

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。

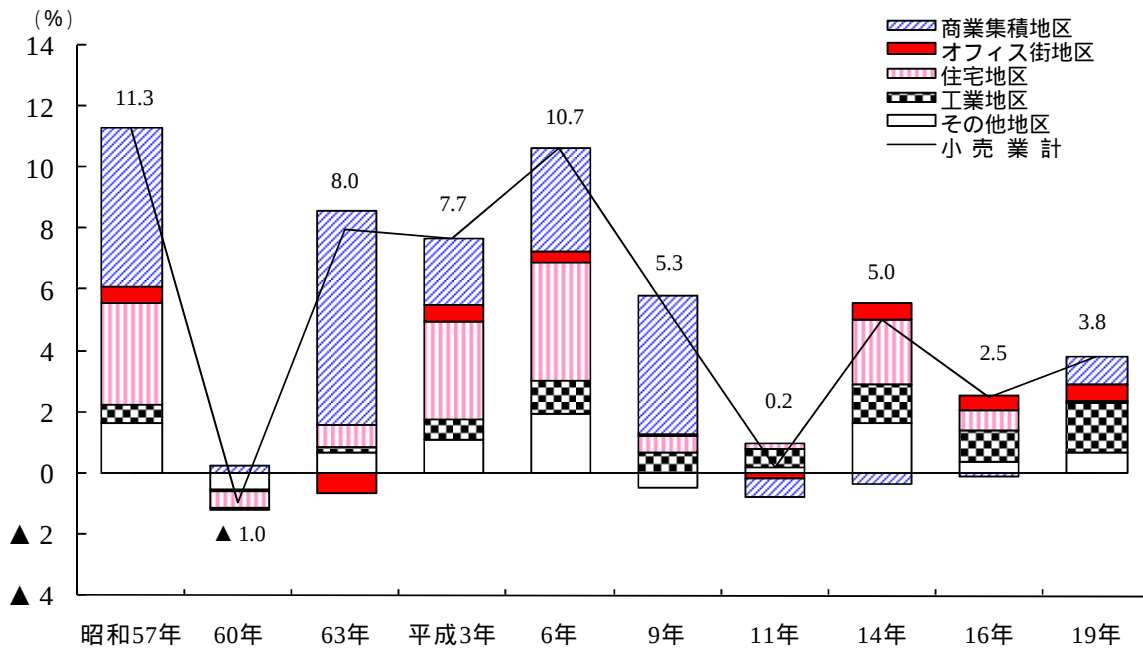
商業集積地区の内訳をみるとロードサイド型を除くすべての地区で減少となった(第4-1表)。

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	-

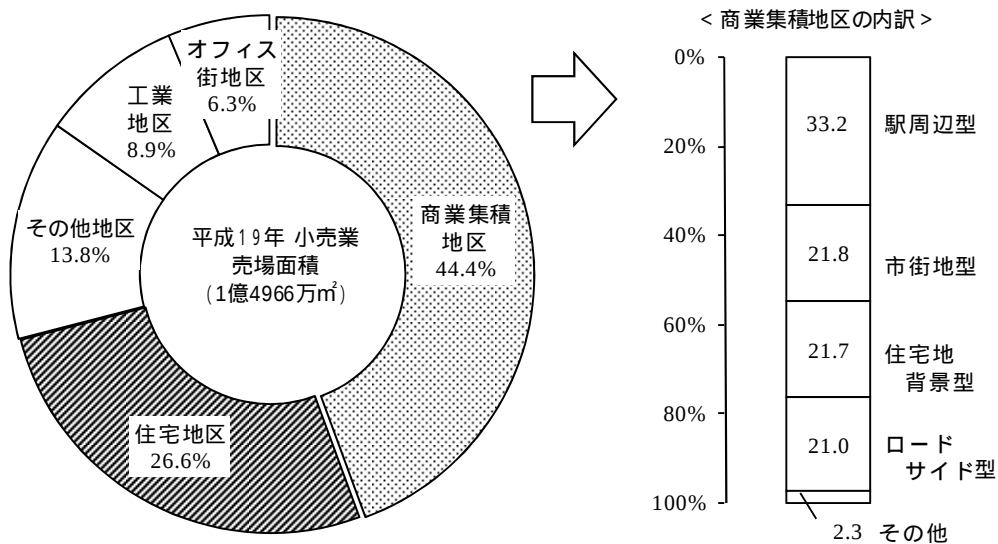
前回比の推移をみると、小売業の事業所数は減少が続いているものの、売場面積は昭和63年以降、8調査連続の増加となっている。特性地区別にみると、商業集積地区が増加に転じたことから、すべての特性地区で増加となった(第4-1図)。

