

第1部；製造業は7期連続、サービス産業も2期ぶりに前期比上昇となり、活況となった平成29年第4四半期の産業活動と平成30年1月の産業活動

第2部；2017年第4四半期の飲食関連産業と小売販売を振り返る

－資料目次－

P 0 1 昨年第4四半期と最新1月の産業動向

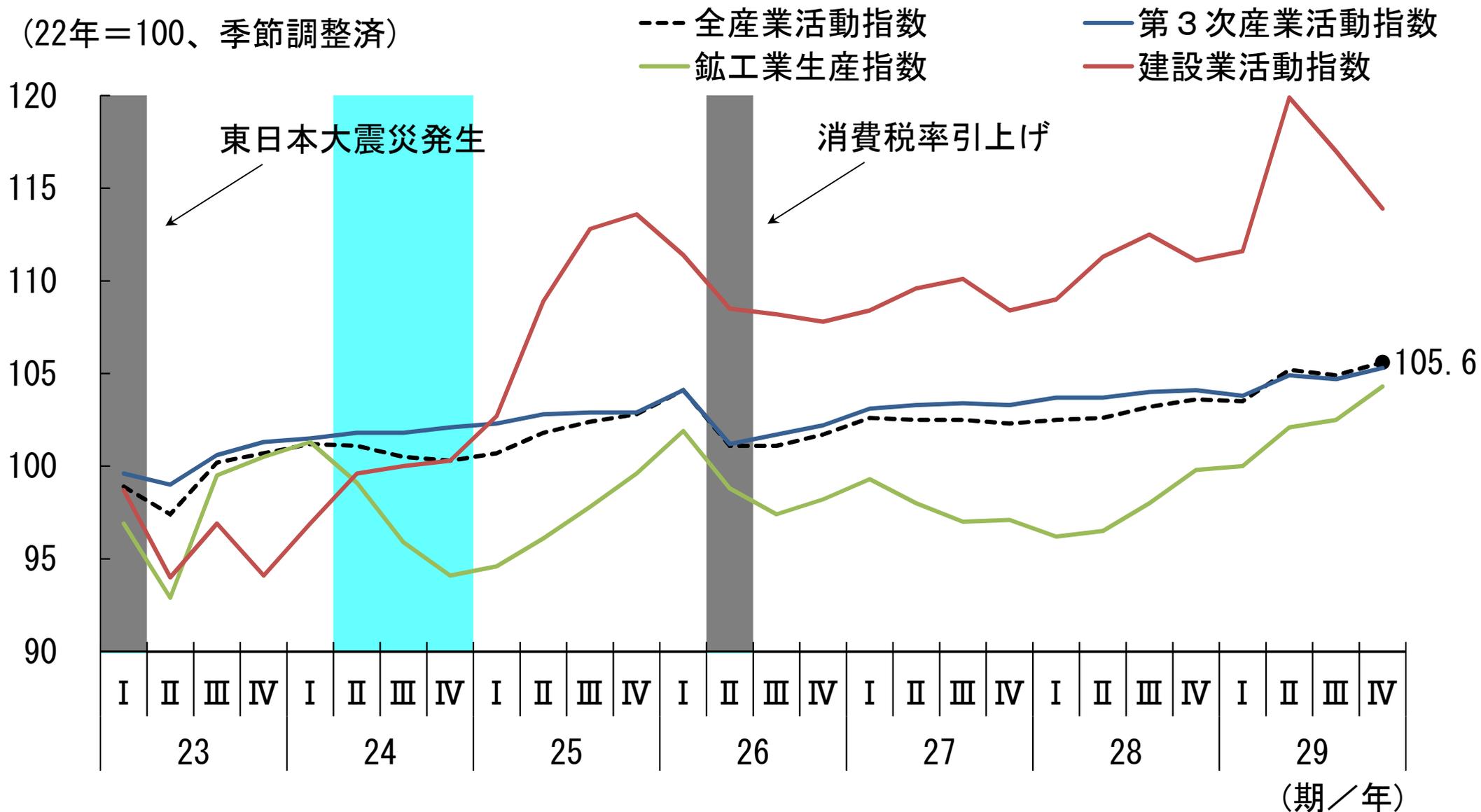
P 2 3 飲食関連産業の動向（FBI 2017年第4四半期）

P 4 1 平成29年10－12月期小売業販売を振り返る

全産業活動指数の動向

・平成29年10-12月期の全産業活動指数は105.6(前期比0.7%)と2期ぶりの上昇。

(22年=100、季節調整済)



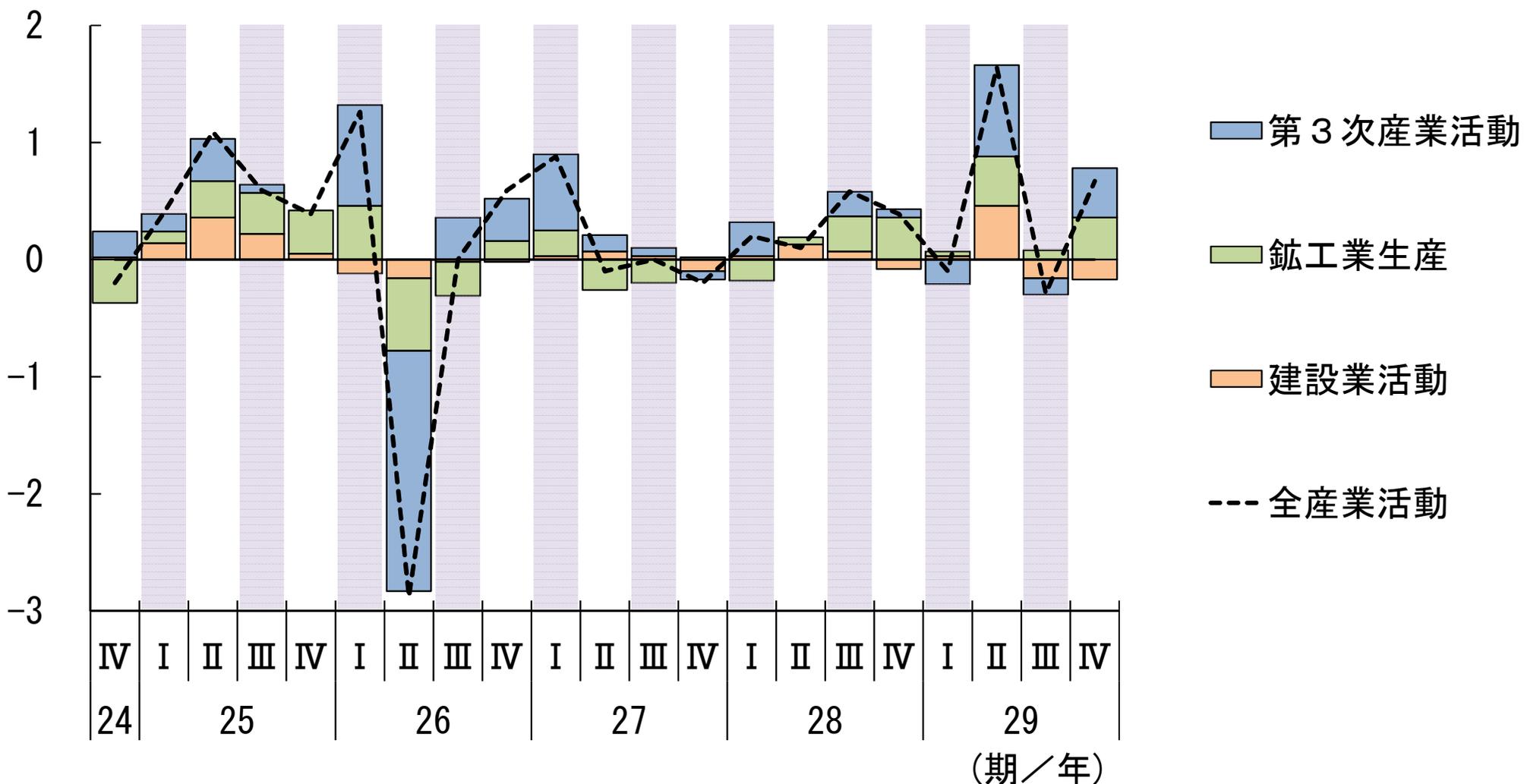
(注) 水色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「全産業活動指数」より作成。

全産業活動指数前期比 産業活動別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の全産業活動指数は建設業活動が低下したものの、第3次産業活動などが上昇したため、前期比0.7%の上昇。

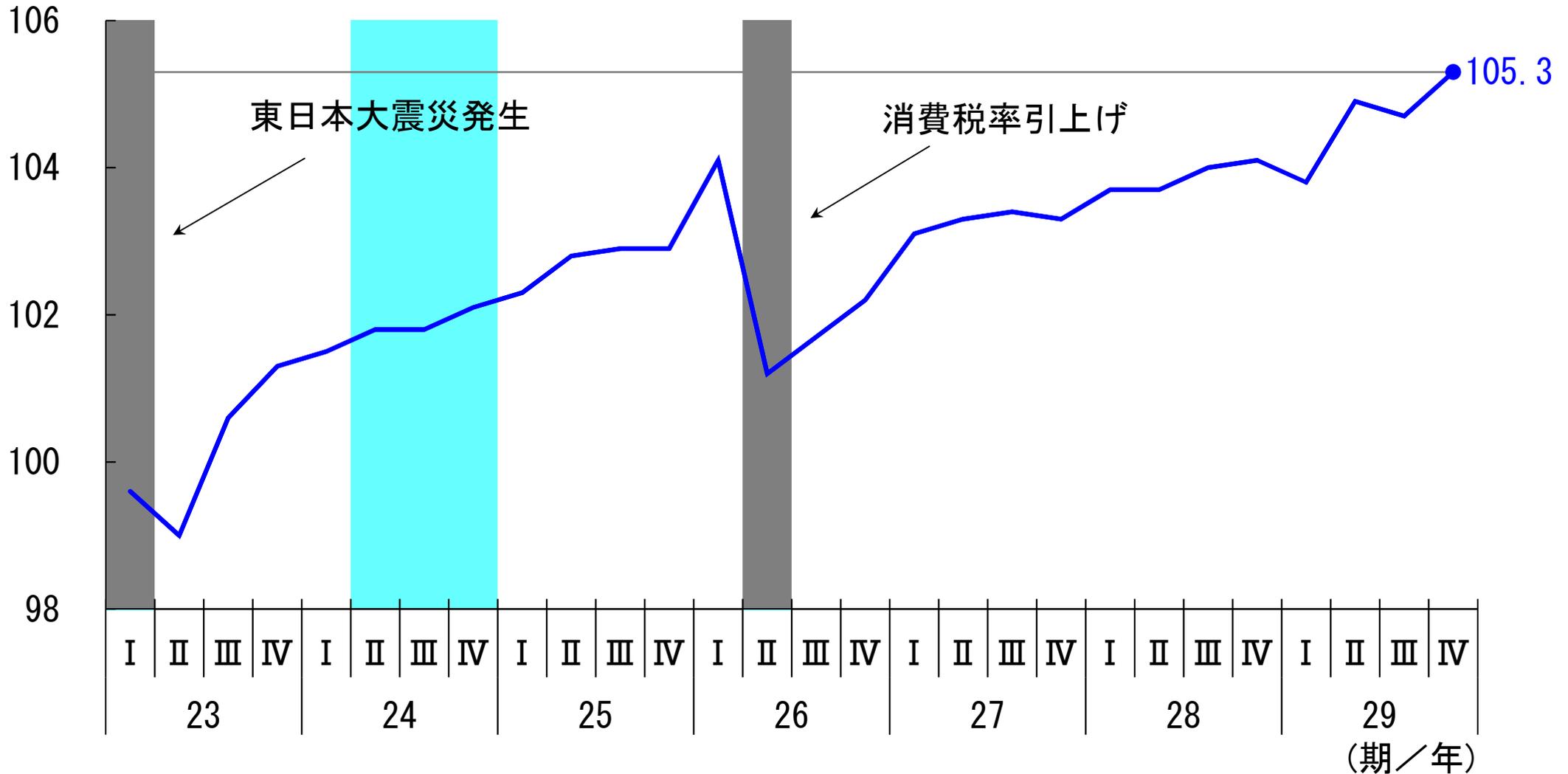
(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



第3次産業活動指数の動向

- ・平成29年10-12月期の第3次産業活動指数は105.3(前期比0.6%)と2期ぶりの上昇。
- ・平成20年1-3月期の105.5以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)



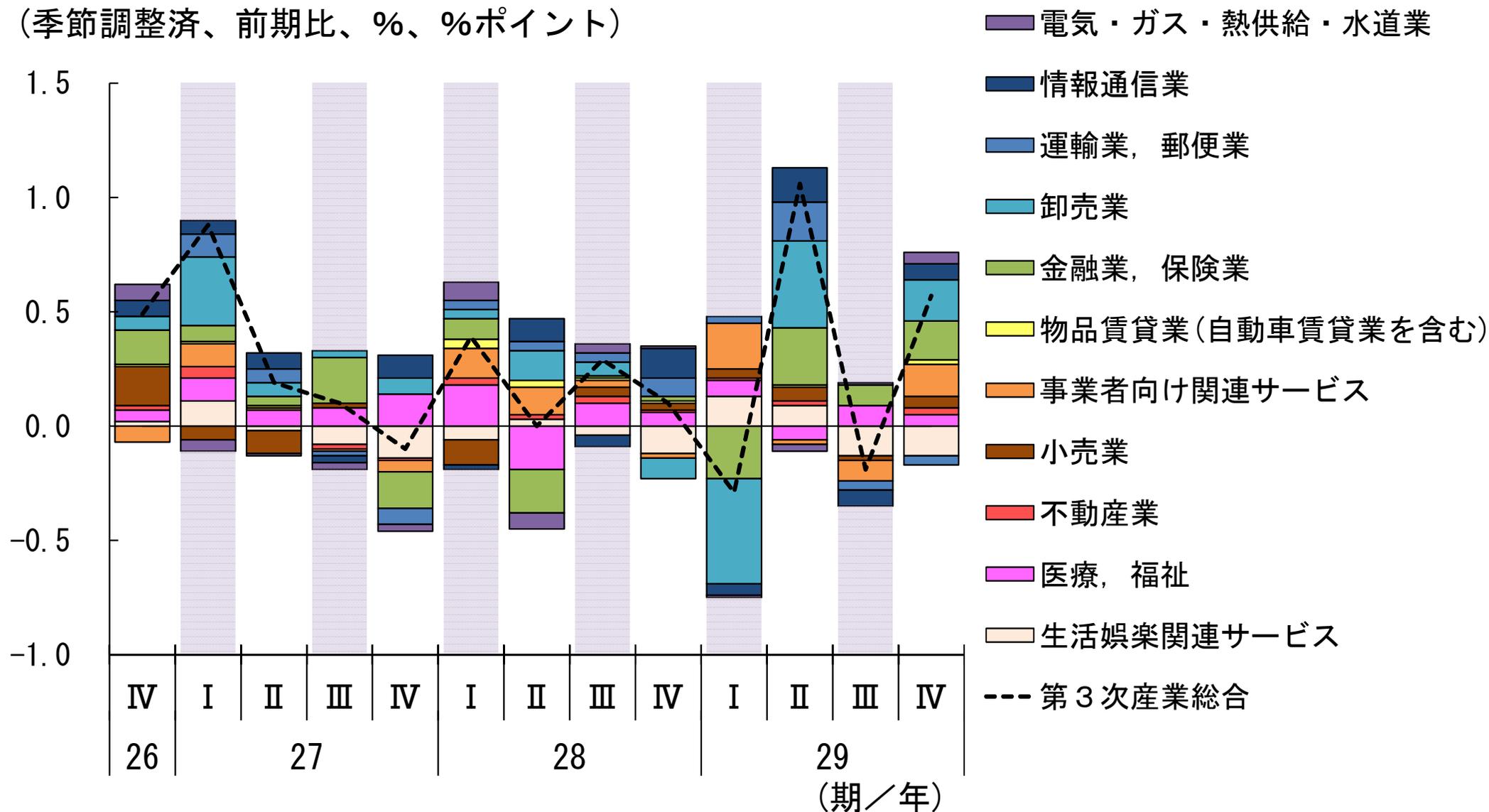
(注) 水色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

第3次産業活動指数前期比 業種別の影響度合い

・平成29年10-12月期の第3次産業活動指数は、生活娯楽関連サービスなどが低下したものの、卸売業などが上昇したため、前期比0.6%の上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

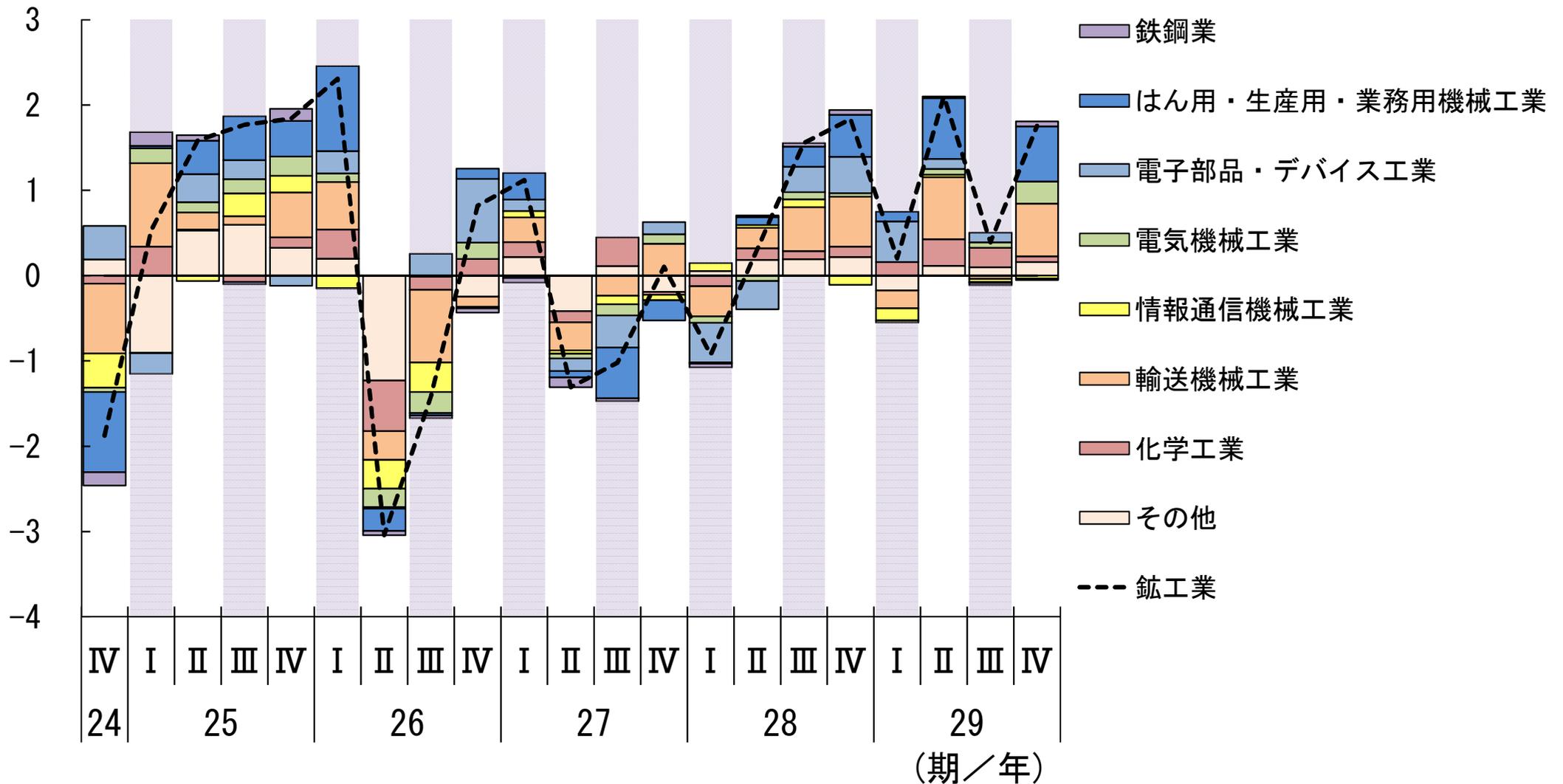


(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

鉱工業生産指数前期比 業種別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の生産指数は情報通信機械工業などが低下したものの、はん用・生産用・業務用機械工業などが上昇したため、前期比1.8%の上昇。

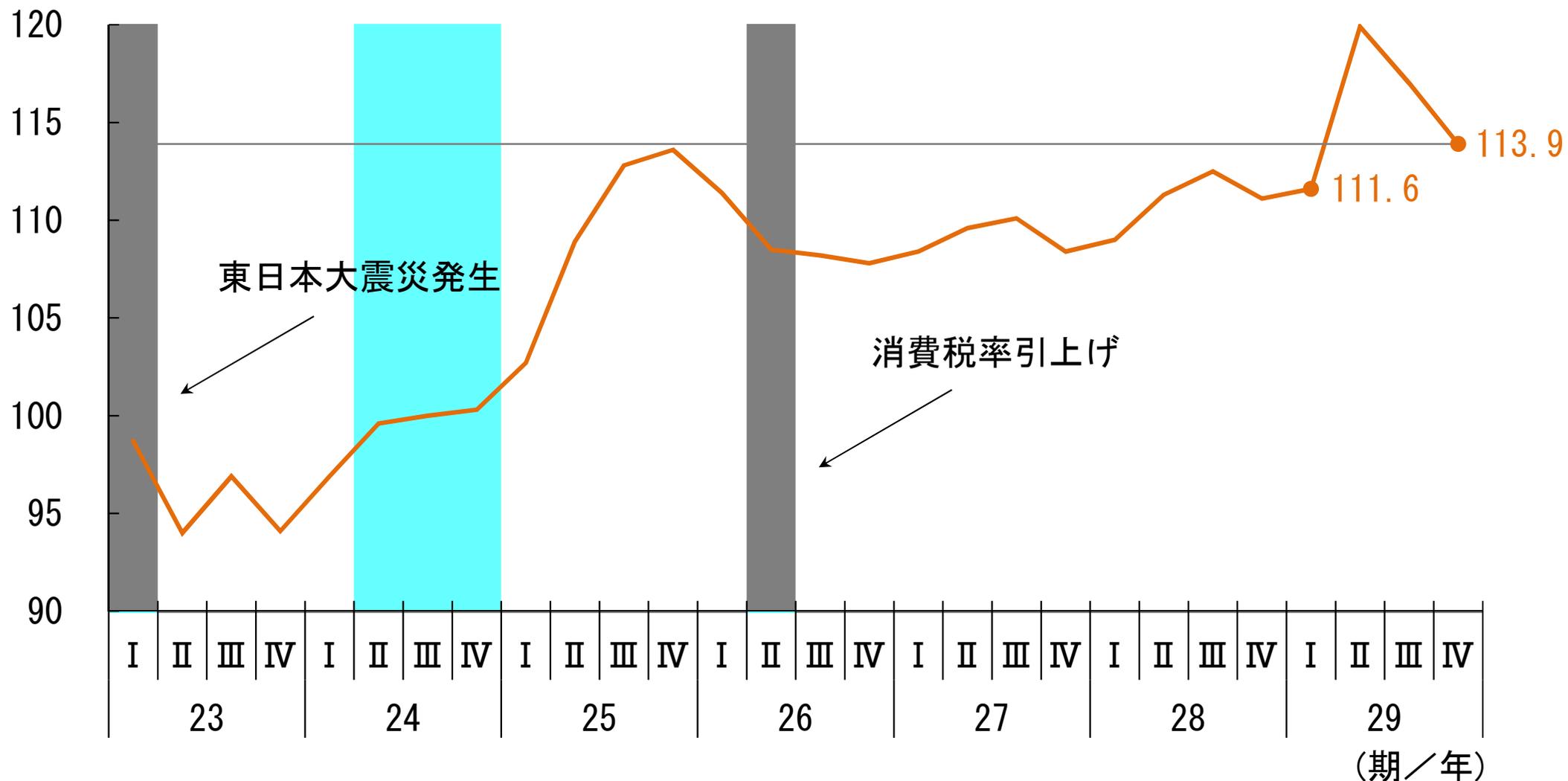
(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



建設業活動指数の動向

- ・平成29年10-12月期の建設業活動指数は113.9(前期比-2.6%)と2期連続の低下。
- ・平成29年1-3月期の111.6以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)



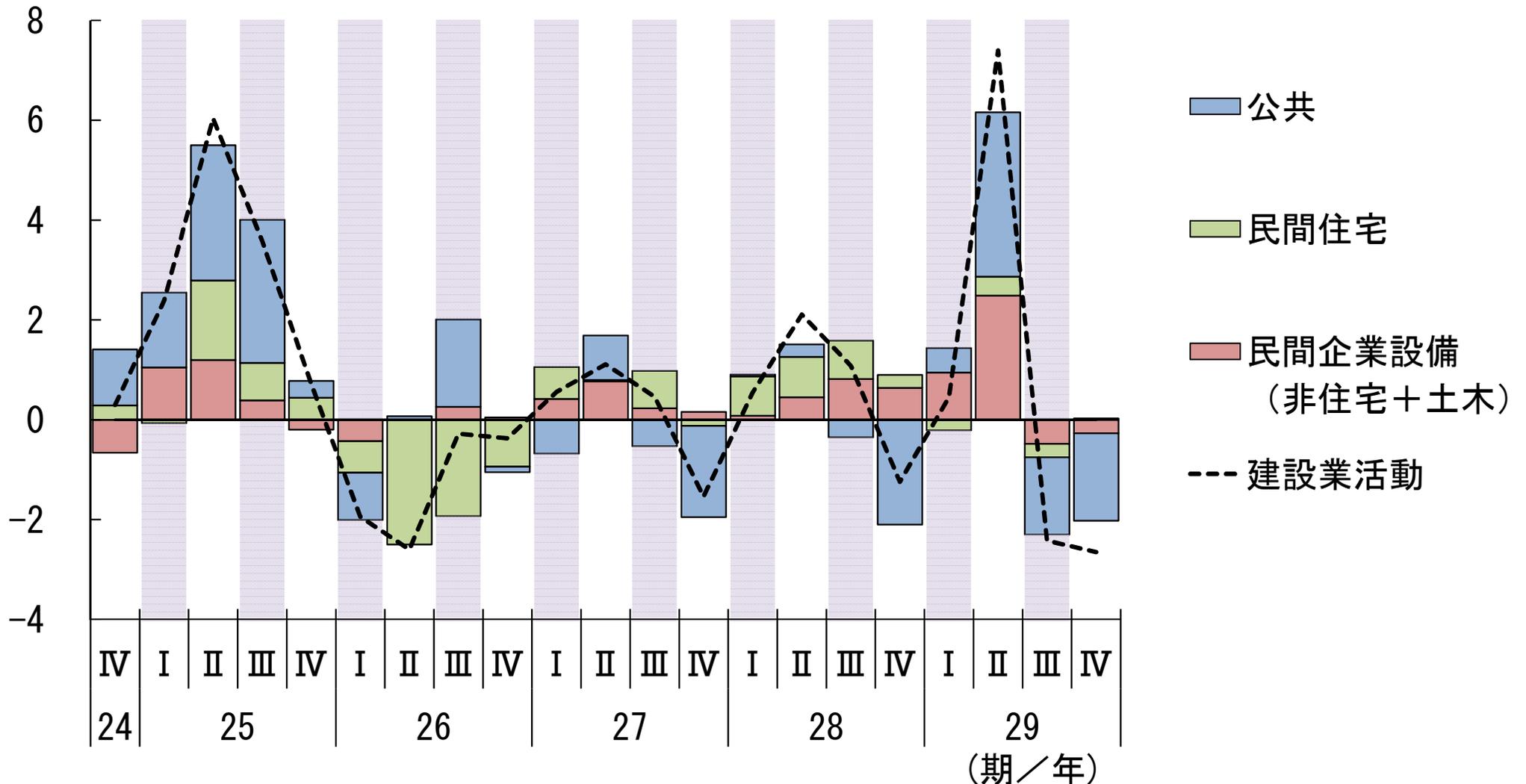
(注) 水色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「全産業活動指数」より作成。

