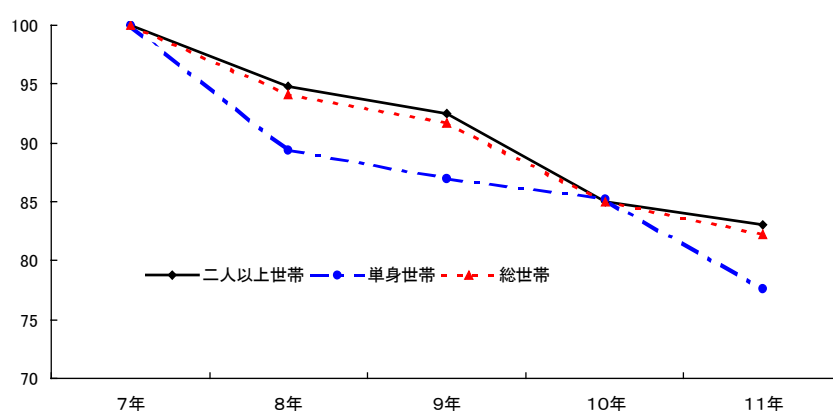


(3) 衣料品販売の動向

当期の小売業販売額に関して上昇寄与の大きな業種として自動車小売業及び織物・衣服・身の回り品小売業があげられる。ここでは、衣料品関連の消費動向について、家計消費、衣料品の物価及び総供給の推移、衣料品販売店の動向を観察する。

第Ⅱ－1－8図をみると、織物・衣服・身の回り品小売業販売指数は低下傾向で推移している。また、実質家計消費支出の被服及び履物の費目の推移をみると、低下傾向が続いており、単身世帯、二人以上の世帯とも低調に推移している(第Ⅱ－1－9図)。

第Ⅱ－1－9図 被服及び履物の実質消費支出の推移(7年=100)



(注) 二人以上世帯は「家計調査報告」の全世帯、単身世帯は「単身世帯収支調査」の全世帯を表し、総世帯は二人以上世帯と、単身世帯の実質消費支出を各世帯数により加重平均して算出したものである。なお、それぞれの世帯数については7年国勢調査時点の3,266万世帯、997万世帯を適用した。
資料:「家計調査報告」・「単身世帯収支調査」・「消費者物価指数」(総務庁)

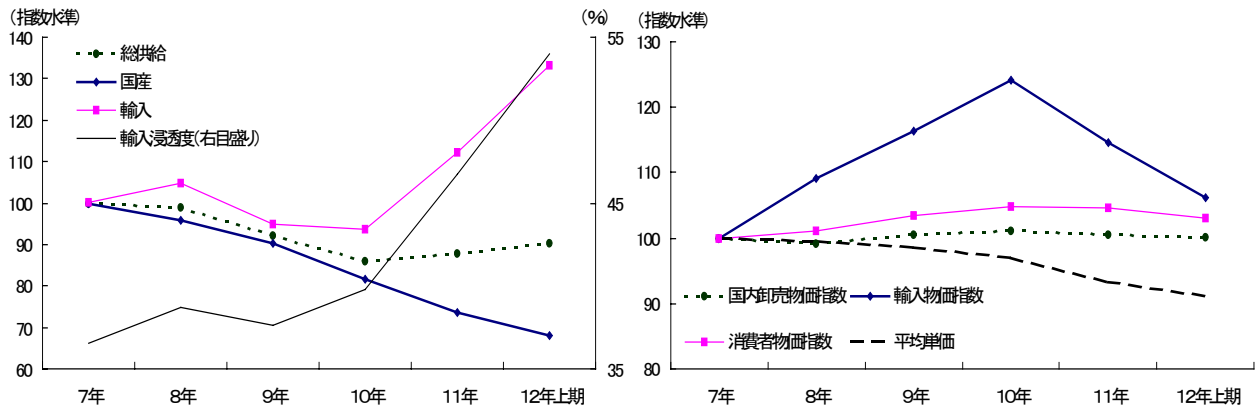
そこで、衣料品関連消費における数量ベースの総供給の推移と物価推移についてみてみると、被服及び履物の総供給(国産+輸入)は9年から10年にかけて低下し、11年以降上昇に転じている。そのうち、国産は低下傾向を続けているものの、輸入は11年以降急激に上昇し、総供給の上昇に対し大きな寄与となっている。

衣料品関連の物価指数の推移については消費者物価指数が12年上期に低下しているのに対し、国内卸売物価指数はほぼ横ばいで推移している。さらに、生産動態統計調査より算出した平均単価(=出荷販売額÷出荷数量)は低下傾向にある。また、10年後半からの円高の動きを受けて、輸入物価指数は11年以降低下しているのに併せ、東アジアからの安価な衣料品の輸入の増加により輸入浸透度が11年以降大幅に上昇することとなった(第Ⅱ－1－10図)。

第Ⅱ-1-10図 衣料品関連総供給及び、物価指数推移(7年=100)

①被服及び履物総供給推移

②物価指数推移



(注) 1. 消費者物価指数の衣料品関連は被服及び履物を適用し、国内卸売物価指数、輸入物価指数では基本分類小類別における衣類、その他繊維製品を加加重平均する事により算出した。12年上期の各指数については12年1月～6月の平均値を適用している。

2. $\text{輸入浸透度} = (\text{輸入指数} \times \text{輸入ウエイト}) / (\text{総供給指数} \times \text{総供給ウエイト})$

資料: 「消費者物価指数」(総務庁)、「物価指数月報」(日本銀行)、「生産動態統計調査」・「鉱工業総供給表」(通商産業省)

