

長崎県のセルフサービス店の全国的 位置づけとその特徴

建 野 堅 誠

1. はじめに

わが国にセルフサービスという新しい販売方式を武器としたセルフサービス店が最初に登場したのは昭和28年のことであったが、その後、セルフサービス店は、昭和30年代に入ると年々急成長を遂げ、30年代後半にはわが国の小売業界においてもはや無視しえない一つの勢力を形成するまでに至った。

このようにセルフサービス店が短時日のうちに急成長し、それが小売業界において影響力を持つようになるにつれて、セルフサービス店に対して各方面から深い関心が寄せられるようになり、行政当局もその事態を無視できなくなってきた。

このような状況を背景として、通産省は、昭和39年7月に実施された第7回商業統計調査から新たにセルフサービス店に関する事項を追加し、セルフサービス店の実態調査に乗り出すことになった。以来、セルフサービス店に関する調査は商業統計調査のたびごとに実施され、昭和54年で第8回目を数えるに至っている。なお、各年の調査結果は、『セルフサービス店統計表』としてまとめられ公表されている。

ところで、『セルフサービス店統計表』は全国調査の結果をまとめたものであり、長崎県のセル

フサービス店の全国的位置づけとその特徴を解明するのにきわめて有益な資料を提供してくれる。そこで本稿では、主としてこの統計表（特に、昭和39年版、49年版、54年版）に依拠して、長崎県のセルフサービス店の諸特徴を全国各都道府県との関連で解明していくことにした。

以下では、まず、長崎県の人口・小売業（販売額）の地位・動向を概観し、ついでそれとの関連で長崎県のセルフサービス店の地位・動向を分析し、その特徴を抽出していくことにする。

2. 長崎県の小売業の潜在力と 商業力

人口は小売業の潜在力を示すきわめて有効な指標の1つであり、また、販売額は現実の小売商業力を測定する最も有力な基準と行うことができる¹⁾。そこでまず、これらの2つの指標によって、長崎県の小売業の潜在力と商業力を全国各都道府県との関連で捉えていくことにしよう。

住民基本台帳によれば、わが国（沖縄県を除く。以下の各全国データからも沖縄県は除かれている）には昭和54年3月31日現在1億1417万7391人の人口が存在している（表1参照）。これを各都道府県別の対全国シェアで見ると、東京都の9.95%を最高に最下位の鳥取県の0.53%までかなりの広

建 野 堅 誠

がりを示しており、長崎県は1.40%（159万3171人）で全国46都道府県中第25位に位置している。

人口について過去15年間（昭和39～54年）の推移をみると、全国では16.1%増加してきている

表1. 全国各都道府県の人口

地 域		実 数（人）			対全国シェア（%）		
		昭和39年	昭和49年	昭和54年	39年	49年	54年
全 国		98,366,024	108,535,008	114,177,391	100.00	100.00	100.00
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	5,316,586	5,282,521	5,517,325	5.40	4.87	4.83
	青 森	1,507,020	1,492,056	1,542,141	1.53	1.37	1.35
	岩 手	1,488,136	1,400,201	1,433,751	1.51	1.29	1.26
	宮 城	1,814,749	1,891,791	2,031,551	1.84	1.74	1.78
	秋 田	1,356,288	1,251,336	1,271,236	1.38	1.15	1.11
	山 形	1,301,464	1,226,548	1,251,414	1.32	1.13	1.10
	福 島	2,049,212	1,966,493	2,024,713	2.08	1.81	1.77
小 計		14,833,455	14,510,946	15,072,131	15.08	13.37	13.20
関 東 東	茨 城	2,110,911	2,299,928	2,505,353	2.15	2.12	2.19
	栃 木	1,540,440	1,676,875	1,774,616	1.57	1.55	1.55
	群 馬	1,613,078	1,740,117	1,835,002	1.64	1.60	1.61
	埼 玉	2,788,670	4,529,256	5,219,038	2.84	4.17	4.57
	千 葉	2,591,600	3,903,717	4,554,034	2.63	3.60	3.99
	東 京	10,293,193	11,336,700	11,366,077	10.46	10.45	9.95
	神 奈 川	4,028,999	6,103,908	6,724,865	4.10	5.62	5.89
小 計		24,966,891	331,590,501	33,978,985	25.38	29.11	29.76
北 信 越	新 潟	2,456,551	2,377,762	2,438,451	2.50	2.19	2.14
	富 山	1,040,430	1,064,989	1,098,796	1.06	0.98	0.96
	石 川	990,832	1,051,725	1,105,529	1.01	0.97	0.97
	福 井	760,179	766,437	791,261	0.77	0.71	0.69
	山 梨	789,954	783,573	805,561	0.80	0.72	0.71
	長 野	2,000,616	2,001,533	2,072,903	2.03	1.84	1.82
	小 計		8,038,562	8,046,019	8,312,501	8.17	7.41
東 海	岐 阜	1,724,558	1,844,358	1,937,010	1.75	1.70	1.70
	静 岡	2,890,094	3,271,423	3,428,444	2.94	3.01	3.00
	愛 知	4,649,054	5,781,606	6,115,311	4.73	5.33	5.36
	三 重	1,561,395	1,606,871	1,674,467	1.59	1.48	1.47
	小 計		10,825,101	12,504,258	13,155,232	11.00	11.52

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

地 域		実 数 (人)			対全国シェア (%)		
		昭和 39 年	昭和 49 年	昭和 54 年	39 年	49 年	54 年
近畿	滋 賀	861,500	952,124	1,050,630	0.88	0.88	0.92
	京 都	2,104,097	2,374,631	2,483,960	2.11	2.19	2.18
	大 阪	6,225,181	7,947,304	8,239,939	6.33	7.32	7.22
	兵 庫	4,251,560	4,855,097	5,066,356	4.32	4.47	4.44
	奈 良	817,531	1,036,616	1,162,344	0.83	0.96	1.02
	和 歌 山	1,059,214	1,077,927	1,097,304	1.08	0.99	0.96
	小 計	15,319,083	18,243,699	19,100,533	15.57	16.81	16.73
中 国	鳥 取	604,669	582,848	602,229	0.61	0.54	0.53
	島 根	874,098	772,159	786,044	0.89	0.71	0.69
	岡 山	1,720,380	1,808,984	1,877,712	1.75	1.67	1.64
	広 島	2,322,288	2,596,029	2,705,513	2.36	2.39	2.37
	山 口	1,609,488	1,537,600	1,576,026	1.64	1.42	1.38
	小 計	7,130,923	7,297,620	7,547,524	7.25	6.72	6.61
四 国	徳 島	857,822	824,452	833,119	0.87	0.76	0.73
	香 川	939,255	948,545	994,717	0.95	0.87	0.87
	愛 媛	1,516,210	1,467,822	1,516,357	1.54	1.35	1.33
	高 知	878,360	815,862	839,035	0.89	0.75	0.73
	小 計	4,191,647	4,056,681	4,183,228	4.26	3.74	3.66
九 州	福 岡	4,119,350	4,163,504	4,442,339	4.19	3.84	3.89
	佐 賀	921,832	842,908	866,645	0.94	0.78	0.76
	長 崎	1,768,818	1,577,969	1,593,171	1.80	1.45	1.40
	熊 本	1,850,012	1,702,635	1,773,801	1.88	1.57	1.55
	大 分	1,290,711	1,184,486	1,228,013	1.31	1.09	1.08
	宮 崎	1,151,293	1,076,200	1,140,586	1.17	0.99	1.00
	鹿 児 島	1,958,346	1,737,582	1,782,702	1.99	1.60	1.56
	小 計	13,060,362	12,285,284	12,827,257	13.28	11.32	11.23

(資料) 住民基本台帳人口による。

(表2参照)。これを各都道府県別に細分してみると、第1位の埼玉県の87.2%増から最下位の島根県の10.1%減まで、各都道府県間でかなり様相を異にしており、長崎県は9.9%減で島根県につぐ

人口減少率の高い県となっている。

ところで、人口の過去15年間の推移を昭和39～49年と昭和49～54年の2期に分け、それぞれを前期と後期とし、両期の各都道府県別の変化の状況

建 野 堅 誠

表2. 全国各都道府県の人口の推移（昭和39～54年）

地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)
全 国		16.1	14	群 馬	13.8	28	青 森	2.3	42	佐 賀	△6.0
1	埼 玉	87.2	15	岐 阜	12.3	29	山 梨	2.0	43	秋 田	△6.3
2	千 葉	75.7	16	宮 城	11.9	30	愛 媛	0.0	44	鹿 児 島	△9.0
3	神 奈 川	66.9	17	石 川	11.6	31	鳥 取	△0.4	45	長 崎	△9.9
4	奈 良	42.2	18	東 京	10.4	32	新 潟	△0.7	46	島 根	△10.1
5	大 阪	32.4	19	岡 山	9.1	33	宮 崎	△0.9	北海道・東北		1.6
6	愛 知	31.5	20	福 岡	7.8	34	福 島	△1.2	関 東	36.1	
7	滋 賀	22.0	21	三 重	7.2	35	山 口	△2.1	北 信 越	3.4	
8	兵 庫	19.2	22	香 川	5.9	36	徳 島	△2.9	東 海	21.5	
9	茨 城	18.7	23	富 山	5.6	37	岩 手	△3.7	近 畿	24.7	
10	静 岡	18.6	24	福 井	4.1	38	山 形	△3.8	中 国	△2.1	
11	京 都	18.1	25	北 海 道	3.8	39	熊 本	△4.1	四 国	△0.2	
12	広 島	16.5	26	長 野	3.6	40	高 知	△4.5	九 州	△1.8	
13	栃 木	15.2	27	和 歌 山	3.6	41	大 分	△4.9			

（注） 増加率の高い順。（資料）表1より算出。

を整理してみると表3のようになる。²⁾ これによると、長崎県は前期が1.1%減（年平均）、後期が0.2%増（年平均）で、前後期とも人口の伸びが相対的に低い「低成長」に分類されている。

なお、長崎県の人口対全国シェアは、昭和39年には1.80%であった。しかし、以上みてきたように、その後の人口の伸びが他の都道府県に比べてかなり低く、シェアは、昭和49年1.45%、昭和54年1.40%と低下してきている。したがって、長崎県の小売業の潜在力は、過去15年間に相対的にかなり低下してきていると言える。

つぎに、昭和54年の商業統計によってわが国の小売業販売額（自動車小売業・燃料小売業を除く）についてみると、全国の小売業販売額は59兆2122

億7000万円に達している（表4参照）。これを人口と同様に各都道府県別の対全国シェアで見ると第1位東京都の14.29%から最下位鳥取県の0.51%まで、人口の場合よりも拡散しており、長崎県は1.13%（6700億7100万円）で第27位となっている。これを前出の人口と比較してみると、シェアで0.27ポイント低く、順位で2位下がっており、長崎県では小売商業力が人口に比して相対的に若干低位にあると言える。

また、小売業販売額について過去15年間の推移をみると、全国では623.5%増加している（表5参照）。これを各都道府県別にみると、最高の伸びをみせているのは埼玉県（1,032.8%増）で、最低は東京都の448.8%増となっており、長崎県は567.6%

長崎県のセルフサービス店の全国的な位置づけとその特徴

表3. 各都道府県の人口成長性

()内の数値は年平均伸び率で、前は昭和39～49年、後は昭和49～54年(幾何平均)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	埼玉(5.0, 2.9), 千葉(4.2, 3.1), 神奈川(4.2, 2.0), 奈良(2.4, 2.3)
2	高 成 長	平均的成長	静岡(1.2, 0.9), 愛知(2.2, 1.1), 京都(1.2, 0.9), 大阪(2.5, 0.7), 兵庫(1.3, 0.9)
3	高 成 長	低 成 長	
4	平均的成長	高 成 長	宮城(0.4, 1.4), 茨城(0.9, 1.7), 滋賀(1.0, 2.0), 福岡(0.1, 1.3)
5	平均的成長	平均的成長	北海道(△0.1, 0.9), 青森(△0.1, 0.7), 栃木(0.9, 1.1), 群馬(0.8, 1.1), 富山(0.2, 0.6), 石川(0.6, 1.0), 福井(0.1, 0.6), 長野(0.0, 0.7), 岐阜(0.7, 1.0), 三重(0.3, 0.8), 岡山(0.5, 0.7), 広島(1.1, 0.8), 香川(0.1, 1.0)
6	平均的成長	低 成 長	東京(1.0, 0.1), 山梨(△0.1, 0.6), 和歌山(0.2, 0.4)
7	低 成 長	高 成 長	
8	低 成 長	平均的成長	鳥取(△0.4, 0.7), 愛媛(△0.3, 0.7), 熊本(△0.8, 0.8), 大分(△0.9, 0.7), 宮崎(△0.7, 1.2)
9	低 成 長	低 成 長	岩手(△0.6, 0.5), 秋田(△0.8, 0.3), 山形(△0.6, 0.4), 福島(△0.4, 0.6), 新潟(△0.3, 0.5), 島根(△1.2, 0.4), 山口(△0.5, 0.5), 徳島(△0.4, 0.2), 高知(△0.7, 0.6), 佐賀(△0.9, 0.6), 長崎(△1.1, 0.2), 鹿児島(△1.2, 0.5)

<備考> 全国(1.0, 1.0), 北海道・東北(△0.2, 0.8), 関東(2.4, 1.5), 北信越(0.0, 0.7), 東海(1.5, 1.0), 近畿(1.8, 0.9), 中国(0.2, 0.7), 四国(△0.3, 0.6), 九州(△0.6, 0.9)
 [平均]前期0.5%増, 後期0.9%増(以上, 伸び率の平均) [標準偏差]前期1.3875, 後期0.6420

(注) 「高成長」, 「平均的成長」, 「低成長」の3分類は以下の式による。

「高成長」: $0.5 \times (\text{標準偏差}) + \text{平均値} \leq \text{年平均伸び率}$

「平均的成長」: $-0.5 \times (\text{標準偏差}) + \text{平均値} < \text{年平均伸び率} < 0.5 \times (\text{標準偏差}) + \text{平均値}$

「低成長」: $-0.5 \times (\text{標準偏差}) + \text{平均値} \geq \text{年平均伸び率}$

(ただし, 平均値は各都道府県の年平均伸び率の平均) (資料)表1より算出

建 野 堅 誠

表 4. 全国各都道府県の小売業販売額（自動車小売業・燃料小売業を除く）

地 域		実 数 （百万円）			対全国シェア（％）		
		昭和 39 年	昭和 49 年	昭和 54 年	39 年	49 年	54 年
全 国		8,184,582	32,859,492	59,212,270	100.00	100.00	100.00
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	485,096	1,805,618	3,487,853	5.93	5.50	5.89
	青 森	87,256	368,856	739,691	1.07	1.12	1.25
	岩 手	83,327	341,852	649,623	1.02	1.04	1.10
	宮 城	120,730	520,666	1,024,546	1.48	1.58	1.73
	秋 田	83,477	320,598	630,463	1.02	0.98	1.06
	山 形	74,799	314,327	609,200	0.91	0.96	1.03
	福 島	118,621	482,912	912,503	1.45	1.47	1.54
小 計		1,053,306	4,154,829	8,053,879	12.87	12.64	13.60
関 東	茨 城	130,975	559,125	1,054,134	1.60	1.70	1.78
	栃 木	107,118	450,477	820,532	1.31	1.37	1.39
	群 馬	111,943	451,078	852,785	1.37	1.37	1.44
	埼 玉	191,761	1,104,253	2,172,326	2.34	3.36	3.67
	千 葉	193,634	1,025,748	2,108,480	2.37	3.12	3.56
	東 京	1,541,870	5,170,667	8,461,415	18.84	15.74	14.29
	神 奈 川	428,015	1,883,365	3,425,710	5.23	5.73	5.79
小 計		2,705,316	10,644,713	18,895,382	33.05	32.39	31.91
北 信 越	新 潟	168,637	641,767	1,166,920	2.06	1.95	1.97
	富 山	67,322	301,900	544,123	0.82	0.92	0.92
	石 川	72,373	312,054	552,766	0.88	0.95	0.93
	福 井	51,584	204,419	376,283	0.63	0.62	0.64
	山 梨	48,862	184,051	345,719	0.60	0.56	0.58
	長 野	153,017	583,167	1,051,565	1.87	1.77	1.78
小 計		561,795	2,227,358	4,037,376	6.86	6.78	6.82
東 海	岐 阜	113,379	478,882	839,360	1.39	1.46	1.42
	静 岡	236,881	963,863	1,705,621	2.89	2.93	2.88
	愛 知	419,261	1,776,850	3,102,592	5.12	5.41	5.24
	三 重	111,526	423,111	739,310	1.36	1.29	1.25
	小 計		881,047	3,642,706	6,386,883	10.76	11.09
近 畿	滋 賀	55,551	248,053	473,932	0.68	0.75	0.80
	京 都	205,553	800,777	1,400,531	2.51	2.44	2.37
	大 阪	728,997	2,967,661	4,970,595	8.91	9.03	8.39

