

概 況

・業態別にみた事業所数、就業者数及び年間商品販売額

平成24年2月1日現在で実施した経済センサス 活動調査における小売業の事業所数は、103万3358事業所となっている。

このうち「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた78万2862事業所を対象として、業態区分の定義(別表(32頁参照))により再集計した数値は、下記のとおりとなっている(第-1表、第-2表)。

第 - 1表 業態別の事業所数、就業者数及び年間商品販売額

業 態 別	事業所数		就業者数		年間商品販売額	
		構成比 (%)	(人)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)
小売業計	1,033,358					
合 計 (業態別の集計対象)	782,862	100.0	6,055,186	100.0	110,489,863	100.0
1. 百貨店	228	0.0	228,054	3.8	5,487,978	5.0
(1) 大型百貨店	224	0.0	227,645	3.8	5,480,454	5.0
(2) その他の百貨店	4	0.0	409	0.0	7,524	0.0
2. 総合スーパー	1,122	0.1	237,212	3.9	5,322,537	4.8
(1) 大型総合スーパー	1,009	0.1	227,398	3.8	5,033,993	4.6
(2) 中型総合スーパー	113	0.0	9,814	0.2	288,544	0.3
3. 専門スーパー	35,052	4.5	1,292,591	21.3	24,088,672	21.8
(1) 衣料品スーパー	7,855	1.0	111,461	1.8	2,078,965	1.9
(2) 食料品スーパー	16,290	2.1	913,882	15.1	16,828,614	15.2
(3) 住関連スーパー	10,907	1.4	267,248	4.4	5,181,093	4.7
うちホームセンター	4,570	0.6	140,224	2.3	3,111,729	2.8
4. コンビニエンスストア	30,598	3.9	486,834	8.0	5,490,078	5.0
うち終日営業店	25,349	3.2	433,452	7.2	4,900,932	4.4
5. 広義ドラッグストア	14,872	1.9	181,214	3.0	3,803,587	3.4
うちドラッグストア	14,326	1.8	173,806	2.9	3,643,964	3.3
6. その他のスーパー	52,409	6.7	371,055	6.1	4,407,643	4.0
うち各種商品取扱店	507	0.1	7,018	0.1	110,432	0.1
7. 専門店	425,438	54.3	2,049,257	33.8	35,167,616	31.8
(1) 衣料品専門店	53,279	6.8	186,906	3.1	2,206,936	2.0
(2) 食料品専門店	96,837	12.4	393,901	6.5	3,153,188	2.9
(3) 住関連専門店	275,322	35.2	1,468,450	24.3	29,807,492	27.0
8. 家電大型専門店	2,237	0.3	82,838	1.4	5,350,099	4.8
9. 中心店	197,618	25.2	935,629	15.5	15,664,354	14.2
(1) 衣料品中心店	40,315	5.1	172,157	2.8	2,609,973	2.4
(2) 食料品中心店	62,970	8.0	248,487	4.1	2,807,286	2.5
(3) 住関連中心店	94,333	12.0	514,985	8.5	10,247,094	9.3
10. その他の小売店	1,214	0.2	5,364	0.1	77,705	0.1
うち各種商品取扱店	756	0.1	3,849	0.1	58,359	0.1
11. 無店舗販売	22,074	2.8	185,138	3.1	5,629,594	5.1
うち通信・カタログ販売、 インターネット販売	4,835	0.6	71,442	1.2	3,222,308	2.9

(注1) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注3) 「小売業計」は、「産業編(総括表)」及び「産業編(都道府県表)」の統計表第1表の「小売業計」に該当する。

(注4) 「合計(業態別の集計対象)」は、「産業編(総括表)」及び「産業編(都道府県表)」の統計表第2表以降に該当する。

(注5) 「合計(業態別の集計対象)」から「うち通信・カタログ販売、インターネット販売」までの各数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として集計した。

第 - 2表 業態別の単位当たり年間商品販売額

業態分類	平成19年			平成24年			差額（平成24年 - 平成19年）		
	1事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)	売場面積 1㎡当たり 年間商品 販売額 (万円)	1事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)	売場面積 1㎡当たり 年間商品 販売額 (万円)	1事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)	売場面積 1㎡当たり 年間商品 販売額 (万円)
合 計	11,839	2,022	66	14,114	2,187	60	2,275	165	▲ 6
1. 百貨店	2,821,731	2,244	121	2,407,008	2,493	92	▲ 414,723	249	▲ 29
(1) 大型百貨店	2,965,174	2,259	121	2,446,631	2,492	92	▲ 518,543	233	▲ 29
(2) その他の百貨店	290,983	1,014	114	188,098	4,111	479	▲ 102,885	3,097	365
2. 総合スーパー	469,826	2,742	50	474,379	2,885	46	4,553	143	▲ 4
(1) 大型総合スーパー	504,849	2,706	48	498,909	2,841	45	▲ 5,940	135	▲ 3
(2) 中型総合スーパー	241,759	3,344	98	255,349	3,941	98	13,590	597	0
3. 専門スーパー	67,329	2,723	60	68,723	2,567	53	1,394	▲ 156	▲ 7
(1) 衣料品スーパー	23,498	2,671	34	26,467	2,421	35	2,969	▲ 250	1
(2) 食料品スーパー	95,767	2,738	89	103,306	2,630	81	7,539	▲ 108	▲ 8
(3) 住関連スーパー	48,187	2,691	31	47,502	2,437	28	▲ 685	▲ 254	▲ 3
うちホームセンター	75,549	2,994	29	68,090	2,712	26	▲ 7,459	▲ 282	▲ 3
4. コンビニエンスストア	16,042	1,713	140	17,943	1,711	152	1,901	▲ 2	12
うち終日営業店	16,972	1,725	143	19,334	1,718	158	2,362	▲ 7	15
5. 広義ドラッグストア	25,537	2,814	63	25,575	2,775	59	38	▲ 39	▲ 4
うちドラッグストア	23,723	2,733	63	25,436	2,767	59	1,713	34	▲ 4
6. その他のスーパー	10,071	1,673	64	8,410	1,510	65	▲ 1,661	▲ 163	1
うち各種商品取扱店	25,447	2,484	46	21,782	1,707	42	▲ 3,665	▲ 777	▲ 4
7. 専門店	7,043	1,655	64	8,266	1,915	62	1,223	260	▲ 2
(1) 衣料品専門店	4,213	1,290	54	4,142	1,238	48	▲ 71	▲ 52	▲ 6
(2) 食料品専門店	3,536	842	80	3,256	896	73	▲ 280	54	▲ 7
(3) 住関連専門店	9,231	2,045	63	10,826	2,282	64	1,595	237	1
8. 家電大型専門店	235,331	7,229	100	239,164	7,074	85	3,833	▲ 155	▲ 15
9. 中心店	7,912	1,848	55	7,927	1,800	46	15	▲ 48	▲ 9
(1) 衣料品中心店	6,896	1,553	50	6,474	1,595	42	▲ 422	42	▲ 8
(2) 食料品中心店	4,727	1,356	64	4,458	1,255	55	▲ 269	▲ 101	▲ 9
(3) 住関連中心店	10,553	2,212	54	10,863	2,121	45	310	▲ 91	▲ 9
10. その他の小売店	7,693	1,540	56	6,401	1,602	47	▲ 1,292	62	▲ 9
うち各種商品取扱店	7,364	1,609	54	7,719	1,691	52	355	82	▲ 2
11. 無店舗販売	17,898	2,980	-	25,503	3,279	-	7,605	299	-
うち通信・カタログ販売、 インターネット販売	65,628	5,000	-	66,645	5,114	-	1,017	114	-

- (注1) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。
就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。
- (注3) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

業態別にみた単位当たり年間商品販売額の状況

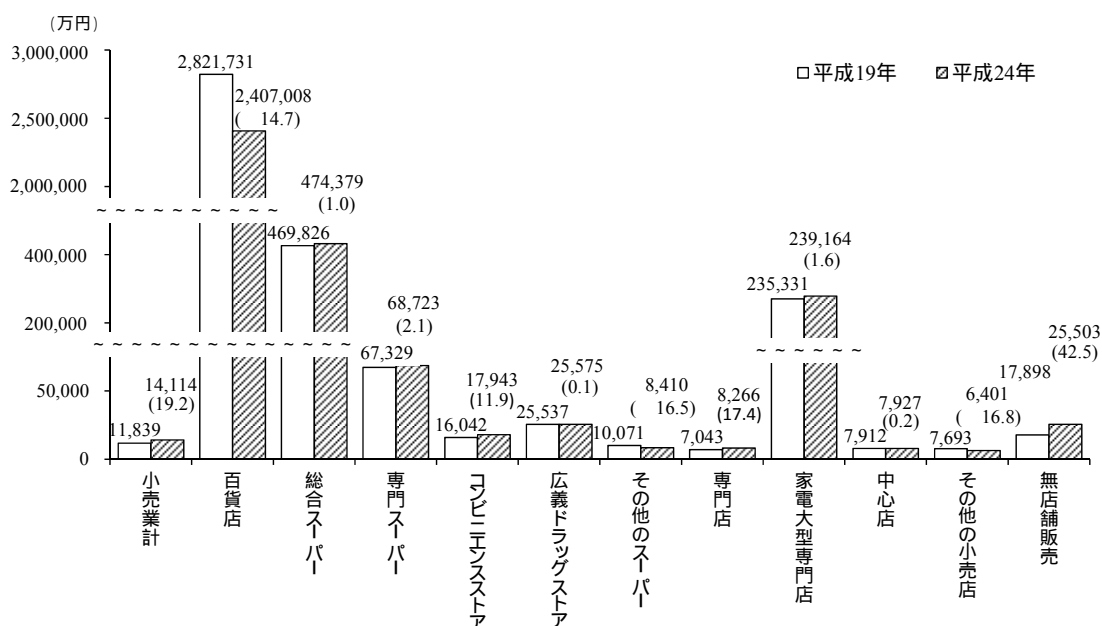
1. 業態別の単位当たり年間商品販売額

(1) 1事業所当たりの年間商品販売額

小売業の1事業所当たりの年間商品販売額は1億4114万円となっており、平成24年業態区分の定義で再集計した平成19年商業統計調査(以下「平成19年」という。)と比べると+19.2%となっている。

業態別にみると、「百貨店」が240億7008万円(同14.7%)と最も多く、次いで「総合スーパー」が47億4379万円(同+1.0%)、「家電大型専門店」が23億9164万円(同+1.6%)などとなっている(第-1図)。

第-1図 業態別1事業所当たりの年間商品販売額



(注1) 図中の()内の数値は、平成19年に対する平成24年の増減率(%)である。

(注2) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

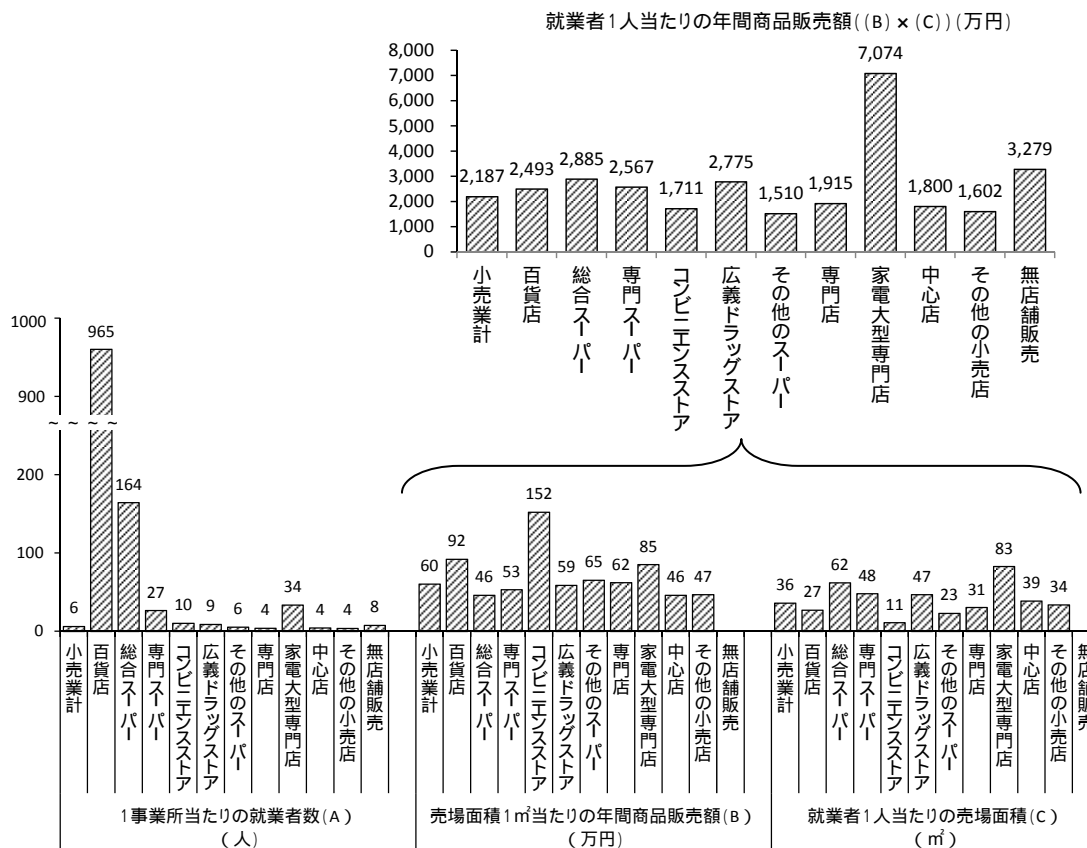
(注3) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

1事業所当たりの年間商品販売額は、その構成指標として、1事業所当たりの就業者数と就業者1人当たりの年間商品販売額に分けることができる。1事業所当たりの就業者数をみると、小売業計で6人となっている。業態別にみると、「百貨店」が965人と最も多く、次いで「総合スーパー」が164人、「家電大型専門店」が34人などとなっている。また、就業者1人当たりの年間商品販売額をみると、小売業計で2187万円となっている。業態別にみると、「家電大型専門店」が7074万円と最も多く、次いで「無店舗販売」が3279万円、「総合スーパー」が2885万円などとなっている。

さらに就業者1人当たりの年間商品販売額は、その構成指標として、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額と就業者1人当たりの売場面積に分けることができる。売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、小売業計で60万円となっている。業態別にみると、「コンビニエンスストア」が152万円と最も多く、次いで「百貨店」が92万円、「家電大型専門店」が85万円などとなっている。また、就業者1人当たりの売場面積をみると、小売業計で36㎡となっている。業態別にみると、「家電大型専門店」が83㎡と最も大きく、次いで「総合スーパー」が62㎡、「専門スーパー」が48㎡などとなっている(第-2

図)。

第 - 2 図 業態別 1 事業所当たりの年間商品販売額の構成指標



(注 1) 1 事業所当たりの年間商品販売額の構成指標

1 事業所当たりの年間商品販売額 ((A) × (B) × (C))

= (就業者数 / 事業所数) × (年間商品販売額 / 売場面積) × (売場面積 / 就業者数)

= (1 事業所当たりの就業者数(A)) × (売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額(B)) × (就業者 1 人当たりの売場面積(C))

就業者 1 人当たりの年間商品販売額 ((B) × (C))

= (年間商品販売額 / 売場面積) × (売場面積 / 就業者数)

= (売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額(B)) × (就業者 1 人当たりの売場面積(C))

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注 2) 就業者 1 人当たりの年間商品販売額、1 事業所当たりの就業者数及び就業者 1 人当たりの売場面積は、パート・アルバイトなどの従業者について 8 時間に換算して算出した。

(注 3) 「無店舗販売」については、売場面積を調査していない。

(注 4) グラフの数値は単位未満を四捨五入しているため、(A) ~ (C) の構成指標による計算値と 1 事業所当たりの年間商品販売額及び就業者 1 人当たりの年間商品販売額は一致しない場合がある。

(注 5) 平成 19 年の業態別数値は、平成 19 年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成 24 年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

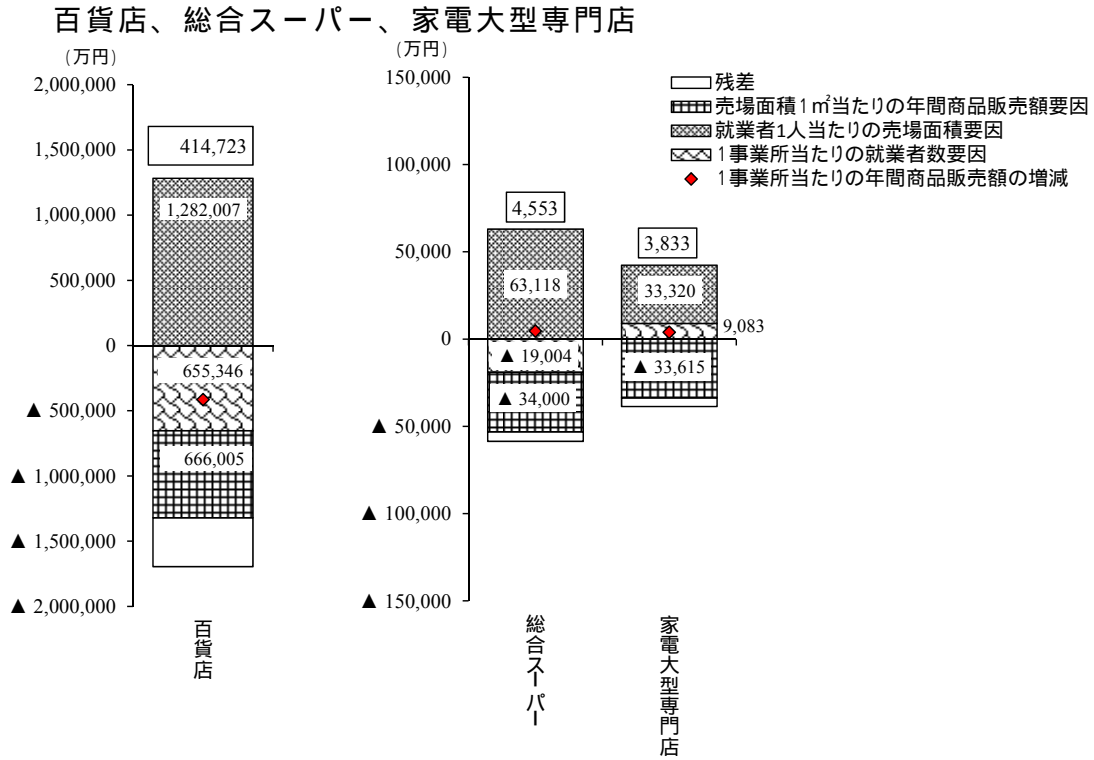
(注 6) 平成 24 年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

