

I 青森市の地域経済の現状

青森中央学院大学経営法学部教授 高山 貢

－はじめに－

青森市は県庁所在地として、県庁、市役所、国の出先機関等の行政機関、地方銀行の本店・支店、一流企業の支店・営業所等の民間企業が集積し、行政、金融、各種サービスなどの都市機能が充実している。このほか、卸団地、百貨店、大型量販店等の流通機能、大学・短期大学の高等教育機関、青森県立中央病院、市民病院などの生活基盤インフラが整備されている。

青森市の主要な産業は金融・保険業、不動産業、サービス業などで、製造業の集積が八戸市、弘前市に比べて極端に少なく、青森県が優位性を持つ農林漁業の生産も少ない。かつては北海道とのヒト、モノ、情報の中継地点として栄えていた青森市だが青函トンネル開通とともにその機能が失われ、現在はサービス業等が中心の産業構造となっている。

－郊外店の出店攻勢と守勢の商店街－

青森市は昭和40年代以降、郊外に住宅団地を建設、マイカーブームの到来や生活スタイルの変化に伴い、ロードサイドに郊外型量販店が出店、これにより中心商店街の衰退などが顕在化し、青森市の商業機能の低下が目立ってきた。近年においても、青森市郊外への大型店出店は平成12年の西バイパスパワーセンター、イトーヨーカドー青森SCを皮切りに、ドリームタウンALi、イオンタウン青森浜田、東青森駅構内商業施設などのほか、大型無料駐車場、若者向け専門店を併設した時間消費型のSC、レジャー施設が集中出店し、青森市浜田地区、西バイパス周辺地区が賑わっている。

バブル崩壊後の消費不況、郊外大型店の進出等で青森市内商店街の衰退が深刻化するとともに、老舗百貨店の閉店、駅前ホテルの廃業、後継者難等による空地・空き店舗の増加等により、青森市中心街の商業機能がますます低下していった。代わって、商店街には飲食店、サービス業関連店舗の出店が増加、商店街の構成が物販からサービスに変化していることも見逃せない。

－変わる街の顔－

東北新幹線新青森駅開業前後を契機に青森市の中心商店街の顔が少し変化してきた。例えば、中心市街地の再開発、観光客向けの観光施設・商業施設の整備が進み、再開発事業ではフェスティバルシティAUGA、ミッドライフタワー、まちなか温泉・センターホテル、A-FACTORY、ねぶたの家ワ・ラッセ、新町キューブが新しく登場した。

「のっけ丼」「青森生姜味噌おでん」等のソフト事業が全国的に評判になり、観光客が立ち寄る人気スポットとなっている。このほか、青森港への大型客船の寄港回数は東北トップの年間20回（平成26年度）、観光客数は船の大型化により年間31,280人（同）を記録するなど、クルーズ観光振興、インバウンド、MICE誘致に向けた観光の新しい取り組みもスタートしてい

る。

また、青森市が進めてきた「街なか居住」施策により、民間事業者が市内中心部に相次いでマンションを建設、平成16年以降、7棟、522戸が分譲され、中心街区の人口増につながった。

－歯止めがきかない人口減少－

平成22年国勢調査の青森市の人口は299千人、前回（平成17年）に比べ11,957人減少、人口減少数は全国第4位の厳しい結果となった。平成27年国勢調査（速報）の人口減少数は前回（平成10年）比△11,898人、全国第7位の人口減少を記録した。また、北海道新幹線でつながる函館市も同△13,010人、全国第5位の人口減となった。

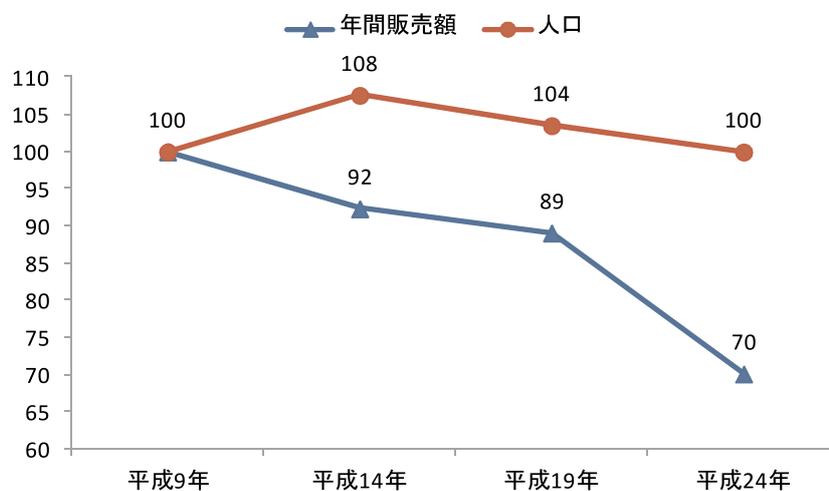
人口減少が直接的に青森市の消費市場規模縮小に影響するわけではないが、人口減少に伴い地域の就業者数減少→地域の所得減少→消費の減少のサイクルに繋がる可能性が強い。また、産業面で雇用のウエートが高い卸・小売業への影響が懸念される。

－本レポートの目的－

本レポートは青森市の小売業の分析を目的にしている。本来であれば人口減少下の小売業の生き残り策を模索することをテーマにすべきだが、筆者は青森市の人口減少が全国でもワースト上位を記録したことに注目し、青森市には全国とは異なる人口減少理由があるのではないかと考えた。そのため、小売業の分析をする前に青森市の二つの経済事象を分析することにした。

青森市の小売業年間販売額（平成9年～平成24年）と該当年の青森市の人口を平成9年＝100とした販売額指数、人口指数グラフ、図I-1-1を作成した。人口指数と年間商品販売額指数（平成9年＝100）の関係をみると、人口指数は横ばいに推移しているのに対し、年間販売額は70台まで急激に落ち込んでいる。人口と年間商品販売額の相関関係は予想外に低く、年間商品販売額の落ち込みは人口要因以外の影響によるものと考えられる。

図 I-1-1 青森市の人口と年間商品販売額の推移

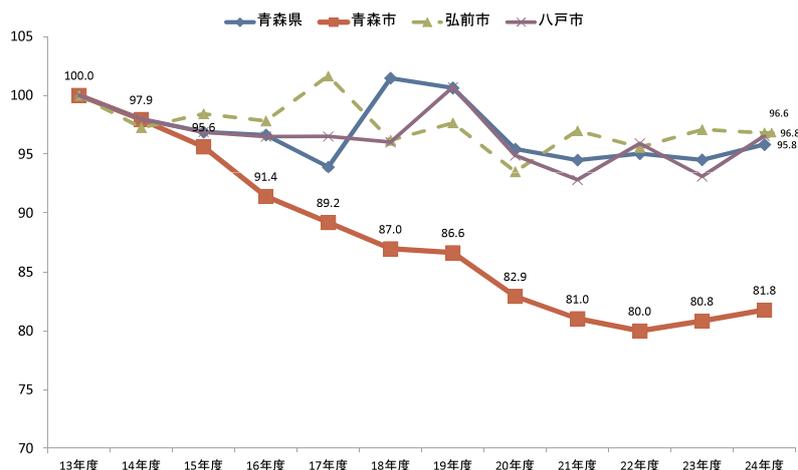


資料：商業統計、平成24年は経済センサス、青森県の人口推計

次に、総生産の推移（平成13年＝100）をグラフにした図 I-1-2を見ると、青森市は特徴的な動きを示している。青森県、弘前市、八戸市の市民総生産は増減を繰り返しながらも比較的安定した動きを示している半面、青森市は平成13年度以降、平成22年度までの10年間直線的な減少カーブを描き、他都市とは全く異なった推移を示している。

青森市の国勢調査人口の大幅減少もこうした地域経済の不振（生産活動、企業所得、雇用者報酬、財産所得等）に影響を受けている可能性は否定できない。

図 I-1-2 青森市内総生産の推移（平成13年度＝100）



資料：青森県市町村民経済計算

1. 青森市の小売業と地域経済の現状

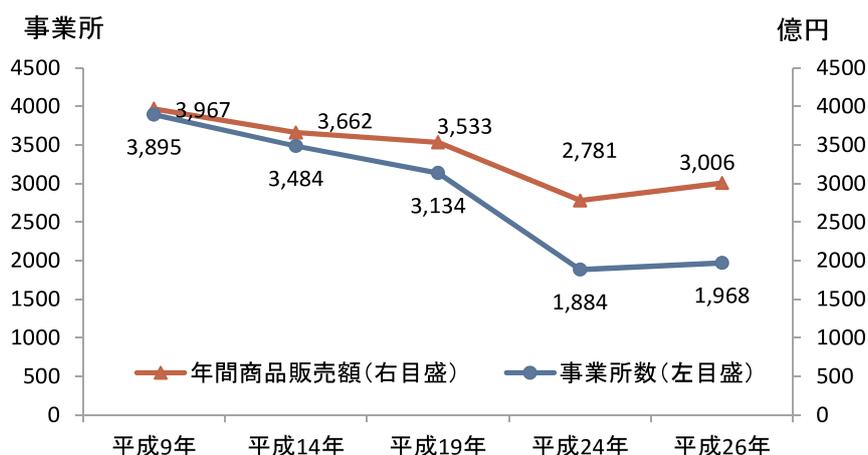
青森市の小売業の現状を「商業統計調査」、「経済センサス調査」の二つの統計を基に分析してみた。最初に青森市の小売業の現状について、事業所、年間商品販売額、業態別の動向を把握し、その背景にある小売業の構造変化について分析している。また、個人の消費生活や消費スタイルの変化や中心市街地の商店街などの盛衰、小売店舗の立地環境別の動向、さらには百貨店、スーパー、ドラッグストアなどの業態別の分析を試みている。

