

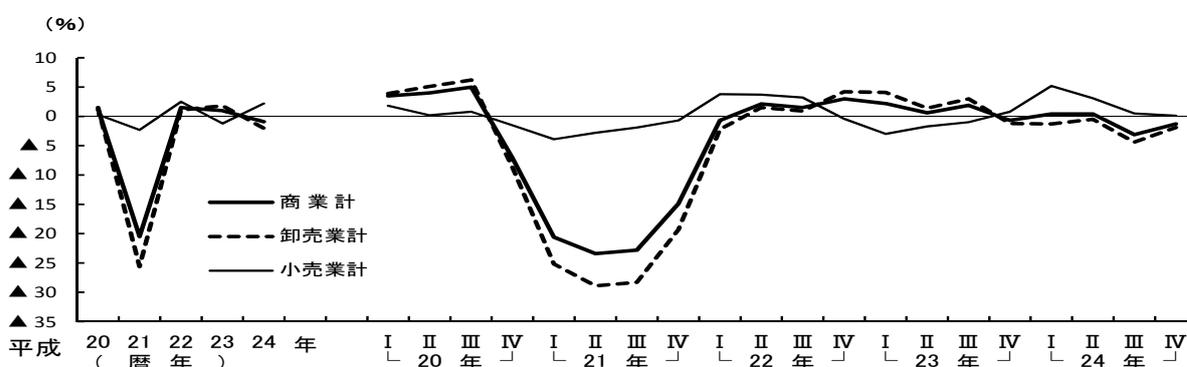
★★商業動向分析(四半期別)は本号をもって終了となります。★★★

商業動向分析(平成24年年間回顧)

24年の商業販売額は、501兆3010億円、前年比▲0.9%と3年ぶりの減少となった。卸売業は、364兆3120億円、同▲2.0%と3年ぶりの減少、小売業は、136兆9890億円、同2.2%と2年ぶりの増加となった。

24年10～12月期は、128兆6470億円で、前年同期比▲1.3%と2期連続の減少となった。卸売業は、93兆5970億円、同▲1.9%と5期連続の減少となった。小売業は、35兆490億円、同0.1%と5期連続の増加となった。

商業販売額の推移(前年(同期)比)



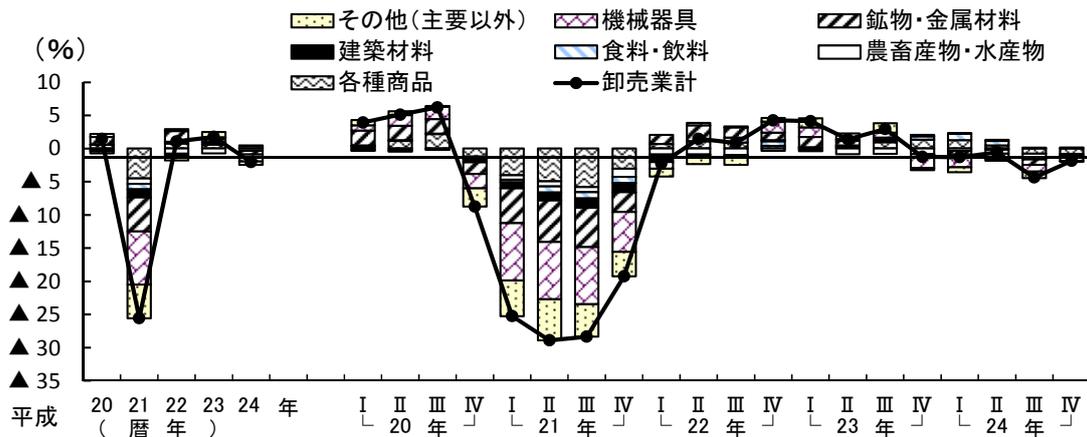
(1) 卸売業販売額の動向

24年の卸売業販売額は、364兆3120億円、同▲2.0%と3年ぶりの減少となった。

業種別にみると、機械器具卸売業は、自動車エコカー補助金制度(23年12月から24年9月まで)の効果による国内向けの好調や輸出入増により増加となったものの、電気機械器具が前年の地上デジタル放送(以下、地デジという。地デジ移行:23年7月25日、東北3県24年4月1日)移行による需要増の反動により、薄型テレビの国内向けの不振に加え、価格低下などにより減少、一般機械器具がポンプ・遠心分離器、原動機、電算機類の輸出減などにより減少、その他の機械器具が船舶の輸出減などにより減少となった。鉱物・金属材料卸売業は、鉄鋼・非鉄金属の国内向けや輸出入減に加え、価格低下などにより減少、農畜産物・水産物卸売業は、震災の影響等による農畜産物・水産物の取扱い減や穀物類の輸入減などにより減少となった。一方、食料・飲料卸売業、建築材料卸売業などは増加となった。

