

変貌する小売業

鈴木多加史

1 はじめに

経済産業省は2003年3月「平成14年商業統計速報」を公表した¹⁾。これは調査の間隔が5年に変更されてから2度目の本調査結果の速報である。ただ調査の2年後の中間年に実施される簡易調査結果が1999年について公表されているから、今回の結果はその3年後、ということになる。しかし今回は本調査であるから、前回の簡易調査よりは詳しい結果が報告されるので、急速な変貌を続けている日本の卸・小売業についての最近の詳細な状況が明らかになる。ただ、今回の発表はまだ速報段階であるため、調査の全貌が明らかにされた訳ではない。とりあえず現在までに明らかになっている状況を検討してみることにしよう。

日本の流通産業の変貌については、筆者はすでに何度か報告してきた²⁾。そこで明らかにしてきた1980年代半ば以降に始まった日本の流通産業の変貌は、ますます加速しながら現在も進行中である。

表1に見られるように、商業統計の結果によると、2002年に卸売業と小売業を合計した商店数は168万店で、前回1999年の簡易調査時と比較して15万店、8.4%の減少であった。前回調査の時も7.0%の減少

1) 平成14年商業統計速報は、経済産業省 [1] による。

2) 拙稿 [2], [3], [4] 参照。

変貌する小売業

表1 商店数、従業者数および年間販売額等の推移
(千店、千人、10億円、千平方米、%)

年		1982	1985	1988	1991	1994	1997	1999	2002
商店数	合計	2,150	2,042	2,056	2,067	1,929	1,811	1,833	1,680
	卸売業	429	413	436	462	429	392	426	380
	小売業	1,721	1,629	1,620	1,606	1,500	1,420	1,407	1,300
従業者	合計	10,460	10,327	11,183	11,709	11,966	11,515	13,198	12,600
	卸売業	4,091	3,998	4,332	4,709	4,581	4,165	4,675	4,166
	小売業	6,369	6,329	6,851	7,000	7,384	7,351	8,522	8,434
販売額	合計	492,507	529,470	561,324	713,803	657,642	627,556	639,285	548,582
	卸売業	398,536	427,751	446,484	571,512	514,317	479,813	495,453	413,457
	小売業	93,971	101,719	114,840	142,291	143,325	147,743	143,833	135,125
売場面積	95,430	94,507	102,051	109,901	121,624	128,084	133,869	140,641	
国民所得	219,391	260,278	301,380	363,054	409,732	430,271	413,623	—	
対前回比		85/82	88/85	91/88	94/91	97/94	99/97	02/99	
商店数	合計		-5.1	0.7	0.5	-6.7	-6.1	-7.0	-8.4
	卸売業		-3.7	5.7	5.8	-7.0	-8.8	-5.2	-10.9
	小売業		-5.4	-0.5	-0.9	-6.6	-5.4	-7.5	-7.6
従業者	合計		-1.3	8.3	4.7	2.2	-3.8	-0.5	-4.5
	卸売業		-2.3	8.3	8.7	-2.7	-9.1	-3.9	-10.9
	小売業		-0.6	8.3	2.2	5.5	-0.5	2.6	-1.0
販売額	合計		7.5	6.0	27.2	-7.9	-4.6	-9.3	-14.2
	卸売業		7.3	4.4	28.0	-10.0	-6.7	-9.7	-16.5
	小売業		8.2	12.9	23.9	0.7	3.1	-8.0	-6.1
売場面積		-1.0	8.0	7.7	10.7	5.3	4.5	5.1	
国民所得		18.6	15.8	20.5	12.9	5.0	-3.9	—	

注) 商業統計各年、および国民経済計算による。国民所得は名目の年度計数である。
商業統計は1999年調査において事業所の捕捉を行っているため、対前回比は時系列を考慮して算出しているため注意が必要である。

であり、その時は調査の間隔が2年であるから減少率はむしろ低下したともいえるが、いずれにしても大幅な減少が続いていることに変わりはない。

ただ、小売業の商店数はすでに1980年代以降減少を続けている。小売業の商店数をもっとも多かったのは1982年の172万店であって、それ以降は減少率には差があるものの調査の度毎に減少を続けてきているのである。その結果2002年の小売業の商店数は130万店、1982年と対比した減

変貌する小売業

少数は42万店、減少率は実に24.5%に及んでいるのである。

これに対して卸売業の商店数は1991年まで増加を続け、1991年に46万店に達した。しかしそれ以降は大幅な減少が続き、2002年には38万店になった。1991年と対比した減少率は17.7%になる。

