

第4章 滋賀県の商業

1. 概要

平成28年6月1日現在で実施された「経済センサスー活動調査」の結果から本県の商業の概要をみると以下のようなになる。

(1) 商店数・従業者数・年間販売額の推移

項目	規模	前回比
商店数	13,178店	3.6%減少
従業者数	107,015人	0.6%減少
年間販売額	2兆6,823億円	14.9%増加

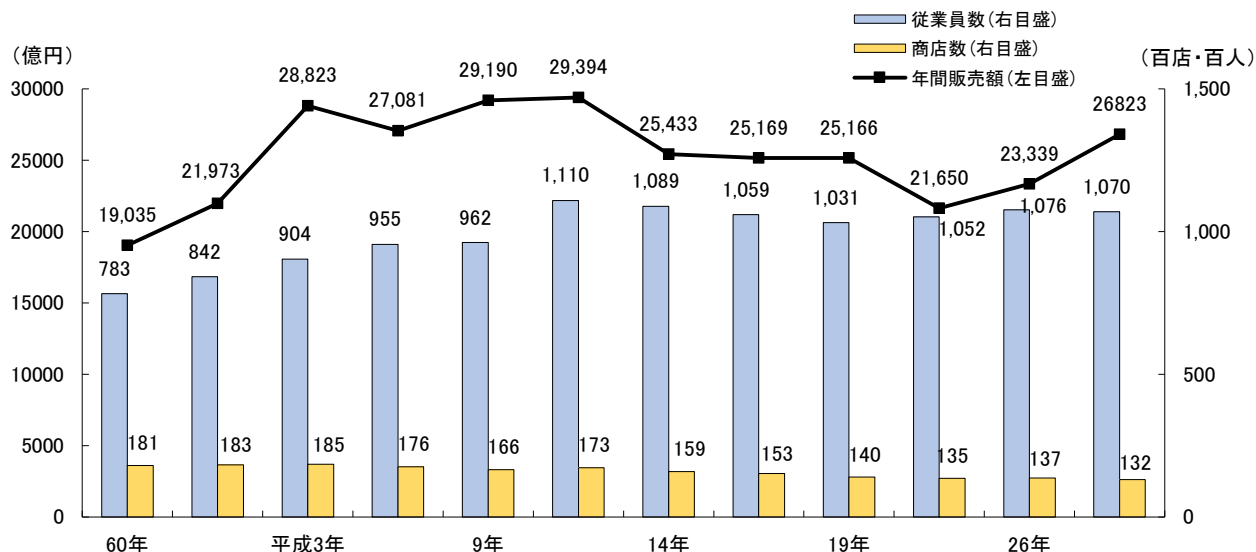
平成28年の総務省「経済センサスー活動調査」によると、本県の商店数は、平成11年から減少が続き、平成14年はマイナス8.0%、平成19年ではマイナス8.5%と大幅に減少、平成26年は1.1%増加したが、平成28年調査において3.6%減少した。

従業者数は、商店数の減少にも関わらず増加傾向にあったものが、平成14年に初めて減少に転じ、以降の調査でも減少が続いていたが、平成24年に2.0%の増加に転じ、平成26年も2.4%増加したが、平成28年調査においては0.6%減少した。

年間販売額は、平成14年の調査でマイナス13.5%と大幅に減少し、平成16年、平成19年では微減、平成24年にマイナス14.0%と大幅に減少したが、平成26年に7.8%増加し、平成28年調査においては、14.9%と大幅に増加した。

なお、平成19年までは「商業統計調査」の数値であり、平成24年以降の調査とは一部調査手法が異なるため、単純に増減の比較はできない(図4-1-1)。

◆滋賀県商業の推移(飲食店を除く)(図4-1-1)



注 図4-1-4および(4)の数値は、集計に含まれない事業所があるため、図4-1-1の数値とは合致しない。

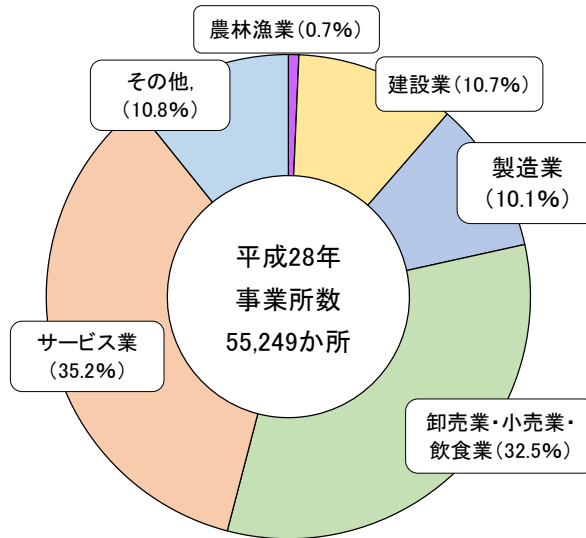
資料：総務省「平成28年経済センサスー活動調査」

(2) 本県産業に占める割合

商業が本県産業に占める割合は、商店数(事業所数)で32.5%、従業者数25.0%、県内総生産(飲食店を除く)が6.9%となっている。

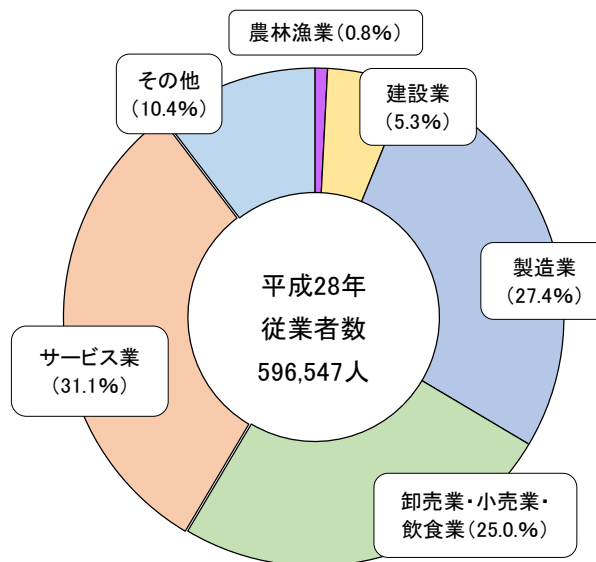
卸売業と小売業の業種別で見ると、商店数および従業者数で、小売業の割合が高く、年間販売額でも小売業の割合が卸売業を上回っている。なお、本県の卸売・小売業の商店数、従業者数、年間販売額を全国と比較すると、小売業の割合が高く、卸売業の占める割合が低いものとなっている(図4-1-2,3)。

◆商業が県内事業所に占める割合(図4-1-2)



資料:総務省「平成28年経済センサス-活動調査」

◆商業が県内従業者に占める割合(図4-1-3)



資料:総務省「平成28年経済センサス-活動調査」

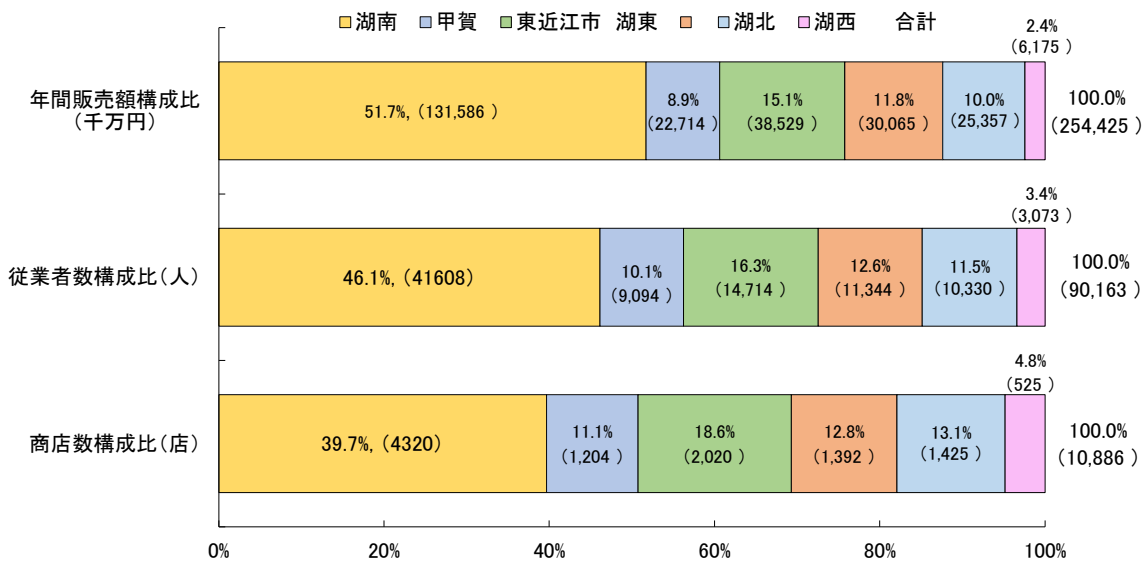
(3) 地域別動向

商店数、従業員数、年間販売額の地域別構成比をみると、湖南地域（大津市を含む）に全商店の39.7%、従業員の46.1%、年間販売額の51.7%が集中している。

湖南地域では、平成26年の調査と比べて、商店数の構成比、従業者数の構成比がそれぞれ0.2%増加し、年間販売額の構成比は2.3%減少した。

1商店当たりの販売額では、湖南地域とその他の地域との間には依然として相当の格差がみられる（図4-1-4）。

◆地域別商店数・従業者数、年間販売額（平成28年）（図4-1-4）



資料：総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(4) 規模別動向

規模別にみると、平成28年現在、本県の卸売・小売業（飲食業を除く）を営む中小企業（ここでは卸売業については従業員数99人以下、小売業については同49人以下のもの）は商店数10,703店で卸売業・小売業全体の中で98.3%を占めている。年間販売額についても、平成19年の商業統計調査では、2兆1408億円で、卸売業・小売業全体の85.1%と高い割合を占めており、地域経済や雇用安定に大きな役割を果たしている。

また、経営組織別では、個人商店が5,107店で全体の38.8%、法人商店が8,071店で、61.2%となり、法人商店が過半数を占めている。平成19年調査までは、個人商店が過半数を占めていたが、平成24年調査で、初めて、法人商店数が個人商店数を超えた。

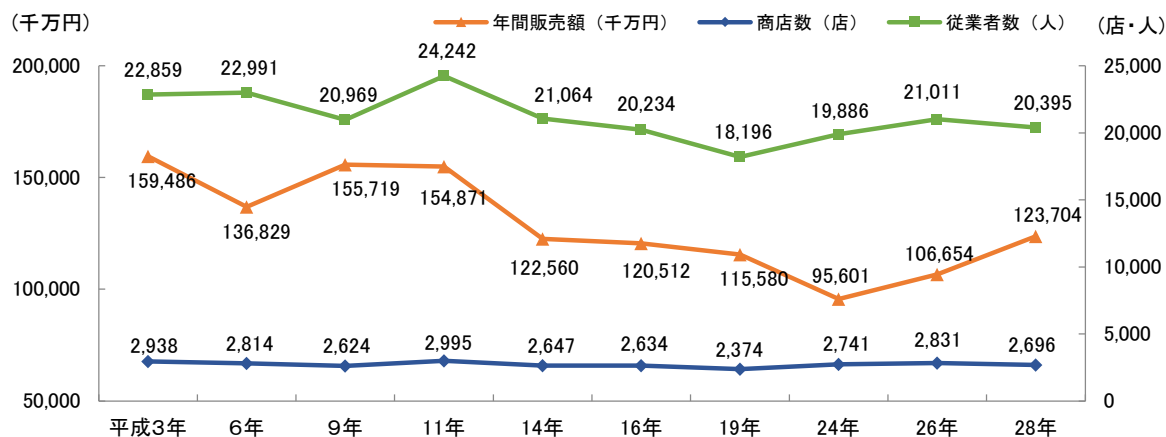
2. 卸売業

(1) 商店数・従業者数・年間販売額の推移

平成28年経済センサス-活動調査によれば、前回調査に比べて、商店数、従業者数は減少しているが、年間販売額は増加している。商店数は前回調査と比較すると135店(4.8%)減少し、2,696店となった。従業者数は前回調査と比較すると616人(2.9%)増加し、20,395人となった。年間販売額は前回調査と比較すると1,705億円(16%)増加し、1兆2,370億円となっている。

なお、平成28年経済センサス活動調査の過年度の数値の中には、商業統計調査の数値を採用している場合もあり、単純な増減の比較はできない(図4-2-1)。

◆卸売業の商店数・従業者数・年間販売額の推移(図4-2-1)



