売額割合が高いのは、駅周辺型、住宅地背景型、市街地型の順で、それぞれ販売額の2割～4割超を占めている（第3表、第7図）。

第7図 商業集積地区内の業態別年間商品販売額の構成比



注：百貨店と総合スーパーの工業地区とその他地区は秘匿のため、その他地区に統合している。

第 3 表 特性地区別、業態別年間商品販売額及び構成比

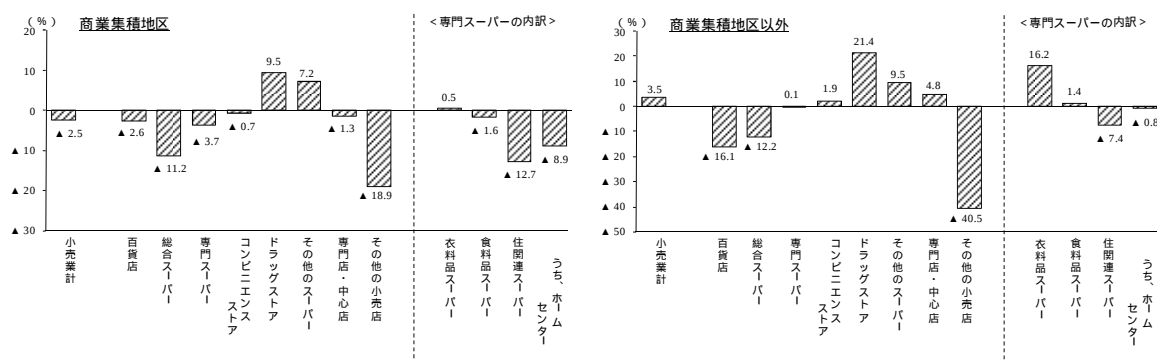
業態別	平成 19 年 年 間 商 品 販 売 額 (百万円)										
	計	商業集積 地区	駅周辺型	市街地型	住宅地 背景型	ロード サイド型	その他	オフィス街 地区	住宅地区	工業地区	その他 地区
小売業計	134,705,448	53,139,659	21,505,282	11,566,854	10,632,270	8,382,953	1,052,300	11,557,863	37,367,602	14,870,150	17,770,174
1. 百貨店	7,708,768	7,188,008	4,298,302	X	117,475	87,602	X	428,038	83,842	X	X
(1) 大型百貨店	7,323,980	6,969,087	4,132,248	2,617,523	X	87,602	X	320,638	X	-	X
(2) その他の百貨店	384,789	218,921	166,054	X	X	-	-	107,400	X	X	X
2. 総合スーパー	7,446,736	5,826,012	1,865,482	X	992,758	1,907,449	X	252,662	683,651	X	X
(1) 大型総合スーパー	6,947,294	5,571,498	1,734,981	901,673	931,986	1,894,906	107,952	201,593	554,422	365,772	254,009
(2) 中型総合スーパー	499,442	254,514	130,501	X	60,772	12,543	X	51,069	129,229	X	X
3. 専門スーパー	23,796,085	8,213,134	2,788,214	1,099,825	2,417,039	1,758,857	149,198	1,421,564	8,739,989	2,643,884	2,777,514
(1) 衣料品スーパー	1,680,800	727,516	233,385	129,324	125,510	225,753	13,543	61,108	556,492	188,296	147,388
(2) 食料品スーパー	17,106,265	5,941,077	2,165,682	753,859	1,982,297	931,324	107,915	1,069,032	6,670,878	1,584,065	1,841,213
(3) 住関連スーパー	5,009,020	1,544,541	389,147	216,642	309,231	601,780	27,741	291,424	1,512,618	871,523	788,913
うちホームセンター	3,045,939	782,214	142,557	91,945	174,151	359,813	13,748	153,489	914,678	582,343	613,215
4. コンビニエンスストア	7,006,872	1,748,844	801,220	288,367	489,709	131,451	38,097	759,922	2,496,936	606,002	1,395,168
うち終日営業店	6,246,597	1,444,536	599,162	256,587	444,558	120,885	23,344	679,401	2,295,957	565,703	1,261,000
5. ドラッグストア	3,012,637	1,192,615	548,265	177,951	282,424	167,885	16,090	185,396	1,162,039	237,725	234,862
6. その他のスーパー	5,949,303	2,462,225	1,019,071	431,001	550,451	398,906	62,796	368,453	1,747,007	465,794	905,824
うち各種商品取扱店	341,722	83,132	26,133	16,658	17,107	20,879	2,355	16,986	135,091	42,181	64,330
7. 専門店	53,929,117	17,698,230	6,742,801	3,993,592	3,993,591	2,567,834	400,413	5,582,379	15,632,946	6,999,818	8,015,744
(1) 衣料品専門店	4,074,004	3,110,855	1,488,679	837,632	288,254	443,136	53,154	323,152	406,054	151,978	81,965
(2) 食料品専門店	7,218,837	2,590,465	1,009,025	567,210	717,689	213,139	83,402	713,501	2,055,538	944,561	914,773
(3) 住関連専門店	42,636,275	11,996,910	4,245,098	2,588,750	2,987,648	1,911,558	263,856	4,545,727	13,171,354	5,903,279	7,019,005
8. 中心店	25,702,229	8,744,598	3,413,824	1,949,110	1,774,932	1,355,307	251,426	2,540,774	6,783,336	3,486,052	4,147,469
(1) 衣料品中心店	4,440,923	3,073,274	1,421,600	791,127	431,945	378,925	49,677	482,498	515,585	147,867	221,698
(2) 食料品中心店	5,388,816	1,376,914	517,262	270,552	367,813	135,219	86,068	436,904	1,716,017	673,217	1,185,765
(3) 住関連中心店	15,872,490	4,294,410	1,474,961	887,431	975,173	841,163	115,681	1,621,372	4,551,734	2,664,968	2,740,006
9. その他の小売店	153,701	65,993	28,102	13,059	13,892	7,662	3,279	18,675	37,857	10,215	20,961
うち各種商品取扱店	141,971	56,621	18,916	12,973	13,829	X	X	X	36,995	X	19,653

