

序章 調査の概要

1. 調査の目的

この報告書は、平成 19 年 6 月 1 日現在で実施した商業統計調査（卸売・小売業）のデータをもとに、松戸市において商業を営む事業所について集計・分析を行ったものです。

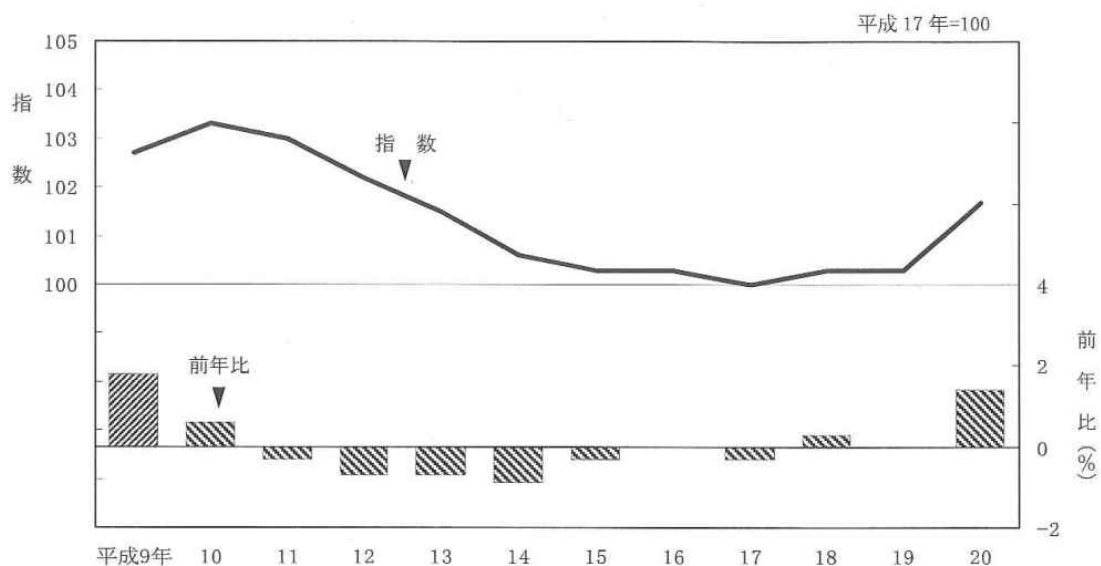
本調査は、昭和 57 年度より商業行政に不可欠な資料を作成することを目的として実施しています。

商業を取り巻く環境は、都市間競争が進む中、*1 デフレ傾向には歯止めがかかったものの、*2 情報技術の発達に伴う流通システムの変化等を反映し、依然として厳しい状況にあります。とりわけ、小売業では、*3 ロードサイドへの立地が増加している状況にあり、こうした競争の激化を受けて、商店街をはじめ中小規模商業は今大変厳しい状況に置かれています。また、平成 19 年に*4 全世帯消費支出は一旦増加に転じたものの、平成 20 年には減少しており、*5 昨年来失業率も上昇を続ける等、景気の失速が指摘されています。平成 12 年の大規模小売店舗立地法施行以来、一旦減少した大型店の出店届けは年々増加してきましたが、平成 20 年になって*6 新規届出件数は減少しています。

このような中、まちづくり 3 法のうち、大規模小売店舗立地法を除く都市計画法と中心市街地活性化法の改正案が平成 18 年 2 月に閣議決定され、今後の中心市街地振興および都市機能の維持を目的とした大規模小売店舗の立地適正化の推進が期待されます。

