

第3章

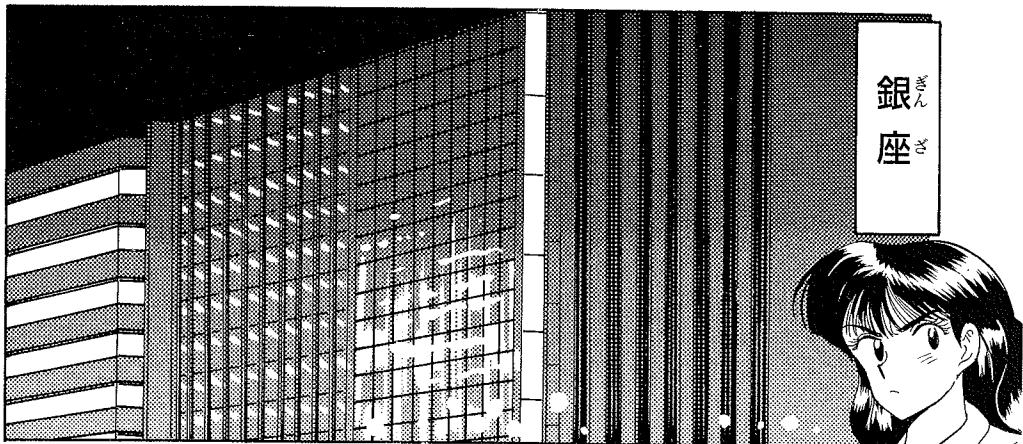
その1

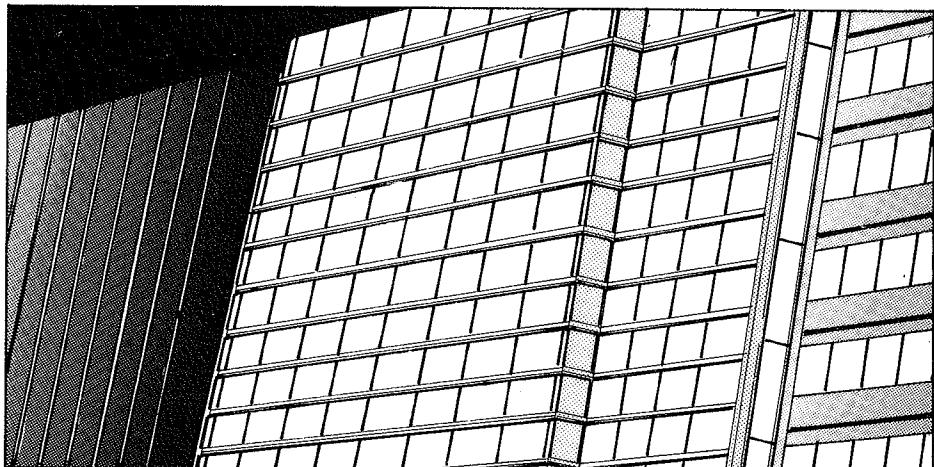
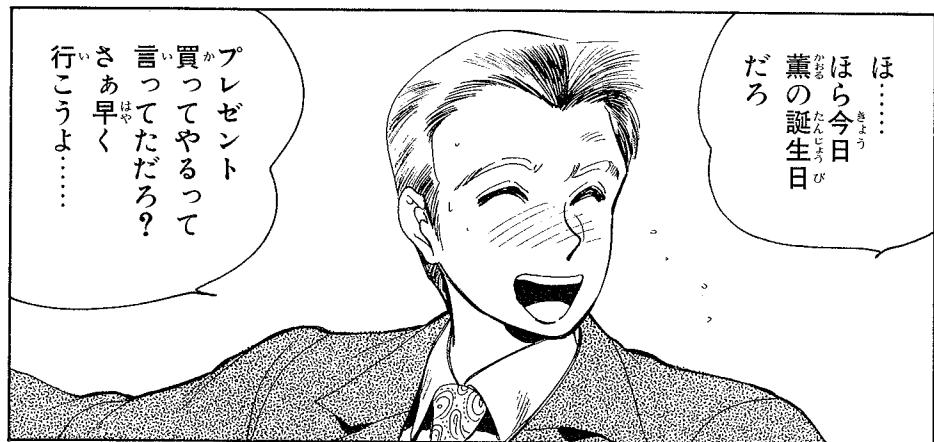
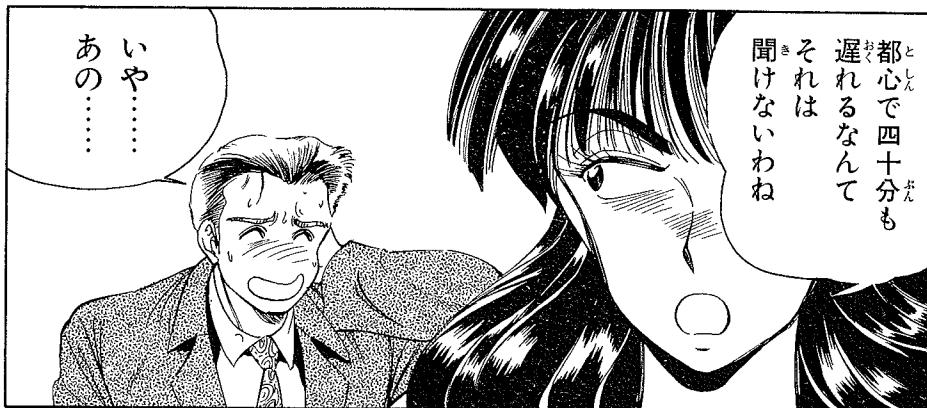
商業統計調査

