

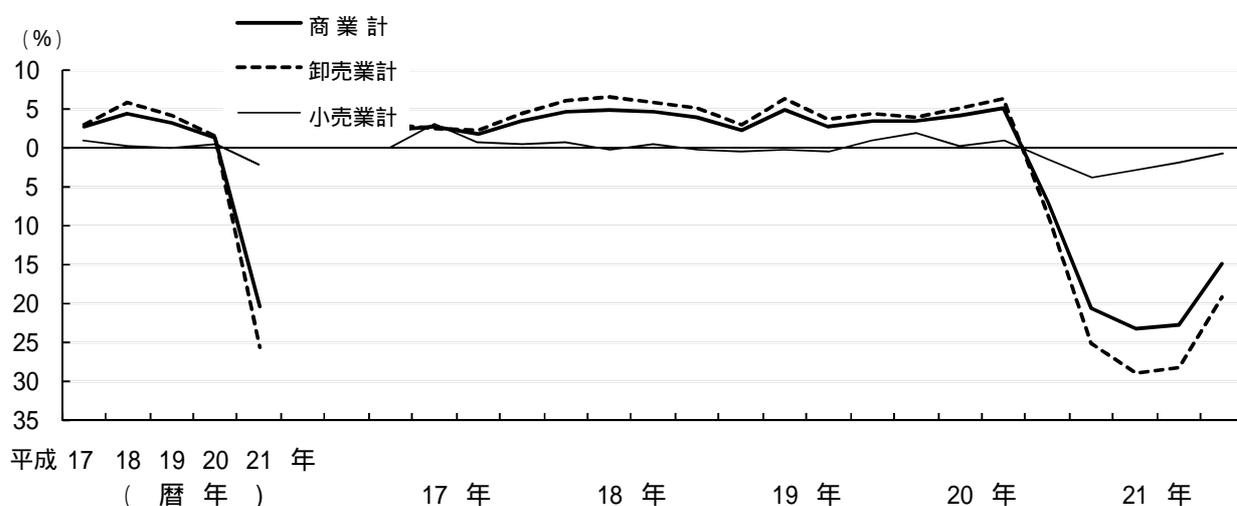
概 況

・ 商業販売額の動向

- 7年ぶりの減少となった商業販売額 -

平成21年の商業販売額は、493兆7960億円、前年比 20.5%と7年ぶりの減少となった(第1図)。四半期別にみると、1～3月期は前年同期比 20.6%と2期連続の減少となった。4～6月期は同 23.4%、7～9月期は同 22.8%、10～12月期は同 14.9%の減少となった。

第1図 商業販売額の推移(前年比・前年同期比)



・ 卸売業販売額の動向

- 7年ぶりの減少となった卸売業 -

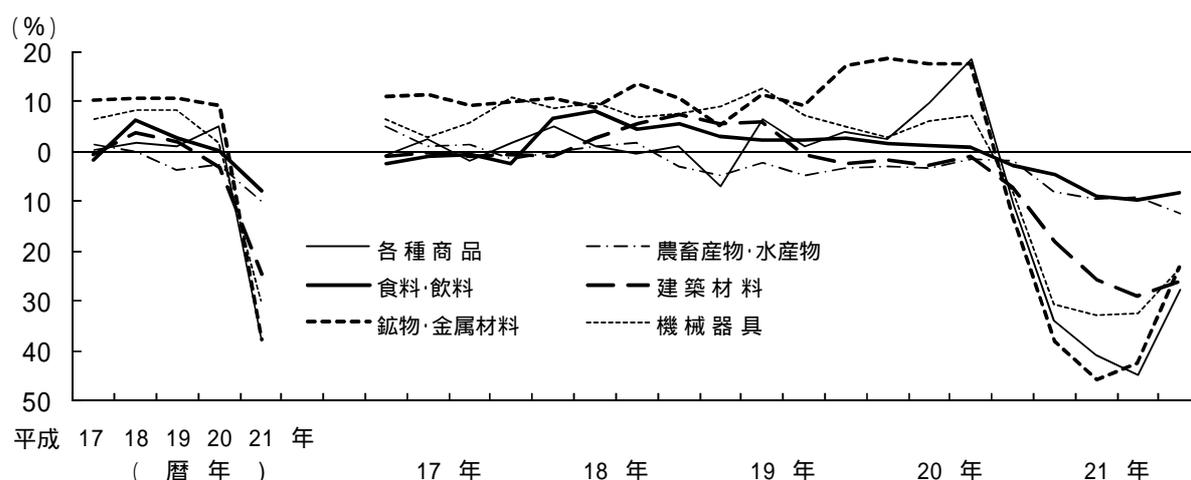
平成21年の卸売業販売額は、機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業、各種商品卸売業など、すべての業種が減少したことにより、361兆4680億円、前年比 25.6%と7年ぶりの減少となった(第2図)。これは、機械器具卸売業が、半導体等電子部品や原動機、自動車・自動車部品等の輸出入が全般的に不振であったこと、建設用・鉱山用機械や金属加工機械などの輸出が減少したことなどにより減少、鉱物・金属材料卸売業が、原油や非鉄金属の価格安の影響に加え、輸出入取扱量の減少などにより減少、各種商品卸売業が、国内向け取引量や輸出入の取扱量が減少したことなどによる。

