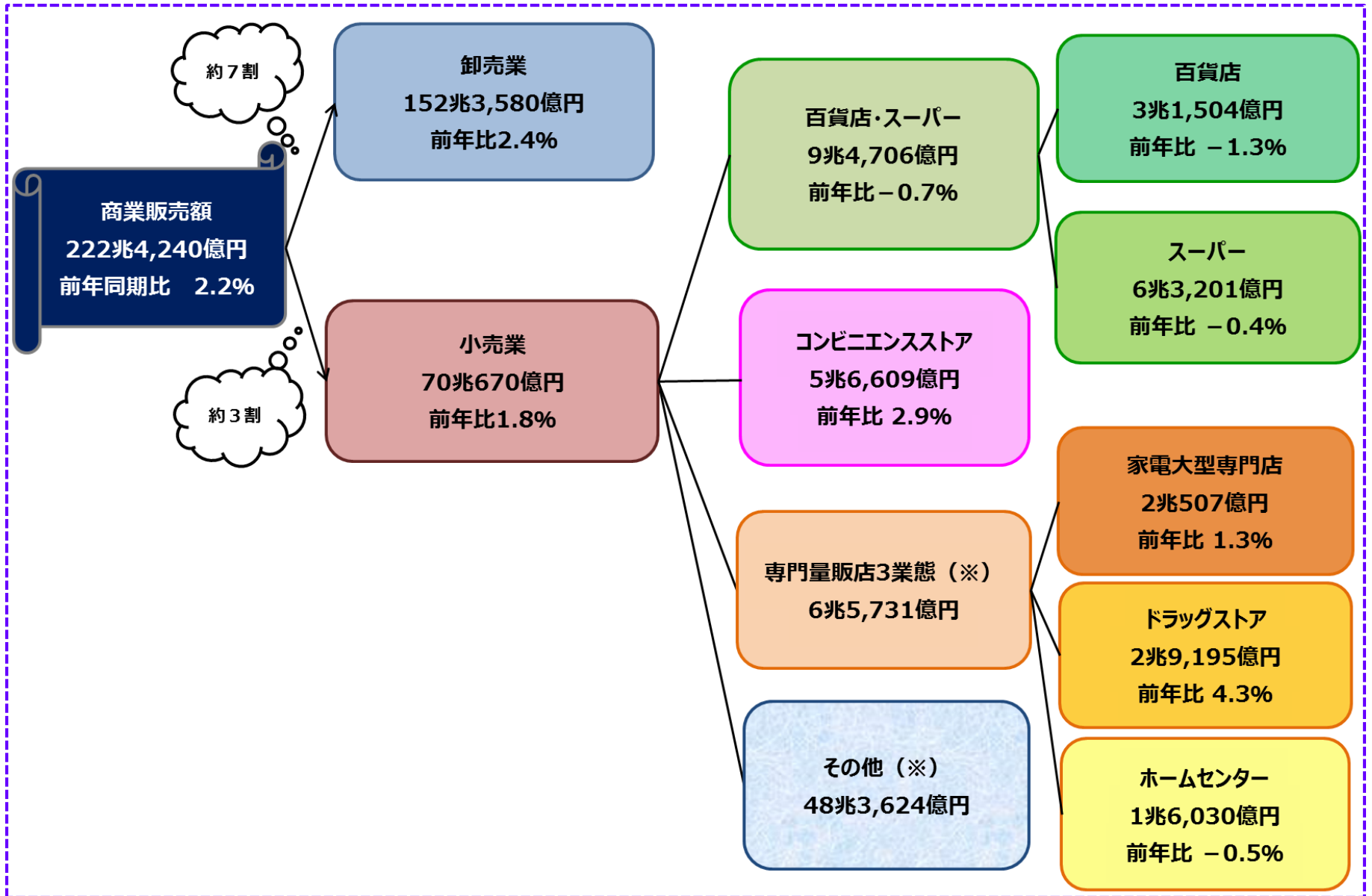




平成29年上期 小売業販売を振り返る

平成29年 9 月
経済解析室

平成29年上期の商業販売額

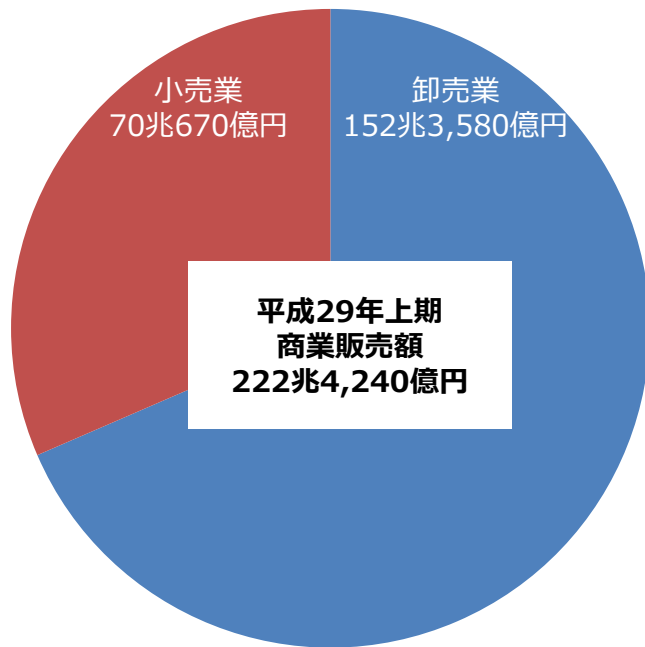


(注) 「専門量販店3業態」と「その他」の数字は、経済解析室で計算した値。
資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

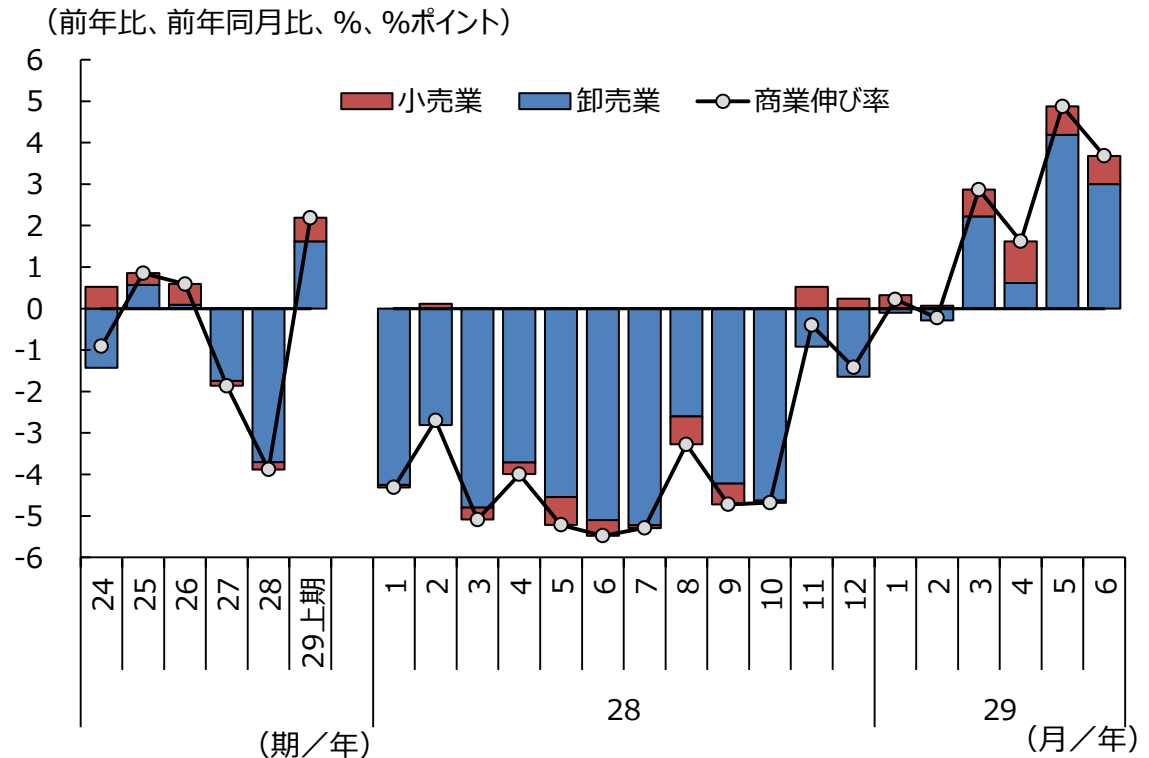
平成29年上期 商業販売額の内訳と変動要因分解

- 平成29年上期（1－6月期）の商業販売額は、卸売業と小売業がともに増加したため、222兆4,240億円（前年比2.2%）と増加。
- 卸売業は152兆3,580億円（前年比2.4%）、小売業は70兆670億円（同1.8%）と、ともに増加。

商業販売額の内訳



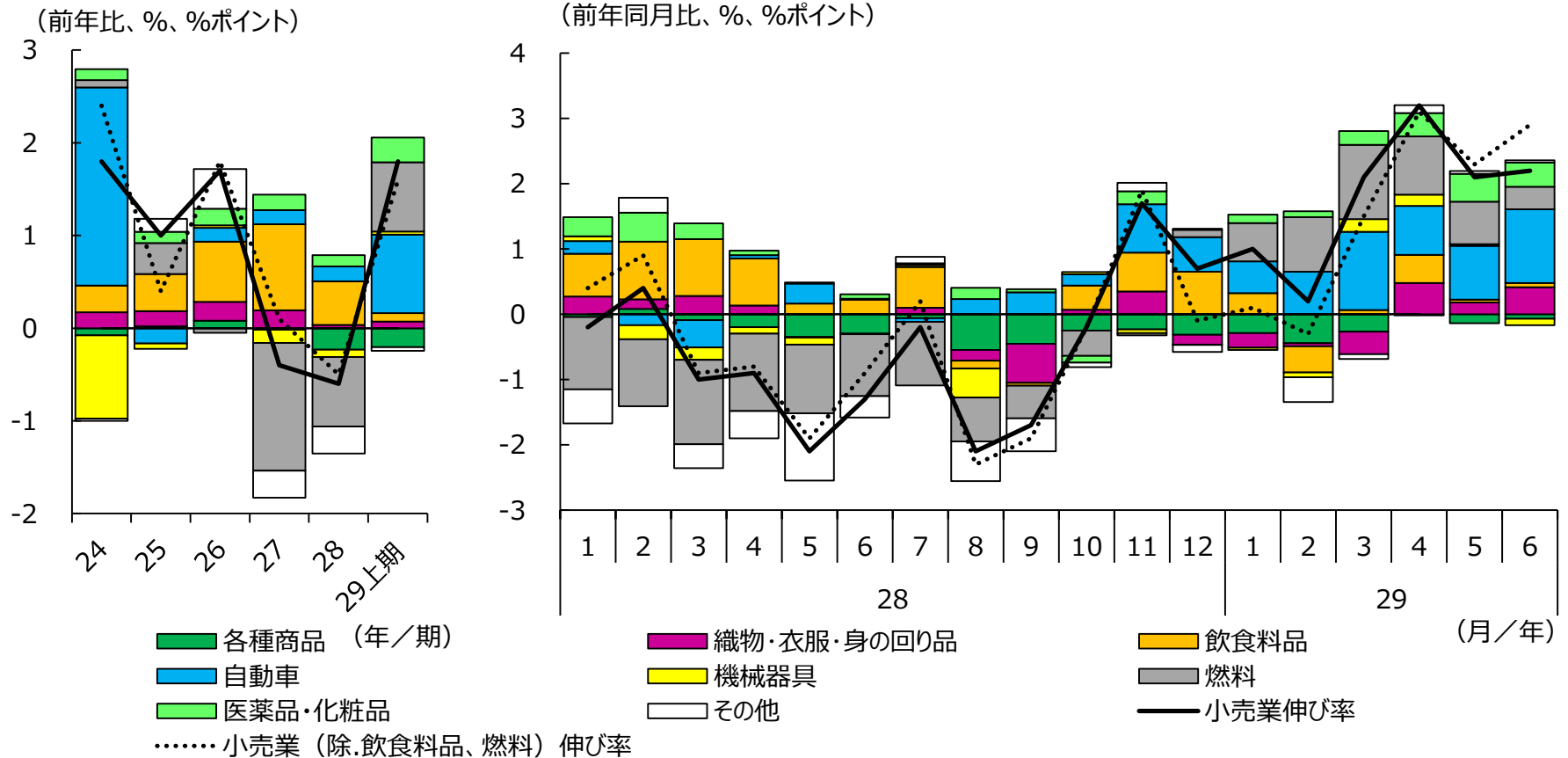
商業販売額の伸び率、卸売業と小売業の寄与度の推移



小売業販売額の変動要因分解（業種別）

- 平成29年上期（1－6月期）の小売業販売額は、「各種商品」等が減少したものの、「自動車」等が増加したため、前年比1.8%の増加。
- 価格要因で販売額が大きく動くことがある飲食料品小売業と燃料小売業を除くと、前年比1.6%の増加。

