

経済・金融 フラッシュ

商業販売統計 10年11月 ～薄型テレビの駆け込み需要から機械器具 小売業は急増

経済調査部門 研究員 桑島 滋

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

1. 薄型テレビなどの駆け込み需要から機械器具小売業は前年比 46.1%と大幅増加

12月28日に経済産業省から公表された10年11月の商業販売統計速報によると、小売業販売額は前年比1.3%の11兆1780億円と、前月(▲同0.2%)から一転、増加した。季節調整済前月比では1.9%と3ヵ月ぶりに増加した。

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0.2%の増加となった。生鮮商品の大幅上昇などにより物価(電力・都市ガス・水道を除く財)が前月に続いてプラスとなったことから2ヵ月続けて名目の伸びが実質を上回った。

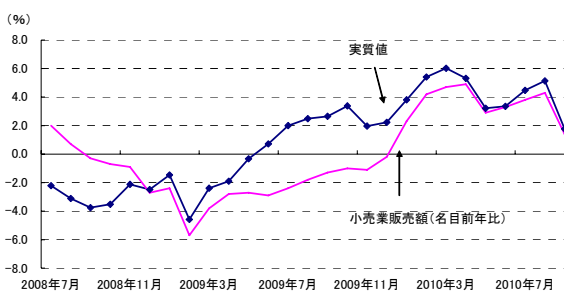
業種別では、エコポイント制度の付与ポイントが12月から半減されることを受けて、薄型テレビなどで駆け込み需要が発生したことから、機械器具小売業が前年比46.1%(10月:同17.9%)と高い伸びとなった。一方、自動車小売業は、9月で終了したエコカー補助金の反動減の影響が響き、前年比▲26.6%と前月(同▲23.9%)に続いて大幅減少となった。寄与度別では、自動車小売業が▲3.5%と、小売業販売額を大きく押し下げたものの、機械器具小売業が2.7%、燃料小売業が0.9%押し上げた。

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	スーパー				
09年9月	0.6	▲1.3	▲4.2	▲5.6	▲9.5	▲7.8	▲1.1	▲4.3	▲2.4	▲5.7
10月	▲0.6	▲1.0	▲6.4	▲7.2	▲12.3	▲10.6	▲2.7	▲5.2	▲2.9	▲5.6
11月	0.0	▲1.1	▲9.0	▲9.7	▲13.5	▲11.8	▲6.1	▲8.3	▲3.6	▲6.4
12月	▲0.3	▲0.2	▲4.2	▲4.6	▲7.0	▲5.1	▲2.3	▲4.3	▲2.8	▲5.7
10年1月	2.0	2.3	▲5.1	▲5.7	▲7.4	▲5.7	▲3.7	▲5.7	▲2.5	▲5.5
2月	0.9	4.2	▲3.4	▲4.0	▲7.4	▲5.3	▲1.2	▲3.3	▲1.8	▲4.9
3月	0.8	4.7	▲4.1	▲4.9	▲5.6	▲3.6	▲3.2	▲5.6	▲2.4	▲5.1
4月	0.5	4.9	▲3.1	▲3.7	▲6.0	▲3.7	▲1.5	▲3.7	▲1.2	▲3.9
5月	▲2.0	2.9	▲3.2	▲3.9	▲4.1	▲2.1	▲2.8	▲4.8	▲0.8	▲3.7
6月	0.4	3.3	▲2.4	▲3.1	▲7.4	▲5.7	0.4	▲1.6	1.2	▲1.4
7月	0.7	3.8	▲1.0	▲1.3	▲3.2	▲1.4	0.5	▲1.2	2.9	0.3
8月	1.4	4.3	▲1.3	▲1.8	▲5.0	▲3.0	0.4	▲1.3	3.2	0.7
9月	▲2.8	1.4	▲1.1	▲1.7	▲6.4	▲5.0	1.7	0.0	15.1	12.2
10月	▲1.9	▲0.2	1.3	0.4	0.5	0.6	2.3	0.3	▲3.3	▲6.0
11月	1.9	1.3	0.7	0.2	▲1.5	▲0.4	2.0	0.5	3.4	0.7

