

広島市の商業

～地域間比較と小売吸引力による分析～

平成 15 年 11 月



DBJ

日本政策投資銀行
Development Bank of Japan

中国支店

はじめに

広島市は、地域の有力企業に加え、国の出先機関や企業の支店が置かれるとともに、複数の百貨店をはじめとする高度の商業集積を有し、中国地方における経済の中心地として発展してきた。しかしながら、近年においてはその中心性に疑問を呈する声もあり、特に商業に関しては、新たに進出した郊外型大規模店舗や、福岡・神戸等の他都市への顧客の流出の影響が懸念され、また、都心部のさらなる活性化が求められている状況にある。

本稿においては、こうした問題意識を踏まえ、広島市の商業の推移と現況について、札・仙・広・福での比較、広島県内の他都市との比較、広島市内の各区の比較を行った。これらの分析に際しては、定量的データを整理するとともに、特に小売吸引力の観点から比較検討を行っている。

平成15年11月
日本政策投資銀行中国支店

目次

はじめに

<要旨> i ~ iii

<本文>

第1章 札幌・仙台・広島との比較 1

第2章 県内他都市との比較 3

第1節 県内他都市との比較 3

第2節 小売販売額 5

第3節 小売店 7

第4節 小売吸引力 10

第3章 市内各区の比較 14

第1節 小売販売額 14

第2節 小売店 16

第3節 小売吸引力 19

第4節 広島市各区の特徴 23

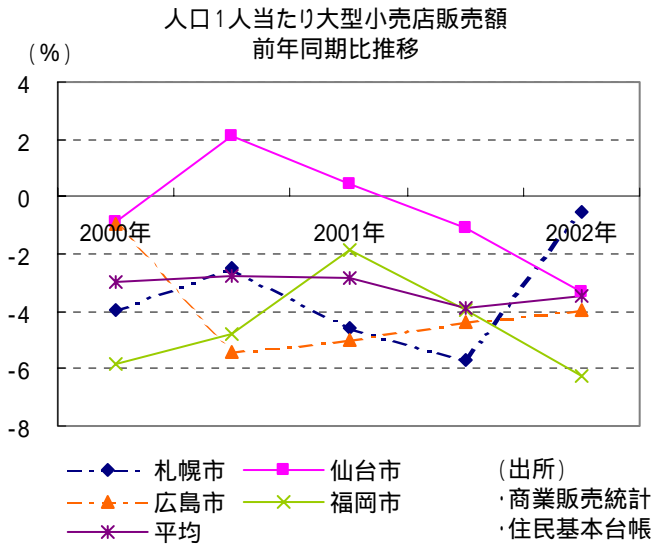
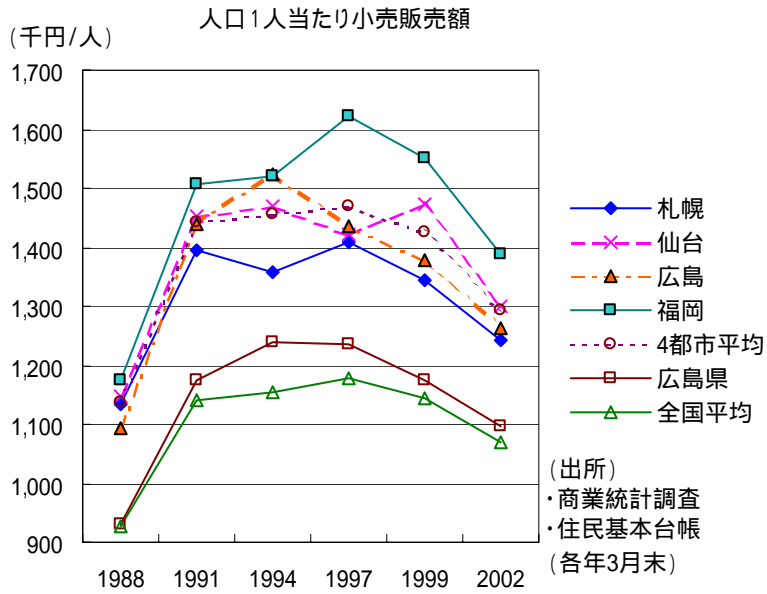
おわりに 25

< 要 旨 >

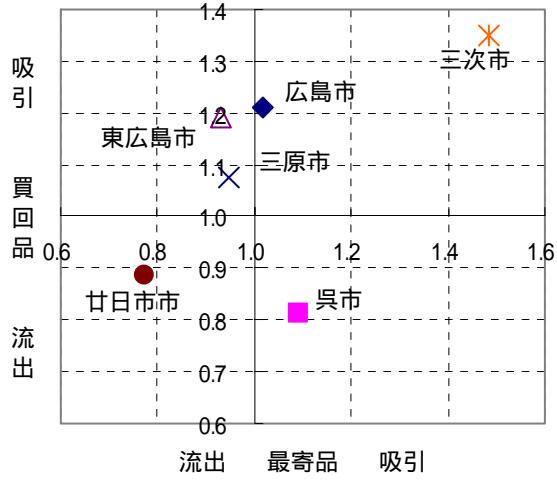
広島市の商業の推移と現況

- 1 . 広島市は高度の商業集積を有し、中国地方の経済の中心地として発展してきたが、近年は、商業に関する中心性に関して、郊外型大規模店舗や他都市への顧客流出の影響が懸念され、また、商業集積を活用した、都心部の再活性化も求められている。
- 2 . 本稿においては、こうした問題意識を踏まえ、広島市の商業の推移と現況について、札幌・仙台・福岡での比較、県内の他都市との比較、広島市内の各区の比較を行った。分析に際しては、定量的データの整理と小売吸引力の観点から比較検討を行った。
- 3 . 人口 1 人当たり小売販売額について、札幌・仙台・福岡の 4 都市を比較すると、1990 年代半ばにおける福岡市と 1990 年代後半における仙台市の伸びが大きく、両都市の商業面での中心性は、広島市よりも高い。しかし 1990 年代後半に大きかった 4 市の格差は、2000 年代に入り縮小する傾向にある。
- 4 . 広島県内の 5 都市（呉市、東広島市、三原市、廿日市市、三次市）との比較では、広島市は圧倒的に大きな商業集積を有している。小売吸引力からみると、広島市は特に買回品について外部（呉市・廿日市市他）から顧客を吸引し続けている。
- 5 . 広島市の 8 区の商業を比較すると、中区は買回品・最寄品ともに強い中心性を持ち続けており、1990 年代前半における西区、後半における南区・安佐南区の成長にもかかわらず、引き続き域外から多くの顧客を吸引している。
- 6 . 今後、広島市では複数の大型商業施設の建設が予定されている。商業集積の拡大は、都心活性化に寄与していく可能性を有していると同時に、オーバーストア等の問題を引き起こす可能性があり、この点が今後の課題として残されている。

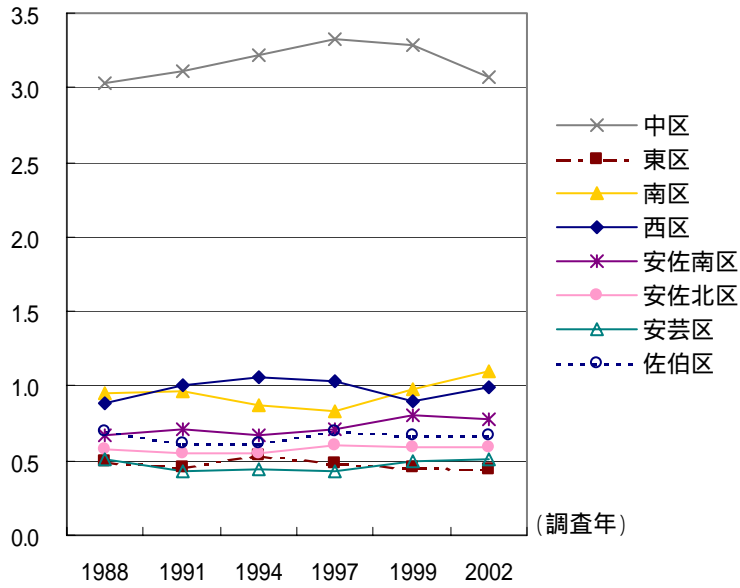
以上



品目別小売吸引力(2002年)



