

# 商業の動き

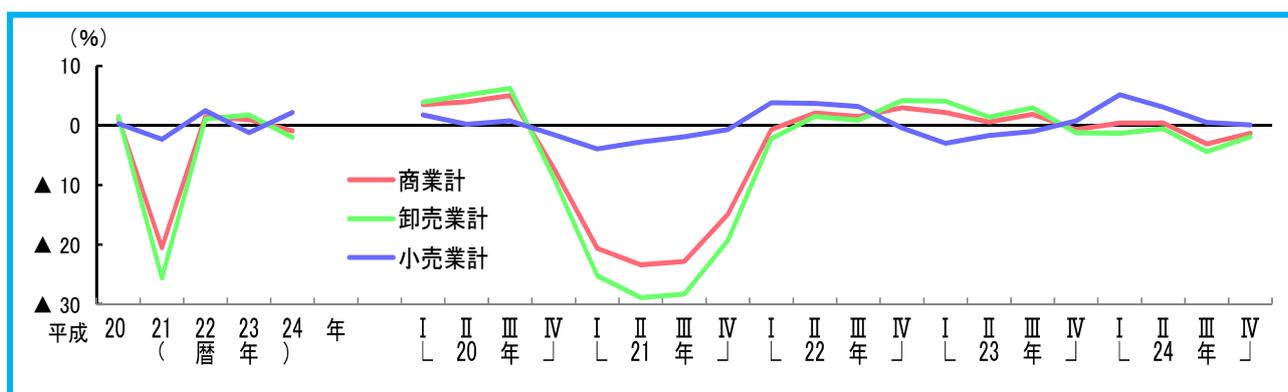
第168号  
平成25年3月  
経済産業省大臣官房  
調査統計グループ

平成24年の商業販売額は、前年比▲0.9%と3年ぶりの減少となりました。卸売業は同▲2.0%と3年ぶりの減少、小売業は同 2.2%と2年ぶりの増加となりました。(第1図)



毎月のご協力ありがとうございます。

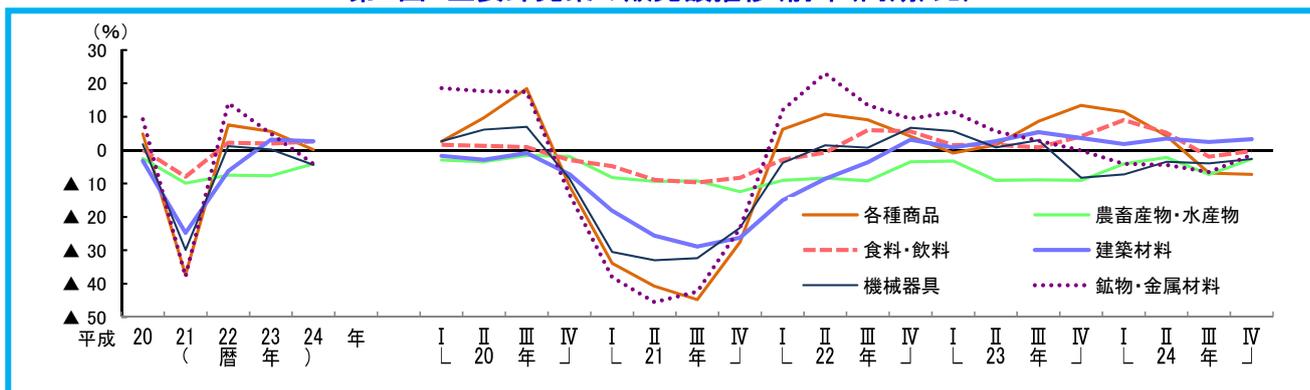
第1図 商業販売額の推移(前年(同期)比)



