

特集

やや持ち直した奈良県小売業の販売額 ～「平成16年商業統計調査結果速報」から～

平成16年商業統計調査によると、奈良県小売業は事業所数の減少が続くなか、従業者数が横ばい、年間商品販売額が持ち直しの動きがみられた。前回の平成14年調査以降、奈良県には大型店やショッピングモール等の進出が続き、県内小売業の環境は大きく動いたものと思われる。同調査を基に、最近の小売業の動向をまとめてみた。

1. 県内小売業概況

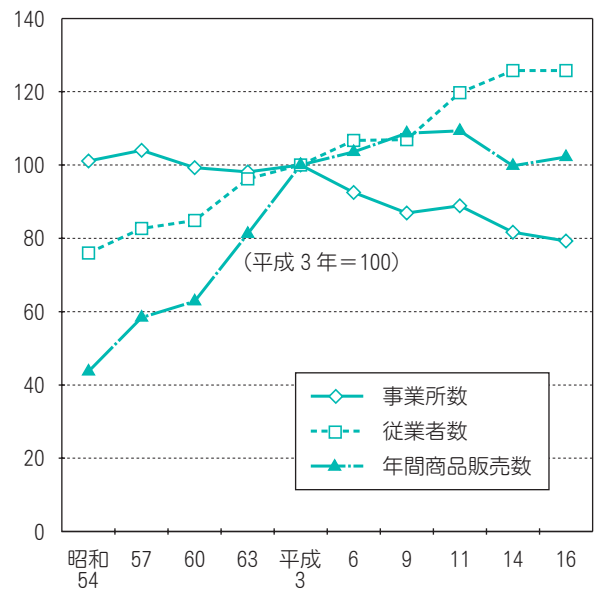
平成16年商業統計調査奈良県結果（速報）によると、奈良県の平成16年6月1日現在の小売業の事業所数は12,539事業所、従業者数は81,506人、平成15年4月から平成16年3月までの年間商品販売額（以下、販売額）は1兆2,432億円であった。2年前の平成14年調査と比べると、事業所数は3.0%減少、従業者数はほぼ横ばい、販売額は2.3%増加となった。

事業所数はこれまで同様、減少傾向が続いたが、従業者数はこれまでの増加傾向が一服、また、平成14年にいったん減少した販売額は今回やや持ち直した。

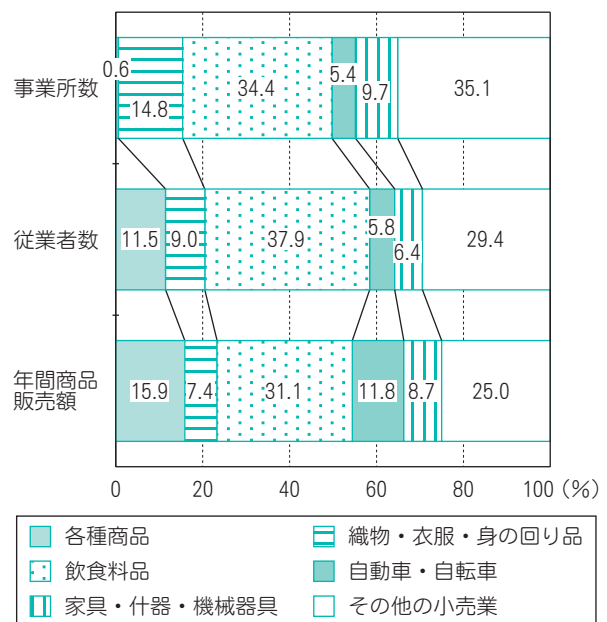
全国の販売額は平成14年に比べ1.4%減少しており、減少幅は縮小したものの平成11年以降減少が続いている。そのなかで都道府県別で販売額が増加したのは全国47都道府県中9都府県。奈良県（2.3%増）は宮崎県（3.8%増）、三重県（2.6%増）、福岡県（2.4%増）に次いで4番目に高い伸びを示した。

奈良県小売業を業種別（中分類）構成比で見ると、最もウエイトが高いのは、事業所数では「その他の小売業」、従業者数と年間商品販売額では「飲食料品」で、これら2つのカテゴリーで6割前後を占めている。また、百貨店や総合スーパーが中心となる各種商品小売業は事業所数では0.6%と少ないものの、従業者数では11.5%、年間商品販売額では15.9%を占めている。

