

## 激変する小売商業と業界再編成

澤 喜 司 郎

### I はじめに

平成3年5月からの戦後最長となった平成不況のなかで、平成6年6月現在、百貨店は28ヵ月連続で売上げのダウンを記録し、スーパーは22ヵ月連続で前年実績を下回り、大型消費不況の大きな影響が小売業界に現れている。そのため、百貨店をはじめ小売業界では《店舗のリストラ》に拍車がかかり、近年には「消費者の低価格志向や安売り店舗の攻勢で競争が激化し、流通業界こぞって、従来の売り上げ至上主義から利益重視へと体質転換を進め始め……スーパーなどは低コストの新型店舗の導入を進め、大手専門店が結集した巨大ショッピングセンターも出現し始めた。大規模小売店舗法の規制緩和は、低成長下での出店競争に火をつけるとも予想され、店舗の再構築はサバイバル競争の幕開けともなりそうだ」(『読売新聞』1994年7月14日付朝刊)とされているのである。

小売業界における《業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しは、すでに昭和60年に現れ始めていたのである。例えば、『商業統計表』(通商産業大臣官房統計調査部)によって全国における小売店舗数、売場面積、従業者数、年間販売額の推移をみると、表1-1に示されるように、年間販売

額は一貫して増加の傾向を示しているものの、店舗数、売場面積、従業者数は昭和60年に初めてマイナスを記録し、売場面積と従業者数は円高不況がすぎバブル経済絶頂期の昭和63年には増加に転じているが、店舗数は平成不況突入直後の平成3年に至るまで減少を続けているのである。ただし、平成3年5月から平成不況に突入しているが、政府が景気後退を公式に認知したのは翌平成4年1月であり、そうした意味からも平成3年時点の数値は、バブル経済末期の様相を示したものと認識が必要である<sup>1)</sup>。したがって、バブル経済崩壊後の平成不況の実態を知るには、本年度に実施される商業統計調査を待たねばならないのである。

そこで、本稿では今後起こりうる《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の方向性を予測するための予備的作業として、バブル経済の下での全体としての店舗数の減少と売場面積の増加という現象に着目し、昭和60年から平成3年に至る店舗の減少について店舗の売場面積規模、立地環境特性、都市人口規模、業種、業態別に若干の分析を試みたい。

表1-1 小売商業の推移

(単位：店舗，m<sup>2</sup>，人，10億円)

	店 舗 数	売 場 面 積	従業者数	年間販売額
昭和43年	1,432,436	47,583,152	4,646,212	16,507
45年	1,471,297	54,723,980	4,926,004	21,773
47年	1,495,510	61,108,675	5,141,377	28,293
49年	1,548,184	67,405,931	5,303,378	40,300
51年	1,614,067	74,973,890	5,579,800	56,029
54年	1,673,667	85,736,815	5,960,432	73,564
57年	1,721,465	95,430,071	6,369,426	93,971
60年	1,628,644	94,506,983	6,328,614	101,719
63年	1,619,752	102,050,766	6,851,335	114,840
平成3年	1,591,223	109,911,315	6,936,526	140,638

〔注〕『商業統計表』より作成。

- 1) 平成3年の『商業統計表』の数値は、平成3年7月1日現在で実施されたものであり、年間販売額は平成2年7月1日から平成3年6月30日までの1年間の商品販売額であることに留意する必要がある。

## II 大規模店舗の増加と小規模・零細店舗の減少 — 売場面積規模別の変化 —

売場面積規模別店舗数の推移は、表2-1に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは売場面積規模100㎡未満のみであり、他の売場面積規模ではすべて店舗は増加しているのである。そして、この時期の店舗の減少数は全体では37,421店舗（減少率2.3%）であるが、売場面積規模100㎡未満での店舗の減少数は実に119,546店舗にのぼり、その減少率は9.0%であった<sup>2)</sup>。

このように、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しとしての店舗の減少は、売場面積規模別では、100㎡未満の店舗群における固有の現象であった。そのため、店舗の経営規模を売場面積によってみる

表2-1 売場面積規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

㎡	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不詳
昭和60年	1,320,462	125,216	11,561	1,910	1,980	167,515
63年	1,269,841	144,683	12,296	2,047	2,107	188,778
平成3年	1,200,916	165,540	13,157	2,269	2,371	206,970
増加率	-9.0	32.2	13.8	18.8	19.7	23.6

2) 売場面積規模100㎡未満は、さらに、10㎡未満、10-20㎡未満、20-30㎡未満、30-50㎡未満、50-100㎡未満に細分されており、その店舗数の推移は以下に示されるとおりであり、売場面積規模100㎡未満での店舗の減少は厳密には50㎡未満である。

(単位：店舗)

㎡	-10	10-20	20-30	30-50	50-100
昭和60年	85,318	308,018	287,169	376,850	263,107
63年	83,510	280,761	267,077	367,266	271,227
平成3年	72,387	246,657	239,425	360,059	282,388
増加率	-15.2	-19.9	-16.6	-4.5	7.3

ならば、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》は、小規模・零細店舗の減少という形態において現れ始めていたと言えるのである。

また、すべての売場面積規模において店舗数や売場面積が減少しているならば、ここに発現している《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》は縮小再生産的な再編成を示すものといえる。しかし、バブル経済の下での売場面積規模100㎡以上の店舗の著しい増加と、それを上回る売場面積の著しい増加（表2-2を参照）は、大規模店舗を中心とした拡大再生産的な業界再編成の進展を意味し、そこでは大規模店舗の増加と大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐が進行していたのである。問題は、この業界再編成が拡大再生産的なものであるだけに、バブル経済が崩壊した後の本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》が縮小均衡を目指すものならば、小売業界においては生き残りを賭けた熾烈な競争が不可避的になると言わねばならないのである。

そして、売場面積規模100㎡未満の店舗は、表2-3に示されるとおり、従業者当たりの年間販売額が著しく少なく、売場面積（100㎡）当たりの従業者数が著しく多いという一般的な経営構造上の特徴を有し、そのため従業者・売場面積（100㎡）当たりの年間販売額が他の売場面積規模に比して極めて少なくなっているのである。したがって、こうした経営効率の劣悪さが、大規模店舗を中心とした業界再編成が進むなかでの競争力の喪失の一つの有力な要因となったと考えられるのである。そうするならば、バブル経済崩壊後の本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》

表2-2 売場面積規模別売場面積の推移

(単位：千㎡)

㎡	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-
昭和60年	42,729	22,566	9,993	4,019	15,201
63年	42,152	28,412	10,854	4,281	16,352
平成3年	41,731	32,912	11,712	4,775	18,771
増加率	-2.3	46.2	17.2	18.8	23.5

表2-3 売場面積規模別経営構造の推移

(単位：百万円, 人, 円)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-
従業者販売額 当た	昭和60年		10.6	19.6	25.9	28.2	36.2
	63年		10.9	19.8	26.9	30.8	40.2
	平成3年		12.8	23.3	30.6	34.4	46.1
	増加率		20.3	18.9	18.1	22.1	27.2
面積従業者 当たり数	昭和60年		7.92	4.03	3.04	2.39	2.61
	63年		8.26	3.85	2.94	2.37	2.54
	平成3年		7.90	3.66	2.79	2.27	2.44
	増加率		-0.3	-9.3	-8.4	-5.0	-6.4
従業者販売額 面積	昭和60年		24.9	86.7	259.5	702.1	238.4
	63年		26.0	69.6	248.0	722.5	246.1
	平成3年		30.6	70.6	260.9	717.2	245.4
	増加率		23.1	-18.5	0.5	2.1	2.9

に際しては、経営構造が改善されないかぎり、こうした小規模・零細店舗は激しい生き残り競争のなかでますますの敗退を余儀なくされることは明らかである。

他方、売場面積規模別店舗数の区部・市部・郡部別の推移は、表2-4に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは区部・市部・郡部のいずれにおいても売場面積規模100m<sup>2</sup>未満のみであり、他の売場面積規模ではすべて店舗は増加しているのである。売場面積100m<sup>2</sup>未満での店舗の減少数は区部が16,575店舗、市部が62,968店舗、郡部が40,003店舗であり、絶対数では市部における減少が最も多いが、減少率では区部が5.7%、市部が7.9%、郡部が12.9%であり、小売環境としての都市人口規模が小さくなるにしたがって減少率が高くなっているのである。