建設業活動指数前期比 部門別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の建設業活動指数は民間住宅が上昇したものの、公共などが低下したため、前期比-2.6%の低下。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

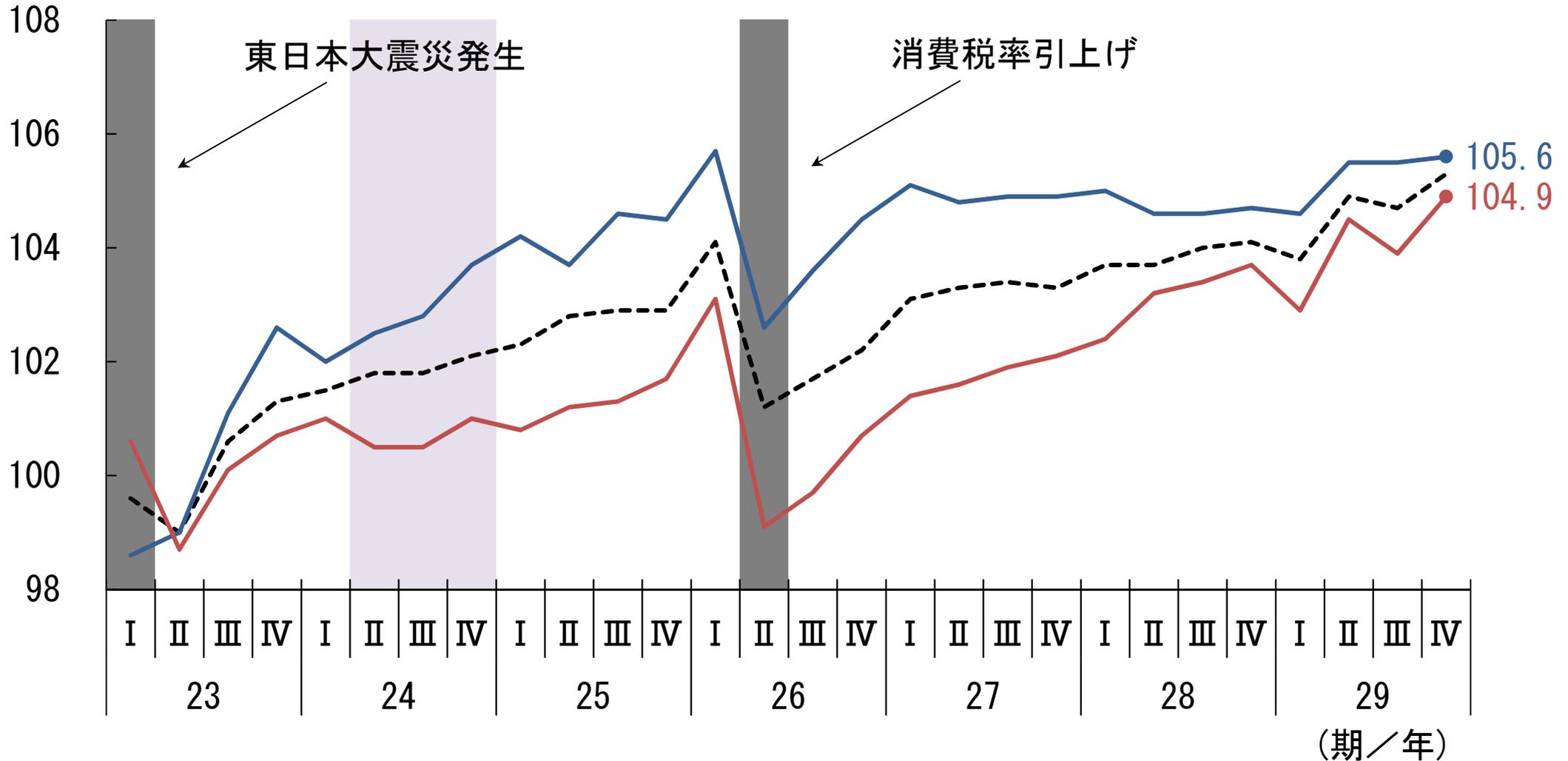


第3次産業活動の動向

広義対個人サービス／広義対事業所サービス活動指数の動向

- ・平成29年10-12月期の広義対個人サービス活動指数は、105.6(前期比0.1%)と2期ぶりの上昇。
- ・広義対事業所サービス活動指数は、104.9(前期比1.0%)と2期ぶりの上昇。

(22年=100、季節調整済) --- 第3次産業総合 — 広義対個人サービス — 広義対事業所サービス



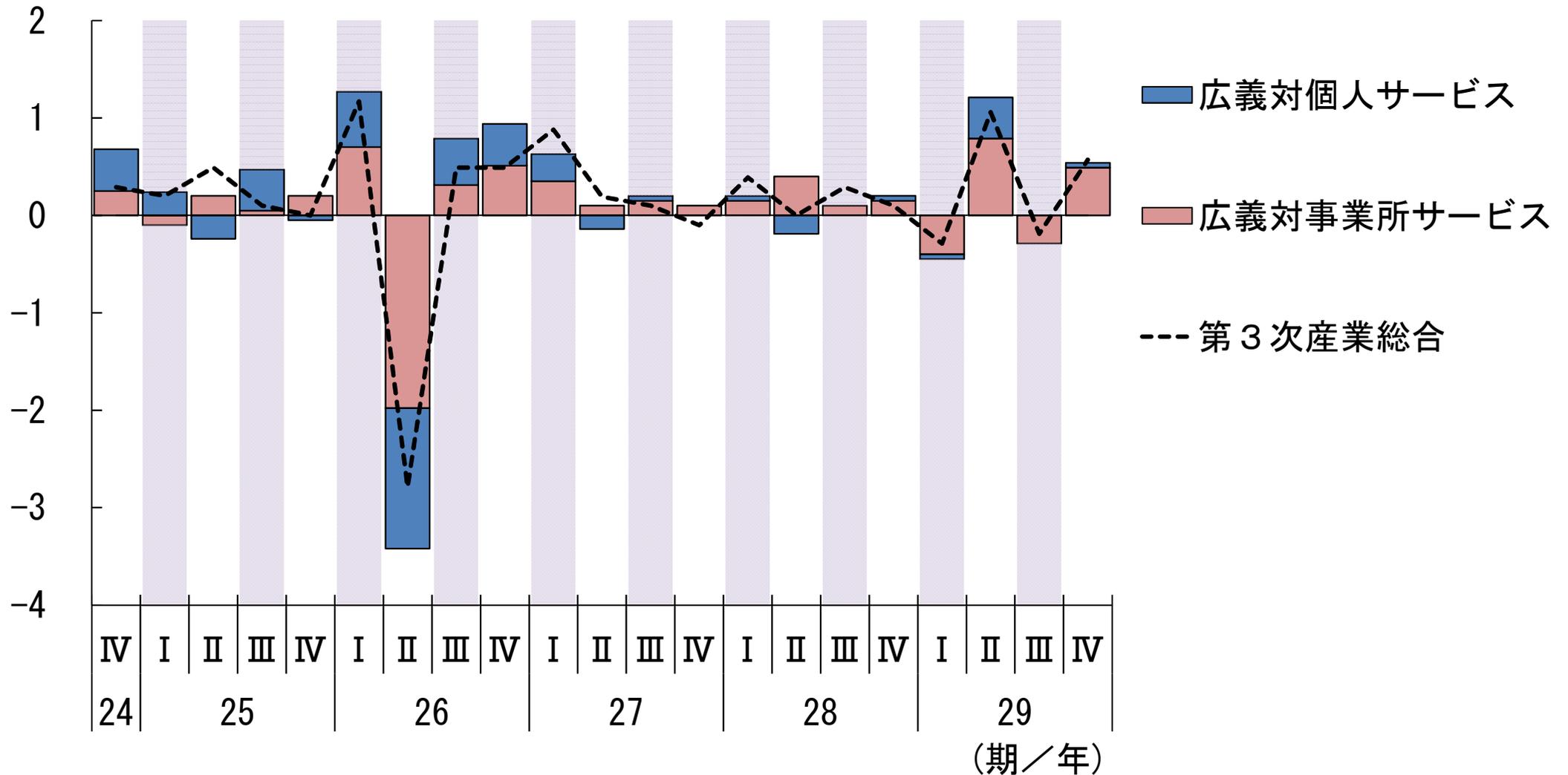
(注) 紫色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

第3次産業総合前期比 広義対個人／広義対事業所サービスの影響度合い

- 平成29年10-12月期の第3次産業活動指数は、広義対事業所サービス、広義対個人サービスともに上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

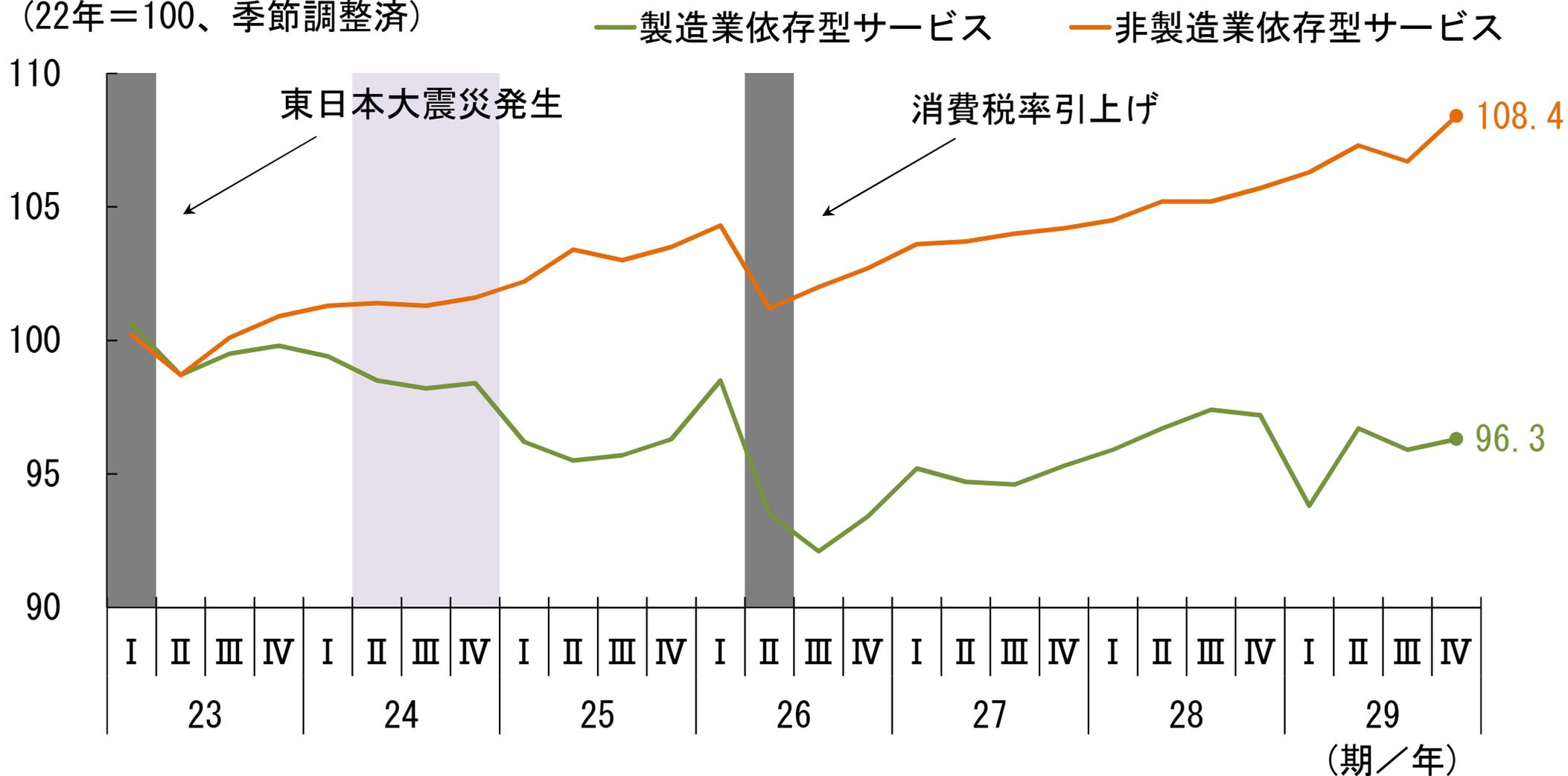


(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

製造業／非製造業依存型 事業所向けサービス活動指数の動向

- ・平成29年10-12月期の製造業依存型サービス活動指数は、96.3(前期比0.4%)と2期ぶりの上昇。
- ・非製造業依存型サービス活動指数は、108.4(前期比1.6%)と2期ぶりの上昇。

(22年=100、季節調整済)



(注)1. 広義対事業所サービスの内訳系列を、産業連関表の製造業と非製造業の投入比率の大小により、「製造業依存型」と「非製造業依存型」の二つに分類している。
2. 紫色のシャドー部分は景気後退局面。

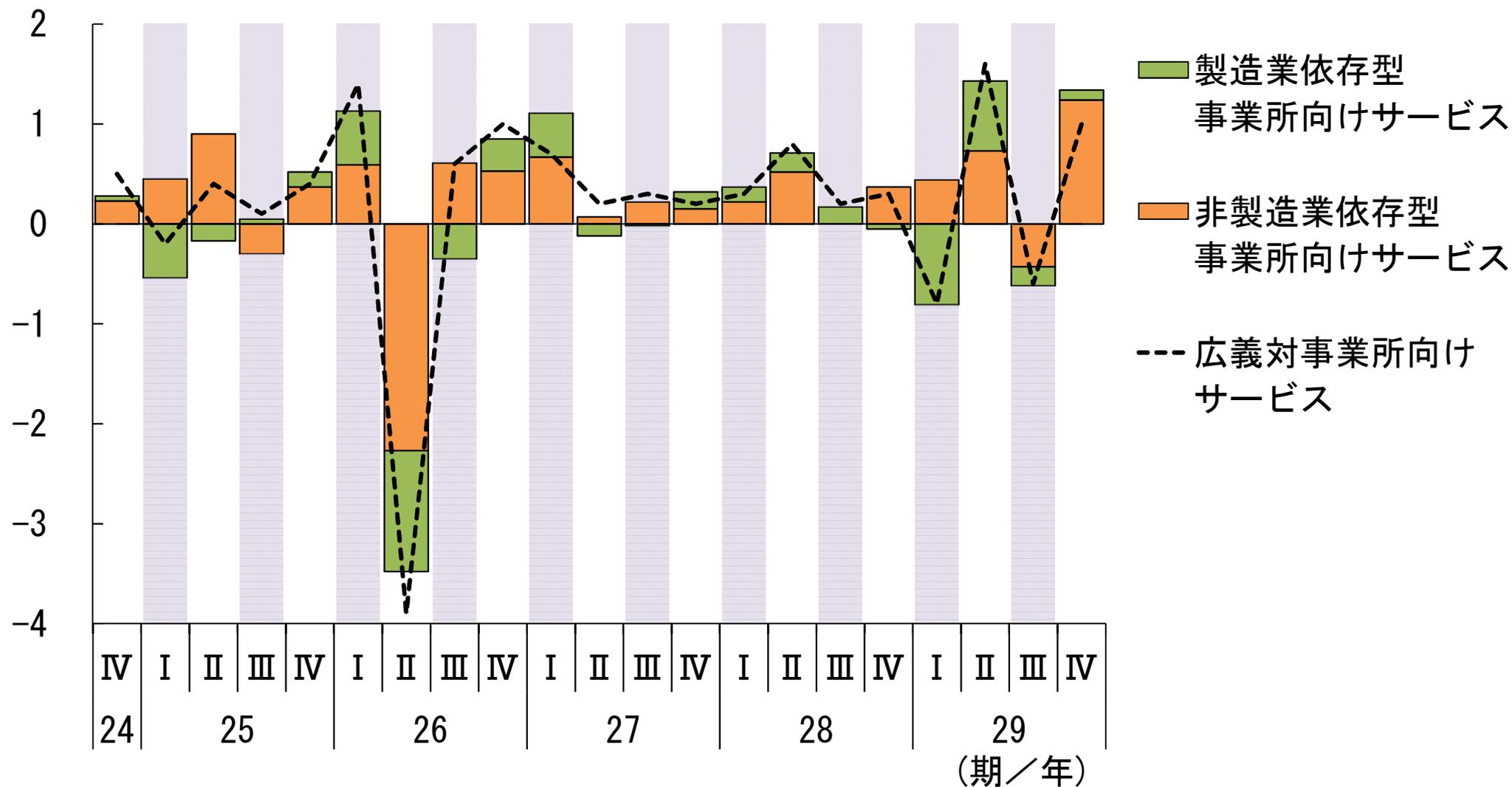
(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

広義対事業所向けサービス活動前期比

製造業／非製造業依存型事業所向けサービス別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の広義対事業所サービス活動指数は、製造業依存型事業所向けサービス、非製造業依存型事業所向けサービスともに上昇。

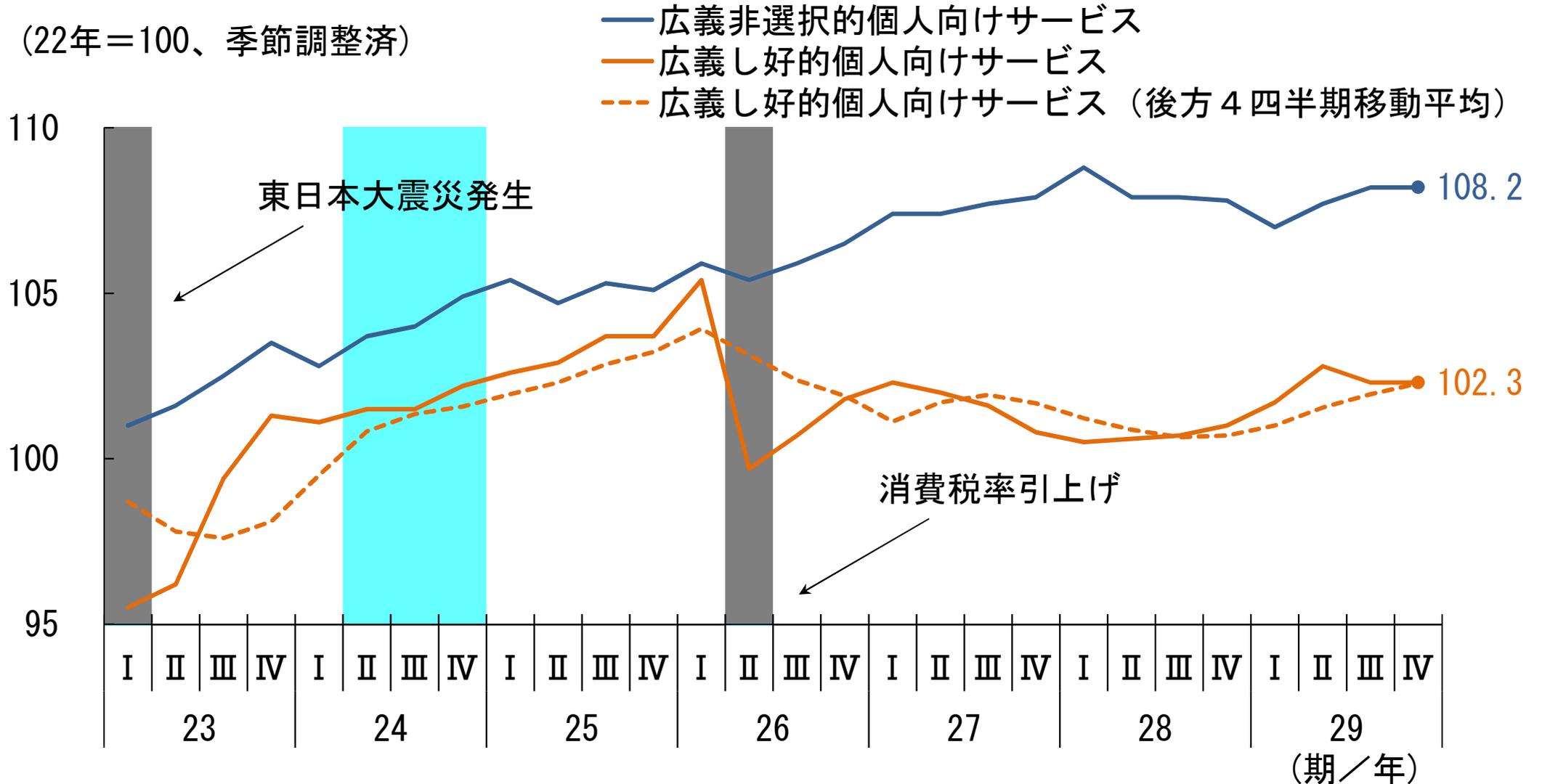
(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



非選択的／し好的 個人向けサービス活動指数の動向

- ・平成29年10-12月期の広義非選択的個人向けサービス活動指数は、108.2(前期比0.0%)と横ばい。
- ・広義し好的個人向けサービス活動指数は、102.3(前期比0.0%)と横ばい。

(22年=100、季節調整済)



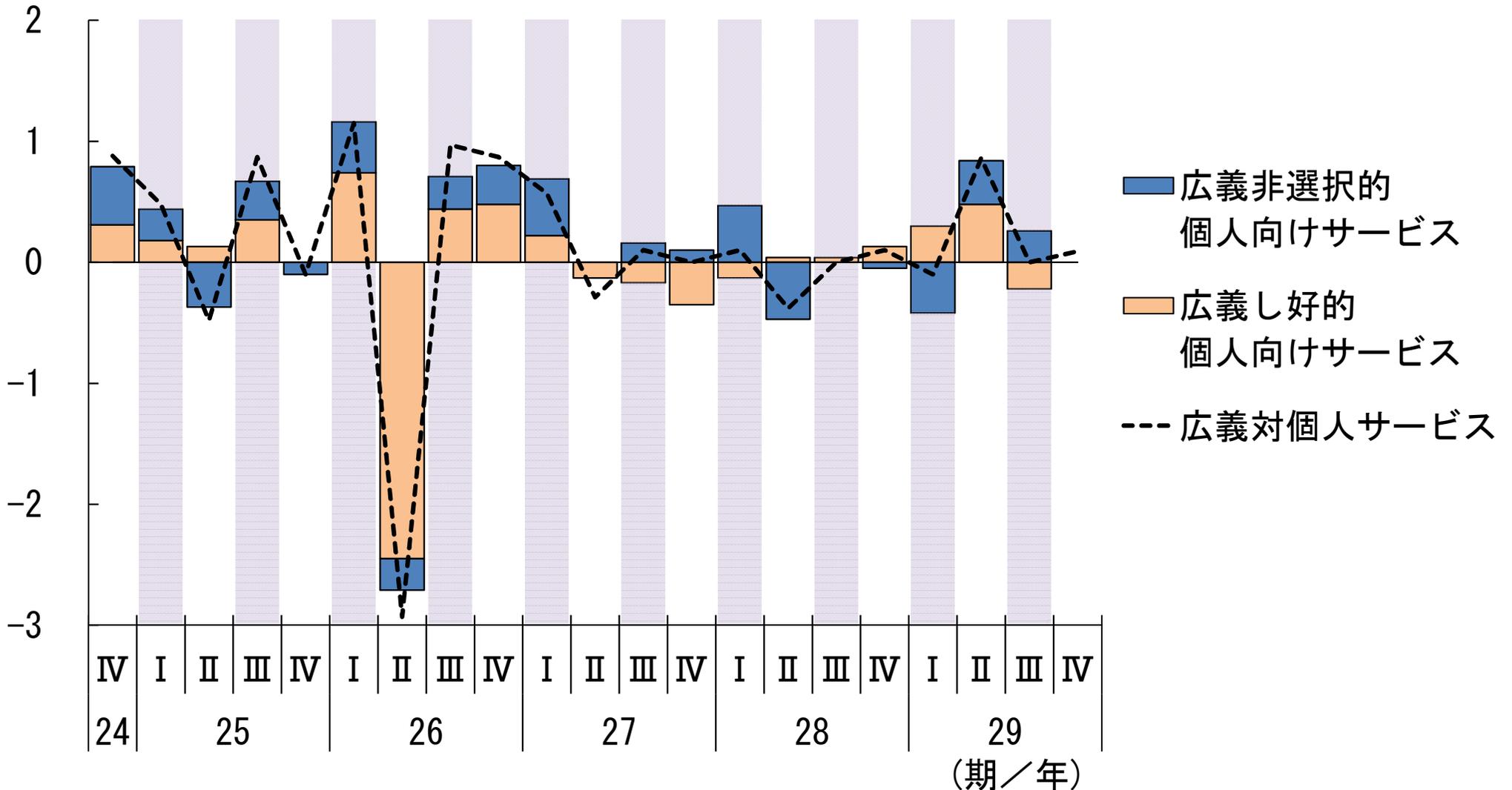
(注) 水色のシャド一部分は景気後退局面。
 (資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

広義対個人サービス活動前期比

非選択的／し好的個人向けサービス別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の広義対個人サービス活動指数のうち、広義非選択的個人向けサービス、広義し好的個人向けサービスともに横ばいであった。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

