

オフィス街地区の年間商品販売額が増加

～平成19年商業統計調査 業態分類別、立地環境特性格別集計結果（小売業）～

経済産業省による平成19年商業統計調査の業態分類別結果及び立地特性格別結果より、福岡市に関する数値をご紹介します。

これらは、平成19年6月1日現在で実施した商業統計調査結果のうち、小売業を営む事業所について、業態区分別及び立地特性格別により再集計したものです。（業態分類及び立地特性の区分については5、6ページをご覧ください）

1. 業態分類別事業所数

ドラッグストア、食料品、住関連が減少

平成19年調査における小売業の事業所数は、13,154事業所で前回（平成16年）に比べ6.0%の減少となっています。

これを業態別に見ると、専門店が8,686事業所（小売業全体の66.0%）と最も多く、次いで中心店が2,689事業所（同 20.4%）となりこれら2業態で約86%を占めています。

前回と比べて増加したのは、総合スーパー（対前回は 20.0%増）、コンビニエンスストア同 1.7%増）、専門スーパー（同

0.5%増）となっています。大きく減少したのは、百貨店（1事業所減で、対前回は 25.0%減）、ドラッグストア（対前回は 15.9%減）、中心店（同 15.6%減）です。専門店が2.5%減少ですが、内訳を見ると、衣料品専門店が11.3%の増加となっています。専門スーパーの内訳と合わせて見ると、食料品、住関連は減少し、衣料品は増加する傾向にあります。（表1、図1、2）

図1 業態分類別事業所数の対前回増加率（%）

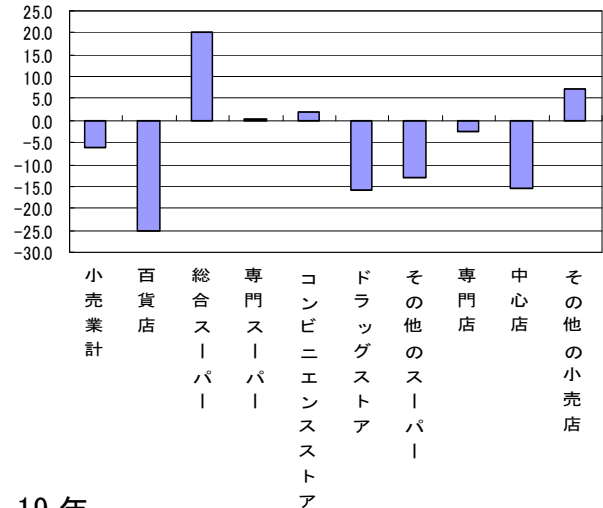
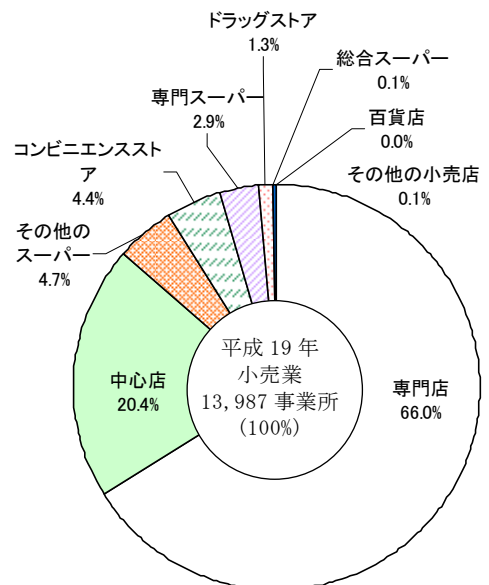


