

経済・金融 フラッシュ

小売業は引き続き持ち直しの動き ～商業販売統計 11年6月

経済調査部門 研究員 桑島 滋

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

1. 小売業は引き続き持ち直しの動き

7月28日に経済産業省から公表された11年6月の商業販売統計速報によると、小売業販売額は前年比1.1%の11兆1370億円と、4ヵ月ぶりに増加に転じた。季節調整済前月比では2.9%と、4月以降、3ヵ月続けて高い伸びとなった。

物価変動の影響を除いた実質値（当研究所試算値）では前年比1.0%と7ヵ月ぶりの増加となった。

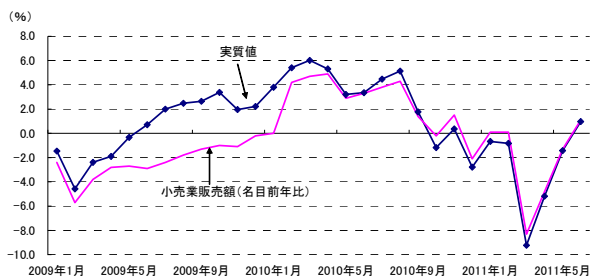
業種別では、7月の地上デジタル放送への完全移行を前にテレビの駆け込み需要がみられたことや、節電対策の高まりを背景として、エアコン、扇風機などの暑さ対策品が好調に推移したことから機械器具小売業が前年比15.2%の大幅増加となったのに加え、クールビズ商材の伸びから、繊維・衣服・身の回り品小売業が同4.1%と増加した。また、震災以降、大幅な落ち込みとなっていた自動車小売業はサプライチェーンの回復に伴い、前年比▲17.3%と、4月の同▲37.8%を底に2ヵ月続けて減少幅が縮小している。自動車小売業の寄与度をみると、4月に▲4.9%となった後、5月（▲2.8%）、6月（▲2.2%）と押し下げ幅の縮小が続いている。

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		
			大型小売店								
	前月比	前年比	百貨店		スーパー		前年比	前年比	前年比	前年比	
		前年比	前年比(既存店)	前年比	前年比(既存店)	前年比	前年比(既存店)	前年比	前年比(既存店)	前年比	前年比(既存店)
10年4月	0.4	4.9	▲3.0	▲3.7	▲6.0	▲3.7	▲1.5	▲3.6	▲1.2	▲3.9	
5月	▲1.7	2.9	▲3.2	▲3.9	▲4.1	▲2.1	▲2.8	▲4.9	▲0.8	▲3.7	
6月	0.5	3.3	▲2.4	▲3.1	▲7.4	▲5.7	0.4	▲1.6	1.2	▲1.4	
7月	0.4	3.8	▲1.1	▲1.3	▲3.2	▲1.4	0.4	▲1.2	2.9	0.3	
8月	1.4	4.3	▲1.1	▲1.8	▲5.0	▲3.0	0.6	▲1.3	3.2	0.7	
9月	▲2.8	1.4	▲1.0	▲1.7	▲6.4	▲5.0	1.8	0.1	15.1	12.2	
10月	▲1.4	▲0.2	1.2	0.4	▲0.5	0.6	2.3	0.3	▲3.3	▲6.0	
11月	2.0	1.5	0.5	0.1	▲1.5	▲0.4	1.8	0.5	3.4	0.7	
12月	▲4.2	▲2.1	▲1.6	▲1.7	▲2.6	▲1.5	▲0.7	▲1.8	5.4	2.8	
11年1月	4.0	0.1	▲0.6	▲0.7	▲3.0	▲1.1	0.9	▲0.4	7.1	4.5	
2月	0.8	0.1	1.0	0.5	▲1.1	0.6	2.1	0.4	8.5	5.9	
3月	▲7.6	▲8.3	▲6.5	▲7.5	▲15.4	▲15.0	▲1.2	▲3.0	9.1	7.2	
4月	4.1	▲4.8	▲0.9	▲1.9	▲2.4	▲1.8	▲0.1	▲1.9	3.0	1.0	
5月	2.4	▲1.3	▲1.3	▲2.5	▲2.4	▲2.6	▲0.8	▲2.4	7.3	5.1	
6月	2.9	1.1	0.5	▲0.5	▲0.3	0.1	0.8	▲0.7	10.9	8.3	

(資料) 経済産業省「商業販売統計」

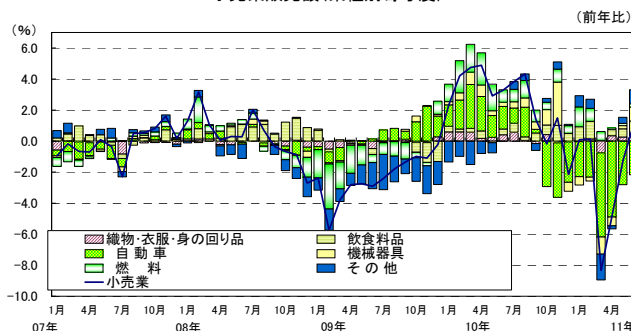
小売販売額の推移



(資料) 経済産業省「商業販売統計」

(注) 実質値については、消費者物価指数(「財」から「電気・都市ガス・水道」を除いたもの)により実質化
11年6月については、当社予測値にて実質化

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」

2. 百貨店、コンビニとも東北での増加が顕著に

11年6月の大型小売店販売額（百貨店とスーパーの合計）は、前年比▲0.5%と、4ヵ月続けての減少となったが、5月（同▲2.5%）からは減少幅が縮小した。業態別では百貨店が前年比0.1%、スーパーが同▲0.7%であった。