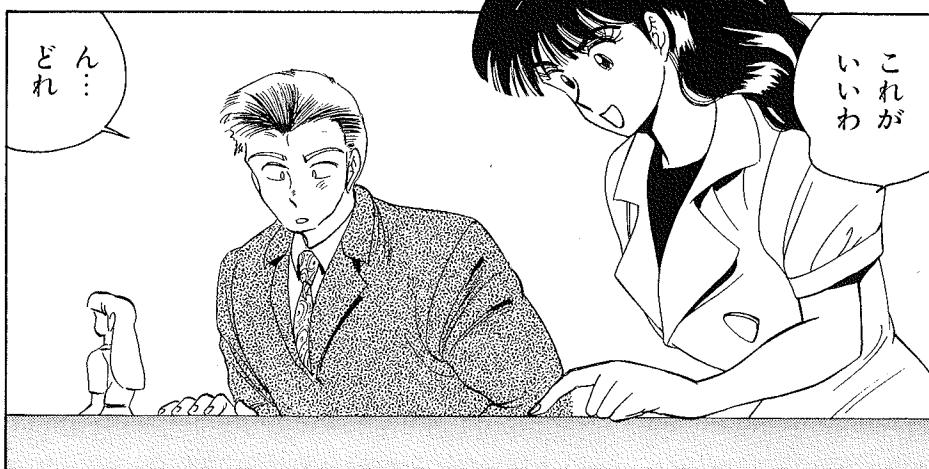
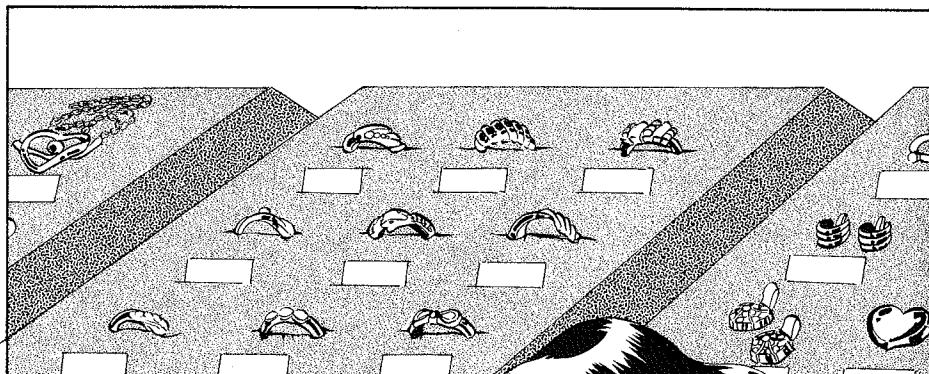
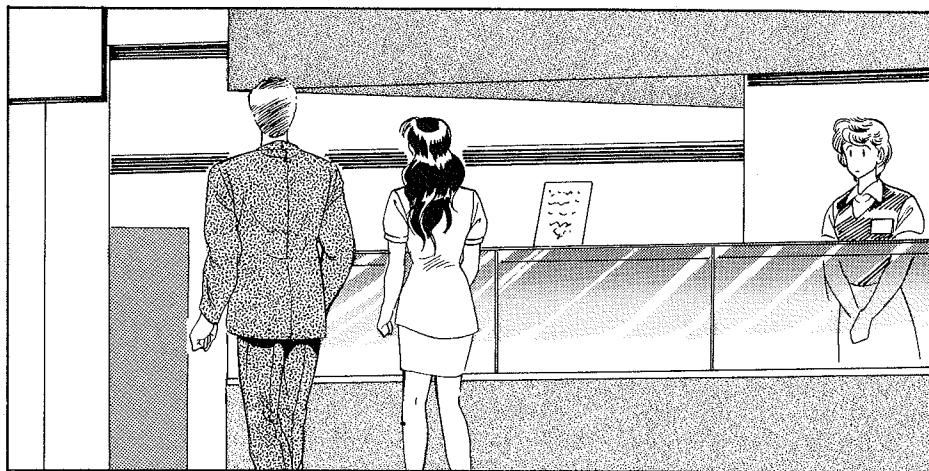
～薰のバースデープレゼント～