業態別	平成 19 年 年 間 商 品 販 売 額 の 構 成 比 (%)										
	計	商業集積 地区	駅周辺型	市街地型	住宅地 背景型	ロード サイド型	その他	オフィス街 地区	住宅地区	工業地区	その他 地区
小売業計	100.0	39.4	16.0	8.6	7.9	6.2	0.8	8.6	27.7	11.0	13.2
1. 百貨店	100.0	93.2	55.8	X	1.5	1.1	X	5.6	1.1	X	X
(1) 大型百貨店	100.0	95.2	56.4	35.7	X	1.2	X	4.4	X	-	X
(2) その他の百貨店	100.0	56.9	43.2	X	X	-	-	27.9	X	X	X
2. 総合スーパー	100.0	78.2	25.1	X	13.3	25.6	X	3.4	9.2	X	X
(1) 大型総合スーパー	100.0	80.2	25.0	13.0	13.4	27.3	1.6	2.9	8.0	5.3	3.7
(2) 中型総合スーパー	100.0	51.0	26.1	X	12.2	2.5	X	10.2	25.9	X	X
3. 専門スーパー	100.0	34.5	11.7	4.6	10.2	7.4	0.6	6.0	36.7	11.1	11.7
(1) 衣料品スーパー	100.0	43.3	13.9	7.7	7.5	13.4	0.8	3.6	33.1	11.2	8.8
(2) 食料品スーパー	100.0	34.7	12.7	4.4	11.6	5.4	0.6	6.2	39.0	9.3	10.8
(3) 住関連スーパー	100.0	30.8	7.8	4.3	6.2	12.0	0.6	5.8	30.2	17.4	15.7
うちホームセンター	100.0	25.7	4.7	3.0	5.7	11.8	0.5	5.0	30.0	19.1	20.1
4. コンビニエンスストア	100.0	25.0	11.4	4.1	7.0	1.9	0.5	10.8	35.6	8.6	19.9
うち終日営業店	100.0	23.1	9.6	4.1	7.1	1.9	0.4	10.9	36.8	9.1	20.2
5. ドラッグストア	100.0	39.6	18.2	5.9	9.4	5.6	0.5	6.2	38.6	7.9	7.8
6. その他のスーパー	100.0	41.4	17.1	7.2	9.3	6.7	1.1	6.2	29.4	7.8	15.2
うち各種商品取扱店	100.0	24.3	7.6	4.9	5.0	6.1	0.7	5.0	39.5	12.3	18.8
7. 専門店	100.0	32.8	12.5	7.4	7.4	4.8	0.7	10.4	29.0	13.0	14.9
(1) 衣料品専門店	100.0	76.4	36.5	20.6	7.1	10.9	1.3	7.9	10.0	3.7	2.0
(2) 食料品専門店	100.0	35.9	14.0	7.9	9.9	3.0	1.2	9.9	28.5	13.1	12.7
(3) 住関連専門店	100.0	28.1	10.0	6.1	7.0	4.5	0.6	10.7	30.9	13.8	16.5
8. 中心店	100.0	34.0	13.3	7.6	6.9	5.3	1.0	9.9	26.4	13.6	16.1
(1) 衣料品中心店	100.0	69.2	32.0	17.8	9.7	8.5	1.1	10.9	11.6	3.3	5.0
(2) 食料品中心店	100.0	25.6	9.6	5.0	6.8	2.5	1.6	8.1	31.8	12.5	22.0
(3) 住関連中心店	100.0	27.1	9.3	5.6	6.1	5.3	0.7	10.2	28.7	16.8	17.3
9. その他の小売店	100.0	42.9	18.3	8.5	9.0	5.0	2.1	12.2	24.6	6.6	13.6
うち各種商品取扱店	100.0	39.9	13.3	9.1	9.7	X	X	X	26.1	X	13.8

前回比をみると、商業集積地区ではその他のスーパー、ドラッグストアが増加となったほかは、すべての業態で減少となった。

商業集積地区以外では、総合スーパー、百貨店、その他の小売店が減少、専門店・中心店、ドラッグストア、その他のスーパーなどが増加となった。なお、専門スーパーの内訳のうち衣料品スーパーは2桁の増加となった(第8図)。