10～12月期は、建築材料卸売業が増加となったものの、各種商品卸売業(商社など)、機械器具卸売業、農畜産物・水産物卸売業、鉱物・金属材料卸売業などが減少したことから、93兆5970億円、前年同期比▲1.9%と5期連続の減少となった(第1図)。

第1図 主要卸売業業種別寄与度の推移(前年(同期)比)



ア. 業種別の動向

- ① 各種商品卸売業(商社など)は、原油、液化天然ガスなどの輸入増、自動車及び自動車部品の輸出増などにより、前年比 0.1%と3年連続の増加となった。

10～12月期は、原油や液化天然ガスの輸入減や鉄鋼の輸出減などにより、前年同期比▲7.3%と2期連続の減少となった。

- ② 繊維品卸売業は、織物用糸・繊維製品の輸出減や綿花の輸入減などにより、前年比▲4.3%と3年ぶりの減少となった。

10～12月期は、織物用糸・繊維製品の輸出減などにより、前年同期比▲6.9%と3期連続の減少となった。

- ③ 衣服・身の回り品卸売業は、衣服・同付属品の輸入は増加したものの、国内向けの取扱い減などにより、前年比▲2.8%と6年連続の減少となった。

10～12月期は、気温低下による国内向けの取扱い増などから、前年同期比 3.9%と25期ぶりの増加となった。

- ④ 農畜産物・水産物卸売業は、震災の影響による農畜産物・水産物の取扱い減などから、前年比▲4.1%と7年連続の減少となった。

10～12月期は、肉類、水産物の取扱い減などから、前年同期比▲2.7%と25期連続の減少となった。

- ⑤ 食料・飲料卸売業は、飲食料品小売業向けが堅調に推移したことや外食産業向けの増加などから、前年比 2.6%と3年連続の増加となった。

10～12月期は、飲料やビール類の取扱い減などにより、前年同期比▲0.3%と2期連続の減少となった。

- ⑥ 建築材料卸売業は、前年の震災からの復興需要による建築需要増加などから、前年比 2.7%と2年連続の増加となった。

10～12月期は、新設住宅着工の好調による建築需要増などにより、前年同期比3.3%と9期連続の増加となった。

- ⑦ 化学製品卸売業は、化学製品の輸出入減及び化学製品、プラスチック製品の価格低下などにより、前年比▲5.8%と2年連続の減少となった。

10～12月期は、化学製品、プラスチック製品の価格低下などにより、前年同期比▲0.2%と8期連続の減少となった。

- ⑧ 鉱物・金属材料卸売業は、鉄鋼・非鉄金属の国内向けや輸出入減に加え、価格低下などにより、前年比▲4.1%と3年ぶりの減少となった。

10～12月期は、鉄鋼の価格低下や国内製造業向けの減少及び輸出入減、金・白金の国内向けの減少などから、前年同期比▲1.4%と5期連続の減少となった。

- ⑨ 機械器具卸売業は、自動車エコカー補助金制度の効果による国内向けの好調や輸出入増により増加となったものの、電気機械器具が前年の地デジ移行による需要増の反動により、薄型テレビの国内向けの不振に加え、価格低下などにより減少、一般機械器具がポンプ・遠心分離器、原動機、電算機類の輸出減などにより減少、その他の機械器具が船舶の輸出減などにより減少となったことから、前年比▲4.4%と3年ぶりの減少となった。

10～12月期は、前年同期比▲2.7%と5期連続の減少となった。内訳をみると、電気機械器具が薄型テレビの国内向けの不振や音響映像機器の輸入減などにより減少、一般機械器具が建設用・鉱山用機械及び原動機の輸出減などにより減少、自動車がエコカー補助金の終了による国内向けの不振や輸出減などにより減少となった。

- ⑩ 家具・建具・じゅう器卸売業は、前年の復興需要による住宅着工の増加や節電・暑さ対策関連商材の増加の反動などにより、前年比▲1.9%と2年ぶりの減少となった。

