

概 況

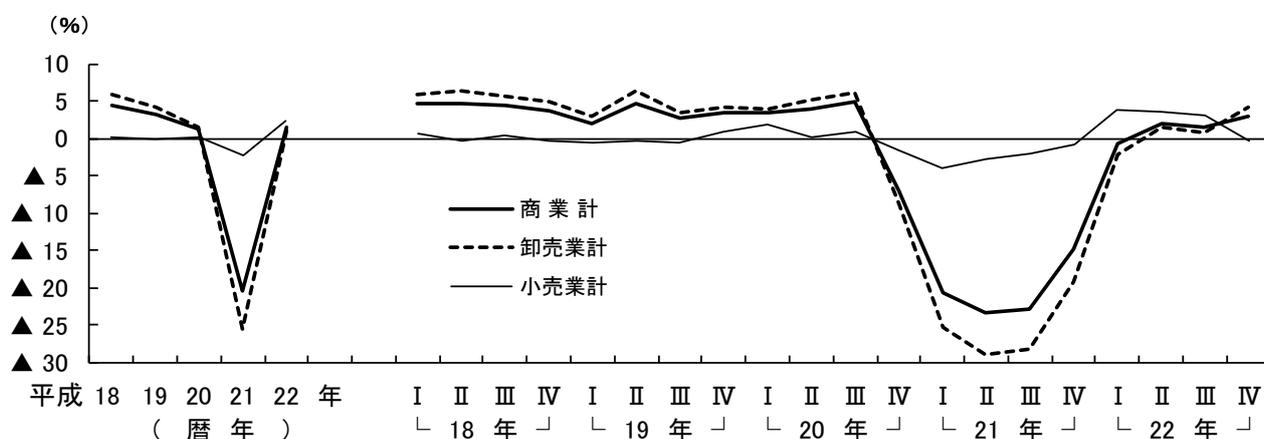
I. 商業販売額の動向

— 卸売業、小売業ともに2年ぶりの増加となった商業販売額 —

平成22年の商業販売額は、501兆920億円、前年比1.5%と2年ぶりの増加となった(第1図)。

四半期別にみると、1～3月期は前年同期比▲0.7%と6期連続の減少となった。4～6月期は同2.1%、7～9月期は同1.5%、10～12月期は同3.0%の増加となった。

第1図 商業販売額の推移(前年比・前年同期比)



II. 卸売業販売額の動向

— 2年ぶりの増加となった卸売業販売額 —

平成22年の卸売業販売額は、鉱物・金属材料卸売業、各種商品卸売業、機械器具卸売業などが増加したことにより、365兆4260億円、前年比1.1%と2年ぶりの増加となった(第2図)。これは、鉱物・金属材料卸売業が石油・石炭製品や非鉄金属の価格高の影響に加え輸出入増などにより増加、各種商品卸売業が輸出入や国内向け増により増加、機械器具卸売業が半導体等電子部品の輸出入が好調であったこと、薄型テレビやエアコンの国内向けが増加したこと、自動車の輸出入が好調であったことなどにより増加、食料・飲料卸売業が猛暑により飲料が好調に推移したことなどによる。一方、農畜産物・水産物卸売業、衣服・身の回り品卸売業などは減少となった。

