

## 【「東北」を中心にみた震災後の大型小売店販売額の動向について】

23年4～6月期の産業活動分析「震災後の個人消費の動向について」では、震災が発生した23年3月から7月までの小売業販売額等の動向について、業態別、商品別、地域別等で見ることにより、震災以降、不要不急の支出を抑制する傾向が続く一方、多くの被災地が含まれる「東北」<sup>1</sup>において生活再建物資の需要が増加していること等を確認した。

今回の分析では、商業販売統計の時系列を12月まで延長し、震災後の大型小売店(百貨店、スーパー)販売動向について、8月以降にどのような変化が生じているのかを確認するとともに、5月以降、好調が続く「東北」の消費の背景について考察する。

なお、今回の分析で対象としているのは、大型小売店の販売額のみであり、小売全体の動向を示すものではないことに留意する必要がある<sup>2</sup>。

### (1) 「東北」を中心にみた震災後の大型小売店販売額の動向

#### ① 大型小売店業態別販売額(全国、東北)の動向

第Ⅱ-1-12、13図は、それぞれ、「百貨店」と「スーパー」の販売額(既存店ベース、前年同月比)の動向について、「全国」と「東北」を比較したものである。前回の分析では、3月から7月までの動向を見ることにより、①「東北」では、震災が発生した3月に「百貨店」、「スーパー」ともに販売額が大幅に減少したが、5月以降は販売額が増加に転じたこと、②震災の影響を受けて、家計が「選択的支出」を削減したこと等を背景に、3月は「百貨店」の落ち込み幅が大きくなったこと等を確認した<sup>3</sup>。

今回、8月以降の動向を見てみると、「東北」では、引き続き、「百貨店」、「スーパー」ともに販売額が概ね前年を上回っていることが確認でき、プラス幅は「スーパー」、「百貨店」の順となっている<sup>4</sup>。一方、「全国」では、「百貨店」、「スーパー」ともに、依然としてマイナス基調で推移している。

---

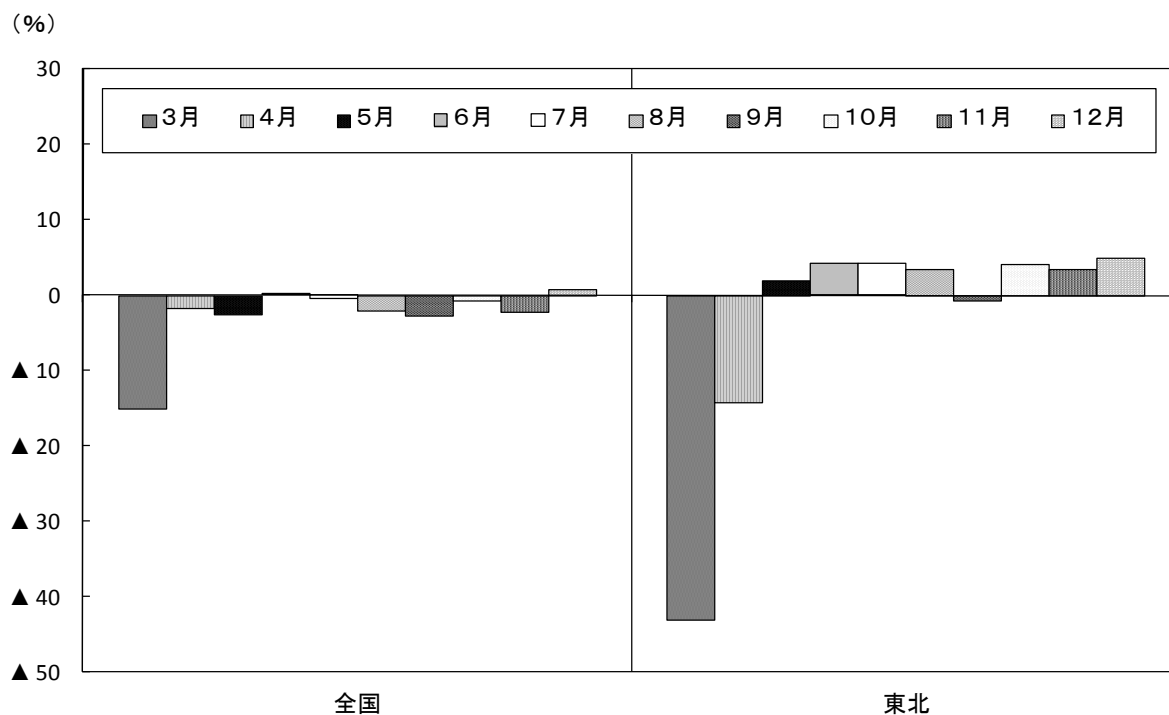
<sup>1</sup> 今回の分析における地域区分は、東北経済産業局管内(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)とした。

<sup>2</sup> 大型小売店については、「商業販売統計」で、業態別、地域別、商品別に販売額を確認することが可能であることから、今回の分析対象とした。なお、19年商業統計調査個票から、商業販売統計の大型小売店(百貨店、スーパー)の概念に合わせて集計すると、「全国」の小売業事業所の年間商品販売額のうち、大型小売店が占める比率は17.9%、同様に「東北」の小売業事業所の年間商品販売額のうち、大型小売店が占める比率は15.7%となっている。