10～12月期は、前年の復興需要による住宅設備、室内装飾品の需要増の反動などにより、前年同期比▲2.9%と3期連続の減少となった。

- ⑪ 医薬品・化粧品卸売業は、国内向け及び輸出減などにより、前年比▲1.1%と3年ぶりの減少となった。

10～12月期は、国内向け及び輸出減などにより、前年同期比▲0.9%と2期連続の減少となった。

- ⑫ その他の卸売業は、紙類・紙製品の国内向け及び輸出減、ゴム製品の輸出減などにより、前年比▲0.4%と2年ぶりの減少となった。

10～12月期は、飼料の価格上昇による国内向けの増加などにより、前年同期比0.1%と2期ぶりの増加となった。

イ. 大規模卸売業の動向

24年の大規模卸売店の販売額は、家庭用電気機械器具が前年の地デジ移行による需要増の反動により、薄型テレビの国内向けの不振に加え、輸出減などにより減少、鉄鋼が造船向け、自動車向け、鋼材・鋼管の国内向けの不振及び輸出減などにより減少、その他の機械器具がパソコン、半導体等電子部品の輸出減などにより、106兆8910億円、前年比▲2.2%と2年連続の減少となった。

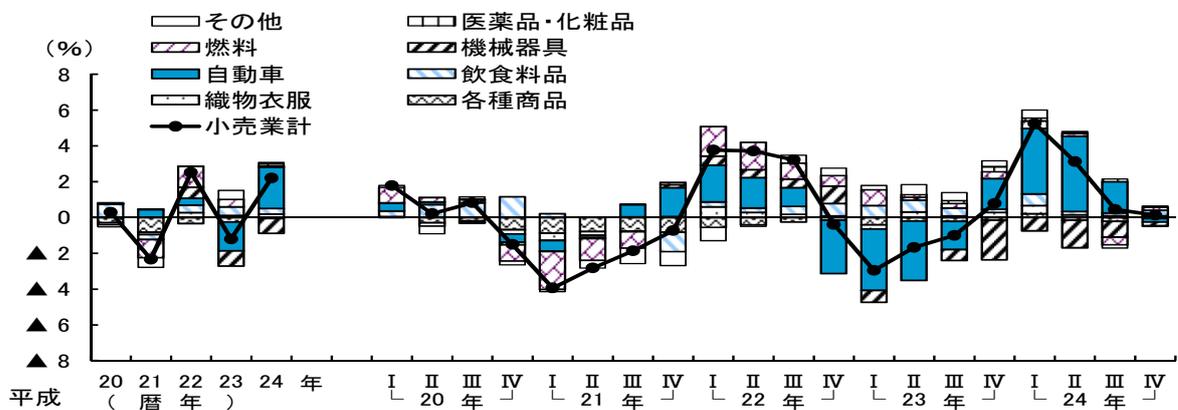
10～12月期は、26兆7260億円、前年同期比▲4.4%と2期連続の減少となった。販売額を商品別にみると、鉄鋼が国内向けの不振により大幅に減少、その他の機械器具、家庭用電気機械器具、一般機械器具、鉱物なども減少となった。

(2) 小売業販売額の動向

24年の小売業販売額は、136兆9890億円、前年比2.2%と2年ぶりの増加となった。

業種別にみると、自動車小売業は、エコカー補助金制度の効果や、前年の震災の影響による反動などにより大幅に増加(比較可能な昭和55年以降最大の増加率)、飲食料品小売業は、夏場の高温による涼味商材、冬場の低温による鍋物商材の好調に加え、コンビニエンスストアの好調などにより増加、織物・衣服・身の回り品小売業は、前年の震災の影響による反動及び季節商材の好調などにより増加となった。また、医薬品・化粧品小売業は、ドラッグストアの好調などから増加、燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品価格の上昇などにより増加、その他小売業は、DIY用品などが好調だったことなどから増加となった。一方、機械器具小売業は、前年に地デジ移行に向けて、薄型テレビ、チューナーなどの地デジ対応商品の駆け込み需要があった反動などにより大幅減(比較可能な昭和55年以降最大の減少率)となった。また、各種商品小売業(百貨店など)も百貨店の不振などにより減少となった(第2図)。

第2図 小売業業種別寄与度の推移(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。

10～12月期は、自動車小売業がエコカー補助制度終了の影響により減少したものの、飲食料品小売業が気温低下とともに鍋物商材に動きがみられたことなどにより増加、燃料小売業が石油製品価格の上昇により増加、織物・衣服・身の回り品小売業が冬物衣料の好調により増加したことなどから、35兆490億円、前年同期比0.1%と5期連続の増加となった。

ア. 業種別の動向

- ① 各種商品小売業(百貨店など)は、前年の震災の影響による反動などから主力の衣料品や高額商品に動きがみられたものの、景気の先行き懸念による消費者の節約志向が依然続いており、前年比▲0.5%と17年連続の減少となった。

10～12月期は、一部、宝飾品など的高額商品が好調だったことに加え、コートなどの重衣料が期後半の気温低下とともに動きがみられたものの、全般的には低調に推移したことなどから、前年同期比▲0.5%と3期連続の減少となった。

