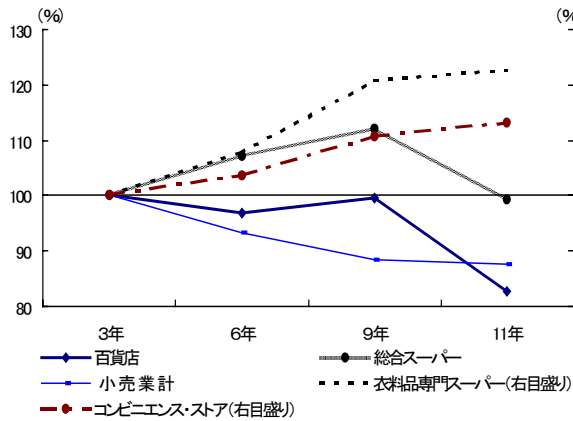
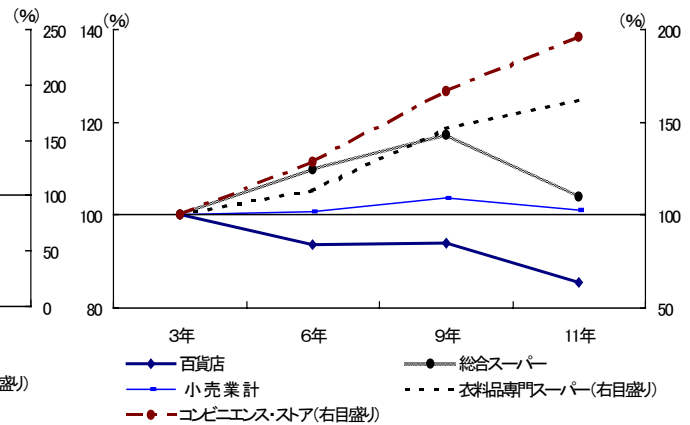


## 第Ⅱ-1-11図 業態別商店数、年間販売額推移(3年=100)

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り店舗である。

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)

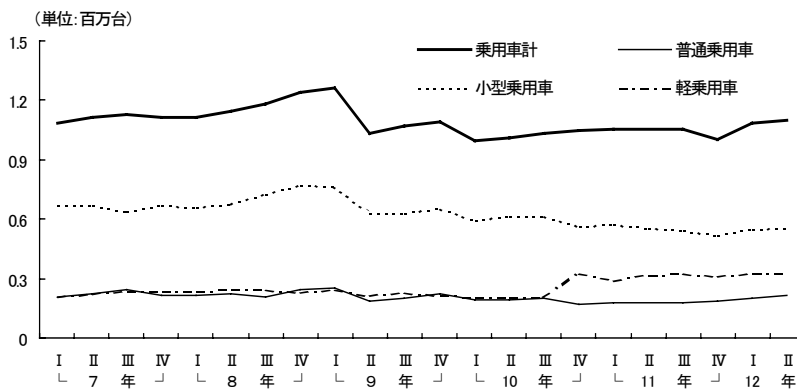
### (4) 乗用車販売の動向

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。

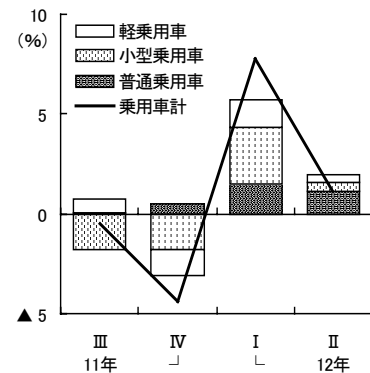
内訳をみると、普通乗用車は前期比6.3%と6期連続の上昇、小型乗用車は同0.8%と2期連続の上昇、軽乗用車は同1.4%と2期連続の上昇となった(第Ⅱ-1-12図)。

## 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)

当期の乗用車販売は、小売業販売額(第Ⅱ-1-8図)においても、新車登録販売台数においても増加となり、12年では前期から上昇傾向が続いている。

乗用車に対する需要には、新規に購入する新規需要、車の買替えを行う買替え需要と車を複数台保有する買増し需要がある。第Ⅱ-1-13図①は乗用車を購入する際の需要別推移と、乗用車・二輪車の総供給の推移グラフであり、需要別動向でみると買替え需要の割合が大きく、買増し、新規需要の割合はわずかとなっている。