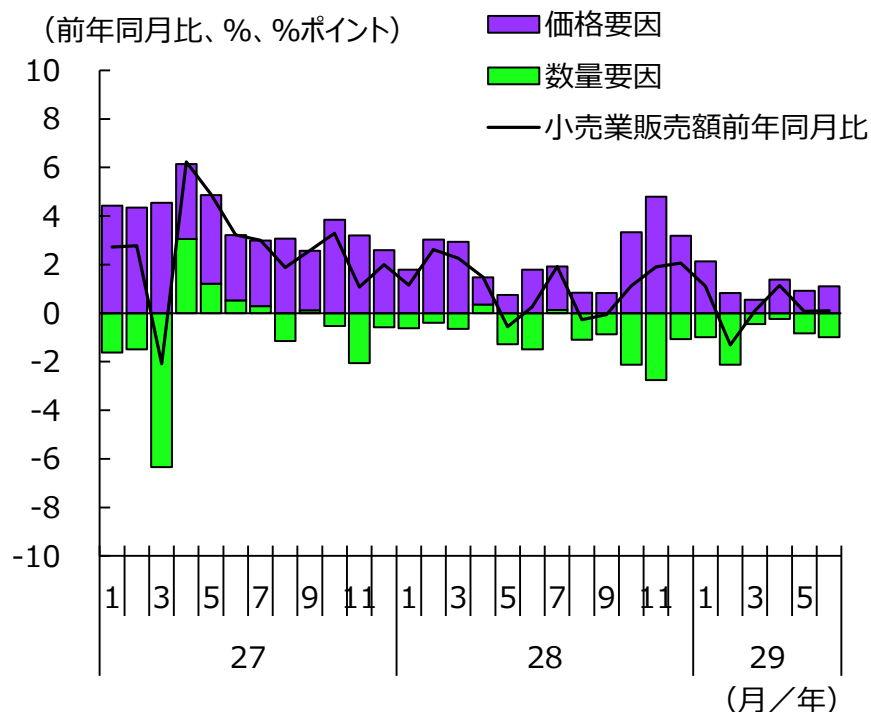
小売業販売額の伸び率、業種別寄与度の推移



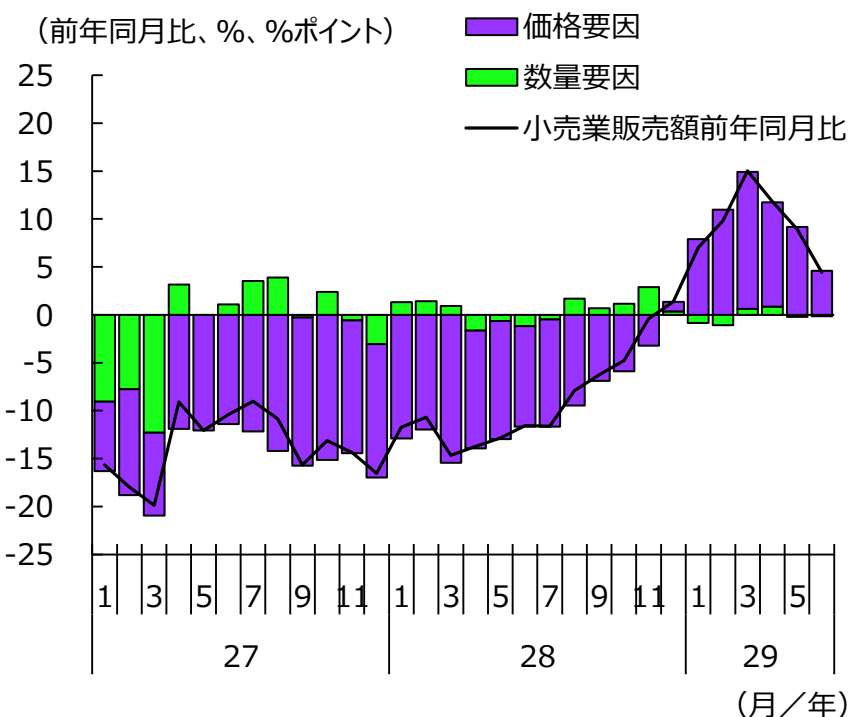
飲食料品、燃料小売業販売額の変動要因分解（価格と数量）

- 平成29年上期（1－6月期）の飲食料品小売業販売額は、価格要因（販売価格上昇）と数量要因（販売数量低下）が相殺し、横ばい圏の推移となった。
- 一方、燃料小売業は、主に価格要因（販売価格上昇）によって増加傾向で推移した。

飲食料品小売業販売額の変動要因分解



燃料小売業販売額の変動要因分解

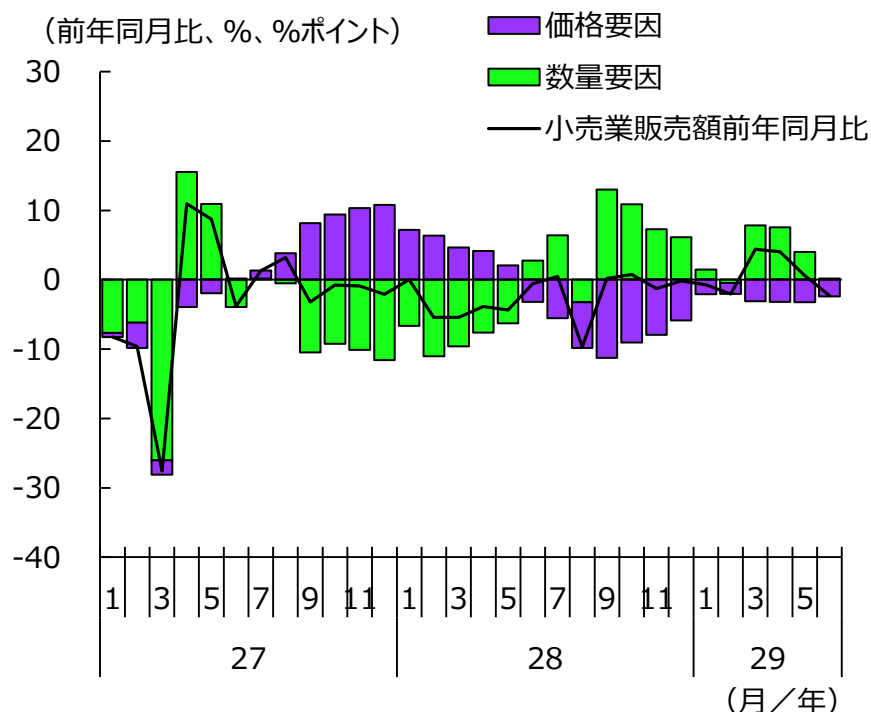


（注）小売業販売額を消費者物価指数で除した実質小売業販売額の変化分を数量要因とした。
資料：経済産業省「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」から作成。

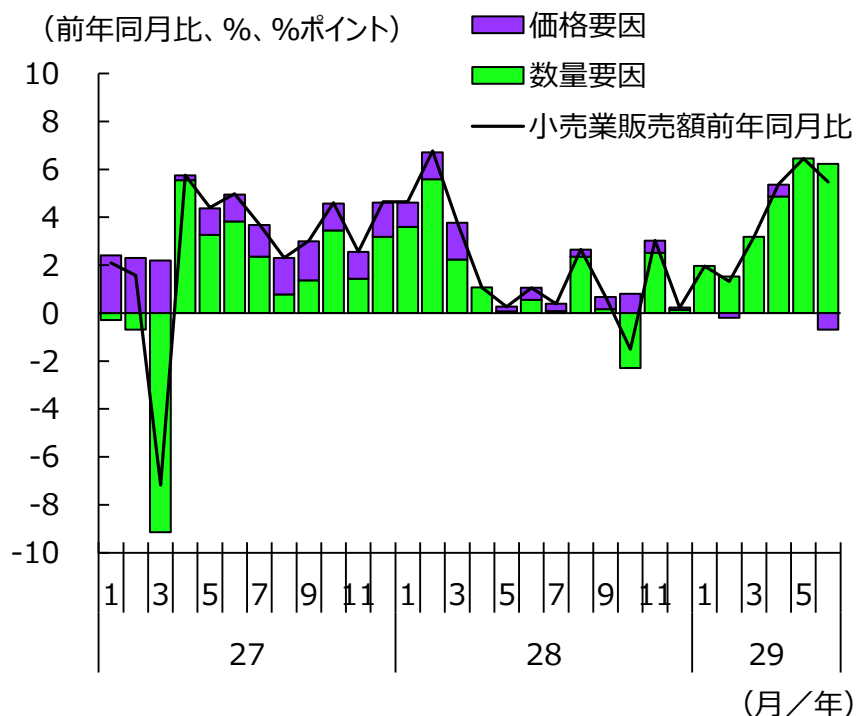
機械器具小売業、医薬品・化粧品小売業販売額の変動要因分解（価格と数量）

- 平成29年上期（1－6月期）の機械器具小売業販売額は、価格要因（販売価格低下）による下押しを数量要因（販売数量上昇）がカバーし、全体としては小幅な上昇となった。
- 医薬品・化粧品小売業は、主に数量要因（販売数量上昇）によって増加傾向で推移した。

機械器具小売業販売額の変動要因分解



医薬品・化粧品小売業販売額の変動要因分解

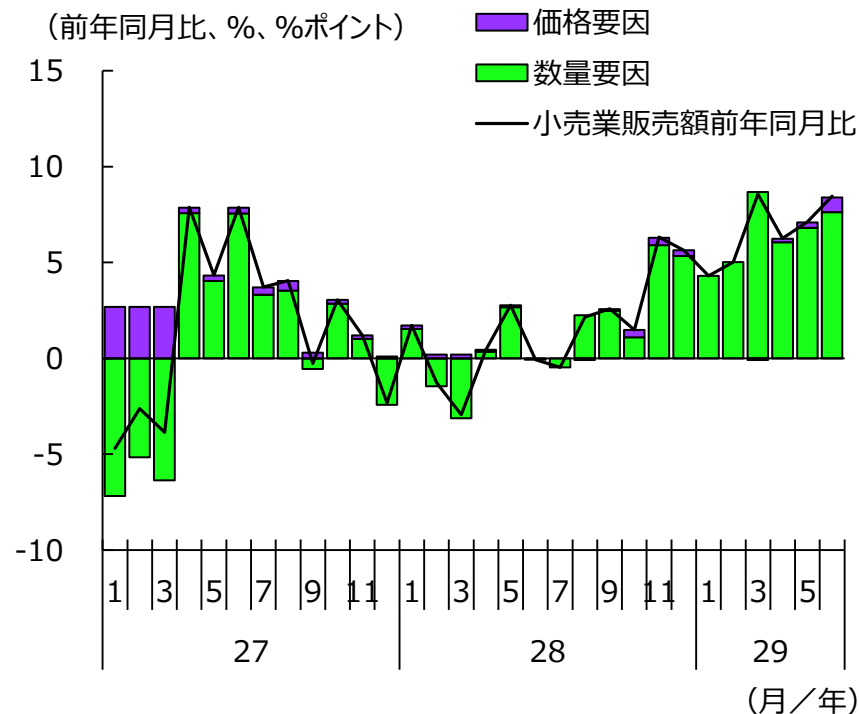


(注) 小売業販売額を消費者物価指数で除した実質小売業販売額の変化分を数量要因とした。
資料：経済産業省「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」から作成。

自動車小売業の変動要因分解（価格と数量）

- 平成29年上期（1－6月期）の自動車小売業販売額は、主に数量要因（販売価格上昇）によって増加傾向での推移となった。

自動車小売業販売額の変動要因分解



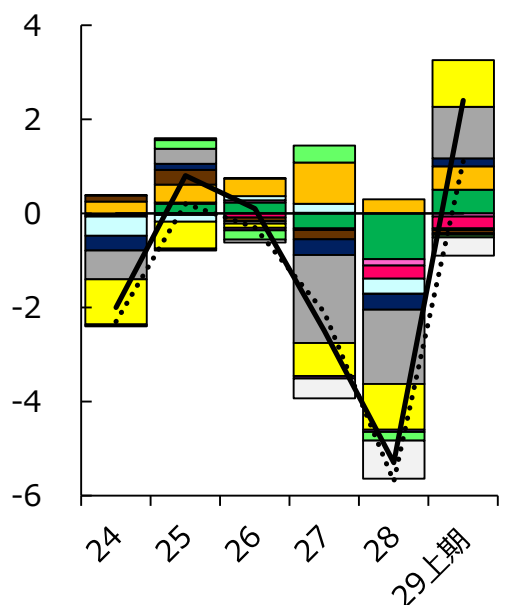
（注）小売業販売額を消費者物価指数で除した実質小売業販売額の変化分を数量要因とした。
資料：経済産業省「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」から作成。

参考：卸売業販売額の変動要因分解（業種別）

- 平成29年上期（1－6月期）の卸売業販売額は、「衣服・身の回り品」が減少したものの、「鉱物・金属材料」等が増加したため、前年比2.4%の増加。
- 価格要因で販売額が大きく動くことがある飲食料品小売業と燃料小売業を除くと、前年比1.1%の増加。