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

地 域		実 数 (百万円)			対全国シェア (%)		
		昭和 39 年	昭和 49 年	昭和 54 年	39 年	49 年	54 年
近畿	兵庫	356,919	1,513,392	2,577,483	4.36	4.61	4.35
	奈良	43,970	217,991	425,787	0.54	0.66	0.72
	和歌山	68,461	263,547	468,690	0.84	0.80	0.79
	小計	1,459,451	6,011,421	10,317,018	17.83	18.29	17.42
中国	鳥取	38,203	159,795	300,601	0.47	0.49	0.51
	島根	47,629	194,804	366,872	0.58	0.59	0.62
	岡山	109,866	497,537	887,594	1.34	1.51	1.50
	広島	173,948	795,862	1,389,134	2.13	2.42	2.35
	山口	110,587	436,752	787,383	1.35	1.33	1.33
	小計	480,233	2,084,750	3,731,584	5.87	6.34	6.30
四国	徳島	44,685	179,375	318,106	0.55	0.55	0.54
	香川	60,181	267,440	474,548	0.74	0.81	0.80
	愛媛	83,617	347,371	663,777	1.02	1.06	1.12
	高知	52,531	197,252	365,497	0.64	0.60	0.62
	小計	241,014	991,438	1,821,928	2.94	3.02	3.08
九州	福岡	325,595	1,241,764	2,373,897	3.98	3.78	4.01
	佐賀	50,094	200,661	366,334	0.61	0.61	0.62
	長崎	100,374	363,945	670,071	1.23	1.11	1.13
	熊本	99,573	381,765	772,350	1.22	1.16	1.30
	大分	72,481	295,003	571,820	0.89	0.90	0.97
	宮崎	64,734	257,480	501,746	0.79	0.78	0.85
	鹿児島	89,566	361,666	711,998	1.09	1.10	1.20
	小計	802,417	3,102,284	5,968,216	9.80	9.44	10.08

(資料) 通産省『商業統計表』(各年版)より算出

増で東京都、三重県(562.9%増)について下から3番目の低い伸びにとどまっている。

さらにまた、これを人口と同様に前期と後期に分けてみると、長崎県は前期が13.7%増(年平均)後期が13.0%増(年平均)で、前期の伸びが後期を若干上回っている(表6参照)。しかし、このことを各都道府県との関係でみると、前期が「低

成長」、後期が「平均的成長」となっており、相対的には後期のほうが伸びが良くなっている(後期は全国平均を若干上回っている)。

長崎県の小売業販売額対全国シェアは、昭和39年には1.23%であった。しかし、そのシェアは、昭和39~49年に販売額の伸びが相対的に低く昭和49年には1.11%まで低下し、昭和49~54年には全

建 野 堅 誠

表 5. 全国各都道府県の小売業販売額の推移(昭和39～54年)

地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)
全 国		623.5	14	愛 媛	693.8	28	愛 知	640.0	42	大 阪	581.8
1	埼 玉	1,032.8	15	大 分	688.9	29	佐 賀	631.3	43	京 都	581.3
2	千 葉	988.9	16	香 川	688.5	30	福 井	629.5	44	長 崎	567.6
3	奈 良	868.4	17	鳥 取	686.9	31	福 岡	629.1	45	三 重	562.9
4	滋 賀	753.1	18	岩 手	679.6	32	兵 庫	622.1	46	東 京	448.8
5	宮 城	748.6	19	熊 本	675.7	33	静 岡	620.0	北海道・東北		664.6
6	青 森	747.7	20	宮 崎	675.1	34	北 海 道	619.0	関 東	598.5	
7	山 形	714.4	21	島 根	670.3	35	山 口	612.0	北 信 越	618.7	
8	富 山	708.2	22	福 島	669.3	36	徳 島	611.9	東 海	624.9	
9	岡 山	707.9	23	栃 木	666.0	37	山 梨	607.5	近 畿	606.9	
10	茨 城	704.8	24	石 川	663.8	38	高 知	595.8	中 国	677.0	
11	神 奈 川	700.4	25	群 馬	661.8	39	新 潟	592.0	四 国	655.9	
12	広 島	698.6	26	秋 田	655.3	40	長 野	587.2	九 州	643.8	
13	鹿 児 島	694.9	27	岐 阜	640.3	41	和 歌 山	584.6			

(注) 増加率の高い順。(資料)表4より算出。

国平均を上回る伸びをみせ54年には49年よりも若干高くなってきてきたものの、39年の水準に回復するまでには至っていない。

以下、これまで人口と小売業販売額に分けてみてきたことを小売業販売額対全国シェア/人口対全国シェアという形にまとめて、さらに分析してみよう。

表7は、昭和39年、49年、54年の各都道府県の小売販売額対全国シェア/人口対全国シェアを一覧表にまとめたものである。これによると、長崎県のこの比率は、昭和39年0.68、昭和49年0.76、昭和54年0.81と年々高まってきている。このことは、人口の集中度に対して小売業販売額の集中度が相対的に年々高くなってきていることを意味し

ているから、長崎県の小売商業力は、人口との絡みでみた場合、年々高まってきていると言える。しかし、長崎県の昭和54年のこの比率(0.81)は各都道府県の中では第41位と低く、全国的にみたら、長崎県の小売商業力は、かなり低位にあるというのが実状である。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

表 6. 各都道府県の小売業販売額成長性

()の数值は年平均伸び率(前期, 後期)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	埼玉(19.1, 14.5), 千葉(18.1, 15.5), 滋賀(16.1, 13.8), 奈良(17.4, 14.3)
2	高 成 長	平均的成長	神奈川(16.0, 12.7)
3	高 成 長	低 成 長	富山(16.2, 12.5), 岡山(16.3, 12.3), 広島(16.4, 11.8), 香川(16.1, 12.2)
4	平均的成長	高 成 長	青森(15.5, 14.9), 岩手(15.2, 13.7), 宮城(15.7, 14.5), 山形(15.4, 14.1), 愛媛(15.3, 13.8), 大分(15.1, 14.2), 宮崎(14.8, 14.3), 鹿児島(15.0, 14.5)
5	平均的成長	平均的成長	福島(15.1, 13.6), 茨城(15.6, 13.5), 栃木(15.4, 12.7), 群馬(15.0, 13.6), 福井(14.8, 13.0), 鳥取(15.4, 13.5), 島根(15.1, 13.5), 佐賀(14.9, 12.8)
6	平均的成長	低 成 長	石川(15.7, 12.1), 岐阜(15.5, 11.9), 静岡(15.1, 12.1), 愛知(15.5, 11.8), 大阪(15.1, 10.9), 兵庫(15.5, 11.2), 山口(14.7, 12.5), 徳島(14.9, 12.1)
7	低 成 長	高 成 長	北海道(14.0, 14.1), 秋田(14.4, 14.5), 福岡(14.3, 13.8), 熊本(14.4, 15.1)
8	低 成 長	平均的成長	新潟(14.3, 12.7), 山梨(14.2, 13.4), 高知(14.1, 13.1), 長崎(13.7, 13.0)
9	低 成 長	低 成 長	東京(12.9, 10.4), 長野(14.3, 12.5), 三重(14.3, 11.8), 京都(14.6, 11.8), 和歌山(14.4, 12.2)

<備考> 全国(14.9, 12.5), 北海道・東北(14.7, 14.2), 関東(14.7, 12.2), 北信越(14.8, 12.6), 東海(15.3, 11.9), 近畿(15.2, 11.4), 中国(15.8, 12.3)
四国(15.2, 12.9), 九州(14.5, 14.0)

[平均] 前期15.2%増, 後期13.1%増

[標準偏差] 前期1.0788, 後期1.1535

(資料)表4より算出。

建 野 堅 誠

表 7. 小売業販売額対全国シェア／人口対全国シェア

地 域		39年	49年	54年	地 域		39年	49年	54年
全 国		1.00	1.00	1.00	近畿	滋 賀	0.78	0.86	0.87
北 海 道	北 海 道	1.10	1.13	1.22		京 都	1.17	1.11	1.09
	青 森	0.70	0.82	0.92		大 阪	1.41	1.23	1.16
	岩 手	0.67	0.81	0.87		兵 庫	1.01	1.03	0.98
	宮 城	0.80	0.91	0.97		奈 良	0.65	0.69	0.71
	秋 田	0.74	0.85	0.96		和 歌 山	0.78	0.81	0.82
	小 計	0.85	0.95	1.03	小 計	1.15	1.09	1.04	
東 北	山 形	0.69	0.85	0.94	中 国	鳥 取	0.76	0.91	0.96
	福 島	0.70	0.81	0.87		島 根	0.65	0.83	0.90
	小 計	0.85	0.95	1.03		岡 山	0.77	0.91	0.91
	茨 城	0.75	0.80	0.81		広 島	0.90	1.01	0.99
	栃 木	0.84	0.89	0.89		山 口	0.83	0.94	0.96
	小 計	1.30	1.11	1.07		小 計	0.81	0.94	0.95
関 東	群 馬	0.83	0.86	0.90	四 国	徳 島	0.63	0.72	0.74
	埼 玉	0.83	0.81	0.80		香 川	0.77	0.93	0.92
	千 葉	0.90	0.87	0.89		愛 媛	0.66	0.78	0.84
	東 京	1.80	1.51	1.44		高 知	0.72	0.80	0.84
	神 奈 川	1.28	1.02	0.98		小 計	0.69	0.81	0.84
	小 計	1.30	1.11	1.07		九 州	福 岡	0.95	0.99
北 信 越	新 潟	0.83	0.89	0.92	佐 賀		0.65	0.79	0.82
	富 山	0.78	0.94	0.95	長 崎		0.68	0.76	0.81
	石 川	0.88	0.98	0.96	熊 本		0.65	0.74	0.84
	福 井	0.82	0.88	0.92	大 分		0.67	0.82	0.90
	山 梨	0.74	0.78	0.83	宮 崎		0.68	0.79	0.85
	小 計	0.84	0.91	0.94	鹿 児 島	0.55	0.69	0.77	
東 海	岐 阜	0.79	0.86	0.84	小 計	0.74	0.83	0.90	
	静 岡	0.99	0.97	0.96					
	愛 知	1.08	1.02	0.98					
	三 重	0.86	0.87	0.85					
	小 計	0.98	0.96	0.94					

(資料)表1と表4より算出。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

3. 長崎県のセルフサービス店の地位・動向とその全般的な特徴

が国には19,086のセルフサービス店³⁾(以下セルフ店)が存在している。そのうち長崎県のセルフ店の商店数は250店で、全国の1.31%を占めている(表8参照)。

これを従業者数、販売額、売場面積についてみると、従業者数は全国が453,654人、長崎県が4,131

昭和54年のセルフサービス店統計によれば、わ

表8. 全国各都道府県のセルフ店商店数

地 域		実 数 (店)			対全国シェア (%)		
		昭和39年	昭和49年	昭和54年	39年	49年	54年
全 国		3,620	11,994	19,086	100.00	100.00	100.00
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	210	1,186	1,703	5.80	9.89	8.92
	青 森	58	139	206	1.60	1.16	1.08
	岩 手	46	165	244	1.27	1.38	1.28
	宮 城	49	241	370	1.35	2.01	1.94
	秋 田	40	162	225	1.11	1.35	1.18
	山 形	44	146	239	1.22	1.22	1.25
	福 島	54	224	340	1.49	1.87	1.78
小 計		501	2,263	3,327	1.384	1.887	1.743
関 東 東	茨 城	61	235	447	1.69	1.96	2.34
	栃 木	52	214	367	1.44	1.78	1.92
	群 馬	50	207	375	1.38	1.73	1.96
	埼 玉	105	390	737	2.90	3.25	3.86
	千 葉	83	419	734	2.29	3.49	3.85
	東 京	331	825	1,255	9.14	6.88	6.58
	神 奈 川	154	565	944	4.25	4.71	4.95
小 計		836	2,855	4,859	2.309	2.380	2.546
北 信 越	新 潟	84	327	461	2.32	2.73	2.42
	富 山	36	133	216	0.99	1.11	1.13
	石 川	57	169	263	1.57	1.41	1.38
	福 井	25	93	161	0.69	0.78	0.84
	山 梨	20	49	90	0.55	0.41	0.47
	長 野	109	451	607	3.01	3.76	3.18
小 計		331	1,222	1,798	9.14	10.19	9.42

建 野 堅 誠

地 域		実 数 (店)			対全国シェア (%)		
		昭和39年	昭和49年	昭和54年	39年	49年	54年
東 海	岐 阜	61	204	325	1.69	1.70	1.70
	静 岡	95	403	655	2.62	3.36	3.43
	愛 知	159	535	904	4.39	4.46	4.74
	三 重	93	166	248	2.57	1.38	1.30
	小 計	408	1,308	2,132	11.27	10.91	11.17
近 畿	滋 賀	24	52	104	0.66	0.43	0.54
	京 都	42	139	308	1.16	1.16	1.61
	大 阪	134	439	776	3.70	3.66	4.07
	兵 庫	128	428	640	3.54	3.57	3.35
	奈 良	22	53	95	0.61	0.44	0.50
	和 歌 山	38	83	127	1.05	0.69	0.67
小 計	388	1,194	2,050	10.72	9.96	10.74	
中 国	鳥 取	27	103	154	0.75	0.86	0.81
	島 根	43	137	188	1.19	1.14	0.99
	岡 山	100	305	479	2.76	2.54	2.51
	広 島	143	388	683	3.95	3.24	3.58
	山 口	63	247	327	1.74	2.06	1.71
小 計	376	1,180	1,831	10.39	9.84	9.59	
四 国	徳 島	51	111	180	1.41	0.93	0.94
	香 川	49	171	271	1.35	1.43	1.42
	愛 媛	105	177	284	2.90	1.48	1.49
	高 知	67	112	163	1.85	0.93	0.85
小 計	272	571	898	7.51	4.76	4.71	
九 州	福 岡	161	506	767	4.45	4.22	4.02
	佐 賀	36	115	144	0.99	0.96	0.75
	長 崎	81	152	250	2.24	1.27	1.31
	熊 本	62	159	278	1.71	1.33	1.46
	大 分	43	159	260	1.19	1.33	1.36
	官 崎	65	154	197	1.80	1.28	1.03
	鹿 児 島	60	156	295	1.66	1.30	1.55
小 計	508	1,401	2,191	14.03	11.68	11.48	

(資料) 通産省『セルフサービス店統計表』(各年版)

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

人でシェアは0.91%，販売額は全国が10兆9138億5400万円，長崎県が874億2500万円でシェアは0.80%，売場面積は全国が14,188,036㎡，長崎県が131,135㎡で0.92%を占めている（表9～11参照）。

表9. 全国各都道府県のセルフ店従業員数

地 域		実 数（人）			対全国シェア（%）		
		昭和39年	昭和49年	昭和54年	39年	49年	54年
全 国		89,429	268,287	453,654	100.00	100.00	100.00
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	3,872	17,346	27,854	4.33	6.47	6.14
	青 森	1,159	2,218	4,334	1.30	0.83	0.96
	岩 手	895	2,538	4,675	1.00	0.95	1.03
	宮 城	1,232	3,258	6,860	1.38	1.21	1.51
	秋 田	1,061	2,564	5,059	1.19	0.96	1.12
	山 形	1,078	3,064	5,420	1.21	1.14	1.19
	福 島	1,619	4,450	6,787	1.81	1.66	1.50
小 計		10,916	35,438	60,989	12.21	13.21	13.44
関 東 東 部	茨 城	1,482	5,843	9,331	1.66	2.18	2.06
	栃 木	893	3,004	6,759	1.00	1.12	1.49
	群 馬	1,430	3,154	6,546	1.60	1.18	1.44
	埼 玉	2,502	12,327	21,870	2.80	4.59	4.82
	千 葉	1,895	9,370	17,770	2.12	3.49	3.92
	東 京	12,299	28,363	42,060	13.75	10.57	9.27
	神 奈 川	3,378	17,284	30,265	3.78	6.44	6.67
小 計		23,879	79,345	134,601	26.70	29.57	29.67
北 信 越	新 潟	1,736	5,576	9,940	1.94	2.08	2.19
	富 山	536	2,537	4,157	0.60	0.95	0.92
	石 川	1,041	2,637	4,728	1.16	0.98	1.04
	福 井	445	2,156	3,730	0.50	0.80	0.82
	山 梨	433	919	2,378	0.48	0.34	0.52
	長 野	1,979	6,195	9,819	2.21	2.31	2.16
小 計		6,170	20,020	34,752	6.90	7.46	7.66
東 海	岐 阜	1,331	3,571	5,839	1.49	1.33	1.29
	静 岡	1,795	7,999	14,552	2.01	2.98	3.21
	愛 知	3,246	14,181	23,237	3.63	5.29	5.12

