

1. 主要業種における年間販売額の動向

- ① 各種商品卸売業（総合商社など）は、原油の価格下落による輸入減、自動車向け鉄鋼の国内外向け需要減などにより、前年比▲19.2%と2年連続の減少となった。
- ② 農畜産物・水産物卸売業は、魚介類、肉類の輸入減などにより前年比▲3.6%と4年ぶりの減少となった。
- ③ 食料・飲料卸売業は、食料品の輸入減や国内外食産業向け減などにより、前年比▲4.0%と、2年連続の減少となった。
- ④ 鉱物・金属材料卸売業は、原油、液化天然ガス、石炭の価格低下による輸入減ならびに、鋼鉄製品の輸出入減などにより、前年比▲21.8%と2年連続の減少となった。
- ⑤ 機械器具卸売業は、産業機械器具が原動機の輸出入ならびに工作機械の国内外向け減などにより減少、自動車が自動車部品及び自動車の輸出入減などにより減少、電気機械器具が電気計測機器、音響映像機器の輸出入減などにより減少したことなどにより、前年比▲16.4%と4年ぶりの減少となった。
- ⑥ 医薬品・化粧品卸売業は、化粧品の国内向け需要減などにより、前年比▲6.0%と2年ぶりの減少となった。

2. 大規模卸売店における年間販売額の動向

大規模卸売店は、前年比▲9.7%と2年連続の減少となった。

これは、原油価格の下落、ガソリン需要の減少、石油製品の輸出及び国内向けの減少、原油、ナフサ、液化天然ガス、一般炭の輸入減少、自動車分野向け鉄鋼需要が減少したことなどによる。

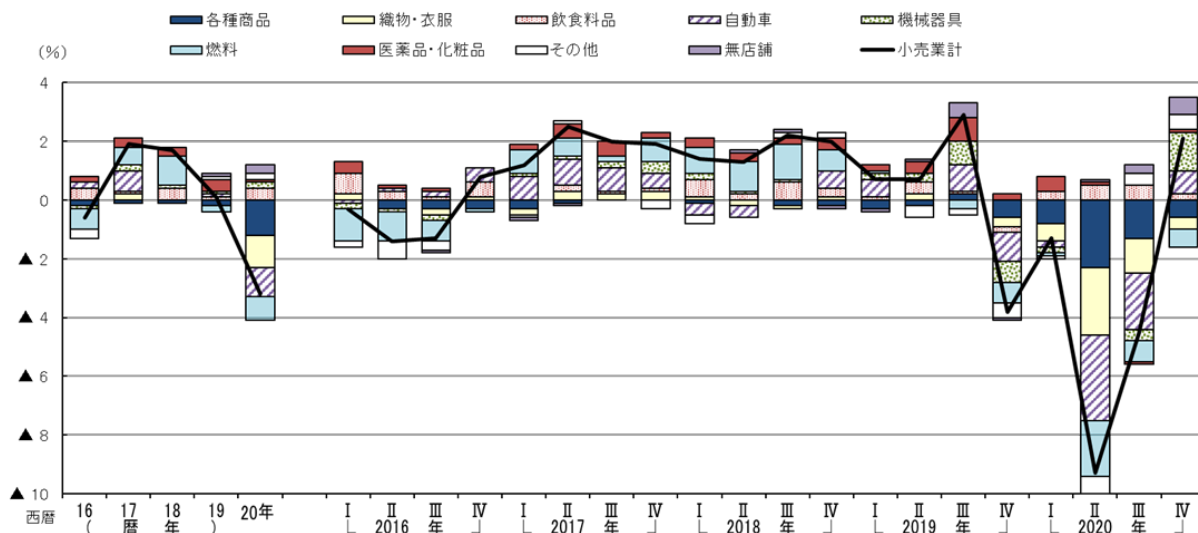
商品別にみると、非鉄金属のみ増加となったものの、石油・石炭をはじめ、鉄鋼、化学製品、自動車、一般機械器具などが減少となった。

Ⅲ. 小売業販売額の動向

2020年の小売業販売額は、前年比▲3.2%と4年ぶりの減少となった（第3図）。

これは、各種商品小売業が、新型コロナウイルス感染症の影響から衣料品が不振だったことなどにより減少、織物・衣服・身の回り品小売業が、新型コロナウイルス感染症の影響による外出機会の減などにより減少、自動車小売業が、普通車や軽乗用車が不調だったことなどにより減少、燃料小売業が、ガソリンなどの石油製品価格の低下により減少したことなどによる。

