

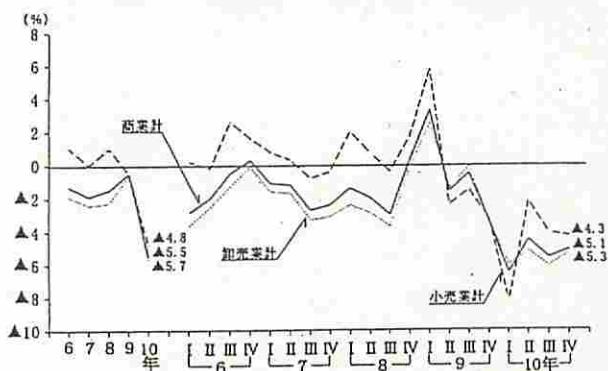
概況

1. 商業販売額の動向

— 7年連続の減少となった商業販売額 —

平成10年の商業販売額は、587兆5290億円、前年比▲5.5%と7年連続の減少であった(第1図、第1表)。

第1図 商業販売額の推移(前年・前年同月比)



2. 卸売業販売額の動向

— 7年連続の減少 —

卸売業販売額は、448兆8230億円、前年比▲5.7%と7年連続の減少であった(第1図、第1表、第2表)。これは、食料・飲料卸売業(7年ぶりの増加)、農畜産物・水産物卸売業(8年ぶりの増加)の増加を除き、各種商品卸売業、機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業、建築材料卸売業、その他卸売業などすべての業種が減少となったことによる。

平成10年の卸売業販売額の年間の推移をみると、

1~3月期は、前年同期比▲6.0%と4期連続の減少、建築材料卸売業、各種商品卸売業、鉱物・金属材料卸売業、機械器具卸売業などすべての業種が減少となった。

第1表 商業販売額の推移

業種 年	商業計		卸売業計		小売業計	
	販売額 (10億円)	前年比 (%)	販売額 (10億円)	前年比 (%)	販売額 (10億円)	前年比 (%)
平成6年	646,695	▲1.3	501,854	▲1.9	144,842	1.1
	634,623	▲1.9	489,813	▲2.4	144,810	0.0
	624,855	▲1.5	478,550	▲2.3	146,305	1.0
	621,490	▲0.5	475,846	▲0.6	145,644	▲0.5
	587,529	▲5.5	448,823	▲5.7	138,706	▲4.8
平成6年 1~3月期	163,426	▲2.9	128,983	▲3.6	34,443	0.2
	152,998	▲2.0	117,556	▲2.5	35,442	▲0.2
	166,374	▲0.5	130,193	▲1.3	36,182	2.6
	163,897	0.3	125,122	▲0.1	38,775	1.6
7年	161,691	▲1.1	126,970	▲1.6	34,721	0.8
	151,173	▲1.2	115,609	▲1.7	35,563	0.3
	161,868	▲2.7	125,958	▲3.3	35,910	▲0.8
	159,892	▲2.4	121,277	▲3.1	38,615	▲0.4
8年	159,388	▲1.4	123,961	▲2.4	35,426	2.0
	148,128	▲2.0	112,299	▲2.9	35,829	0.7
	157,024	▲3.0	121,254	▲3.7	35,771	▲0.4
	160,315	0.3	121,036	▲0.2	39,279	1.7
9年	164,592	3.3	127,107	2.5	37,485	5.8
	145,693	▲1.6	110,728	▲1.4	34,965	▲2.4
	156,291	▲0.5	121,073	▲0.1	35,218	▲1.5
	154,915	▲3.4	116,938	▲3.4	37,976	▲3.3
10年	153,849	▲6.5	119,442	▲6.0	34,407	▲8.2
	139,134	▲4.5	104,944	▲5.2	34,190	▲2.2
	147,500	▲5.6	113,718	▲6.1	33,782	▲4.1
	147,046	▲5.1	110,719	▲5.3	36,326	▲4.3

第2表 卸売業の業種別販売額伸び率の推移

(单位: %)

4～6月期は、同▲5.2%と5期連続の減少、肥料・飲料卸売業（5期ぶりの増）、農畜産物・水産物卸売業（6期ぶりの増）が増加となったが、鉱物・金属材料卸売業、建築材料卸売業が2桁台の減少となるなど、ほとんどの業種で減少となった。

7～9月期は、同▲6.1%と6期連続の減少、食料・飲料卸売業（2期連続の増）、農畜産物・水産物卸売業（2期連続の増）が引き続き増加となつたものの、各種商品卸売業、機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業、建築材料卸売業などほとんどの業種で引き続き減少となつた。

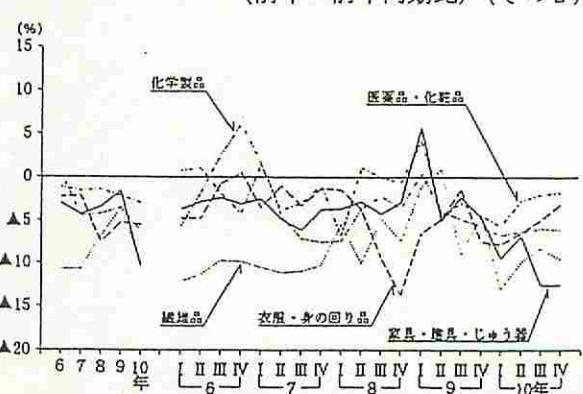
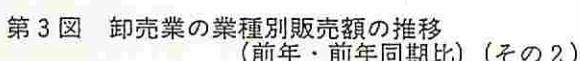
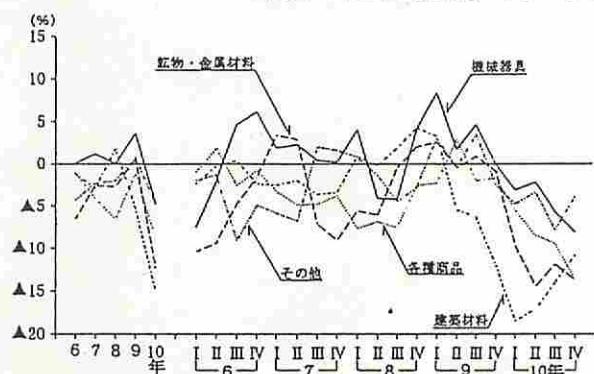
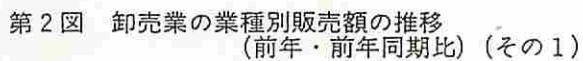
10~12月期は、同▲5.3%と7期連続の減少、食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業は引き続き増加となつたが、機械器具卸売業、各種商品卸売業、鉱物・金属材料卸売業、建築材料卸売業などほとんどの業種が引き続き減少となつた。

(1) 業種別動向

—食料・飲料、農畜産物・水産物を
除くすべての業種が減少—

業種別にみると（第2図、第3図、第2表、伸び率寄与度順）。

① 各種商品卸売業は、価格安による原油及び粗



油の輸入額の大幅減、住宅建築低迷による木材輸入減などから前年比▲8.8%と7年連続の減少となった。

② 機械器具卸売業は、乗用車の輸出向けは引き続き増加しているものの、国内販売や輸入が前年に引き続き大幅な減少となったこと、集積回路、半導体製造装置、ショベル系掘削機械を中心とする土木建設機械などが減少となったことから▲4.8%の減少となった。

③ 鉱物・金属材料卸売業は、原油及び粗油、石油製品、液化石油ガスの輸入額大幅減、鉄鋼の国内向けの減少などから、同▲12.4%の大幅な減少となった。

④ 建築材料卸売業は、4～6月期以降改善傾向はみられるものの、木造住宅用アルミサッシやビル用アルミサッシ、製材などの減少、木材の輸入減などから同▲15.1%と2年連続の減少となった。