広島市8区小売吸引力推移



< 本文 >

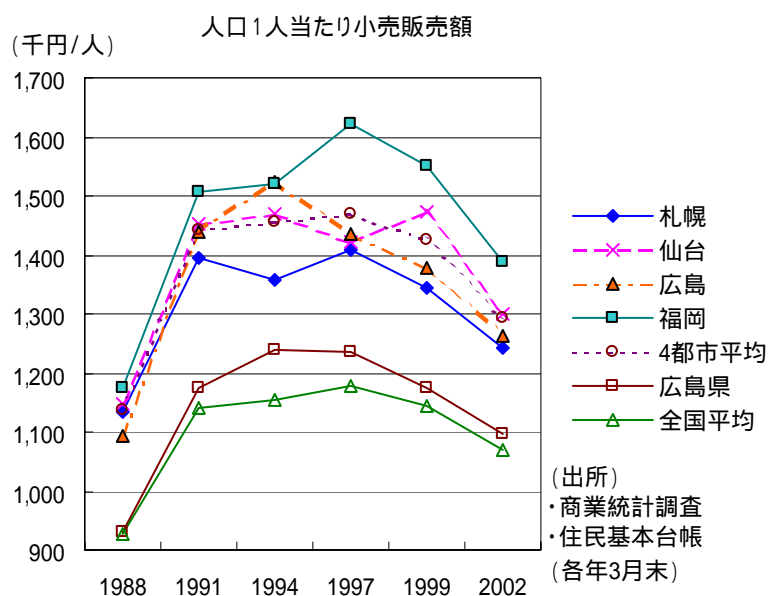
第1章 札幌・仙台・広島・福岡の比較

経済産業省の商業統計調査¹によれば、2002年における広島市の人口1人当たり年間小売販売額は1,264千円である。この水準は、全国平均の1,068千円より約2割高く、また、広島県全体の平均1,097千円を上回っている（表1-1参照）。

1990年代以降における広島市の人口1人当たり年間小売販売額の推移をみると、前半は高い伸びを示しているが、後半は反対に減少に転じている。全国平均との比較で見ると、広島市の小売販売額が減少に転じた時期はやや早いことが見てとれる。

札幌・仙台・広島・福岡の比較で見ると、福岡が一貫して最も高い水準を維持していること、広島は1980年代後半から90年代半ばまで高い伸びを示し福岡に迫る勢いを見せたが、90年代後半以降に大きく低下し近年では仙台の水準を下回っていること、1980年代後半には小さかった4市の格差は、1990年代後半に大きく拡大したが、近年、再び縮小傾向にあること等が言えるであろう。（図1-1参照）。

図1-1



¹ 商業統計調査は1994年までは3年ごとに調査が行われており、1997年以降は5年ごとに本調査を実施し、中間年（調査の2年後）に簡易調査が行われることとなった。直近の本調査としては2002年調査がある。またその他に、商業販売統計の数字も用いた。

表 1 - 1

人口当たり小売年間販売額伸び率

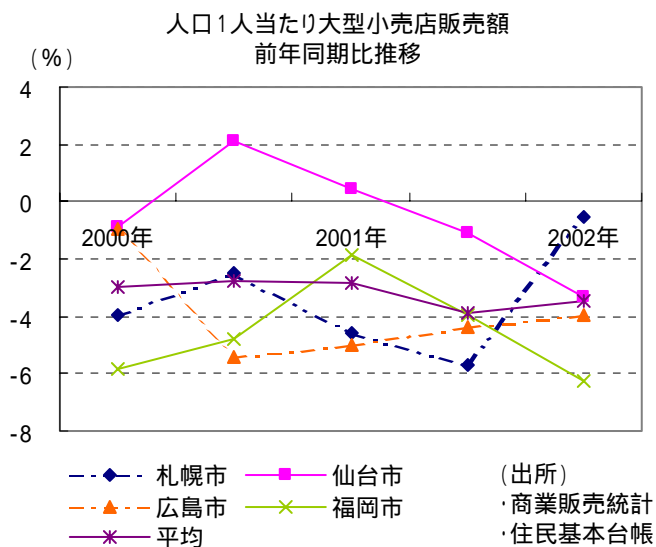
(単位: %、千円/人)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002	2002年 販売額
札幌	23.1	2.6	3.6	4.6	7.5	9.6	1,242
仙台	26.5	1.2	3.1	3.4	11.7	13.3	1,300
広島	31.7	5.9	5.8	4.1	8.2	15.6	1,264
福岡	28.1	1.1	6.5	4.4	10.4	18.2	1,389
4都市平均	26.8	0.9	0.9	3.0	9.2	13.8	1,294
広島県	26.2	5.5	0.3	5.0	6.5	17.9	1,097
全国平均	23.3	1.0	2.3	3.1	6.5	15.4	1,068

(出所) 商業統計調査
住民基本台帳

また、経済産業省の商業販売統計によれば、広島市の人口 1 人当たり大型小売店（百貨店・スーパー）販売額は減少を続けている。過去 3 年間の平均でみると、対前年同期比販売額は毎年 4 % 減少している。札・仙・広・福の比較で見ても、対前年同期比販売額は 4 都市ともに減少しており、全国的な景気低迷の深刻さが伺える（図 1 - 2 参照）。

図 1 - 2



第2章 県内他都市との比較

第1節 県内他都市との比較

広島市の小売販売額が減少している要因としては、一般的に、消費者による購入量の減少（数量効果）と、消費者物価の下落（価格効果）が考えられる。また、より安価な商品の購入へのシフト（代替効果）も合わせた相乗効果により、小売販売額は減少してきていることが推察される。

本章においては、もう一つの視点として、広島市から他都市への顧客の流出について検討していく。顧客流出に関しては、専門品等の購入に際しての他県（東京、大阪他）へのシフトなども考えられるが、本章においては、県内他都市への顧客流出の可能性について検討する。特に、従来は広島市内にて購買していた広島市周辺地域の消費者が、郊外型商業施設の充実などの影響により、買回品等の地元購買にシフトしている可能性を念頭に置いている。

広島県内における小売商圈については、広島県が、昭和53年より3年ごとに調査を行っている。平成12年度の調査結果を整理すると、県内の商圈は21に区分され、この中で広島市の商圈人口は、41市町村合計で1,700,593人と推計される（表2-1参照）。

この広島県内の商圈の内、広島市と商圈が接し合う、または重なり合っているものは11商圈あるが、この内、商圈人口の多い順に5商圈の中心市として、呉市、東広島市、三原市、廿日市市、三次市を選び、広島市と比較検討を行う。

表2 - 1

広島県内商圏の構成(平成12年度広島県商圏調査より)

商圏名	中心市町村	商圏内市町村	商圏人口
広島商圏	広島市	40市町村 (大竹市、東広島市、廿日市市、府中町、海田町、熊野町、坂町、音戸町、倉橋町、大野町、湯来町、佐伯町、吉和村、能美町、沖美町、大柿町、江田島町、宮島町、加計町、戸河内町、筒賀村、芸北町、大朝町、千代田町、豊平町、吉田町、八千代町、甲田町、向原町、黒瀬町、河内町、安芸津町、川尻町、豊町、大崎町、木江町、東野町、豊浜町、世羅町、(双)三和町)	1,700,593
福山商圏	福山市	14市町村 (尾道市、因島市、府中市、瀬戸田町、御調町、沼隈町、内海町、神辺町、新市町、油木町、神石町、(神)三和町、上下町、豊松村)	661,783
呉商圏	呉市	7町 (音戸町、倉橋町、下蒲刈町、蒲刈町、安浦町、川尻町、豊浜町)	256,748
東広島商圏	東広島市	7町 (黒瀬町、福富町、豊栄町、大和町、河内町、安芸津町、安浦町)	189,770
三原商圏	三原市	5町 (大和町、本郷町、瀬戸田町、久井町、世羅町)	124,645
廿日市商圏	廿日市市	4町村 (大野町、佐伯町、吉和村、宮島町)	117,299
尾道商圏	尾道市	2町 (向島町、御調町)	118,455
三次商圏	三次市	14町村 (高宮町、甲田町、世羅西町、甲奴町、布野村、作木村、吉舎町、三良坂町、(双)三和町、君田村、口和町、西城町、高野町、比和町)	88,868
府中商圏	府中市	4町 (御調町、新市町、上下町、甲奴町)	82,027
大竹商圏	大竹市	1町 (大野町)	57,510
江能商圏	大柿町・江田島町	4町 (音戸町、能美町、倉橋町、沖美町)	54,973
竹原商圏	竹原市	2町 (安芸津町、東野町)	47,832
神辺商圏	神辺町	2町村 (油木町、豊松村)	46,287
庄原商圏	庄原市	5町 (総領町、口和町、西城町、高野町、比和町)	35,229
吉田商圏	吉田町	5町 (八千代町、美土里町、高宮町、甲田町、向原町)	34,823
千代田商圏	千代田町	3町 (芸北町、大朝町、豊平町)	21,824
甲山商圏	甲山町	1町 (世羅町)	15,902
東城商圏	東城町	1町 (神石町)	13,516
上下商圏	上下町	1町 (甲奴町)	9,512
加計商圏	加計町	2町村 (戸河内町、筒賀村)	9,140
大崎商圏	大崎町	1町 (東野町)	7,247

