



Bank of Japan Matsue Branch
Sanin Research Papers

2019年4月12日
日本銀行松江支店

山陰地域の小売業（実店舗販売）における近年の構造変化

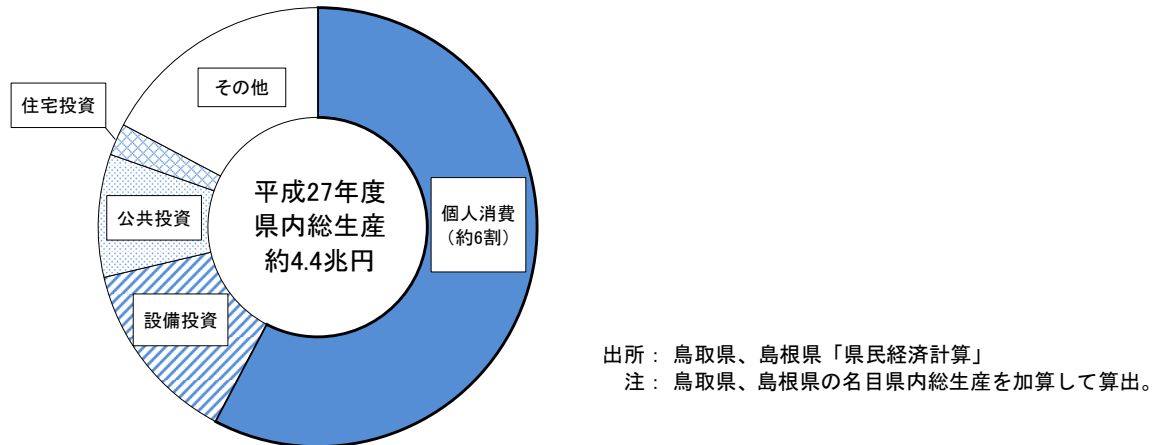
➤ 本稿の内容に関するお問い合わせは、日本銀行松江支店総務課（電話：0852-32-1503、メールアドレス：matsue-b1918@boj.or.jp）までお願いいたします。

※ 本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、あらかじめ日本銀行松江支店までご相談ください。複製を行う場合は、出所を明記してください。

1. はじめに

小売業はサービス業などとともに、家計による財やサービスの消費、すなわち個人消費を支える業種である。個人消費は、山陰両県の県内総生産の約 6 割を占める【図表 1】。こうしたことから、小売業など消費に関連する企業の活動が山陰地域の景気や経済発展へ果たす役割は大きいと言える。

【図表 1】 山陰両県の県内総生産（平成 27 年度）



山陰地域の小売業の実店舗における販売（以下、実店舗販売）は、過去数十年間にも 1970 年代頃からの車社会化、1990 年代の大規模店舗の出店規制緩和、1990 年代後半のバブル崩壊とその後のデフレなど大きな変化に直面してきた。近年も少子高齢化・人口減少、交通アクセスの改善、インターネットの活用など大きな構造変化が生じており、実店舗販売にもそうした構造変化の影響が及んでいる。

