

# 概 況

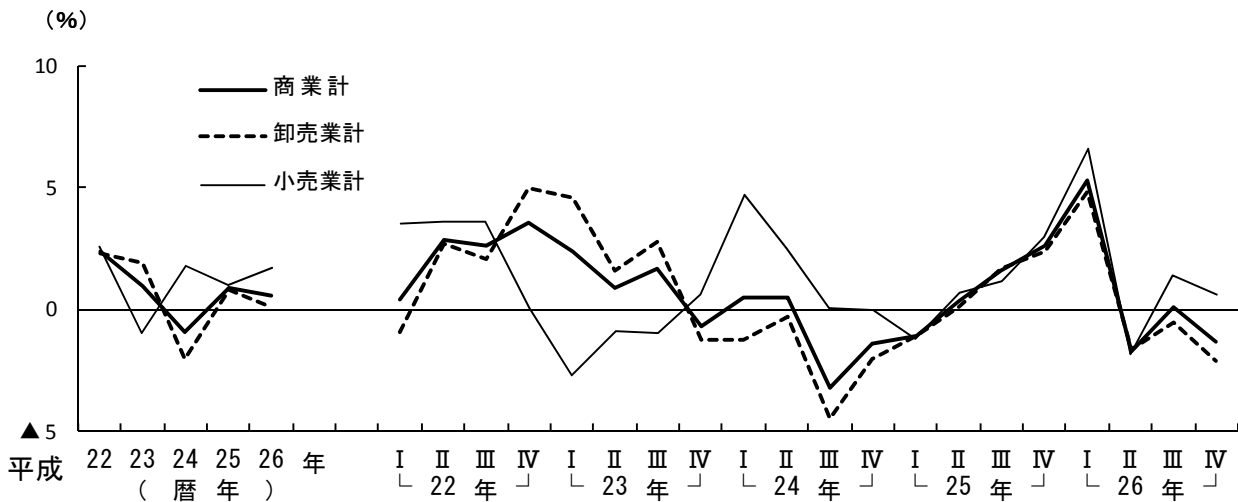
## I. 商業販売額の動向

### — 2年連続の増加となった商業販売額 —

平成26年の商業販売額は、468兆8780億円、前年比0.6%と2年連続の増加となった(第1図)。卸売業販売額は、327兆6590億円、同0.1%と2年連続の増加、小売業販売額は、141兆2190億円、同1.7%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、前年同期比5.3%と4期連続の増加となったが、4～6月期は、同▲1.7%の減少、7～9月期は、同0.1%の増加、10～12月期は、同▲1.3%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)



## II. 卸売業販売額の動向

### — 2年連続の増加となった卸売業販売額 —

平成26年の卸売業販売額は、食料・飲料卸売業、各種商品卸売業、農畜産物・水産物卸売業などが増加したことにより、327兆6590億円、前年比0.1%と2年連続の増加となった(第2図)。これは、食料・飲料卸売業が、小売業向けの好調や食料品の価格上昇などにより増加、各種商品卸売業が、鉄鋼や自動車の輸出入増などにより増加、農畜産物・水産物卸売業が、畜産品、水産品の相場高や肉類の取扱い増などにより増加となったことなどによる。また、機械器具卸売業は、自動車や自動車の輸出入増や自動車部分品の輸入増及び貨物車・バスの国内向け増などにより増加した一方、電気機械器具が家電製品の国内向け減などにより減少したことにより、機械器具全体では減少、医薬品・化粧品卸売業は、医薬品の国内向けの減などにより減少、建築材料卸売業は、建築需要減や木材の輸入減などにより減少した。

四半期別にみると、1～3月期は、機械器具卸売業が家電製品及びパソコンの国内向けの取扱い増により増加、食料・飲料卸売業が小売業向けやビール、飲料の取扱い増により増加、各種商品卸売業が自動車や鉄鋼の輸出増などにより増加したことにより、84兆7690億円、前年