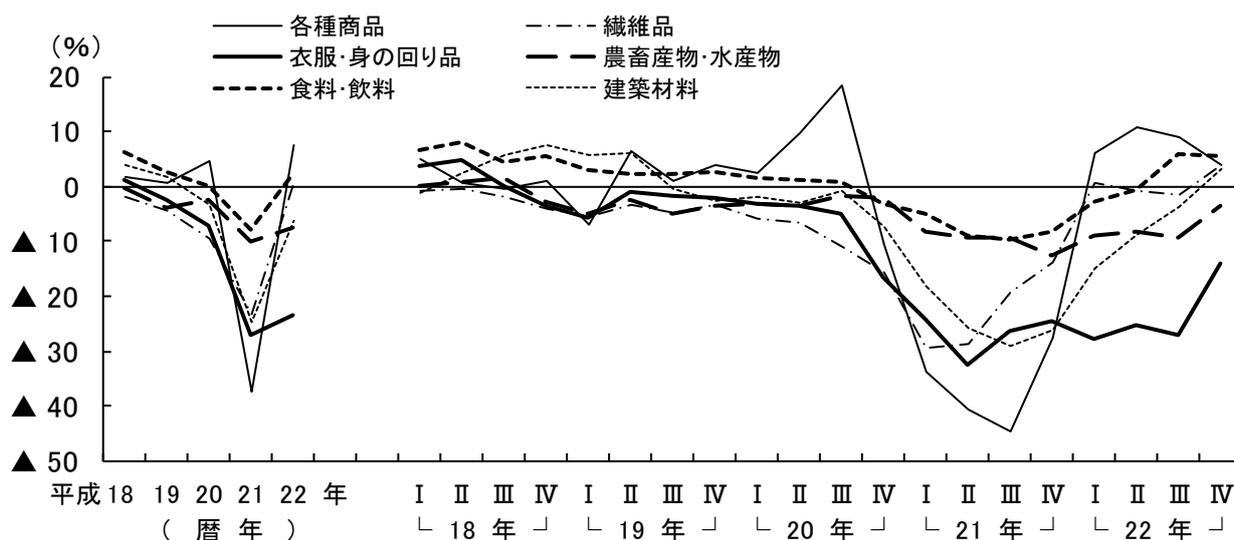
四半期別にみると、1～3月期は、鉱物・金属材料卸売業などが増加したものの、機械器具卸売業や農畜産物・水産物卸売業などが減少したことにより、89兆1820億円、前年同期比▲2.2%と6期連続の減少となった。

4～6月期は、農畜産物・水産物卸売業などが減少したものの、鉱物・金属材料卸売業や各種商品卸売業などが増加したことにより、88兆6040億円、同1.5%の増加、7～9月

期も、91兆730億円、同0.9%の増加となった。

10～12月期は、農畜産物・水産物卸売業などが減少したものの、機械器具卸売業や鉱物・金属材料卸売業などが増加したことにより、96兆5670億円、同4.2%の増加となった。

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

① 各種商品卸売業は、輸出入や国内向けの増加に加え、石油・石炭製品や非鉄金属の価格高の影響により、39兆4230億円、前年比7.5%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、輸出入に加え、国内向け取引が増加したことなどにより、1～3月期は、前年同期比6.2%と6期ぶりの増加、4～6月期は、同10.8%、7～9月期は、同9.1%、10～12月期は、同4.1%とそれぞれ増加となった。

② 繊維品卸売業は、自動車内装品などの産業向けや衣料品向けが増加したことにより、2兆8990億円、前年比0.6%と20年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、アジア向けの輸出が増加したことにより、前年同期比0.8%と51期ぶりの増加となった。4～6月期、7～9月期は、国内向けの需要低迷により、それぞれ同▲0.8%、同▲1.6%の減少となった。10～12月期は、国内向けに加えアジア向けの輸出増により同4.1%の増加となった。

③ 衣服・身の回り品卸売業は、消費者の低価格志向や、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、6兆8180億円、前年比▲23.6%と4年連続の減少となった。

四半期別にみると、天候不順の影響などにより季節商材の動きが鈍かったことなどから、1～3月期は、前年同期比▲27.9%と14期連続の減少、4～6月期は、同▲25.2%の減少となった。7～9月期は、秋物衣料の不振などから、同▲26.9%の減少となった。10～12月期は、冬物衣料の不振などから、同▲13.9%の減少となった。

④ 農畜産物・水産物卸売業は、穀物類、果実の輸入減や猛暑などの天候不順の影響により農作物の収穫減や畜産物や水産物の減少などにより、34兆7430億円、前年比▲7.5%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、肉類、魚介類、穀物類などの輸入減などにより、前年同期比▲9.1%と14期連続の減少となった。4～6月期は、魚介類、穀物類などの輸入減などにより、同▲8.4%の減少となった。7～9月期は、穀物類、果実などの輸入減などにより、同▲9.2%の減少となった。10～12月期は、天候不順による農産物の収穫減や水産物の水揚げ減などにより、同▲3.5%の減少となった。

⑤ 食料・飲料卸売業は、猛暑の影響により第3のビールなどの飲料や外食産業向けなどの業務用食材が増加したことなどにより、45兆690億円、前年比2.2%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、外食産業向けなどの業務用食材やビールなど飲料の取扱い減などにより、1～3月期は、前年同期比▲2.9%と6期連続の減少、4～6月期は、同▲0.7%の減少となった。7～9月期は、猛暑から第3のビールなどの飲料が好調に推移したことや、外食産業向けの業務用食材の需要増などにより、同6.0%の増加となった。10～12月期は、第3のビールなどの飲料が好調に推移したことや、外食産業向けの業務用食材の需要増などにより、同5.6%の増加となった。