1 事業所当たりの年間商品販売額について平成 19 年と比べた金額増減をみると、小売業計は + 2275 万円で、その内訳は、就業者 1 人当たりの売場面積要因が + 2179 万円、1 事業所当たりの就業者数要因が + 1212 万円、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因が 1026 万円となっている。

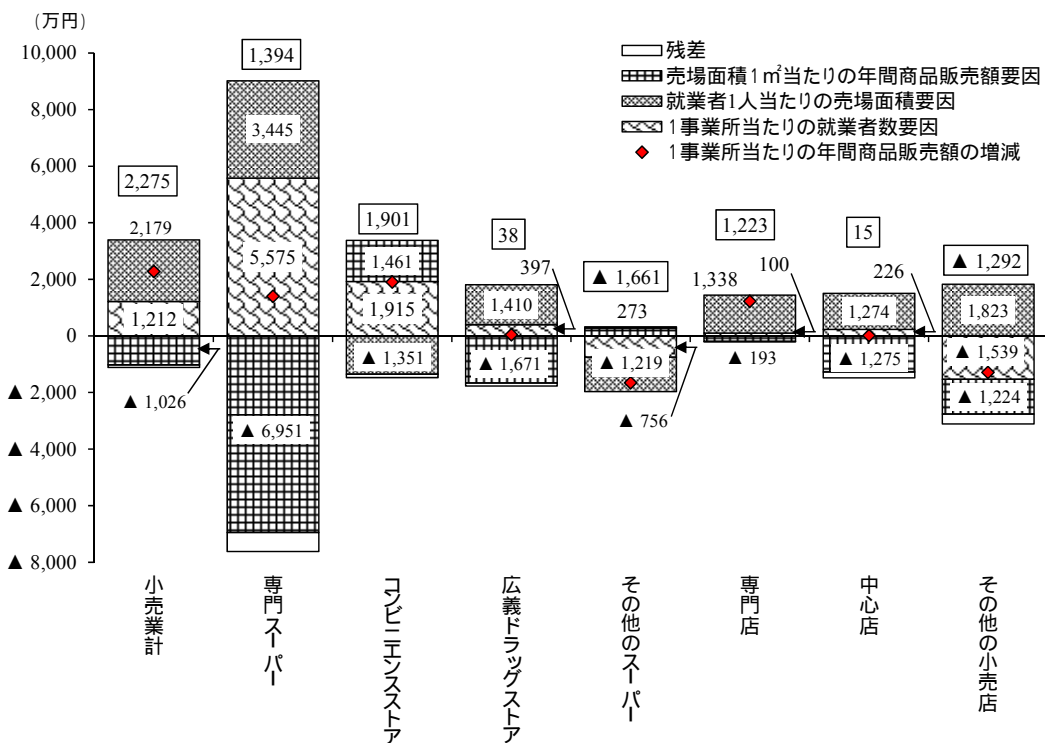
業態別にみると、「総合スーパー」は + 4553 万円で、その内訳は、就業者 1 人当たりの売場面積要因が + 6 億 3118 万円、1 事業所当たりの就業者数要因が 1 億 9004 万円、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因が 3 億 4000 万円となっている。「家電大型専門店」は + 3833 万円で、その内訳は、就業者 1 人当たりの売

売場面積要因が+3億3320万円、1事業所当たりの就業者数要因が+9083万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が3億3615万円となっている。「百貨店」は41億4723万円で、その内訳は、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が66億6005万円、1事業所当たりの就業者数要因が65億5346万円、就業者1人当たりの売場面積要因が+128億2007万円となっている(第-3図)。

第-3図 業態別1事業所当たりの年間商品販売額の変動要因(平成19年比較)



専門スーパー、コンビニエンスストア等



(注1) 【要因分解式】

$$\begin{aligned}
 & 1 \text{事業所当たりの年間商品販売額 (E)} \\
 & = (\text{就業者数 (L)} / \text{事業所数 (E)}) \times (\text{売場面積 (A)} / \text{就業者数 (L)}) \times (\text{年間商品販売額 (S)} / \text{売場面積 (A)}) \\
 & = (1 \text{事業所当たりの就業者数 (L/E)}) \times (\text{就業者1人当たりの売場面積 (A/L)}) \times (\text{売場面積1m}^2 \text{当たりの年間商品販売額 (S/A)}) \\
 & E = (L/E) \cdot (A/L) \cdot (S/A) + (A/L) \cdot (L/E) \cdot (S/A) + (S/A) \cdot (A/L) \cdot (L/E) \\
 & \quad (1 \text{事業所当たりの就業者数要因}) \quad (\text{就業者1人当たりの売場面積要因}) \quad (\text{売場面積1m}^2 \text{当たりの年間商品販売額要因})
 \end{aligned}$$

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 1事業所当たりの就業者数及び就業者1人当たりの売場面積は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注3) 図中の□ 囲みの数値は、1事業所当たりの年間商品販売額の増減額である。

(注4) 本要因分析では、計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

(注5) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

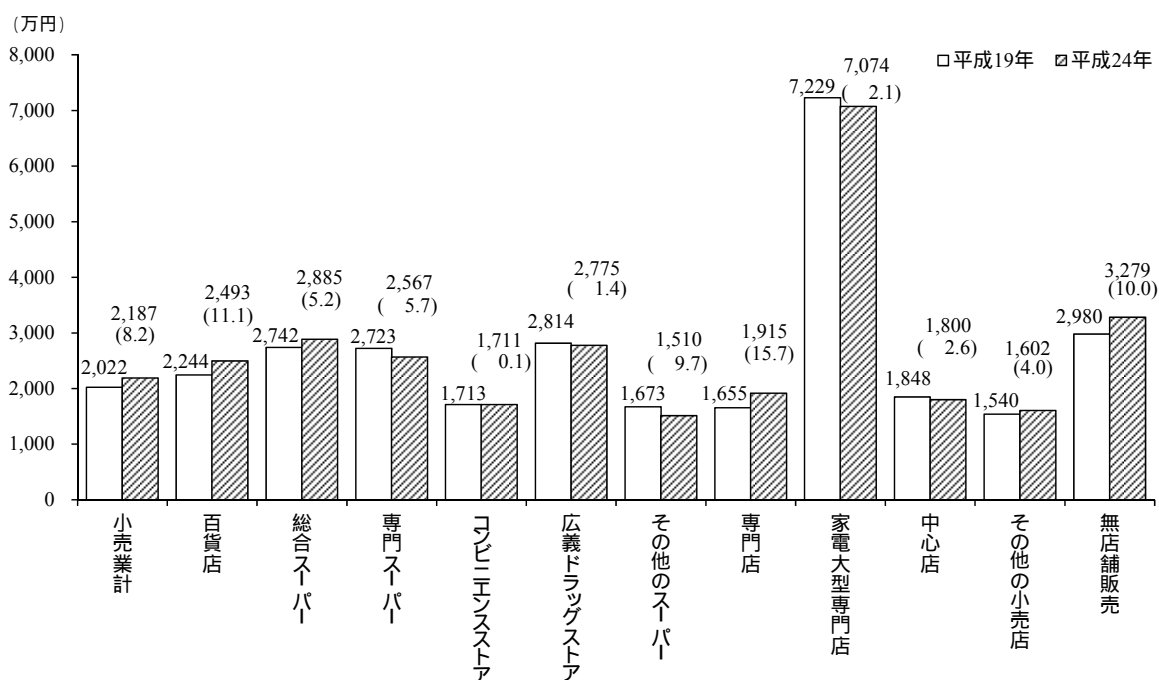
(注6) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(2) 就業者1人当たりの年間商品販売額

小売業の就業者1人当たりの年間商品販売額は2187万円(平成19年と比べると+8.2%)となっている。

業態別にみると、「家電大型専門店」が7074万円(同▲2.1%)と最も多く、次いで「無店舗販売」が3279万円(同+10.0%)、「総合スーパー」が2885万円(同+5.2%)などとなっている(第-4図)。

第 - 4 図 業態別就業者1人当たりの年間商品販売額



(注1) 図中の()内の数値は、平成19年に対する増減率(%)である。

(注2) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

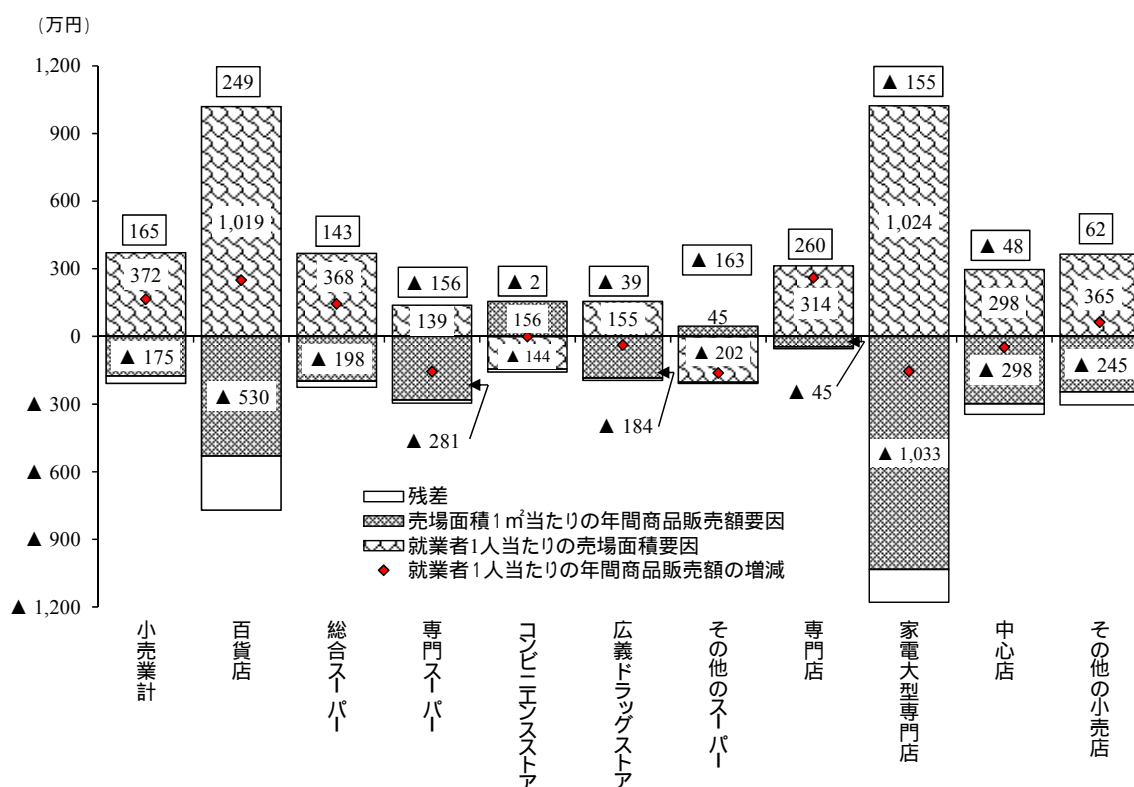
(注3) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

(注4) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

就業者1人当たりの年間商品販売額について平成19年と比べた金額増減をみると、小売業計は+165万円で、その内訳は、就業者1人当たりの売場面積要因が+372万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が▲175万円となっている。

業態別にみると、「専門店」は+260万円で、その内訳は、就業者1人当たりの売場面積要因が+314万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が▲45万円となっている。「百貨店」は+249万円で、その内訳は、就業者1人当たりの売場面積要因が+1019万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が▲530万円となっている。「総合スーパー」は+143万円で、その内訳は、就業者1人当たりの売場面積要因が+368万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が▲198万円となっている。「総合スーパー」は+143万円で、その内訳は、就業者1人当たりの売場面積要因が+368万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が▲198万円などとなっている（第-5図）。

第-5図 業態別就業者1人当たりの年間商品販売額の変動要因(平成19年比較)



(注1) 【要因分解式】

$$\begin{aligned}
 \text{就業者1人当たりの年間商品販売額 (EI)} &= \text{年間商品販売額} / \text{就業者数} \\
 &= (\text{年間商品販売額 (S)} / \text{売場面積 (A)}) \times (\text{売場面積 (A)} / \text{就業者数 (L)}) \\
 &= (\text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額 (S/A)}) \times (\text{就業者1人当たりの売場面積 (A/L)}) \\
 EI &= \underbrace{(S/A) \cdot (A/L)}_{\text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因}} + \underbrace{(A/L) \cdot (S/A)}_{\text{就業者1人当たりの売場面積要因}}
 \end{aligned}$$

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 図中の□囲みの数値は、就業者1人当たりの年間商品販売額の増減額である。

(注3) 就業者1人当たりの年間商品販売額及び就業者1人当たりの売場面積は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

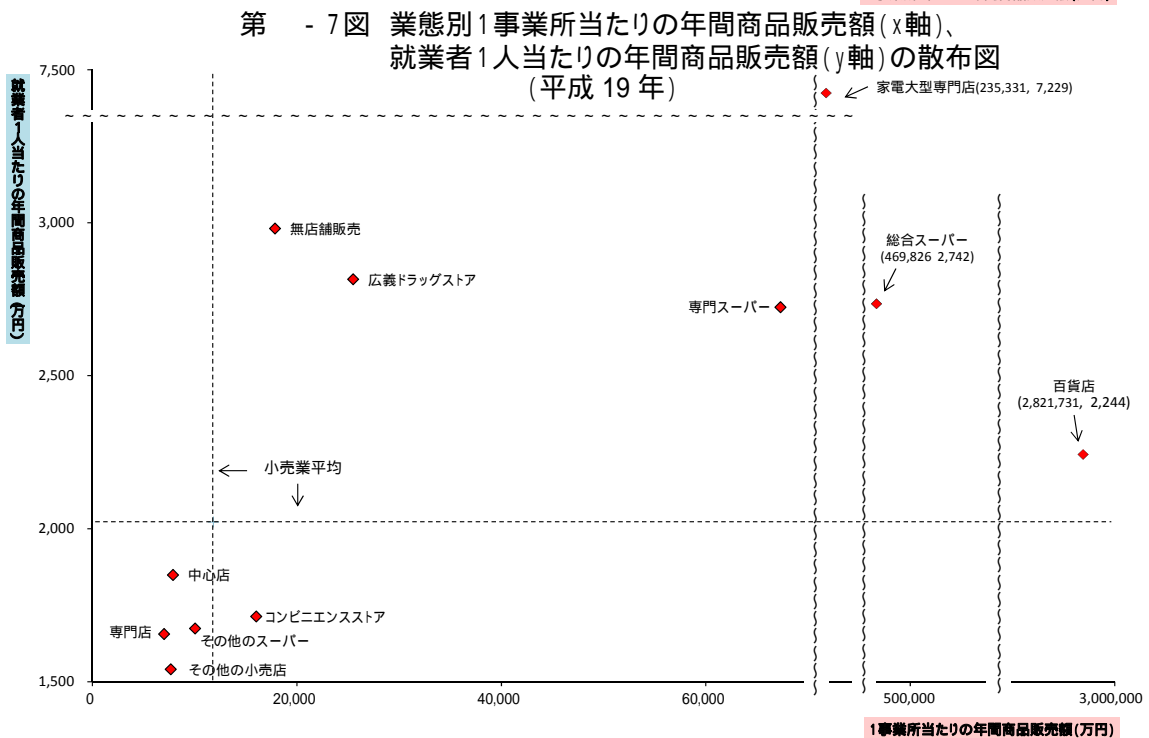
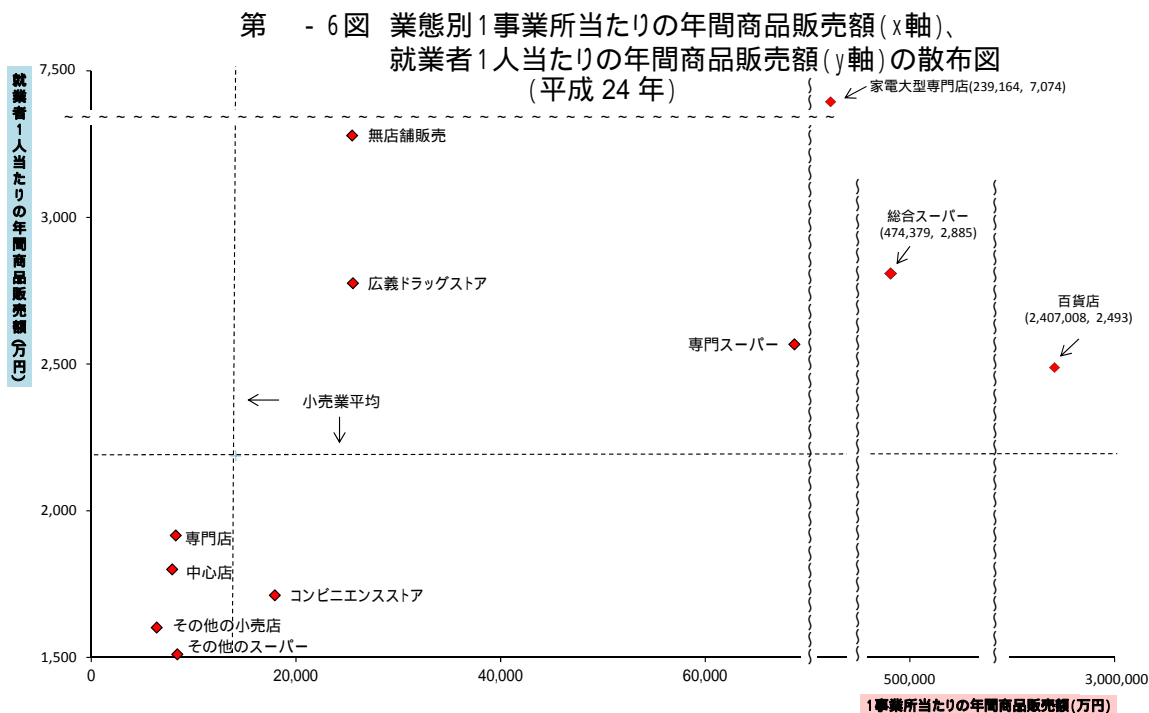
(注4) 本要因分析では計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