このように、売場面積規模100m<sup>2</sup>未満での店舗の減少は、区部・市部・郡部に共通した現象であるが、その減少率が郡部において最も高いことから、大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という業界再編成は、郡部において最も過激に展開されていたと言え、また、それは郡部における売場面

表2-4 区部・市部・郡部別売場面積規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不 詳
区	昭和60年		289,375	20,759	1,821	518	398	28,082
	63年		279,922	23,561	1,949	553	430	30,470
	平成3年		272,800	27,568	1,957	634	509	34,857
	増 加 率		-5.7	32.8	7.5	22.4	27.9	24.1
市	昭和60年		720,742	73,377	7,467	1,139	1,473	91,639
	63年		699,952	86,145	7,926	1,220	1,565	106,273
	平成3年		657,774	98,683	8,426	1,314	1,708	115,058
	増 加 率		-8.7	34.5	12.8	15.4	16.0	25.6
郡	昭和60年		310,345	31,080	2,273	253	109	47,794
	63年		289,967	34,977	2,421	274	112	52,035
	平成3年		270,342	39,289	2,774	321	154	57,055
	増 加 率		-12.9	26.4	22.0	26.9	41.3	19.4

積規模500m<sup>2</sup>以上の店舗の増加率が区部や市部のそれよりもはるかに高いことによって明らかである。

また、表2-5の市部（区部を含む）・郡部別売場面積規模別行政支持人口の推移に示されるとおり、売場面積規模500m<sup>2</sup>未満では郡部の売場面積は市部に比して過剰であり、売場面積規模500m<sup>2</sup>以上では売場面積が不足しているのである。そのため、郡部においては今後とも大規模店舗を中心とした業界再編成が進展する可能性が極めて高いと言えるのである。

表2-5 市部・郡部別売場面積規模別行政支持人口の推移

(単位：人)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-
市	昭和60年		2.85	5.36	11.29	26.12	6.29
	63年		2.92	4.32	10.64	25.17	5.94
	平成3年		2.96	3.77	10.15	23.11	5.28
郡	昭和60年		2.70	5.19	15.11	55.51	45.24
	63年		2.80	4.19	13.77	50.41	48.17
	平成3年		2.92	3.65	11.96	42.27	36.57

### Ⅲ 商業集積地区店舗の増加と農漁山村地区店舗の減少 — 立地環境特性格別の変化 —

立地環境特性格別店舗数の推移は、表3-1に示されるとおりであり、店舗が増加しているのは商業集積地区のみで、他の地区ではすべて店舗は減少しているのである。店舗の減少数は、オフィス街が5,780店舗、住宅地区が25,556店舗、住宅団地地区が3,354店舗、工業地区が367店舗、農漁山村地区が14,258店舗である<sup>3)</sup>。

このように、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しとしての店舗の減少は、立地環境特性格別では、商業集積地区を除くすべての地区における共通した現象であったが、減少数的に問題となるのは住宅地区と農漁山村地区である。そのため、《小売業界の再編成》あるいは《

3) 各地区は、原則として都市計画法に基づき以下のように定義され、区分されている。

商業集積地区とは、都市計画法第8条に定める用途地域のうち、商業地域およ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し、一つの商店街とは小売店、飲食店およびサービス業が近接して30店舗以上あるものをいう。また、多事業所ビル（駅ビル、寄合百貨店）も原則として一つの商業集積地区としている。

オフィス街地区とは、都市計画法第8条に定める用途地域のうち、商業地域および近隣商業地域であって、商業集積地区の対象とならない地区をいう。

住宅地区とは、都市計画法第8条に定める用途地域のうち、第一種、第二種住居専用地域および住居地域をいう。ただし、住宅団地や集中的に建設されているマンション等は住宅団地地区とし、この地区には含まれていない。

住宅団地地区とは、都市計画法第8条に定める用途地域のうち、第一種、第二種住居専用地域および住居地域であって、住宅団地を形成している地区をいう。マンション等の高層住宅であっても、集中的に建設されていないものは住宅地区としている。

工業地区とは、都市計画法第8条に定める用途地域のうち、工業専用地域、準工業地域および工業地域をいう。

農漁山村地区とは、都市計画法第7条に定める市街化調整区域および商業集積地区から工業地区までの区分に特性づけられない地域をいう。

なお、都市計画法で指定されていない地域・地区については、その地域・地区の実状に合わせて特性づけがなされ、都市計画法の地域・地区と実態が違う場合にも実状に合わせて特性づけがなされている。

表3-1 立地環境特性格別店舗数の推移

(単位：店舗)

	商業集積 地区	オフィス 街	住宅地区	住宅団 地地区	工 業 地区	農漁山村 地区
昭和60年	654,433	80,551	474,149	34,486	69,487	315,538
63年	704,851	70,060	443,514	29,755	65,320	306,252
平成3年	666,327	74,771	448,593	31,132	69,120	301,280
増 加 率	1.8	-7.2	-5.4	-9.7	-0.5	-4.5

店舗のリストラ》は、主として住宅地区や農漁山村地区における店舗の減少という形態において現れ始めていたと言えるのである。

また、バブル経済の下での商業集積地区での店舗の増加と、それを上回る売場面積の増加(表3-2を参照)は、商業集積地区を中心とした拡大再生産的な地区間再編成の進展を意味し、そこでは商業集積地区への店舗の集中と商業集積地区の店舗による住宅地区や農漁山村地区の店舗の駆逐が進行していたのである。いうまでもなく、こうした地区間再編成は買物行動の広域化に基づくものであり、これを前提としてのことである。

さらに、商業集積地区を含むすべての地区における売場面積の増加と、オフィス街、住宅地区、住宅団地地区、工業地区における昭和63年以降の店舗の増加、商業集積地区における昭和63年以降の店舗の減少は、商業集積地区を中心とした地区間再編成がバブル経済絶頂期を境に弱まり、住宅地区等を中心とした再編成へと変化しつつあることを意味するものではない。それは、各地区内部における大規模店舗の増加と大規模店舗による小

表3-2 立地環境特性格別売場面積の推移

(単位：千㎡)

	商業集 積地区	オフィ ス街	住 宅 地区	住宅団 地地区	工 業 地区	農漁山 村地区
昭和60年	49,044	4,590	22,594	1,970	3,466	12,843
63年	55,661	4,004	23,362	1,877	3,664	13,482
平成3年	57,891	4,538	26,252	2,253	4,368	14,600
増 加 率	18.0	-1.2	16.2	14.3	26.0	13.7



規模・零細店舗の駆逐という地区内再編成が急激に展開されたことを意味するのである<sup>4)</sup>。これは、立地環境特性格別売場面積規模別店舗数の推移をみれば明らかになるが、この数値は昭和60年については『商業統計表』に掲載されているものの、昭和63年および平成3年についてはない。そこで、フレーター法をもちいて推測した結果が、表3-3である<sup>5)</sup>。

この推測値を前提とすれば、各地区内部における大規模店舗の増加と大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という地区内再編成が展開された

- 4) 平成3年に商業集積地区と農漁山村地区で店舗数が減少し、オフィス街等のその他の地区で店舗数が増加したことについて、『商業統計表—立地環境特性格別統計編(小売業)』は、「こうした背景には、地価の上昇や消費者ニーズの多様化、モータリゼーションなどの影響から、出店地区の選択の幅が拡大しているためと思われる」(38頁)と述べている。
- 5) フレーター法とは、そもそも分布交通量を予測するための手法であるが、ここで同法をもちいたのは、例えば、立地環境特性格別売場面積規模別店舗数の全体的なパターンは短期間(3年間)では著しく変化することはないという基本的な仮定にたつためである。