⑤ その他の卸売業は、パルプ・紙・紙加工品などの国内需要減から同▲4.9%の減少となった。

⑥ 化学製品卸売業は、有機化合物の輸入減、プラスチックなどの減少から同▲6.3%と4年連続の減少となった。

⑦ 衣服・身の回り品卸売業は、国内需要の低迷などから衣類・同付属品の輸入の減少が続いていることや織物、衣類などの出荷減から同▲5.5%と7年連続の減少となった。

⑧ 家具・建具・じゅう器卸売業は、住宅建築の低迷が引き続いており、金属製家具や木製家具の出荷減や家具の輸入減などから同▲10.4%と7年連続の減少となった。

⑨ 繊維品卸売業は、合成繊維織物の輸出減、国

内市場の低迷などによる織物などの出荷減から同▲10.3%と8年連続で減少となった。

⑩ 医薬品・化粧品卸売業は、薬価基準改定の影響や化粧品の出荷減などから同▲3.0%と5年連続の減少となった。

一方、増加となった業種は（第4図）

① 食料・飲料卸売業は、ワインなどのアルコール飲料の大幅な輸入増や飲料（ワイン、発泡酒、清涼飲料）の販売好調などから同2.6%と7年ぶりの増加となった。

② 農畜産物・水産物卸売業は、年後半の生鮮野菜や果物の相場高や輸入増などから同0.8%と8年ぶりに増加となった。

3. 大規模卸売店の動向

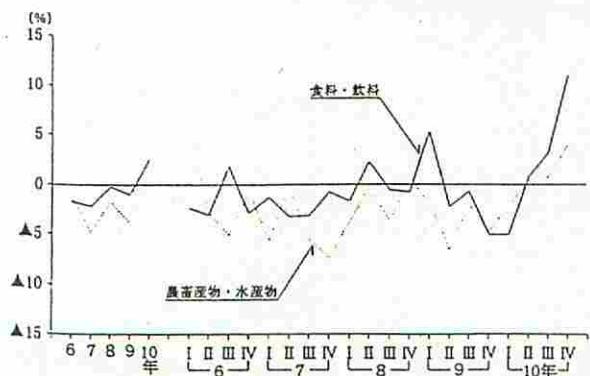
——3年ぶりに減少となった大規模卸売店——

卸売業の約30%を占める大規模卸売店の販売額は、132兆2550億円、前年比▲7.2%と3年ぶりの減少となった（第5図、第3表）。商品群別にみると、他の輸送用機械器具、食料・飲料が増加となったものの、石油・石炭の大幅な減少をはじめ、自動車、鉄鋼、一般機械器具、化学製品、建築材料、非鉄金属などが減少となっている。

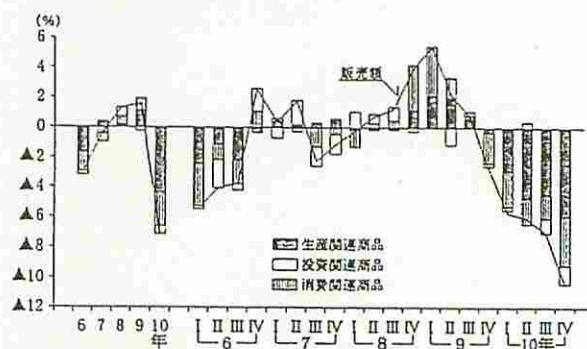
平成10年の大規模卸売店販売額の年間の推移をみると、

1～3月期は、前年同期比▲5.7%と2期連続の減少であった。うち、生産関連商品は、他の商品、鉱物などが増加したものの、石油・石炭、鉄鋼、化学製品などの減少から同▲7.3%と2期連続の減少、投資関連商品は、他の輸送用機械

第4図 卸売業の業種別販売額の推移
(前年・前年同期比) (その3)



第5図 大規模卸売店販売額の商品群別伸び率寄与度の推移
(前年・前年同期比)



第3表 大規模卸売店商品別販売額及び前年比

年 商 品	平 成 8 年			平 成 9 年			平 成 10 年		
	販 売 額 (億円)	前年比 (%)	寄与度	販 売 額 (億円)	前年比 (%)	寄与度	販 売 額 (億円)	前年比 (%)	寄与度
合 計	1,382,565	1.3	—	1,414,789	1.6	—	1,322,550	▲ 7.2	—
生産関連商品 (①商品)	539,216	0.4	0.16	559,035	2.8	1.11	501,284	▲11.1	▲ 4.38
投資関連商品 (②商品)	450,194	1.7	0.55	467,442	2.5	0.82	441,967	▲ 6.7	▲ 2.23
消費関連商品 (③商品)	393,156	2.2	0.62	388,313	▲ 0.8	▲ 0.23	379,299	▲ 2.0	▲ 0.53
①繊 維 品	43,650	▲ 1.8	▲ 0.06	44,083	▲ 0.3	▲ 0.01	39,007	▲12.6	▲ 0.40
③衣 服 ・ 身 の 回 り 品	68,135	1.0	0.05	65,352	▲ 2.2	▲ 0.10	57,284	▲10.7	▲ 0.48
③農 畜 產 物 ・ 水 產 物	173,318	0.0	0.00	163,808	▲ 5.4	▲ 0.67	160,780	▲ 1.8	▲ 0.20
③食 料 ・ 飲 料	85,566	5.7	0.34	89,423	6.9	0.41	90,660	4.6	0.28
③医 藥 品 ・ 化 粧 品	23,018	▲ 0.2	▲ 0.00	23,223	0.2	0.00	22,942	▲ 1.8	▲ 0.03
①化 学 製 品	79,194	▲ 2.6	▲ 0.15	82,591	5.0	0.28	73,726	▲10.1	▲ 0.58
①石 油 ・ 石 炭	112,038	8.7	0.66	123,463	9.7	0.78	99,461	▲19.8	▲ 1.72
①鉱 物	11,618	▲ 3.2	▲ 0.03	12,707	10.0	0.08	11,841	▲ 6.3	▲ 0.06
①鐵 鋼 屬	101,544	▲ 0.5	▲ 0.04	104,702	2.7	0.20	92,366	▲12.1	▲ 0.90
①非 鉄 金 屬	53,132	▲ 6.2	▲ 0.26	52,186	▲ 5.2	▲ 0.21	46,970	▲13.4	▲ 0.51
②一 般 機 械 器 具	132,200	1.1	0.10	127,032	▲ 0.7	▲ 0.07	114,004	▲ 6.9	▲ 0.59
②自 動 車	149,838	5.5	0.57	152,986	0.9	0.09	139,856	▲ 9.7	▲ 1.05
②その他の輸送用機械器具	22,991	▲ 6.9	▲ 0.12	25,515	11.9	0.19	29,844	18.2	0.32
③家庭用電気機械器具	42,118	7.8	0.22	46,507	4.0	0.13	47,633	▲ 3.0	▲ 0.10
②そ の 他 の 機 械 器 具	109,308	▲ 0.2	▲ 0.01	125,140	8.4	0.70	126,974	▲ 3.9	▲ 0.36
②建 築 材 料	35,857	0.6	0.02	36,769	▲ 3.5	▲ 0.10	31,289	▲19.9	▲ 0.54
①紙 ・ 紙 製 品	24,647	2.3	0.04	24,160	▲ 0.6	▲ 0.01	22,123	▲ 7.2	▲ 0.12
①そ の 他 の 商 品	113,393	▲ 0.0	▲ 0.00	115,143	▲ 0.2	▲ 0.02	115,790	▲ 1.2	▲ 0.10

注：平成9年の前年比は、標本事業所の入れ替えに伴うギャップを調整するリンク係数で処理した数値で計算している。したがって、寄与度についても誤差が生じている。

器具、一般機械器具が増加したものの、自動車、建築材料、その他の機械器具の減少から同▲6.5%と2期連続の減少、消費関連商品は、食料・飲料、農畜産物・水産物が増加したものの、衣服・身の回り品、家庭用電気機械器具、医薬品・化粧品の減少から同▲1.1%と2期連続の減少となった。

4~6月期は、同▲6.1%と引き続き減少となった。うち、生産関連商品は、石油・石炭、非鉄金属の2桁の減少をはじめ鉄鋼などすべての商品群が減少したことから同▲11.7%と3期連続の減少、投資関連商品は、その他の機械器具、その他の輸送用機械器具が増加したものの、自動車、一般機械器具、建築材料の減少により同▲5.6%と3期連続の減少、消費関連商品は、衣服・身の回り品、家庭用電気機械器具、医薬品・化粧品が減少したものの、農畜産物・水産物、食料・飲料が増加となったことから同1.4%と3期ぶりに増加となった。

7~9月期は、同▲7.0%と引き続き減少となった。うち、生産関連商品は、石油・石炭、鉄鋼、化学製品、非鉄金属、繊維品などほとんどの商品が2桁台の減少となるなどすべての商品群が減少しており、同▲11.4%と4期連続の減少、投資関連商品は、その他の輸送用機械器具が大幅な増加

となったものの、一般機械器具、建築材料、自動車、その他の機械器具の減少により同▲4.7%と4期連続の減少、消費関連商品は、衣服・身の回り品、農畜産物・水産物、家庭用電気機械器具などすべての商品群が減少となったことから同▲3.7%の減少となった。

10~12月期は、同▲10.4%と5期連続の減少、減少幅も拡大傾向にある。うち、生産関連商品は、石油・石炭、鉄鋼、非鉄金属の大幅な減少をはじめすべての商品群が減少となったことから同▲15.0%の減少、投資関連商品は、その他の輸送用機械器具は増加となったものの、その他の機械器具、一般機械器具などが軒並み2桁台の減少となり、同▲11.0%の減少、消費関連商品は、食料・飲料は増加となったものの、農畜産物・水産物、衣服・身の回り品などが減少となり、同▲4.0%の減少となった。

(1) 商品群別の動向

——生産・投資・消費関連商品とも減少——

商品群別の動向を生産関連、投資関連、消費関連に分けてみると、

① 生産関連商品は（第6図、第3表、第4表）、石油・石炭、鉄鋼、化学製品、非鉄金属、繊維品が2桁台の減少となったのをはじめ、すべての商品群が減少し、前年比▲11.1%と4年ぶりの減少となった。