四半期別にみると、1～3月期は、機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業及び各種商品卸売業をはじめすべての業種が減少したことなどにより、91兆2150億円、前年同期比 25.2%と2期連続の減少となった。

4～6月期は、87兆3220億円、同 28.9%、7～9月期は、90兆2990億円、同 28.3%と1～3月期同様すべての業種が減少したことなどにより、それぞれ減少となった。

10～12月期は、機械器具卸売業、各種商品卸売業、鉱物・金属材料卸売業をはじめすべての業種が減少したことなどにより、92兆6330億円、同 19.3%の減少となった。

第2図 主要卸売業販売額の推移（前年比・前年同期比）



1. 業種別の動向

各種商品卸売業は、国内向け取引量や輸出入の取扱量の減少に加え、前年に比べ原油価格が低い水準にあることなどにより、36兆6730億円、前年比 37.3%と7年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、原油価格の低下の影響などにより、前年同期比 33.9%と2期連続の減少となった。4～6月期は、輸出入の取扱量の減少に加え、原油価格の低下の影響などにより、同 40.8%の減少となった。7～9月期は、国内向け取引量や輸出入の取扱量の減少に加え、原油価格の低下の影響などにより、同 44.8%の減少となった。10～12月期は、原油価格低下の一服に加え、年末における輸出の取扱量持ち直しの影響もあり、同 27.6%の減少となった。

繊維品卸売業は、国内向けの需要低迷が依然継続していることにより、2兆8810億円、前年比 23.2%と19年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、国内向けの需要低迷が続いており、前年同期比 29.6%と47期連続の減少となった。4～6月期、7～9月期は、それぞれ同 28.6%、同 19.3%の減少となった。10～12月期は、引き続き国内向けの需要低迷が続いていることにより、同 14.0%の減少となった。

衣服・身の回り品卸売業は、消費者の低価格志向を背景として、天候不順の影響などから季節衣料が低調な動きだったことなどにより、8兆9220億円、前年比 27.0%と3年連続の減少となった。

四半期別にみると、季節商材の動きが鈍かったことなどにより、1～3月期は、前年同期比 24.2%と10期連続の減少、4～6月期は、同 32.5%の減少となった。7～9月期は、天候不順による夏物衣料の動きが鈍かったことなどにより、同 26.3%の減少となった。10～12月期は、天候不順の影響などから季節衣料の動きが鈍かったことなどにより、同 24.5%の減少となった。

農畜産物・水産物卸売業は、穀物類や魚介類、輸入野菜の取扱量の減少などにより、37兆5610億円、前年比 9.9%と4年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、穀物類や水産物に加え、輸入野菜などの取扱量の減少などにより、前年同期比 8.2%と10期連続の減少となった。4～6月期は、穀物類や水産物などの取扱量の減少などにより、同 9.4%の減少となった。7～9月期は、穀物類や肉類、魚介類などの取扱量の減少などにより、同 9.2%の減少となった。10～12月期は、穀物類、魚介類、肉類の減少などにより、同 12.5%の減少となった。

食料・飲料卸売業は、外食産業向けなどの業務食材やビールなどアルコール飲料の動きが鈍かったことなどにより、44兆1180億円、前年比 8.0%と4年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、外食産業向けなど業務用食材やビールなど飲料の取扱量の減少など

により、前年同期比 4.8%と2期連続の減少となった。4～6月期は外食産業向けなど業務用食材の取扱量の減少などにより、同 8.9%の減少となった。7～9月期は、天候不順の影響などによる取扱量の減少などにより、同 9.7%の減少となった。10～12月期は、ビールなど飲料の取扱量の減少などにより、同 8.3%の減少となった。

建築材料卸売業は、建築需要の低迷による減少などにより、18兆900億円、前年比 24.8%と2年連続の減少となった。

四半期別にみると、建築需要の落ち込みなどにより、1～3月期は、前年同期比 18.2%と7期連続の減少、4～6月期は、同 25.7%、7～9月期は、同 28.9%、10～12月期は、同 26.3%と各期を通じてそれぞれ大幅な減少となった。

化学製品卸売業は、ナフサなど原料安による製品価格の低下に加え、輸出入取扱量が減少したことなどにより、18兆3430億円、前年比 28.1%と7年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、ナフサなどの原料安による製品価格の低下に加え、輸出入取扱量の減少などにより、1～3月期は、前年同期比 33.3%と2期連続の減少、4～6月期は、同 32.6%、7～9月期は、同 29.1%、10～12月期は同 16.3%とそれぞれ減少となった。