(注5) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

(注6) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

1事業所当たりの年間商品販売額に対する就業者1人当たりの年間商品販売額を業態別にみると、業態分類として新たに区分した「家電大型専門店」、「無店舗販売」及び「広義ドラッグストア」は、1事業所当たりの年間商品販売額及び就業者1人当たりの年間商品販売額共に小売業平均を上回っている。

平成19年と比較すると、就業者1人当たりの年間商品販売額は、「無店舗販売」、「専門店」、「百貨店」などについては、販売効率の向上が見られるが、他の業態については、大きな変化は見られない（第-6図、第-7図）。



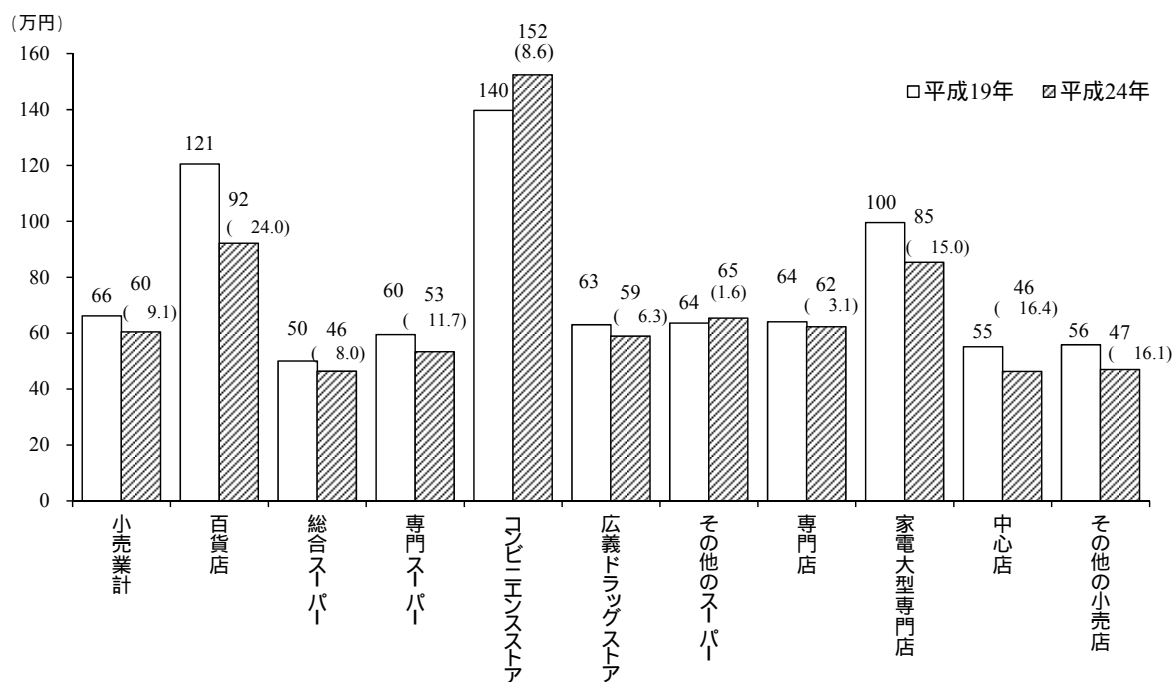
- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者」のうち他への出向・派遣従業者を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。
- (注3) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(3) 売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額

小売業の売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額は 60 万円（平成 19 年と比べると 9.1%）となっている。

業態別にみると、「コンビニエンスストア」が 152 万円（同 + 8.6%）と最も多く、次いで「百貨店」が 92 万円（同 ▲24.0%）、「家電大型専門店」が 85 万円（同 ▲15.0%）などとなっている（第 - 8 図）。

第 - 8 図 業態別売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額



(注1) 図中の()内の数値は、平成 19 年に対する平成 24 年の増減率 (%)である。

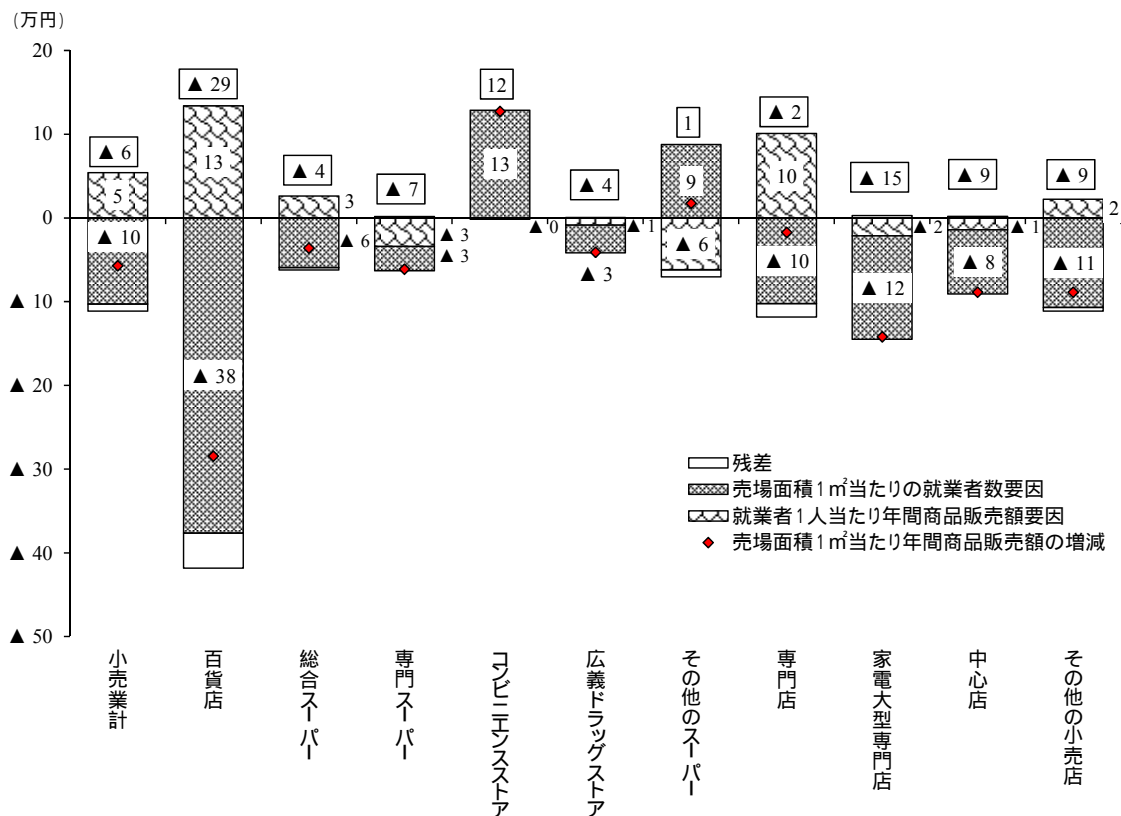
(注2) 平成 19 年の業態別数値は、平成 19 年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成 24 年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

(注3) 平成 24 年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額について平成 19 年と比べた金額増減をみると、小売業計は ▲6 万円で、その内訳は、売場面積 1 m²当たりの就業者数要因が ▲10 万円、就業者 1 人当たりの年間商品販売額要因が + 5 万円となっている。

業態別にみると、「百貨店」は ▲29 万円で、その内訳は、売場面積 1 m²当たりの就業者数要因が ▲38 万円、就業者 1 人当たりの年間商品販売額要因が + 13 万円となっている。「家電大型専門店」は ▲15 万円で、その内訳は、売場面積 1 m²当たりの就業者数要因が ▲12 万円、就業者 1 人当たりの年間商品販売額要因が ▲ 2 万円などとなっている（第 - 9 図）。

第 - 9 図 業態別売場面積 1㎡当たりの年間商品販売額の変動要因(平成 19 年比較)



(注1) 【要因分解式】

$$\begin{aligned}
 \text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(EI)} &= \text{年間商品販売額} / \text{売場面積} \\
 &= (\text{年間商品販売額}(S) / \text{就業者数}(L)) \times (\text{就業者数}(L) / \text{売場面積}(A)) \\
 &= (\text{就業者1人当たりの年間商品販売額}(S/L)) \times (\text{売場面積1㎡当たりの就業者数}(L/A)) \\
 EI &= \underbrace{(S/L) \cdot (L/A)}_{\text{就業者1人当たりの年間商品販売額要因}} + \underbrace{(L/A) \cdot (S/L)}_{\text{売場面積1㎡当たりの就業者数要因}}
 \end{aligned}$$

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 図中の □ 囲みの数値は、売場面積 1㎡当たりの年間商品販売額の増減額である。

(注3) 売場面積 1㎡当たりの就業者数及び就業者 1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について 8時間に換算して算出した。

(注4) 本要因分析では計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

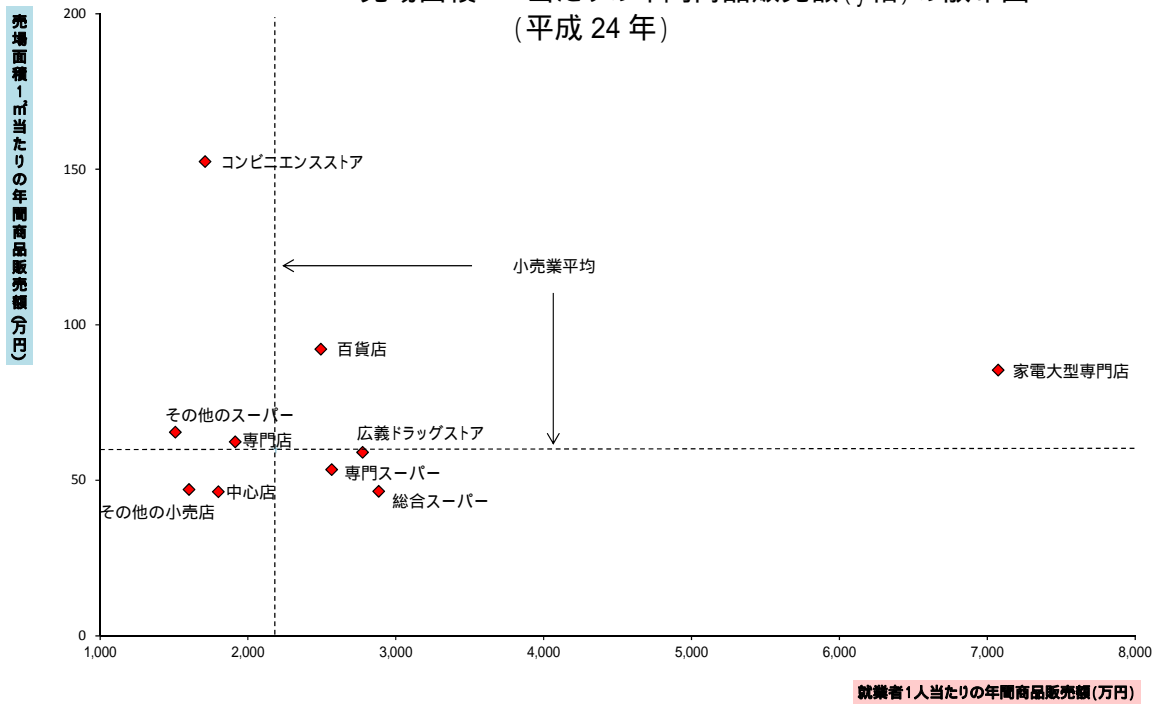
(注5) 平成 19 年の業態別数値は、平成 19 年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成 24 年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。

(注6) 平成 24 年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

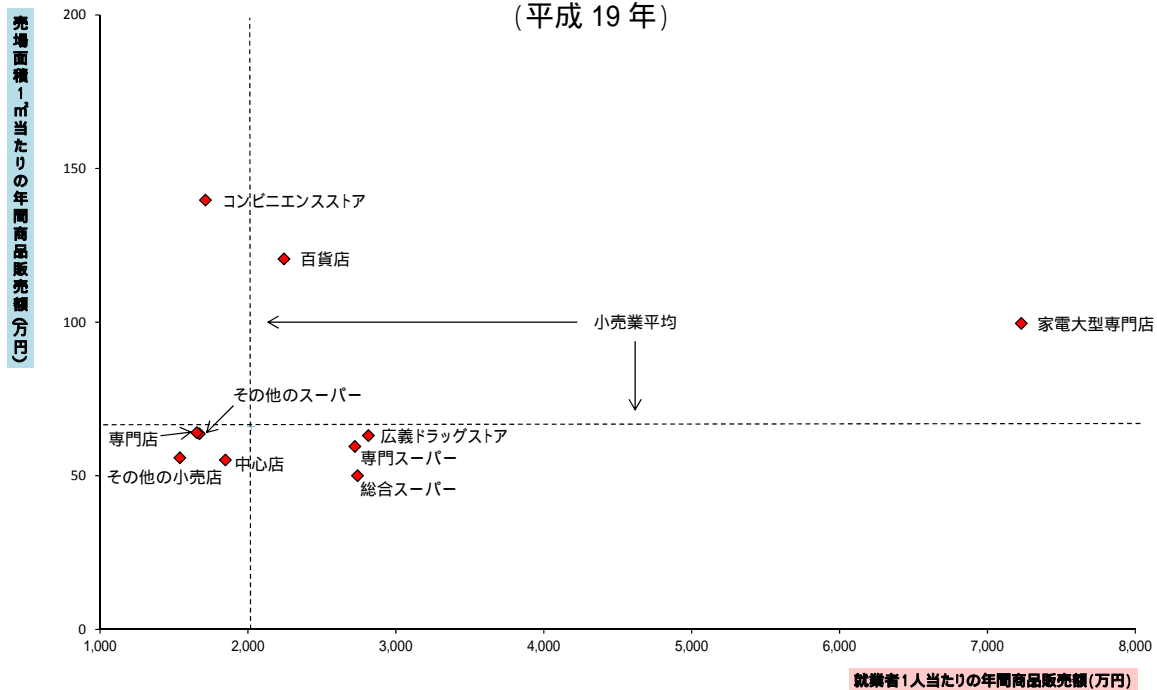
就業者 1 人当たりの年間商品販売額に対する売場面積 1㎡当たりの年間商品販売額を業態別にみると、総じて平成 19 年と比較して分布に大きな変動は見られない。

業態分類として新たに区分した「家電大型専門店」は、就業者 1 人当たりの年間商品販売額及び売場面積 1㎡当たりの年間商品販売額共に小売業平均より多くなっている。「広義ドラッグストア」は、売場面積 1㎡当たりの年間商品販売額は小売業平均よりもやや少なく、就業者 1 人当たりの年間商品販売額では小売業平均より多くなっている(第 - 10 図、第 - 11 図)。

第 - 10 図 業態別就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(平成24年)



第 - 11 図 業態別就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(平成19年)