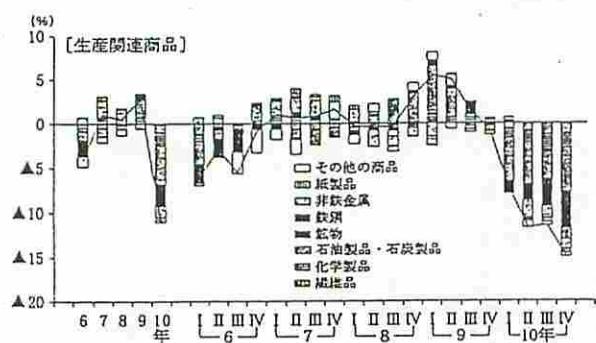
内訳をみると、石油・石炭は、年間を通じて原油の価格安が続いたことから原油及び粗油の輸入額が大幅に減少したこと、液化石油ガスや液化天然ガス、ナフサなどの輸入減も加わって同▲19.8%と3年ぶりの減少、鉄鋼は、国内向けの鋼材の減少、輸出が微増にとどまることなどから同▲12.1%の減少、化学製品は、国内需要の低迷などによるプラスチック、有機薬品などの減から同▲10.1%の減少、非鉄金属は、金地金の取扱量減やアルミニウム関連の輸入減などから同▲13.4%の減少、繊維品は、引き続

く国内需要の低迷や合成繊維織物の輸出減などから同▲12.6%の減少、紙・紙製品は、国内需要の減少から同▲7.2%の減少となった。

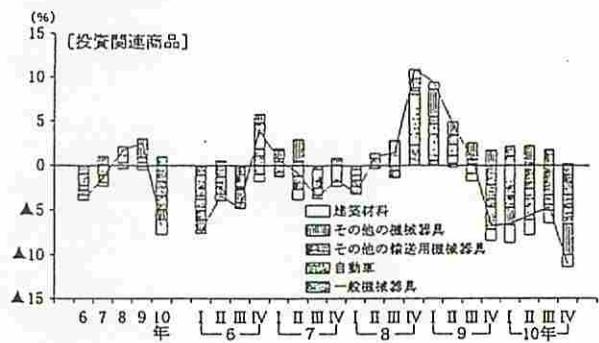
② 投資関連商品は（第7図、第3表、第4表）、その他の輸送用機械器具が大幅な増加となったものの、自動車、一般機械器具、建築材料、その他の機械器具の減少により同▲6.7%と3年ぶりの減少となった。

内訳をみると、自動車は、輸出向けの増加が続いているものの伸び率が鈍化していること、国内向けの需要の低迷が続いていること、輸入が減少したことなどから同▲9.7%と3年ぶりの減少、一般機械器具は、原動機や化学プラントの前年輸出の反動減、事務用機器の輸出入減などにより同▲6.9%の減少、建築材料は、住宅建築の低調などによる国内需要の低迷から

第6図 大規模卸売店販売額の商品群別伸び率寄与度の推移（前年・前年同期比）



第7図 大規模卸売店販売額の商品群別伸び率寄与度の推移（前年・前年同期比）



第4表 大規模卸売店商品別販売額伸び率の推移（四半期）

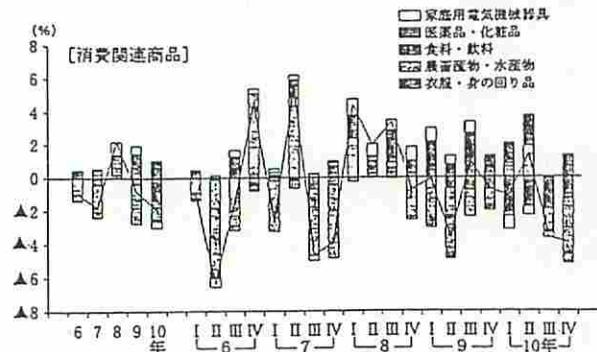
商 品	年	平成10年1~3月期			平成10年4~6月期			0 年			平成10年7~9月期			平成10年10~12月期		
		販売額 (億円)	前年比 (%)	寄与度	販売額 (億円)	前年比 (%)	寄与度	販売額 (億円)	前年比 (%)	寄与度	販売額 (億円)	前年比 (%)	寄与度	販売額 (億円)	前年比 (%)	寄与度
	合 計	396,672	▲ 5.7	—	284,861	▲ 6.1	—	355,485	▲ 7.0	—	285,552	▲ 10.4	—			
生産関連商品 (①商品)	153,317	▲ 7.3	▲ 2.86	108,294	▲ 11.7	▲ 4.72	132,694	▲ 11.4	▲ 4.48	106,978	▲ 15.0	▲ 5.92				
投資関連商品 (②商品)	146,132	▲ 6.5	▲ 2.42	88,934	▲ 5.6	▲ 1.74	124,293	▲ 4.7	▲ 1.59	82,608	▲ 11.0	▲ 3.20				
消費関連商品 (③商品)	97,223	▲ 1.1	▲ 0.26	87,632	1.4	0.39	98,478	▲ 3.7	▲ 0.98	95,966	▲ 4.0	▲ 1.25				
①繊 維 品	12,836	▲ 7.4	▲ 0.24	7,512	▲ 12.6	▲ 0.36	11,623	▲ 14.4	▲ 0.51	7,036	▲ 18.2	▲ 0.49				
③衣 服・身 の 回 り 品	15,976	▲ 11.5	▲ 0.49	11,613	▲ 11.5	▲ 0.50	15,020	▲ 11.6	▲ 0.52	14,675	▲ 8.1	▲ 0.41				
③食 料・水 產 物	42,689	1.8	0.18	37,006	4.5	0.53	40,696	3.2	0.35	40,389	▲ 8.8	▲ 1.23				
③食 料・飲 料	21,908	6.0	0.29	21,585	7.9	0.52	24,772	0.5	0.03	22,396	6.2	0.41				
③医 藥 品・化 薬 品	5,135	▲ 4.9	▲ 0.06	5,775	▲ 1.2	▲ 0.02	5,906	▲ 0.7	▲ 0.01	6,127	▲ 0.8	▲ 0.02				
①化 学 品	22,175	▲ 7.2	▲ 0.41	15,913	▲ 9.2	▲ 0.53	20,078	▲ 12.7	▲ 0.76	15,560	▲ 11.6	▲ 0.64				
①石 油・石 炭	31,181	▲ 20.5	▲ 1.91	20,698	▲ 21.8	▲ 1.90	26,417	▲ 14.7	▲ 1.19	21,156	▲ 22.7	▲ 1.95				
①金 属 物	3,683	8.2	0.07	2,660	▲ 2.5	▲ 0.02	3,316	▲ 11.1	▲ 0.11	2,182	▲ 21.3	▲ 0.19				
①鐵 鋼	27,375	▲ 7.3	▲ 0.51	21,034	▲ 8.7	▲ 0.66	24,324	▲ 14.4	▲ 1.07	19,632	▲ 18.7	▲ 1.42				
①非 鉄 金 属	16,034	1.5	0.06	9,967	▲ 19.9	▲ 0.82	12,242	▲ 14.2	▲ 0.53	8,727	▲ 25.5	▲ 0.94				
②一 般 機 械 器 具	46,721	3.4	0.37	17,227	▲ 12.6	▲ 0.82	34,460	▲ 11.2	▲ 1.14	15,596	▲ 16.6	▲ 0.97				
②自 動 車	38,202	▲ 16.3	▲ 1.76	32,755	▲ 9.0	▲ 1.07	36,198	▲ 3.7	▲ 0.37	32,701	▲ 8.2	▲ 0.92				
②その他の輸送用機械器具	12,014	18.0	0.44	4,964	4.9	0.08	8,945	35.5	0.61	3,921	5.4	0.06				
③家庭用電気機械器具	11,516	▲ 6.2	▲ 0.18	11,653	▲ 3.5	▲ 0.14	12,085	▲ 2.2	▲ 0.07	12,380	▲ 0.2	▲ 0.01				
②そ の 他 の 機 械 器 具	39,542	▲ 7.1	▲ 0.72	27,651	7.2	0.61	35,949	▲ 2.3	▲ 0.22	23,832	▲ 11.7	▲ 0.99				
②建 築 材 料	9,653	▲ 24.3	▲ 0.74	6,338	▲ 20.3	▲ 0.53	8,740	▲ 17.2	▲ 0.48	6,558	▲ 15.7	▲ 0.38				
①紙・紙製品	6,159	▲ 1.7	▲ 0.03	5,113	▲ 7.1	▲ 0.13	5,722	▲ 10.3	▲ 0.17	5,129	▲ 9.7	▲ 0.17				
①そ の 他 の 商 品	33,874	1.5	0.12	25,398	▲ 3.5	▲ 0.30	28,972	▲ 1.8	▲ 0.14	27,546	▲ 1.5	▲ 0.13				