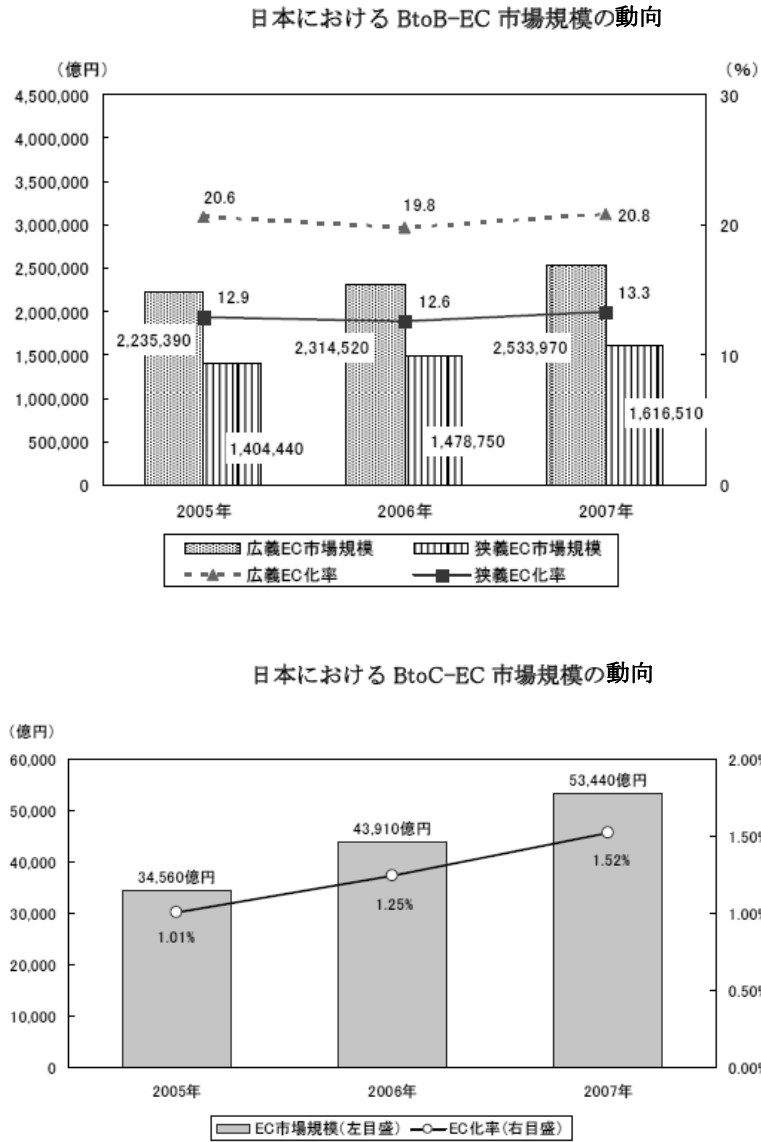
本調査は、こうした状況を背景に、最新の商業関連データの整備を行い、松戸市商業の環境、構造、成果・機能の現況と動向をきめ細かく把握することを目的として実施し、松戸市商業（卸売・小売業）の問題点・課題を抽出し、今後の商業振興・活性化施策を検討する上での基礎資料とするものです。

図 0-1 全国の消費者物価指数(各年度平均)総合指数の動向 *1



資料：総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室「消費者物価指数/小売物価統計調査」
(1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008)

図 0-2 全国の電子商取引規模等の動向 *2



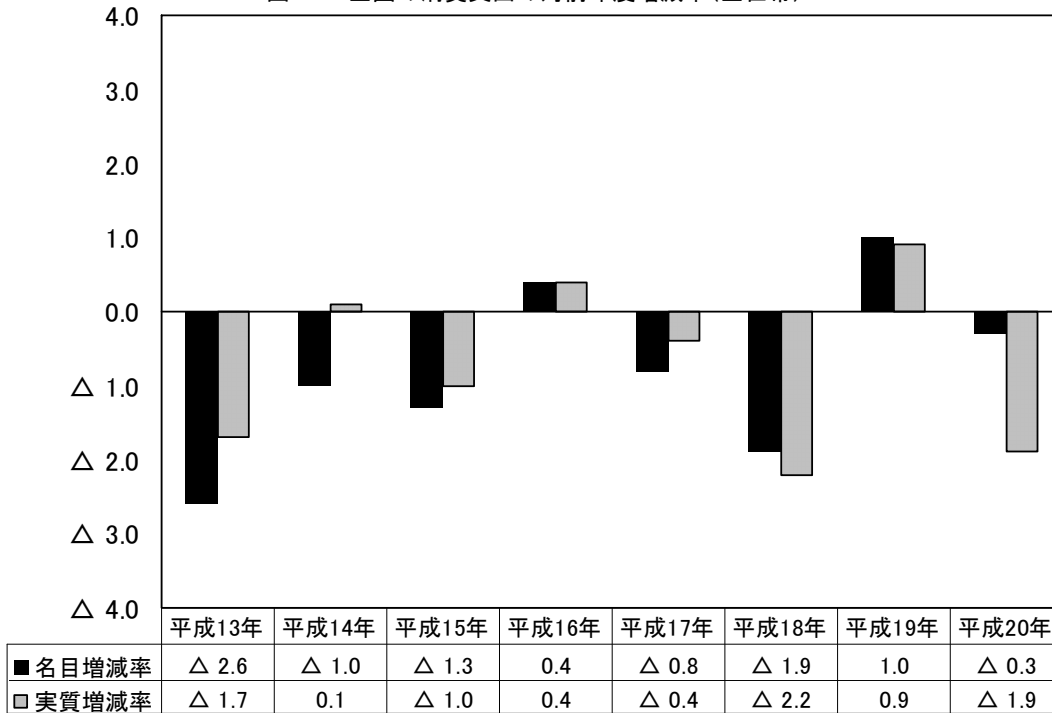
資料：経済産業省商務情報政策局情報経済課「平成 19 年度我が国の IT 活用に関する調査研究事業（電子商取引に関する市場調査）」報告書（2005, 2006, 2007）

