

経済・金融 フラッシュ

商業販売統計 2009年4月 ～小売業は前月比7ヶ月ぶりに増加

経済調査部門 研究員 桑島 滋

TEL:03-3512-1838 E-mail: kuwahata@nli-research.co.jp

1. 小売業は前月比0.6%と7ヶ月ぶりに増加

5月28日に経済産業省から公表された09年4月の商業販売統計速報によると、小売業販売額は前年比▲2.9%の10兆8610億円となり、8ヶ月連続で前年を下回ったが、09年3月(同▲3.8%)からは悪化幅が縮小した。季節調整済前月比でも0.6%となり、7ヶ月ぶりの増加となった。

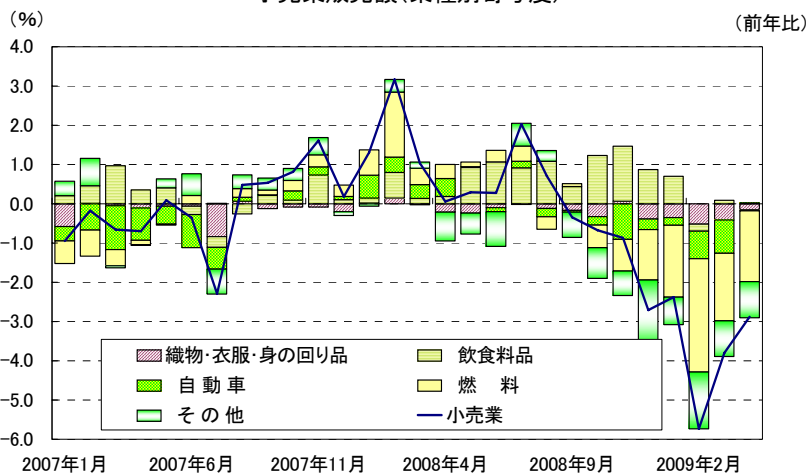
小売業及びコンビニエンスストア販売額(増減率)

	小売業								コンビニエンスストア販売額	
	前月比	前年比	大型小売店				スーパー		前年比	前年比(既存店)
			前年比	前年比(既存店)	百貨店	前年比(既存店)	前年比	前年比(既存店)		
08年2月	▲0.3	3.2	2.6	1.2	▲0.2	0.9	4.4	1.4	3.4	0.8
3月	0.1	1.0	1.7	0.2	▲1.6	▲1.2	4.1	1.3	1.2	▲0.6
4月	0.0	0.1	▲0.7	▲2.2	▲3.4	▲3.4	1.1	▲1.4	1.4	▲0.2
5月	▲0.3	0.3	▲0.6	▲2.0	▲2.6	▲2.5	0.7	▲1.7	5.1	3.5
6月	0.1	0.3	▲2.7	▲4.0	▲7.5	▲7.3	0.5	▲1.7	5.7	4.0
7月	0.2	2.0	0.2	▲0.7	▲2.4	▲2.3	2.2	0.5	13.3	11.5
8月	0.2	0.7	▲1.0	▲2.2	▲3.1	▲2.9	0.1	▲1.8	6.7	5.1
9月	0.0	▲0.3	▲2.1	▲3.3	▲4.9	▲4.6	▲0.4	▲2.6	7.5	6.4
10月	▲0.6	▲0.7	▲2.9	▲4.3	▲7.2	▲6.9	0.0	▲2.6	9.8	7.9
11月	▲0.2	▲0.9	▲1.7	▲3.1	▲6.6	▲6.3	1.8	▲0.7	9.1	7.2
12月	▲1.7	▲2.7	▲4.8	▲6.2	▲9.7	▲9.6	▲1.1	▲3.6	7.8	5.8
09年1月	▲0.1	▲2.4	▲3.8	▲5.5	▲9.4	▲9.2	▲0.2	▲3.1	8.8	6.8
2月	▲0.2	▲5.7	▲6.5	▲8.1	▲11.8	▲11.4	▲3.4	▲6.1	4.0	2.0
3月	▲1.0	▲3.8	▲6.7	▲8.2	▲13.3	▲12.9	▲2.1	▲4.9	6.1	3.9
4月	0.6	▲2.9	▲5.0	▲6.7	▲12.0	▲11.3	▲0.7	▲3.9	6.5	4.0