(1) 青森市の事業所数、年間商品販売額

～販売額、15年間で960億円の減少～

平成26年商業統計調査によると、青森市の小売業事業所数は1,968事業所で平成24年調査（経済センサス）に比べ4.5%増加した。また、小売業の年間商品販売額は3,006億円で同8.1%増加するなど、平成24年に比べ下げ止まりの兆しがうかがわれている。平成26年の商業統計調査と平成24年の経済センサスでは、調査の方法等が異なるため、単純に増減を比較することができない。そこで、平成19年と平成26年の商業統計調査を比較した図 I-1-3を見ると、小売業事業所数は平成19年比37.2%減、年間商品販売額は同14.9%減のそれぞれ2ケタの大幅マイナスとなった。平成9年と平成26年を比較すると、事業所数は平成9年の3,895事業所から平成26年には1,968事業所とほぼ半減、年間商品販売額は平成9年の3,967億円から平成26年は3,006億円まで落ち込んでいる。

図 I -1-3 青森市の小売業事業所数、年間商品販売額

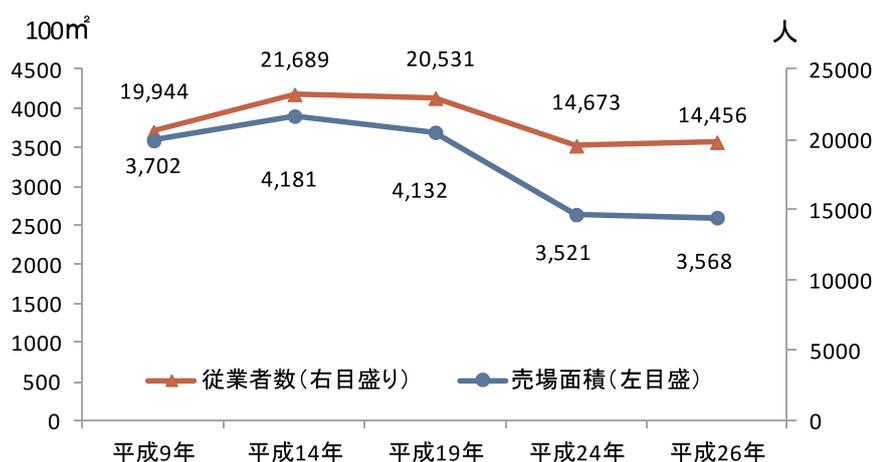


資料：平成9年、14年、19年、26年は商業統計調査、24年は経済センサス

青森市の小売業従業者数、売場面積の推移を図 I -1-4で見ると、平成26年の従業者数は14,456人で平成24年比横ばい、平成9年比では27.5%の大幅マイナスとなった。一方、売場面積は平成26年が356千㎡、平成24年比微増にとどまり、平成9年比では小幅マイナスとなった。

小売業の売場面積が従業者数の減少ほど落ち込んでいない理由の一つに零細小売業者の大幅減少（従業者数の減少要因）と大規模小売店、量販店の増加（売場面積拡大要因）の二つが考えられる。

図 I -1-4 青森市の小売業の従業者数、売場面積



資料：平成9年、14年、19年、26年は商業統計調査、24年は経済センサス

2. 青森市の経済産業動向

～内需型産業の比重が高い青森市～

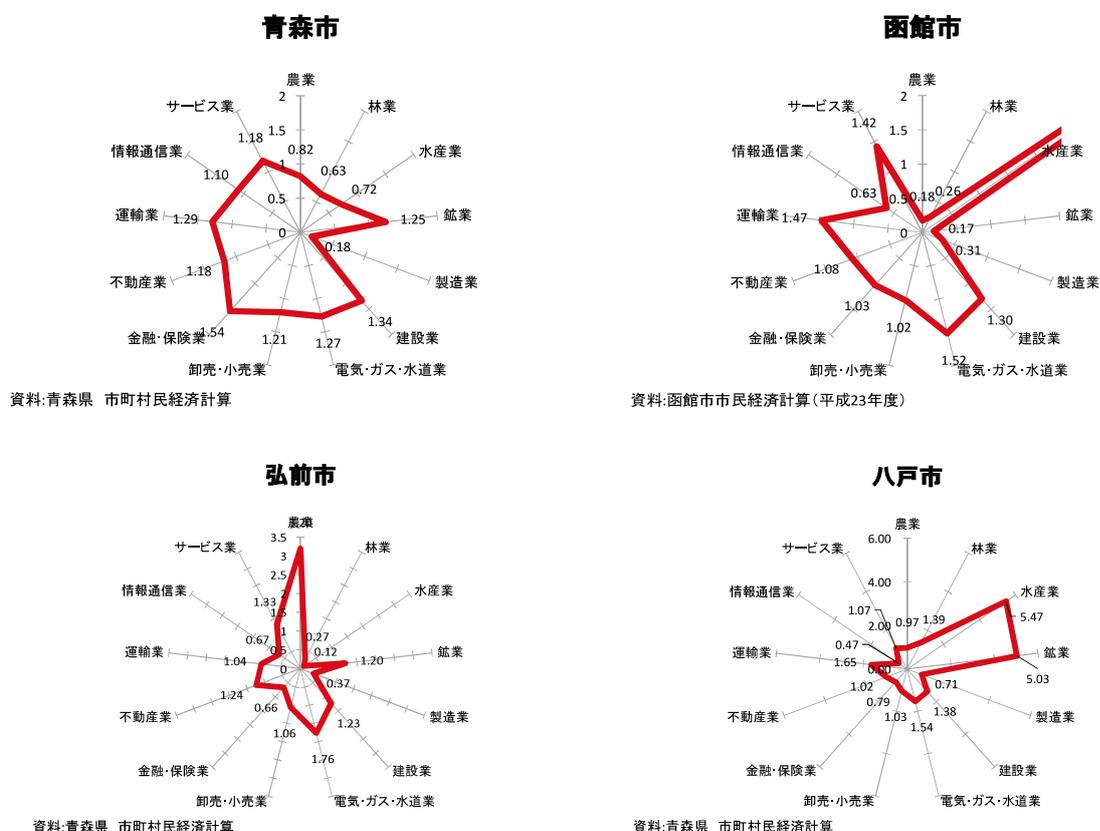
流通や商業は周囲の環境の変化から大きな影響を受ける。特に、地域の生産活動、個人消費は地域の産業構造と関連が強いと言われている。域外からお金を稼ぎ、そこから消費が生まれ、域内の産業にお金が循環していく。青森市の産業構造がどのようになっているのか、総生産による特化係数で見えていくことにする。

(1) 青森市の産業構造の特徴

青森市の産業構造を市町村民経済計算（平成24年度）の産業別総生産による特化係数¹で示したのが図 I-2-1である。青森市の産業別特化係数が1.0を上回ったのは、鉱業（1.25）、建設業（1.34）、電気・ガス・水道業（1.27）、卸小売業（1.21）、金融保険業（1.54）、不動産業（1.18）、運輸業（1.29）、情報通信業（1.10）等であった。逆に、農林水産業（0.81）、製造業（0.22）等は1.0を下回った。

青森市の産業構造は農林水産業、製造業など、県外にモノ・サービスを移出し、外貨を稼ぐ「ものづくり」産業の比重が低く、卸小売業、金融保険業、不動産業等のサービス産業、内需型の産業の比重が高いという特徴がある。なお、参考までに弘前市、八戸市、函館市のグラフをみると、特定の産業に特化していることが分かる。

図 I-2-1 青森市、弘前市、八戸市、函館市の産業活動特化係数



¹ 産業の業種構成などにおいて、その構成比の全国比をいい、業種構成の全国との乖離を示し、地域で卓越した業種を見る指標である。

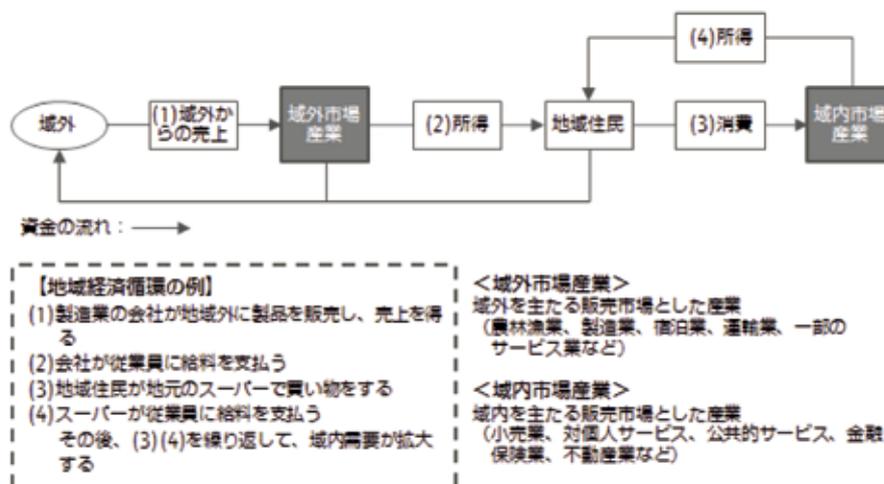
(2) 産業構造と経済循環

～外貨を稼ぐ産業は何か～

地域経済では、域外市場産業が域外からのおカネ「外貨」を稼ぎ、それが地域経済に賃金、企業間取引、税金等を通じて還流し、それが域内市場産業などに流入し、循環することにより、地域経済（域内市場）が維持・成長していく。

外貨を稼ぐ域外市場産業として、農林水産業、製造業、宿泊業、運輸業などがあり、域内市場産業として、小売業、金融保険業、不動産業、公共サービスなどがある。

地域経済の発展には、「輸出」増を通じて地域の生産を増やし付加価値を生み出していくことが必要であり、域外市場産業の成長によって域内産業の成長と生産性向上を促し、さらに競争力向上につなげる好循環を作り出すことが重要である。