<sup>3</sup> 平成23年4～6月期産業活動分析「震災後の個人消費の動向について」P.50～64 参照。

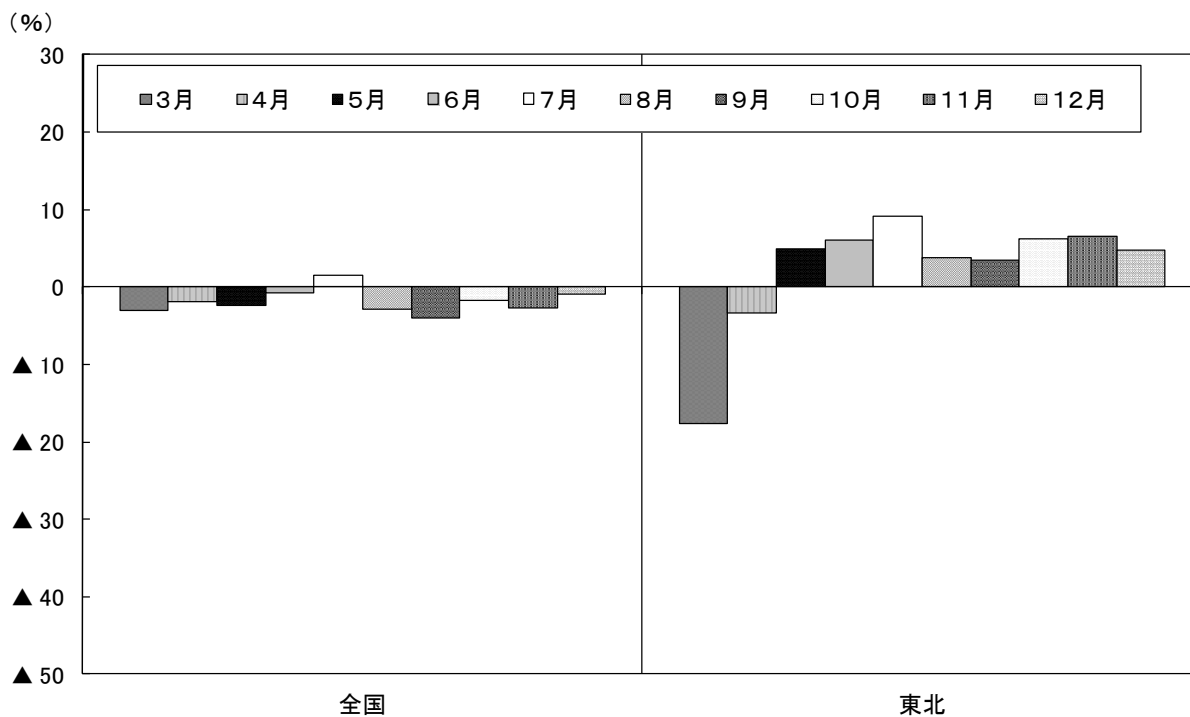
<sup>4</sup> 但し、23年12月は、「百貨店」のプラス幅が「スーパー」を上回った。

第Ⅱ-1-12図 23年3月以降の「百貨店」販売額(全国、東北)の動向  
(既存店ベース、前年同月比)



資料:「商業販売統計」(経済産業省)

第Ⅱ-1-13図 23年3月以降の「スーパー」販売額(全国、東北)の動向  
(既存店ベース、前年同月比)



資料:「商業販売統計」(経済産業省)

## ② 大型小売店地域別商品販売額の動向

多くの被災地域が含まれる「東北」では何が売れているのか、「その他」地域とどのような違いが生じているのか。前回の分析では、「東北」では、生活再建需要等を背景に、5月から7月にかけて「家具」、「家庭用電気機械器具」、「家庭用品」が大きく増加し、全体の伸びも「その他」地域を上回ったこと等を確認した。以下では、8月以降の動向を見てみたい。

大型小売店(百貨店+スーパー)の商品販売額(全店ベース)を地域別に見てみると、「東北」では、8月は前年同月比 1.5%増と、7月の同 5.8%増からプラス幅が縮小した(第Ⅱ-1-14図)。9月も同 0.6%増と引き続きプラス幅が縮小したが、10月は同 3.8%増とプラス幅が拡大し、その後も、11月は同 4.3%増、12月は同 3.5%増と堅調に推移している。一方、「その他」地域では、7月の同 1.6%増から、8月に同▲2.0%減のマイナスに転じ、以降、11月まで減少が続いた。しかしながら、12月は同 0.4%増のプラスに転じている。

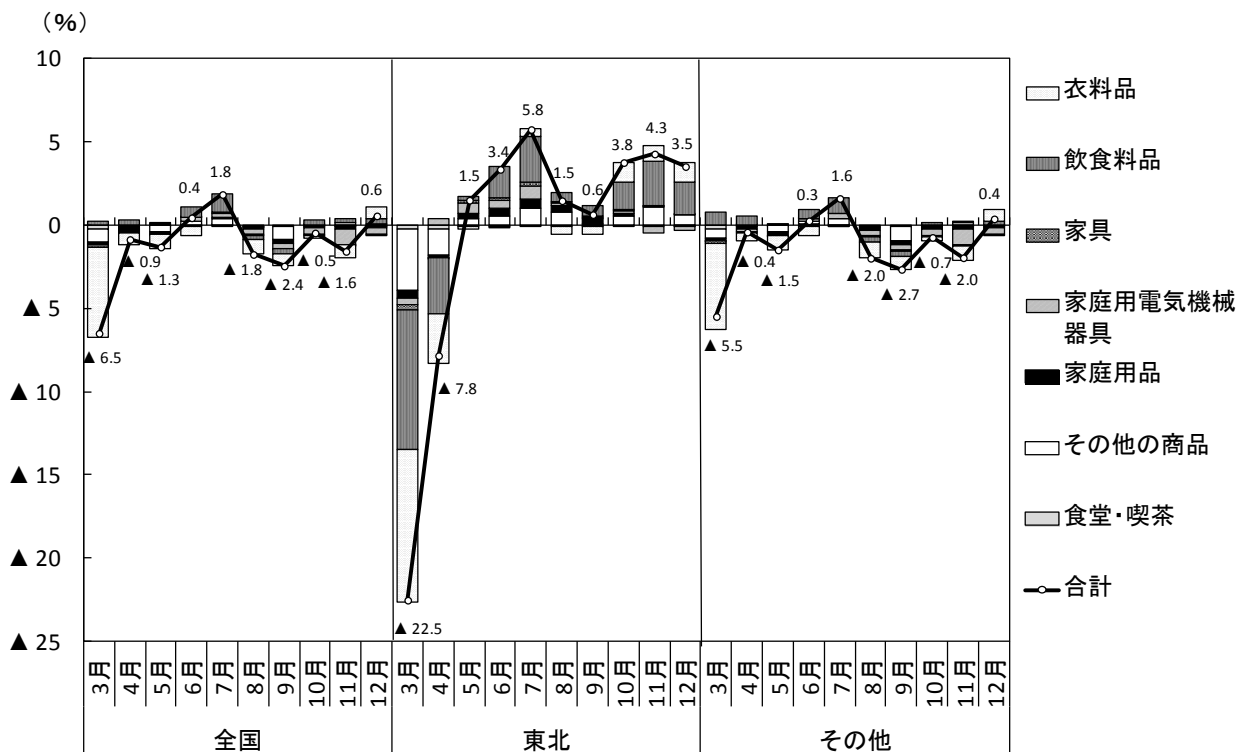
商品別寄与度をみると、「東北」では、8月以降も「飲食料品」を中心に多くの商品がプラス寄与を続けている。「衣料品」は、8月、9月とマイナス寄与に転じたが、10月以降は、秋冬物衣料等季節商品の好調を背景に再びプラス寄与に転じている。「家庭用電気機械器具」は、8月以降、地上デジタル放送移行に伴うテレビの駆け込み需要の反動が生じたものの、10月まではプラス寄与を続けていた<sup>5</sup>。しかしながら、11月は、前年11月に翌月からのエコポイント半減を前にした駆け込み需要があったこと等からマイナス寄与に転じ、12月もマイナスとなっている。なお、「食堂・喫茶」は、依然としてマイナス寄与が続いている。