鉱物・金属材料卸売業は、原油や非鉄金属の価格安の影響に加え、輸出入取扱量の減少などにより、40兆8700億円、前年比 37.9%と6年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、原油や鉄鋼などの価格安の影響に加え、内外需とも不調だったことにより、1～3月期は、前年同期比 38.1%と2期連続の減少、4～6月期は、同 45.6%の減少となった。7～9月期は、原油や鉄鋼などの価格安の影響に加え、輸出入取扱量の減少などにより、同 42.4%の減少となった。10～12月期は、原油や非鉄金属の価格安の影響に加え、原油、液化天然ガス、石炭などの輸入が不調だったことにより、同 23.4%の減少となった。

機械器具卸売業は、電気機械器具が輸出入ともに半導体等電子部品などが不調だったこと、一般機械器具が輸出入の原動機や建設用・鉱山用機械、金属加工機械などが輸出向けに不調だったこと、自動車も米国や欧州向けなどの輸出が不調だったことなどにより、90億6920億円、前年比 29.9%と7年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、電気機械器具が輸出入ともに半導体等電子部品などが不調、一般機械器具が輸出向けの原動機や建設用・鉱山用機械などが不調、自動車が米国や欧州、アジア向けなどに輸出が不調だったことなどにより、前年同期比 30.5%と2期連続の減少となった。4～6月期、7～9月期は、電気機械器具が輸出入ともに半導体等電子部品などが不調、一般機械器具が原動機の輸出入や建設用・鉱山用機械、金属加工機械の輸出向けなどが不調、自動車が米国や欧州、アジア向けなどに輸出が不調だったことなどにより、それぞれ同 33.0%、同 32.4%の減少となった。10～12月期は、一般機械器具が輸出入の原動機や輸出向けの建設用・鉱山用機械、金属加工機械などが不調、電気機械器具が重電機器の輸出入などが不調、自動車も引き続き輸出向けなどが不調だったことなどにより、同 23.3%の減少となった。

家具・建具・じゅう器卸売業は、建築需要の低迷に加え、住宅設備、室内装飾品などの需要が減少したことなどにより、5兆9210億円、前年比 25.1%と2年連続の減少となった。

四半期別にみると、引き続き建築需要の低迷から住宅設備、室内装飾品などの減少により、1～3月期は、前年同期比 22.6%と5期連続の減少、4～6月期は、同 26.5%、7～9月期は、同 25.7%、10～12月期は、同 25.5%と各期を通じてそれぞれ大幅な減少となった。

医薬品・化粧品卸売業は、輸入化粧品の取扱量の減少により、24兆8040億円、前年比 3.6%と9年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、輸入品の取扱量の減少などにより、1～3月期は、前年同期比 3.6%と2期連続の減少、4～6月期、7～9月期は、それぞれ同 6.3%、同 3.5%の減少となった。10～12月期は、輸入化粧品の取扱量及び国内取引量が低調だったことなどにより、同 0.9%の減少となった。

その他の卸売業は、ゴム製品や紙・板紙製品の国内向け取扱量が減少したことなどにより、32兆

5920 億円、前年比 24.1%と2年連続の減少となった。

四半期別にみると、ゴム製品や紙・板紙製品などが不調だったことなどにより、1～3月期は、前年同期比 24.4%と3期連続の減少、4～6月期は、同 28.0%、7～9月期は、同 23.9%、10～12月期は、同 19.3%と各期を通じてそれぞれ大幅な減少となった。

2. 大規模卸売店の動向

大規模卸売店の販売額は、92兆4398億円、前年比 28.1%と6年ぶりの減少となった。

これは、石油・石炭、鉄鋼などの素材関連の価格低下に加え、輸出入や国内向け取引量が低調だったことによる。

販売額を商品別にみると、抗ガン剤や抗インフルエンザウィルス剤などの輸入増により医薬品・化粧品が増加となったものの、石油・石炭、半導体をはじめとしたその他の機械器具、鉄鋼などほとんどの商品が減少となった。