商業統計の結果によると、1997年調査以降この商店数ばかりでなく、年間販売額、従業者数といった主要な指標がすべて前回調査に比べて減少を続けているのである³⁾。卸売業、小売業を合わせた販売額は、1991年に714兆円で前回調査比27.2%増と大幅に増加したのを最後に減少に転じ、2002年には549兆円になった。1991年と対比した減少率は23.1%である。また従業者数も1997年調査以降減少を続けており、特に2002年は4.5%減と過去最大の減少であった。

このような変化は、1990年代に入ってからバブル崩壊以降今日まで続いている日本経済の低迷と、それに伴って生じている消費者行動の変化によって引き起こされたものであろう。表1に示したように、名目国民所得はバブル期の1980年代後半にはかなりの伸びを示していた。特に1988年から1991年にかけては3年間で20.5%もの伸びを示したのである。それを受けて、商業販売額もその間27.2%もの大幅な伸びを示した。しかしそれ以降バブルの崩壊とともに名目国民所得の伸びは大きく鈍化し、それとともに商業販売額も低迷する。さらに1990年代末以降いわゆるデフレの進行とともに、名目国民所得は減少に転じる。1997年度430兆円であった名目国民所得は、1999年度には414兆円とこの間3.9%の減少であった。商業販売額はこの間9.3%もの減少である。2002年度の名目国民所得はまだ公表されていないが、これも1999年度以降減少を続けている

3) 表1の注にあるように、商業統計は1999年調査において事業所の捕捉を行っていて、それをベースに対前同比増減率を表示している。そのため実数をそのまま対比したのとは異なっているので注意が必要である。

変貌する小売業

ものと思われる⁴⁾。この間の商業販売額は14.2%もの大幅減少であった。

もちろん、近年きわだっている商店数、従業者数、商業販売額の減少は、バブル崩壊による景気の低迷だけによるものではない。またこのような変化は商業の内部で一様に生じているわけではなく、後にくわしく見るように、その内部において大きな構造変化が生じていることによるのである。卸売業と小売業に分けてみても、小売業に比べて卸売業の変化が大きい。そこには卸売業内部で生じている構造変化が大きく影響しているのである。

ただ今回はまず小売業に集中してその構造変化を跡付け、そこから今後の方向を考察してみることにしたい。

2 従業者規模別の動向

上にも述べたように、日本の流通産業、特に小売業の構造変化は1980年代半ばに始まった。1970年代初めから1980年代初めにかけて、「大規模小売店舗法（大店法）」体制に守られた小売業の規模構造にはほとんど変化が見られなかったのである。紙幅の都合もあってここでは示していないが、従業者1～2人規模の商店が全体に占める比率は、商店数が1972年62.0%、1979年61.1%、年間販売額が1972年14.8%、1979年14.5%であり、50人以上規模の商店は商店数が1972年、1979年ともに0.3%、年間販売額が1972年19.6%、1979年20.8%であって、他の規模もこの間ほとんどそのシェアが動いていなかった⁵⁾。日本の小売業の特徴は零細規模が大きな比重を占め続けていることにある、といわれており、その規模構造はほとんど固定されていたのである。