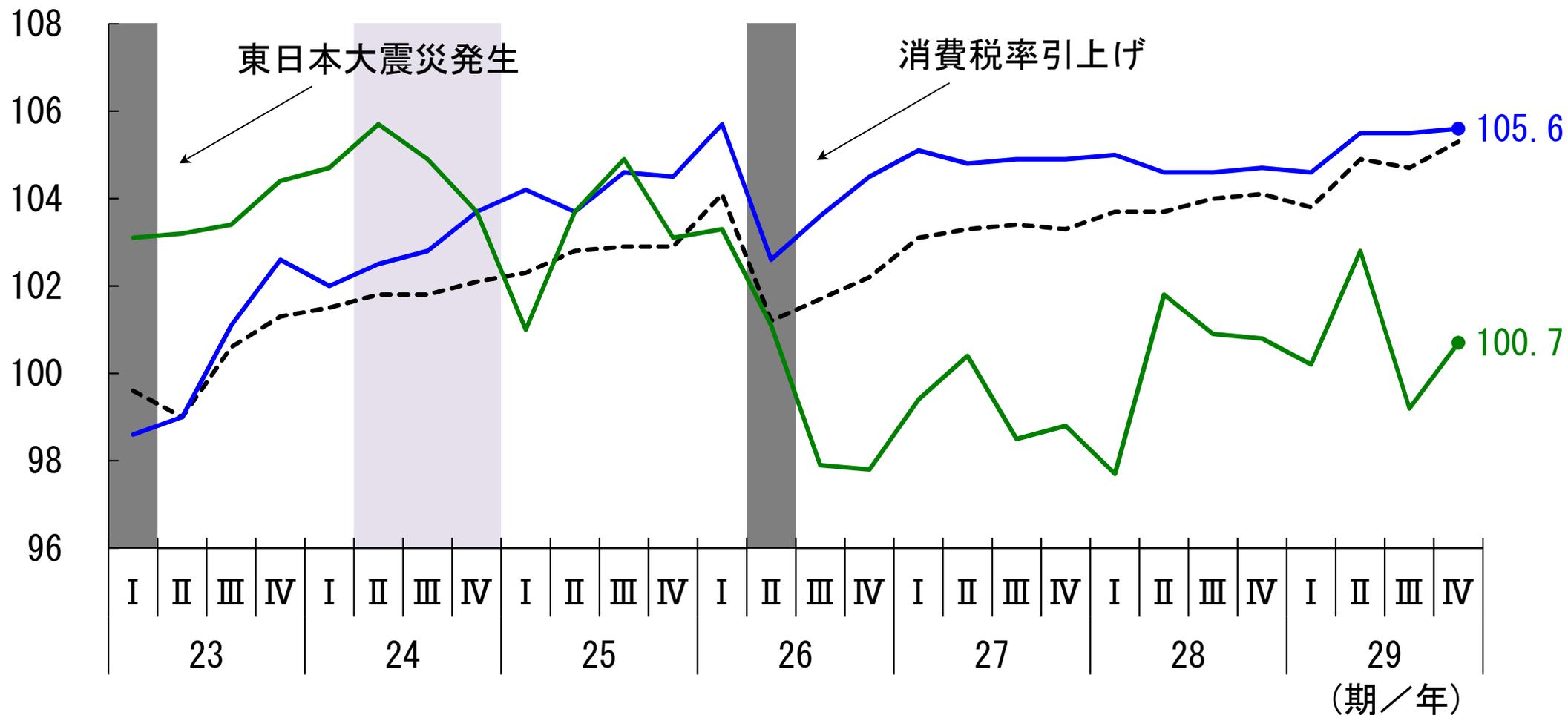


消費向け／投資向けサービス活動指数の動向

- ・平成29年10-12月期の消費向けサービス活動指数は、105.6(前期比0.1%)と2期ぶりの上昇。
- ・投資向けサービス活動指数は、100.7(前期比1.5%)と2期ぶりの上昇。

(22年=100、季節調整済)

--- 第3次産業総合 — 消費向け — 投資向け

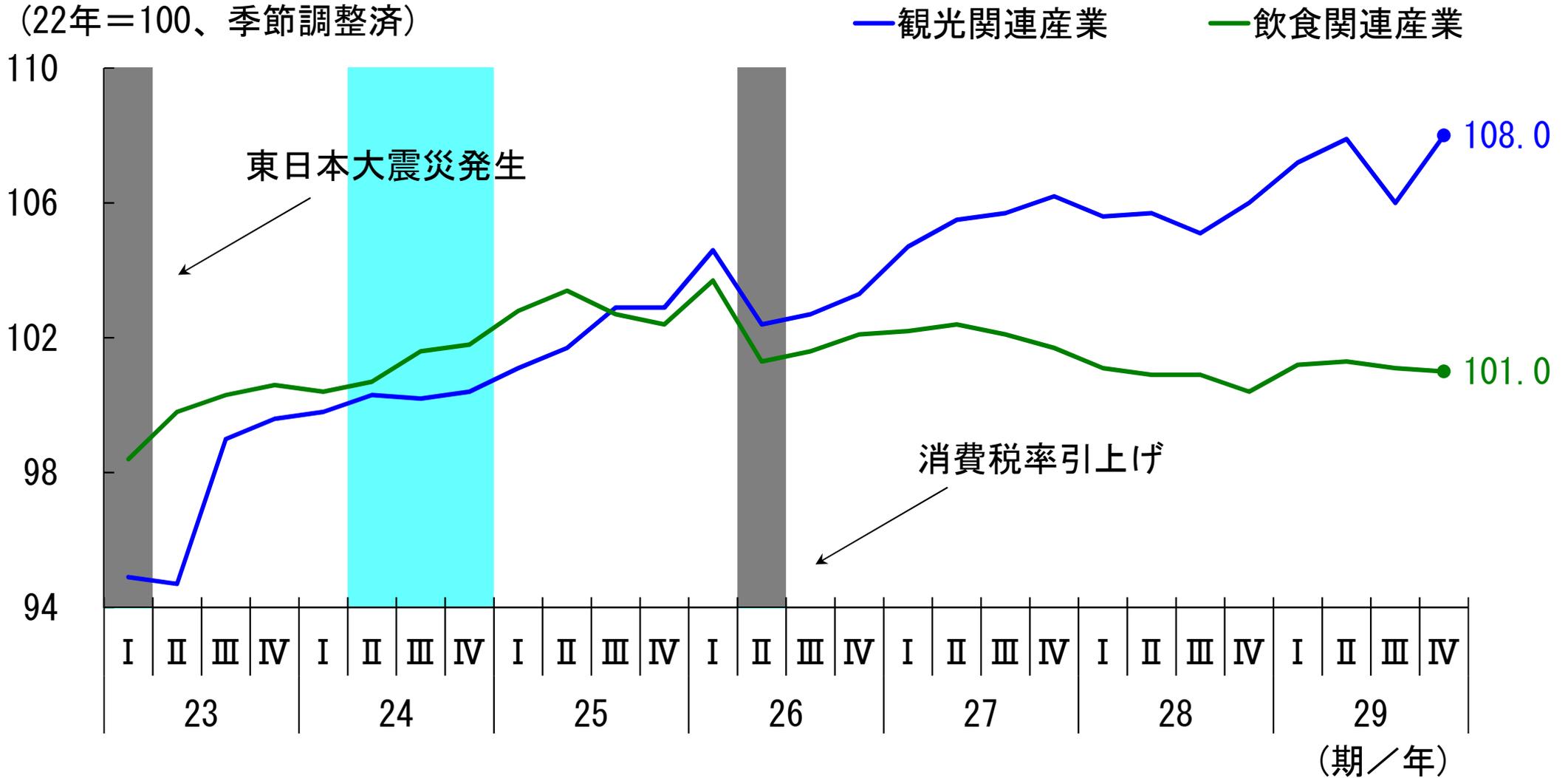


- (注) 1. 消費向けサービス活動指数は、非製造業から供給される個人消費関連のサービス(小売業や娯楽業など)の動きを表す系列。
 投資向けサービス活動指数は、非製造業から供給される民間企業設備関連のサービス(ソフトウェア開発、機械器具卸売業など)の動きを表す系列。
 2. 紫色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

観光関連産業活動指数、飲食関連産業活動指数の動向

- 平成29年10-12月期の観光関連産業活動指数は、108.0(前期比1.9%)と2期ぶりの上昇。
- 飲食関連産業活動指数は、101.0(前期比-0.1%)と2期連続の低下。



(注) 1. 観光関連産業活動指数には、鉄道、バス、タクシー、飛行機、船舶等の旅客運送業、道路施設提供業(高速道路)、旅館、ホテル等の宿泊業、旅行業、遊園地・テーマパークが含まれる。
飲食関連産業活動指数には、デパート等の各種商品小売業(飲食料品部門)、飲食料品小売業、食堂、レストランやファーストフード等の飲食店、飲食サービス業が含まれる。
2. 水色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

平成30年1月の第3次産業活動指数の状況

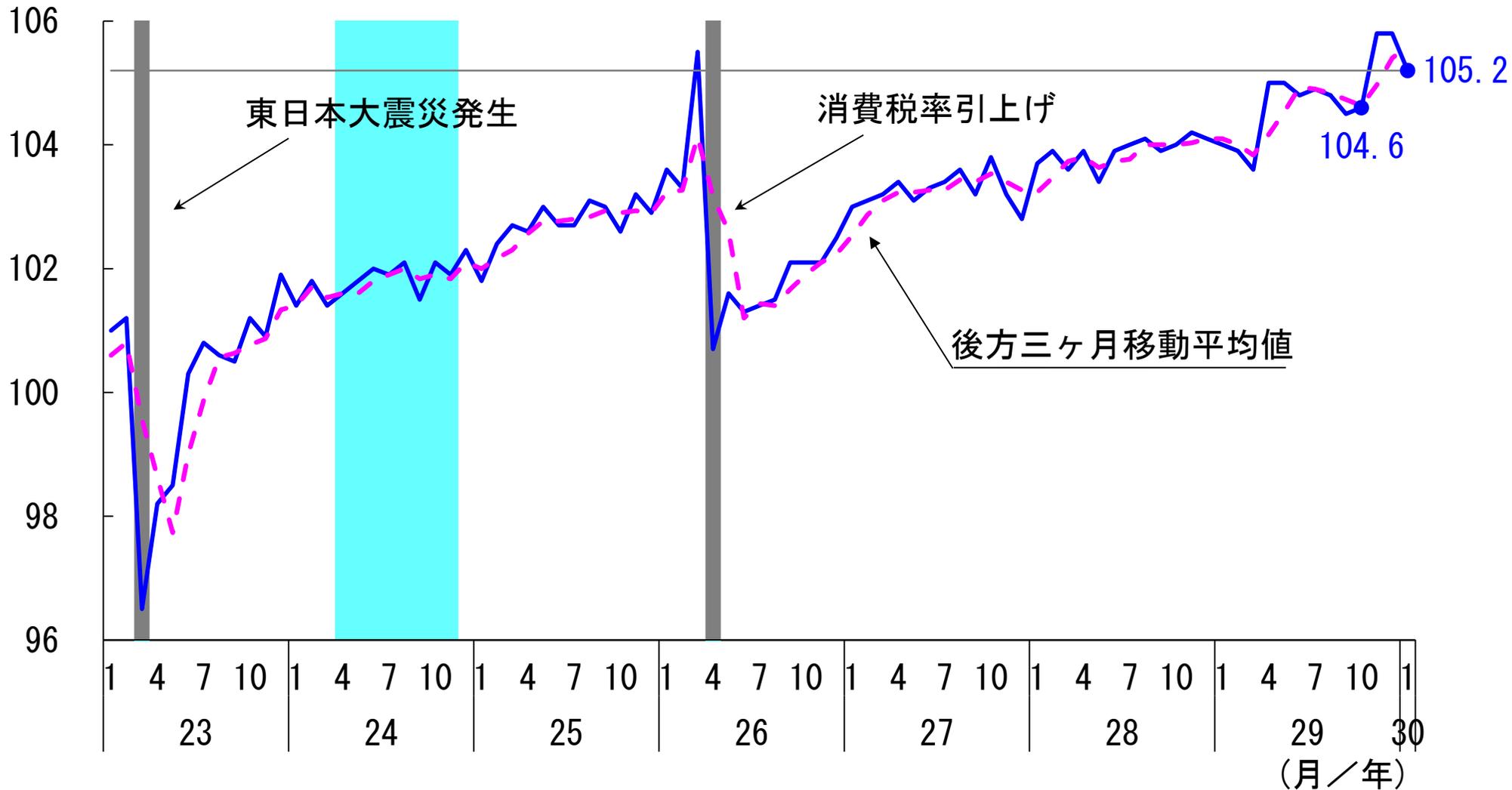
月次(平成30年1月分)	第3次産業総合	広義対個人サービス	広義対事業所サービス
季調済指数	105.2	105.7	104.6
前月比	- 0.6%	- 0.1%	- 0.8%
指数水準	29年10月 104.6以来 ① 23年 3月 96.5 ② 23年 4月 98.2 ③ 21年 5月 98.5 ③ 23年 5月 98.5	29年10月 104.8以来 ① 23年 3月 94.5 ② 21年 3月 97.1 ③ 23年 4月 97.5	29年10月 104.1以来 ① 23年 3月 97.9 ② 23年 5月 98.1 ③ 21年12月 98.5
前月比の動き	4か月ぶりー (29年 9月以来)	2か月連続ー (29年12月以降)	4か月ぶりー (29年 9月以来)
前月比幅	26年 4月 -4.5%以来 ① 23年 3月 -4.6% ② 26年 4月 -4.5% ③ 20年 4月 -1.7%	29年12月 -0.7%以来 ① 23年 3月 -6.4% ② 26年 4月 -4.7% ③ 29年 3月 -1.1%	29年 9月 -1.0%以来 ① 26年 4月 -5.0% ② 23年 3月 -3.9% ③ 20年 4月 -2.5%
原指数 前年同月比	1.6%	0.8%	2.5%
前年同月比の動き	10か月連続＋ (29年 4月以降)	10か月連続＋ (29年 4月以降)	4か月連続＋ (29年10月以降)
前年同月比幅	29年 5月 1.9%以来 I 24年 3月 4.7% II 24年 5月 4.0% III 24年 4月 3.3%	29年12月 0.9%以来 I 24年 3月 7.4% II 24年 4月 4.6% III 24年 5月 3.8%	29年 5月 2.8%以来 I 24年 5月 4.1% II 26年 3月 3.3% III 27年 4月 3.1%

(注) I～IIIは平成22年基準における最大値から上位3位まで、①～③は最小値から下位3位までの数値

第3次産業活動指数の動向

- ・平成30年1月の第3次産業活動指数は、105.2(前月比-0.6%)と4か月ぶりの低下。
- ・平成29年10月の104.6以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)



(注)水色のシャドー部分は景気後退局面。

平成30年1月

「第3次産業活動は持ち直しの動きがみられる」

基調判断の推移

- ・平成27年1月～4月 「持ち直している」
- ・平成27年5月～6月 「足踏みがみられる」
- ・平成27年7月～9月 「横ばい傾向」
- ・平成27年10月 「持ち直しの動きがみられる」
- ・平成27年11月 「一進一退」

- ・平成27年12月～28年3月
「一進一退ながら一部に弱さがみられる」
- ・平成28年4月～28年10月
「一進一退」
- ・平成28年11月～29年4月
「横ばい」
- ・平成29年5月～7月
「持ち直しの動きがみられる」
- ・平成29年8月～10月
「高い水準で横ばい」

- ・平成29年11月～
「持ち直しの動きがみられる」

(27年1月より基調判断を実施)

	第3次産業 総合	前期比(%)	
		前期比(%)	前期比(%)
28年	I期	103.7	0.4
	II期	103.7	0.0
	III期	104.0	0.3
	IV期	104.1	0.1
29年	I期	103.8	-0.3
	II期	104.9	1.1
	III期	104.7	-0.2
	IV期	105.4	0.7

(平成22年=100、季節調整済)

	第3次産業 総合	前月比(%)	後方3か月		
			移動平均	前月比(%)	
28年	1月	103.7	0.9	103.2	-0.1
	2月	103.9	0.2	103.5	0.3
	3月	103.6	-0.3	103.7	0.2
	4月	103.9	0.3	103.8	0.1
	5月	103.4	-0.5	103.6	-0.2
	6月	103.9	0.5	103.7	0.1
	7月	104.0	0.1	103.8	0.1
	8月	104.1	0.1	104.0	0.2
	9月	103.9	-0.2	104.0	0.0
	10月	104.0	0.1	104.0	0.0
	11月	104.2	0.2	104.0	0.0
	12月	104.1	-0.1	104.1	0.1
29年	1月	104.0	-0.1	104.1	0.0
	2月	103.9	-0.1	104.0	-0.1
	3月	103.6	-0.3	103.8	-0.2
	4月	105.0	1.4	104.2	0.4
	5月	105.0	0.0	104.5	0.3
	6月	104.8	-0.2	104.9	0.4
	7月	104.9	0.1	104.9	0.0
	8月	104.8	-0.1	104.8	-0.1
	9月	104.5	-0.3	104.7	-0.1
	10月	104.6	0.1	104.6	-0.1
	11月	105.8	1.1	105.0	0.4
	12月	105.8	0.0	105.4	0.4
30年	1月	105.2	-0.6	105.6	0.2

第3次産業活動指数を大きく動かした個別系列

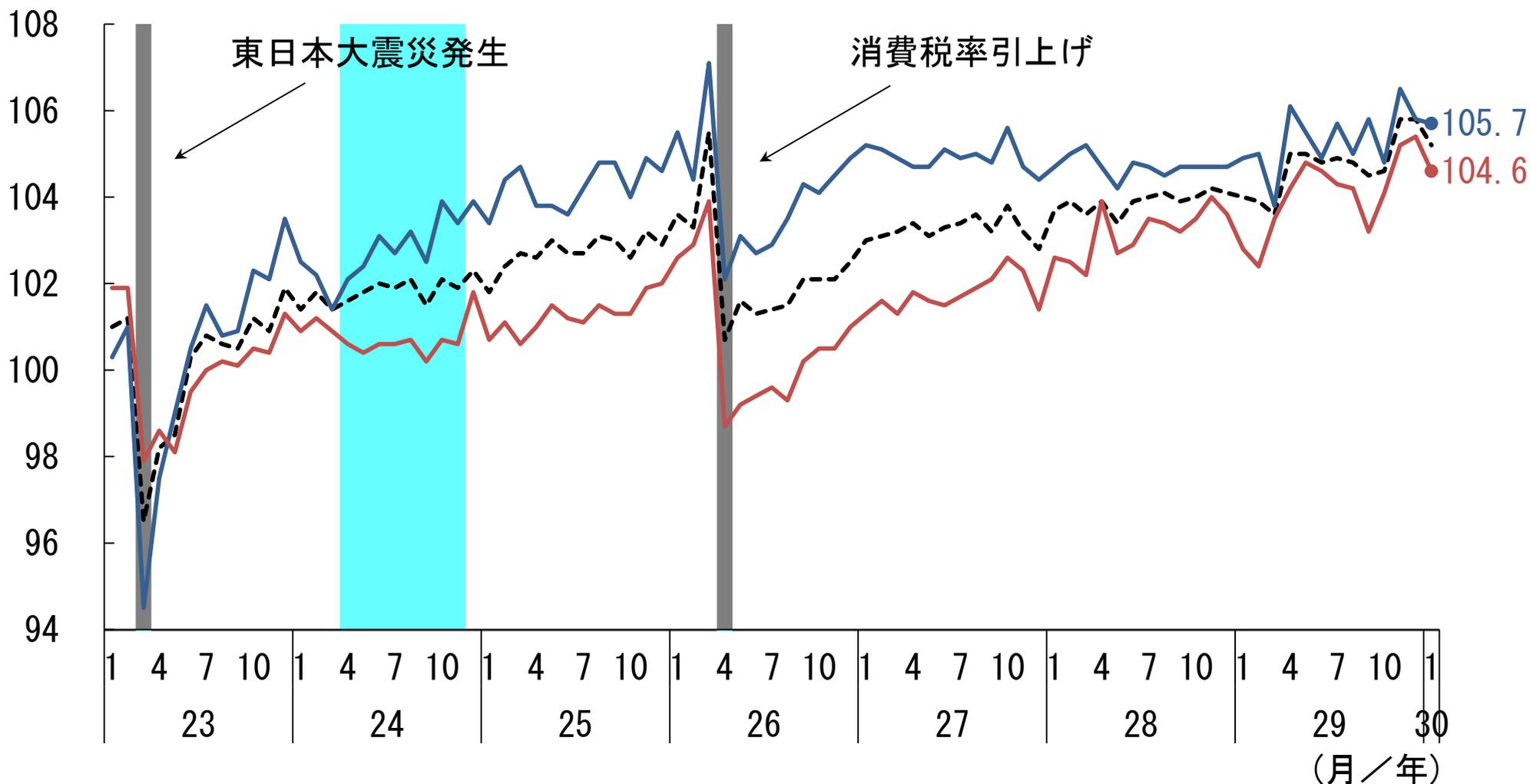
		業種名	前月比	寄与率
○ 第3次産業総合を低下方向へ 引っ張った3業種の中で 低下への影響度が大きい内訳業種	1位の業種	卸売業	- 4.1%	- 101.9%
	内訳業種	各種商品卸売業	- 8.4%	- 25.6%
		鉱物・金属材料卸売業	- 5.1%	- 18.2%
	2位の業種	医療, 福祉	- 1.7%	- 41.2%
	内訳業種			
	3位の業種	小売業	- 1.4%	- 24.0%
内訳業種	自動車小売業	- 9.2%	- 21.2%	
	織物・衣服・身の回り品小売業	- 5.9%	- 8.5%	
○ 第3次産業総合を上昇方向へ 引っ張った3業種の中で 上昇への影響度が大きい内訳業種	1位の業種	生活娯楽関連サービス	1.4%	27.1%
	内訳業種	食堂, レストラン, 専門店	2.5%	8.6%
		ホテル	5.3%	6.7%
	2位の業種	金融業, 保険業	1.0%	18.5%
	内訳業種	金融商品取引業, 商品先物取引業	4.4%	6.5%
	3位の業種	情報通信業	0.8%	15.9%
内訳業種	情報処理・提供サービス業	3.5%	11.9%	
		ソフトウェア業	0.9%	4.0%

寄与率：第3次産業全体の変動に対して影響を及ぼした、各業種の影響の度合い全業種の寄与率を足すと、当月が上昇なら100%、低下なら-100%になる。

広義対個人サービス／広義対事業所サービス活動指数の動向

- ・平成30年1月の広義対個人サービス活動指数は、105.7(前月比-0.1%)と2か月連続の低下。
- ・広義対事業所サービス活動指数は、104.6(前月比-0.8%)と4か月ぶりの低下。

(22年=100、季節調整済) --- 第3次産業総合 — 広義対個人サービス — 広義対事業所サービス

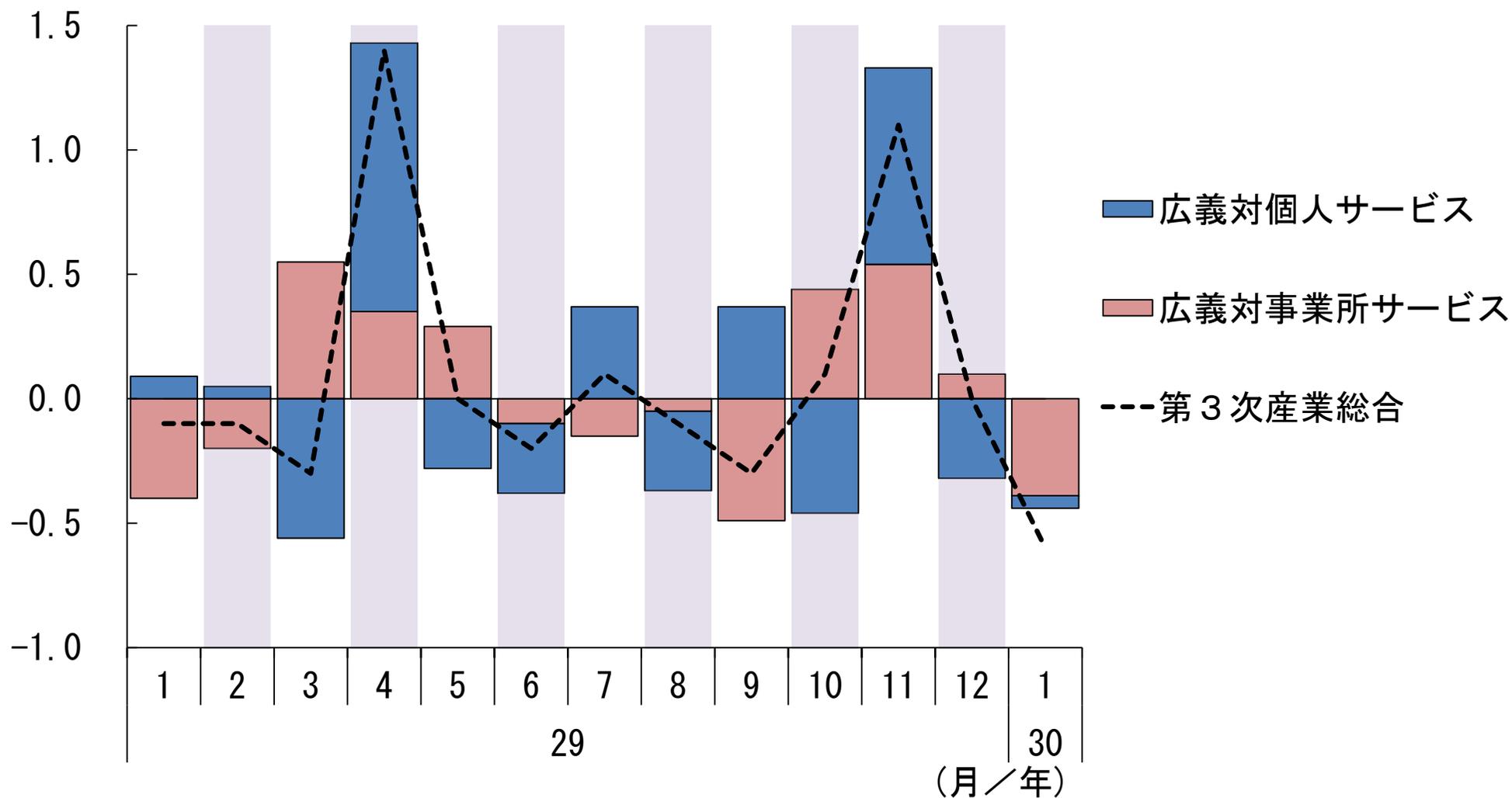


(注)水色のシャドー部分は景気後退局面。

第3次産業総合前月比 広義対個人／広義対事業所サービスの影響度合い

- 平成30年1月の第3次産業活動指数は、広義対事業所サービス、広義対個人サービスともに低下したため、前月比-0.6%の低下。

(季節調整済、前月比、%、%ポイント)