⑥ 建築材料卸売業は、セメントの国内向けの減少などにより、16兆9560億円、前年比▲6.3%と3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、同▲15.0%と11期連続の減少、4～6月期は、同▲8.6%の減少となった。7～9月期は、セメントの国内向けや輸出減などにより、同▲3.7%の減少となった。10～12月期は、住宅エコポイントによる需要増などにより、同3.1%と14期ぶりの増加となった。

⑦ 化学製品卸売業は、プラスチックの輸出増や有機化合物の輸出入増、合成樹脂等が自動車や家電向けに増加したことにより、19兆5890億円、前年比6.8%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、ナフサなどの原料高による製品価格の上昇に加え、有機化合物の輸出入増に加え、プラスチックの輸出増などにより、前年同期比13.3%と6期ぶりの増加となった。4～6月期は、ナフサなどの原料高による製品価格の上昇に加え、合成樹脂等が自動車や家電向けに増加したことや、有機化合物の輸出入の取扱増などにより同10.5%の増加となった。7～9月期は、有機化合物の輸出入増に加え、プラスチックの輸出増、合成樹脂等が自動車や家電向けに増加したことなどにより、同3.4%の増加となった。10～12月期は、有機化合物の輸出入増に加え、プラスチックの輸出増などにより、同0.9%の増加となった。

⑧ 鉱物・金属材料卸売業は、石油・石炭製品や非鉄金属の価格高の影響に加え、原油及び粗油の輸入増、鉄鋼・非鉄金属の輸出入増などにより、46兆6330億円、前年比14.1%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、原油や石油製品の輸入増に加え、非鉄金属や鉄鋼などの輸出入増などにより、前年同月比12.0%と6期ぶりの増加となった。4～6月期は、原油及び粗油、液化天然ガスなどの輸入増に加え、非鉄金属や鉄鋼などの輸出入増、石油・石炭製品や非鉄金属の価格上昇もあり同23.0%の増加となった。7～9月期、10～12月期は、鉄鋼や非鉄金属の輸出入増、液化天然ガスや石炭の輸入増に加え、引き続き鉄鋼や非鉄金属の価格上昇もあり、それぞれ同13.5%、同9.4%の増加となった。

⑨ 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好調だったこと、音響映像機器の輸入増、薄型テレビやエアコンの国内向けの増加、自動車は北米向けの輸出増やEUからの輸入増などにより、91兆7550億円、前年比1.2%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、自動車は北米、アジア向けなどに輸出が好調だったことなどにより増加、電気機械器具が半導体等電子部品などの輸出入に加え、音響映像機器などの輸入が好調だったことなどにより増加したものの、一般機械器具が原動機の輸入や荷役機械などの輸出が不調だったことなどにより、前年同期比▲3.8%と6期連続の減少となった。

4～6月期は、一般機械器具が原動機の輸入や国内向けの不調などにより減少したものの、電気機械器具が半導体等電子部品などの輸出入に加え、音響映像機器などの輸入が好調だったこと、薄型テレビの国内向けの増加などにより増加、自動車は北米、アジア向けの輸出増などにより増加したことから、同1.4%の増加となった。7～9月期は、一般機械器具が原動機の輸入減などにより減少したものの、電気機械器具が猛暑の影響からエアコンの国内需要増や薄型テレビが好調に推移したことに加え、半導体等電子部品などの輸出入増、音響映像機器などの輸入も好調だったことから増加、自動車は北米、アジア向け輸出増などにより増加したことから、同0.7%の増加となった。10～12月期は、一般機械器具が原動機の輸入減などにより減少となったものの、電気機械器具が薄型テレビやエアコンが12月からのエコポイント付与半減前の駆け込み需要により好調に推移したことに加え、音響映像機器などの輸入も好調だったことから増加、自動車は北米、アジア、EU向けの輸出増などにより、同6.7%の増加となった。

⑩ 家具・建具・じゅう器卸売業は、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、5兆1040億円、前年比▲13.8%と3年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、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、前年同月比▲15.3%と9期連続の減少、4～6月期は、同▲17.4%の減少となった。住宅設備、室内装飾品などの需要減により、7～9月期、10～12月期は、それぞれ同▲15.0%、同▲7.2%の減少となった。