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。

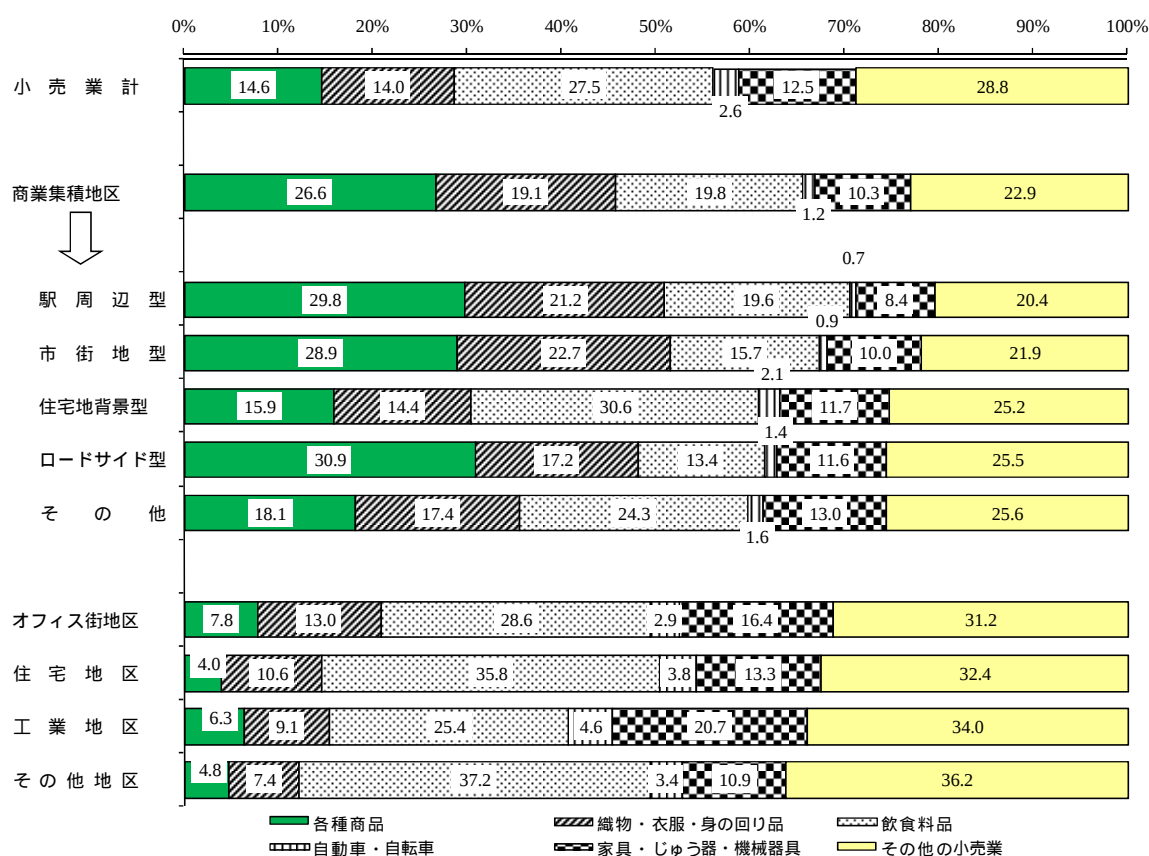
オフィス街地区では、その他の小売業、飲食料品小売業の構成比が高く、それぞれ売場面積全体の3割近くを占め、次いで家具・じゅう器・機械器具小売業がその半分となっている。