県内小売業の推移



県内小売業の業種別構成比



2. 調査結果からみた県内小売業の特徴

(1) 各種商品小売業の事業所数、従業者数が増加

百貨店、総合スーパーなどが主体の各種商品小売業は事業所数が15.0%増加、従業者数も29.4%増加した。これは、県内では前回調査の平成14年以降大型店、ショッピングモール等の開店が相次ぎ事業所数、従業者数が増加したためである。

これに対して、販売額は0.4%の増加にとどまった。デフレによる販売単価の下落、消費者の買い控え等で小売環境が厳しかったことなどから、販売増には至らなかったものとみられる。また、平成16年の特殊事情として16年4～5月にオープンした大型店(3店)については、事業所数、従業者数が調査日の6月1日現在で計上されているにもかかわらず、販売額は対象期間が15年4月から16年3月までであったためにゼロもしくは微少であったということが影響しているものと考えられる。

(2) 織物・衣服・身の回り品の販売額が増加

織物・衣服・身の回り品小売業の販売額は14年と比べて15.0%増と大幅に伸びた。これは同販売額の5割強を占める婦人・子供服小売業の販売額が30.8%増加(額では115億円増加)したことによるもので、事業所数も3.8%、従業者数も10.4%増加している。

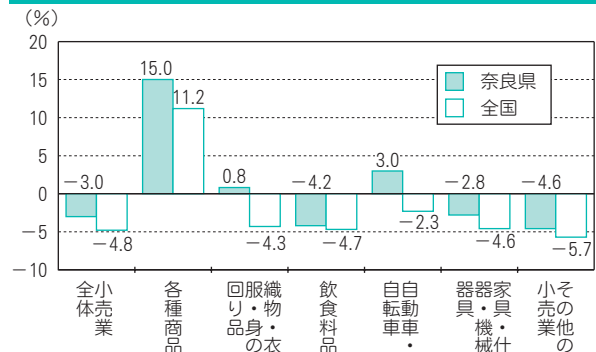
(3) 飲食料品の事業所数、従業者数が減少

飲食料点小売業では、事業所数が4.2%減少、従業者数が8.1%減少と、ともに減少した。

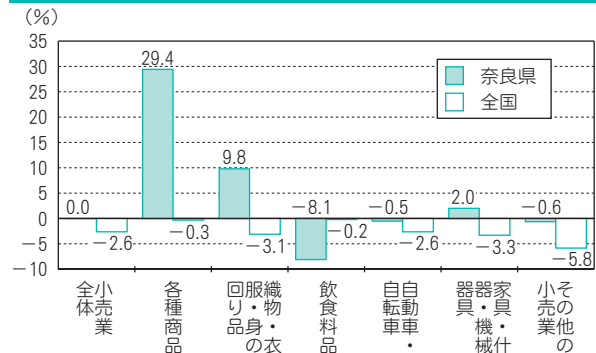
事業所数の減少割合が大きかったのは、「野菜・果実小売業」(13.7%減)、「米穀類小売業」(9.8%減)、「酒小売業」(7.8%減)などで、いわゆる商店街の八百屋、果物店、米屋、酒屋などの個人商店が中心とみられる。

一方、従業者数の減少割合が大きかったのは、「各種食料品小売業」(15.5%減)、「米穀類小売業」(18.5%減)、「野菜・果実」(8.8%減)など。特に、食料品スーパーなど各種食料品小売業では減少人数1,653人のうち、女性が1,554人減少している。また、コンビニエンスストアの従業者数は4.9%増加したが、これを含むその他の飲食料品小売業は6.6%減少した。

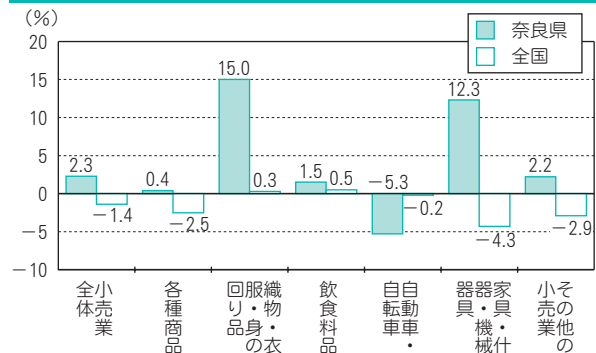
事業所数 (前回比)



従業者数 (前回比)



年間商品販売額 (前回比)