4) 内閣府による速報では、名目国民総所得（旧GNP）は1999年度517兆円、2002年度507兆円、この間1.9%の減少であった。内閣府〔4〕。

5) 拙稿〔3〕75～76頁。

変貌する小売業

表2 小売業従業者規模別商店数、年間販売額の推移

区分	商店数 (千店)					構 成 比 (%)				
	1991	1994	1997	1999	2002	1991	1994	1997	1999	2002
1～2人	853	765	709	662	588	53.1	51.0	49.9	47.0	45.2
3～4人	421	371	350	321	299	26.2	24.7	24.7	22.8	23.0
5～9人	217	223	212	237	225	13.5	14.8	15.0	16.9	17.3
10～19人	73	90	94	117	119	4.5	6.0	6.6	8.3	9.2
20～49人	33	42	43	54	53	2.1	2.8	3.1	3.9	4.0
1～49人	1,597	1,490	1,409	1,392	1,284	99.5	99.3	99.2	99.0	98.8
50人以上	8	10	11	15	16	0.5	0.7	0.8	1.0	1.2
合 計	1,606	1,500	1,420	1,407	1,300	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
区分	年間販売額 (10 億円)					構 成 比 (%)				
	1991	1994	1997	1999	2002	1991	1994	1997	1999	2002
1～2人	15,224	13,332	12,485	9,938	8,156	10.8	9.3	8.5	6.9	6.0
3～4人	23,008	20,054	19,573	14,984	13,049	16.4	14.0	13.2	10.4	9.7
5～9人	28,878	28,999	28,558	26,322	24,267	20.5	20.2	19.3	18.3	18.0
10～19人	21,409	23,826	26,061	27,457	26,782	15.2	16.6	17.6	19.1	19.8
20～49人	21,151	23,919	25,198	26,008	24,598	15.0	16.7	17.1	18.1	18.2
1～49人	109,668	110,131	111,865	104,709	96,851	78.0	76.8	75.7	72.8	71.7
50人以上	30,971	33,194	35,878	39,124	38,274	22.0	23.2	24.3	27.2	28.3
合 計	140,638	143,325	147,743	143,833	135,125	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
区分	商店数対前回増減率 (%)				年間販売額対前回増減率 (%)					
	94/91	97/94	99/97	02/99	94/91	97/94	99/97	02/99		
1～2人	-10.4	-7.3	-10.3	-11.2	-12.4	-6.4	-18.7	-17.9		
3～4人	-11.9	-5.6	-14.8	-6.8	-12.8	-2.4	-25.6	-12.9		
5～9人	2.6	-4.5	-0.3	-5.0	0.4	-1.5	-13.9	-7.8		
10～19人	23.2	4.3	11.6	1.5	11.3	9.3	-2.8	-2.5		
20～49人	26.1	3.1	14.0	-2.4	13.1	5.3	-3.9	-5.5		
1～49人	-6.7	-5.5	-5.0	-7.7	0.4	1.6	-10.1	-7.5		
50人以上	23.0	11.1	19.9	5.2	7.2	8.1	3.1	-2.2		
合 計	-6.6	-5.4	-7.5	-7.6	1.9	3.1	-8.0	-6.1		

注) 商業統計各年、対前回増減率については、表1に同じ。

それが1985年以降動き始めた。従業者1～2人規模の商店数は1982年104万店に達したが、1985年に100万店を割り込み、以後減少が加速して表2に見られるように1997年にはその構成比が50%を下回り、2002年には59万店、45.2%にまで減少した。年間販売額では1974年に15.1%、

変貌する小売業

1991年に15兆1千億円とそれぞれピークを記録したが、2002年には6.0%、8兆2千億円とそのシェアを著しく低下させてしまった。これに対して従業者50人以上規模は1982年の0.6万店、0.4%が、2002年には1.6万店、1.2%にまで増加した。年間販売額も1982年の18兆9千億円、20.1%が2002年には38兆3千億円、28.3%になるなど、そのシェアを増大させてきたのである。

このように、零細規模の商店数が減少していることから小売業の商店総数は大きく減少しているけれども、その一方で規模の大きい商店が増加しているため、商業施設としては拡大している。表1には小売業の売場面積が示されているが、1985年にわずかに減少したほかは調査の度毎にかなりの増加を続けているのであり、2002年には141百万平方メートル、95百万平方メートルであった1982年の1.47倍に達しているのである。ただ問題は売場面積は増加しているのに年間販売額は減少しているため、売場面積当たりで見ると販売効率は低下している、ということであろう。

3 業種別の動向

上にも示したように、小売業の商店数は2002年には前回1999年に対比して7.6%減少して130万店になったが、その内訳を業種別に示すと表3のようである。2002年に業種別でもっとも多いのが飲食料品小売業で47万店、ついで織物・衣服・身の回り品小売業の19万店となっている。とはいえ、1968年には小売商店のほぼ半分(49.5%)を占めていた飲食料品小売業が、2002年には35.9%まで縮小しているのである。

1999年と対比した増減率では各種商品小売業(-25.3%)の落ち込みが大きい。これは従業者50人未満での大幅減が影響したものであるという。表3に示した分類では医薬品・化粧品小売業だけが商店数を伸ばしている。ここにはドラッグストア、調剤薬局など最近伸びている業種が含ま