注) (2)および(3)の各表における平成28年経済センサス-活動調査の数値は、集計に含まれていない事業所があるため、それぞれの合計数と(1)の数値とは合致しない。

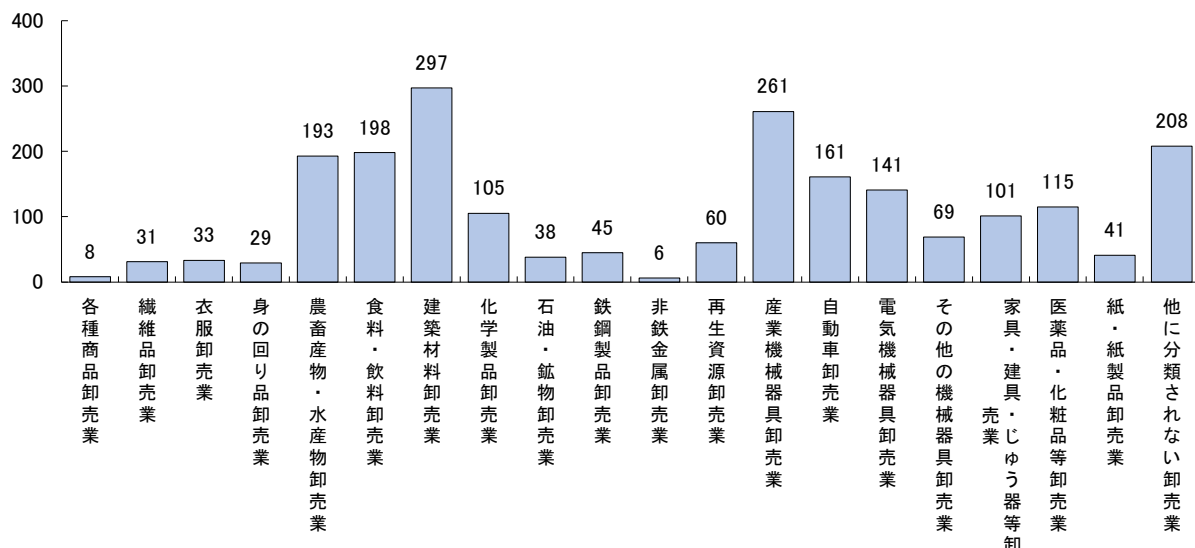
資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(2) 産業分類別割合

①商店数

商店数を産業小分類別にみると、建築材料卸売業が297店で全体の13.9%を占め最も多い。次いで、産業機械器具卸売業261店(構成比12.2%)、他に分類されない卸売業208店(同9.7%)、食料・飲料卸売業198店(同9.3%)となっている(図4-2-2)。

◆卸売業の産業分類別商店数(図4-2-2)

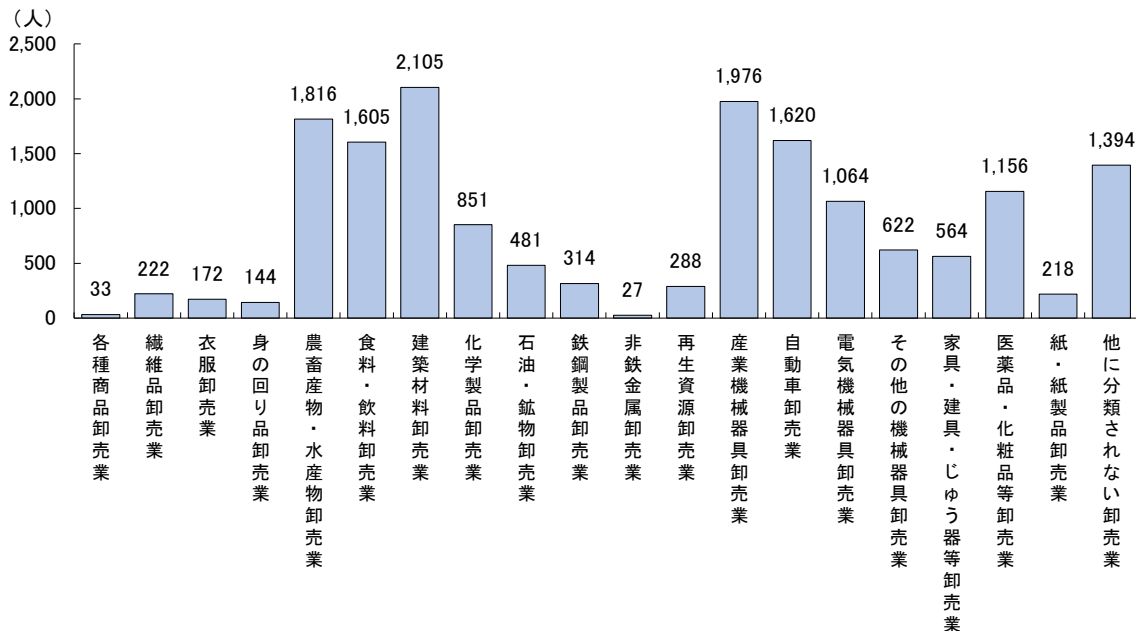


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

②従業者数

従業者数を産業小分類別にみると、建築材料卸売業が2,105人で全体の12.6%で最も多い。次いで、産業機械器具卸売業1,976人(同11.8%)、農畜産物・水産物卸売業1,816人(同10.9%)、自動車卸売業1,620人(同9.7%)となっている(図4-2-3)。

◆卸売業の産業分類別従業者数(図4-2-3)

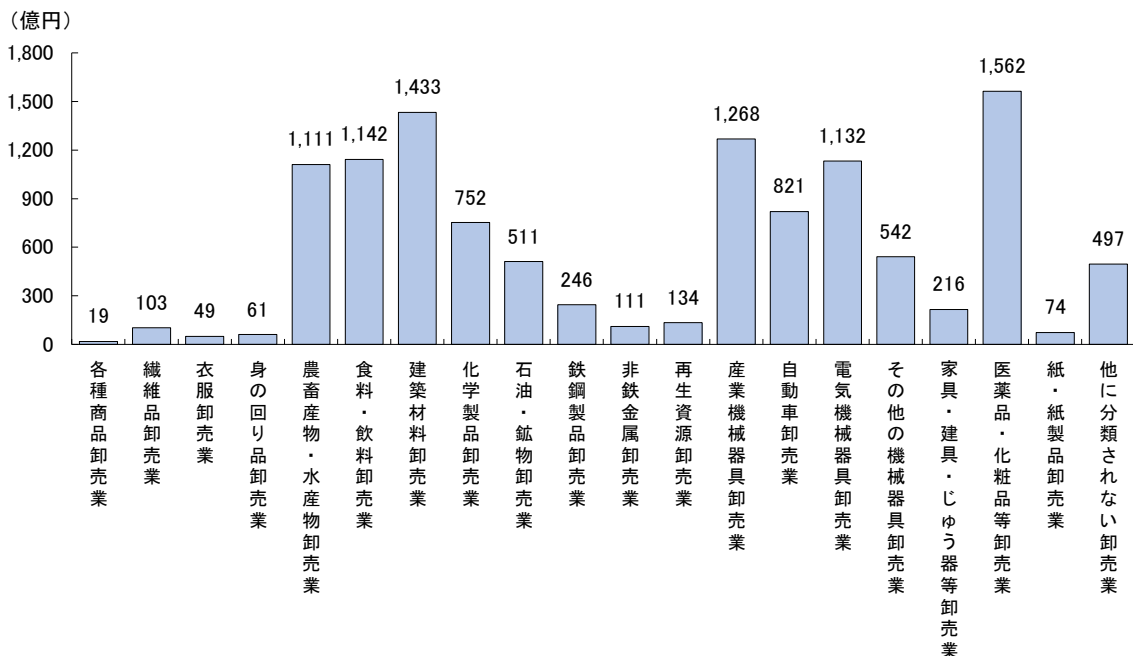


資料：総務省「平成28年経済センサス活動調査」

③年間販売額

年間販売額を産業小分類別にみると、医薬品・化粧品等卸売業が1,562億円(構成比13.3%)で最も多い。次いで、建築材料卸売業が1,433億円(同12.2%)、産業機械器具卸売業が1,268億円(同10.8%)となっている(図4-2-4)。

◆卸売業の産業分類別年間販売額(図4-2-4)

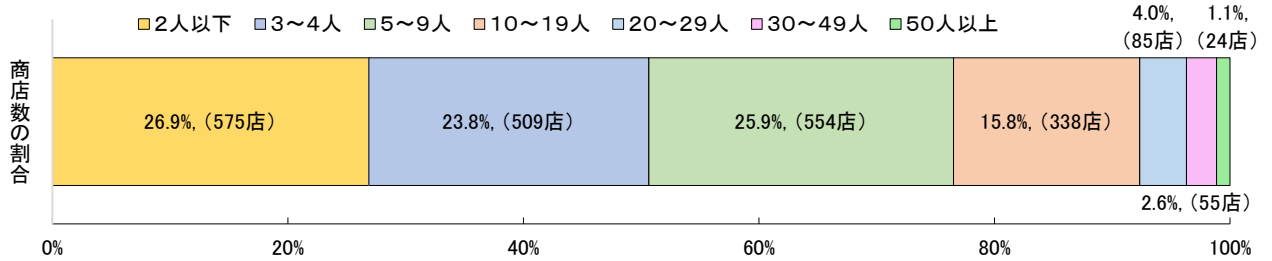


資料：総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(3) 規模別商店数

従業員規模別商店数をみると、従業員2人以下の事業所が、26.9% (575店)と最も多く、全体的にみると9人以下の商店が、全体の76.6% (1,638店)を占める(図4-2-5)。

◆従業員規模別商店数(図4-2-5)

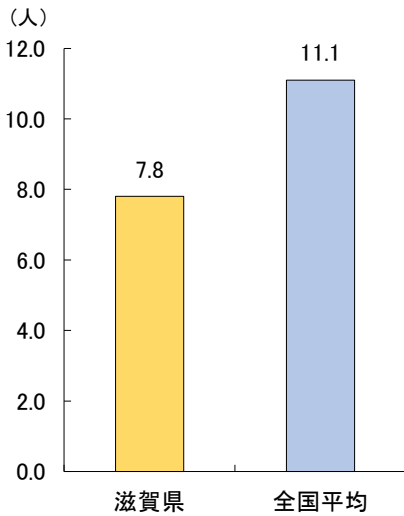


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

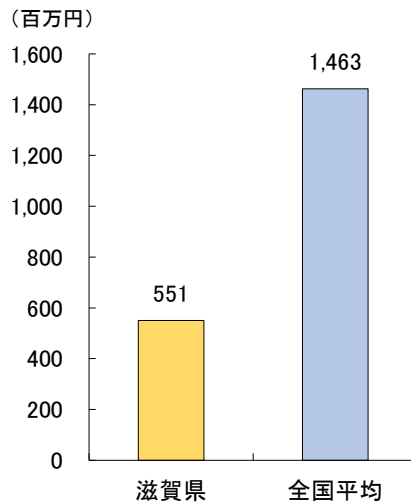
(4) 販売効率

本県の卸売業の販売効率を全国平均と比較すると、1商店あたりの従業者数は7.8人(全国平均は11.1人)で全国平均を下回っており、1商店あたりの年間販売額551百万円(全国平均は1,463百万円)、従業者1人あたりの年間販売額71百万円(全国平均は132百万円)は全国平均の半分前後の水準となっている(図4-2-6,7,8)。

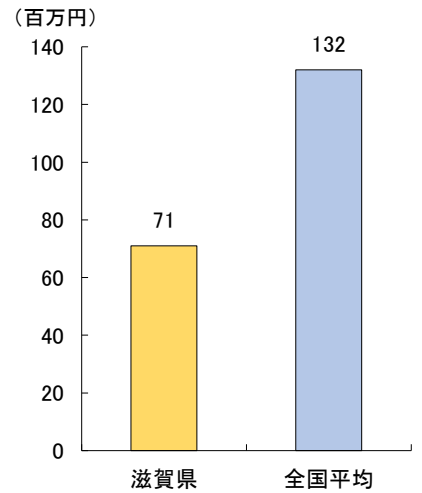
◆1商店あたりの従業者数(図4-2-6)



◆1商店あたりの年間販売額(図4-2-7)



◆従業者1人あたりの年間販売額(図4-2-8)