表1 業態分類別事業所数（小売業）平成16年、19年

業態分類	平成16年		平成19年		
	総数	総数	構成比	対前回増加数	対前回増加率
小売業計	13,987	13,154	100.0%	△ 833	△ 6.0%
百貨店	4	3	0.0%	△ 1	△ 25.0%
総合スーパー	10	12	0.1%	2	20.0%
専門スーパー	379	381	2.9%	2	0.5%
(1)衣料品スーパー	44	59	0.4%	15	34.1%
(2)食料品スーパー	208	203	1.5%	△ 5	△ 2.4%
(3)住関連スーパー	127	119	0.9%	△ 8	△ 6.3%
うちホームセンター	30	20	0.2%	△ 10	△ 33.3%
コンビニエンスストア	572	582	4.4%	10	1.7%
ドラッグストア	201	169	1.3%	△ 32	△ 15.9%
その他のスーパー	709	617	4.7%	△ 92	△ 13.0%
専門店	8,912	8,686	66.0%	△ 226	△ 2.5%
(1)衣料品専門店	1,547	1,722	13.1%	175	11.3%
(2)食料品専門店	2,479	2,293	17.4%	△ 186	△ 7.5%
(3)住関連専門店	4,886	4,671	35.5%	△ 215	△ 4.4%
中心店	3,186	2,689	20.4%	△ 497	△ 15.6%
(1)衣料品専門店	981	908	6.9%	△ 73	△ 7.4%
(2)食料品専門店	904	704	5.4%	△ 200	△ 22.1%
(3)住関連専門店	1,301	1,077	8.2%	△ 224	△ 17.2%
その他の小売店	14	15	0.1%	1	7.1%

図2 業態分類別事業所数の構成比



2. 業態分類別年間商品販売額

売場面積当たりの販売額は百貨店、コンビニエンスストアが突出

小売業の年間商品販売額は1兆9072億円で、前回に比べ4.8%の増加となりました。

これを業態別に見ると、専門店が8,478億円(小売業全体の44.5%)と最も多く、中心店が3548億円(同18.6%)、専門スーパーが2571億円(同13.5%)、百貨店が2004億円(同10.5%)、コンビニエンスストアが958億円(同5.0%)と続いています。百貨店は

事業所数の構成比では0.1%にも満たないですが、商品販売額では1割を占めています。

また、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額で見ると、百貨店が152万円と最も多く、次いでコンビニエンスストアが149万円となっており、この2業態が他と比べて突出しています。

前回調査と比較すると、増加したのは百貨店、総合スーパー、その他の小売業で、専門店、中心店、その他のスーパーは減少しています。(表2、図3、4)

図3 業態分類別年間商品販売額の構成比

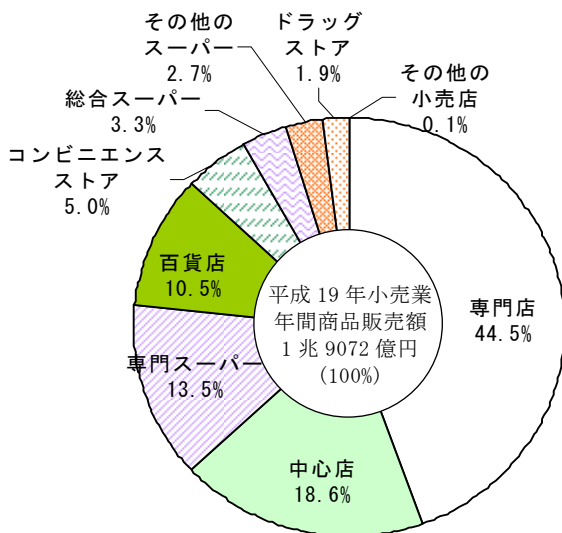


図4 業態分類別売場面積1㎡当たり年間商品販売額 (平成16年、19年)

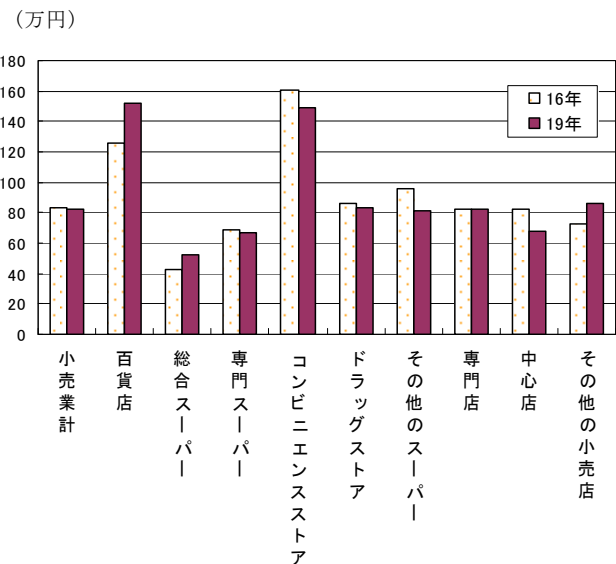


表2 業態分類別年間商品販売額、売場面積 (小売業)