表 0-1 全国の立地環境特特別事業所数 *3

	商業集積地区				
	駅周辺型商業集積地区	市街地型商業集積地区	住宅地背景型商業集積地区	ロードサイド型商業集積地区	その他の商業集積地区
平成16年	165,100	113,208	138,734	37,338	15,578
平成19年	150,855	100,965	122,016	40,001	13,626
H19/H16	△ 8.6%	△ 10.8%	△ 12.1%	7.1%	△ 12.5%

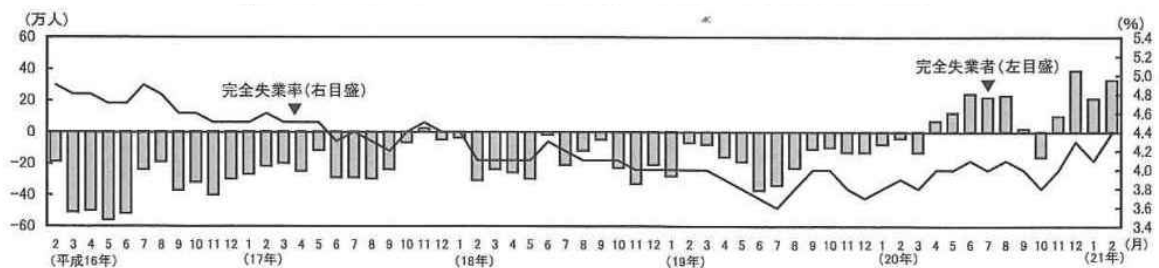
資料：経済産業省経済産業政策局調査統計部産業統計室「商業統計立地環境特特別統計編（小売業）」（2004, 2007）

図 0-3 全国の消費支出の対前年度増減率(全世帯) *4



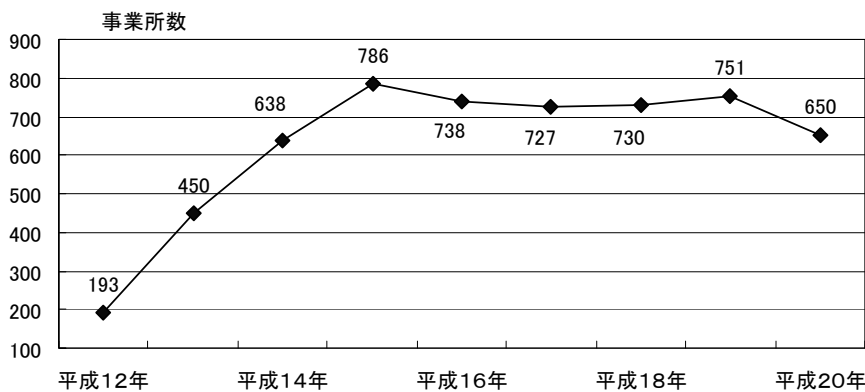
資料：総務省統計局統計調査部消費統計課「家計調査」
(2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008)