(注1)人口は住民基本台帳(2002年3月末時点)による。

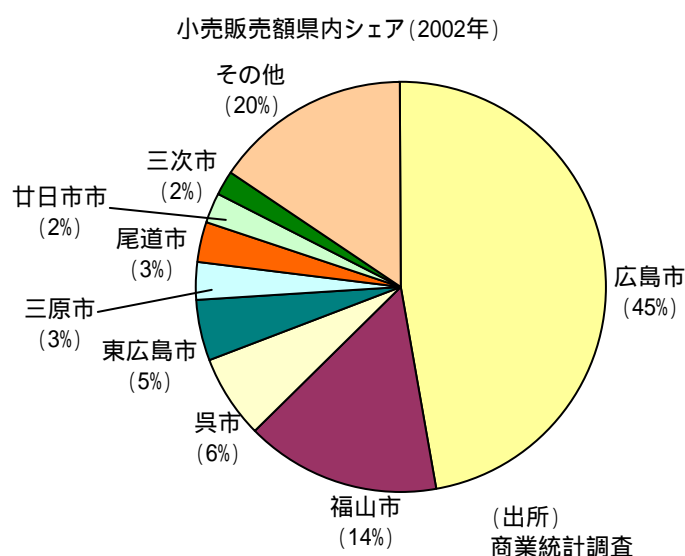
(注2)この調査では広島市・福山市・尾道市の一部地域が独立して扱われているので、これらを各市に含めて整理している。

(注3)調査実施(2000年7月)以降の市町村合併は反映していない。

第2節 小売販売額

商業統計調査によれば、2002年における広島県の小売販売額は約3.1兆円である。都市別では、広島市の販売額が約1.4兆円で、県全体の約45%を占めており、以下、呉市(6.3%)、東広島市(4.5%)、三原市(3.0%)、廿日市市(2.2%)、三次市(2.1%)の順に並んでいる(図2-1参照)。

図2-1



広島県の小売販売額の推移をみると、1990年代の後半以降、減少に転じているが、広島市においては、やや早く1990年代半ば以降、減少に転じている。比較対象都市についてみると、呉市、三原市、三次市の落ち込みが大きいのにに対し、東広島市、廿日市市では、目立たない程度に収まっている。

表2-2

小売年間販売額伸び率推移

(単位: %、百万円)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	88 02 平均伸率	2002年 販売額
広島市	31.8	7.3	4.4	3.3	6.8	4.9	1,407,991
呉市	27.3	1.4	2.4	8.3	12.6	1.5	199,480
三次市	18.7	7.8	7.7	12.2	1.1	4.6	65,302
三原市	24.6	0.7	3.2	2.1	8.2	3.4	93,317
東広島市	48.7	17.5	11.2	0.7	0.4	15.4	140,866
廿日市市	25.6	28.8	1.4	1.1	2.0	10.4	70,488
広島県	27.1	6.1	0.1	4.9	6.7	4.3	3,147,381

(出所: 商業統計調査)

2002年における広島市の人口1人当たり小売販売額は1,264千円である。この推移をみると、広島市、廿日市市では1990年代の半ば以降、減少に転じているのに対し、他の都市では1990年代後半以降に減少に転じている。比較対象都市の中では、特に、三次市における購買水準が高いことが特徴的である(図2-2、表2-3・4参照)。

図2-2

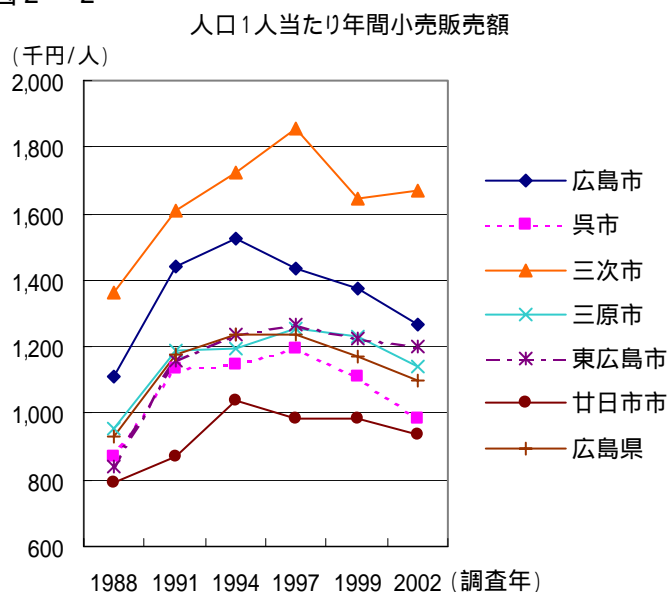


表2-3

人口1人当たり小売販売額伸び率推移 (単位: %, 千円/人)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	88 02 平均伸率	2002年 販売額
広島市	29.4	5.9	5.8	4.1	7.8	3.5	1,264
呉市	30.9	0.8	4.4	7.3	11.2	3.5	984
三次市	17.8	7.3	7.6	11.5	1.6	4.6	1,671
三原市	24.6	0.7	4.7	1.9	6.9	4.2	1,144
東広島市	37.3	6.8	2.4	3.1	2.1	8.3	1,202
廿日市市	9.5	19.6	5.4	0.1	4.5	3.9	939
広島県	26.2	5.5	0.3	5.0	6.5	4.0	1,097

(出所: 広島県 商業統計調査)
(人口は各年3月末の住民基本台帳による)

表2-4

人口(各年3月末) (単位: 人)

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
広島市	1,042,629	1,061,864	1,076,619	1,093,352	1,102,808	1,113,786
呉市	223,321	217,106	212,348	208,188	205,946	202,628
三次市	39,084	39,386	39,576	39,599	39,306	39,091
三原市	85,299	85,277	84,047	82,866	82,715	81,590
東広島市	86,354	93,472	102,824	111,621	114,315	117,239
廿日市市	56,288	64,536	69,506	72,437	73,173	75,059
広島県	2,824,957	2,845,130	2,861,699	2,873,296	2,876,405	2,869,011

(出所: 住民基本台帳)

第3節 小売店

1990年代以降、広島県の小売店舗数は減少傾向にて推移してきた。都市別では広島市を含む5都市において店舗数は減少しているが、東広島市だけは増加傾向にある(表2-5参照)。

ただし、小売店舗数の伸び率を人口当たりで見ると、東広島市においても減少傾向にある(表2-6参照)。

表2-5

小売店舗数 (単位:店)

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
広島市	12,521	12,638	12,074	10,873	11,241	10,244
呉市	3,730	3,593	3,283	2,948	2,891	2,550
三次市	766	756	695	669	643	616
三原市	1,301	1,262	1,173	1,070	1,110	938
東広島市	855	953	960	996	1,002	935
廿日市市	592	591	576	554	579	566
広島県	39,088	38,676	36,483	33,892	34,051	30,929

(出所:商業統計調査)

表2-6

人口当たり小売店舗数伸び率 (単位:%、店/1万人)

	1991	1994	1997	1999	2002	伸率	店舗数
広島市	0.9	5.8	11.3	2.5	9.8	5.1	92
呉市	0.9	6.6	8.4	0.9	10.4	5.4	126
三次市	2.1	8.5	3.8	3.2	3.7	4.2	158
三原市	3.0	5.7	7.5	3.9	14.3	5.3	115
東広島市	3.0	8.4	4.4	1.8	9.0	4.1	80
廿日市市	12.9	9.5	7.7	3.5	4.7	6.3	75
広島県	1.8	6.2	7.5	0.4	8.9	4.8	108

(出所:商業統計調査)

(人口は各年3月末の住民基本台帳による)

1990年代以降、小売販売額が大きく落ち込んだ90年代後半を除いて、人口当たりの小売店舗数が減少する中で店舗当たりの販売額は増加するという傾向にある(表2-7参照)。

また、店舗当たりの売場面積についてみると、一貫して増加傾向にあり、小売店舗数が減少している中で、店舗の大型化が進んでいる(図2-3参照)。

特に、東広島市においては、店舗当たりの売場面積が大幅に増加しており、従業員数が多い店舗の比率も高く、店舗の大型化が進んでいる(図2-4参照)。

表 2 - 7

店舗当たり年間小売販売額伸び率

(単位: %、百万円/店)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	88 02 平均伸率	2002年 販売額
広島市	30.6	12.3	6.2	6.5	2.2	9.0	138
呉市	32.2	7.9	14.0	6.5	0.9	9.3	78
三次市	20.3	17.3	11.9	8.6	5.5	9.3	106
三原市	28.4	6.8	13.2	5.7	8.7	10.3	99
東広島市	33.4	16.6	7.1	1.3	7.6	12.7	151
廿日市市	25.8	32.1	2.5	3.2	0.2	11.5	125
広島県	28.5	12.5	7.8	5.4	2.7	9.2	102

(出所: 商業統計調査)