以下では、実店舗販売を巡る近年の構造変化の状況を概観し（後掲 2.）、先行きの展望と、山陰経済の持続的成長の観点からの留意点を提示する（同 3.）。

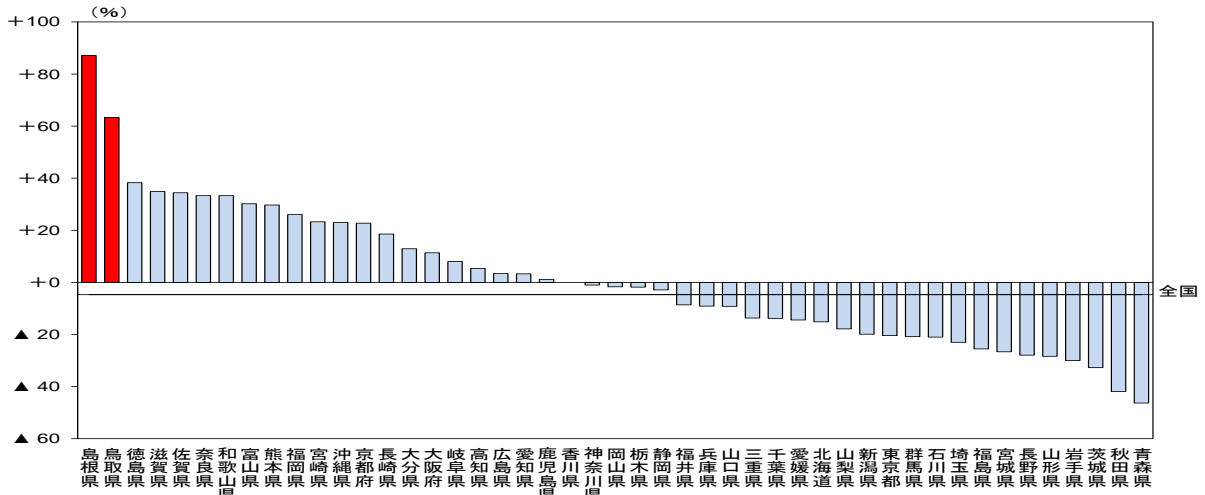
2. 山陰地域の小売業（実店舗販売）における近年の構造変化

近年の山陰地域における実店舗販売を巡る環境をみると、以下のような構造変化が生じている。

（1）域外資本店舗の増加

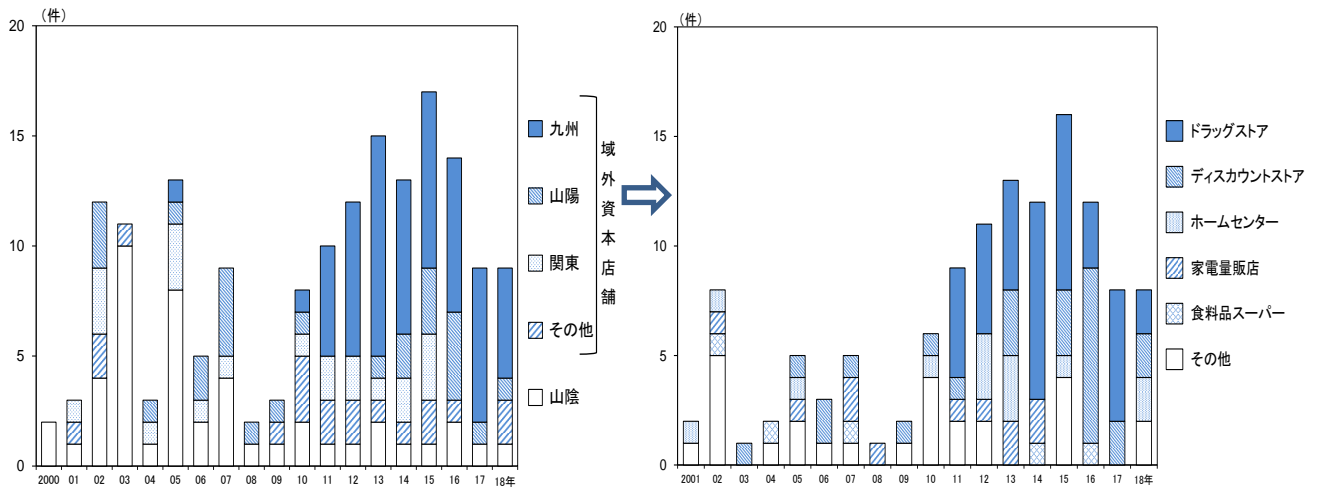
第一に、2010 年以降、域外資本の店舗新設数が顕著に増加している。2010 年以降の大規模小売店舗新設数の増加率（2001 年～2009 年までの新設数対比）をみると、島根県、鳥取県は全国最上位となっている。店舗新設の多くは域外資本で、業態としては「ドラッグストア」や「ディスカウントストア」が多い【図表 2、3】。また、大規模小売店に含まれない「コンビニエンスストア」の店舗数増加率も全国最上位クラスとなっている【図表 4】。