図 0-4 完全失業者の対前年度増減および完全失業者率(季節調整値)の動向 *5



資料：総務省統計局統計調査部労働力人口統計室「労働力調査」
(2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009)

図 0-5 全国の大規模小売店舗立地法の新設届出状況 *6



資料：経済産業省 商務情報政策局 流通政策課
「大規模小売店舗立地法第5条第1項(新設)の届出件数」
(2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008)

2. 報告書の構成

本調査では、多角的な視点から松戸市商業の現況と動向を把握することとし、以下に示す各章と資料編から構成されます。

- ・ 調査の概要
- ・ 松戸市における商業（卸売・小売業）の概要
- ・ 小地域別における松戸市内の小売業の概要
- ・ 周辺都市との比較による松戸市小売業の概要
- ・ 中心市街地における小売業の概要
- ・ アンケート調査の概要
- ・ まとめ

3. 利用上の注意事項

データの整備と分析に関して、以下の事項にご注意ください。

なお、松戸市のデータ整備にあたっては、経済産業省が実施した「平成 19 年商業統計調査(指定統計第 23 号 経済産業省所管)」(以下、「商業統計調査」という。)の調査票を使用するため、経済産業省に調査票の使用を申請し、承認を得た後、整備を行っています。

(1) 商業統計調査について

①商業統計調査の目的、経緯

商業統計調査は、わが国の商業活動の実態を明らかにすることを目的として、商業(卸売業、小売業)を営む全ての事業所を対象に調査を実施しています。

昭和 27 年に調査を開始し、現在では 5 年ごとに調査(本調査の 2 年後に簡易調査)を実施しています。

②調査の期日

最新の調査は平成19年商業統計調査で、平成19年6月1日に実施されました。

調査年次	調査期日	調査種別	調査年次	調査期日	調査種別
昭和27年	9月1日	卸売・小売業、飲食店	昭和57年	6月1日	卸売・小売業、飲食店
昭和29年	9月1日	〃	昭和60年	5月1日	卸売・小売業
昭和31年	7月1日	〃	昭和61年	10月1日	一般飲食店
昭和33年	7月1日	〃	昭和63年	6月1日	卸売・小売業
昭和35年	6月1日	〃	平成元年	10月1日	一般飲食店
昭和37年	7月1日	〃	平成3年	7月1日	卸売・小売業
昭和39年	7月1日	〃	平成4年	10月1日	一般飲食店
昭和41年	7月1日	〃	平成6年	7月1日	卸売・小売業
昭和43年	7月1日	〃	平成9年	6月1日	〃
昭和45年	6月1日	〃	平成11年※	7月1日	〃(簡易調査)
昭和47年	5月1日	〃	平成14年	6月1日	〃
昭和49年	5月1日	〃	平成16年※	6月1日	〃(簡易調査)
昭和51年	5月1日	〃	平成19年	6月1日	〃
昭和54年	6月1日	〃			

※平成11年調査は総務庁事業所・企業統計調査と同時実施の簡易調査(第一回)

※平成16年調査は総務省事業所・企業統計調査およびサービス業基本調査と同時実施の簡易調査(第二回)

③調査項目

平成19年調査の調査項目は、以下の通りです。

調査項目	
卸売業、小売業	事業所の名称および所在地 産業分類 経営組織 本店・支店の別および本店の所在地 従業者数等 年間商品販売額等 年間商品販売額の販売方法別割合 商品手持額
小売業に限っての事項	年間商品販売額のうち小売販売額の商品販売形態別割合 セルフサービス方式の有無 売場面積 営業時間等 来客用駐車場等 チェーン組織への加盟の有無

(2) 統計法上の注意義務

指定統計表の使用にあたっては、秘密の保護に注意する必要があり、事業所数が1～2店の場合、あるいは3店以上の場合でも他の1～2店の数値が明らかになるような場合は、事業所数以外の各項目の数値を秘匿する処理を行いました。

なお、秘匿した数値は「X」で表示しています。

(3) データ整備上の留意事項

四捨五入や小数点の区切りの違い等により、この報告書の数値は、経済産業省や千葉県が発表する数値と相違する場合があります。

(4) 用語の説明

事業所(商業事業所)