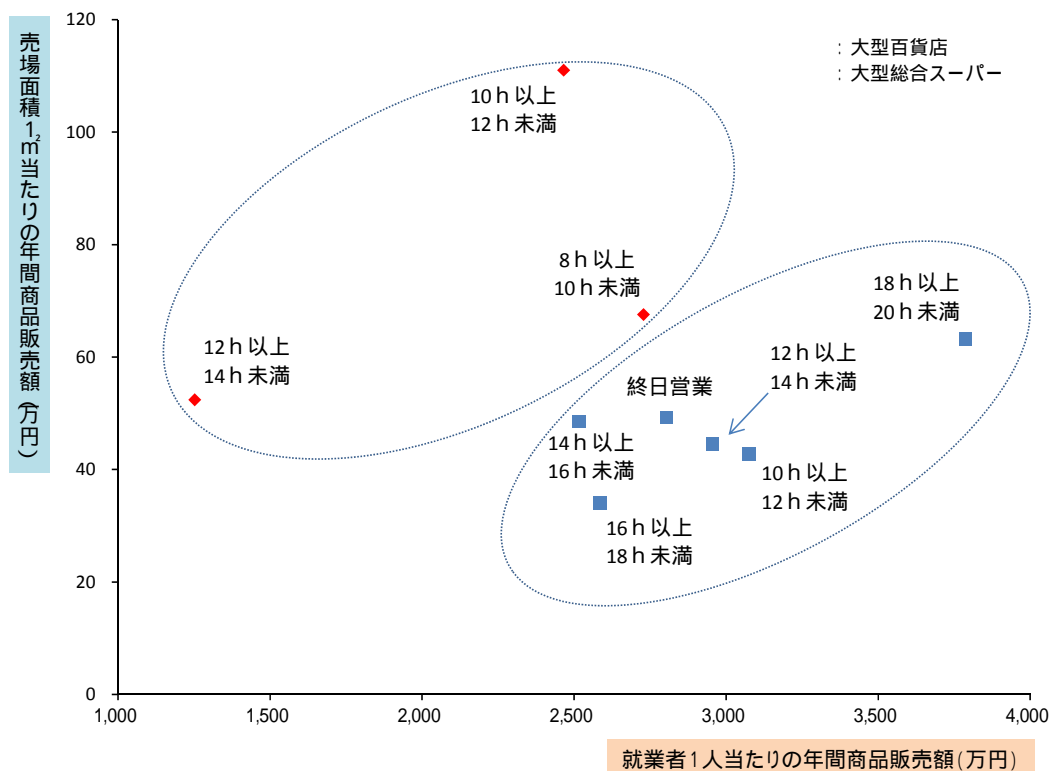
- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 平成19年の業態別数値は、平成19年商業統計調査結果のうち小売業に分類された事業所を、平成24年の業態区分の定義(別表)により再集計し算出した。
- (注3) 平成24年の数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

2. 主要業態の営業時間区別就業者1人当たり及び売場面積1㎡当たりの年間商品販売額

(1) 大型百貨店及び大型総合スーパー

「大型百貨店」及び「大型総合スーパー」について、営業時間区別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、2つの効率性との関係では「大型百貨店」は売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が多く、「大型総合スーパー」は、就業者1人当たりの年間商品販売額が多くなっており、両業態が2グループに大別される(○囲み)(第-12図)。

第 - 12 図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(大型百貨店及び大型総合スーパー)



- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(2) 専門スーパー、専門店及び中心店

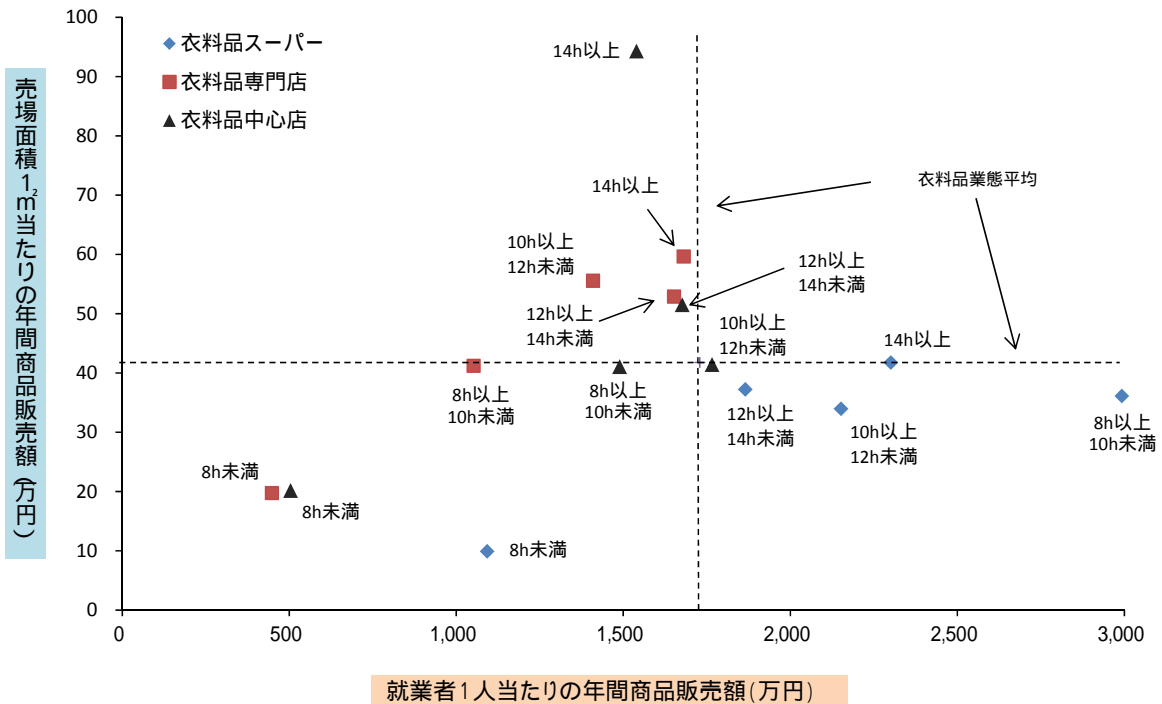
「専門スーパー」、「専門店」及び「中心店」について、その内訳の業態区分を、「衣料品スーパー」、「衣料品専門店」及び「衣料品中心店」(以下「衣料品業態」という。)、「食料品スーパー」、「食料品専門店」及び「食料品中心店」(以下「食料品業態」という。)、「住関連スーパー」、「住関連専門店」及び「住関連中心店」(以下「住関連業態」という。)に分けて見てみる。

衣料品業態

衣料品業態について、営業時間区別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、総じて、「衣料品専門店」は売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が多く、一方、「衣料品スーパー」は就業者1人当たりの年間商品販売額が多い傾向が見られる。

営業時間区分との関係を見ると、各業態とも長時間営業の販売効率は高く、一方営業時間が短い場合には販売効率が低い傾向が見られる(第-13図)。

第-13図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(衣料品業態)



(注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

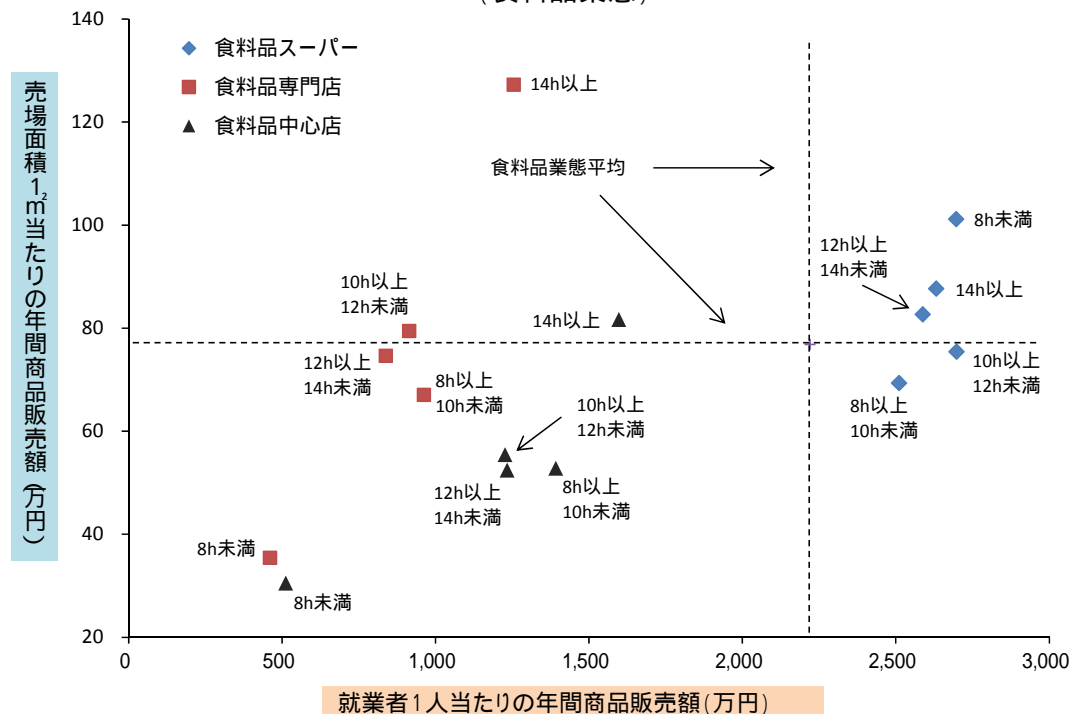
(注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

食料品業態

食料品業態について、営業時間区別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、「食料品スーパー」は就業者1人当たりの年間商品販売額及び売場面積1㎡当たりの年間商品販売額共に多い傾向が見られる。「食料品専門店」は売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が多く、就業者1人当たりの年間商品販売額は少ない傾向が見られる。「食料品中心店」はこれら2つの業態に比べていずれの販売効率も低い傾向が見られる。

営業時間区分との関係を見ると、「食料品専門店」及び「食料品中心店」は「14時間以上」の販売効率が高くなっており、営業時間が長いほど販売効率が高い傾向が見られる。一方、「食料品スーパー」は、営業時間と販売効率との関係に明確な差異は見られない(第-14図)。

第-14図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(食料品業態)

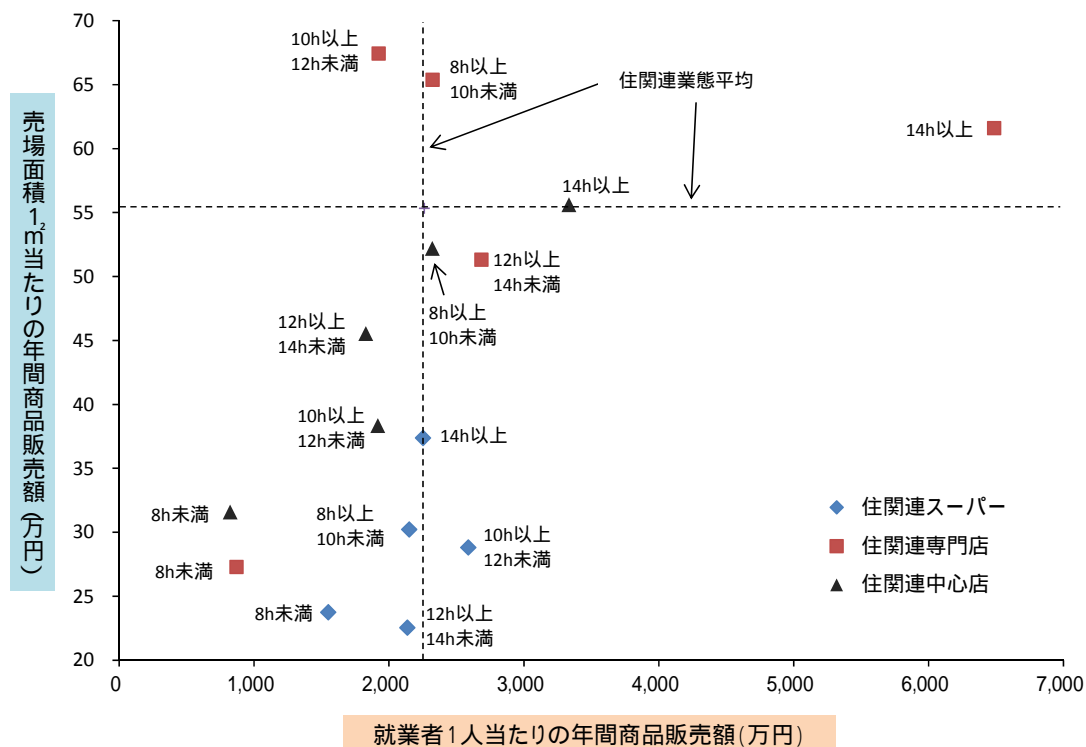


- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

住関連業態

住関連業態について、営業時間区分別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が多い業態は「住関連専門店」、「住関連中心店」、「住関連スーパー」の順となっている。就業者1人当たりの年間商品販売額に各業態間の違いはないが、業態共通として長時間営業ほど販売効率が高い傾向が見られる（第 - 15 図）。

第 - 15 図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(住関連業態)



- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

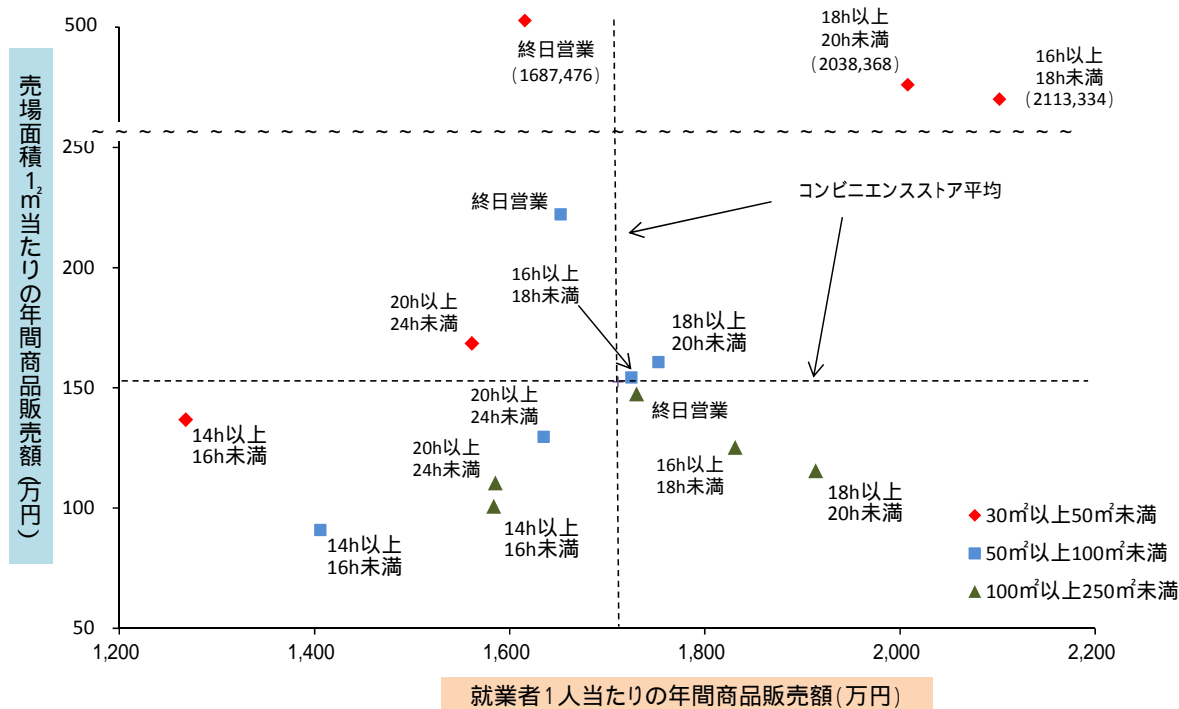
(3) コンビニエンスストア

「コンビニエンスストア」について、売場面積規模別、営業時間区別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、1事業所当たりの売場面積(118㎡)を下回る売場面積「30㎡以上50㎡未満」の小規模事業所は、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が平均よりも多い傾向が見られる。このうち営業時間「16時間以上18時間未満」及び「18時間以上20時間未満」は、就業者1人当たりの年間商品販売額も多くなっている。

売場面積「100㎡以上250㎡未満」の事業所は、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が少ない傾向にある。売場面積「50㎡以上100㎡未満」の事業所の販売効率は、3つの売場面積規模の中間に位置づけられる。

営業時間区分との関係を見ると、売場面積規模に関係なく営業時間「14時間以上16時間未満」の販売効率はやや低い傾向にある(第-16図)。

第-16図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(コンビニエンスストア)