第8図 商業集積地区、商業集積地区以外別にみた
業態別年間商品販売額の前回比



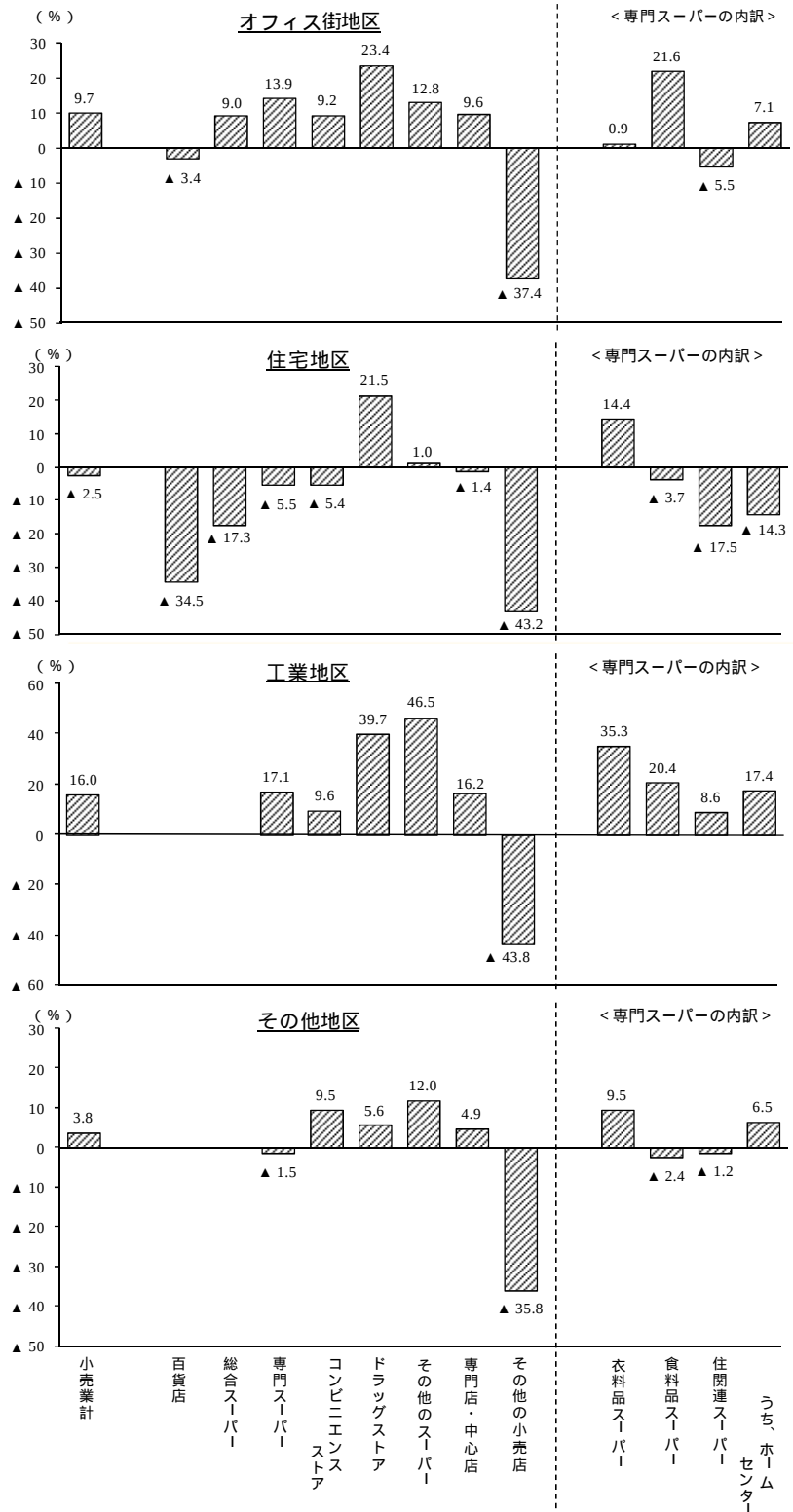
第4表 特性地区別、業態別年間商品販売額の前回比

業態別	平成19年 年間商品販売額の前回比 (%)				
	商業集積地区	オフィス街地区	住宅地区	工業地区	その他地区
小売業計	▲ 2.5	9.7	▲ 2.5	16.0	3.8
1. 百貨店	▲ 2.6	▲ 3.4	▲ 34.5	X	X
(1) 大型百貨店	▲ 4.3	X	X	-	X
(2) その他の百貨店	127.5	X	X	X	X
2. 総合スーパー	▲ 11.2	9.0	▲ 17.3	X	X
(1) 大型総合スーパー	▲ 11.1	▲ 1.5	▲ 24.5	▲ 10.2	▲ 23.7
(2) 中型総合スーパー	▲ 12.6	88.1	40.8	X	X
3. 専門スーパー	▲ 3.7	13.9	▲ 5.5	17.1	▲ 1.5
(1) 衣料品スーパー	0.5	0.9	14.4	35.3	9.5
(2) 食料品スーパー	▲ 1.6	21.6	▲ 3.7	20.4	▲ 2.4
(3) 住関連スーパー	▲ 12.7	▲ 5.5	▲ 17.5	8.6	▲ 1.2
うちホームセンター	▲ 8.9	7.1	▲ 14.3	17.4	6.5
4. コンビニエンスストア	▲ 0.7	9.2	▲ 5.4	9.6	9.5
うち終日営業店	▲ 3.3	9.6	▲ 2.3	11.9	13.6
5. ドラッグストア	9.5	23.4	21.5	39.7	5.6
6. その他のスーパー	7.2	12.8	1.0	46.5	12.0
うち各種商品取扱店	▲ 5.1	13.5	67.9	137.4	139.9
7. 専門店 + 8. 中心店	▲ 1.3	9.6	▲ 1.4	16.2	4.9
(1) 衣料品専門店 + 中心店	▲ 2.3	▲ 11.3	▲ 13.1	7.1	▲ 21.2
(2) 食料品専門店 + 中心店	▲ 12.7	▲ 0.5	▲ 10.4	22.6	▲ 2.6
(3) 住関連専門店 + 中心店	2.4	15.4	1.5	15.4	7.8
9. その他の小売店	▲ 18.9	▲ 37.4	▲ 43.2	▲ 43.8	▲ 35.8
うち各種商品取扱店	▲ 30.4	X	▲ 44.5	X	▲ 39.8