資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

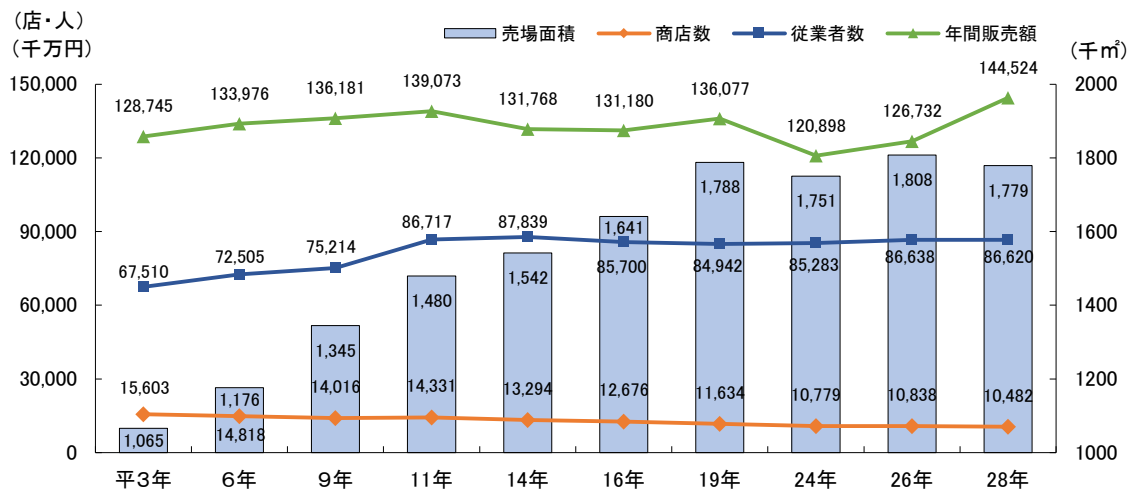
3. 小売業

(1) 商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移

小売業を平成28年経済センサス-活動調査でみると、従業者数、売場面積、商店数は減少し、年間販売額は増加した。前回調査の平成26年と比較すると、商店数は356店(3.3%)減少し、10,482店となった。従業者数は18人(0.0%)減少し、86,620人となった。年間販売額は、1,779億2千万円(14%)増加し、1兆4,452億円となっている。また売場面積は、28,527㎡(1.6%)減少し、1,779,010㎡となった。

なお、平成28年経済センサス活動調査の過年度の数値の中には、商業統計調査の数値を採用している場合もあり、単純な増減の比較はできない(図4-3-1)。

◆小売業の商店数・従業者数・年間販売額・売場面積の推移(図4-3-1)



注) (2)から(4)の各表における平成28年経済センサス-活動調査の数値は、集計に含まれない事業所があるため、それぞれの合計数と(1)の数値とは合致しない。

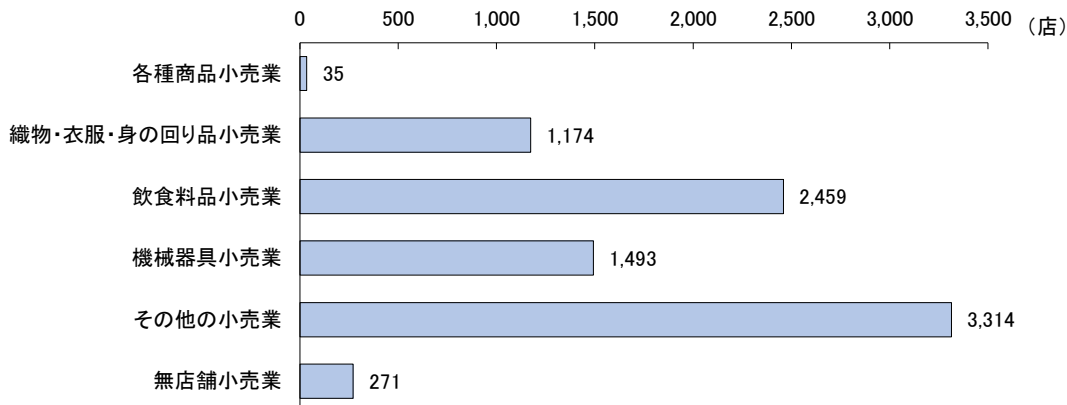
資料: 総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(2) 産業分類別割合

① 商店数

商店数を産業中分類別にみると、飲食料品小売業が2,459店(構成比28.1%)で最も多く、次いで機械器具小売業1,493店(同17.1%)、織物・衣服・身の回り品小売業1,174店(同13.4%)、無店舗小売業271店(同3.1%)、各種商品小売業35店(同0.4%)の順となっている(図4-3-2)。

◆小売業の産業分類別商店数(図4-3-2)

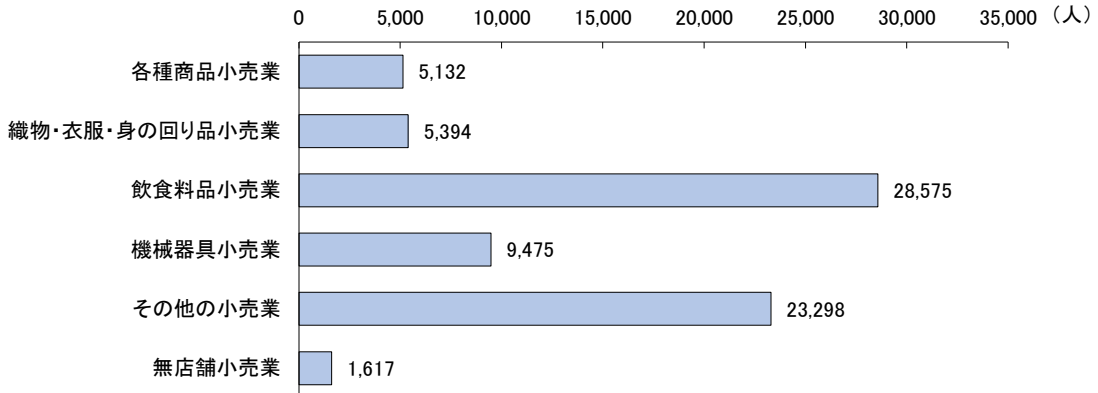


資料: 総務省「平成28年経済センサス活動調査」

②従業者数

従業者数を産業中分類別にみると、飲食料品小売業が28,575人で最も多く(構成比38.9%)、次いで、機械器具小売業9,475人(同12.9%)、織物・衣服・身の回り品小売業5,394人(同7.3%)、各種商品小売業5,132人(同7.0%)、無店舗小売業1,617人(同2.2%)の順となっている(図4-3-3)。

◆小売業の産業分類別従業者数(図4-3-3)

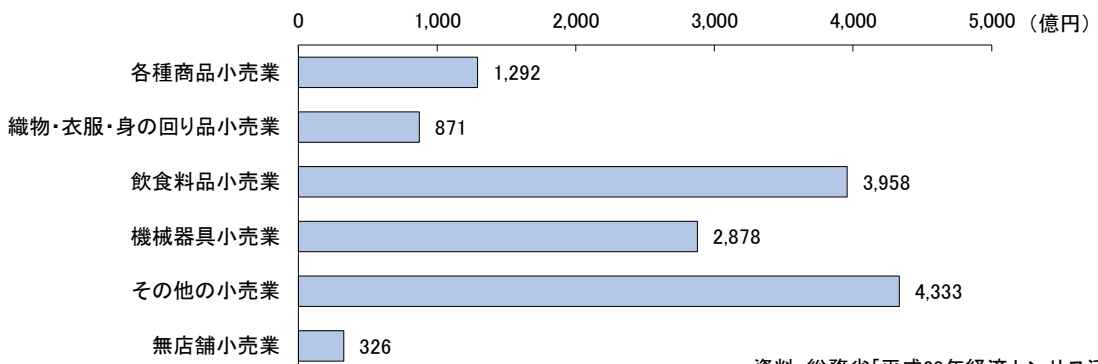


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

③年間販売額

年間販売額を産業中分類別にみると、飲食料品小売業が3,958億円(構成比29.0%)で最も多く、次いで機械器具小売業2,878億円(同21.1%)、各種商品小売業1,292億円(同9.5%)、織物・衣服・身の回り品小売業871億円(同6.4%)、無店舗小売業326億円(同2.4%)となっている(図4-3-4)。

◆小売業の産業分類別年間販売額(図4-3-4)

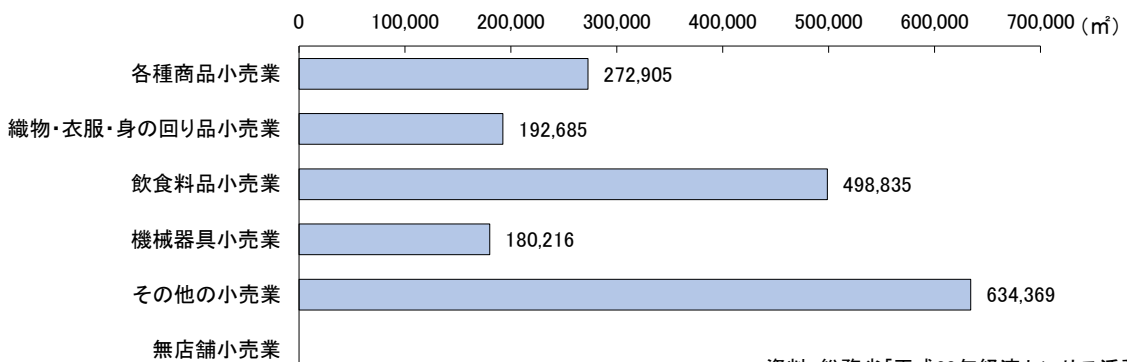


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

④売場面積

売場面積を産業中分類別にみると、飲食料品小売業が498,835㎡(構成比28.0%)で最も多く、次いで、各種商品小売業272,905㎡(同15.3%)、織物・衣服・身の回り品小売業192,685㎡(同10.8%)、機械器具小売業180,216㎡(同10.1%)となっている(図4-3-5)。

◆小売業の産業分類別売場面積(図4-3-5)

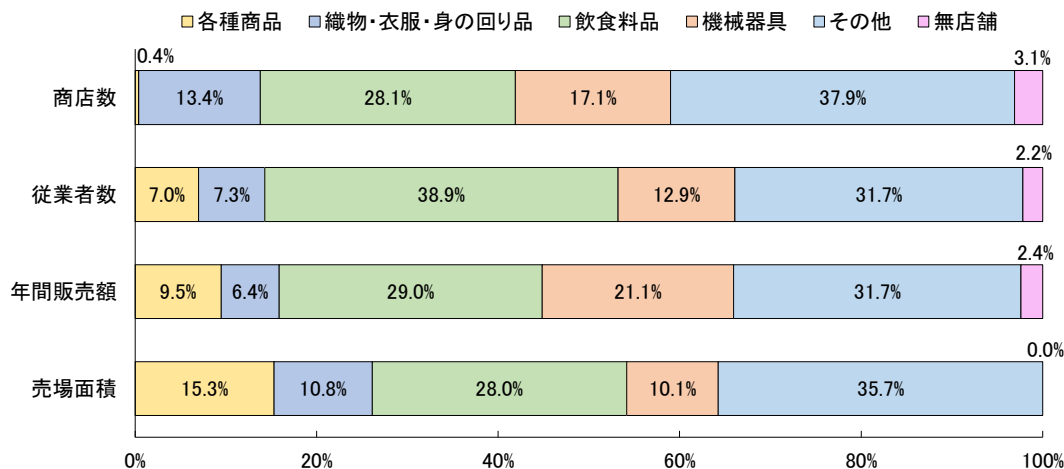


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(3) 小売業の産業分類別構成比

産業中分類別の構成比をみると、商店数、従業者数、年間販売額および売場面積すべてで、飲食料品小売業が最も多い(図4-3-6)。

◆小売業の産業分類別構成比(平成28年)(図4-3-6)

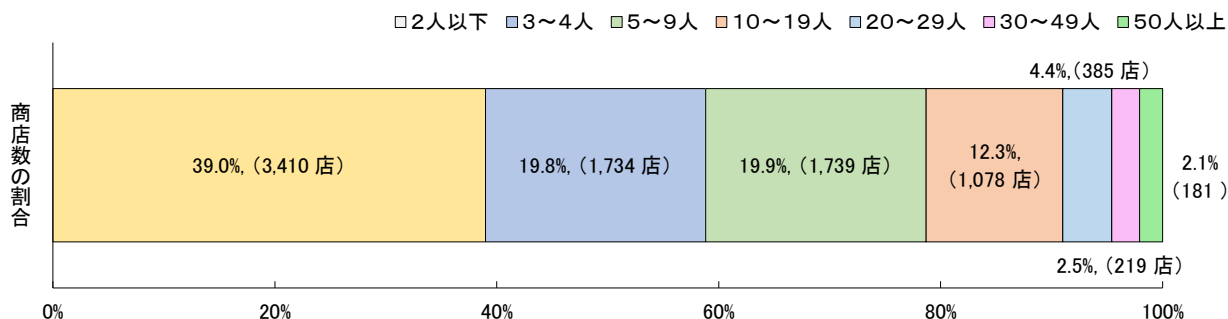


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(4) 規模別商店数

従業員規模別商店数をみると、従業員2人以下の事業所が、39.0%(3,410店)と最も多く、全体的にみると9人以下の商店が、全体の78.7%(6,883店)を占める(図4-3-7)。