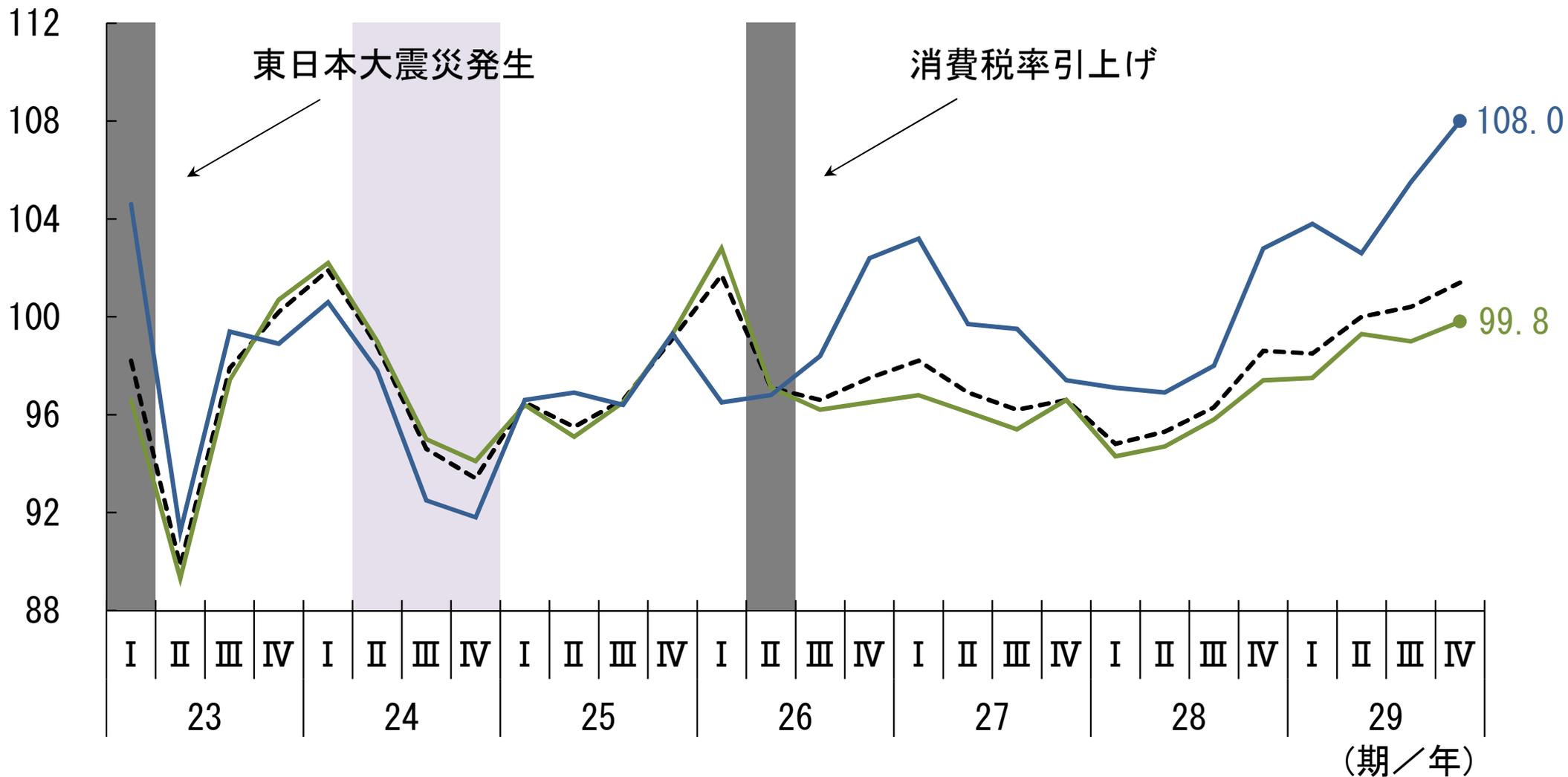
鉦工業活動の動向

国内向け／輸出向け出荷の動向

平成29年10-12月期の鉱工業出荷を国内向け／輸出向け別にみると、国内向けは99.8(前期比0.8%)と2期ぶりの上昇、輸出向けは108.0(前期比2.4%)と2期連続の上昇。

(22年=100、季節調整済)

--- 鉱工業出荷 — 国内向け — 輸出向け



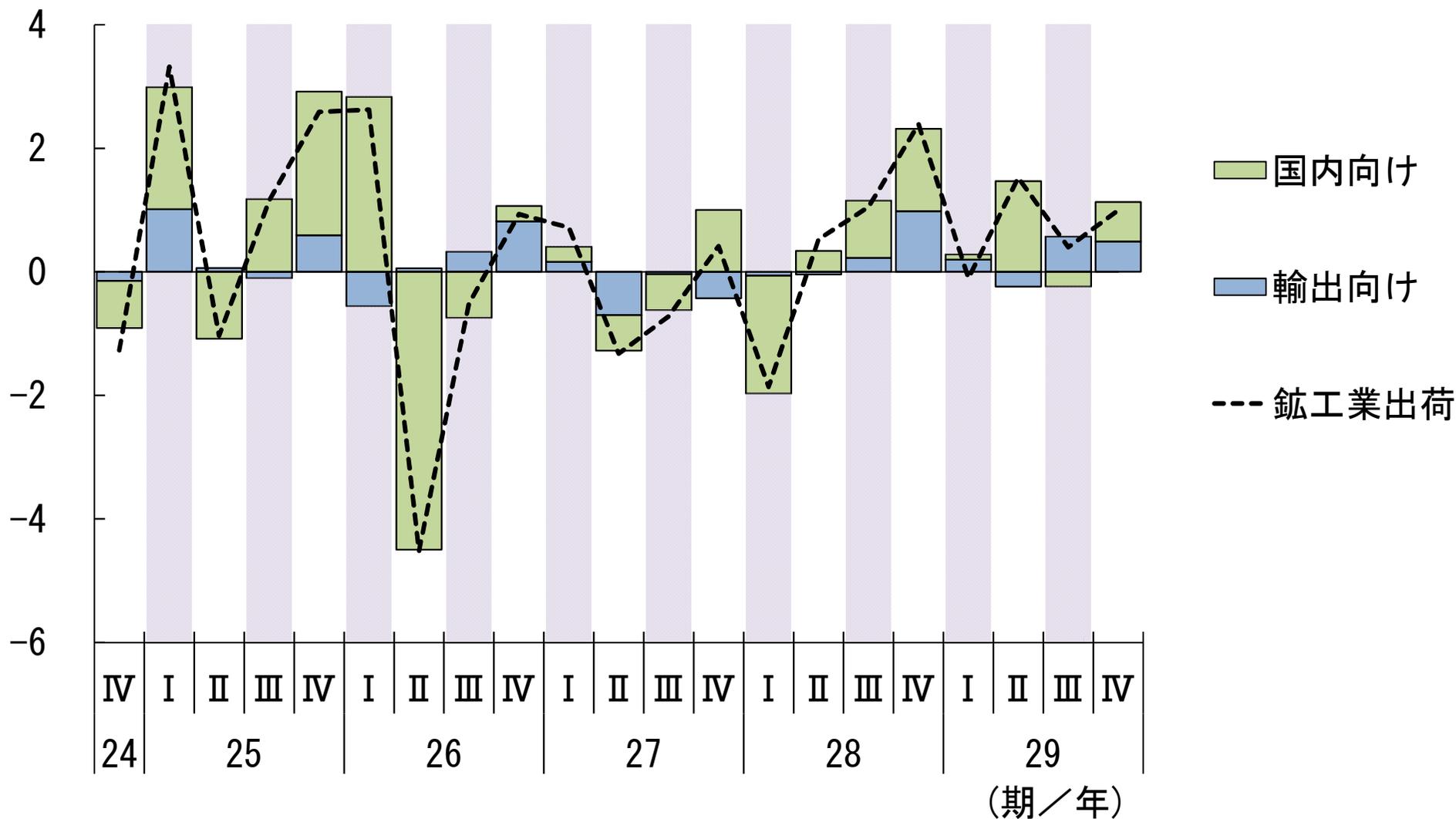
(注) 紫色のシャド一部分は景気後退局面。

(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「鉱工業出荷内訳表」より作成。

鋳工業出荷前期比 国内向け／輸出向け別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の鋳工業出荷は、国内向け、輸出向けともに上昇したため、前期比1.0%の上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

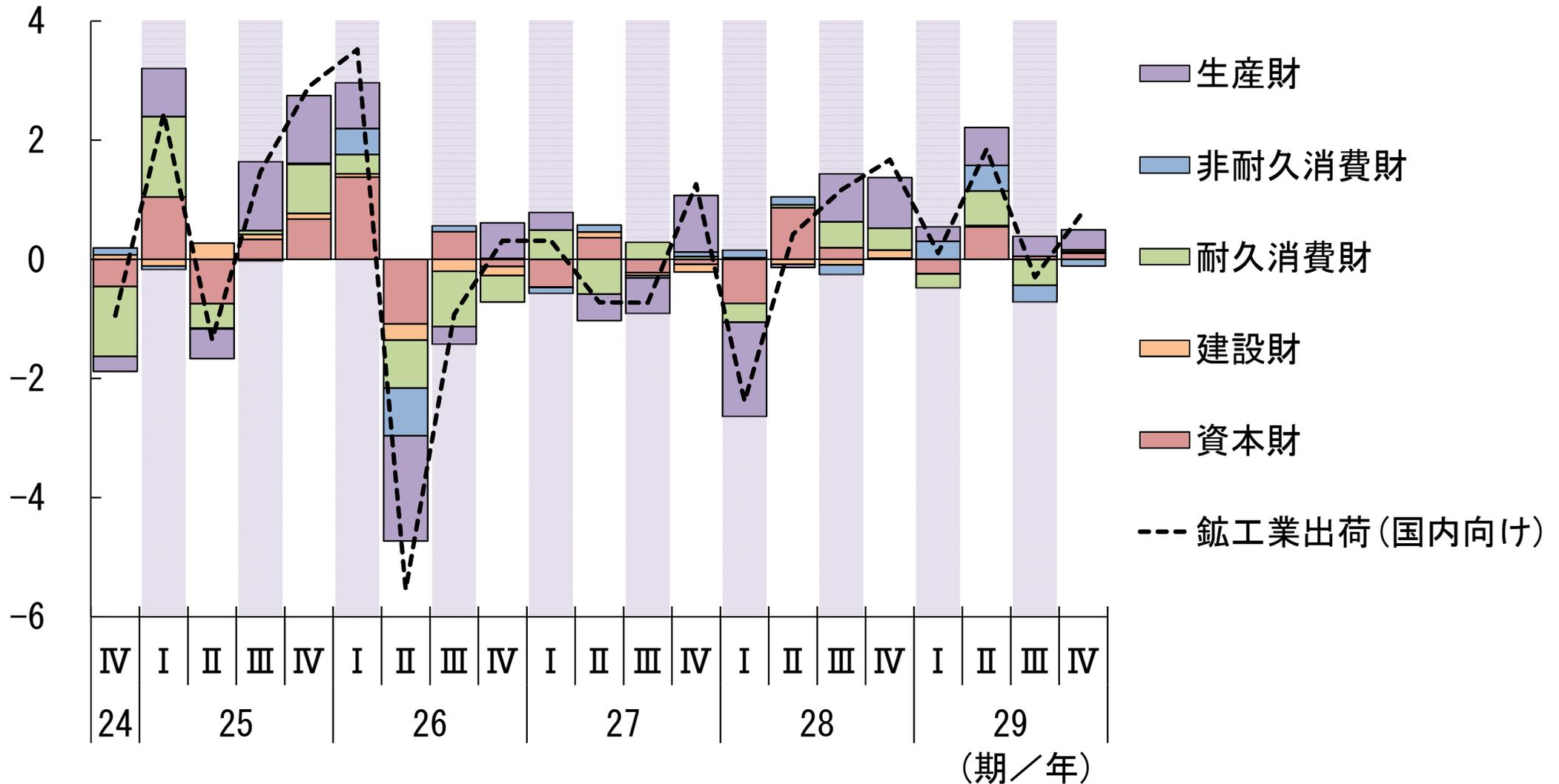


(資料) 経済産業省「鋳工業指数」、「鋳工業出荷内訳表」より作成。

国内向け出荷前期比 財別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の国内向け出荷を、財別にみると、非耐久消費財が低下したものの、生産財などが上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

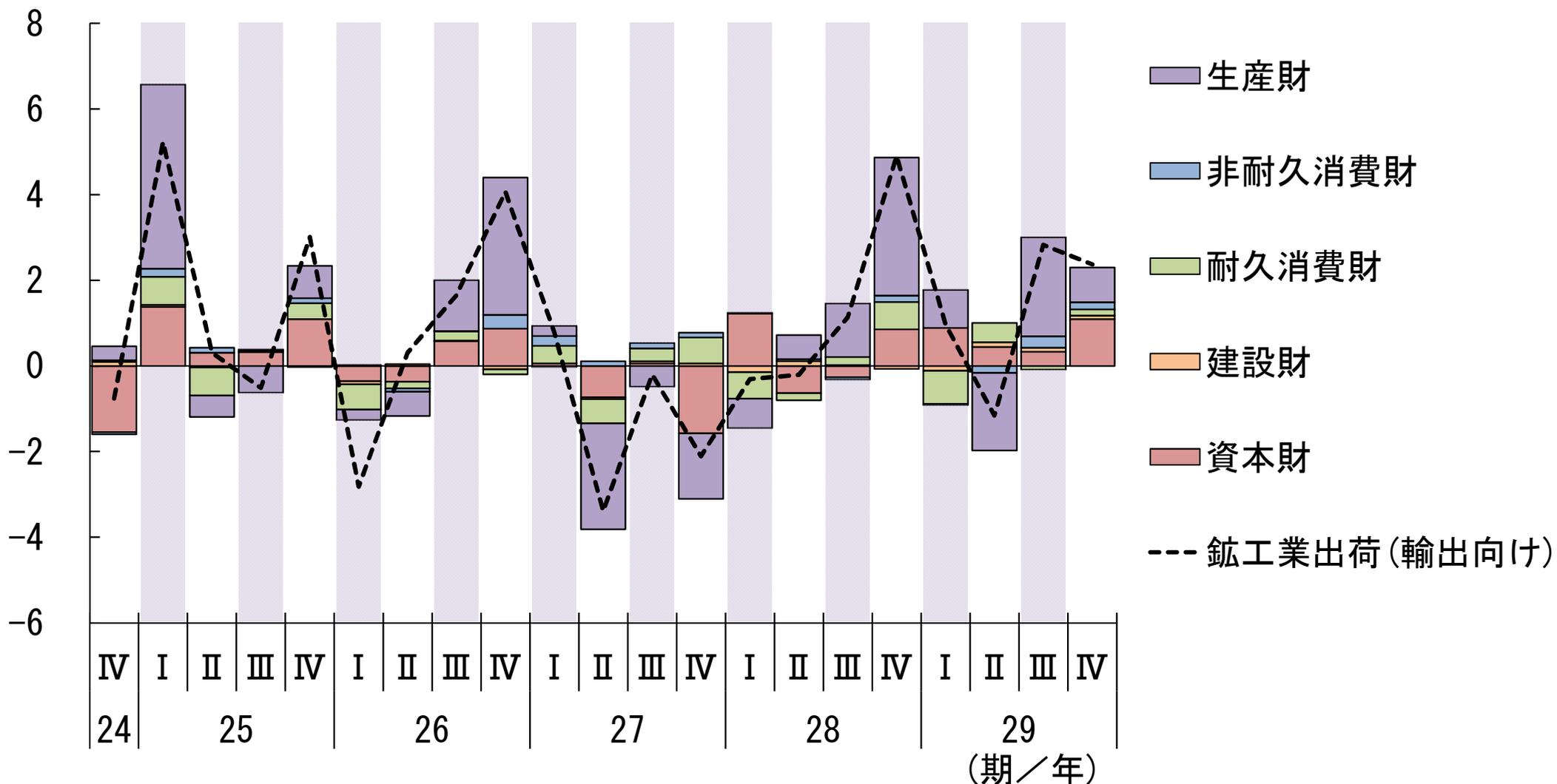


(資料) 経済産業省「鉱工業出荷内訳表」より作成。

輸出向け出荷前期比 財別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の輸出向け出荷を、財別にみると、資本財などが上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)

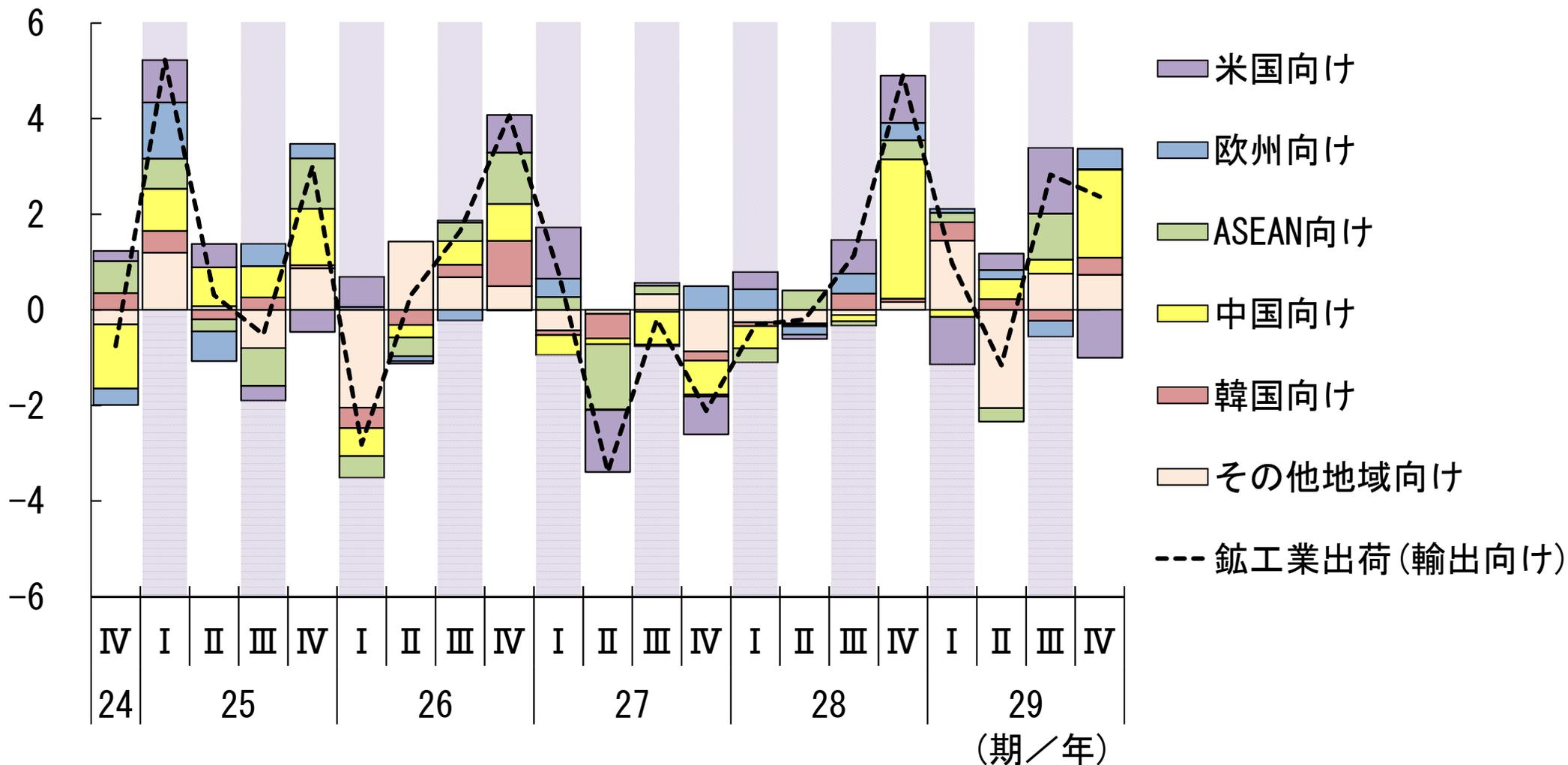


(資料) 経済産業省「鉱工業出荷内訳表」より作成。

輸出向け出荷前期比 地域別の影響度合い

- 平成29年10-12月期の輸出向け出荷を、地域別にみると、米国向けが低下したものの、中国向けなどが上昇。

(季節調整済、前期比、%、%ポイント)



(注) 試算値。

(資料) 経済産業省「鋳工業出荷内訳表」より作成。

平成30年1月の鉱工業指数(速報)各指数の状況

生産・出荷・在庫・在庫率指数

月次	生産	出荷	在庫	在庫率
季調済指数	99.5	98.3	108.8	113.8
前月比	-6.6%	-5.6%	-0.6%	3.0%
指数水準	H29.1 98.5以来 ①H21.2 76.6 ②H21.3 77.6 ③H21.4 81.0	H29.5 98.2以来 ①H21.2 79.2 ②H21.3 79.7 ③H21.4 80.7	H29.9 107.3以来 ①H23.3 97.7 ②H22.8 98.3 ③H21.12, H22.9 99.1	H29.10 114.2以来 ⅠH21.2 155.6 ⅡH21.1 150.2 ⅢH21.3 146.3
前月比の動き	4か月ぶり－ (H29.9以来)	3か月ぶり－ (H29.10以来)	3か月連続－ (H29.11～当月)	3か月ぶり＋ (H29.10以来)
前月比幅	H23.3 -16.5%以来 ①H23.3 -16.5% ②H21.1 -8.8% ③H21.2 -8.6%	H23.3 -15.7%以来 ①H23.3 -15.7% ②H21.1 -9.5% ③H20.12 -7.1%	H29.11 -0.8%以来 ①H23.3 -5.8% ②H21.2 -3.9% ③H21.3 -3.1%	H29.10 3.5%以来 ⅠH20.11 13.2% ⅡH20.12 9.9% ⅢH21.1 9.8%
前年同月比(原指数)	2.7%	2.1%	1.4%	2.0%
前年同月比の動き	15か月連続＋ (H28.11～当月)	15か月連続＋ (H28.11～当月)	4か月連続＋ (H29.10～当月)	4か月連続＋ (H29.10～当月)
前年同月比幅	H29.12 4.4%以来 ⅠH22.3 29.2% ⅡH22.2 28.8% ⅢH22.4 23.8%	H29.12 4.2%以来 ⅠH22.3 28.4% ⅡH22.2 27.0% ⅢH22.4 25.4%	H29.12 2.1%以来 ⅠH24.3, 4 12.1% ⅡH23.8 9.0% ⅢH23.9 8.1%	H29.11 2.8%以来 ⅠH21.2 64.6% ⅡH21.1 54.8% ⅢH21.3 47.9%

(※) Ⅰ～Ⅲは22年基準における最大値から上位3位まで、①～③は最小値から下位3位までの数値

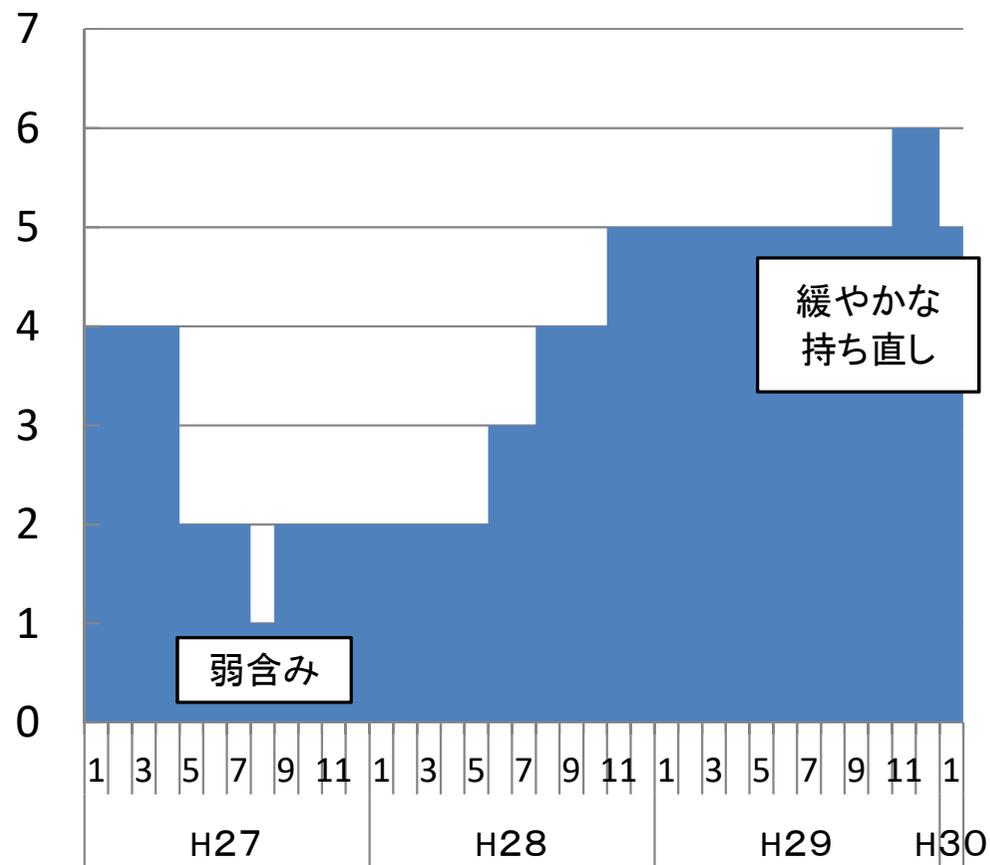
平成30年1月の鉱工業生産の基調判断

「生産は緩やかな持ち直し」

基調判断の推移

- ・平成27年5月～7月
「生産は一進一退」
- ・平成27年8月
「生産は弱含み」
- ・平成27年9月～平成28年5月
「生産は一進一退」
- ・平成28年6月、7月
「生産は一進一退だが、一部に持ち直し」
- ・平成28年8月～10月
「生産は緩やかな持ち直しの動き」
- ・平成28年11月～平成29年10月
「生産は持ち直しの動き」
- ・平成29年11月～平成29年12月
「生産は持ち直している」
- ・平成30年1月
「生産は緩やかな持ち直し」

基調判断の変化



(注)平成27年8月の「生産は弱含み」を1として、基調判断が上方修正されたら一律で1上昇、下方修正されたら一律で1低下というルールで作成。

平成30年1月の鉱工業生産指数を大きく動かした品目（業種別）

		業種・品目名	前月比	寄与率
鉱工業生産を 上昇 方向へ 引っ張った3業種の中で 上昇への影響度が大きい 2品目	1位の業種			
	品目			
	2位の業種			
	品目			
	3位の業種			
	品目			
鉱工業生産を 低下 方向へ 引っ張った3業種の中で 低下への影響度が大きい 2品目	1位の業種	輸送機械工業	-14.1%	-44.0%
	品目	乗用車	-18.2%	-22.0%
		自動車部品	-15.6%	-17.9%
	2位の業種	はん用・生産用・業務用機械工業	-7.8%	-18.9%
	品目	土木建設機械	-16.3%	-4.7%
		はん用機械器具部品	-14.0%	-2.9%
	3位の業種	電子部品・デバイス工業	-6.3%	-8.3%
	品目	集積回路	-10.7%	-6.5%
電子部品		-4.6%	-2.6%	