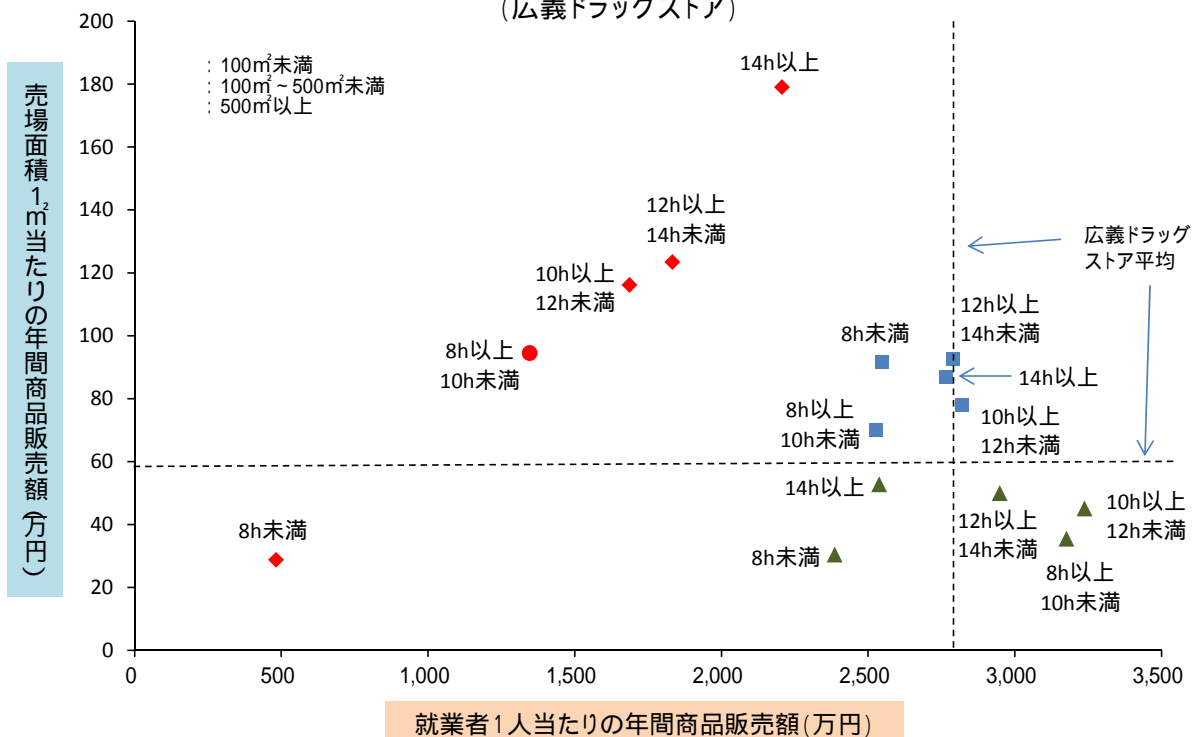
- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(4) 広義ドラッグストア

「広義ドラッグストア」について、売場面積規模別、営業時間区別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、売場面積規模が小さいほど売場面積1㎡当たりの年間商品販売額が多くなる傾向が見られる。

営業時間区分との関係を見ると、売場面積「100㎡未満」の事業所については、営業時間が長くなるほど販売効率が高くなっているが、売場面積100㎡以上の事業所では明確な差異はない(第-17図)。

第-17図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(広義ドラッグストア)

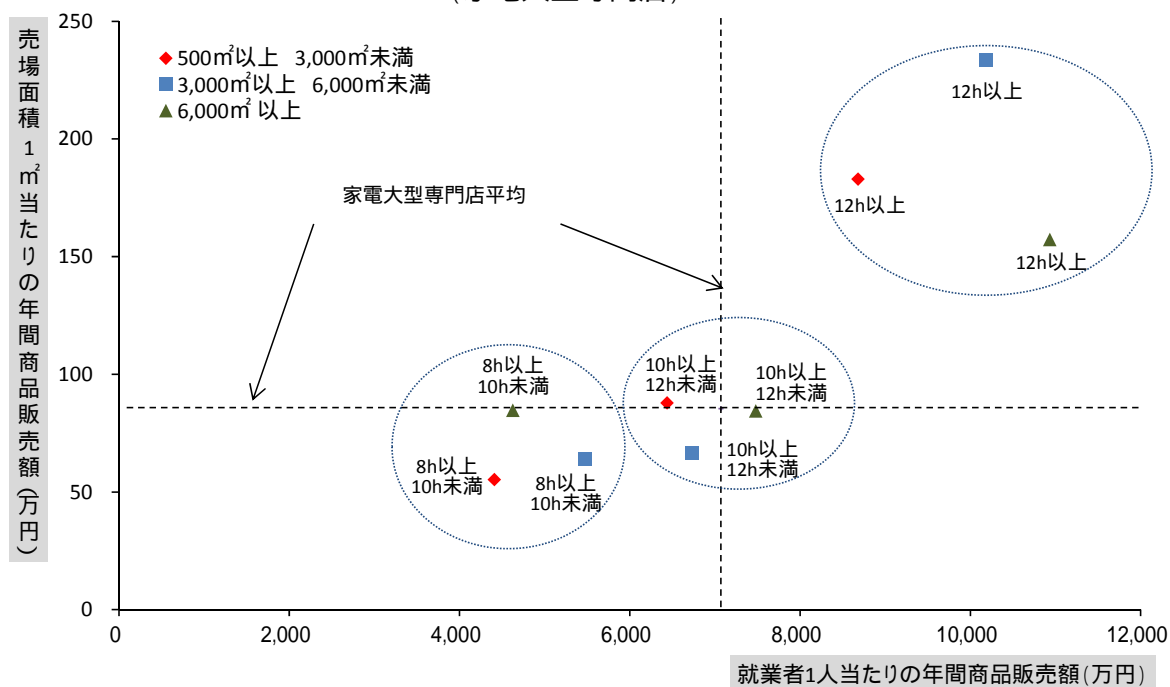


- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者」のうち他への出向・派遣従業者を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(5) 家電大型専門店

「家電大型専門店」について、売場面積規模別、営業時間区別に就業者1人当たりの年間商品販売額に対する売場面積1㎡当たりの年間商品販売額をみると、営業時間「12時間以上」の事業所については平均より販売効率が高く、営業時間12時間未満の事業所では販売効率が低い傾向が見られる(第 - 18 図)。

第 - 18 図 就業者1人当たりの年間商品販売額(x軸)、
売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(y軸)の散布図
(家電大型専門店)



- (注1) 就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。
- (注2) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

トピックス

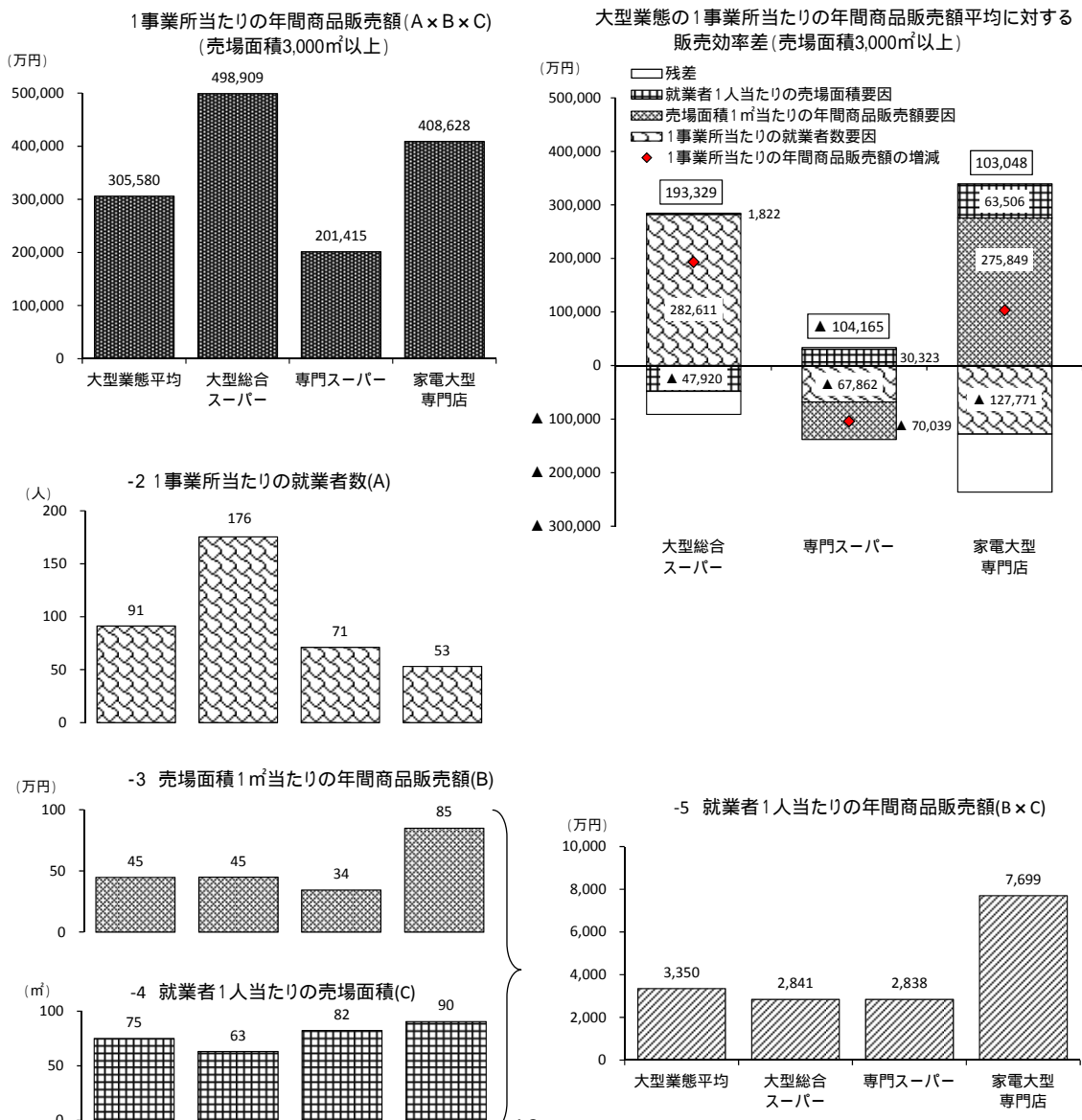
1. 関連業態内平均値等との比較

(1) 大型総合スーパー、専門スーパー及び家電大型専門店（売場面積 3000 m²以上）

「大型総合スーパー」、「専門スーパー」及び「家電大型専門店」のうち、売場面積が 3,000 m²以上の業態（以下「大型業態」という。）による 1 事業所当たりの年間商品販売額平均に対する各業態の販売効率差を 3 要因に分けて見てみる。

大型業態平均の 1 事業所当たりの年間商品販売額は、30 億 5580 万円となっている。これに対する各業態の販売効率差をみると、「大型総合スーパー」は 19 億 3329 万円で、その内訳は、1 事業所当たりの就業者数要因が + 28 億 2611 万円と大きく、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因は + 1822 万円、就業者 1 人当たりの売場面積要因は ▲ 4 億 7920 万円となっている。「家電大型専門店」は + 10 億 3048 万円で、その内訳は、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因が + 27 億 5849 万円と大きく、就業者 1 人当たりの売場面積要因は + 6 億 3506 万円、1 事業所当たりの就業者数要因は ▲ 12 億 7771 万円となっている（第 - 1 図）。

第 - 1 図 大型業態の 1 事業所当たりの年間商品販売額平均に対する販売効率差
（左側；構成指標、右側；販売効率差）



(注1) 【要因分解式】

$$\begin{aligned} & 1 \text{事業所当たりの年間商品販売額 (EI)} \\ & = (\text{就業者数 (L) / 事業所数 (E)}) \times (\text{売場面積 (A) / 就業者数 (L)}) \times (\text{年間商品販売額 (S) / 売場面積 (A)}) \\ & = (1 \text{事業所当たりの就業者数 (L / E)}) \times (\text{就業者 1 人当たりの売場面積 (A / L)}) \times (\text{売場面積 1 m}^2 \text{当たりの年間商品販売額 (S / A)}) \\ & EI = (Li / Ei - La / Ea) \cdot (Aa / La) \cdot (Sa / Aa) + (Ai / Li - Aa / La) \cdot (La / Ea) \cdot (Sa / Aa) + (Si / Ai - Sa / Aa) \cdot (Aa / La) \cdot (La / Ea) \\ & \quad (1 \text{事業所当たりの就業者数要因}) \quad (\text{就業者 1 人当たりの売場面積要因}) \quad (\text{売場面積 1 m}^2 \text{当たりの年間商品販売額要因}) \end{aligned}$$

当該業態の効率性指標：i 業態平均の効率性指標：a

なお、類似する業態を対象としているが、連続する関数でないため残差が大きくなる場合がある。

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 図中の 囲みの数値は、1事業所当たりの年間商品販売額の増減額である。

(注3) 就業者 1 人当たりの売場面積及び 1 事業所当たりの就業者数は、パート・アルバイトなどの従業者について 8 時間に換算して算出した。

(注4) グラフの数値は単位未満を四捨五入しているため、(A)～(C)の構成指標による計算値と 1 事業所当たりの年間商品販売額及び就業者 1 人当たりの年間商品販売額は一致しない場合がある。

(注5) 本要因分析では計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

(注6) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(2) 専門スーパー、専門店及び中心店(衣料品、食料品及び住関連別)

「専門スーパー」、「専門店」及び「中心店」の内訳業態区分である衣料品、食料品及び住関連業態別の就業者 1 人当たりの年間商品販売額平均に対する各業態の販売効率差を 2 要因に分けて見てみる。

衣料品業態

衣料品業態平均の就業者 1 人当たりの年間商品販売額は、1612 万円となっている。衣料品業態平均を上回る「衣料品スーパー」についてみると、販売効率差が + 809 万円、その内訳は、就業者 1 人当たりの売場面積要因が + 1228 万円、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因が ▲ 229 万円となっている。

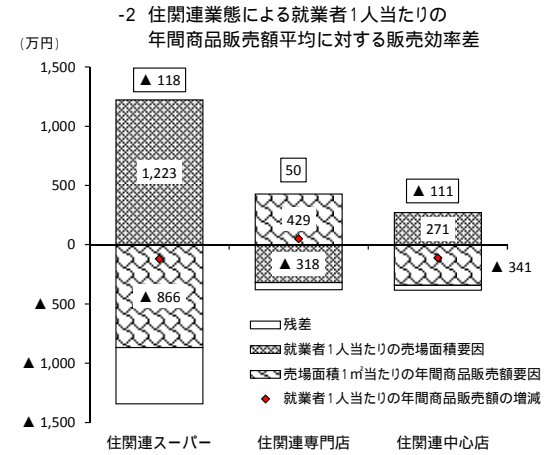
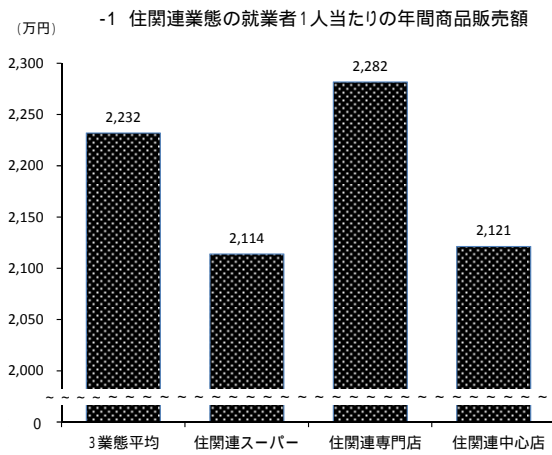
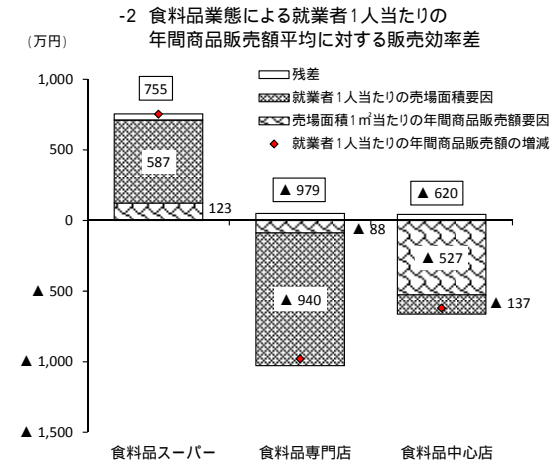
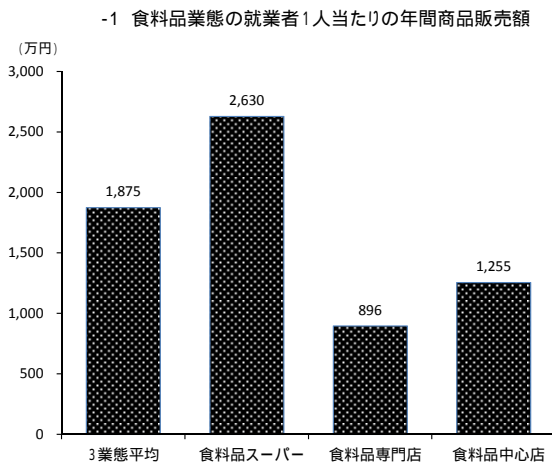
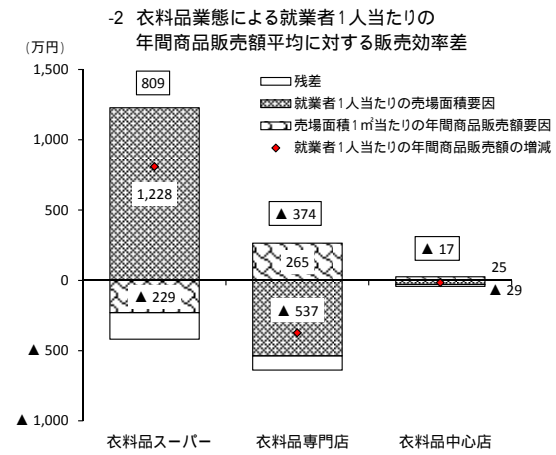
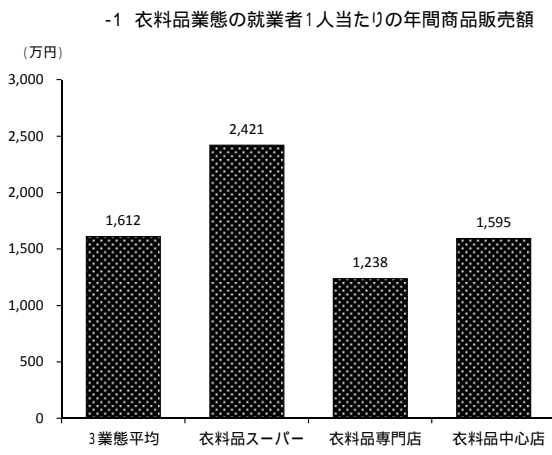
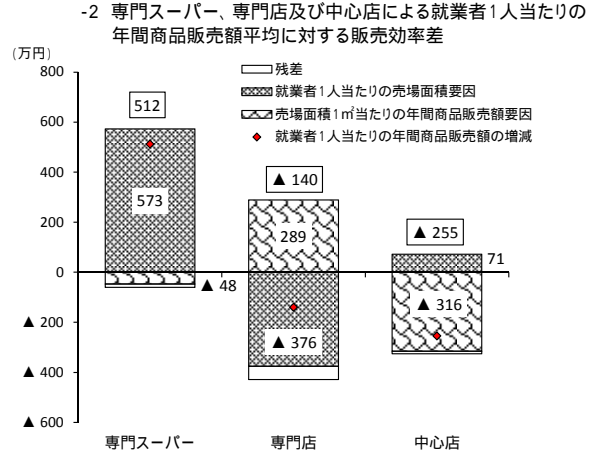
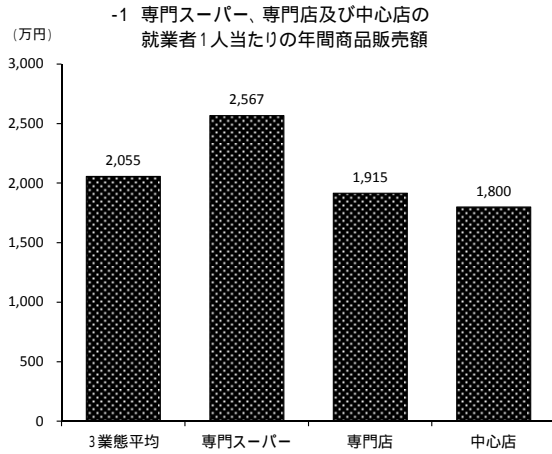
食料品業態

