

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名: 商業販売統計(2011年8月)

発表日2011年9月29日(木)

～家電販売の反動減が響く～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 主席エコノミスト 新家 義貴
TEL : 03-5221-4528

(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	百貨店		スーパー	前年比	既存店 前年比
									既存店 前年比	既存店 前年比			
10	1月	▲3.8	6.3	▲6.1	7.6	2.3	2.2	▲5.1	▲5.7	▲5.7	▲5.7	▲2.5	▲5.5
	2月	▲0.9	▲1.4	▲2.7	▲1.9	4.2	1.3	▲3.4	▲4.0	▲5.3	▲3.2	▲1.8	▲4.9
	3月	2.4	▲4.9	1.5	▲6.4	4.7	0.0	▲4.1	▲4.9	▲3.6	▲5.6	▲2.4	▲5.1
	4月	3.6	5.6	3.1	7.2	4.9	0.4	▲3.0	▲3.7	▲3.7	▲3.6	▲1.2	▲3.9
	5月	1.3	▲2.4	0.7	▲2.8	2.9	▲1.7	▲3.2	▲3.9	▲2.1	▲4.9	▲0.8	▲3.7
	6月	1.3	▲0.9	0.6	▲1.2	3.3	0.5	▲2.4	▲3.1	▲5.7	▲1.6	1.2	▲1.4
	7月	1.0	▲0.5	▲0.1	▲0.5	3.8	0.4	0.9	▲1.3	▲1.4	▲1.2	2.9	0.3
	8月	2.1	▲0.6	1.2	▲1.3	4.3	1.4	0.9	▲1.8	▲3.0	▲1.3	3.2	0.7
	9月	1.5	▲0.6	1.5	0.4	1.4	▲2.8	1.1	▲1.7	▲5.0	0.1	15.1	12.2
	10月	0.3	0.9	0.4	1.6	▲0.2	▲1.4	3.3	0.4	0.6	0.3	▲3.3	▲6.0
	11月	5.2	3.7	6.6	4.0	1.5	2.0	2.6	0.1	▲0.4	0.5	3.4	0.7
	12月	3.5	▲0.7	5.7	0.2	▲2.2	▲4.2	0.5	▲1.7	▲1.5	▲1.8	5.4	2.8
11	1月	3.3	4.6	4.6	5.0	0.1	4.0	1.5	▲0.7	▲1.1	▲0.4	7.1	4.5
	2月	5.3	0.5	7.2	0.7	0.1	0.8	3.2	0.5	0.6	0.4	8.5	5.9
	3月	▲1.3	▲10.2	1.2	▲10.7	▲8.3	▲7.6	▲4.5	▲7.5	▲15.0	▲3.0	9.1	7.2
	4月	▲2.6	5.1	▲1.7	5.1	▲4.8	4.1	1.2	▲1.9	▲1.8	▲1.9	3.0	1.0
	5月	1.3	▲0.1	2.3	▲1.0	▲1.3	2.4	0.8	▲2.5	▲2.6	▲2.4	7.3	5.1
	6月	3.1	1.7	3.8	1.3	1.2	2.9	2.5	▲0.5	0.1	▲0.8	10.9	8.3
	7月	2.3	▲0.3	3.0	0.0	0.6	▲0.3	1.8	0.8	▲0.4	1.5	11.4	8.9
	8月	3.3	▲1.3	5.6	▲1.2	▲2.6	▲1.7	▲1.8	▲2.6	▲2.1	▲2.9	9.1	6.6

(出所) 経済産業省「商業販売統計」

○ 家電販売の落ち込みにより大幅減少

経済産業省から本日公表された8月の小売業販売額は前年比▲2.6%と3ヶ月ぶりに減少した。前月比でも前月比▲1.7%（7月：▲0.3%）と2ヶ月連続の減少であり、減少幅も大きい。小売業販売額は4月以降、①消費者心理の持ち直し、②自動車の供給制約緩和、③地デジ移行前のテレビの駆け込み需要、④節電需要（省エネ家電・クールビズ関連商品販売の増加）、⑤震災後に消費を抑制した反動、等を背景に急回復していたが、このうち③と④の要因が剥落（反動減）したことから、足元では頭打ち感が出ている。

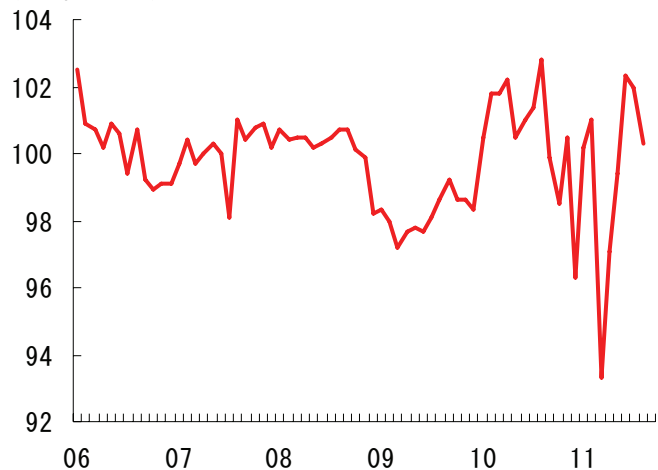
今月の落ち込みは、機械器具小売業が前月比▲23.5%（寄与度：▲1.5%ポイント）と急減したことでかなりの部分が説明可能である。7月の地デジ完全移行を前にこれまでテレビ販売が急増していたが、この反動が出た形だ。省エネ家電に対する節電特需が剥落したことも下押し要因になったとみられる。また、百貨店等が含まれる各種商品小売業が前月比▲1.4%、織物・衣服・身の回り品も同▲0.9%と低調に推移している。こちらも、節電対応として好調だったクールビズ関連商品などの特需が剥落したことが下押ししているほか、中旬以降の天候不順なども響いた模様だ。そのほか、飲食料品小売業も前月比▲1.9%と減少した。こうしたなか唯一気を吐いたのが自動車小売業で、前月比+7.0%（寄与度：+0.7%）と大幅な増加が続いたが、家電販売の落ち込みを補いきることはできなかった。