一方、「その他」地域では、8月は「衣料品」、9月は「その他の商品」を中心に全ての商品がマイナス寄与となった。しかしながら、10月以降は「飲食料品」がプラス寄与に転じ、12月には「衣料品」が大きくプラスに寄与した。なお、「家庭用電気機械器具」は、8月以降、マイナス寄与に転じているが、8月から11月にかけてはマイナス幅が大きく拡大した。

---

<sup>5</sup> なお、「東北」の被災3県(岩手県、宮城県、福島県)では、地上デジタル放送への完全移行が、24年3月31日まで延長されている。

第Ⅱ-1-14図 23年3月以降の大型小売店地域別商品販売額の動向  
(百貨店+スーパー、全店ベース、前年同月比、伸び率寄与度)



資料:「商業販売統計」(経済産業省)から作成。

商品別販売額(前年同月比)の8月以降の動向について、「東北」を中心に見てみると、以下の4つのパターンに分類することができる(第Ⅱ-1-15図)。

1) 「家庭用電気機械器具」、「家庭用品」・・・被災直後からの需要増が一巡した商品

「東北」では、生活再建需要を背景に、「家庭用電気機械器具」は4月から7月にかけて、「家庭用品」は5月から7月にかけて大きく伸びた。先述したとおり、「家庭用電気機械器具」については、政策要因もあり、8月以降はプラス幅が縮小し、11月にはマイナスに転じた<sup>6</sup>。「家庭用品」についても、7月をピークにプラス幅が縮小し、12月はマイナスに転じていることから、「東北」における生活必需品の需要増は一巡した可能性がある。

<sup>6</sup> 「東北」の「家庭用電気機械器具」は、11月、12月と前年同月比マイナスとなっているが、脚注5で述べたように、被災3県(岩手県、宮城県、福島県)については、地上デジタル放送への完全移行が、24年3月31日まで延長されていることから、年度末にかけて再び駆け込み需要が生じる可能性がある。

2) 「飲食料品」、「家具」・・・息が長く堅調に需要が続く商品

「飲食料品」は、「その他」地域では、8月、9月とマイナスに転じたが、「東北」では、8月以降もプラスが続いていることから、被災地におけるボランティアや復興作業従事者の需要も影響しているものと推察される。「家具」は、「東北」では、5月から7月にかけてのプラス幅が40%程度であったのに対して、8月以降は10~20%程度に縮小しているが、避難所生活から、仮設住宅、建て替えと復興需要が続く中で、引き続きプラスを維持している。

3) 「衣料品」・・・遅れて需要が盛り返してきた商品

「衣料品」は、「その他」地域では11月までマイナスが続いたが、「東北」では、秋冬物衣料等季節商品の好調を背景に、10月にプラスに転じ、以降、5~8%程度のプラスが続いている。

4) 「食堂・喫茶」・・・回復が遅れている商品

「食堂・喫茶」は、「東北」では、依然としてマイナスが続いており、マイナス幅も「その他」地域と比較して大きくなっている。不要不急の「選択的サービス支出」を手控える動きは続いているものと推察される。

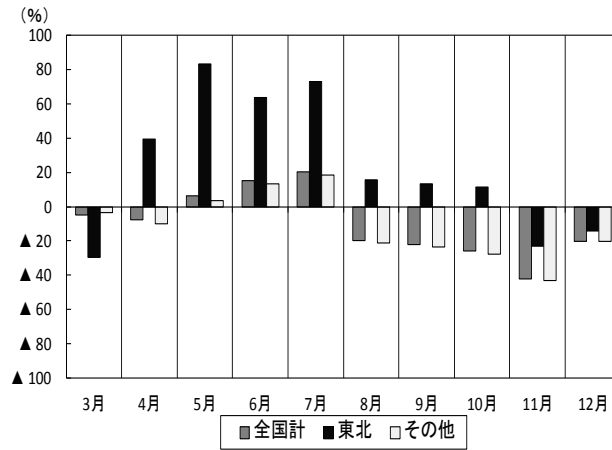
以上、見たとおり、「東北」における生活再建需要は引き続きあるものの、1)「家庭用電気機械器具」、「家庭用品」については、7月をピークにプラス幅が縮小し、「家庭用電気機械器具」は11月、「家庭用品」は12月にそれぞれマイナスに転じていること、2)「家具」についても、5月から7月にかけてのプラス幅が40%程度であったのに対して、8月以降は10~20%程度に縮小していること等から、5月から7月と比較して、8月以降は、徐々に落ち着いた動きとなってきたことが見て取れる。

産業活動分析(平成23年年間回顧)