⑪ 医薬品・化粧品卸売業は、医薬品の輸入増、猛暑の影響や感染症対策関連商品の増加により、25兆4140億円、前年比2.5%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、薬価改定（引き下げ）の影響から取扱いが増加したことなどにより、前年同月比0.1%と6期ぶりの増加となった。4～6月期、医薬品の取扱いが増加したことなどにより、同4.0%の増加となった。7～9月期は、日焼け止め、制汗剤などの猛暑関連商品の需要増や、医薬品の輸出入増などにより、同2.5%の増加となった。10～12月期は、インフルエンザやノロウイルスなど感染症対策関連商品の増加などにより、同3.0%の増加となった。

⑫ その他の卸売業は、31兆220億円、前年比▲4.8%と3年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、前年同期比▲9.4%と7期連続の減少となった。4～6月期は、同▲9.0%、7～9月期は、同▲8.7%とそれぞれ減少、10～12月期は、段ボール原紙が家電向けに増加したことなどから、同8.2%の増加となった。

2. 大規模卸売店の動向

大規模卸売店の販売額は、105兆3237億円、前年比10.2%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると(第3図)、1～3月期は、その他小売業が、医薬品やインフルエンザ・花粉症対策関連商材などが不調だった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、高額商品の販売不振などにより減少したものの、自動車小売業が、環境対応車の販売が好調だったことなどにより増加、燃料小売業が、原油価格の高騰によるガソリンなどの製品価格の上昇や気温の低下による灯油販売数量の増加などにより増加、織物・衣服・身の回り品小売業が、一部専門店における低価格商材や新製品の販売、重衣料などの季節商材の販売が好調だったことなどにより増加するなど、残り全ての業種が増加したことにより、33兆8150億円、前年同期比3.8%と6期ぶりの増加となった。

4～6月期は、各種商品小売業が、天候不順の影響や中元商戦の不振などにより減少、その他小売業が、DIY用品、医薬品・化粧品が不調だったことなどにより減少したものの、自動車小売業が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増加、燃料小売業が原油価格の上昇によるガソリンなどの製品価格の値上がりなどにより増加、機械器具小売業が薄型テレビ、BDレコーダなどの好調により増加するなど、残り全ての業種が増加したことにより、33兆4710億円、前年同期比3.7%と2期連続の増加となった。

7～9月期は、各種商品小売業が、主力の衣料品や高額商品が低調であったことなどから減少したものの、自動車小売業が買い換え補助制度終了前の駆け込み需要もあり、環境対応車の販売が好調であったことなどにより増加、燃料小売業が原油価格の上昇によるガソリンなどの製品価格の値上がりなどにより増加、機械器具小売業が、エアコン、薄型テレビ、BDレコーダなどの好調により増加するなど、残り全ての業種が増加したことにより、33兆6520億円、前年同期比3.2%の増加となった。

10～12月期は、機械器具小売業、飲食料品小売業、燃料小売業などが増加したものの、自動車小売業、各種商品小売業が減少したことから34兆7280億円、前年同期比▲0.4%と4期ぶりの減少となった。

1. 業種別の動向

① 各種商品小売業は、エコポイント対象商品の好調な推移や一部の高額商品などに動きがみられたものの、残暑などの天候要因により衣料品では季節商材が伸び悩み、14兆2180億円、前年比▲3.1%と15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、前年同期比▲4.9%と8期連続の減少となった。4～6月期は、天候不順の影響から前半初夏物衣料の動きが鈍かったこと、昨年実施したクリアランスセールの影響、中元商戦の不振などにより、同▲3.8%の減少となった。7～9月期は、盛夏商材に動きがみられたものの、秋物衣料など主力商材が苦戦するとともに、宝飾品など的高額商品も低調に推移したことなどから同▲2.4%の減少となった。10～12月期は、一部宝飾品など的高額商品に動きがみられたものの、秋冬物などの衣料品の不調などにより、全般的には低調に推移したことなどから同▲1.3%の減少となった。

② 織物・衣服・身の回り品小売業は、専門店を中心に堅調に推移したことなどにより、10兆6430億円、前年比3.5%と6年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、一部専門店における低価格商材や新製品の販売、重衣料などの季節商材の販売が好調だったことなどにより、前年同期比7.7%と3期連続の増加となった。4～6月期は、期後半にかけて気温の高い日が多く夏物商材が堅調に推移したことなどにより、同3.5%の増加となった。7～9月期は、秋物商材は低調であったものの、盛夏商材が堅調に推移したことなどにより、同2.3%の増加となった。10～12月期は、期前半に秋冬物商材が堅調に推移したことなどにより、同0.9%の増加となっ