◆従業員規模別商店数(図4-3-7)

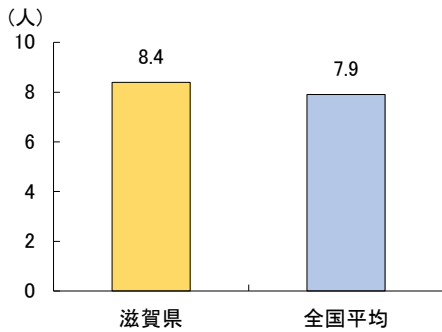


資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

(5) 販売効率

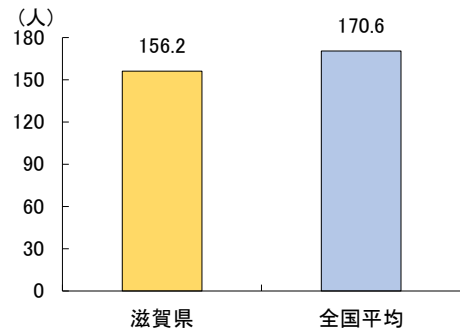
本県の小売業の販売効率を全国平均と比較すると、1商店あたりの従業者数は、8.4人(全国平均は7.9人)で全国平均をやや上回っているが、1商店あたりの年間販売額は156百万円(全国平均は170百万円)、従業者1人あたりの年間販売額は18百万円(全国平均は21百万円)、1㎡あたりの年間販売額は76万円(全国平均は102万円)で、いずれも全国平均を下回っている(図4-3-8,9,10,11)。

◆1商店あたりの従業者数(図4-3-8)



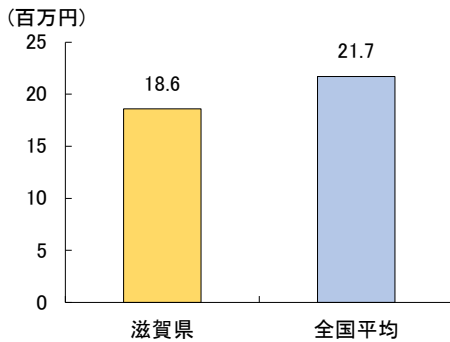
資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

◆1商店あたりの年間販売額(図4-3-9)



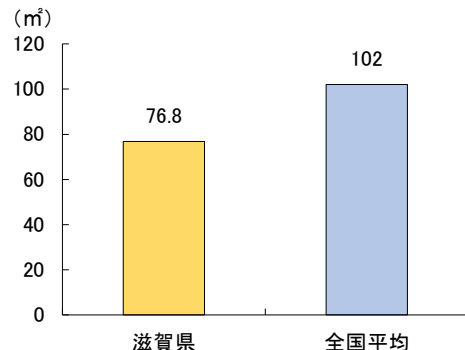
資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

◆従業者1人あたりの年間販売額(図4-3-10)



資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

◆1㎡あたりの年間販売額(図4-3-11)



資料:総務省「平成28年経済センサス活動調査」

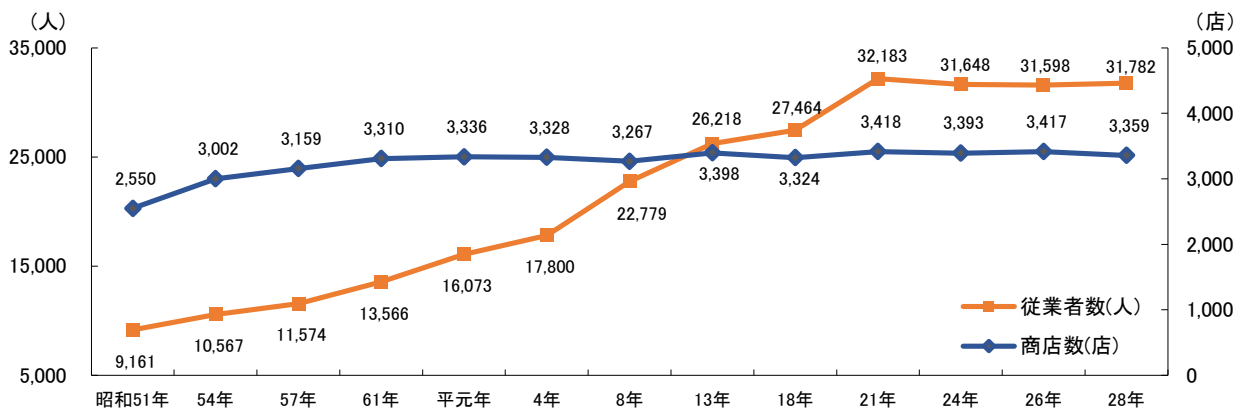
4. 飲食業

(1) 商店数・従業者数の推移

平成28年経済センサス活動調査では、飲食店の商店数は全体で4,789店となっており、そのうちバー、酒場等を除いた商店数(料亭を含む)は3,359店である。従業者数は全体では39,334人で、バー、酒場等を除いた従業者数(料亭を含む)は31,782人となる。従業者数は昭和51年から平成21年まで一貫して増加していたが、平成24年調査から減少し、28年には再び増加となっている。

なお、平成18年までの事業所・企業所統計調査は、バーや酒場、料亭等を除いたいわゆる一般飲食店の数となっており、平成21年以降のそれぞれのセンサス調査とは一部調査手法が異なるため、単純に増減の比較はできない(図4-4-1,2,3)。

◆一般飲食店の商店数・従業者数の推移(図4-4-1)



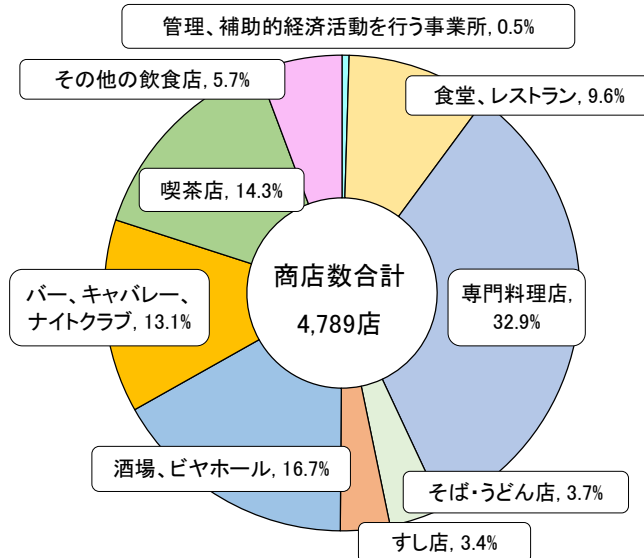
資料:滋賀県統計課「商業統計調査」、総務省「事業所・企業統計調査報告」
総務省「経済センサス基礎調査」、総務省「経済センサス活動調査」

(2) 業種別動向

① 商店数

産業小分類別にみると、商店数は、専門料理店が1,576店（構成比32.9%）と最も多く、次いで酒場、ビヤホール801店（同16.7%）、喫茶店685店（同14.3%）、バー・キャバレー・ナイトクラブ629店（同13.1%）の順となっている。前回調査と比較すると、酒場、ビヤホールで1.0%減、食堂・レストランで2.1%減となり、商店数全体としては1.7%増加した（図4-4-2）。

◆ 飲食店の業種別商店数の割合（図4-4-2）

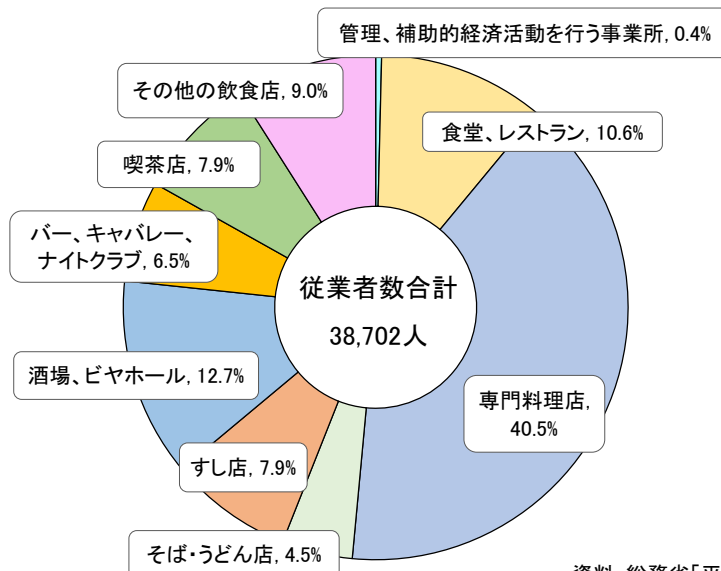


資料：総務省「平成28年経済センサスー活動調査」

② 従業者数

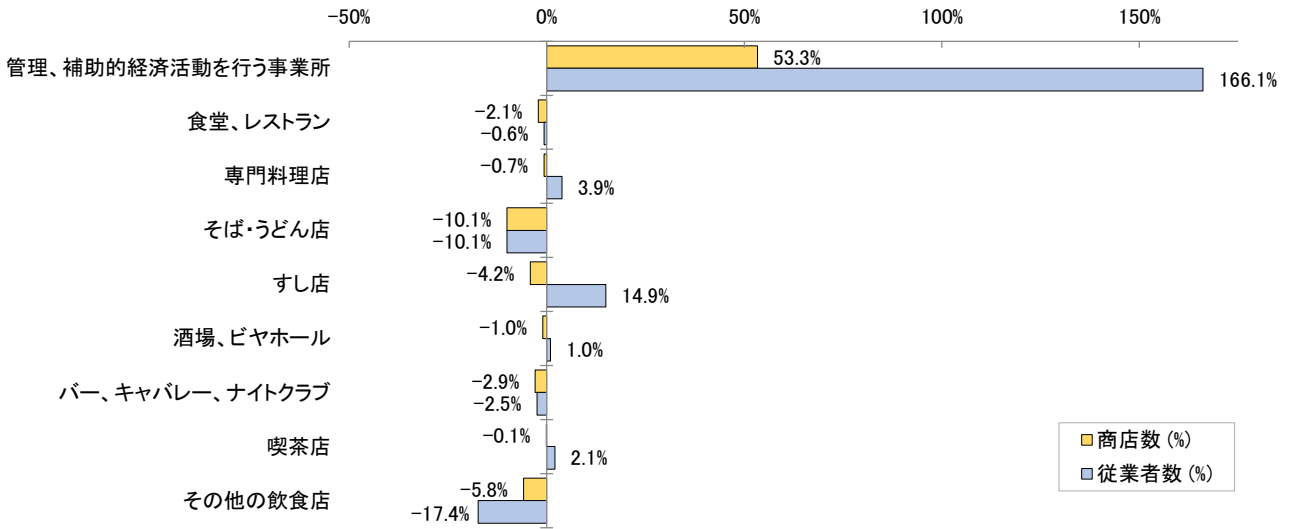
従業者数では、専門料理店の従業者数が15,920人（構成比40.5%）で最も多く、次いで酒場、ビヤホールの5,010人（同12.7%）の順となり、この2つで全体の約半数を占めている。前回調査と比較すると、酒場、ビヤホールで1.0%増、喫茶店で2.1%増となったのに対し、その他の飲食店で17.4%減となり、従業者数全体としては0.4%増加した（図4-4-3）。

◆ 飲食店の業種別従業者の割合（図4-4-3）



資料：総務省「平成28年経済センサスー活動調査」

◆飲食店の業種別増減率(H26～H28) (図4-4-4)



資料：総務省「平成26年経済センサス基礎調査」
総務省「平成28年経済センサス活動調査」

5. 商店街の動向(令和元年度滋賀県商店街実態調査結果より)

