

テーマ：7月商業販売統計

発表日：2005年8月30日（火）

～小売業販売額は前年比+0.6%と底堅く推移～

(No. J-98)

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 エコノミスト 齋藤 俊輔

TEL：03-5221-4547

(要旨)

- 7月の商業販売額は前年比+0.0%と横ばいとなった。内訳をみると、卸売業が同▲0.1%と減少に転じた一方、小売業は同+0.6%と5ヵ月連続の増加となった。小売販売額は事前のコンセンサス（中央値：+2.4%、レンジ：+1.1～+3.5%）をやや下振れたものの、名目値で大きく全体を押し上げていた燃料小売業の伸びが縮小したこと、前年の猛暑の反動等を加味すれば、実勢として個人消費は底堅く推移したと判断する。
- 小売業を業種別にみると、燃料小売業（前年比+6.3%）、織物・衣服・身の回り品小売業（同+3.1%）などが増加に寄与した。一方、飲食料品小売業（同▲1.1%）、自動車小売業（同▲0.9%）、機械器具小売業（同▲9.4%）などが減少に寄与した。織物・衣料・身の回り品小売業はクールビズ効果に加え、クリアランスセールの影響で夏物衣料品が概ね好調であった。一方、昨年の猛暑やアテネ五輪の反動で一部の飲食料品や家電などが低調であった。
- 先行きの個人消費を展望すると、雇用・所得環境の改善傾向が個人消費を下支えする構図は継続すると予想する。ただし、原油価格の上昇による価格転嫁の進捗がマインドや実質購買力低下を通じて、個人消費を押し下げるリスクは懸念材料である。

(単位：%)

		商業販売額										コンビニ販売額	
		卸売業		小売業		大型小売店			百貨店	スーパー	前年比	既存店前年比	
		前年比	前期比	前年比	前期比	前年比	前期比	前年比	既存店前年比	既存店前年比			
03	7-9月期	▲1.2	▲1.1	▲0.9	▲1.6	▲2.2	▲0.9	▲2.0	▲4.3	▲3.0	▲5.2	▲0.1	▲3.9
	10-12月期	0.0	1.7	0.4	2.6	▲1.2	0.3	▲1.9	▲3.1	▲2.2	▲4.0	2.2	▲1.5
04	1-3月期	0.9	▲0.8	1.1	▲1.2	0.2	0.7	▲0.5	▲2.1	▲0.8	▲2.9	2.2	▲2.1
	4-6月期	1.3	1.7	2.4	2.5	▲1.9	▲1.8	▲1.8	▲3.9	▲2.9	▲4.6	2.1	▲1.4
	7-9月期	3.4	0.9	4.5	1.3	▲0.3	0.4	▲0.9	▲3.5	▲3.2	▲3.6	4.3	1.1
	10-12月期	3.1	1.0	4.2	1.0	▲0.5	0.3	▲2.0	▲4.6	▲3.9	▲5.1	2.1	▲1.1
05	1-3月期	2.1	0.0	2.7	▲0.5	0.0	2.3	▲1.5	▲4.1	▲3.2	▲4.8	0.5	▲2.1
	4-6月期	2.7	0.9	2.5	0.9	3.2	0.1	▲0.4	▲2.4	▲0.4	▲3.8	1.9	▲1.5
04	7月	4.8	1.5	6.2	2.6	1.0	0.1	0.6	▲1.5	▲0.8	▲2.1	9.9	6.5
	8月	3.6	▲1.2	5.3	▲2.0	▲1.6	0.4	▲2.8	▲5.4	▲4.7	▲5.8	2.3	▲1.0
	9月	1.8	▲1.5	2.4	▲2.2	▲0.3	0.8	▲0.8	▲3.5	▲4.2	▲3.0	0.6	▲2.1
	10月	0.9	3.0	1.4	3.4	▲0.9	0.1	▲1.6	▲4.2	▲3.5	▲4.7	2.1	▲1.1
	11月	5.7	▲0.6	7.4	▲0.1	0.6	▲0.8	▲2.7	▲5.3	▲5.4	▲5.2	2.1	▲1.3
	12月	2.7	▲0.4	4.0	▲0.5	▲1.0	0.2	▲1.8	▲4.2	▲2.8	▲5.3	2.2	▲0.9
05	1月	3.8	3.8	4.3	3.1	2.4	4.6	1.4	▲1.2	0.7	▲2.6	1.3	▲1.9
	2月	2.2	▲2.3	3.8	▲1.7	▲2.7	▲2.6	▲4.2	▲6.7	▲7.2	▲6.3	▲1.9	▲2.8
	3月	0.7	▲4.8	0.9	▲6.1	0.3	▲1.2	▲2.4	▲4.5	▲3.2	▲5.5	1.9	▲1.5
	4月	3.1	6.9	2.9	8.1	3.8	2.8	▲0.5	▲2.3	▲0.5	▲3.6	2.3	▲1.2
	5月	3.1	▲3.5	3.2	▲4.0	2.9	▲1.4	▲0.5	▲3.1	▲1.4	▲4.2	1.3	▲2.0
	6月	1.9	1.5	1.6	1.7	3.0	0.0	0.0	▲1.9	0.7	▲3.6	2.2	▲1.4
	7月	0.0	0.5	▲0.1	1.7	0.6	▲2.2	▲0.3	▲1.6	0.6	▲3.2	▲1.1	▲4.9