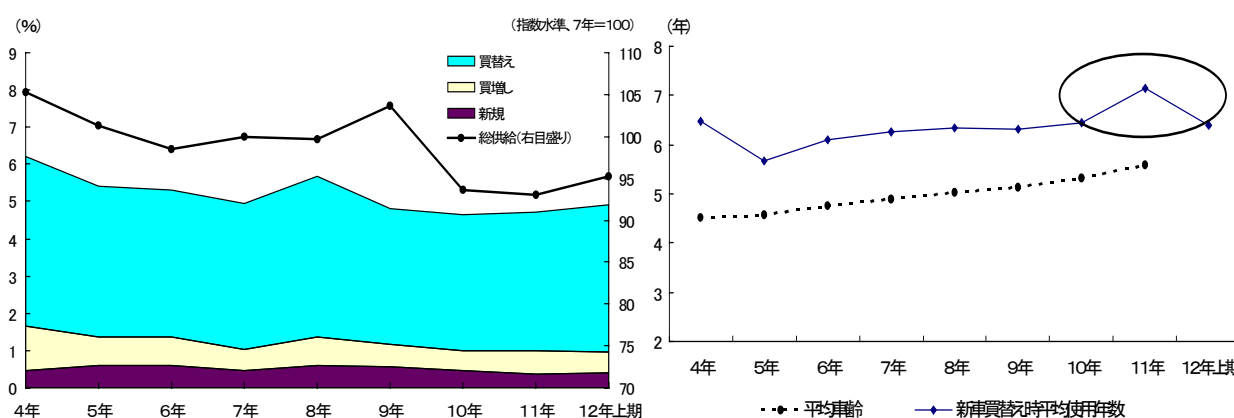
また、新車の買替え時の平均使用年数及び現時点での登録車の経過年数の平均を表す平均車齢の推移をみると(第Ⅱ-1-13図②)、平均使用年数、平均車齢とも微増傾向にあるが、平均使用年数は11年において比較的上昇幅が大きく、12年上期に減少している特徴がある。また、グラフ①における総供給の推移でも10年、11年に低下し、12年上期に上昇がみられる。こうしたことから、12年上期の自動車販売が好調である要因のひとつとして前年までに買替えを控えていた消費者が12年上期に車を購入するという状況が生じていたと考えられる。

次に、乗用車の価格動向についてみると、国内卸売物価指数は低下傾向、消費者物価指数は9年以降微増しており、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11年に低下したものの、12年上期は上昇している。また、総供給(国産)は10年、11年に低下し12年上期に上昇がみられている。なお、乗用車・二輪車の輸入浸透度は12年上期に2.8%(前年差▲0.1ポイント低下)と低い水準で推移している(第Ⅱ-1-14図)。

## 第Ⅱ-1-13図 乗用車需要動向

①購入需要別及び総供給の推移

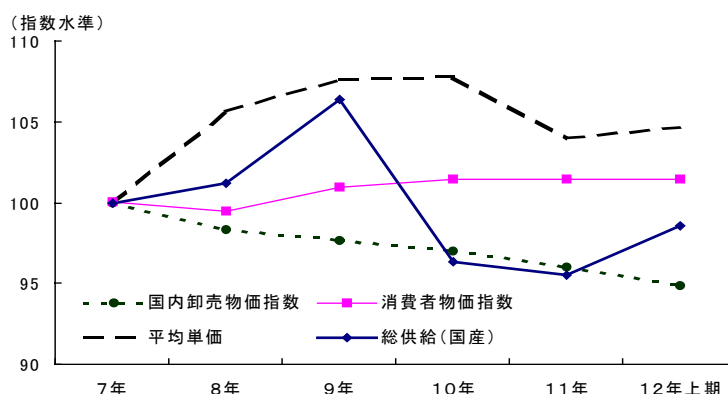
②乗用車平均使用年数推移



(注)グラフ①の新規、買増し、買替え需要は購入実績のない世帯も含めた全世帯における需要別購入実績の割合を示し、「消費動向調査」購入実績(単位:%)を使用した。12年上期については1月～6月の平均値を使用した。

資料:「消費動向調査」(経済企画庁)、「わが国の自動車保有動向」((財)自動車検査登録協会)、「鉱工業総供給表」

## 第Ⅱ-1-14図 乗用車価格動向



(注) 各指数の12年上期における数値については1月～6月の平均値を使用した。

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

### (5) 耐久消費財の普及率と価格指数の動向

当期の耐久消費財総供給は5期連続で上昇となったが、この中で以下の品目について普及率、総供給及び価格動向をみることにする(第Ⅱ-1-15図)。

まず、新規需要の割合が高い中で普及率が上昇している品目としてはパーソナルコンピュータがある。パーソナルコンピュータの普及率については、4年の12.2%から12年の38.6%へと増加傾向を続けている。また、複数台普及率(グラフ注参照)についても9年頃より徐々に増加が見られ、新規需要とともに買増し需要も生じている。パーソナルコンピュータの総供給も増加傾向にあり、今後も増加することが見込まれる。

また、ファクシミリの普及率にも新規需要による増加がみられ、普及率は4年の5.5%から12年には32.9%へと上昇傾向にある。なお、ファクシミリについては買い増し需要がほとんど発生せず、複数台普及率については上昇がみられず、消費行動も新規需要による購入がほとんどを占めていると考えられる。これより、普及率は上昇を続けているものの、総供給の上昇はそれほど高くなく、10年に減少に転じた。

普及率がほぼ一定となり、複数台保有が増加している品目にはビデオテープレコーダがある。普及率は5年の75.1%から12年の78.4%とほぼ横ばいに推移しているものの、複数台普及率が増加しており、総供給についても上昇傾向がみられる。

新規需要、買増し需要が横ばいとなり、普及率、複数台普及率がほぼ一定となった品目には電気冷蔵庫があげられる。電気冷蔵庫については普及率が4年の98.1%から12年の98%へとほぼ横ばいに推移しており、複数台普及率も横ばい推移となっている。このような品目は主として買替え需要による購入となり、総供給についてもほぼ横ばいに推移している。