図 2 - 3

一店舗当たり売場面積

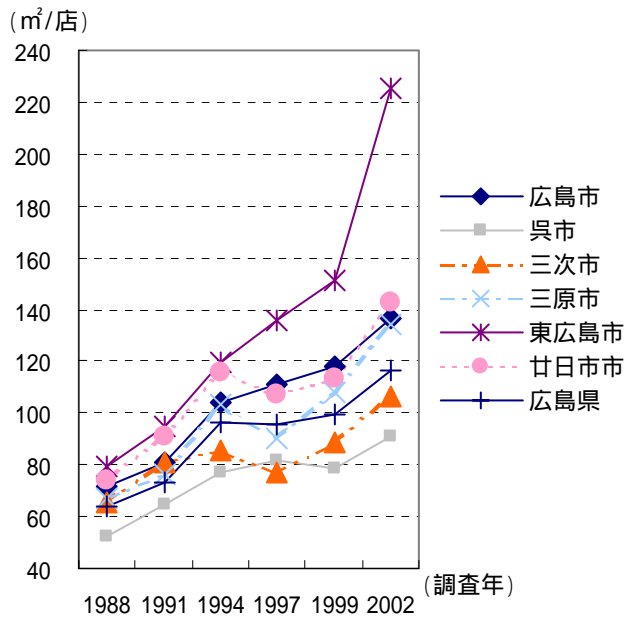
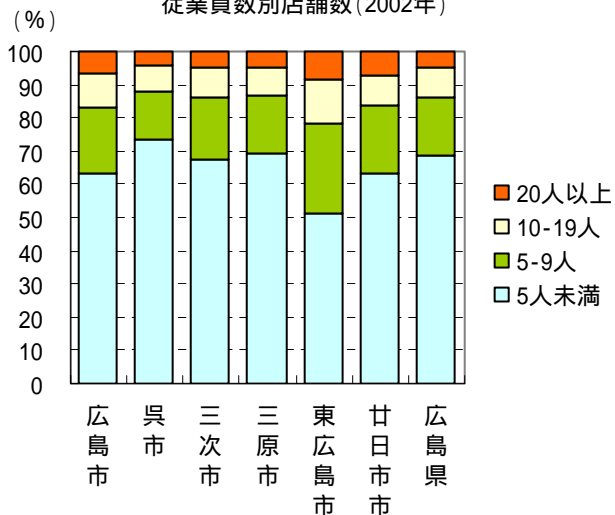


図 2 - 4

従業員数別店舗数 (2002年)



広島県内の大型小売店（第1種・第2種大規模小売店）の店舗数は一貫して増加傾向にあり、1988年から2002年の間に約2.4倍になっている²。この傾向は、広島市と比較対象都市の全てでみられる（表2-8、図2-5参照）。

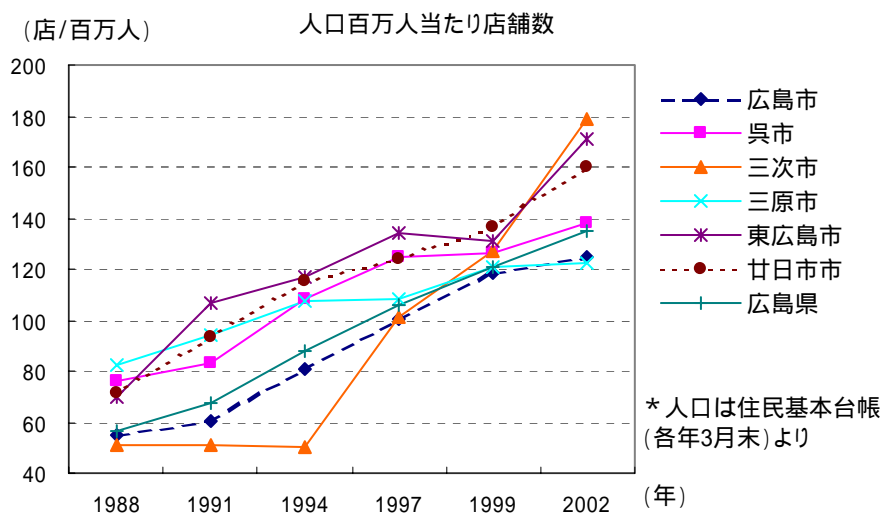
表2-8

大規模小売店店舗数 (単位:店)

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
広島市	57	64	87	110	131	139
呉市	17	18	23	26	26	28
三次市	2	2	2	4	5	7
三原市	7	8	9	9	10	10
東広島市	6	10	12	15	15	20
廿日市市	4	6	8	9	10	12
広島県	159	191	252	305	347	386

(出所:東洋経済新報社「全国大型小売店総覧2003年版」)

図2-5



²東洋経済新報社「全国大型小売店総覧 2003 年版」に拠っているが、2002 年 7 月現在の営業店舗が掲載されているため、過去に閉店した店舗の状況については把握できない。

第4節 小売吸引力

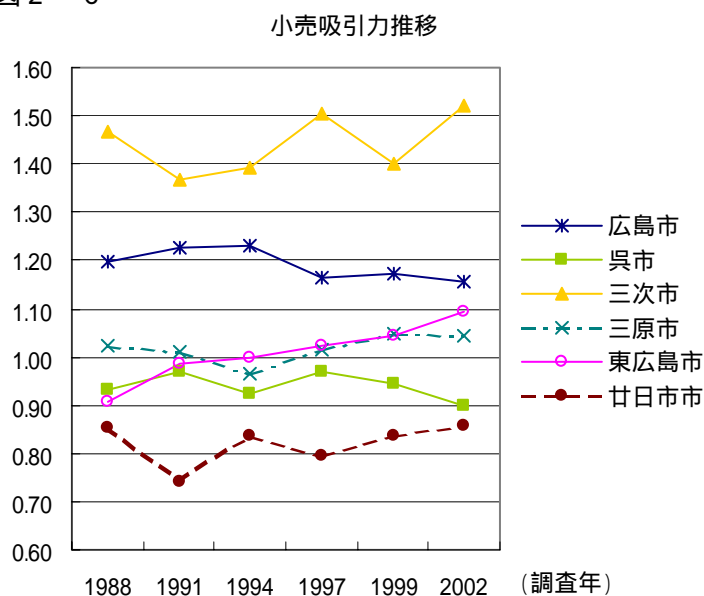
2002年における、広島市と比較対象都市の小売吸引力を、各都市の人口1人当たり小売販売額の、広島県平均に対する比率でみる。県内では、広島市の小売吸引力は圧倒的に強く、外部から顧客を吸引していることが窺える。なお、小売吸引力は、顧客が域外から流入している場合だけでなく、商品の販売単価が高い場合にも大きくなる。また、広島市に加え、三次市の小売吸引力も強く、備北地域の商業の中心として顧客を吸引していることが推測される。東広島市については、10年間の商業集積の高まりとともに小売吸引力が向上してきている。呉市と廿日市市については小売吸引力が1を割っており、広島市に顧客が流出していることが窺われる（表2-9、図2-6参照）。

表2-9
小売吸引力

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
広島市	1.20	1.23	1.23	1.16	1.17	1.16
呉市	0.93	0.97	0.92	0.97	0.94	0.90
三次市	1.47	1.37	1.39	1.50	1.40	1.52
三原市	1.02	1.01	0.97	1.01	1.05	1.04
東広島市	0.91	0.99	1.00	1.03	1.05	1.10
廿日市市	0.85	0.74	0.84	0.80	0.84	0.86

(商業統計調査・住民基本台帳より作成)

図2-6

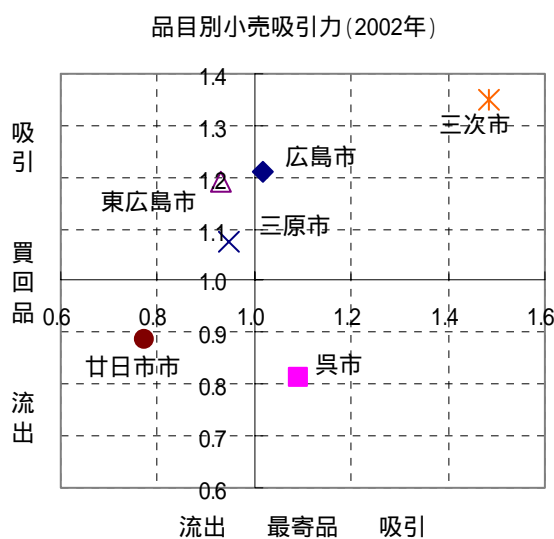


広島市と比較対象都市の小売吸引力に関して、最寄品と買回品とに分類してみる。最寄品としては、産業分類の中分類、「飲食料品小売業」に含まれる商品を選択する。一方、買回品としては、その他の中分類、「各種商品小売業」、「織物・衣服・身の回り品小売業」、「家具・什器・家庭用機械器具小売業」、及び、「その他の小売業」の4つを選択してみることにする³（図2 - 7参照）。