(1) 商店街実態調査

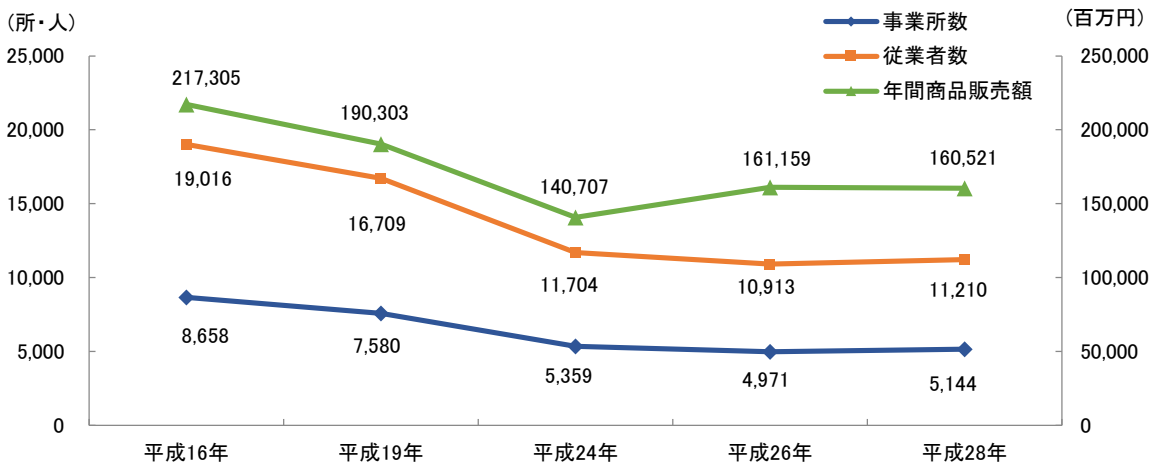
本調査は、県内の商店街の実態、現状および問題点・課題を把握し、今後の商店街活性化の方向性や取組等の基礎資料とするとともに、マーケティングの観点からも地域の顧客特性等の実態を把握し、商店街活性化の一助とすることを目的として、令和元年度に実施した。なお、前回は平成26年度に実施している。

(2) 調査結果の概要

①統計データの分析(平成28年度経済センサス活動調査より)

小規模事業所の事業所数、従業者数は、平成26年まで減少傾向にあったが、平成26年から平成28年にかけて微増となっており、減少に歯止めがかかっている(図4-5-1)。

◆小規模事業所の動向(図4-5-1)



注) ここでは、従業者数4人以下の事業所を小規模事業所として分析を行っているが、平成24年および平成28年経済センサス活動調査においては、事業所数に一部集計に含まれない事業所があり、商業統計調査の数値との増減の比較は単純にはできない。

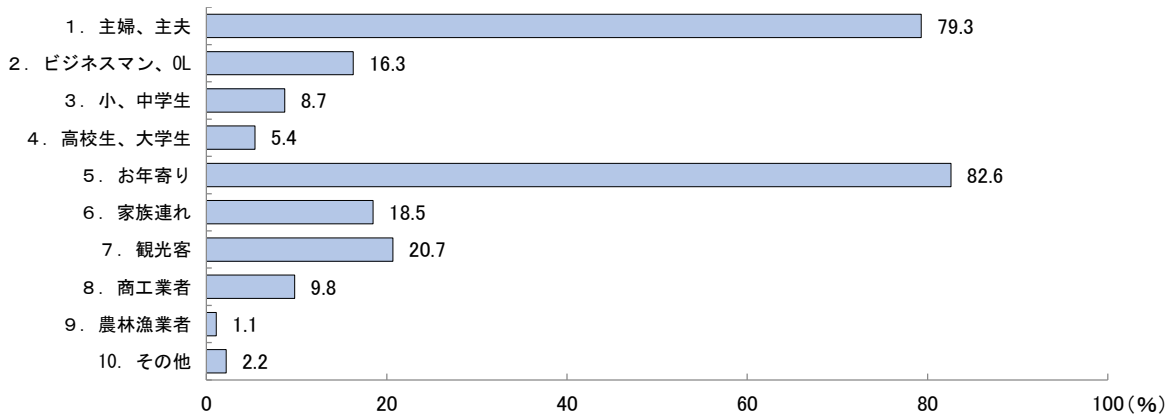
資料：総務省「平成26年経済センサス基礎調査」
総務省「平成28年経済センサス活動調査」

②商店街アンケート調査結果

1960年代以前に結成され、概ね50年以上続いている商店街が半数超で、任意団体が2/3超を占める。また、空き店舗の割合は8.5%で、駐車場のない商店街が45.2%ある。来街者層と顧客層は、ともに「お年寄り」と「主婦・主夫」層が多く、商店街の顧客に占める固定客の割合が「6割以上」である商店街が63.3%、また地元客の割合が「6割以上」である商店街は66.6%、観光客が「2割未満」である商店街が80.4%となっている。

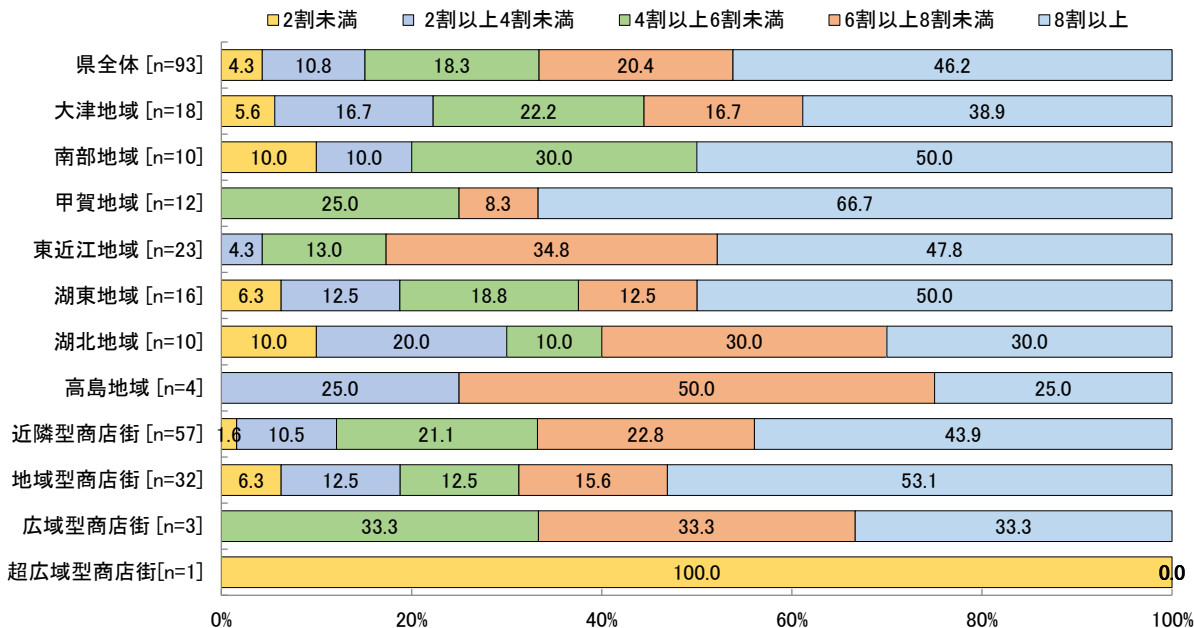
調査時点の景況としては、「大規模なスーパーやディスカウントストア」や「小・中規模のスーパー」との競合割合が高い。来街者数が減っていると回答した商店街は6割弱、顧客数が減っていると回答した商店街は約7割と高い割合を占める(図4-5-2,3)。

◆中心となる顧客層(図4-5-2)



資料:滋賀県中小企業支援課 令和元年度滋賀県商店街実態調査

◆商店街の顧客に占める地元客の割合(図4-5-3)



注) nは回答数を意味する

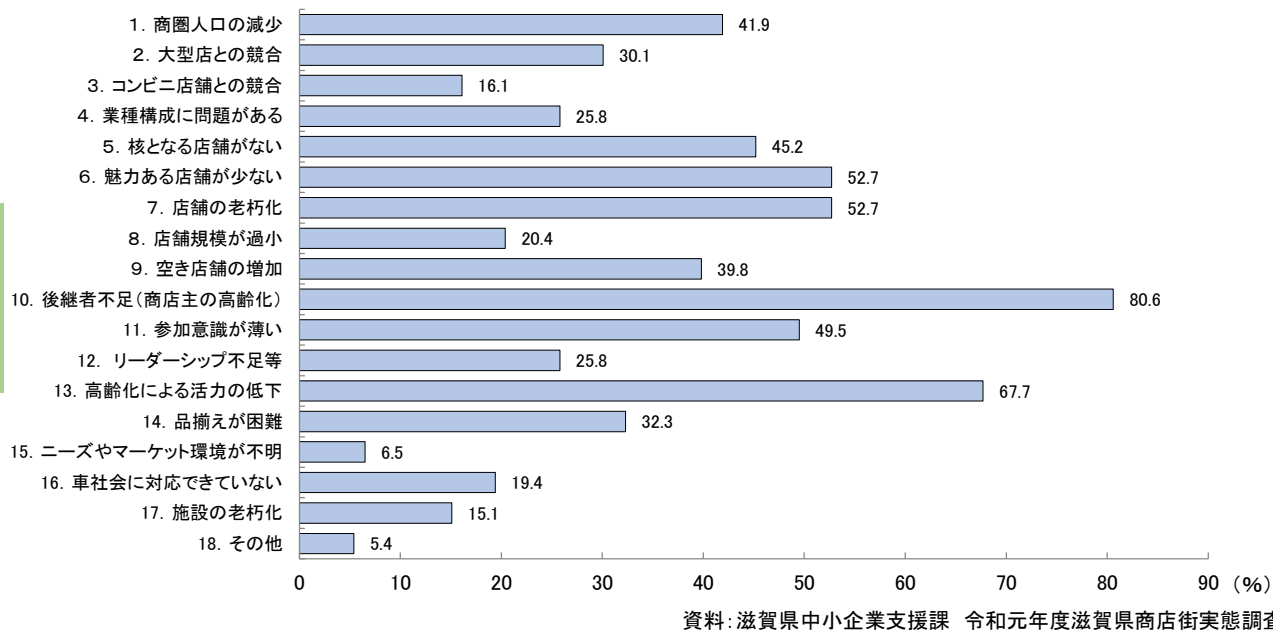
資料:滋賀県中小企業支援課 令和元年度滋賀県商店街実態調査

(3) 課題と取組

①全体的な課題

商店街で課題となっていることをみると、「後継者不足(商店主の高齢化)」を問題としてあげた商店街が最も多く、回答割合は80.6%となっている。次いで「高齢化による活力の低下」(67.7%)、「魅力ある店舗が少ない」、「店舗の老朽化」(ともに52.7%)などの割合が高くなっている(図4-5-4)。

◆商店街の全体的な課題(複数回答)(図4-5-4)



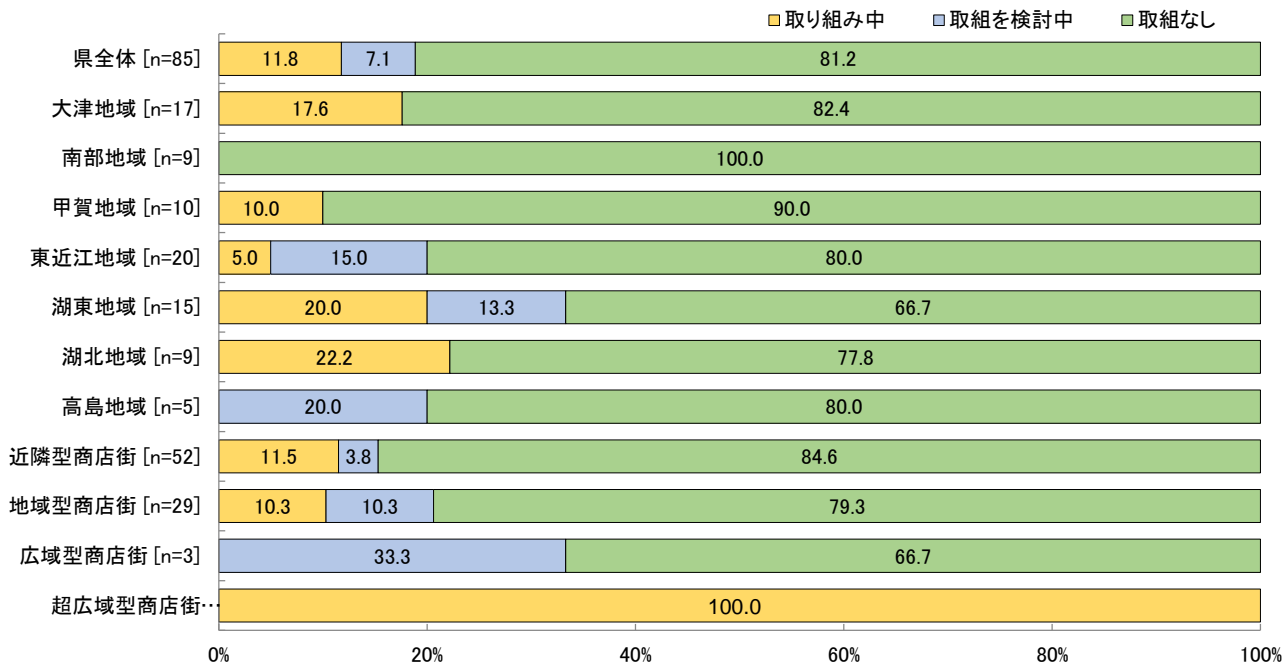
これらを商店街タイプ別に見ると、「後継者不足(店主の高齢化)」は、近隣型(注1)が84.2%、地域型(注2)が75%、「高齢化による活力低下」は、近隣型が77.2%、地域型が50%となっている。

