

## 18.【人口あたり小売商品販売額】 上位に意外な町村も・・郊外大型店も影響

今回は商業力について見ていきます。商業については、平成 19 年までは 2～3 年おきに「商業統計調査」が実施され、卸売・小売業の事業所（店舗）数、従業者数、年間商品販売額、売場面積（小売）が市区町村別に集計・公表されてきましたが、以降は経済センサスに統合され、経済センサス活動調査の中で把握されています。ここでは、最新の令和 3 年経済センサス活動調査から「小売業」の「年間商品販売額」に注目しますが、自治体規模の大小により商業規模には自ずと差があるので、人口で除して「人口あたり」の小売業年間商品販売額の地域間比較を行うこととします。

人口あたり小売商品販売額が高いことは、その地域の商業力が相対的に高いこと、つまり集客力・拠点性の高さを表すと見られてきました。なお、ここで、ひとくちに小売業と言ってもその内容は多岐にわたり、統計上は下のように分類されますが、これには店舗を持たない「無店舗小売業」も含まれるようになりました。通信販売がこれに該当します。因みに、商品販売額とは、有体商品の販売額とされています。

### 「小売業」の分類

- |             |   |                       |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------|---|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 小<br>売<br>業 | } | <b>各種商品小売業</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 百貨店, 総合スーパー</li> <li>・ その他の各種商品小売業(従業者が常時50人未満のもの)</li> </ul>                                                                                                                                           |
|             |   | <b>織物・衣服・身の回り品小売業</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 呉服・服地・寝具小売業</li> <li>・ 男子服小売業</li> <li>・ 婦人・子供服小売業</li> <li>・ 靴・履物小売業</li> <li>・ その他の織物・衣服・身の回り品小売業</li> </ul>                                                                                          |
|             |   | <b>飲食料品小売業</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各種食料品小売業</li> <li>・ 野菜・果実小売業</li> <li>・ 食肉小売業</li> <li>・ 鮮魚小売業</li> <li>・ 酒小売業</li> <li>・ 菓子・パン小売業</li> <li>・ その他の飲食料品小売業</li> </ul>                                                                    |
|             |   | <b>機械器具小売業</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自動車小売業</li> <li>・ 自転車小売業</li> <li>・ 機械器具小売業(自動車, 自転車を除く)</li> </ul>                                                                                                                                     |
|             |   | <b>その他の小売業</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 家具・建具・畳小売業</li> <li>・ じゅう器小売業</li> <li>・ 医薬品・化粧品小売業</li> <li>・ 農耕用品小売業</li> <li>・ 燃料小売業</li> <li>・ 書籍・文房具小売業</li> <li>・ スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業</li> <li>・ 写真機・時計・眼鏡小売業</li> <li>・ 他に分類されない小売業</li> </ul> |
|             |   | <b>無店舗小売業</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通信販売・訪問販売小売業</li> <li>・ 自動販売機による小売業</li> <li>・ その他の無店舗小売業</li> </ul>                                                                                                                                    |