最寄品に関しては、広島市・呉市・三原市・東広島市の4市の小売吸引力は1前後となっており、消費者が自らの居住地で購入していることが窺える。特に三次市の小売吸引力は強く、周辺地域からも顧客を吸引している。一方、廿日市市の吸引力は弱く、顧客が流出している。

買回品については、広島市・三次市・東広島市が外部から顧客を吸引している一方、呉市・廿日市市では、顧客が流出している。

図2 - 7



次に、大型店の進出動向と小売吸引力との関係について検討してみた。両者には相関関係があるものと考えられるが、広島市と比較対象都市の全てにおいて大型店舗が増加しているため、有意な結果は得られなかった（表2 - 10参照）。

³ その他の中分類で、「自動車・自転車小売業」も買回品の性格が強いと考えられるが、商品単価が高く、販売数による変動が大きいいため、除外している。

表2 - 10

小売吸引力と大型店

		1991	1994	1997	1999	2002
広島市	全品目	1.23	1.23	1.16	1.17	1.16
	飲食料品	1.08	1.10	1.03	1.05	1.02
	買回品	1.29	1.30	1.23	1.24	1.21
	大型店	63店舗 新規: ・寄合百貨店1 ・ホームセンター2 ・ショッピングセンター2	87店舗 新規: ・寄合百貨店1 ・専門店3 ・スーパー11 ・生協・農協1 ・ホームセンター7 ・その他1	110店舗 新規: ・専門店9 ・スーパー6 ・食品スーパー1 ・生協・農協1 ・ホームセンター5 ・その他1	131店舗 新規: ・百貨店2 ・専門店11 ・スーパー4 ・ホームセンター3 ・その他1	141店舗 新規: ・専門店4 ・スーパー3 ・食品スーパー2 ・その他1
呉市	全品目	0.97	0.92	0.97	0.94	0.89
	飲食料品	0.99	1.03	1.08	1.06	1.09
	買回品	0.95	0.86	0.90	0.89	0.81
	大型店	18店舗 新規: ・百貨店1	23店舗 新規: ・寄合百貨店1 ・生協・農協1 ・ホームセンター3	26店舗 新規: ・スーパー1 ・食品スーパー1 ・その他1	26店舗 新規:なし	28店舗 新規: ・専門店1 ・その他1
三次市	全品目	1.37	1.39	1.50	1.40	1.48
	飲食料品	1.38	1.36	1.45	1.52	1.48
	買回品	N.A.	N.A.	1.29	1.26	1.35
	大型店	2店舗 新規:なし	2店舗 新規:なし	4店舗 新規: ・寄合百貨店1 ・ホームセンター1	5店舗 新規: ・専門店1	7店舗 新規: ・食品スーパー1 ・ホームセンター1
三原市	全品目	1.01	0.97	1.01	1.05	1.04
	飲食料品	0.96	1.01	1.05	0.99	0.95
	買回品	1.04	0.90	0.96	1.00	1.08
	大型店	8店舗 新規: ・スーパー1	9店舗 新規: ・ホームセンター1	9店舗 新規:なし	10店舗 新規: ・ショッピングセンター1	10店舗 新規:なし
東広島市	全品目	0.99	1.00	1.03	1.05	1.10
	飲食料品	1.09	0.94	1.08	0.96	0.93
	買回品	0.91	1.05	0.97	1.06	1.19
	大型店	10店舗 新規: ・スーパー3 ・ホームセンター1	12店舗 新規: ・スーパー1 ・生協・農協1	15店舗 新規: ・専門店1 ・スーパー2	15店舗 新規:なし	20店舗 新規: ・スーパー1 ・ホームセンター2 ・ショッピングセンター2
廿日市市	全品目	0.74	0.84	0.80	0.84	0.86
	飲食料品	0.76	0.88	0.75	0.78	0.77
	買回品	0.72	0.77	0.76	0.82	0.89
	大型店	6店舗 新規: ・ホームセンター2	8店舗 新規: ・スーパー1 ・ホームセンター1	9店舗 新規: ・スーパー1	10店舗 新規: ・専門店1	12店舗 新規: ・寄合百貨店1 ・スーパー1

広島市は県内最大の商業集積を誇り、依然として求心性を保持している。特に買回品については、隣接する呉市や廿日市市より顧客を吸引しており、また、最寄品についても、廿日市市より顧客を吸引していることが窺える。

ただし、広島市の東広島市に対する関係についてみると、顧客吸引力が低下していることが窺える。この要因としては、一概には言えないが、東広島市における大型店舗の立地増加の影響が考えられるであろう。2002年には、東広島市の買回品の小売吸引力は1を超えて広島市に近い水準まで上昇しており、同市が地域の拠点として周辺市町村から顧客を吸引している状況にあることが窺える（表2 - 1 1 参照）。

表2 - 1 1

品目別小売吸引力

		1988	1991	1994	1997	1999	2002
広島市	全品目	1.20	1.23	1.23	1.16	1.17	1.16
	飲食料品	1.07	1.08	1.10	1.03	1.05	1.02
	買回品	1.26	1.29	1.30	1.23	1.24	1.21
呉市	全品目	0.93	0.97	0.92	0.97	0.94	0.89
	飲食料品	0.95	0.99	1.03	1.08	1.06	1.09
	買回品	0.91	0.95	0.86	0.90	0.89	0.81
三次市	全品目	1.47	1.37	1.39	1.50	1.40	1.48
	飲食料品	1.47	1.38	1.36	1.45	1.52	1.48
	買回品	1.37	N.A.	N.A.	1.29	1.26	1.35
三原市	全品目	1.03	1.01	0.97	1.01	1.05	1.04
	飲食料品	1.08	0.96	1.01	1.05	0.99	0.95
	買回品	0.96	1.04	0.90	0.96	1.00	1.08
東広島市	全品目	0.91	0.99	1.00	1.03	1.05	1.10
	飲食料品	0.88	1.09	0.94	1.08	0.96	0.93
	買回品	0.93	0.91	1.05	0.97	1.06	1.19
廿日市市	全品目	0.85	0.74	0.84	0.80	0.84	0.86
	飲食料品	1.05	0.76	0.88	0.75	0.78	0.77
	買回品	0.73	0.72	0.77	0.76	0.82	0.89

(商業統計調査・住民基本台帳より作成)

第3章 市内各区の比較

第1節 小売販売額

広島市の商業統計調査によれば、広島市の小売販売額は、1990年代半ば以降、減少に転じている（表3-1・2参照）。

市内区別で見ると、広島市最大の小売販売額を占める中区は、1990年代半ば以降、減少に転じている。また一貫して増加していた安佐南区も2000年代に入って減少している（表3-2参照）。

小売販売額の市内シェアの推移をみると、中区のシェアは、約10年間で37.9%から32.5%に低下している。一方、安佐南区は11.1%から14.6%に上昇し、南区を抜いて、市内3位になっている（図3-1・2参照）。

広島市の人口1人当たりの小売販売額は、1990年代半ば以降、減少に転じている。市内区別で見ると、中区は1990年代半ば以降、減少に転じている一方、90年代後半まで一貫して増加していた安佐南区も2000年代に入って大きく低下している（表3-3参照）。

表3-1

小売年間販売額推移

(単位:百万円)

	1988	1991	1994	1997	1999	2002	88 99 平均伸率
広島市	1,160,217	1,529,458	1,641,578	1,569,957	1,518,171	1,407,991	4.8%
中区	439,401	569,313	606,210	569,120	536,781	458,063	1.9%
東区	66,143	78,491	99,253	84,425	75,549	68,237	2.0%
南区	149,870	193,193	182,259	159,049	178,919	183,707	5.1%
西区	167,234	251,125	281,235	256,592	214,442	219,198	7.8%
安佐南区	128,762	176,760	181,255	193,930	217,118	205,327	10.7%
安佐北区	88,957	115,941	129,237	136,938	129,340	117,545	6.6%
安芸区	38,602	42,922	47,937	45,505	50,712	48,533	5.0%
佐伯区	81,248	101,712	114,193	124,398	115,310	107,380	6.4%

(出所)商業統計調査

表3-2

小売年間販売額伸び率推移

(単位:%)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	88 99 平均伸率
広島市	31.8	7.3	4.4	3.3	7.3	7.9
中区	29.6	6.5	6.1	5.7	14.7	6.1
東区	18.7	26.5	14.9	10.5	9.7	4.9
南区	28.9	5.7	12.7	12.5	2.7	5.8
西区	50.2	12.0	8.8	16.4	2.2	9.2
安佐南区	37.3	2.5	7.0	12.0	5.4	14.7
安佐北区	30.3	11.5	6.0	5.5	9.1	10.6
安芸区	11.2	11.7	5.1	11.4	4.3	7.3
佐伯区	25.2	12.3	8.9	7.3	6.9	9.8