(資料)経済産業省「商業販売統計」

業種別には、08年夏頃から下落が続く国際商品市況を反映してガソリンスタンドなどの燃料小売業が同▲17.0%、繊維・衣服・身の回り品小売業が同▲1.9%、機械器具小売業が同▲1.9%、飲食料小売業が同▲0.1%と減少した。一方、販売不振が続いてきた自動車小売業が同0.3%と9ヶ月ぶりに増加した。自動車販売は低迷しているものの、自動料金収納システム(E T C)搭載車両を対象とした高速道路料金の引き下げに伴い、E T Cの売り上げが急増加したこと等が要因と見られる。

小売業販売額(業種別寄与度)



(資料)経済産業省「商業販売統計」

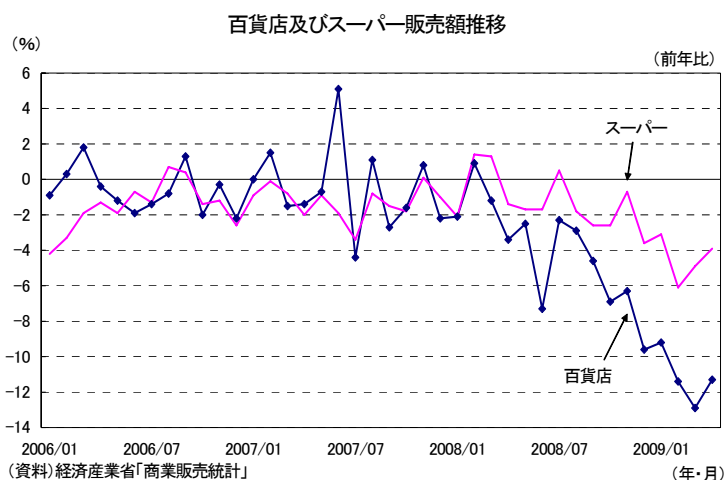
寄与度で見ると、燃料が▲1.8%、繊維・衣服・身の回り品が▲0.2%と販売額を押し下げた。

2. 百貨店販売額は3ヶ月連続前年比二桁マイナス

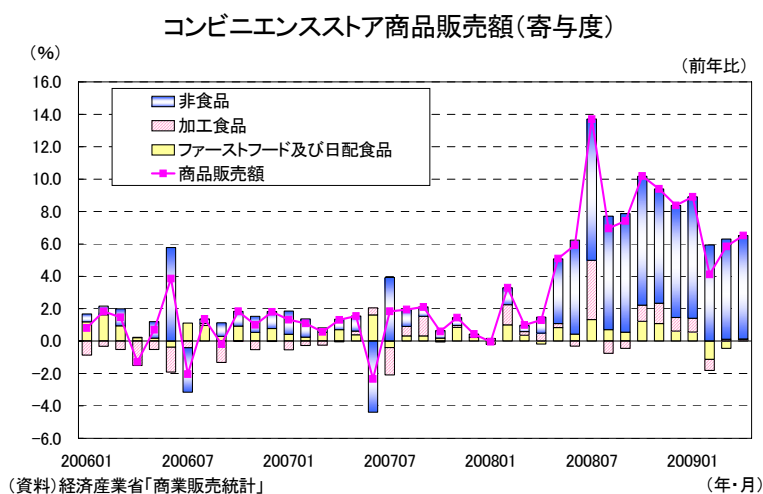
09年4月の大型小売店の販売額（百貨店とスーパーの合計）は1兆5963億円、既存店ベースで前年比▲6.7%となり、13ヶ月連続して前年を下回った。スーパー売上高は同▲3.9%と3月（同▲4.9%）から悪化幅が縮小した。百貨店販売額は、同▲11.3%と3月（同▲12.9%）から悪化幅が縮小したものの、3ヶ月連続して前年比二桁のマイナスとなった。

百貨店販売額（既存店）を業種別にみると、飲食料品が同▲5.1%、紳士服・洋品が同▲15.5%、婦人・子供服・子供服・洋品が同▲13.3%となるなど、販売額の4割強