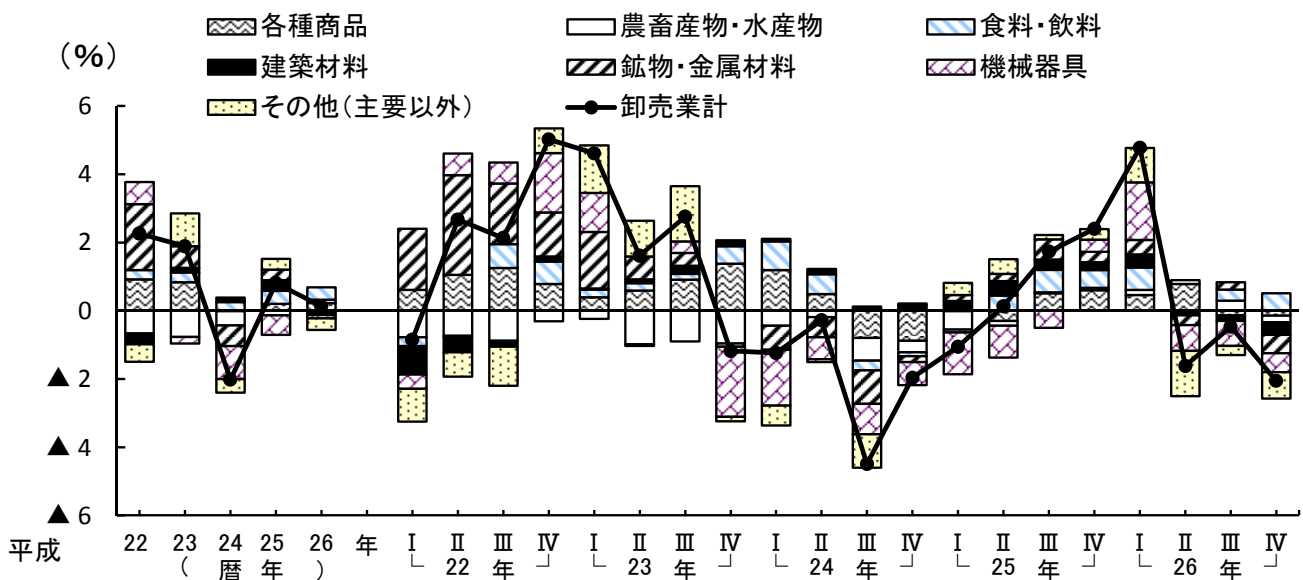
同期比 4.8%と4期連続の増加となった。

4～6月期は、各種商品卸売業が鉄鋼の国内向けや自動車の輸出増などにより、農畜産物・水産物卸売業が野菜、畜産品、水産品の相場高などにより、ともに増加したものの、機械器具卸売業が家電製品の国内向け減などにより、医薬品・化粧品卸売業が医薬品、化粧品等の国内向け減などにより、その他の卸売業がたばこ及び紙・紙製品の販売減などによりそれぞれ減少したことにより、78兆4300億円、同▲1.6%の減少となった。

7～9月期は、食料・飲料卸売業や農畜産物・水産物卸売業が食料品の価格上昇や野菜、畜産品、水産品の相場高などによりともに増加したものの、機械器具卸売業が家電製品の国内向け減及び映像機器の輸出減などにより、医薬品・化粧品卸売業が、医薬品、化粧品等の国内向け減などにより、建築材料卸売業が建築需要の減少及び木材の輸入減などによりそれぞれ減少したことにより、80兆7140億円、同▲0.5%の減少となった。

10～12月期は、食料・飲料卸売業や自動車卸売業などが増加したものの、機械器具卸売業が家電製品及びパソコンの国内向け減などにより、鉱物・金属材料卸売業が石油・石炭製品の価格低下及び輸入減などにより、建築材料卸売業が建築需要の減少及び木材の輸入減などによりそれぞれ減少したことにより、83兆7460億円、同▲2.1%の減少となった。

第2図 主要卸売業業種別寄与度の推移（前年比・前年同期比）



### 1. 業種別の動向

① 各種商品卸売業（総合商社など）は、鉄鋼や自動車等の輸出入増などにより、39兆5370億円、前年比1.9%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、鉄鋼や自動車等の輸出増や一般機械の国内向け増などにより、前年同期比3.6%と3期連続の増加となった。4～6月期は、鉄鋼の国内向けや自動車の輸出増などにより、同6.7%の増加となった。7～9月期は、原油及び石炭の輸入減などにより、同▲1.2%の減少、10～12月期は、原油、燃料油の輸入及び国内向け減などにより、同▲1.3%の減少となった。

② 繊維品卸売業は、繊維製品の価格上昇や織物用糸・繊維製品の輸出入増などにより、3兆3770億円、前年比4.8%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、織物用糸・繊維製品の輸入増により、前年同期比0.2%

と5期連続の増加となった。その後、繊維素材の価格上昇も加わって、4～6月期は同4.8%、7～9月期は同11.2%と大きく増加し、10～12月期は、織物用糸・繊維製品の輸出入増などにより、同3.8%と増加となった。

③ 衣服・身の回り品卸売業は、衣類・身の回り品の国内向け減などにより、5兆8500億円、前年比▲4.7%と、平成4年から23年連続の減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、衣服・身の回り品の国内向け増などにより、前年同期比1.9%と4期ぶりの増加となったが、衣服の国内向け減や衣類・同付属品の輸入減などにより、4～6月期は同▲9.1%、7～9月期は同▲4.0%、10～12月期は同▲6.7%といずれも減少となった。

④ 農畜産物・水産物卸売業は、畜産品や水産品の相場高や肉類の取扱い増などから、22兆5380億円、前年比1.3%と10年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、野菜、畜産品の相場高などにより、前年同期比2.4%と3期連続の増加となった。4～6月期は同1.6%、7～9月期は同4.5%と、野菜、畜産品、水産品の相場高などによりともに増加となった。10～12月期は、野菜の相場安や米の価格低下などにより、同▲2.6%の減少となった。

⑤ 食料・飲料卸売業は、小売業向けの増加や食料品の価格上昇などにより、42兆5550億円、前年比2.9%と5年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、小売業向けの増加やビール、飲料等の国内向け増などにより、前年同期比5.7%と4期連続の増加となった。4～6月期は同▲0.0%と横ばいであったものの、7～9月期は同2.4%の増加、10～12月期は、食料品の価格上昇や小売業向けの増加などにより、同3.9%の増加となった。

⑥ 建築材料卸売業は、建築需要の減少や、木材の輸入減などにより、16兆7150億円、前年比▲1.5%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、建築需要の好調により木材の輸入が増加、製材・木製品の価格上昇も加わって、前年同期比7.5%と14期連続の増加となった。4～6月期からは、一転して建築需要が減少、木材の輸入も減少したことなどにより、同▲2.7%の減少、7～9月期は同▲3.0%、10～12月期は同▲6.8%といずれも減少となった。

⑦ 化学製品卸売業は、プラスチックの輸出増や化学製品の価格上昇などにより、17兆2190億円、前年比0.2%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、化学製品の国内向けの増などにより、前年同期比3.4%と5期連続の増加となった。4～6月期は、有機化合物の輸出減などにより同▲3.1%の減少、7～9月期は、プラスチックの輸出増やプラスチック製品の価格上昇などにより同1.2%の増加、10～12月期は、化学製品の国内向けの減などにより同▲0.7%の減少となった。

⑧ 鉱物・金属材料卸売業は、原油及び粗油や石炭の輸入減などにより、51兆2440億円、前年比▲0.3%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、石油製品の輸出増や価格の上昇に加えて鉄鋼の国内向けの増加などにより、前年同期比2.5%と5期連続の増加となった。4～6月期は、金の国内向け減や石炭の輸入減などにより▲1.8%の減少、7～9月期は、石油製品の価格上昇や輸入増などにより同1.4%の増加、10～12月期は、石油・石炭製品の価格低下や輸入減などにより▲3.5%の減少となった。