- ② 織物・衣服・身の回り品小売業は、前年の震災の反動及び季節商材の好調などにより、前年比2.4%と3年連続の増加となった。

10～12月期は、気温低下とともに冬物商材が堅調に推移したことなどにより、前年同期比1.1%と7期連続の増加となった。

- ③ 飲食料品小売業は、夏場の高温による涼味商材の好調、冬場の低温による鍋物商材の好調に加え、コンビニエンスストアの好調などにより、前年比1.0%と3年連続の増加となった。

10～12月期は、気温低下とともに鍋物商材に動きがみられたことなどから、前年同期比1.0%と12期連続の増加となった。

- ④ 自動車小売業は、エコカー補助金制度の効果や、前年の震災の影響による反動などにより、前年比22.0%と大幅増となり、2年ぶりの増加となった。

10～12月期は、エコカー補助金制度が終了した反動などにより、前年同期比▲2.0%と5期ぶりの減少となった。

- ⑤ 機械器具小売業は、前年に地デジ移行に向けて、薄型テレビ、チューナーなどの地デジ対応商品の駆け込み需要があった反動などにより、前年比▲15.1%と大幅減となり、2年連続の減少となった。

10～12月期は、エアコン、冷蔵庫などに動きがみられたものの、薄型テレビやBDレコーダなどの販売が不調だったことなどにより、前年同期比▲4.3%と6期連続の減少となった。

- ⑥ 燃料小売業は、ガソリンなどの石油製品価格の上昇などにより、前年比0.7%と3年

連続の増加となった。

10～12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 1.5%と2期ぶりに増加となった。

- ⑦ 医薬品・化粧品小売業は、ドラッグストアの好調などにより、前年比 1.9%の増加となった。

10～12月期は、医薬品やマスク、カイロ、保湿化粧品といった防寒、乾燥対策商品が好調だったことなどにより、前年同期比 1.2%と6期連続の増加となった。

- ⑧ その他小売業は、DIY用品などに動きがみられたことなどにより、前年比 0.4%の増加となった。

10～12月期は、DIY用品などが好調だったものの、期前半に気温が高めに推移したため季節商材が不調だったことなどにより、前年同期比▲0.2%と2期連続の減少となった。

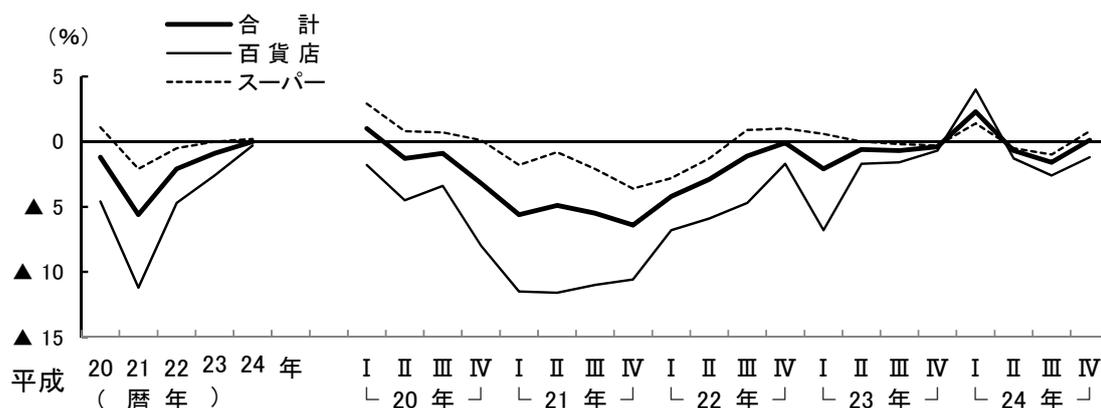
イ. 大型小売店の動向

24年の大型小売店の販売額は、19兆5935億円、前年比0.0%の横ばいとなった。

業態別にみると、百貨店は、前年の震災の影響による反動などから、主力の衣料品や高額商品に動きがみられたものの、景気の先行き懸念による消費者の節約志向が依然続いていることなどから減少となった。一方、スーパーは、新店効果に加え、消費者の内食志向を背景に堅調に推移したことなどから増加となった。なお、既存店ベースでみると、同▲0.7%と21年連続の減少となった。

10～12月期は、薄型テレビを中心に家庭用電気機械器具が低調だったものの、一部、高額商品や化粧品などに動きがみられたこと、気温低下とともにコートなどの重衣料や鍋物商材等の飲食料品が好調だったことなどにより、5兆3366億円、前年同期比0.1%と3期ぶりの増加となった。なお、既存店ベースでみると、同▲0.7%と3期連続の減少となった(第3図)。