(資料)経済産業省「商業販売統計」

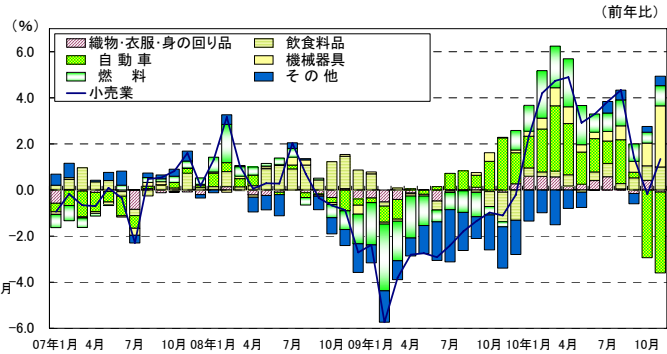
小売販売額の推移



(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

小売業販売額(業種別寄与度)



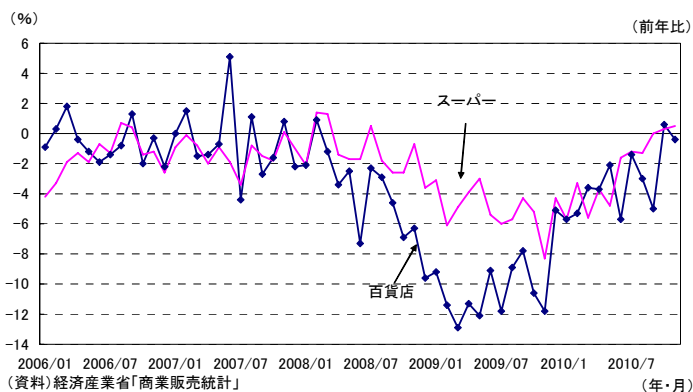
(資料)経済産業省「商業販売統計」

2. 百貨店、スーパーともに持ち直しの動きが鮮明に

10年11月の大型小売店の販売額（百貨店とスーパーの合計）は1兆6329億円、既存店ベースで前年比0.2%となり、前月（同0.4%）に続いて増加した。百貨店は前年比▲0.4%と減少した一方、スーパーは同0.5%と3ヵ月続けて前年を上回った。

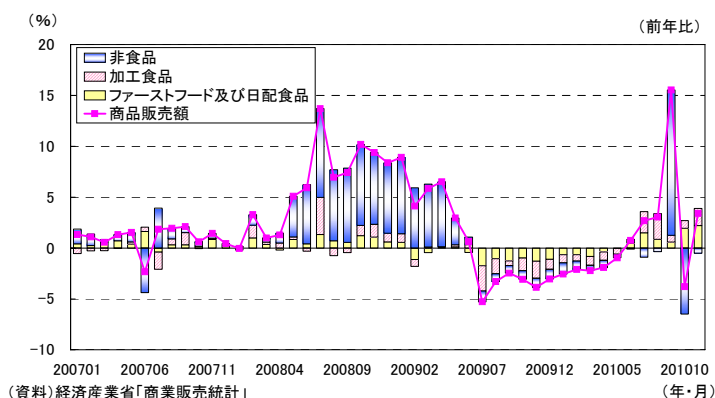
百貨店販売額（既存店）を商品別にみると、紳士服・洋品が前年比▲1.3%、（10月：同1.5%）、婦人・子供服・洋品が前年比▲0.2%（10月：同0.4%）となるなど、販売額の4割強を占める衣料品全体で減少（10月：前年比0.5%⇒11月：同▲1.1%）に転じた。その他の商品では家庭用電気機械器具が薄型テレビなどの駆け込み需要の発生を受けて前年比40.5%と大きく増加したことに加え、家庭用品でも前年比4.0%と前月（同3.4%）に続き増加した。

百貨店及びスーパー販売額推移（既存店ベース）



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6620億円、前年比3.4%（全店ベース）と増加した。商品別には、たばこ値上げ直前の駆け込み需要の反動から10月に一時的に大きく減少した非食品（前年比▲1.5%、10月：同▲19.2%）で減少幅が大きく縮小した。その他の商品では、加工食品（前年比5.4%、10月：同2.5%）、ファーストフード及び日配食品（前年比6.3%、10月：同5.5%）ともに前月から増加幅が拡大した。

コンビニエンスストア商品販売額（全店ベース 寄与度）



11月の小売業販売は、エコカー補助金終了直前の駆け込み需要の反動減による影響から自動車小売業が前月に続いて非常に弱い動きとなったものの、12月からのエコポイント付与半減を受けて、11月末にかけて薄型テレビなどで駆け込み需要が見られたことから、底堅い動きとなった。ただし、12月は、自動車の低迷が続くことに加え、薄型テレビなどの駆け込み需要の反動が顕在化することが懸念される。そのため、10-12月の個人消費については所得環境の改善が続いていることが下支え要因となるものの、7-9月期と比べて弱い動きとなる公算が大きい。

(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证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。