⑨ 機械器具卸売業は、自動車及び自動車の輸出入増及び自動車部分品の輸入増や貨物車、バスの国内向けの増加などにより増加、一般機械器具が金属加工機械及び建設用・鉱山用機械の輸出増などによりともに増加したものの、電気機械器具が家電製品の国内向け減などにより減少、その他の機械器具が医療用機械器具及び精密機械器具等の取扱い減や船舶の輸出減などにより減少したことから、68兆7640億円、前年比▲0.4%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、電気機械器具が家電製品やパソコン、自動車及び自動車部分品の国内向け増や自動車の輸出入増などによりともに増加となり、前年同期比7.9%と2期連続の増加となった。4～6月期は、電気機械器具が家電製品、自動車の国内向け減により同▲3.7%の減少、7～9月期は、自動車及び自動車部分品の輸入増により増加に転じたものの、電気機械器具が家電製品の国内向け不振や映像機器の輸出減などにより、同▲3.4%の減少、10～12月期は、引き続き電気機械器具が家電製品及びパソコンの国内向け減などから、同▲2.7%の減少となった。

⑩ 家具・建具・じゅう器卸売業は、建築需要の減少による家具、建具等の取扱い減などにより、2兆7910億円、前年比▲6.0%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、建築需要増による家具、建具等の取扱い増などにより、前年同期比4.7%と2期連続の増加となった。4～6月期からは一転して、建築需要減による家具、建具等の取扱い減などにより、同▲3.7%の減少、7～9月期は同▲8.9%、10～12月期は同▲15.6%といずれも減少となった。

⑪ 医薬品・化粧品卸売業は、医薬品等の国内向けの減などにより、24兆3900億円、前年比▲2.6%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、医薬品、化粧品の国内向け増などにより、前年同期比5.9%と5期連続の増加となった。4～6月期は、医薬品、化粧品の国内向け減などにより、同▲8.3%の減少、7～9月期は同▲3.3%、10～12月期は同▲3.9%といずれも減少となった。

⑫ その他の卸売業は、紙・紙製品及びたばこの国内向け減などにより、32兆6800億円、前年比▲0.6%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、飼料の価格上昇及び肥料の出荷増、スポーツ用品、紙・紙製品の国内向け増などにより、前年同期比3.2%と2期連続の増加となった。4～6月期は、たばこ及び紙・紙製品の販売減などにより、同▲3.3%の減少、7～9月期は同▲0.4%の減少、10～12月期は、スポーツ用品、紙・紙製品及びたばこの国内向け減などにより、同▲1.9%の減少となった。

## 2. 大規模卸売店の動向

大規模卸売店の販売額は、110兆8769億円、前年比2.2%と2年連続の増加となった。

これは、鉄鋼が輸出入及び国内向けに増加となったことや、その他の機械器具がパソコンの国内向けの好調により増加となったことなどによる。

販売額を商品別にみると、石油・石炭、家庭用電気機械器具、その他の輸送用機械器具などが減少となったものの、鉄鋼をはじめ、その他の機械器具、自動車、農畜産物・水産物、化学製品などが増加となった。

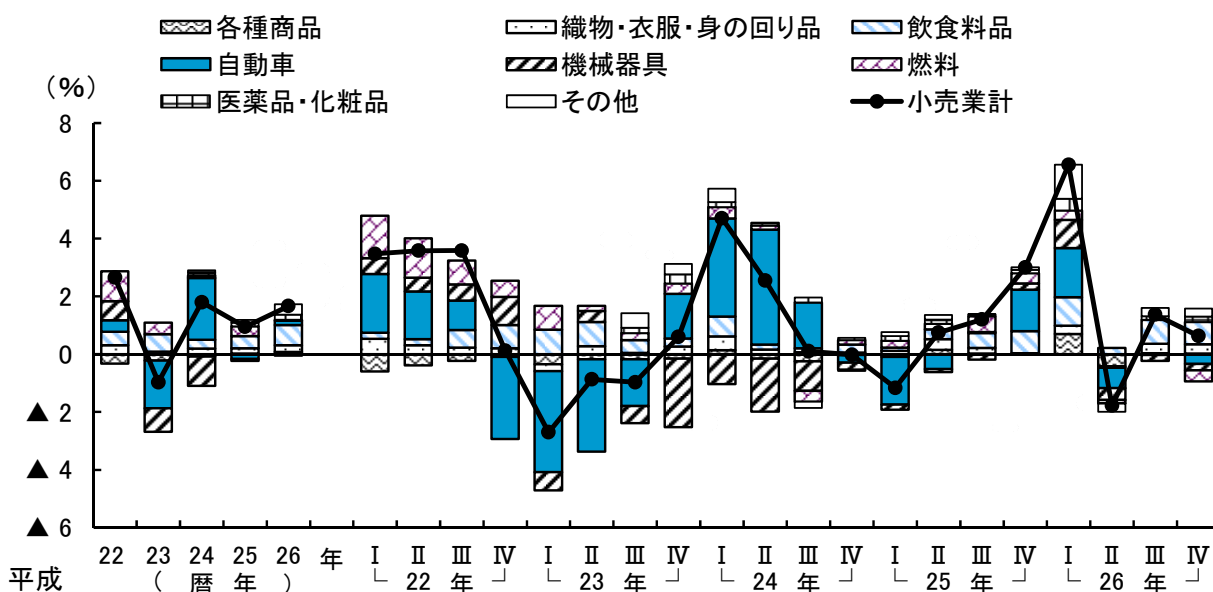
四半期別にみると、1～3月期は、石油・石炭、非鉄金属などが減少となったものの、その他の機械器具、鉄鋼、自動車などが増加したことにより、前年同期比 7.1%と3期連続の増加となった。4～6月期は、家庭用電気機械器具、医薬品・化粧品などが減少となったものの、鉄鋼、自動車、その他の機械器具などが増加したことにより、同 2.1%の増加となった。7～9月期は、鉄鋼、農畜産物・水産物などが増加し、その他の機械器具、石油・石炭、家庭用電気機械器具などが減少したことにより、同▲0.0%の横ばいとなった。10～12月期は、鉄鋼、非鉄金属などが増加となったものの、石油・石炭、家庭用電気機械器具、その他の商品などが減少したことにより、同▲0.4%の減少となった。