た。

③ 飲食料品小売業は、天候不順による農産品の相場高に加え猛暑による飲料や涼味商材が好調に推移したことなどから、41兆9750億円、前年比1.4%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、低価格飲料品の販売増加や農産品の相場高などにより、前年同期比0.9%と4期ぶりの増加となった。4～6月期は、農産品の相場高や、気温の高い日が多く、飲料、アイスクリーム、冷やし中華などの涼味商材に動きがみられたことより、同0.8%の増加となった。7～9月期は、猛暑から飲料や冷やし麺、アイスクリームなどの涼味商材が好調に推移したことに加え、農産品の相場高や9月に入りたばこ値上げ前の駆け込み需要もあり同1.4%の増加となった。10～12月期は、野菜や果実の相場が高めに推移したことやたばこ値上げもあり、同2.3%の増加となった。

④ 自動車小売業は、買い換え補助制度の効果により、環境対応車の販売が好調だったことなどにより、16兆2700億円、前年比3.2%と3年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期、4～6月期は、環境対応車の販売が好調だったことなどにより、それぞれ前年同期比16.3%、同15.2%の増加となった。7～9月期は、買い換え補助制度終了前の駆け込み需要により環境対応車の販売が好調だったことなどにより、同8.8%と6期連続の増加となった。10～12月期は、買い換え補助制度が終了した影響により環境対応車の販売が大幅に減少したことにより、同▲25.0%と7期ぶりに減少し、四半期として過去最大のマイナス幅となった。

⑤ 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、エアコン、電気冷蔵庫などの販売が好調だったことにより、8兆4850億円、前年比10.5%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、エコポイント関連商品である薄型テレビや電気冷蔵庫の販売が好調だったことなどにより、前年同期比8.6%と3期連続の増加となった。4～6月期、7～9月期は、エコポイント関連商品である薄型テレビや電気冷蔵庫、エアコンに加え、BDレコーダ、パソコンなどの販売が好調だったことなどにより、それぞれ同8.1%、同8.2%の増加となった。10～12月期は、12月からのエコポイント付与半減前の駆け込み需要などにより、薄型テレビやエアコン、電気冷蔵庫に加え、BDレコーダなどの販売が好調だったことなどにより、同16.5%の増加となった。

⑥ 燃料小売業は、前年と比較してガソリンなどの石油製品価格が高い水準となったことなどにより、14兆4510億円、前年比11.9%と2年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、原油価格の高騰によるガソリンなどの製品価格の上昇や気温の低下による灯油販売数量の増加などにより、前年同期比17.0%と2期連続の増加となった。4～6月期、7～9月期、10～12月期は、原油価格の上昇によるガソリンなどの製品価格の値上がりなどにより、それぞれ同16.5%、同9.1%、同5.9%の増加となった。

⑦ その他小売業は、前年に比べ新型インフルエンザ・花粉症対策関連商品などが不調だったものの、猛暑対策商品、健康食品などが好調だったことなどにより、29兆6240億円、前年比0.1%と3年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、医薬品やインフルエンザ・花粉症対策関連商材などが不調だったことなどにより、前年同期比▲3.3%と6期連続の減少となった。4～6月期は、DIY用品や園芸用品、UV化粧品などが、期前半天候不順の影響もあり動きが鈍く、同▲0.3%と7期連続の減少となった。7～9月期は、冷却剤、制汗剤、日焼け止めなどの猛暑対策商品や、調理用品、行楽用品などに動きがみられ、同2.0%と8期ぶりの増加と

