

テーマ：商業販売統計（2006年1月）

発表日：2006年2月28日（火）

～小売業販売額は3ヶ月ぶりに減少も消費の回復傾向は持続～

(No. J-238)

 第一生命経済研究所 経済調査部
 担当 副主任エコノミスト 長谷山 則昭
 TEL：03-5221-4525
(要旨)

- 1月の商業販売額は前年比+5.4%となった。内訳をみると、卸売業が同+7.3%と20ヶ月連続で増加したが、小売業は同▲0.2%と3ヶ月ぶりに減少した。
- 小売業を業種別にみると、燃料小売業が増加したものの、他の業種はすべて前年を下回った。また、当社試算の実質小売業販売額でも前年比▲0.6%と11ヶ月ぶりに減少していることを考えれば、1月の数字は冴えない。もっとも、前年比の落ち込みをそれほど悲観的に見る必要はないと思われる。天候要因がマイナスに寄与した可能性が指摘できるほか、前年同月の水準が高かったことによる反動も前年対比の伸び率を押し下げたと考えられる。前月比でみれば1月の小売業販売額は+3.1%（実質ベースでは同+1.7%）と大きく増加しており、個人消費の基調が変化しているとは考えにくい。雇用・所得の改善傾向が持続していることや、消費マインドが高水準にあることを考慮すれば、個人消費の回復基調は続いているものと思われる。
- 個人消費を取り巻く環境を展望してみれば、景気回復に伴って雇用環境の改善が見込め、賃金についても増加傾向が続くと見られる。雇用者所得の改善に加え、株高による資産効果や消費マインドが高水準で推移することを踏まえれば、個人消費は先行き回復傾向が鮮明になると判断できる。

(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				
04	10-12月期	3.1	1.0	4.2	1.0	▲0.5	0.3	▲2.0	▲4.5	▲3.8	▲5.1	2.1	▲1.1
05	1-3月期	2.1	0.0	2.7	▲0.5	0.0	2.3	▲1.6	▲4.0	▲3.0	▲4.7	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
	7-9月期	2.1	0.3	2.5	1.3	0.8	▲1.9	▲0.8	▲2.4	▲0.1	▲3.9	1.4	▲2.3
	10-12月期	3.6	2.5	4.6	3.3	0.5	0.0	0.2	▲0.6	1.2	▲1.9	0.0	▲3.4
	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
	2月	2.2	▲2.3	3.8	▲1.7	▲2.7	▲2.6	▲4.1	▲6.7	▲7.2	▲6.3	▲1.9	▲2.8
	3月	0.7	▲4.8	0.9	▲6.1	0.3	▲1.2	▲2.5	▲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	▲0.6	▲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	4.7	1.8	5.7	1.5	1.6	1.5	▲1.3	▲3.0	▲1.1	▲4.0	2.0	▲1.4
	9月	1.5	▲4.1	1.8	▲4.8	0.2	▲0.8	▲0.9	▲2.7	0.0	▲4.5	3.5	▲0.3
	10月	2.2	3.7	3.0	4.6	▲0.4	▲0.4	▲1.9	▲3.3	▲0.4	▲5.4	0.5	▲3.0
	11月	4.2	1.4	5.3	2.3	0.6	0.2	1.8	0.8	3.1	▲1.0	▲0.5	▲3.9
	12月	4.4	0.4	5.4	0.3	1.3	0.9	0.7	0.6	0.9	0.3	0.1	▲3.4
06	1月	5.4	4.0	7.3	4.1	▲0.2	3.1	▲2.1	▲2.5	▲0.9	▲3.5	0.3	▲3.2

