

# 大都市圏・地方圏における小売業の立地動向

森尾 淳<sup>1</sup>・河上 翔太<sup>1</sup>・田中 啓介<sup>1</sup>

<sup>1</sup>正会員 一般財団法人計量計画研究所（〒162-0845 東京都新宿区市谷本村町2-9）

E-mail: jmorio@ibs.or.jp, skawakami@ibs.or.jp, ktanaka@ibs.or.jp

規模が小さい零細の商店では、事業を継承できずに廃業する例が増えており、地方圏だけでなく、大都市圏でも小規模の小売業事業所が減少する傾向がみられる。一方で、各種の大型商業施設の立地が進んでおり、比較的人口規模が大きい都市では、零細の商店の減少にもかかわらず、小売業の従業者数は増加、横ばいの傾向を示している。本稿では、日常生活に身近な飲食料点小売業に着目し、事業所・企業統計調査、経済センサスを活用して、事業所規模別に大都市圏、地方圏、大都市圏の縁辺部の事業所数、従業者数の動向について明らかにするとともに、施策の方向性について考察する。

**Key Words :** ,Retail industry, Small-scale store, Metropolitan area, Local area ,

## 1. はじめに

近年、地方圏を中心に、商店街において空き店舗が増加する現象を「シャッター街」と称して、問題視してされており、地方圏の課題の一つとしてしばしば取り上げられている。

中小企業庁は、空き店舗発生原因として、①経営者高齢化廃業型（後継者不在型）、②経営不振型（景気後退型、経営マンネリ型）、③立地悪化型（商店街衰退型）、④大型店・競合店影響型があると整理しており<sup>1)</sup>、小規模の商店の事業環境の悪化は、後継者不足を招き、ひいては事業承継を難しくしていると言える。

また、いわゆる最寄り品を対象する小売業は、主に地域内の需要を満たすものと考えられ、人口減少や高齢化の進展により、需要が小さくなることが想定される。その結果、小売店が減少し、買い物弱者、買い物難民の発生を助長し、さらなる人口減少を助長することになることも否定できない。

このような状況に関連して、平成27年5月に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略2015改訂版」においても、「中小企業・小規模事業者の事業承継」、小さな拠点等の「地域で暮らしていける生活サービスの維持・確保」に関連する施策が盛り込まれている<sup>2)</sup>。日常生活を支える小規模の商店の維持・確保が喫緊の課題となっており、地方圏だけでなく、今後、急速な高齢化と人口減少が進む、大都市圏の縁辺部においても、地域の状況を把握するための分析が求められている。

本稿では、事業所・企業統計調査、経済センサスを活用し、地域別的小売業の動向、特に、事業承継が難しい

と考えられる小規模の小売業の動向を明らかにするとともに、地方圏や大都市圏の縁辺部における小売業の動向を確認し、施策の方向性について考察する。

## 2. 分析方法

本稿では、地域別的小売業の動向を把握するために、事業所・企業統計調査、経済センサスを活用し、小売業の中でも、日常生活において最も身近で、利用が多いと考えられる飲食料点小売業の従業者数、事業所数に着目する。飲食料点小売業には、各種食料点小売業、野菜・果実小売業、食肉小売業、鮮魚小売業、酒小売業、菓子・パン小売業に加え、コンビニエンスストア等のその他の飲食料点小売業が含まれる<sup>3)</sup>。

また、人口と事業所の動向の關係に着目するため、国勢調査を活用し、事業所・企業統計調査、経済センサスは、1994年から2014年までの20年間から、国勢調査と前後して調査している年次を対象とする。

なお、本稿の分析にあたり、三大都市圏を、東京圏、大阪圏、名古屋圏とし、三大都市圏以外の地域を地方圏とする。

表-1 本稿における地域区分

地域区分		中心	その他府県
三大都市圏	東京圏	東京都	埼玉県、千葉県、神奈川県
	大阪圏	大阪府	滋賀県、京都府、兵庫県、奈良県
	名古屋圏	愛知県	岐阜県、三重県
地方圏		その他の道県	

### 3. 飲食料品小売業の事業所数・従業者数の動向

#### (1) 事業所数の動向

全国の飲食料品小売業の事業所数は、1994年以降減少しており、1994年から2014年までの間に、59.8万事業所から30.7万事業所まで減少している。この間に14人の事業所が28.3万事業所減少している影響が大きく、1994年を1.0として事業所規模別の推移をみると、14人の事業所は0.39まで低下する一方、50-99人、100人以上の事業所は増加傾向にある。