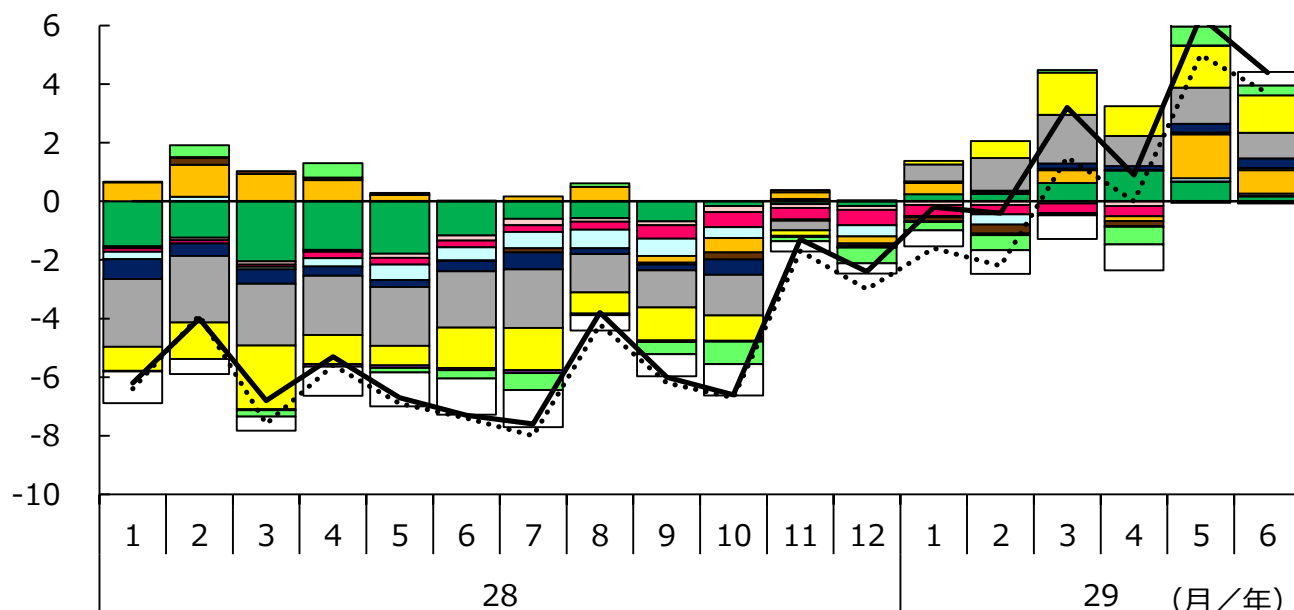
卸売業販売額の伸び率、商品別寄与度の推移

（前年比、%、%ポイント）



各種商品（年）
 衣服・身の回り品
 食料・飲料
 化学製品
 機械器具
 医薬品・化粧品
 卸売業伸び率

（前年同月比、%、%ポイント）



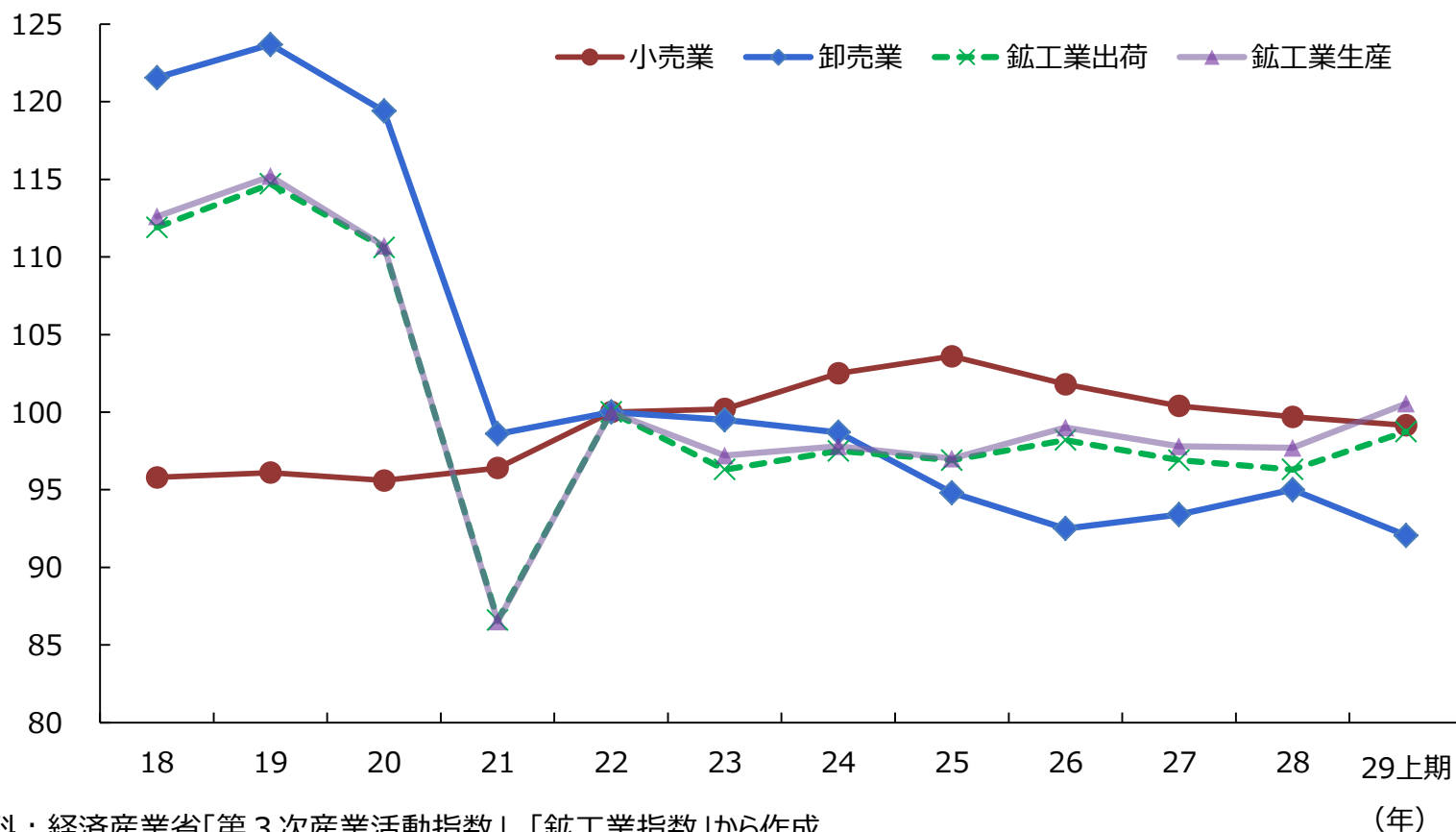
繊維品
 農畜産物・水産物
 建築材料
 鉱物・金属材料
 家具・建具・じゅう器
 その他
 卸売業（除.食料・飲料、鉱物・金属材料）伸び率

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

参考：卸売業、小売業活動指数と鉱工業指数の推移

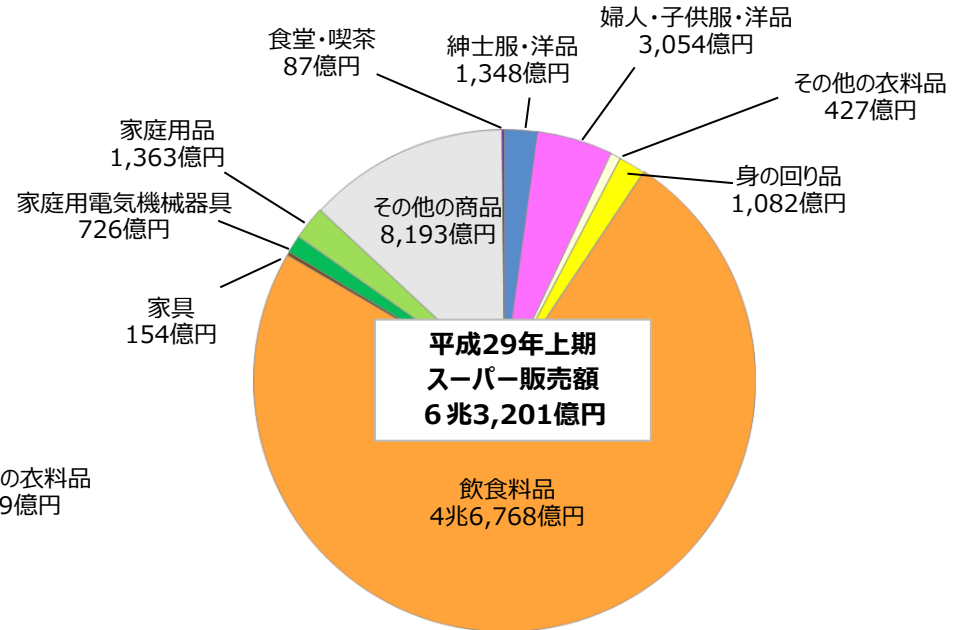
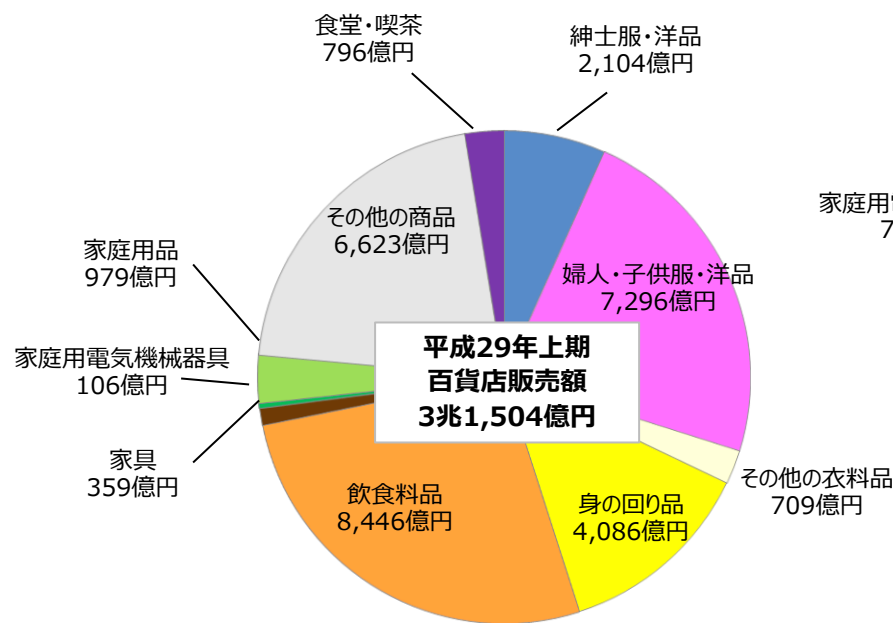
- 第3次産業活動指数（実質ベース）で卸売業、小売業の動向を見てみると、卸売業はリーマンショック発生翌年の平成21年に大幅に低下した後、低迷し続けている。一方小売業は、おおむね横ばい傾向で推移している。
- 鉱工業製品の多くは流通の第一段階である卸売業に出荷される。卸売業低迷の背景の一つには、リーマンショック発生後の日本における生産、出荷の伸び悩みがある。

（平成22年=100）



資料：経済産業省「第3次産業活動指数」、「鉱工業指数」から作成。

平成29年上期 百貨店、スーパー販売額の商品別内訳

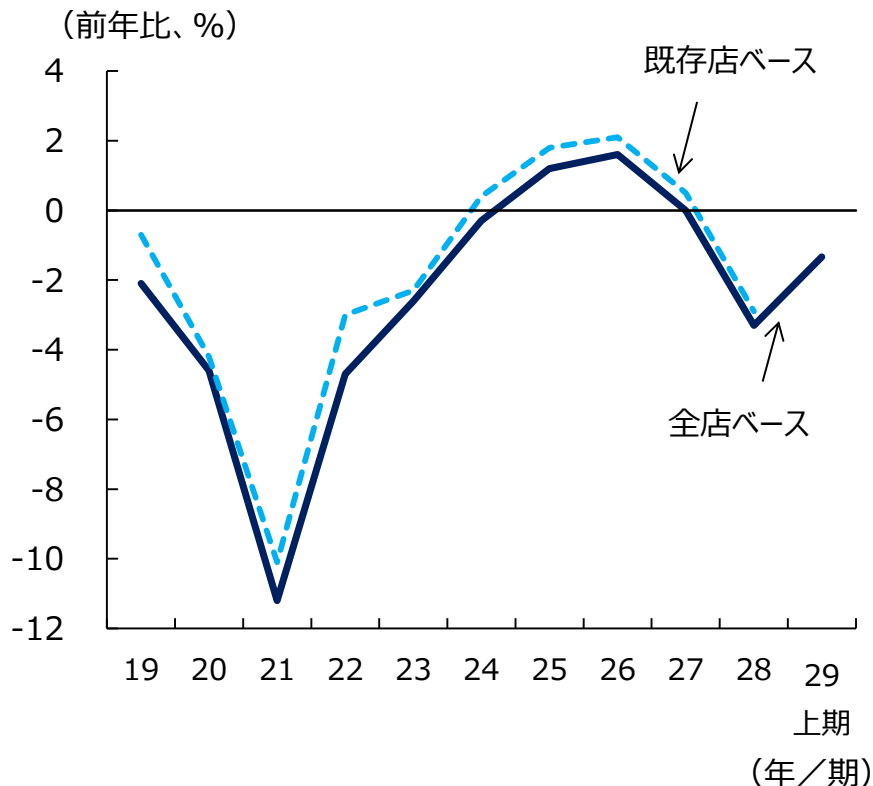


商品名	内容例示
紳士服・洋品	紳士服、下着類、ワイシャツ、ネクタイ、靴下など
婦人・子供服・洋品	婦人服、子供服、下着類、ブラウス、靴下など
その他の衣料品	呉服、反物、寝装具類、和装小物、タオルなど
身の回り品	靴、履物、和・洋傘類、かばん、トランク、ハンドバッグ、裁縫用品、装身具(宝石、貴金属製を除く)など
飲食料品	飲料、和・洋酒、調味料、食肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、乳製品など
家具	和・洋家具、室内調度品、神仏具、じゅうたん、カーテン、ござなど
家庭用電気機械器具	テレビ、ラジオ、ステレオ、DVD、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫、照明器具、電気こたつ、電気ストーブ、パソコン、電話機、携帯電話機など
家庭用品	陶磁器、ガラス器、漆器、金物、荒物、ガス器具、石油ストーブ、水道器具、ミシン、編機など
その他の商品	医薬品、化粧品、洗剤、書籍、文房具、事務用品、貴金属、宝石、美術工芸品、時計、眼鏡、カメラ、ビデオテープ、CDソフト、DVDソフト、スポーツ用品、娯楽用品、玩具、電子応用玩具、ゲームソフト、楽器、園芸用品、大工用品、ペット関連商品、たばこ、喫煙具、燃料、自転車、自動車、トイレトペーパー、ティッシュペーパー、紙おむつなど
食堂・喫茶	食堂、喫茶室、すし屋などその場で顧客に飲食させるもの