(出所) 経済産業省「商業販売統計」

● 7月の商業販売額は前年比+0.0%（卸売業▲0.1%、小売業+0.6%）

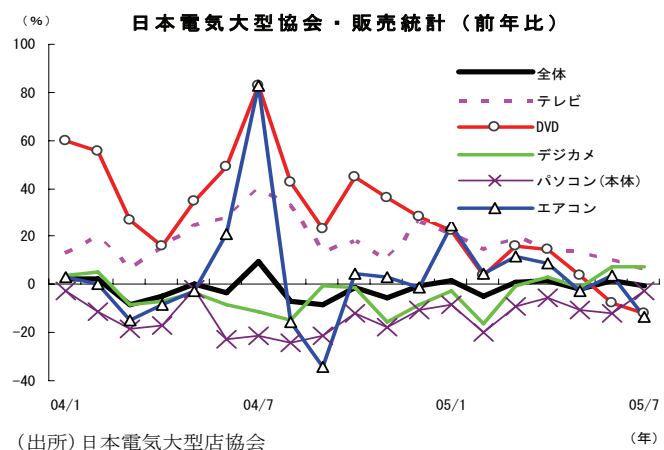
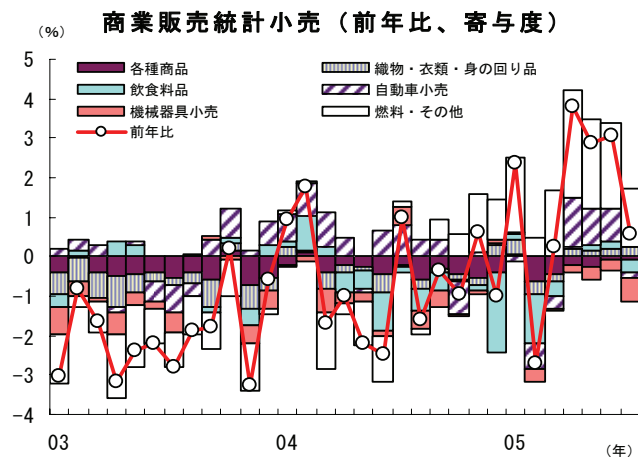
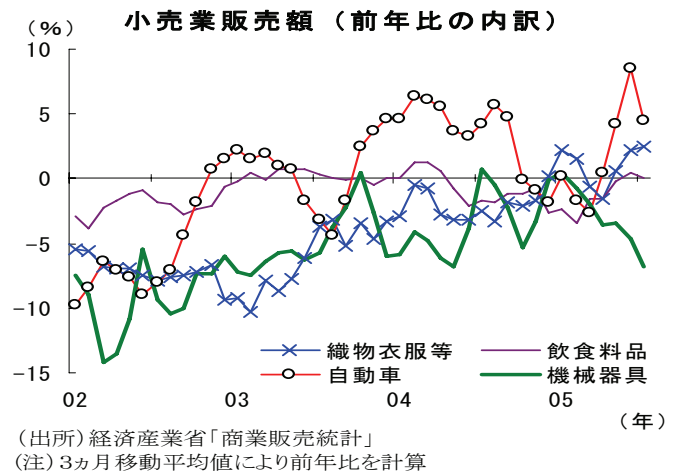
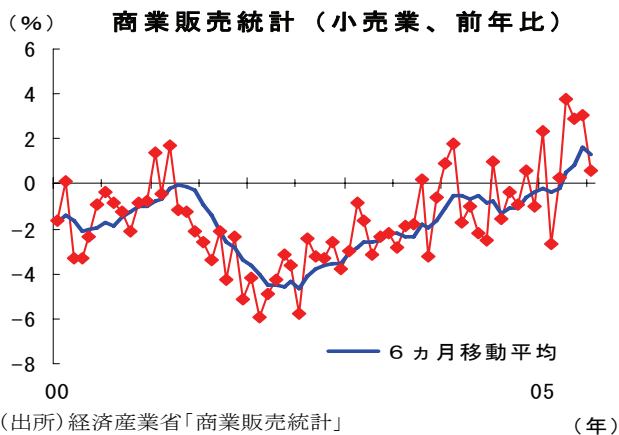
7月の商業販売額は前年比+0.0%と横ばいとなった。内訳をみると、卸売業が同▲0.1%と減少に転じた一方、小売業は同+0.6%と5ヵ月連続の増加となった。また、大型小売店販売額は前年比▲1.6%（既存店）とマイナス幅が縮小、業態別にみると百貨店販売額が同+0.6%と2ヶ月連続の増加、スーパーは