木材、製材などの大幅な輸入減、タイル、衛生用陶磁器などの減少などから同▲19.9%の減少、その他の機械器具は、前年の大口プラント(LNGプラントなど)の輸出や国内のビル空調設備の反動減などから同▲3.9%の減少となっている。一方、その他の輸送用機械器具は、船舶の輸出増、航空機の輸入増などから同18.2%の増加となった。

③消費関連商品は(第8図、第3表、第4表)、食料・飲料が増加したものの、衣服・身の回り品、農畜産物・水産物、家庭用電気機械器具などすべての商品群が減少となつたことから同▲2.0%と2年連続の減少となつた。

内訳をみると、衣服・身の回り品は国内需要の低迷が続き、衣類・同付属品の輸入も減少となつてることから同▲10.7%の減少、農畜産物・水産物は、上半期に米の取扱量の増加がみられたものの、10~12月期に政府米の取扱が無かったこともあり同▲1.8%の減少、家庭用電気機械器具は国内向けの需要減などから同▲3.0%と5年ぶりの減少、医薬品・化粧品も医薬品の輸入額の減少などから同▲1.8%の減少となつた。一方、食料・飲料はワインの輸入増や発泡酒の増などから同4.6%と4年連続の増加となつた。

第8図 大規模卸売店販売額の商品群別伸び率寄与度の推移
(前年・前年同期比)



4. 小売業販売額の動向 ——2年連続の減少となつた小売業——

小売業販売額は、138兆7060億円、前年比▲4.8%

と2年連続の減少となつた(第1図、第9図、第1表、第5表)。

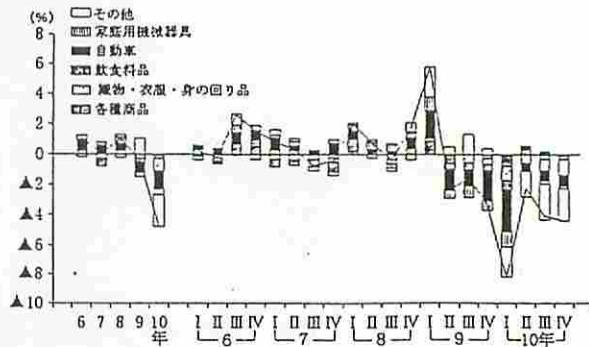
これは、景況感が引き続き厳しいこと、所得の低迷や雇用の先行き不安などによる消費者マインドの冷え込みなどから個人消費が低調に推移したこと、年前半一部業種に前年の消費税率引き上げ前の駆け込み需要増の影響がみられたことなどによる。また、小売業販売額に大きな影響を与える天候要因も一部では増加に寄与した面はあるものの、気温のズレや地域によって梅雨明けの遅れや特定が出来なかつたこと、一部地域での大雨等の天候不順など年間を通してみれば減少要因となつた。

平成10年的小売業販売額の年間の推移をみると、

1~3月期は、休祭日の大雪による客数の減少、自動車、パソコンやワイドテレビなどの家電製品、また、各種商品小売業が前年の消費税率引き上げ前の駆け込み需要増の反動からそれぞれ減少となつたこと、9年後半以降の金融不安などから個人消費の先行き不透明感による伸び悩み、加えて期前半の天候要因による暖房機器や冬物衣料など季節商品の低調な推移から前年同期比▲8.2%の減少となつた。

4~6月期は、ワールドカップなどの影響から映像機器など一部商品に増加がみられたものの、個人消費は所得の低迷から依然として低調に推移、期後半は全国的な寡照や北日本の低温などの天候要因も加わり全体としては同▲2.2%の減少となつた。

第9図 小売業販売額の業種別伸び率寄与度の推移
(前年・前年同期比)



第5表 小売業の業種別販売額及び伸び率の推移

(単位 販売額: 10億円、伸び率: %)

業種 年	小売業		各種商品		織物・衣服 ・身の回り品		飲食料品		自動車		家庭用 機械器具		その他	
			小売業		小売業		小売業		小売業		小売業		小売業	
	販売額	伸び率	販売額	伸び率	販売額	伸び率	販売額	伸び率	販売額	伸び率	販売額	伸び率	販売額	伸び率
平成6年	144,842	1.1	20,818	1.8	14,154	▲1.9	43,177	0.4	17,240	4.2	6,694	2.6	42,759	0.9
7	144,810	▲0.0	20,920	0.5	13,705	▲3.2	42,456	▲1.7	17,985	4.3	6,978	4.2	42,766	0.0
8	146,305	1.0	20,882	▲0.2	13,382	▲2.4	42,821	0.9	18,606	3.5	7,590	8.8	43,024	0.6
9	145,644	▲0.5	20,868	▲0.1	12,974	▲3.0	42,483	▲0.8	17,596	▲5.4	7,182	▲5.4	44,541	3.5
10	138,706	▲4.8	20,474	▲1.9	11,790	▲9.1	42,400	▲0.2	15,905	▲9.6	6,608	▲8.0	41,529	▲6.8
6年 1~3月期	34,443	0.2	4,750	▲0.9	3,430	▲2.5	10,111	1.1	4,296	2.0	1,501	▲0.2	10,356	0.1
4~6月期	35,442	▲0.2	4,853	▲0.4	3,509	▲1.9	10,586	▲0.7	4,244	3.7	1,575	▲2.0	10,675	▲0.4
7~9月期	36,182	2.6	5,173	4.8	3,312	0.6	10,950	▲0.2	4,390	5.8	1,820	11.0	10,527	2.6
10~12月期	38,775	1.6	6,042	3.2	3,903	▲3.3	11,521	1.6	4,310	5.3	1,798	1.2	11,201	1.1
7年 1~3月期	34,721	0.8	4,856	2.2	3,315	▲3.4	9,938	▲1.7	4,573	6.4	1,555	3.6	10,485	1.2
4~6月期	35,563	0.3	4,957	2.1	3,382	▲3.6	10,461	▲1.2	4,349	2.5	1,680	6.7	10,733	0.5
7~9月期	35,910	▲0.8	5,156	▲0.3	3,209	▲3.1	10,784	▲1.6	4,460	1.6	1,857	2.0	10,444	▲0.8
10~12月期	38,615	▲0.4	5,951	▲1.5	3,799	▲2.7	11,274	▲2.1	4,602	6.8	1,886	4.9	11,104	▲0.9
8年 1~3月期	35,426	2.0	4,932	1.6	3,303	▲0.3	10,216	2.8	4,762	4.1	1,689	8.6	10,523	0.4
4~6月期	35,829	0.7	4,965	0.2	3,300	▲2.4	10,504	0.4	4,428	1.8	1,844	9.7	10,788	0.5
7~9月期	35,771	▲0.4	5,032	▲2.4	3,121	▲2.7	10,678	▲1.0	4,538	1.7	2,030	9.3	10,372	▲0.7
10~12月期	39,279	1.7	5,953	0.0	3,658	▲3.7	11,423	1.3	4,877	6.0	2,027	7.5	11,341	2.1
9年 1~3月期	37,485	5.8	5,240	6.2	3,375	2.2	10,258	0.4	5,377	12.9	2,007	18.8	11,228	6.7
4~6月期	34,965	▲2.4	4,746	▲4.4	3,166	▲4.1	10,445	▲0.6	3,980	▲10.1	1,663	▲9.8	10,964	1.6
7~9月期	35,218	▲1.5	5,030	▲0.0	2,924	▲6.3	10,524	▲1.4	4,143	▲8.7	1,748	▲13.9	10,849	4.6
10~12月期	37,976	▲3.3	5,852	▲1.7	3,509	▲4.1	11,256	▲1.5	4,096	▲16.0	1,764	▲13.0	11,499	1.4
10年 1~3月期	34,407	▲8.2	4,950	▲5.5	3,019	▲10.6	10,029	▲2.2	4,346	▲19.2	1,621	▲19.3	10,443	▲7.0
4~6月期	34,190	▲2.2	4,877	2.8	2,971	▲6.2	10,511	0.6	3,836	▲3.6	1,618	▲2.7	10,377	▲5.4
7~9月期	33,782	▲4.1	4,915	▲2.3	2,674	▲8.5	10,598	0.7	3,908	▲5.7	1,668	▲4.6	10,019	▲7.7
10~12月期	36,326	▲4.3	5,731	▲2.1	3,126	▲10.9	11,262	0.0	3,815	▲6.9	1,702	▲3.5	10,690	▲7.0

7~9月期は、梅雨明けが東北地域、北陸地域で特定できなかったことや他の地域でも遅い梅雨明けであったこと、7月は上旬が高温、下旬が低温、8月は北・東日本での大雨、9月は全国的な高温傾向と期を通じて天候要因が影響したこと、季節衣料の動きが鈍かったこと、法人需要(ギフト)が不振であったことから同▲4.1%の減少となった。