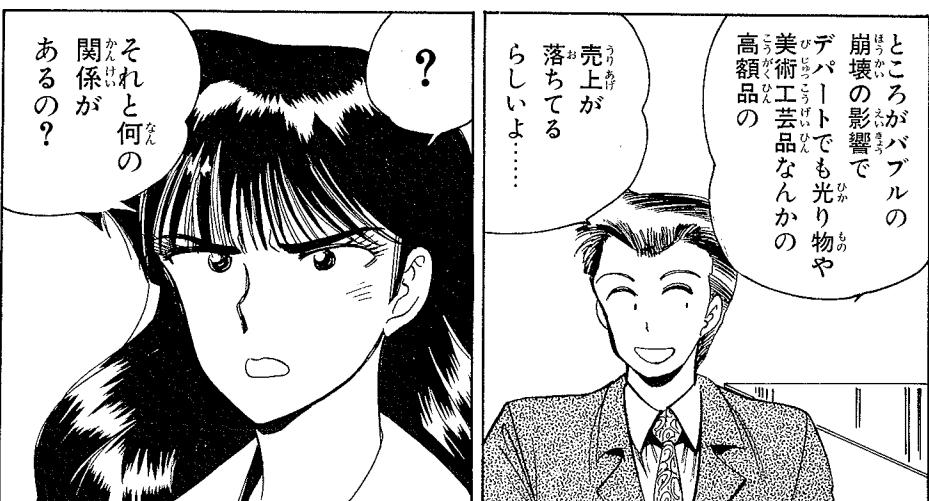
銀座

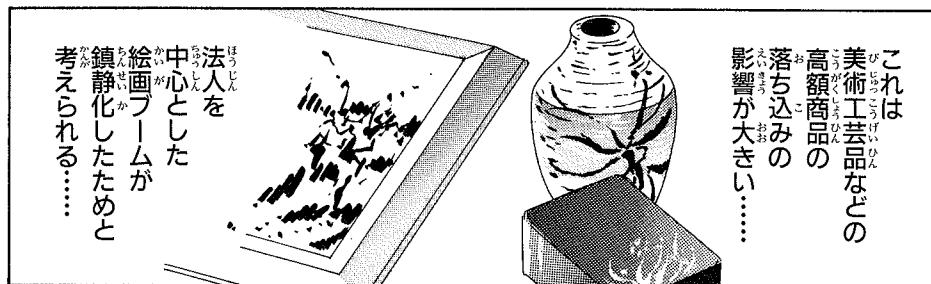
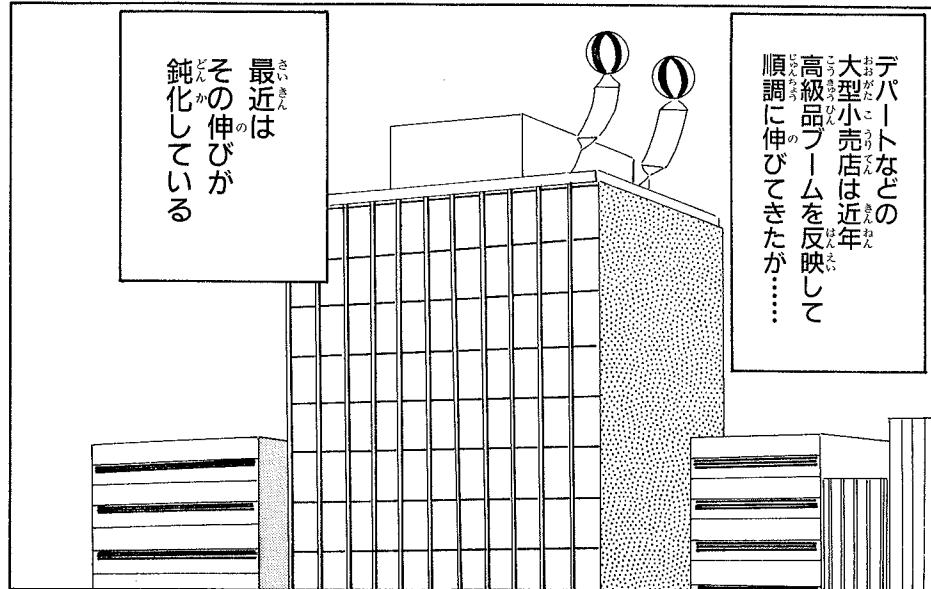