出所：経済産業省「地域経済分析の考え方とポイント」

産業構造は地域によって特徴があり、県内主要都市である青森市、弘前市、八戸市別にみても大きく異なっている。一般的なイメージで見ると、青森市は先にふれたように県庁所在地、国の出先機関、地元金融機関の本店所在地、人口規模30万人規模の社会的インフラが整い、文化施設、デパート・大型量販店などの生活基盤インフラが充実し、金融、流通産業が青森市の基盤産業であるといわれる。

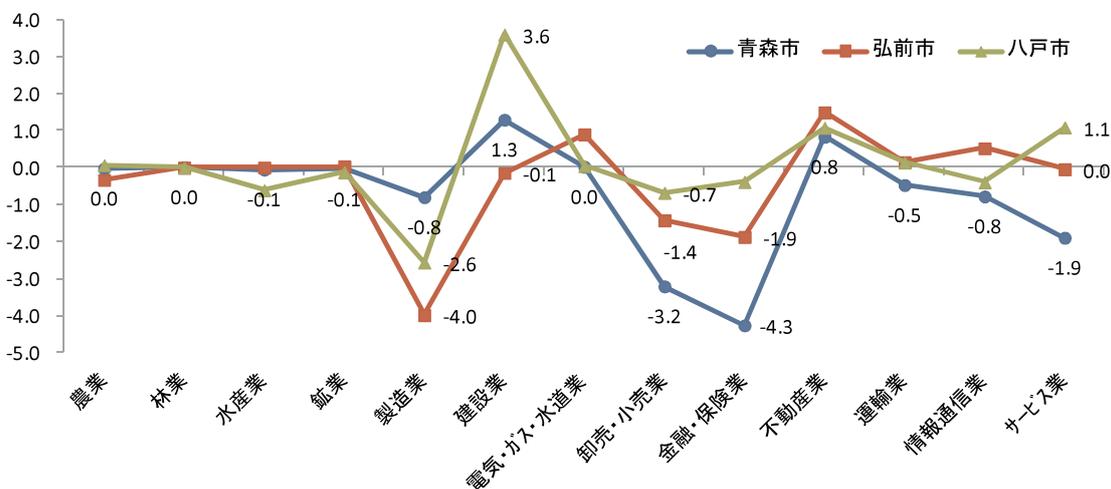
県内主要都市の基盤産業、非基盤産業を把握するために、平成17年度～平成24年度の経済活動を産業別総生産の増減寄与度²で見えていくことにする。図1-2-2に示したように対象期間の産業別総生産増減率は青森市が平成19年度比9.4%減、産業別寄与度は卸・小売業が同3.2%減、金融保険業が同4.3%減、サービス業が同1.9%減であった。弘前市は産業全体が同4.7%減、産業別寄与度は製造業が同4.0%減、卸・小売業（同1.4%減）、金融・保険業（同1.9%減）が落ち込んだものの、不動産業、情報通信業がプラスとなった。八戸市は増減率が同1.2%増と三市で唯一プラスを記録、産業別寄与度は製造業が同2.6%減、卸小売業が同0.7%減となったものの、建設業が3.6%増と大幅に伸びたほか、サービス業もプラスとなった。

青森市の産業別総生産が落ち込んだのは、特化係数が高い金融保険業、卸小売業等が大幅な

² 「寄与度」はあるデータの構成要素の増減が、全体の伸び率を何ポイント（%表示）押し上げ（押し下げ）ているかを示す。

マイナスを記録したこと、運輸業、情報通信業、サービス業が他市に比べマイナス幅が大きかったことが影響している。

図 I -2-2 産業別総生産（平成17年度～24年度）増減寄与度



資料：青森県「市町村民経済計算」

(3) 雇用者報酬、法人企業所得が伸び悩んだ青森市

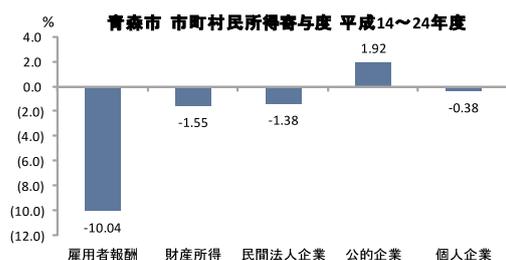
～民間企業所得が伸び悩む青森市～

市町村民所得は雇用者報酬、財産所得、企業所得（民間企業所得、公的企業、個人企業）の合計である。生産、所得、消費の流れに従い、ここでは青森市、弘前市、八戸市の市民所得の要素別の動向を対象期間平成14年度～平成24年度の10年間の市民所得の増減率、参考指標として図 I -2-3の増減寄与度グラフを作成した。

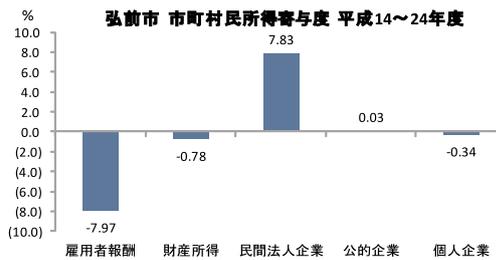
市民所得の増減率は青森市が平成14年度比11.4%減、弘前市が同1.2%減、八戸市が同0.3%減と青森市の2ケタマイナスが目立っている。これは、青森市の各項目が公的企業を除き、マイナス寄与度となり、特に雇用者報酬の寄与度が10%減と大きかったことが影響している。また、企業所得の民間企業の寄与度が弘前市、八戸市がプラスなのに対し、青森市が小幅マイナスと伸び悩んだことも要因の一つである。

青森市の経済活動の停滞要因は雇用者所得の伸び悩みと企業活動の不振の二つが影響している可能性がある。

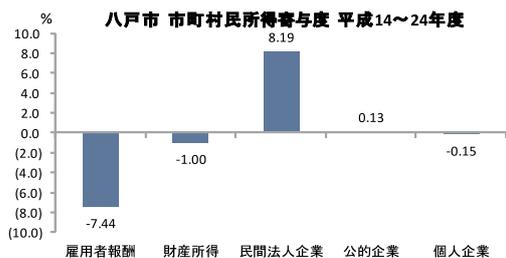
図 I -2-3 県内主要都市の市町村民所得増減寄与度（平成14年度～24年度）



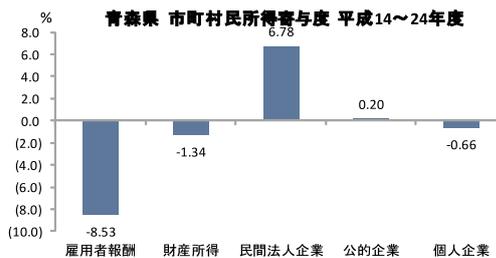
資料：青森県市町村民所得



資料：青森県市町村民所得



資料：青森県市町村民所得



資料：青森県市町村民所得

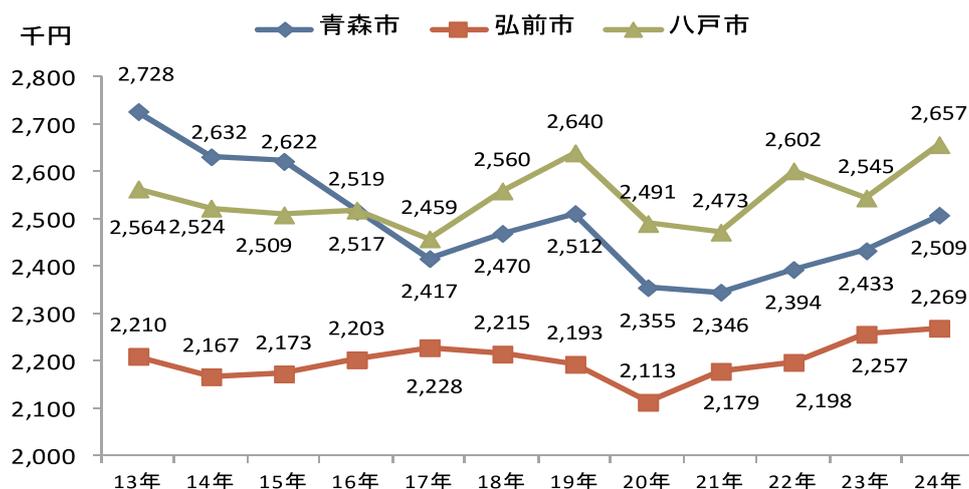
(4) 一人当たり市民所得

～低い労働生産性に悩む青森市～

市町村民所得を人口で除した一人当たり市民所得を図 I -2-4 でみると、平成24年度は八戸市が2,657千円、青森市が2,509千円、弘前市が2,269千円と八戸市が青森市を上回っていることが分かる。平成13年度は青森市が2,728千円、八戸市が2,564千円と青森市が八戸市を上回っていたことから、この間、青森市の産業活動が伸び悩んでいたことが推察される。

一人当たり市民所得は市内就業率、市民分配率、労働生産性に要因分解が可能である。平成24年度の市内就業率は青森市（44%）、弘前市（46%）、八戸市（46%）、市民分配率は青森市（74%）、弘前市（72%）、八戸市（71%）、労働生産性は青森市（760万円）、弘前市（676万円）、八戸市（807万円）となった。

図 I -2-4 県内主要都市の市町村民所得



資料：青森県「市町村民所得統計」

さらに、一人当たり市民所得を就業者数÷総人口で算出した市内就業率、市民所得÷市内純生産の市民分配率、市内純生産÷市内就業者数で算出した労働生産性の三つに要因分解すると以下の通りとなった。