10~12月期は、軽自動車、パソコンなど一部商品に動きはみられたものの、期全体でみれば10月に台風が上陸、11月後半には一時冷え込みがみられたものの気温は平年に比べ高く秋・冬物衣料が低調であったこと、軽自動車以外の乗用車販売の不振やガソリン価格の低下、また、法人ギフトも低調であったことなどから期全体でみれば同▲4.3%と7期連続の減少となった。

(1) 業種別動向

——すべての業種が減少——

業種別にみると(第10図、第12図、第5表、伸び率寄与度順)、

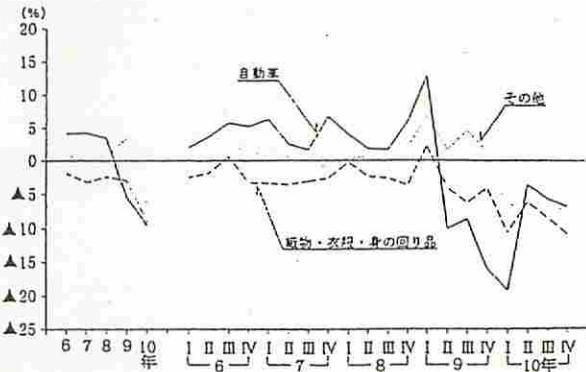
① その他小売業は、原油の価格安やガソリン販売店の競争激化などによる販売価格の低下、住宅建築の低迷による家具の販売不振などから前

年比▲6.8%と5年ぶりの減少となった。

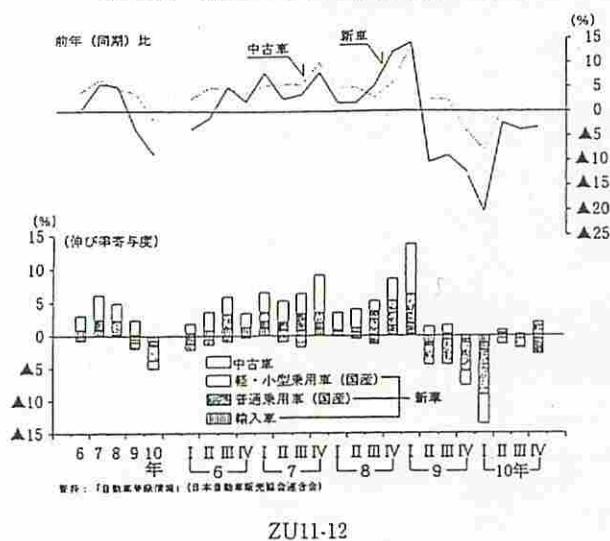
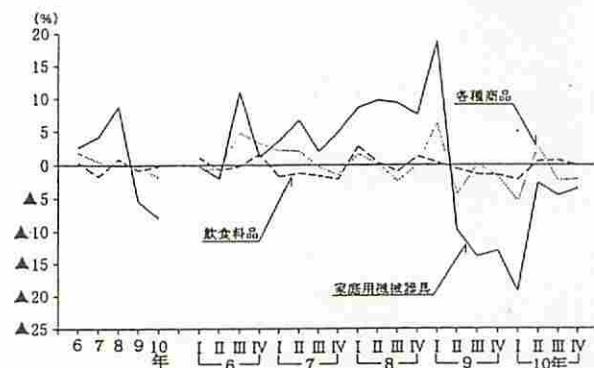
② 自動車小売業は、前年の消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動減が年前半にみられたこと、軽自動車には規格改正による販売増はあったものの、軽自動車以外の自動車販売は依然として低迷していることから同▲9.6%と2年連続の減少となった。

乗用車の販売台数をみると(第11図)、新車(同▲8.9%減)、中古車(同▲2.1%減)とも減少となっている。新車は、軽乗用車が平成10年10月からの新規格車発売により、10~12月期には5割を超える増加となり、年間を通して増加となつたが、普通乗用車、小型乗用車は、前年の消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動から

第10図 小売業の業種別販売額の推移
(前年・前年同期比)



第11図 新車・中古車販売台数の推移

第12図 小売業の業種別販売額の推移
(前年・前年同期比)

1～3月期には大幅な減少、その後も減少が続くなど、年ベースでは国産車、輸入車ともに減少となっている。

③ 織物・衣服・身の回り品小売業は、個人消費の低調による需要の低迷や消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動、4～6月期前半の夏物衣料や11月後半の冬物衣料など一部に動きはみられたものの、年を通してみれば季節にそぐわない気温変動がみられたことや梅雨明け時期のズレや夏場の大暑などの天候要因により季節衣料の動きが鈍かったことなどから同▲9.1%と7年連続の減少となっている。

④ 家庭用機械器具小売業は、パソコン、ミニディスク、洗濯機など一部の商品に動きがあったものの、駆け込み需要の反動や個人消費の低調、天候要因による季節商品の不振などから同▲8.0%と2年連続の減少となった。

⑤ 各種商品小売業は、消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動減や法人需要の低迷、天候要因による季節商品の低調などもあり同▲1.9%と3年連続の減少となった。

⑥ 飲食料品小売業は、1～3月期の生鮮果物の価格安、鍋物商材や冷菓、炭酸飲料などの季節商品の動きが年間を通して鈍く、ギフト需要が低調であったものの、ワイン、発泡酒が好調だったことや飲料の一部の値上げ、年後半に生鮮野菜の相場高などから、同▲0.2%とわずかな減少にとどまった。

5. 大型小売店販売額の動向

——5年ぶりに減少となった

大型小売店販売額

小売業販売額の約17%を占める大型小売店の販売額は、引き続き新規店の増加や既存店での増床などがみられるものの、前年の消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動減や天候不順、個人消費の低調、法人需要（ギフト）の低迷などから、23兆2485億円、前年比▲0.7%と5年ぶりの減少となった（第13図、第6表）。

なお、既存店ベースの大型小売店の販売額の動向をみると、前年比▲4.4%と依然として減少が続いている。

平成10年の大型小売店販売額の年間の推移をみると、

1～3月期は、前年の消費税率引き上げ前の駆け込み需要の大幅な反動減や天候要因による季節商品の伸び悩み、景気の先行き不透明感による買い控えなどから前年同期比▲4.9%と3期ぶりの減少となった。

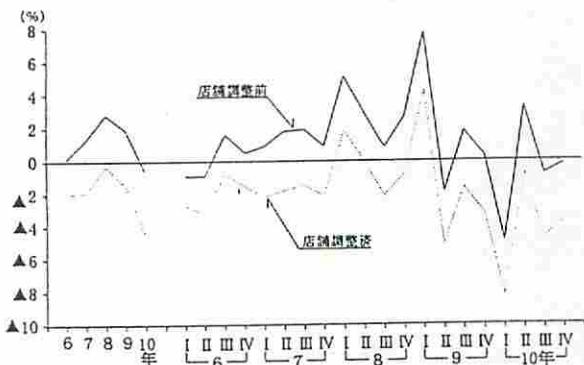
4～6月期は、4月、5月の気温が高く季節商品に動きがみられたこと、消費税率引き上げの影響による反動増がみられたこと、また、一部法人需要がみられたことなどにより同3.3%と2期ぶりの増加となった。