いま、ある立地環境特性格別売場面積規模別店舗数の第I次近似値を $tij^{(i+1)}$ 、将来のある立地環境特性格別店舗数を $Gi$ 、現在のある立地環境特性格別店舗数を $gi$ 、将来のある売場面積規模別店舗数を $Aj$ 、現在のある売場面積規模別店舗数を $aj$ とすると、将来のある立地環境特性格別売場面積規模別店舗数( $Tij^{(i+1)}$ )は、

$$Tij^{(i+1)} = tij^{(0)} \times Ei^{(0)} \times Ej^{(0)} \times \frac{Li^{(0)} + Lj^{(0)}}{2}$$

$$Ei^{(0)} = \frac{Gi}{gi^{(0)}}, \quad Ej^{(0)} = \frac{Aj}{aj^{(0)}}$$

$$Li^{(0)} = \frac{\sum_j tij^{(0)}}{(\sum_j tij^{(0)} \times Ej^{(0)})}, \quad Lj^{(0)} = \frac{\sum_i tij^{(0)}}{(\sum_i tij^{(0)} \times Ei^{(0)})}$$

と表され、立地環境特性格別・売場面積規模別店舗数に関する

$$Gi = gi^{(i+1)}, \quad Ai = ai^{(i+1)}$$

を満足させるまで繰り返し適用し修正する。なお、初期設定値には昭和60年の立地環境特性格別売場面積規模別店舗数( $tij^{(0)}$ )をもちいた。

表3-3 立地環境特性格売場面積規模別店舗数の推測値

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不詳
商業集積地区	昭和60年	550,633	60,241	5,566	1,089	1,529	35,375	
	63年	575,855	75,036	6,396	1,246	1,685	44,633	
	平成3年	526,491	83,269	6,624	1,343	1,867	46,733	
	増加率	-4.4	38.2	19.0	23.3	22.1	32.1	
オフィス街	昭和60年	65,603	6,106	488	94	91	8,169	
	63年	55,066	6,104	450	86	81	8,273	
	平成3年	56,667	7,624	525	104	101	9,750	
	増加率	-13.6	24.9	7.6	10.6	11.0	19.4	
住宅地区	昭和60年	379,368	31,412	3,391	464	232	59,283	
	63年	341,439	33,672	3,354	457	220	64,372	
	平成3年	332,515	39,802	3,700	525	259	71,792	
	増加率	-12.4	26.7	9.1	13.1	11.6	21.1	
住宅団地地区	昭和60年	28,027	2,742	371	40	21	3,285	
	63年	23,340	2,720	339	36	18	3,302	
	平成3年	23,537	3,329	388	43	22	3,813	
	増加率	-16.0	21.4	4.6	7.5	4.8	16.1	
工業地区	昭和60年	49,292	4,817	603	104	53	14,618	
	63年	43,807	5,099	589	101	50	15,674	
	平成3年	44,016	6,219	670	119	61	18,035	
	増加率	-10.7	29.1	11.1	14.4	15.1	23.4	
農漁山村地区	昭和60年	247,539	19,898	1,142	119	54	46,786	
	63年	230,334	22,052	1,168	121	53	52,524	
	平成3年	217,690	25,297	1,250	135	61	56,847	
	増加率	-12.1	27.1	9.5	13.4	13.0	21.5	

ことは明らかである。また、その地区内再編成は、売場面積規模別の店舗増加率に示されるとおり、住宅地区よりも農漁山村地区、農漁山村地区よりも商業集積地区において過激に展開されていたのである。

そして、立地環境特性格の店舗の経営構造は、表3-4に示されるとおりであり、住宅地区や農漁山村地区の店舗の経営効率は商業集積地区の店舗のそれと比較して高いとは言えないのである。そのため、バブル経済崩壊後

表3-4 立地環境特性格別経営構造の推移

(単位：百万円, 人, 円)

		商業集積地区	オフィス街	住宅地区	住宅団地地区	工業地区	農漁山村地区
従業者 販売額 当た	昭和60年	17.1	17.6	14.8	15.4	19.2	13.7
	63年	17.9	17.9	15.4	15.8	20.3	13.9
	平成3年	21.4	22.5	18.8	18.7	25.5	16.9
	増加率	25.4	28.2	26.7	21.6	32.8	23.6
面積 従業者 当たり	昭和60年	5.82	7.71	7.77	7.20	9.33	6.99
	63年	5.87	8.00	7.82	7.28	9.34	7.10
	平成3年	5.42	7.83	7.30	6.70	8.83	6.81
	増加率	-7.0	1.5	-6.1	-6.9	-5.3	-2.7
従業者 販売額 面積 当たり	昭和60年	1.00	1.36	1.15	1.11	1.79	0.96
	63年	1.05	1.43	1.20	1.15	1.89	0.99
	平成3年	1.16	1.76	1.37	1.25	2.25	1.15
	増加率	16.6	30.1	19.0	12.9	25.8	20.3

の本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》に際しては、こうした住宅地区や農漁山村地区の店舗は激しい生き残り競争のなかで苦境に立たされるであろうことは容易に想像されるのである。

他方、立地環境特性格別店舗数の区部・市部・郡部別推移は、表3-5に示されるとおりであり、店舗が増加しているのは区部の商業集積地区、オフィス街、工業地区、農漁山村地区、市部の商業集積地区であり、他の地区では区部・市部・郡部ともにすべて店舗は減少しているのである。店舗の減少数は、区部では住宅地区が12,633店舗、住宅団地地区が544店舗、市部ではオフィス街が5,983店舗、住宅地区が10,575店舗、住宅団地地区が2,260店舗、工業地区が656店舗、農漁山村地区が3,393店舗、郡部では商業集積地区が7,025店舗、オフィス街が746店舗、住宅地区が2,348店舗、住宅団地地区が550店舗、工業地区が74店舗、農漁山村地区が11,176店舗である。

区部・市部・郡部別では、商業集積地区の店舗を中心とした地区間再編成の展開は、区部と市部においては認められるが、郡部においてはすべての地区で店舗が減少しているために、商業集積地区を中心とした地区間再

表3-5 区部・市部・郡部別立地環境特性格別店舗数の推移

(単位：店舗)

		商業集積 地区	オフィ ス街	住 宅 地区	住宅団 地地区	工 業 地区	農漁山 村地区
区	昭和60年	161,323	35,494	108,852	9,668	19,542	6,074
	63年	183,211	29,849	92,810	7,427	17,987	5,601
	平成3年	170,249	36,443	96,219	9,124	19,905	6,385
部	増 加 率	5.5	2.7	-11.6	-5.6	1.9	5.1
市	昭和60年	376,614	41,040	290,167	20,474	43,951	123,591
	63年	406,888	36,625	278,292	18,516	41,657	121,103
	平成3年	386,607	35,057	279,592	18,214	43,295	120,198
部	増 加 率	2.7	-14.6	-3.6	-11.0	-1.5	-2.7
郡	昭和60年	116,496	4,017	75,130	4,344	5,994	185,873
	63年	114,752	3,586	72,412	3,812	5,676	179,548
	平成3年	109,471	3,271	72,782	3,794	5,920	174,697
部	増 加 率	-6.0	-18.6	-3.1	-12.7	-1.2	-6.0

編成が展開されたとは言えないのである。ここには都市間再編成という新たな問題が提起されているのであり、この都市間再編成については国民1人当たり年間販売額という概念をもちいた市部（区部を含む）および郡部における流出入比率によって、市部の店舗による郡部の店舗の駆逐という構図がみられるのである。

また、商業集積地区の店舗増加率は、小売環境としての都市人口規模が小さくなるにしたがって低くなり、その傾向はオフィス街や農漁山村地区等においてもみられるのである。他方、住宅地区においては店舗減少率は都市人口規模が小さくなるにしたがって低くなり、商業集積地区や農漁山村地区等とはまったく逆の傾向を示しているのである。これは、商業集積