注1) 近隣型…最寄品店中心で地元主婦等が日用品などを徒歩または自転車などにより日常の買物をする商店街
 注2) 地域型…最寄品店および買回り品店が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街

②空き店舗対策

空き店舗対策に取り組んでいる商店街が11.8%、取組を検討している商店街が7.1%あるが、何も取組をしていない商店街が81.2%と多い(図4-5-5)。

◆空き店舗対策への取組(図4-5-5)

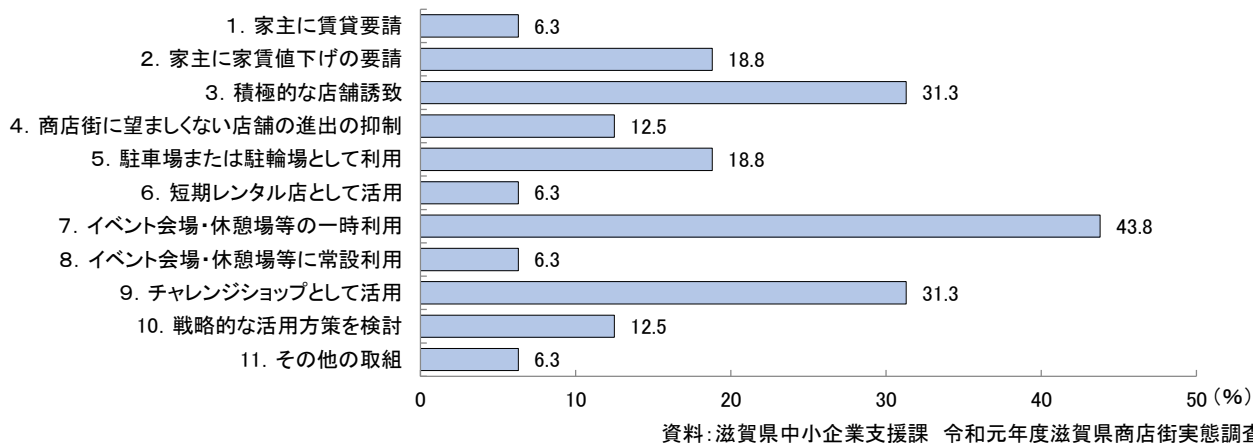


注) nは回答数を意味する

資料: 滋賀県中小企業支援課 令和元年度滋賀県商店街実態調査

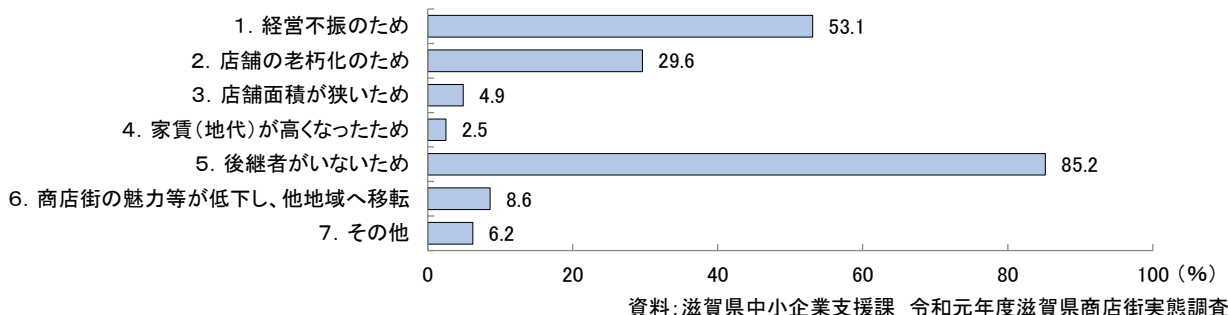
対策の取組内容としては、「イベント会場・休憩場等の一時利用」の回答割合が43.8%で最も高く、次いで「積極的な店舗誘致」、「チャレンジショップとして活用」(ともに31.3%)となっている(図4-5-6)。

◆空き店舗活用への取組状況(複数回答)(図4-5-6)



空き店舗が生じた理由についてみると、「後継者がいないため」の割合が最も高く85.2%、次いで「経営不振のため」が53.1%、「店舗の老朽化のため」が29.6%などとなっている(図4-5-7)。

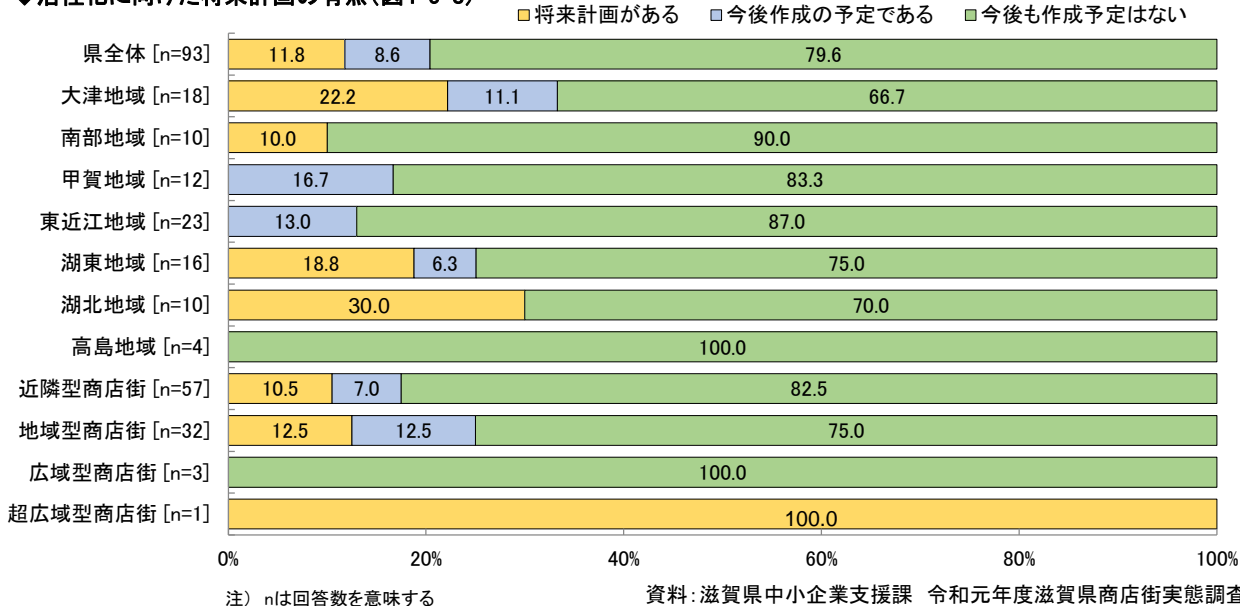
◆空き店舗が生じた理由(複数回答)(図4-5-7)



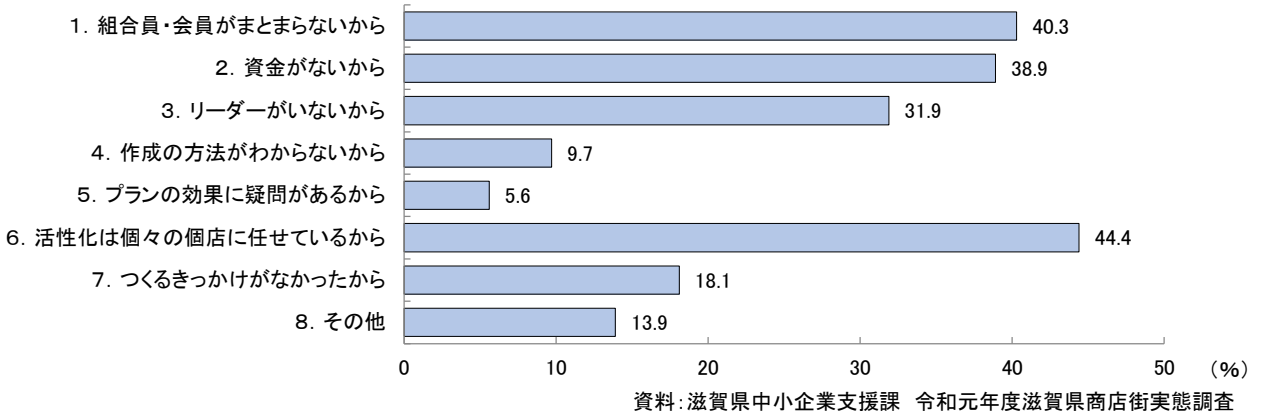
③商店街の将来計画

商店街の79.6%が、活性化に向けた将来計画については、「今後も作成予定はない」と回答している。その主な理由は、「活性化は個々の個店に任せている」(44.4%)、「組合員・会員がまとまらない」(40.3%)、「資金がない」(38.9%)などとなっている(図4-5-8,9)。

◆活性化に向けた将来計画の有無(図4-5-8)



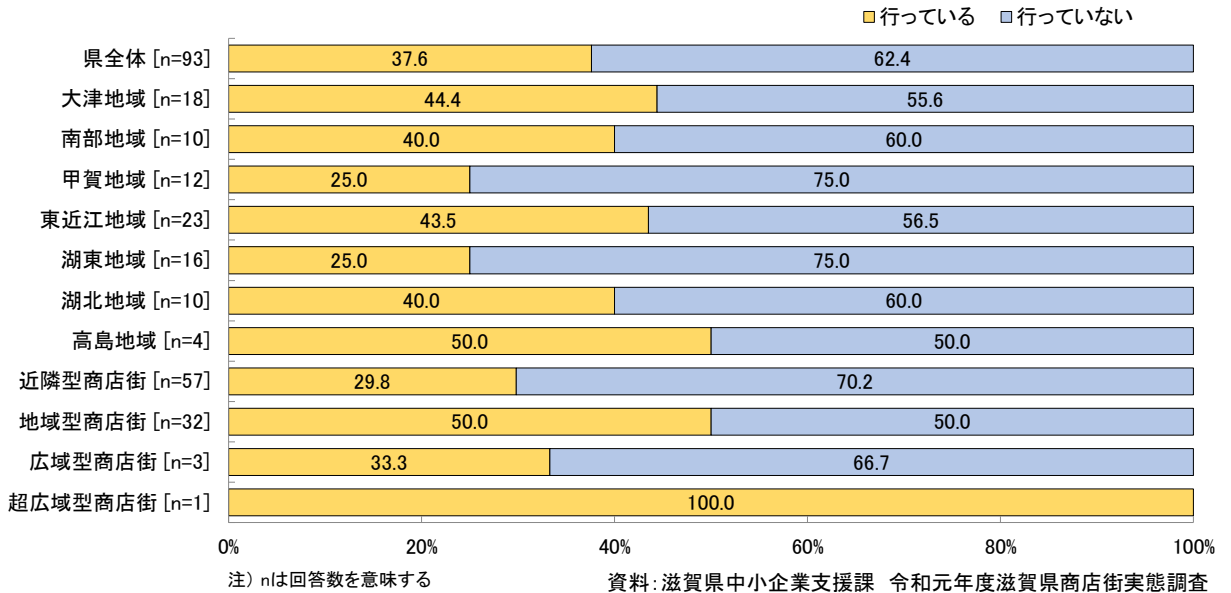
◆商店街の将来計画がない理由(複数回答)(図4-5-9)