なった。10～12月期は、風邪薬、健康食品などが好調であったことなどにより、同1.9%の増加となった。

2. 大型小売店の動向

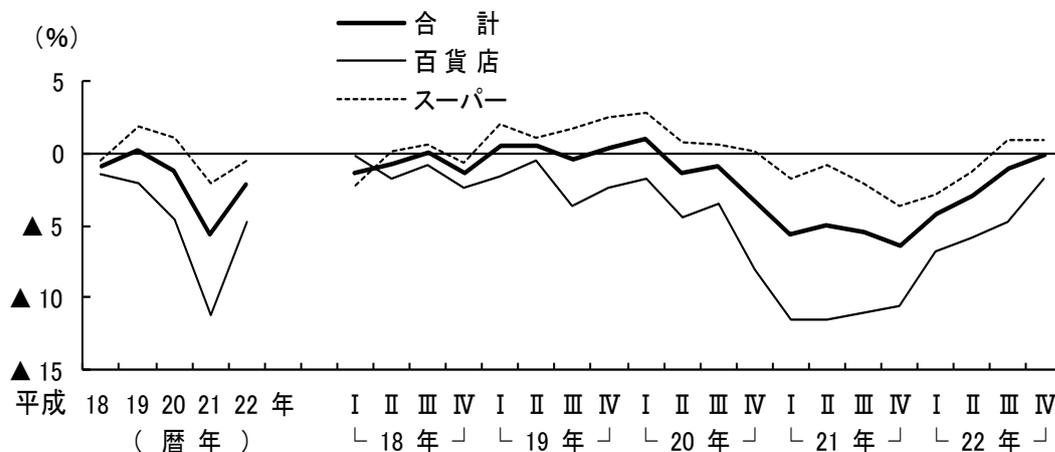
小売業販売額の約14%を占める大型小売店の販売額は、19兆5791億円、前年比▲2.1%と3年連続の減少となった(第4図)。

これは、エコポイント対象商品の好調な推移や一部の高額商品などに動きがみられたものの、残暑などの天候要因により衣料品では季節商材が伸び悩んだことなどによる。商品別にみると、衣料品は季節衣料が天候要因や専門店との競合などにより、全般的に不調だったことなどにより減少となった。飲食料品は、野菜の相場高や猛暑による飲料や涼味商材が好調に推移したものの、消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響もあり減少となった。その他は、薄型テレビやエアコンなどのエコポイント対象商品や一部高額商品などに動きがみられたが、全般的に低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、1～3月期は、気温の影響による季節商材の販売不振に加え、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、前年同期比▲4.2%と8期連続の減少となった。4～6月期は、一部高額商品に動きがみられたものの、前年のクリアランスセールの前倒しの反動や天候不順、気温低下の影響による季節商材の販売不振もあり、同▲2.9%の減少となった。7～9月期は、猛暑から盛夏商材に動きがみられたものの、秋物衣料などが苦戦するとともに、高額品も低調に推移したことなどから、同▲1.1%の減少となった。10～12月期は、家庭用電気機械器具や飲食料品が好調に推移したものの、衣料品では秋冬物衣料などが不調であったことなどから、▲0.1%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▲2.6%と平成4年から19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）



① 百貨店

百貨店の販売額は、6兆8418億円、前年比▲4.7%と13年連続の減少となった。これは、家庭回帰による台所用品などの家庭用品や一部の高額商品などに動きがみられたものの、天候要因による季節商材の伸び悩み等があったことなどによる。商品別にみると、衣料品は、猛暑によりUV関連商品などに動きがみられたが、天候不順により季節衣料が減少となった。飲食料品は、野菜が相場高により堅調であったことや、おせちやクリスマスケーキが好調であったものの全般的には低調となった。その他は、家庭回帰志向を背景とした家庭用品、一部高額商品などに動きがみられたが、全般的に低調であったことから減少となった。

四半期別にみると(第5図)、1～3月期は、一部高額商品に動きがみられたものの、クリアランスセールの前倒しの反動や気温の影響による季節商材の販売不振などにより、前年同期比▲6.8%と17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クリアランスセールの一部前倒しの反動、2月前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、物産展やギフト解体セールなどの催事効果はみられたものの、全般的に低調だったことなどにより減少となった。その他は、一部の時計や宝飾品など的高額商品に動きがみられたものの、全般的に低調に推移したことなどにより減少となった。