建 野 堅 誠

地 域		実 数 (店)			対全国シェア (%)		
		昭和 39 年	昭和 49 年	昭和 54 年	39 年	49 年	54 年
東 海	三 重	2,501	4,364	6,522	2.80	1.63	1.44
	小 計	8,873	30,115	50,150	9.92	11.22	11.05
近 畿	滋 賀	504	2,379	4,061	0.56	0.89	0.90
	京 都	837	4,114	9,292	0.94	1.53	2.05
	大 阪	4,086	18,675	30,178	4.57	6.96	6.65
	兵 庫	4,785	14,008	20,541	5.35	5.22	4.53
	奈 良	569	2,030	3,734	0.64	0.76	0.82
	和 歌 山	1,084	2,012	3,967	1.21	0.75	0.87
	小 計	11,865	43,218	71,773	13.27	16.11	15.82
中 国	鳥 取	821	1,995	3,281	0.92	0.74	0.72
	島 根	1,174	2,351	3,427	1.31	0.88	0.76
	岡 山	2,080	4,907	9,089	2.33	1.83	2.00
	広 島	3,689	7,332	12,429	4.13	2.73	2.74
	山 口	1,588	4,570	6,419	1.78	1.70	1.42
	小 計	9,352	21,155	34,645	10.46	7.89	7.64
四 国	徳 島	911	1,500	2,494	1.02	0.56	0.55
	香 川	590	2,156	3,995	0.66	0.80	0.88
	愛 媛	2,079	4,023	6,021	2.32	1.50	1.33
	高 知	1,448	2,139	3,680	1.62	0.80	0.81
	小 計	5,028	9,818	16,190	5.62	3.66	3.57
九 州	福 岡	5,558	9,817	20,017	6.22	3.66	4.41
	佐 賀	987	1,800	2,905	1.10	0.67	0.64
	長 崎	1,740	2,555	4,131	1.95	0.95	0.91
	熊 本	1,463	3,168	6,392	1.64	1.18	1.41
	大 分	951	3,660	5,647	1.06	1.36	1.24
	宮 崎	1,341	4,531	5,356	1.50	1.69	1.18
	鹿 児 島	1,306	3,647	6,106	1.46	1.36	1.35
	小 計	13,346	29,178	50,554	14.92	10.88	11.14

(資料)表8に同じ。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

表 10. 全国各都道府県のセルフ店販売額

地 域		実 数 (百万円)			対全国シェア (%)		
		昭和 39 年	昭和 49 年	昭和 54 年	39 年	49 年	54 年
全 国		392,373	4,247,190	10,913,854	100.00	100.00	100.00
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	15,044	239,663	660,113	3.83	5.64	6.05
	青 森	4,104	23,252	94,241	1.05	0.55	0.86
	岩 手	4,128	39,284	97,985	1.05	0.92	0.90
	宮 城	4,726	50,714	168,181	1.20	1.19	1.54
	秋 田	4,329	32,686	99,929	1.10	0.77	0.92
	山 形	4,285	42,758	113,085	1.09	1.01	1.04
	福 島	6,030	71,199	162,451	1.54	1.68	1.49
小 計		42,646	499,556	1,395,985	10.87	11.76	12.79
関 東	茨 城	5,312	82,111	231,393	1.35	1.93	2.12
	栃 木	3,785	42,668	146,437	0.96	1.00	1.34
	群 馬	5,383	43,753	165,389	1.37	1.03	1.52
	埼 玉	11,388	194,650	567,719	2.90	4.58	5.20
	千 葉	7,680	132,642	437,297	1.96	3.12	4.01
	東 京	66,127	541,857	1,162,610	16.85	12.76	10.65
	神 奈 川	15,773	325,006	858,130	4.02	7.65	7.86
小 計		115,448	1,362,687	3,568,975	29.42	32.08	32.70
北 信 越	新 潟	6,500	63,240	219,840	1.66	1.49	2.01
	富 山	2,125	31,915	87,151	0.54	0.75	0.80
	石 川	4,513	39,098	104,447	1.15	0.92	0.96
	福 井	1,596	29,278	81,801	0.41	0.69	0.74
	山 梨	1,526	13,762	65,319	0.39	0.32	0.60
	長 野	10,231	87,491	229,553	2.61	2.06	2.10
	小 計		26,491	264,784	788,111	6.75	6.23
東 海	岐 阜	5,442	55,594	139,787	1.39	1.31	1.28
	静 岡	6,547	109,293	321,822	1.67	2.57	2.95
	愛 知	15,159	248,303	573,947	3.86	5.85	5.26
	三 重	9,243	71,257	149,780	2.36	1.68	1.37
	小 計		36,391	484,447	1,185,336	9.27	11.41
近 畿	滋 賀	3,459	43,575	106,686	0.88	1.03	0.98
	京 都	4,084	79,149	215,725	1.04	1.86	1.98

建 野 堅 誠

地 域		実 数 (百万円)			対全国シェア (%)		
		昭和39年	昭和49年	昭和54年	39年	49年	54年
近畿	大阪	24,051	378,836	768,410	6.13	8.92	7.04
	兵庫	29,760	261,849	542,447	7.58	6.17	4.97
	奈良	3,003	41,459	103,923	0.77	0.98	0.95
	和歌山	5,371	32,343	84,968	1.37	0.76	0.78
	小計	69,728	837,211	1,822,159	17.78	19.71	16.70
中国	鳥取	2,848	28,407	72,899	0.73	0.67	0.67
	島根	3,833	30,590	69,560	0.98	0.72	0.64
	岡山	7,894	74,703	187,994	2.01	1.76	1.72
	広島	16,257	117,375	280,212	4.14	2.76	2.57
	山口	4,927	60,526	140,940	1.26	1.43	1.29
小計	35,759	311,601	751,605	9.11	7.34	6.89	
四国	徳島	2,907	20,111	55,484	0.74	0.47	0.51
	香川	2,127	25,962	99,551	0.54	0.61	0.91
	愛媛	6,323	55,198	136,927	1.61	1.30	1.25
	高知	5,159	28,734	76,349	1.31	0.68	0.70
	小計	16,516	130,005	368,311	4.21	3.06	3.37
九州	福岡	24,022	153,382	431,949	6.12	3.61	3.96
	佐賀	3,240	22,968	54,922	0.83	0.54	0.50
	長崎	6,262	30,281	87,425	1.60	0.71	0.80
	熊本	3,934	33,885	124,083	1.00	0.80	1.14
	大分	3,505	37,699	105,200	0.89	0.89	0.96
	宮崎	4,012	38,191	102,640	1.02	0.90	0.94
	鹿児島	4,417	40,490	127,150	1.13	0.95	1.17
	小計	49,392	356,896	1,033,369	12.59	8.40	9.47

(資料)表8に同じ。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

表 11. 全国各都道府県のセルフ店売場面積

地 域		実 数 (㎡)			対全国シェア (%)		
		昭和 39 年	昭和 49 年	昭和 54 年	39 年	49 年	54 年
全 国		1,341,940	7,877,512	14,188,036	100.00	100.00	100.00
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	63,506	444,245	868,667	4.73	5.64	6.12
	青 森	22,192	69,677	144,902	1.65	0.88	1.02
	岩 手	12,656	73,622	119,776	0.94	0.93	0.84
	宮 城	16,699	96,281	211,136	1.24	1.22	1.49
	秋 田	12,101	63,774	124,045	0.90	0.81	0.87
	山 形	14,238	78,174	160,069	1.06	0.99	1.13
	福 島	18,669	140,242	217,273	1.39	1.78	1.53
小 計		160,061	966,015	1,845,868	11.93	12.26	13.01
関 東 東	茨 城	21,242	164,792	289,595	1.58	2.09	2.04
	栃 木	13,500	95,891	259,515	1.01	1.22	1.83
	群 馬	18,163	89,261	227,576	1.35	1.13	1.60
	埼 玉	39,940	318,429	666,172	2.98	4.04	4.70
	千 葉	28,986	247,075	552,990	2.16	3.14	3.90
	東 京	177,829	709,801	1,078,132	13.25	9.01	7.60
	神 奈 川	45,510	478,383	951,729	3.39	6.07	6.71
小 計		345,170	2,103,632	4,025,709	25.72	26.70	28.37
北 信 越	新 潟	24,946	144,084	274,286	1.86	1.83	1.93
	富 山	7,627	82,460	135,963	0.57	1.05	0.96
	石 川	14,775	93,792	171,196	1.10	1.19	1.21
	福 井	5,644	68,423	122,887	0.42	0.87	0.87
	山 梨	9,424	29,464	84,753	0.70	0.37	0.60
	長 野	27,721	160,227	324,577	2.07	2.03	2.29
小 計		90,137	578,450	1,113,662	6.72	7.34	7.85
東 海	岐 阜	21,479	110,613	202,852	1.60	1.40	1.43
	静 岡	24,193	247,824	440,718	1.80	3.15	3.11
	愛 知	58,915	487,883	809,872	4.39	6.19	5.71
	三 重	34,778	138,627	231,814	2.59	1.76	1.63
小 計		139,365	984,947	1,685,256	10.39	12.50	11.88
近 畿	滋 賀	7,689	73,700	137,918	0.57	0.94	0.97
	京 都	14,073	123,879	269,036	1.05	1.57	1.90

建 野 堅 誠

地 域		実 数 (㎡)			対全国シェア (%)		
		昭和39年	昭和49年	昭和54年	39年	49年	54年
近畿	大阪	55,472	581,029	873,798	4.13	7.38	6.15
	兵庫	59,782	389,850	598,996	4.45	4.95	4.22
	奈良	14,955	61,283	123,553	1.11	0.78	0.87
	和歌山	19,235	76,421	127,133	1.43	0.97	0.90
	小計	171,206	1,306,162	2,130,434	12.76	16.58	15.02
中国	鳥取	13,000	59,029	91,157	0.97	0.75	0.64
	島根	15,496	66,477	109,872	1.15	0.84	0.77
	岡山	29,172	131,677	309,823	2.17	1.67	2.18
	広島	52,044	208,609	401,600	3.88	2.65	2.83
	山口	25,345	140,313	213,478	1.89	1.78	1.50
小計	135,057	606,105	1,125,930	10.06	7.69	7.94	
四国	徳島	18,247	55,136	97,864	1.36	0.70	0.69
	香川	14,045	72,397	164,686	1.05	0.92	1.16
	愛媛	45,100	141,112	213,725	3.36	1.79	1.51
	高知	26,503	59,239	92,301	1.98	0.75	0.65
	小計	103,895	327,884	568,576	7.74	4.16	4.01
九州	福岡	82,133	370,737	722,814	6.12	4.71	5.09
	佐賀	12,369	54,398	86,625	6.92	0.69	0.61
	長崎	24,989	68,972	131,135	1.86	0.88	0.92
	熊本	23,061	141,573	183,518	1.72	1.80	1.29
	大分	14,556	135,049	208,429	1.08	1.71	1.47
	宮崎	22,382	146,860	186,343	1.67	1.86	1.31
	鹿児島	17,559	86,728	173,737	1.31	1.10	1.22
小計	197,049	1,004,317	1,692,601	14.68	12.75	11.93	

(資料)表8に同じ。

これらのシェアを長崎県の人口対全国シェア1.40%と比べてみると、商店数では若干低い数値にとどまっているが、従業者数、販売額、売場面積ではかなり低い数値となっており、各都道府県別の順位でも人口の第25位に対して、商店数第29位、従業者数第35位、販売額第37位、売場面積第35位

とかなり後退しているのが目立っている。

また、セルフ店と小売業全体の商業力をそれを測定する有力な基準である販売額で比較してみると、長崎県の販売額対全国シェアはセルフ店0.80%、小売業1.13%で、セルフ店が小売業全体よりも相対的に低くなっている。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

以上のことから、長崎県のセルフ店の全国的地位は、人口・小売業全体に比べてさらに低位にあると言える。つぎに、セルフ店の構造を示す各指標が昭和39年から昭和54年にかけてどのように変化してきたかをみることにする⁴⁾(表12参照)。

表12. 全国各都道府県のセルフサービス店の商店数・従業者数・販売額・売場面積の推移(昭和39～54年)

地 域		商店数		従業者数		販売額		売場面積	
		増加率(%)	順位	増加率(%)	順位	増加率(%)	順位	増加率(%)	順位
全 国		427.2		407.3		2,681.5		957.3	
北 海 道 ・ 東 北	北 海 道	711.0	2	619.4	11	4,287.9	8	1,267.9	13
	青 森	255.2	39	273.9	35	2,196.3	33	552.9	41
	岩 手	430.4	24	422.3	20	2,273.7	30	846.4	27
	宮 城	655.1	3	456.8	18	3,458.6	14	1,164.4	15
	秋 田	462.5	18	376.8	23	2,208.4	32	925.1	24
	山 形	443.2	22	402.8	21	2,539.1	25	1,024.2	21
	福 島	529.6	11	319.2	31	2,594.0	24	1,063.8	19
小 計		564.1		458.7		3,173.4		1,053.2	
関 東	茨 城	632.8	6	529.6	15	4,256.0	9	1,263.3	15
	栃 木	605.8	7	656.9	9	3,768.9	12	1,822.3	3
	群 馬	650.0	4	357.8	25	2,972.4	20	1,153.0	16
	埼 玉	601.9	8	774.1	4	4,885.2	5	1,567.9	9
	千 葉	784.2	1	837.7	2	5,594.0	1	1,807.8	5
	東 京	279.2	38	242.0	38	1,658.1	40	506.3	42
	神 奈 川	513.0	12	795.9	3	5,340.5	2	1,991.3	2
小 計		481.2		463.7		2,991.4		1,066.3	
北 信 越	新 潟	448.8	21	472.6	17	3,282.2	16	999.5	22
	富 山	500.0	14	675.6	8	4,001.2	11	1,682.7	8
	石 川	361.4	31	354.2	26	2,214.4	31	1,058.7	20
	福 井	544.0	10	738.2	5	5,025.4	4	2,077.3	1
	山 梨	350.0	32	449.2	19	4,180.4	10	799.3	29
	長 野	456.9	19	396.2	22	2,143.7	34	1,070.9	18
小 計		443.2		463.2		2,875.0		1,135.5	
東 海	岐 卓	432.8	23	338.7	27	2,468.7	26	844.4	28
	静 岡	589.5	9	710.7	6	4,815.6	6	1,721.7	6
	愛 知	468.6	17	615.9	12	3,686.2	13	1,274.6	12

建 野 堅 誠

地 域		商 店 数		従 業 者 数		販 売 額		売 場 面 積	
		増加率(%)	順位	増加率(%)	順位	増加率(%)	順位	増加率(%)	順位
東 海	三 重	166.7	45	160.8	44	1,520.5	43	566.6	39
	小 計	422.5		465.2		3,157.2		109.2	
近 畿	滋 賀	333.3	35	705.8	7	2,984.2	19	1,693.7	7
	京 都	633.3	5	1,010.2	1	5,182.2	3	1,811.7	4
	大 阪	479.1	15	638.6	10	3,094.9	17	1,475.2	10
	兵 庫	400.0	26	329.3	30	1,722.7	37	902.0	25
	奈 良	331.8	36	556.2	14	3,360.6	15	726.2	33
	和 歌 山	234.2	41	266.0	36	1,482.0	44	560.9	40
	小 計	428.4		504.9		2,513.2		1,144.4	
中 国	鳥 取	470.4	16	299.6	33	2,459.7	27	601.2	37
	島 根	337.2	34	191.9	41	1,714.8	38	609.0	36
	岡 山	379.0	28	337.0	28	2,281.5	29	962.1	23
	広 島	377.6	29	236.9	39	1,623.6	41	671.7	35
	山 口	419.0	25	304.2	32	2,760.6	23	742.3	31
小 計	387.0		270.5		2,001.9		733.7		
四 国	徳 島	252.9	40	173.8	43	1,808.6	36	436.3	43
	香 川	453.1	20	577.1	13	4,580.3	7	1,072.6	17
	愛 媛	170.5	44	189.6	42	2,065.5	35	373.9	45
	高 知	143.3	46	154.1	45	1,379.9	45	248.3	46
小 計	230.1		222.0		2,130.0		447.3		
九 州	福 岡	376.0	30	260.1	37	1,698.1	39	780.1	30
	佐 賀	300.0	37	194.3	40	1,595.1	42	600.3	38
	長 崎	208.6	42	137.4	46	1,296.1	46	424.8	44
	熊 本	348.4	33	336.9	29	3,054.1	18	695.8	34
	大 分	504.7	13	493.8	16	2,901.4	21	1,331.9	11
	宮 崎	203.1	43	299.4	34	2,458.3	28	732.6	32
	鹿 児 島	391.7	27	367.5	24	2,778.7	22	889.4	26
小 計	331.3		278.8		1,992.2		759.0		