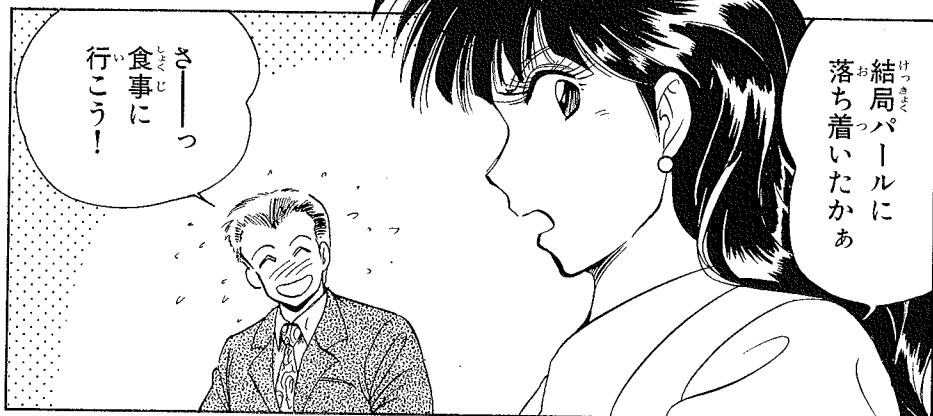


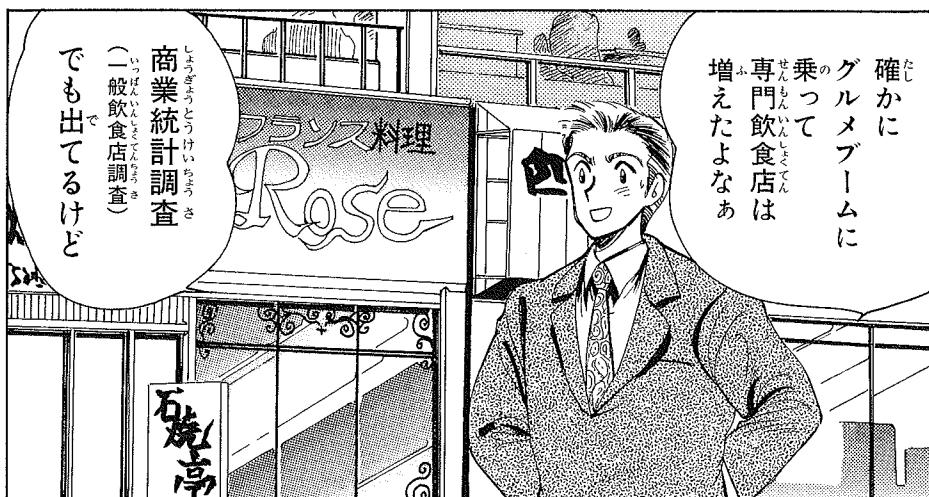


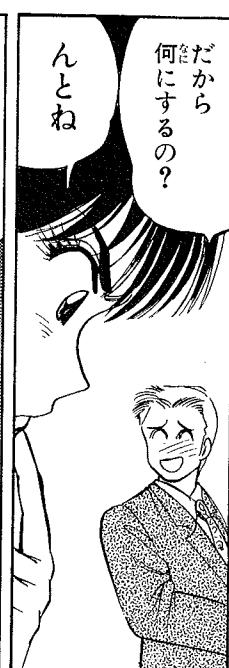


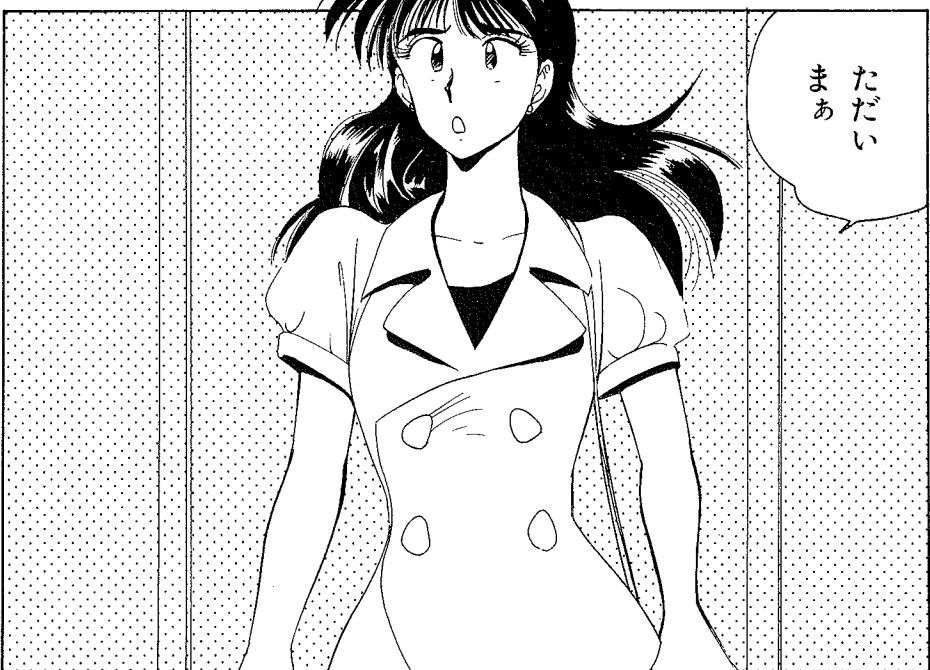


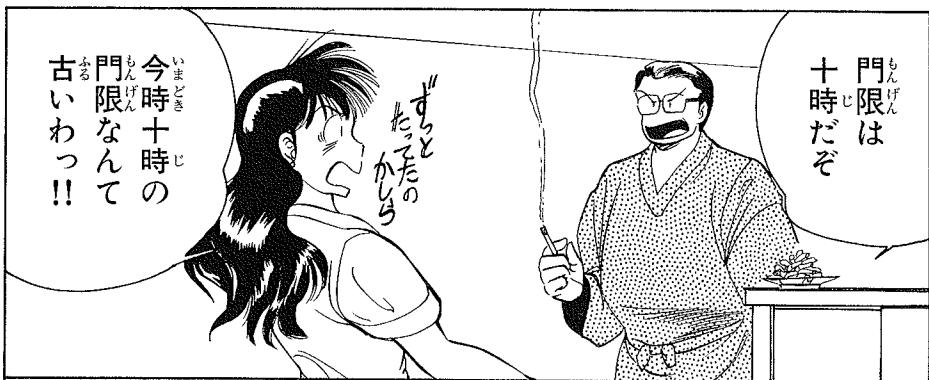


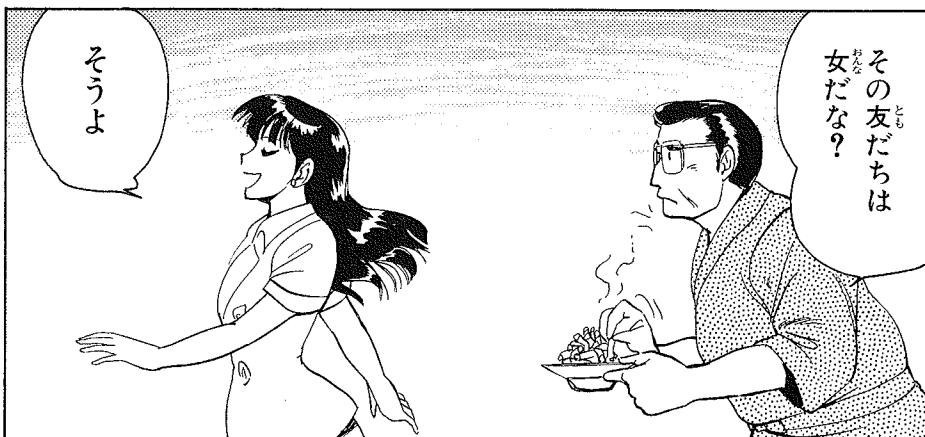


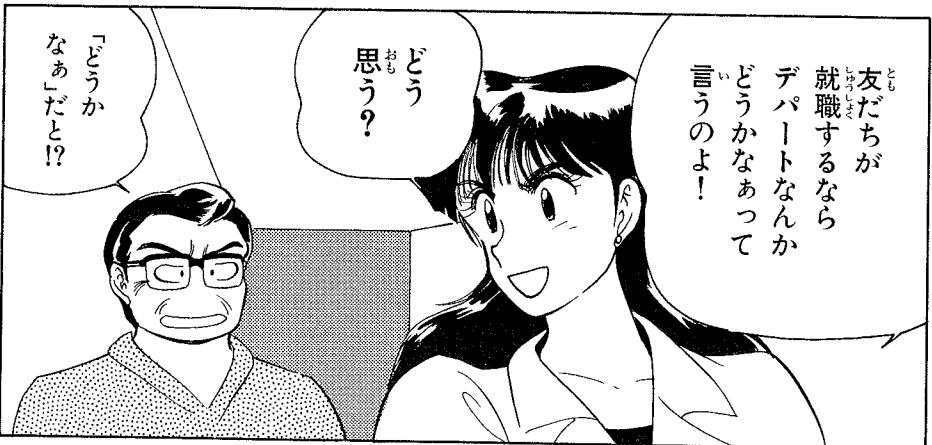