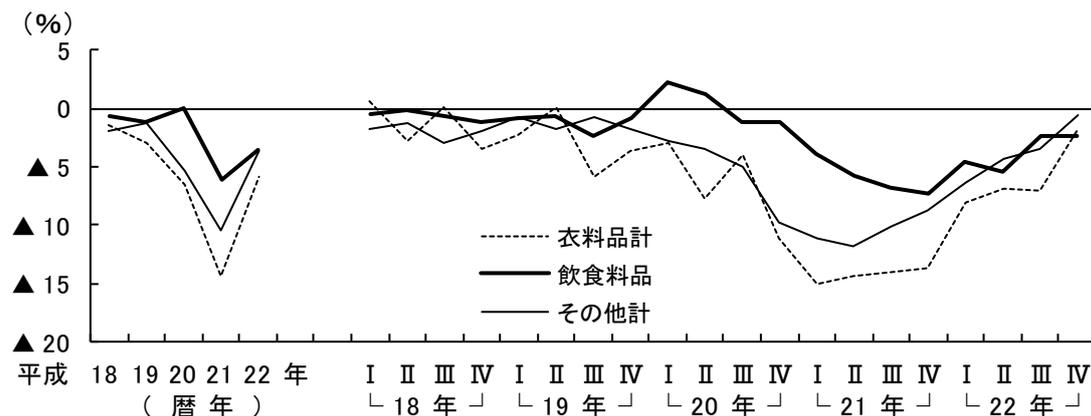
4～6月期は、気温低下の影響による季節商材の販売不振、中元商戦の出足不調などにより前年同期比▲5.9%の減少となった。商品別にみると、衣料品は、4月は気温低下の影響からコートなどに動きがみられ、5月以降はポロシャツなどのカジュアル衣料や機能性肌着、夏物衣料、一部レイングッズやUVケア商品などにも動きがみられたが全般的に不調であったことから減少となった。飲食料品は、物産展の盛況などがあったが、全般的に低調であったため減少となった。その他は、薄型テレビやエアコン、一部時計や宝飾品など的高額商品に動きがみられたものの、全般的に低調に推移したことから減少となった。

7～9月期は、盛夏商材に動きがみられたものの、秋物衣料など主力商材が苦戦するとともに、宝飾品など的高額商品も低調に推移したことなどから、前年同期比▲4.7%の減少となった。商品別にみると、衣料品は猛暑の影響で盛夏商材などに動きがみられたが、厳しい残暑が続き、秋物衣料全般の動きが鈍かったため減少となった。飲食料品は涼味商材などが好調であったが、全般的には低調であったため減少となった。その他は、家庭回帰志向を背景とした家庭用品に動きがみられたが、宝飾品など的高額商品が低調であったこともあり減少となった。

10～12月期は、催事効果や一部の高額商品などに動きがみられたものの、依然として、主力の衣料品が低調であったことなどから、前年同期比▲1.7%の減少となった。商品別にみると、衣料品は気温の影響等により、全般的に低調であったことにより減少となった。飲食料品は、おせちやクリスマスケーキが好調であったものの全般的に低調だったことなどにより減少となった。その他は、家庭用品やエコポイント半減前の駆け込み需要により薄型テレビなどに動きがみられたが全般的に低調だったことにより減少となった。

なお、既存店ベースでみると、前年比▲3.0%と14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）



② スーパー

スーパーの販売額は、12兆7373億円、前年比▲0.5%と2年連続の減少となった。これは、野菜の相場高や夏場の猛暑による涼味商材の好調や、年後半からの薄型テレビ、エアコンなどエコポイント対象商品の好調な推移があったものの、衣料品が天候不順の影響や衣料品専門店との競合などにより不調だったことによる。

四半期別にみると(第6図)、1～3月期は、消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響や天候不順による季節衣料の動きが低調であったこと、前期におけるセール品販売増の反動などにより、前年同期比▲2.8%と5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前期における冬物セール品販売増の反動、2月前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、消費者の節約志向を背景とした低価格化や天候不順の影響などから減少となった。その他は、薄型テレビや電気冷蔵庫など家庭用電気機械器具に好調な動きがみられたものの、医薬品やインフルエンザ・花粉症対策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、前期と同様に消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響や、天候不順により、夏物などの季節衣料や涼味商材の動きが低調であったことなどにより、前年同期比▲1.3%の減少となった。商品別にみると、衣料品は6月に入って気温が高めに推移したことから夏物衣料に動きがみられたが、4月に気温低下の影響などにより初夏物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、6月に入り気温が高めに推移したことからアイスクリームや飲料などを中心に涼味商材が動いたが、全体的には消費者の節約志向を背景とした低価格化や天候不順の影響などから減少となった。その他は、薄型テレビ、園芸用品や行楽用品などに動きがみられたものの、昨年インフルエンザの影響で好調であったマスクやハンドソープ、UVケア化粧品などが不調だったことにより減少となった。