(資料)表8~11より算出。

まず、商店数についてみると、全国が427.2%増加しているのに対して、長崎県は全国平均をかなり下回る208.6%増であり、これは、高知県(143.3

%増)、三重県(166.7%増)、愛媛県(170.5%増)、宮崎県(203.1%増)につぐ下から5番目の増加率となっている。

長崎県のセルフサービス店の全国的な位置づけとその特徴

従業者数については全国が407.3%増、長崎県が137.4%増で、これも全国平均を大きく下回り、各都道府県別では最低の増加率である。

販売額では全国が2,681.5%増、長崎県が1,296.1%増で、これもまた全国平均を大幅に下回り、各都道府県の中では最下位という状況である。

さらに、売場面積についてみると、全国が957.3%増加しているのに対して、長崎県は424.8%の増加にとどまっており、長崎県を下回っているのは、高知県(248.3%増)と愛媛県(373.9%増)の2県にすぎない。

以上のように、セルフ店の構造を示す諸指標の増加率は、長崎県の場合相対的に著しく低くなっている。したがって、長崎県のセルフ店の全国的地位(昭和54年)は、昭和39年当時に比べてかなり低下してきていると思われる。

ところで、以上の動向をこれまでと同様に前期(昭和39~49年)と後期(昭和49~54年)に分けてみると、表13~16のようになる。これらによると、長崎県は、商店数で前期が6.5%増(年平均、以下同じ)、後期が10.5%増(年平均、以下同じ)、従業者数で前期が3.9%増、後期が10.1%増、販売額で前期が17.1%増、後期が23.6%増、売場面積で前期が10.7%増、後期が13.7%増と、いずれの指標についても後期が前期を上回っている。そして、長崎県は、前期においてはいずれの指標でも全国平均を下回り、また、各都道府県との関連で捉えてもいずれも「低成長」という低い伸びにとどまっていたのに対して、後期には従業者数を除く3指標で全国平均を上回り、各都道府県との関連でも「平均的成長」へと上昇して

いる。

以上のことから、長崎県のセルフ店の全国的地位(昭和54年)は、昭和49年以降若干高まってきていることがわかる。しかし、すでにみてきたように、その地位は、昭和39年当時に比べるとまだかなり低くなっている。

建 野 堅 誠

表 13. 各都道府県のセルフ店商店数成長性

()内の数値は年平均伸び率(前期, 後期)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	茨城(14.4, 13.7), 栃木(15.2, 11.4), 群馬(15.3, 12.6), 埼玉(14.0, 13.6), 千葉(17.6, 11.9), 福井(14.0, 11.6)
2	高 成 長	平均的成長	宮城(17.3, 9.0), 福島(15.3, 8.7), 神奈川(13.9, 10.8), 富山(14.0, 10.2), 静岡(15.5, 10.2), 大分(14.0, 10.3)
3	高 成 長	低 成 長	北海道(18.9, 7.5), 秋田(15.0, 6.8), 新潟(14.6, 7.1), 長野(15.3, 6.1), 鳥取(14.3, 8.4), 山口(14.6, 5.8)
4	平均的成長	高 成 長	京都(12.7, 17.2), 大阪(12.6, 12.1)
5	平均的成長	平均的成長	山形(12.7, 10.4), 石川(11.5, 9.2), 岐阜(12.8, 9.8), 愛知(12.9, 11.1), 岡山(11.8, 9.4), 香川(13.3, 9.6), 福岡(12.1, 8.7)
6	平均的成長	低 成 長	岩手(13.6, 8.1), 兵庫(12.8, 8.4), 島根(12.3, 6.5), 佐賀(12.3, 4.6)
7	低 成 長	高 成 長	山梨(9.4, 12.9), 滋賀(8.0, 14.9), 奈良(9.2, 12.4), 広島(10.5, 12.0), 熊本(9.9, 11.8), 鹿児島(10.0, 13.6)
8	低 成 長	平均的成長	東京(9.6, 8.8), 和歌山(8.1, 8.9), 徳島(8.1, 10.2), 愛媛(5.4, 9.9), 長崎(6.5, 10.5)
9	低 成 長	低 成 長	青森(9.1, 8.2), 三重(6.0, 8.4), 高知(5.3, 7.8), 宮崎(9.0, 5.0)

<備考> 全国(12.7, 9.7), 北海道・東北(16.3, 8.0), 関東(13.1, 11.2), 北信越(14.0, 8.0), 東海(12.4, 10.3), 近畿(11.9, 11.4), 中国(12.1, 9.2), 四国(7.7, 9.5), 九州(10.7, 9.4)。

[平均] 前期12.2%増, 後期9.9%増。

[標準偏差] 前期3.2042, 後期2.5952。

(資料)表8より算出。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

表 14. 各都道府県のセルフ店従業者数成長性

()内の数値は年平均伸び率(前期, 後期)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	千葉(17.3, 13.7), 京都(17.3, 17.7), 香川(13.8, 13.1)
2	高 成 長	平均的成長	埼玉(17.3, 12.1), 神奈川(17.7, 11.9), 富山(16.8, 10.4), 福井(17.1, 11.6), 静岡(16.1, 12.7), 愛知(15.9, 10.4), 滋賀(16.8, 11.3), 奈良(13.6, 13.0)
3	高 成 長	低 成 長	北海道(16.2, 9.9), 茨城(14.7, 9.8), 大阪(16.4, 10.1) 大分(14.4, 9.1)
4	平均的成長	高 成 長	宮城(10.2, 16.1), 秋田(9.2, 14.6), 栃木(12.9, 17.6)
5	平均的成長	平均的成長	岩手(11.0, 13.0), 山形(11.0, 12.1), 新潟(12.4, 12.3), 石川(9.7, 12.4), 岐阜(10.4, 10.3), 鳥取(9.3, 10.5), 鹿児島(10.8, 10.9)
6	平均的成長	低 成 長	福島(10.6, 8.8), 長野(12.1, 9.6), 兵庫(11.3, 8.0) 山口(11.1, 7.0), 宮崎(12.9, 3.4)
7	低 成 長	高 成 長	青森(6.7, 14.3), 群馬(8.2, 15.7), 山梨(7.8, 20.9) 和歌山(6.4, 14.5), 福岡(5.9, 15.3), 熊本(8.0, 15.1)
8	低 成 長	平均的成長	岡山(9.0, 13.1), 広島(7.1, 11.1), 徳島(5.1, 10.7) 高知(4.0, 11.5)
9	低 成 長	低 成 長	東京(8.7, 8.2), 三重(5.7, 8.4), 島根(7.2, 7.8), 愛媛(6.8, 8.4), 佐賀(6.2, 10.0), 長崎(3.9, 10.1)

<備考> 全国(11.6, 11.1), 北海道・東北(12.5, 11.5), 関東(12.8, 11.1), 北信越(12.5, 11.7), 東海(13.0, 10.7), 近畿(13.8, 10.7), 中国(8.5, 10.4), 四国(6.9, 10.5), 九州(8.1, 11.6)。
 [平均] 前期11.2%増, 後期11.7%増。
 [標準偏差] 前期4.0850, 後期3.1267。
 (資料)表9より算出。

建 野 堅 誠

表 15. 各都道府県のセルフ店販売額成長性

()内の数値は年平均伸び率(前期, 後期)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	千葉(33.0, 26.9)
2	高 成 長	平均的成長	北海道(31.9, 22.5), 茨城(31.5, 23.0), 埼玉(32.8, 23.9), 神奈川(35.3, 21.4), 福井(33.8, 22.8), 富山(31.1, 22.3), 静岡(32.5, 24.1), 京都(34.5, 22.2)
3	高 成 長	低 成 長	愛知(32.3, 18.2), 滋賀(28.8, 19.6), 大阪(31.7, 15.2), 奈良(30.0, 20.2)
4	平均的成長	高 成 長	宮城(26.8, 27.1), 栃木(27.4, 28.0), 新潟(25.5, 28.3), 山梨(24.6, 36.5), 香川(28.4, 30.8), 熊本(24.0, 29.6), 鹿児島(24.8, 25.7)
5	平均的成長	平均的成長	山形(25.9, 21.5), 石川(24.1, 21.7), 鳥取(25.9, 20.7), 大分(26.8, 22.8), 宮崎(25.3, 21.9)
6	平均的成長	低 成 長	岩手(25.3, 20.1), 福島(28.0, 17.9), 岐阜(26.2, 20.3), 兵庫(24.3, 15.7), 岡山(25.2, 20.3), 山口(28.5, 18.4), 愛媛(24.2, 19.9)
7	低 成 長	高 成 長	青森(18.9, 32.3), 秋田(22.4, 25.0), 群馬(23.3, 30.5)
8	低 成 長	平均的成長	長野(23.9, 21.3), 和歌山(19.7, 21.3), 徳島(21.3, 22.5), 高知(18.7, 21.6), 福岡(20.4, 23.0), 長崎(17.1, 23.6)
9	低 成 長	低 成 長	東京(23.4, 16.5), 三重(22.7, 16.0), 島根(23.1, 17.9), 広島(21.9, 19.0), 佐賀(21.6, 19.0)

<備考> 全国(26.9, 20.8), 北海道・東北(27.9, 22.8), 関東(28.0, 21.2), 北信越(25.9, 24.4), 東海(29.5, 19.6), 近畿(28.2, 16.8), 中国(24.2, 19.3), 四国(22.9, 23.2), 九州(21.9, 23.7)。

[平均] 前期26.3%増, 後期22.6%増。

[標準偏差] 前期4.5266, 後期4.4972。

(資料)表10より算出。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

表 16. 各都道府県のセルフ店売場面積成長性

()内の数値は年平均伸び率(前期, 後期)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	栃木(21.7, 22.0), 埼玉(23.1, 15.9), 千葉(23.9, 17.5), 京都(24.3, 16.8)
2	高 成 長	平均的成長	北海道(21.5, 14.4), 茨城(22.7, 11.9), 神奈川(26.5, 14.7), 福井(28.3, 12.4), 静岡(26.2, 12.2), 滋賀(25.4, 13.4)
3	高 成 長	低 成 長	福島(22.3, 9.2), 富山(26.9, 10.5), 愛知(23.5, 10.7) 大阪(26.5, 8.5), 大分(25.0, 9.1)
4	平均的成長	高 成 長	宮城(19.1, 17.0), 山形(18.6, 15.4), 群馬(17.3, 20.6), 長野(19.2, 15.2), 香川(17.8, 17.9)
5	平均的成長	平均的成長	秋田(18.1, 14.2), 新潟(19.2, 13.7), 石川(20.3, 12.8), 岐阜(17.8, 12.9), 鹿児島(17.3, 14.9)
6	平均的成長	低 成 長	岩手(19.3, 10.2), 兵庫(20.6, 9.0), 山口(18.7, 8.8) 熊本(19.9, 5.3), 宮崎(20.7, 4.9)
7	低 成 長	高 成 長	青森(12.1, 15.8), 山梨(12.1, 23.5), 奈良(15.1, 15.1), 岡山(16.3, 18.7)
8	低 成 長	平均的成長	広島(14.9, 14.0), 徳島(11.7, 12.2), 福岡(16.3, 14.3), 長崎(10.7, 13.7)
9	低 成 長	低 成 長	東京(14.8, 8.7), 三重(14.8, 10.8), 和歌山(14.8, 10.7), 鳥取(16.3, 9.1), 島根(15.7, 10.6), 愛媛(12.1, 8.7), 高知(8.4, 9.3), 佐賀(16.0, 9.8)

<備考> 全国(19.4, 12.5), 北海道・東北(19.7, 13.8), 関東(19.8, 13.9), 北信越(20.4, 14.0), 東海(21.6, 11.3), 近畿(22.5, 10.3), 中国(16.2, 13.2), 四国(12.2, 11.6), 九州(17.7, 11.0)。

[平均] 前期19.0%増, 後期13.0%増。

[標準偏差] 前期4.7546, 後期3.9713。

(資料)表11より算出。

4. 小売業販売額に占めるセルフサービス店のシェアからみた長崎県のセルフサービス店の諸特徴

図1は、小売業販売額（自動車小売業・燃料小売業を除く）に占めるセルフ店のシェアを各都道府県別にみたものである。これによると、昭和54年の全国そのシェアは18.43%で、これを各都道府県別にみると、埼玉県の26.13%を最高に17県で20%を超え、最も低いのは青森県の12.74%で、長崎県はこの青森県について低い13.05%にとどまっている。

つぎに、昭和39年から昭和54年までのセルフ店のシェアの増加の状況をみると、全国ではその間に284.8%増加してきている（表17参照）。これを各都道府県別にみると、最も増加率の高いのは京都府の673.9%増で、以下、福井県（603.6%増）、静岡県（583.7%増）、神奈川県（578.9%増）、北海道（510.6%増）などが高くなっており、逆に低いのは、長崎県（109.1%増）、高知県（112.7%増）、広島県（115.7%増）、和歌山県（131.0%増）、佐賀県（131.7%増）などであり、長崎県の増加率は各都道府県の中で最低となっている。

なお、この増加率について若干補足しておく。増加率の高いところは総じて昭和39年のそのシェアが相対的に低く、逆に、増加率の低いところは総じて昭和39年のそのシェアが相対的に高くなっているということである。たとえば、増加率の高い京都府（昭和39年のそのシェア1.99%、以下同