## ○卸売業販売額の動向○

平成24年の卸売業を業種別にみますと、機械器具卸売業は、自動車エコカー補助金制度(平成23年12月から平成24年9月まで)の効果による国内向けの好調や輸出入増により増加となったものの、電気機械器具が前年の地上デジタル放送(以下、「地デジ」という。地デジ移行:平成23年7月、東北被災3県平成24年4月)移行による需要増の反動により、薄型テレビの国内向けの不振に加え、価格低下などにより減少、一般機械器具がポンプ・遠心分離器、原動機、電算機類の輸出減などにより減少、その他の機械器具が船舶の輸出減などにより減少となりました。鉱物・金属材料卸売業は、鉄鋼・非鉄金属の国内向けや輸出入減に加え、価格低下などにより減少、農畜産物・水産物卸売業は、震災の影響等による農畜産物・水産物の取扱い減や穀物類の輸入減などにより減少となりました。一方、食料・飲料卸売業、建築材料卸売業などは増加となりました。(第2図)

第2図 主要卸売業の販売額推移(前年(同期)比)



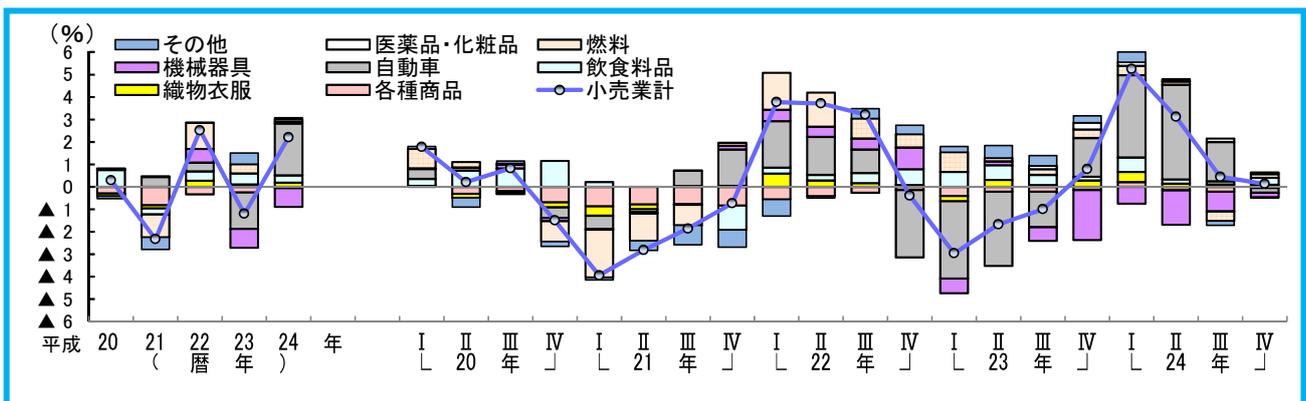
## ☆☆大規模卸売業の動向☆☆

平成24年の大規模卸売店の販売額は、家庭用電気機械器具が前年の地デジ移行による需要増の反動により、薄型テレビの国内向けの不振に加え、輸出減などにより減少、鉄鋼が造船向け、自動車向け、鋼材・鋼管の国内向けの不振及び輸出減などにより減少、その他の機械器具がパソコン、半導体等電子部品の輸出減などにより、前年比▲2.2%と2年連続の減少となりました。

## ○小売業販売額の動向○

平成24年の小売業販売額を業種別にみますと、自動車小売業は、エコカー補助金制度の効果や、前年の震災の影響による反動などにより大幅に増加(比較可能な昭和55年以降最大の増加率)、飲食料品小売業は、夏場の高温による涼味商材、冬場の低温による鍋物商材の好調に加え、コンビニエンスストアの好調などにより増加、織物・衣服・身の回り品小売業は、前年の震災の影響による反動及び季節商材の好調などにより増加となりました。また、医薬品・化粧品小売業は、ドラッグストアの好調などから増加、燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品価格の上昇などにより増加、その他小売業は、DIY用品などが好調だったことなどから増加となりました。一方、機械器具小売業は、前年に地デジ移行に向けて、薄型テレビ、チューナーなどの地デジ対応商品の駆け込み需要があった反動などにより大幅減(比較可能な昭和55年以降最大の減少率)となりました。また、各種商品小売業(百貨店など)も百貨店の不振などにより減少となりました。(第3図)