【図表 2】大規模小売店舗新設数の変化率（2001～09年→2010～18年）



出所：経済産業省「大規模小売店舗立地法（大店立地法）の届出状況について（平成30年12月末）」

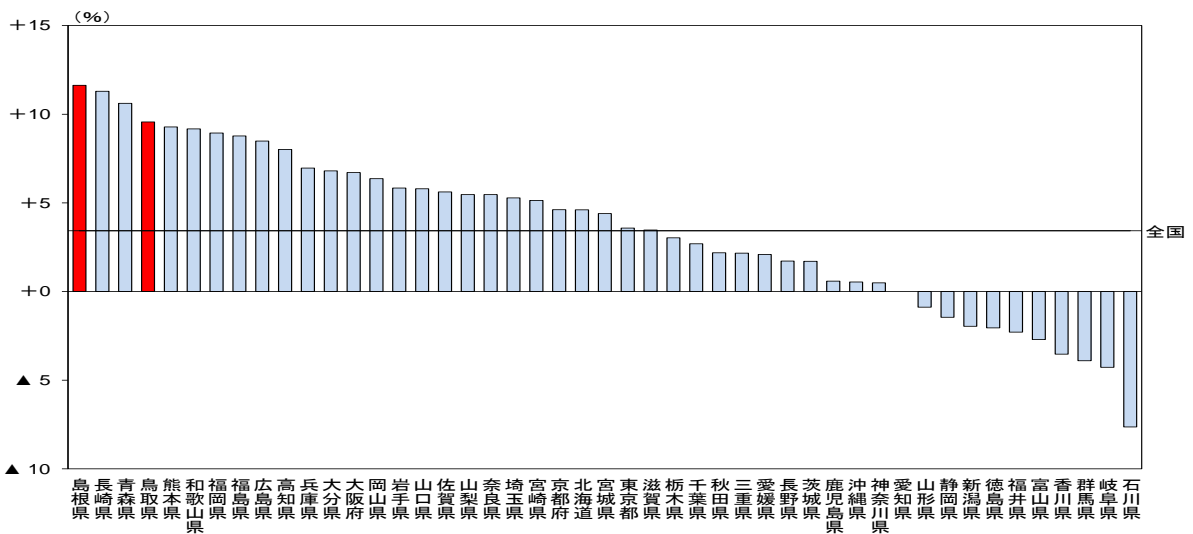
【図表 3】山陰地域の新設大規模小売店舗の本店所在地（左図）、業態（右図）



出所：経済産業省「大規模小売店舗立地法（大店立地法）の届出状況について（平成30年12月末）」

注：核店舗1に基づき集計。新設時期は届出日に基づく。右図は域外資本店舗についてのみ集計。

【図表 4】コンビニエンスストア店舗数の変化率（2015年→2018年）



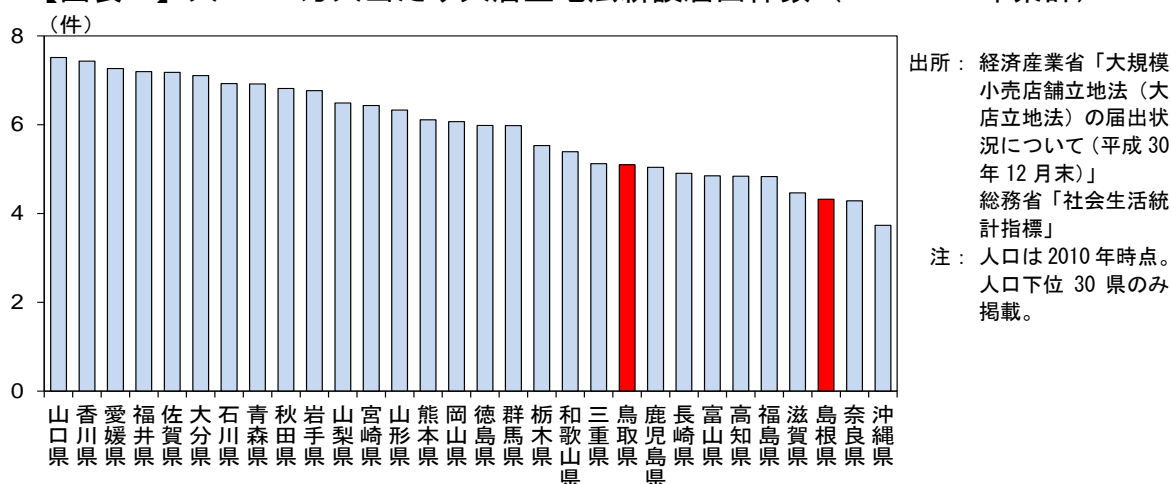
出所：経済産業省「商業動態統計調査」

注：遡及可能である2015年から最新年である2018年までの店舗数の変化率。

なお、鹿児島県については、2017年に調査対象事業所の見直しを行ったため、2015年と2018年の店舗数の集計のベースに不連続が生じていることから、2015年の店舗数にリンク係数を乗じることで接続を行っている。

こうした動きの背景には、全国的に少子高齢化・人口減少に伴う需要減少への対応が課題となるも、①山陰地域は人口対比でみて大規模小売店舗の新設が進んでおらず、出店余地が大きかった【図表5】こと、②2010年頃から山陰・山陽間の高速道路網など交通アクセスが改善し【図表6】、域外企業による物流体制整備が進んだことなどが挙げられる。

【図表5】人口10万人当たり大店立地法新設届出件数（2001～09年累計）



【図表6】高速道路（鳥取自動車道、尾道松江線）の開通状況