食料品業態平均の就業者 1 人当たりの年間商品販売額は、1875 万円となっている。食料品業態平均を上回る「食料品スーパー」についてみると、販売効率差が + 755 万円、その内訳は、就業者 1 人当たりの売場面積要因が + 587 万円、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因が + 123 万円となっている。

住関連業態

住関連業態平均の就業者 1 人当たりの年間商品販売額は、2232 万円となっている。住関連業態平均を上回る「住関連専門店」についてみると、販売効率差は + 50 万円、その内訳は、売場面積 1 m²当たりの年間商品販売額要因が + 429 万円、就業者 1 人当たりの売場面積要因が ▲ 318 万円となっている(第 2 図、第 - 1 表)。

第 - 2 図 衣料品業態、食料品業態及び住関連業態別 就業者 1 人当たりの年間商品販売額平均に対する販売効率差



(注1) 【要因分解式】

$$\begin{aligned}
 & \text{就業者1人当たりの年間商品販売額 (EI)} = \text{年間商品販売額} / \text{就業者数} \\
 & = (\text{年間商品販売額 (S)} / \text{売場面積 (A)}) \times (\text{売場面積 (A)} / \text{就業者数 (L)}) \\
 & = (\text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額 (S/A)}) \times (\text{就業者1人当たりの売場面積 (A/L)}) \\
 & EI = \frac{(Si/Ai - Sa/Aa) \cdot (A/L)}{(\text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因})} + \frac{(Ai/Li - Aa/La) \cdot (S/A)}{(\text{就業者1人当たりの売場面積要因})}
 \end{aligned}$$

当該業態の効率性指標：i 業態平均の効率性指標：a

なお、類似する業態を対象としているが、連続する関数でないため残差が大きくなる場合がある。

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) ここでの「住関連スーパー」は、「ホームセンター」を除いた数値である。

(注3) 図中の 囲みの数値は、就業者1人当たりの年間商品販売額の増減額である。

(注4) 就業者1人当たりの年間商品販売額及び就業者1人当たりの売場面積は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注5) 本要因分析では計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

(注6) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

**第 - 1表 衣料品業態、食料品業態及び住関連業態別
就業者1人当たりの年間商品販売額平均に対する販売効率差
(構成指標及び販売効率差)**

業 態	売場面積 1㎡当たり 年間商品販売額 (万円)	就業者 1人当たり 売場面積 (㎡)	就業者 1人当たり 年間商品販売額 (万円)	平均に対する差額 (万円)
	(A)	(B)	(C) (A) × (B)	各業態 - 平均
専門スーパー、専門店 及び中心店の平均	55	38	2,055	-
専門スーパー	53	48	2,567	512
専門店	62	31	1,915	▲ 140
中心店	46	39	1,800	▲ 255
衣料品業態の平均	41	39	1,612	-
衣料品スーパー	35	69	2,421	809
衣料品専門店	48	26	1,238	▲ 374
衣料品中心店	42	38	1,595	▲ 17
食料品業態の平均	76	25	1,875	-
食料品スーパー	81	32	2,630	755
食料品専門店	73	12	896	▲ 979
食料品中心店	55	23	1,255	▲ 620
住関連業態の平均	53	42	2,232	-
住関連スーパー (除.ホームセンター)	33	65	2,114	▲ 118
住関連専門店	64	36	2,282	50
住関連中心店	45	47	2,121	▲ 111

(注1) ここでの「住関連スーパー」は、「ホームセンター」を除いた数値である。

(注2) 就業者1人当たりの売場面積及び就業者1人当たりの年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注3) 数値は単位未満を四捨五入しているため、売場面積1㎡当たり年間商品販売額(A) × 就業者1人当たり売場面積(B)による計算値と就業者1人当たりの年間商品販売額は一致しない場合がある。

(注4) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

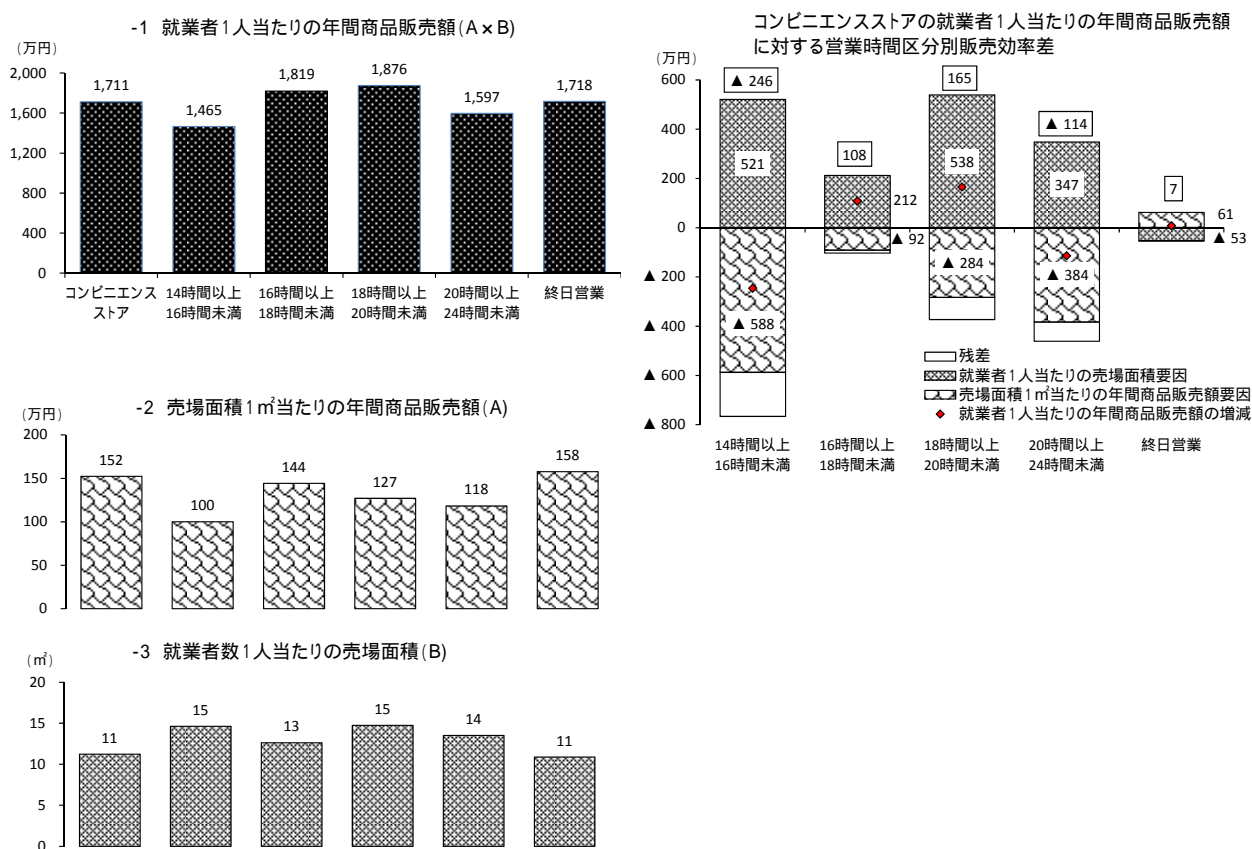
(3) コンビニエンスストア(営業時間別及び売場面積規模別)

「コンビニエンスストア」の就業者1人当たりの年間商品販売額に対する営業時間区別の販売効率差を2要因に分けて見てみる。

「コンビニエンスストア」の就業者1人当たりの年間商品販売額は1711万円となっている。これに対する営業時間区別の販売効率差をみると、営業時間「18時間20時間未満」が+165万円と販売効率が高く、その内訳は、就業者1人当たりの売場面積要因が+538万円、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因が▲284万円などとなっている(第-3図)。

第-3図 コンビニエンスストアの就業者1人当たりの年間商品販売額に対する営業時間区別販売効率差

(左側;構成指標、右側;販売効率差)



(注1) 【要因分解式】

$$\begin{aligned}
 \text{就業者1人当たりの年間商品販売額}(EI) &= \text{年間商品販売額} / \text{就業者数} \\
 &= (\text{年間商品販売額}(S) / \text{売場面積}(A)) \times (\text{売場面積}(A) / \text{就業者数}(L)) \\
 &= (\text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額}(S/A)) \times (\text{就業者1人当たりの売場面積}(A/L)) \\
 EI &= (S_i / A_i - S_a / A_a) \cdot (A / L) + (A_i / L_i - A_a / L_a) \cdot (S / A) \\
 &\quad (\text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額要因}) \quad (\text{就業者1人当たりの売場面積要因}) \\
 \text{コンビニエンスストアの営業時間区別効率性指標: } i &\quad \text{コンビニエンスストアの効率性指標: } a
 \end{aligned}$$

なお、連続する関数でないため残差が大きくなる場合がある。

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含まれていない。

(注2) 図中の□囲みの数値は、就業者1人当たりの年間商品販売額の増減額である。

(注3) 就業者1人当たりの年間商品販売額及び就業者1人当たりの売場面積は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注4) 数値は単位未満を四捨五入しているため、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(A) × 就業者1人当たりの売場面積(B)による計算値と就業者1人当たりの年間商品販売額は一致しない場合がある。

(注5) 本要因分析では計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

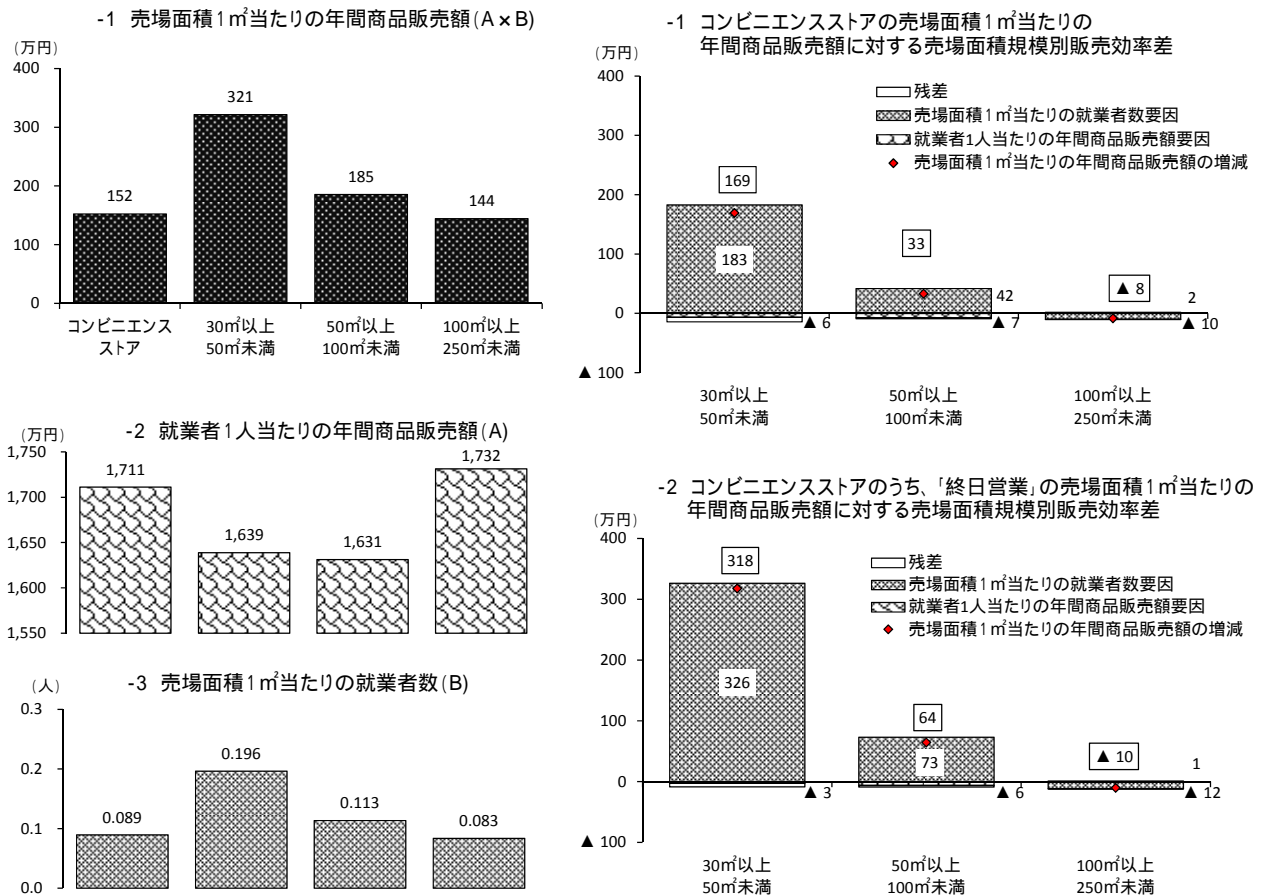
(注6) 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

次に、「コンビニエンスストア」の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額に対する売場面積規模別の販売効率差を2要因に分けて見てみる。

「コンビニエンスストア」の売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は152万円となっている。これに対する売場面積規模別の販売効率差をみると、売場面積「30㎡以上50㎡未満」が+169万円と最も大きく、売場面積規模が大きくなるほど小さくなる傾向が見られる。内訳をみると、売場面積1㎡当たりの就業者数要因が+183万円、就業者1人当たりの年間商品販売額要因が▲6万円となっている。さらに、「終日営業」の場合には、売場面積規模の差異による販売効率差が拡大している（第-4図）。

第-4図 コンビニエンスストアの売場面積1㎡当たりの年間商品販売額に対する売場面積規模別販売効率差

（左側；構成指標、右側；販売効率差）



〔注1〕【要因分解式】

$$\begin{aligned} \text{売場面積1㎡当たりの年間商品販売額(EI)} &= \text{年間商品販売額} / \text{売場面積} \\ &= (\text{年間商品販売額}(S) / \text{就業者数}(L)) \times (\text{就業者数}(L) / \text{売場面積}(A)) \\ &= (\text{就業者1人当たりの年間商品販売額}(S/L)) \times (\text{売場面積1㎡当たりの就業者数}(L/A)) \end{aligned}$$

$$EI = \frac{(S_i / L_i - S_a / L_a) \cdot (L / A)}{\text{就業者1人当たりの年間商品販売額要因}} + \frac{(L_i / A_i - L_a / A_a) \cdot (S / L)}{\text{売場面積1㎡当たりの就業者数要因}}$$

コンビニエンスストアの売場面積規模別効率性指標：i コンビニエンスストアの効率性指標：a

就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含まれていない。

〔注2〕 図中の□囲みの数値は、売場面積1㎡当たりの年間商品販売額の増減額である。

〔注3〕 就業者1人当たりの年間商品販売額及び売場面積1㎡当たりの就業者数は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

〔注4〕 グラフの数値は単位未満を四捨五入しているため、就業者1人当たりの年間商品販売額(A)×売場面積1㎡当たりの就業者数(B)による計算値と売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は一致しない場合がある。