第3図 小売業業種別寄与度の推移(前年(同期)比)



## ☆☆業種別の動向☆☆

① 各種商品小売業(百貨店など)は、前年の震災の影響による反動などから、主力の衣料品や高額商品に動きがみられたものの、閉店の影響や飲食料品が低調に推移したことなどから、前年比▲0.5%と17年連続の減少となりました。

② 織物・衣服・身の回り品小売業は、前年の震災の反動及び季節商材の好調などにより、前年比 2.4%と3年連続の増加となりました。

③ 飲食料品小売業は、夏場の高温による涼味商材の好調、冬場の低温による鍋物商材の好調に加え、コンビニエンスストアの好調などにより、前年比 1.0%と3年連続の増加となりました。

④ 自動車小売業は、エコカー補助金制度の効果や、前年の震災の影響による反動などにより、前年比 22.0%と大幅増となり、2年ぶりの増加となりました。

⑤ 機械器具小売業は、前年に地デジ移行に向けて、薄型テレビ、チューナーなどの地デジ対応商品の駆け込み需要があった反動などにより、前年比▲15.1%と大幅減となり、2年連続の減少となりました。



⑥ 燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品価格の上昇などにより、前年比 0.7%と3年連続の増加となりました。

⑦ 医薬品・化粧品小売業は、ドラッグストアの好調などにより、前年比 1.9%の増加となりました。

⑧ その他小売業は、DIY用品などに動きがみられたことなどにより、前年比 0.4%の増加となりました。

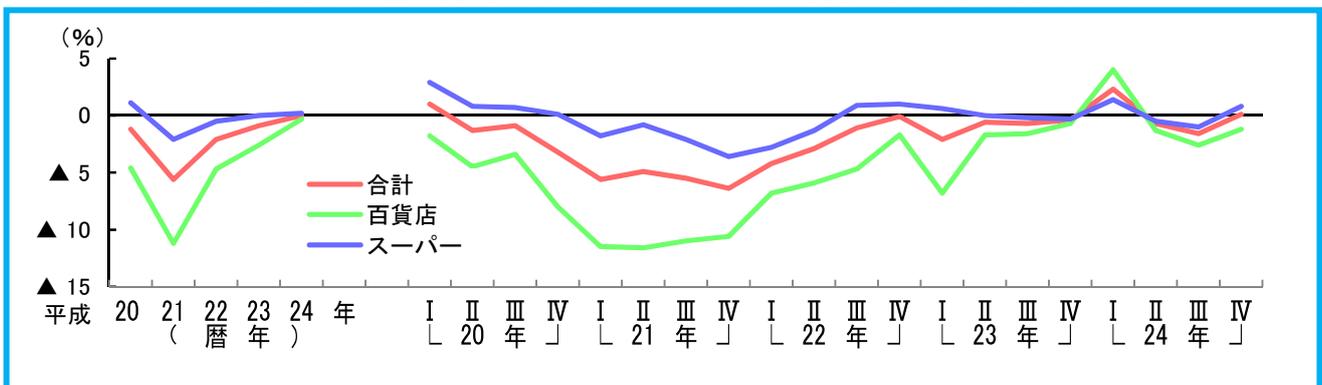
### ◎大型小売店の動向◎

平成24年の大型小売店の販売額は、前年比 0.0%の横ばいとなりました。

業態別に内訳をみますと、百貨店は、前年の震災の影響による反動などから、主力の衣料品や高額商品に動きがみられたものの、閉店の影響や飲食料品が低調に推移したことなどから減少となりました。一方、スーパーは、新店効果に加え、消費者の内食志向を背景に堅調に推移したことなどから増加となりました。なお、既存店ベースでみると、同▲0.7%と21年連続の減少となりました。(第4図)