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）

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	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	各種食料品小売業	14.8
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	他に分類されないその他の小売	11.7
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	建築材料小売業	5.6
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	コンビニエンスストア	5.2
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	百貨店、総合スーパー	4.0
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	他に分類されない飲食料品小売業	4.0
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	酒小売業	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	家具小売業	3.4
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	電気機械器具小売業	3.4
10位	医薬品小売業（調剤薬局を除く） / 60G	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	婦人服小売業	3.3
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	農業用機械器具小売業	2.5
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	自動車部分品・付属品小売業	2.3
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	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	2.2
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	花・植木小売業	2.2
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	食料小売業	2.3	野菜小売業	1.5
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	書籍・雑誌小売業	1.5
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	1.8	料理品小売業	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	金物小売業	1.5
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	肥料・飼料小売業	1.4
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	飲料小売業	1.3
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	上位20位までの計	76.8

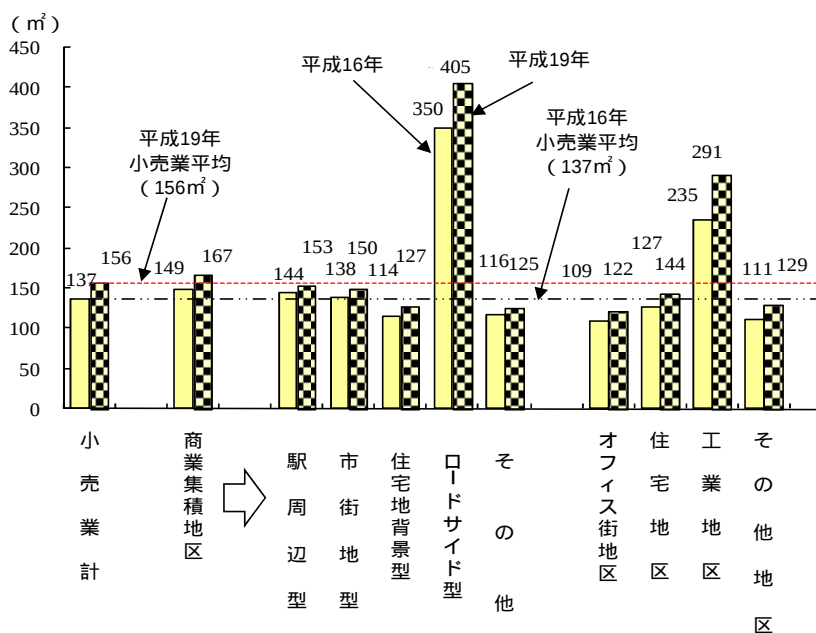
順位	駅周辺型		市街地型		住宅背景型		ロードサイド型		その他	
	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成比	業種名	構成比
1位	百貨店、総合スーパー	29.4	百貨店、総合スーパー	28.5	百貨店、総合スーパー	15.5	百貨店、総合スーパー	30.4	百貨店、総合スーパー	17.5
2位	婦人服小売業	11.2	婦人服小売業	10.6	各種食料品小売業	13.8	各種食料品小売業	7.8	他に分類されないその他の小売	8.4
3位	各種食料品小売業	7.8	各種食料品小売業	5.7	婦人服小売業	6.2	婦人服小売業	7.4	各種食料品小売業	8.4
4位	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	婦人服小売業	7.9
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	家具小売業	4.8
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	電気機械器具小売業	3.6
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	他に分類されない飲食料品小売業	3.5
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	男子服小売業	2.1
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	書籍・雑誌小売業	2.1
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	酒小売業	2.0
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	洋品雑貨・小間物小売業	1.7
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	菓子小売業（製造小売）	1.7
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	医薬品小売業（調剤薬局を除く）	1.6
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	菓子小売業（製造小売でないもの）	1.6
15位	他に分類されない織物・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	がん具・娯楽用品小売業	1.6
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	化粧品小売業	1.6
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	金物小売業	1.5
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	コンビニエンスストア	1.5
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	スポーツ用品小売業	1.3
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	他に分類されない織物・衣服・身の回り品小売業	1.0	建築材料小売業	1.3
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	上位20位までの計	76.8

(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