変貌する小売業

表3 小売業の業種別商店数，年間販売額の推移

業 種	商 店 数 (千店, %)				年間販売額 (10 億円, %)			
	2002 年 実 数	1999 年 構成比	2002 年 構成比	02/99 増減率	2002 年 実 数	1999 年 構成比	2002 年 構成比	02/99 増減率
小売業計	1,300	100.0	100.0	- 7.6	135,125	100.0	100.0	- 6.1
各種商品小売業	5	0.5	0.4	- 25.3	17,318	13.4	12.8	- 9.9
織物・衣服・身の回り品小売業	186	14.3	14.3	- 7.8	10,980	9.0	8.1	- 15.5
飲食料品小売業	467	34.7	35.9	- 4.4	41,238	30.4	30.5	- 5.6
自動車・自転車小売業	89	6.5	6.9	- 3.2	16,217	12.2	12.0	- 7.3
家具・じゅう器・機械小売業	121	9.5	9.3	- 9.8	11,884	9.1	8.8	- 8.9
その他の小売業	433	34.4	33.3	- 10.6	37,489	26.0	27.7	0.3
医薬品・化粧品小売業	87	6.0	6.7	3.5	6,789	3.7	5.0	28.8
農耕用品小売業	16	1.3	1.2	- 12.2	1,946	1.9	1.4	- 28.6
燃料小売業	65	4.9	5.0	- 5.2	11,137	7.7	8.2	1.1
書籍・文房具小売業	59	4.5	4.6	- 6.1	4,839	3.8	3.6	- 10.7
スポーツ用品・がん具等小売業	36	2.8	2.7	- 9.8	3,216	2.4	2.4	- 7.8
写真機・写真材料小売業	6	0.6	0.5	- 20.1	399	0.3	0.3	- 8.3
時計・眼鏡・光学器械小売業	21	1.5	1.6	- 1.6	1,028	0.7	0.8	- 3.6
他に分類されない小売業	142	12.8	10.9	- 21.6	8,136	5.5	6.0	2.3

注) 商業統計各年。

れているから，それを反映したものであろう。

年間販売額をみると，2002年には前回1999年に対比して6.1%減少して135兆円になった。内訳をみると飲食料品小売業(41.2兆円，30.5%)，各種商品小売業(17.3兆円，12.8%)，自動車・自転車小売業(16.2兆円，12.0%)，といった順になっており，織物・衣服・身の回り品小売業は11.0兆円で8.1%であった。

1999年と対比した増減率では医薬品・化粧品小売業28.8%増，他に分類されない小売業2.3%増，燃料小売業1.1%増であるほかは減少で，農耕用品小売業(-28.6%)，織物・衣服・身の回り品小売業(-15.5%)，各種商品小売業(-9.9%)写真機・写真材料小売業(-8.3%)などの減少が大きかった。他に分類されない小売業はホームセンター，ペット・ショップ，ガーデニングショップなどを含んでいるのでその部分での伸びを反映したのであろう。

4 業態別の動向

商業統計は産業分類による業種別のほかに業態別の結果を示している。表4はそれを示したものである。商店数で見ると、2002年にも圧倒的に多いのは在来型の小規模な店が多い専門店、中心店⁶⁾であって、114万店、87%を占めている。これと、百貨店、その他の小売店を除いた16万店がセルフサービスのスーパーということになる。その中でコンビニエンスストアは4万店、3.2%になっている。百貨店は1999年から37店減少して357店であった。

対前回増減率を見ると、増加が著しいのはホームセンター49.6%増、ドラッグストア34.4%増などであり、コンビニエンスストアはさすがに普及が一巡して5.6%増であった。これに対して百貨店は12.9%減、専門店・中心店は8.4%減となっている。減少率が高いのはその他の小売店33.1%減、その他のスーパー14.8%減であるが、その他の小売店は他のジャンルに入らないセルフサービス方式でない店、その他のスーパーは他のスーパー形式の店に該当しないセルフサービス方式の店であるから、規模の小さい雑貨屋、何でも屋の類であろう。

年間販売額をみると、2002年の小売業計135兆円であるが、商店数で大多数を占めている専門店、中心店が78兆円、58%、専門スーパー9兆円、7%、百貨店8兆円、6%、コンビニエンスストア7兆円、5%などとなっている。

対前回増減率では、ドラッグストア66.9%増、ホームセンター27.9%増、コンビニエンスストア9.6%増などが大きく伸びている。これに対し

6) 商業統計の規定では、セルフサービスでない店で衣料、食料、住関連といった該当商品の販売額が90%以上である場合専門店、50%以上である場合中心店としている。経済産業省〔1〕「利用上の注意」参照。