第9図 特性地区別、業態別年間商品販売額の前回比

商業集積地区以外の地区についてみると、ドラッグストア、その他のスーパーの2業態は、全4地区（オフィス街地区、住宅地区、工業地区、その他地区）で前回は上回っている。このうちドラッグストアは、オフィス街地区、住宅地区、工業地区で大幅な増加となっている。また、専門スーパーの内訳では、衣料品スーパーが、全4地区で前回は上回っている。なかでも住宅地区、工業地区では2桁の大幅な増加となっている。

一方、その他の小売店は、全4地区で前回は下回っており、工業地区、住宅地区をはじめ全4地区とも大幅な減少となっている（第9図）。



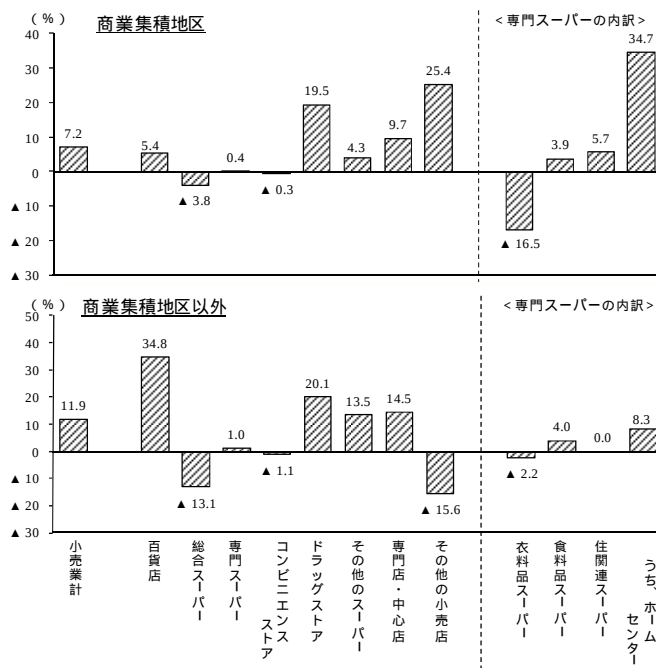
(3) 単位当たり年間商品販売額の前回比較

第10図 商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別1事業所当たり年間商品販売額の
前回比(平成19年/16年)

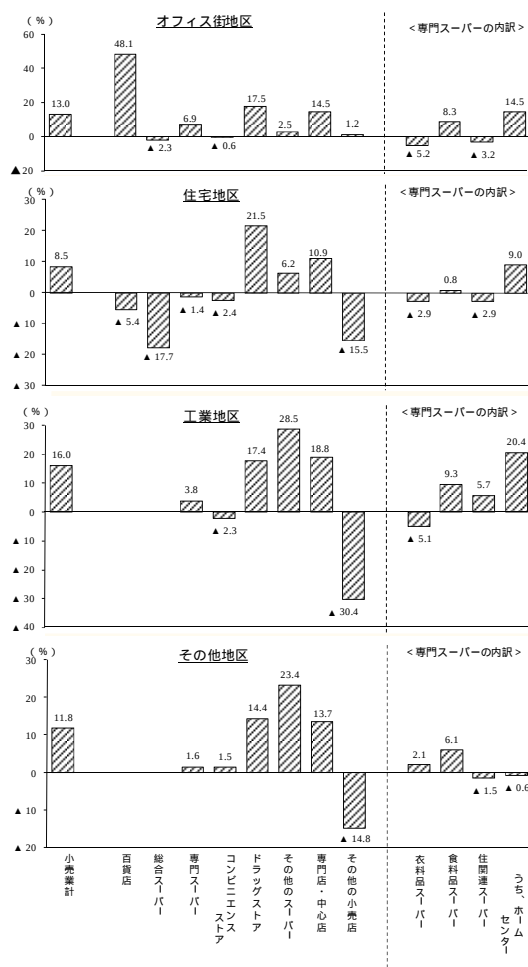
特性地区別、業態別の1事業所当たり年間商品販売額を前回と比べると、商業集積地区では、総合スーパー、コンビニエンスストアの減少を除き、他の業態はすべて増加となった。

一方、商業集積地区以外では、総合スーパー、コンビニエンスストア、その他の小売店の減少を除き、他の業態はすべて増加となった。

なお、商業集積地区の専門スーパーの内訳をみると衣料品スーパーは減少となっているが、食料品スーパー、住関連スーパー(うちホームセンターは2桁増加)が増加となっている(第10図)。



第11図 特性地区別、業態別1事業所当たり
年間商品販売額の前回比(平成19年/16年)