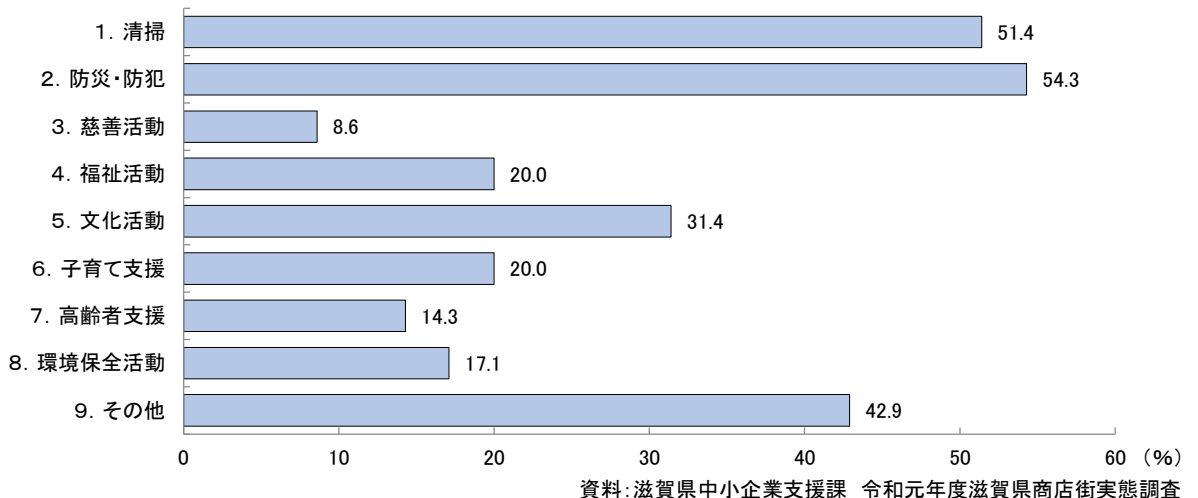
④地域と連携した活動について

周辺地域と連携した活動は、「行っている」が37.6%、「行っていない」が62.4%である。連携活動分野は、「防災・防犯」(54.3%)、「清掃」(51.4%)の割合が高い(図4-5-10,11)。

◆周辺地域と連携した活動実施の有無(図4-5-10)



◆周辺地域と連携した活動の実施分野(複数回答)(図4-5-11)

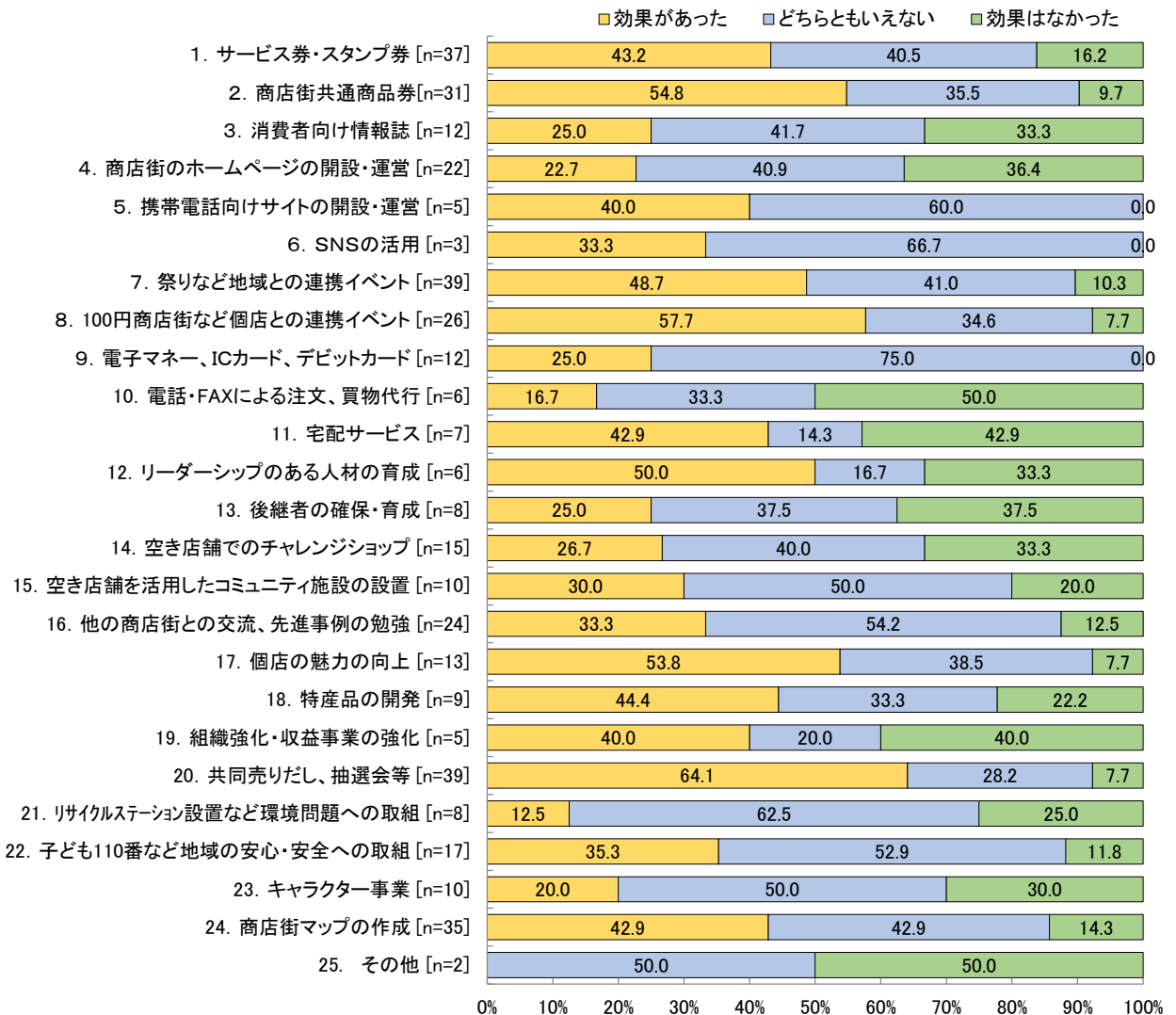


⑤商店街活性化の取組について

これまでの活性化の取組(ソフト事業)についてみると、「祭りなど地域との連携イベント」、「共同売りだし、抽選会等」の取組が最も多く39件、次いで「サービス券・スタンプ券」が37件、「商店街マップの作成」が35件などとなっている。

これら取組事業の中で、「効果があった」との割合が高いものは、「共同売りだし、抽選会等」が64.1%で最も高く、次いで「祭りなど地域との連携イベント」が48.7%となっている(図4-5-12)。

◆商店街活性化の取り組みについて(ソフト事業)(図4-5-12)



資料:滋賀県中小企業支援課 令和元年度滋賀県商店街実態調査

6. 大規模小売店舗の動向

(1) 大規模小売店舗立地法成立までの流れ

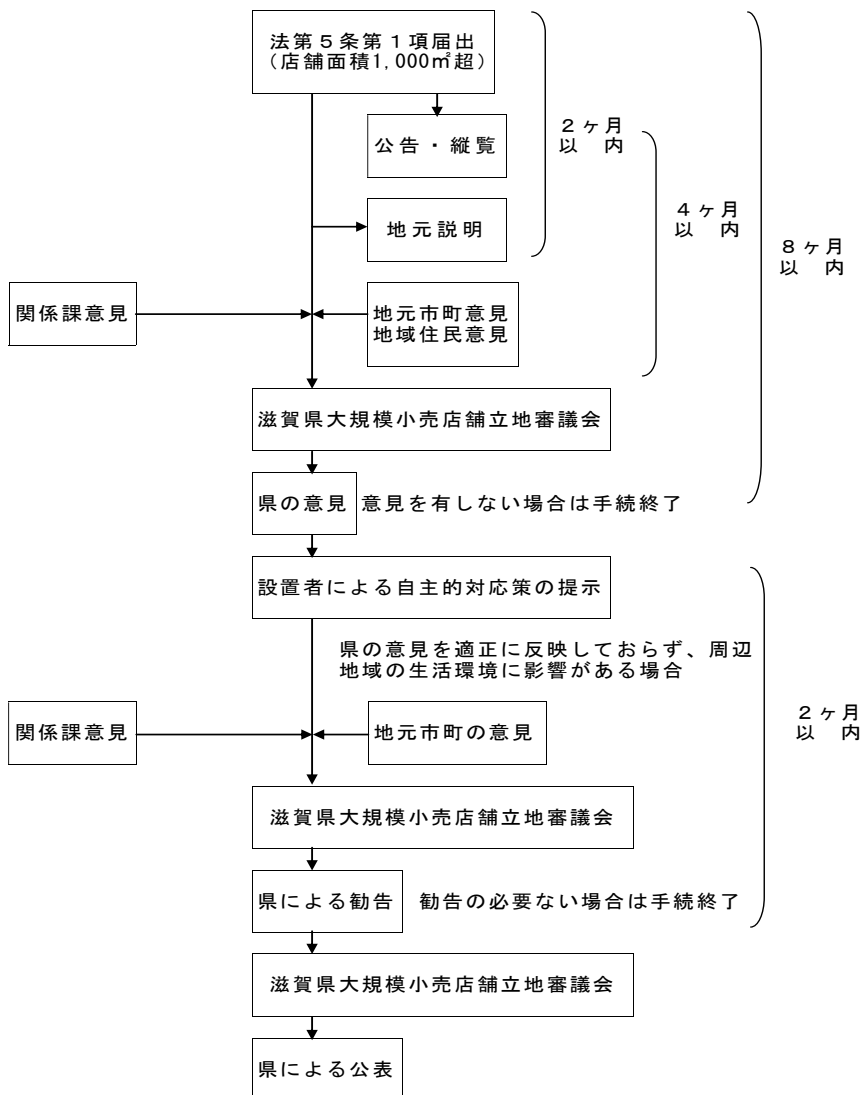
昭和48年に「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律(昭和48年法律第109号、以下『大店法』という。)」が制定されるまでは、「百貨店法(昭和31年法律第116号)」により百貨店の営業、店舗の増設等が許可制になっていた。百貨店法に代わって制定された大店法は、大型スーパーなど店舗面積が1,500㎡以上の小売店を大型店と定義して、その新增設を通産大臣への届出制とした。

昭和53年には、店舗面積500㎡以上の店舗も法の対象となり、昭和57年には、さらに出店を抑制する措置が加えられた。

しかし、日米構造問題協議等を通じて大店法の規制緩和が取り上げられ、我が国の流通産業を取り巻く環境変化に対応するため規制緩和が実施されることとなり、平成2年5月、平成4年1月、平成6年5月に改正大店法が施行され、また、平成9年3月の改正では提出書類の簡素化が図られた。

さらに、小売業を巡る経済的・社会的環境変化を踏まえ、従来の商業調整から、周辺生活環境への影響緩和を通じた地域社会との融和を促進することを目的とした大規模小売店舗立地法(平成10年法律第91号、以下『大店立地法』という。)が平成10年6月に成立、平成12年6月1日から施行され、店舗面積1,000㎡を超える店舗が知事への届出の対象となった。

大規模小売店舗立地法の基本的な手続きの流れ(新設の場合)



(2)「大規模小売店舗の立地に関する事前協議および地域貢献に関するガイドライン」の制定

①ガイドライン制定の趣旨

大型店の郊外出店に関しては、「まちづくり三法」の見直しにより、一定の規制がかかってきたものの、基本的には、市町のまちづくりの考え方、具体的には都市計画に基づく土地利用計画に委ねられることから、10,000㎡を超える大型店の出店も可能となっている。

平成19年度に設置した「滋賀県中心市街地活性化懇話会」から出された提言の中で、滋賀県がめざすべき中心市街地活性化の実現のための具体的な5つの取組方向の一つとして、「大型店の適正立地と地域貢献」が掲げられており、「大型店の進出は、自由競争の原理から経済活動を規制することはできないものの、地域社会との共存のための一定の秩序が必要」とされた。

このため、県では平成20年度に「滋賀県地域商業検討会」を設置し、大型店出店による生活環境への影響を最小限に抑えるための「事前協議」と、地域社会との共存のための「地域貢献」について議論を重ね、これをガイドラインという形で示した。

このガイドラインは、「大規模小売店舗の立地に関する事前協議の方針」と「大規模小売店舗による地域貢献の方針」の2つの方針により構成しており、平成21年4月1日から施行している。