業態分類	平成16年			平成19年							
	年間商品販売額	売場面積	売場面積1㎡当たり年間商品販売額	年間商品販売額			売場面積		売場面積1㎡当たり年間商品販売額		
				構成比	対前回増加率	対前回増加率	対前回増加率	対前回増加率			
億円	㎡	万円	億円	%	%	㎡	%	万円	%		
小売業計	18 202	1 682 301	83	19 072	100.0	4.8	1 734 589	3.1	82	△ 1.2	
百貨店	1 691	134 617	126	2 004	10.5	18.5	131 442	△ 2.4	152	20.6	
総合スーパー	572	132 246	43	637	3.3	11.3	123 159	△ 6.9	52	20.9	
専門スーパー	2 667	384 645	69	2 571	13.5	△ 3.6	384 220	△ 0.1	67	△ 2.9	
コンビニエンスストア	997	61 853	161	958	5.0	△ 3.9	64 130	3.7	149	△ 7.5	
ドラッグストア	405	46 932	86	356	1.9	△ 12.3	42 895	△ 8.6	83	△ 3.5	
その他のスーパー	618	64 622	96	506	2.7	△ 18.1	61 494	△ 4.8	81	△ 15.6	
専門店	7 612	547 765	82	8 478	44.5	11.4	643 027	17.4	82	0.0	
中心店	3 599	308 676	82	3 548	18.6	△ 1.4	283 297	△ 8.2	68	△ 17.1	
その他の小売店	41	945	73	14	0.1	△ 64.9	925	△ 2.1	86	17.8	

注)「売場面積」について、牛乳小売業、自転車小売業、建具小売業、畳小売業、ガソリンスタンド、新聞小売業などは売場面積を調査していない。また「売場面積1㎡あたり年間商品販売額」は売場面積をもつ事業所についてのみ算出している。

3. 業態分類別従業者数

百貨店で出向・派遣受入者が増加

「従業者数」についてみると、98,809人で、前回に比べ2.8%の減少となっています。これを業態別に見ると、専門店が48,108人（小売業全体の48.7%）と最も多く、次いで中心店が16,756人（同 17.0%）、専門スーパー（同 13.7%）となっています。

平成16年と比べて増加したのは3分類で、総合スーパー（対前回比 28.3%増）、百貨店（同 6.2%増）、コンビニエンスストア（同 1.4%増）となっています。大きく減少したのは、ドラッグストア（同 11.6%減）、その他のスーパー（同 7.4%減）です。

次に「臨時雇用者」、「出向・派遣受入者」についてみると、「臨時雇用者」は、専門店、中心店、コンビニエンスストアが多いですが、平成16年と比べると専門スーパー以外の7業態で減少しています。「出向・派遣受入者」が多いのは、百貨店、専門店、中心店で、平成16年と比べると4業態で増加しており、中でも百貨店は1,187人と、約2倍に増えています。（表3）

4. 立地環境特性格別

オフィス街地区、ロードサイド型商業集積地区の販売額が増加

小売業を立地環境特性地区別にみると、事業所数が最も多いのは商業集積地区（5,949事業所）で、次いで住宅地区（4,122事業所）、オフィス街地区（1,957事業所）、工業地区（695事業所）、その他地区（431事業所）となっています。平成16年と比べると、その他地区を除く全ての地区で減少となりました。しかし商業集積地区の内訳をみると、ロードサイド型が事業所数、年間商品販売額ともに増加しており、事業所数は35.5%増加、年間商品販売額は26.0%増加となっています。