商業集積地区以外の地区についてみると、オフィス街地区では、総合スーパー、コンビニエンスストアを除き、他の業態はすべて増加となった。

住宅地区では、総合スーパー、その他の小売店などが減少となったが、ドラッグストア、専門店・中心店は2桁の増加となった。

工業地区では、その他の小売店などが減少、その他のスーパー、専門店・中心店などが増加となった。

その他地区では、その他の小売店が減少となったが、その他のスーパー、ドラッグストア、専門店・中心店が2桁の増加となった。

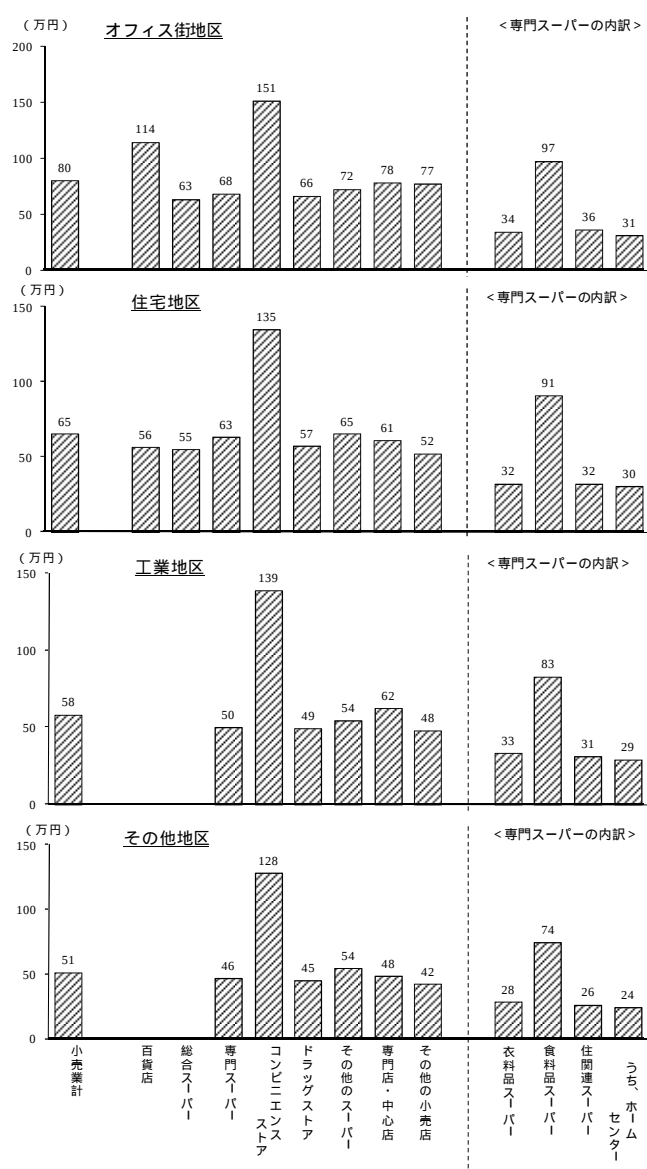
なお、ドラッグストア、その他のスーパー、専門店・中心店の業態では、オフィス街地区、住宅地区、工業地区、その他地区の全ての地区で増加となった(第11図)。

注: 百貨店と総合スーパーの工業地区とその他地区は秘匿のため、掲載していない。

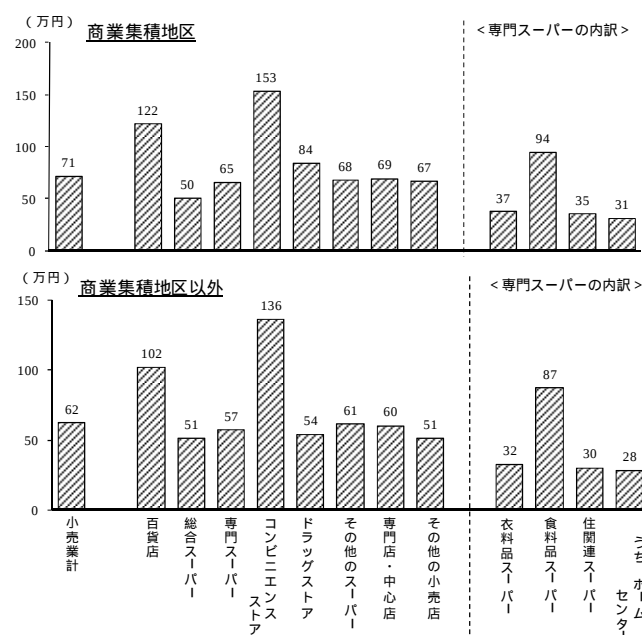
特性地区別、業態別の売場面積1㎡当たり年間商品販売額を見ると、商業集積地区ではコンビニエンスストア、百貨店は100万を超え高くなっている。一方、総合スーパー、専門スーパーなどは低くなっている。

商業集積地区以外では、コンビニエンスストア、百貨店が100万円を超えて高く、総合スーパー、その他の小売店などが低くなっている。

第13図 特性地区別、業態別売場面積1㎡当たり年間商品販売額



第12図 商業集積地区、商業集積地区以外別にみた業態別売場面積1㎡当たり年間商品販売額



商業集積地区以外の地区についてみると、オフィス街地区では、コンビニエンスストア、百貨店が高く、いずれも100万円を超えている。低いのは総合スーパー、ドラッグストアとなっている。

住宅地区では、コンビニエンスストアが高く他の業態は50万円～60万円となっている。

工業地区では、住宅地区と同様にコンビニエンスストアが高くなっている。

その他地区でも、工業地区、住宅地区と同様コンビニエンスストアが高くなっている。

全体でみてもオフィス街地区の百貨店と全地区コンビニエンスストアが100万円を超えている。なお、専門スーパーの内訳の食料品スーパーはどの地区でみても高くなっている。