表3-6 流出入比率の推移

	市 部	郡 部
昭和60年	1.105	0.661
63年	1.109	0.637
平成3年	1.112	0.624

地区の店舗による住宅地区の店舗の駆逐という地区間再編成が、昭和63年までは区部において最も過激に展開されていたことを示しているのである。

なお、業種別の変化については後述するが、立地環境特性別業種別店舗数の推移は、表3-7に示されるとおりである。

表3-7 立地環境特性別業種別店舗数の推測値

(単位：店舗)

		各種商品	織物・衣類	飲食料品	自動車 自転車	家具・ 建具	その他
商業集積地区	昭和60年	1,891	143,246	227,802	18,667	69,121	193,706
	63年	2,251	155,850	244,893	22,406	71,067	208,384
	平成3年	2,401	155,445	223,461	20,772	64,325	199,923
	増加率	27.0	8.5	-1.9	11.3	-6.9	3.2
オフィス街	昭和60年	154	12,646	26,716	3,720	8,949	28,366
	63年	142	10,720	23,039	3,506	7,540	25,113
	平成3年	193	12,102	23,767	3,884	7,734	27,091
	増加率	25.3	-4.3	-11.0	4.4	-13.6	-4.5
住宅地区	昭和60年	641	45,857	206,651	30,412	53,884	136,704
	63年	723	43,136	189,209	31,048	49,302	130,096
	平成3年	759	45,603	185,007	33,686	48,861	134,677
	増加率	18.4	-0.6	-10.5	10.8	-9.3	-1.5
住宅団地地区	昭和60年	50	2,890	17,107	1,608	3,605	9,226
	63年	51	2,562	14,533	1,459	3,077	8,073
	平成3年	76	2,829	14,623	1,755	3,062	8,787
	増加率	52.0	-2.1	-14.5	9.1	-15.1	-4.8
工業地区	昭和60年	122	5,491	28,078	8,224	6,964	20,608
	63年	164	5,131	25,504	8,556	6,351	19,614
	平成3年	188	5,628	26,220	9,714	6,494	20,876
	増加率	54.1	2.5	-6.6	18.1	-6.7	1.3
農漁山村地区	昭和60年	673	19,476	164,836	21,300	30,163	79,090
	63年	684	19,182	156,459	22,399	28,705	78,823
	平成3年	730	19,387	149,694	23,420	27,629	80,420
	増加率	8.5	-0.5	-9.2	10.0	-8.4	1.7

#### IV 大都市店舗の増加と小都市店舗の減少 — 商業集積地区における都市人口規模別の変化 —

商業集積地区における都市人口規模別店舗数の推移は、表4-1に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは人口規模5万人未満、10～30万人未満、50～100万人未満の都市であり、他の人口規模の都市ではすべて店舗は増加しているのである。店舗の減少数は、人口規模5万人未満が10,286店舗、10～30万人未満が580店舗、50～100万人未満が840店舗である。

表4-1 都市人口規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

万人	-5	5-10	10-30	30-50	50-100	100-
昭和60年	173,364	88,559	129,328	71,299	30,560	161,323
63年	171,020	95,159	138,542	85,243	31,676	183,211
平成3年	163,078	91,777	128,748	87,436	29,720	165,568
増加率	-5.9	3.6	-0.4	22.6	-2.7	2.6

このように、商業集積地区における《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しとしての店舗の減少は、都市人口規模別では、人口規模5万人未満、10～30万人未満、50～100万人未満の都市における現象であったが、減少数的に問題となるのは人口規模5万人未満の都市である。そのため、商業集積地区における《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》は、主として人口規模5万人未満の小都市における店舗の減少という形態において現れ始めていたと言えるのである。

また、バブル経済の下での人口規模の大きな都市における店舗の増加と、それを上回る売場面積の増加(表4-2を参照)は、大都市を中心として拡大再生産的な都市間再編成の進展を意味し、そこでは大都市への店舗の集中と大都市の店舗による小都市の店舗の駆逐が進行していたのである。

さらに、人口規模5万人未満を含むすべての人口規模の都市での売場面積の増加と、人口規模30-50万人未満の都市を除くすべての人口規模の都市

表4-2 都市人口規模別売場面積の推移

(単位：千㎡)

万人	-5	5-10	10-30	30-50	50-100	100-
昭和60年	10,990	6,850	11,221	6,341	2,438	11,203
63年	11,678	7,832	12,526	7,544	2,788	13,294
平成3年	12,024	8,285	12,748	8,441	3,009	13,384
増加率	9.4	21.0	13.6	33.1	23.4	19.5

における昭和63年以降の店舗の減少は、大都市を中心とした都市間再編成がバブル経済の絶頂期を境に弱まったことを意味するものではない。それは、各人口規模の都市内部における大規模店舗の増加と大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という都市内再編成が急激に展開されていたことを意味するのである。これは、都市人口規模別売場面積規模別店舗数の推移をみれば明らかになるが、この数値は『商業統計表』にはない。しかし、このことはこれまでの分析において容易に想像されるのである。

そして、人口規模が5万人未満の都市の店舗は、表4-3に示されるとおり、従業者当たりの年間販売額が少なく、売場面積(100㎡)当たりの従業者数

表4-3 都市人口規模別経営構造の推移

(単位：百万円, 人, 円)

万人		-5	5-10	10-30	30-50	50-100	100-
従業者 販売額 当たり	昭和60年	13.3	15.2	16.9	18.2	18.1	20.6
	63年	13.6	15.7	17.7	18.9	19.2	21.8
	平成3年	15.7	18.5	21.1	22.1	22.9	26.8
	増加率	18.1	21.6	24.4	21.6	26.2	29.6
従業者 面積 当たり 数	昭和60年	5.79	5.45	5.31	5.43	6.03	6.77
	63年	5.70	5.47	5.35	5.62	5.93	6.87
	平成3年	5.25	5.01	4.92	5.22	5.58	6.38
	増加率	-9.4	-8.1	-7.4	-3.8	-7.6	-5.8
従業者 販売額 面積 当たり	昭和60年	121.2	221.9	151.1	287.1	744.4	184.1
	63年	116.1	200.3	141.2	250.1	690.2	163.7
	平成3年	130.6	223.5	165.4	261.9	760.0	200.0
	増加率	7.8	0.7	9.5	-8.8	2.1	8.6

が比較的多いという一般的な経営構造上の特徴を有し、そのため従業者・売場面積(100m<sup>2</sup>)当たりの年間販売額が他の人口規模の都市の店舗に比して少なくなっているのである。したがって、こうした経営効率の劣悪さが、大都市を中心とした都市間再編成が進むなかでの競争力の喪失の一つの有力な要因となったと考えられるのである。そうするならば、バブル経済崩壊後の本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》に際しては、経営構造が改善されない限り、こうした人口規模5万人未満の都市における店舗は、激しい生き残り競争のなかでますますの敗退を余儀なくされることは明らかである。

#### V 各種商品小売業の増加と飲食料品小売業の減少 —業種別の変化—

業種別店舗数の推移は、表5-1に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは飲食料品小売業と家具・建具・什器小売業であり、他の業種ではすべて店舗は増加しているのである。店舗の減少数は、飲食料品小売業が48,418店舗、家具・建具・什器小売業が14,581店舗である。

このように、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しとしての店舗の減少は、業種別では、飲食料品小売業と家具・建具・什器小売業における現象であった。そのため、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》は、飲食料品小売店舗と家具・建具・什器小売店舗の減少という形態において現れ始めていたと言えるのである。

表5-1 業種別店舗数の推移

(単位：店舗)

	各種 商品	織物・ 衣類	飲食料品	自動車・ 自転車	家具・建 具・什器	その他
昭和60年	3,531	229,606	671,190	83,931	172,686	467,700
63年	4,015	236,581	653,637	89,374	166,042	470,103
平成3年	4,347	240,994	622,772	93,231	158,105	471,774
増加率	23.1	5.0	-7.2	11.1	-8.4	0.9



そして、バブル経済の下での各種商品小売業の店舗と売場面積の著しい増加(表5-2を参照)は、各種商品小売業のみが基本的には他のすべての業種と競合するため、各種商品小売業を中心とした拡大再生産的な業種間再編成の進展を意味し、そこでは各種商品小売店舗の増加と各種商品小売店舗による飲食料品小売店舗と家具・建具・什器小売店舗の駆逐が進行していたのである。