変貌する小売業

表4 小売業の業態別の状況

業 態	事 業 所 数				就 業 者 数			
	1999年 実数 (店)	2002年		増減率 02/99 (%)	1999年 実数 (人)	2002年		増減率 02/99 (%)
		実数 (店)	構成比 (%)			実数 (人)	構成比 (%)	
小売業計	1,406,884	1,300,043	100.0	- 7.6	8,522,322	8,433,528	100.0	- 1.0
百貨店	394	357	0.0	- 12.9	358,000	359,800	4.3	0.5
総合スーパー	1,670	1,672	0.1	0.1	333,135	399,716	4.7	20.0
専門スーパー	33,381	37,037	2.8	11.0	1,021,366	1,156,569	13.7	13.2
うちホームセンター	2,911	4,356	0.3	49.6	84,681	128,358	1.5	51.6
コンビニエンスストア	39,561	41,769	3.2	5.6	551,895	612,604	7.3	11.0
ドラッグストア	10,917	14,673	1.1	34.4	70,948	116,173	1.4	63.7
その他のスーパー	77,667	66,163	5.1	- 14.8	469,381	451,806	5.4	- 3.7
専門店・中心店	1,239,962	1,136,143	87.4	- 8.4	5,700,541	5,325,627	63.1	- 6.6
衣料品専門店	189,257	171,691	13.2	- 9.3	700,053	615,822	7.3	- 12.0
食料品専門店	380,752	344,188	26.5	- 9.6	1,595,691	1,519,120	18.0	- 4.8
住関連専門店	669,953	620,264	47.7	- 7.4	3,404,797	3,190,685	37.8	- 6.3
その他の小売店	3,332	2,229	0.2	- 33.1	17,056	11,233	0.1	- 34.1
業 態	年 間 販 売 額				売 場 面 積			
	1999年 実数 (億円)	2002年		増減率 02/99 (%)	1999年 実数 (千㎡)	2002年		増減率 02/99 (%)
		実数 (億円)	構成比 (%)			実数 (千㎡)	構成比 (%)	
小売業計	1,438,326	1,351,253	100.0	- 6.1	133,869	140,641	100.0	5.1
百貨店	97,055	80,212	5.9	- 17.4	7,290	6,797	4.9	- 6.4
総合スーパー	88,497	89,170	6.6	0.8	13,393	14,880	10.6	11.1
専門スーパー	221,212	236,316	17.5	2.2	28,864	34,775	24.7	20.5
うちホームセンター	24,024	30,732	2.3	27.9	5,250	8,386	6.0	59.7
コンビニエンスストア	61,270	67,137	5.0	9.6	4,090	4,481	3.2	9.6
ドラッグストア	14,950	24,957	1.8	66.9	1,843	3,227	2.3	75.1
その他のスーパー	75,616	68,082	5.0	- 10.0	8,674	8,136	5.8	- 6.2
専門店・中心店	866,019	783,083	58.0	- 9.6	69,361	68,060	48.4	- 1.9
衣料品専門店	109,680	86,388	6.4	- 21.2	15,304	14,074	10.0	- 8.0
食料品専門店	158,871	141,474	10.5	- 10.9	14,497	14,073	10.0	- 2.9
住関連専門店	597,469	555,221	41.1	- 7.1	39,560	39,912	28.4	0.9
その他の小売店	3,707	2,297	0.2	- 38.0	354	257	0.2	- 27.3

注) 商業統計各年。1999年は2002年定義に合わせて組替を行ったもの。就業者は従業者(「個人事業主及び無給家族従業者」、「有給役員」、「常用雇用者」の合計)に「臨時雇用者」、「出向・派遣受入者」を併せたものをいう。

てその他の小売店 38.0% 減, 百貨店 17.4% 減, 専門店, 中心店 9.6% 減, その他のスーパー 10.0% 減などとなっており, 小売業計では 6.1% 減であった。

こういった結果から明らかになったのは, ドラッグストア, ホームセン

変貌する小売業

ター、コンビニエンスストアといったいわゆる新業態の店が商店数でも、また販売額でも大きく伸びているのに対し、在来型の小規模な専門店、中心店は急速にその数を減らしており、販売額でもそのシェアを低下させている、ということである。大型店でも在来型の百貨店、スーパーなど旧来のやり方を変えられなかったところは苦境に立たされている。

次に単位当りの商品販売額をみよう。表5に示すように、2002年の1商店当りの年間販売額は小売業計で1.0億円、対前回は1.7%の増加であった。年間販売額の総額は前回に比べて減少しているが、商店数の減少率が上回ったために1商店当り販売額はわずかではあるが増加したのである。業態別に見ると百貨店が群を抜いて高く225億円、次いで総合スーパー53億円、専門スーパー6億円、ドラッグストア1.7億円、コンビニエンスストア1.6億円などとなっている。これに対して中心店は7千2百万円、専門店は6千7百万円に過ぎない。

対前回はドラッグストア24.2%増、その他のスーパー5.7%増、コンビニエンスストア3.8%増、総合スーパー0.6%増となっているが、他は減少であり、出店が相次いだホームセンターは14.5%減、そのほか百