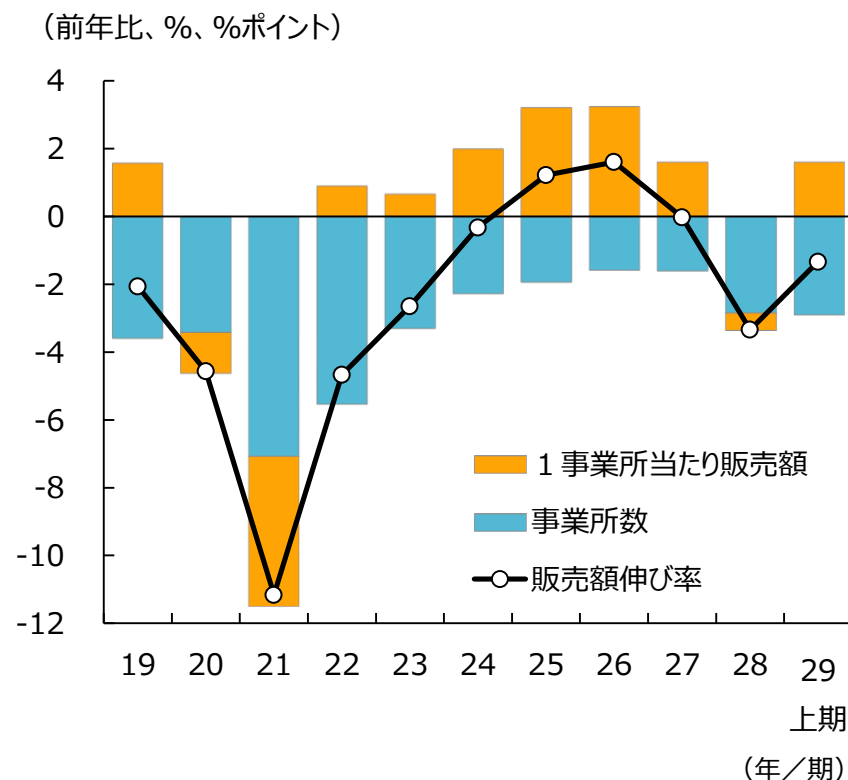
百貨店販売額（前年比）の動向、変動要因分解

- 平成29年上期（1－6月）の百貨店販売額は、前年比－1.3%の減少。事業所数は低下したが、1事業所当たりの販売額は増加した。
- 既存店ベースでは、29年1－3月期は前年比－1.2%の減少。29年4－6月期は前年比0.9%の増加。

販売額（前年比）の動向



変動要因分解



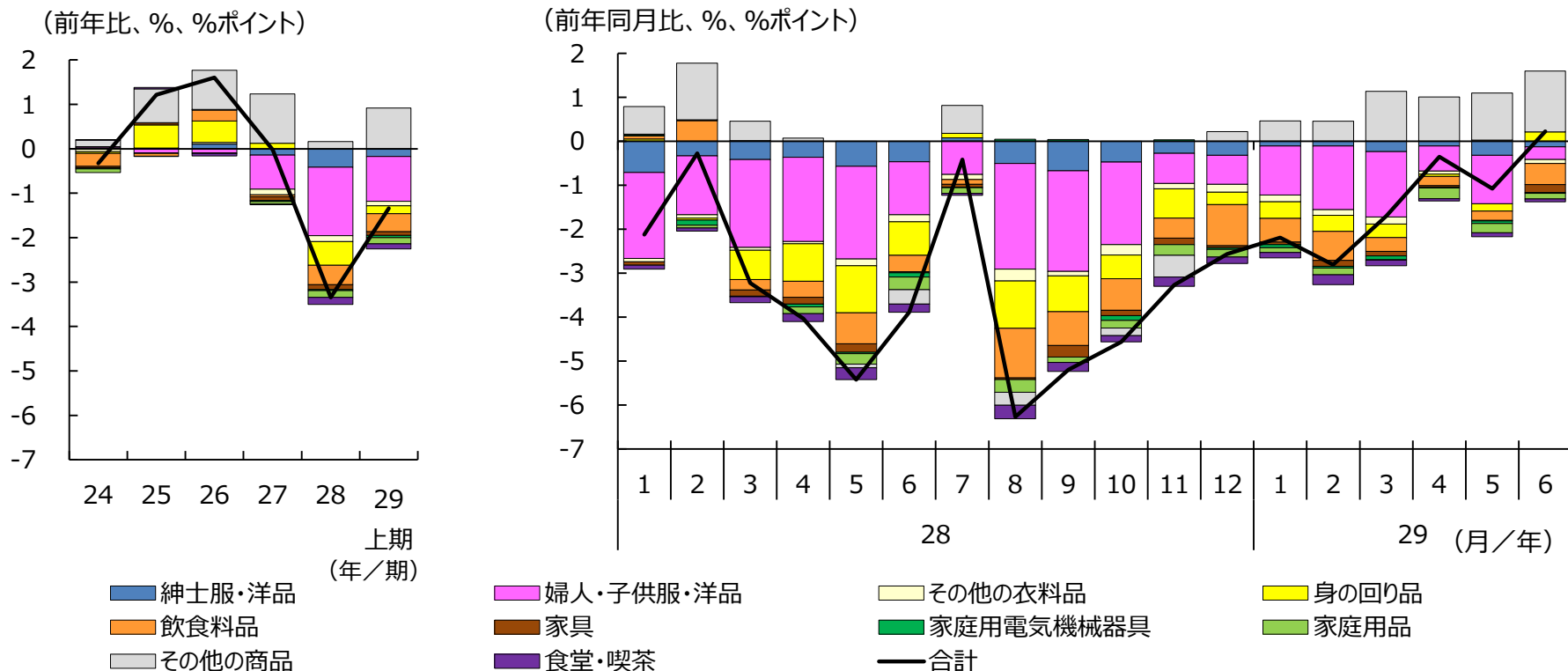
(注) 販売額前年比の既存店ベースの値は28年まで。

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

百貨店販売額の変動要因分解（商品別）

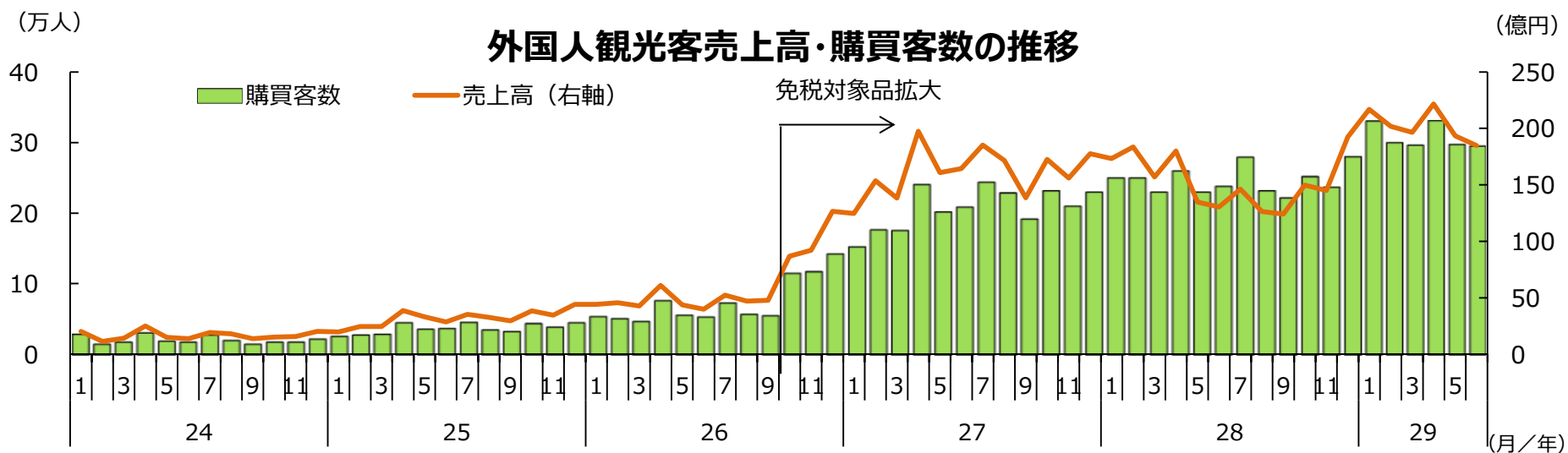
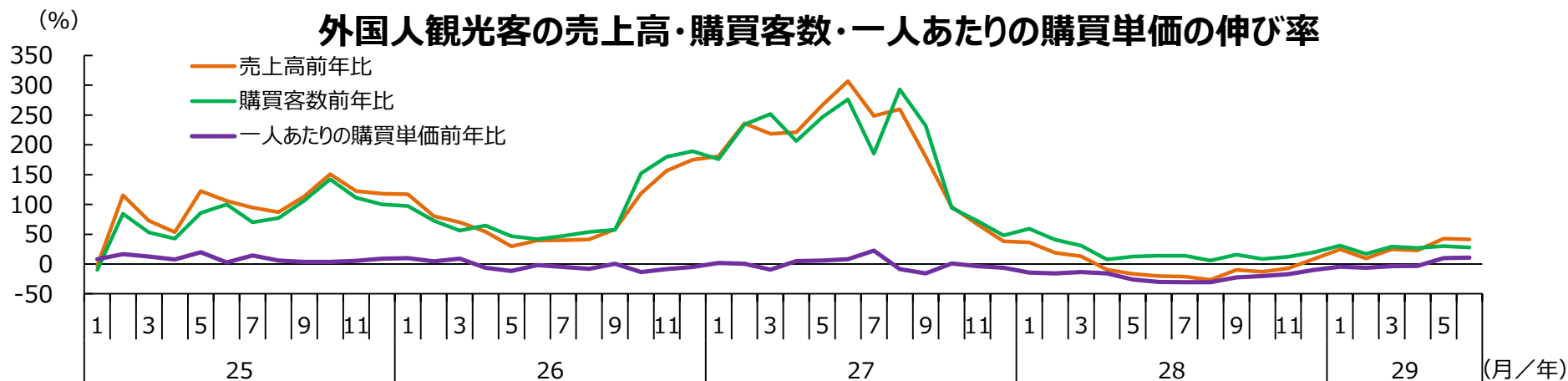
- 平成29年上期の百貨店販売額は、化粧品や貴金属等を含む「その他の商品」が大幅に増加したが、他の商品が一様に減少し、前年比－1.3%の減少。

百貨店販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



参考：百貨店 外国人観光客による消費動向

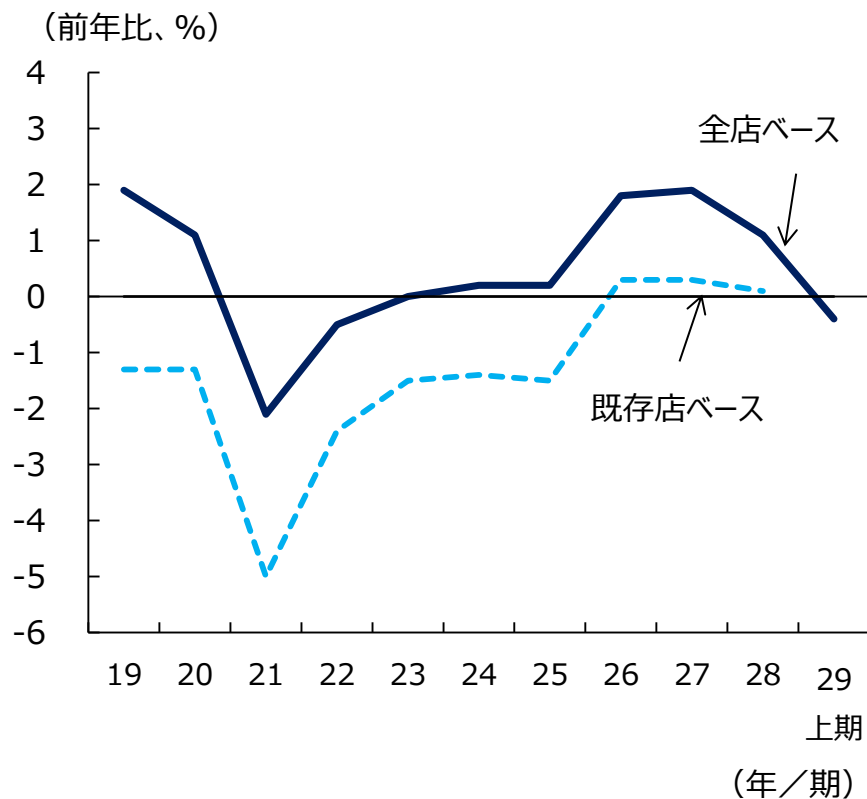
- ・日本百貨店協会の「外国人観光客の売上高・来店動向」によれば、平成29年上期（1－6月期）の外国人観光客の売上高は、前年比26.7%と増加。
- ・外国人観光客の購買客数は増加している。
- ・外国人観光客の一人あたりの購買単価は増加している。



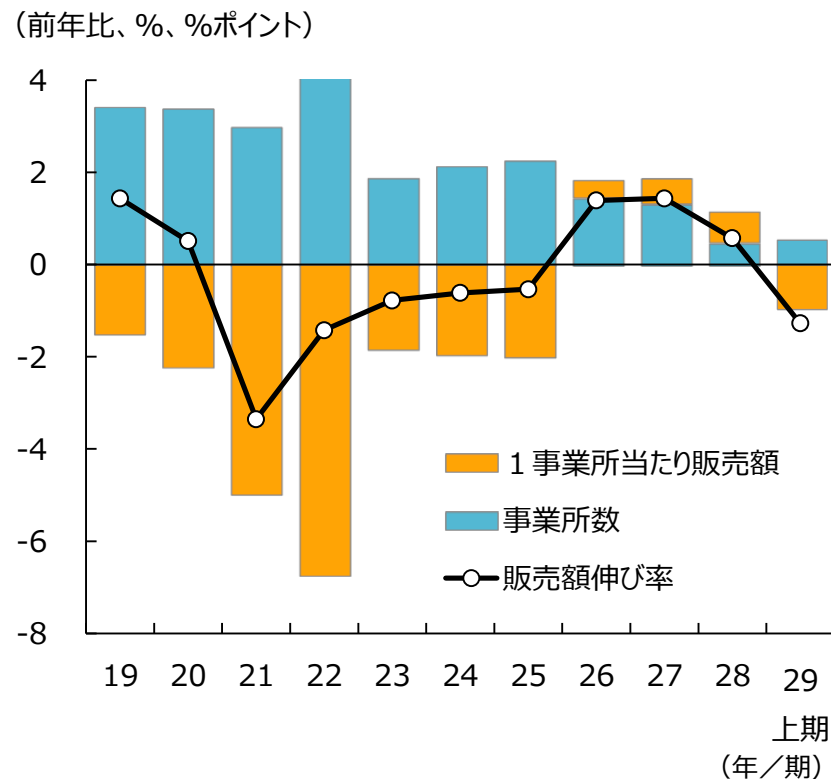
スーパー販売額（前年比）の動向、変動要因分解

- 平成29年上期のスーパー販売額は、前年比－0.4%の減少。事業所数は増加したが、1事業所当たり販売額は低下した。
- 既存店ベースでは、29年1－3月期は前年比－1.6%の減少。4－6月期は前年比－0.1%の減少。
- スーパーは、26年以降の3年間、事業所数と1事業所当たりの販売額がともに増加していたが、29年上期は、事業所数を増加させることによって全体の販売額を伸ばす、25年以前の傾向がみられた。