青森市の平成24年度一人当たり市民所得2,509千円は市内就業率0.44、市民分配率0.74、労働生産性760万円の積で算出され、青森市と八戸市を比べると、青森市の労働生産性が八戸市を下回っていることが格差の要因となっていることが分かる。

	市民所得の要因分解			24年度 1人当たり市民所得
	[市内就業率] %	[市民分配率] %	[労働生産性] 百万円	
	$\frac{\text{市内就業者数}}{\text{総人口}}$	$\frac{\text{市民所得}}{\text{市内純生産}}$	$\frac{\text{市内純生産}}{\text{市内就業者数}}$	
青森市	$\frac{131,248}{295,683}$ 0.44	$\frac{741,788}{997,889}$ 0.74	$\frac{997,889}{131,248}$ 7.60	= 2,509 千円
弘前市	$\frac{84,029}{181,275}$ 0.46	$\frac{411,383}{567,946}$ 0.72	$\frac{567,946}{84,029}$ 6.76	= 2,269 千円
八戸市	$\frac{108,655}{235,562}$ 0.46	$\frac{625,995}{876,992}$ 0.71	$\frac{876,992}{108,655}$ 8.07	= 2,657 千円

3. 青森市の小売業主要指標の推移

青森市は県内最大の人口を擁し、卸・小売業の集積、卸売団地の規模、小売業の事業所数、年間商品販売額からみて、県内最大の商業流通都市である。しかし、前述の総生産、市町村所得で分かるように青森市の経済活動が八戸市、弘前市に比べ伸び悩んでいる。青森市の産業構造上の特徴、即ち特化係数の大きな卸・小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積の推移を見ていくことにする。

(1) 事業所、従業者、年間商品販売額、売場面積

～事業所、従業者数は減少の一途～

平成9年～平成26年までの商業統計調査及び経済センサス調査をもとに青森市の小売業の主要データ（事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積等）を弘前市、八戸市と比較しながら時系列にみていく。

平成9年からの主要指標の推移を示した表 I-3-1 をみると、小売事業所数は青森市が平成9年3,895事業所から平成26年は1,968事業所と半減、弘前市が平成9年2,566事業所から同1,393事業所、八戸市が平成9年3,208事業所から1,750事業所と、各都市ともに4割台後半にまで減っている。事業所数の減少に伴い、従業者数も減少の一途をたどり、青森市の従業者数はピークの平成14年（21,689人）比約7千人、弘前市が4千人、八戸市が6千人それぞれ減少している。また、青森市の年間商品販売額はピークの平成9年比968億円減少、弘前市が同460億円減少、八戸市が同1,174億円減少と八戸市の減少幅が大きかった。なお、売場面積は期間中大きな増減を繰り返しながらも、青森市、弘前市、八戸市ともにほぼ平成9年の水準に止まっている。

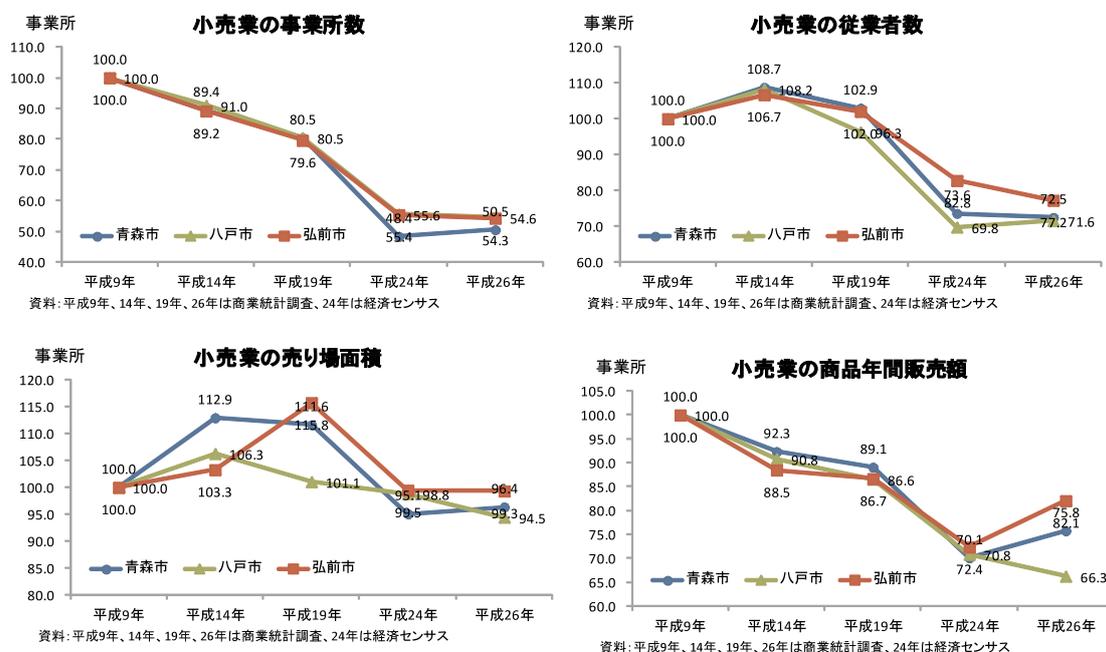
表 I-3-1 県内主要都市の小売業主要指標

	事業所数			従業者数(人)		
	青森市	弘前市	八戸市	青森市	弘前市	八戸市
平成9年	3,895	2,566	3,208	19,944	13,096	17,082
平成14年	3,484	2,288	2,920	21,689	13,972	18,485
平成19年	3,134	2,043	2,583	20,531	13,360	16,447
平成24年	1,884	1,422	1,784	14,673	10,839	11,917
平成26年	1,968	1,393	1,750	14,456	10,115	12,225
	年間商品販売額(百万円)			売場面積(m ²)		
	青森市	弘前市	八戸市	青森市	弘前市	八戸市
平成9年	396,678	256,805	348,135	370,184	272,545	314,062
平成14年	366,233	227,215	316,265	418,116	281,496	333,843
平成19年	353,293	222,555	301,325	413,239	315,481	317,396
平成24年	278,096	185,858	246,633	352,091	271,107	310,362
平成26年	300,603	210,765	230,709	356,758	270,730	296,643

資料：平成9年、14年、19年、26年は商業統計調査、24年は経済センサス

平成9年を基準（平成9年＝100）に事業所数、従業者数、年間商品販売額、売り場面積の指数の推移を表した図 I-3-1 をみると、事業所数、従業者数は平成24年（経済センサス調査）の一時的落ち込みを経て幾分回復傾向が見られるものの、平成19年（商業統計調査）からの減少傾向に歯止めがかかっていないことが分かる。

図 I-3-1 県内主要都市の小売業主要指標



(2) 小売業の業種別動向

青森市の小売業事業所数は減少傾向が続いているが、その要因を探るため、以下では業種別の動向を中心に分析していく。

平成24年（経済センサス調査）と平成26年調査（商業統計）の調査結果をもとに小売業業態別の動向を表した表 I-3-2 をみると、各種商品小売業（百貨店、総合スーパー）の年間販売額は小幅マイナスとなったが、事業所数は増加、従業者数、売り場面積がそれぞれ増加し、この間に新規出店があったことが分かる。織物・衣服・身の回り品の販売額は平成24年（経済センサス調査）比16.6%増だが、7年前の平成19年比（商業統計）比では27.8%減、飲食料品小売業は平成24年比15.8%減、平成19年比37.8%減とそれぞれマイナス幅を拡大している。飲食料品小売業は事業所数を始め各指標ともに平成19年以降連続して落ち込んでいる。これ以外では無店舗小売業が平成24年比82.6%増の157億57百万円と急増している。

表 I-3-2 青森市の小売業の業種別概要

青森市の小売業の概要 I

	事業所数				従業者数(人)			
	H19	H24	H26	増減率 (%) H26/H 24	H19	H24	H26	増減率 (%) H26/H 24
小売業	3,134	1,884	1,968	4.5	20,531	14,673	14,456	△ 1.5
各種商品小売業	7	7	10	42.9	1,317	733	832	13.5
織物・衣服・身の回り品小売業	434	241	247	2.5	1,535	1,008	1,033	2.5
飲食料品小売業	1,131	645	610	△ 5.4	8,159	5,273	4,792	△ 9.1
機械器具小売業	359	217	242	11.5	2,472	1,687	1,816	7.6
その他小売業	1,203	693	759	9.5	7,048	5,480	5,031	△ 8.2
無店舗小売業	-	81	100	23.5	-	492	952	93.5

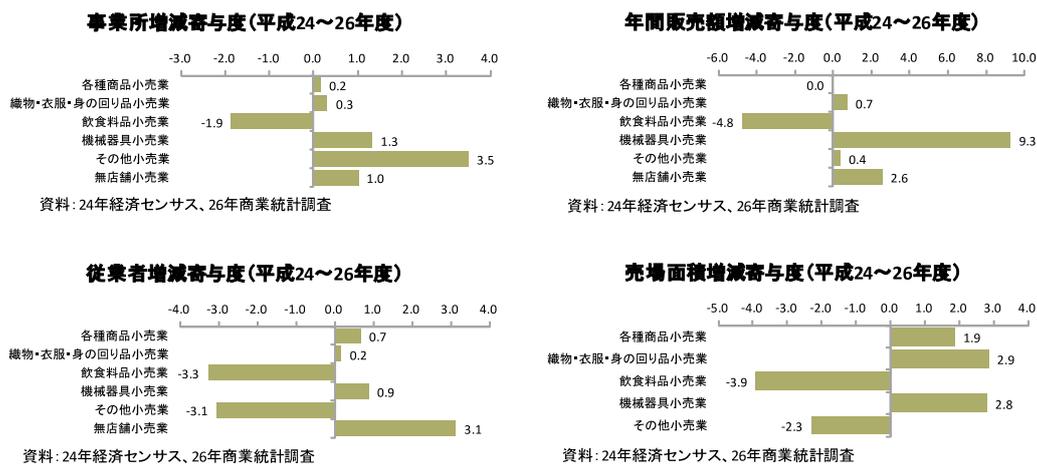
青森市の小売業の概要 II

	年間商品販売額(百万円)				売場面積(m ²)		
	H19	H24	H26	増減率 (%) H26/H 24	H24	H26	増減率 (%) H26/H 24
小売業	353,293	278,097	300,603	8.1	352,091	356,759	1.3
各種商品小売業	30,547	21,201	21,107	△ 0.4	49,021	55,608	13.4
織物・衣服・身の回り品小売業	19,749	12,232	14,260	16.6	37,551	47,617	26.8
飲食料品小売業	113,941	84,065	70,818	△ 15.8	103,831	90,069	△ 13.3
機械器具小売業	70,119	47,802	73,580	53.9	26,240	36,111	37.6
その他小売業	118,937	104,068	105,086	1.0	135,448	127,353	△ 6.0
無店舗小売業	-	8,629	15,757	82.6	-	-	-