注) 令和 3 年経済センサス活動調査における分類

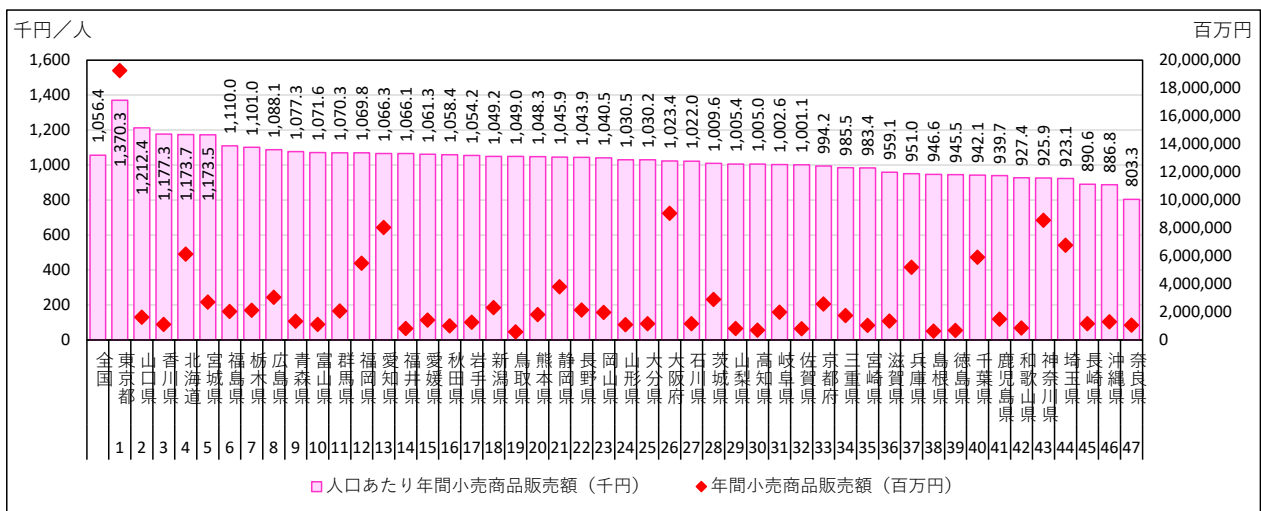
今回用いる小売業年間商品販売額は令和3年の経済センサス活動調査の値ですが、分母の人口は令和2年国勢調査の値を用います。分母と分子で年次が一致しないことをご容赦ください。

### 意外な都道府県順位には通販企業の影響もありか？

まず、都道府県別の人口あたり小売商品販売額（令和3年）を比較してみます。下のグラフにその順位を、年間商品販売額の実額とともに示します。小売業年間商品販売額自体は、グラフの◆印（右目盛）のように東京、大阪、横浜、名古屋という大消費都市を擁する東京都、大阪府、神奈川県、愛知県の順で上位を占めるのですが、人口あたりとなるとだいぶ様相が異なってきます。

第1位の東京都は頷けますが、2位以下は、山口県、香川県、北海道、宮城県、福島県、栃木県、広島県と続き、これら上位の中で政令指定都市を含むのは宮城県、広島県のみです。同じく政令指定都市を含む神奈川県、埼玉県、千葉県、兵庫県などは全国平均よりも低い下位に位置します。人口あたり小売商品販売額の高さは広域的な集客力・拠点性の高さに通ずると前述しましたが、都道府県単位で見ると異なる見方も必要と言えそうです。

都道府県別の「人口あたり年間小売商品販売額」



資料：令和3年経済センサス活動調査より（人口は令和2年国勢調査を使用）

令和3年の統計なので、新型コロナウイルス感染症の流行に伴い日本全体が特殊な環境下に置かれていたことも考慮する必要がありますが、ひとつ考えられるのは「無店舗小売業」の影響です。通常の販売額は店舗（事業所）所在地での計上となりますが、通信販売の場合は商品の注文を受け付け発送を指示するセンター的な場所での計上となるのが主と考えられ、消費者の居住地分布にかかわらずそのセンター機関の位置に販売額が集中することになります。お金の流れの面では拠点性と言えるかもしれませんが、人の集客・拠点性とは別概念ですね。

そこで、小売業年間商品販売額全体に占める「無店舗小売業」の販売額の割合を都道府県単位で比較してみると、次ページの表のように、第1位の東京都（23.4%）に次いで第2位が山口県（18.2%）、第3位が香川県（12.5%）で、ここまでは上の順位と一致します。全国平均でも商品販売額の約1割が無店舗小売業での販売額という時代であり、通販の力はとても無視できません。

第2位の山口県には「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングの本社があり、ネットでの販売がここでの販売額に大きく寄与しているものと思われます。最近の消費者は、実店舗で商品を見てネットで購入する、というパターンも多くなっているようで、そうなると実店舗はもはやショーウィンドウ的役割が大きくなります。