を占める衣料品全体で同▲13.8%の減少となった。その他は家具が同▲26.5%、家庭用電気機械器具が同▲16.6%となり、その他全体で同▲11.8%の減少となった。



コンビニエンスストア販売額（商品販売額及びサービス売上高）は6513億円、前年同月比6.5%の増加となった。商品販売額の内訳を見ると、ファーストフード及び日配食品が前年比0.2%と3ヶ月ぶりに前年比プラスとなった。加工食品が同0.2%、タスポ効果によりタバコ販売が好調を維持した非食品が同21.5%増加した結果、商業販売額は同6.5%の増加となった。

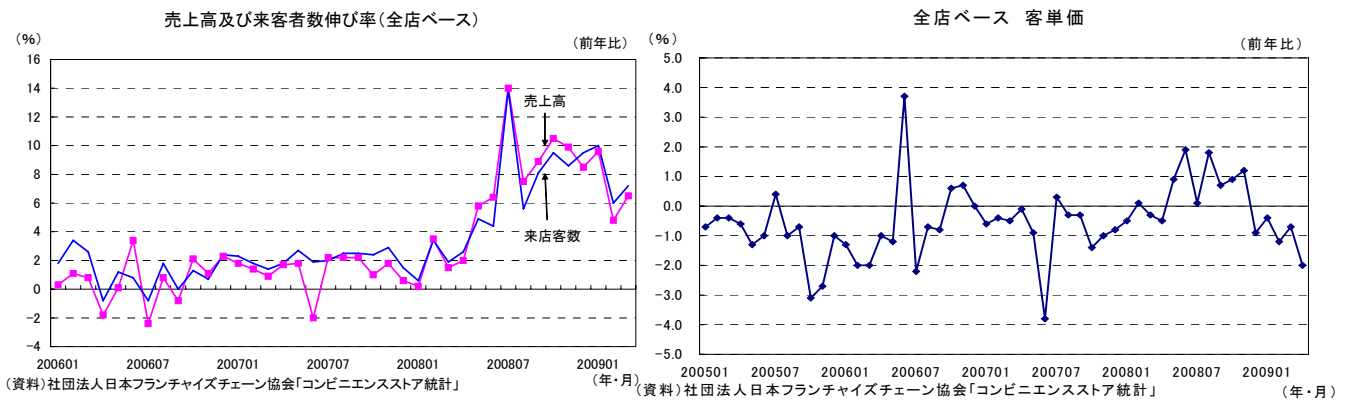


09年1月以降、消費動向調査の消費者態度指数が4ヶ月連続で上昇していることに加え、定額給付金、環境対応車への買替促進、グリーン家電（テレビ・エアコン・冷蔵庫）の購入促進策等、経済対策の効果が徐々に表れることも期待される。しかし、3月の失業率が4.8%、現金給与総額が同▲3.9%、ボーナスが大幅減額となるなど、雇用・所得不安の高まりに加え、可処分所得減少により購買力も低下している。加えて、新型インフルエンザの影響も懸念され、個人消費の先行きについては、当面低調に推移する可能性が高い。

◆トピックス:コンビニエンスストア統計にみるタスポ効果

5月20日に社団法人日本フランチャイズチェーン協会から公表されたコンビニエンスストア統計によると、09年4月の売上高（全店ベース）は前年比6.5%となり、22ヶ月連続で前年比プラスとなった。顧客単価は前年比▲2.0%の574.5円と3月（▲同0.7%）から悪化幅が拡大し、5ヶ月連続のマイナスとなったものの、来店客数は11億2264万人の同8.7%となり、3月（同7.2%）からさらに増加した。

長期的な推移を見ると、売上高の伸び率は、来店客数のそれとほぼ同様の動きとなっている。タスポ対応の成人識別自動販売機が導入された08年7月以降、ICカードを持たない喫煙者は必然的にコンビニへ足を運ぶ回数が増加する。そのことが結果的に来店客数の増加をもたらし、売上高の増加要因となっていることがわかる。売上高の増加は、顧客単価の上昇や、ヒット商品によるものではなく、タスポ効果による来店客数の増加がもたらしたといえる。



(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。