第3図 大型小売店(百貨店、スーパー)販売額の推移(前年(同期)比)



① 百貨店

百貨店は、前年の震災の影響による反動などから、主力の衣料品や高額商品に動きがみられたものの、景気の先行き懸念による消費者の節約志向が依然続いており、前年比▲0.3%と15年連続の減少となった。

商品別にみると、衣料品は、前年の震災の影響による反動などから堅調だったものの、天候不順により季節商材の動きが鈍かったこと、前年好調だったクールビズ関連商材が不調だったことなどから減少となった。飲食料品は、増床・改装効果に加え、物産展などは活況だったものの、全般的に低調だったことなどから減少となった。その他は、家庭用品が前年の震災の復興需要による反動などにより低調だったものの、一部、高額商品や化粧品などに動きがみられたことなどから増加となった。なお、既存店ベースでみると、同0.4%と16年ぶりの増加となった。

10～12月期は、一部、高額商品や化粧品などに動きがみられたことに加え、気温低下とともに冬物商材に動きがみられたものの、飲食料品などが不調だったことなどから、前年同期比▲1.2%と3期連続の減少となった。なお、既存店ベースでみると、同▲0.3%と3期連続の減少となった。

② スーパー

スーパーは、衣料品が紳士服などに動きがみられたものの、天候不順の影響などにより婦人服を中心に低調だったこと、その他が薄型テレビを中心に家庭用電気機械器具が不調だったことなどから、それぞれ減少となった。一方、主力の飲食料品は、年央以降の野菜の相場安や相次ぐ値下げの影響がみられたものの、新店効果に加え、消費者の内食志向などを反映し堅調に推移したことなどから増加となり、スーパー全体では前年比0.2%と2年連続の増加となった。

商品別にみると、衣料品は、紳士服が猛暑や残暑の影響からクールビズ関連商材などに動きがみられたことに加え、厳しい寒さにより、重衣料に動きがみられたことなどから7年ぶりの増加と堅調だったものの、婦人服などが天候不順の影響で低調だったことなどから、全体としては減少となった。飲食料品は、年央以降の野菜の相場安や相次ぐ値下げの影響がみられたものの、新店効果に加え、消費者の内食志向などを反映して堅調に推移したこと、猛暑と厳しい寒さの影響で涼味商材、鍋物商材がそれぞれ好調だったことなどから、12年連続の増加となった。その他は、前年に地デジ移行に向けて、薄型テレビを中心に駆け込み需要があった反動などにより、家庭用電気機械器具が不調だったことなどから減少となった。なお、既存店ベースでみると、同▲1.3%と21年連続の減少となった。

10～12月期は、衣料品が、婦人服などを中心に低調だったことなどから減少となったものの、飲食料品が、気温低下とともに鍋物商材が堅調に推移したことに加え、その他が、医薬品や化粧品に動きがみられたことなどから、前年同期比 0.8%と3期ぶりの増加となった。

なお、既存店ベースでみると、同▲0.9%と19期連続の減少となった。

ウ. コンビニエンスストアの動向

24年の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の好調などにより、9 兆 4770 億円、前年比 4.0%と14年連続の増加となった。商品別にみると、ファーストフード及び日配食品は、おにぎり、弁当、生鮮食品、惣菜、ファーストフード、デザートなどが好調だったことにより、3 兆 2290 億円、同 7.7%と3年連続の増加となった。加工食品は、猛暑によりソフトドリンクやアイスクリームなどが好調だったことなどから、2 兆 5890 億円、同 1.5%と3年連続の増加となった。非食品は、たばこやPB(プライベートブランド)日用品の販売が増加したことなどにより、3 兆 2270 億円、同 1.8%と14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、4330 億円、同 9.3%と6年連続の増加となった。なお、既存店ベースでみると、合計が前年比▲0.3%と2年ぶりの減少となった。これは、商品販売額が同▲0.7%と2年ぶりの減少となったことによる。

10～12月期の商品販売額及びサービス売上高は、ファーストフード及び日配食品、加工食品などが好調だったことなどにより、2 兆 4150 億円、前年同期比 2.4%と10期連続の増加となった。商品販売額は、2 兆 3010 億円、同 2.5%と10期連続の増加となった。なお、既存店ベースでみると、同▲2.2%と2期連続の減少となった。

店舗数をみると、12月末で 4 万 7801 店、前期末に比べ 686 店(前年同期末比 5.4%増)の増加となった(第4図)。

第4図 コンビニエンスストア販売額と店舗数の推移(前年(同期)比)