また、こうした各種商品小売店舗を中心とした業種間再編成は、表5-3の業種別の店舗当たり売場面積の推移に示されるとおり、それは同時に、大規模な各種商品小売店舗による小規模・零細な飲食料品小売店舗と家具・建具・什器小売店舗の駆逐として発現している大規模な各種商品小売店舗を中心とした業種間再編成でもあったのである。

そして、飲食料品小売店舗と家具・建具・什器小売店舗は、表5-4に示されるとおり、従業者当たりの年間販売額が少なく、売場面積(100㎡)当たりの従業者数が多いという一般的な経営構造上の特徴を有し、そのため従

表5-2 業種別売場面積の推移

(単位：千㎡)

	各種商品	織物・衣類	飲食料品	自動車 自転車	家具・ 建具	その他
昭和60年	13,382	14,798	32,474	1,675	14,657	17,520
63年	14,622	16,428	34,119	2,016	15,465	19,400
平成3年	16,349	18,085	35,401	2,040	16,171	21,856
増加率	22.2	22.2	9.0	21.8	10.3	24.7

表5-3 業種別店舗当たり売場面積の推移

(単位：千㎡)

	各種商品	織物・衣類	飲食料品	自動車 自転車	家具・ 建具	その他
昭和60年	3,790.0	64.5	48.4	20.0	84.9	37.5
63年	3,641.9	69.4	52.2	22.6	93.1	41.3
平成3年	3,760.9	75.0	56.8	21.9	102.3	46.3
増加率	-0.8	16.4	17.5	9.6	20.5	23.7

表5-4 業種別経営構造の推移

(単位：百万円，人，円)

		各種 商品	織物・ 衣類	飲食料 品	自転車	家具・ 建具	その他
従 業 者 当 た り 販 売 額	昭和60年	35.6	14.2	13.5	8.4	15.0	14.7
	63年	39.4	15.3	13.8	9.7	17.0	13.8
	平成3年	45.2	18.4	16.3	11.4	20.4	16.8
	増 加 率	26.9	29.6	20.5	51.1	36.4	14.0
面 積 当 た り 従 業 者 数	昭和60年	2.90	5.10	7.24	4.41	4.00	10.18
	63年	2.77	4.87	7.58	3.87	3.89	10.02
	平成3年	2.69	4.47	7.18	3.59	3.63	9.12
	増 加 率	-7.4	-12.4	-0.8	0.2	-9.2	-10.4
従 業 者 面 積 当 た り 販 売 額	昭和60年	266.2	95.9	41.7	502.6	102.1	84.1
	63年	269.7	93.3	40.4	480.1	109.8	71.4
	平成3年	276.6	101.7	46.1	562.0	126.2	76.9
	増 加 率	3.9	6.0	10.5	11.8	23.6	-8.6

業者・売場面積(100㎡)当たりの年間販売額が他の規模に比して少なくなっているのである。したがって、こうした経営効率の劣悪さが、大規模な各種商品小売業を中心とした業種間再編成が進むなかでの競争力の喪失の一つの有力な要因となったと考えられるのである。そうするならば、バブル経済崩壊後の本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》に際しては、経営構造が改善されないかぎり、こうした飲食料品小売店舗や家具・建具・什器小売店舗は激しい生き残り競争の中でますますの敗退を余儀なくされることは明らかである。

さらに、大規模な各種商品小売店舗を中心とした業種間再編成と並行して、表5-5の業種別売場面積規模別店舗数の推移に示されるように、各種商品小売業と織物・衣類・身の回り品小売業以外の各業種内部においては大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という業種内再編成が展開されていたのである。これに対して、各種商品小売業においては大規模店舗および小規模・零細店舗による中・大規模店舗の駆逐、織物・衣類・身の回り品小売業においては小・中規模店舗による大規模・零細店舗の駆逐という

表5-5 業種別売場面積規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不詳
各種商品	昭和60年		1,245	381	141	329	1,402	33
	63年		1,359	593	159	333	1,506	65
	平成3年		1,444	747	123	287	1,649	97
	増加率		16.0	96.1	-12.8	-12.8	17.6	193.9
織物・衣類	昭和60年		200,167	25,838	1,304	315	256	1,726
	63年		200,871	29,709	1,484	293	263	3,961
	平成3年		198,502	34,974	1,587	275	242	5,414
	増加率		-0.8	35.4	21.7	-12.7	-5.5	213.7
飲食料品	昭和60年		600,907	43,222	5,252	495	98	21,216
	63年		573,608	50,568	5,351	566	104	23,440
	平成3年		530,952	57,771	5,666	659	143	27,581
	増加率		-11.6	33.7	7.9	33.1	45.9	30.0
家具・建具	昭和60年		129,271	22,208	3,736	636	186	16,649
	63年		117,863	23,130	3,886	714	201	20,248
	平成3年		107,451	24,325	3,965	823	254	21,287
	増加率		-16.9	9.5	6.1	29.4	36.6	27.9
その他	昭和60年		356,358	30,603	1,118	135	38	79,448
	63年		344,632	36,727	1,336	138	32	87,238
	平成3年		333,133	43,373	1,747	220	81	93,220
	増加率		-6.5	41.7	56.3	63.0	113.2	17.3

業種内再編成が展開されていたのである。

他方、業種別店舗数の区部・市部・郡部別推移は、表5-6に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは区部および市部では飲食料品小売業と家具・建具・什器小売業、郡部では織物・衣料・身の回り品小売業、飲食料品小売業、家具・建具・什器小売業、その他の小売業であり、それ以外の業種ではすべて店舗は増加しているのである。店舗の減少数は、区部では飲食料品小売業が8,285店舗、家具・建具・什器小売業が2,461店舗、市部では飲食料品小売業が25,458店舗、家具・建具・什器小売業が7,552店舗、郡部では織物・衣料・身の回り品小売業が1,728店舗、飲食料品小売業が

表5-6 区部・市部・郡部別業種別店舗数の推移

(単位：店舗)

		各種 商品	織物・ 衣料	飲食料品	自動車 自転車	家具・建 具・什器	その他
区	昭和60年	603	59,741	134,360	13,171	33,655	99,423
	63年	630	61,525	129,851	14,002	32,265	98,612
	平成3年	737	63,886	126,075	15,498	31,194	100,935
部	増加率	22.2	6.9	-6.2	17.7	-7.3	1.5
市	昭和60年	2,101	129,572	358,681	49,944	95,436	260,103
	63年	2,478	135,894	353,329	54,004	92,560	264,816
	平成3年	2,700	138,543	333,223	56,097	87,884	264,516
部	増加率	28.5	6.9	-7.1	12.3	-7.9	1.6
郡	昭和60年	827	40,293	178,149	20,816	43,595	108,174
	63年	907	39,162	170,457	21,368	41,217	106,675
	平成3年	910	38,565	163,474	21,636	39,027	106,323
部	増加率	10.0	-4.3	-8.2	3.9	-10.5	-1.7

14,675店舗、家具・建具・什器小売業が4,568店舗、その他の小売業が1,851店舗である。

区部・市部・郡部別業種別店舗数の推移に示されるとおり、大規模な各種商品小売店舗による小規模・零細な飲食料品小売店舗と家具・建具・什器小売店舗の駆逐という業種間再編成は、郡部では織物・衣料・身の回り品小売業をも巻き込み、さらには区部・市部・郡部における業種間再編成は、業種別の店舗増加率に示されるとおり、区部よりも市部、市部よりも郡部において過激に展開されていたのである。

こうした大規模な各種商品小売店舗を中心とした業種間再編成と同時に、区部・市部・郡部においても、表5-7～表5-9に示されるとおり、一般的には大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という業種内再編成も展開されていたのである。

また、表5-10の市部(区部を含む)・郡部別業種別行政支持人口の推移に示されるとおり、飲食料品小売業については郡部の売場面積は市部に比して過剰であり、各種商品小売業については売場面積が不足しているのでは