同▲3.2%とマイナス幅が縮小した。小売販売額は事前のコンセンサス（中央値：+2.4%、レンジ：+1.1～+3.5%）をやや下振れる結果となったものの、前年の猛暑の反動減等を勘案すれば、個人消費は底堅く推移したと判断する。

●クールビズ効果に加え、クリアランスセール的好調で衣料品が押上げに寄与

小売業を業種別にみると、燃料小売業（前年比+6.3%）、織物・衣服・身の回り品小売業（同+3.1%）、その他小売業（同+4.4%）が増加に寄与している。一方、飲食料品小売業（同▲1.1%）、自動車小売業（同▲0.9%）、機械器具小売業（同▲9.4%）、各種商品小売業（同▲0.5%）は減少に寄与した。名目値ベースで大きく全体を押し上げていた燃料小売業の伸びは縮小した。ただし、8月の消費者物価指数（東京都区部）をみると、石油製品価格は前年比+9.4%、前月比+2.2%と上昇傾向は変わっていないことから、プラス圏での推移は続くだろう。また、織物・衣料・身の回り品小売業はクールビズ効果が続いて紳士服に動きがあったことに加え、クリアランスセールの影響で夏物衣料品が概ね好調だったことが増加につながった。一方、自動車に関しては、4-6月期の小型乗用車の新車投入効果が一巡したことによる反動減に加えて、普通乗用車も前年より休日が多かった登録日要因で大きく落ち込んだ。また、8月末に新車投入があることから買い控えの可能性もある。飲食料品は前年の猛暑の反動でソフトドリンクなど一部商品が低調となり伸び悩んだ。同様に機械器具小売業も猛暑やアテネ五輪の反動減によりエアコンや一部のデジタル家電などが低調でマイナス幅が大きく拡大している。

前月よりも伸び幅は鈍化したものの、名目値で大きく全体を押し上げていた燃料小売業の伸びが縮小したこと、前年の猛暑の反動減等を加味すれば、実勢として個人消費は底堅く推移したといえよう。



●雇用・所得環境の緩やかな改善を背景に7-9月期も個人消費は底堅い見込み

先行きの個人消費を展望すると、雇用環境の改善や堅調な株価を背景に消費マインドは安定して推移する可能性が高い。実際、本日発表された7月の完全失業率(4.4%)や有効求人倍率(0.97倍)からは雇用環境が緩やかな改善を辿っていることが確認できる。加えて所得面でも名目賃金が3ヵ月連続で増加していることから、雇用・所得環境の改善が個人消費を下支えする構図は7-9月期も継続すると予想する。ただし、原油価格の上昇による価格転嫁の進捗がマインドや実質購買力の低下を通じて、個人消費を押し下げるリスクは懸念材料である。