寄与率：生産全体の変動に対して影響を及ぼした、各品目の影響の度合い。全93業種の寄与率を足すと、当月が上昇なら100%、低下なら-100%になる。

(注)全体の各品目は、個別品目ではなく、個別品目を統合した分類によるもの。

平成30年1月の鉱工業出荷内訳表の状況

出荷・国内向け出荷・輸出向け出荷

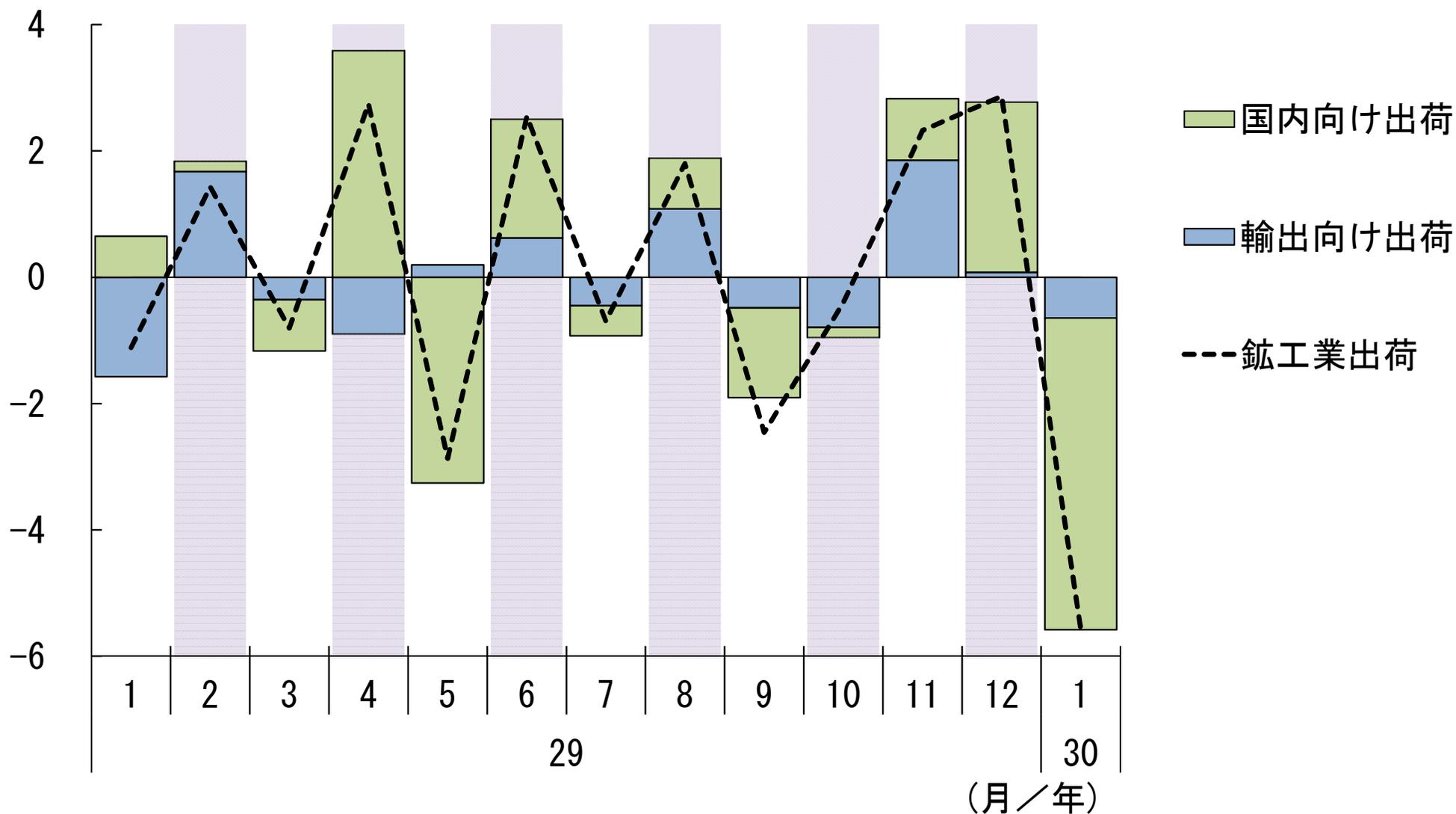
月次	出 荷	輸 出	国 内
季調済指数 前月比	98.3 -5.6%	108.0 -3.1%	96.1 -6.2%
指数水準	H29.5 98.2以来 ①H21.2 79.2 ②H21.3 79.7 ③H21.4 80.7	H29.10 101.7以来 ①H21.2 67.0 ②H21.3 69.0 ③H21.1 70.9	H28.8 95.6以来 ①H21.2 81.9 ②H21.3 82.1 ③H21.4 82.7
前月比の動き	3か月ぶりー (H29.10以来)	3か月ぶりー (H29.10以来)	3か月ぶりー (H29.10以来)
前月比幅	H23.3 -15.7%以来 ①H23.3 -15.7% ②H21.1 -9.5% ③H20.12 -7.1%	H29.10 -3.8%以来 ①H20.11 -12.8% ②H20.12 -11.7% ③H21.1 -11.0%	H23.3 -16.8%以来 ①H23.3 -16.8% ②H21.1 -9.5% ③H30.1 -6.2%

(注) ①～③は22年基準における最小値から下位3位までの数値

鋳工業出荷前月比 国内向け／輸出向け別の影響度合い

- 平成30年1月の鋳工業出荷は国内向け、輸出向けともに低下したため、前月比-5.6%の低下。

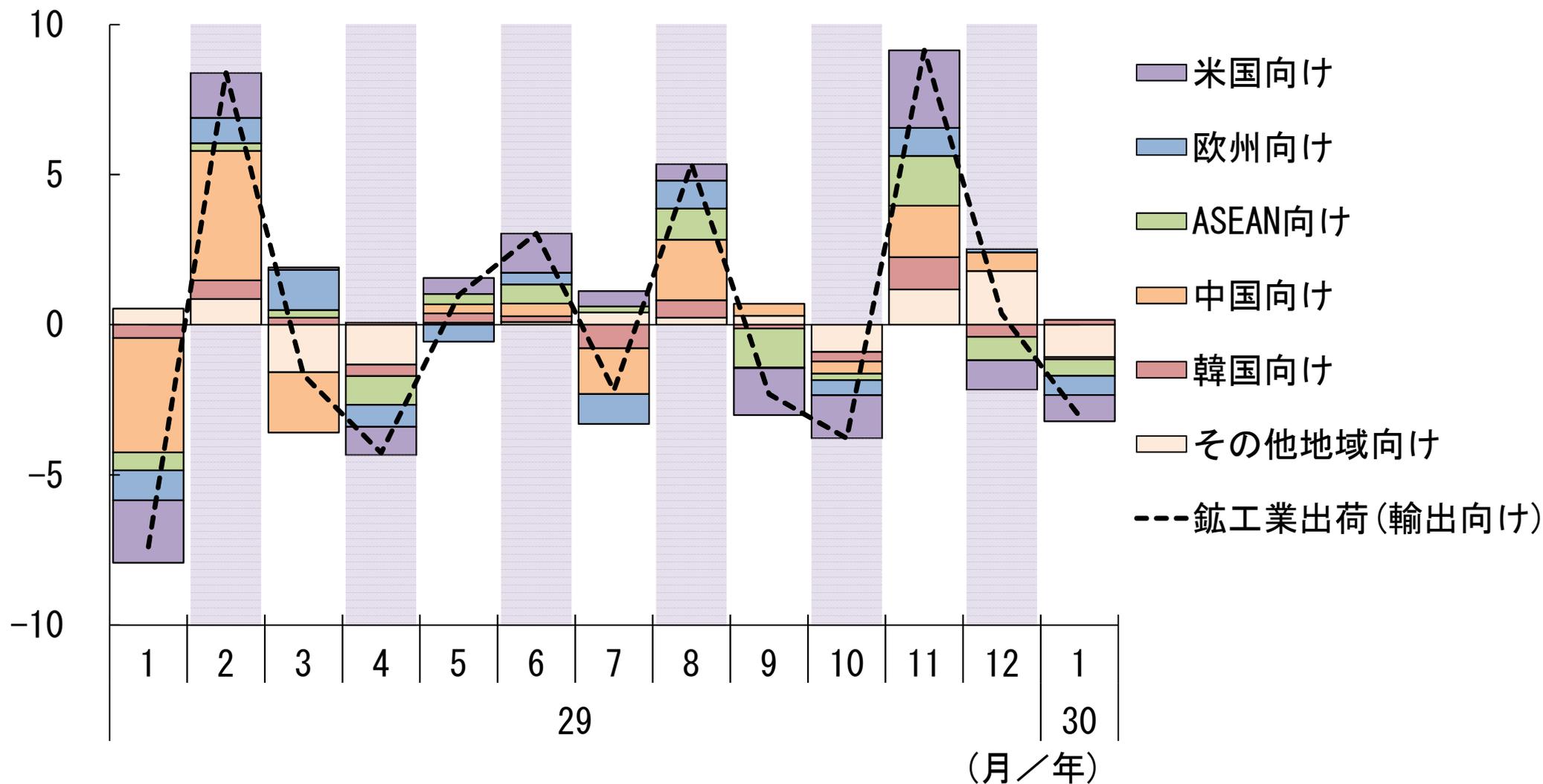
(季節調整済、前月比、%、%ポイント)



輸出向け出荷前月比 地域別の影響度合い

- 平成30年1月の輸出向け出荷を、地域別にみると、韓国向けが上昇したものの、その他地域向けなどが低下。

(季節調整済、前月比、%、%ポイント)

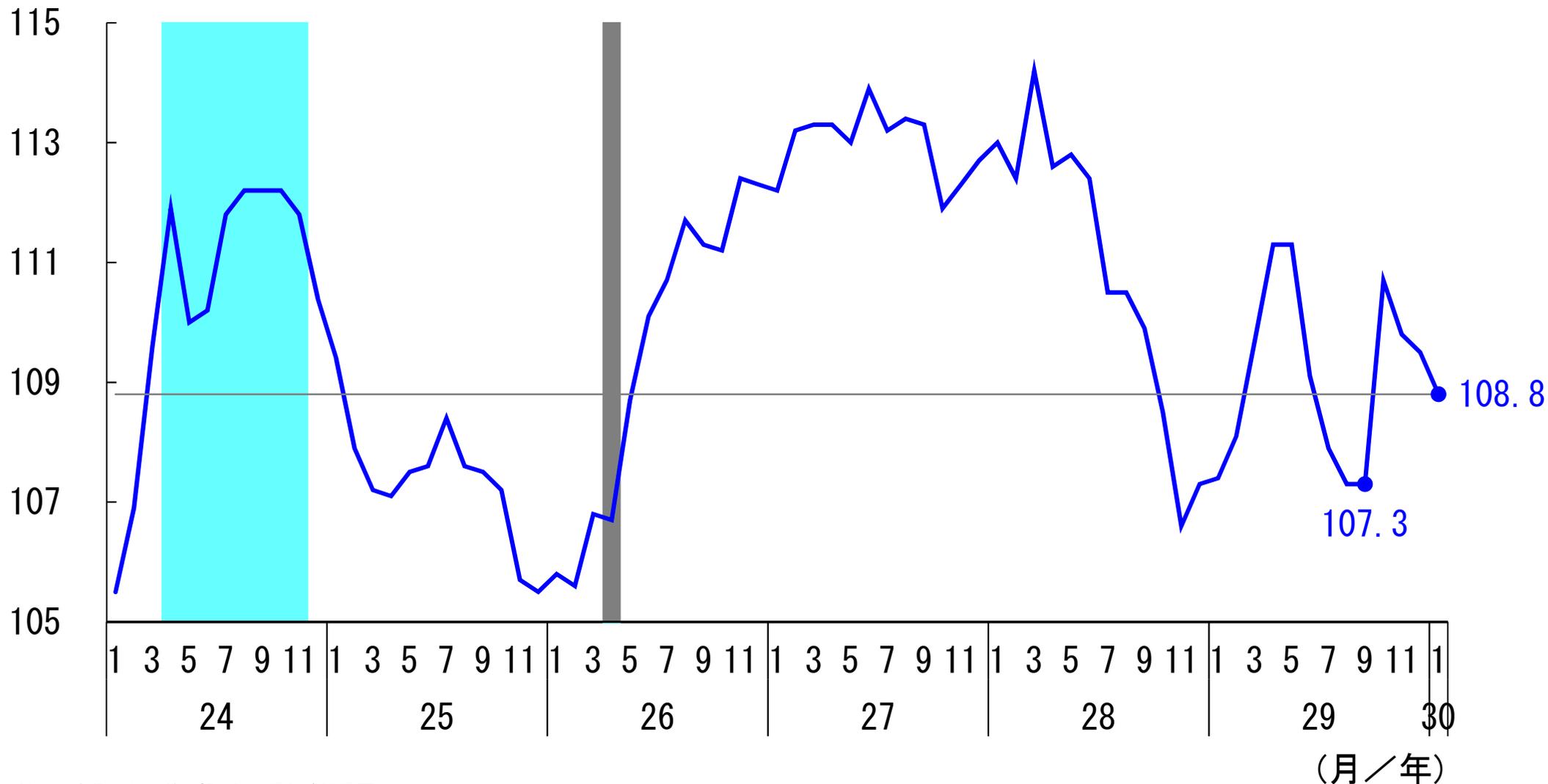


(注) 試算値。

鋳工業在庫指数の動向

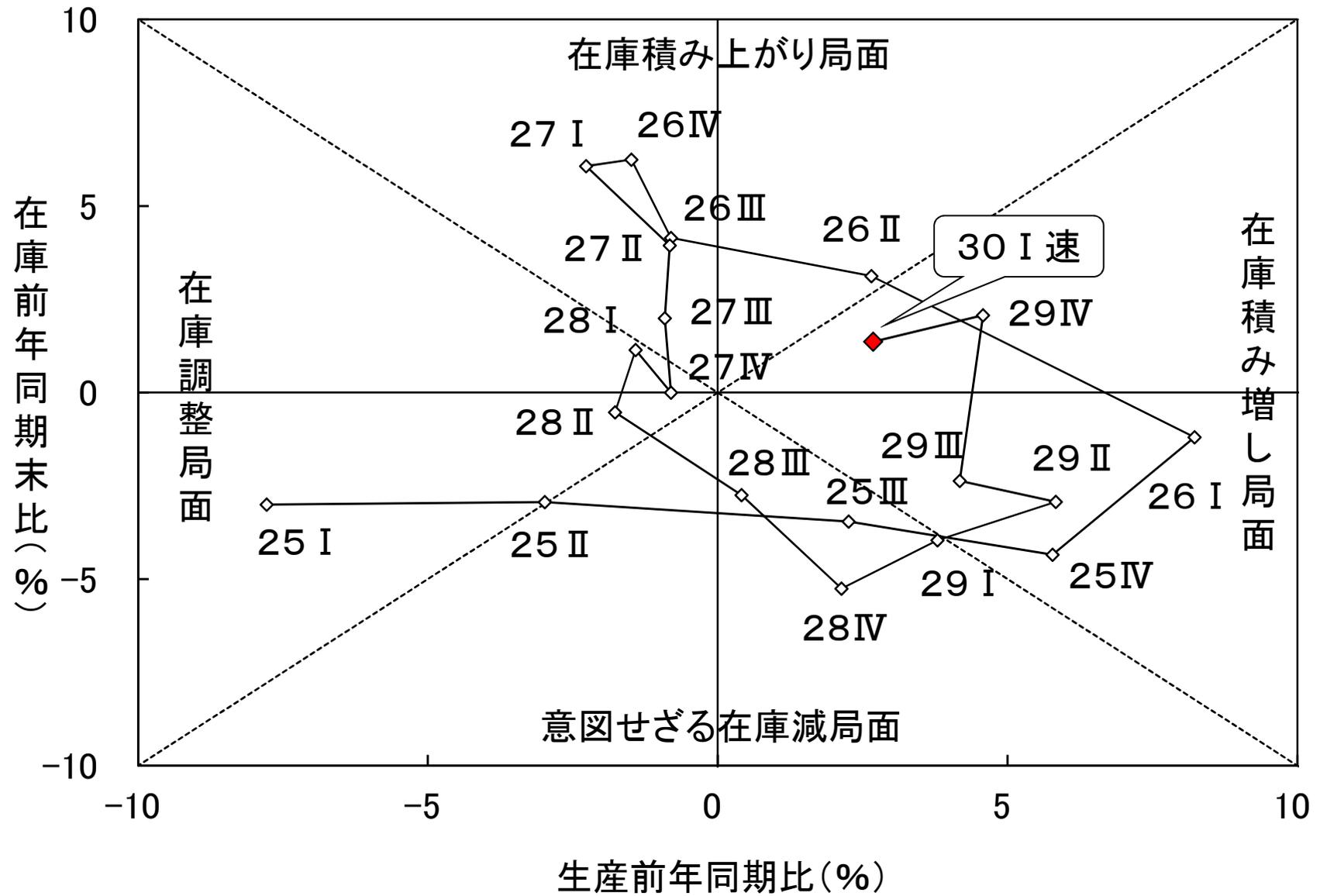
- ・平成30年1月の在庫指数は、108.8(前月比-0.6%)と3か月連続の低下。
- ・平成29年9月の107.3以来の指数水準。

(22年=100、季節調整済)



(注) 1. 水色のシャド一部分は、景気後退局面。
2. 灰色のシャド一部分は、消費税率引上げ。

鋁工業の在庫循環図



(注) 「30 I 速」の生産は1月の値、在庫は1月末の値を使用。

製造工業生産予測指数（季節調整済前月比（％））

	平成30年2月見込み	平成30年3月見込み
平成30年2月調査（今回）	9.0%	-2.7%
平成30年1月調査（前回）	5.7%	

製造工業生産予測指数の補正值（季節調整済前月比（％））

	補正值	予測調査結果
2月前月比	4.7% (3.6~5.7%)	9.0%

平成30年2月生産計画の寄与順位表

上昇寄与業種	計画前月比
はん用・生産用・ 業務用機械工業	12.2%
輸送機械工業	13.6%
電子部品・ デバイス工業	16.0%
電気機械工業	9.9%
金属製品工業	11.5%
化学工業	2.4%

上昇寄与業種	計画前月比
非鉄金属工業	7.3%
紙・パルプ工業	2.5%
低下寄与業種	計画前月比
その他	-0.1%
鉄鋼業	-0.4%

※情報通信機械工業は計画前月比横ばい

(注) 低下寄与業種は、一番下が最も低下寄与（影響度）が大きくなるように並んでいます。

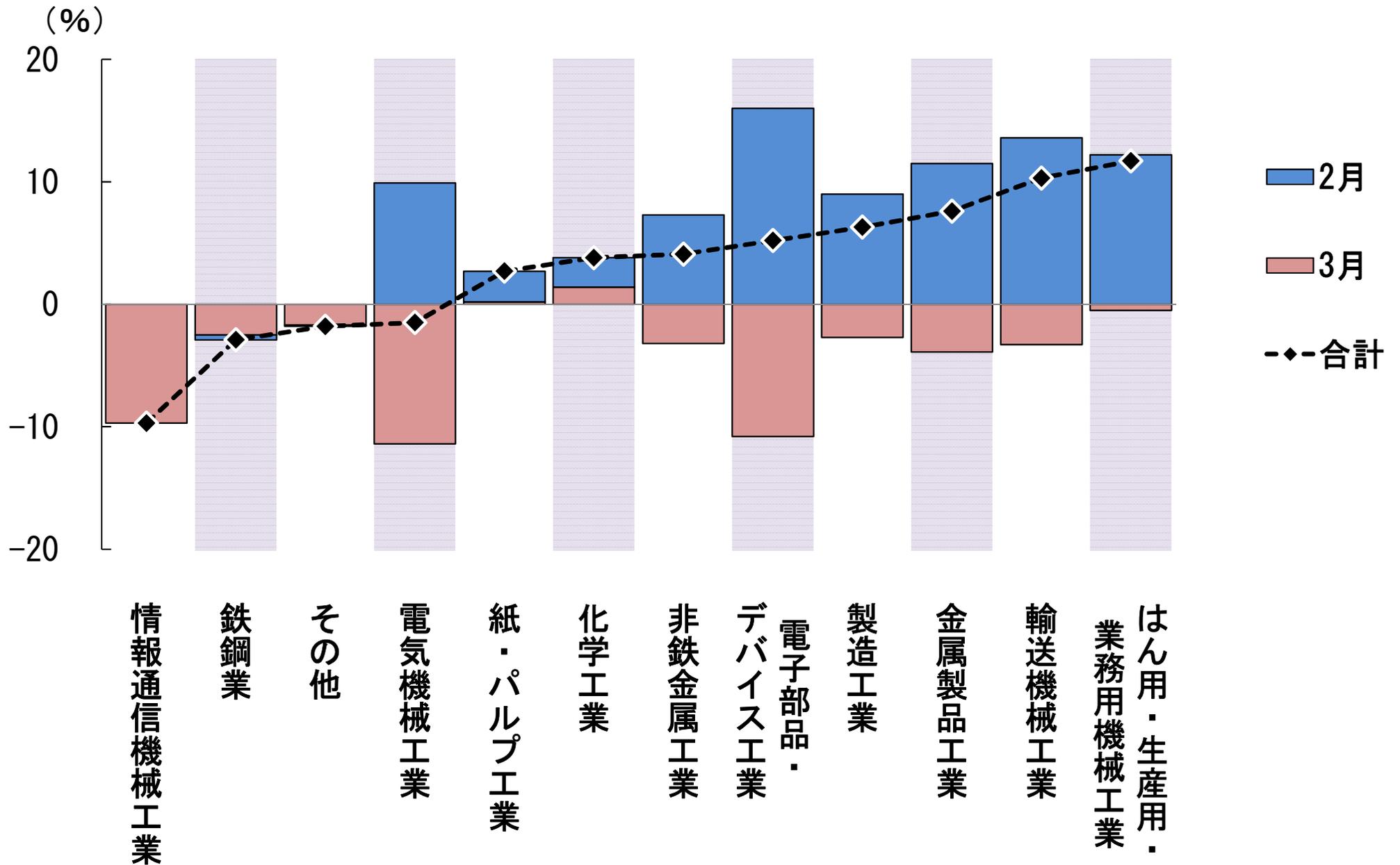
平成30年3月生産計画の寄与順位表

上昇寄与業種	計画前月比
化学工業	1.4%
紙・パルプ工業	0.2%
低下寄与業種	計画前月比
非鉄金属工業	-3.2%
鉄鋼業	-2.5%
はん用・生産用・ 業務用機械工業	-0.5%

低下寄与業種	計画前月比
その他	-1.7%
金属製品工業	-3.9%
情報通信機械工業	-9.7%
輸送機械工業	-3.3%
電気機械工業	-11.4%
電子部品・ デバイス工業	-10.8%

(注) 低下寄与業種は、一番下が最も低下寄与（影響度）が大きくなるように並んでいます。

2ヶ月の生産予測伸び率（製造工業生産予測指数）



工業、流通、飲食サービスの
3業態そろって上昇した、
2017年Ⅳ期のフード・ビジネス

飲 食

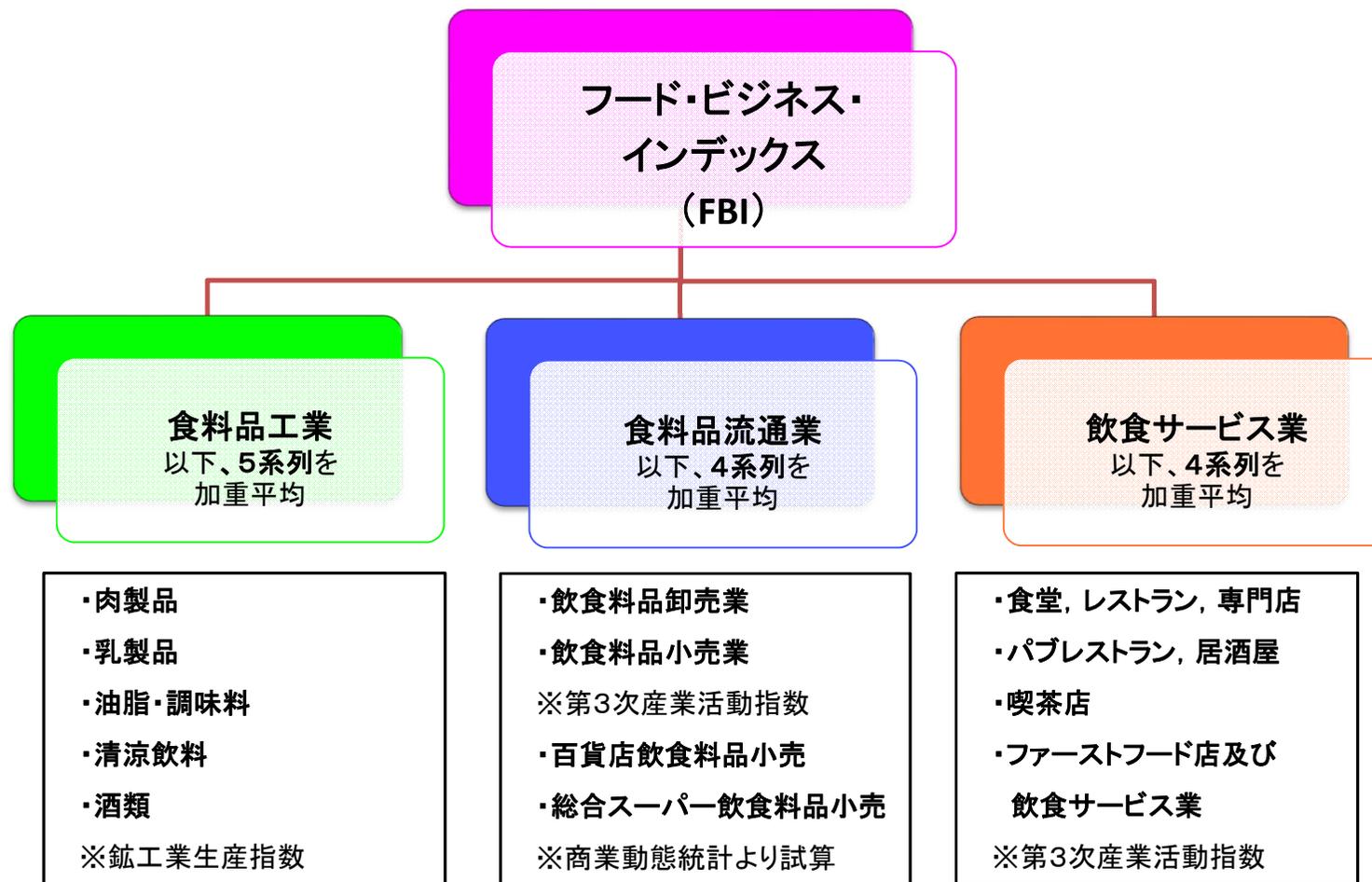
関連産業の動向
(FBI 2017年第4四半期)