販売額（前年比）の動向



変動要因分解



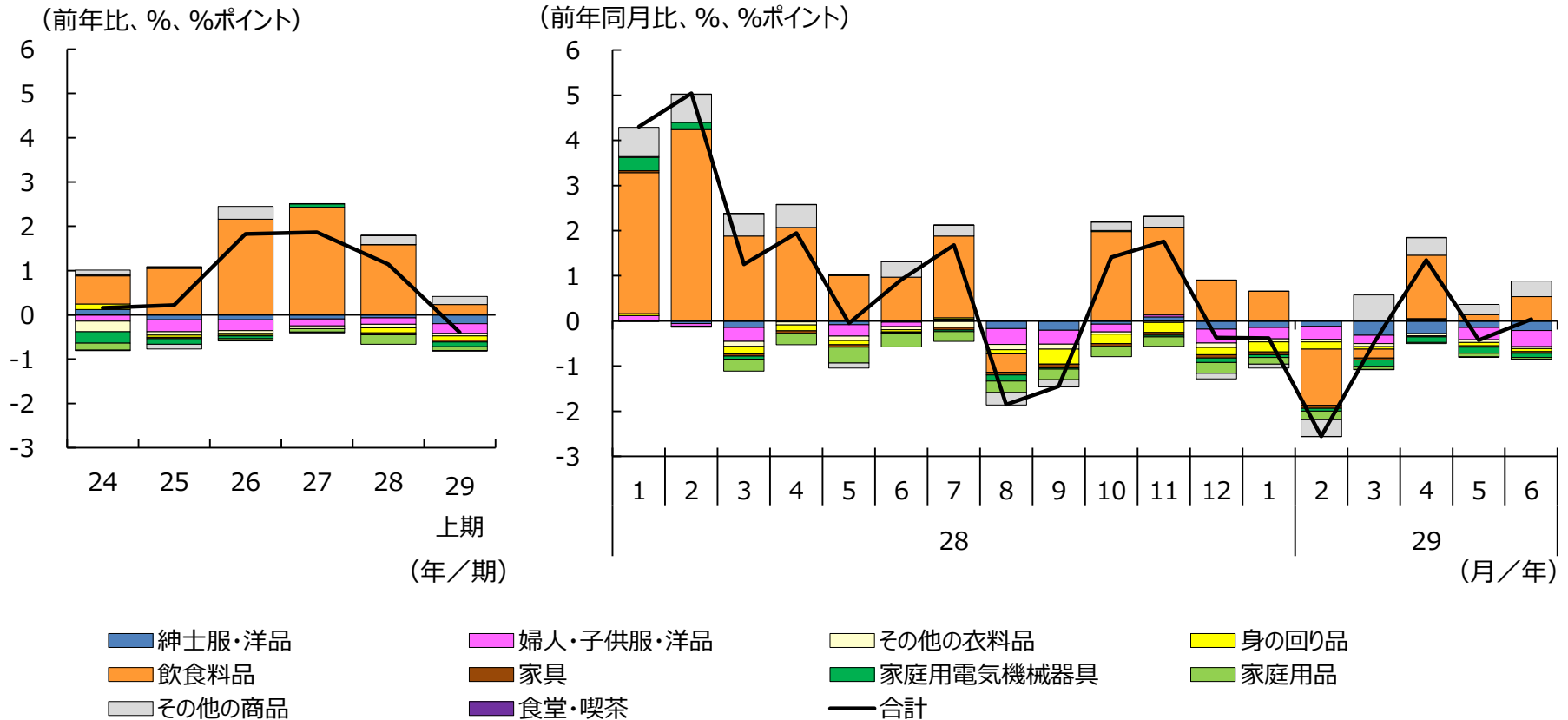
(注) 販売額前年比の既存店ベースの値は28年まで。

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

スーパー販売額の変動要因分解（商品別）

- 平成29年上期のスーパー販売額は、「婦人・子供服・洋品」、「紳士服・洋品」等が減少し、前年比－0.4%の減少。

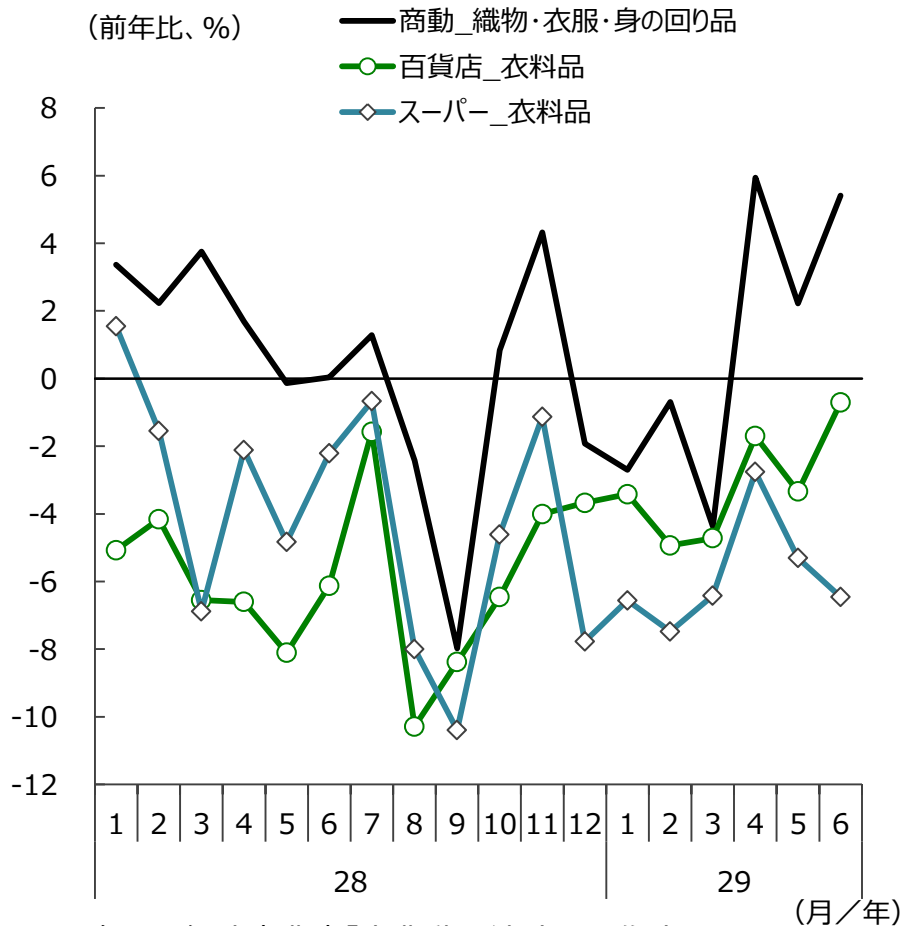
スーパー販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



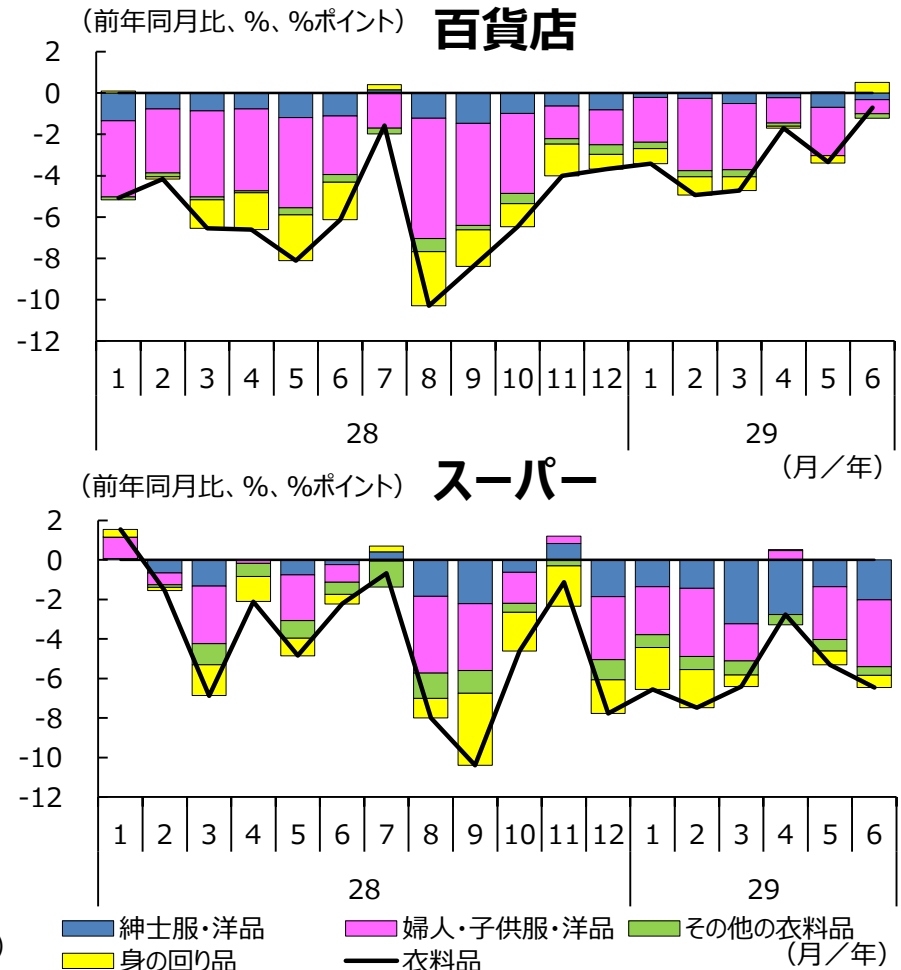
資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

百貨店、スーパーの衣料品関係の動向

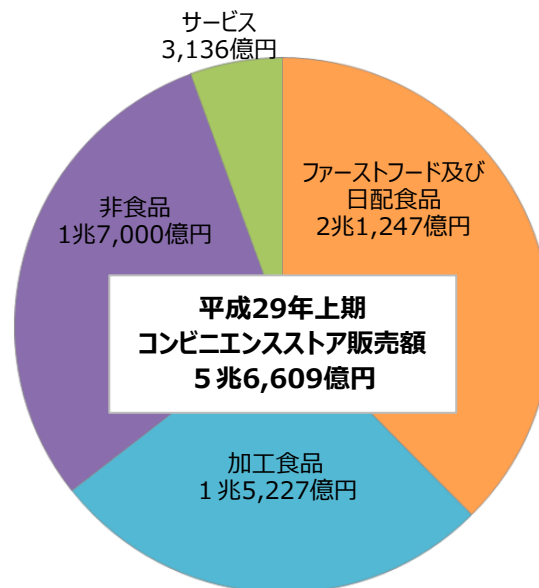
- 平成29年上期後半（4－6月期）の「織物・衣服・身の回り品の小売業」の販売額は、前年比プラスに転じた。しかし、「各種商品小売業」に含まれる百貨店とスーパーの衣料品小売販売額は依然として前年比マイナス。
- 内訳を見ると、婦人・子供服・洋品等、全ての項目が減少。



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。



平成29年上期 コンビニエンスストア販売額の商品別内訳



商品名		内容例示
商品販売額	ファーストフード及び日配食品	米飯類（寿司、弁当、おにぎり等）、カウンター商材（コーヒー、揚げ物、中華まん）、パン、調理パン、総菜、漬物、野菜、青果、水物（豆腐等）、調理麺、卵、加工肉（ハム、ウインナー、ベーコン等）、牛乳、乳飲料、乳製品（バター、チーズ等）、練物（ちくわ、かまぼこ等）、生菓子（ケーキなどの和洋菓子）、サラダ、デザート類（プリン、ゼリー、ヨーグルト等）など
	加工食品	菓子類（生菓子を除く）、ソフトドリンク（乳飲料を除く）、アルコール飲料（日本酒、ウイスキー、ワイン等）、調味料（味そ、しょう油、うまみ調味料、ソース等）、嗜好品（コーヒー、お茶等）、食塩、砂糖、食用油、米穀、乾物、各種の缶・瓶詰類、冷凍食品、アイスクリーム、レトルト食品、インスタント食品、焼きのりなど
	非食品	雑誌、書籍、新聞、衣料品、袋物類、文房具、ブラシ、玩具、雑貨、たばこ、ペットフード、乾電池、テープ、CD、電球・蛍光灯、電卓、燃料、人形、サングラス、履物、園芸用品、ゲームソフト、花火、洗剤、化粧品、医薬品、医薬部外品栄養ドリンク、陶磁器・ガラス器、金物、紙製品、フィルム、切手、はがき、収入印紙、装身具など
サービス売上高		コピー、ファクシミリ、宅配便、商品券、ギフト券、乗車券、各種チケット、テレフォンカード、宝くじ、D・P・E、レンタル、航空券、宿泊券、クリーニングなど