オフィス街地区は、事業所数は7.6%減少していますが、売場面積が7.2%増加しており、年間商品販売額は26.1%増加と大きく伸びています。（表4、図5、6）

 （資料）経済産業省経済産業政策局調査統計部編
 平成19年 商業統計表 業態別統計編（小売業）
 立地環境特性格別統計編（小売業）

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/index.html>

表3 業態分類別従業者数、臨時雇用者数及び出向・派遣受入者数

業態分類	平成16年			平成19年									
	従業者数	臨時雇用者	出向・派遣受入者	従業者数	対前回増加数	対前回増加率	構成比	臨時雇用者	対前回増加数	対前回増加率	出向・派遣受入者	対前回増加数	対前回増加率
	人	人	人	人	人	%	%	人	人	%	人	人	%
小売業計	101 639	2 538	2 199	98 809	△2 830	△ 2.8	100.0	1,859	△ 679	△ 26.8	3,201	1 002	45.6
百貨店	2 606	-	610	2 768	162	6.2	2.8	10	-	-	1,187	577	94.6
総合スーパー	2 568	42	47	3 295	727	28.3	3.3	52	10	23.8	27	△ 20	△ 42.6
専門スーパー	13 762	104	147	13 561	△ 201	△ 1.5	13.7	47	△ 57	△ 54.8	104	△ 43	△ 29.3
コンビニエンスストア	8 389	417	33	8 503	114	1.4	8.6	182	△ 235	△ 56.4	15	△ 18	△ 54.5
ドラッグストア	1 659	25	21	1 467	△ 192	△ 11.6	1.5	22	△ 3	△ 12.0	25	4	19.0
その他のスーパー	4 607	114	41	4 267	△ 340	△ 7.4	4.3	66	△ 48	△ 42.1	23	△ 18	△ 43.9
専門店	50 090	1 392	1 084	48 108	△1 982	△ 4.0	48.7	1,173	△ 219	△ 15.7	1,477	393	36.3
中心店	17 860	442	206	16 756	△1 104	△ 6.2	17.0	304	△ 138	△ 31.2	334	128	62.1
その他の小売店	98	2	10	84	△ 14	△ 14.3	0.1	3	1	50.0	9	△ 1	△ 10.0

注)「従業者数」は、「個人業主」「無給の家族従業者」「有給役員」「常用雇用者（正社員、パート、アルバイト等）」の合計。
 「臨時雇用者」は常用雇用者以外の雇用者で、1ヶ月以内の期間を定めて雇用されている者をいう。