百貨店販売額（既存店）を商品別にみると、紳士服・洋品が前年比1.3%（5月：同▲0.7%）と8ヵ月ぶりに増加に転じたことに加え、婦人・子供服・洋品が前年比▲0.7%（5月：同▲3.8%）と減少幅を大きく縮小させたことなどから、百貨店販売額の4割を占める衣料品全体で減少幅が大きく縮小（5月：前年比▲2.7%⇒6月：同▲0.3%）した。また、飲食料品が前年比0.7%と4ヵ月ぶりの増加となった。

百貨店販売額を地域別にみると、震災以降前年比で減少が続いていた関東が4ヵ月ぶりに増加（前年比0.3%）に転じるなど、8地域中5地域で増加としたが、東北（同4.6%）の伸びが顕著となっている。これは震災により損壊した生活財の買換え需要が顕在化しているものと思われる。

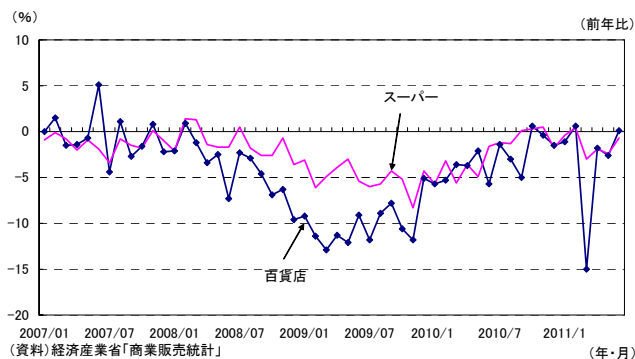
一方、コンビニエンスストア販売額（商品販売額及びサービス売上高）は7419億円、前年比10.9%（全店ベース）と8ヵ月連続での増加となった。増加幅は前月（同7.3%）から拡大した。

商品別では、非食品（前年比27.4%、5月：同21.6%）、ファーストフード及び日配食品（前年比6.3%、5月：同2.1%）が5月から伸びを高めたことに加え、加工食品（前年比0.7%、5月：同▲0.1%）でも前年比プラスに転じている。

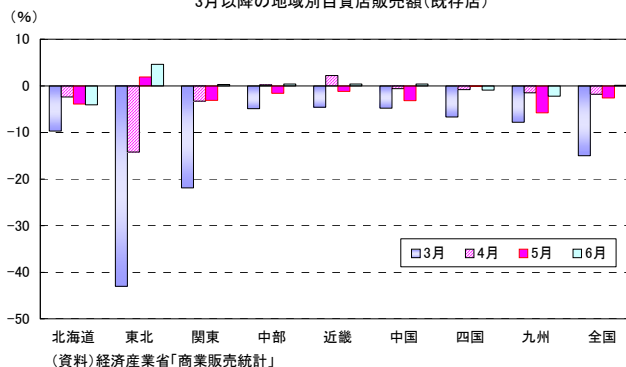
地域別では、全8地域で前年比増加となったが、東北（5月：前年比14.7%⇒6月：同18.6%）の伸びが顕著となっている。

6月の小売業は、サプライチェーンの回復を受けて、自動車販売が持ち直しの動きとなったこと、節電意識の高まりを背景としてエアコン、扇風機などの暑さ対策関連商品が好調に推移したことなどから、強い動きとなった。7月についても引き続き、暑さ対策商品への需要増が期待されることから持ち直しの動きが続くことが見込まれる。

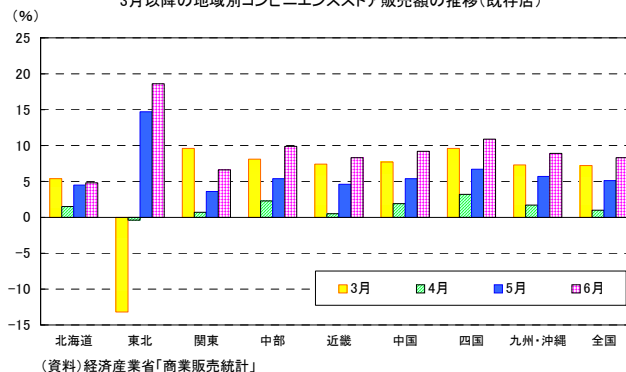
百貨店及びスーパー販売額推移（既存店ベース）



3月以降の地域別百貨店販売額（既存店）



3月以降の地域別コンビニエンスストア販売額の推移（既存店）



(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。