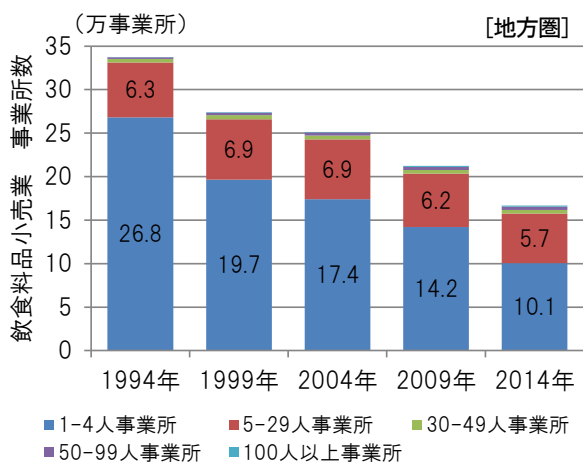
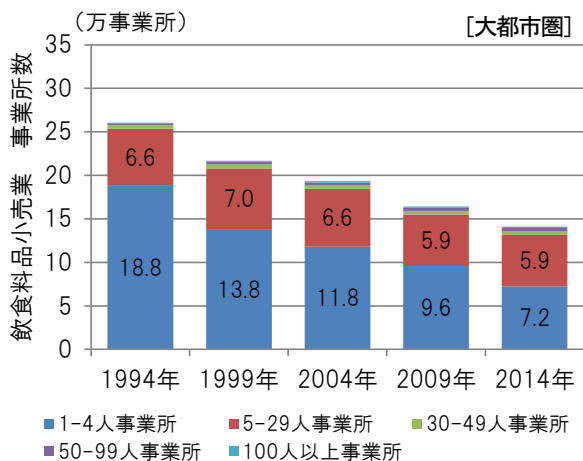
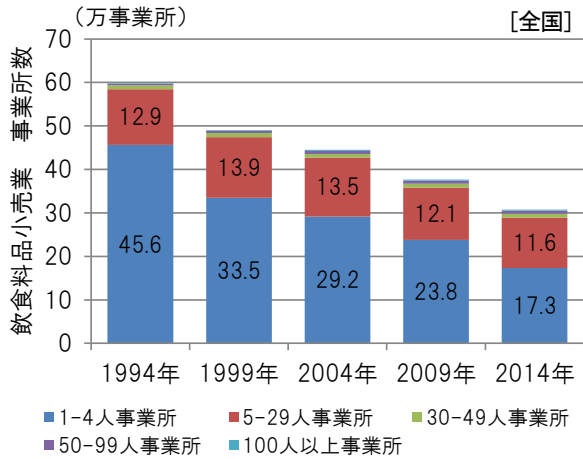


図-1 飲食料品小売業の事業所数の推移

(資料) 事業所・企業統計，経済センサス各年に基づき作成

また、1994年から2014年までの14人の事業所の減少は、大都市圏で11.5万事業所、地方圏で16.8万事業所であり、地方圏の影響が大きい。一方、100人以上の事業者は、全国で1755事業所増加し、そのうち大都市圏が1063事業所、地方圏が692事業所増加している。

以上のように、飲食料品小売業の事業所数の減少は、地方圏の14人の零細の事業所の減少による影響が大きく、100人以上の規模の大きい事業所の多くは、大都市圏に集中している。