(出所) 経済産業省「商業販売統計」

○ 1月の商業販売額は前年比+5.4%（卸売業同+7.3%、小売業同▲0.2%）

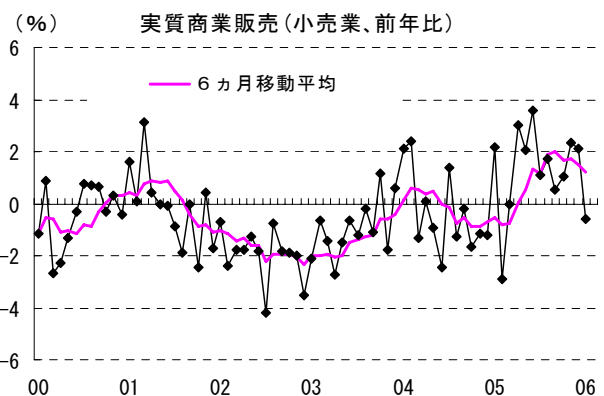
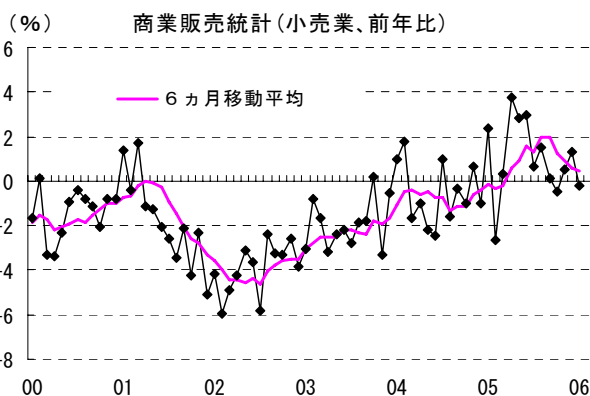
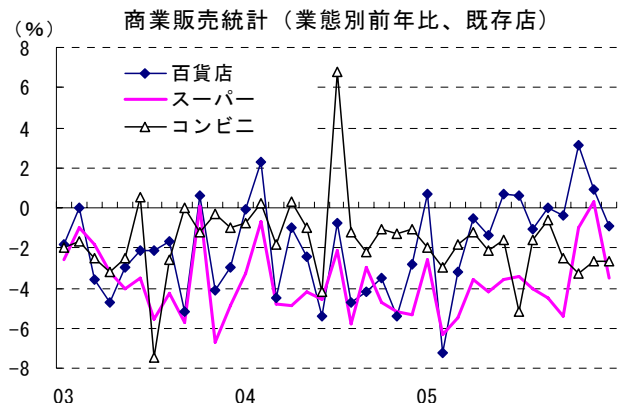
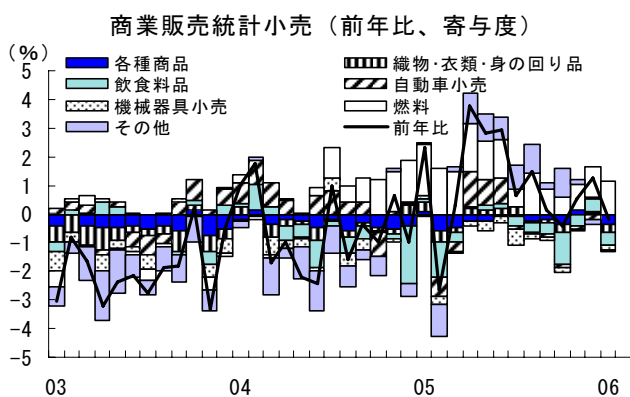
1月の商業販売額は前年比+5.4%となった。内訳をみると、卸売業が同+7.3%と20ヶ月連続で増加したが、小売業は同▲0.2%と3ヶ月ぶりに減少した。小売販売額は事前コンセンサス（前年比+0.2%、同▲2.9%～+1.8%）を小幅下回る結果となった。

○1月の小売業販売は減少したものの、個人消費の回復基調に変化はない

小売業を業種別にみると、原油価格高騰による販売価格の上昇に加えて、低温による販売数量の押し上げもあった燃料小売業（前年比+11.1%）が増加したものの、他の業種はすべて前年を下回った。

1月の小売業販売額が減少した要因には、週末の降雪など天候不順が販売に悪影響を及ぼした可能性が考えられる。このため、復調傾向が見られていた百貨店販売額は前年比▲1.6%（既存店ベース：同▲0.9%）とやや低調な結果となり、業種別に見ても百貨店が含まれる各種商品小売業は前年比▲2.8%と大きく減少した。織物・衣服・身の回り品小売業も前年比▲3.3%と天候不順や前月に販売が好調だった反動により減少した。また、軽自動車において新型車効果があった自動車小売業も前年比▲0.2%とマイナス幅が縮小したものの、前年を下回って推移している。当社試算の実質小売業販売額¹でも前年比▲0.6%と11ヶ月ぶりの減少となり、1月の数字は総じて冴えない。

もともと、前年比の落ち込みはそれほど悲観的に見る必要はないと思われる。天候要因がマイナスに寄与した可能性が指摘できるほか、前年同月の水準が高かったことによる反動も前年対比の伸び率を押し下げたと考えられる。前月比で見れば1月の小売業販売額は+3.1%（実質ベースでは同+1.7%）と大きく増加しており、個人消費の基調が変化しているとは考えにくい。雇用・所得の改善傾向が持続していることや、消費マインドが高水準にあることも考慮すれば、個人消費の回復基調は続いているものと思われる。



○雇用者所得の増加や高水準で推移する消費マインドが個人消費を下支え

個人消費を取り巻く環境を展望してみれば、景気回復に伴って雇用環境の改善が見込める。また、春闘における賃上げ交渉も昨年比べて明るい見通しとなっており、賃金についても増加傾向が続くと見られ

¹小売業販売額の実質化は、1月分の消費者物価（全国）の公表が3月3日（金）のため、ここでは暫定的に消費者物価（東京都）の財を用いて試算した。

る。定率減税の縮減・廃止などの税・社会保障負担増が個人消費にマイナスの影響を及ぼすと考えられるが、雇用者所得の増加により、その悪影響はカバーできるものと思われる。また、所得の回復期待や雇用不安の払拭により消費マインドは高水準で安定して推移する見込みであり、株価も景気回復を反映して先行きも大きな調整はないと考えられる。雇用者所得の改善に加え、株高による資産効果や消費マインドが高水準で推移することを踏まえれば、個人消費は先行き回復傾向が鮮明になると判断できる。