図 3 - 1

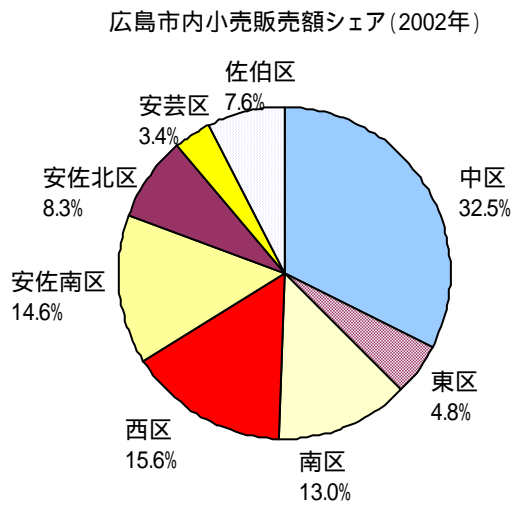


図 3 - 2

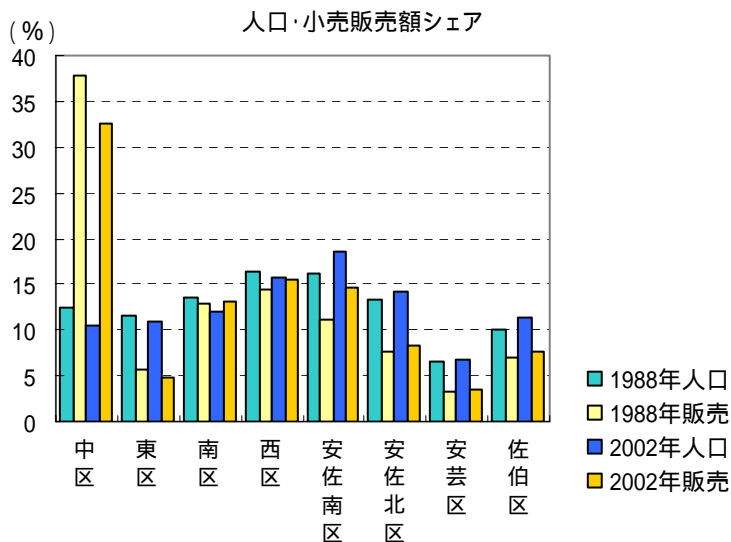


表 3 - 3

人口1人当たり小売販売額伸び率推移 (単位: %、千円/人)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	2002年 販売額
広島市	29.4	5.9	5.8	4.1	8.2	1,264
中区	33.1	9.8	3.0	5.1	14.0	3,889
東区	18.6	24.5	14.3	10.5	9.4	562
南区	31.2	4.3	11.1	13.0	2.8	1,382
西区	48.1	11.7	9.1	16.6	1.3	1,249
安佐南区	34.9	0.2	0.2	7.7	10.4	992
安佐北区	22.8	6.8	2.8	5.9	9.1	742
安芸区	9.8	7.7	9.1	10.7	4.3	648
佐伯区	14.0	7.5	5.8	8.6	6.8	853

(出所) 商業統計調査
人口は各年3月末の住民基本台帳による

第2節 小売店

広島市の商業統計調査によれば、広島市の小売店舗数はこの約10年の間、減少傾向にあり、2002年における店舗数は1988年と比べ2割減の10,244店となっている(表3-4参照)。また小売店舗数を市内区別でみると、1988年から2002年まで平均して増加しているのは佐伯区のみとなっている(表3-5参照)。

市内区別の人口1人当たり店舗数の推移をみると、全区で減少している(表3-6参照)。

表3-4

小売商店数 (単位:店)

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
中区	3,316	3,304	3,245	2,783	2,988	2,733
東区	914	884	859	788	781	701
南区	2,485	2,345	2,113	1,807	1,936	1,678
西区	1,839	1,951	1,888	1,678	1,599	1,474
安佐南区	1,421	1,507	1,417	1,347	1,384	1,295
安佐北区	1,096	1,132	1,108	1,082	1,107	989
安芸区	550	565	520	467	494	465
佐伯区	900	950	924	921	952	909
広島市	12,521	12,638	12,074	10,873	11,241	10,244

(出所)商業統計調査

表3-5

店舗数伸び率 (単位:%)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002
中区	0.4	1.8	14.2	7.4	8.5	17.6
東区	3.3	2.8	8.3	0.9	10.2	23.3
南区	5.6	9.9	14.5	7.1	13.3	32.5
西区	6.1	3.2	11.1	4.7	7.8	19.8
安佐南区	6.1	6.0	4.9	2.7	6.4	8.9
安佐北区	3.3	2.1	2.3	2.3	10.7	9.8
安芸区	2.7	8.0	10.2	5.8	5.9	15.5
佐伯区	5.6	2.7	0.3	3.4	4.5	1.0
広島市	0.9	4.5	9.9	3.4	8.9	18.2

(出所)商業統計調査

表3-6

人口当たり店舗数伸び率 (単位:%、店/1万人)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002	2002年 店舗数
中区	2.4	1.2	11.4	8.0	7.8	8.5	232
東区	3.3	4.4	7.6	0.9	10.0	23.8	58
南区	4.0	8.6	12.9	7.6	13.2	28.6	126
西区	4.6	3.5	11.5	4.9	8.6	22.3	84
安佐南区	4.2	8.1	11.0	1.1	11.4	25.4	63
安佐北区	2.7	6.2	5.2	1.9	10.7	21.2	62
安芸区	1.4	11.3	14.0	5.0	5.9	23.5	62
佐伯区	3.9	6.9	3.2	1.9	4.5	15.7	72
広島市	0.9	5.8	11.3	2.5	9.8	23.4	92

(出所)商業統計調査

人口は各年3月末の住民基本台帳による

広島市における一小売店舗当たり販売額は、1990年代後半に減少に転じているが、2000年代に入り、南区、西区等では大きく回復している。一方、中区では依然として減少傾向にある（表3-7参照）。

店舗当たりの売場面積についてみると、広島市全体では増加傾向にあり、小売店舗数が減少している中で、店舗の大型化が進んでいる（表3-8参照）。

ただし、売場面積当たりの販売額には伸びがみられない（表3-9参照）。

表3-7

一店舗当たり販売額伸び率 (単位: %、百万円/店)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002	2002年 実数
中区	30.0	8.4	9.5	12.2	6.7	26.5	167.6
東区	22.7	30.1	7.3	9.7	0.6	34.5	97.3
南区	36.6	4.7	2.0	5.0	18.5	81.5	109.5
西区	41.5	15.7	2.7	12.3	10.9	63.5	148.7
安佐南区	29.4	9.1	12.6	9.0	1.1	75.0	158.6
安佐北区	26.2	13.9	8.5	7.7	1.7	46.4	118.9
安芸区	8.2	21.3	5.7	5.4	1.7	48.7	104.4
佐伯区	18.6	15.4	9.3	10.3	2.5	30.9	118.1
広島市	30.6	12.3	6.2	6.5	1.8	48.3	137.4

(出所)商業統計調査

表3-8

一店舗当たり売場面積伸び率 (単位: %、m²/店)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002	2002年 面積
中区	8.2	17.4	11.4	5.3	12.6	50.8	149.2
東区	13.4	28.9	2.5	1.9	14.8	60.4	88.8
南区	12.3	29.1	3.6	60.1	15.0	176.4	125.8
西区	35.9	28.9	3.8	0.3	16.5	112.4	123.5
安佐南区	7.4	22.4	15.8	14.1	20.1	108.6	174.6
安佐北区	9.9	62.3	7.7	0.5	10.4	80.7	145.6
安芸区	11.0	35.5	1.3	2.1	39.2	62.4	94.8
佐伯区	13.0	29.3	5.8	0.3	20.3	85.4	137.0
広島市	12.5	28.4	6.2	6.5	15.9	89.4	136.8

(出所)商業統計調査

表3-9

売場面積当たり販売額伸び率 (単位: %、千円/m²)

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002	2002年 実数
中区	20.2	7.6	1.7	7.3	17.1	16.1	1,123
東区	8.2	1.0	4.9	8.0	12.3	16.1	1,096
南区	21.7	18.9	1.5	34.4	3.0	34.3	870
西区	4.2	10.2	1.1	12.6	4.8	23.0	1,204
安佐南区	20.5	10.9	2.8	4.5	15.9	16.1	908
安佐北区	14.8	29.8	17.6	7.2	7.8	19.0	817
安芸区	21.6	10.4	7.1	7.6	27.0	8.4	1,101
佐伯区	5.0	10.7	3.3	10.1	19.0	29.4	862
広島市	16.0	12.5	0.0	12.2	12.2	21.7	1,004