### 小売業年間商品販売額に占める「無店舗小売業」販売額の割合比較

	無店舗 小売業 販売額 (百万円)	同割合 (小売販売額 に占める) (%)	同左 順位
全国	13,288,437	9.97	
東京都	4,506,272	23.41	1
山口県	295,826	18.18	2
香川県	139,940	12.51	3
福岡県	641,020	11.67	4
宮城県	309,230	11.45	5
大阪府	1,028,587	11.37	6
京都府	266,757	10.41	7
埼玉県	590,281	8.71	8
千葉県	513,692	8.68	9
福井県	69,173	8.46	10
神奈川県	701,674	8.20	11
岡山県	160,401	8.16	12
兵庫県	424,188	8.16	13
広島県	234,851	7.71	14
富山県	83,608	7.54	15
奈良県	79,485	7.47	16
熊本県	129,472	7.11	17
群馬県	142,046	6.84	18
静岡県	258,129	6.79	19
徳島県	45,405	6.67	20
鹿児島県	97,807	6.55	21
北海道	394,542	6.43	22
大分県	69,831	6.03	23

	無店舗 小売業 販売額 (百万円)	同割合 (小売販売額 に占める) (%)	同左 順位
愛知県	478,731	5.95	24
鳥取県	34,248	5.90	25
沖縄県	76,536	5.88	26
長野県	123,191	5.76	27
滋賀県	77,502	5.72	28
石川県	63,654	5.50	29
愛媛県	76,592	5.41	30
宮崎県	56,482	5.37	31
高知県	37,216	5.35	32
和歌山県	45,139	5.28	33
秋田県	53,154	5.23	34
岩手県	65,970	5.17	35
長崎県	60,230	5.15	36
岐阜県	101,236	5.10	37
佐賀県	40,585	5.00	38
茨城県	143,507	4.96	39
新潟県	113,908	4.93	40
山梨県	39,577	4.86	41
栃木県	102,891	4.83	42
福島県	96,897	4.76	43
三重県	81,637	4.68	44
青森県	61,987	4.65	45
山形県	48,617	4.42	46
島根県	26,732	4.21	47

資料：令和3年経済センサス活動調査より

通販会社大手の「セシール」は、本社は東京ですが香川県が創業地であり、今もロジスティックセンターが香川県内にあります。人口あたり小売商品販売額の第3位が香川県なのも、これが多少なりとも貢献していると考えられます。

ただ、通販会社の運営形態、販売形態は多様であり、自社ブランドのネット販売だけでなく仮想商店街形態のものもあるなど、その売上、販売額がどこに帰属するかは様々なパターンがあると思われます。このような無店舗販売の割合は今後も増加していくと予想され、商品販売額が地域の商業力を代表するという時代ではなくなってきたようで、商業指標から地域経済を論ずることが難しくなっています。

#### ☞上位には大都市中心区のほか、大型商業施設立地等の町村も混じる

このような難しさを念頭に置いた上で、次に市区町村別の「人口あたり小売業商品販売額」の比較を行います。ここでは、政令指定都市も行政区単位としており、また、福島県双葉郡8町村と飯館村は東日本大震災・原子力発電所事故の影響により令和2～3年現在で特殊事情にあると判断して対象外とし、比較対象は1,887市区町村となります。

「人口あたり小売商品販売額」の上位50位までを次ページの表に、その位置を次々ページのマップに示します。

上位陣には、さすがに東京、大阪、名古屋、横浜などの大都市中心部の区の名前が多く並び、超広域商圏の中心拠点・集客拠点としての実力を見せていますが、そうした中に、8位の鳥取県日吉津村をはじめ地方の町村の名が混じっているのが目を引きます。これらは販売額の実額規模は小さいので

すが、分母の人口が少ないため、人口あたりにすると大きな値になるという面もあります（北海道の町村などはこれに該当する部分が多いと思われます）が、他にも事情がありそうです。