表17. 小売業販売額に占めるセルフ店のシェアの増加状況（昭和39～54年）

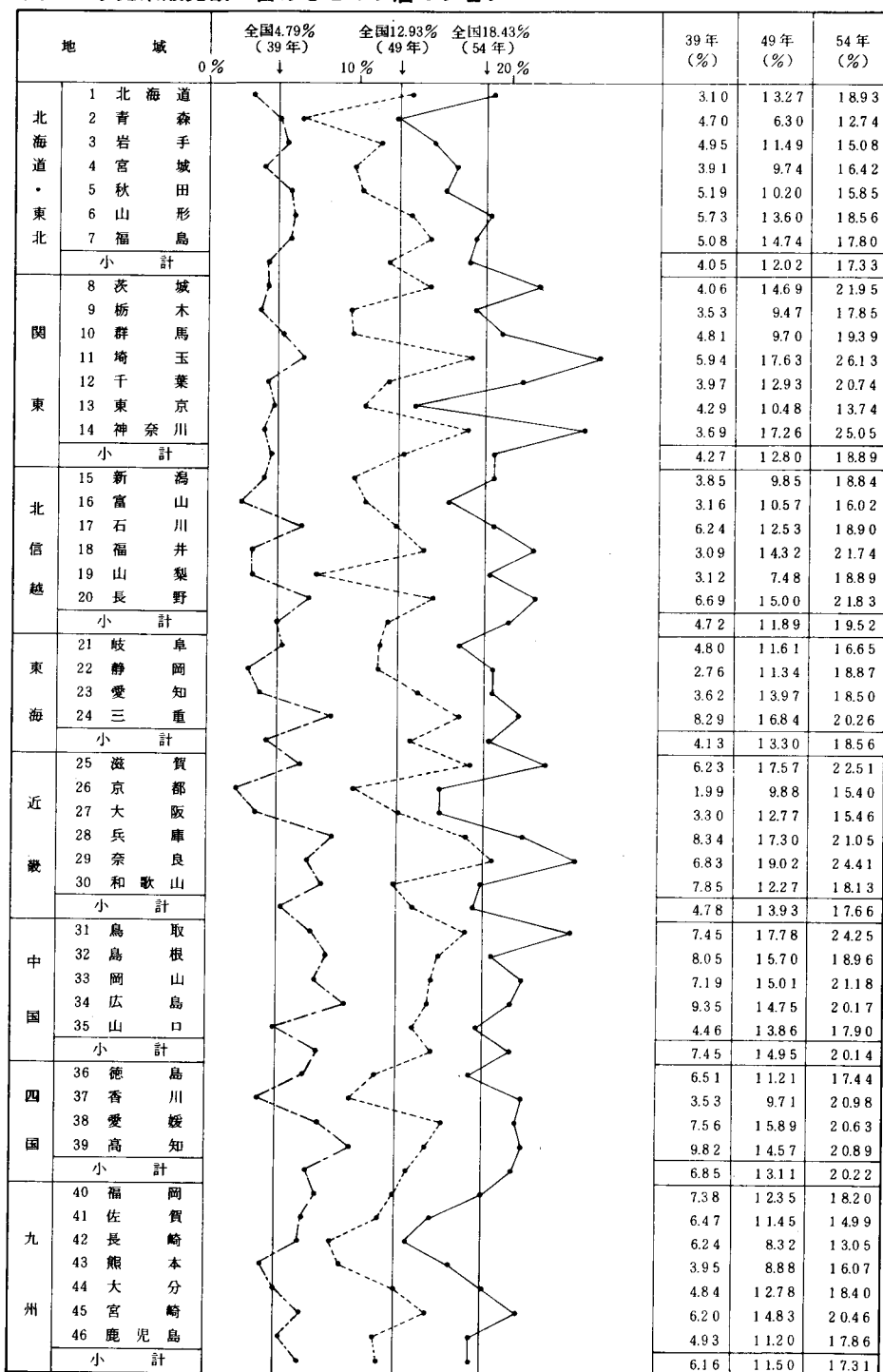
地 域		増加率 (%)	地 域		増加率 (%)
全 国		284.8	28	鳥 取	225.5
1	京 都	673.9	29	山 形	223.9
2	福 井	603.6	30	東 京	220.3
3	静 岡	583.7	31	秋 田	205.4
4	神奈川	578.9	32	岩 手	204.6
5	北海道	510.6	33	石 川	202.9
6	山 梨	505.4	34	岡 山	194.6
7	香 川	494.3	35	愛 媛	172.9
8	茨 城	440.6	36	青 森	171.1
9	千 葉	422.4	37	徳 島	167.9
10	愛 知	411.0	38	兵 庫	152.4
11	富 山	407.0	39	福 岡	146.6
12	栃 木	405.7	40	三 重	144.4
13	新 潟	389.4	41	島 根	135.5
14	大 阪	368.5	42	佐 賀	131.7
15	埼 玉	339.9	43	和歌山	131.0
16	宮 城	319.9	44	広 島	115.7
17	熊 本	306.8	45	高 知	112.7
18	群 馬	303.1	46	長 崎	109.1
19	山 口	301.3	北海道・東北		327.9
20	大 分	280.2	関 東		342.4
21	鹿 児 島	262.3	北 信 越		313.6
22	滋 賀	261.3	東 海		349.4
23	奈 良	257.4	近 畿		269.5
24	福 島	250.4	中 国		170.3
25	岐 阜	246.9	四 国		195.2
26	宮 崎	230.0	九 州		181.0
27	長 野	226.3			

（注） 増加率の高い順。

（資料）表4と表10より算出。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

図1. 小売業販売額に占めるセルフ店のシェア



(注) ----- 昭和39年, 昭和49年, —— 昭和54年

(資料) 表4と表10より作成。

建 野 堅 誠

じ)、福井県(3.09%)、静岡県(2.76%)、神奈川県(3.69%)、北海道(3.10%)などは全国(4.79%)よりかなり低く、逆に、増加率の低い長崎県(6.24%)、高知県(9.82%)、広島県(9.35%)、和歌山県(7.85%)、佐賀県(6.47%)などは全国よりかなり高くなっている。

さらに、この増加率を小売業販売額増加率とセルフ店販売額増加率(各々をこれまで前後期の増加率の分析で使用した3段階評価法で評価して)との関連で捉えてみると、シェアの増加率の高い京都、福井、静岡、神奈川、北海道、山梨、香川、茨城、千葉、愛知の上位10都道府県においては、すべてセルフ店販売額は「高成長」(相対的に高い伸び)であるが、小売業販売額は、京都府、静岡県、北海道、山梨県が「低成長」、福井県、神奈川県、香川県、茨城県、愛知県が「平均的成長」、千葉県が「高成長」で、千葉県を除いてすべて小売業販売額増加率が平均的かそれ以下となっており、これがこれらの都道府県の小売業販売額に占めるセルフ店のシェアの増加率を相対的に高くしている(表18参照)。一方、この増加率が相対的に低い長崎、高知、広島、和歌山、佐賀、島根、三重、福岡、兵庫、徳島の下位10県では、セルフ店販売額はすべて「低成長」、小売業販売額は、長崎県、高知県、和歌山県、三重県、徳島県が「低成長」、広島県、佐賀県、島根県、福岡県、兵庫県が「平均的成長」となっている。このことから、長崎県のこのシェアの増加率が相対的に低いのは、小売業販売額・セルフ店販売額とも相対的に増加率が低く、しかもセルフ店販売額増加率が小売業販売額増加率に比べてあまり高くないから

だということがわかる(長崎県のセルフ店販売額増加率/小売業販売額増加率は2.28倍であるが、これは46都道府県中最低となっている)。

ところで、以上みてきたことをこれまでと同様に前期と後期に分けてみると、全国では前期が10.4%増(年平均、以下同じ)、後期が7.3%増(年平均、以下同じ)で、後期になってこのシェアの増加率が鈍化してきている(表19参照)。また、これをブロック別にみると、北海道・東北、関東、東海、近畿、中国の各地域では全国と同様に前期が後期を上回っているが、北信越、四国、九州の3地域では後期が前期を上回っているのが特徴的である。さらにまた、これを各都道府県別にみると、29の都道府県では前期が後期を上回り、後期が前期を上回っているのは17県となっている。長崎県の場合、前期が2.9%増(最低)、後期が9.4%増で、また、各都道府県との関連では前期が「低成長」、後期が「平均的成長」と分類され、絶対的にも相対的にも後期の増加率が高くなっている。

以上のことをここで整理すると以下のようなになる。

長崎県においては、小売業販売額に占めるセルフ店のシェアは昭和39年の段階では6.24%であった(各都道府県別順位では第15位)。ところが、その後のこのシェアの増加率が著しく低く、昭和49年には8.32%を占めるに至ったものの、順位では第44位と大きく後退することになった。そして昭和49年から昭和54年にかけてこのシェアの増加率が絶対的にも相対的にも上昇し、54年にはそのシェアは13.05%まで高まったが、順位では第45位と

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

表 18. 小売業販売額増加率とセルフ店販売額増加率の関係（昭和 39～54 年）

	小売業販売額増加率	セルフ店販売額増加率	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	埼玉（4.73），千葉（5.66）
2	高 成 長	平均的成長	宮城（4.62），滋賀（3.96），奈良（3.87）
3	高 成 長	低 成 長	青森（2.94）
4	平均的成長	高 成 長	茨城（6.04），栃木（5.66），神奈川（7.62），富山（5.65）， 福井（7.98），愛知（5.76），香川（6.65）
5	平均的成長	平均的成長	山形（3.55），福島（3.88），群馬（4.49），岐阜（3.86）， 鳥取（3.58），熊本（4.52），大分（4.21），宮崎（3.64）， 鹿児島（4.00）
6	平均的成長	低 成 長	岩手（3.35），秋田（3.37），石川（3.34），兵庫（2.77）， 島根（2.56），岡山（3.22），広島（2.32），愛媛（2.98）， 福岡（2.70），佐賀（2.53）
7	低 成 長	高 成 長	北海道（6.93），山梨（6.88），静岡（7.77），京都（8.91）
8	低 成 長	平均的成長	新潟（5.54），大阪（5.32），山口（4.51）
9	低 成 長	低 成 長	東京（3.69），長野（3.65），三重（2.70），和歌山（2.54）， 徳島（2.96），高知（2.32），長崎（2.28）

（注） 1） 増加率は年平率的になおさないでそのまま 3 段階評価した。評価法は表 3 の（注）参照のこと。

2） （ ）内の数値はセルフ店販売額増加率を小売業販売額増加率で除した値である。

（資料）表 5 と表 12 より算出。

建 野 堅 誠

表 19. 各都道府県の小売業販売額に占めるセルフ店のシェアの増加の状況

()内の数値は年平均伸び率(前期, 後期)

	49 / 39	54 / 49	都 道 府 県
1	高 成 長	高 成 長	静岡(15.2, 10.7)
2	高 成 長	平均的成長	北海道(15.7, 7.4), 茨城(13.7, 8.4), 埼玉(11.5, 8.2) 千葉(12.5, 9.9), 神奈川(16.7, 7.7), 富山(12.8, 8.7) 福井(16.6, 8.7), 京都(17.4, 9.3)
3	高 成 長	低 成 長	愛知(14.5, 5.8), 大阪(14.5, 3.9), 山口(12.0, 5.2)
4	平均的成長	高 成 長	宮城(9.6, 11.0), 栃木(10.4, 13.5), 新潟(9.8, 13.8) 山梨(9.1, 20.4), 香川(10.6, 16.7), 熊本(8.4, 12.6)
5	平均的成長	平均的成長	長野(8.4, 7.8), 岐阜(9.2, 7.5), 大分(10.2, 7.6), 宮崎(9.1, 6.6), 鹿児島(8.6, 9.8)
6	平均的成長	低 成 長	岩手(8.8, 5.6), 山形(9.0, 6.4), 福島(11.2, 3.8) 東京(9.3, 5.6), 滋賀(10.9, 5.1), 奈良(10.8, 5.1) 鳥取(9.1, 6.4)
7	低 成 長	高 成 長	青森(3.0, 15.1), 群馬(7.3, 14.9)
8	低 成 長	平均的成長	秋田(7.0, 9.2), 石川(7.2, 8.6), 和歌山(4.6, 8.1) 岡山(7.6, 7.1), 徳島(5.6, 9.2), 高知(4.0, 7.5) 福岡(5.3, 8.1), 長崎(2.9, 9.4)
9	低 成 長	低 成 長	三重(7.3, 3.8), 兵庫(7.6, 4.0), 島根(6.9, 3.8) 広島(4.7, 6.5), 愛媛(7.7, 5.4), 佐賀(5.9, 5.5)

<備考> 全国(10.4, 7.3), 北海道・東北(11.5, 7.6), 関東(11.6, 8.1), 北信越(9.7, 10.4), 東海(12.4, 6.9), 近畿(11.3, 4.9), 中国(7.2, 6.1), 四国(6.7, 9.1) 九州(6.4, 8.5)。

[平均] 前期9.6%増, 後期3.6%増。

[標準偏差] 前期3.5917, 後期3.5715。

(資料)図1より算出。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

さらに低下しているというのが実状である。

5. 効率性指標からみた長崎県の
セルフサービス店の地位・動向
とその特徴

表20は、セルフ店の効率性を示す7つの指標に

ついて、全国を1.00とした場合の各都道府県の比率（昭和54年）を一覧表にまとめたものである。

これによれば、長崎県の各指標の対全国比率は、人口1人当たり販売額（以下、吸引度）で0.57、人口1人当たり売場面積（売場面積密度）で0.66、売場面積1㎡当たり販売額（売場効率）で0.87、

表20. 全国各都道府県のセルフ店の効率性指標の対全国水準（全国 = 1.00）

地 域	人口1人当 たり販売額 (吸引度)	人口1人当 たり売場面 積(売場面 積密度)	売場面積1 ㎡当たり販 売額(売場 効率)	1店当たり 売場面積 (店舗規模)	人口1人当 たり商店数 (店舗密度)	売場面積1 ㎡当たり従 業者数(人 的サービス率)	従業者1人 当たり販売 額(労働生 産性)	
全 国	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
北 海 道	北 海 道	1.25	1.27	0.99	0.69	1.85	1.00	0.99
	青 森	0.64	0.76	0.85	0.95	0.80	0.94	0.90
	岩 手	0.72	0.67	1.06	0.66	1.02	1.22	0.87
	宮 城	0.87	0.84	1.04	0.77	1.09	1.02	1.02
	秋 田	0.82	0.79	1.05	0.74	1.06	1.28	0.82
	山 形	0.95	1.03	0.92	0.90	1.14	1.06	0.87
	福 島	0.84	0.86	0.97	0.86	1.00	0.98	0.99
小 計	0.97	0.99	0.98	0.75	1.32	1.03	0.95	
関 東	茨 城	0.97	0.93	1.04	0.87	1.07	1.01	1.03
	栃 木	0.86	1.18	0.73	0.95	1.24	0.81	0.90
	群 馬	0.94	1.00	0.94	0.82	1.22	0.90	1.05
	埼 玉	1.13	1.03	1.11	1.22	0.84	1.03	1.08
	千 葉	1.00	0.98	1.02	1.01	0.96	1.01	1.02
	東 京	1.07	0.76	1.40	1.16	0.66	1.22	1.15
	神 奈 川	1.34	1.14	1.17	1.36	0.84	0.99	1.18
小 計	1.10	0.95	1.15	1.11	0.86	1.05	1.10	
北 信 越	新 潟	0.94	0.91	1.04	0.80	1.13	1.13	0.92
	富 山	0.83	1.00	0.83	0.85	1.18	0.96	0.87
	石 川	0.99	1.25	0.79	0.88	1.42	0.86	0.92
	福 井	1.08	1.25	0.87	1.03	1.22	0.95	0.91
	山 梨	0.85	0.85	1.00	1.27	0.67	0.88	1.14
	長 野	1.16	1.26	0.92	0.72	1.75	0.95	0.97
小 計	0.99	1.08	0.92	0.83	1.29	0.98	0.94	

建 野 堅 誠

地 域		人口1人当 たり販売額 (吸引度)	人口1人当 たり売場面 積(売場面 積密度)	売場面積1 m ² 当たり販 売額(売場 効率)	1店当たり 売場面積 (店舗規模)	人口1人当 たり商店数 (店舗密度)	売場面積1 m ² 当たり従 業者数(人 的サービス率)	従業者1人 当たり販売 額(労働生 産性)
東 海	岐 阜	0.76	0.84	0.90	0.84	1.00	0.90	1.00
	静 岡	0.98	1.03	0.95	0.91	1.14	1.03	0.92
	愛 知	0.98	1.07	0.92	1.21	0.88	0.90	1.03
	三 重	0.94	1.11	0.84	1.26	0.89	0.88	0.95
	小 計	0.94	1.03	0.91	1.06	0.97	0.93	0.98
近 畿	滋 賀	1.06	1.06	1.01	1.78	0.59	0.92	1.09
	京 都	0.91	0.87	1.04	1.18	0.74	1.08	0.97
	大 阪	0.98	0.85	1.14	1.51	0.56	1.08	1.06
	兵 庫	1.12	0.95	1.18	1.26	0.76	1.07	1.10
	奈 良	0.94	0.86	1.09	1.75	0.49	0.95	1.16
	和 歌 山	0.81	0.93	0.87	1.35	0.69	0.98	0.89
小 計	1.00	0.90	1.11	1.40	0.64	1.05	1.06	
中 国	鳥 取	1.27	1.22	1.04	0.80	1.53	1.13	0.92
	島 根	0.93	1.12	0.82	0.79	1.43	0.98	0.84
	岡 山	1.05	1.33	0.79	0.87	1.53	0.92	0.86
	広 島	1.08	1.19	0.91	0.79	1.51	0.97	0.94
	山 口	0.94	1.09	0.86	0.88	1.24	0.94	0.91
	小 計	1.04	1.20	0.87	0.83	1.45	0.96	0.90
四 国	徳 島	0.70	0.95	0.74	0.73	1.29	0.80	0.92
	香 川	1.05	1.33	0.79	0.82	1.63	0.76	1.04
	愛 媛	0.94	1.13	0.83	1.01	1.12	0.88	0.95
	高 知	0.95	0.89	1.08	0.76	1.16	1.25	0.86
	小 計	0.92	1.09	0.84	0.85	1.28	0.89	0.95
九 州	福 岡	1.02	1.31	0.78	1.27	1.03	0.87	0.90
	佐 賀	0.66	0.80	0.82	0.81	0.99	1.05	0.79
	長 崎	0.57	0.66	0.87	0.71	0.94	0.99	0.88
	熊 本	0.73	0.83	0.88	0.89	0.94	1.09	0.81
	大 分	0.90	1.37	0.66	1.08	1.27	0.85	0.77
	宮 崎	0.94	1.31	0.72	1.27	1.03	0.90	0.80
	鹿 児 島	0.75	0.78	0.95	0.79	0.99	1.10	0.86
	小 計	0.84	1.06	0.79	1.04	1.02	0.93	0.85

