

## テーマ：商業販売統計（2006年8月）

発表日：2006年9月28日（木）

～ リバウンド ～

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 新家 義貴  
 TEL：03-5221-4528

（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			
05	1月	3.8	3.5	4.3	1.9	2.4	3.6	1.3	▲1.3	0.7	▲2.6	1.3	▲1.9
	2月	2.2	▲2.2	3.8	▲0.6	▲2.7	▲2.2	▲4.2	▲6.7	▲7.2	▲6.4	▲1.9	▲2.8
	3月	0.7	▲3.6	0.9	▲5.1	0.3	▲0.5	▲2.5	▲4.5	▲3.2	▲5.5	1.9	▲1.5
	4月	3.1	▲4.9	2.9	5.8	3.8	2.3	▲0.6	▲2.4	▲0.5	▲3.6	2.3	▲1.2
	5月	3.1	▲2.1	3.2	▲2.0	2.9	▲1.0	▲0.7	▲3.1	▲1.4	▲4.2	1.3	▲2.0
	6月	1.9	1.1	1.6	1.2	3.0	0.0	▲0.1	▲1.9	0.7	▲3.6	2.2	▲1.4
	7月	0.3	0.6	0.2	1.2	0.6	▲1.4	▲0.4	▲1.7	0.6	▲3.4	▲1.1	▲4.9
	8月	4.7	1.3	5.7	1.6	1.6	0.7	▲1.3	▲2.9	▲1.1	▲4.0	2.0	▲1.4
	9月	1.5	▲2.7	1.8	▲3.4	0.2	▲0.6	▲1.0	▲2.8	▲0.2	▲4.5	3.5	▲0.3
	10月	2.2	2.6	3.0	3.4	▲0.4	▲0.3	▲1.9	▲3.4	▲0.4	▲5.4	0.5	▲3.0
	11月	4.2	1.6	5.3	2.0	0.6	0.4	1.8	0.8	3.1	▲1.0	▲0.5	▲3.9
	12月	4.4	0.3	5.4	0.5	1.3	0.4	0.7	0.6	0.9	0.3	0.1	▲3.4
06	1月	5.3	4.0	7.4	3.1	▲0.4	2.4	▲2.3	▲2.8	▲0.9	▲4.1	0.3	▲3.2
	2月	5.5	▲2.7	6.9	▲2.0	1.1	▲1.4	▲1.6	▲1.9	0.3	▲3.3	1.2	▲2.4
	3月	3.3	▲5.1	3.9	▲6.8	1.0	▲0.3	0.1	▲0.3	1.8	▲1.8	0.7	▲2.6
	4月	4.1	5.6	5.6	7.4	▲0.8	▲0.1	▲0.5	▲0.9	▲0.4	▲1.3	▲1.8	▲5.0
	5月	6.8	0.0	9.1	0.3	0.1	0.6	▲0.9	▲1.6	▲1.2	▲1.9	0.2	▲2.9
	6月	5.1	▲0.1	6.5	▲0.3	0.2	▲0.1	▲0.5	▲1.2	▲1.9	▲0.7	3.2	0.6
	7月	5.1	0.7	6.7	1.3	▲0.1	▲1.6	▲1.0	▲1.4	▲1.4	▲1.3	▲2.4	▲5.2
	8月	6.2	2.3	7.7	2.7	1.3	2.0	0.5	0.1	▲0.9	0.7	0.8	▲1.8

（出所） 経済産業省「商業販売統計」

### ○ 7月の落ち込みから持ち直し

本日、経済産業省より2006年8月の商業販売統計が公表された。小売業販売額は前年比+1.3%と前月から回復し、コンセンサス（+0.1%、レンジ▲0.5%～+0.9%）を上回った。季節調整値でも前月比+2.0%と、比較的大きな増加となっている。また、大型小売店販売額は前年比+0.1%（既存店）と8ヵ月ぶりにプラスに転じ、季調済み前月比（全店）も+1.4%と増加している。業態別でも百貨店販売額は前年比▲0.9%とマイナス幅が縮小、スーパーは同+0.7%とプラスに転じた。また、コンビニエンスストア販売も前年比▲1.8%（既存店）と前月（同▲5.2%）から持ち直している。