表5-7 区部における業種別売場面積規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不詳
各種商品	昭和60年		132	42	26	112	284	7
	63年		130	49	33	100	308	10
	平成3年		180	82	25	81	349	20
	増加率		36.4	95.2	-3.8	-27.7	22.9	185.7
織物・衣類	昭和60年		54,346	4,604	218	73	41	459
	63年		55,075	5,287	241	65	40	817
	平成3年		56,047	6,243	257	67	51	1,221
	増加率		3.1	35.6	17.9	-8.2	24.4	166.0
飲食料品	昭和60年		122,624	6,896	888	147	23	3,782
	63年		116,812	8,051	941	167	21	3,859
	平成3年		110,731	9,609	938	212	25	4,560
	増加率		-9.7	39.3	5.6	44.2	8.7	20.6
家具・建具	昭和60年		26,025	3,674	456	151	45	3,304
	63年		24,164	3,696	448	175	48	3,734
	平成3年		22,281	3,990	427	209	63	4,224
	増加率		-14.4	8.6	-6.4	38.4	40.0	27.8
その他	昭和60年		81,160	5,025	230	35	5	12,968
	63年		78,681	5,736	266	46	13	13,870
	平成3年		78,466	6,861	298	64	21	15,225
	増加率		-3.3	36.5	29.6	82.9	320.0	17.4

表5-8 市部における業種別売場面積規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不詳
各種商品	昭和60年		601	193	75	162	1,049	21
	63年		739	323	82	169	1,115	50
	平成3年		767	441	66	148	1,212	66
	増加率		27.6	128.5	-12.0	-8.6	15.5	214.3
織物・衣類	昭和60年		111,266	15,971	834	209	210	1,082
	63年		113,405	18,648	915	196	218	2,512
	平成3年		111,936	22,157	969	183	185	3,113
	増加率		0.6	38.7	16.2	-12.4	-11.9	187.7
飲食料品	昭和60年		319,830	24,001	3,334	282	66	11,168
	63年		308,438	28,566	3,368	314	73	12,570
	平成3年		282,795	32,400	3,529	337	97	14,065
	増加率		-11.6	35.0	5.8	19.5	47.0	25.9
家具・建具	昭和60年		71,268	13,117	2,575	416	125	7,935
	63年		65,204	13,719	2,714	469	140	10,314
	平成3年		59,408	14,444	2,742	522	165	10,603
	増加率		-16.6	10.1	6.5	25.5	32.0	33.6
その他	昭和60年		199,061	18,183	644	70	23	42,122
	63年		193,692	22,376	793	69	18	47,868
	平成3年		185,801	26,458	1,073	121	48	51,015
	増加率		-6.7	45.5	66.6	72.9	108.7	21.1

表5-9 郡部における業種別売場面積規模別店舗数の推移

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不 詳
各種 商品	昭和60年		512	146	40	55	69	5
	63年		490	221	44	64	83	5
	平成3年		497	224	32	58	88	11
	増 加 率		-2.9	53.4	-20.0	5.5	27.5	120.0
織物・ 衣類	昭和60年		34,555	5,263	252	33	5	185
	63年		32,391	5,774	328	32	5	632
	平成3年		30,519	6,574	361	25	6	1,080
	増 加 率		-11.7	24.9	43.3	-24.2	20.0	483.8
飲食料 品	昭和60年		158,453	12,325	1,030	66	9	6,266
	63年		148,358	13,951	1,042	85	10	7,011
	平成3年		137,426	15,762	1,199	110	21	8,956
	増 加 率		-13.3	27.9	16.4	66.7	133.3	42.9
家具・ 建具	昭和60年		31,978	5,417	705	69	16	5,410
	63年		28,495	5,715	724	70	13	6,200
	平成3年		25,762	5,891	796	92	26	6,460
	増 加 率		-19.4	8.8	12.9	33.3	62.5	19.4
その他	昭和60年		76,137	7,395	244	30	10	24,358
	63年		72,259	8,615	277	23	1	25,500
	平成3年		68,866	10,054	376	35	12	26,980
	増 加 率		-9.5	36.0	54.1	16.7	20.0	10.8

表5-10 市部・郡部別業種別行政支持人口の推移

(単位：人)

		各種 商品	織物・ 衣類	飲食料 品	自動車 自転車	家具・ 建具	その他
市 部	昭和60年	7.16	7.46	3.81	71.85	7.91	6.77
	63年	6.73	6.84	3.69	59.32	7.63	6.17
	平成3年	6.08	6.26	3.61	59.09	7.40	5.53
郡 部	昭和60年	48.04	11.29	3.36	70.96	9.24	7.11
	63年	40.16	10.35	3.23	64.54	8.86	6.67
	平成3年	38.99	9.65	3.10	65.12	8.45	6.02

る。そのため、郡部においては今後とも各種商品小売業を中心とした業種間再編成が進展する可能性は極めて高いと言えるのである。

さらに、業態別の変化については後述するが、業種別業態別店舗数の推移は、表5-11に示されるとおりである。

表5-11 業態別業種別店舗数の推移

(単位：店舗)

		百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビ ニ	専門店	その他
各種商品	昭和60年	438	1,634	43	0	0	1,416
	63年	433	1,851	7	61	0	1,663
	平成3年	455	1,924	9	69	0	1,890
	増加率	3.9	17.7	-79.1			33.5
織物・衣類	昭和60年	0	0	3,659	458	149,246	76,243
	63年	0	0	4,112	579	151,371	80,519
	平成3年	0	0	6,785	862	154,656	78,691
	増加率			85.4	88.2	3.6	3.2
飲食料品	昭和60年	0	0	52,331	26,995	290,800	301,064
	63年	0	0	46,190	31,560	293,223	282,664
	平成3年	0	0	51,139	36,915	283,591	251,127
	増加率			-2.3	36.7	-2.5	-16.6
自動車	昭和60年	0	0	0	0	73,638	10,293
	63年	0	0	0	0	78,780	10,594
	平成3年	0	0	0	0	83,111	10,120
	増加率					12.9	-1.7
家具・建具	昭和60年	0	0	1,748	212	139,244	31,482
	63年	0	0	2,034	284	131,858	31,866
	平成3年	0	0	2,339	312	126,497	28,957
	増加率			33.8	47.2	-9.2	-8.0
その他	昭和60年	0	0	7,735	1,571	351,955	106,439
	63年	0	0	7,888	2,066	352,524	107,625
	平成3年	0	0	14,331	3,689	352,311	101,443
	増加率			85.3	134.8	0.1	-4.7

## VI コンビニの急増と専門店の減少 —業態別の変化—

業態別店舗数の推移は、表6-1に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは専門店とその他の商品小売店であり、他の業態ではすべて店舗は増加しているのである。店舗の減少数は、専門店が4,717店舗、その他の小売店が54,709店舗である<sup>6)</sup>。

表6-1 業態別店舗数の推移

(単位：店舗)

	百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビニ	専門 店	その他
昭和60年	438	1,634	65,516	29,236	1,004,883	526,937
63年	433	1,851	60,231	34,550	1,007,756	514,931
平成3年	455	1,924	74,603	41,847	1,000,166	472,228
増 加 率	3.9	17.7	13.9	43.1	-0.5	-10.4

このように、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しとしての店舗の減少は、業態別では、専門店とその他の小売店における現象であった。そのため、《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》は、専門店とその他の小売店舗の減少という形態において現れ始めていたと言えるのである。

そして、バブル経済の下での百貨店、総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンス・ストアの店舗の著しい増加と、それを上回る売場面積の著しい増加(表6-2を参照)は、百貨店、総合スーパー等を中心とした拡大再生産的な業態間再編成の進展を意味し、そこでは百貨店、総合スーパー等

6) 業態別店舗数は、『商業統計表—業態別統計編(小売業)』では、百貨店、総合スーパー、その他の総合スーパー、専門スーパー、コンビニエンス・ストア、その他のスーパー、専門店、その他の商品小売店、その他に区分されているが、ここではその他の総合スーパーは総合スーパーに、その他のスーパーは専門スーパーに、その他はその他の商品小売店に含まれている。