(資料)表1と表8~11より算出。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

1店当たり売場面積（店舗規模）で0.71，人口1人当たり商店数（店舗密度）で0.94，売場面積1㎡当たり従業者数（人的サービス率）で0.99，従業者1人当たり販売額（労働生産性）で0.88と、7つの指標でいずれも全国水準を下回っている。

ところで、これらの指標の比率間には以下のような関係がある⁵⁾。

(1) 吸引度比率＝

$$\text{売場面積密度比率} \times \text{売場効率比率}$$

(2) 売場面積密度比率＝

$$\text{店舗規模比率} \times \text{店舗密度比率}$$

(3) 売場効率比率＝

$$\text{人的サービス率比率} \times \text{労働生産性比率}$$

(4) 吸引度比率＝店舗規模比率×店舗密度比率×

$$\text{人的サービス率比率} \times \text{労働生産性比率}$$

そこで、(1)～(4)式によって、先にみた長崎県の各指標の対全国比率の関連をみると、(1) 0.57（吸引度比率）＝0.66（売場面積密度比率）×0.87（売場効率比率），(2) 0.66（売場面積密度比率）＝0.71（店舗規模比率）×0.94（店舗密度比率），(3) 0.87（売場効率比率）＝0.99（人的サービス率比率）×0.88（労働生産性比率），(4) 0.57（吸引度比率）＝0.71（店舗規模比率）×0.94（店舗密度比率）×0.99（人的サービス率比率）×0.88（労働生産性比率）となる（計算値が正確に対応していないものがあるが、それは四捨五入のためである）。これらの関係から、次のことを知ることができる。

(1) 長崎県の吸引度が全国水準をかなり下回っているのは、それを規定している売場面積密度と売場効率が全国水準以下であるからである。なお

売場面積密度と売場効率とでは売場面積密度のほうが吸引度を引き下げる方向により作用している。

(2) 売場面積密度の対全国水準が低いのは店舗規模と店舗密度の対全国水準が低い結果であり、特に店舗規模の低水準がそれを引き下げる方向により作用している。

(3) 売場効率も全国水準を下回っているが、これは、人的サービス率がほぼ全国水準なみであるので、もっぱら労働生産性の対全国水準の低さの結果である。

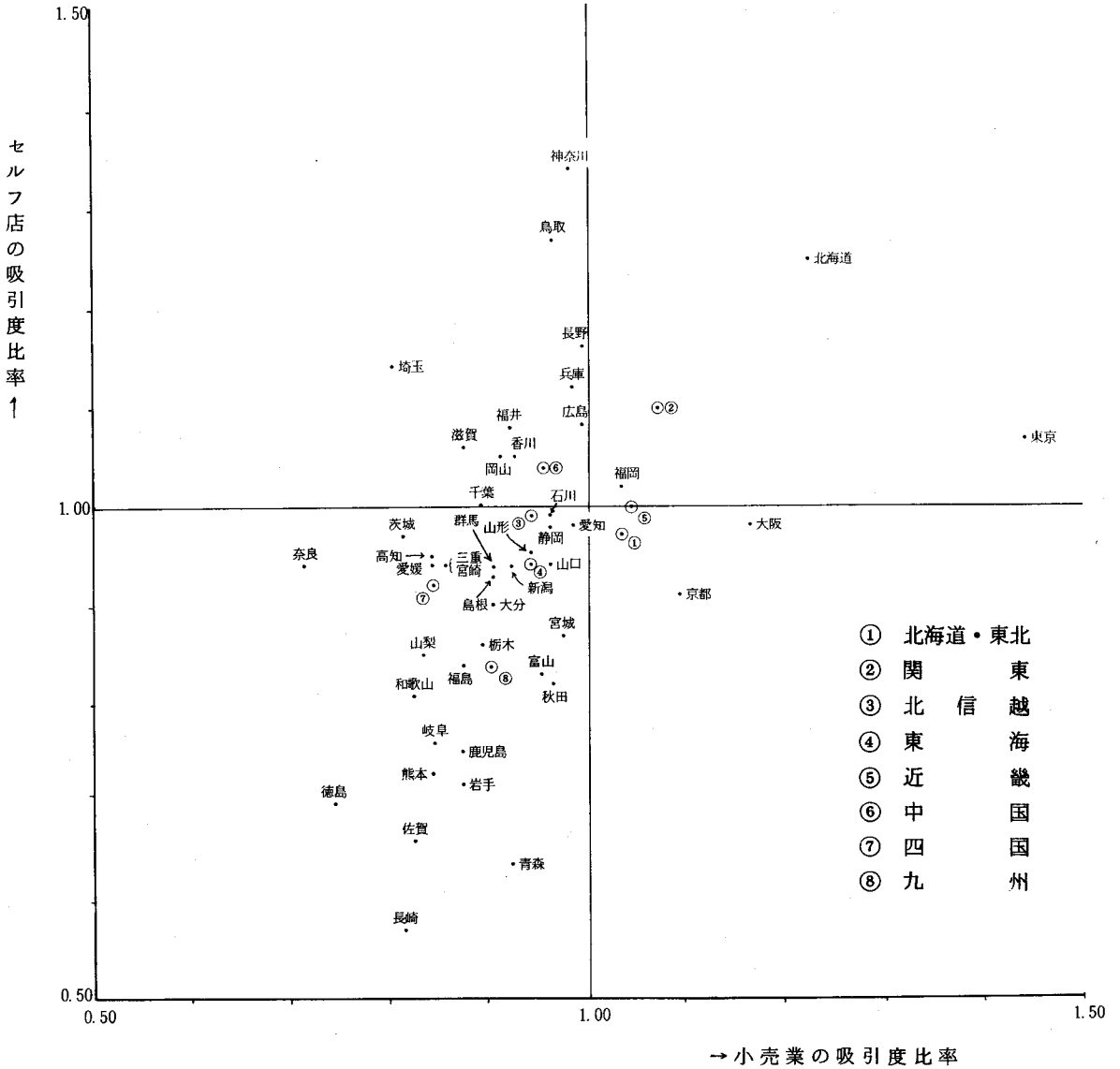
(4) 吸引度の相対的な低さの背景を店舗規模、店舗密度、人的サービス率、労働生産性との関連で捉えると、吸引度を引き下げる方向に最も作用しているのは店舗規模で、以下、労働生産性、店舗密度、人的サービス率の順となっている。以上、みてきたことを各都道府県との関連でさらに詳細に分析していこう。

まず、図2を参照して吸引度についてみると、長崎県のセルフ店の吸引度（全国を1.00とした場合のその比率0.57）は、これよりわかるように全国46都道府県の中で最低の水準である（図2には参考のために各都道府県の小売業の吸引度比率も示しておいた。これによると、長崎県の小売業の吸引度比率は0.81でセルフ店のそれをかなり上回っている。しかし、その水準は低く、各都道府県の中では第41位となっている）。

つぎに、セルフ店の吸引度を規定している売場面積密度と売場効率についてみると、長崎県は、売場面積密度（比率0.66）が最下位、売場効率（比率0.87）が福井県、和歌山県と並んで第29位と

建 野 堅 誠

図2. セルフ店の吸引度比率と小売業の吸引度比率の関係(昭和54年)



(資料)表7と表20を参照。

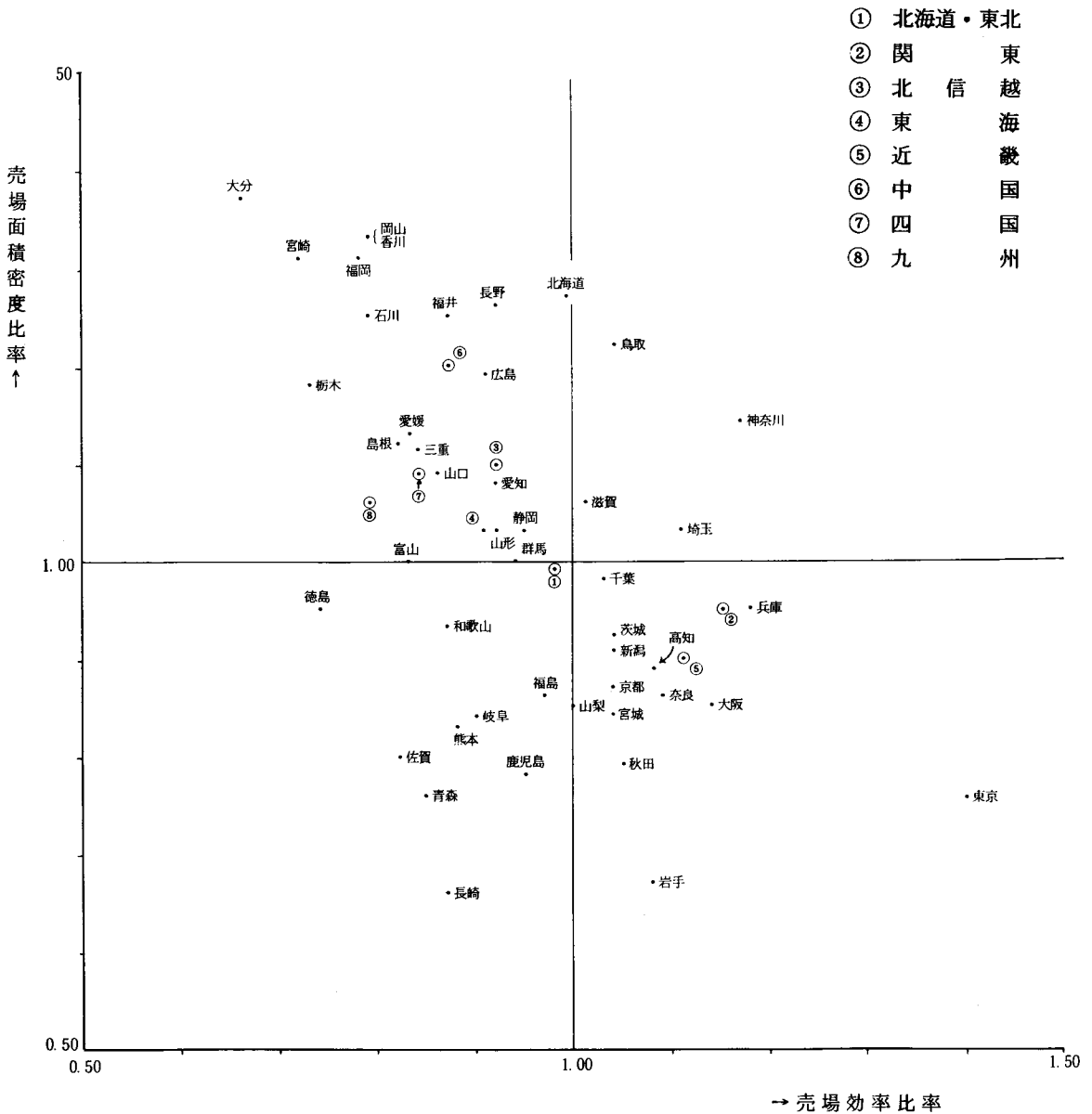
長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

なっており、特に売場面積密度の相対的な水準の低さが目立っている（図3参照）。

そこでさらに、この売場面積密度を規定してい

る店舗規模と店舗密度についてみると、長崎県においては、店舗規模の水準（比率0.71）が岩手県、北海道について低く、店舗密度（比率0.94）は、

図3. 売場面積密度比率と売場効率比率の関係（昭和54年）

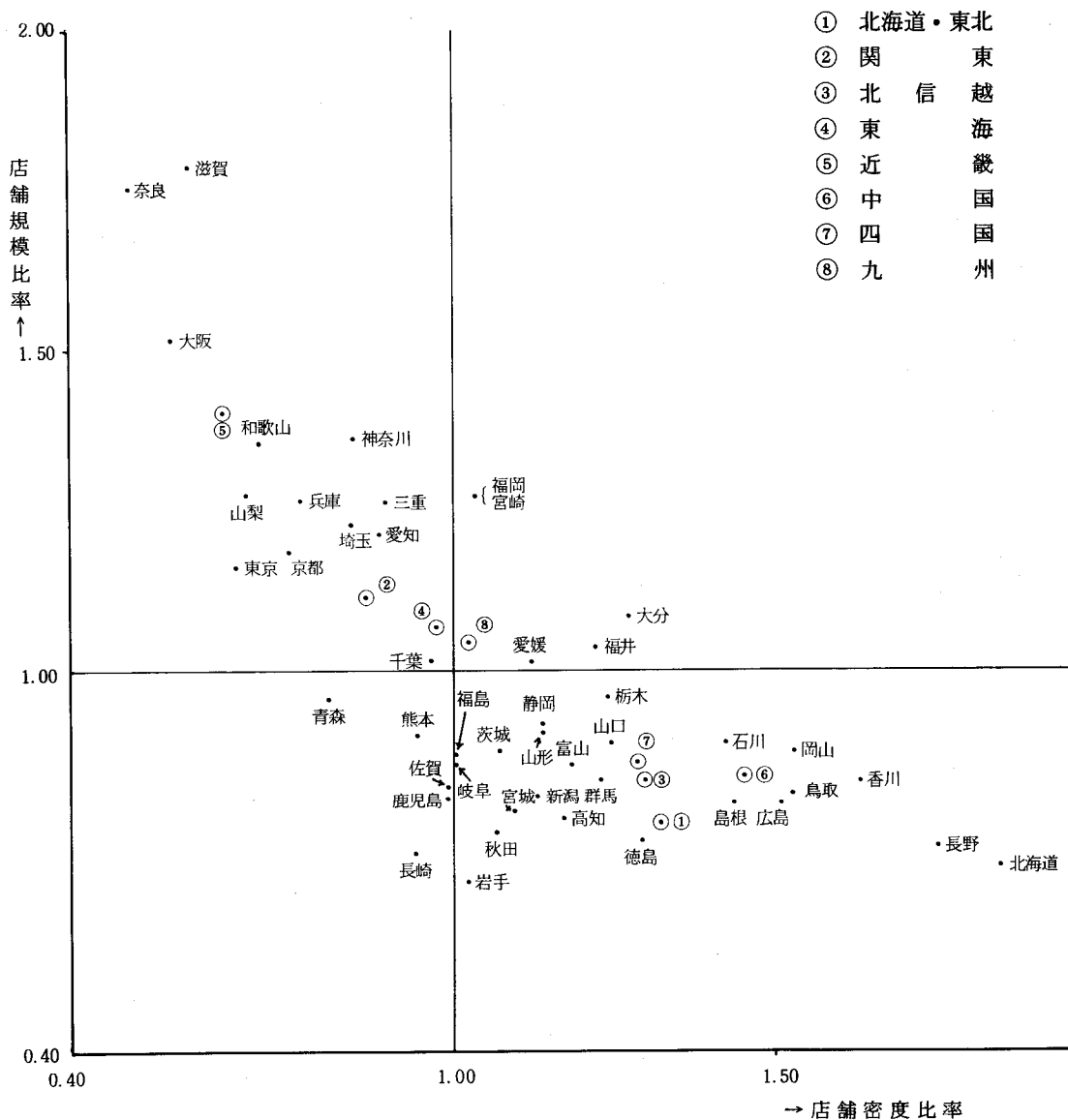


（資料）表20参照。

建 野 堅 誠

熊本県と並んで第32位となっている(図4参照)。 人的サービス率(比率0.99)では神奈川県と並んで
 さらにまた、売場効率を規定している人的サー 第20位であるが、労働生産性(比率0.88)では第
 ビス率と労働生産性についてみると、長崎県は、 34位という低位にとどまっている(図5参照)。

図4. 店舗規模比率と店舗密度比率の関係(昭和54年)

