

無店舗販売の地域特性の検討

— 3 時点比較 —

立正大学 藤岡明房

要約

小売業の形態の中に無店舗販売という販売形態がある。訪問販売、通信・カタログ販売、自動販売機による販売、その他である。小売業の販売形態の基本は店舗を構える店頭販売であることを考慮すれば、無店舗販売は比較的新しい形態の販売とみなせる。しかし、無店舗販売の中にも盛衰がある。訪問販売は近年減少傾向にある。通信・カタログ販売は着実に増加している。しかも、インターネットの普及によって通信販売・カタログは今後も増加することが期待されている。このように無店舗販売という販売形態でありながら、個別の販売形態では変化が大きいことが分かる。無店舗販売には地域特性が見いだせるのであろうか、もし地域特性があったとしても、時間とともに変化する可能性がある。本論文では、1997 年、2002 年、2007 年の 3 つの商業統計を利用して無店舗販売の地域特性を調べてみる。

Examination of the regional characteristics of non-store sales.

—Comparison based on the three times —

Rissho University Akifusa FUJIOKA

The sales form of nonstore retailing is in the form of retail trade. They are door-to-door sales, communication and catalog sales, sale by a vending machine, and others. If it takes into consideration that the foundations of the sales form of retail trade are over-the-counter sales which establish a store, it can be considered that nonstore retailing is sale of a comparatively new form. However, rise and fall are also in nonstore retailing. Door-to-door sales are decreasing in recent years. Communication and catalog sales are increasing steadily. And it is expected that communication and catalog sales will continue to increase by the spread of the Internet. Thus, in nonstore retailing, rise and fall are common. Even if a regional characteristic will be able to be found out for nonstore retailing or there is a regional characteristic, it may change with time. In this paper, the regional characteristic of nonstore retailing is investigated using three censuses of commerce, 1997, 2002, and 2007.

JEL Classification: C12, L81, O18