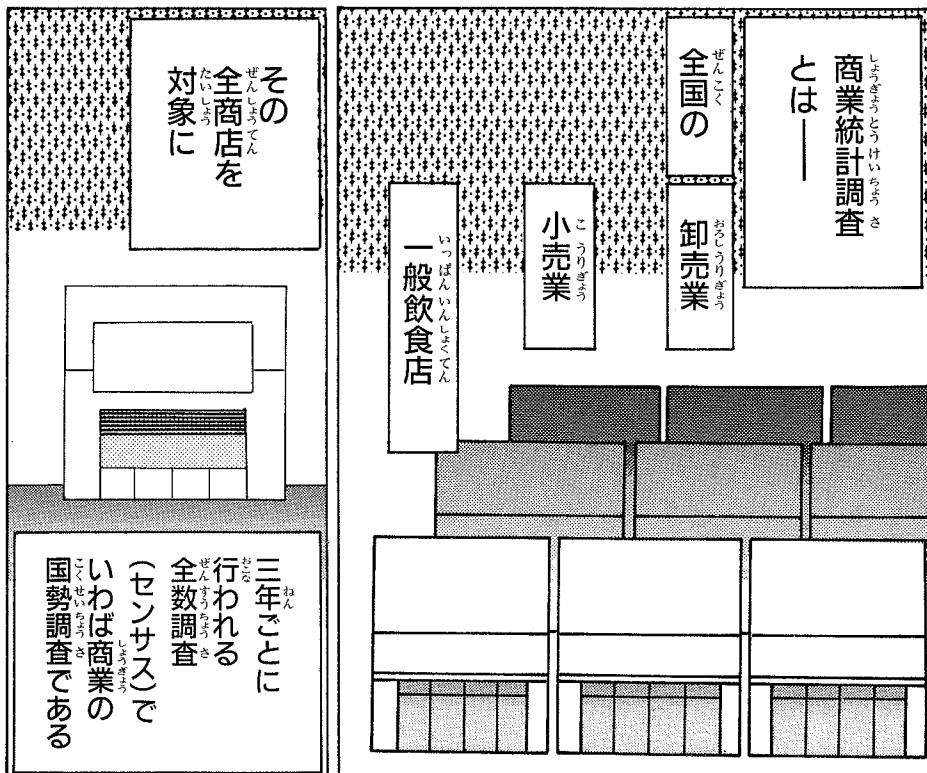






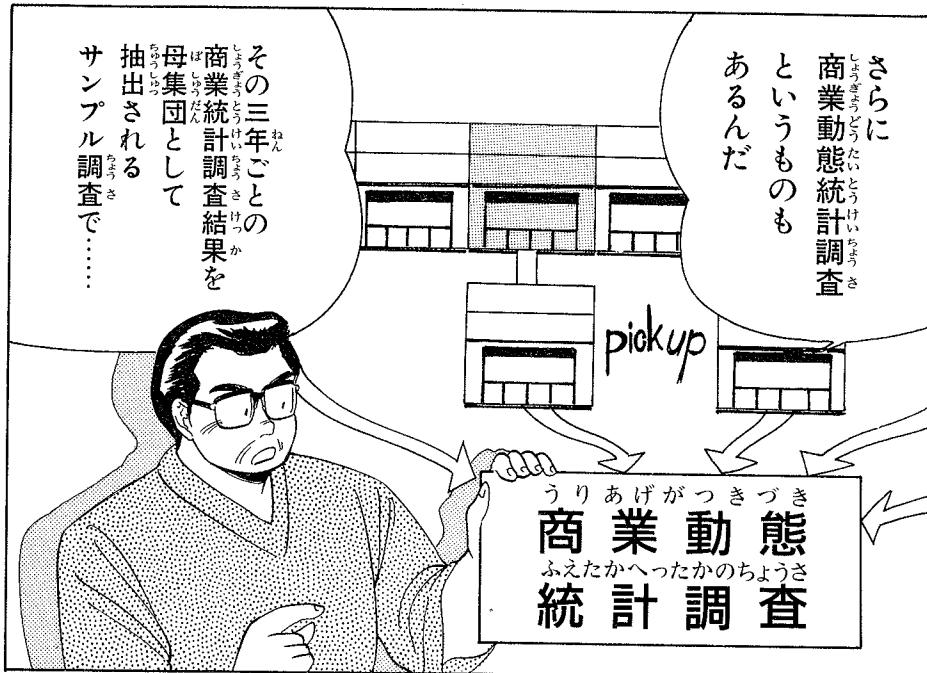


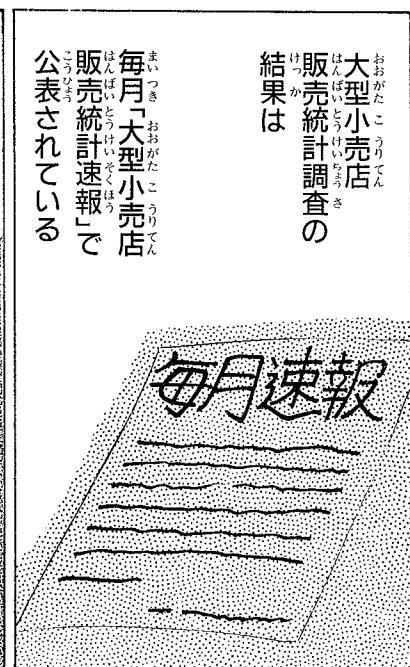




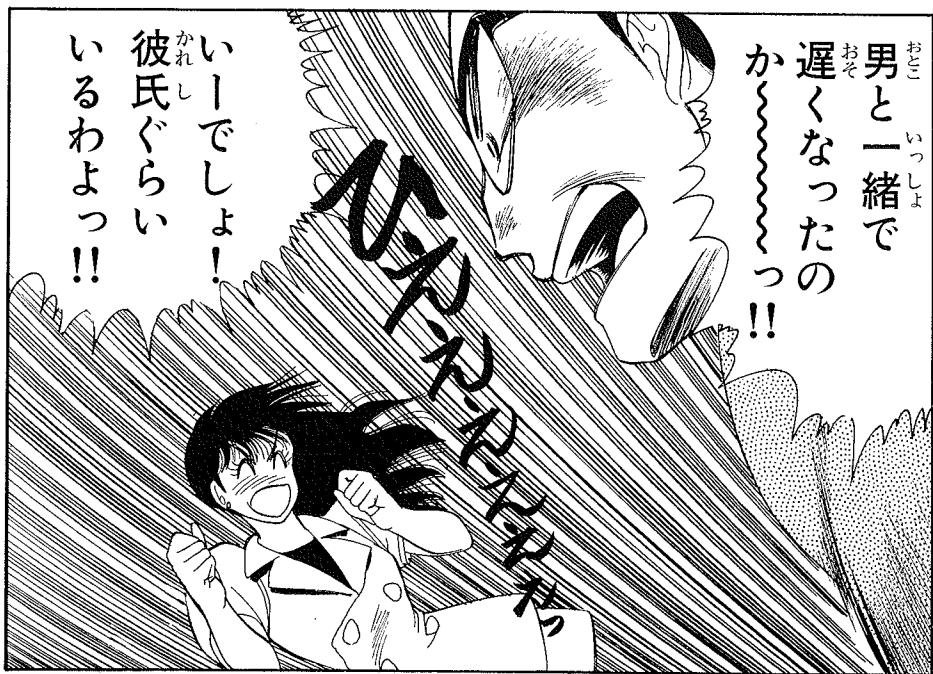


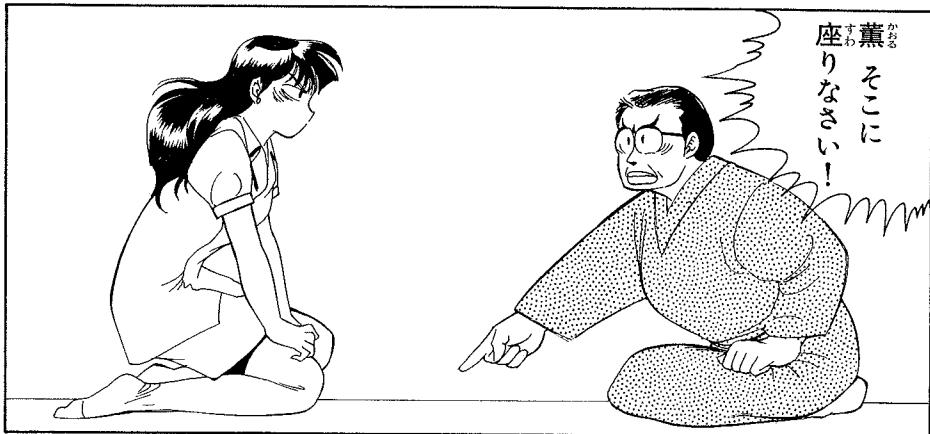














商業統計