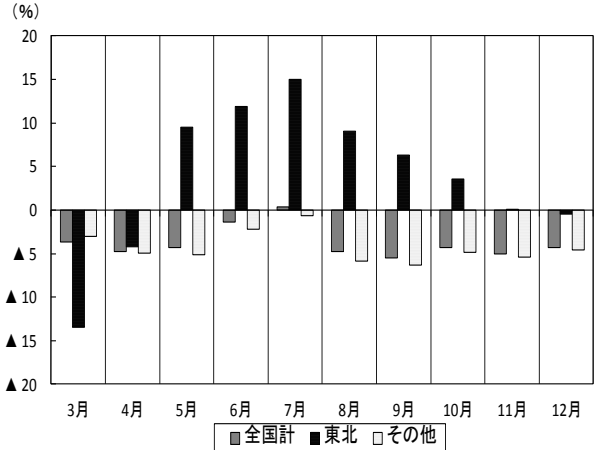
第Ⅱ-1-15図 23年3月以降の大型小売店地域別商品別販売額の動向  
(百貨店+スーパー、全店ベース、前年同月比)

1) 「家庭用電気機械器具」、「家庭用品」・・・被災直後からの需要増が一巡した商品

a. 「家庭用電気機械器具」

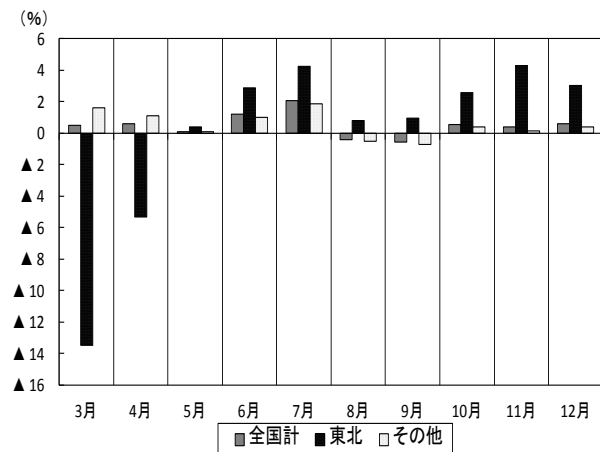


b. 「家庭用品」

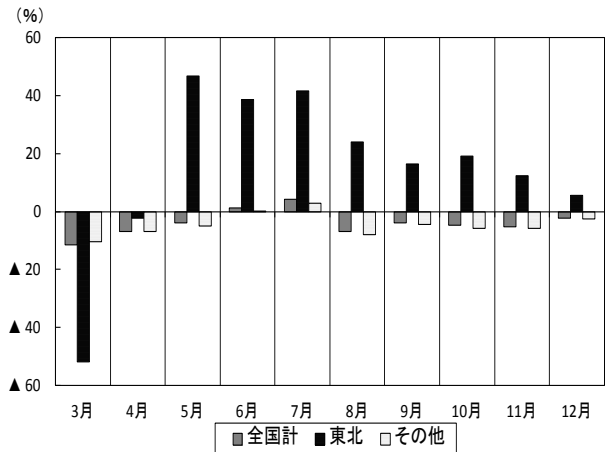


2) 「飲食料品」、「家具」・・・息が長く堅調に需要が続く商品

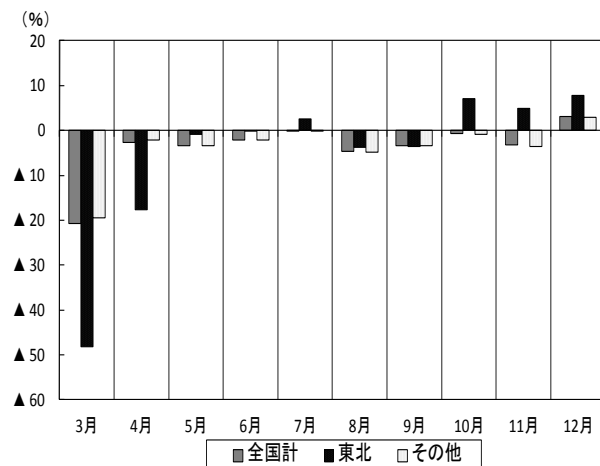
a. 「飲食料品」



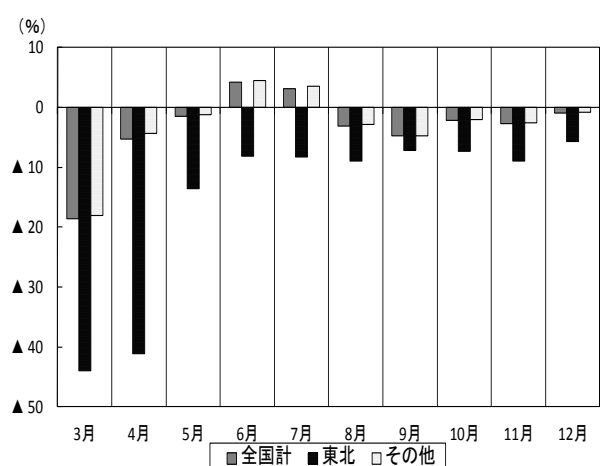
b. 「家具」



3) 「衣料品」・・・遅れて需要が盛り返してきた商品



4) 「食堂・喫茶」・・・回復が遅れている商品

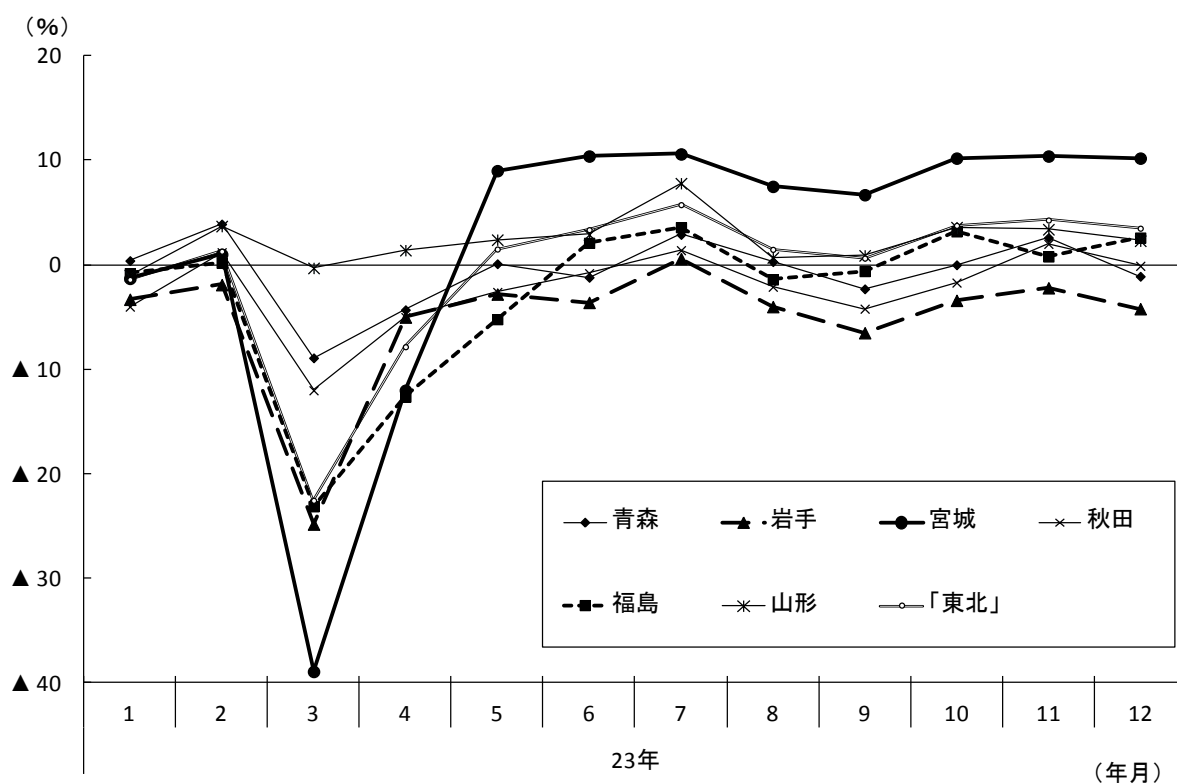


資料:「商業販売統計」(経済産業省)から作成。

③ 「東北」の県別にみた大型小売店販売額の動向