表5 小売業業態別の単位当り年間商品販売額

業 態	1 事業所当り			売場面積1 平方米当り			就業者1人当り(02年)	
	(百万円)		対前回は 02/99(%)	(万円)		対前回は 02/99(%)	実 額 (万円)	小売業計 =100
	1999年	2002年		1999年	2002年			
小売業計	102	104	1.7	81	73	- 9.9	1,953	100.0
百貨店	24,633	22,468	- 8.8	132	114	- 13.6	2,334	119.5
総合スーパー	5,299	5,333	0.6	66	60	- 9.1	3,154	161.5
専門スーパー	693	638	- 7.9	80	68	- 15.0	2,956	151.4
うちホームセンター	825	706	- 14.5	46	37	- 19.6	3,375	172.8
コンビニエンスストア	155	161	3.8	150	150	0.0	1,806	92.5
ドラッグストア	137	170	24.2	81	77	- 4.9	2,763	141.5
その他のスーパー	97	103	5.7	87	80	- 8.0	1,903	97.4
専門店	68	67	- 0.9	75	70	- 6.7	1,608	82.3
中心店	75	72	- 3.9	76	74	- 15.8	1,841	94.3
その他の小売店	111	103	- 7.4	82	62	- 24.4	2,285	117.0

注) 商業統計各年。ここでの就業者数はパート・アルバイト等を8時間換算したものをを用いている。

変貌する小売業

貨店 8.8% 減, その他の小売店 7.4% 減などとなっている。

売場面積 1 平方メートル当り年間販売額をみると、コンビニエンスストアがもっとも高く 150 万円、次いで百貨店 114 万円の順になっている。対前回は、上にも示したように売場面積は増加しているのに年間販売額は減少したから小売業計で 9.9% 減、コンビニエンスストアが横ばいのほかはすべて減少である。減少率が高いのはその他の小売店 24.4% 減、ホームセンター 19.6% 減、百貨店 13.6% 減などであった。

また就業者 1 人当り年間販売額では、ホームセンター 3,375 万円、総合スーパー 3,154 万円、ドラッグストア 2,763 万円、百貨店 1,953 万円の準であり、在来型の小規模店が多い専門店 は 1,608 万円であった。

5 就業者の動向

次に就業者の動向を見よう。日本の流通産業で近年就業者の雇用形態が多様化しているのに合わせて、商業統計では就業者の内訳を細分して集計するようになっている⁷⁾。

7) 商業統計における就業者内訳の定義は以下のようである。

①「個人事業主」は個人経営の事業主でその事業所の実際の業務に従事している者、②「無給家族従業者」は個人事業主の家族で賃金・給与を受けず、ふだん事業所の業務に従事している者、③「有給役員」は法人、団体の役員(常勤・非常勤を問わない)で給与を受けている者、④「常用雇用者」は、「正社員・正職員」、「パート・アルバイト等」と呼ばれている者で、ア 期間を定めずに雇用されている者、イ 1ヶ月を超える期間を定めて雇用されている者、ウ ア、イ以外の雇用者のうち、2002年の4月、5月のそれぞれの月に18日以上雇用されていた者、⑤「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や日々雇用されている者、⑥「派遣・下請受入者」は他の会社など別経営の事業所から派遣されている者又は下請けとして他の会社など別経営の事業所から来て業務に従事している者である。経済産業省 [1]「利用上の注意」参照。

変貌する小売業

表 6 小売業の就業者内訳

就 業 者 内 訳	1999 年		2002 年		対前回 増減率 (%)
	実数 (千人)	構成比 (%)	実数 (千人)	構成比 (%)	
小売業計	8,522	100.0	8,434	100.0	- 1.0
個人事業主及び無給家族従業者 有給役員	1,053 632	12.4 7.4	1,135 596	13.5 7.1	7.8 - 5.7
常用雇員	6,344	74.4	6,243	74.0	- 1.6
正社員・正職員	2,755	32.3	2,395	28.4	- 13.1
パート・アルバイト等	3,589	42.1	3,848	45.6	7.2
臨時雇員	210	2.5	168	2.0	- 20.2
出向・派遣受入者	284	3.3	292	3.5	3.1

注) 商業統計各年.

