

県内商業の概要

商業の構造的変化と今後の課題

商店の特性について

過去における事業所統計調査結果からも、事業所そのものの平均増加率は35年以前は3~5%にすぎず、それが36年以降の設備投資の増大にともない、その後の平均増加率は6~10%台にまで達したことがわかる。

しかし、商業部門についてみると商店数は全産業の約50%を占め、その開設にしても他産業と比較して、過小資本、商品の高回転率・多様性・低単価等により商品の流動が大となり、容易に商店開設を可能としている。これに対し、需要面の変動・季節の変化・嗜好・選択性の自由等その商品にまつわる管理維持に複雑な要因があり、そのため廃業率も他産業に比べ大となり、総じて商業部門における商店の大巾な増加を期待することは難かしくしている。なお、本県の商店の増加率は39年にくらべ41年は9.2%である。

商店の規模拡大について

製造業を除いた他産業の非効率化と近代化の立ち遅れは、最近経済発展とあいまつて各方面から指摘されている。

しかしながら経済発展の過程において、その体質改善は避けられない要件といえる。事実、41年商業調査結果からも漸次従業者規模の拡大がみられることから明らかであろう。

すなわち、「1人~9人」規模の全商店における構成比は39年96.7%、41年96.4%で0.3ポイント

の減少を示している。これに対し、「10人~29人」「30人~49人」「50人以上」の各規模はそれぞれ0.1ポイントの増加がみられる。さらに、これを業種別にみると、卸売業にこの傾向が強くあらわれ、「10人~29人」規模は41年は39年にくらべ1.2ポイントの減少で、このうち1ポイントは「1人~9人」規模に脱落し、残りの0.2ポイントは「50人以上」に規模移動したことがわかる。

したがって、商業の年間販売額は規模拡大に正比例するという概念どおり、41年の卸売業の年間販売額も増大をみたのである。

関東近県の商店の増加傾向と卸売業対小売業比率

41年商業調査の結果から商店の増加率は9.2%で、この増加率を関東近県と比較してみると、商店の増加傾向は都市ならびに人口集中地区に集中し、行政上の商業立地は2次部門の工業立地とちがひ地理的要因が大きな比重を占めることがわかる。

また、本県商業は東京への依存度が高く、県内商業構造上小売業が圧倒的に多く、卸売業の拡大指向が従来みられなかった。

ちなみに全国的に年間販売額を高位順にみると、1位東京から10位広島まで都県で国内販売額の約80%を占め、残りの20%を36県で分けあうことになる。本県の国内販売額に占める県内年間販売額は、33年、0.69%、35年、0.61%、37年、0.63%、39年、0.60%と減少または横ばいの傾向にある。そこで、県内年間販売額の増大を図るた

規 模 別 商 店 数

	商店数		卸売業		小売業		構 成 比					
	39年	41年	39年	41年	39年	41年	商店数		卸売業		小売業	
							39年	41年	39年	41年	39年	41年
計	32,939	35,967	3,522	4,910	29,417	31,057	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
1人~9人	31,838	34,675	3,003	4,239	28,835	30,436	96.7	96.4	85.3	86.3	98.0	98.0
30人~29人	926	1,063	437	549	489	514	2.8	2.9	12.4	11.2	1.7	1.6
30人~49人	113	129	50	67	63	62	0.3	0.4	1.4	1.4	0.2	0.2
50人以上	62	100	32	55	30	45	0.2	0.3	0.9	1.1	0.1	0.1

めには、販路を県内にとどめることなく、他地域にその勢力を及ぼすこと、すなわち、卸売業の育成にまたなくてはならない。そこで、近年各方面で卸売団地の造成が計画されている。

本県における卸売業の県内商店に占める割合は、12.1% (39年9.6%) を占めるのに対し、年間販売額は実に55.9% (39年53.1%) を占め卸売業1店当りの高効率を示している。このように39年にくらべわずかに卸売業の商業活動は活発化したのであるが、これを関東近県にくらべてみると依然低いことがわかる。とくに、卸売業対小売業比率(一般卸売販売額/小売業販売額)をみると本県は1.13倍であるのに対し、東京は7.64倍と高い率をしめている。