8位の鳥取県日吉津村、11位の熊本県嘉島町、20位の山形県三川町、23位の山梨県昭和町は、それぞれ米子市、熊本市、鶴岡市、甲府市に近接する町村ですが、いずれもその町村内に「イオンモール」があります。14位の京都府久御山町、36位の長崎県時津町も同様です。27位の滋賀県竜王町には年間約600万人が訪れるという「三井アウトレットパーク滋賀竜王」などがあります（44位の千葉県酒々井町も同様）。

このような大型商業施設の立地は、小規模な町村にとっては経済効果が絶大で、立地企業側にも中心都市よりも地価が安く広い敷地を確保しやすいというメリットがあります。しかし、これらが多く消費需要を吸収したために中心都市の中心市街地の衰退を招いた側面もあり、これが良いことかどうかは一概には言えないところです。

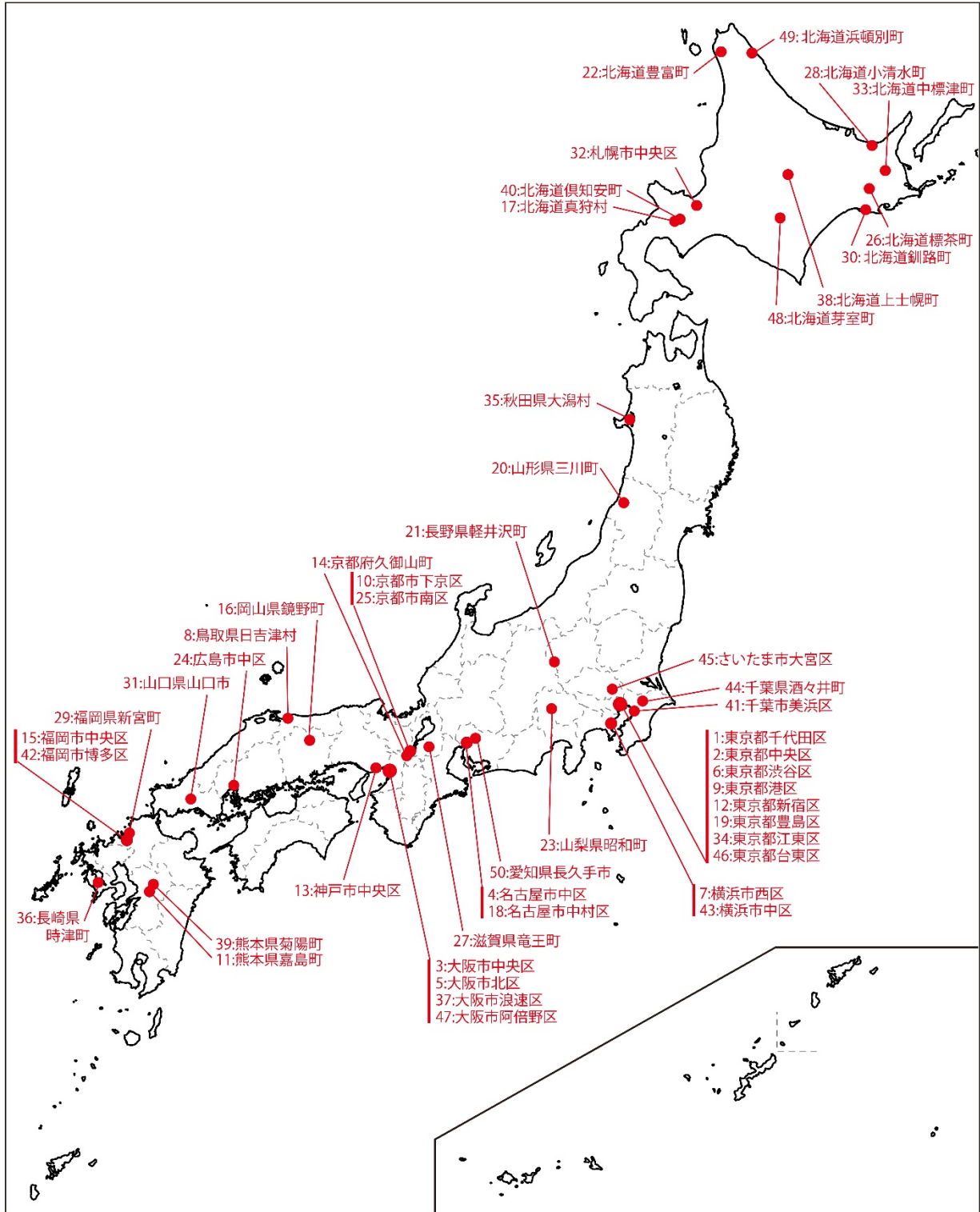
このような状況からも、現代の商業と地域の関係は単純には語れなくなっており、今後加速する人口減少、少子高齢化との関係も含め、適正な誘導等の政策的な検討も必要の深化となりそうです。都市計画におけるコンパクトシティ化を目指した立地適正化計画による集約誘導などもその一環と言えそうですが、さらに追求が必要でしょう。