経 済 解 析 室

平成30年2月

フード・ビジネス・インデックス (FBI) のしくみ

- フード・ビジネス・インデックス (FBI) は「食料品工業」、「食料品流通業」、「飲食サービス業」の3業態を付加価値額 (儲け) の発生割合で求めた比で加重平均した指数。



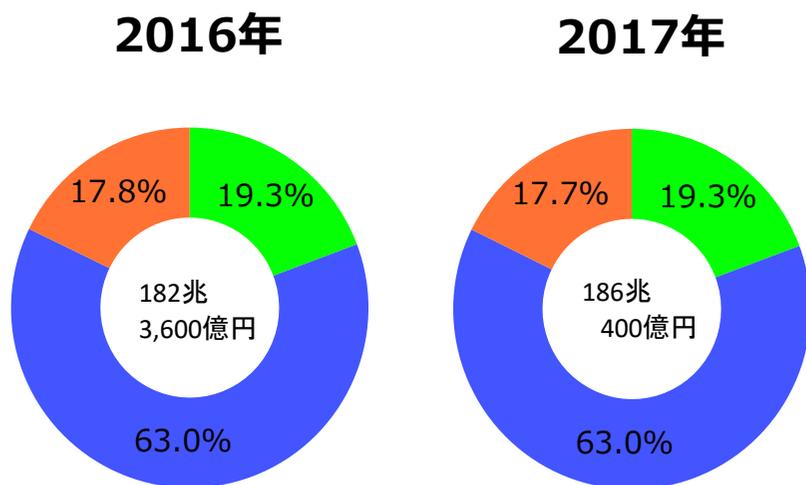
※上記図表についての詳細は、最終頁【掲載図表の補足事項】の(注1)を参照。

(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、「全産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

(注) 総合スーパー飲食料品小売系列については、飲食料品小売業分を除いて計算。

フード・ビジネスの名目事業規模（2016年、2017年、試算値）

- 2017年のフード・ビジネス全体の名目事業規模は、186兆400億円。
- 食料品工業が約36兆円、食料品流通業が約117兆円、飲食サービス業が約33兆円。



	名目事業規模（試算値）	
	2016年	2017年
フード・ビジネス全体	182兆3,600億円	186兆400億円
■ 食料品工業	35兆1,400億円	35兆9,100億円
■ 食料品流通業	114兆8,000億円	117兆1,600億円
食料品関連卸売業	68兆5,100億円	70兆7,600億円
食料品関連小売業	46兆2,800億円	46兆4,000億円
■ 飲食サービス業	32兆4,200億円	32兆9,700億円

※上記図表についての詳細は、最終頁【掲載図表の補足事項】の(注2)を参照。

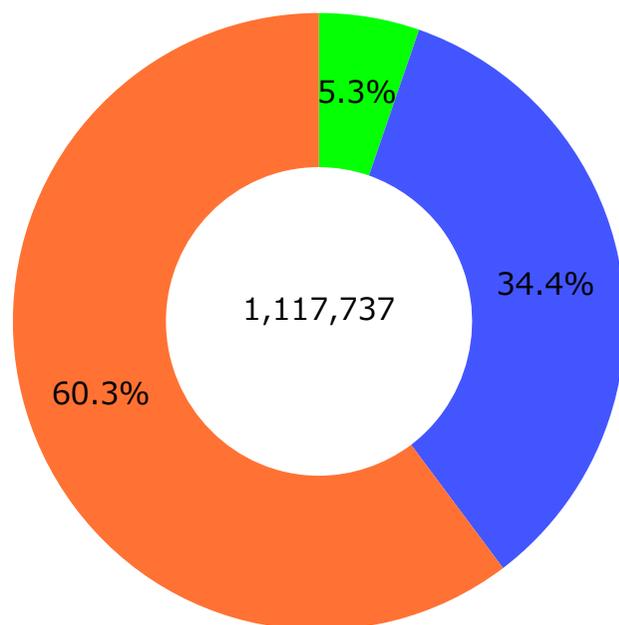
(資料) 総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」、経済産業省「商業動態統計」、「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、日本フードサービス協会「平成28年外食産業市場規模推計について」より作成。

フード・ビジネスにおける事業所数（2014年調査）

- 2014年で、フード・ビジネスに携わる事業所数は、約112万事業所。
- 飲食サービス業が67万事業所で、半分以上を占めている。それに次ぐのは、食料品関連小売業の31万事業所。

事業所数

■ 食料品工業 ■ 食料品流通業 ■ 飲食サービス業



事業所数（2014年）

フード・ビジネス全体	1,117,737
食料品工業	59,555
食料品流通業	384,901
食料品関連卸売業	76,653
食料品関連小売業	308,248
飲食サービス業	673,281

※上記図表についての詳細は、最終頁【掲載図表の補足事項】の(注3)を参照。

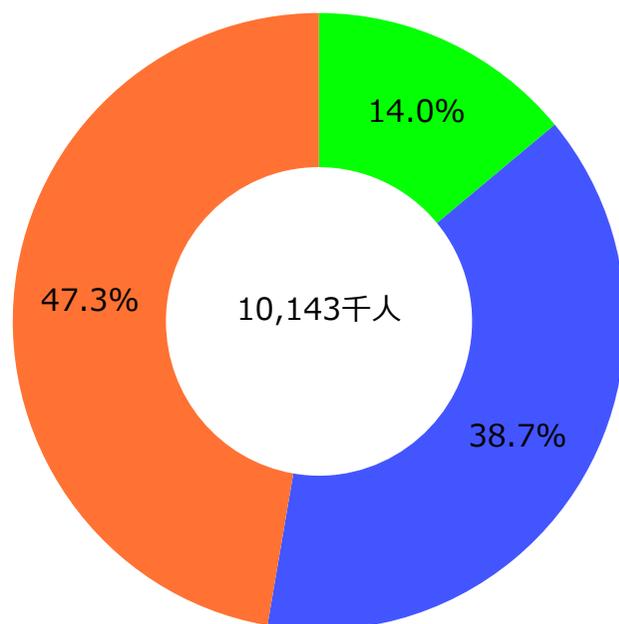
(資料) 総務省・経済産業省「平成26年経済センサス基礎調査」より作成。

フード・ビジネスにおける従業者数（2014年調査）

- 2014年でフード・ビジネスに従事する従業員数は1,014万人。
- 飲食サービス業で約480万人、食料品関連小売業で約310万人。

従業者数

■ 食料品工業 ■ 食料品流通業 ■ 飲食サービス業



従業者数（2014年、千人）

フード・ビジネス全体	10,143
食料品工業	1,417
食料品流通業	3,930
食料品関連卸売業	820
食料品関連小売業	3,110
飲食サービス業	4,796

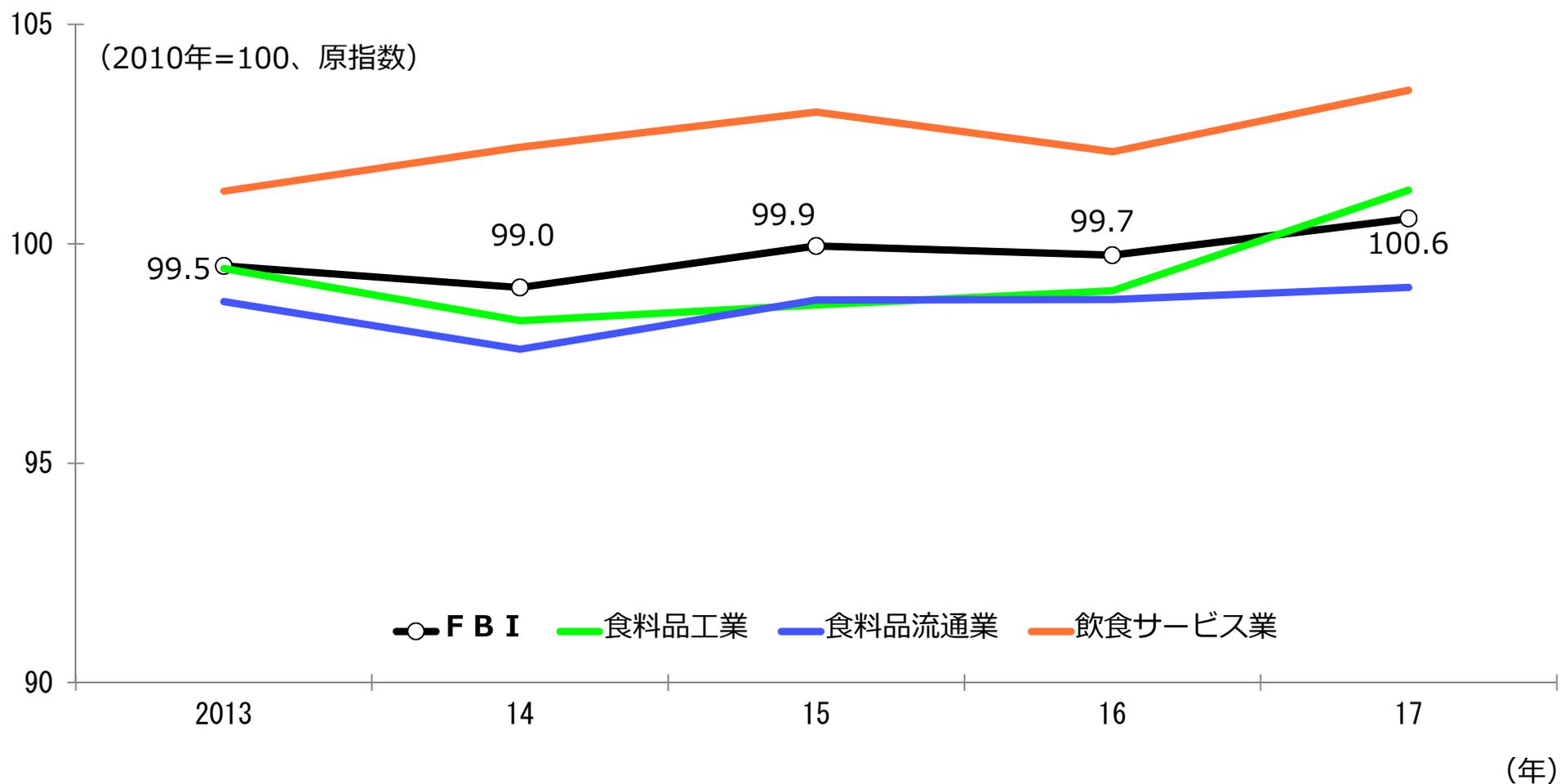
※上記図表についての詳細は、最終頁【掲載図表の補足事項】の(注3)を参照。

(資料) 総務省・経済産業省「平成26年経済センサス基礎調査」より作成。

FBI(フード・ビジネス・インデックス)の推移

FBI 年単位の推移

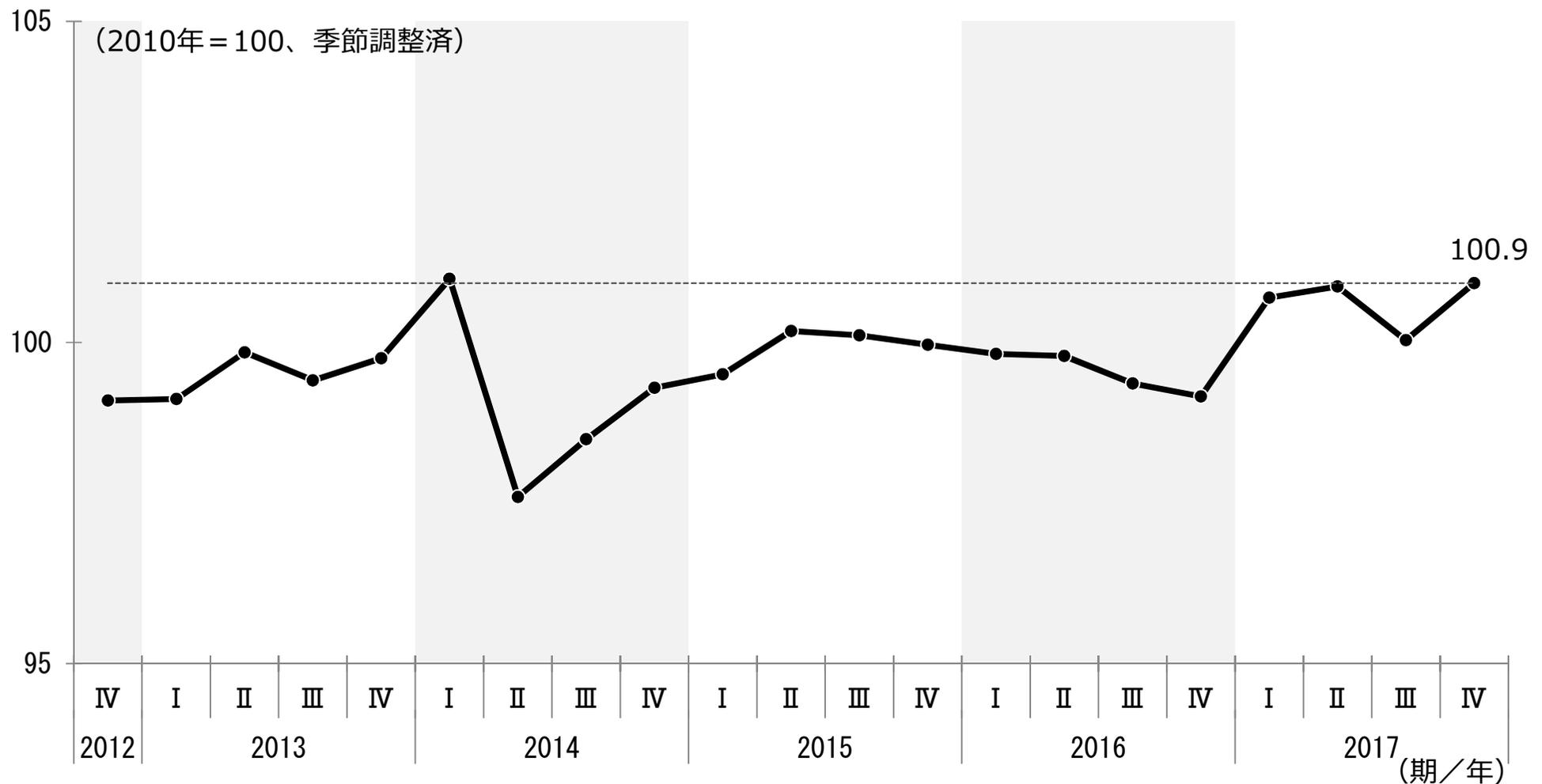
- 2017年のFBIは前年比0.9%と2年ぶりの上昇。
- 内訳3業態は揃って上昇。食料品工業は前年比2.3%と急上昇。食料品流通業は同0.3%、飲食サービス業は同1.4%の上昇。



(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、「全産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

FBI（季節調整値）の推移（四半期）

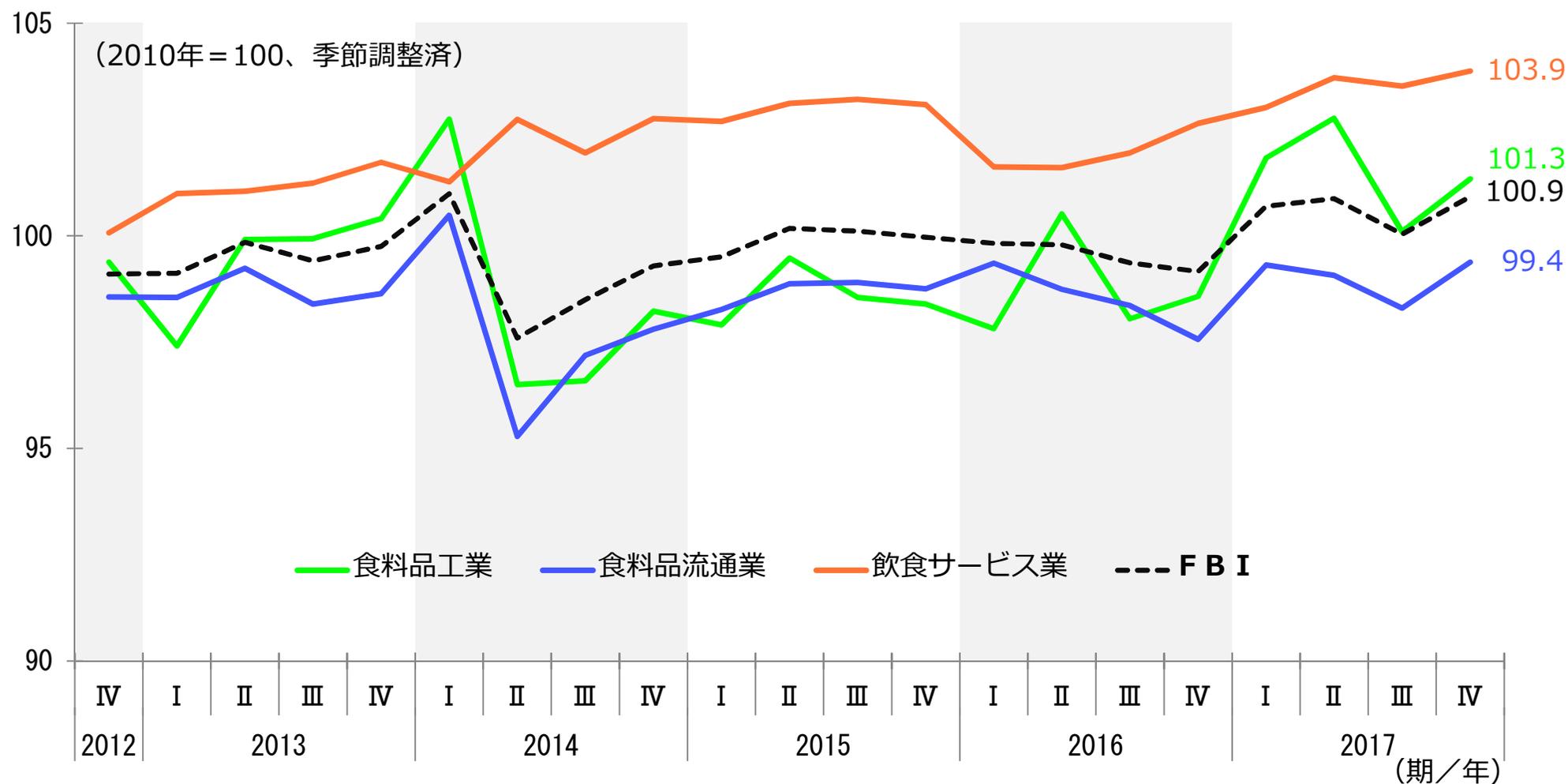
- FBI全体の2017年第4四半期は、指数値100.9、前期比0.9%と2期ぶりの上昇。
- 同年第3四半期の低下分を回復。



(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、「全産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成（試算値）。

F B I（季節調整済）の内訳構成業態の推移（四半期）

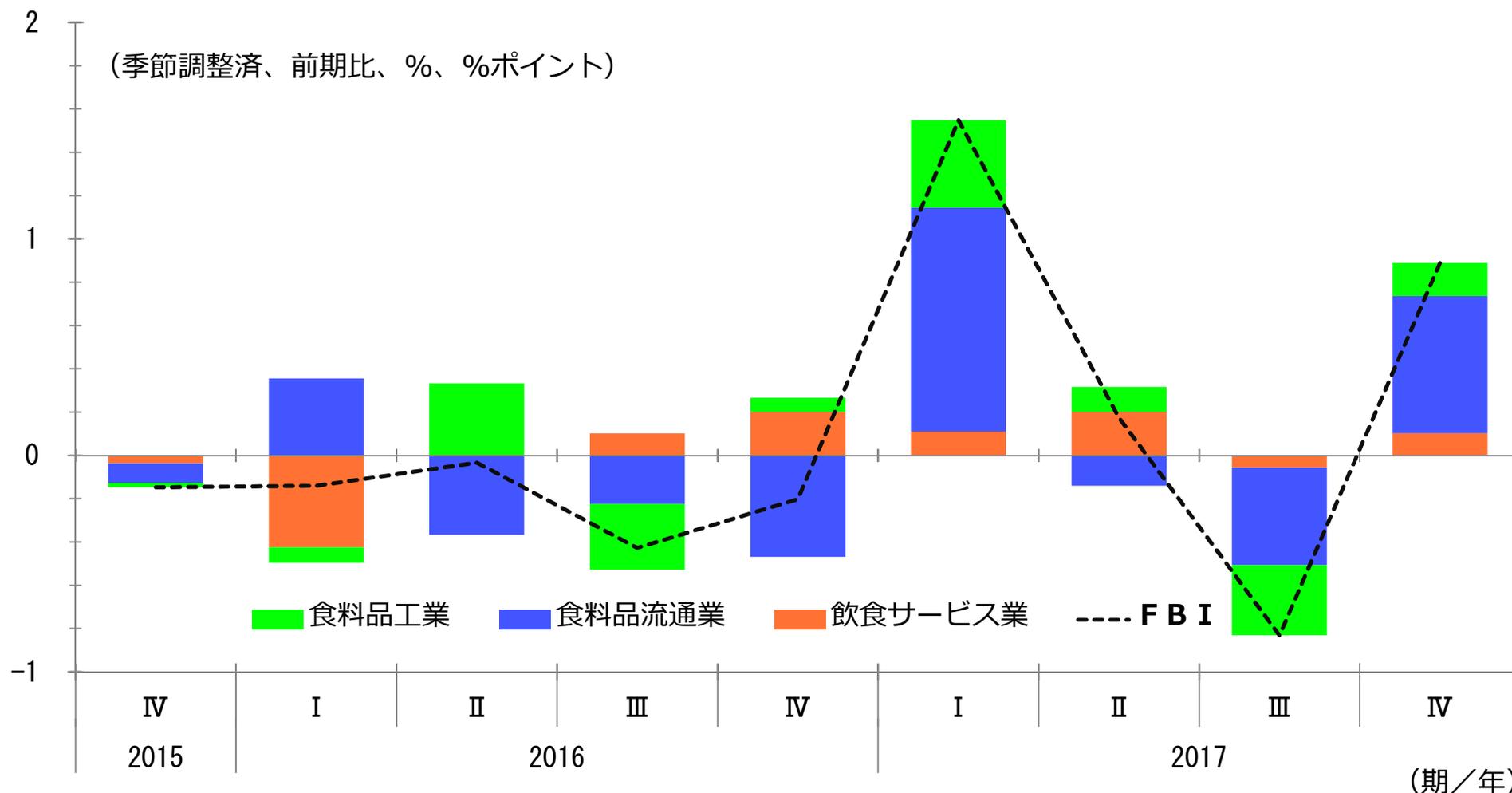
- 内訳構成3業態は揃って上昇。
- 食料品工業は2期ぶりの上昇で第2四半期の急落を半分回復。食料品流通業は3期ぶりに上昇し第2、3四半期の低下分を回復。飲食サービス業は2期ぶりに上昇。



(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、「全産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

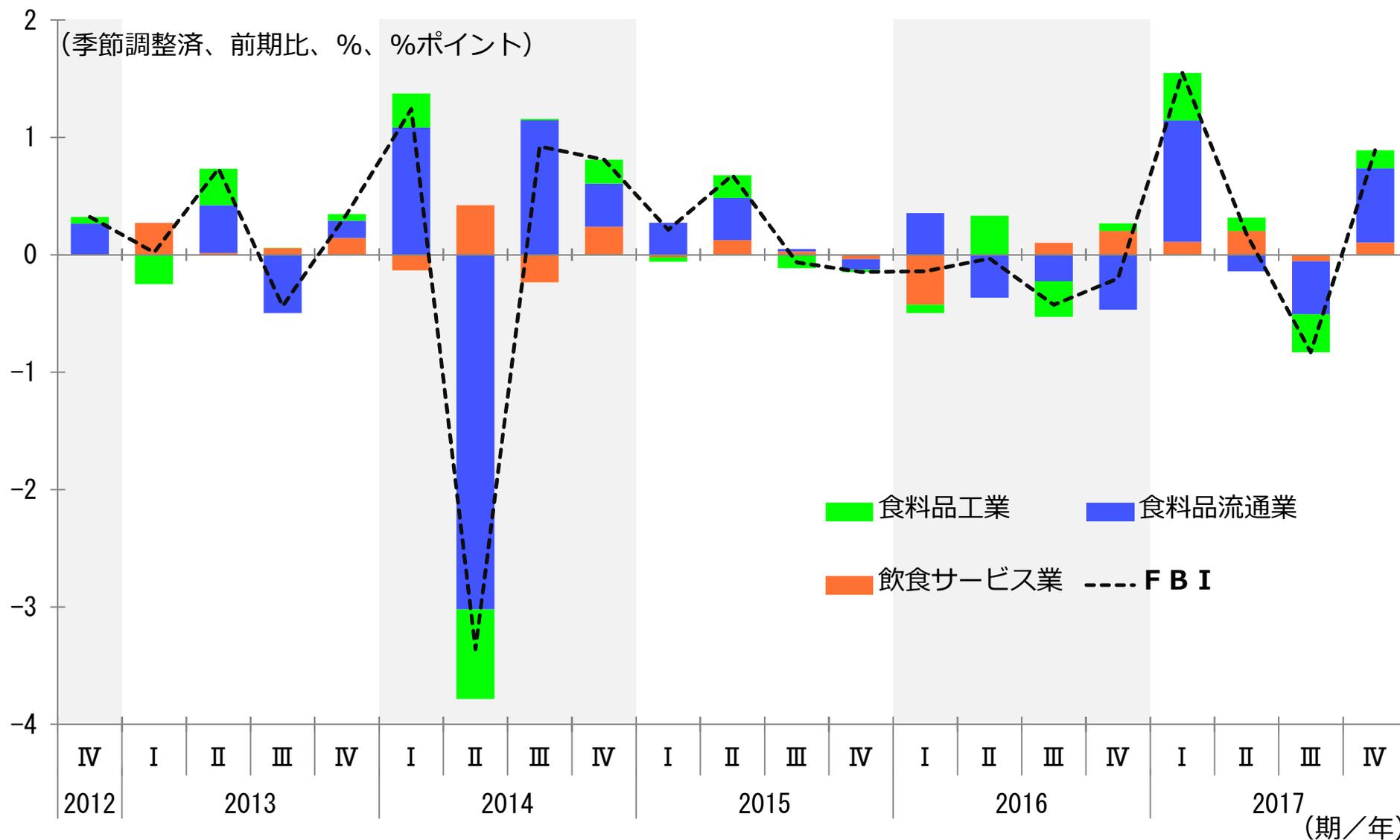
F B I（季節調整済）の伸び率に対する内訳業種の影響度合い

- 2017年第4四半期のFBIの前期比0.9%上昇に対し、食料品流通業が0.6%ポイント、食料品工業が0.2%ポイント、飲食サービス業が0.1%ポイントの上昇寄与。
- 食料品流通業の影響が大きい。