商業統計調査は昭和27年から全国の卸売業、小売業、一般飲食店の全商店を調査しており、近年では3年周期で行われています。全数調査をセンサスといいますが、工業統計(第2章参照)、事業所統計(総務庁が実施)と併せて3大経済センサスと言われています。

この商業統計では、①商店数 ②従業者数 ③年間販売額 ④商品手持額(在庫額) ⑤売場面積 ⑥営業時間 ⑦販売方法などを調査していて、業種別、規模別、地域別に商店の分布状況や販売効率なども把握できます。

例えば、図-1にみられるように最近の消費者ニーズの多様化を反映して、長時間営業のコンビニエンス・ストアが大幅に増加していることがわかります。

(平成3年7月1日現在)

(注) : ()内の数値は前回比増減率で上段は合計、下段はうち特定タイプ店

図-1 コンビニエンス・ストア商店数の推移

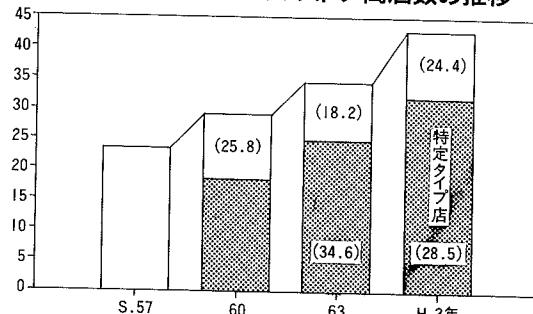
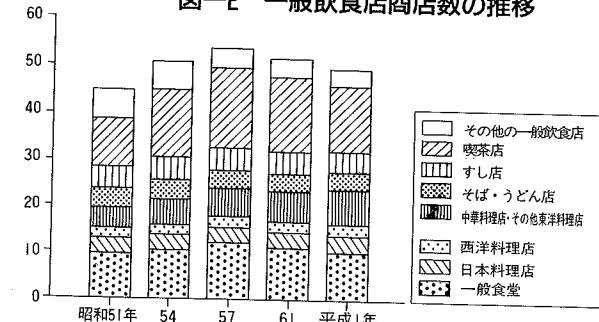


図-2 一般飲食店商店数の推移



また、外食産業のデータをみると、喫茶店、一般食堂(大衆食堂)が減少し、ファミリーレストランなどの西洋料理店や中華・東洋料理店が増加していることから、近年の「グルメブーム」や「食のレジャー化」の現状がみてえられます(図-2)。