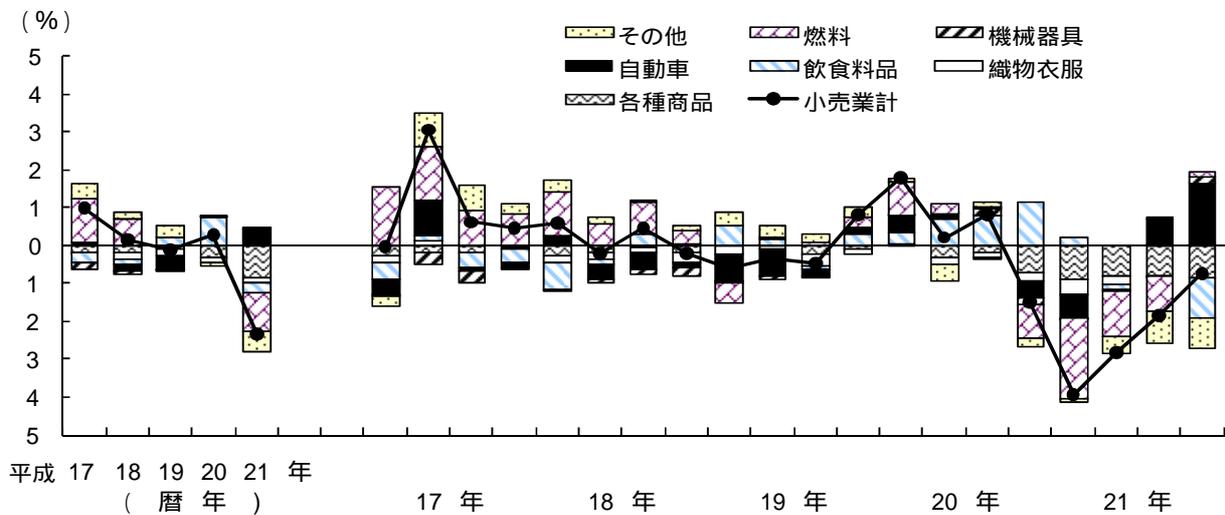
四半期別にみると、1～3月期は、抗ガン剤の輸入増などによる医薬品・化粧品が増加となったものの、石油・石炭、その他の機械器具、化学製品などが減少したことにより、前年同期比 31.8%と2期連続の減少となった。4～6月期は、産業用車両などのその他の輸送機械や医薬品・化粧品が増加となったものの、石油・石炭、鉄鋼、その他の機械器具などが減少したことにより、同 31.4%の減少となった。7～9月期は、抗インフルエンザウィルス剤や抗ガン剤の輸入増などによる医薬品・化粧品が増加となったものの、石油・石炭、鉄鋼、その他の機械器具などが減少したことにより、同 31.5%の減少となった。10～12月期は、医薬品・化粧品が増加となったものの、石油・石炭、鉄鋼、その他の機械器具などが減少したことにより、同 16.3%の減少となった。

・ 小売業販売額の動向

- 2年ぶりの減少となった小売業販売額 -

平成21年の小売業販売額は、自動車小売業、機械器具小売業が増加したものの、燃料小売業、各種商品小売業(百貨店など)、その他小売業などが減少したことにより、132兆3280億円、前年比 2.3%と2年ぶりの減少となった。これは、自動車小売業が年後半において環境対応車の販売が好調なことにより増加、機械器具小売業がエコポイント対象商品である薄型テレビ、電気冷蔵庫などの販売が好調なことにより増加したものの、燃料小売業が昨年原油価格高騰の反動もあり、昨年と比較してガソリンなどの石油製品価格が低い水準にあることなどにより減少、各種商品小売業は、セールや催事効果がみられたものの、天候不順や商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などにより減少、その他小売業は、新型インフルエンザ対策関連商品や化粧品などが好調だったものの、ゲーム機関連商品などが不調だったことなど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）



四半期別にみると（第3図）、1～3月期は、飲食料品小売業が、家庭における節約志向による外食化から内食化への高まりの影響から増加したものの、燃料小売業が原油価格の下落によるガソリンなどの価格低下などにより減少、各種商品小売業が季節衣料の不振により減少など、残り全ての業種で減少したことにより、32兆5880億円、前年同期比 3.9%と2期連続の減少となった。

4～6月期は、燃料小売業が前年と比較して石油製品価格が低い水準であることなどにより減少、各種商品小売業が商品の低価格化の影響などにより減少、その他小売業がゲーム機関連商品や一部化粧品が不調だったことなどにより減少するなど、自動車小売業を除き、残り全ての業種で減少したことにより、32兆2740億円、同 2.8%の減少となった。

7～9月期は、その他小売業が天候不順によるUV関連化粧品や台所・調理用品などが不調だったことなどにより減少、燃料小売業が前年と比較して石油製品価格が低い水準であることなどにより減少、各種商品小売業が天候不順の影響や消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響などにより減少したことにより、32兆6030億円、同 1.9%の減少となった。

10～12月期は、自動車小売業、機械器具小売業、織物・衣服・身の回り品小売業などが増加したものの、飲食料品小売業、各種商品小売業などが減少したことなどにより、34兆8630億円、同 0.7%の減少となった。

1. 業種別の動向

各種商品小売業は、消費者の節約志向を背景として、セールや催事効果がみられたものの、天候不順や商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などにより、前年比 7.0%と14年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、消費マインドの冷え込みや天候の影響による季節衣料の不振、前年のうるう年の反動などにより、前年同期比 7.4%と4期連続の減少となった。4～6月期は、消費者の生活防衛意識や節約志向を背景とした商品の低価格化の影響などにより、同 6.9%の減少となった。7～9月期、10～12月期は、セールや催事効果が見られたものの、天候不順や商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などにより、それぞれ、同 6.8%、同 7.0%の減少となった。