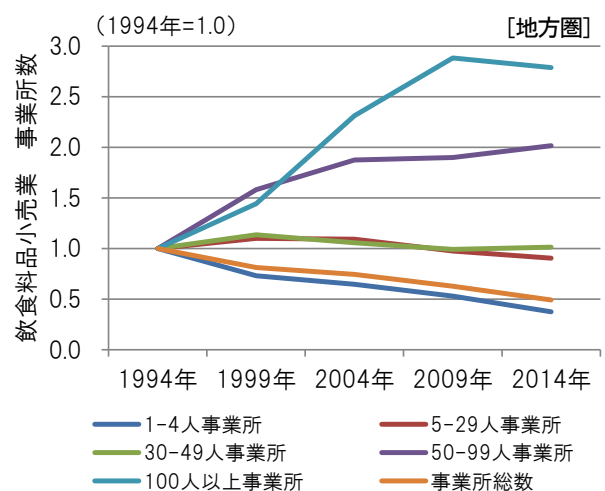
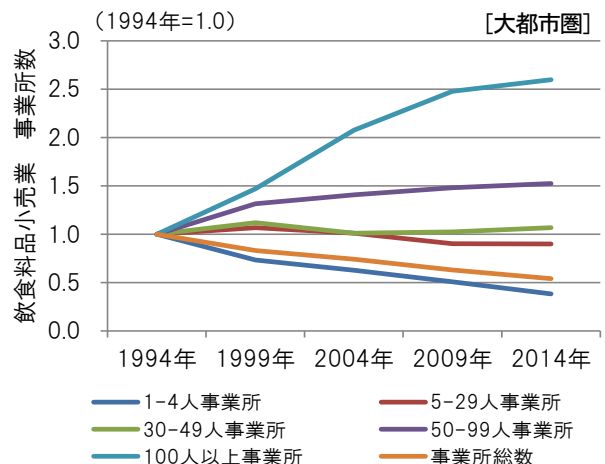
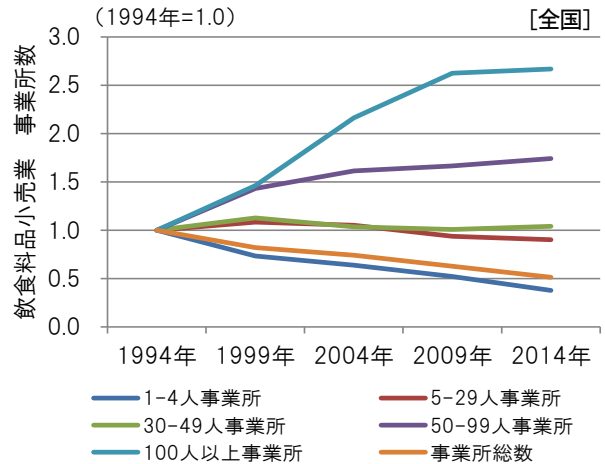


図-2 飲食料品小売業の事業所数の推移

(資料) 事業所・企業統計，経済センサス各年に基づき作成

(2) 従業者数の動向

全国の従業者数の総数は、1994年から2004年までの間に、304.3万人から335.4万人まで増加し、その後、減少し、2014年には311.0万人にまで減少している。事業所の従業員規模別にみると、1-4人の事業所は、1994年から継続的に減少しており、1994年から2014年の間に96.6万人から38.0万人まで減少している。一方、5~29人、30~49人の事業所の従業者数は、概ね横ばいで推移し、50-99人の事業所、100人以上の事業所の従業者数は増加傾向にある。