(出所)商業統計調査

広島市内の大型小売店（第1種・第2種大規模小売店）の店舗数は一貫して増加傾向にあり、1988年から2002年の間に約2.4倍になっている。

区別にみると、安佐南区、安佐北区での大幅な増加が目立つ（表3-10・11、図3-3参照）。

表3-10

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
中区	16	16	19	21	24	26
東区	5	5	5	6	6	6
南区	8	8	9	10	14	14
西区	9	12	14	15	16	18
安佐南区	3	5	13	22	31	35
安佐北区	6	7	14	19	21	21
安芸区	3	3	3	4	4	4
佐伯区	7	8	10	13	15	15
広島市	57	64	87	110	131	139

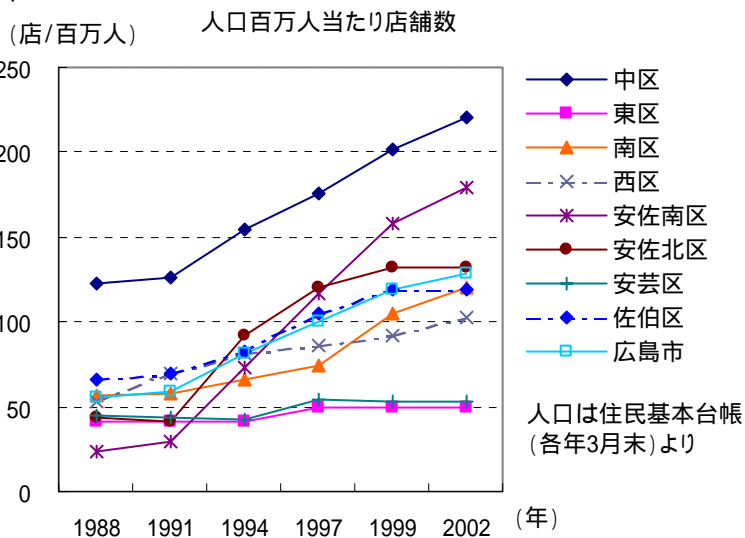
(出所:東洋経済新報社「全国大型小売店総覧2003年版」)

表3-11

	1988 1991	1991 1994	1994 1997	1997 1999	1999 2002	1988 2002
中区	0.0	18.8	10.5	14.3	8.3	1.6倍 (10店舗増)
東区	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	1.2倍 (1店舗増)
南区	0.0	12.5	11.1	40.0	0.0	1.8倍 (6店舗増)
西区	33.3	16.7	7.1	6.7	12.5	2.0倍 (9店舗増)
安佐南区	66.7	160.0	69.2	40.9	12.9	11.7倍 (32店舗増)
安佐北区	16.7	100.0	35.7	10.5	0.0	3.5倍 (15店舗増)
安芸区	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	1.3倍 (1店舗増)
佐伯区	14.3	25.0	30.0	15.4	0.0	2.1倍 (8店舗増)
広島市	12.3	35.9	26.4	19.1	6.1	2.4倍 (82店舗増)

(出所:東洋経済新報社「全国大型小売店総覧2003年版」)

図3-3



第3節 小売吸引力

2002年における、広島市各区の小売吸引力を、各区の人口1人当たり小売販売額の、広島市平均に対する比率でみる。市内では、中区の小売吸引力は引き続き圧倒的に強く、外部から顧客を吸引している（表3-12、図3-4参照）。

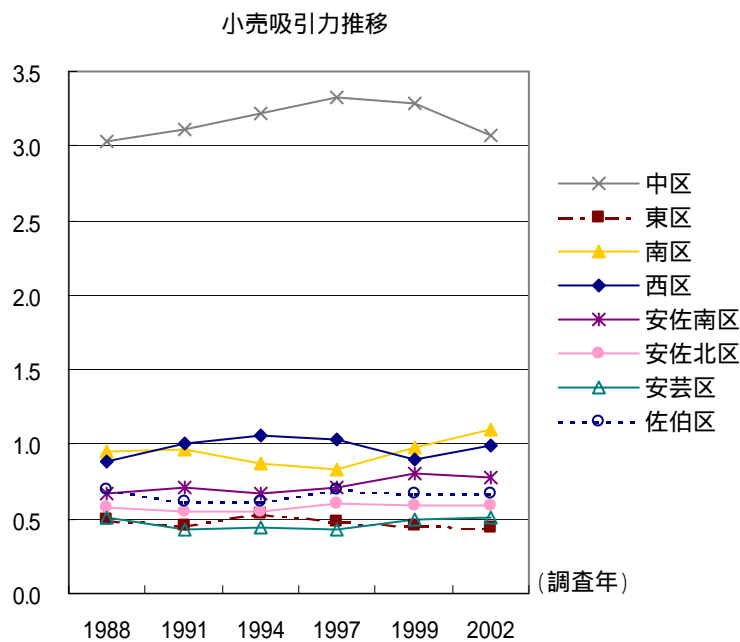
表3-12

小売吸引力(広島市ベース)

	1988	1991	1994	1997	1999	2002
中区	3.03	3.11	3.22	3.32	3.28	3.08
東区	0.49	0.45	0.53	0.48	0.45	0.44
南区	0.96	0.97	0.88	0.83	0.98	1.09
西区	0.89	1.01	1.07	1.03	0.90	0.99
安佐南区	0.68	0.71	0.67	0.72	0.80	0.78
安佐北区	0.58	0.55	0.55	0.60	0.59	0.59
安芸区	0.50	0.43	0.44	0.43	0.49	0.51
佐伯区	0.70	0.61	0.62	0.70	0.66	0.67

* 小売吸引力 = 各区人口当たり販売額 / 広島市人口当たり販売額
商業統計調査・住民基本台帳より作成

図3-4



広島市各区の小売吸引力に関して、最寄品と買回品とに分類してみる。最寄品としては、産業分類の中分類、「飲食料品小売業」に含まれる商品を、買回品としては、その他の中分類、「各種商品小売業」、「織物・衣服・身の回り品小売業」、「家具・什器・家庭用機械器具小売業」、及び、「その他の小売業」の4つを選択する(表3 - 13 参照)。

最寄品に関しては、商業集積があり昼間人口も多い中区と、JR広島駅のある南区の小売吸引力が強い。

買回品については、中区の小売吸引力が圧倒的に高い一方、特に安芸区で顧客が流出している。

表3 - 13

品目別小売吸引力(広島市ベース)

		1988	1991	1994	1997	1999	2002
中区	全産業	3.03	3.11	3.22	3.32	3.28	3.08
	最寄品	1.58	1.69	1.51	1.56	1.61	1.82
	買回品	4.18	4.29	4.37	4.66	4.54	4.07
東区	全産業	0.49	0.45	0.53	0.48	0.45	0.44
	最寄品	0.80	0.79	0.87	0.69	0.69	0.83
	買回品	N.A.	0.37	0.44	N.A.	0.38	0.33
南区	全産業	0.96	0.97	0.88	0.83	0.98	1.09
	最寄品	1.45	1.28	1.26	1.23	1.31	1.15
	買回品	0.73	0.67	0.64	0.59	0.82	1.09
西区	全産業	0.89	1.01	1.07	1.03	0.90	0.99
	最寄品	1.04	1.23	1.12	1.11	1.02	1.01
	買回品	0.58	0.69	0.86	0.75	0.68	0.73
安佐南区	全産業	0.68	0.71	0.67	0.72	0.80	0.78
	最寄品	0.78	0.74	0.85	0.83	0.88	0.82
	買回品	0.52	0.57	0.51	0.56	0.66	0.69
安佐北区	全産業	0.58	0.55	0.55	0.60	0.59	0.59
	最寄品	0.64	0.60	0.73	0.85	0.86	0.84
	買回品	0.57	0.56	0.49	0.51	0.47	0.49
安芸区	全産業	0.50	0.43	0.44	0.43	0.49	0.51
	最寄品	0.92	0.80	0.83	0.71	0.80	0.82
	買回品	0.23	N.A.	0.26	N.A.	0.27	0.31
佐伯区	全産業	0.70	0.61	0.62	0.70	0.66	0.67
	最寄品	0.72	0.80	0.80	0.99	0.86	0.82
	買回品	0.64	0.53	0.53	0.55	0.52	0.61

* 小売吸引力 = 各区人口当たり販売額 / 広島市人口当たり販売額
商業統計調査より作成

広島市各区の小売吸引力の推移に関して、大型店舗の立地による影響に焦点を当て、3年ごとの時系列で変化をみてる（表3 - 14 参照）。

1988年 1991年

1990年4月に西区に大規模ショッピングセンター「アルパーク」がオープンし、西区の最寄品小売吸引力は1.04から1.23へ、買回品小売吸引力は0.58から0.69へと上昇している。一方、西区に隣接する佐伯区の買回品小売吸引力は0.64から0.53へと低下している。