織物・衣服・身の回り品小売業は、年間を通して天候不順などの影響から季節衣料が伸び悩んだことなどにより、前年比 1.8%と5年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、天候不順による季節商材の不振や、前年のうるう年効果の反動などにより、前年同期比 5.5%と4期連続の減少となった。4～6月期は、夏物商材に動きがみられたものの、全

一般的に動きが鈍かったことなどにより、同 2.6%の減少となった。7～9月期は、一部秋物商材に動きがみられたことに加え、一部専門店の低価格商材の販売好調も加わったことなどにより、同 0.4%と6期ぶりの増加となった。10～12月期は、一部冬物商材に動きが見られたことに加え、一部専門店の低価格商材の販売好調が継続したことなどにより、同 0.6%の増加となった。

飲食料品小売業は、景気停滞の影響による節約志向の影響から、家庭において外食から内食化傾向がみられたものの、商品の低価格化などの影響により、前年比 0.9%と3年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、家庭における節約志向による外食化から内食化への高まりの影響から、畜産品や鍋物商材が堅調に推移したことにより、前年同期比 0.7%と6期連続の増加となった。4～6月期は、商品の低価格化の影響や惣菜や水産品が不調だったことなどにより、同 0.4%と7期ぶりの減少となった。7～9月期は、農産品や第3のビールなどに動きがみられたものの、天候不順の影響や消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響などにより、同 0.1%の減少となった。10～12月期は、不安定な天候の影響による鍋物商材の不調や農産品の相場安などにより、同 3.4%の減少となった。

自動車小売業は、年後半における環境対応車の販売が好調だったことなどにより、前年比 3.9%と2年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、普通乗用車や小型乗用車などが不調だったことなどにより、前年同期比 4.6%と3期連続の減少となった。4～6月期は、一部環境対応車に動きがみられたものの、普通乗用車や小型乗用車全体では不調だったことなどにより、同 0.0%の横ばいとなった。7～9月期は、環境対応車の販売が好調だったことなどにより、同 6.2%と横ばいを含め5期ぶりの増加となった。10～12月期は、引き続き環境対応車の販売が好調だったことなどにより、同 15.6%の増加となった。

機械器具小売業は、エコポイント対象商品である薄型テレビ、電気冷蔵庫などの販売が好調なことにより、前年比 0.4%と2年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、暖冬の影響によりエアコンや暖房機器が減少したことなどにより、前年同期比 0.5%と2期連続の減少となった。4～6月期、エコポイント対象商品である薄型テレビ、電機冷蔵庫などは堅調に推移したものの、エアコンやパーソナルコンピュータなどが減少したことにより、同 1.1%の減少となった。7～9月期は、エコポイント対象商品である薄型テレビ、電気冷蔵庫などが堅調に推移したことにより、同 0.2%と4期ぶりの増加となった。10～12月期は、引き続き薄型テレビ、電気冷蔵庫や空気清浄機などの販売が好調なことにより、同 3.0%の増加となった。

燃料小売業は、昨年の原油価格高騰の反動もあり、昨年と比較してガソリンなどの石油製品価格が低い水準にあることなどにより、前年比 9.6%と2年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、原油価格の下落によるガソリンなどの石油製品価格の低下や暖冬による灯油販売数量の減少などにより、前年同期比 18.5%と2期連続の減少となった。4～6月期、7～9月期は、原油価格が落ち着きをみせていることを背景として、昨年と比較してガソリンなど石油製品価格が低い水準であることなどにより、それぞれ同 11.8%、同 8.7%の減少となった。10～12月期は、ガソリンの販売価格及び販売量の上昇などにより、同 1.3%と5期ぶりの増加となった。

その他小売業は、新型インフルエンザ対策関連商品や化粧品などが好調だったものの、ゲーム機関連商品などが不調だったことなどにより、前年比 2.4%と2年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、医薬品や花粉症対策関連商材などに堅調な動きがみられたものの、ゲーム機関連商材や家具などが不調だったことなどにより、前年同期比 0.5%と2期連続の減少となった。4～6月期は、マスクや制汗剤などが好調だったものの、ゲーム機関連商品や一部化粧品が不調だったことなどにより、同 1.9%の減少となった。7～9月期は、新型インフルエンザ対策商品のマスク、消毒液などが好調だったものの、天候不順によるUV関連化粧品や台所・調理用品などが不調だったことなどにより、同 3.8%の減少となった。10～12月期は、新型インフルエンザ対策関連商品などに堅調な動きが見られたものの、ゲーム機関連商品や家具などが不調だったことなどにより、同 3.4%の減少となった。