次に、「東北」の大型小売店(百貨店+スーパー)の販売額の動向を県別に見てみたい。震災が発生した3月は、大きな被害を受けた「岩手県」、「宮城県」、「福島県」の3県、中でも「宮城県」の販売額が前年同月比▲38.9%減と最も大きく減少した(第Ⅱ-1-16図)。「宮城県」の販売額は、4月も同▲12.0%減となったが、5月には同9.0%と増加に転じ、以降、他の県を上回る高い伸びが続いている。「宮城県」は、5月以降、「東北」の消費のけん引役となっている。

第Ⅱ-1-16図 東北の県別大型小売店販売額の動向  
(百貨店+スーパー、全店ベース、前年同月比)

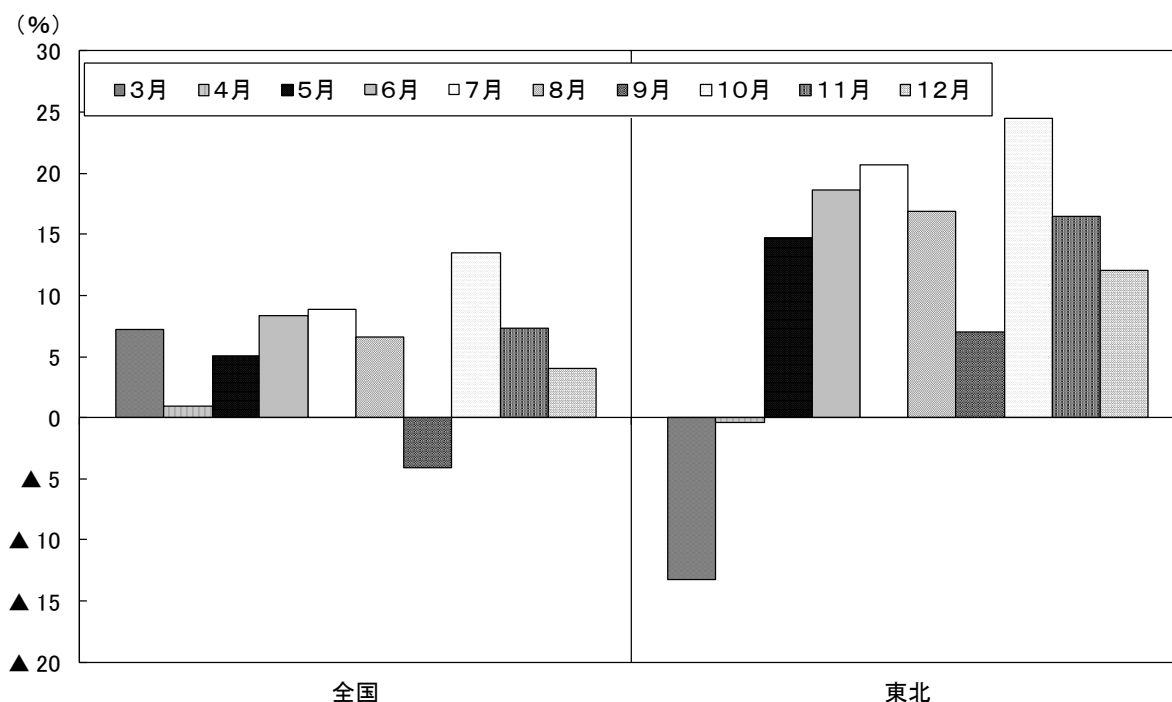


資料:「商業販売統計」(経済産業省)

(参考) 「コンビニエンスストア」販売額の動向

なお、参考までに、「コンビニエンスストア」の販売額の動向について、「全国」と「東北」を比較して見てみると、「全国」では震災が発生した3月以降、「東北」では5月以降、前年を上回っていることが確認できる(第Ⅱ-1-17図)。前年同月比の増加幅は、「東北」が「全国」を大きく上回っている<sup>7</sup>。

第Ⅱ-1-17図 23年3月以降のコンビニエンスストア販売額(全国、東北)の動向  
(商品販売額+サービス売上高、既存店ベース、前年同月比)



資料:「商業販売統計」(経済産業省)