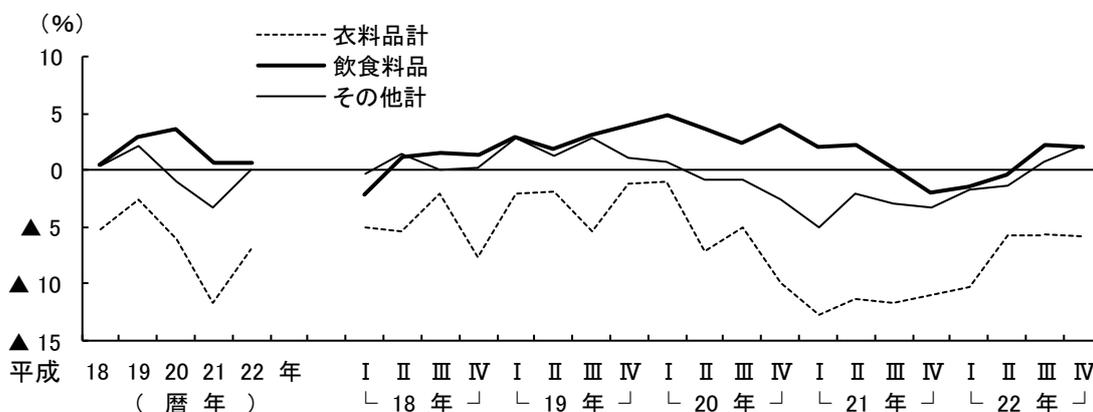
7～9月期は、盛夏商材に動きがみられたこと、9月に入りたばこ値上げ前の駆け込み需要も加わったことなどにより、前年同期比0.9%と7期ぶりの増加となった。商品別にみると、衣料品はTシャツ、ショートパンツ、機能性肌着などの夏物衣料の動きは良かったものの、羽織物など秋物衣料の動きが鈍かったため減少となった。飲食料品は、飲料やアイスクリーム、麺類などを中心に涼味商材が好調であったこと、また、野菜の相場高も加わったことなどにより増加となった。その他は、エアコン、薄型テレビなどのエコポイ

ント関連商品、扇風機や制汗剤、日焼け止めなどの猛暑関連商品、行楽用品、洗濯用品などに動きがみられたこと、また、9月に入りたばこ値上げ前の駆け込み需要があったことなどから増加となった。

10～12月期は、秋冬物衣料の動きが鈍かったものの、飲食料品がクリスマスケーキやおせちの好調に、野菜の相場高も加わり堅調に推移したこと、12月からのエコポイント半減前の駆け込み需要などにより、薄型テレビ、エアコン、BDレコーダなどが好調であったこともあり、前年同期比1.0%の増加となった。

なお、スーパーの既存店ベースでみると、前年比▲2.4%と平成4年以降、19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、猛暑に加え10月からのたばこ値上げの影響もあり8兆1136億円、前年比1.7%と12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▲1.1%と2年連続の減少となった。

商品販売額は、7兆7618億円、同1.5%の増加となった。なお、既存店ベースでみると、同▲1.2%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、おにぎり弁当、調理麺、デザートなどが好調だったことにより、2兆7451億円、同1.8%と2年ぶりの増加となった。加工食品は、猛暑によりソフトドリンク、アイスクリームなどが好調だったことにより、2兆4164億円、同1.6%と2年ぶりの増加となった。非食品は、たばこの値上げによる影響から、たばこの販売が増加したことなどにより、2兆6003億円、同1.3%と12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、3518億円、同4.7%と4年連続の増加となった。なお、既存店ベースでみると、同1.7%と4年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、ファーストフード及び日配食品、加工食品、非食品、サービス売上高とも不調だったことにより前年同期比▲2.3%と3期連続の減少となった。商品販売額は同▲2.3%と3期連続の減少、サービス売上高は同▲1.4%と14期ぶりの減少となった。

4～6月期は、6月に入り気温が高めに推移したことから冷やし麺、おにぎり、パンなどのファーストフード及び日配食品が好調だったものの、加工食品、非食品が不調により同▲0.3%の減少となった。商品販売額は同▲0.7%の減少、サービス売上高は、各種チケット類などの取扱い増により同9.7%と2期ぶりの増加となった。

7～9月期は、猛暑に加えたばこ値上げ前の駆け込み需要もあり同6.9%と5期ぶりの増加となった。商品販売額は同6.9%と5期ぶりの増加、サービス売上高は、各種チケット類などの取扱い増により同6.7%の増加となった。

10～12月期は、10月からのたばこ値上げ前の駆け込み需要の反動で非食品が減少したものの、ファーストフード及び日配食品が高単価のおにぎりなどが好調だったことにより同1.8%と2期連続の増加となった。サービス売上高は同3.8%の増加となった。

店舗数をみると、12月末で4万2347店、前年末に比べ623店の増加（前年末比1.5%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）