(資料) H19：平成19年商業統計調査（事業所数及び従業者数：H19年6月1日現在、年間商品販売額：平成18年1年間の販売額）
H23：平成24年経済センサスー活動調査（事業所数及び従業者数：H24年2月1日現在、年間商品販売額：平成23年1年間の販売額）
H26：平成26年商業統計調査（事業所数及び従業者数：H26年7月1日現在、年間商品販売額：平成25年1年間の販売額）
※平成26年調査は日本標準産業分類及び調査設計の大幅改定により、平成19年調査の数字と接続しない

次に小売業関連各指標の平成24年度から平成26年年度の増減寄与度をグラフにした図 I-3-2をみると、事業所数（24年度比4.5%増）の増加はその他小売業、自動車等の機械器具小売業、無店舗小売業が増加したことによるもので、逆に飲食料小売業がマイナスに寄与した。また、従業者数は無店舗小売業の寄与度が大きく、飲食料品、その他小売業がマイナスの寄与度となった。年間販売額は自動車などの機械器具小売業がプラスに寄与、次いで無店舗小売業が続いた。売場面積は大半の小売業がプラスとなったものの、飲食料品小売業は売場面積を大きく減らしていることが分かる。

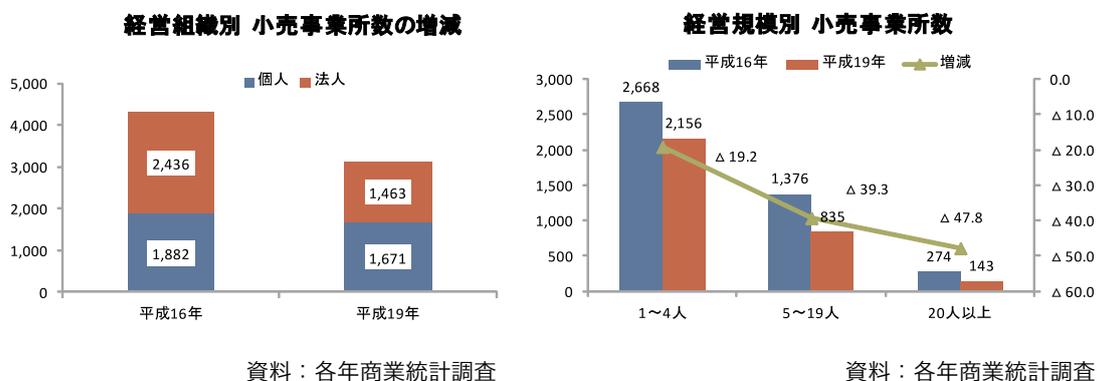
図 I-3-2 小売業主要指標の増減寄与度



小売業の事業所増減を経営組織別、経営規模別に見たのが図 I-3-3である。なお、資料上の制約があり、ここでは平成16年と平成19年の商業統計による事業所数を比較している。

個人、法人別では法人組織の小売業の減少が目立っている。また、経営規模別では5～19人の小売業が541事業所減と最も多く、1～4人の零細小売業の減少が512事業所となった。

図 I-3-3 小売業の規模別事業所数



(3) 青森市小売業の成長業種

小売業の業種中分類から平成24年～平成26年に小売業主要指標（事業所数、従業者数、年間販売額、売場面積）が増加している業種を成長業種として上位10業種、逆に減少幅が大きな下位10業種を非成長業種としてまとめた表 I-3-3～表 I-3-6を見ていく。

[事業所数]

事業所数が増加したのは、他に分類されない小売業（21）、医薬品・化粧品小売業（20）、農耕用品小売業³等（15）、男子服小売業（13）、その他無店舗小売業（13）等で、減少したのは鮮魚小売業（△19）、婦人・子供服小売業（△12）等であった。

表 I-3-3 青森市小売業の成長業種（事業所数）

事業所増加 上位10業種

	平成24年	平成26年	事業所数
	事業所数	事業所数	増減
他に分類されない小売業	181	202	21
医薬品・化粧品小売業	161	181	20
農耕用品小売業	20	35	15
男子服小売業	26	39	13
その他の無店舗小売業	5	18	13
自動車小売業	108	119	11
機械器具小売業(自動車, 自転車を除く)	86	97	11
燃料小売業	148	159	11
通信販売・訪問販売小売業	64	73	9
呉服・服地・寝具小売業	16	22	6

事業所減少 下位10業種

	平成24年	平成26年	事業所数
	事業所数	事業所数	増減
酒小売業	73	72	△ 1
各種食料品小売業	61	59	△ 2
自動販売機による小売業	12	9	△ 3
食肉小売業	18	14	△ 4
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	35	31	△ 4
菓子・パン小売業	138	131	△ 7
野菜・果実小売業	57	49	△ 8
じゅう器小売業	35	27	△ 8
婦人・子供服小売業	113	101	△ 12
鮮魚小売業	73	54	△ 19

資料：経済産業省平成24年「経済センサス調査」、平成26年「商業統計調査」

³ ホームセンター、ペット・ペット用品小売業などがある。

[従業者数]

従業者数が増加したのはその他無店舗小売業⁴（304人）、医薬品・化粧品小売業（241人）、他に分類されない小売業（232人）、減少したのは書籍・文房具小売業（△578人）、各種食料品小売業（△339人）、燃料小売業（△199人）、その他の飲食料小売業（△198人）となった。

表 I-3-4 小売業の成長業種（従業者数）

従業者増加 上位10業種

	平成24年	平成26年	従業者数
	従業者数	従業者数	増減(人)
その他の無店舗小売業	56	360	304
医薬品・化粧品小売業	792	1,033	241
他に分類されない小売業	1,043	1,275	232
機械器具小売業(自動車, 自転車を除く)	425	568	143
菓子・パン小売業	492	623	131
通信販売・訪問販売小売業	348	469	121
百貨店, 総合スーパー	728	821	93
男子服小売業	86	156	70
家具・建具・畳小売業	126	175	49
自動販売機による小売業	88	123	35

従業者減少 下位10業種

	平成24年	平成26年	従業者数
	従業者数	従業者数	増減(人)
自動車小売業	1,225	1,200	△ 25
写真機・時計・眼鏡小売業	177	140	△ 37
酒小売業	242	196	△ 46
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	242	186	△ 56
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	361	289	△ 72
じゅう器小売業	190	62	△ 128
その他の飲食料品小売業	1,638	1,440	△ 198
燃料小売業	1,082	883	△ 199
各種食料品小売業	2,544	2,205	△ 339
書籍・文房具小売業	1,744	1,166	△ 578

資料：経済産業省平成24年「経済センサス調査」、平成26年「商業統計調査」

[年間販売額]

年間小売業販売額が増加したのは、自動車小売業（229億円増）、他に分類されない小売業（47億円増）、医薬品・化粧品小売業（38億円）等で、減少したのは各種飲食料品小売業（△71億円）燃料小売業（△54億円）等であった。

⁴ 通信販売・訪問販売、自動販売機等が含まれる。

表 I -3-5 小売業の成長業種（年間販売額）

販売額増加 上位10業種

	平成24年	平成26年	販売額
	販売額	販売額	増減(百万円)
自動車小売業	34,982	57,946	22,964
他に分類されない小売業	18,044	22,735	4,691
医薬品・化粧品小売業	19,472	23,234	3,762
その他の無店舗小売業	632	4,234	3,602
書籍・文房具小売業	6,671	9,903	3,232
機械器具小売業(自動車, 自転車を除く)	12,724	15,513	2,789
通信販売・訪問販売小売業	5,614	7,980	2,366
自動販売機による小売業	2,383	3,544	1,161
男子服小売業	1,476	2,539	1,063
菓子・パン小売業	3,572	4,614	1,042

販売額減少 下位10業種

	平成24年	平成26年	販売額
	販売額	販売額	増減(百万円)
食肉小売業	854	360	△ 494
鮮魚小売業	1,977	1,409	△ 568
家具・建具・畳小売業	2,651	1,992	△ 659
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	4,193	3,463	△ 730
写真機・時計・眼鏡小売業	3,446	2,253	△ 1,193
酒小売業	4,936	3,006	△ 1,930
じゅう器小売業	3,801	396	△ 3,405
その他の飲食料品小売業	24,728	19,815	△ 4,913
燃料小売業	44,539	39,115	△ 5,424
各種食料品小売業	46,871	39,795	△ 7,076

資料：経済産業省平成24年「経済センサス調査」、平成26年「商業統計調査」

[売場面積]

売場面積が増加したのは他に分類されない小売業（7.4千㎡）、百貨店・総合スーパー（6.4千㎡）、逆にじゅう器小売業（△9.8千㎡）、各種商品小売業（△7.4千㎡）は売場面積が減少した。