第3図 小売業業種別寄与度の推移（前年比・前年同期比）



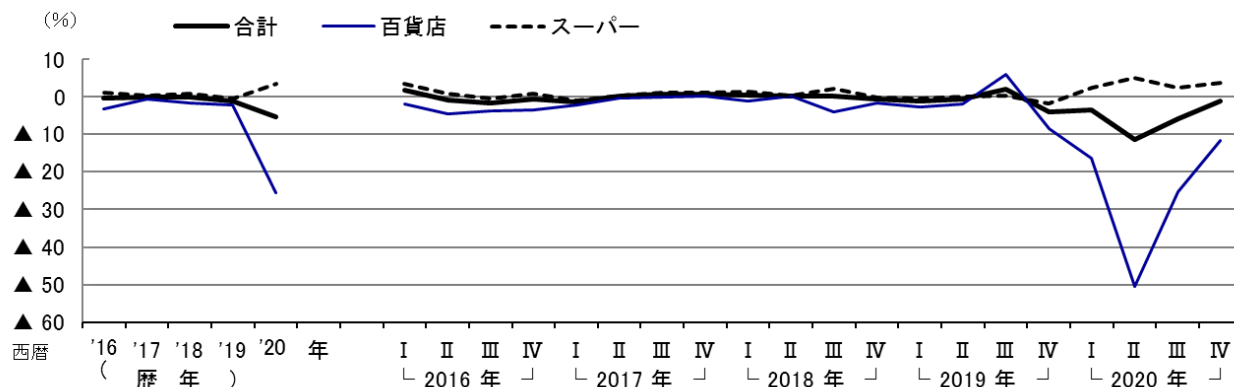
1. 業種別年間販売額の動向

- ① 各種商品小売業（百貨店など）は、新型コロナウイルス感染症の影響から衣料品が不振だったことなどにより、前年比▲15.5%と6年連続の減少となった。
- ② 織物・衣服・身の回り品小売業は、新型コロナウイルス感染症の影響による外出機会の減などにより、前年比▲16.8%と3年連続の減少となった。
- ③ 飲食料品小売業は、内食需要の高まりや継続が見られたことなどにより、前年比1.3%と14年連続の増加となった。
- ④ 自動車小売業は、普通車や軽乗用車、小型車が不調だったことなどにより、前年比▲8.8%と2年ぶりの減少となった。
- ⑤ 機械器具小売業は、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、空気清浄機などの生活家電が堅調だったことなどにより、前年比2.6%と4年連続の増加となった。
- ⑥ 燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品価格の低下などにより、前年比▲9.5%と2年連続の減少となった。
- ⑦ 医薬品・化粧品小売業は、ドラッグストアが堅調だったことなどにより、前年比1.3%と9年連続の増加となった。
- ⑧ その他小売業は、DIY用具や家庭用品・日用品が堅調だったことなどにより、前年比0.5%と2年ぶりの増加となった。
- ⑨ 無店舗小売業は、食料品や家庭用品が堅調だったことなどにより、前年比3.5%と3年連続の増加となった。

2. 百貨店・スーパーにおける年間販売額の動向

百貨店・スーパーは、前年比▲5.4%と2年連続の減少となった(第4図)。なお、既存店ベースでみると、同▲6.6%と3年連続の減少となった。

第4図 百貨店・スーパー販売額の推移(前年比・前年同期比)