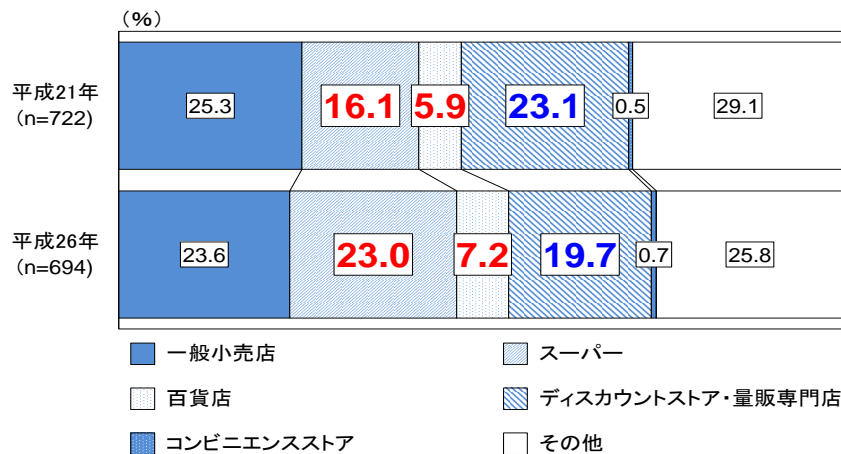
| | 年 | 月 | 開通区間 | 備考 |
|--------|------|---|----------------------|---|
| 鳥取自動車道 | 2010 | 3 | 鳥取IC～西粟倉IC | 鳥取市街地と岡山県が繋がる。 |
| | 2013 | 3 | 鳥取IC～佐用JCT (全線開通) | 鳥取自動車道と中国自動車道が繋がる。 …鳥取～大阪間、約50分短縮 (3時間20分 → 2時間30分) |
| 尾道松江線 | 2013 | 3 | 宍道IC～三次東JCT | 松江自動車道と中国自動車道が繋がる。 …松江～広島間、約50分短縮 |
| | 2015 | 3 | 宍道IC～尾道JCT (全線開通) | 尾道松江線と山陽自動車道が繋がる。 …松江～尾道間、約80分短縮 (3時間50分 → 2時間30分) |

出所：国土交通省中国地方整備局鳥取河川国道事務所 <http://www.cgr.mlit.go.jp/tottori/road/himotori/index.html>
 国土交通省中国地方整備局三次河川国道事務所 <http://www.cgr.mlit.go.jp/miyoshi/michi/ro03.html>
 鳥取県道路企画課・道路建設課 <http://www.pref.tottori.lg.jp/secure/127810/100602douro.pdf>
 中国電力 エネルギー地域経済レポート「中国横断道尾道松江線の開通が企業活動等に与える影響に関するアンケート調査結果」（2014年9月、2017年10月）