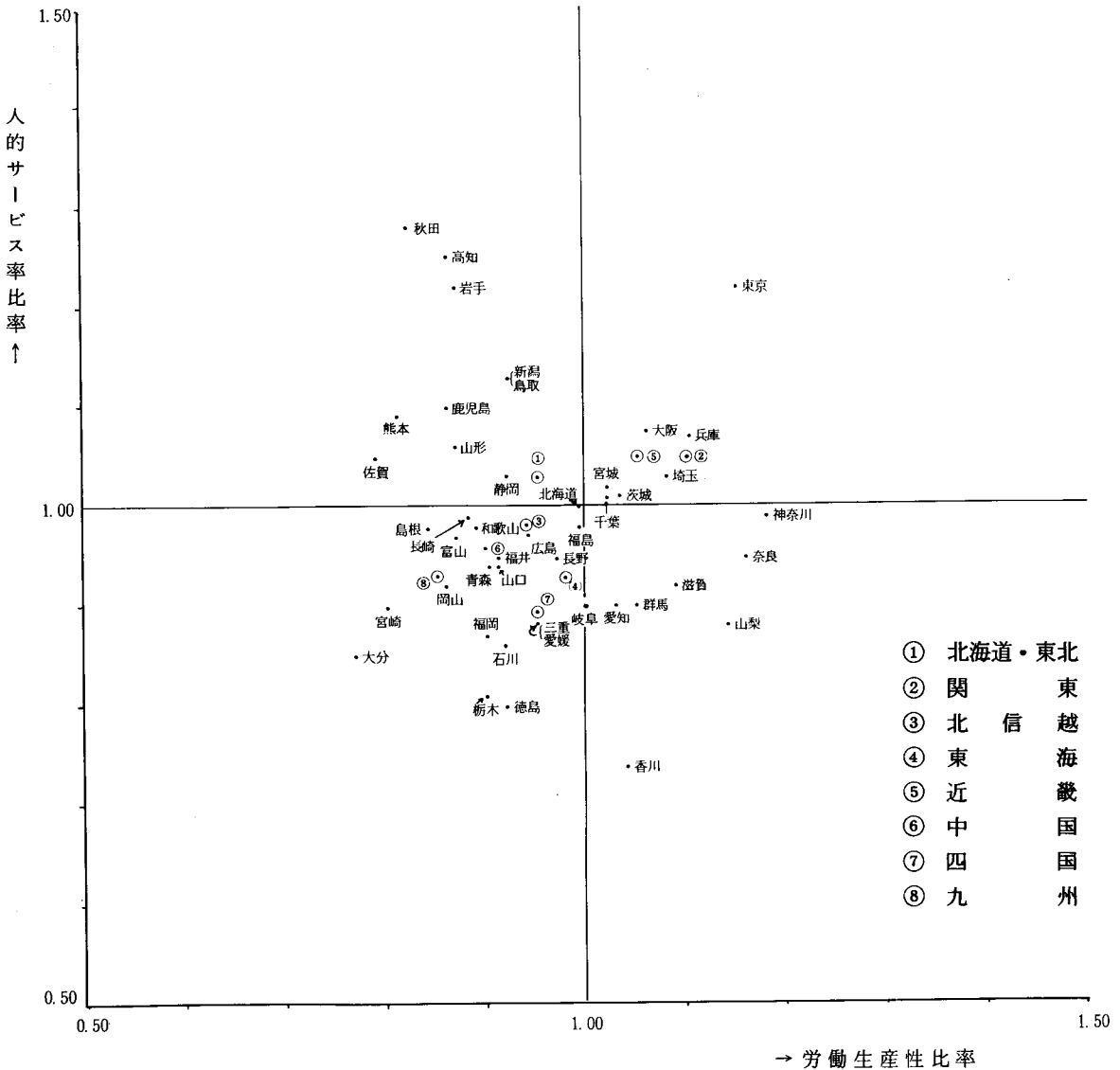


(資料)図3と同じ。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

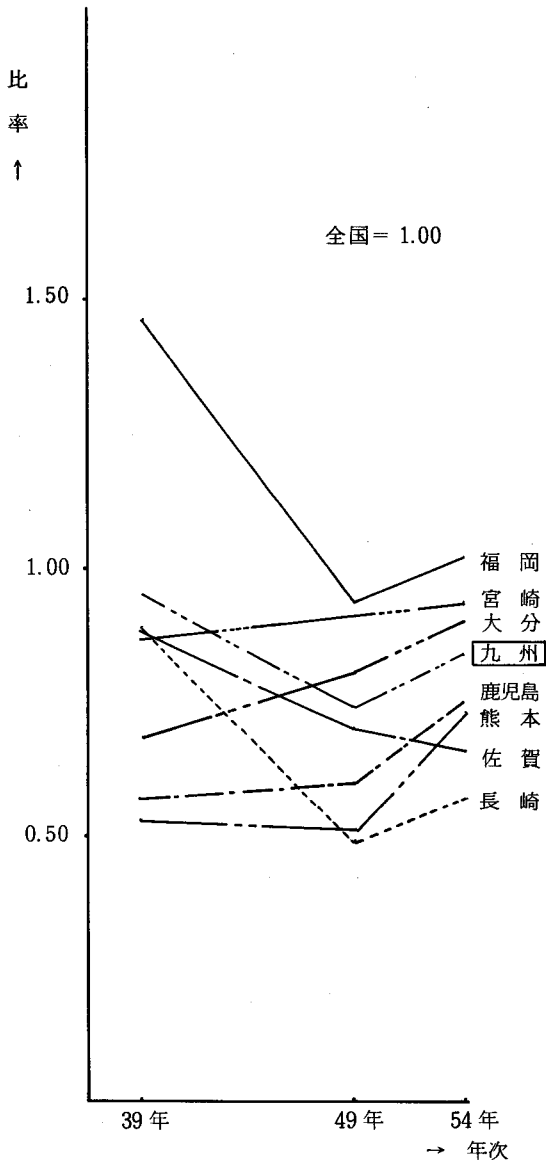
ところで、長崎県のセルフ店の効率性を示すこ 各県との関連でこのことについてみていくことに
 れらの指標は、昭和39年から昭和54年にかけてど しよう。
 のように変化してきたのであろうか。以下、九州

図5. 人的サービス率比率と労働生産性比率の関係（昭和54年）



(資料)図3と同じ。

図 6. 九州各県におけるセルフ店の吸引度比率の変化の状況



(資料) 表 1 と表 10 より算出

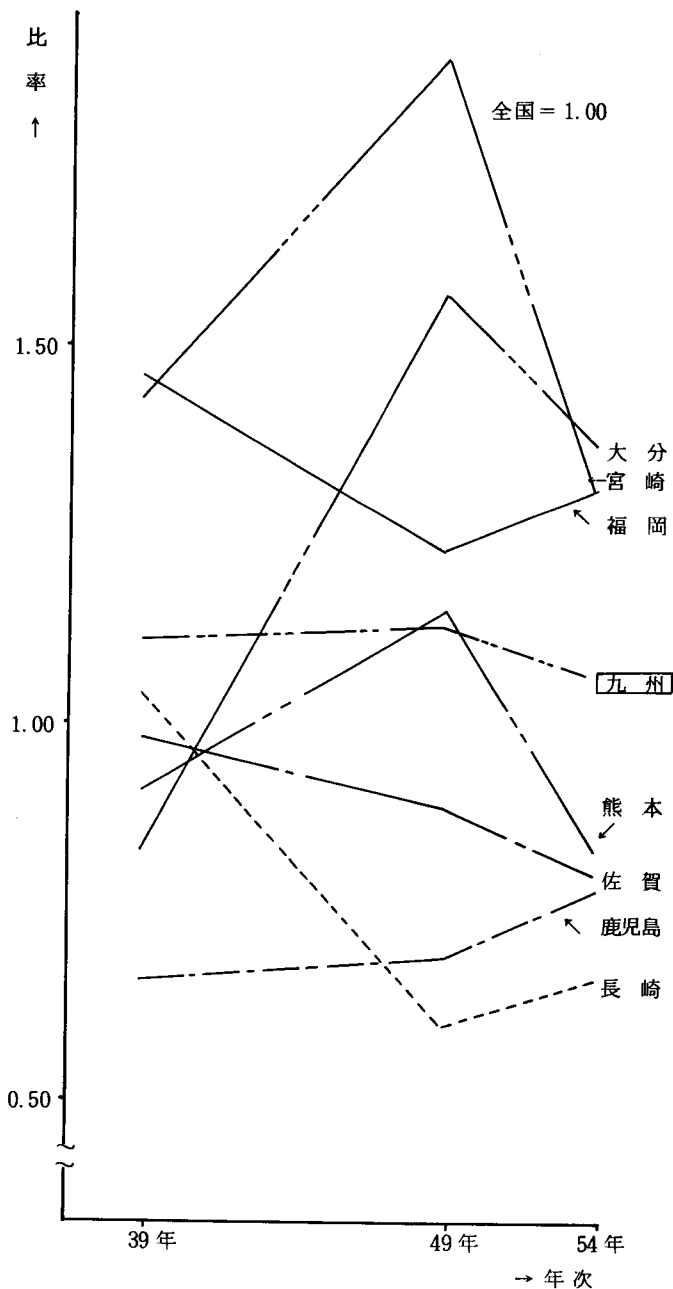
図 6～12 は、各指標の対全国水準 (全国 = 1.00) の変化の状況をみたものである。

- (1) 吸引度についてみると、長崎県は、昭和39年の段階では福岡県 (比率1.46) について九州では第2位 (比率0.89) に位置し、全国水準以下ではあるが九州では相対的に高い地位を占めていた。しかし昭和49年にはその比率が0.49にまで著しく低下し、その水準は、九州でも最低となってしまう。昭和54年には昭和49年に比べて若干水準があがったものの最下位から脱出するまでに至っていない。
- (2) 売場面積密度については、長崎県は昭和39年にはその比率(1.04)が1.00を超え、福岡県、大分県について第3位の水準を保持していた。しかし、これも、吸引度と同様、昭和49年には最低の水準 (比率0.60) にまで低下し、昭和54年にはやや回復したが、それでも最下位にとどまっている。
- (3) 売場効率については、長崎県は昭和39年第3位 (比率0.86)、昭和49年第2位 (0.81)、昭和54年第3位 (0.87) と九州では比較的高い水準を保ってきている (ただし、九州各県の対全国水準はおしなべて低い)。

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

- (4) 店舗規模では、長崎県は、昭和39年第6位(比率0.83),昭和49年最下位(0.69),昭和54年最下位(0.71)と一貫して九州の中では水準が低い。
- (5) 店舗密度については、長崎県は昭和39年にはその比率(1.24)が1.00を大幅に上回り、宮崎県(比率1.53)について第2位であった。しかし、昭和49年にはその比率(0.87)が大幅に低下し、順位も第5位に下がってしまっている。そして、昭和54年には比率では0.94と上がったものの、順位では熊本県と並んで最下位となっている。
- (6) 人的サービス率については、長崎県は、昭和39年第3位(比率1.04)昭和49年第2位(1.09),昭和54年第3位(0.99)と九州の中では相対的に高い水準を維持してきている。なお、長崎県においてはこの比率のみが昭和39年から昭和49年にかけて高くなり、昭和49年から昭和54年にかけて低下しているのが注目される。
- (7) 労働生産性についてみると、長崎県は、昭和39年第3位(比率0.82),昭和49年第3位(0.75),昭和54年第2位(0.88)と九州の中では相対的に水準が高くなってきている(ただし、九州各県の対全国

図7. 九州各県におけるセルフ店の売場面積密度比率の変化の状況



(資料) 表1と表11より算出

図 8. 九州各県におけるセルフ店の売場効率比率の変化の状況

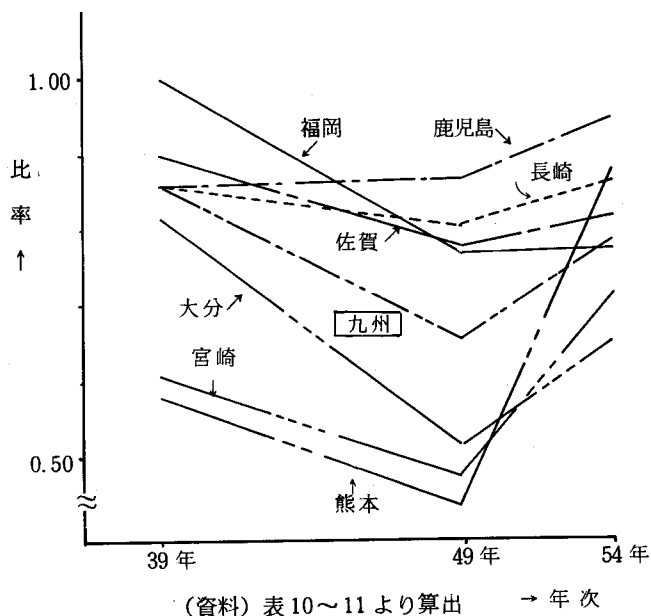
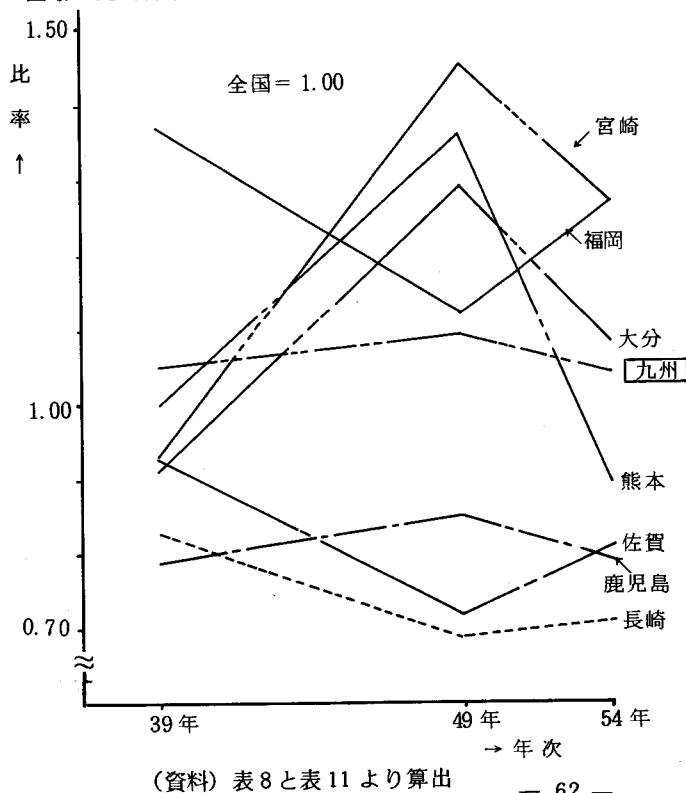


図 9. 九州各県におけるセルフ店の店舗規模比率の変化の状況



水準は売場効率と同様に総じて低い)。

最後に、長崎県について各指標の比率の変化の状況を整理すると図13のようである。これから吸引力比率が昭和39年から昭和49年にかけて著しく低下しているのは、同期間に売場面積密度比率が大幅に下がったからであり、また、売場面積密度比率がそのように下がったのは、同期間に店舗密度比率が著しく低下したからであるといったようなことがわかる。

6. おわりに

以上みてきたことを要約すると、以下の通りである。

- (1) 昭和54年現在、長崎県の人口対全国シェアは1.40% (各都道府県の中で第25位) であるが、これに比べてセルフ店の各指標の対全国シェアは、商店数で1.31% (第29位)、従業者数で0.91% (第35位)、販売額で0.80% (第37位)、売場面積で0.92% (第35位) といずれもかなり低くなっている。また、販売額対全国シェアで小売業全体とセルフ店とを比較すると、前者が後者をかなり上回っており、順位でも前者が第27位であるのに対して

長崎県のセルフサービス店の全国的な位置づけとその特徴

後者は第37位と前者のほうが上位を占めている。さらに、人口集中度に対する販売額集中度をみると小売業全体が0.81（第41位）であるのに対して、セルフ店は0.57とかなり低く、順位では最下位となっている。さらにまた、小売業販売額に占めるセルフ店のシェアでは下から2番目の13.05%にとどまっている。以上のことから、長崎県のセルフ店の水準（昭和54年）は相対的にかなり低いと言える（表21参照）。

(2) このことは、セルフ店の効率性を示す各指標からみるとより明白になる。すなわち、長崎県のこれらの指標の水準（昭和54年）は、全国を1.00とした場合、吸引度0.57、売場面積密度0.66、売場効率0.87、店舗規模0.71、店舗密度0.94、人的サービス率0.99、労働生産性0.88となっており、いずれの指標でも全国水準を下回っている。またこれらを各都道府県との関連で捉えると、吸引度=人口1人当たり販売額（最下位）、売場面積密度=人口1人当たり売場面積（最下位）、店舗規模=1店当たり売場面積（第44位）の水準の低さが目立っている。特に、各指標の合成変数である吸引度が最低の水準で