2. 大型小売店の動向

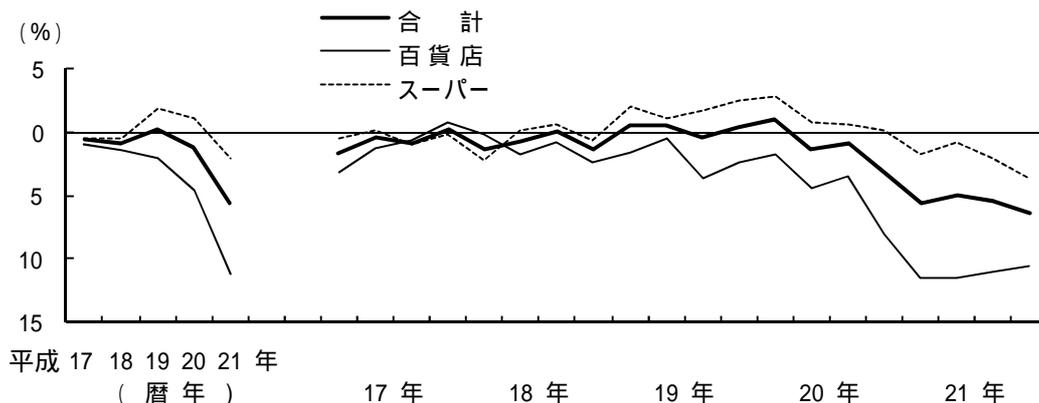
小売業販売額の約15%を占める大型小売店の販売額は、19兆7758億円、前年比 5.6%と2年連続の減少となった(第4図)。

これは、消費者の節約志向を背景として、セールや催事効果がみられたものの、天候不順や商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などによる。商品別にみると、衣料品は、季節衣料が天候の影響や消費者の買い控え傾向の高まりなどにより全般的に不振だったことなどにより減少となった。飲食料品は、家庭における内食化傾向の影響やスーパーの出店効果などがみられたものの、商品の低価格化の影響もあり減少となった。その他は、高額商品が不振だったことなどにより減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、家庭における節約志向による外食化から内食化傾向の影響から、飲食料品は堅調に推移したものの、消費マインドの冷え込みや気温の影響による季節衣料の不振に加え、前年のうるう年の反動などにより、前年同期比 5.6%と4期連続の減少となった。4～6月期は、飲食料品は堅調に推移したものの、衣料品が全般的に不振であったことなどにより、同 4.9%の減少となった。7～9月期は、雇用環境の悪化や所得の低迷を背景として、衣料品をはじめ高額商品の販売不振などにより、同 5.5%の減少となった。10～12月期は、一部クリアランスセールの前倒しや催事効果がみられたものの、天候不順の影響や消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などにより、同 6.4%の減少となった。

なお、大型小売店の既存店ベースでみると、前年比 7.0%と平成4年から18年連続の減少となった。

第4図 大型小売店(百貨店・スーパー)の販売額推移(前年比・前年同期比)



百貨店

百貨店の販売額は、7兆1772億円、前年比 11.2%と12年連続の減少となった。これは、消費者の節約志向を背景として、セールや催事効果がみられたものの、天候不順や商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振があったことなどによる。商品別にみると、衣料品は、季節衣料が天候の影響や消費者の買い控え傾向の高まりなどにより主力の重衣料を中心に減少となった。飲食料品は、商品の低価格化の影響などにより減少となった。その他は、国産化粧品は堅調だったものの、高額商品など全般的に不調だったことなどにより減少となった。

四半期別にみると(第5図)、1～3月期は、消費者の生活防衛意識が強まる中、暖冬の影響もあり主力の衣料品が冬物衣料を中心に不振であったことに加え、前年のうるう年効果の反動や宝飾品などの高額商品が引き続き不調であったことなどにより、前年同期比 11.5%と13期連続の減少となった。商品別にみると、衣料品は暖冬の影響による冬物衣料の不振や3月後半の低温の影響による春物商材の動きが鈍かったことなどにより減少となった。飲食料品は、物産展を中心とした催事効果はあったものの、バレンタインデー及びホワイトデーを中心とした需要が不振だったことなどにより減少となった。その他は、宝飾品などの

高額商品が不調だったことなどにより減少となった。

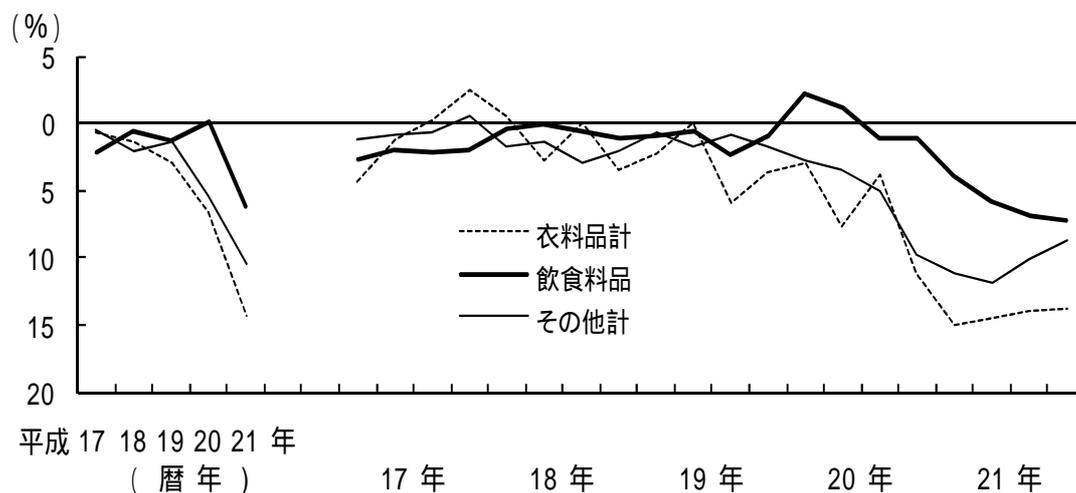
4～6月期は、消費者の生活防衛意識が強まる中、物産展などの催事効果やクリアランスセールの一部前倒し効果がみられたものの、主力の衣料品が依然不振であったことに加え、宝飾品など的高額商品が引き続き不調だったことなどにより、同 11.6%と14期連続の減少となった。商品別にみると、衣料品はセール品や低価格対応商品に動きがみられたものの、全般的に不振であったことなどにより減少となった。飲食料品は、物産展を中心とした催事効果はみられたものの、全般的に不振だったことなどにより減少となった。その他は、宝飾品など的高額商品が依然不調だったことなどにより減少となった。