### Ⅲ. 小売業販売額の動向

#### － 3年連続の増加となった小売業販売額 －

平成26年の小売業販売額は、燃料小売業が減少したものの、飲食料品小売業、その他小売業、織物・衣服・身の回り品小売業などが増加したことにより、141兆2190億円、前年比1.7%と3年連続の増加となった（第3図）。これは、飲食料品小売業が、畜産品や水産品の相場高に加え、畜産品が好調だったことなどにより増加、その他小売業が、DIY素材・用品や家庭日用品に動きがみられたことなどにより増加、織物・衣服・身の回り品小売業が、季節商材が好調だったことなどにより増加、医薬品・化粧品小売業が、ドラッグストアが堅調だったことなどにより増加、自動車小売業が、新型車効果や消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加、各種商品小売業（百貨店など）が、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、高額商品に動きがみられたことなどにより増加、機械器具小売業が、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となったことによる。一方、燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品の販売量が減少したことなどにより減少となった。

第3図 小売業業種別寄与度の推移（前年比・前年同期比）



注：23年及び23年Ⅱ期以前のその他は医薬品・化粧品を含む。

四半期別にみると、1～3月期は、自動車小売業が新型車効果や消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加、その他小売業がDIY素材・用品や家庭日用品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加、飲食料品小売業が畜産品や鍋物商材に動きがみられたことに加え、調味料や酒類などが好調だったことなどにより増加、機械器具小売業が冷蔵庫、洗濯機、エアコンなどに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加、各種商品小売業（百貨店など）が消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、高額商品が好調だったことなどにより増加、医薬品・化粧品小売業が化粧品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加するなど、全ての業種で増加したことにより、36兆3710億円、前年同期比6.6%と4期連続の増加となった。

4～6月期は、飲食料品小売業が野菜の相場高や畜産品に動きがみられたことなどにより増加したものの、自動車小売業、各種商品小売業（百貨店など）、機械器具小売業及びその他小売業に消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより減少、燃料小売業が石油製品価格は上昇しているものの、ガソリン、灯油などの販売量が減少したことにより減少したことなどにより、33兆8020億円、同▲1.8%の減少となった。

7～9月期は、機械器具小売業が天候不順の影響によりエアコンが不調だったことなどにより減少したものの、飲食料品小売業が野菜や畜産品の相場高に加え、畜産品に動きがみられたことなどにより増加、織物・衣服・身の回り品小売業が期後半からの気温低下に伴い、秋物衣料が好調だったことなどにより増加、その他小売業がDIY素材・用品や園芸・エクステリアに動きがみられたことなどにより増加、医薬品・化粧品小売業が期後半からの気温低下に伴い、風邪薬などの医薬品に動きがみられたことなどにより増加したことなどにより、34兆5220億円、同1.4%の増加となった。

10～12月期は、燃料小売業がガソリンなどの石油製品の販売量が減少したことに加え、期末には石油製品価格が低下したことにより減少、自動車小売業が軽乗用車、普通車ともに不調だったことなどにより減少したものの、飲食料品小売業が野菜の相場安があったものの、畜産品や水産品の相場高に加え、畜産品などに動きがみられたことなどにより増加、織物・衣服・身の回り品小売業が期後半の気温低下に伴い、冬物衣料が好調だったことなどにより増加、その他小売業が期後半の気温低下に伴い、暖房・防寒関連用品などの季節商材が好調だったことなどにより増加したことなどにより、36兆5240億円、同0.6%の増加となった。

## 1. 業種別の動向

① 各種商品小売業（百貨店など）は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動や天候不順の影響があったものの、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、高額商品に動きがみられたことなどにより、前年比0.9%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、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、高額商品が好調だったことなどにより、前年同期比7.7%と4期連続の増加となった。4～6月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲4.7%の減少となった。7～9月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が一部に残ったものの、期後半からの気温低下に伴い、秋冬物衣料などに動きがみられたことなどにより、同0.4%の増加となった。10～12月期は、化粧品や身の回り品に動きがみられたことなどにより、同0.2%の増加となった。

② 織物・衣服・身の回り品小売業は、3月の気温上昇や夏後半からの気温低下により、季節商材が好調だったことなどにより、前年比2.8%と5年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、2月に大雪などの影響はあったものの、冬物衣料に動き

がみられたことに加え、3月の気温上昇に伴い春物衣料が好調だったことなどにより、前年同期比 3.6%と12期連続の増加となった。4～6月期は、天候不順の影響などから季節商材の動きが鈍かったことに加え、単価の高い商品において伸び悩みがみられたことなどにより、同▲0.6%の減少となった。7～9月期は、期後半の気温低下に伴い、秋冬物衣料が好調だったことなどにより、同 4.4%の増加となった。10～12月期は、冬物衣料が好調だったことなどにより、同 3.9%の増加となった。

③ 飲食料品小売業は、畜産品や水産品の相場高に加え、畜産品などに動きがみられたことや、コンビニエンスストアの堅調などにより、前年比 2.2%と8年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、野菜の相場高や畜産品、鍋物商材に動きがみられたことに加え、3月に調味料や酒類などが好調だったことなどにより、前年同期比 3.1%と17期連続の増加となった。4～6月期は、野菜や畜産品の相場高や畜産品に動きがみられたことなどにより、同 0.7%の増加となった。7～9月期は、畜産品などの相場高に加え、畜産品に動きがみられたことなどにより、同 2.5%の増加となった。10～12月期は、野菜の相場安があったものの、畜産品や水産品の相場高に加え、畜産品に動きがみられたことなどにより、同 2.4%の増加となった。

