

## テーマ： 8月商業販売統計

発表日：2005年9月29日（木）

～小売業販売額は、前年比+1.5%と底堅く推移～

(No. J-122)

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 エコノミスト 徳永 香奈

TEL：03-5221-4549

## (要旨)

- 8月の商業販売額は前年比+4.6%と大幅に増加した。内訳をみると、卸売業が同+5.6%と15ヶ月連続の増加、小売業は同+1.5%と6ヶ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：+0.6%、レンジ：▲1.0～+1.9%）を上回ったが、内容をみると、燃料小売業（前年比+14.9%）が増加に寄与する一方、機械器具小売業（同▲2.7%）、各種商品小売業（同▲1.9%）、織物・衣服・見の回り品小売業（同▲1.3%）、飲食料点小売業（同▲0.8%）、自動車小売業（同▲0.7%）が減少に寄与した。燃料小売業販売額が全体を大きく押し上げている点に注意が必要であるが、燃料小売業を除いたベースでも前年比+0.1%とわずかなではあるがプラスを維持している。
- 先行きの個人消費は、雇用・所得環境が緩やかに改善していること、消費マインドも高水準で安定していることを考えれば、復調トレンドが持続する可能性が高い。ただし、さらなる石油製品価格上昇や、公的負担増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。

(単位：%)

		商業販売額		卸売業		小売業		大型小売店			コンビニ販売額		
		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	百貨店		前年比	既存店前年比
										既存店前年比	スーパー		
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	0.3	0.7	0.2	2.1	0.6	▲2.2	▲0.4	▲1.7	0.6	▲3.4	▲1.1	▲4.9
	8月	4.6	1.7	5.6	1.4	1.5	1.5	▲1.1	▲2.8	▲1.2	▲3.7	2.0	▲1.4

(出所) 経済産業省「商業販売統計」

### ● 8月の商業販売額は前年比+4.6%（卸売業+5.6%、小売業+1.5%）

8月の商業販売額は前年比+4.6%とほぼ横ばいであった前月（+0.3%）から大幅に増加した。内訳をみると、卸売業が同+5.6%と15ヶ月連続の増加、小売業は同+1.5%と6ヶ月連続の増加であった。小売販売額は事前コンセンサス（中央値：+0.6%、レンジ：▲1.0～+1.9%）を上回ったが、大型小売店販

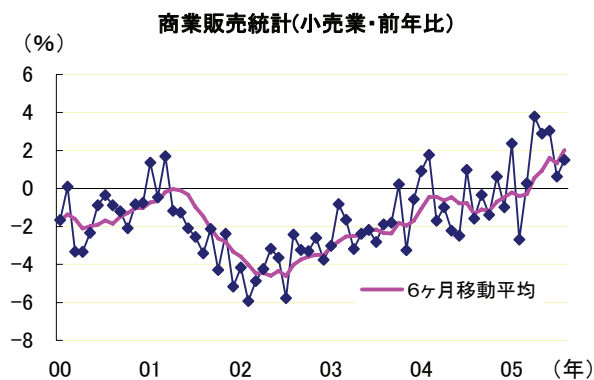
売額については、前年比▲2.8%（既存店）とマイナス幅が拡大、業態別にみると百貨店販売額が同▲0.6%と3ヶ月ぶりに減少に転じ、スーパーは同▲3.2%とマイナス幅が拡大した。

### ●小売業販売額は燃料小売業の押し上げが大きく寄与

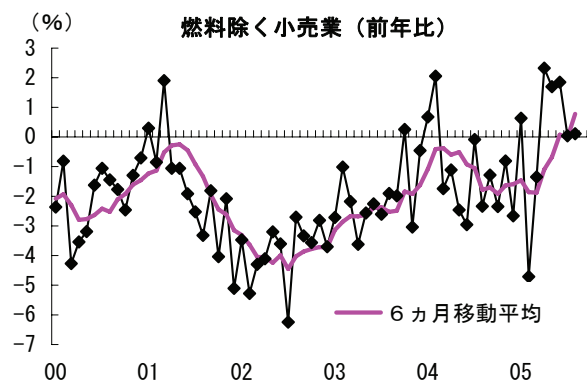
小売業を業種別にみると、燃料小売業（前年比+14.9%）、その他小売業（同+4.4%）が増加に寄与した。一方、機械器具小売業（同▲2.7%）、各種商品小売業（同▲1.9%）、織物・衣服・身の回り品小売業（同▲1.3%）、飲食料品小売業（同▲0.8%）、自動車小売業（同▲0.7%）は減少に寄与した。

石油製品価格上昇による燃料小売業販売額が全体を大きく押し上げている点に注意が必要であるが、燃料小売業を除いたベースでも前年比+0.1%とわずかではあるがプラスを維持している。

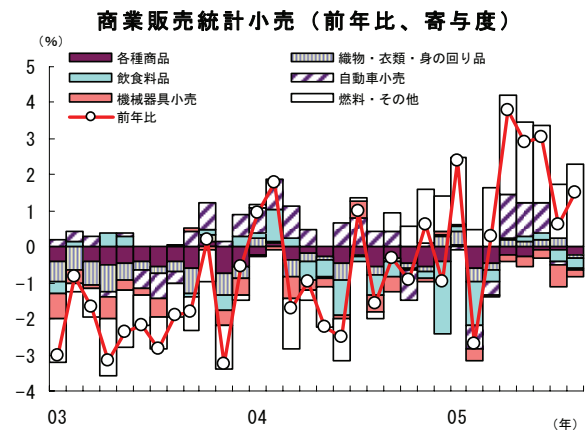
織物・衣料・身の回り品小売業については、クールビズやセール効果もみられたが、前年より日曜日が1日少なかったこともあって減少した。また、自動車小売業については、一部、新車投入を睨んでの買い控えの影響もあって減少した。こういった特殊要因を割り引いて考えれば、個人消費は底堅く推移はしていると判断できよう。



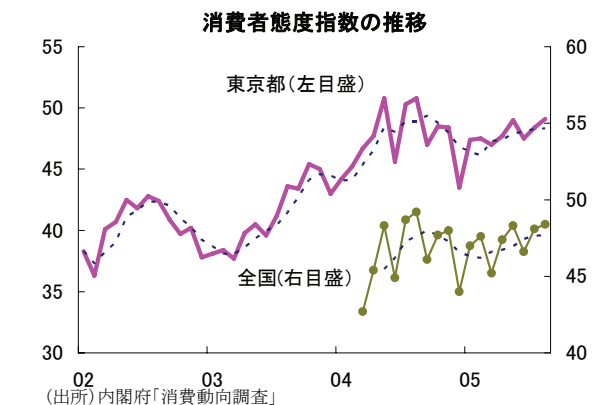
(出所)経済産業省「商業販売統計」



(出所)経済産業省「商業販売統計」



(出所)経済産業省「商業販売統計」



(出所)内閣府「消費動向調査」

### ●雇用・所得環境の改善を背景に個人消費の底堅さは持続

先行きについても雇用・所得環境が緩やかに改善していること、消費マインドも高水準で安定していることを考えれば、個人消費は復調トレンドが持続する可能性が高いだろう。また、株価の上昇が続いていることも消費マインドの改善と資産効果を通じて追い風となろう。高い伸びとなった4-6月期から改善テンポは鈍化するものの、7-9月期も底堅く推移すると予測する。ただし、さらなる石油製品価格の上昇や、公的負担の増加や年度後半の定率減税の縮小が、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。