7～9月期は、雇用環境の悪化や所得の低迷を背景として、セールや物産展などの催事効果がみられたものの、天候不順の影響もあって主力の衣料品が依然不振であったことに加え、宝飾品など的高額商品が引き続き不調だったことなどにより、同 11.0%と15期連続の減少となった。商品別にみると、衣料品はセール品や低価格対応商品に動きがみられたものの、天候不順の影響もあり全般的に不振であったことなどにより減少となった。飲食料品は、物産展を中心とした催事効果はみられたものの、全般的に不振だったことなどにより減少となった。その他は、宝飾品など的高額商品が依然不調だったことなどにより減少となった。

10～12月期は、一部クリアランスセールの前倒しや期末には天候の影響により重衣料に動きがあったものの、依然として、主力の衣料品や高額品が不調だったことなどにより、同 10.6%と16期連続の減少となった。商品別にみると、衣料品はセール品や低価格対応商品に動きがみられたものの、全般的に不振であったことなどにより減少となった。飲食料品は、物産展を中心とした催事効果がみられたこと、正月おせちの早期予約に動きがみられたものの、全般的に不振だったことなどにより減少となった。その他は、宝飾品、美術品など的高額商品が依然不調だったことなどにより減少となった。

なお、既存店ベースでみると、前年比 10.1%と13年連続の減少となった。

第5図 百貨店の商品別推移（前年比・前年同期比）



スーパー

スーパーの販売額は、12兆5986億円、前年比 2.1%と3年ぶりの減少となった。これは、年前半の家庭における節約志向による外食から内食化傾向の影響や出店効果などにより、飲食料品は堅調に推移したものの、衣料品などが低価格化や天候不順の影響により不振だったことなどによる。

四半期別にみると(第6図)、1～3月期は、飲食料品に動きがみられたものの、衣料品が不振だったこと

や、前年のうるう年効果の反動などにより、前年同期比 1.8%と9期ぶりの減少となった。商品別にみると、衣料品は、暖冬の影響による冬物衣料の不振や3月後半の低温の影響により春物商材の動きが鈍かったことなどにより減少となった。飲食料品は、家庭における内食化傾向の影響から、畜産品や野菜を中心に堅調に推移したことや出店効果などにより増加となった。その他は、医薬品や花粉症対策関連商品などに堅調な動きがみられたものの、ゲーム機関連商材などが不調だったことなどにより減少となった。

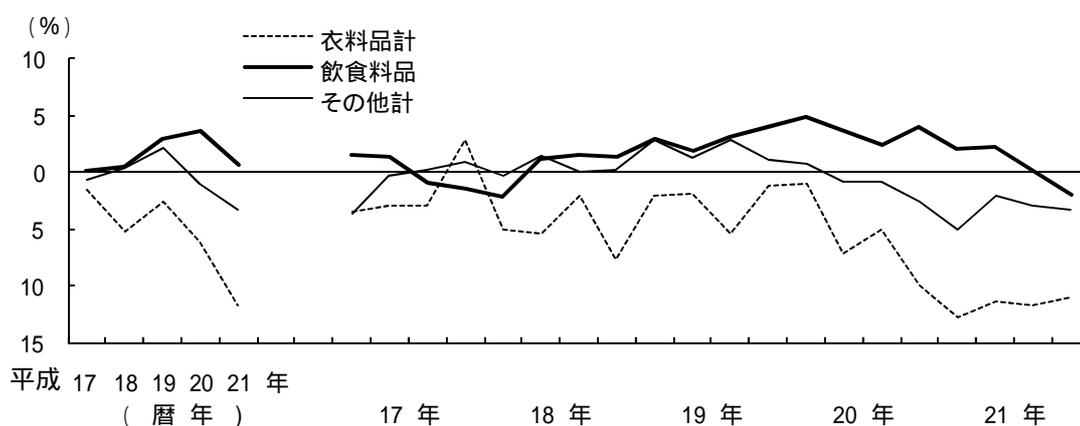
4～6月期は、飲食料品に動きがみられたものの、衣料品が不振だったことなどにより、同 0.8%の減少となった。商品別にみると、衣料品は一部低価格商品に動きがみられたものの、全般的に動きが鈍かったことなどにより減少となった。飲食料品は、家庭における内食化傾向の影響や出店効果に加え、新型インフルエンザの影響から備蓄用食品の需要増などにより増加となった。その他は、新型インフルエンザの影響で対策商品であるマスク、ハンドソープなどに堅調な動きがみられたものの、ゲーム機関連商品や一部化粧品などが不調だったことなどにより減少となった。