### ○ 個人消費の底堅さを示す結果

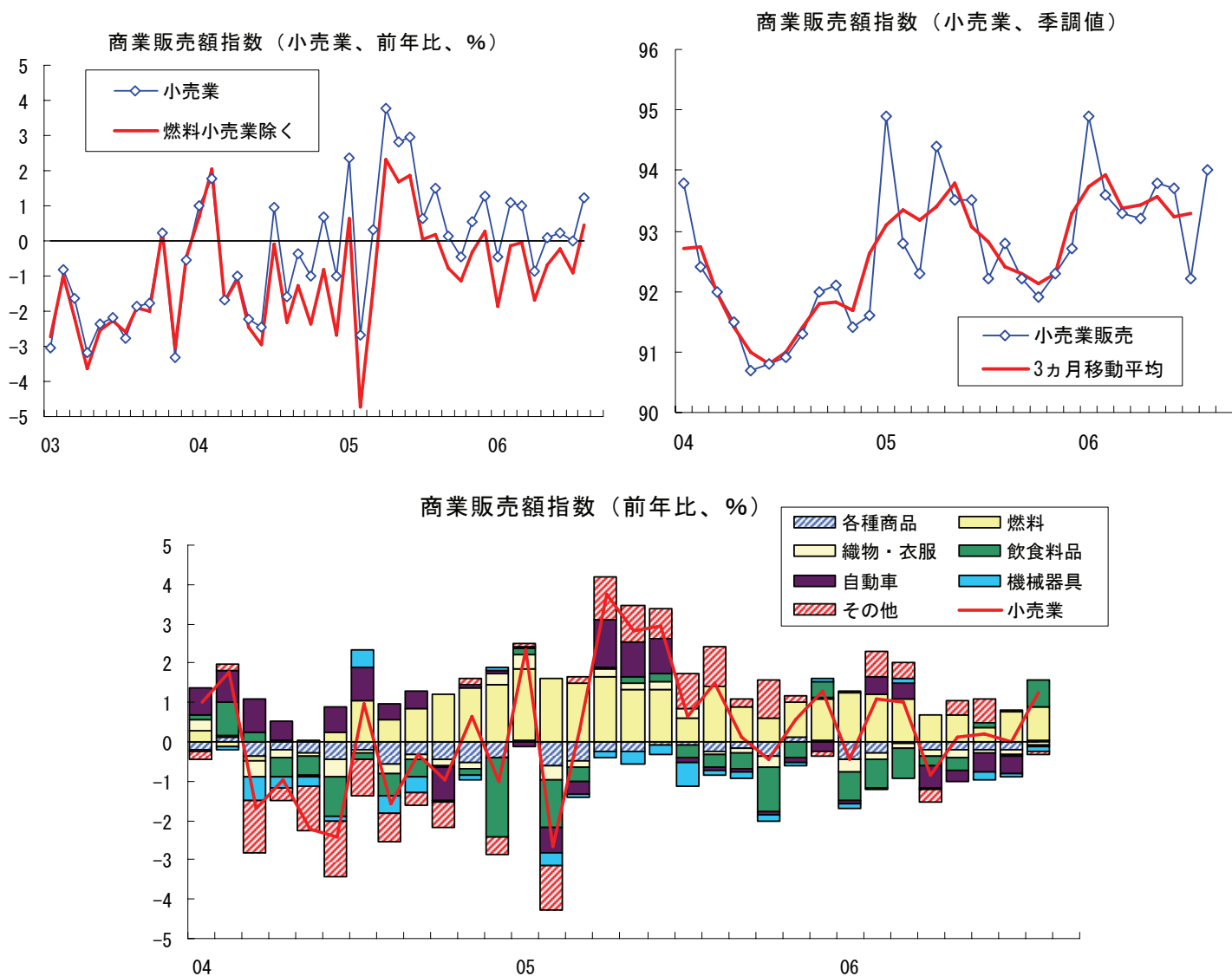
今月の小売業販売額は久しぶりに強めの結果となった。生鮮食品価格上昇や燃料価格上昇の影響で名目値が押し上げられている面もあるが、それを差し引いても比較的強い。事前に公表されていた景気ウォッチャー調査でも8月の個人消費持ち直しを示唆するコメントが多かったことも総合的な結果だ。8月は前半に好天に恵まれ、クリアランスセール等が好調だったことなどが増加に寄与した模様である。

なお、商業販売統計は財を対象にした統計であり、サービス消費は捕捉できない。内閣府が暫定値として公表するようになった形態別の個人消費でも確認できる通り、サービス消費がこのところ好調であることも踏まえると、個人消費全体としてみれば、商業販売統計が示すよりも堅調である可能性が高いだろう。

消費関連の指標は7月まで軒並み弱めのものが続いており、個人消費に関して弱気な見方も出始めていた。しかし、8月にある程度持ち直したことで、7月までの消費低迷の多くの部分が天候不順による押し下げによる一時的なものだった可能性が高いことが示されたといえるだろう。9月以降についても、天候不順による下押しが剥落したことにより、個人消費は実力に見合ったベースでの回復を続ける可能性が高い。むしろ、これまで押し下げられていた反動からやや強めの数字が出てくる可能性にも注意が必要と思われる。

雇用・所得環境も順調に回復しており、個人消費を取り巻く環境は良好な状態が続いている。年度下期には、米国経済の鈍化等の要因から景気モメンタムの鈍化が予想されるが、その時期にも個人消費は底堅く推移し、景気の下支え要因として働くと思われる。

リスク要因としては、消費者マインドの動向が挙げられる。このところの消費者マインドは改善にやや足踏みがみられる。8月の消費マインド関連指標をみても、景気ウォッチャー調査（内閣府）やゆとりDI（日経産業消費研究所）が改善する一方で、消費動向調査（内閣府）や消費者心理調査（日本リサーチ総研）は悪化するなど、まちまちな動きとなっている。マインドの水準は過去と比較しても高いことから、マインドの悪化が消費の抑制要因になる可能性は低いとは考えているが、今後、景気減速懸念の強まり等から予想以上にマインドが悪化し、消費意欲を減退させるリスクには注意したい



本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。