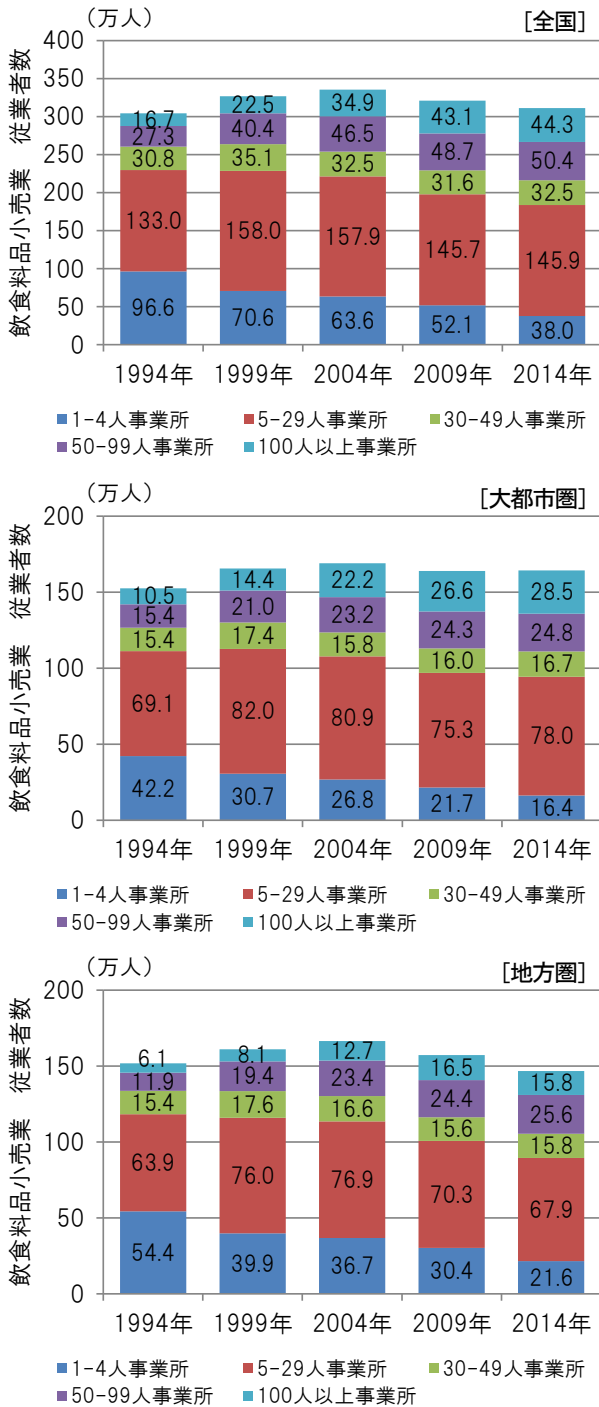


図-3 飲食料品小売業の従業者数の推移

(資料) 事業所・企業統計，経済センサス各年に基づき作成

1994年から2014までの間の1-4人の事業所の従業者数の減少は、大都市圏で25.8万人、地方圏で32.8万人であり、事業所と同様に、地方圏の影響が大きい。大都市圏では、100人以上の事業所の従業者数が18.0万人増加し、次いで、50-99人、5-29人、30-49人の順に従業者数の増加が多い。地方圏では、50-99人の事業者の従業者数が13.7万人増加し、次いで、100人以上、5-29人、30-49人の順に従業者数の増加が多い。