表6-2 業態別売場面積の推移

(単位：千㎡)

	百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビニ	専門店	その他
昭和60年	5,721	7,537	13,710	3,415	38,418	25,706
63年	6,144	8,304	14,308	4,560	40,753	27,981
平成3年	6,834	9,321	16,791	5,643	43,293	28,020
増加率	19.5	23.7	22.5	65.3	12.7	9.0

による専門店とその他の小売店の駆逐が進行していたのである。

また、業態別の店舗当たり売場面積は、表6-3に示されるとおりであり、そのため百貨店、総合スーパー等による専門店とその他の小売店の駆逐という業態間再編成は、同時に、大規模な百貨店、総合スーパー等による小規模・零細な専門店とその他の小売店の駆逐として発現している大規模な百貨店、総合スーパー等を中心とした業態間再編成でもあったのである。

表6-3 業態別店舗当たり売場面積の推移

(単位：㎡)

	百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビニ	専門店	その他
昭和60年	13,062.0	4,612.7	209.3	116.8	38.2	48.8
63年	14,189.6	4,486.1	237.6	132.0	40.4	54.3
平成3年	15,020.0	4,844.5	225.1	134.8	43.3	59.3
増加率	15.0	5.0	7.6	15.5	13.2	21.6

そして、専門店とその他の小売店は、表6-4に示されるとおり、従業者当たりの年間販売額が少なく、売場面積(100㎡)当たりの従業者数が多いという一般的な経営構造上の特徴を有し、そのため従業者・売場面積(100㎡)当たりの年間販売額が他の規模に比して少なくなっているのである。したがって、こうした経営効率の劣悪さが、大規模な百貨店や総合スーパー等を中心とした業態間再編成が進むなかでの競争力の喪失の一つの有力な要因となったと考えられるのである。そうするならば、バブル経済崩壊後の

表6-4 業態別経営構造の推移

(単位：百万円, 人, 円)

		百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビニ	専門店	その他
従業 者当 た り 販 売 額	昭和60年	41.2	30.8	22.5	16.3	13.3	15.0
	63年	46.9	33.0	23.3	16.4	13.8	15.8
	平成3年	55.1	37.0	26.6	19.6	16.9	19.0
	増 加 率	33.8	20.2	18.3	20.8	27.1	26.3
面 積 当 た り 従 業 者 数	昭和60年	3.30	2.57	4.28	6.09	9.14	6.37
	63年	3.14	2.46	4.25	6.71	9.25	6.32
	平成3年	3.03	2.40	3.96	6.30	8.81	5.96
	増 加 率	-8.2	-6.7	-7.5	3.4	-3.6	-6.5
従業 者当 り 販 売 額 面 積	昭和60年	719.5	408.4	163.8	476.3	34.7	58.4
	63年	764.3	398.4	162.7	359.3	33.8	56.5
	平成3年	806.8	396.4	158.2	347.7	39.1	67.7
	増 加 率	12.1	-2.9	-3.4	-27.0	12.8	15.9

本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》に際して、経営構造が改善されないかぎり、こうした専門店やその他の小売店は激しい生き残り競争のなかでますますの敗退を余儀なくされることは明らかである。

さらに、大規模な百貨店、総合スーパー等を中心とした業態間再編成と並行して、各業態内部においては、大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という業態内再編成も展開されていたと考えられるのである。これは、業態別売場面積規模別店舗数の推移をみれば明らかになるが、この数値は昭和60年については『商業統計表』に掲載されているが、昭和63年と平成3年についてはない。そこで、フレーター法をもちいて推測した結果が、表6-5である。

この推測値を前提とすれば、各業態内部における大規模店舗の増加と大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という業態内再編成が展開されたことは明らかである。また、その業態内再編成は、売場面積規模別の店舗増加率に示されるとおり、その他の小売店よりも専門店において過激に展

表6-5 業態別売場面積規模別店舗数の推測値

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不詳
		百貨店	昭和60年	0	3	15	35	379
63年	0		3	16	36	372	6	
平成3年	0		3	14	35	397	6	
増加率				-6.7	0.0	4.7	0.0	
総合スーパー	昭和60年	109	99	113	291	1,021	1	
	63年	110	121	134	339	1,146	1	
	平成3年	98	125	123	334	1,243	1	
	増加率	-10.1	26.3	8.8	14.8	21.7	0.0	
専門スーパー	昭和60年	38,786	19,337	5,816	685	247	645	
	63年	33,019	19,859	5,805	673	234	641	
	平成3年	38,675	26,915	6,945	870	332	866	
	増加率	-0.3	39.2	19.4	27.0	34.4	34.3	
コンビニ	昭和60年	17,163	12,073	0	0	0	0	
	63年	18,690	15,860	0	0	0	0	
	平成3年	21,116	20,731	0	0	0	0	
	増加率	23.0	71.7					
専門店	昭和60年	802,603	56,027	3,548	511	146	142,048	
	63年	777,081	65,440	4,026	571	157	160,481	
	平成3年	745,284	72,663	3,949	605	183	177,482	
	増加率	-7.1	29.7	11.3	18.4	25.3	24.9	
その他	昭和60年	461,801	37,677	2,069	388	187	24,815	
	63年	440,941	43,400	2,315	428	198	27,649	
	平成3年	395,743	45,103	2,126	425	216	28,615	
	増加率	-14.3	19.7	2.8	9.5	15.5	15.3	

開されていたのであった。

他方、業態別店舗数の区部・市部・郡部別推移は、表6-6に示されるとおりであり、店舗が減少しているのは区部では専門店とその他の商品小売店、市部ではその他の商品小売店、郡部では百貨店、専門店、その他の小売店であり、それ以外の業態ではすべて店舗は増加しているのである。店舗の減少数は、区部では専門店が2,799店舗、その他の小売店が7,348店舗、市

表6-6 区部・市部・郡部別業態別店舗数の推移

(単位：店舗)

		百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビニ	専門店	その他
区	昭和60年	103	350	11,309	5,750	235,813	87,618
	63年	111	369	10,270	7,158	232,858	86,119
	平成3年	121	407	14,928	9,585	233,014	80,270
部	増加率	17.5	16.3	31.9	66.7	-1.2	-8.4
市	昭和60年	317	1,064	37,865	15,576	567,494	273,521
	63年	306	1,192	34,991	18,960	576,409	271,223
	平成3年	319	1,267	41,769	22,778	568,155	248,675
部	増加率	0.6	19.1	10.3	46.2	0.1	-9.1
郡	昭和60年	18	220	16,332	7,910	201,576	165,798
	63年	16	290	14,970	8,432	198,489	157,589
	平成3年	15	250	17,906	9,484	198,997	143,283
部	増加率	-16.7	13.6	9.6	19.9	-1.3	-13.6

部ではその他の小売店が24,846店舗、郡部では百貨店が3店舗、専門店が2,579店舗、その他の小売店が22,515店舗である。

区部・市部・郡部別の業態別店舗数の推移に示されるとおり、大規模な百貨店、総合スーパー等による小規模・零細な専門店とその他の小売店の駆逐という業態間再編成は、区部において顕著に現れ、市部では専門店が駆逐を免れ、郡部では都市間再編成の結果として百貨店が駆逐されるという展開を示しているのである。また、業態間再編成は、業態別の店舗増加率に示されるとおり、郡部において最も過激に展開されていたのであった。

こうした百貨店、総合スーパー等を中心とした業態間再編成と同時に、区部・市部・郡部においても表6-7～表6-9の推測値に示されるとおり、各業態内部における大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐という業態内再編成も展開されていたのである。

また、表6-10の市部(区部を含む)・郡部別業態別行政支持人口の推移に示されるとおり、その他の小売店については郡部の売場面積が市部に比して過剰であり、百貨店、総合スーパー等の売場面積は不足しているのであ