（2）消費者の購買行動にみられる変化

第二に、山陰の景気が緩やかな回復を続けるも、消費者は価格を重視する商材と、品質やサービスを重視する商材を区別するようになっている可能性がある。例えば、総務省「全国消費実態調査」をみると、山陰地域では、「食料品」や「家事用消耗品」のように「ドラッグストア」、「コンビニエンスストア」など近年店舗進出が顕著な業態での購買比率が高まる商材が多くみられる。一方、「化粧品」のように、従来から営業している「百貨店」、「スーパー」といった業態の購買比率がむしろ高まっている商材もみられる【図表7】。

【図表 7】 山陰地域における化粧品購買先の変化



出所：総務省「全国消費実態調査」

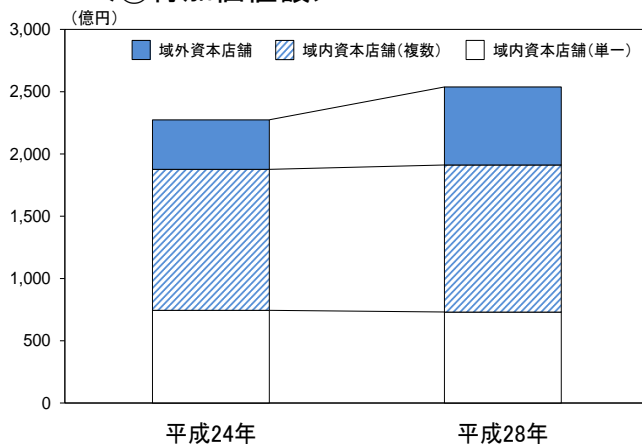
注：「ドラッグストア」は「ディスカウントストア・量販専門店」に含まれる。

（3）地域経済における小売業の影響度の高まり

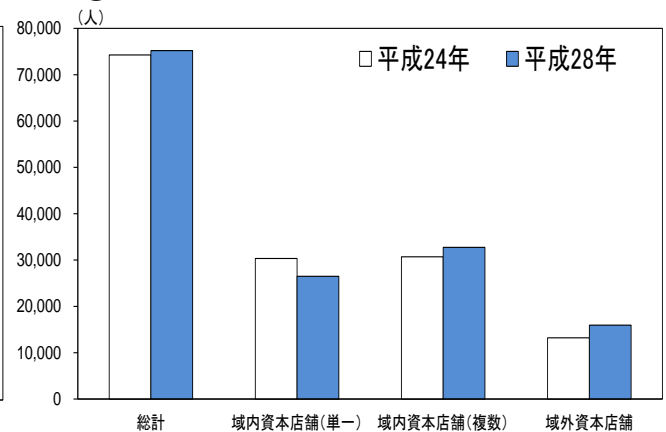
第三に、山陰地域における小売業全体が産み出す「付加価値額」は域外資本店舗を中心に増加している【図表 8①】。従業者数は、域内資本店舗のうち支店を持たない先では減少しているものの、全体としては増加している【同②】。従業者一人当たりが産み出す付加価値額である労働生産性も向上している【同③】。

【図表 8】 山陰地域の小売業における付加価値額、従業者数、労働生産性

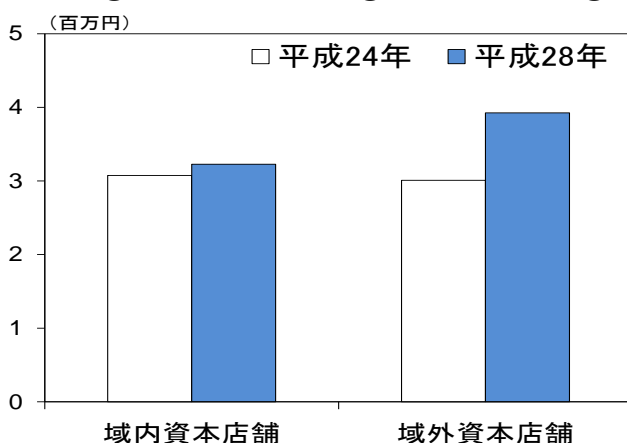
<①付加価値額>



<②従業者数>



<③労働生産性 (=①付加価値額÷②従業者数)>



出所：総務省「経済センサス—活動調査結果」(平成 24 年、平成 28 年)