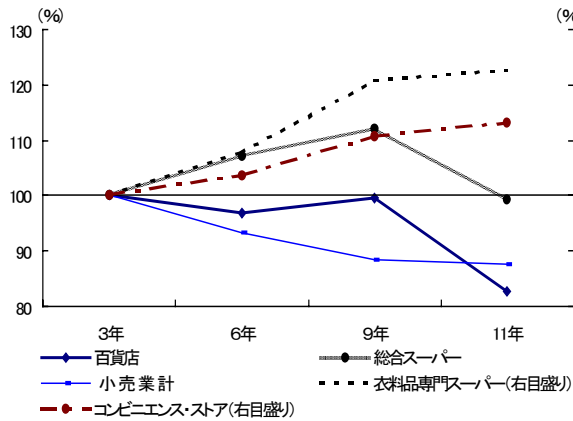
次に、衣料品関連の小売店の動向について商業統計調査を利用して、業態別の商店数、年間販売額の推移をみることにする(第Ⅱ-1-11図)。

小売業計の商店数の推移は低下傾向にある。この中で、百貨店(衣料品販売額シェア:50.7%、グラフ注参照)が9年までほぼ横ばいで推移していたものの、11年は低下した。また、総合スーパー(衣料品販売額シェア:22.7%、グラフ注参照)についても9年は上昇していたものの、11年は低下した。これに対し、衣料品専門スーパーは上昇傾向を続け、11年時点で3年に対し倍以上の商店数に増加した。また、これらの推移は年間販売額についても同様であり、百貨店及び総合スーパーは11年に商店数、販売額が低下しているのに対し、衣料品専門スーパーは商店数、販売額とも上昇傾向を続けており、好調な店舗形態であることがわかる。

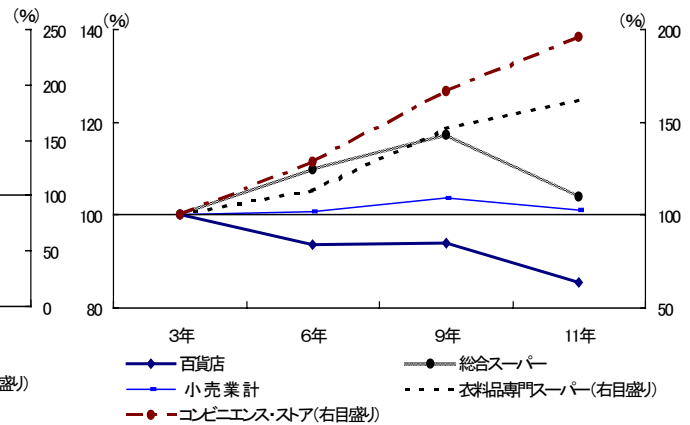
以上のことから、衣料品の消費行動は所得の増大がそれほど見込めない状況の中で、衣料品専門スーパーを中心に相対的に安い製品を選択する傾向にあると考えられる。

第Ⅱ-1-11図 業態別商店数、年間販売額推移(3年=100)

①業態別商店数推移



②業態別年間販売額推移



(注) 1. 衣料品専門スーパーは衣料品(織物・衣料・身の回り品小売業)の取扱いが70%以上、売り場面積は250㎡以上のセルフサービス方式の小売店舗である。

2. 百貨店、総合スーパーの衣料品販売額シェアは百貨店、総合スーパーの11年商業販売統計月報における年間販売額に占める衣料品販売額の割合を示している。

資料:「商業統計表」・「商業販売統計月報」(通商産業省)

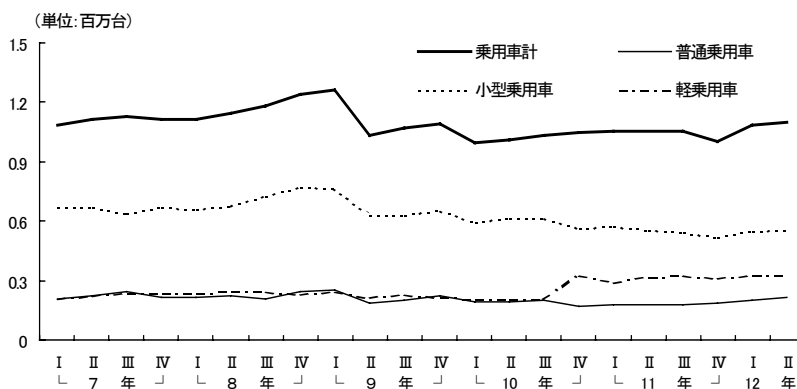
(4) 乗用車販売の動向

当期の乗用車を新車登録台数と軽乗用車販売台数の推移でみると、普通乗用車、小型乗用車、軽乗用車の全てが上昇したことから、前期比1.2%と2期連続の上昇となった。

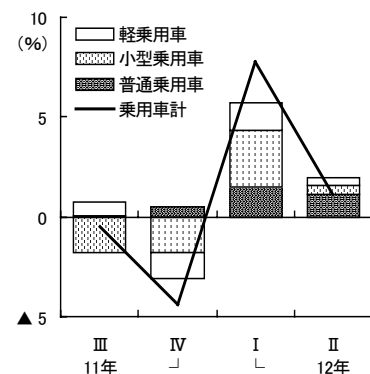
内訳をみると、普通乗用車は前期比6.3%と6期連続の上昇、小型乗用車は同0.8%と2期連続の上昇、軽乗用車は同1.4%と2期連続の上昇となった(第Ⅱ-1-12図)。

第Ⅱ-1-12図 乗用車販売の動向

①新車登録台数・軽乗用車販売台数(季節調整済)



②前期比、伸び率寄与度



(注)季節調整値は、X-12-ARIMAのX-11デフォルトで独自に調整している。

資料:「自動車登録統計情報」(日本自動車販売協会連合会)