7～9月期は、天候不順や個人消費の低調から夏・秋物衣料の不振、法人ギフトの不振などから同▲0.8%と再び減少となった。

10～12月期は、一部スーパーに値引きセールなどの動きがみられたものの、暖冬による秋・冬物衣料の不振、法人ギフト需要の低調、雇用不安な

第6表 大型小売店業態別販売額の推移

業態 年・期	合計販売額(百万円)	百貨店販売額(百万円)		スーパー販売額(百万円)					
		前年同期比(%)	既存店	前年同期比(%)	既存店	前年同期比(%)	既存店		
平成6年	21,792,816	0.1	▲2.0	11,024,892	▲2.2	▲2.5	10,767,925	2.7	▲1.4
7年	22,339,761	1.3	▲1.9	10,824,837	▲1.9	▲2.1	11,514,924	4.6	▲1.7
8年	22,976,160	2.8	▲0.3	11,038,970	2.0	1.3	11,937,190	3.7	▲1.9
9年	23,412,935	1.9	▲1.5	11,109,066	0.6	▲0.8	12,303,869	3.1	▲2.1
10年	23,248,456	▲0.7	▲4.4	10,657,309	▲4.1	▲4.7	12,591,146	2.3	▲4.0
平成6年 1~3月	4,994,666	▲0.9	▲2.7	2,544,974	▲3.4	▲3.7	2,449,691	1.8	▲1.5
4~6月	5,085,336	▲0.9	▲3.2	2,575,591	▲2.4	▲2.9	2,509,745	0.7	▲3.4
7~9月	5,411,958	1.6	▲0.8	2,655,927	▲1.8	▲2.3	2,756,030	5.2	0.9
10~12月	6,300,857	0.5	▲1.5	3,248,399	▲1.4	▲1.4	3,052,458	2.9	▲1.6
7年 1~3月	5,163,783	0.9	▲2.2	2,467,139	▲3.2	▲3.7	2,696,644	5.0	▲0.5
4~6月	5,304,546	1.8	▲1.8	2,532,347	▲1.8	▲2.0	2,772,199	5.3	▲1.5
7~9月	5,516,745	1.9	▲1.5	2,628,551	▲1.0	▲1.0	2,888,194	4.8	▲1.9
10~12月	6,354,687	0.9	▲2.1	3,196,800	▲1.6	▲1.7	3,157,887	3.5	▲2.7
8年 1~3月	5,428,260	5.1	1.8	2,572,152	4.3	4.3	2,856,108	5.9	▲0.5
4~6月	5,460,737	2.9	0.0	2,579,339	1.9	1.5	2,881,398	3.9	▲1.5
7~9月	5,563,063	0.8	▲2.1	2,626,375	▲0.1	▲0.5	2,936,688	1.7	▲3.5
10~12月	6,524,100	2.7	▲0.8	3,261,104	2.0	0.3	3,262,996	3.3	▲2.0
9年 1~3月	5,849,588	7.8	4.2	2,817,651	9.5	7.9	3,031,937	6.2	0.9
4~6月	5,356,320	▲1.9	▲5.1	2,448,824	▲5.1	▲6.3	2,907,496	0.9	▲4.0
7~9月	5,663,397	1.8	▲1.6	2,630,579	0.2	▲1.3	3,032,818	3.3	▲1.9
10~12月	6,543,631	0.3	▲3.2	3,212,012	▲1.5	▲3.0	3,331,619	2.1	▲3.4
10年 1~3月	5,561,449	▲4.9	▲8.2	2,573,556	▲8.7	▲9.8	2,987,893	▲1.5	▲6.8
4~6月	5,534,036	3.3	▲0.7	2,490,830	1.7	0.6	3,043,207	4.7	▲1.8
7~9月	5,619,282	▲0.8	▲4.7	2,534,689	▲3.6	▲4.5	3,084,593	1.7	▲4.8
10~12月	6,533,689	▲0.2	▲3.6	3,058,235	▲4.8	▲4.5	3,475,454	4.3	▲2.8

第13図 大型小売店販売額の推移
(前年・前年同期比)

どによる個人消費の低調などから同▲0.2%の減少となった。

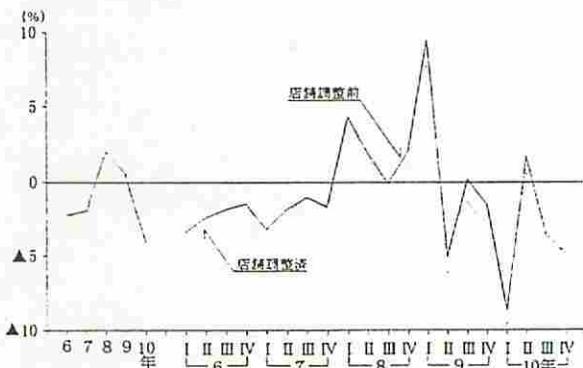
(1) 業態別の動向

—百貨店は減少、スーパーは増加—

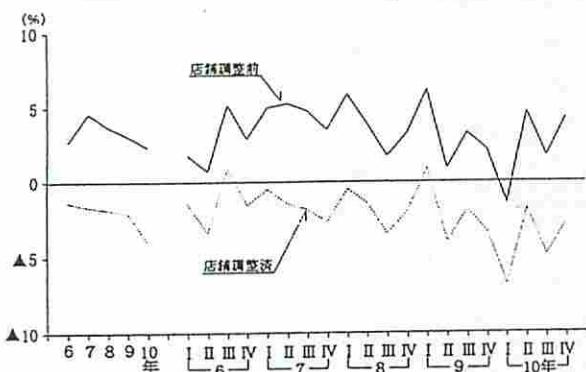
大型小売店販売額の年間の推移を業態別にみると(第14図、第15図、第6表)、

① 百貨店は、前年比▲4.1%と3年ぶりの減少となつた。

1~3月期は、駆け込み需要の反動、2月の冬季長野オリンピック開催に伴う入店客数の減少から同▲8.7%の減少となった。4~6月期は、期前半の高気温から初夏物衣料の動きが良かったこと、消費税の反動増、家電製品や家具に一部の法人需要があったことから同1.7%の増加となった。7~9月期は、飲食料品、その他の一部商品に動きはみられたものの、天候要因から夏・秋物衣料の伸び悩み、法人ギフト需要の不振など同▲3.6%の減少となった。10~12月

第14図 百貨店販売額の推移
(前年・前年同期比)

第15図 スーパー販売額の推移
(前年・前年同期比)



月期は、景況が引き続き厳しいことに加え、天候不順による秋・冬物衣料の不振、法人需要や法人ギフトが低調であったことなどから同▲4.8%の減少となった。

② スーパーは、同2.3%の増加となった。

1～3月期は、新規店の出店がみられたものの、消費税率引き上げの駆け込み需要の反動や景気の先行き不透明感による買い控えなどから同▲1.5%と17期ぶりの減少となった。4～6月期は、新店効果、天候要因、前年の消費税の影響による反動増などから同4.7%と増加に転じている。7～9月期は、天候要因から衣料品や生鮮食料品の動きが鈍かったものの、飲食料品、その他が増加となったことや引き続き新規出店がみられたことなどから同1.7%と2期連続の増加となった。10～12月期は、期前半には、天候不順による秋・冬物衣料の不振がみられたものの、期中盤以降は値引きセールなどにより食料品、家具、家電に動きがみられ、新店効果も加わって同4.3%と3期連続の増加となった。

③ なお、既存店ベースでみると、百貨店は前年比▲4.7%の減少、スーパーも同▲4.0%とともに減少となり、既存店の苦戦がうかがえる。

(2) 商品別の動向

——飲食料品は引き続き増加——

年間の推移を商品別前年比でみると(第7表)、
① 衣料品は、駆け込み需要の反動減に加え全般的な衣料品の不振、天候要因による季節商品の動きが鈍かったことから、前年比▲3.3%の減少

となった。

業態別にみると、百貨店は、同▲3.8%の減少となった。商品別にみると、その他の衣料品では呉服・寝具の大幅な不振、婦人・子供服・洋品ではヤングカジュアル商品や肌着などに動きがみられたものの、スーツ、コートなどの重衣料の動きが鈍く、また、紳士服・洋品ではスーツ、コート、ジャケットなどビジネス関連が不振、身の回り品は婦人靴、アクセサリーなど的一部に動きがみられたものの、全般的に伸び悩みがみられた。

スーパーは、同▲2.2%の減少となった。商品別にみると、その他の衣料品が寝具などに動きがみられたものの全般的には低調、身の回り品ではサンダルや靴などに動きがみられたものの旅行鞄、防寒用品などが伸び悩み全体的には低調、紳士服・洋品ではスーツ、ジャケット、スラックスなど全般的に不振、婦人・子供服・洋品ではキャミソールファッショனなどのヤングカジュアルに動きがみられたものの、ジャケット、スーツ、セーターなどの動きが鈍かった。

② 飲食料品は、スーパーの新規出店の影響もあって同3.1%と増加が続いている。

業態別にみると、百貨店は、ワイン、健康食品、惣菜などに動きがみられたものの、法人ギフト需要が不振だったことなどから、同▲2.2%と3年ぶりの減少となった。

スーパーは、新規出店増や元日営業店の拡大、生鮮野菜の相場高、米、飲料、ワインや発泡酒などのアルコール類などに動きがみられたことから同5.4%と引き続き増加となった。

③ その他は、ガーデニングブームによる園芸用品、化粧品、宝飾品、家庭医薬品などに動きがみられたものの、大型家具や家電製品、家庭用品が低調であったことから、同▲2.2%と4年ぶりの減少となった。

業態別にみると、百貨店は、同▲6.1%と2年連続の減少となった。商品別にみると、家具が法人など大口需要の減少や大型家具などの動きが鈍く、家庭用品が洋・和食器に動きがみられたものの全体として低調、家庭用電気機械器具が消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動などから、白物家電、エアコンなど全般的に不振、他の商品は美術工芸品、スポーツ用品など

第7表 大型小売店の商品別販売額前年(同期)比

(単位: %)