### 市区町村別の「人口あたり小売業年間商品販売額」（上位50）

順位	(県名)	市区町村名	人口あたり 年間小売業 販売額 (千円/人)	[参考] 年間小売業 販売額 (百万円)
1	東京	千代田区	12,662	844,300
2	東京	中央区	9,078	1,535,845
3	大阪	大阪市中央区	9,058	939,513
4	愛知	名古屋市中区	7,037	655,146
5	大阪	大阪市北区	6,747	940,343
6	東京	渋谷区	6,521	1,590,409
7	神奈川	横浜市西区	5,176	543,114
8	鳥取	日吉津村	5,162	18,071
9	東京	港区	5,046	1,314,295
10	京都	京都市下京区	4,545	376,237
11	熊本	嘉島町	4,383	41,847
12	東京	新宿区	4,199	1,467,044
13	兵庫	神戸市中央区	3,760	554,737
14	京都	久御山町	3,532	53,862
15	福岡	福岡市中央区	3,435	705,951
16	岡山	鏡野町	3,055	36,852
17	北海道	真狩村	2,991	6,117
18	愛知	名古屋市中村区	2,904	402,523
19	東京	豊島区	2,845	857,965
20	山形	三川町	2,807	21,337
21	長野	軽井沢町	2,662	51,086
22	北海道	豊富町	2,658	10,561
23	山梨	昭和町	2,656	55,535
24	広島	広島市中区	2,559	365,235
25	京都	京都市南区	2,500	254,923
26	北海道	標茶町	2,469	17,851
27	滋賀	竜王町	2,409	28,397
28	北海道	小清水町	2,406	11,123
29	福岡	新宮町	2,341	77,086
30	北海道	釧路町	2,330	44,506
31	山口	山口市	2,329	451,761
32	北海道	札幌市中央区	2,323	577,736
33	北海道	中標津町	2,316	53,284
34	東京	江東区	2,274	1,192,468
35	秋田	大潟村	2,270	6,836
36	長崎	時津町	2,242	65,771
37	大阪	大阪市浪速区	2,233	168,604
38	北海道	上士幌町	2,222	10,617
39	熊本	菊陽町	2,220	96,221
40	北海道	倶知安町	2,217	33,536
41	千葉	千葉市美浜区	2,213	329,677
42	福岡	福岡市博多区	2,193	552,621
43	神奈川	横浜市中区	2,144	324,504
44	千葉	酒々井町	2,092	43,403
45	埼玉	さいたま市大宮区	2,081	245,116
46	東京	台東区	2,066	436,888
47	大阪	大阪市阿倍野区	2,063	229,024
48	北海道	芽室町	2,009	36,261
49	北海道	浜頓別町	2,000	6,897
50	愛知	長久手市	1,994	119,981

資料：令和3年経済センサス活動調査より  
(人口は令和2年国勢調査を使用)

「人口あたり小売商品販売額」 上位の市区町村マップ（1～50位）



資料：令和3年経済センサス活動調査より（人口は令和2年国勢調査を使用）