飲食料品小売業の従業者数は、大都市圏、地方都市圏ともに、零細の事業所から規模の大きな事業所にシフトしていることがうかがえる。

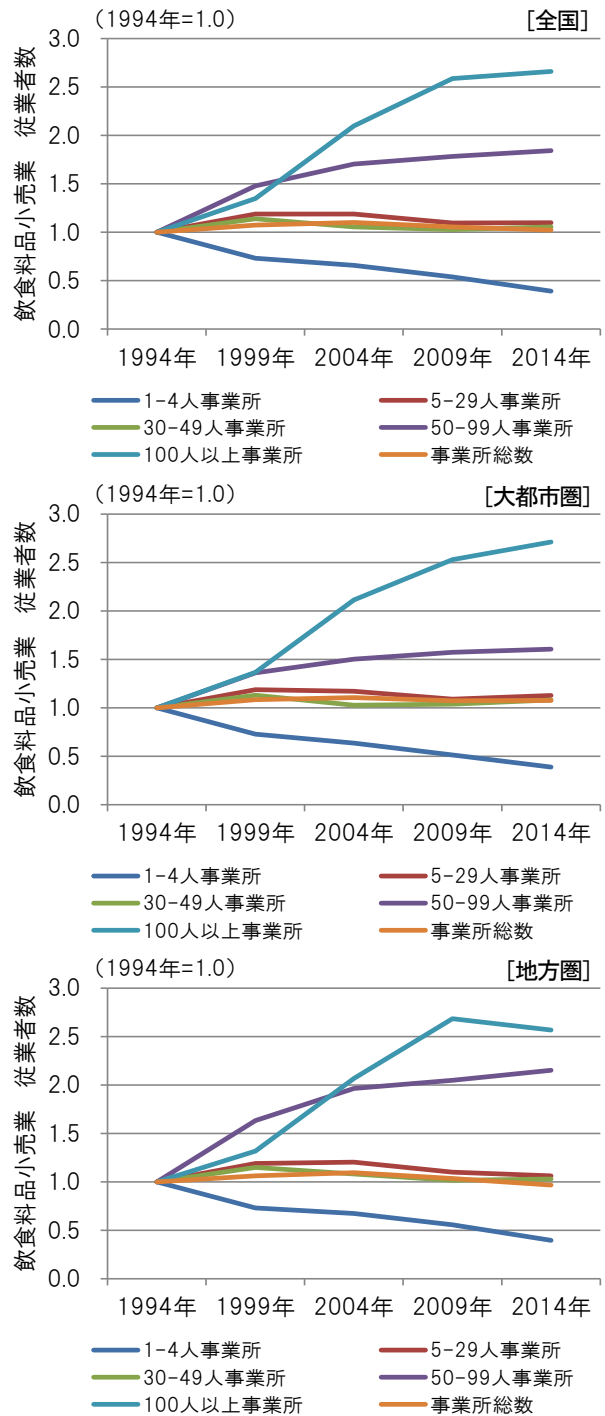


図-4 飲食料品小売業の従業者数の推移

(資料) 事業所・企業統計，経済センサス各年に基づき作成

#### 4. 飲食料品小売業と人口の動向

市町村の人口規模別に区分し、事業所総数、14人の事業所数、従業員総数、14人の事業所の従業員数、

人口、生産年齢人口について、1994年を1とした推移を大都市圏、地方圏別に確認した。地方圏ともに、14人の事業所数、従業員数は、人口規模によらず減少し、2014年には1994年比0.4程度まで減少している。