④ 自動車小売業は、新型車効果や消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、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、新型車効果により普通車、軽乗用車ともに好調だったことに加え、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年同期比 14.3%と3期連続の増加となった。4～6月期は、軽乗用車は堅調だったものの、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲5.9%の減少となった。7～9月期、10～12月期は、普通車、小型車などの不調により、同▲0.2%、同▲3.1%とともに減少となった。

⑤ 機械器具小売業は、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、パソコンなどに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年比 0.6%と4年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、パソコンなどに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、4月に一部パソコン用 OS のサポート終了を控え、パソコンの買い替え需要も好調だったことなどにより、前年同期比 19.5%と2期連続の増加となった。4～6月期は、引き続きパソコン用 OS のサポート終了に伴う買い替え需要によりパソコンは堅調だったものの、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲8.7%の減少となった。7～9月期は、天候不順の影響によりエアコンなどの季節商品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、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、パソコンなどの不調により、同▲4.4%の減少となった。

⑥ 燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品価格は上昇したものの、販売量が減少したことにより、前年比▲0.5%と5年ぶりの減少となった。

四半期別にみると、1～3月期は、ガソリンなどの石油製品価格の上昇などにより、前年同期比 2.9%と6期連続の増加となった。4～6月期は、ガソリン、灯油などの石油製品の販売量の減少などにより同▲1.3%の減少となった。7～9月期は、ガソリンなどの石油製品の価格は上昇しているものの、天候不順の影響から販売量が減少したことなどにより、同 0.0%の横ばいとなった。10～12月期は、石油製品の販売量の減少に加え、12月の石油製品価格の低下などにより、同▲3.8%の減少となった。

⑦ 医薬品・化粧品小売業は、ドラッグストアが好調だったことに加え、化粧品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年比 2.8%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、マスクなどの予防対策商材に動きがみられたことや、化粧品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年同期比 6.6%と11期連続の増加となった。4～6月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲0.2%の減少となった。7～9月期、10～12月期は、風邪薬や鼻炎薬などの医薬品や化粧品などが好調だったことなどにより、それぞれ同 2.0%、同 3.0%の増加となった。

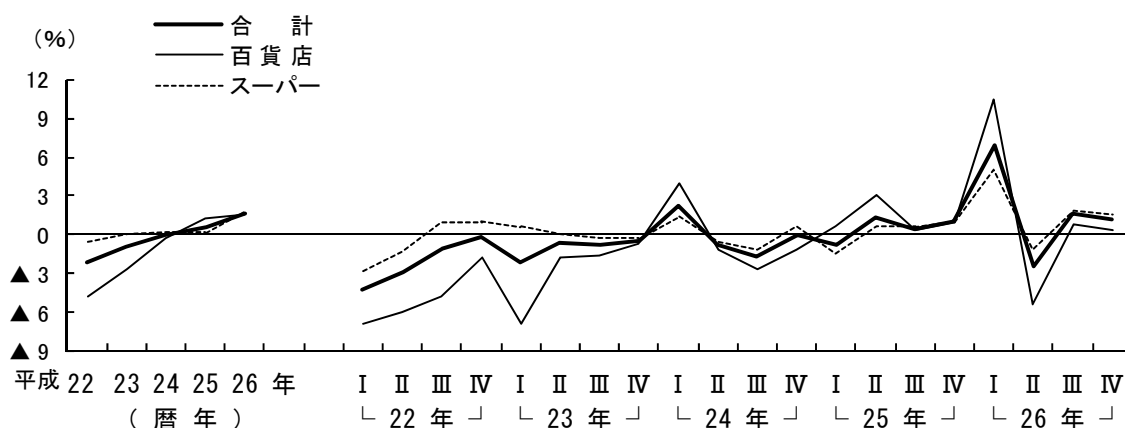
⑧ その他小売業は、DIY素材・用品や家庭日用品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年比 2.1%と3年連続の増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、DIY素材・用品や家庭日用品、家具などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年同期比 6.9%と5期連続の増加となった。4～6月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲1.6%の減少となった。7～9月期は、天候不順の影響から季節商材は不調だったものの、DIY素材・用品や園芸・エクステリアに動きがみられたことなどにより、同 1.6%の増加となった。10～12月期は、季節商材などに動きがみられたことなどにより、同 1.6%の増加となった。

## 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年間販売額は、20兆 1973億円、前年比 1.7%と2年連続の増加となった(第4図)。

第4図 大型小売店（百貨店・スーパー）販売額の推移（前年比・前年同期比）



これは、4月からの消費税率引上げや天候不順によるマイナス要因の影響などがあったものの、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことや、百貨店で化粧品や身の回り品、高額商品などの動きが良かったこと、スーパーで新店効果に加え、畜産品や総菜が年間を通して好調だったことなどによる。

商品別にみると、衣料品は、特選ブランドなどの身の回り品に動きがみられたものの、天候



不順の影響などから、季節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、新店効果に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより増加となった。その他は、家庭用電気機械器具などが低調だったものの、化粧品が好調だったことに加え、高級時計などの高額商品に動きがみられたことなどにより増加となった。

なお、既存店ベースでみると、同0.9%と平成3年以来23年ぶりの増加となった。

四半期別にみると、1～3月期は、大雪などの天候不順の影響があったものの、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年同期比6.9%と4期連続の増加となった。

4～6月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことや天候不順の影響などにより、同▲2.5%の減少となった。

7～9月期は、天候不順の影響などから衣料品が低調だったものの、飲食料品が、生鮮食品の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより、同1.6%の増加となった。

10～12月期は、衣料品が低調だったものの、飲食料品が、畜産品や総菜が好調だったことに加え、その他が、化粧品や高額商品などが好調だったことなどにより、同1.2%の増加となった。

なお、既存店ベースでみると、1～3月期は同6.0%と2期連続の増加となった。4～6月期は同▲3.2%の減少、7～9月期は同0.5%の増加、10～12月期は、同0.4%の増加となった。