表 I-3-6 小売業の成長業種（売場面積）

売場面積増加 上位10業種

	平成24年	平成26年	売場面積
	売場面積	売場面積	増減(m ²)
他に分類されない小売業	59,982	67,402	7,420
百貨店、総合スーパー	48,782	55,205	6,423
機械器具小売業(自動車、自転車を除く)	18,468	24,828	6,360
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	7,832	12,781	4,949
男子服小売業	6,310	10,600	4,290
自動車小売業	6,501	9,867	3,366
家具・建具・畳小売業	14,120	15,947	1,827
農耕用品小売業	1,878	3,458	1,580
婦人・子供服小売業	17,826	18,691	865
呉服・服地・寝具小売業	1,166	1,986	820

売場面積減少 下位10業種

	平成24年	平成26年	売場面積
	売場面積	売場面積	増減(m ²)
靴・履物小売業	4,417	3,559	△ 858
写真機・時計・眼鏡小売業	4,486	2,692	△ 1,794
医薬品・化粧品小売業	15,651	13,532	△ 2,119
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	14,287	9,231	△ 5,056
その他の飲食料品小売業	27,768	22,406	△ 5,362
各種食料品小売業	59,179	51,740	△ 7,439
じゅう器小売業	11,670	1,773	△ 9,897
通信販売・訪問販売小売業	-	-	-
自動販売機による小売業	-	-	-
その他の無店舗小売業	-	-	-

資料：経済産業省平成24年「経済センサス調査」、平成26年「商業統計調査」

(4) 青森市小売業の販売効率

青森市の小売業4指標（事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積）を基に1事業所あたり販売額、従業者1人当たり販売額、売場面積当たり販売額等の販売効率（平成24年経済センサス調査、平成26年商業統計調査）を表 I-3-7 にそれぞれまとめた。

平成26年の1事業所あたり販売額は153百万円、平成24年に比べ51百万円の増加、機械器具小売業、無店舗小売業が増加した。従業者1人当たり販売額は21百万円と平成24年に比べ2百万円増、1㎡当たり販売額は843千円と同52千円増とそれぞれ増加した。

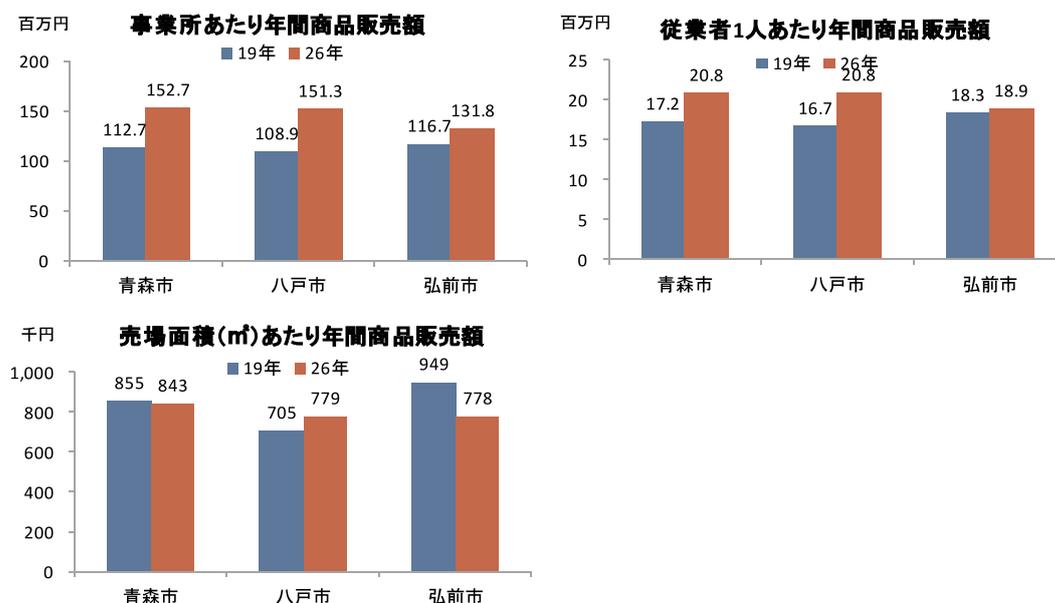
表 I -3-7 小売業の販売効率

小売業の販売効率

	1事業所あたり年間商品販売額(百万円)			従業者1人あたり年間商品販売額(百万円)			売場面積(m ²) 当たり販売額 千円		
	H24	H26	前回比	H24	H26	前回比	H24	H26	前回比
小売業	147.6	152.7	3.5	19.0	20.8	9.7	789.8	842.6	6.7
各種商品小売業	3028.7	2110.7	-30.3	28.9	25.4	-12.3	432.5	379.6	-12.2
織物・衣服・身の回り品小売業	50.8	57.7	13.7	12.1	13.8	13.8	325.7	299.5	-8.1
飲食品小売業	130.3	116.1	-10.9	15.9	14.8	-7.3	809.6	786.3	-2.9
機械器具小売業	220.3	304.0	38.0	28.3	40.5	43.0	1821.7	2037.6	11.9
その他小売業	150.2	138.5	-7.8	19.0	20.9	10.0	768.3	825.2	7.4
無店舗小売業	106.5	157.6	47.9	17.5	16.6	-5.6	-	-	-

青森市、八戸市、弘前市の販売効率を図 I -3-4でみると、1事業所あたり販売額は青森市、八戸市が1億5千万円で同水準、従業者1人あたり年間商品販売額も青森市、八戸市が2千万円で並んでいる。1m²あたり販売額は青森市が八戸市、弘前市をわずかながら上回った。

図 I -3-4 県内主要都市の販売効率



資料：平成19年、平成26年商業統計調査

(5) 大規模小売店、商店街の現状

青森市郊外への大型店の出店は平成12年の西バイパスパワーセンター、イトーヨーカドー青森SCを皮切りに、ドリームタウンALi、イオンタウン青森浜田、東青森駅構内商業施設などのほか、市内浜田地区には大型無料駐車場、若者向けレジャー施設も併設した時間消費型のSCが集中出店した。

一方、青森市の中心商店街は消費不況、郊外大型店の進出、若者離れ等で商店街の衰退が深刻化、老舗百貨店の閉店、駅前ホテルの廃業、後継者難等による空き店舗の増加等、中心街の商業機能がますます低下している。代わって、飲食店、顧客サービス関連店舗の出店が増加、商店街の構成が物販からサービスに変化している。

大規模小売店舗立地法（大店立地法）上の店舗面積1,000㎡を超える大規模小売店舗事業所とそれ以外の事業所を表I-3-8でデータ比較すると、青森市の総売場面積は平成24年352,091㎡となり、平成19年比61,148㎡、同14.8%減少した。しかし、大規模小売店舗の総売場面積に占める割合は平成24年が89.2%と平成19年比18ポイントの大幅増加、青森市の小売業は大規模小売店が中小小売店を圧倒していることが分かる。

表 I-3-8 大規模小売店舗の売場面積

大規模店舗の売場面積

	平成19年	平成24年	増減
青森市(総売場面積㎡)	413,239	352,091	-14.8%
※大規模店舗面積㎡	294,199	313,965	6.7%
構成比	71.2%	89.2%	18ポイント

届出ベースによる

次に、平成26年商業統計の「立地環境特性格別統計」掲載の中心商店街（ショッピングセンターや駅ビルなどの専門店）を形成する青森市の商業集積地区の小売主要指標をまとめた表I-3-9をみてもみる。

青森市内の年間商品販売額は新町商店街、ニコニコ通り商店街、サンロード商店街の順に多くなっている。また、事業所数、従業者数、売場面積ともに新町商店街が青森市内の他商店街を上回り、市内有数の商業地域であることが分かる。

ここでは、販売効率を検証する指標として、1事業所当たり販売額を1㎡当たりの販売額（売場面積効率）×1事業所当たりの売場面積（売場面積規模）に要因分解してみる。

$$1 \text{ 事業所当たり販売額} = \frac{\text{年間商品販売額}}{\text{売場面積}(\text{㎡})} \times \frac{\text{売場面積}(\text{㎡})}{\text{事業所数}}$$

1事業所当たり販売額はイトーヨーカドー青森店商店街が最も多く、ガーラタウン、サンロード青森商店街が続く。これを要因別にみると、売場面積効率が高いのがサンロード青森商店街、イトーヨーカドー青森店商店街、売場面積規模が大きいイトーヨーカドー青森店商店街、ラ・セラ東バイパスSC商店街、ガーラタウン、旧来タイプの商店街である新町商店街の二つに区分される。

表 I-3-9 青森市の商業集積の販売効率

	事業所数	従業者数 (人)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)	1事業所 当たり販 売額	1㎡当たりの販 売額(百万円)	1事業所当 り売場面積 (㎡)
						売場面積効率	売場面積規模
青森市 計	1,337	7,495	110,984	186,888	83.01	0.59	139.78
新町商店街	103	907	14,887	34,307	144.53	0.43	333.08
ニコニコ通り商店街	83	452	11,035	19,717	132.95	0.56	237.55
サンロード青森商店街	66	783	10,205	17,302	154.62	0.59	262.15
イトーヨーカドー青森店商店街	22	559	9,773	17,384	444.23	0.56	790.18
ラ・セラ東バイパスSC商店街	31	332	5,790	18,402	186.77	0.31	593.61
浪館通り商店街	63	339	5,616	4,748	89.14	1.18	75.37
新城商店街	47	357	5,235	5,822	111.38	0.90	123.87
アウガ商店街	103	378	5,123	5,526	49.74	0.93	53.65
ガーラタウン	23	300	4,439	7,822	193.00	0.57	340.09

資料：経済産業省「平成19年商業統計」

注：ここでの商店街とは小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して30店舗以上あるものをいう。