商品	合計	衣料品				飲 食	その他の	食 堂			
		紳士・ 洋 品	婦人・ 子供服 ・洋品	その他の 衣料品	身 の 回り品			家 具	家庭用 電気機 械器具	家 庭	その他の 用 品
業 帳											
合 計	平成6年	0.1	▲ 2.0	▲ 3.3	▲ 1.3	▲ 4.2	▲ 1.2	2.7	▲ 0.1	▲ 5.7	6.9
	7	1.3	▲ 0.4	0.0	▲ 0.4	▲ 2.7	0.8	4.0	0.4	▲ 7.2	4.1
	8	2.8	2.1	1.0	2.4	▲ 1.3	4.4	3.3	3.4	▲ 3.1	▲ 2.1
	9	1.9	0.1	▲ 0.2	1.2	▲ 5.6	0.6	3.9	1.9	▲ 3.3	▲ 1.9
	10	▲ 0.7	▲ 3.3	▲ 5.4	▲ 1.9	▲ 8.8	▲ 1.9	3.1	▲ 2.2	▲ 11.0	▲ 6.6
	10年 1-3月期	▲ 4.9	▲ 7.1	▲ 7.8	▲ 4.8	▲ 17.4	▲ 6.8	2.0	▲ 10.0	▲ 25.3	▲ 20.4
	4-6月期	3.3	1.8	▲ 0.9	2.9	0.4	2.6	4.9	3.4	▲ 0.9	1.9
	7-9月期	▲ 0.8	▲ 3.4	▲ 5.4	▲ 2.3	▲ 7.8	▲ 2.6	1.7	▲ 0.9	▲ 9.0	▲ 2.0
	10-12月期	▲ 0.2	▲ 3.8	▲ 6.9	▲ 2.7	▲ 8.1	▲ 0.6	3.7	▲ 0.5	▲ 3.8	▲ 2.7
百 貨 店	平成6年	▲ 2.2	▲ 2.4	▲ 4.2	▲ 1.4	▲ 5.1	▲ 1.6	▲ 1.0	▲ 2.9	▲ 7.7	▲ 3.6
	7	▲ 1.9	▲ 1.9	▲ 1.9	▲ 1.3	▲ 6.5	▲ 0.8	▲ 0.9	▲ 2.7	▲ 9.2	▲ 0.9
	8	2.0	2.7	1.6	3.4	▲ 2.8	4.5	1.2	1.4	▲ 2.0	▲ 5.4
	9	0.6	0.8	0.3	2.2	▲ 6.6	1.0	1.6	▲ 0.5	▲ 3.8	▲ 7.9
	10	▲ 4.1	▲ 3.8	▲ 6.1	▲ 2.8	▲ 10.9	▲ 1.6	▲ 2.2	▲ 6.1	▲ 14.7	▲ 9.8
	10年 1-3月期	▲ 8.7	▲ 8.0	▲ 8.3	▲ 5.3	▲ 23.1	▲ 8.3	▲ 0.6	▲ 15.0	▲ 30.5	▲ 24.7
	4-6月期	1.7	1.9	0.1	2.1	2.1	3.2	0.6	2.2	0.5	2.7
	7-9月期	▲ 3.6	▲ 3.3	▲ 5.9	▲ 2.7	▲ 7.4	▲ 1.3	▲ 3.6	▲ 4.3	▲ 11.8	▲ 7.0
	10-12月期	▲ 4.8	▲ 4.9	▲ 9.1	▲ 4.3	▲ 10.7	0.5	▲ 3.7	▲ 5.6	▲ 8.4	▲ 6.0
ス パ リ	平成6年	2.7	▲ 1.3	▲ 1.7	▲ 1.1	▲ 3.0	▲ 0.1	4.9	3.2	0.0	7.8
	7	4.6	2.4	3.1	1.4	2.3	4.5	6.4	3.6	▲ 2.3	3.8
	8	3.7	1.0	0.1	0.5	0.6	4.1	4.3	5.3	▲ 4.9	▲ 1.3
	9	3.1	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 0.9	▲ 4.2	▲ 0.2	4.9	4.1	▲ 2.3	▲ 0.6
	10	2.3	▲ 2.2	▲ 4.3	▲ 0.1	▲ 6.3	▲ 2.6	5.4	1.3	▲ 4.8	▲ 6.0
	10年 1-3月期	▲ 1.5	▲ 5.4	▲ 7.2	▲ 3.8	▲ 10.1	▲ 3.7	2.9	▲ 5.2	▲ 14.7	▲ 19.5
	4-6月期	4.7	1.7	▲ 2.4	4.4	▲ 1.4	1.4	6.4	4.4	▲ 2.9	1.8
	7-9月期	1.7	▲ 3.7	▲ 4.8	▲ 1.6	▲ 8.1	▲ 5.1	4.1	1.9	▲ 3.9	▲ 1.1
	10-12月期	4.3	▲ 1.6	▲ 3.1	0.5	▲ 5.2	▲ 3.2	7.8	4.0	2.4	▲ 2.1

の動きが鈍かった。

スーパーは、同1.3%と増加が続いている。商品別にみると、大型家具や白物家電、エアコンなどの耐久消費財が低調、家庭用品も全般的に低調であったが、その他の商品はガーデニングブームによる園芸用品、化粧品、家庭医薬品、電子玩具などに動きがみられた。

(3) 地域別の動向

——四国、中部、九州・沖縄、北海道は増加——

① 地域別販売額の動向

大型小売店の地域別動向をみると(第8表)、東北は衣料品、食料品、その他がいずれも減少、関東、中国、近畿は衣料品、その他の減により減少、四国、九州・沖縄、中部は飲食料品、その他の増により、北海道は飲食料品の増により増加となった。

これを業態別にみると、百貨店は北海道、東北の5%を超える減少をはじめ全地域で減少、スーパーは四国で2桁の増、北海道、中部が6%を超える増加となったのをはじめ全地域で増加

となっている。

なお、既存店ベースで地域別の販売額をみると、全地域で前年に引き続き減少となっており、百貨店、スーパーとも全地域で減少し、減少幅は全地域で拡大している。

② 商品別の動向

業態別に商品別の販売額をみると、百貨店(第9表)の衣料品は、全地域で減少、なかでも東北、北海道では▲5%以上の減少、また、東北、北海道、中部、中国では2年連続の減少となった。飲食料品は、中国、九州・沖縄を除く全ての地域が減少、東北、中部では2年連続の減少となっている。その他は、四国と九州・沖縄が小幅な減少であったのを除き、全地域で▲5%以上の減少となった。

スーパー(第10表)の衣料品は、北海道、四国、中部が増加となったが、関東は3年連続、中国、九州・沖縄は2年連続の減少となった。飲食料品は、四国が2割近い大幅増、中部、北海道でも10%近い増加となったのをはじめ全地域が増加となった。その他は、四国が2桁台の増加、九州・沖縄、中部、北海道は5%を超える増加と関東を除く全地域で増加となっている。

第8表 大型小売店の通商産業局別販売額前年(同期)比

(1) 合 計(百貨店+スーパー)

(単位: %)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	0.1	▲0.4	3.5	▲0.3	1.3	▲0.7	1.0	3.3	▲0.3
7年	1.3	0.8	5.2	1.3	2.7	▲0.9	0.8	7.1	3.1
8年	2.8	4.0	4.1	2.9	2.0	3.0	2.8	3.4	1.5
9年	1.9	1.4	3.2	1.3	3.1	2.6	1.3	3.7	1.1
10年	▲0.7	0.4	▲1.6	▲1.9	1.8	▲1.0	▲0.5	6.5	1.5
平成10年 1-3月期	▲4.9	▲4.8	▲4.7	▲6.4	▲1.5	▲5.1	▲3.5	2.6	▲3.4
4-6月期	3.3	2.2	1.3	2.2	6.5	3.5	3.7	9.9	5.4
7-9月期	▲0.8	0.6	▲3.1	▲2.2	0.4	▲0.5	▲0.7	8.7	2.9
10-12月期	▲0.2	3.5	0.2	▲1.0	2.2	▲1.3	▲1.2	5.0	1.4

(2) 百貨店

(単位: %)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	▲2.2	▲1.7	▲0.3	▲3.2	▲3.0	▲1.1	▲0.2	▲2.8	▲0.9
7年	▲1.9	▲0.1	0.7	▲1.9	▲0.9	▲4.2	▲0.1	▲1.7	▲0.4
8年	2.0	1.3	0.7	2.7	▲0.6	2.6	1.5	0.3	0.7
9年	0.6	▲0.6	▲1.0	0.3	▲1.7	1.7	0.4	4.1	3.2
10年	▲4.1	▲5.8	▲5.8	▲4.5	▲4.2	▲4.0	▲3.2	▲0.8	▲0.7
平成10年 1-3月期	▲8.7	▲8.9	▲10.1	▲9.4	▲10.6	▲9.0	▲6.7	1.9	▲4.0
4-6月期	1.7	▲1.2	▲1.9	1.0	3.3	2.4	2.0	4.2	6.0
7-9月期	▲3.6	▲7.1	▲6.3	▲4.0	▲4.2	▲2.9	▲3.5	▲3.1	0.3
10-12月期	▲4.8	▲5.4	▲4.5	▲5.0	▲4.1	▲5.3	▲3.9	▲4.5	▲3.6