年間販売額

1. 卸売業ではどの業種が伸びたか

昭和40.7.1~昭和41.6.30間の年間販売額は3,945億円で39年にくらべ139.4%の増加を示した。これは37年の149.0%に及ばなかったが、今回調査の大きな特色として卸売業の好況があげられる。この傾向は39年調査時にその兆候がみられ、今回それが強伸されたわけである。すなわち、39年卸売業年間販売額の増加率は134.4%で、小売業の131.9%をわずかに上廻つたのであるが、41年調査では実に15.8ポイントの格差をつけたのである。

卸売業対小売業比率 (昭39)

都県名	卸売業の比率
全国計	4.62
茨城	1.13
栃木	1.66
群馬	1.85
埼玉	1.31
千葉	1.08
東京	7.64
神奈川	1.82
山梨	1.83
長野	1.84
静岡	2.45

この卸売業の大きな伸びはどの業種によつて寄与されたかをみると昭和39年以降、医薬品、化粧品、化学製品卸売業の増加が著しく41年には実に35年の4倍に達し、産業用資材と共に大きな伸びを示し、その背後には最近のマスクミにのつた医薬品、化粧品の消費量の激増と公共投資の活発化と隆盛があつた。

関東近県別昭和41年商業調査調査票提出枚数よりみた商店の増加状況

都県別	商店の増加率
全国	10.0%
茨城	10.0
栃木	13.5
群馬	7.3
埼玉	13.3
千葉	9.2
東京	12.7
神奈川	15.4
山梨	6.0
長野	6.4
静岡	7.8

2. 小売業ではどの業種が伸びたか

小売業の年間販売額の全販売額に占める割合は44.1% (39年46.9%) で、小売業のウエイトは減少したわけである。しかしながら41年間販売額を昭和35年と比較してみると約2.7倍に増大したことがわかる。とくに、小売業のなかで各種商品小売業は35年にくらべ5.7倍の実績を示し、当該業種の小売業界に占める比重を増大させたのである。このような背景のもとに最近流通革命の声とともに活発化したスーパーマーケット、セルフセレクション方式等の小売店の出現をみ、小売業界は転換期に突入した。

小売業とセルフストア

1. 小売業に占めるセルフストアの地位

県内セルフストアの数は95店で、これは県内小売店の0.3%にあたり、昭和39年の0.2%にくらべ、その地位を高めたのである。すなわち、昭和39年の61店にくらべ155.7%の増で小売店の105.6%にくらべその伸びは著しい。とくに年間販売額39年~41年の伸び率は約2倍に達し、小売業の131.0%にくらべセルフストアの高効率を示している。セルフストアの1人当り年間販売額は5,046千円で小売業の2,175千円にくらべ約2.5倍の販売実績をみても明らかである。

2. 県内セルフストアの実情は他県に比較するとどうか

本稿は資料の関係上昭和39年調査結果を利用することにする。

県内セルフストアの小売業に占める割合は0.21%で、これは関東近県10県のうち最低の山梨の0.18%に次いで低位にある。しかし、セルフストア1店当りの売場面積は348㎡で10県中、中位を占めているが1店当りの従業者数は24.3人で東京の37.2人群馬の28.6人に次いで第3位にある。しかしながら、セルフストア従業者の小売店従業者に占める割合は1.99%にすぎず、東京、群馬のそれぞれの2.63%、2.24%にくらべ低率率である。

3. 取扱品目別セルフストアの状況

セルフストアのうち食料品中心店が83.1%を占め、衣料品中心店は14.7%にすぎない。しかし、最近、セルフセレクション方式を採用した衣料品中心の大型店の出現がみられるが、41年調査結果のセルフストアの特色としてとくに食料品中心店の進出が大きかつたといえる。