(6) 業態別小売業の動向

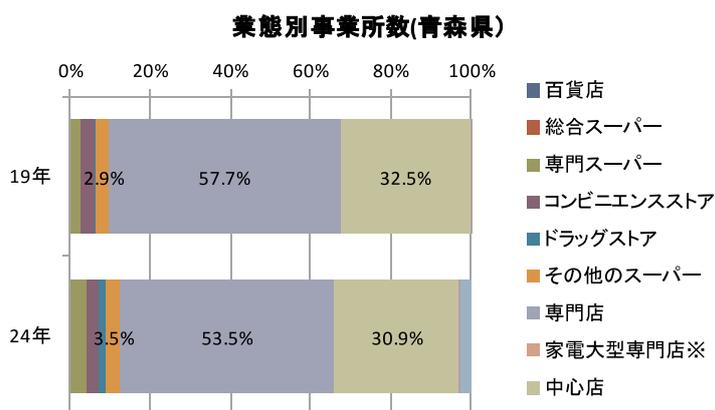
次に業態別に小売業の事業所数、年間商品販売額を分析していく。ここでは、青森市のデータが入手できなかったため、平成24年経済センサス調査、平成19年商業統計調査を基に青森県の業態別事業所数、同年間商品販売額を図 I-3-6、図 I-3-7で分析した。

① 事業所数

(大幅に伸びたドラッグストア、コンビニエンスストアの終日営業店の事業所数)

青森県の平成24年小売業全体の事業者数は10,347 事業所で、平成22 年の15,155事業所より31.7%減少した。業態別の構成比をみると、中小規模の事業所が比較的多い専門店と中心店で、ともに80%以上を占めている。しかし、その中では専門店、中心店の割合が低下し、コンビニエンスストア、専門スーパー、ドラッグストアの割合が上昇している。

図 I-3-6 業態別事業所数



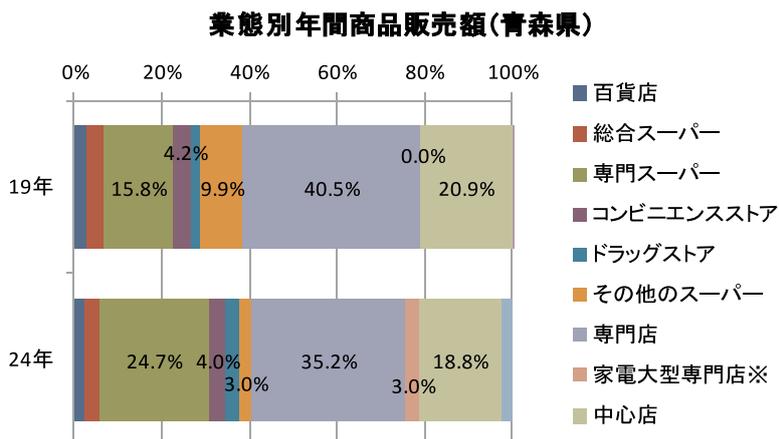
② 年間商品販売額

(ドラッグストアが急上昇)

次に年間商品販売額をみると、平成24年の年間商品販売額は小売業全体で1,187,981百万円となり、平成22年の1,439,959百万円より17.5%減少している。

業態別の構成比をみると、事業所数と同様に専門店、中心店、専門スーパーが大きな割合を占め、小売業全体の80%に達している。しかし、その中では専門店、中心店、専門スーパーの割合が低下し、ドラッグストア、無店舗販売の割合が上昇している。

図 I -3-7 業態別年間商品販売額



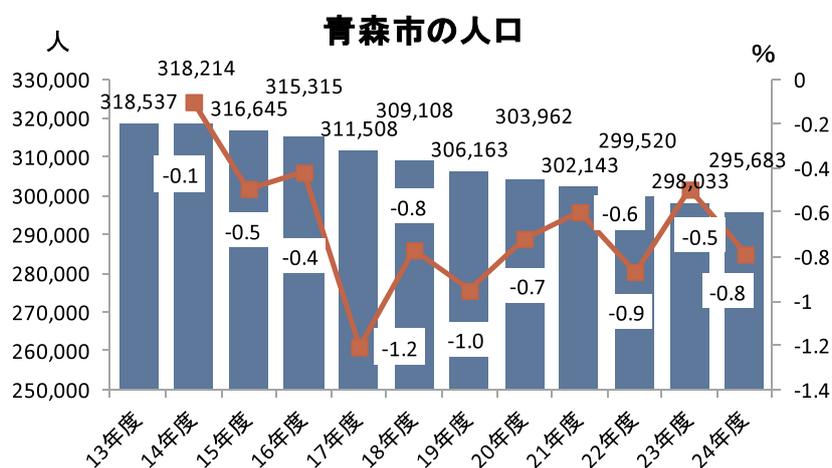
4. 消費者の変化と小売業の変容

小売業は環境適合産業であると言われる。小売業は一定の環境の下に活動しており、一般環境として人口数や世帯規模、所得水準等により大きな影響を受ける。最後に、青森市の人口推移、青森市の中心街区の人口動向、家計消費支出の動きを見ていくことにする。

(1) 青森市の人口の変化

青森市の人口は、図 I-4-1にあるように平成12（2000）年の318,732人をピークに減少傾向にあり、平成22（2010）年には、299,520人と30万人を割り込み、平成24年度は295,683人となっている。年齢3区分別の人口割合について、生産年齢人口（15～64歳）割合は平成7（1995）年をピークに減少に転じており、平成12（2000）年には、年少人口（0～14歳）割合と老年人口（65歳以上）割合が逆転した。

図 I-4-1 青森市の人口



注) 国勢調査実施年度の人口については総務省「国勢調査」、それ以外の年度については、県民経済計算における県人口は総務省「国勢調査結果による補間補正人口」、各市町村の人口は県統計分析課「推計人口」を用いているため、国勢調査実施年以外の年度は、県人口と各市町村人口の合計値は一致しない。

また、青森市と近接した周辺町村、通勤・通学・買い物による生活圏エリアの人口を商圈人口として表 I-4-1 でみると、平成22年の青森生活圏人口は320,269人と10年前に比べ2万3千人減少、6.7%減少している。

表 I-4-1 青森市の商圈人口

青森市の商圈人口（生活圏エリア）

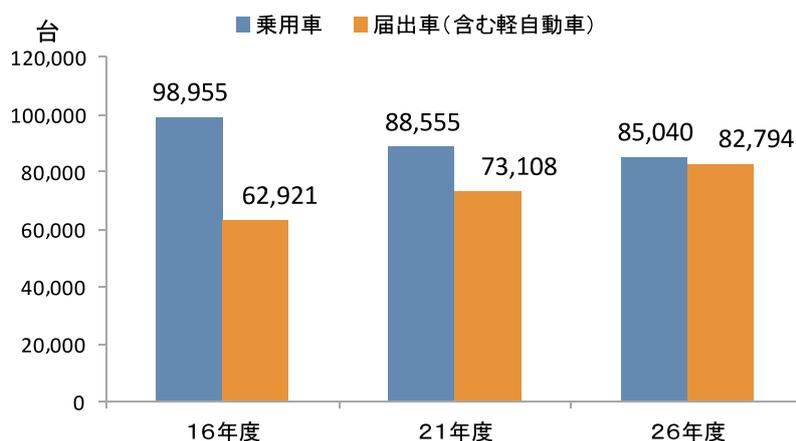
	2000年	2010年	増減率(%)	増減数(人)
青森市	297,859	280,366	△ 5.9	-17,493
平内町	14,528	12,361	△ 14.9	-2,167
蟹田町	4,010	3,303	△ 17.6	-707
蓬田村	3,480	3,271	△ 6.0	-209
平館村	2,451	1,814	△ 26.0	-637
浪岡町	20,873	19,154	△ 8.2	-1,719
青森生活圏	343,201	320,269	△ 6.7	-22,932

資料：国勢調査

消費者の変化の一つに自家用車の普及を最初に指摘した。小売業の年間販売増加の上位に自動車小売業がランクされている。郊外型SCの無料駐車場利用が一般化し、中心街区の有料駐車場が敬遠されるのもマイカーブームによるものである。

青森市の自動車保有台数を図 I-4-2 でみると、平成26年度は軽自動車比普通乗用車にほぼ並びかけ、合計16万8千台余りとなった。青森市の平成22年国勢調査の普通世帯数（119,119世帯）を上回り、1世帯当たり1.4台、車種別では軽自動車伸びている。

図 I-4-2 青森市の自動車保有台数



資料：東北運輸局

(2) 中心市街地の人口増加、高齢化率

青森市は昭和40年以降、住宅の郊外移転、公共施設、商業施設の郊外移転が進み、中心市街地では人口の減少、商業機能の衰退に伴う中心市街地の空洞化が深刻化した。

郊外への大型店の出店をみると、平成12年にはイトーヨーカドー青森SC、平成19年ドリームタウンALi、イオンタウン青森浜田などがある。特に、浜田地区は若者向けのレジャー施設も加わり、賑わいを見せている。

一方、中心市街地では東北新幹線開業を契機に青森市の顔としての駅前地区の整備が進んだ。中心市街地の再開発、観光施設・商業施設の整備が進み、フェスティバルシティAUGA、ミッドライフタワー、まちなか温泉・センターホテル、A-FACTORY、ねぶたの家ワ・ラッセ、新町キューブ、青森ベイエリアが整備され、青森市の新たな観光名所として、知られるようになった。

東北新幹線青森開業、駅前地区の整備が進み、青森市が進めてきた「街なか居住」施策により、民間事業者がマンション建設に踏み切り、平成16年以降、7棟、522戸が分譲され、人口増につながった。今後も、街なか居住の目玉となるマンション建設が予定されている。