<sup>7</sup> 「コンビニエンスストア」販売額(商品販売額+サービス売上高、既存店ベース、前年同月比)が、①9月に「全国」でマイナスに転じ、「東北」でもプラス幅が縮小し、②10月に「全国」、「東北」ともにプラス幅が拡大しているのは、22年10月からのたばこ値上げに伴う駆け込み需要とその反動があったことが影響している。

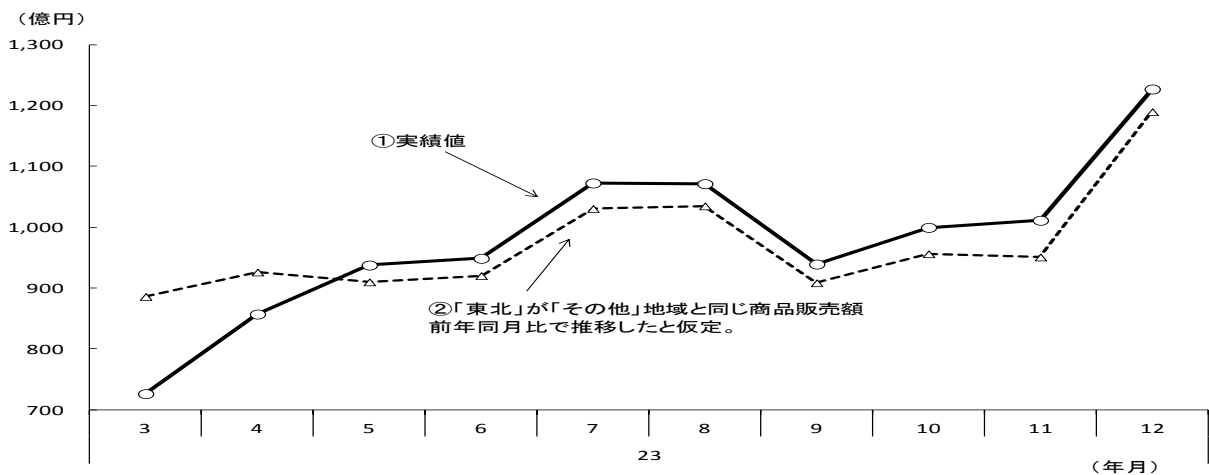


(2) 「東北」における大型小売店販売額増加の背景の考察

(1) でみたとおり、「東北」の大型小売店(百貨店+スーパー)の販売額は、5月以降は堅調に推移し、「その他」地域を上回る伸びが続いている。第Ⅱ-1-18図は、「東北」の大型小売店の商品販売額等の実績値(①)と、「東北」が「その他」地域と同じ商品販売額前年同月比で推移したと仮定した場合の試算値(②)を比較したものであるが、差額を見てみると、5月以降、概ね 30~60 億円程度、実績値が試算値を上回っていることが確認できる。

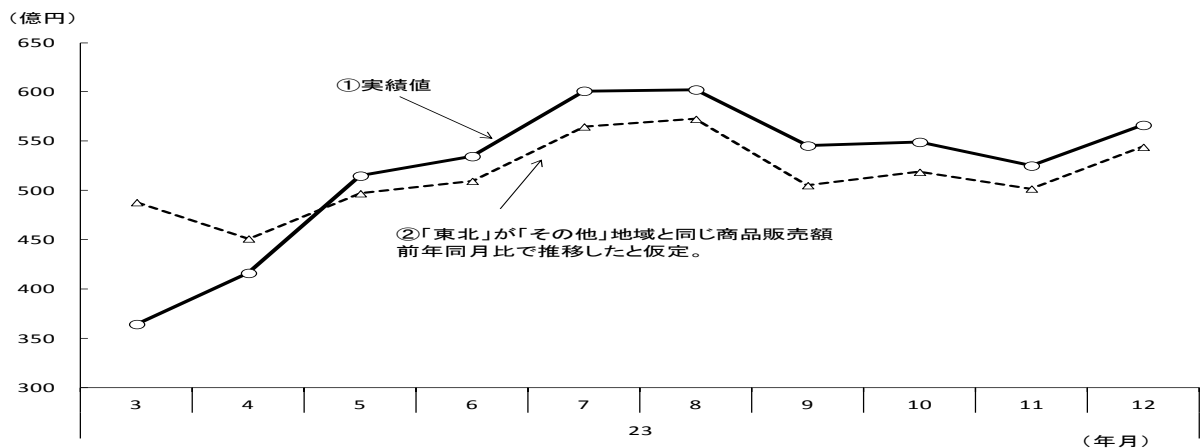
参考までに、コンビニエンスストアについても同様にして見てみると、「東北」のコンビニエンスストアの商品販売額等については、5月以降、概ね 20~40 億円程度、実績値が試算値を上回っていることが確認できる(第Ⅱ-1-19図)。

第Ⅱ-1-18図 「東北」の大型小売店商品販売額(実績値、試算値)の動向  
(百貨店+スーパー、全店ベース)



資料:「商業販売統計」(経済産業省)から作成。

第Ⅱ-1-19図 「東北」のコンビニエンスストア商品販売額等(実績値、試算値)の動向  
(商品販売額+サービス売上高、全店ベース)



資料:「商業販売統計」(経済産業省)から作成。

## 産業活動分析(平成23年年間回顧)

こうした試算結果の背景には、被災地における生活再建需要があると思われるが、その他にも、商品別では「飲食料品」、業態別では「スーパー」及び「コンビニエンスストア」の伸びが大きいことから、被災地におけるボランティアや復興作業従事者の需要が増加していることもあると推察される。また、商品販売額の増加分の中には、被災した商店街や小売事業所からの移行分が含まれていることも考えられる。