②「大規模小売店舗の立地に関する事前協議の方針」の概要

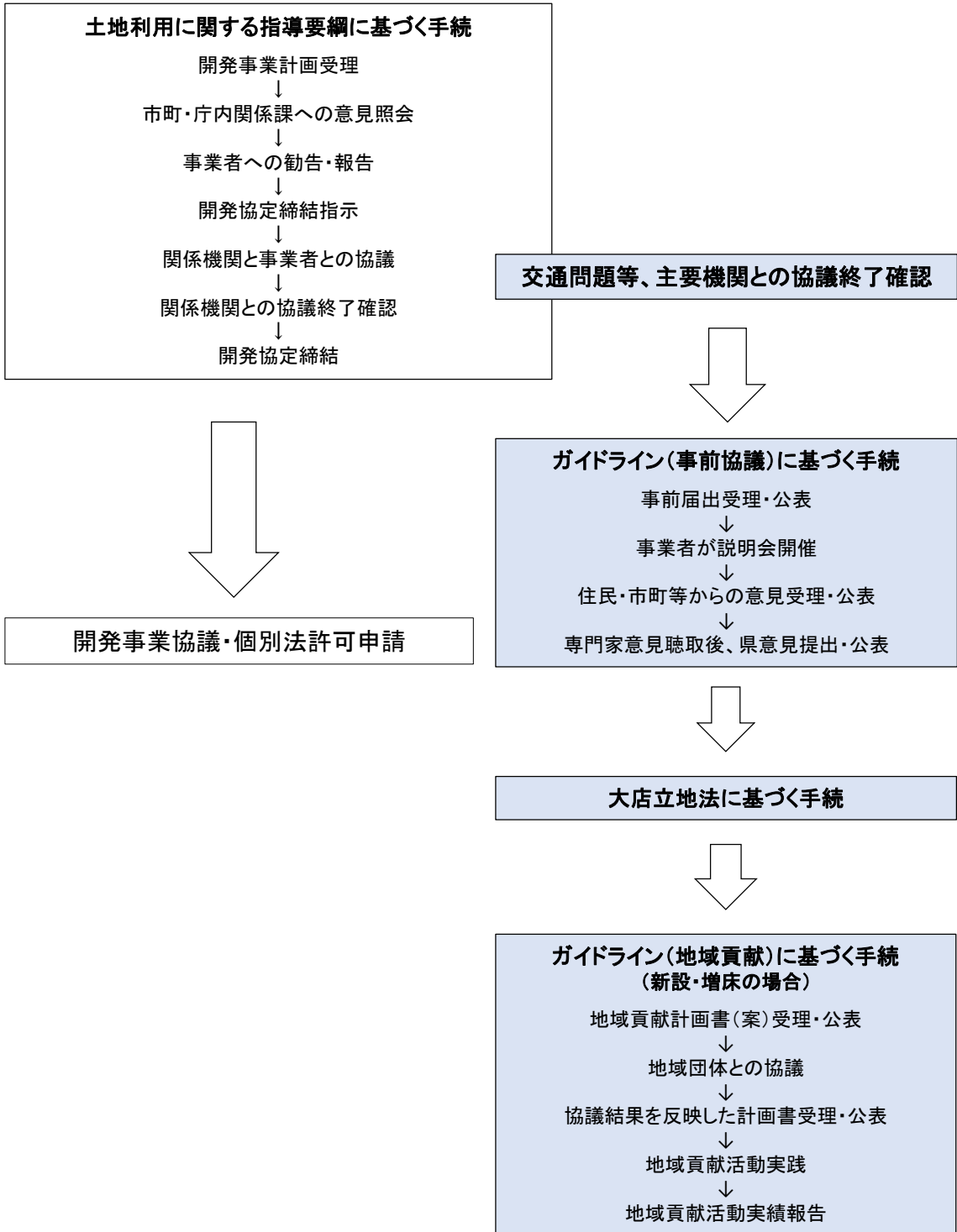
大型店の立地について、大規模小売店舗立地法に基づく届出よりも早い段階で立地に関する情報を開示し、地域住民等からの意見を踏まえた事前に協議する仕組みであり、10,000㎡以上の店舗を新設するか、既存店舗を10,000㎡以上増床する小売店舗の設置者が別紙(手続の流れ)により届出等を行う制度としている。

③「大規模小売店舗による地域貢献の方針」の概要

地域住民の日常生活と密接に関わる事業活動を営む地域密着型産業である大型店が、積極的な地域貢献をしやすい仕組みをつくるものであり、10,000㎡以上の店舗を新設するか、増床等により10,000㎡以上となる既存の小売店舗の設置者が別紙(手続の流れ)により届出等を行う制度としている。

「大規模小売店舗の立地に関する事前協議および地域貢献に関するガイドライン」による手続の流れ

第1部

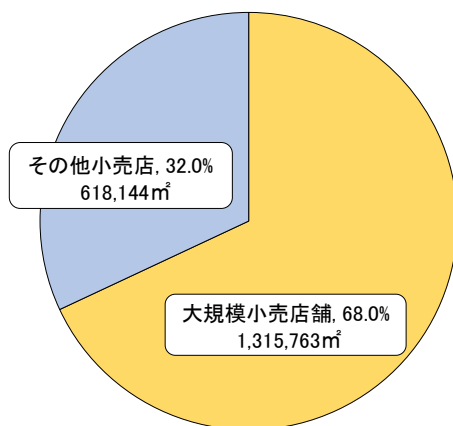


(3) 出店状況

令和3年3月末現在、店舗面積が1,000㎡を超える大規模小売店舗数（平成26年商業統計調査＋平成26年7月～令和3年3月末の大店立地法届出に基づく差分）は281店舗である。

また、売場面積における大規模小売店舗の小売業全体に占める割合は68.0%（推計値）となっている（図4-6-1,2）。

◆売場面積における大規模小売店舗の小売業全体に占める割合（商業統計＋大店立地法届出）（図4-6-1）

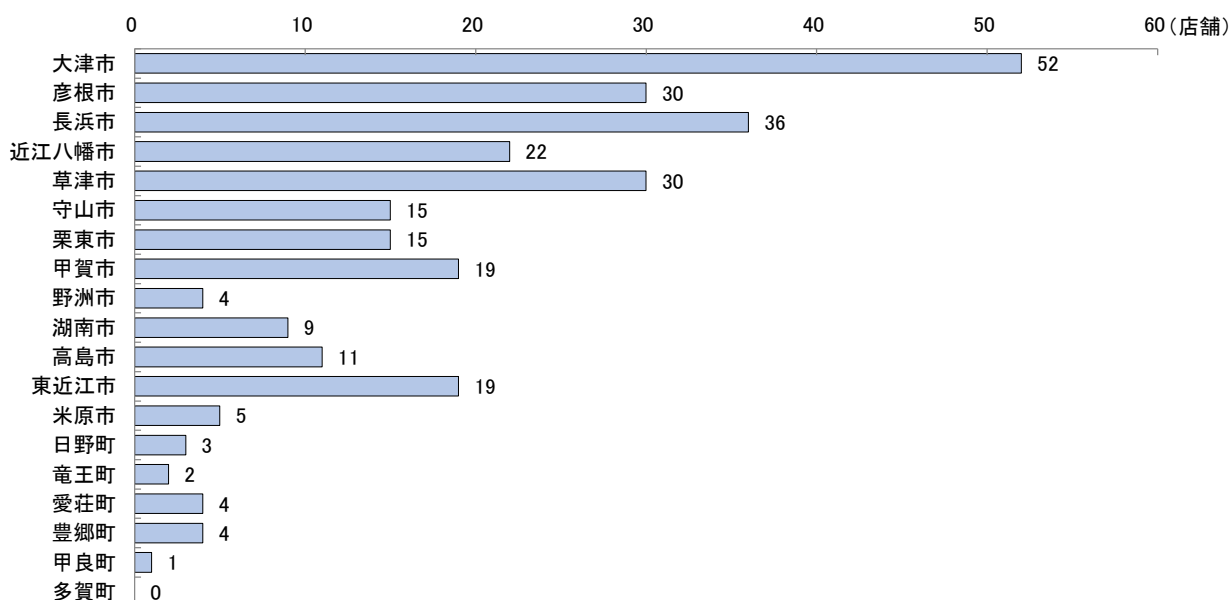


注1) 県統計課「平成26年商業統計調査結果 第21表 地域別・市町別統計表」に、大店立地法届出のうち、平成26年7月から令和2年3月末までの間で開業、廃業および増減床した案件を加味して推計している。

注2) 厳密には、「売場面積」と大規模小売店舗立地法による「店舗面積」は異なる。

資料：滋賀県中小企業支援課

◆市郡別大規模小売店舗立地状況（商業統計＋大店立地法届出）（図4-6-2）



注1) 集計方法は上記図4-6-1に準じている。

注2) 市郡別の整理は平成26年商業統計調査によっている。

資料：滋賀県中小企業支援課

(4) 届出の状況

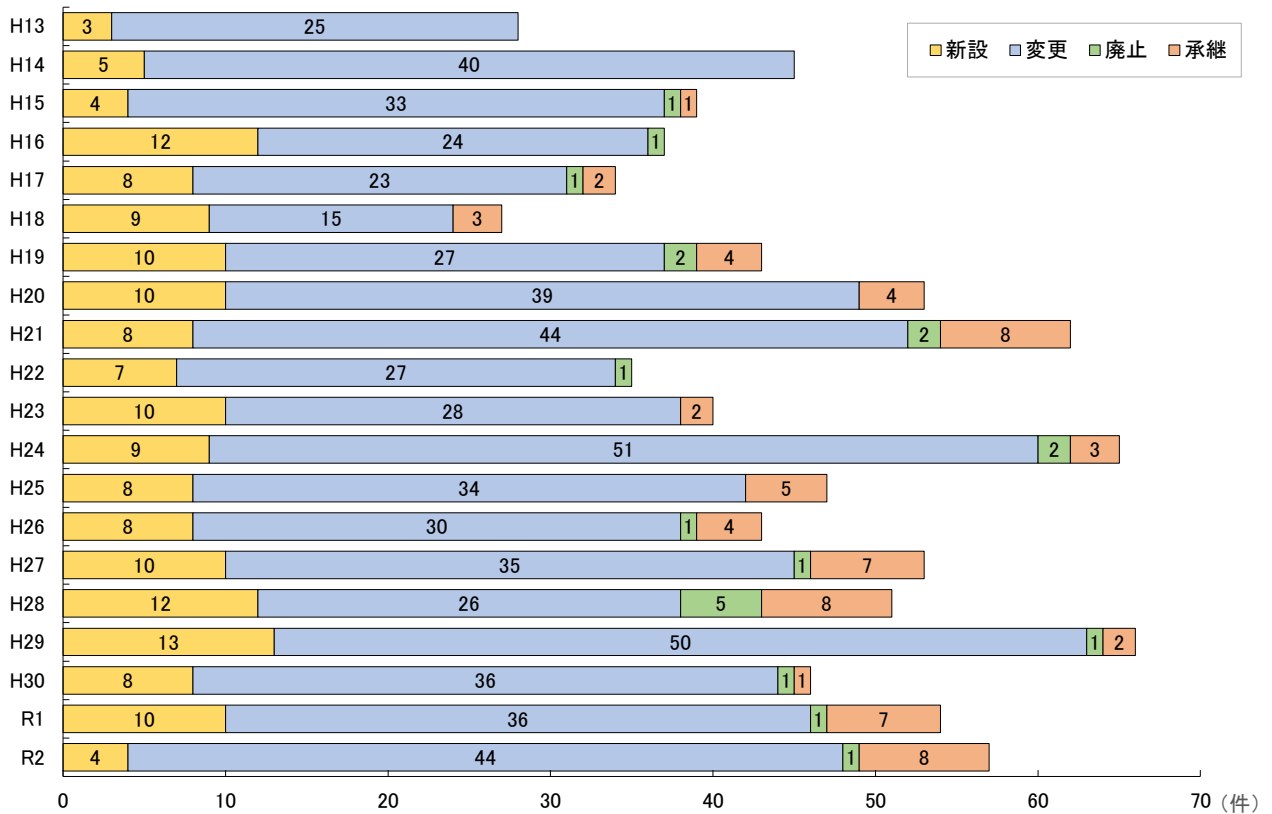
① 新設届出

令和2年度における大店立地法に基づく新設届出は4件であり、令和元年度と比較すると6件減少している。全国においては、令和2年度は389件であり、令和元年度の435件から46件の減少となった(図4-6-3)。

② 変更届出

令和2年度の大店立地法に基づく変更届出は44件であり、令和元年度の36件から8件の増加となった。変更内容については、駐車場の収容台数の変更や営業時間の変更、出入口の変更に関する届出があった(図4-6-3)。

◆大店立地法届出状況(図4-6-3)



注) 大店立地法の届出日によって集計している。

資料: 滋賀県中小企業支援課