〔注5〕 本要因分析では計算値の整合性(残差の最小化)を図っているため、統計表中の原数値を用いた単位当たりの計算値とは異なる場合がある。

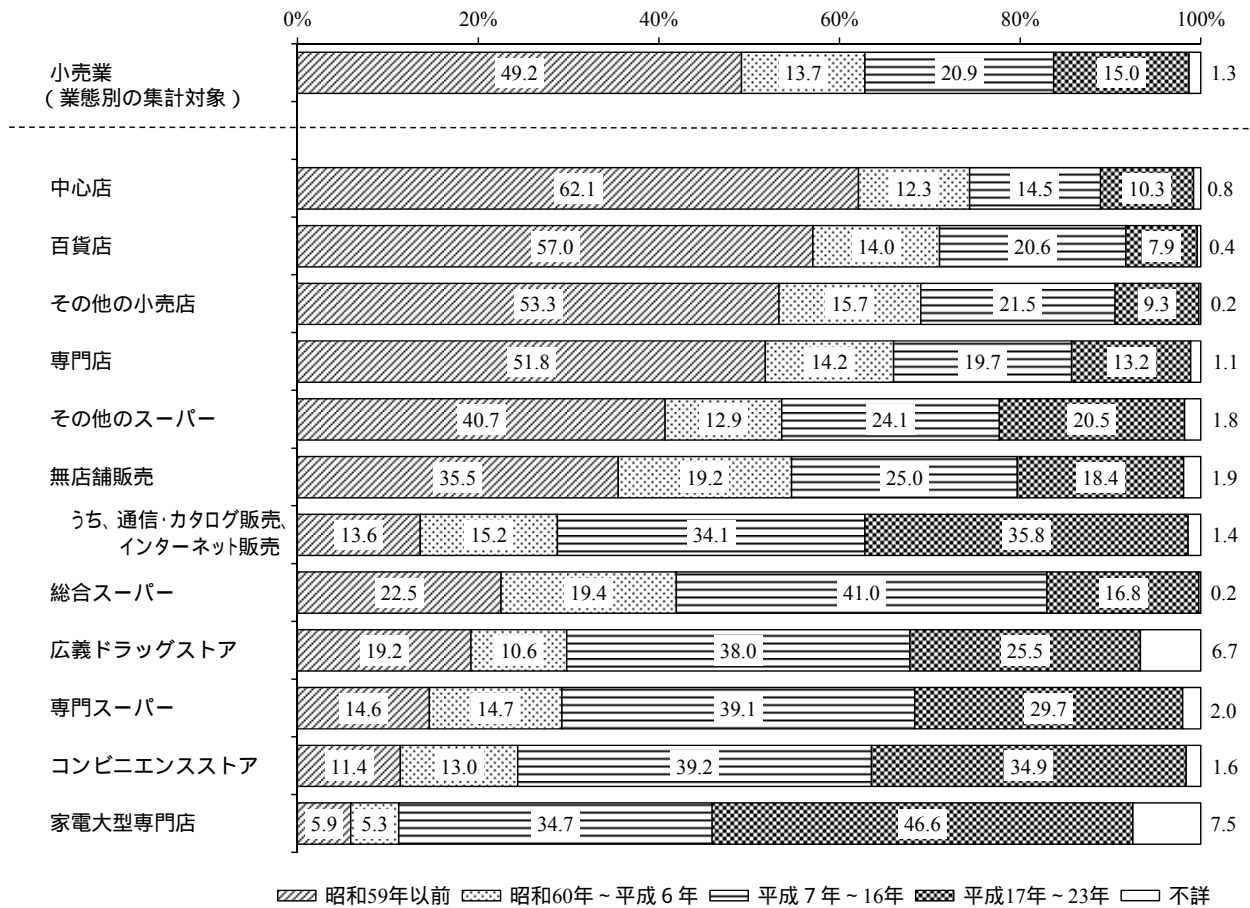
〔注6〕 「小売業」に分類された事業所のうち、「小売の年間商品販売額」に金額があり、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

2. 新たに区分した業態の状況

近年消費者ニーズに対応した様々な業態の小売事業所が開設している。そこで、新たな業態として区分した「家電大型専門店」、「通信・カタログ販売、インターネット販売」と、ドラッグストアの取扱商品の条件を拡大した「広義ドラッグストア」の状況を見てみる。

事業所数を開設年別の構成比でみると、「家電大型専門店」及び「通信・カタログ販売、インターネット販売」は、「平成17年～23年」の割合が最も高い業態となっている（第 - 5 図）。

第 - 5 図 業態別開設年別事業所数の構成比



(注) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(1) 家電大型専門店

「家電大型専門店」の集計対象事業所数は 2237 事業所、就業者数は 8 万 3 千人、年間商品販売額は 5 兆 3501 億円となっている（第 - 2 表）。

第 - 2 表 売場面積規模別の主要数値表(家電大型専門店)

売場面積規模別	事業所数		就業者数		年間商品販売額		1事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)	売場面積 1㎡当たり 年間商品 販売額 (万円)
		構成比 (%)	(人)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)			
計	2,237	100.0	82,838	100.0	5,350,099	100.0	239,164	7,074	85
500㎡以上 1,000㎡未満	428	19.1	6,185	7.5	337,627	6.3	78,885	5,863	103
1,000㎡以上 1,500㎡未満	229	10.2	5,355	6.5	381,180	7.1	166,454	7,697	133
1,500㎡以上 3,000㎡未満	769	34.4	23,885	28.8	1,317,321	24.6	171,303	6,022	75
3,000㎡以上 6,000㎡未満	666	29.8	30,229	36.5	1,873,539	35.0	281,312	6,841	70
6,000㎡以上	145	6.5	17,184	20.7	1,440,432	26.9	993,401	9,199	117

(注1) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

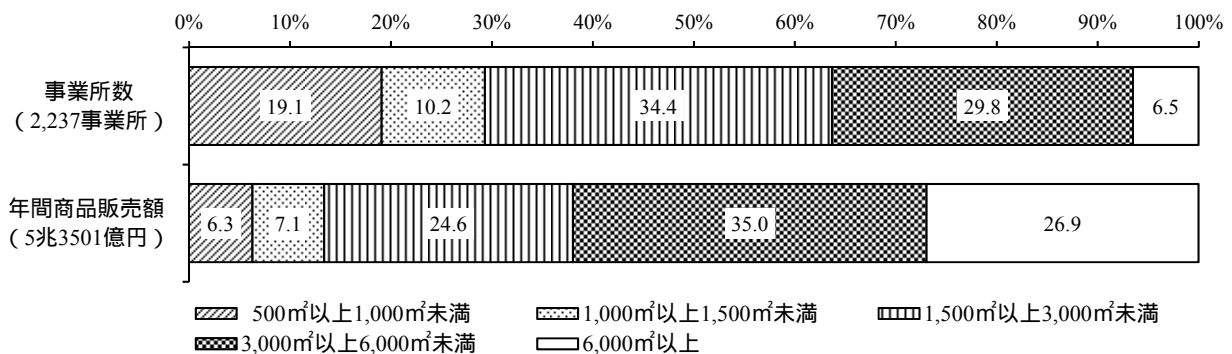
(注2) 就業者 1 人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について 8 時間に換算して算出した。

(注3) 主要数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

売場面積規模別の構成比をみると、事業所数は「1500㎡以上 3000㎡未満」が 34.4%と最も高く、次いで「3000㎡以上 6000㎡未満」が 29.8%などとなっている。

年間商品販売額は「3000㎡以上 6000㎡未満」が 35.0%と最も高く、次いで「6000㎡以上」が 26.9%、「1500㎡以上 3000㎡未満」は 24.6%などとなっている（第 - 2 表、第 - 6 図）。

第 - 6 図 売場面積規模別事業所数及び年間商品販売額の構成比(家電大型専門店)



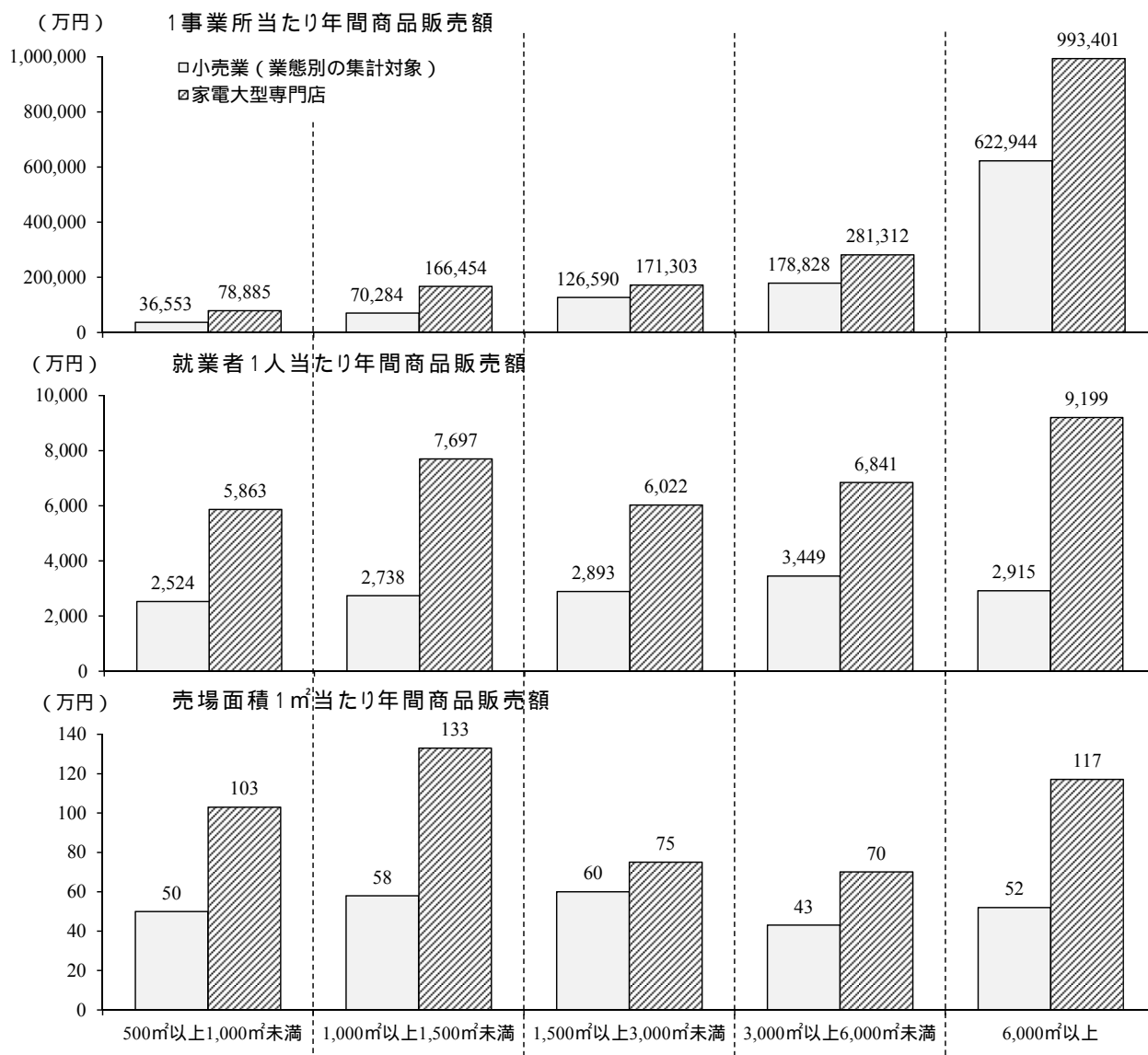
(注) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

売場面積規模別の販売効率をみると、1事業所当たりの年間商品販売額は「6000㎡以上」が 99 億 3401 万円と最も多く、次いで「3000㎡以上 6000㎡未満」が 28 億 1312 万円と、売場面積規模が大きいほど 1 事業所当たりの年間商品販売額も多くなっている。就業者 1 人当たり及び売場面積 1 ㎡当たりの年間商品販売額では、「6000㎡以上」(就業者 1 人当たり年間商品販売額 9199 万円、売場面積 1 ㎡当たり年間商品販売額 117 万円)、「1000㎡以上 1500㎡未満」(同 7697 万円、同 133 万円)が多くなっている（第 - 2 表）。

小売業平均(業態別の集計対象。以下同じ。)と比べると、1事業所当たり、

就業者1人当たり及び売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、いずれの売場面積規模においても「家電大型専門店」が上回り、販売効率が高い業態となっている（第 - 7 図）。

第 - 7 図 売場面積規模別の単位当たり年間商品販売額
（小売業及び家電大型専門店）



(注1) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。

「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注3) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(2) 通信・カタログ販売、インターネット販売

「通信・カタログ販売、インターネット販売」の集計対象事業所数は4835事業所、就業者数は7万1千人、年間商品販売額は3兆2223億円となっている。

区部・市部・郡部別の構成比をみると、事業所数は「市部」が53.3%を占めるが、年間商品販売額では「区部」が56.0%を占めている。小売業平均と比べると、「区部」の割合は事業所数及び年間商品販売額共に「通信・カタログ販売、インターネット販売」が上回っている。

1 事業所当たり及び就業者 1 人当たりの年間商品販売額を小売業平均と比べると、「区部」、「市部」、「郡部」いずれも「通信・カタログ販売、インターネット販売」が上回り、2 倍を超える販売効率となっている（第 - 3 表）。

第 - 3 表 区部・市部・郡部別の主要数値表
(小売業及び通信・カタログ販売、インターネット販売)

区部・市部・郡部別	事業所数	構成比 (%)	就業者数		年間商品販売額		1 事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1 人当たり 年間商品 販売額 (万円)
			(人)	(%)	(百万円)	(%)		
小売業（業態別の集計対象）	782,862	100.0	6,055,186	100.0	110,489,863	100.0	14,114	2,187
区部	190,639	24.4	1,764,495	29.1	37,137,439	33.6	19,481	2,520
市部	508,359	64.9	3,800,768	62.8	65,677,211	59.4	12,919	2,076
郡部	83,864	10.7	489,923	8.1	7,675,214	6.9	9,152	1,854
無店舗販売 うち通信・カタログ販売、インターネット販売	4,835	100.0	71,442	100.0	3,222,308	100.0	66,645	5,114
区部	1,915	39.6	34,258	48.0	1,803,766	56.0	94,191	5,725
市部	2,576	53.3	33,573	47.0	1,273,663	39.5	49,443	4,499
郡部	344	7.1	3,611	5.1	144,880	4.5	42,116	4,573

(注1) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 就業者 1 人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について 8 時間に換算して算出した。

(注3) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として集計した。

「通信・カタログ販売、インターネット販売」に格付けされた事業所を産業分類別（産業分類は取扱商品の多寡により格付）の構成比でみると、事業所数では「無店舗小売業（その他の小売）」に格付けされた割合が 41.1% と最も高く、次いで「無店舗小売業（飲食料品小売）」が 29.2%、「無店舗小売業（織物・衣服・身の回り品小売）」が 15.4% などとなっている。

年間商品販売額では、「無店舗小売業（飲食料品小売）」が 40.7% と最も高く、次いで「無店舗小売業（その他の小売）」が 20.5%、「無店舗小売業（織物・衣服・身の回り品小売）」が 19.5% などとなっている（第 - 4 表）。

第 - 4 表 産業分類別の事業所数及び年間商品販売額
(通信・カタログ販売、インターネット販売)

産業分類	事業所数	構成比 (%)	年間商品販売額	
			(百万円)	(%)
計	4,835	100.0	3,222,308	100.0
6111 無店舗小売業（各種商品小売）	27	0.6	120,159	3.7
6112 無店舗小売業（織物・衣服・身の回り品小売）	747	15.4	629,784	19.5
6113 無店舗小売業（飲食料品小売）	1,414	29.2	1,311,531	40.7
6114 無店舗小売業（機械器具小売）	662	13.7	498,697	15.5
6119 無店舗小売業（その他の小売）	1,985	41.1	662,137	20.5

(注) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として集計した。

従業者規模別の構成比をみると、事業所数は「2 人以下」が 44.4% と最も高く、年間商品販売額は「100 人以上」が 45.9% と最も高くなっている。

従業者規模別に販売効率をみると、1 事業所当たり及び就業者 1 人当たりの年間商品販売額共に「100 人以上」が最も多くなっている。

小売業平均と比べると、1 事業所当たり及び就業者 1 人当たりの年間商品販

売は、いずれの従業者規模においても「通信・カタログ販売、インターネット販売」が上回り、従業者規模が大きいほど販売効率が高い業態となっている（第 - 5 表、第 - 8 図）。