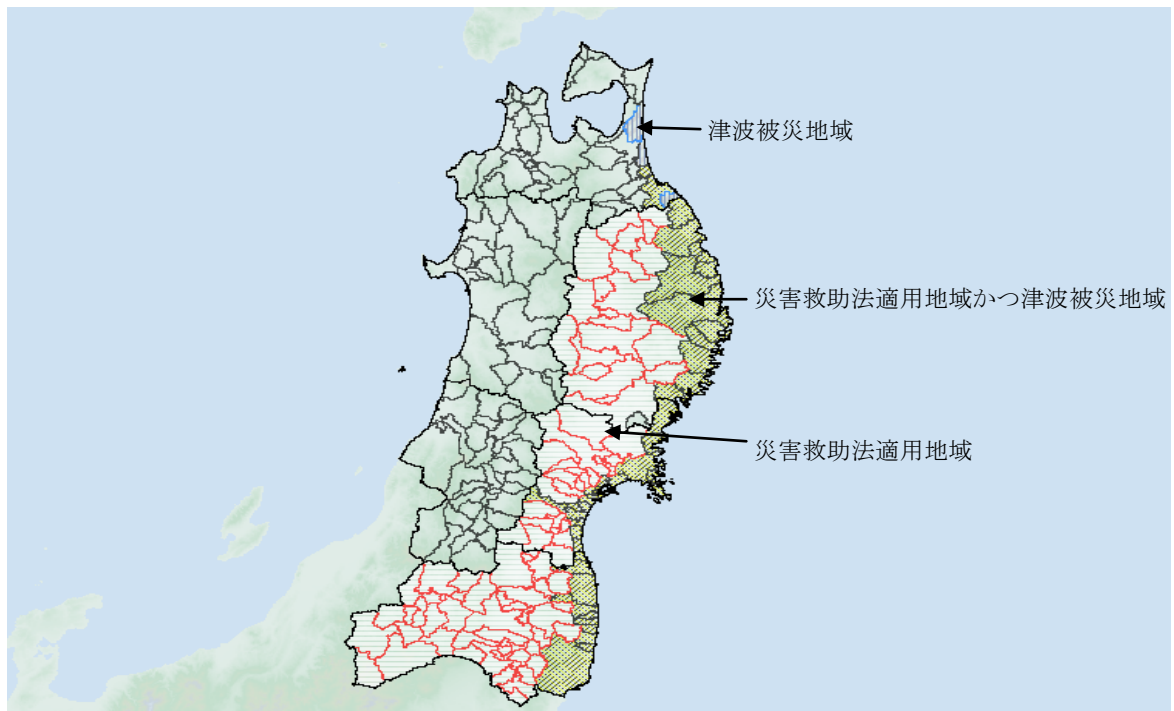
第Ⅱ-1-20図は、震災による「東北」の災害救助法適用地域及び津波被災地域を市町村ベースで示したものであり、第Ⅱ-1-4表は、19年の商業統計<sup>8</sup>からこれら市町村にどのくらいの小売事業所、大型小売店、商店街があったのかをそれぞれの販売額とともに見たものである。災害救助法適用市町村における小売事業所の年間商品販売額は「東北」全体の64.2%、津波被災市町村における小売事業所の年間商品販売額は「東北」全体の24.4%を占めている。冒頭の注釈2で述べたとおり、全国の小売販売額に占める大型小売店の比率は17.9%であるのに対し、「東北」ではその比率が低く、特に津波被災市町村においては小売販売額に占める大型小売店の比率が14.1%と低くなっており、この地域では、大型小売店よりも小規模な小売事業所のほうが影響がある構造となっていたことが確認できる。また、災害救助法適用市町村、津波被災市町村ともに、「宮城県」の小売事業所数、商店街数、年間商品販売額の占める比率が高く、特に、「東北」の津波被災市町村に占める「宮城県」の年間商品販売額比率は51.0%となっていたことが確認できる。

以上から、「東北」の大型小売店販売額の増加分には、災害救助法適用地域及び津波被災地域の中でも、甚大な被害を受けて、再開できずにいる小規模な小売事業所、商店街の販売額の代替分が含まれていることが考えられる。

---

<sup>8</sup> 「商業統計」は、商業を営む事業所について、業種別、従業者規模別、地域別等に事業所数、従業者数、年間販売額等を把握し、我が国商業の実態を明らかにし、商業に関する施策の基礎資料を得ることを目的とした全数調査である。最新の商業統計調査は19年であり、次回は「24年経済センサス-活動調査」の中で商業に関する調査事項も把握することになっている。

第Ⅱ-1-20図 「東北」の災害救助法適用地域、津波被災地域(市町村ベース)



(注) 1. 災害救助法適用地域は、「平成23年東北地方太平洋沖地震にかかる災害救助法の適用について 第11報(厚生労働省 平成23年3月24日)」の「東北」における対象市町村。  
 2. 津波被災地域は、「津波による浸水範囲の面積(概略地)について 第5報(国土地理院 平成23年4月18日)」の「東北」の対象市町村。そのうち、仙台市については、宮城野区、若林区、太白区を集計。

第Ⅱ-1-4表 「東北」の災害救助法適用地域及び津波被災地域(市町村ベース)における小売事業所数、商店街数、年間商品販売額等

① 小売業事業所数、小売事業所年間商品販売額

a.「東北」の被災地域(市町村ベース)の小売事業所数、小売事業所年間商品販売額

	小売事業所数		「東北」全体に占める比率	小売事業所年間商品販売額(億円)		「東北」全体に占める比率
	うち大型小売店			うち大型小売店		
「東北」全体	99,906	617	-	96,931	15,225 (15.7%)	-
うち、災害救助法適用市町村	60,869	397	60.9%	62,244	9,983 (16.0%)	64.2%
うち、津波被災市町村	23,302	145	23.3%	23,653	3,340 (14.1%)	24.4%

b.「東北」の県別にみた災害救助法適用地域(市町村ベース)の小売事業所数、小売事業所年間商品販売額

	小売事業所数		「東北」の災害救助法適用地域全体に占める比率	小売事業所年間商品販売額(億円)		「東北」の災害救助法適用地域全体に占める比率
	うち大型小売店			うち大型小売店		
青森県	2,837	18	4.7%	3,338	548 (16.4%)	5.4%
岩手県	14,721	87	24.2%	13,227	2,031 (15.4%)	21.2%
宮城県	22,056	158	36.2%	25,318	4,099 (16.2%)	40.7%
福島県	21,255	134	34.9%	20,389	3,306 (16.2%)	32.8%

c.「東北」の県別にみた津波被災地域(市町村ベース)の小売事業所数、小売事業所年間商品販売額

	小売事業所数		「東北」の津波被災地域全体に占める比率	小売事業所年間商品販売額(億円)		「東北」の津波被災地域全体に占める比率
	うち大型小売店			うち大型小売店		
青森県	3,420	21	14.7%	3,849	607 (15.8%)	16.3%
岩手県	4,019	12	17.2%	2,477	233 (9.4%)	10.5%
宮城県	10,475	80	45.0%	12,067	1,799 (14.9%)	51.0%
福島県	5,388	32	23.1%	5,231	702 (13.4%)	22.1%