表6-7 区部における業態別売場面積規模別店舗数の推測値 (単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100-	500-	1500-	3000-	不詳
				500	1500	3000		
百貨店	昭和60年	0	2	5	11	84	1	
	63年	0	2	5	12	91	1	
	平成3年	0	2	4	12	102	1	
	増加率		0.0	-20.0	9.1	21.4	0.0	
総合スーパー	昭和60年	18	13	18	100	200	1	
	63年	16	14	19	105	214	1	
	平成3年	16	16	16	110	248	1	
	増加率	-11.1	23.1	-11.1	10.0	24.0	0.0	
専門スーパー	昭和60年	7,742	2,318	891	168	43	157	
	63年	6,683	2,324	899	168	44	152	
	平成3年	9,533	3,720	1,098	249	72	256	
	増加率	23.1	60.5	23.2	48.2	67.4	63.1	
コンビニ	昭和60年	3,618	2,132	0	0	0	0	
	63年	4,250	2,908	0	0	0	0	
	平成3年	5,423	4,162	0	0	0	0	
	増加率	49.9	95.2					
専門店	昭和60年	199,799	11,225	555	127	35	24,072	
	63年	193,299	12,615	628	142	40	26,134	
	平成3年	188,427	13,802	525	143	45	30,072	
	増加率	-5.7	23.0	-5.4	12.6	28.6	24.9	
その他	昭和60年	78,198	5,069	352	112	36	3,851	
	63年	75,674	5,698	398	126	41	4,182	
	平成3年	69,401	5,866	314	120	42	4,527	
	増加率	-11.2	15.7	-10.8	7.1	16.7	17.6	

表6-8 市部における業態別売場面積規模別店舗数の推測値 (単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100-	500-	1500-	3000-	不詳
				500	1500	3000		
百貨店	昭和60年	0	1	7	16	288	5	
	63年	1	7	16	277	5		
	平成3年	0	1	7	16	290	5	
	増加率		0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	
総合スーパー	昭和60年	43	55	63	144	759	0	
	63年	43	66	72	164	847	0	
	平成3年	41	73	71	168	914	0	
	増加率	-4.7	32.7	12.7	16.7	20.4		
専門スーパー	昭和60年	21,946	11,167	3,785	420	193	354	
	63年	18,719	11,556	3,758	413	185	360	
	平成3年	20,980	15,208	4,382	500	236	463	
	増加率	-4.4	36.2	15.8	19.0	22.3	30.8	
コンビニ	昭和60年	8,791	6,785	0	0	0	0	
	63年	9,792	9,168	0	0	0	0	
	平成3年	10,851	11,927	0	0	0	0	
	増加率	23.4	75.8					
専門店	昭和60年	451,501	34,884	2,310	328	93	78,378	
	63年	440,911	41,331	2,625	369	103	91,070	
	平成3年	419,509	46,199	2,600	380	112	99,355	
	増加率	-7.1	32.4	12.6	15.9	20.4	26.8	
その他	昭和60年	238,461	20,485	1,302	231	140	12,902	
	63年	230,487	24,023	1,464	258	153	14,838	
	平成3年	206,393	25,275	1,366	250	156	15,235	
	増加率	-13.4	23.4	4.9	8.2	11.4	18.1	

表6-9 郡部における業態別売場面積規模別店舗数の推測値

(単位：店舗)

		m <sup>2</sup>	-100	100- 500	500- 1500	1500- 3000	3000-	不 詳
百貨店	昭和60年	0	0	3	8	7	0	
	63年	0	0	3	8	5	0	
	平成3年	0	0	2	7	6	0	
	増 加 率			-33.3	-12.5	-14.3		
総合スーパー	昭和60年	48	31	32	47	62	0	
	63年	59	46	47	66	72	0	
	平成3年	39	35	35	55	86	0	
	増 加 率	-18.8	12.9	9.4	17.0	38.7		
専門スーパー	昭和60年	9,098	5,852	1,140	97	11	134	
	63年	7,617	5,982	1,140	92	9	130	
	平成3年	8,451	7,707	1,433	130	18	167	
	増 加 率	-7.1	31.7	25.7	34.0	63.6	24.6	
コンビニ	昭和60年	4,754	3,156	0	0	0	0	
	63年	4,657	3,775	0	0	0	0	
	平成3年	4,885	4,599	0	0	0	0	
	増 加 率	2.8	45.7					
専門店	昭和60年	151,303	9,918	683	56	18	39,598	
	63年	142,947	11,440	771	60	16	43,255	
	平成3年	137,285	12,765	840	74	28	48,005	
	増 加 率	-9.3	28.7	23.0	32.1	55.6	21.2	
その他	昭和60年	145,142	12,123	415	45	11	8,062	
	63年	134,687	13,734	460	48	10	8,650	
	平成3年	119,682	14,183	464	55	16	8,883	
	増 加 率	-17.5	17.0	11.8	22.2	45.5	10.2	

表6-10 市部・郡部別業態別行政支持人口の推移

(単位：人)

		百貨店	総合 スーパー	専門 スーパー	コンビ ニ	専門店	その他
市 部	昭和60年	16.23	12.97	8.48	36.04	2.92	5.06
	63年	15.36	12.18	8.34	26.97	2.78	4.70
	平成3年	14.01	10.90	7.23	21.73	2.66	4.75
郡 部	昭和60年	368.40	60.35	9.75	32.53	4.01	3.73
	63年	655.35	46.20	9.16	25.92	3.97	3.49
	平成3年	494.59	46.22	7.73	22.16	3.72	3.52

る。そのため、郡部においては今後とも総合スーパー等を中心とした業態間再編成が進展する可能性が極めて高いと言えるのである。

## Ⅶ おわりに

昭和60年に現れ始めていた小売業界における《業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》の兆しとしての店舗の減少は、売場面積規模別では小規模・零細店舗の、立地環境特性別では住宅地区と農漁山村地区の店舗の、都市人口規模別では小都市の店舗の、業種別では飲食料品小売店舗とその他商品小売店舗の、業態別では専門店とその他の小売店舗の減少という形態において進展してきているのである。

同時にそれは、売場面積規模別では大規模店舗の、立地環境特性別では商業集積地区の店舗の、都市人口規模別では大都市の店舗の、業種別では各種商品小売店舗の、業態別では百貨店や総合スーパー等の増加とそれを上回る売場面積の著しい増加を背景としたものであった。そのため、《業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》は拡大再生産的な再編成として進展するとともに、そこでは商業集積地区の店舗による住宅地区や農漁山村地区の店舗の駆逐、大都市の店舗による小都市の店舗の駆逐、各種商品小売店舗による飲食料品小売店舗とその他商品小売店舗の駆逐、百貨店や総合スーパー等による専門店とその他の小売店舗の駆逐が進行していたのである。つまり、このような形態において地区間、都市間、業種間、業態間再編成が展開され、また、それぞれの内部においては大規模店舗による小規模・零細店舗の駆逐が進行するという地区内、都市内、業種内、業態内再編成も並行的に展開されていたのである。

そして、なによりもバブル経済崩壊後の平成不況のなかで、こうした再編成がさらに急速にすすみ、その方向性が一段と明確になるものと予想されるばかりか、現実に実感されるのである。

また、それぞれ店舗が減少しているところでは、従業者当たりの年間販

売額が少なく、売場面積当たりの従業者数が多いという一般的な経営構造上の特徴があり、そのため従業者・売場面積当たりの年間販売額が他に比して少なくなっていたのである。したがって、こうした経営効率の劣悪さが、業界再編成が進むなかでの競争力の喪失の一つの有力な要因となっているとするならば、バブル経済崩壊後の本格的な《小売業界の再編成》あるいは《店舗のリストラ》に際しては、経営構造が改善されないかぎり、こうした店舗は激しい生き残り競争のなかでますますの敗退を余儀なくされることは容易に想像されるのである。

こうしたことは、本年度に実施される商業統計調査の結果をみれば明らかになるために、結果が公表された時点で稿を改めて論じたい。

(脱稿：平成 6 年 8 月 30 日)