原則として一定の場所で、商品の卸売、商品売買の代理、仲立又は小売の業務を継続的に行っている事業所をいいます。

卸売業

主として次の業務を行う事業所をいいます。

- ① 小売業者又は他の卸売業者に商品を販売する事業所
- ② 産業用使用者(建設業、製造業、運輸業、飲食店、宿泊業、病院、学校、官公庁等)に商品を大量または多額に販売する事業所
- ③ 主として業務用に使用される商品(事務用機械及び家具、病院、美容院、レストラン、ホテルなどの設備、産業用機械(農業用器具を除く)、建設材料(木材、セメント、板ガラス、かわらなど)など)を販売する事業所
- ④ 製造業の会社が、別の場所で経営している自己製品の卸売事業所(主として管理的事務のみを行っている事業所を除く)。例えば、家電メーカーの支店、営業所が自己製品を問屋等に販売している場合、その支店、営業所は卸売事業所となります。
- ⑤ 商品を卸売し、かつ同種商品の修理を行う事業所。なお、修理料収入の方が多くても、同種商品を販売している場合は修理業とせず卸売業とします。
- ⑥ 他の事業所のための商品売買の代理又は仲立人を行う事業所(代理商、仲立業)

小売業

主として次の業務を行う事業所をいいます。

- ① 個人（個人経営の農林漁家への販売を含みます。）または家庭用消費のために商品を販売する事業所
- ② 産業用使用者に少量又は少額に商品を販売する事業所
- ③ 商品を販売し、かつ、同種商品の修理を行う事業所
 なお、修理料収入の方が多くても、同種商品を販売している場合は修理業とせず小売業とします。ただし、修理のみを専業としている事業所は、修理業（大分類 Q-サービス業(他に分類されないもの)）とし、修理のために部品などを取り替えても商品の販売とはしません。
- ④ 製造小売事業所(自店で製造した商品とその場所で家庭用消費者に販売する事業所)例えば、菓子店、パン屋、弁当屋、豆腐屋、調剤薬局などがあげられます。
- ⑤ ガソリンスタンド
- ⑥ 主として無店舗販売を行う事業所(販売する場所そのものは無店舗であっても、商品の販売活動を行うための拠点となる事務所などがある訪問販売または通信・カタログ販売の事業所)で、主として個人又は家庭用消費者に販売する事業所
- ⑦ 別経営の事業所（官公庁、会社、工場、団体、遊園地などの中にある売店で他の事業所によって経営されている場合はそれぞれ独立した事業所として小売業に分類します。）

従業者および就業者

平成 19 年 6 月 1 日現在で、当該事業所の業務に従事している従業者、就業者をいいます。従業者とは「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」、「常用雇用者」の計をいい、就業者とは従業者に「臨時雇用者」及び「他からの派遣従業者」を合わせ「従業者・臨時雇用者のうち他への派遣従業者」を除いたものをいいます。

- ① 「個人業主」とは、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をいいます。
- ② 「無給家族従業者」とは、個人事業主の家族で賃金・給与を受けず、ふだん事業所の仕事を手伝っている者をいいます。
- ③ 「有給役員」とは、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をいいます。
- ④ 「常用雇用者」とは、「正社員・正職員」、「パート・アルバイト等」と呼ばれている者で、次のいずれかに該当する者をいいます。(ア)期間を定めずに雇用されている者 (イ) 1 か月を超える期間を定めて雇用されている者 (ウ)平成 19 年 4 月、5 月のそれぞれの月に 18 日以上雇用された者

- ⑤ 「臨時雇用者」とは、常用雇用者以外の雇用者で1か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をいいます。
- ⑥ 「他からの派遣従業者」とは、別経営の事業所から派遣されている者又は下請として別経営の事業所から来て業務に従事している者をいいます。
- ⑦ 「従業者・臨時雇用者のうち他への派遣従業者」とは、従業者及び臨時雇用者のうち、別経営の事業所へ派遣している者又は下請として別経営の事業所の業務に従事している者をいいます。
- ⑧ 「パート・アルバイトなどの8時間換算雇用者数」とは、パート・アルバイトなどの従業者について平均的な1日当たりの労働時間である8時間に換算した者をいいます。