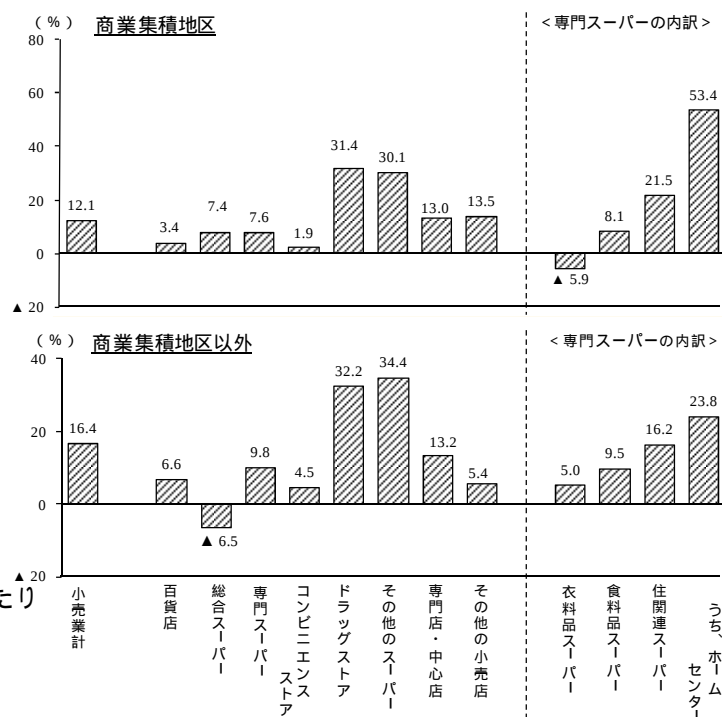
注1：百貨店と総合スーパーの工業地区とその他地区は秘匿のため、掲載していない。

注2：売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、売場面積を調査していない牛乳小売業、自動車（新車、中古）小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド新聞小売業、通信・カタログ販売等の事業所を除いて算出している。

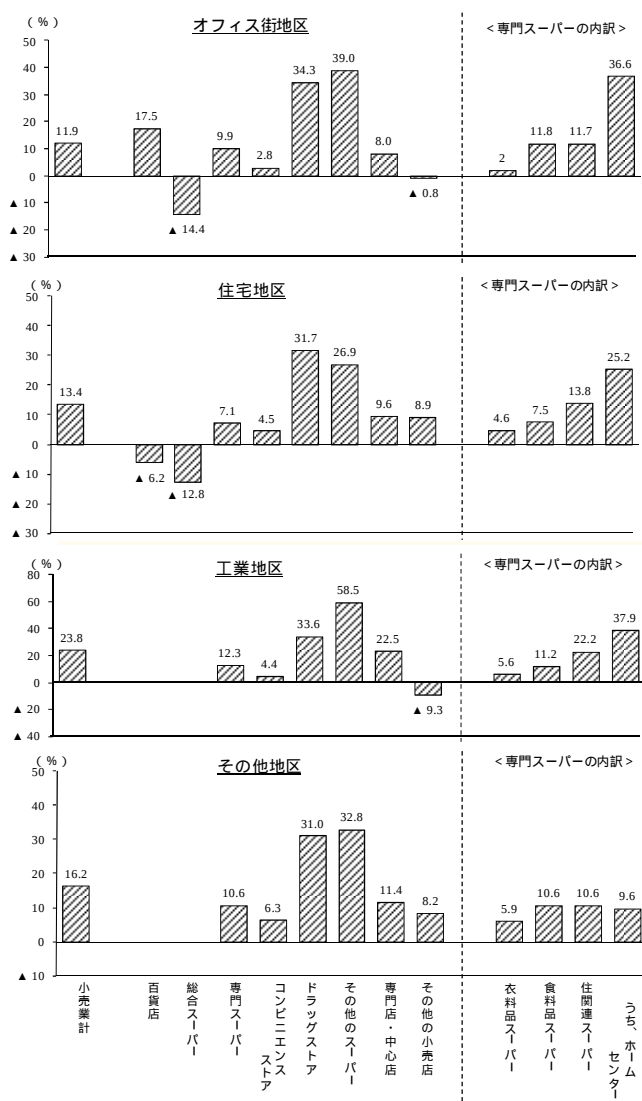
第14図 商業集積地区、商業集積地区以外別にみた
業態別1事業所当たり売場面積の前回比
(平成19年/16年)

特性地区別、業態別の1事業所当たりの売場面積を前回と比べると、商業集積地区ではすべての業態で増加となっている。商業集積地区以外では、総合スーパーの減少を除き、他の業態はすべて増加となっている。小売業では店舗の大型化が進展しているが、商業集積地区は、ドラッグストア、ホームセンターの業態の伸びが大きく、商業集積地区以外はドラッグストアなどの業態の伸びが大きくなっている。

第15図 特性地区別、業態別1事業所当たり
売場面積の前回比(平成19年/16年)



商業集積地区以外の地区についてみると、専門スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、その他スーパー、専門店・中心店は、オフィス街地区をはじめすべての地区で売場面積が増加している。