表 6 に見られるように、2002 年に小売業全体で就業者は 843 万人であるが、これを雇用形態別に見るとパート・アルバイト等が 385 万人 (45.6%) と半数近くを占め、次いで正社員・正職員 240 万人 (28.4%) が 3 割近く、個人事業主及び無給家族従業者が 114 万人 (13.5%)、有給役員 60 万人 (7.1%) などとなっている。

1999 年との対比では、正社員・正職員の比率が低下し、パート・アルバイト等の比率が上昇していることが注目される。そこで、常用雇員の就業形態を小売業の業態別に示したのが表 7 である。これに見られるように、2002 年に正社員・正職員の比率⁸⁾はコンビニエンスストアではわずか 6.2% に過ぎず、百貨店、スーパーが 2 割前後、その他が 3 割前後である。この正社員・正職員の比率はいずれの業態も 1999 年と対比するとかなりの低下となっている。

これに対してパート・アルバイト等の比率は 2002 年にコンビニエンスストアが 81.1% と 8 割を超えており、総合スーパー、専門スーパーが 7 割強、その他のスーパー 6 割弱、専門店・中心店が 3 割と百貨店を除いて

8) ここでの比率は就業者数を 100 とする比率である点に注意。

変貌する小売業

表7 小売業の業態別就業者内訳の構成比 (%)

業 態	正社員・正職員		パート・アルバイト等		出向・派遣受入者	
	1999年	2002年	1999年	2002年	1999年	2002年
小売業計	32.3	28.4	42.1	45.6	3.3	3.5
百貨店	30.6	22.4	16.3	16.1	50.6	59.6
総合スーパー	24.6	19.2	71.5	76.7	3.4	2.6
専門スーパー	26.1	21.7	69.8	74.9	0.8	0.6
うちホームセンター	31.9	24.5	65.2	72.4	0.2	0.8
コンビニエンスストア	7.9	6.2	79.5	81.1	0.1	0.2
ドラッグストア	36.2	32.0	48.3	55.2	0.7	1.1
その他のスーパー	25.7	22.0	51.2	57.3	0.6	0.7
専門店・中心店	36.9	34.0	32.6	33.7	1.4	1.0
その他の小売店	39.1	32.6	36.4	39.5	1.4	1.6

注) 商業統計各年。

大きな比重を占めるようになってきている。しかも1999年と対比するとこれも百貨店を除いていずれもその比重を高めているのである。

百貨店の雇用形態は他の業態とは大きく異なっており、パート・アルバイト等の比率は2002年にも16.1%と低くなっているが、出向・派遣受入者の比率が59.6%とほぼ6割に達しているのである。

就業者の状況を業種別に示したのが表8である。2002年の小売業の就業者数は843万人、前対比で1.0%減であった。この減少率は、商店数の7.6%減、販売額の6.1%減よりかなり小さい。それだけからみると、就業者1人当りの販売効率は低下していることになる。しかしここで注意しなければならないことは、パート・アルバイト等の労働時間は小売業計で平均4.9時間と短くなっていることである。これは、店舗の大型化、営業時間の長時間化が進む中で営業のピーク時に合わせた人員配置や早朝、深夜などの交替勤務制などが進んでいることを反映したものであろう。たとえば、コンビニエンスストアでは、1999年に65.5%であった終日営業店の比率が2002年には77.6%に上昇している。表5に示した就業者1人当りの販売額は、パート・アルバイト等を8時間換算した就業者数を用いて求めているのである。

変貌する小売業

表 8 小売業の業種別就業者数および構成比

業種	1999年	2002年		対前回 増減率 (%)	2002年構成比(%)		
	総数 (千人)	総数 (千人)	構成比 (%)		正社員・ 正職員	パート・ア ルバイト等	出向・ 派遣受入者
小売業計	8,522	8,434	100.0	- 1.0	28.4	45.6	3.5
各種商品小売業	722	780	9.2	8.0	20.9	48.2	28.9
織物・衣服・身の回り品小売業	801	744	8.8	- 7.1	30.8	37.7	1.6
飲食料点小売業	3,219	3,256	38.6	1.1	17.8	58.6	0.7
自動車・自転車小売業	587	566	6.7	- 3.6	69.9	7.4	0.9
家具・じゅう器・機械小売業	605	551	6.5	- 8.9	39.2	24.8	1.3
その他の小売業	2,588	2,537	30.1	- 2.0	31.9	43.5	0.8
医薬品・化粧品小売業	355	427	5.1	20.3	38.3	35.2	1.6
農耕用品小売業	98	80	0.9	- 18.4	55.8	13.9	0.6
燃料小売業	476	438	5.2	- 8.0	45.2	34.3	0.8
書籍・文房具小売業	783	724	8.6	- 7.5	18.9	66.9	0.5
スポーツ用品・がん具等小売業	184	184	2.2	0.0	29.5	43.4	0.8
写真機・写真材料小売業	31	28	0.3	- 9.7	32.1	39.5	0.6
時計・眼鏡・光学器械小売業	75	77	0.9	2.7	48.9	19.2	0.6
他に分類されない小売業	586	581	6.9	- 0.9	28.7	34.9	0.7