## ① 百貨店

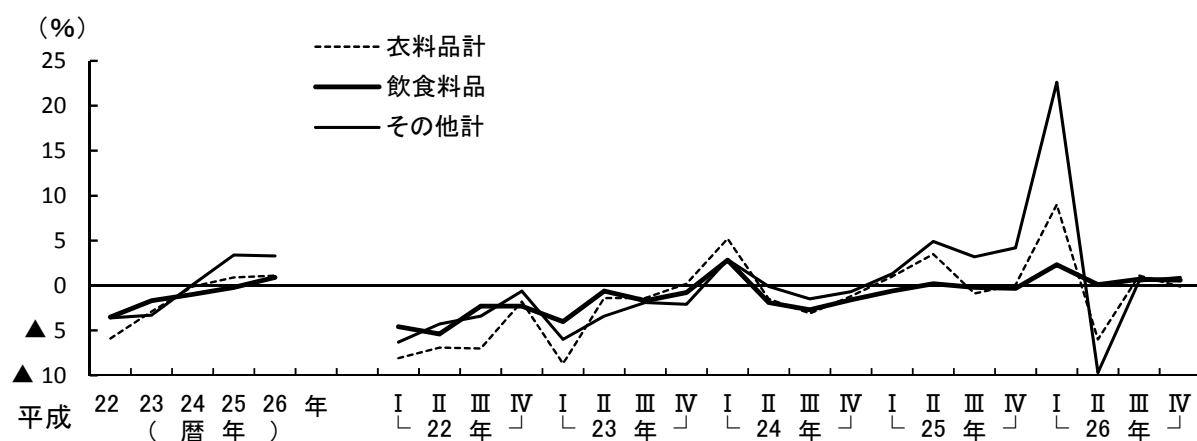
百貨店の年間販売額は、6兆8274億円、前年比1.6%と2年連続の増加となった(第5図)。

これは、消費税率引上げや天候不順、閉店の影響があったものの、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、化粧品や身の回り品、高額商品の動きが良かったことなどによる。

商品別にみると、衣料品は、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、特選ブランドなどの身の回り品に動きがみられたことなどにより増加となった。飲食料品は、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、地方物産展などの催事効果がみられたことなどにより増加となった。その他は、化粧品が好調だったことに加え、高級時計などの高額商品に動きがみられたことなどにより増加となった。

なお、既存店ベースでみると、同2.1%と3年連続の増加となった。

第5図 百貨店商品別販売額の推移（前年比・前年同期比）



四半期別にみると、1～3月期は、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、前年に引き続き高額商品が好調だったことなどにより、前年同期比10.5%と5期連続の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、期前半は大雪などの天候不順の影響から婦人服などが低調だったものの、期後半は特選ブランドなどの身の回り品や婦人服を中心に、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となった。飲食料品は、地方物産展などの催事効果に加え、和洋酒などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となった。その他は、高級時計や宝飾品など的高額商品が、前年に引き続き好調だったことに加え、化粧品や家具、家庭用品などを中心に、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となった。

4～6月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲5.3%の減少となった。

商品別にみると、衣料品は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことに加え、前年好調だったことの反動などにより減少となった。飲食料品は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたものの、地方物産展などの催事効果がみられたことなどにより増加となった。その他は、宝飾品など的高額商品や家庭用品を中心に、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより減少となった。

7～9月期は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が一部に残ったものの、期後半の気温低下に伴い、秋冬物衣料などの動きが良かったことに加え、地方物産展などの催事効果がみられたことなどにより、同0.8%の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、期前半は天候不順の影響により夏物衣料の動きが鈍かったものの、期後半の気温低下に伴い、秋冬物衣料の動きが良かったことなどにより増加となった。飲食料品は、天候不順の影響があったものの、地方物産展などの催事効果がみられたことなどにより増加となった。その他は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が家具など一部に残ったものの、化粧品や高級時計などに動きがみられたことなどにより増加となった。

10～12月期は、化粧品や身の回り品などに動きがみられたことなどにより、同0.4%の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、特選ブランドなどの身の回り品が堅調だったものの、台風上陸などの天候不順の影響などにより減少となった。飲食料品は、引き続き、地方物産展などの催事効果がみられたことなどにより増加となった。その他は、家庭用品などに前年好調だった反動がみられたものの、10月1日からの訪日外国人旅行者向け免税対象商品拡大の効果もあって化粧品が好調だったことに加え、高級時計など的高額商品に動きがみられたことなどにより増加となった。

なお、既存店ベースでみると、1～3月期は同11.1%と5期連続の増加となった。4～6月期は同▲4.7%の減少、7～9月期は同1.0%の増加、10～12月期は同0.8%の増加となった。

## ② スーパー

スーパーの年間販売額は、13兆3699億円、前年比1.8%と4年連続の増加となった(第6図)。

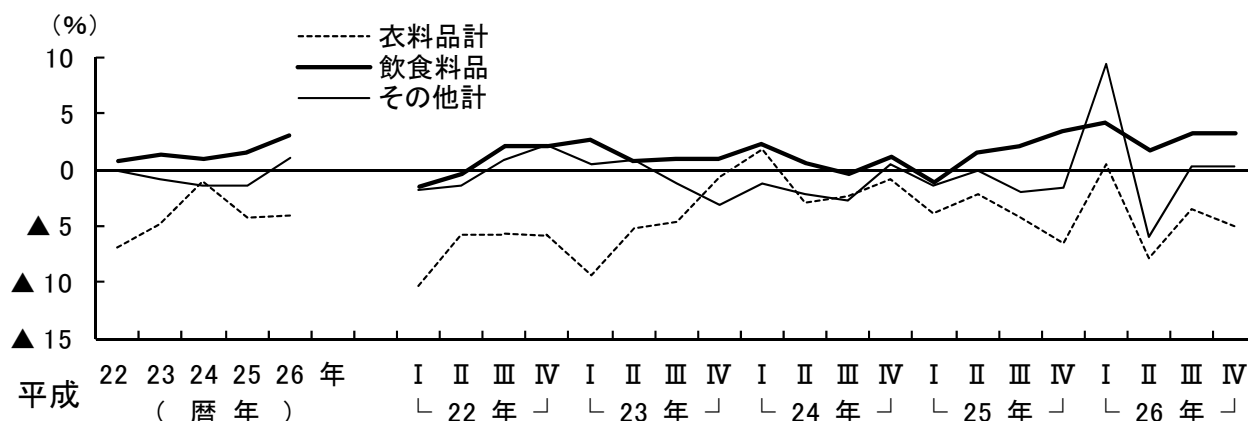
これは、消費税率引上げや天候不順の影響などから、衣料品全般が低調だったものの、新店効果に加え、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたこと、また、主力の飲食料品が、畜