注：百貨店と総合スーパーの工業地区とその他地区は秘匿のため、掲載していない。

トピックス3 立地環境特性地区別来客用駐車場の保有状況

～ 駐車場を有する事業所の1事業所当たり年間商品販売額は、
無い事業所に比べ商業集積地区で2.6倍、商業集積地区以外で2倍弱 ～

(1) 来客用駐車場有無別事業所数

平成19年調査における小売事業所のうち、来客用駐車場(以下、「駐車場」という)を有する事業所数は66万事業所、駐車場を有する割合は57.9%と前回調査を行った平成14年に比べて5.2%ポイント(以下ポイントという)増加となった。

駐車場を有する事業所は、商業集積地区(22万1741事業所)より、郊外などに立地が多い商業集積地区以外(43万7460事業所)で多くなっている。

特性地区別にみると、駐車場を有する事業所が多いのは商業集積地区(22万1741事業所)、住宅地区(21万525事業所)、その他地区(14万4238事業所)の順で、いずれも10万事業所を超えている。一方、オフィス街地区は3万9618事業所と少ない。

商業集積地区の内訳では、国道沿いなどに立地するロードサイド型の割合が群を抜いて高く、8割強の事業所で駐車場を有している。このうち、専用駐車場を保有する事業所の構成比は36.3%、共用駐車場のみは同48.9%で共用駐車場を有する事業所の割合が高くなっている(第1表)。

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

特性地区別		事業所数									専用駐車場 1事業所 当たりの 収容台数 (台)	
		合計		来客用駐車場を 有する事業所		専用駐車場を 有する事業所		共用駐車場のみ 有する事業所		来客用駐車場の 無い事業所		
		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)		
小	売 業 計	1,137,859	100.0	659,201	57.9	522,087	45.9	137,114	12.1	478,658	42.1	15.4
	商 業 集 積 地 区	427,463	100.0	221,741	51.9	133,187	31.2	88,554	20.7	205,722	48.1	20.6
	駅 周 辺 型	150,855	100.0	65,783	43.6	31,383	20.8	34,400	22.8	85,072	56.4	16.9
	市 街 地 型	100,965	100.0	50,812	50.3	33,116	32.8	17,696	17.5	50,153	49.7	14.2
	住 宅 地 背 景 型	122,016	100.0	63,517	52.1	49,112	40.3	14,405	11.8	58,499	47.9	14.1
	ロ ー ド サ イ ド 型	40,001	100.0	34,082	85.2	14,510	36.3	19,572	48.9	5,919	14.8	67.3
	そ の 他	13,626	100.0	7,547	55.4	5,066	37.2	2,481	18.2	6,079	44.6	15.1
	商 業 集 積 地 区 以 外	710,396	100.0	437,460	61.6	388,900	54.7	48,560	6.8	272,936	38.4	13.5
	オ フ ィ ス 街 地 区	90,536	100.0	39,618	43.8	33,386	36.9	6,232	6.9	50,918	56.2	10.9
	住 宅 地 区	339,839	100.0	210,525	61.9	187,636	55.2	22,889	6.7	129,314	38.1	12.6
	工 業 地 区	65,438	100.0	43,079	65.8	35,833	54.8	7,246	11.1	22,359	34.2	23.1
	そ の 他 地 区	214,583	100.0	144,238	67.2	132,045	61.5	12,193	5.7	70,345	32.8	13.0

特性地区別		事業所数(前回比)					
		合計	来客用駐車場を有する事業所	専用駐車場を有する事業所	共用駐車場のみの有する事業所	来客用駐車場の無い事業所	専用駐車場1事業所当たりの収容台数(台)
小	売 業 計	▲ 12.5	▲ 3.8	▲ 4.4	▲ 1.3	▲ 22.2	8.9
	商 業 集 積 地 区	▲ 14.6	▲ 7.8	▲ 10.9	▲ 2.7	▲ 20.9	13.9
	駅 周 辺 型	▲ 12.8	▲ 8.7	▲ 11.7	▲ 5.8	▲ 15.8	3.3
	市 街 地 型	▲ 16.9	▲ 11.5	▲ 10.8	▲ 12.6	▲ 21.7	13.6
	住 宅 地 背 景 型	▲ 20.0	▲ 11.8	▲ 10.8	▲ 15.1	▲ 27.3	8.1
	ロ ー ド サ イ ド 型	8.7	12.9	▲ 6.7	33.6	▲ 10.3	22.9
	そ の 他	▲ 19.1	▲ 14.3	▲ 18.2	▲ 4.9	▲ 24.3	2.6
	商業集積地区以外	▲ 11.1	▲ 1.6	▲ 2.0	1.2	▲ 23.1	7.5
	オフィス街地区	▲ 4.4	7.6	8.2	4.9	▲ 12.1	10.8
	住 宅 地 区	▲ 14.3	▲ 4.4	▲ 4.0	▲ 7.4	▲ 26.8	3.4
	工 業 地 区	▲ 0.6	11.3	8.2	29.4	▲ 17.6	16.7
	そ の 他 地 区	▲ 11.4	▲ 3.3	▲ 3.9	4.0	▲ 24.4	8.0

前回比をみると駐車場のない事業所の減少幅は2割強となり、すべての特性地区で2桁の減少となっている。

特性地区別にみると工業地区、オフィス街地区で駐車場を有する事業所が増加しており、特に工業地区で共用駐車場のみを有する事業所は3割増となっている。

商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型で駐車場を有する事業所は12.9%増、共用駐車場のみを有する事業所は33.6%増と3割強の増加となっている(第1表、第1図)。