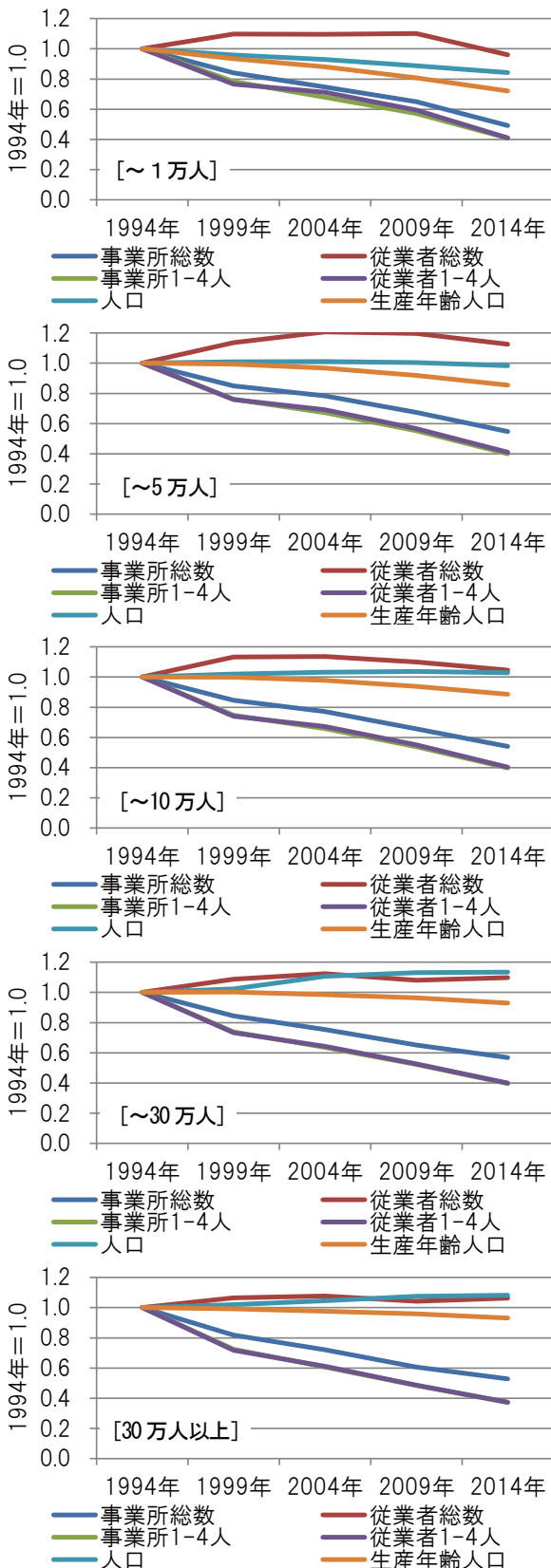


図5 人口規模別飲食料品小売業事業所・従業員数の推移（大都市圏）  
（資料）事業所・企業統計，経済センサス各年に基づき作成

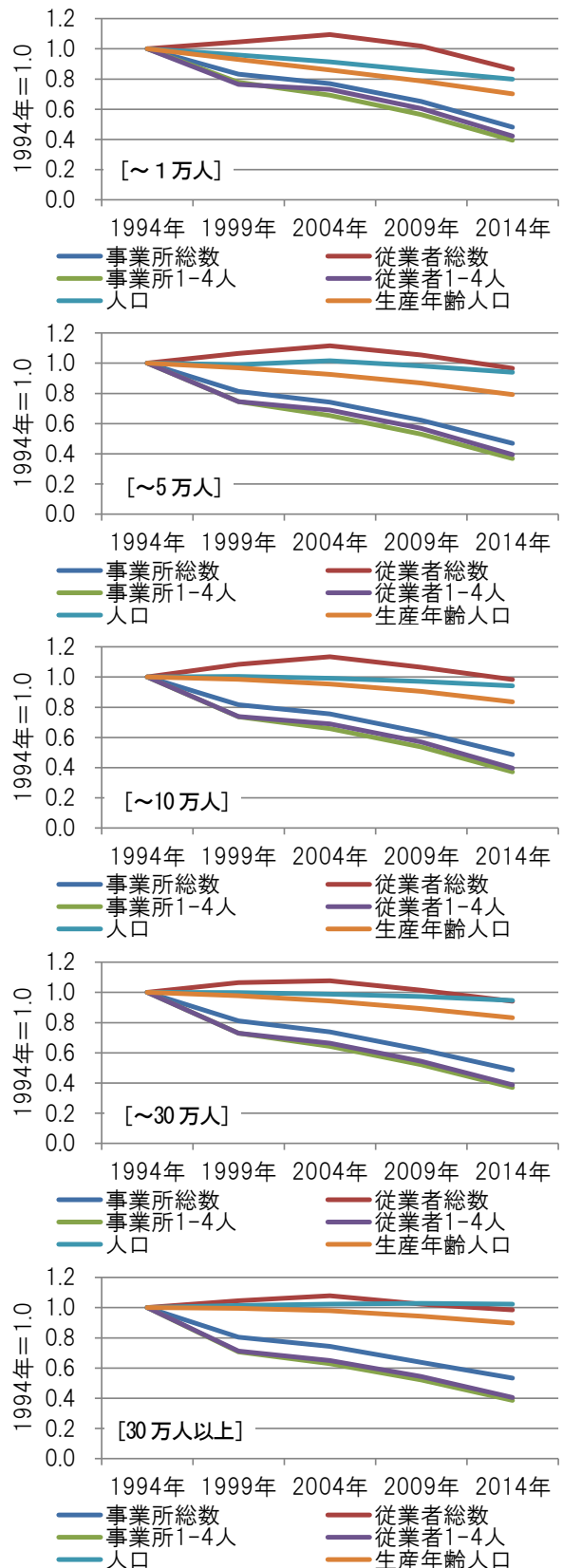


図6 人口規模別飲食料品小売業事業所・従業員数の推移（地方圏）  
（資料）事業所・企業統計，経済センサス各年に基づき作成

大都市圏では、人口10～30万人、30万人以上の都市で人口が緩やかに増加し、2014年に1994年比1を超えるとともに、従業者総数は2004年以降横ばい傾向にある。

地方圏では、2004年以降、従業者総数が減少しており、減少の傾きは、人口規模が小さいほど大きくなる傾向がある。1万人未満の市町村を他の規模と比較すると、従業者総数、人口、生産年齢人口の減少の傾きが大きい。