1991年 1994年

西区は引き続き買回品小売吸引力を0.69から0.86に高めた。中区では1994年4月にパルコがオープンし、買回品小売吸引力は4.29から4.37へ上昇した。一方で、南区・安佐南区・安佐北区の買回品小売吸引力が低下している。

1994年 1997年

中区ではパルコに加え、1995年10月に東急ハンズがオープンし、小売吸引力は3.22から3.32へと上昇した。一方で、東区・南区・西区の小売吸引力が低下している。また、安佐南区・安佐北区でも郊外型の大規模店のオープンが相次ぎ、小売吸引力は上昇している。

1997年 1999年

南区では1997年10月に広島サティ、1998年10月にデオデオ宇品店とベスト電器広島本店、1999年4月にエールエールA館・福屋駅前店と大型店の新設が相次ぎ、買回品小売吸引力は0.59から0.82へと上昇した。一方で、中区・西区などの買回品小売吸引力が低下している。また、安佐南区でも、1997年10月に天満屋緑井店や、家電量販店・ホームセンター・ディスカウントストアの開業が相次ぎ、小売吸引力が上昇している。

1999年 2002年

中区では、2000年10月に食品スーパーのマダムジョイが千田と江波にオープンしたこと等により、最寄品小売吸引力が1.61から1.82へと上昇している。一方買回品小売吸引力は4.54から4.07へと低下している。また南区・西区の買回品小売吸引力が0.82から1.09へ、0.68から0.73へとそれぞれ上昇している。これは1990年代後半以降の大型店舗新規出店等の効果であろう。そしてこれらの南区・西区の買回品小売吸引力上昇が中区におけるその低下の原因となっている可能性も考えられるであろう。

表3 - 14

小売吸引力と大型店

		1991	1994	1997	1999	2002
中区	全品目	3.11	3.22	3.32	3.28	3.08
	飲食料品	1.69	1.51	1.56	1.61	1.82
	買回品	4.29	4.37	4.66	4.54	4.07
	大型店	16店舗 新規:なし	19店舗 新規: ・寄合百貨店1(ハル コ) ・専門店2	21店舗 新規: ・専門店1(東急ハン ス) ・ホームセンター1	24店舗 新規: ・専門店3(ソフマップ、 モンテカルロ、イエロハット)	26店舗 新規: ・食品スーパー-2(マダム ジョイ江波店・千田町 店)
東区	全品目	0.45	0.53	0.48	0.45	0.44
	飲食料品	0.79	0.87	0.69	0.69	0.83
	買回品	0.37	0.44	N.A.	0.38	0.33
	大型店	5店舗 新規:なし	5店舗 新規:なし	6店舗 新規: ・ホームセンター1	6店舗 新規:なし	6店舗 新規:なし
南区	全品目	0.97	0.88	0.83	0.98	1.09
	飲食料品	1.28	1.26	1.23	1.31	1.15
	買回品	0.67	0.64	0.59	0.82	1.09
	大型店	8店舗 新規:なし	9店舗 新規: ・ホームセンター1	10店舗 新規: ・専門店1	14店舗 新規: ・百貨店1(福屋) ・専門店1(ベスト電 器) ・スーパー-1(広島サテ イ) ・その他1(デパート宇 品店)	14店舗 新規:なし
西区	全品目	1.01	1.07	1.03	0.90	0.99
	飲食料品	1.23	1.12	1.11	1.02	1.01
	買回品	0.69	0.86	0.75	0.68	0.73
	大型店	12店舗 新規: ・寄合百貨店1 ・ショッピングセンター2(アル パーク)	14店舗 新規: ・スーパー-1 ・ホームセンター1	15店舗 新規: ・スーパー-1	16店舗 新規: ・専門店1(ヤマダ電 機)	18店舗 新規: ・専門店1(オートバック ス) ・スーパー-1(万惣)
安佐南区	全品目	0.71	0.67	0.72	0.80	0.78
	飲食料品	0.74	0.85	0.83	0.88	0.82
	買回品	0.57	0.51	0.56	0.66	0.69
	大型店	5店舗 新規: ・スーパー-1 ・ホームセンター1	13店舗 新規: ・専門店1 ・スーパー-5 ・生協・農協1 ・ホームセンター1	22店舗 新規: ・専門店6 ・スーパー-2 ・ホームセンター1	31店舗 新規: ・百貨店1(天満屋緑 井店) ・専門店4 ・スーパー-2 ・ホームセンター2	36店舗 新規: ・専門店3(洋服の青 山緑井店、ヤマダ電機 等広島八木店等) ・スーパー-2
安佐北区	全品目	0.55	0.55	0.60	0.59	0.59
	飲食料品	0.60	0.73	0.85	0.86	0.84
	買回品	0.56	0.49	0.51	0.47	0.49
	大型店	7店舗 新規: ・ホームセンター1	14店舗 新規: ・スーパー-5 ・ホームセンター1 ・その他1	19店舗 新規: ・専門店1 ・スーパー-2 ・食品スーパー-1 ・ホームセンター1	21店舗 新規: ・専門店1 ・ホームセンター1	21店舗 新規:なし
安芸区	全品目	0.43	0.44	0.43	0.49	0.51
	飲食料品	0.80	0.83	0.71	0.80	0.82
	買回品	N.A.	0.26	N.A.	0.27	0.31
	大型店	3店舗 新規:なし	3店舗 新規:なし	4店舗 新規: ・ホームセンター1	4店舗 新規:なし	4店舗 新規:なし
佐伯区	全品目	0.61	0.62	0.70	0.66	0.67
	飲食料品	0.80	0.80	0.99	0.86	0.82
	買回品	0.53	0.53	0.55	0.52	0.61
	大型店	8店舗 新規: ・ホームセンター1	10店舗 新規: ・ホームセンター2	13店舗 新規: ・スーパー-1 ・生協・農協1 ・その他1	15店舗 新規: ・専門店1 ・スーパー-1	15店舗 新規:なし

第4節 広島市各区の特徴

広島市各区の商業について、小売吸引力の視点から、その特徴と推移を簡単に纏めてみる（表3 - 15 参照）。

中区

小売販売額、小売店舗数、人口1人当たり販売額・店舗数が最も多い。小売吸引力でみると、1997年をピークに若干低下しているが、依然として非常に高く、特に買回品については市内・県内の中心として多くの顧客を吸引している。

東区

人口1人当たりの小売販売額・店舗数が最も小さく、隣接する中区へ顧客が流出している。また、店舗当たりの売場面積・販売額も小さい。

南区

小売店舗数、人口1人当たり小売販売額・店舗数、小売吸引力は中区に次いでいる。特に1997年以降、急速に店舗の大型化が進み（1997年広島サティ、1998年デオデオ宇品店・ベスト電器、1999年エールエールA館・福屋駅前店）、小売吸引力が上昇した。

西区

1990年のアルパーク開店以降、店舗の大型化が進み、小売吸引力が上昇し、中区・南区に次ぐ地位を確保している。

安佐南区

市内で最も成長率が高く、人口1人当たりの小売販売額等が増加傾向にある。郊外型大規模店舗の進出が続いており、小売吸引力も高まっている。

安佐北区

1990年代半ば以降、郊外型大規模店舗が増加し、最寄品の小売吸引力が上昇してきている。

安芸区

人口1人当たり小売販売額・小売吸引力は東区に次いで少なく、顧客が他地区へと流出している。

佐伯区

1990年代半ば以降、郊外型大規模店舗が増加してきているが、小売吸引力は概ね横ばいにて推移している。

表 3 - 15

商業データ 分野別ランキング(2002年)

	小売年間販売額		小売店舗数		小売吸引力
	人口当たり	店舗当たり	人口当たり	人口当たり	
中区	1	1	1	1	1
東区	7	8	8	7	8
南区	4	2	6	2	2
西区	2	3	3	3	3
安佐南区	3	4	2	4	4
安佐北区	5	6	4	5	6
安芸区	8	7	7	8	7
佐伯区	6	5	5	6	5

おわりに

本稿においては、広島市の商業の推移と現況について、 札・仙・広・福での比較、広島県内の他都市との比較、 広島市内の各区の比較を行った。

今後、広島市においては、イオンを核とする大規模商業施設がオープン予定であり、東広島駅貨物ヤード跡地でも商業施設を併設した新野球場が計画されるなど、大型商業施設の建設が予定されている。広島市における商業集積の拡大は、都心活性化に寄与していく可能性を有しているが、同時に、オーバーストアによる問題を引き起こす可能性もある。この点については、商業事業者や消費者へのアンケートやヒアリング等を始めとしたより詳細な分析が必要であり、今後の課題としたい。

『広島市の商業～地域間比較と小売吸引力による分析～』

発行 平成 15 年 11 月

連絡先 日本政策投資銀行中国支店 企画調査課

電話 082(247)4970

© 2003 Development Bank of Japan Chugoku Branch