特集

(4) 各種食料品小売業の販売額が増加

飲食料品小売業の販売額は1.5%の増加にとどまったが、同小売業販売額の5割弱を占める各種食料品小売業では販売額が11.1%増加した。事業所数も11.5%増加したが、従業者数は逆に15.5%も減少している。その結果、1事業所あたりの年間商品販売額は0.3%減とほとんど変化がなかったものの、従業員1人あたりの販売額は31.4%の大幅増となった。

(5) コンビニエンスストアの販売額が増加

飲食料品小売業において、各種食料品小売業に次いで3割強と大きなウエイト占めているのが、その他の飲食料品小売業である。同小売業の販売額は平成14年と比べて3.9%減少したが、同小売業に含まれるコンビニエンス・ストアは、事業所数が7.4%増、従業者数が4.9%増、販売額が11.3%増と、ともに増加した。従来型の個人経営の小

規模食料品店が縮小しているのと対照的にコンビニの伸長が続いていることがうかえる。

(6) 家具・什器・機械器具の販売額が大幅に増加

織物・衣服・身の回り品小売業と並んで販売額を伸ばしたのが、家具・什器・機械器具小売業である。同小売業の販売額は平成14年と比べて12.3%増加。その主役は同小売業販売額の8割近くを占める機械器具小売業である。機械器具小売業は主に家電製品を取り扱っており、同小売業の販売額はDVDレコーダーや薄型テレビなどのデジタル家電の販売が好調だったことから、家電量販店を中心に平成14年より24.5%増加したものと考えられる。

(7) 医薬品・化粧品小売業の販売額が増加

その他の小売業の販売額は平成14年に比べて2.2%増とやや増加。その中で増加幅が大きかったのは、医薬品・化粧品小売業である。

県内小売業の年間商品販売額

業種(中分類)	業種(小分類)	16年 (万円)	増減数 (万円)	増減率 (%)	構成比(%)		
					16年	16年全国	
各種商品小売業	百貨店・総合スーパー	19,321,446	89,101	0.5	15.5	12.3	
	その他の各種商品(従業者50人未満)	495,224	△15,149	△3.0	0.4	0.4	
織物・衣服・ 身の回り品小売業	呉服・服地・寝具	1,472,382	201,075	15.8	1.2	0.9	
	男子服	866,738	△106,842	△11.0	0.7	1.1	
	婦人・子供服	4,893,657	1,152,099	30.8	3.9	3.9	
	靴・履物	477,401	△18,715	△3.8	0.4	0.5	
	その他の織物・衣服・身の回り品	1,455,353	△33,426	△2.2	1.2	1.8	
飲食料品小売業	各種食料品	18,394,138	1,839,881	11.1	14.8	12.8	
	酒	3,612,654	△811,482	△18.3	2.9	2.5	
	食肉	609,234	△4,381	△0.7	0.5	0.5	
	鮮魚	608,460	172,590	39.6	0.5	0.7	
	野菜・果実	675,100	△89,739	△11.7	0.5	0.9	
	菓子・パン	2,154,488	130,270	6.4	1.7	1.7	
	米穀類	503,695	△187,604	△27.1	0.4	0.5	
	その他の飲食料品	12,139,284	△495,972	△3.9	9.8	11.4	
自動車・自転車 小売業	自動車	14,624,211	△829,061	△5.4	11.8	12.0	
	自転車	73,670	4,361	6.3	0.1	0.1	
家具・什器・ 機械器具小売業	家具・建具・畳	1,690,895	△372,052	△18.0	1.4	1.5	
	機械器具	8,537,721	1,679,542	24.5	6.9	5.9	
	その他のじゅう器	611,502	△120,622	△16.5	0.5	1.1	
その他の小売業	医薬品・化粧品	5,769,113	978,849	20.4	4.6	5.6	
	農耕用品	1,441,837	63,144	4.6	1.2	1.4	
	燃料	9,253,673	20,309	0.2	7.4	8.2	
	書籍・文房具	4,489,965	435,987	10.8	3.6	3.6	
	スポーツ用品・がん具・娯楽品・楽器	1,785,607	△188,233	△9.5	1.4	2.2	
	写真機・写真材料	184,341	△77,477	△29.6	0.1	0.2	
	時計・眼鏡・光学機械	809,136	△72,842	△8.3	0.7	0.8	
	他に分類されない小売業	7,375,680	△494,780	△6.3	5.9	5.4	
	合	計	124,326,605	2,848,831	2.3	100.0	100.0

医薬品・化粧品小売業の販売額は、平成14年に比べて20.4%増加。医薬分業に伴う調剤薬局の販売増などから大幅に増加したものとみられる。なお、同小売業販売額の3分の1以上を占めるドラッグストアは7.1%の増加にとどまった。