なお、第1章の一部、第2章および第4章の一部における従業者数は、上記の従業者に「臨時職員」を含めた数となっているため、他章の従業者数とは一致していません。

年間商品販売額

平成18年4月1日から平成19年3月31日までの1年間の当該事業所における有体商品の販売額をいい、消費税額を含みます。したがって、土地・建物などの不動産及び株券、商品券、プリペイドカード、宝くじ、切手などの有価証券の販売額は含みません。

なお、この報告書の中では、「年間販売額」としてしています。

セルフサービス方式（小売業のみ）

セルフサービス方式とは、以下の3つの条件を兼ねている場合をいいます。

- ① 客が値札等により各商品の値段が判るような表示方式をとっていること
- ② 店に備え付けられている買い物カゴ、ショッピングカート、トレーなどにより、客が自由に商品を選び取れるようなシステムをとっていること
- ③ 売場の出口などに設置されている精算所(レジ)において、客が一括して代金の支払いを行うシステムになっていること

商業統計調査でいう「セルフサービス方式採用」の事業所とは、上記条件による販売を売場面積の50%以上で行っている事業所をいいます。セルフサービス方式に該当する事業所の例として、総合スーパー、専門スーパー、ホームセンター、ドラッグストア、コンビニエンス・ストア、ワンプライスショップ、大型カー用品店などがあげられます。

売場面積（小売業のみ）

平成 19 年 6 月 1 日現在で、事業所が商品を販売するために実際に使用している売場の延床面積（食堂・喫茶、屋外展示場、配送所、階段、連絡通路、エレベーター、エスカレーター、休憩室、洗面所、事務室、倉庫、また、他に貸している店舗（テナント分は除く）をいいます。

営業時間（小売業のみ）

原則として平成 19 年 6 月 1 日現在の開店、閉店時刻をいい、1 時間未満の営業時間は切り捨てとします。

チェーン組織（小売業のみ）

ア フランチャイズ・チェーン加盟事業所

事業所（フランチャイジー）が他の事業所（フランチャイザー（本部））との間に契約を結び（加盟）、フランチャイザーの商標や経営のノウハウを用いて、同一イメージのもとに商品の販売等を行っている事業所をいいます。

イ ボランタリー・チェーン加盟事業所

事業所が同一業種の事業所同士で本部を中心に共同仕入れ、配送、宣伝、売り出しなどを行う共同事業に加盟している事業所をいいます。

ウ いずれにも加盟していない事業所

上記ア、イに含まれない事業所をいいます。例えば、レギュラー・チェーン（直営店）、自動車メーカーの特約店、家電メーカーの販売店、元卸系列のガソリンスタンドなどがあげられます。

(5) 集計上の留意事項

- ①四捨五入の関係で、構成比等では合計と内訳の計が必ずしも一致しない(100.0%にならない)場合があります。
- ②金額の集計は万円単位で行っていますが、必要に応じ四捨五入し、百万円もしくは億円単位で表示していることがあります。したがって、金額の差し引きが一致しない場合があります。また、東京都で公表されている年間販売額は百万円単位のみであるため、東京都内の自治体については、年間商品販売額を万円単位で表示する場合、その数値を万円単位に換算したうえで表示しています。なお、増減比や構成比は万円単位で算出しています。
- ③増減率は、原則として年平均増減率をいい、本文中では年平均としています。

$$\text{年平均増減率(\%)} = \left(\left(\frac{\text{当該年次データ}}{\text{前の年次データ}} \right)^{\frac{1}{a}} - 1 \right) \times 100$$

a の値は、増減を算出する期間の年数を示します。

(6) 統計表について

統計表および図表の中の記号は次の内容を表示しています。

- 「X」…秘匿数値を示します。
- 「—」…該当数値の無いものを示します。
- 「…」…調査項目に該当していないものを示します。
- 「0」…0.5未満の数値を示します。「0.0」は同様に0.05未満の数値を示します。
- 「△」…減少を示します。

4. 調査機関

本調査は株式会社ラウム計画設計研究所に委託して行いました。