県内小売業とセルフとの比較

	商店数			売場面積			従業者			年間販売額		
	39年	41年	41年/39年	39年	41年	41年/39年	39年	41年	41年/39年	36年	41年	41年/39年
小売業(A)	29,417	31,057	105.6%	872,926	1,011,806	115.9%	74,342	80,610	108.4%	13,269	17,388	131.0%
セルフ店(B)	61	95	755.7%	21,242	37,559	176.8%	1,482	2,172	146.6%	531,197	1,095,954	206.3%
構成比(B)/(A)	0.21	0.31	—	2.4	3.7	—	2.0	2.7	—	4.0	6.3	—

1人当り売場面積・年間販売額

	売場面積			年間販売額		
	39年	41年	41年/39年	39年	41年	41年/39年
小売店	11.7	12.6	107.7%	1,875	2,157	120.8%
セルフ店	14.3	17.3	121.0	3,584	5,046	140.8

関東ブロック各都県のセルフ・サービス店(昭39年)

	商店数			従業者数			販売額		
	小売店(A)	セルフ・サービス店(B)	(B)/(A)	小売店(C)	セルフ・サービス店(D)	(D)/(C)	小売店(E)	セルフ・サービス店(F)	(F)/(E)
茨城	29,417	61	0.21%	74,342	1,482	1.99%	132,697	5,312	4.00%
栃木	23,120	52	0.22	61,698	893	1.45	107,410	3,785	3.52
群馬	23,339	50	0.21	63,869	1,430	2.24	117,170	5,383	4.59
埼玉	34,888	105	0.30	92,675	2,502	2.70	200,261	11,388	5.69
千葉	32,458	83	0.26	93,785	1,895	2.02	199,087	7,680	3.86
東京	120,302	331	0.28	468,046	12,299	2.63	1,516,381	66,127	4.36
神奈川	45,840	154	0.34	157,684	3,378	2.14	453,009	15,773	3.48
山梨	11,015	20	0.18	27,407	433	1.58	49,018	1,526	3.11
長野	29,049	100	0.34	84,527	1,979	2.34	155,938	10,231	6.59
静岡	43,978	95	0.22	115,890	1,795	1.55	239,630	6,547	2.73

参考表

業種別年間販売額の推移

	年間販売額								対比		
	35年	構成比	37年	構成比	39年	構成比	41年	構成比	37年/35年	39年/37年	41年/39年
総計	14,257,751	100.0%	21,245,057	100.0%	28,300,636	100.0%	39,449,565	100.0%	149.0%	133.2%	139.4%
卸売業	7,888,178	55.3%	11,181,845	52.6%	15,030,935	53.1%	22,061,106	55.9%	141.8%	134.4%	146.8%
一般卸売業	7,448,784	52.2%	11,164,550	52.5%	15,017,173	53.0%	22,005,661	55.8%	149.9%	134.5%	146.5%
代理商、仲立業	439,394	3.1%	17,295	0.1%	13,762	0.1%	55,445	0.1%	3.9%	79.6%	402.9%
小売業	6,369,573	44.7%	10,063,212	47.4%	13,269,701	46.9%	17,388,459	44.1%	158.0%	131.9%	131.0%
各種商品小売業	345,520	2.4%	1,044,708	4.9%	608,723	2.2%	1,974,209	5.0%	302.4%	58.3%	824.3%
織物衣服身のまわり品	1,239,245	8.7%	1,769,509	8.3%	2,331,017	8.2%	2,879,583	7.3%	142.0%	132.5%	123.5%
飲食料品	2,646,757	18.6%	3,679,871	17.3%	5,356,255	18.9%	6,392,508	16.2%	139.0%	145.6%	119.3%
自転車、荷車	141,053	1.0%	118,147	0.6%	271,813	1.0%	288,145	0.7%	83.8%	230.1%	106.0%
家具建具什器	666,755	4.7%	1,265,242	6.0%	1,639,367	5.8%	2,006,016	5.1%	189.8%	129.6%	122.4%
その他の	1,330,243	9.3%	2,195,735	10.3%	3,062,526	10.8%	3,847,998	9.8%	165.1%	139.5%	125.6%