(8) 写真機・写真材料小売業の販売額が減少

一方、医薬品・化粧品小売業とは対照的に販売額を減らしたのは写真機・写真材料小売業。平成14年に比べて29.6%減少した。デジタルカメラの普及で、フィルムを用いる従来型のカメラを扱うカメラ店の販売額が大幅に落ち込んだものとみられる。

(9) 1事業所当たりの売場面積が増加

1事業所当たりの売場面積は123.5㎡で、平成14年に比べて15.6%増加した。全体として1店舗当たりの売場面積の拡大、大型店の増加が進行していることがうかがえる。業種別では、婦人・

子供服小売業(46.2%増)、鮮魚小売業(39.8%増)、機械器具小売業(35.9%増)、医薬品・化粧品小売業(32.8%増)など、販売額の増加が著しかった業種の売場面積が増加している。

3. おわりに

昨今の景気の回復に伴う雇用環境、所得環境の好転に支えられて、県内小売業の販売額は再び増加に転じた。しかし、この恩恵にあずかかったのは、量販店、コンビニ、ドラッグストアなど一部に過ぎない。

今回の調査結果は速報ベースであり、本稿では大まかな動きしか捉えられなかったが、小売環境は前回調査時よりさらに厳しさを増したものと思われる。今後、従業者規模別や市町村別などより詳細なデータが出るのを待って、再度県内小売業の実態分析を行ってみたい。(井阪 英夫)

県内小売業の業態別事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積

区分	事業所数		従業者数		年間商品販売額		売場面積	
		増減率(%)	(人)	増減率(%)	(万円)	増減率(%)	(㎡)	増減率(%)
1. 百貨店	4	0.0	1,481	△0.5	×	×	×	×
1 大型百貨店	3	0.0	1,409	0.0	×	×	×	×
2 その他の百貨店	1	0.0	72	△8.9	×	×	×	×
2. 総合スーパー	26	18.2	7,616	38.2	×	×	×	×
1 大型総合スーパー	26	18.2	7,616	38.2	×	×	×	×
2 中型総合スーパー	—	—	—	—	—	—	—	—
3. 専門スーパー	339	△6.6	12,319	△14.6	24,145,414	△0.8	362,964	9.8
1 衣料品スーパー	40	△29.8	478	△34.2	823,569	△43.1	24,652	△22.8
2 食料品スーパー	186	△2.1	8,849	△20.4	18,792,614	3.6	178,174	7.9
3 住関連スーパー	113	△2.6	2,992	15.3	4,529,231	△4.7	160,138	19.8
うちホームセンター	40	11.1	1,474	13.0	2,887,176	10.8	94,338	18.3
4. コンビニエンス・ストア	333	7.4	5,182	4.9	4,783,675	11.3	37,202	15.9
うち終日営業店	274	8.7	4,364	5.6	4,034,700	8.0	31,384	16.7
5. ドラッグストア	122	△22.3	1,053	3.0	2,086,851	7.1	35,423	39.0
6. その他のスーパー	463	△33.4	3,440	△27.4	4,817,786	△12.6	63,770	△17.2
うち各種商品取扱店	7	△12.5	113	△4.2	286,187	15.5	3,805	△11.3
7. 専門店	7,613	△2.6	34,307	△2.4	45,792,130	1.4	488,463	16.4
1 衣料品専門店	1,016	△4.2	3,147	△1.8	2,679,152	△7.4	63,794	3.3
2 食料品専門店	1,904	△1.6	8,399	△6.5	5,555,052	△0.6	68,653	0.1
3 住関連専門店	4,693	△2.7	22,761	△0.9	37,557,926	2.4	356,016	23.0
8. 中心店	3,607	1.9	15,934	13.0	23,170,266	11.7	251,010	2.4
1 衣料品中心店	724	14.2	3,260	41.7	4,608,636	57.8	80,680	68.2
2 食料品中心店	1,399	△3.3	5,923	12.7	6,391,169	△2.3	69,712	△1.1
3 住関連中心店	1,484	1.7	6,751	3.1	12,170,461	8.0	100,618	△20.5
9. その他の小売店	32	28.0	174	48.7	209,037	△17.0	3,303	38.1
うち各種商品取扱店	32	28.0	174	48.7	209,037	△17.0	3,303	38.1
合計	12,539	△3.0	81,506	0.0	124,326,605	2.3	1,548,535	12.1

※ 増減率は平成14年調査との比較による。×は秘密保持上秘匿とされたものである。