(2) 専用駐車場の1事業所当たり収容台数

専用駐車場について1事業所当たりの収容台数をみると、小売業全体で15.4台となった。

特性地区別にみると工業地区が23.1台、商業集積地区が20.6台、その他地区が13.0台、住宅地区が12.6台となった。

商業集積地区の内訳をみると、駐車場の保有率が高いロードサイド型では、1事業所当たりの収容台数においても67.3台と小売業平均の4倍以上の台数となっており、他の地区に比べ圧倒的に多い。

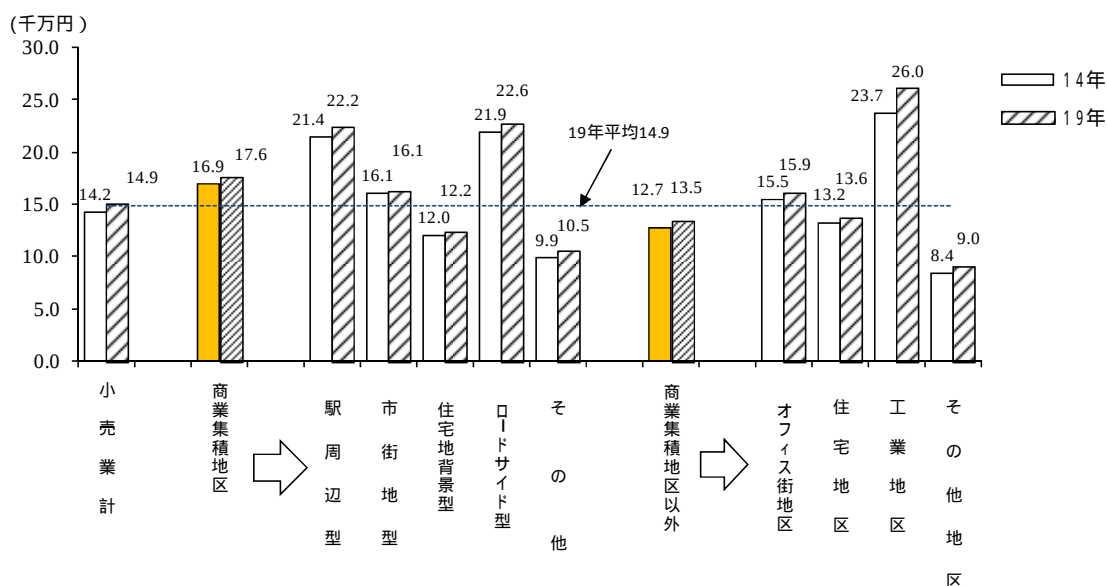
これを前回比でみると、すべての特性地区で増加となっていて、特に、工業地区では16.7%増、商業集積地区のうちロードサイド型は22.9%増と伸びている(第1表)。

(3) 来客用駐車場有無別の1事業所当たり年間商品販売額

1事業所当たりの年間商品販売額をみると、駐車場を有する事業所の年間商品販売額は無い事業所に比べ、商業集積地区で2.6倍、商業集積地区以外でも1.6倍となっている。

特性地区別にみると、いずれも駐車場を保有する事業所が駐車場の無い事業所を上回っている。また、専用駐車場を有する事業所と共用駐車場のみ有する事業所を比べると専用駐車場を有する事業所の年間販売額が上回っているものの、共用駐車場のみを有する事業所の年間商品販売額は前回に比べ大きく伸びている(第2表)。

第1図 特性地区別、来客用駐車場を持つ事業所の1事業所当たり年間商品販売額



第2表 特性地区別、来客用駐車場有無別の1事業所当たり年間商品販売額

特性地区別	1事業所当たりの年間商品販売額(万円)									
	合計		来客用駐車場を有する事業所		専用駐車場を有する事業所		共用駐車場のみの有する事業所		来客用駐車場の無い事業所	
		前回比		前回比		前回比		前回比		前回比
小 売 業 計	11,839	13.9	14,885	5.0	14,914	1.8	14,775	20.4	7,643	23.7
商 業 集 積 地 区	12,431	10.0	17,606	4.0	19,333	0.7	15,009	13.6	6,854	12.6
駅 周 辺 型	14,256	7.8	22,214	4.0	25,734	▲ 2.7	19,002	15.9	8,102	8.9
市 街 地 型	11,456	6.6	16,073	0.0	17,068	▲ 3.4	14,211	8.1	6,779	13.3
住 宅 地 背 景 型	8,714	9.6	12,227	2.2	12,907	▲ 1.2	9,906	18.3	4,900	12.4
ロ ー ド サ イ ド 型	20,957	6.4	22,606	3.0	35,648	12.4	12,936	11.7	11,463	21.5
そ の 他	7,723	5.6	10,456	6.1	10,037	2.1	11,313	14.1	4,329	▲ 4.3
商 業 集 積 地 区 以 外	11,482	16.9	13,506	6.5	13,400	3.5	14,349	37.0	8,238	31.8
オ フ ィ ス 街 地 区	12,766	15.2	15,927	2.5	16,126	0.6	14,864	15.0	10,306	24.8
住 宅 地 区	10,996	12.7	13,587	3.3	13,619	0.5	13,324	33.4	6,778	22.6
工 業 地 区	22,724	23.0	26,024	9.8	26,890	6.6	21,737	48.3	16,367	48.5
そ の 他 地 区	8,281	16.7	8,983	6.7	8,740	3.7	11,621	40.7	6,842	37.5