産品や総菜が年間を通して好調だったことなどによる。

商品別にみると、衣料品は、消費税率引上げや天候不順の影響などから、婦人服を中心に一般的に低調だったことにより減少となった。飲食料品は、生鮮食品の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより増加となった。その他は、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことに加え、玩具などに動きがみられたことなどにより増加となった。

なお、既存店ベースでみると、同0.3%と平成3年以来23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）



四半期別にみると、1～3月期は、主力の飲食料品が、生鮮食品の相場高や畜産品が好調だったことに加え、衣料品や化粧品、日用品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより、前年同期比5.0%と4期連続の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、大雪などの天候不順の影響があったものの、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となった。飲食料品は、生鮮食品の相場高や畜産品、総菜などが好調だったことに加え、消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となった。その他は、化粧品や日用品などに消費税率引上げ前の駆け込み需要がみられたことなどにより増加となった。

4～6月期は、生鮮食品の相場高に加え、畜産品や総菜の動きが良かったことなどにより飲食料品が堅調だったものの、衣料品や化粧品、日用品などに消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより、同▲1.1%の減少となった。

商品別にみると、衣料品は、天候不順の影響などから季節商材の動きが鈍かったことに加え、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより減少となった。飲食料品は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたものの、生鮮食品の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより増加となった。その他は、化粧品や日用品などに消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動がみられたことなどにより減少となった。

7～9月期は、天候不順の影響などから、衣料品などが低調だったものの、飲食料品が、生鮮食品の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより、同1.9%の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、期後半の気温低下に伴い、秋冬物衣料に動きがみられたものの、期前半の天候不順の影響から、夏物衣料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、生鮮食品の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより増加となった。その他は、天候不順の影響や、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が家庭用品や家庭用電気機械器具など一部に残ったものの、玩具やゲームソフトなどに動きがみられたことなどにより増加となった。

10～12月期は、衣料品が全般的に低調だったものの、飲食料品が、畜産品や生鮮魚介の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことなどにより、同1.6%の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、天候不順の影響などから、婦人服を中心に全般的に低調だったことにより減少となった。飲食料品は、野菜の相場安があったものの、畜産品や生鮮魚介の相場高に加え、畜産品や総菜が好調だったことにより増加となった。その他は、家庭用品や家庭用電気機械器具などが低調だったものの、玩具などに動きがみられたことなどにより増加となった。

なお、既存店ベースでみると、1～3月期は同3.3%と平成20年1～3月期以来24期ぶりの増加となった。4～6月期は同▲2.4%の減少、7～9月期は同0.3%の増加、10～12月期は同0.2%の増加となった。

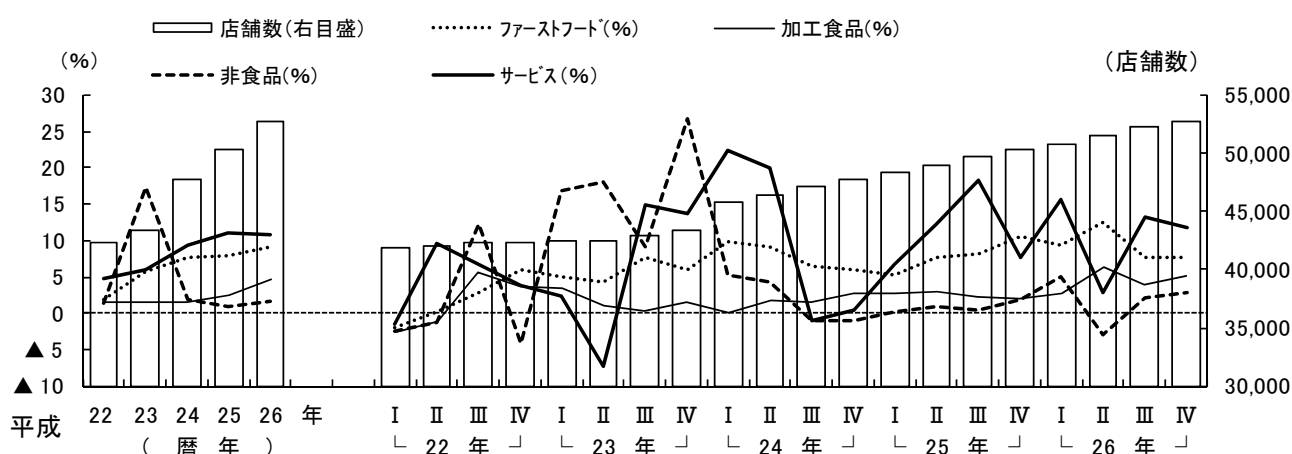
### 3. コンビニエンスストアの動向

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の合計は、ファーストフード及び日配食品などが好調だったことにより、10兆4232億円、前年比5.6%と16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0.7%と3年ぶりの増加となった。

商品販売額は、9兆8905億円、同5.3%の増加となった。商品別にみると、ファーストフード及び日配食品は、いれたてコーヒーを含むファーストフード、総菜などが好調だったことにより、3兆8076億円、同9.2%と5年連続の増加となった。加工食品は、冷凍食品、菓子、アイスクリームなどが好調だったことにより、2兆7743億円、同4.6%と5年連続の増加となった。非食品は、たばこ、書籍が不調だったものの、消費税引上げ前の1月～3月期は、たばこに駆け込み需要がみられたことに加え、新規出店効果などにより、3兆3086億円、同1.7%と16年連続の増加となった。サービス売上高は、各種チケット、ゲーム用プリペイドカードなどが好調だったことにより、5328億円、同10.8%と8年連続の増加となった。