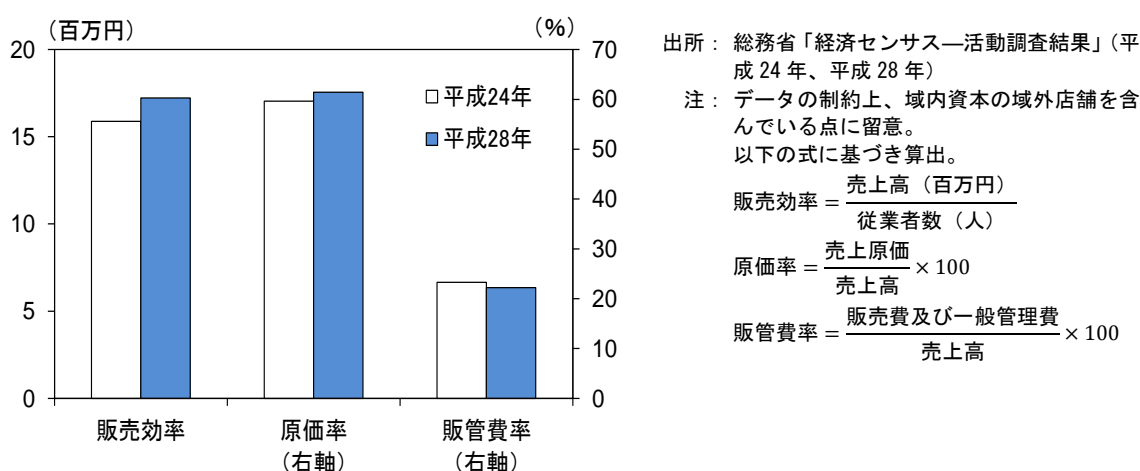
注：総務省「経済センサス—活動調査結果」を基に当店算出。

域内資本店舗(単一)は支店(本店以外の店舗)を持たない域内企業、域内資本店舗(複数)は支店を有する域内企業の本店および域内支店。

ここで言う「付加価値額」とは、粗利益（＝売上高－原材料費等）の概念に該当する。域外資本店舗は、知名度、豊富な品揃え、価格面の魅力などで消費者のニーズを捉えて売上を伸ばし、付加価値額を増加させている。販売管理ノウハウも高く、山陰地域全体の労働生産性の向上にもつながっている。

一方、域内資本店舗においても労働生産性が向上している。この背景をやや詳しくみると、原価率は悪化しているが、販売効率や販管費率は改善している【図表9】。このことは、域内資本店舗が原材料の仕入価格の上昇に直面しつつも、競争激化もあって販売価格への転嫁が容易ではないもとで、販売効率の向上による売上高の確保や、販管費の引き下げによる経費節減などに努めてきた可能性を示している。

【図表9】域内資本店舗における販売効率、原価率、販管費率の変化



3. 先行きの展望と、山陰経済の持続的成長の観点からの留意点

近年、山陰地域の実店舗販売に構造変化をもたらしてきた少子高齢化・人口減少、交通アクセスの改善、インターネットの活用といった現象は今後も進行し、地域経済に影響を与えると考えられる。こうした中、山陰の小売業が地域経済の持続的成長を支えつつ発展していくうえで、引き続き以下の点を意識しておくことは有用であると考えられる。

(1) 交通アクセス改善によるプラス効果の活用

第一に、交通アクセス改善のプラス効果を最大限に活用することである。各種アンケート¹をみると、山陰両県内の企業（小売業以外の業種も含む）から、

¹ たとえば、以下のアンケート調査を参考にした。

①(株)鳥取銀行 ぐらしと経営相談所「中国横断自動車道姫路鳥取線が鳥取県内企業に与える影響に関するアンケート調査結果」(2007年12月)