注) 商業統計各年。2002年構成比は、各業種の就業者総数に対する比率(%)である。

2002年の就業者の業種別構成を見ると、飲食料点小売業が326万人(38.6%)、各種商品小売業78万人(9.2%)、書籍・文房具小売業72万人(8.6%)、織物・衣服・身の回り品小売業74万人(8.8%)などの順になっている。

対前回比ではドラッグストアの含まれる医薬品・化粧品小売業が20.3%増、百貨店、総合スーパーが含まれる各種商品小売業が8.0%増、コンビニエンスストアが含まれる飲食料点小売業が1.1%増などとなっているが、農耕用品小売業18.4%減、写真機・写真材料小売業9.7%減、家具・じゅう器・機械小売業8.9%減など、需要構造が変わったことの影響が強く現れている。

常用雇用者の就業形態別構成比を見ると、正社員・正職員比率は販売商品に関する専門知識が必要とされる自動車・自転車小売業69.9%、農耕用品小売業55.8%、時計・眼鏡・光学器械小売業48.9%などで高い。

パート・アルバイト等の比率は書籍・文房具小売業66.9%、飲食料点小

変貌する小売業

売業 58.6%，各種商品小売業 48.2% などで高くなっている。

6 むすびにかえて

以上、2002年の商業統計速報から得られる情報を中心に、小売業の現状を示してきた。そこから明らかになったことは、小売業の構造変化がますます加速しながら進行している、ということである。

商店数が減少を続ける中で店舗の大型化が進んできて、大型店の比率が商店数でも販売額でも高まってきている。しかし現状は、大型店であれば成功する、という状況ではない。そごうや西武などの百貨店、長崎屋やマイカル、ダイエーといったスーパーの苦境は、大規模店といえども旧来のやり方では消費者のニーズに十分応えることができないことを示しているのである。事実、そごうやマイカル、長崎屋は倒産して各方面に大きな影響を及ぼした。また全国紙では大きく報道されることはまれであるが、地方のしにせ百貨店の倒産はかなりの数にのぼっている。

繁華街やターミナルに立地し、多数の顧客を集めてきた百貨店は、わが国の小売業に長らく君臨してきた。しかし近年、カテゴリー・キラーと呼ばれる家電専門店、家具専門店、紳士服専門店、玩具専門店、ホームセンターなどは、特定の範囲の商品において安売りや品揃えの豊富さ、さらに長時間営業で百貨店を凌駕して顧客を吸収するようになった。コストの低い郊外に広い駐車場を備えて、映画館やアミューズメント・センターなどの複合的なレジャー施設まで揃えたショッピング・センター、アウトレット・モールなどは、休日に車でまとめ買いをする家族を吸い寄せた。一方コンビニエンスストアはその身近さと長時間営業で顧客を吸収している。

百貨店と同様に、中心市街地に立地してきた旧来のスーパーも、車社会の到来に適応できずに苦闘しているのである。さらに、規制緩和の進展、円高やアジア諸国の発展による輸入の増大、流通外資の参入、さらに長期

変貌する小売業

化する不況の下で「良いものを安く」という消費者ニーズによって引き起こされた「価格破壊」は、競争を一層激化させて多くの旧来の商店の疲弊を招いた。

このように、日本の小売業界は現在その姿を大きく変えつつあるが、それはますます加速しているようである。新しい業態の大型店やチェーンストア、コンビニエンスストアなどが華やかに展開する一方で、百貨店や旧来のスーパーが苦闘している。一方、販売不振に加えて経営者の高齢化や後継者難から在来型の零細専門店がひっそりと閉店していく。それによって多くの中心市街地が「シャッター通り」化してさびれていく。日本の小売業界は現在、大きな変革に直面している。

日本の人口は間もなく静止状態から減少に転ずる。そのような状況下でかつてのような成長は望み難い。名目国民所得が伸びない中でいかにして売上げを伸ばすか——多くの小売店はこの難題と取り組んでいるのである。

参考文献

- [1] 経済産業省『平成14年商業統計速報（卸・小売業）』、経済産業省ホームページ掲載資料。
- [2] 鈴木多加史『流通改革と中小小売業』商経学叢、第35巻、第3号、1989年3月。
- [3] 鈴木多加史『小売業における構造変化』商経学叢、第38巻、第2号、1991年12月。
- [4] 鈴木多加史『流通産業の変貌』商経学叢、第46巻、第3号、2000年3月。
- [5] 内閣府経済社会総合研究所国民経済計算部『四半期GDP速報 時系列表 平成15年4～6月期（1次速報値）』、2003年8月。

(2003年8月21日受理)