(平成元年10月1日現在)

商業動態統計

商業統計は3年に一回の調査なので、最新のデータを捉えることを目的として、毎月の商店（卸・小売業）の販売額を調査しているのが商業動態統計です。商業動態統計は大別すると、総合商社などの「大規模卸売店販売統計」と百貨店や大型スーパーなどの「大型小売店販売統計」、卸・小売業全体をみる「業種別商品販売統計(標本調査)」があります。これらは月次のデータを取りまとめていますので、短期的な景気動向、特に個人消費の動きをみるうえで貴重な基礎資料となります。

図-3、4は大型小売店の販売額を①年別、②四半期別、③業態別(百貨店、スーパー)、④商品別に分類したものです。このうち平成3年の特徴をみてみましょう。

図-3 大型小売店販売額の推移

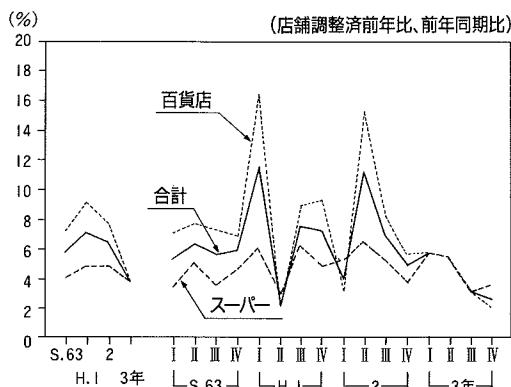
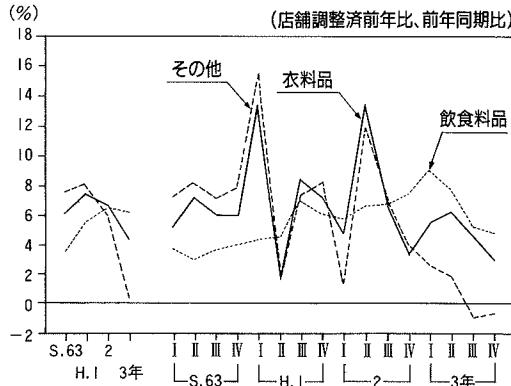
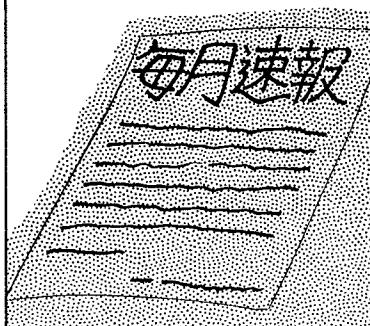


図-4 商品別販売額の推移(大型小売店)



結果は
「大型小売店
販売統計調査」
で
公表されている



- ① 平成3年全体の伸びをみると、百貨店（前年比3.8%増）、スーパー（同4.1%増）とともに堅調な伸びと言えますが、年後半では百貨店を中心に伸びが鈍化しています。
- ② 衣料品（前年比4.6%増）、飲食料品（同6.3%増）はそれぞれ堅調な伸びとなっていますが、その他（衣料品、飲食料品以外）は低い伸び（同0.5%増）にとどまっています。
- これらの2つの結果をみると、平成3年後半に百貨店でのその他の売れ行きが鈍ってきたと考えられます。そこで、もう少しデータを掘り下げてみると（表-1）、平成3年後半における美術工芸品などの商品の落ち込みの影響が大きいことがわかります。これは法人を中心とした絵画ブームが鎮静化したためと考えられます。

〈表-1〉その他の商品販売額の推移（百貨店）

（店舗調整済前年同期比）

	家 具	家 電	家庭用品	その他の商品 (美術工芸品等)
平成2年4～6月期				
7～9	26.1	8.3	12.2	16.4
10～12	9.1	5.5	6.4	12.9
平成3年1～3月期				
4～6	8.7	▲1.4	3.2	7.6
7～9	3.5	▲1.1	4.8	2.3
10～12	1.1	0.8	4.4	▲0.1
	2.4	▲4.4	▲0.1	▲3.7
	▲3.3	1.1	▲0.4	▲4.7

このように、商業動態統計の結果により、最近の売れ筋商品の実態や消費の現状などをみることができます。

（注）1. コンビニエンス・ストアとは…セルフサービス方式によって商品を小売りしていく、原則として次の条件を備えた商店（店舗）をいいます。
 ア. 1日の営業時間が、12時間以上、又は午後9時以降に閉店であること
 イ. 店舗面積は、おおむね50m²以上～500m²未満程度であること
 うち特定タイプ店とは1日の営業時間が、12時間以上かつ午後9時以降に閉店の商店をいいます。

2. 大型小売店販売統計における店舗調整とは、調査対象商店の定義変更及び異動（開店・廃業など）があった場合、前年（同期、同月）比を当年及び前年とも調査対象となった商店のみで算出することをいいます。