（注）1.コンビニエンスストア販売額は商品販売額とサービス売上高の合計。

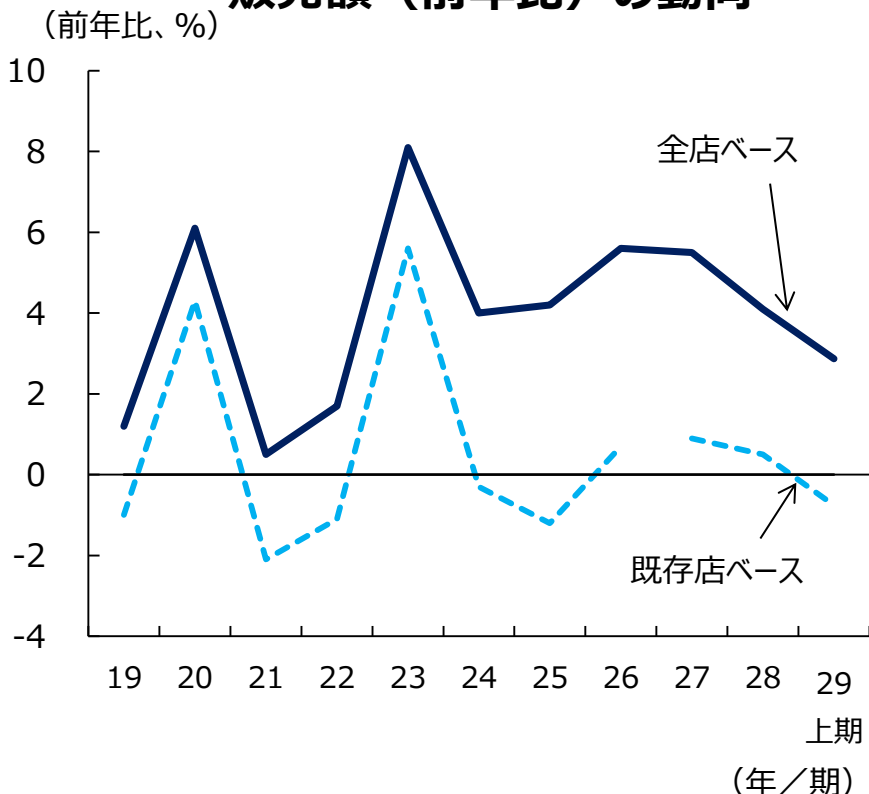
2.サービス売上高は、電力料金、ガス料金、放送受信料、電話料金、水道料金など公共料金等の収納代行による売上高を除く。

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

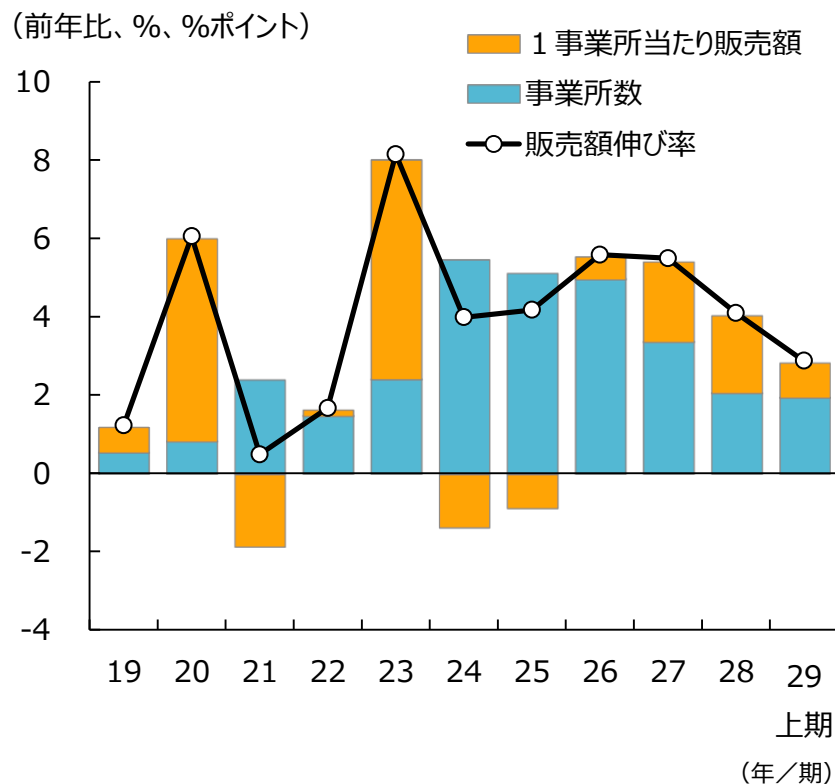
コンビニエンスストア販売額（前年比）の動向、変動要因分解

- 平成29年上期のコンビニエンスストア販売額は、前年比2.9%の増加。事業所数と1事業所当たりの販売額がともに増加した。
- コンビニエンスストアは、主に事業所数を増やすことによって、全体の販売額を伸ばしている傾向にある。

販売額（前年比）の動向



変動要因分解



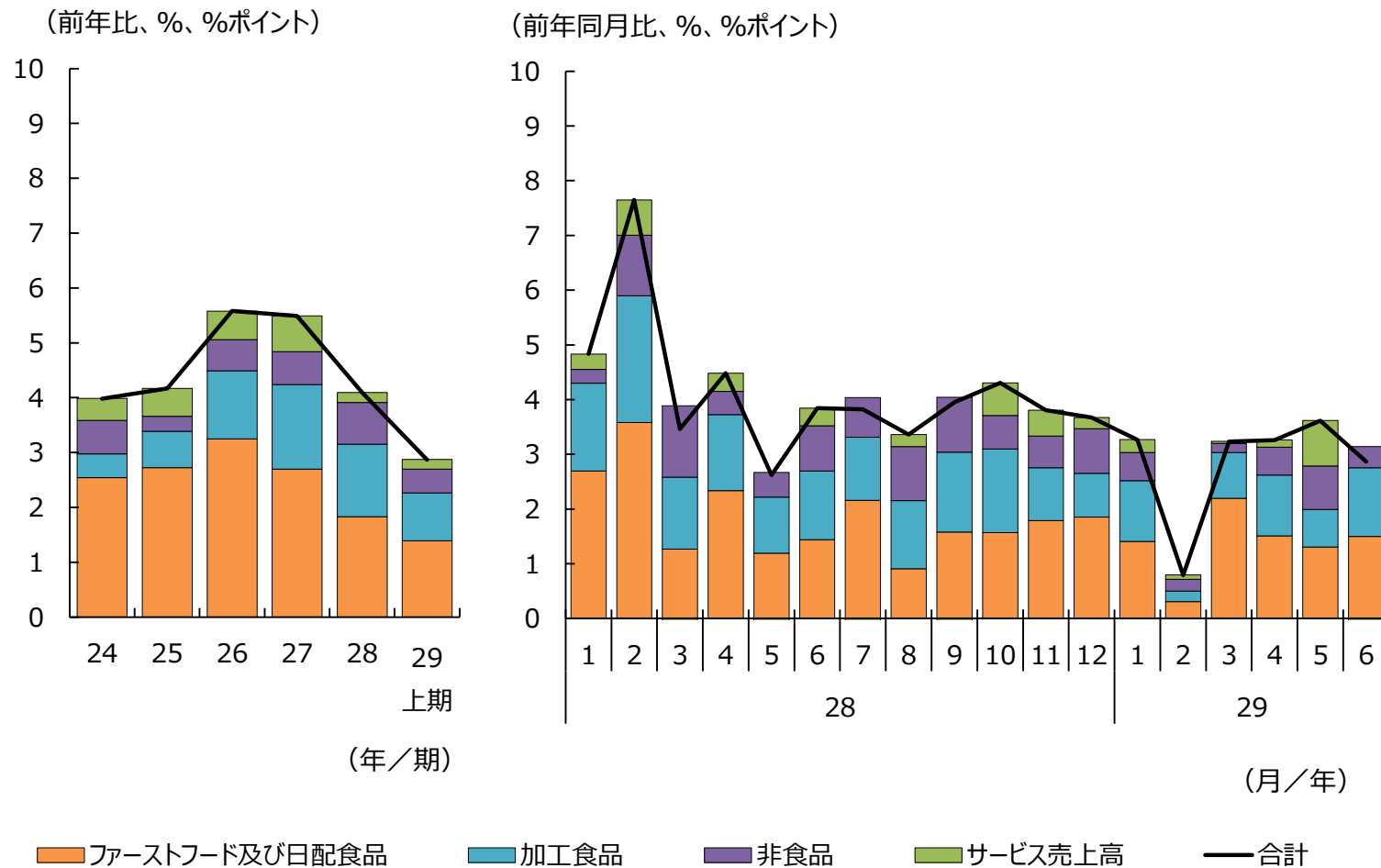
- (注) 1.コンビニエンスストア販売額は商品販売額とサービス売上高の合計。
 2.平成27年以降の既存店ベースの前年比は参考値（日本フランチャイズチェーン協会の公表値）。
 3.平成20年に1事業所当たりの販売額が大きく伸びた背景には、たばこ自動販売機用成人識別ICカード「taspo(タスポ)」の影響により、たばこの販売が好調であったこと等がある。平成23年の伸びの背景には、たばこの値上げ（22年10月～）によって販売額が増加したこと、震災による被災地での需要、夏場の猛暑等がある。

資料：経済産業省「商業動態統計」、日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計」から作成。

コンビニエンスストア販売額の変動要因分解（商品別）

- 平成29年上期のコンビニエンスストア販売額は、「ファーストフード及び日配食品」、「加工食品」等の増加により、前年比2.9%の増加。

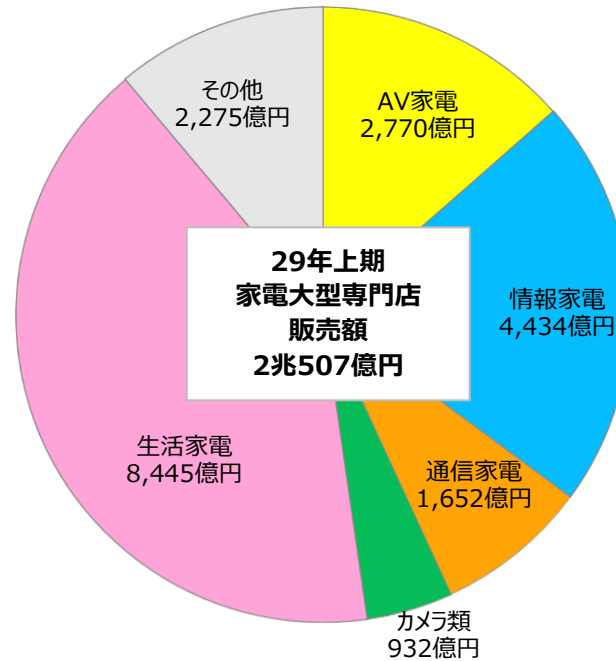
コンビニエンスストア販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



（注）コンビニエンスストア販売額は商品販売額とサービス売上高の合計。

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年上期 家電大型専門店販売額の商品別内訳



商品名	内容例示
A V 家電	テレビ・プロジェクタ（CRT、液晶、PDP）、ビデオディスク、BD・DVD（再生専用、録画再生機）、BS・CS機器、ステレオ、スピーカ、AV編集機器、ラジオ・ポータブルオーディオ、GPSナビゲーション、ヘッドホン、マイクロホン、AV接続機器、電子楽器、VTR、携帯オーディオ機器、ホームオーディオ機器、メディアクリーナなど
情報家電	パソコン・パソコン周辺機器（デスクトップ型・ノート型パソコン、タブレット端末、モニタ、プリンタ等）、ゲーム関連機器、電子手帳・辞書、コピー・シュレッダーなど
通信家電	移動体通信機器（携帯電話機、パーソナル無線、データ通信カード・端末）、電話機・FAXなど
カメラ類	ビデオカメラ・デッキ、デジタルスチルカメラ（コンパクト型、一眼レフ）、カメラアクセサリ、交換レンズなど
生活家電	家事・調理家電（洗濯機・衣類乾燥機、ふとん乾燥機、冷蔵庫・冷凍庫、炊飯器、電子レンジ、オーブンレンジ、食器洗い機・乾燥機、電磁調理器、クッキングヒーター、ホームベーカリー、トースター、電子炊飯ジャー、ジャーボット、電気ケトル、コンロ・ガステーブル、電気プレート・鍋、ジュース・ミキサー類、コーヒーメーカー、もちつき機、精米機、家庭用ゴミ処理機、浄水器・カートリッジ、アイロン・ズボンプレス、クリーナ、スチーム・高圧洗浄クリーナ、掃除機等） 理美容・健康関連（シェーバー、ドライヤー・ヘアサロン、フェイスクア器具、ボディケア器具、散髪器具、電動歯ブラシ、電気測定器具（電子血圧計、電子体温計、電子歩数計等）、フィットネス機器、電気マッサージ器具・治療器、吸入器等） 空調・季節家電（エアコン、冷風機・冷風扇、扇風機、換気扇、空気清浄機・除湿機・加湿器、石油暖房器具、温水ルームヒータ、電気温風機・電気ストーブ、家具類こたつ、電気カーペット、電気掛・敷毛布等）
その他	温水洗浄便座、24時間風呂、モニタ付ドアホン、火災警報器、照明器具、電池、管球、配線器具、自然冷媒ヒートポンプ給湯器など