②国土交通省 中国地方整備局 鳥取河川国道事務所「鳥取自動車道の供用2年後の整備効果を取りまとめました」(2013年2月)

近年の交通アクセス改善に伴う変化等として、他社・他県企業との競争激化を挙げる回答も相応にみられる。一方、交通アクセス改善により調達・販売両面での物流改善や取引先拡充といった効果を期待したり、新たな事業展開意向を示す回答も多い。また、新たな事業展開意向を示す回答の中には、「他地域の協業・連携先の開拓」を選択肢として挙げる回答もみられる。このため、域内資本店舗が域外資本店舗の持つ知名度や販売管理ノウハウを活用するなど協働・連携を図る余地もあると考えられる。

このように、山陰地域の小売業が交通アクセス改善の効果を活用することを通じて、消費者の買い物の利便性が向上すれば、山陰での生活の魅力が高まり、移住・定住を促すうえでもプラスとなると考えられる。

（２）価格面以外の魅力強化・発信

第二に、消費者ニーズを的確に捉え、価格面以外の魅力も打ち出していくことである。域外資本店舗は、価格面のほか、知名度、品揃えなどの点で消費者にとっての魅力を示している。一方、域内資本においても、高品質の商材の充実や売場レイアウトの変更などの取り組みを行った先からは「顧客の反応がよい」との声が聞かれる。また、地元農産品、酒などは、山陰地域でしか味わえないものが多く、両県で増加する外国人観光客も含めて消費者が価値を見出すことが期待できる。「地産地消」をキーワードとした小売店舗の取り組みもみられ、「この店舗で購買すれば生産者等への波及効果も生み、地域経済の持続的成長に資する」というストーリーが地元の買い物客の満足感に繋がる面もある。

各主体が、それぞれの強みを活かして価格面以外の魅力も強化・発信していくことで、山陰地域の小売業全体が産み出す付加価値額が増加し、地域経済の発展にも資すると考えられる。

（３）労働生産性の向上

第三に、人手不足が進行するもとの小売業が発展していくうえでは、労働生産性の向上が不可欠である。【図表 8】でみた通り、既に労働生産性向上に向けた取り組みが進められているが、近年飛躍的に進化しているデジタル技術の応用により、もう一段の向上を図る余地はある。例えば、インターネット販売の活用は、域外への販路拡大など需要面の効果に加え、営業・販売にかかる人手の節約という供給面の効果も期待できる²。客の回転率が高い店舗や外国人ス

③中国電力 エネルギア地域経済レポート「中国横断道尾道松江線の開通が企業活動等に与える影響に関するアンケート調査結果」（2014年9月、2017年10月）

④中国経済連合会「『中国やまなみ街道の全線開通に伴う地域経済への波及効果』調査（最終報告）」（2017年3月）

² 詳細は日本銀行松江支店「山陰におけるインターネット消費の動向」（2018年12月20日

タッフのいる店舗などでは、レジ処理の時間・手間を節約できるキャッシュレス決済も有効となる可能性がある。

4. おわりに

山陰地域の小売業（実店舗販売）は、近年、前述の通り、全国的な少子高齢化・人口減少等を背景とする競争激化に直面しつつも、消費者の購買行動の変化に対応した魅力を産み出し、効率的な店舗運営にも努めて、小売業全体として産出する付加価値額を増加させている。こうした動きは、地域経済の成長に資するほか、山陰での生活の魅力を高めることに寄与している。

近年の構造変化をもたらしてきた少子高齢化・人口減少、交通アクセスの改善といった現象は今後も進行し、地域経済に影響を与えられとされる。山陰地域でも増加する外国人観光客による消費拡大や、デジタル技術の応用など、小売業の発展にとっても重要となる前向きな課題も出てきている。山陰地域の小売業がこうした課題に引き続き対応し、今後とも地域経済の持続的成長を支えていくことを期待したい。

以 上