(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、「全産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

F B I（季節調整済）の伸び率に対する内訳業種の影響度合い （過去5年）

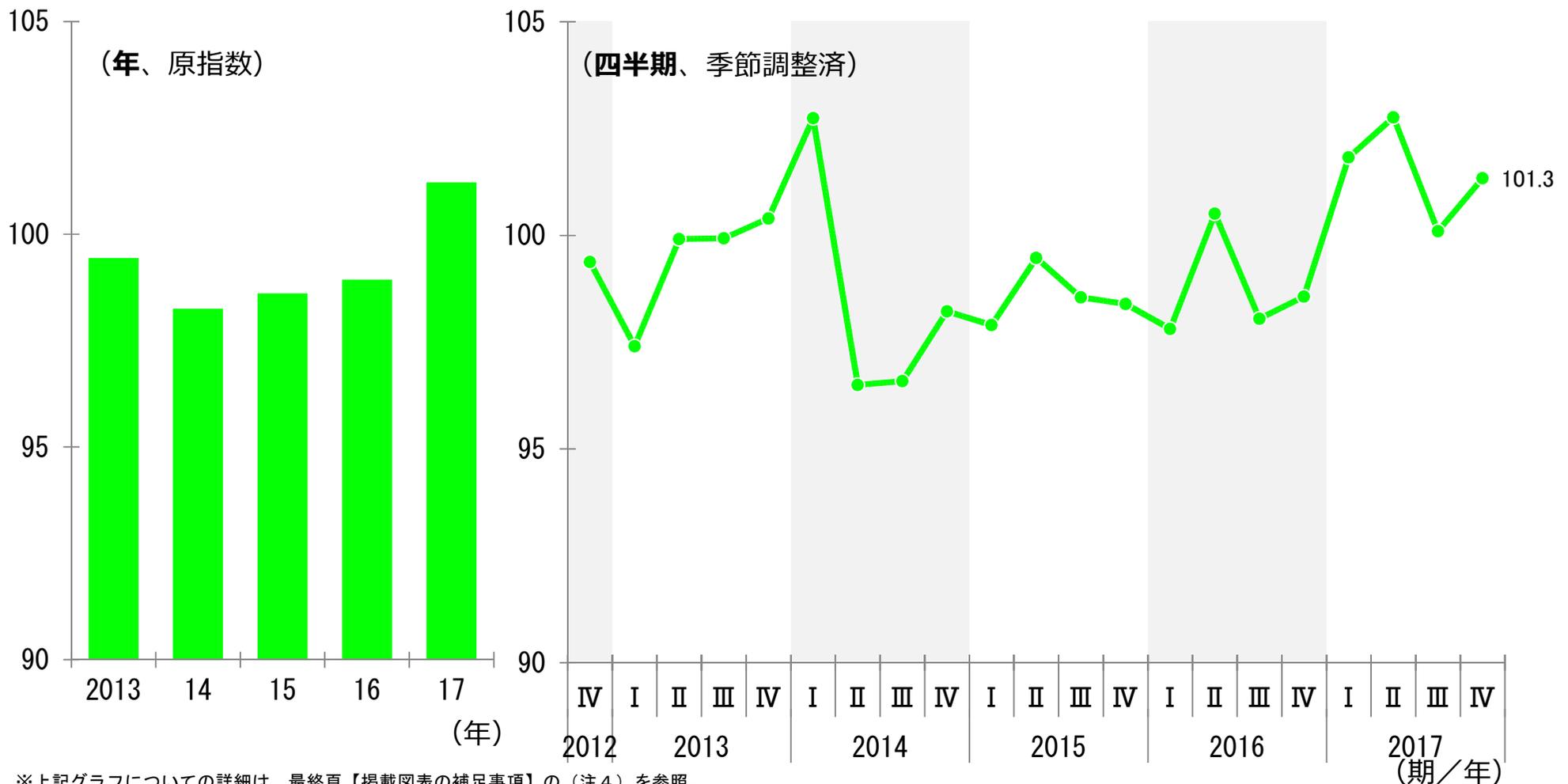


(資料) 経済産業省「鉱工業指数」、「第3次産業活動指数」、「全産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

食料品工業の推移

食料品工業の推移（2010年＝100、年、四半期）

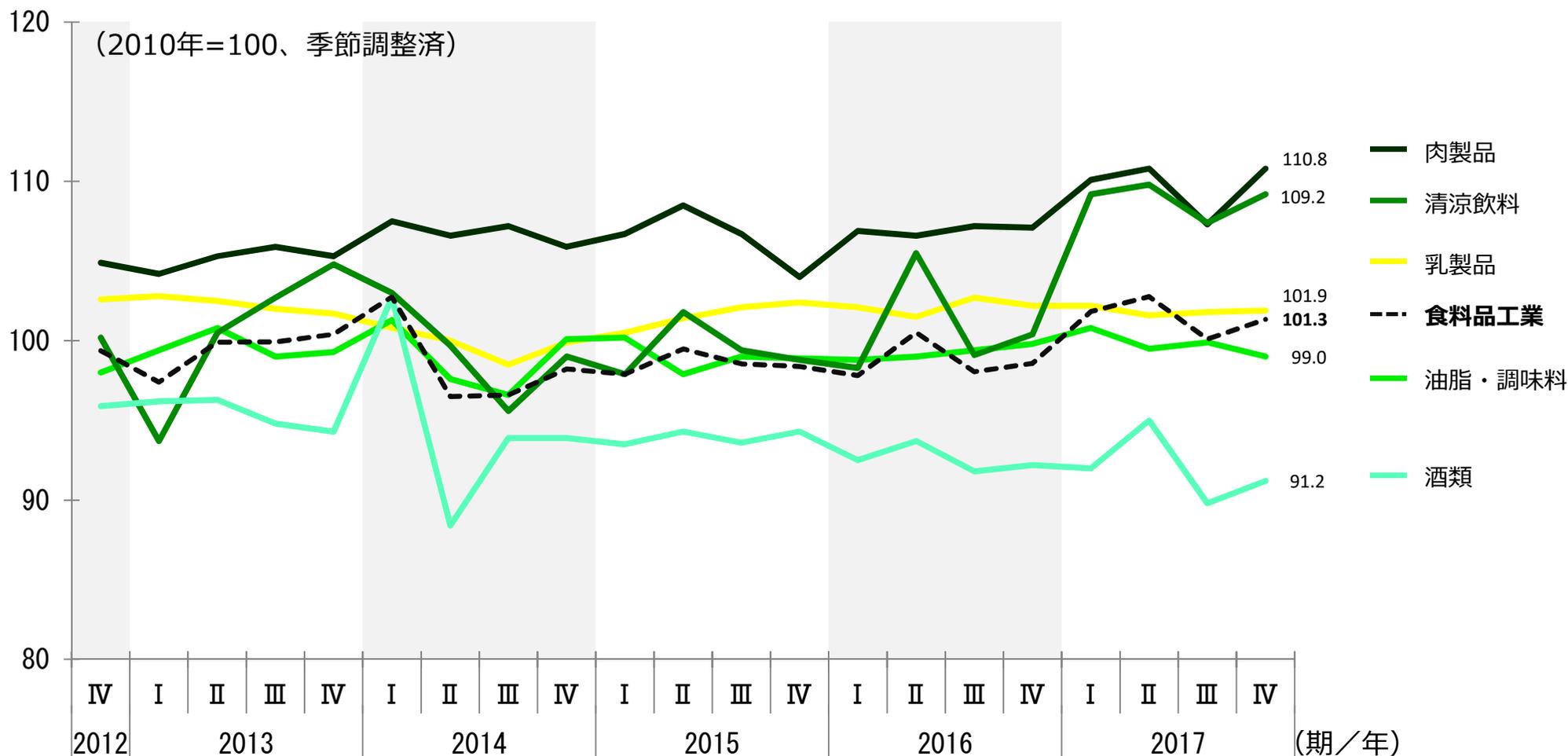
- 食料品工業指数の2017年第4四半期は指数値101.3、前期比1.2%と2期ぶりの上昇。2017年は指数値101.2、前年比2.3%と3年連続の上昇。
- 第3四半期に急落したものの、第4四半期に半分ほど戻し、2017年としては大きく上昇。



※上記グラフについての詳細は、最終頁【掲載図表の補足事項】の（注4）を参照。
 （資料）経済産業省「鉱工業指数」より作成。（間接調整法により計算）

食料品工業（季節調整済）内訳系列の推移

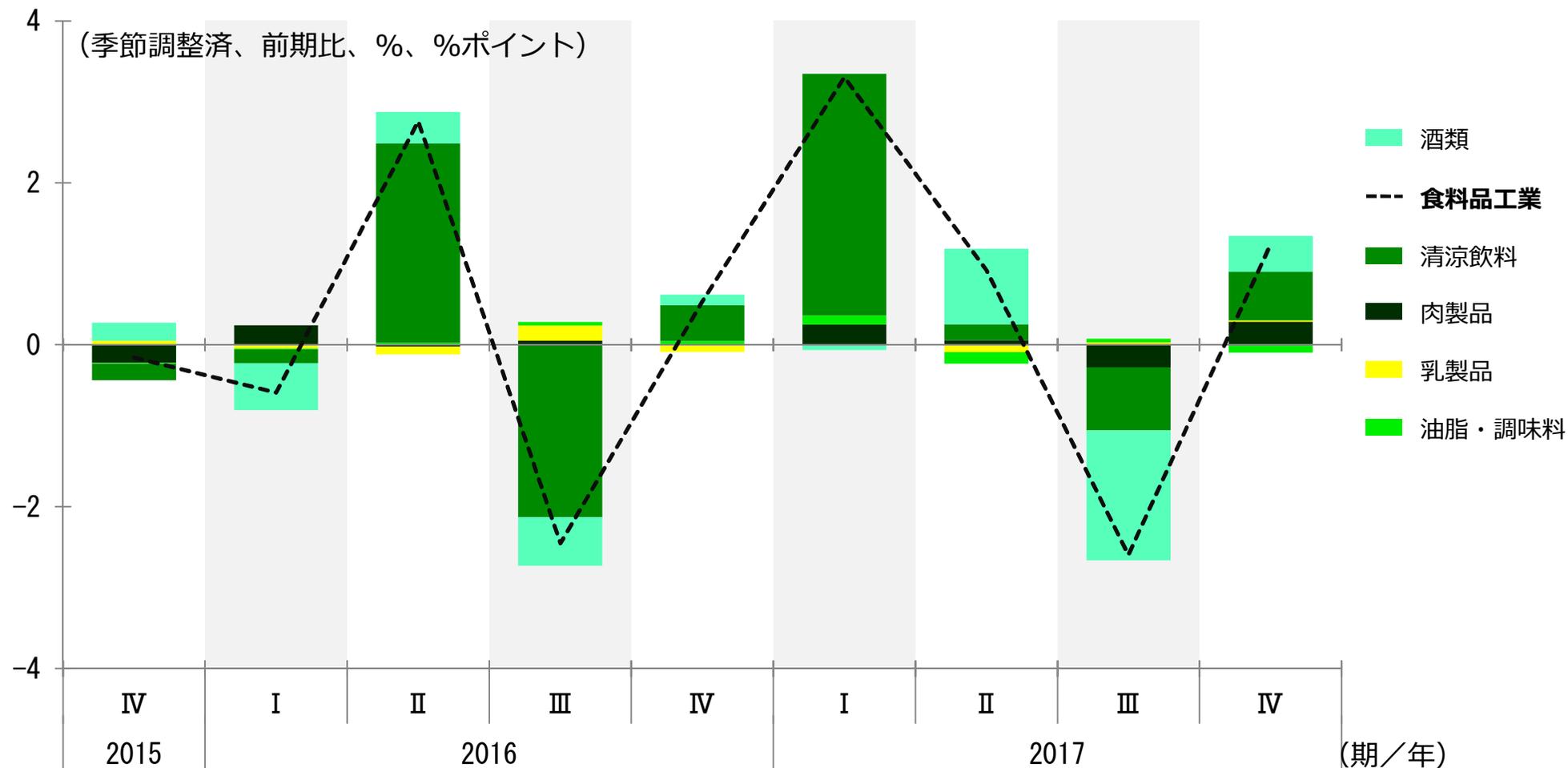
- 食料品工業の内訳系列は、肉製品、清涼飲料は2期ぶりの上昇で第3四半期の低下分を回復、酒類は2期ぶりに上昇も第1四半期の水準に届かず、乳製品は僅かではあるものの2期連続の上昇。
- 他方、油脂・調味料は2期ぶりの低下。



(資料) 経済産業省「鉱工業指数」より作成。(間接調整法により計算)

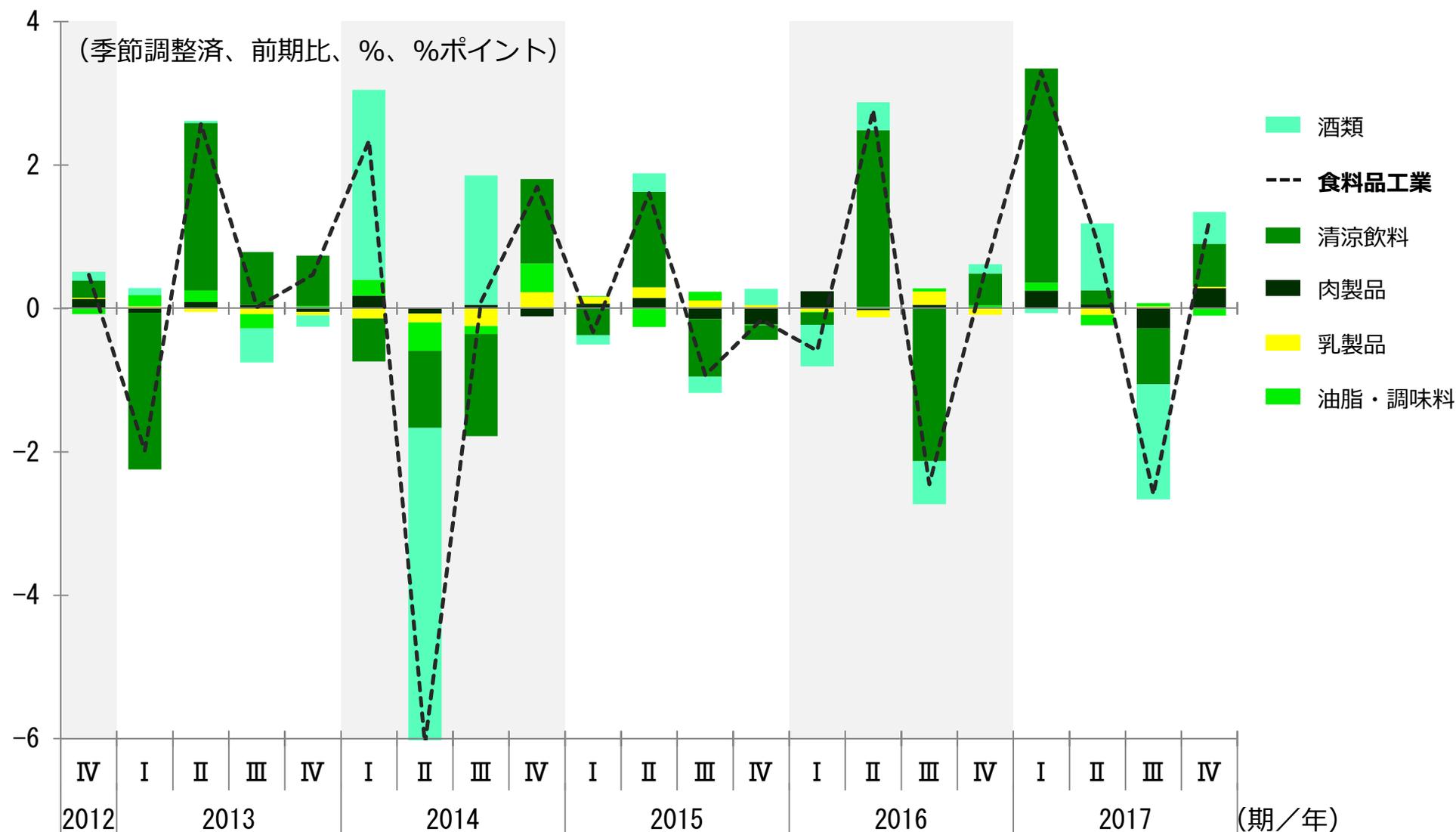
食料品工業（季節調整済）の伸び率に対する各系列の影響度合い

- 2017年第4四半期の食料品工業の前期比1.2%上昇に対し、清涼飲料が0.6%ポイント、酒類が0.4%ポイント、酒類が0.4%ポイント、肉製品が0.3%ポイントの上昇寄与。乳製品も上昇寄与となったが影響は小さい。
- 他方、油脂・調味料はマイナス0.1%ポイントの低下寄与。



(資料) 経済産業省「鉱工業指数」より作成。(間接調整法により計算)

食料品工業（季節調整済）の伸び率に対する各系列の影響度合い （過去5年）

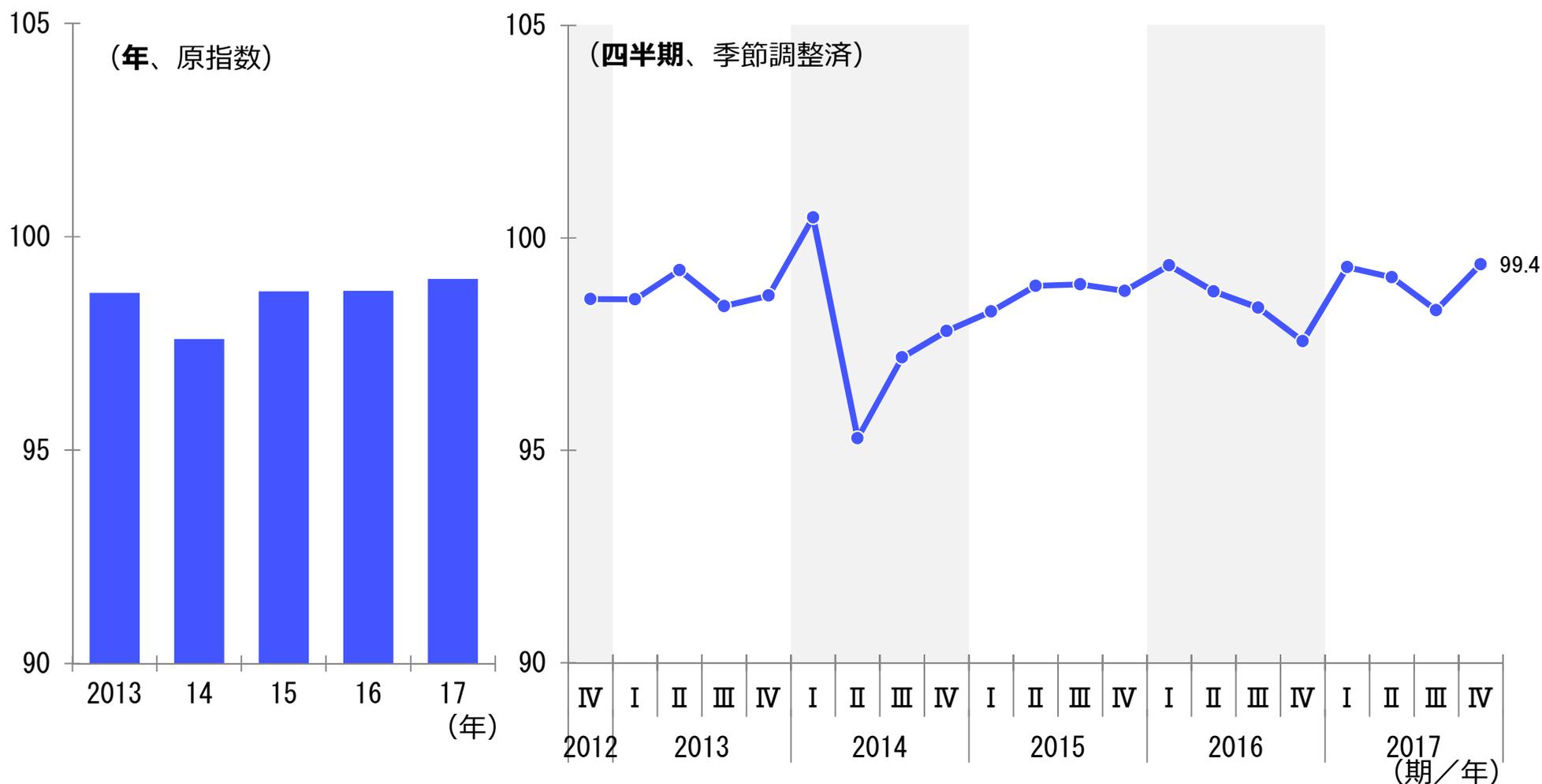


(資料) 経済産業省「鉱工業指数」より作成。(間接調整法により計算)

食料品流通業の推移

食料品流通業の推移（2010年＝100、年、四半期）

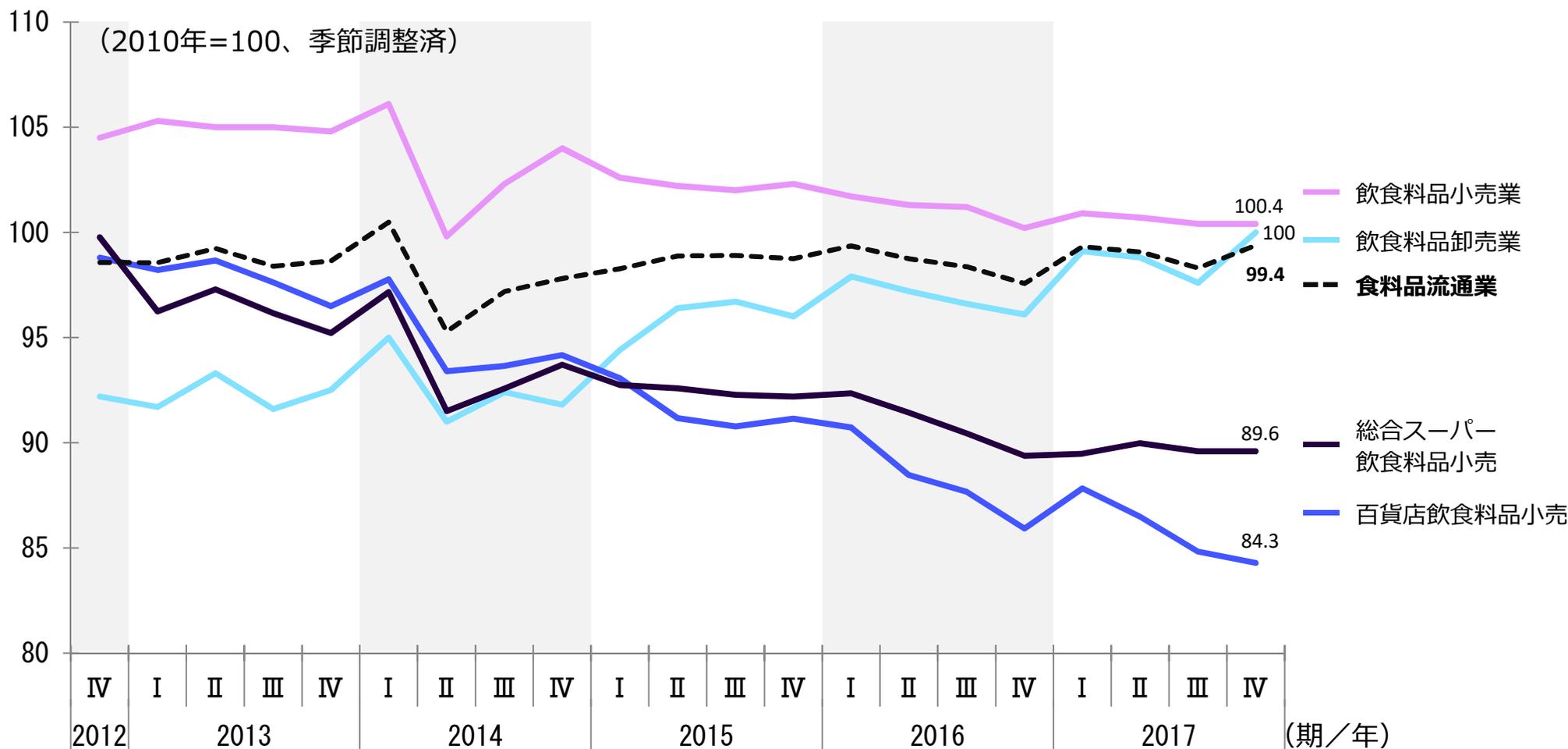
- 食料品流通業指数の2017年第4四半期は、指数値99.4、前期比1.1%と3期ぶりの上昇。2017年は指数値99.0、前年比0.5%と上昇。
- 四半期指数は2014年第1四半期の100.5以来の水準。年指数は2011年の99.3以来の水準。