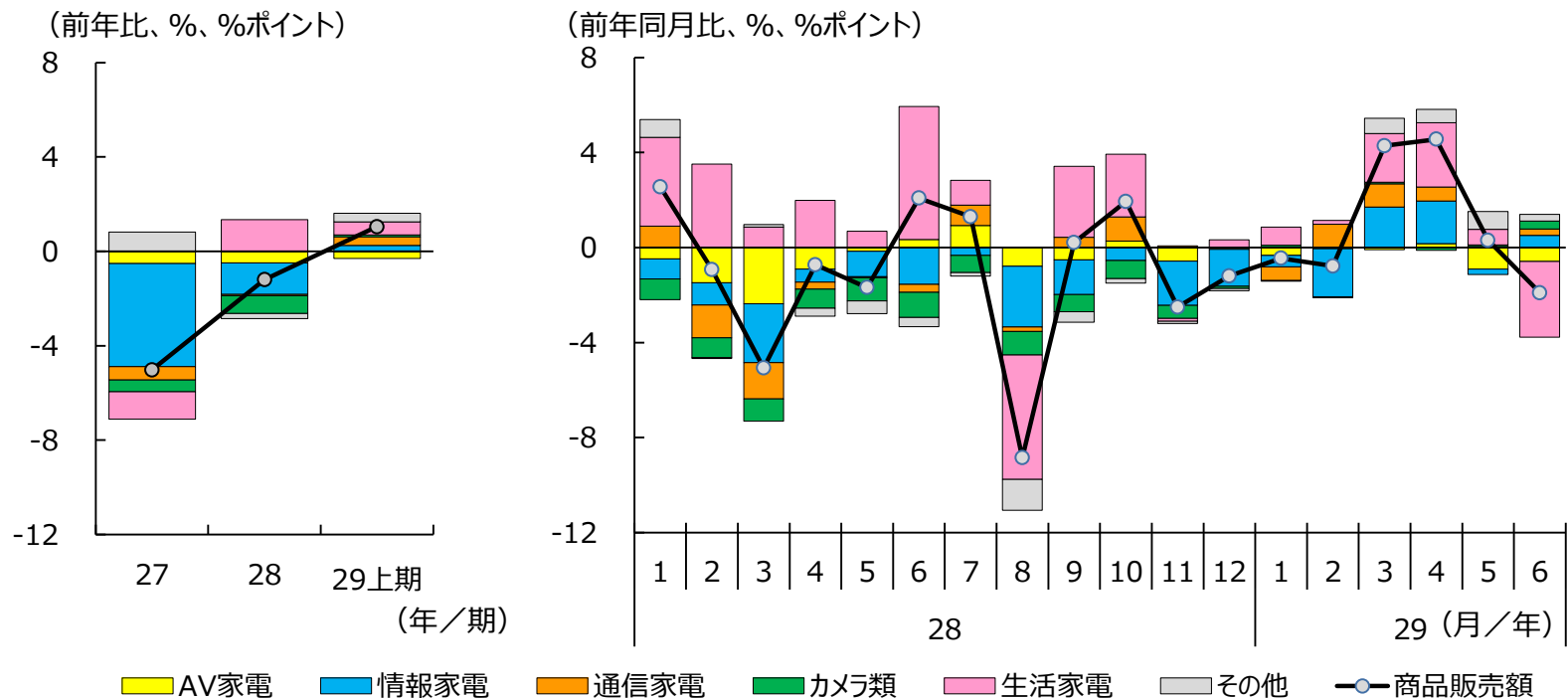
家電大型専門店販売額の商品別寄与度

- 平成29年上期（1－6月期）の家電大型専門店販売額は、「A V家電」が減少したものの、「生活家電」等が増加したため、前年比1.3%の増加。

（単位：億円、店）

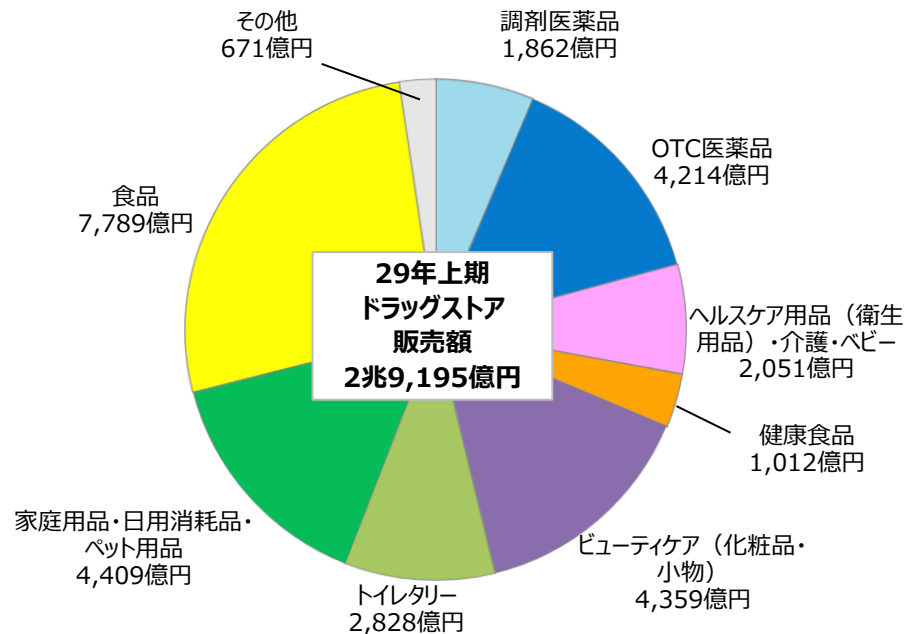
	合計	A V家電	情報家電	通信家電	カメラ類	生活家電	その他	店舗数
商品販売額	20,507	2,770	4,434	1,652	932	8,445	2,275	2,503
前年比（%）	1.3	-2.2	1.2	4.7	1.7	1.3	3.3	2.5

家電大型専門店販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年上期 ドラッグストア販売額の商品別内訳



商品名	内容例示
調剤医薬品	医師の処方箋に基づき調剤する医療用医薬品・漢方薬・生薬
OTC医薬品	医薬品（医師の処方箋によるものを除く）、漢方薬（医師の処方箋によるものを除く）、生薬（医師の処方箋によるものを除く）など 風邪薬、胃腸薬、目薬、皮膚治療薬、湿布薬、滋養強壮剤（医薬品）など
ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビー	ヘルスケア（脱脂綿、ほう帯、ガーゼ類、サポータ、マスク、体温計、紙おむつ、殺虫剤（農業用、産業用は除く）、コンタクトレンズ洗浄剤・保存液、衛生用品等）、介護（大人用紙オムツ、尿取りパット、介護用品、ステッキ、介護食等）、ベビー（育児用ミルク、ベビーフード、ベビー飲料、紙オムツ、授乳用品等）
健康食品	健康食品、サプリメント、ダイエット食品等
ビューティケア（化粧品・小物）	化粧品（口紅、ファンデーション、化粧水、フレグランス、男性化粧品、浴用化粧品等）、ビューティケア小物（化粧品雑貨、化粧用ブラシ、コットン・スポンジ、つけまつげ、つけ爪、あぶらとり、ヘアブラシ等）
トイレタリー	歯みがき、歯ブラシ、シャンプー、リンス、ボディシャンプー、ヘアカラー、入浴剤、ハンドソープ、石けん（化粧、洗顔、浴用、薬用のもの）など
家庭用品・日用消耗品・ペット用品	家庭用品（バス・トイレ・キッチン用品、ファブリック、なべ、かま、キッチン用刃物、食器、卓上用品、清掃用品、包装用品、保安防災、避難用具等）、日用消耗品（住まいの洗剤、防虫剤、トイレトーパー、芳香剤、食器洗剤、ティッシュペーパー等）、ペット・ペット用品（愛玩用・鑑賞用（動物、魚類、鳥類、爬虫類等）、愛玩用・鑑賞用飼料（ペットフード）、鑑賞魚用水槽、鳥かご、ペット用小屋（犬小屋、巣箱等）、ペット用装飾品（首輪、衣服等）、ペット用医薬品、ペット用シャンプー、ペット用リード、ペット用シーツ、ペット用キャリーケース等）
食品	菓子類、米、飲料、日配品、加工品、酒類、冷凍食品など
その他	温水洗浄便座、24時間風呂、モニタ付ドアホン、火災警報器、照明器具、電池、管球、配線器具、自然冷媒ヒートポンプ給湯器など

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

ドラッグストア販売額の商品別寄与度

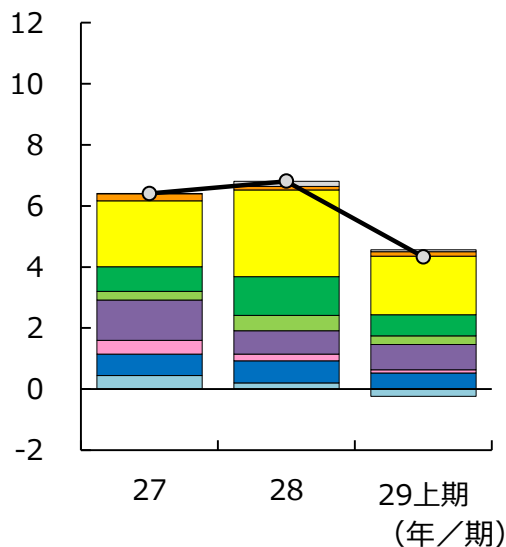
- 平成29年上期（1－6月期）のドラッグストア販売額は、店舗数が前年比5.2%増加し、「食品」等の販売額が増えたため、前年比4.3%の増加。

（単位：億円、店）

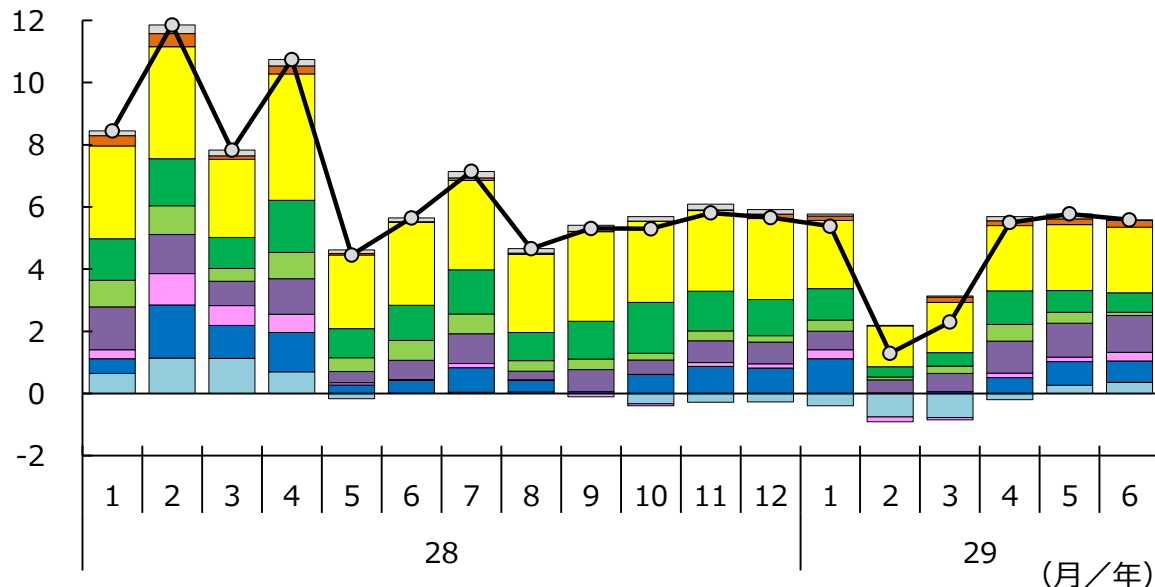
	合計	調剤医薬品	OTC医薬品	ヘルスケア用品 （衛生用品）・ 介護・ベビー	健康食品	ビューティケア （化粧品・小 物）	トイレタリー	家庭用品・日 用消耗品・ペッ ト用品	食品	その他	店舗数
商品販売額	29,195	1,862	4,214	2,051	1,012	4,359	2,828	4,409	7,789	671	14,526
前年比（%）	4.3	-3.4	3.6	1.5	4.2	5.6	2.8	4.6	7.4	3.0	5.2