第 - 5 表 従業者規模別の主要数値表（通信・カタログ販売、インターネット販売）

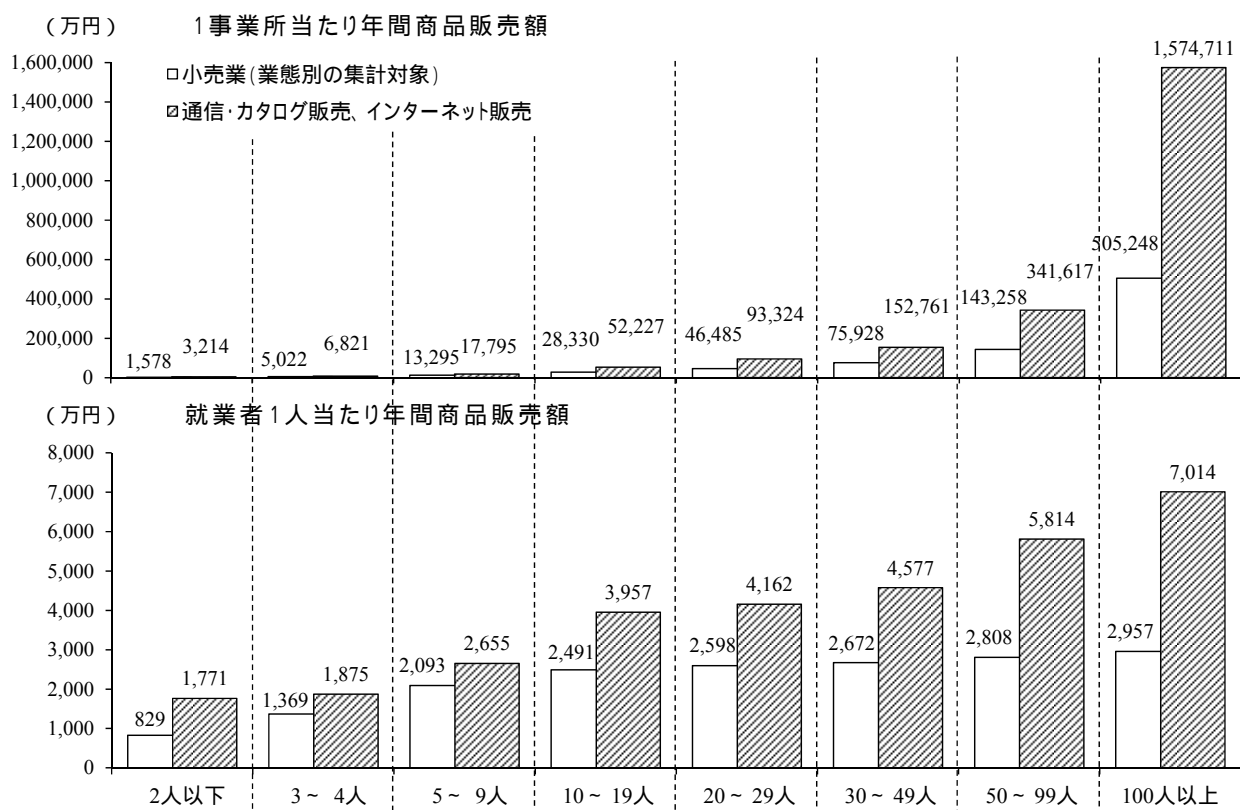
従業者規模別	事業所数	構成比 (%)	就業者数 (人)	構成比 (%)	年間商品 販売額		1事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)
					(百万円)	(%)		
計	4,835	100.0	71,442	100.0	3,222,308	100.0	66,645	5,114
2人以下	2,148	44.4	3,902	5.5	69,027	2.1	3,214	1,771
3～4人	821	17.0	3,045	4.3	56,004	1.7	6,821	1,875
5～9人	712	14.7	5,021	7.0	126,701	3.9	17,795	2,655
10～19人	428	8.9	6,110	8.6	223,533	6.9	52,227	3,957
20～29人	192	4.0	4,772	6.7	179,182	5.6	93,324	4,162
30～49人	220	4.6	8,755	12.3	336,075	10.4	152,761	4,577
50～99人	220	4.6	15,589	21.8	751,557	23.3	341,617	5,814
100人以上	94	1.9	24,248	33.9	1,480,228	45.9	1,574,711	7,014

(注1) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注3) 主要数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として集計した。

第 - 8 図 従業者規模別の単位当たり年間商品販売額
(小売業及び通信・カタログ販売、インターネット販売)



(注1) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注2) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注3) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

(3) 広義ドラッグストア

「広義ドラッグストア」の集計対象事業所数は1万4872事業所、就業者数は18万1千人、年間商品販売額は3兆8036億円となっている(第-6表)。

第-6表 売場面積規模別の主要数値表(広義ドラッグストア)

売場面積規模別	事業所数		就業者数		年間商品販売額		1事業所 当たり 年間商品 販売額 (万円)	就業者 1人当たり 年間商品 販売額 (万円)	売場面積 1㎡当たり 年間商品 販売額 (万円)
		構成比 (%)	(人)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)			
計	14,872	100.0	181,214	100.0	3,803,587	100.0	25,575	2,775	59
30㎡未満	986	6.6	2,610	1.4	28,993	0.8	2,940	1,179	148
30㎡以上 50㎡未満	1,318	8.9	4,172	2.3	55,734	1.5	4,229	1,424	112
50㎡以上 100㎡未満	1,934	13.0	8,547	4.7	145,971	3.8	7,548	1,877	108
100㎡以上 250㎡未満	2,063	13.9	19,876	11.0	421,919	11.1	20,452	2,607	125
250㎡以上 500㎡未満	2,994	20.1	40,178	22.2	864,443	22.7	28,873	2,889	73
500㎡以上 1,000㎡未満	4,903	33.0	85,728	47.3	1,777,562	46.7	36,255	2,885	49
1,000㎡以上 1,500㎡未満	395	2.7	9,356	5.2	213,027	5.6	53,931	3,192	45
1,500㎡以上	271	1.8	10,686	5.9	295,792	7.8	109,148	3,503	46

(注1) 「計」には売場面積が不詳の事業所を含むため、売場面積の各規模の合計は「計」と一致しない。

(注2) 売場面積1㎡当たり年間商品販売額は、売場面積が不詳の事業所を除いて算出している。

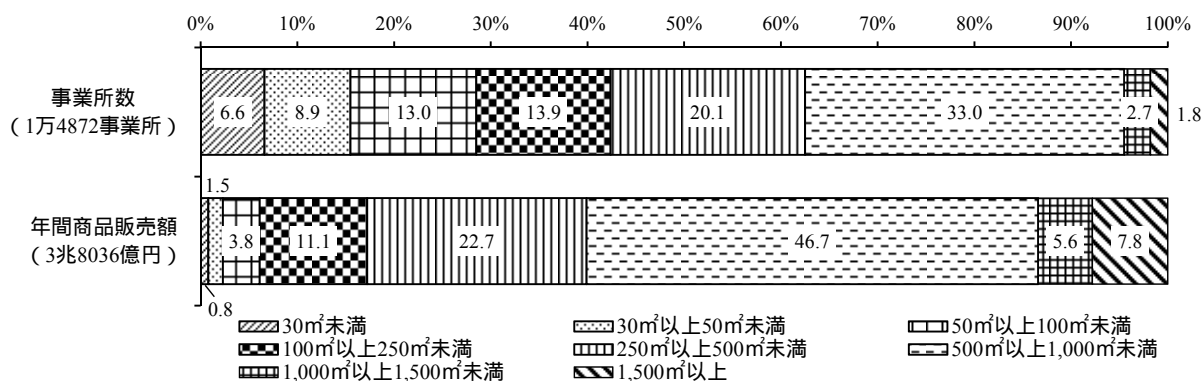
(注3) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注4) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注5) 主要数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

売場面積規模別の構成比をみると、事業所数、年間商品販売額共に「500㎡以上1000㎡未満」(事業所数の構成比33.0%、年間商品販売額の構成比46.7%)が最も高く、次いで「250㎡以上500㎡未満」(同20.1%、同22.7%)となっており、これら2区分で事業所数の5割強、年間商品販売額の7割弱を占めている(第-6表、第-9図)。

第-9図 売場面積規模別事業所数、年間商品販売額の構成比(広義ドラッグストア)



(注1) 売場面積が不詳の事業所は表示していない。

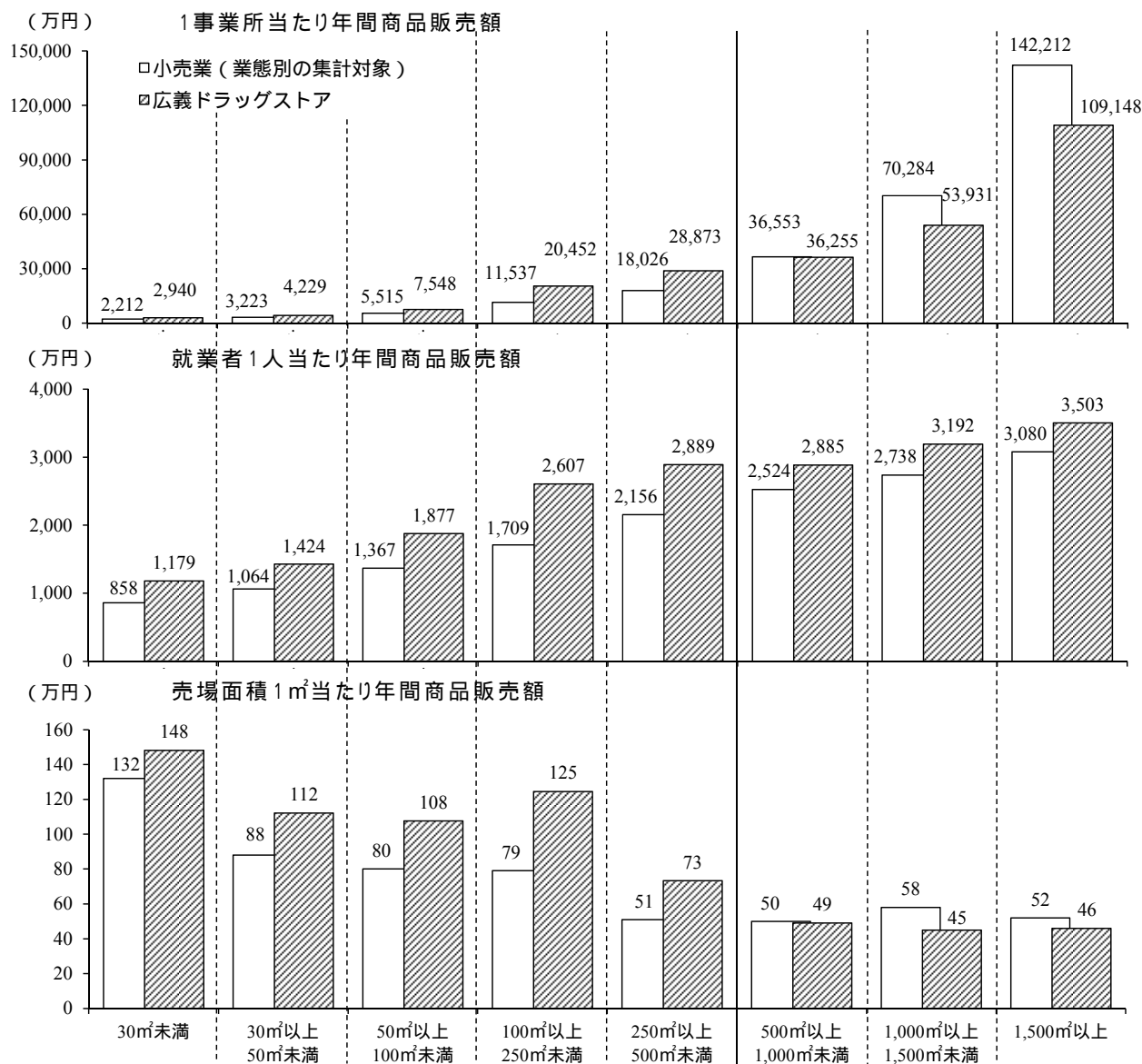
(注2) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

売場面積規模別に販売効率をみると、1事業所当たり及び就業者1人当たりの年間商品販売額は「1500㎡以上」がそれぞれ10億9148万円、3503万円と最も多く、次いで「1000㎡以上1500㎡未満」がそれぞれ5億3931万円、3192万円となっている。売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は「30㎡未満」が148万

円と最も多く、次いで「100㎡以上 250㎡未満」が125万円と、売場面積規模が小さい方が多くなっている（第 - 6表）。

小売業平均と比べると、500㎡未満では1事業所当たり、就業者1人当たり及び売場面積1㎡当たりの年間商品販売額は、いずれの売場面積規模においても「広義ドラッグストア」が上回っている。一方、500㎡以上では、就業者1人当たりの年間商品販売額は小売業平均を上回るものの、1事業所当たり及び1㎡当たりの年間商品販売額は小売業平均を下回っている（第 - 10図）。

第 - 10図 売場面積規模別の単位当たり年間商品販売額
（小売業及び広義ドラッグストア）



(注1) 「広義ドラッグストア」には売場面積6000㎡以上の集計対象事業所が無いいため、「1500㎡以上」の小売業の単位当たりの年間商品販売額は売場面積6000㎡以上の事業所を除いて算出した。

(注2) 就業者とは、「従業者」に「臨時雇用者」及び「他からの出向・派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への出向・派遣従業者」を除いたものである。「従業者」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、臨時雇用者は含めていない。

(注3) 就業者1人当たり年間商品販売額は、パート・アルバイトなどの従業者について8時間に換算して算出した。

(注4) 数値は、「小売業」に分類された事業所のうち、産業細分類の格付けに必要な事項の数値が得られた事業所を対象として算出した。

別表

業態分類表

区分	セルフ方式 (注1)	取扱商品等(注2)	売場面積	営業時間	備考
1. 百貨店	×	産業分類「561百貨店、総合スーパー」に格付けされた事業所	3000㎡以上(都の特別区及び政令指定都市は6000㎡以上)		産業分類「561百貨店、総合スーパー」とは、衣、食、他(=住)にわたる各種商品を小売し、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、従業員が50人以上の事業所をいう。
(1) 大型百貨店			3000㎡未満(都の特別区及び政令指定都市は6000㎡未満)		
2. 総合スーパー			3000㎡以上(都の特別区及び政令指定都市は6000㎡以上)		
(1) 大型総合スーパー			3000㎡未満(都の特別区及び政令指定都市は6000㎡未満)		
3. 専門スーパー		衣が70%以上 食が70%以上 住が70%以上 住関連スーパーのうち 6021+6022+6042が0%を超え70%未満	250㎡以上		
(1) 衣料品スーパー					
(2) 食料品スーパー					
(3) 住関連スーパー うちホームセンター					
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	「飲食料品」とは、商品分類番号の上位2桁が58のものを用い、産業分類「5891 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。
うち終日営業店				終日営業	
5. 広義ドラッグストア		以下のいずれかに該当する事業所 ・産業分類「6031ドラッグストア」に格付けされた事業所 ・603を25%以上取扱い、かつ、6032を扱っている事業所			産業分類「6031ドラッグストア」とは、産業分類「603医薬品・化粧品小売業」に格付けされた事業所のうち、以下のいずれかに該当する事業所をいう。 ・セルフサービス方式を採用しており、一般用医薬品を扱っている事業所 ・セルフサービス方式を採用しており、店舗形態において「ドラッグストア」を選択した事業所
うちドラッグストア		産業分類「6031ドラッグストア」に格付けされた事業所			
6. その他のスーパー		2、3、4、5以外のセルフ店			
7. 専門店	×	571,572,573,574,5791,5792,5793,5799のいずれかが90%以上 582,583,584,585,586,5892,5893,5894,5895,5896,5897,5898,5899のいずれかが90%以上 5911,5912,5913,5914,592,593,601,602,6032,6033,6034,604,605,606,607,6081,6082,6092,6093,6094,6095,6096,6097,6098,6099のいずれかが90%以上			
(1) 衣料品専門店					
(2) 食料品専門店					
(3) 住関連専門店					
8. 家電大型専門店	×	産業分類「5931機械器具小売業」又は「5932電気事務機械器具小売業」に格付けされた事業所	500㎡以上		
9. 中心店	×	衣が50%以上(1、7、8、11に該当する小売店を除く)			
(1) 衣料品中心店		食が50%以上(1、7、8、11に該当する小売店を除く)			
(2) 食料品中心店		住が50%以上(1、7、8、11に該当する小売店を除く)			
(3) 住関連中心店					
10. その他の小売店		1、7、8、9、11以外の非セルフ店			
11. 無店舗販売	×	訪問販売+通信・カタログ販売+インターネット販売+自動販売機による販売が100%	0㎡		
うち通信・カタログ販売、インターネット販売		無店舗販売のうち、通信・カタログ販売+インターネット販売が80%以上			

(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採用している事業所をいう。

(注2) 「取扱商品等」欄の3桁及び4桁の番号は、商品分類番号(日本標準産業分類の分類番号に準拠)である。また、「衣」、「食」、「住」とは、個人経営の場合は商品分類番号の上位2桁で衣(57)、食(58)、住(59、60)に分類して集計したものをいい、個人経営以外の場合は、小売販売額の商品群別割合のうち衣料品が「衣」、飲食料品が「食」、その他が「住」に該当する。

(注3) 「各種商品取扱店」とは、「569その他の各種商品小売業」に格付けされ、かつ、コンビニエンスストア及び広義のドラッグストアの定義に該当しない事業所であって、「6. その他のスーパー」はセルフサービス方式を採用している事業所、「10. その他の小売店」はセルフサービス方式を採用していない事業所をいう。

(注4) 平成19年商業統計の業態分類と比べ、「5. 広義ドラッグストア」、「8. 家電大型専門店」及び「11. 無店舗販売」を新たな業態として区分している。

(注5) 産業分類「6091ホームセンター」とは、産業分類「60その他の小売業」に格付けされた事業所のうち、以下のいずれかに該当する事業所をいい、業態分類「うちホームセンター」の事業所数等とは一致しない。

・セルフサービス方式を採用し、売場面積500㎡以上で、商品分類「6021金物」、「6022荒物」及び「6042苗・種子」のいずれかを扱っている事業所

・セルフサービス方式を採用し、売場面積500㎡以上で、店舗形態において「ホームセンター」を選択した事業所

(注6) 産業分類「61無店舗小売業」とは、販売形態のうち店頭販売の割合が0%及び売場面積が0㎡の事業所をいい、業態分類「11. 無店舗販売」の事業所数等とは一致しない。