① 百貨店

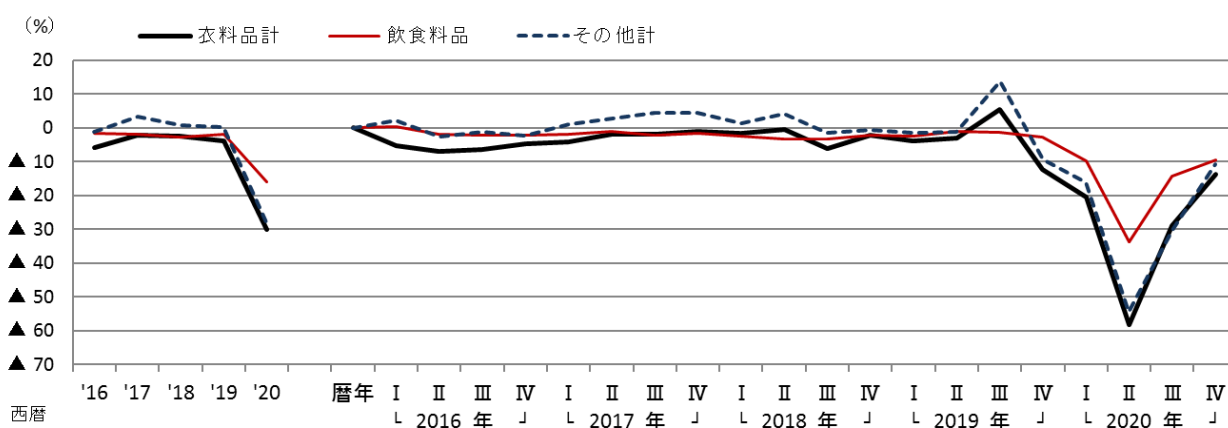
百貨店は、前年比▲25.5%と5年連続の減少となった(第5図)。

これは、新型コロナウイルス感染症の影響や、インバウンド需要減少などにより主力の衣料品を中心に不振だったことなどによる。

商品別にみると、衣料品は、新型コロナウイルス感染症の影響などにより全ての商品で減少となった。飲食料品は、催事の中止や縮小、閉店の影響などにより減少となった。その他は、インバウンド需要減少の影響などにより減少となった。

なお、既存店ベースでみると、同▲24.3%と3年連続の減少となった。

第5図 百貨店商品別販売額の推移(前年比・前年同期比)



② スーパー

スーパーは、前年比3.4%と2年ぶりの増加となった(第6図)。

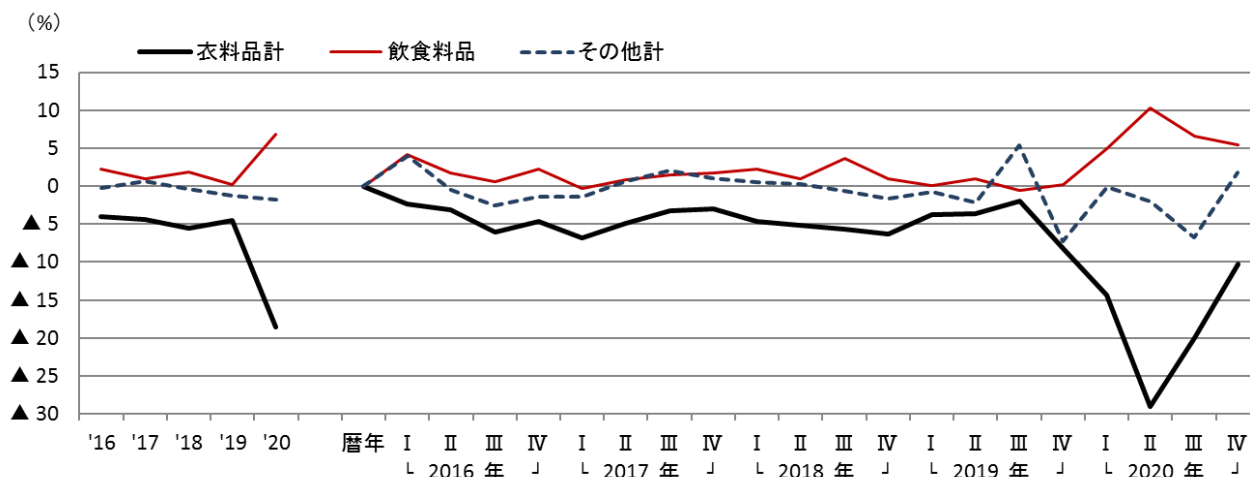
これは、新型コロナウイルス感染症の影響などから衣料品の動きが鈍かったものの、主力の飲食料品は好調だったことなどによる。

商品別にみると、衣料品は、外出機会減少の影響や専門店、通販との競合による減少などから、婦人服など全ての商品で減少となった。飲食料品は、内食需要の高まりや継続がみられたことなどにより増加となった。その他は、家庭用品に動きがみられたものの、専門店、