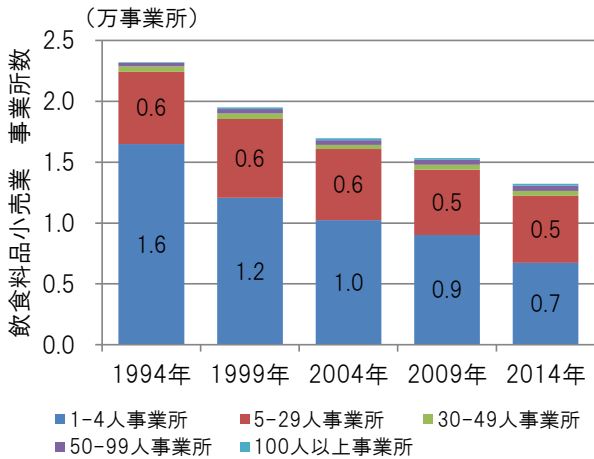


図-7 飲食料品小売業の事業所数の推移 (埼玉県)  
(資料) 事業所・企業統計, 経済センサス各年に基づき作成

## 5. 特定地域の飲食料品小売業の動向

### (1) 従業者数の動向

より詳細に飲食料品小売業の動向を把握するために、大都市圏のうち、埼玉県と埼玉県の秩父地域に着目して事業所数、従業者数を確認した。

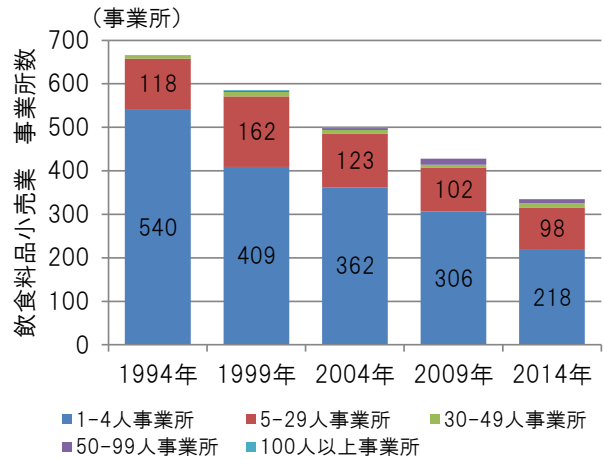


図-10 飲食料品小売業の事業所数の推移 (秩父地域)  
(資料) 事業所・企業統計, 経済センサス各年に基づき作成

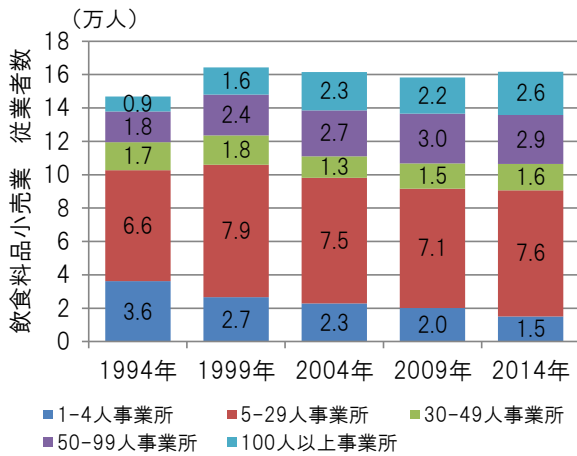


図-8 飲食料品小売業の従業者数の推移 (埼玉県)  
(資料) 事業所・企業統計, 経済センサス各年に基づき作成

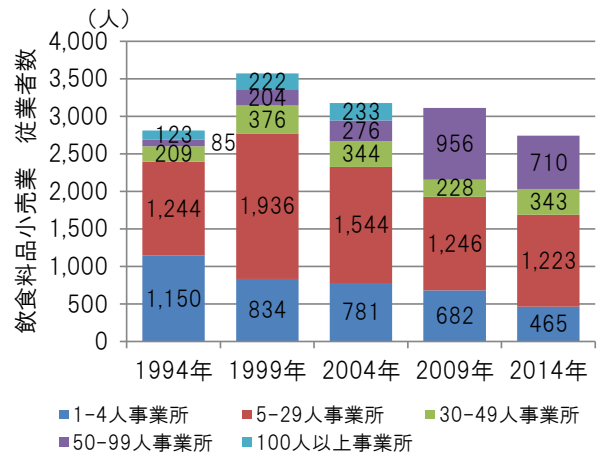


図-11 飲食料品小売業の従業者数の推移 (秩父地域)  
(資料) 事業所・企業統計, 経済センサス各年に基づき作成

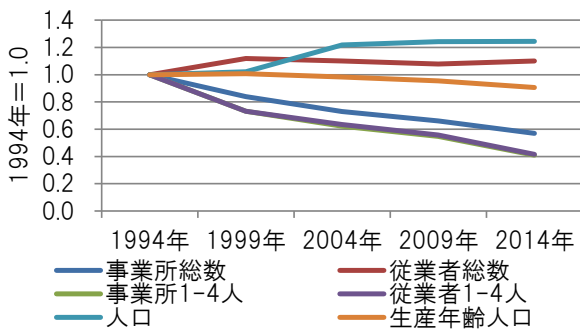


図-9 飲食料品小売業の事業所・従業者数の推移 (埼玉県)  
(資料) 事業所・企業統計, 経済センサス各年に基づき作成

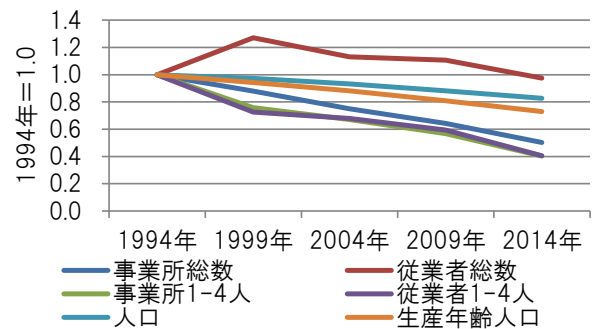


図-12 飲食料品小売業の事業所・従業者数の推移 (秩父地域)  
(資料) 事業所・企業統計, 経済センサス各年に基づき作成



14人の事業所の事業所数、従業者数に着目すると、埼玉県全体、秩父地域ともに、全国と同様の減少傾向がみられ、2014年には、1994年比0.4まで減少している。

埼玉県全体では、事業所総数は、14人の事業所の減少の影響により、2014年まで減少している。従業者総数は、1994年から1999年の間に増加し、その後、若干の増減があるが、横ばいの傾向にある。人口、生産年齢人口に着目すると、人口は、1999年から2004年の間の増加して2004年に1994年比1.2を超え、その後横ばい傾向にあり、生産年齢人口は、1999年以降緩やかに減少している。