ドラッグストア販売額の伸び率、商品別寄与度の推移

（前年比、%、%ポイント）



（前年同月比、%、%ポイント）

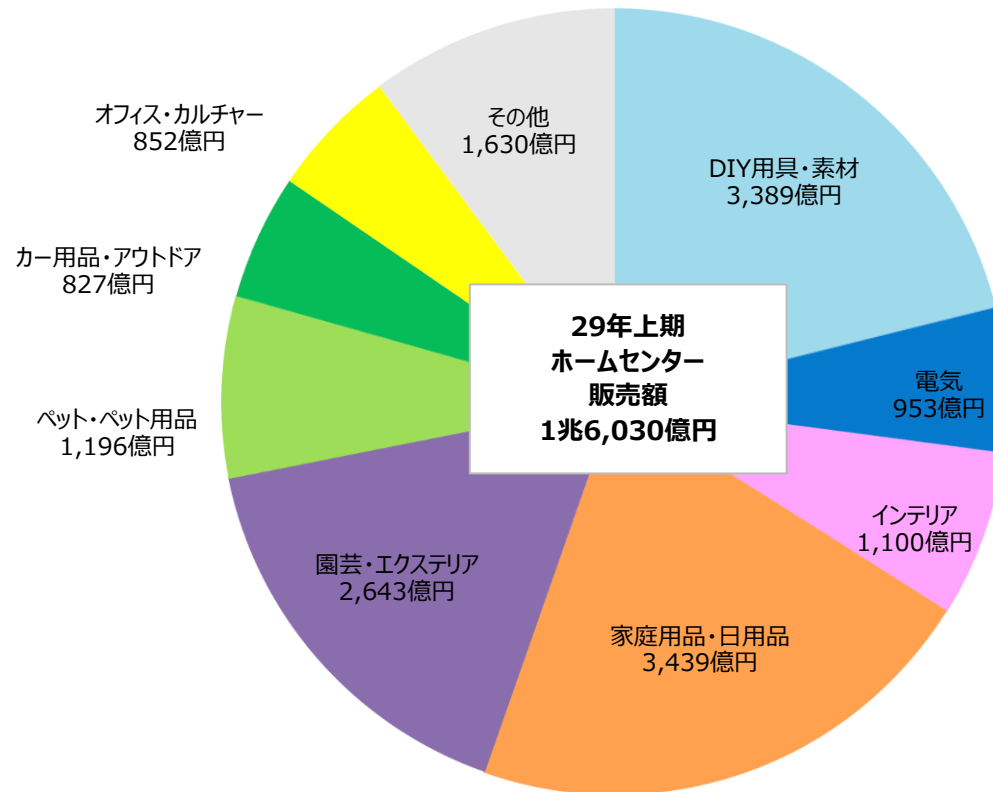


調剤医薬品
ビューティケア（化粧品・小物）
食品
商品販売額

OTC医薬品
トイレタリー
健康食品

ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビー
家庭用品・日用消耗品・ペット用品
その他

平成29年上期 ホームセンター販売額の商品別内訳①



平成29年上期 ホームセンター販売額の商品別内訳②

商品名	内容例示
D I Y用具・素材	道具・工具（大工道具、作業工具、板金工具、測定工具、左官道具、配管工具、整備工具、工具箱、工具収納用品等） 電動工具（電動工具(先端部品含む)、エアー工具、エンジン工具・建設荷役機械、電工用具(コード・投光器等)、切削消耗品等） 作業用品（作業着、作業靴、靴下、軍手、安全靴、エプロン等） 建築金物（接合金物、家具建具用金物(装飾金物)、安全防犯金具、金網、針金、戸車、キャスター、消耗金具、補修部品、チェーン等） 塗料・塗装具（ペイント、ニス、ラッカー、塗装用品、塗装機、防腐剤、防虫・防腐塗料等） 接着剤・梱包資材（接着剤、充填材、テープ類、梱包資材、補修剤(家庭用セメント類、タイル)、ロープ類等） 木材・建材（木材、合板、各種新建材、防音断熱材、ドア部の部材、納戸、雨樋・建具等の建材、網戸、アクリル建材、プラスチック建材、各種鋼材、スノコ、神棚、工作品、工作部材、棚受材、脚材、床材、天井材、壁装材等） 水道・ガス・配管（水回り金具、給配水管、ガス用品、水回り補修部品等） 住設機器・器具（浴槽、便器、便座、脱臭換気装置、システムキッチン、給湯、ガス器具、床下収納、洗面機器等）
電気	電気・照明（電線器具、道具および資材、アンテナ、照明器具、テープ、電池、管球、インターホン、換気扇、組立音響機材、防犯機材等） 家電製品（テレビ、ラジオ、洗濯機、冷蔵庫、クーラー、ジャー、ポット、調理家電、電話、ファクシミリ、ワープロ、理美容用品、時計、電卓、CDプレーヤー・カメラ・ビデオデッキ等）
インテリア	インテリア（各種内装仕上材(天井、壁面、床面)、壁紙、カーテン、ブラインド、カーペット、人工芝、各種間仕切、障子、ふすま、ルームアクセサリ、テーブルクロス、座椅子、イ草、籐、竹製品等）、 家具・収納用品（組立て家具、椅子、机、ラック、押入・キッチン収納などの収納用品等）
家庭用品・日用品	家庭用品（バス・トイレ・キッチン用品、ファブリック、なべ、かま、キッチン用刃物、食器、卓上用品、清掃用品、包装用品、保安防災、避難用具等） 日用消耗品（住まいの洗剤、防虫剤、トイレトーパー、芳香剤、食器洗剤、洗たく洗剤、シャンプー、衛生用品、小間物、化粧品、ティッシュペーパー等）
園芸・エクステリア	エクステリア（門扉、フェンス、カーポート、バルコニー、脚立兼用梯子、二連梯子、脚立、雨水・給排水用品、台車、外構資材、テラス、ガーデン用品(焼却炉、竹ホーキ等)、ガーデンファニチャー、物干し竿、物置、ハウス、コンクリート製品、天然石、砂利等）、 園芸生物（生もの、種苗、球根、観葉植物、草花、草花苗、野菜苗、苗木、庭木、植木等）、 園芸用品（肥料、用土、農薬、土農工具、園芸資材、散水用品、ガーデン機器、鉢容器、温室、園芸工具等）
ペット・ペット用品	ペット用品およびペットフード、生体(犬、猫、鳥、観賞魚、昆虫等)など
カー用品・アウトドア	カー用品（車のメンテナンス用品用材、オイル、タイヤ、ホイール、カーAV、ナビゲーター、カーアクセサリ、電装機器、カーエアコン、バイク用品、各種部品および用品等） 自転車、関連パーツ・用品、子供乗物、ベビーカー等、 レジャー・スポーツ（運動用具用品、健康維持増進器具、介護用品、アウトドア用品、キャンプ用品、レジャー用品、ビーチ用品等）
オフィス・カルチャー	教養・娯楽（ホビー・クラフト用品、玩具、各種文具、書籍、CD・テープ・ビデオの各ソフト等）、事務用品
その他	衣料品、食品、飲料、酒類、薬品、灯油、タバコなどの売上 ※ただし、増改築・リフォーム等（増改築・設計、施工、各種取次ぎ業務）、その他のサービス業務（配送、レンタル、スベアキー等）、遊戯施設などのサービス部門での売上げを除く

ホームセンター販売額の商品別寄与度

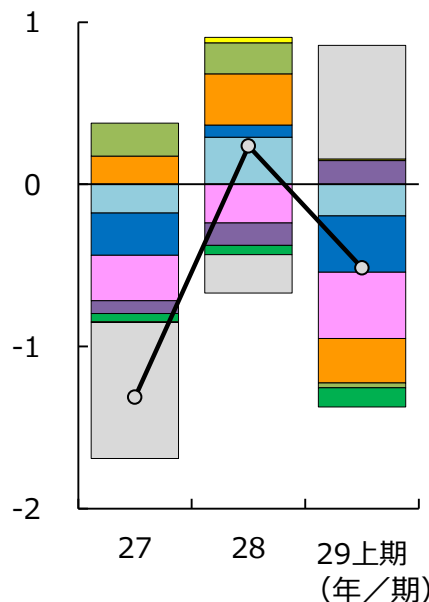
- 平成29年上期（4－6月期）のホームセンター販売額は、「園芸・エクステリア」等が増加したものの、「インテリア」等が減少したため、前年比－0.5%の減少。

(単位：億円、店)

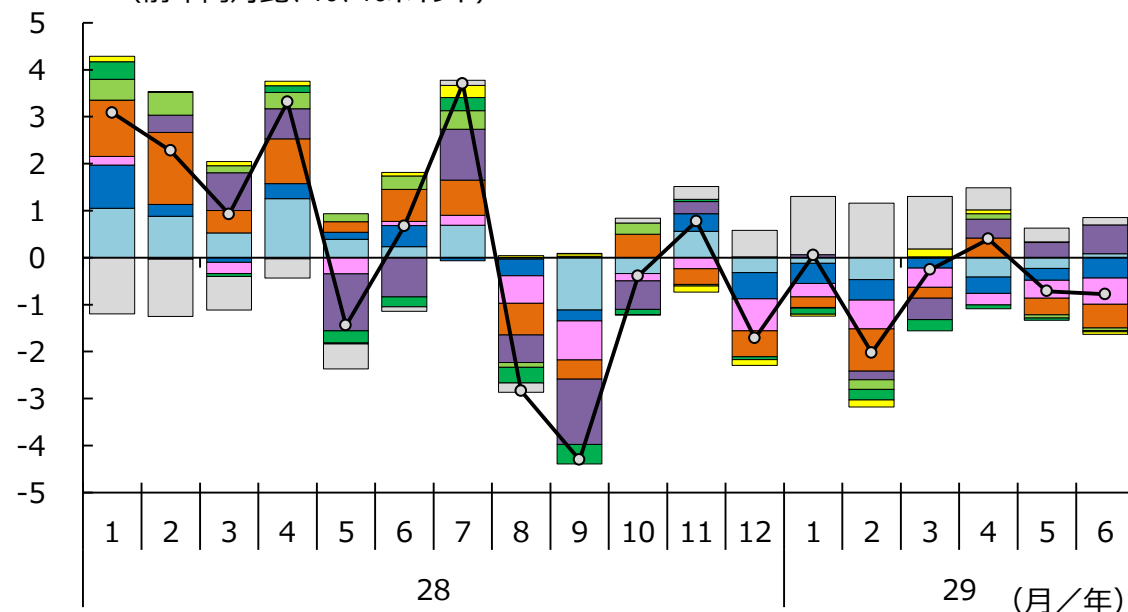
	合計	D I Y用具・素材	電気	インテリア	家庭用品・日用品	園芸・エクステリア	ペット・ペット用品	カー用品・アウトドア	オフィス・カルチャー	その他	店舗数
商品販売額	16,030	3,389	953	1,100	3,439	2,643	1,196	827	852	1,630	4,279
前年比 (%)	-0.5	-0.9	-5.6	-5.6	-1.3	0.9	-0.4	-2.3	0.2	7.4	1.0

ホームセンター販売額の伸び率、商品別寄与度の推移

(前年比、%、%ポイント)



(前年同月比、%、%ポイント)



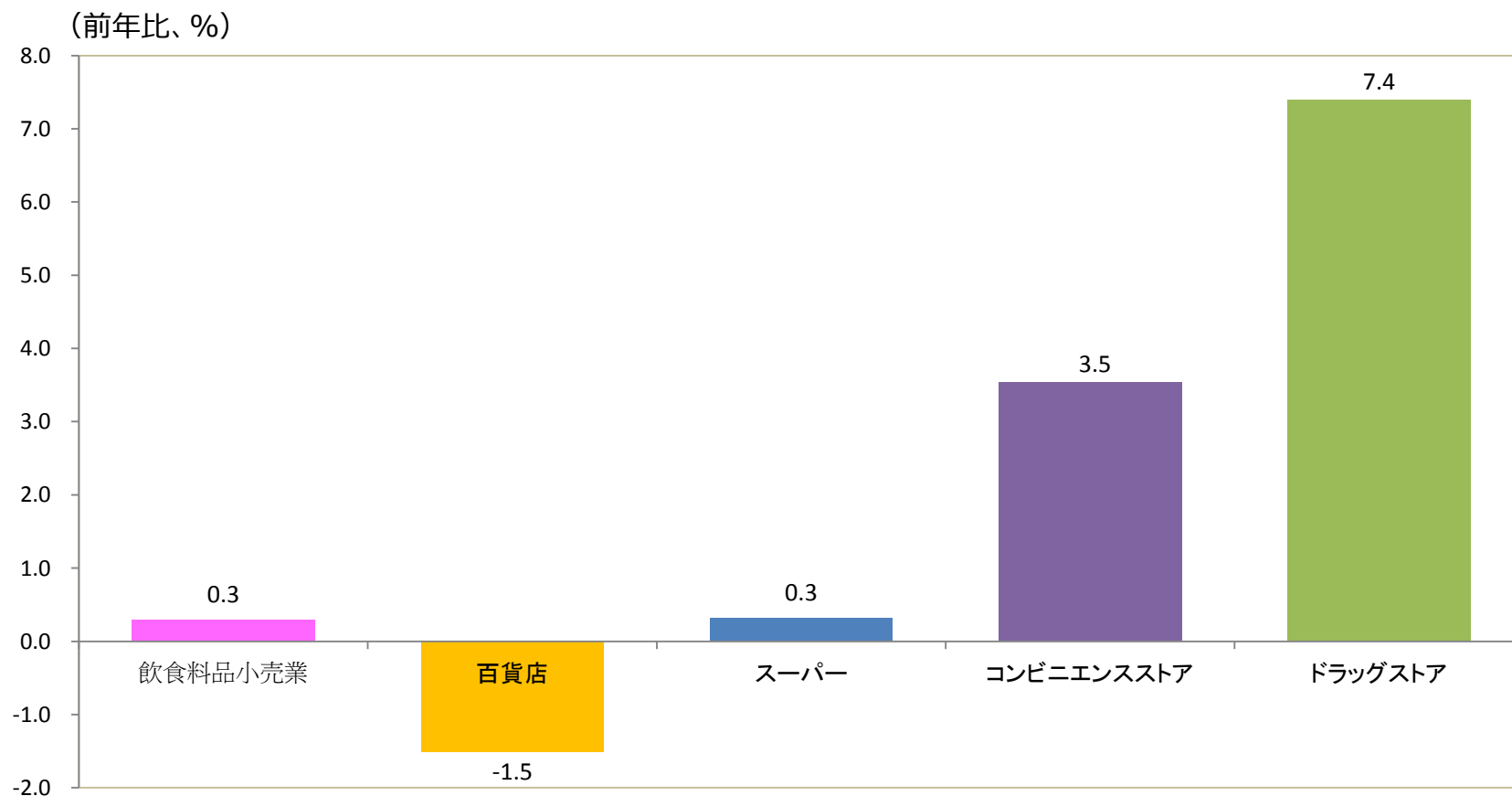
■ D I Y用具・素材 ■ 電気 ■ インテリア ■ 家庭用品・日用品 ■ 園芸・エクステリア
■ ペット・ペット用品 ■ カー用品・アウトドア ■ オフィス・カルチャー ■ その他 —○— 商品販売額

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

業態別の飲食料品販売額増加率（トピック）

- ・29年上期の業態別の飲食料品販売額増加率をみると、「ドラッグストア」が前年比7.4%の増加、「コンビニエンスストア」が前年比3.5%の増加。
- ・「スーパー」及び「飲食料品小売業」は、ほぼ横ばい。「百貨店」のみ前年比－1.5%減少。

飲食料品販売額の業態別増加率（29年上期）



こちらも是非御覧下さい！

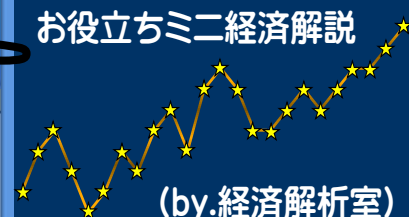
◎ ミニ経済分析：色々なテーマあります



ぜひお手持ちの電話で
QRコードを読み取って
下さい！！

◎ お役立ちミニ経済解説：
総合ポータルサイトです

お役立ちミニ経済解説



お役立ちミニ経済解説、
ミニ経済分析、動きを見る経済指標、
ミニ経済解説など