通販との競合による減少などから減少となった。

なお、既存店ベースでみると、同1.9%と4年ぶりの増加となった。

第6図 スーパー商品別販売額の推移（前年比・前年同期比）



3. コンビニエンスストアにおける年間販売額の動向

コンビニエンスストアの商品販売額及びサービス売上高の合計は、前年比▲4.4%と22年ぶりの減少となった(第7図)。

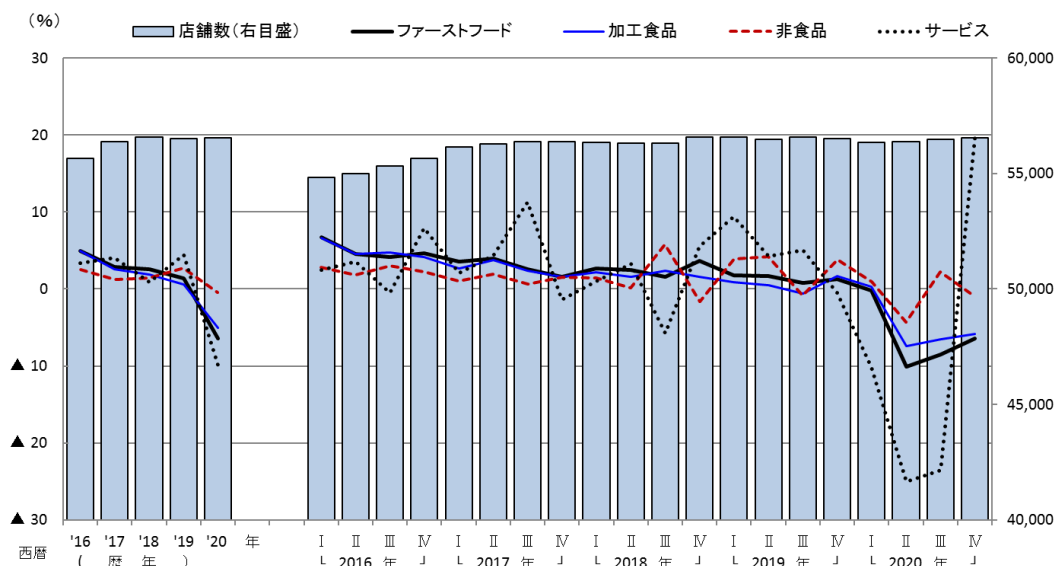
これは、ファーストフード及び日配食品などが不調だったことなどによる。

商品販売額は、同▲4.1%と22年ぶりの減少となった。

商品別にみると、ファーストフード及び日配食品は、おにぎり、調理パン、弁当などが不調だったことにより、同▲6.4%と11年ぶりの減少となった。加工食品は、ソフトドリンク、アイスクリームなどが不調だったことにより、同▲5.0%と11年ぶりの減少となった。非食品は、たばこなどが低調だったことにより、同▲0.5%と22年ぶりの減少となった。

サービス売上高は、新型コロナウイルス感染症によるイベント自粛の影響を受けた各種チケットの取り扱い減少により、同▲9.9%と14年ぶりの減少となった。

第7図 コンビニエンスストアの商品販売額及びサービス売上高と店舗数の推移（前年比・前年同期比）



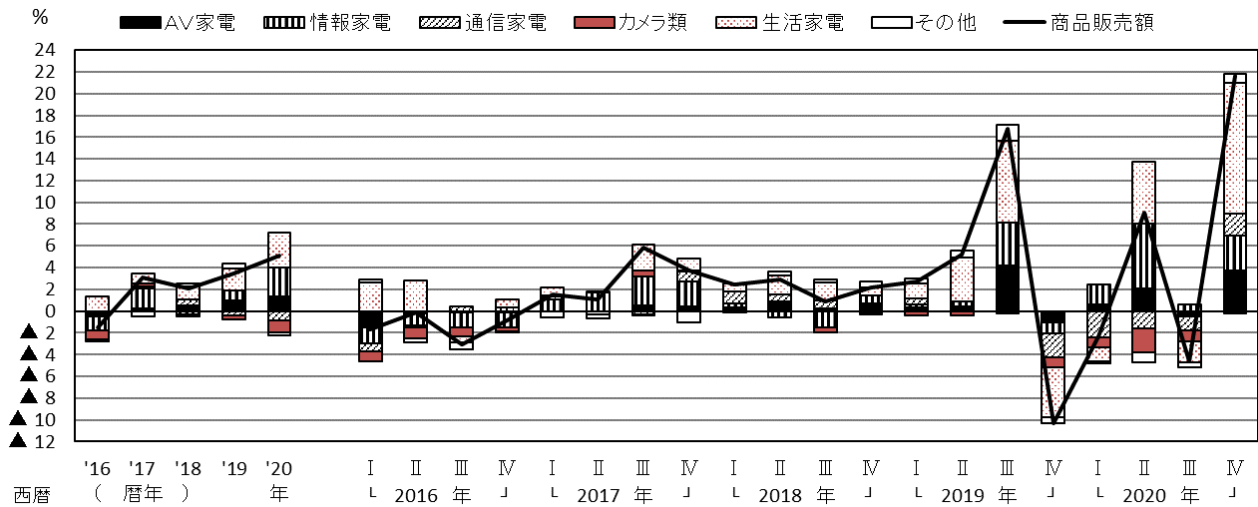
4. 家電大型専門店における年間販売額の動向

家電大型専門店は、前年比 5.1%と 4年連続の増加となった（第8図）。

商品別にみると、生活家電は、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、空気清浄機などが好調だったことから同 7.5%と 5年連続の増加となった。また、情報家電は、新型コロナウイルス感染症の影響によるテレワークの増加などに伴い、パソコン、パソコン周辺機器や、ゲーム機が好調だったことから同 12.6%と 2年連続の増加となった。さらに、AV家電は、テレビ、BDレコーダーが好調だったことから同 9.3%と 4年連続の増加となった。