7～9月期は、消費者の節約志向の高まりを背景とした低価格化や天候不順の影響から、衣料品を中心とした季節商材の動きが鈍かったことなどにより、同 2.1%の減少となった。商品別にみると、衣料品はセール品など一部低価格商品に動きがみられたものの、天候不順の影響もあり全般的に動きが鈍かったことなどにより減少となった。飲食料品は、家庭における内食化傾向の一巡や低価格化といった影響はあるものの、セール品の需要増や出店効果などにより増加となった。その他は、一部新型インフルエンザ対策関連商品などに動きがみられたものの、天候不順の影響もあり、一部化粧品やレジャー用品などが不調だったことなどにより減少となった。

10～12月期は、消費者の節約志向の高まりを背景とした低価格化や天候不順の影響から、衣料品や飲食料品の動きが鈍かったことなどにより、同 3.6%の減少となった。商品別にみると、衣料品は、期末にセール効果などがあったものの、天候不順の影響もあり全般的に動きが鈍かったことなどにより減少となった。飲食料品は、家庭における内食化傾向の一巡や低価格化といった影響に加え、野菜の相場安や鍋物商材の動きが鈍かったことなどにより減少となった。その他は、一部新型インフルエンザ対策関連商品や薄型テレビなどに動きがみられたものの、一部化粧品などが不調であったことなどにより減少となった。

なお、スーパーの既存店ベースでみると、前年比 5.0%と平成4年以降、18年連続の減少となった。

第6図 スーパーの商品別推移（前年比・前年同期比）



3. コンビニエンスストアの動向

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は、年前半におけるたばこ自動販売機用成人識別ICカード「taspo(タスポ)」の導入の影響から、たばこの販売が好調であったことや出店効果などがあっ

たものの、後半は「taspo(タスポ)」導入効果の反動もあり、7兆9809億円、前年比0.5%と調査開始以来11年連続の増加となった(第7図)。

なお、既存店ベースでみると、同2.1%と2年ぶりの減少となった。

商品販売額は、7兆6450億円、同0.3%の増加となった。なお、既存店ベースでみると、同2.3%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、弁当、調理麺、調理パンなどが不調だったことにより、2兆6978億円、同2.1%と調査開始以来となる11年ぶりの減少となった。加工食品は、アイスクリーム、ソフトドリンク、カップ麺などが不調だったことにより、2兆3794億円、同2.1%と2年ぶりの減少となった。非食品は、年前半におけるタスポ効果の影響から、たばこの販売が好調だったことなどにより、2兆5678億円、同5.5%と11年連続の増加となった。サービス売上高をみると、各種チケットなどの取扱い増により、3360億円、同4.2%と3年連続の増加となった。なお、既存店ベースでみると、同2.6%と3年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、たばこ自動販売機用成人識別ICカード「taspo(タスポ)」の導入の影響から引き続きたばこの販売が好調だったことに加え、アイスクリームやカップ麺、おにぎりやパンなどが好調だったことなどにより、1兆8927億円、前年同期比6.3%と10期連続の増加となった。

4～6月期は、たばこ自動販売機用成人識別ICカード「taspo(タスポ)」の導入から一年が経過したものの引き続きたばこの販売が好調だったことに加え、アイスクリームやソフトドリンク、おにぎりやパンなどが好調だったことなどにより、1兆9885億円、同3.4%の増加となった。

7～9月期は、サービス売上高が各種チケットなどの取扱い増により、同1.4%と12期連続の増加となったものの、天候不順の影響からアイスクリームやソフトドリンクなどが不調だったことに加え、弁当や調理麺、たばこや新聞・雑誌類などの販売が不調だったことなどにより、2兆962億円、同3.5%と12期ぶりの減少となった。

10～12月期は、サービス売上高が各種チケットなどの取扱い増により、同1.7%の増加となったものの、消費者の節約志向の高まりを背景として、来店客数が減少したことや天候の影響などにより、2兆34億円、同3.1%の減少となった。

店舗数をみると、12月末で4万1724店と前年末に比べ979店の増加(前年末比2.4%増)となった。

第7図 コンビニエンスストアの店舗数と販売額伸び率(前年比・前年同期比)