## 産業活動分析(平成23年年間回顧)

### ② 商店街数、事業所数、年間商品販売額

a.「東北」の被災地域(市町村ベース)の商店街数、事業所数、年間商品販売額

	商店街数 (「東北」全体に占める比率)		事業所数 (「東北」全体に占める比率)		年間商品販売額(億円) (「東北」全体に占める比率)	
「東北」全体	1,263	-	37,576	-	35,228	-
うち、災害救助法適用市町村	813	64.4%	25,024	66.6%	24,575	69.8%
うち、津波被災市町村	314	24.9%	9,116	24.3%	7,905	22.4%

b.「東北」の県別にみた災害救助法適用地域(市町村ベース)の商店街数、事業所数、年間商品販売額

	商店街数 (「東北」の災害救助法適用地域全体に占める比率)		事業所数 (「東北」の災害救助法適用地域全体に占める比率)		年間商品販売額(億円) (「東北」の災害救助法適用地域全体に占める比率)	
青森県	30	3.7%	1,197	4.8%	1,012	4.1%
岩手県	205	25.2%	5,778	23.1%	4,492	18.3%
宮城県	276	33.9%	8,934	35.7%	9,777	39.8%
福島県	302	37.1%	9,115	36.4%	9,294	37.8%

c.「東北」の県別にみた津波被災地域(市町村ベース)の商店街数、事業所数、年間商品販売額

	商店街数 (「東北」の津波被災地域全体に占める比率)		事業所数 (「東北」の津波被災地域全体に占める比率)		年間商品販売額(億円) (「東北」の津波被災地域全体に占める比率)	
青森県	40	12.7%	1,346	14.8%	1,110	14.0%
岩手県	59	18.8%	1,499	16.4%	877	11.1%
宮城県	120	38.2%	3,673	40.3%	3,576	45.2%
福島県	95	30.3%	2,598	28.5%	2,343	29.6%

(注) ①表の( )は、当該地域における大型小売店の比率。

資料:19年「商業統計」(経済産業省)から作成。

### (3) まとめ

「東北」の大型小売店販売額は、震災が発生した3月に大きく落ち込んだものの、その後は回復し、5月以降は「その他」地域を上回る伸びで推移し続けている。こうした背景には、被災地における生活再建需要に加え、ボランティアや復興作業従事者の需要が増加していることがあると推察される。また、「東北」の大型小売店販売額の増加分には、震災による災害救助法適用地域及び津波被災地域において、甚大な被害を受けたことにより、未だ再開できずにいる小規模な小売事業所、商店街の販売額の代替分が含まれていることが考えられる。

「東北」の大型小売店販売額は、5月以降、堅調に推移しているが、その背景にも留意しながら、今後の動向についても注視していきたい。

## 利用上の注意

1. 前期比は季節調整済の数値、前年(同期)比は原数値を使用している。なお、在庫の変化率は、前期末比(季節調整済の数値)、前年(同期)末比(原数値)を使用している。
2. 四半期別伸び率寄与度は、特記しない限り前期比伸び率に対する寄与度である。なお、個々の系列毎に季節調整を行っているため、内訳の寄与度の積み上げと全体の伸び率は一致しないことがある。
3. 原則として「鉱工業生産指数」、「鉱工業生産者出荷指数」、「鉱工業生産者製品在庫指数」、「鉱工業生産者製品在庫率指数」を、それぞれ「生産」、「出荷」、「在庫」、「在庫率」と略記しているが、他の指数についても同様に多くの場合「指数」という語を省略している。
4. 指数の伸び率の記述は、原則として「上昇」、「低下」を用いているが、統合分類の変動要因などを説明するため、その内訳の分類を使用する場合には、混乱を避けるため「増加」、「減少」を用いている。同様の理由から、鉱工業指数の品目別指数及び第3次産業活動指数の小分類業種別指数についても「増加」、「減少」を用いている。
5. 「鉱工業生産者製品在庫指数」の暦年値は12月末時点のため、基準年の指数水準は100にならないことがある。
6. 年の表示は和暦であり、元号は特記しない限り原則として平成である。
7. グラフに記入されたⅠ～Ⅳの数字は、第1四半期から第4四半期(暦年ベース)を表している。
8. 本書で使用した数値は、原則として以下のとおりである(特記してある場合を除く)。  
また、数値の作成機関について記載がないものは「経済産業省」である。  
① 第Ⅰ章第1節、第Ⅲ章第1節： 鉱工業指数      ② 第Ⅰ章第2節： 第3次産業活動指数  
③ 第Ⅲ章第2節 (商業動向： 商業販売統計)  
(特定サービス産業動向： 特定サービス産業動態統計)  
なお、本書に記載された数値及び内容を他に転載するときは、「経済産業省:産業活動分析」による旨を必ず明記する。
9. 本書では「東日本大震災(長野県北部地震を含む)」について、「震災」と略記している。
10. 「鉱工業総供給表」(総供給、国産及び輸入)の平成23年1月以降は、貿易統計(財務省)速報値を用いている。
11. 「全産業供給指数」は、供給側の統計指標を、平成17年産業連関表の粗付加価値額から算定したウェイトにより、需要項目別に再集計した試算値である。

### 【本書の内容についてのお問い合わせ】

経済産業省大臣官房調査統計グループ経済解析室  
東京都千代田区霞が関1丁目3番1号(〒100-8902)  
電話:03-3501-6648(ダイヤルイン)  
統計情報 URL:<http://www.meti.go.jp/statistics/index.html>