(3) 人口増加と高齢者居住動向

青森市の中心市街地（長島1丁目、古川1丁目、新町1～2丁目、安方1～2丁目、柳川1丁目）の人口を表I-4-2でみると、平成22年の中心街区人口は平成7年に比べ3,470人に増加、前回比8.9%増と青森市の人口減（3.8%減）と明暗を分けた。中心市街地の中でも新町1丁目、2丁目が増加の大幅増となった。一方、高齢化率は表I-4-3で示したように、新町1丁目が増加率49.7%、新町2丁目が増加率24.2%と住所によって高齢化率が異なるがこれは駅前の高齢者施設の立地が影響している。

表 I-4-2 青森市中心街区の人口

住所	単位:人、%				
	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	増減比
長島1丁目	106	45	40	28	-30.0%
古川1丁目	695	608	566	594	4.9%
新町1丁目	337	240	210	298	41.9%
新町2丁目	254	180	207	310	49.8%
安方1丁目	360	321	444	496	11.7%
安方2丁目	772	675	704	783	11.2%
柳川1丁目	193	887	1014	961	-5.2%
中心市街地合計	2,717	2,956	3,185	3,470	8.9%

資料：国勢調査

表 I -4-3 青森市中心街区の高齢化率

単位:人、%

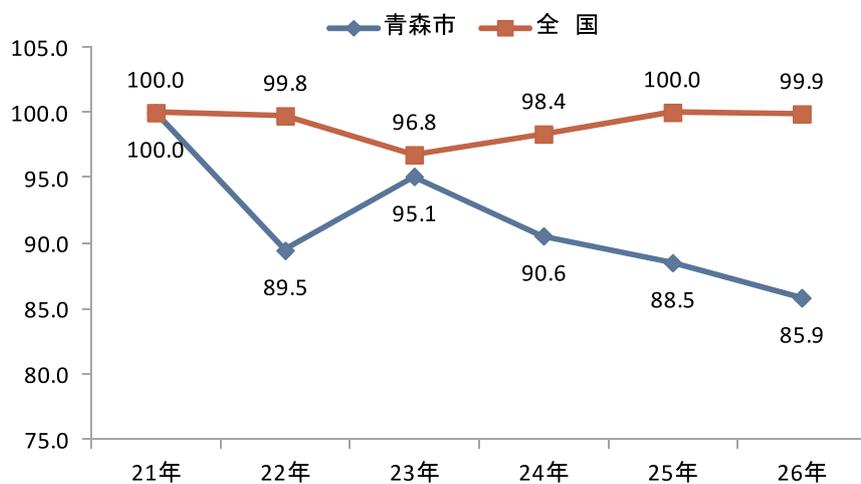
		平成12年	平成22年	増減ポイント
中心市街地	長島一丁目	28.9%	50.0%	21.1
	古川一丁目	31.1%	32.2%	1.1
	新町一丁目	36.3%	49.7%	13.4
	新町二丁目	30.0%	24.2%	-5.8
	安方一丁目	25.2%	24.6%	-0.6
	安方二丁目	20.2%	26.2%	6.1
	柳川一丁目	28.9%	15.5%	-13.4
青森市		20.4%	23.6%	3.2

資料：国勢調査

(4) 家計調査年報による青森市の消費支出

勤労者世帯消費支出は図 I -4-2 に示したように平成23年以降、4年連続のマイナスとなった。全国のほぼ横ばいの推移に比べ、青森市の消費支出は平成23年（東日本大震災）以降、4年連続で落ち込み、平成26年は5年前に比べ8割の水準に止まっている。

図 I -4-2 勤労者世帯消費支出（平成21年＝100）



資料：家計調査年報

費目別の増減寄与度を表 I-4-4 でみると、平成26年度は前年比3%、費目別では住居（寄与度▲1.6%）、交通・通信（同▲1.9%）、教育（同▲3.8%）、教養・娯楽（同▲0.5%）がマイナス、その他消費支出（同2.6%）がプラスとなった。

表 I-4-4 青森市の家計消費支出費目別増減寄与度

単位：%

	22年 年平均	23年 年平均	24年 年平均	25年 年平均	26年 年平均
消費支出	-10.5	6.3	-4.8	-2.3	-3.0
食料	-1.4	-0.0	-1.5	0.5	0.6
住居	-1.8	0.3	-0.4	0.1	-1.6
光熱・水道	0.3	0.1	0.5	-0.1	0.4
家具・家事用品	-0.0	0.2	0.2	-0.7	0.8
被服及び履物	-0.3	0.7	-0.2	-0.5	-0.3
保健医療	-0.6	0.5	0.1	-0.7	0.6
交通・通信	-2.9	0.0	-0.3	1.5	-1.9
教育	-1.8	1.4	-0.9	1.4	-3.8
教養娯楽	-0.3	-1.3	-0.2	-0.3	-0.5
その他の消費支出	-1.7	4.3	-2.0	-3.5	2.6

資料：家計調査年報

本章のまとめ

青森市の小売業の概要（平成26年商業統計調査）は事業所数が1,968事業所と7年前の平成19年商業統計調査に比べ1,166事業所減少した。従業者数は14,456人で同6,075人減、年間商品販売額が3,006億円で同527億円のマイナスとなった。

懸念されるのが従業者数の減少と年間商品販売額の落ち込みである。青森市の重要な産業である小売業の雇用、売上が落ち込んでいることは、青森市の産業経済の発展の足かせとなっている。

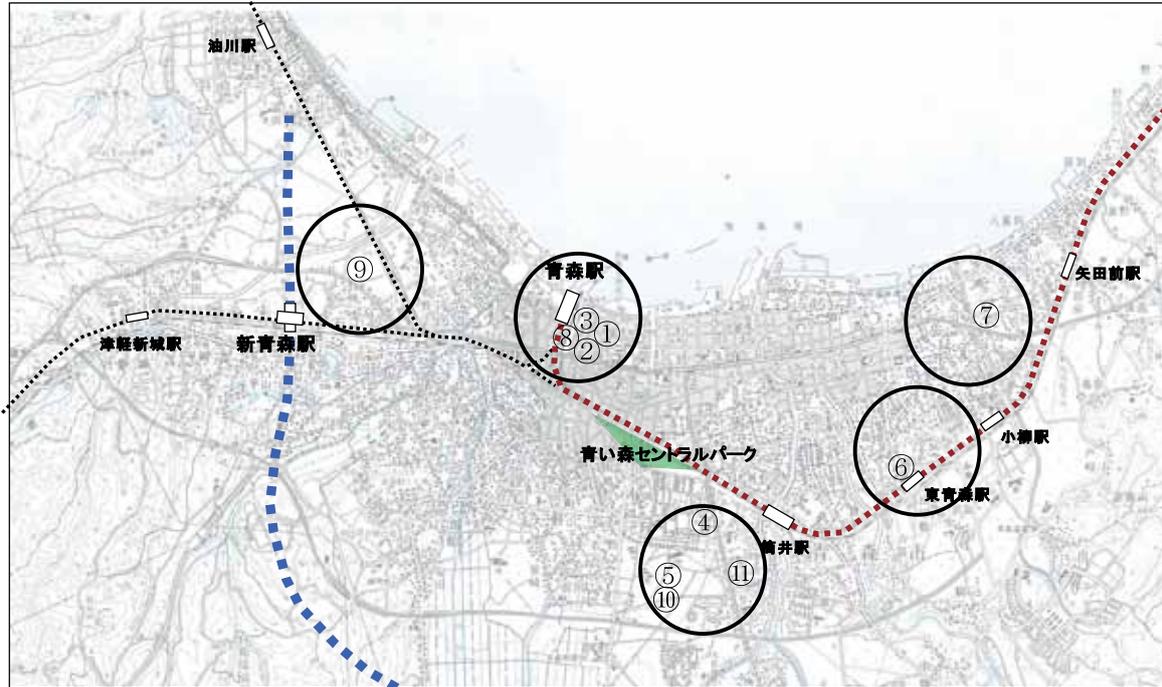
小売業は環境対応型産業であることは良く知られている。消費者の生活スタイルの変化により、小売業の主役は1970年代以降の総合スーパー、2000年以降の専門店チェーン、近年のコンビニ、ドラッグストアと変化してきた。こうした業態の変遷は、モータリゼーションの発展段階に応じて、消費者の生活動線が変化してきたことによって起こった。

青森市も同様に図 I-4-3の大型店立地図に示したように郊外に商業施設が立地したことにより、青森市には複数の商業集積地域が形成されている。

青森市は「青森市総合戦略」（平成27年10月）を策定し、そのなかで「安全安心で快適な魅力あるまちづくり」を掲げている。本稿の関連する政策として、「中心市街地の活性化」、「都市内公共交通ネットワーク構想」などであり、青森市の中心市街地が青森市の顔として活性化していくためには「街なか観光の振興」、「公共交通機関の利用のしやすさ（中心市街地へのアクセス手段）」をPRしてゆく必要がある。

そして、何より青森市の外貨を稼ぐ産業の育成・強化が求められる。

図 I-4-3 青森市の商業集積図



青森市内主要大型店

①	さくら野百貨店	17,082m ²
②	中三百貨店	15,571m ²
③	フェスティバルシティアウガ	14,301m ²
④	サンロード青森（イオン青森店）	21,733m ²
⑤	イトーヨーカドー青森SC	20,260m ²
⑥	東青森駅構内商業施設	8,173m ²
⑦	ラ・セラ東バイパスSC	12,645m ²
⑧	青森駅ビル・ラビナ	6,444m ²
⑨	ガーラタウン青森ウエストモール	21,733m ²
⑩	ドリームタウンAli	7,956m ²
⑪	イオンタウン青森浜田	17,021m ²

資料：青森商工会議所、東洋経済「全国大型総覧2016」