○ 先行きも期待薄

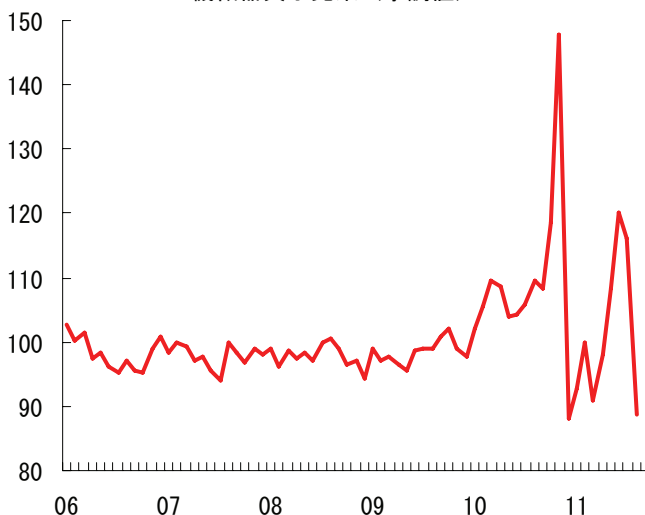
このように、これまで消費を押し上げていた「地デジ移行前のテレビ販売の駆け込み需要」と「節電特需」という一時的要因の反動が出たことから、8月の小売業販売は低調に推移した。先行きについても、雇

用・賃金の回復に期待できないなか、テレビの駆け込み需要の反動要因が9月も残存する見込みであることに加え、好調が持続している自動車販売についても、今後は次第に伸びが鈍化していくとみられることを考えると、個人消費は低調に推移する可能性が高いだろう。7-9月期の個人消費についてはゲタに関係で高い伸びが見込まれる（7-8月平均の小売業販売額は4-6月期を1.6%ポイント上回る）が、10-12月期には前期比減少に転じる可能性もあると見ている。

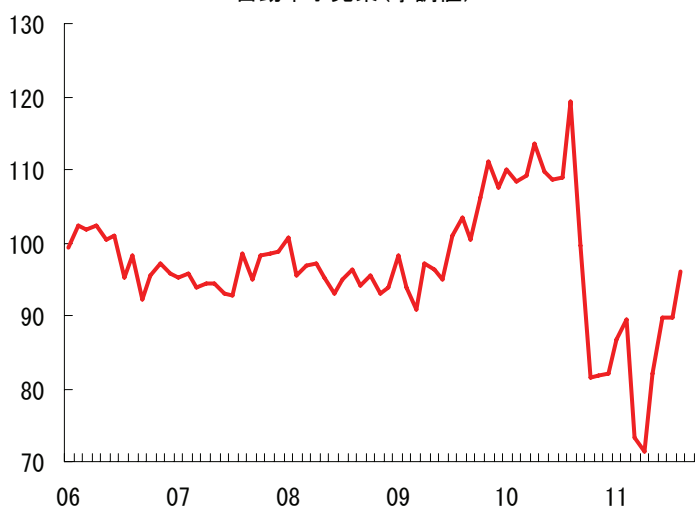
(05年=100) 小売業販売額 (季調値)



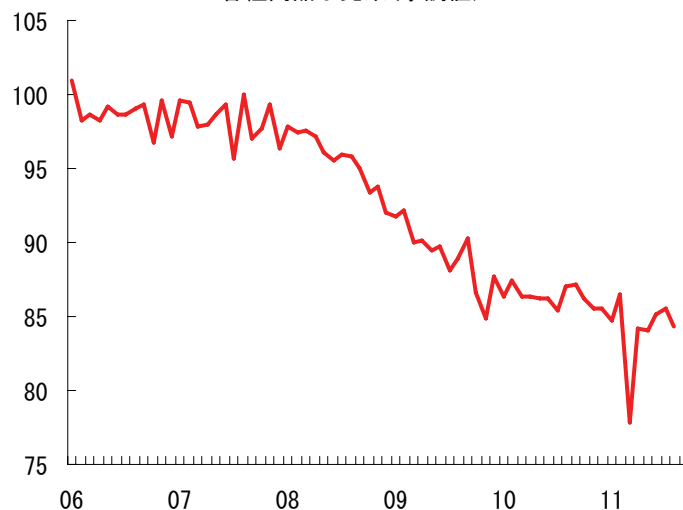
(05年=100) 機械器具小売業 (季調値)



(05年=100) 自動車小売業 (季調値)



(05年=100) 各種商品小売業 (季調値)



(出所) 経済産業省「商業販売統計」