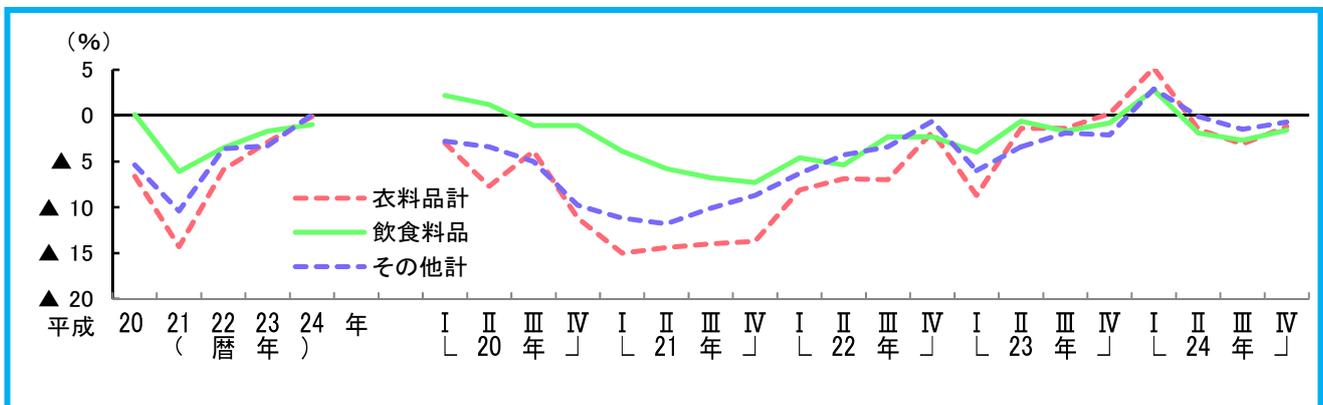
第4図 大型小売店(百貨店、スーパー)の販売額推移(前年(同期)比)



### ① 百貨店

百貨店は、前年の震災の影響による反動などから、主力の衣料品や高額商品に動きがみられたものの、閉店の影響や飲食料品が低調に推移したことなどから、前年比▲0.3%と15年連続の減少となりました。なお、既存店ベースでみると、同 0.4%と16年ぶりの増加となりました。(第5図)

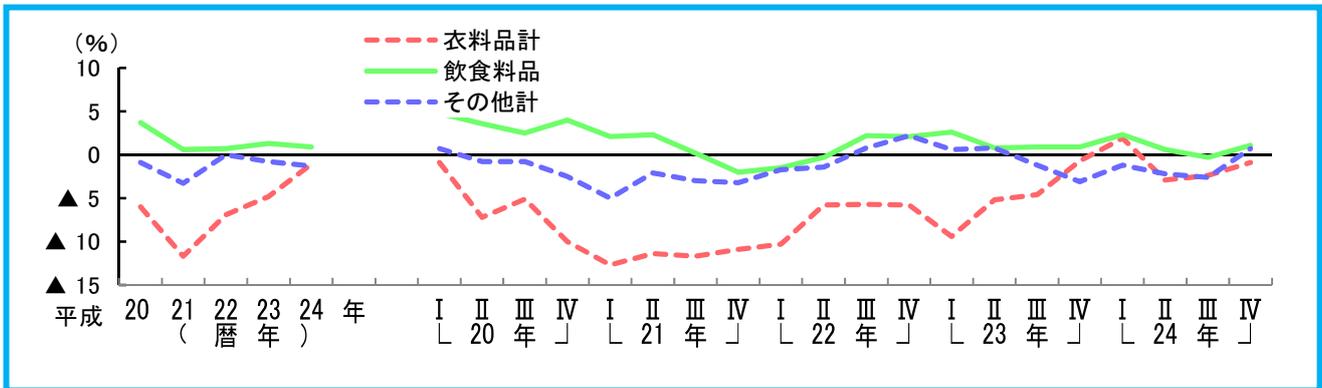
第5図 百貨店の販売額推移(前年(同期)比)



