消費者によって選ばれる お店の変化

～小さい店舗から大きい店舗へ～

＜目　的＞

甲府市内や母の実家の市川三郷町の商店街では、シャッターが目立ち、人通りも少ない。祖母や父母達が子どもの頃は、とても賑やかだったという話をよく聞く。実際に小売業の販売額や売場面積にはどのような変化が見られるかを、経済産業省のデータを使いグラフ化した。

1

全国：販売額は約 5 倍、売場面積は約 3 倍に増加している。
山梨：販売額は約 4 倍、売場面積は約 3 倍に増加している。

2

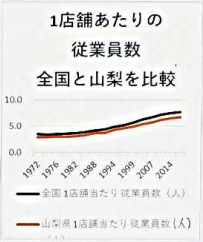
全国、山梨県ともに、小売業の事業者数は減少傾向にあり、従業員数はわずかに増えている。

＜考　察＞

山梨県だけでなく、全国的に、小売業においては、販売額が増え、売場面積が増え、従業員数も増えている。にもかかわらず、小売業の事業者数は減っている。つまり、大きい店舗が増え、小さい店舗が減っているのがわかった。販売額は増加しているので、消費者は商店街ではなく、徐々に大きな店舗を選んできた　ということがよく分かった。

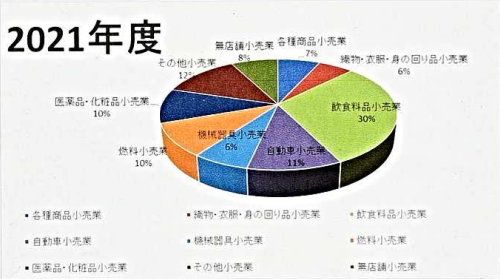
また、近年 40 年間で小売業の形態が多様化している。今後も新たな小売のかたちが登場するだろう。

3



一店舗あたりでは、
全国では、売場面積　約3.5倍、販売額　約9倍、従業員数　約2倍、
山梨県でも同様、売場面積　約5倍、販売額　約4倍、従業員　約2倍
となり、店舗は大型化している事が明らかになった。
つまり、人々が買い物する先は
小さい店舗から、大きい店舗に移行している。

4



約 40 年間での、小売業販売額における業種別の割合を調べた。
1980 年は、小売業といえば食べ物が主だった。
2021 年には、1980 年にはなかった項目、例えば
無店舗小売業(テレビショッピングやインターネット販売等)など、
さまざまな小売業が登場した。

＜ 参考文献 ＞

経済産業省　商業統計 2007（グラフ 1,2,3　1972－2007)
総務省統計局　経済センサス 2016(グラフ 1,2,3　2012－2016)
経済産業省　商業動態統計 1980－2020（グラフ 4)