図5 立地環境特性地区別事業所数（小売業）の構成比

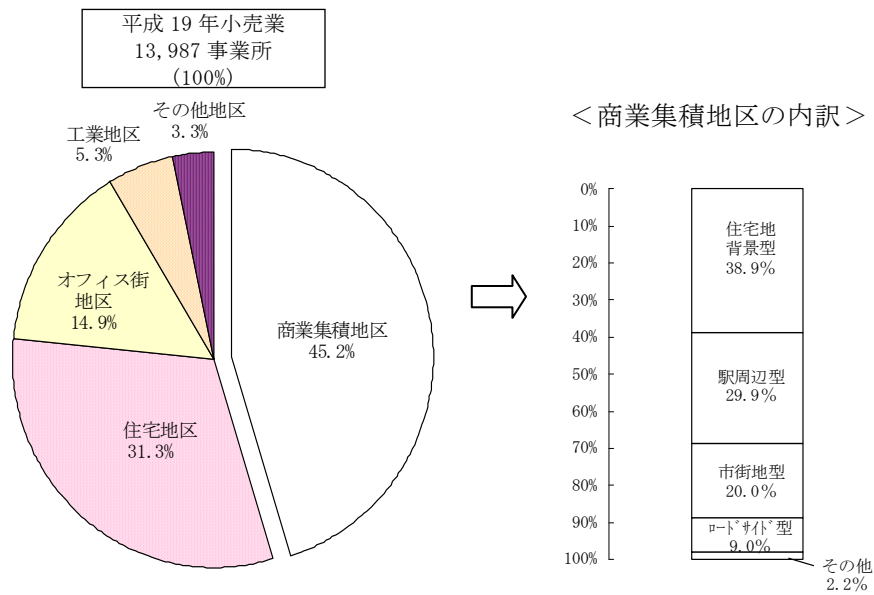


図6 立地環境特性地区別事業所数，年間商品販売額，売場面積の対前回増加率

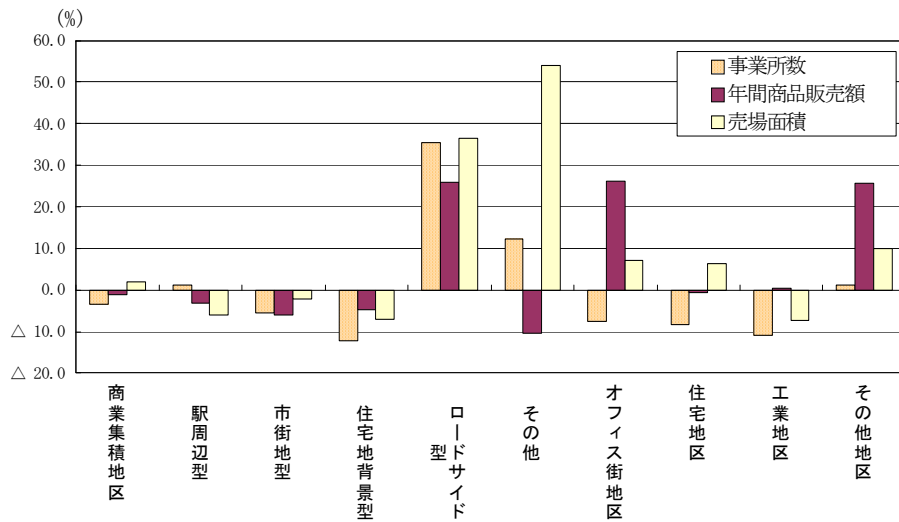


表4 立地特性地区別事業所数，年間商品販売額及び売場面積（小売業）

特性格	平成16年			平成19年			増加率		
	事業所数	年間商品販売額	売場面積	事業所数	年間商品販売額	売場面積	事業所数	年間商品販売額	売場面積
小売業計	13 987	18 202 億円	1 682 301 m ²	13 154	19 072 億円	1 734 589 m ²	△ 6.0	4.8	3.1
商業集積地区	6 162	7 837	867 495	5 949	7 747	884 867	△ 3.5	△ 1.1	2.0
駅周辺型	1 759	3 570	303 200	1 780	3 459	284 699	1.2	△ 3.1	△ 6.1
市街地型	1 258	1 301	153 408	1 189	1 225	150 129	△ 5.5	△ 5.9	△ 2.1
住宅地背景型	2 634	1 939	260 377	2 314	1 850	242 292	△ 12.1	△ 4.6	△ 6.9
ロードサイド型	397	810	136 722	538	1 020	186 507	35.5	26.0	36.4
その他	114	216	13 788	128	193	21 240	12.3	△ 10.5	54.0
オフィス街地区	2 119	3 273	195 029	1 957	4 128	209 092	△ 7.6	26.1	7.2
住宅地区	4 501	4 603	415 052	4 122	4 580	441 016	△ 8.4	△ 0.5	6.3
工業地区	779	2 040	147 613	695	2 052	136 803	△ 10.8	0.6	△ 7.3
その他地区	426	449	57 112	431	564	62 811	1.2	25.7	10.0