図10. 九州各県におけるセルフ店の店舗密度比率の変化の状況

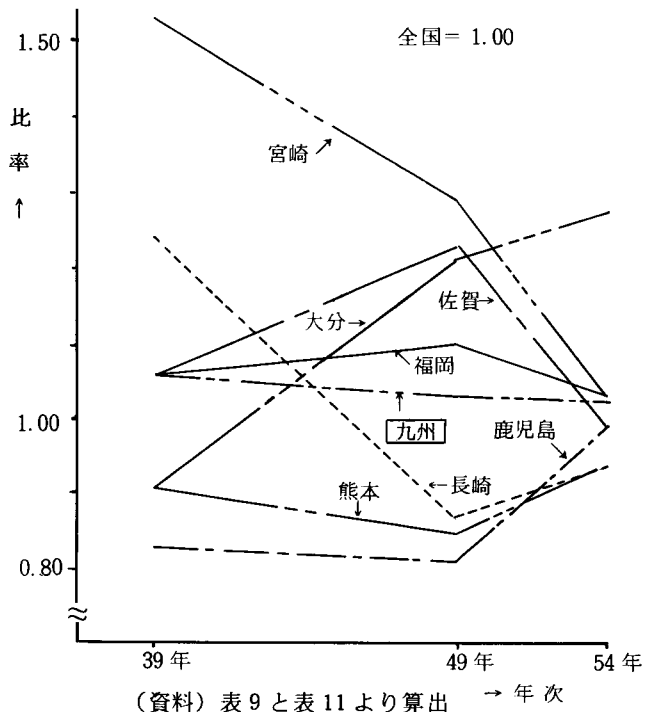


図11. 九州各県におけるセルフ店の人的サービス率比率の変化の状況

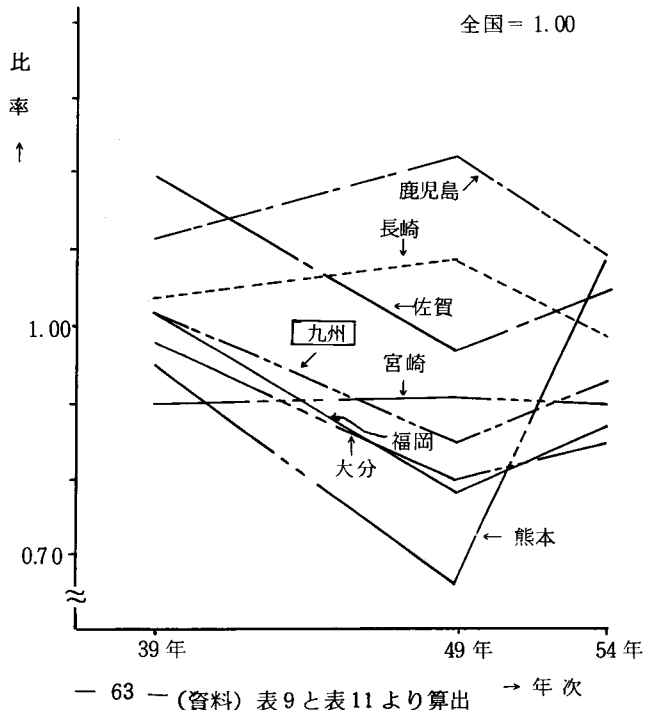


図 12. 九州各県におけるセルフ店の労働生産性比率の変化の状況

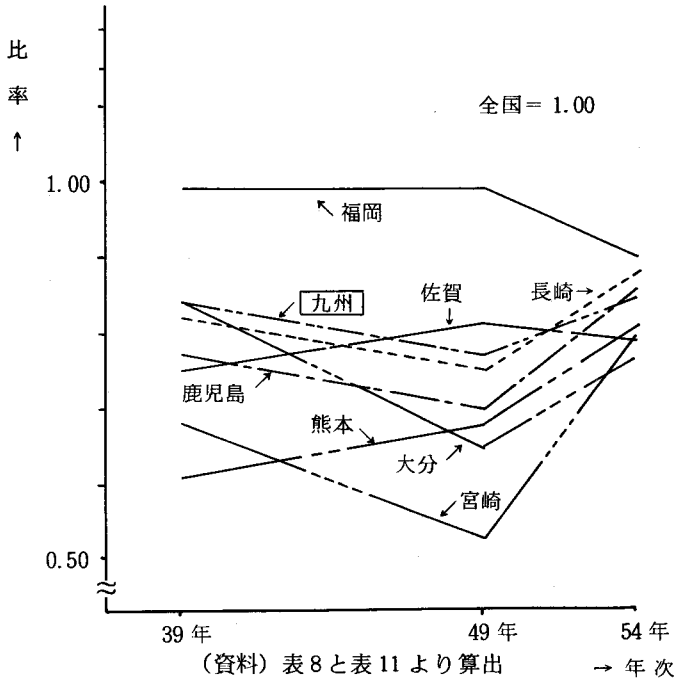
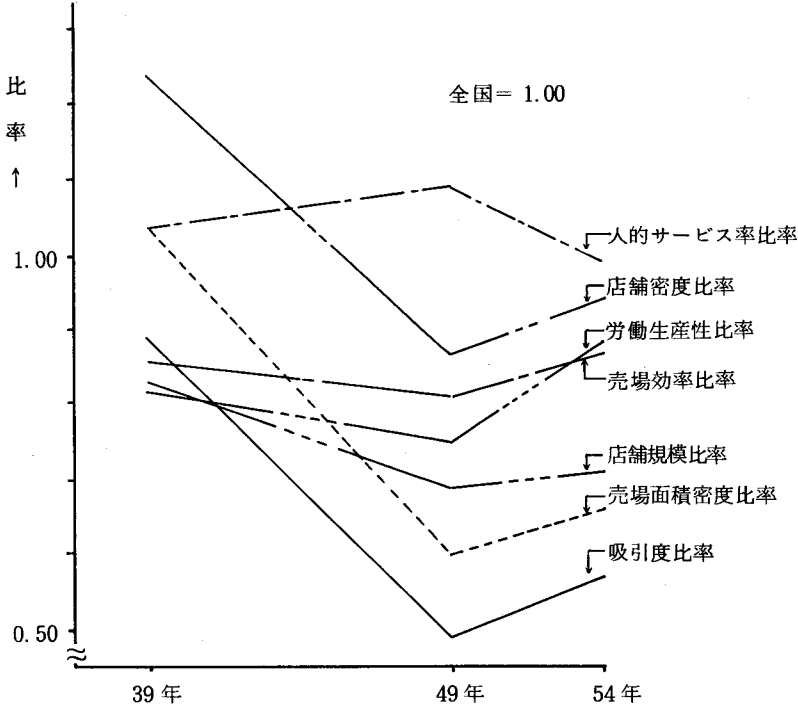


図 13. 長崎県におけるセルフ店の効率性指標の各比率の変化の状況



あるということは、長崎県のセルフ店の水準がいかに低いかということを実に物語っている（表21参照）。

(3) 表22を参照して長崎県のセルフ店の構造を示す各指標の過去15年間（昭和39～54年）の推移をみると、いずれの指標でも増加率が相対的に著しく低くなっている。これを前期（昭和39～49年）と後期（昭和49～54年）に分けてみると長崎県では前期はいずれの指標でも「低成長」（各都道府県との関連で）となっているが、後期は従業者数を除く3指標で「平均的成長」と後期になって増加率が全体として相対的に高まってきている（これについては、すでにみてきたように絶対的にもすべての指標で後期の伸びが前期のそれを上回っている）。以上のことから、長崎県のセルフ店の水準は、昭和39～49年に著しく低下し、また、昭和49～54年にやや持ち直してきていることがわかる（しかし、それでも昭和54年のその水準はかなり低いということはすでにみてきた通りである）。

(4) 長崎県のセルフ店の以上のような傾向は、表23よりさらに明白になる。すなわち、セルフ店の効率

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

性を示す各指標の変化の状況を前期と後期に分けてみると、前期には人的サービス率を除くすべての指標の水準が低下しているのに対して、後期にはそれらの水準は逆に高まってきている（その中で、後期に吸引度の水準が特に労働生産性の水準の向上にともなって高まってきているのが注目される）。

なお、表23よりもう一つだけ注目すべき傾向を指摘しておく、長崎県においては、小売業の吸

引度（これは小売業販売額対全国シェア／人口対全国シェアと同じ）の水準は、昭和39年から昭和54年にかけて高まってきているのに対して、セルフ店の吸引度の水準は同期間に著しく低下してきているということである。また、その変化の状況を前期と後期に分けてみると、小売業の吸引度の水準は、後期よりも前期により高まってきているのに対して、セルフ店の場合、それがまったく逆になっているのが対照的である。

表 21. 長崎県のセルフ店の全国的地位（昭和54年度）

指 標		数 値	46 都道府県の中での順位
対全国シェア (%)	人 口	1.40	第 25 位
	小 売 業 販 売 額	1.13	第 27 位
	セ ル フ 店 商 店 数	1.31	第 29 位
	〃 従 業 者 数	0.91	第 35 位
	〃 販 売 額	0.80	第 37 位
	〃 売 場 面 積	0.92	第 35 位
小 売 業 販 売 額 対 全 国 シェ ア 人 口 対 全 国 シェ ア		0.81	第 41 位
※	セ ル フ 店 販 売 額 対 全 額 シェ ア 人 口 対 全 国 シェ ア	0.57	第 46 位
小 売 業 販 売 額 に 占 め る セ ル フ 店 の シェ ア (%)		13.05	第 45 位
全国を1・〇〇とした場合の比率（セルフ店）	※ 吸 引 度	0.57	第 46 位
	売 場 面 積 密 度	0.66	第 46 位
	売 場 効 率	0.87	第 29 位
	店 舗 規 模	0.71	第 44 位
	店 舗 密 度	0.94	第 32 位
	人 的 サ ー ビ ス 率	0.99	第 20 位
	労 働 生 産 性	0.88	第 34 位

(備考) $\frac{\text{セルフ店販売額対全国シェア}}{\text{人口対全国シェア}} = \text{吸引度(セルフ店)}$

建 野 堅 誠

表 22. 長崎県のセルフ店の動向(1)

指 標	39年～54年		39年～49年	49年～54年
	増加率(%) ()内は全国	46都道府県 の中での順位	各都道府県 相 対 評 価	各都道府県 相 対 評 価
人 口	△9.9 (16.1)	第 44 位	低 成 長	低 成 長
小売業販売額	567.6 (623.5)	第 44 位	低 成 長	平均的成長
セルフ店商店数	208.6 (427.2)	第 42 位	低 成 長	平均的成長
〃 従業者数	137.4 (407.3)	第 46 位	低 成 長	低 成 長
〃 販売額	1296.1 (2681.5)	第 46 位	低 成 長	平均的成長
〃 売場面積	424.8 (957.3)	第 44 位	低 成 長	平均的成長

表 23. 長崎県のセルフ店の動向(2)

指 標	54 / 39	49 / 39	54 / 49	
$\frac{\text{小売業販売額対全国シェア}}{\text{人口対全国シェア}}$	18.9	11.7	6.5	
※ $\frac{\text{セルフ店販売額対全国シェア}}{\text{人口対全国シェア}}$	△35.3	△44.7	17.1	
小売業販売額に占めるセルフ店のシェア	109.1	33.3	56.9	
全国の比率(セルフ店) を○とした場	※ 吸 引 度	△35.3	△44.7	17.1
	売 場 面 積 密 度	△36.0	△41.9	10.0
	売 場 効 率	1.1	△5.0	6.4
	店 舗 規 模	△15.2	△17.0	2.1
	店 舗 密 度	△24.6	△29.9	7.7
	人 的 サ ー ビ ス 率	△5.7	4.1	△9.4
	労 働 生 産 性	7.3	△8.7	17.5

(備考) 数値は増加率(%)

長崎県のセルフサービス店の全国的位置づけとその特徴

(注)

- 1) 衣笠洋舗「神奈川県商業の特質」『都市の経済構造と都市問題』(経済と貿易 122号)横浜市立大学経済研究所, 昭和53年, 44頁。
- 2) この分析で昭和39～54年の15年間の前期(昭和39～49年)と後期(昭和49～54年)に分けた理由は, 昭和48年末の第1次石油ショック以後の昭和49年頃が日本経済の転換期にあたると思われたからである。
- 3) ここで, セルフサービス店とは, 商業統計調査のうち, 法人組織の小売店であって, 調査項目の「セルフサービス方式の採用の有無」の欄に“有”と記入のあったもののうち, 売場面積が100㎡以上で, その50%以上についてセルフサービス方式を採用している商店をいう。
- 4) 商業統計の甲調査の対象商店は, 昭和45年まで法人商店と雇用従業者を使用する個人商店の両者を対象としていた。しかし, 昭和47年からは, 法人商店のみを対象として調査されることになった。したがって, 昭和39年と昭和49・54年の対比は厳密にはできない。ただ, 昭和47年の『セルフサービス店に関する統計表』で指摘されているように, 雇用従業者を使用する個人商店は小規模店が多いので, 商店数の比較については若干の影響があるが, 従業者数, 販売額, 売場面積については比重が小さく, したがって影響も僅少と思われるので, 傾向を捉えるために直接比較してもそれほど大きな誤りはおかしていないと考える。
- 5) いま, 人口=P, 商店数=T, 従業者数=E

販売額=S, 売場面積=Mとすると, 人口1人当たり販売額(吸引度)(S/P)は人口1人当たり売場面積(売場面積密度)(M/P)と売場面積1㎡当たり販売額(売場効率)(S/M)の積である。

$$(1) \quad \frac{S}{P} = \frac{M}{P} \times \frac{S}{M}$$

これより(1)'式が成立する。

$$(1)' \quad \frac{S_i / \Sigma S_i}{P_i / \Sigma P_i} = \frac{M_i / \Sigma M_i}{P_i / \Sigma P_i} \times \frac{S_i / \Sigma S_i}{M_i / \Sigma M_i}$$

(ただし i = 各都道府県, Σ = 各都道府県の総和=全国)

※ (1)'式は, ある都道府県の人口1人当たり販売額を全国(平均)の人口1人当たり販売額で除した値(吸引度比率)が当該都道府県の人口1人当たり売場面積を全国の人口1人当たり売場面積で除した値(売場面積密度比率)と当該都道府県の売場面積1㎡当たり販売額を全国の売場面積1㎡当たり販売額で除した値(売場効率比率)の積であることを表わしている。

同様に, 人口1人当たり売場面積(売場面積密度)(M/P)は, 1店当たり売場面積(店舗規模)(M/T)と人口1人当たり商店数(店舗密度)(T/P)の積である。

$$(2) \quad \frac{M}{P} = \frac{M}{T} \times \frac{T}{P}$$

これより,

$$(2)' \quad \frac{M_i / \Sigma M_i}{P_i / \Sigma P_i} = \frac{M_i / \Sigma M_i}{T_i / \Sigma T_i} \times \frac{T_i / \Sigma T_i}{P_i / \Sigma P_i}$$

((1)'と同じ)

また, 売場面積1㎡当たり販売額(売場効率)

建 野 堅 誠

(S/M)は、売場面積 $1 m^2$ 当たり従業者数(人的サービス率)(E/M)と従業者1人当たり販売額(労働生産性)(S/E)の積である。

$$(3) \quad \frac{S}{M} = \frac{E}{M} \times \frac{S}{E}$$

これより、

$$(3)' \quad \frac{S_i}{M_i} / \frac{\Sigma S_i}{\Sigma M_i} = \frac{E_i}{M_i} / \frac{\Sigma E_i}{\Sigma M_i} \times \frac{S_i}{E_i} / \frac{\Sigma S_i}{\Sigma E_i}$$

(1)'と同じ)

以上の(2),(3)式を(1)式に代入すると、

$$(4) \quad \frac{S}{P} = \frac{M}{T} \times \frac{T}{P} \times \frac{E}{M} \times \frac{S}{E}$$

また、(2)', (3)'式を(1)'式に代入すると、

$$(4)' \quad \frac{S_i}{P_i} / \frac{\Sigma S_i}{\Sigma P_i} = \frac{M_i}{T_i} / \frac{\Sigma M_i}{\Sigma T_i} \times \frac{T_i}{P_i} / \frac{\Sigma T_i}{\Sigma P_i} \times$$

$$\frac{E_i}{M_i} / \frac{\Sigma E_i}{\Sigma M_i} \times \frac{S_i}{E_i} / \frac{\Sigma S_i}{\Sigma E_i}$$

((1)'と同じ), となる。