

商業販売統計

～業態別の販売指標～

竹光 大士

商業販売統計とは

商業販売統計とは、卸売業や小売業といった商業の販売状況について調査したものである。特に小売業については大型小売店（スーパー・百貨店）、コンビニエンスストア等についても販売状況を発表している。この小売業販売額は消費を供給側から把握するための代表的な指標として認知されている。また、小売業と卸売業の販売額は景気動向指数の一致系列としても採用されている。

大型小売店やコンビニの販売額には既存店という指定のあるものとないものの2つがある。既存店という指定がある場合は前年同月に店舗がある場合のみ集計しており、閉店及び開店などによる影響を除外している。

なお、従来からある業界団体の統計からは把握できないカテゴリーキラーといわれてきた通信販売や家電量販店も商業販売統計には含まれている。

百貨店とスーパー、今後の展開

6月の小売業販売額は前年比▲0.6%と3ヶ月連続で減少した（図表1）。前回（97年）と今回（14年）の消費税増税後のスーパーと百貨店の販売額を比べてみると、スーパーは97年6月、14年5月に前年

比プラスになっているのに対し、百貨店は97年7月まで前年比割れ、14年6月も前年比▲3.3%と前年比マイナスの状態が継続している。百貨店で消費税増税前の駆け込み需要からの反動減が長引いている原因としては百貨店では半耐久財である衣料品が、販売額の約半分を占めていることが挙げられる（4月の減少率▲10.5%に対する寄与度は▲18.1%）。ちなみに、百貨店では飲食料品のシェアは4分の1である。残りの約4分の1のうち、6月分では家庭用機械器具が前年比▲5.8%、家庭用品が同▲5.9%となっており、3月にそれぞれ同61.3%と同28.3%と大幅な駆け込み需要が起きた反動減が続いている。それに対し、スーパーでは飲食料品が販売額全体の7割近くを占めている（5月の増加率0.5%に対する寄与度は4.8%）。衣料品は約1割を占めるに過ぎない。

今回、高額品、耐久財もしくは半耐久財が駆け込み需要の対象となったと考えられ、これらの反動減が一巡しないことには取扱商品の構成の違いから、しばらくはスーパーと百貨店の販売額の駆け込み需要からの回復度合いは乖離した状態が続くであろう。

図表1. 97年と14年の小売業販売額前年比の推移

前年比 %	97年			14年		
	百貨店	スーパー	小売業販売額合計	百貨店	スーパー	小売業販売額合計
3月	22.8	12.4	12.4	25.0	12.6	11.0
4月	▲11.2	0.8	▲3.8	▲10.5	▲3.9	▲4.3
5月	▲1.8	▲7.2	▲1.3	▲2.6	0.5	▲0.4
6月	▲2.2	9.4	▲2.1	▲3.3	▲0.1	▲0.6

(資料): 経済産業省