別表1

業 態 分 類 表

区 分	セルフ方式 (注1)	取扱商品 (注2)	売場面積	営業時間	備 考
1 百貨店	×				「1百貨店」および「2総合スーパー」は産業分類「551百貨店, 総合スーパー」に格付けされた事業所である。「551百貨店, 総合スーパー」とは, 衣, 食, 住にわたる各種商品を小売りし, そのいずれも小売販売額の10%以上70%未満の範囲内にある事業所で, 従業者が50人以上の事業所をいう。
2 総合スーパー	○				
3 専門スーパー					
1衣料品スーパー	○	衣が70%以上	250㎡以上		
2食料品スーパー		食が70%以上			
3住関連スーパー		住が70%以上			
うちホームセンター		住関連スーパーのうち5991+5992+6022が0%を超え70%未満			
4 コンビニエンスストア	○	飲食料品を扱っていること	30㎡以上 250㎡未満	14時間以上	産業分類「5791コンビニエンスストア（飲食料品を中心とするものに限る）」以外も含む。
5 ドラッグストア	○	産業分類「601」に格付けされた事業所であって6011を扱っていること			
6 その他スーパー	○				2, 3, 4, 5以外のセルフ店
7 専門店					
1衣料品専門店	×	561, 562, 563, 564, 5691, 5692, 5693のいずれかが90%以上			
2食料品専門店		572, 573, 574, 575, 576, 577, 5792, 5793, 5794, 5795, 5796, 5797, 5799のいずれかが90%以上			
3住関連専門店		5811, 5812, 5813, 5814, 582, 591, 592, 599, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 6091, 6092, 6093, 6094, 6095, 6096, 6097, 6099のいずれかが90%以上			
8 中心店					7に該当する小売店を除く。
1衣料品中心店	×	衣が50%以上			
2食料品中心店		食が50%以上			
2住関連中心店		住が50%以上			
9 その他小売店	×				1, 7, 8以外の非セルフ店

(注1) 「セルフ方式」とは, 売場面積の50%以上について, セルフサービス方式を使用している事業所を言う。

(注2) 「取扱商品」の3桁及び4桁の番号は日本標準産業分類の分類番号に準拠している。また, 「衣」, 「食」, 「住」とは商品分類番号の上位2桁で衣(56), 食(57), 住(58~60)に分類して集計したものをいう。

立地環境特性の区分及び定義

特性番号及び区分 商業集積地区細分	定 義
10 商業集積地区 駅周辺型 商業集積地区 市街地型 商業集積地区 住宅地背景型 商業集積地区 ロードサイド型 商業集積地区 その他の 商業集積地区	<p>主に都市計画法8条に定める「用途地域」のうち、商業地域及び近隣商業地域であって、商店街を形成している地区をいう。概ね一つの商店街を一つの商業集積地区とする。一つの商店街とは、小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30店舗以上あるものをいう。また、「一つの商店街」の定義に該当するショッピングセンターや多事業所ビル（駅ビル、寄合百貨店等）は原則として一つの商業集積地区とする。</p> <p>JRや私鉄などの駅周辺に立地する商業集積地区をいう。ただし、原則として地下鉄や路面電車の駅周辺に立地する地域は除く。</p> <p>都市の中心部（駅周辺を除く）にある繁華街やオフィス街に立地する商業集積地区をいう。</p> <p>住宅地又は住宅団地を後背地として、主にそれらに居住する人々が消費者である商業集積地区をいう。</p> <p>国道あるいはこれに準ずる主要道路の沿線を中心に立地している商業集積地区をいう（都市の中心部にあるものを除く）。</p> <p>上記「駅周辺型商業集積地区」～「ロードサイド型商業集積地区」までの区分に特性付けされない商業集積地区をいい、観光地や神社・仏閣周辺などにある商店街なども含まれる。</p>
20 オフィス街地区	主に都市計画法8条に定める「用途地域」のうち、商業地域及び近隣商業地域であって、上記「10 商業集積地区」の対象にならない地区をいう。
30 住宅地区	主に都市計画法8条に定める「用途地域」のうち、第一種・第二種低層住居専用地域、第一種・第二種中高層住宅専用地域、第一種・第二種住居地域及び準住居地域をいう。
40 工業地区	主に都市計画法8条に定める「用途地域」のうち、工業専用地域、準工業地域及び工業地域をいう。
50 その他地区	都市計画法第7条に定める市街化調整区域及び上記「10 商業集積地区」～「40 工業地区」までの区分に特性付けされない地域をいう。

- ※ 都市計画法の地域、地区と実態が異なる場合（住宅地区であっても住宅がほとんど建っていない場合など）、また、都市計画法で指定されていない地域、地区においてもその地域・地区の実情に合わせ特性付けをしている場合がある。
- ※ 統計表には、飲食店及びサービス業が含まれないため（小売業を営む事業所のみ集計）、事業所数が少なくなっている場合がある。