(3) スーパー

(単位: %)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	2.7	1.3	6.2	3.6	5.6	▲0.1	1.7	9.3	0.1
7年	4.6	1.8	8.0	5.1	5.7	2.3	1.1	14.4	5.8
8年	3.7	6.8	6.4	3.2	4.1	3.3	3.8	5.6	2.2
9年	3.1	3.3	5.9	2.4	6.8	3.5	1.9	3.4	▲0.5
10年	2.3	6.3	0.9	0.9	6.2	1.8	1.4	11.5	3.3
平成10年 1-3月期	▲1.5	▲0.7	▲1.4	▲3.2	5.3	▲1.4	▲1.2	3.1	▲2.9
4-6月期	4.7	5.3	3.1	3.4	8.7	4.4	4.8	13.7	5.0
7-9月期	1.7	7.6	▲1.3	▲0.4	3.6	1.6	1.3	17.3	4.9
10-12月期	4.3	12.0	3.0	3.5	7.1	2.6	0.8	12.1	6.0

第9表 百貨店の地域別商品販売額の推移(前年・前年同期比)

(1) 衣料品

(単位: %)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	▲2.4	▲2.3	▲1.7	▲3.2	▲2.6	▲1.8	▲0.3	▲1.7	▲0.6
7年	▲1.9	▲0.1	▲0.7	▲1.6	▲0.3	▲5.5	1.1	▲0.3	0.3
8年	2.7	1.7	▲1.0	3.4	▲0.1	3.9	1.6	0.3	2.0
9年	0.8	▲0.9	▲0.8	0.9	▲1.3	1.5	▲0.6	4.0	2.8
10年	▲3.8	▲5.6	▲5.8	▲4.5	▲3.7	▲3.2	▲3.4	▲0.9	▲0.7
平成10年 1-3月期	▲8.0	▲8.0	▲9.6	▲9.3	▲8.8	▲7.2	▲7.5	1.1	▲4.2
4-6月期	1.9	▲1.0	▲1.7	1.0	3.7	2.9	1.5	5.1	5.9
7-9月期	▲3.3	▲6.7	▲6.8	▲3.8	▲3.7	▲2.2	▲2.7	▲4.4	0.4
10-12月期	▲4.9	▲6.0	▲4.6	▲5.2	▲4.8	▲5.2	▲3.8	▲4.7	▲3.6

(2) 飲食料品

(単位: %)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	▲1.0	▲0.8	3.1	▲2.0	▲1.8	0.7	▲1.0	▲2.3	▲0.6
7年	▲0.9	2.3	1.6	▲1.3	▲0.9	▲0.6	▲2.5	▲4.2	▲1.4
8年	1.2	2.9	2.6	1.8	0.1	0.7	0.1	0.0	▲1.6
9年	1.6	1.0	▲0.2	0.8	▲0.4	3.4	2.2	4.1	3.9
10年	▲2.2	▲2.9	▲3.0	▲3.1	▲1.9	▲1.5	1.2	▲0.4	0.3
平成10年 1-3月期	▲0.6	▲2.3	▲5.8	▲1.8	▲2.2	1.6	4.9	6.4	4.8
4-6月期	0.6	▲2.4	▲2.4	▲0.4	▲0.5	2.4	6.7	0.9	4.7
7-9月期	▲3.6	▲5.3	▲4.3	▲4.4	▲2.9	▲3.4	0.0	▲1.5	▲0.9
10-12月期	▲3.7	▲1.7	▲0.1	▲4.7	▲1.8	▲3.9	▲2.4	▲3.4	▲3.1

(3) その他

(単位: %)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	▲2.9	▲1.4	▲0.4	▲4.0	▲4.7	▲1.4	0.5	▲5.5	▲2.0
7年	▲2.7	▲1.8	2.8	▲2.8	▲2.1	▲5.0	▲0.5	▲2.9	▲1.2
8年	1.4	▲0.9	2.3	2.1	▲2.0	2.0	2.4	0.4	▲0.5
9年	▲0.5	▲1.5	▲2.3	▲1.1	▲3.6	0.6	0.9	4.3	3.2
10年	▲6.1	▲8.7	▲9.0	▲5.7	▲7.2	▲7.5	▲6.6	▲0.7	▲1.6
平成10年 1-3月期	▲15.0	▲15.3	▲15.2	▲14.4	▲19.4	▲18.7	▲11.5	1.5	▲8.9
4-6月期	2.2	▲0.7	▲2.0	2.1	5.3	1.4	0.1	3.9	7.2
7-9月期	▲4.3	▲9.5	▲7.8	▲4.1	▲6.6	▲3.6	▲8.8	▲2.2	1.5
10-12月期	▲5.6	▲8.0	▲9.7	▲4.8	▲5.1	▲7.0	▲5.6	▲5.2	▲4.3

第10表 スーパーの地域別商品販売額の推移（前年・前年同期比）

① 衣料品

(単位：%)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	▲1.3	▲1.7	0.4	▲0.7	1.1	▲4.2	▲1.4	3.3	▲2.6
7年	2.4	1.2	2.1	1.5	5.7	2.2	▲0.1	11.6	3.1
8年	1.0	3.0	2.1	▲0.4	1.3	2.2	1.0	2.9	1.7
9年	▲1.3	2.2	1.0	▲1.1	▲0.6	▲1.7	▲3.0	▲3.1	▲3.3
10年	▲2.2	1.4	0.0	▲3.5	0.3	▲3.9	▲2.6	0.7	▲0.5
平成10年 1-3月期	▲5.4	▲3.3	▲2.0	▲7.8	▲1.1	▲5.4	▲4.2	▲4.9	▲4.3
4-6月期	1.7	3.1	4.9	▲0.3	4.1	1.1	3.0	4.2	3.6
7-9月期	▲3.7	▲1.3	▲4.3	▲5.9	▲1.6	▲4.3	▲2.9	2.7	0.8
10-12月期	▲1.6	5.9	1.3	▲0.4	▲0.3	▲6.6	▲5.7	1.0	▲1.6

② 飲食料品

(単位：%)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	4.9	3.3	9.8	5.4	8.5	2.0	4.5	12.6	1.8
7年	6.4	4.3	13.3	7.5	5.4	3.7	1.8	18.8	5.8
8年	4.3	9.8	9.0	3.9	5.8	2.2	4.8	6.7	0.9
9年	4.9	2.9	6.7	4.4	8.7	5.2	6.1	6.0	0.5
10年	5.4	9.2	0.4	4.8	10.0	4.8	3.3	17.9	4.1
平成10年 1-3月期	2.9	2.1	▲2.1	2.6	8.8	2.8	4.2	8.2	0.8
4-6月期	6.4	5.8	1.1	6.2	12.1	5.7	6.4	17.7	5.3
7-9月期	4.1	12.7	▲0.7	2.9	6.8	3.5	1.3	24.3	4.1
10-12月期	7.8	15.1	3.2	7.4	12.3	7.1	1.8	20.6	6.1

③ その他

(単位：%)

	全国計	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
平成6年	3.2	0.8	6.8	4.9	6.1	▲0.2	0.8	12.4	1.1
7年	3.6	▲2.5	3.9	4.6	6.4	▲0.4	1.0	10.1	9.4
8年	5.3	4.6	5.5	5.3	4.4	6.3	5.0	7.0	4.7
9年	4.1	5.3	10.1	2.2	11.7	5.0	▲0.1	6.5	1.4
10年	1.3	5.0	3.0	▲2.0	5.4	1.1	2.0	11.5	6.2
平成10年 1-3月期	▲5.2	▲3.8	1.1	▲8.4	5.6	▲5.3	▲7.5	3.0	▲6.2
4-6月期	4.4	6.3	6.5	1.9	7.4	4.8	4.0	17.8	6.2
7-9月期	1.9	5.3	0.2	▲1.9	2.9	2.4	5.4	18.4	10.4
10-12月期	4.0	12.0	4.4	0.6	5.9	2.6	6.2	8.2	14.4

(参考) コンビニエンス・ストアの動向

——サービス売上高の拡大みられる

コンビニエンス・ストア——

コンビニエンス・ストア（平成10年4月分から調査開始、但し、データは平成9年4月まで遡及、調査対象は500店舗以上を有するコンビニエンス・ストアのチェーン企業）の総店舗数は、平成10年末現在で3万2248店、前年末に比べ1169店、前年末比3.8%の増加となっており、月次でみた店舗数は増加傾向にある。

平成10年の商品販売額及びサービス売上高は、6兆492億円、うち、商品販売額は5兆8278億円（構成比96.3%）、サービス売上高は2214億円（同3.7%）であった。商品販売額の内訳をみると、ファーストフード及び日配食品が2兆1877億円（商品販売額に占める割合37.5%）、加工食品が2兆1698億円（同37.2%）、非食品は1兆4704億円（同25.2%）となっている。また、サービス売上高の推移をみると、調査開始以降ほとんどの月で10%を上回る増加が続いている。コンビニエンス・ストアにおけるサービス部門の拡大が進展しているといえる。なお、既存店ベースにおいてもサービス売上高は増加傾向にある。

第16図 コンビニエンス・ストアの商品別推移