一方、カメラ類は、デジタルカメラの不振により同▲29.3%と 3年連続の減少、通信家電は、スマートフォンの不振により同▲11.8%と 2年連続の減少となった。

第8図 家電大型専門店商品別販売額寄与度の推移（前年比・前年同期比）

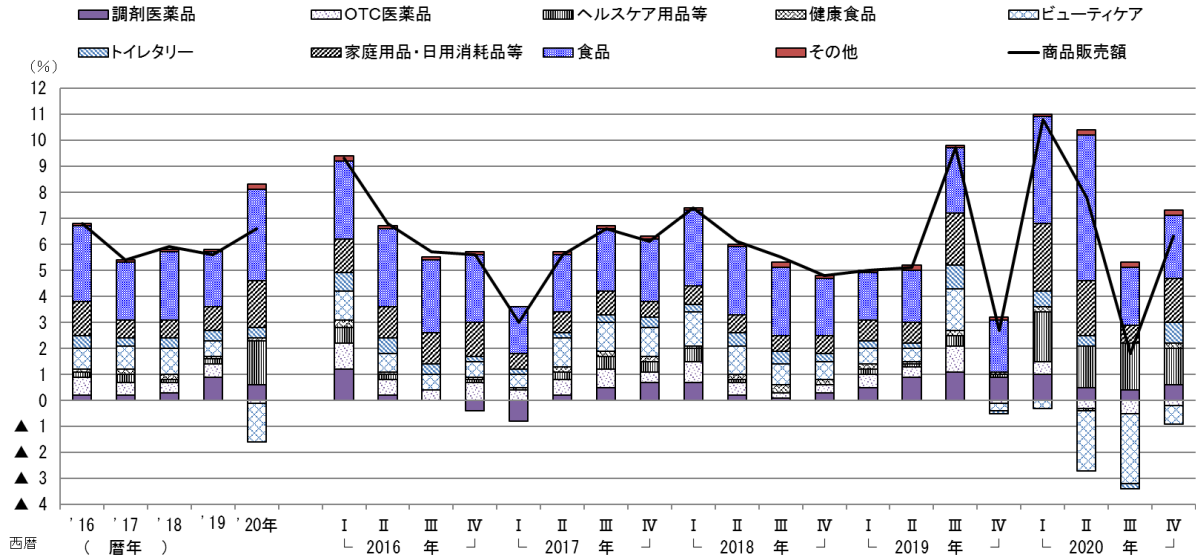


5. ドラッグストアにおける年間販売額の動向

ドラッグストアは、前年比 6.6%と 6年連続の増加となった（第9図）。

これは、前年から店舗数が 578 店舗（前年末比 3.5%増）増加していることも寄与している。商品別にみると、食品は、取扱いの増加などから前年比 12.4%の増加、家庭用品・日用消耗品・ペット用品は、紙製品や洗剤などの日用消耗品が好調だったことなどにより同 11.6%の増加、ヘルスケア用品・介護・ベビーは、新型コロナウイルス感染症の影響により、マスクや衛生用品などのヘルスケア用品が好調だったことから同 26.7%の増加となった。一方、ビューティケアは、新型コロナウイルス感染症の影響に伴うインバウンド需要の減少により、化粧品が不振だったことなどから同▲10.4%と 2014年の調査開始以来初の減少となった。

第9図 ドラッグストア商品別販売額寄与度の推移（前年比・前年同期比）



6. ホームセンターにおける年間販売額の動向

ホームセンターは、前年比6.8%と4年ぶりの増加となった（第10図）。

商品別にみると、DIY用具・素材は、工具、建材、プラスチック素材、塗料が好調だったことなどにより同9.4%の増加、家庭用品・日用品は、新型コロナウイルス感染症の影響により、紙製品・衛生用品が好調だったことなどから同7.7%の増加、園芸・エクステリアは、花苗、園芸資材が好調だったことなどから同10.5%と2014年の調査開始以来初の増加となった。一方、オフィス・カルチャーは、文具、事務用品の動きが鈍かったことから同▲8.8%と4年連続の減少となった。

第10図 ホームセンター商品別販売額寄与度の推移（前年比・前年同期比）