## ② スーパー

スーパーは、衣料品が紳士服などに動きがみられたものの、天候不順の影響などにより婦人服を中心に低調だったこと、その他が薄型テレビを中心に家庭用電気機械器具が低調だったことなどから、それぞれ減少となりました。一方、主力の飲食料品は、年央以降の野菜の相場安や相次ぐ値下げの影響がみられたものの、新店効果に加え、消費者の内食志向などを反映し堅調に推移したことなどから増加となり、スーパー全体では前年比0.2%と2年連続の増加となりました。なお、既存店ベースでみると、同▲1.3%と21年連続の減少となりました。(第6図)

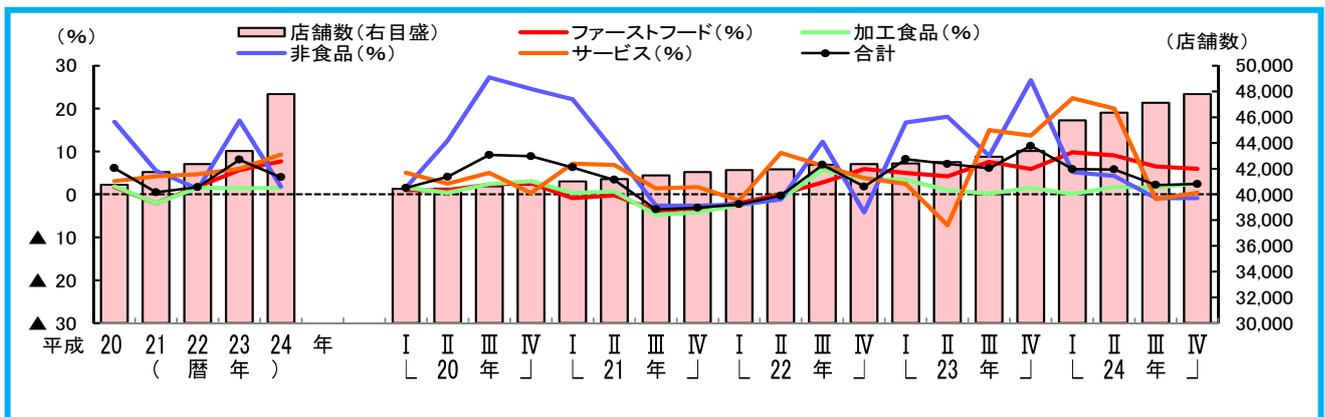
第6図 スーパーの販売額推移(前年(同期)比)



## ◎コンビニエンスストアの動向◎

平成24年のコンビニエンスストアの商品販売額及びサービス売上高の合計は、ファーストフード及び日配食品の好調などにより、前年比4.0%と14年連続の増加となりました。商品別にみると、ファーストフード及び日配食品は、おにぎり、弁当、生鮮食品、惣菜、ファーストフード、デザートなどが好調だったことにより、同7.7%と3年連続の増加となりました。加工食品は、猛暑によりソフトドリンクやアイスクリームなどが好調だったことなどから、同1.5%と3年連続の増加となりました。非食品は、たばこやPB(プライベートブランド)日用品の販売が増加したことなどにより、同1.8%と14年連続の増加となりました。サービス売上高をみると、各種チケットなどの取扱い増により、同9.3%と6年連続の増加となりました。なお、既存店ベースでみると、同▲0.3%と2年ぶりの減少となりました。(第7図)

第7図 コンビニエンスストアの店舗数と販売額推移(前年(同期)比)



統計調査にご協力いただきましてありがとうございます。「商業の動き」は各種統計調査の結果とともに、下記のホームページでご覧いただけます。「商業の動き」の送付については、原則年1回(毎年3月末)とさせていただきますのでよろしく願いいたします。また、この資料の内容についてご質問等がございましたら、  
 経済産業省大臣官房調査統計グループサービス動態統計室商業動態統計班  
 (電話03-3501-1511(大代表)内線2898~2899)までご連絡ください。

経済産業省統計ホームページ

<http://www.meti.go.jp/statistics/index.html>



政府統計



リサイクル適性 (A)

この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。