秩父地域では、事業所総数は、14人の事業所の減少の影響により、2014年まで減少し、従業者総数は、1994年から1999年の間に、5-29人の事業所の従業者数の増加により増加したが、2004年以降減少している。人口、生産年齢人口に着目すると、1994年以降、人口、生産年齢人口ともに減少が続き、生産年齢人口は、2014年には1994年比0.73となっている。

以上より、埼玉県全体、秩父地域ともに、従業者総数の推移は、14人の事業所の動向、人口や生産年齢人口の動向の影響を受けていると考えられる。

## 6. おわりに

### (1) 本稿の分析結果

本稿の分析結果から、飲食料点小売業に着目すると、以下のことが確認された。①飲食料点小売業の事業所総数のうち、従業者数が14人の事業所の割合が高く、特に地方圏でその傾向が強い。②従業者数14人の事業者は、全国的に同様の傾向で減少しており、14人の事業所の割合が高い地方圏で、事業所総数への影響が大きい。③飲食料点小売業の従業者総数は、大都市圏、地方圏ともに、2009年以降減少しており、14人の事業所、5-29人の事業所の従業者数の減少の影響が大きい。④大都市圏、地方都市圏ともに、100人以上の事業所の事業所数、従業者数ともに増加しており、零細の事業所から規模の大きな事業所にシフトしている。⑤人口規模別にみると、地方圏では、2004年以降の従業者総数の減少の傾きは、人口規模が小さいほど大きくなる傾向があり、人口、生産年齢人口の動向の影響を受けている。

以上から、地方圏の人口規模が小さい市町村ほど、14人の事業所の減少の影響を受け、飲食料点小売業の

事業者数、従業者数が減少していると考えられる。また、生産年齢人口との関係から、従業者数14人の事業所では、事業主の高齢化、跡継ぎの不足から、事業承継ができていないことが影響していると考えられる。

### (2) 今後の施策の方向性

中小企業白書（2014年版）によると、廃業者の年齢構成は、80歳以上14.9%、70代38.1%、60代33.3%であり、70代以上で50%以上を占めており<sup>4)</sup>、事業主の高齢化、跡継ぎの不在による零細の商店の廃業は、今後も継続すると考えられる。地方圏の中でも、中山間地域等の条件不利地域は、人口が非常に低密で、商店の立地もまばらであるため、身近な商店の廃業により、遠くの店舗の利用を強いられ、買い物難民、買い物弱者が発生する。

経済産業省の「買い物弱者応援マニュアルver3.0」では、買い物弱者に対する方策として、①家まで商品を届ける、②近くにお店を作る、③家から出かけやすくする、④コミュニティ形成、⑤物流の改善・効率化を挙げている<sup>5)</sup>。これらの方策で成功している事例もみられるが、いずれの方策も、条件不利地域では難しい。

事業主の高齢化による廃業が今後も全国的に継続すると想定すると、これまでにない新たな仕組みを構築することも求められる。

### 参考文献

- 1) 中小企業庁：平成 13 年度中小商業・サービス業対策調査研究（空き店舗利用形態の変化による政策ニーズ調査）実施報告書，2002。
- 2) まち・ひと・しごと創生本部：まち・ひと・しごと創生総合戦略 2015 改訂版，2015。
- 3) 総務省統計局：平成 26 年経済センサス - 基礎調査 産業分類一覧，2014。
- 4) 中小企業庁：中小企業白書（2014 年版），2014。
- 5) 経済産業省：買い物弱者応援マニュアル ver3.0，2015。
- 6) 総務省統計局：事業所・企業統計調査各年
- 7) 総務省統計局：経済センサス各年
- 8) 総務省統計局：国勢調査各年

(2016.4.22 受付)

## ANALYSIS ON THE LOCATION OF RETAIL INDUSTRY IN METROPOLITAN AREA AND LOCAL AREA

Jun MORIO, Shota KAWAKAMI, Keisuke TANAKA