第7図 コンビニエンスストアの販売額と店舗数の推移(前年比・前年同期比)



四半期別にみると、1～3月期は、ファーストフード、総菜、生鮮食品、各種チケット、ゲーム用プリペイドカードなどが好調だったことにより、合計で前年同期比6.4%と15期連続の増加となった。商品販売額は、同5.9%と15期連続の増加、サービス売上高は、同

15.6%と6期連続の増加となった。

4～6月期は、ファーストフード、調理パン、サラダ、冷凍食品、アイスクリームなどが好調だったことにより、合計で同5.2%の増加となった。商品販売額は同5.3%の増加、サービス売上高は同2.8%の増加となった。

7～9月期は、調理パン、ファーストフード、サラダ、菓子、冷凍食品、各種チケットなどが好調だったことにより、合計で同5.2%の増加となった。商品販売額は同4.8%の増加、サービス売上高は同13.3%の増加となった。

10～12月期は、ファーストフード、調理パン、生鮮食品、冷凍食品、各種チケット、ゲーム用プリペイドカードなどが好調だったことにより、合計で同5.6%の増加となった。商品販売額は同5.3%の増加、サービス売上高は同11.7%の増加となった。

店舗数をみると、12月末で5万2725店、前年末に比べ2491店の増加(前年末比5.0%増)となった。

## <参考：専門量販店販売統計調査結果>

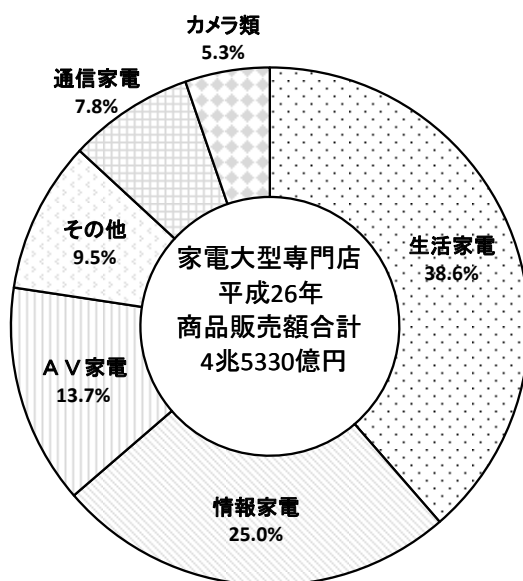
平成26年1月から一般統計調査として新たに実施した「専門量販店販売統計調査」の各業態別平成26年年間販売額及び商品別構成比は以下のとおり（当年は、比較する前年のデータが無いため、前年及び前年同期との比較は出来ない。）

### 1. 家電大型専門店

家電大型専門店の年間販売額は、4兆5330億円となった（第8図）。

家電大型専門店における商品別構成比をみると、洗濯機、冷蔵庫、エアコンなどの白物家電や理美容家電などを含む「生活家電」の構成比が38.6%と最も高く、次いで、パソコンなどの「情報家電」が同25.0%、テレビ、BD・DVDレコーダーなどの「AV家電」が同13.7%の順となった。

第8図 家電大型専門店商品別販売額構成比（%）



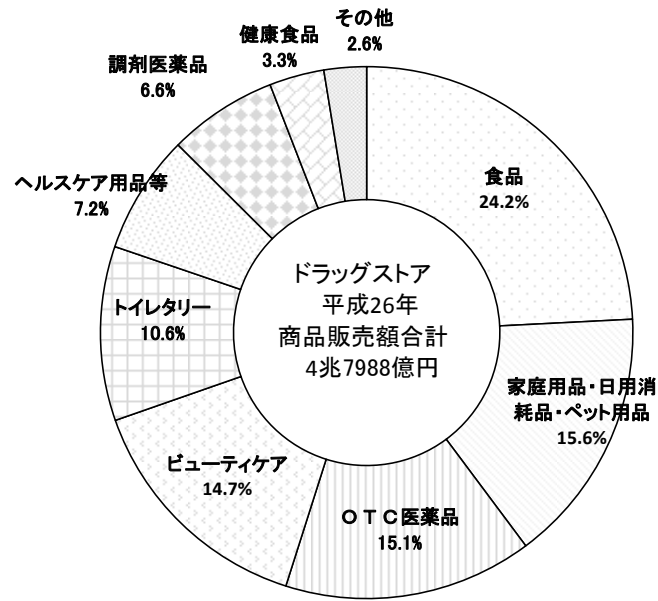
※各品目の構成比合計は、四捨五入の関係で、100.0%にはならない(以下同じ)。

## 2. ドラッグストア

ドラッグストアの年間販売額は、4兆7988億円となった（第9図）。

ドラッグストアにおける商品別構成比をみると、「食品」の構成比が24.2%と最も高く、次いで、バス・トイレ・キッチン用品、洗剤、ティッシュペーパーなどの「家庭用品・日用消耗品・ペット用品」が同15.6%、医師の処方に基づかない一般医薬品などの「OTC医薬品」が同15.1%の順となった。

第9図 ドラッグストア商品別販売額構成比（%）



## 3. ホームセンター

ホームセンターの年間販売額は、3兆3459億円となった（第10図）。

ホームセンターにおける商品別構成比をみると、バス・トイレ・キッチン用品、洗剤、ティッシュペーパーなどの「家庭用品・日用品」の構成比が21.5%と最も高く、次いで、工具、建築金物、塗料、住設機器などの「DIY用具・素材」が同20.5%、エクステリア、園芸生物、園芸用品などの「園芸・エクステリア」が同14.9%の順となった。

第10図 ホームセンター商品別販売額構成比（%）