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成 (試算値)。

食料品流通業（季節調整済）内訳系列の推移

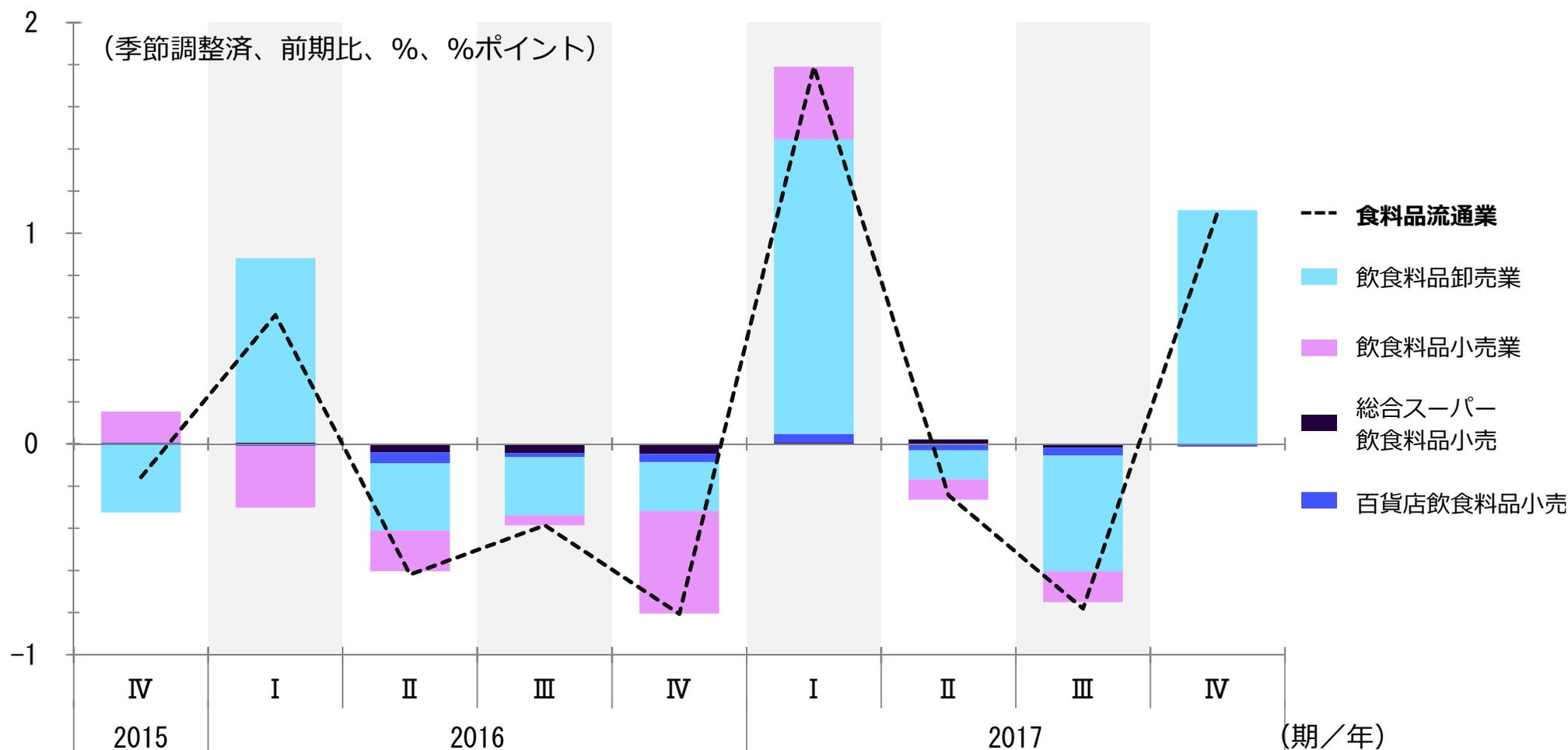
- 食料品流通業の内訳系列は、飲食料品卸売業のみ3期ぶりに急上昇。
- 他方、飲食料品小売業と総合スーパーは横ばい、百貨店は3期連続の低下。



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

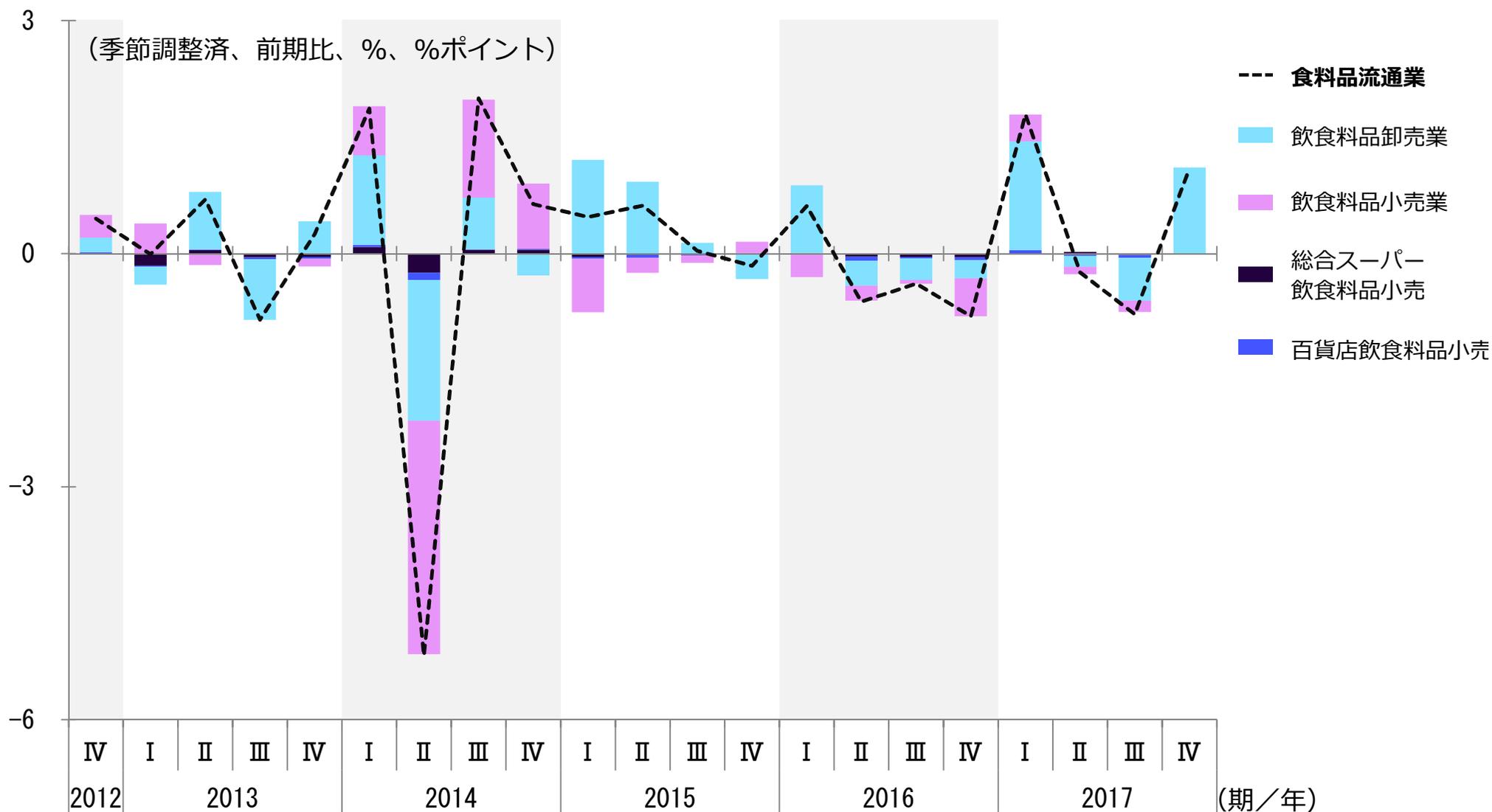
食料品流通業（季節調整済）の伸び率に対する各系列の影響度合い

- 2017年第4四半期の食料品流通業の前期比1.1%上昇に対し、飲食料品卸売業が1.1%ポイントの上昇寄与。ほぼ飲食料品卸売業の影響。
- 他方、百貨店は低下寄与となったが、影響は小さい。



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成(試算値)。

食料品流通業（季節調整済）の伸び率に対する各系列の影響度合い （過去5年）

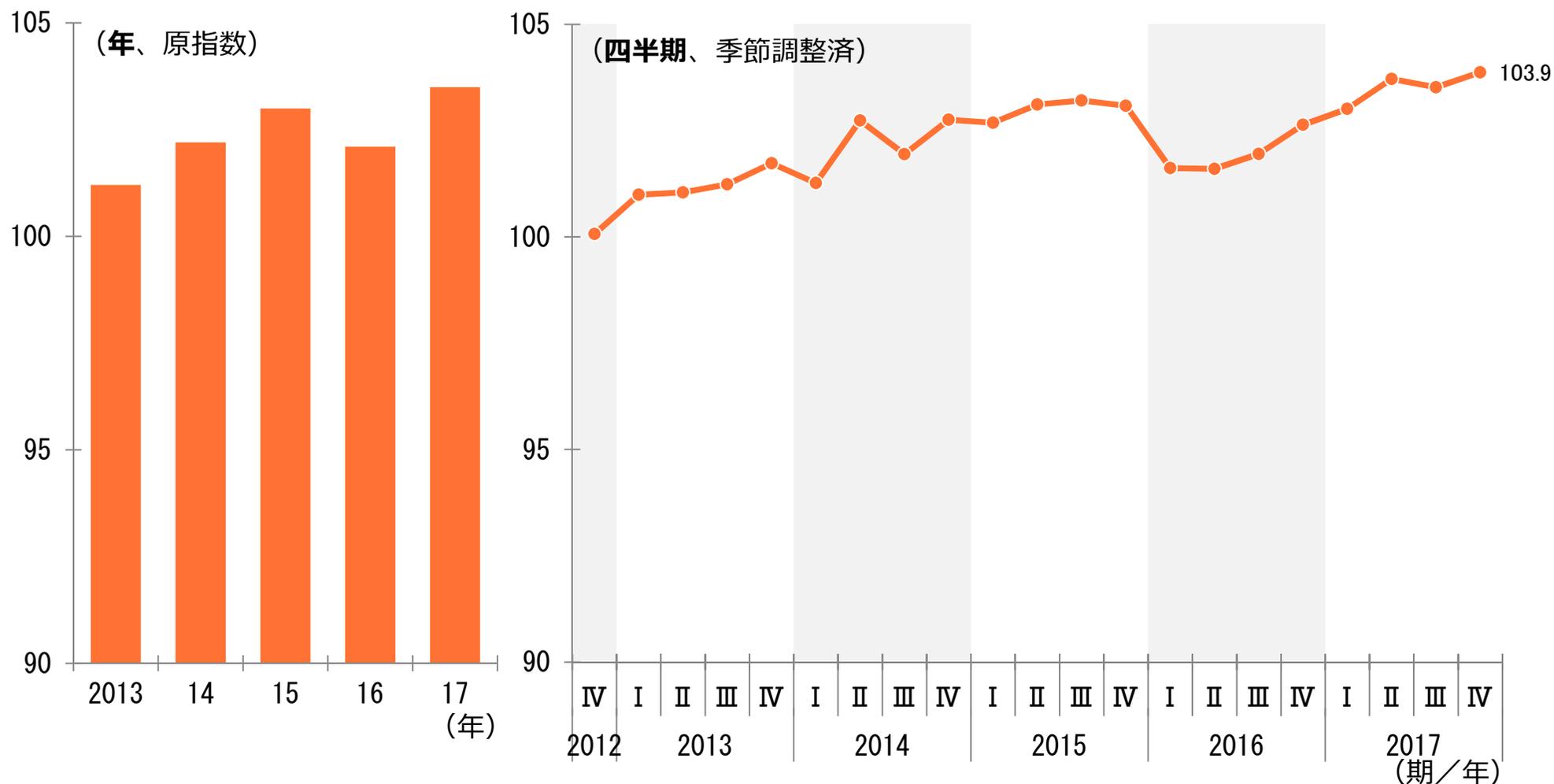


(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」、「商業動態統計」、総務省「消費者物価指数」より作成（試算値）。

飲食サービス業の推移

飲食サービス業の推移（2010年＝100、年、四半期）

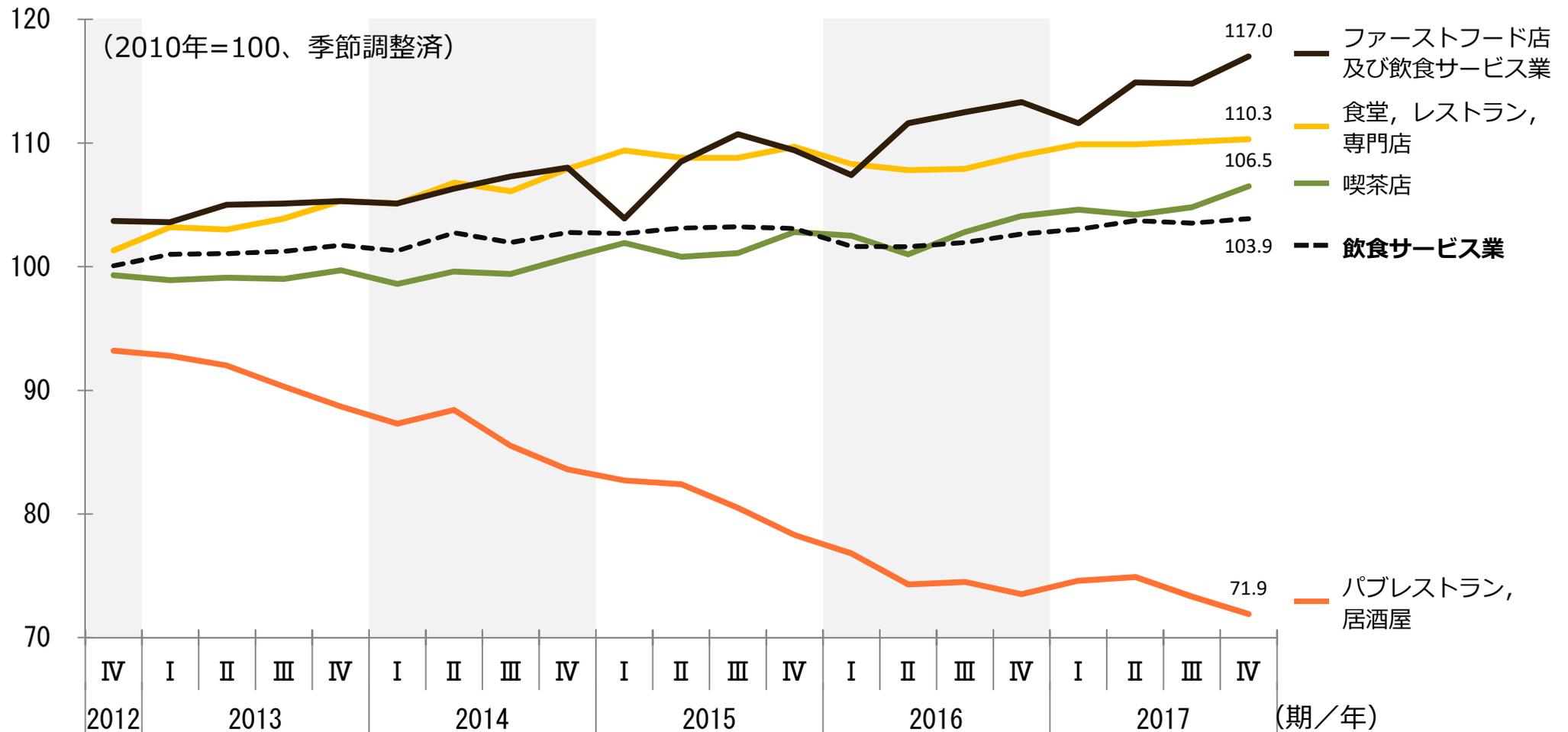
- 飲食サービス業指数の2017年第4四半期は、指数値103.9、前期比0.3%と2期ぶりの上昇。2017年は指数値103.5、前年比1.4%と2年ぶりの上昇。
- 四半期指数は2008年第4四半期の105.0以来、年指数は2008年の107.2以来の指数水準。



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。(間接調整法により計算)

飲食サービス業（季節調整済）内訳系列の推移

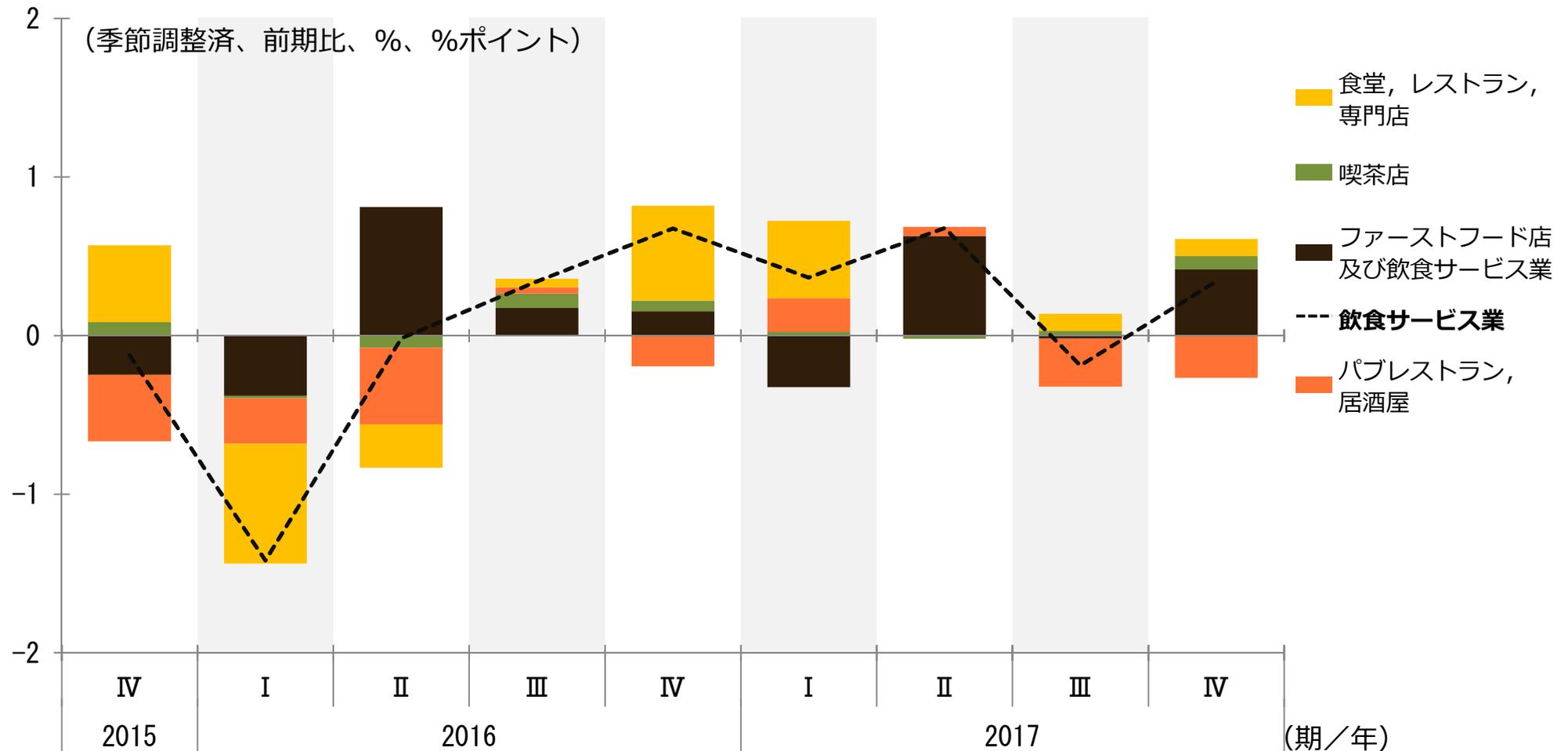
- 飲食サービス業の内訳系列は、「ファーストフード店及び飲食サービス業」は2期ぶりの上昇で最高値を更新。「食堂、レストラン、専門店」は横ばいを含めて6期低下が無く最高水準を更新。「喫茶店」は2期連続の上昇で2008年第2四半期の107.1以来の水準。
- 他方、「パブレストラン、居酒屋」は2期連続の低下で、最低水準を更新。



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。(間接調整法により計算)

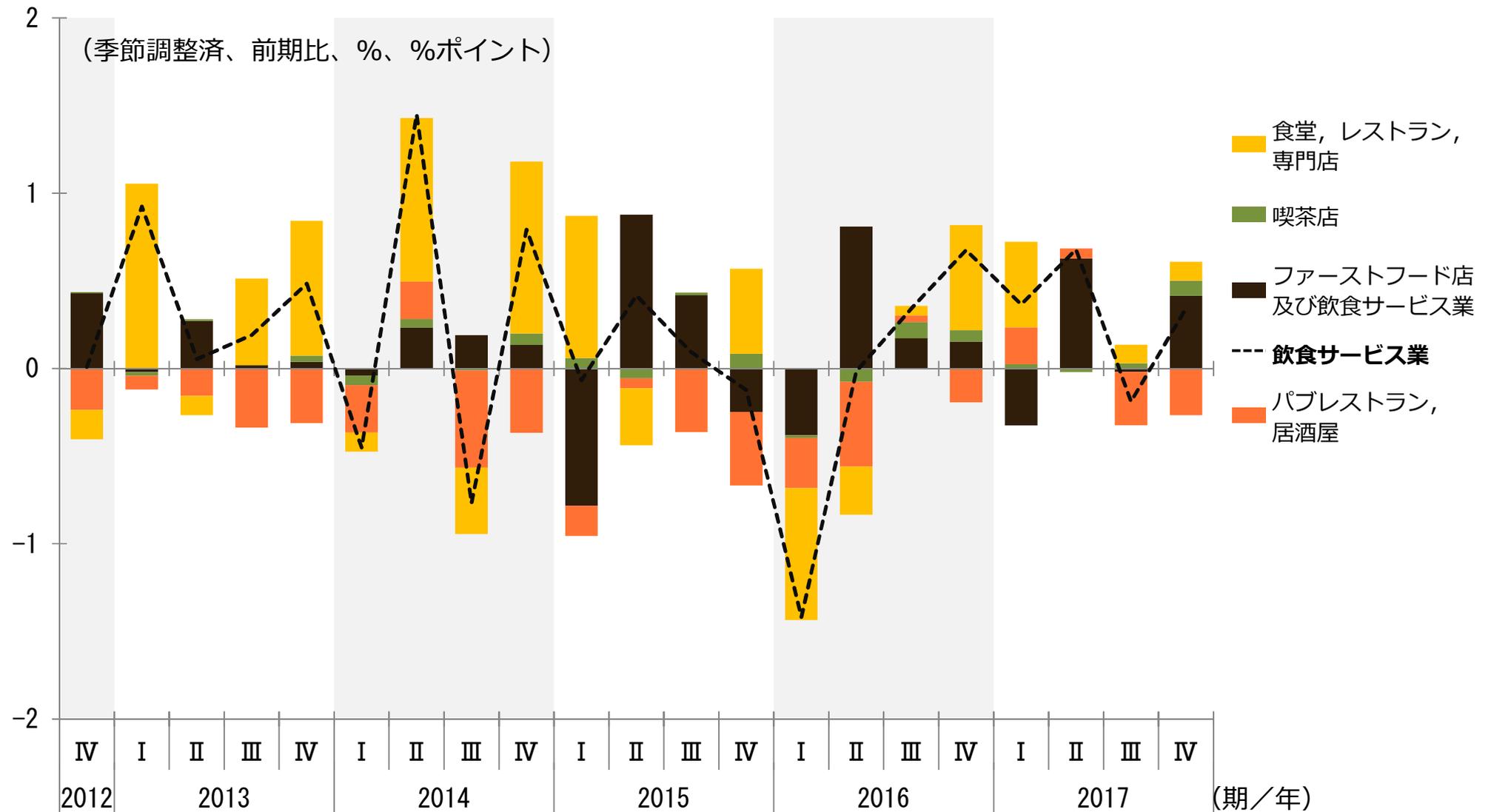
飲食サービス業（季節調整済）の伸び率に対する各系列の影響度合い

- 2017年第4四半期の飲食サービス業の前期比0.3%上昇に対し、「ファーストフード店及び飲食サービス業」が0.4%ポイント、「食堂, レストラン, 専門店」が0.11%ポイント、「喫茶店」は0.08ポイントの上昇寄与。
- 他方、「パブレストラン, 居酒屋」はマイナス0.3%ポイントの低下寄与。



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。(間接調整法により計算)

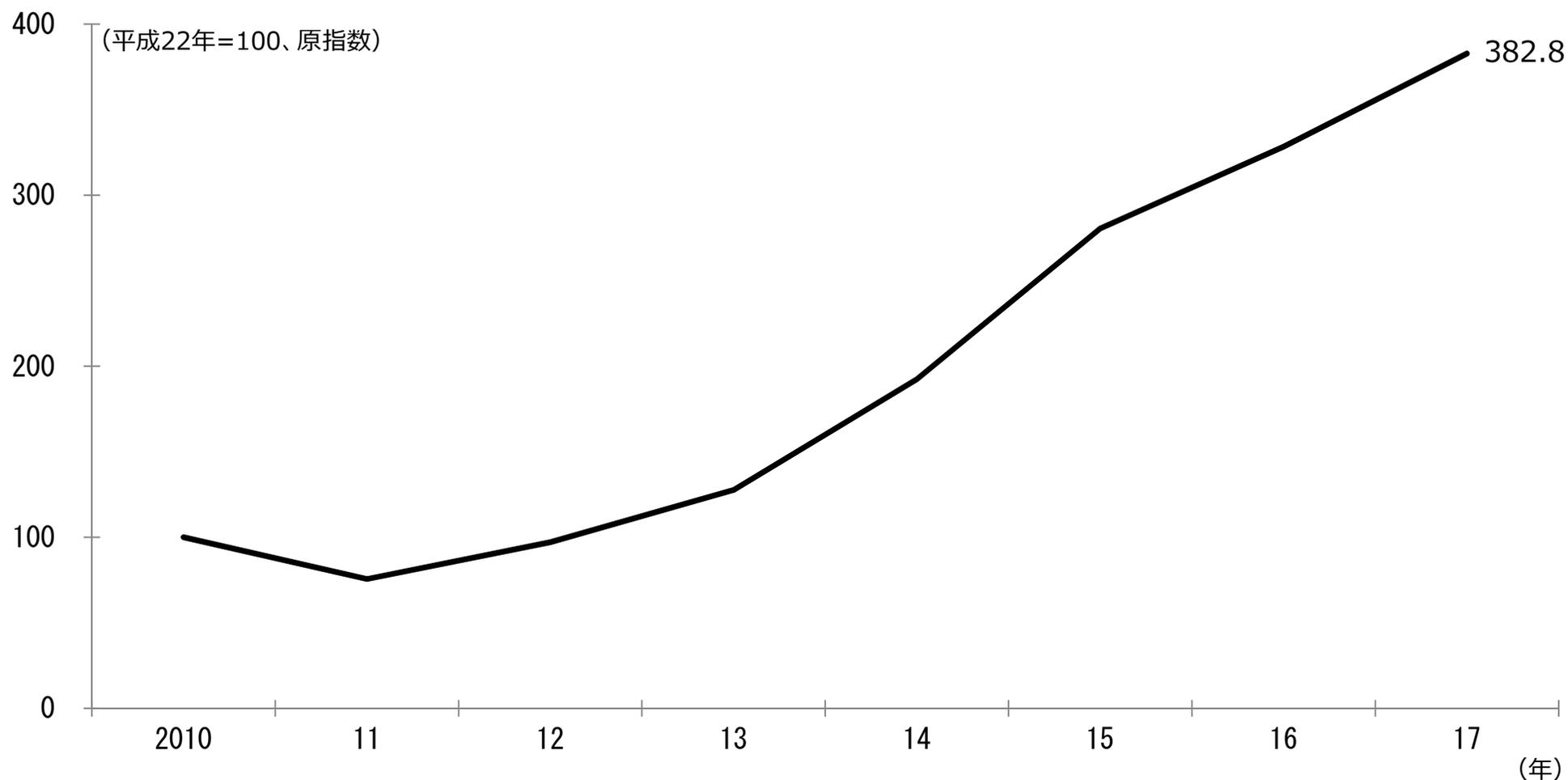
飲食サービス業（季節調整済）の伸び率に対する各系列の影響度合い （過去5年）



(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。(間接調整法により計算)

訪日外国人消費指数（飲食費）の推移（2017年速報ベース）

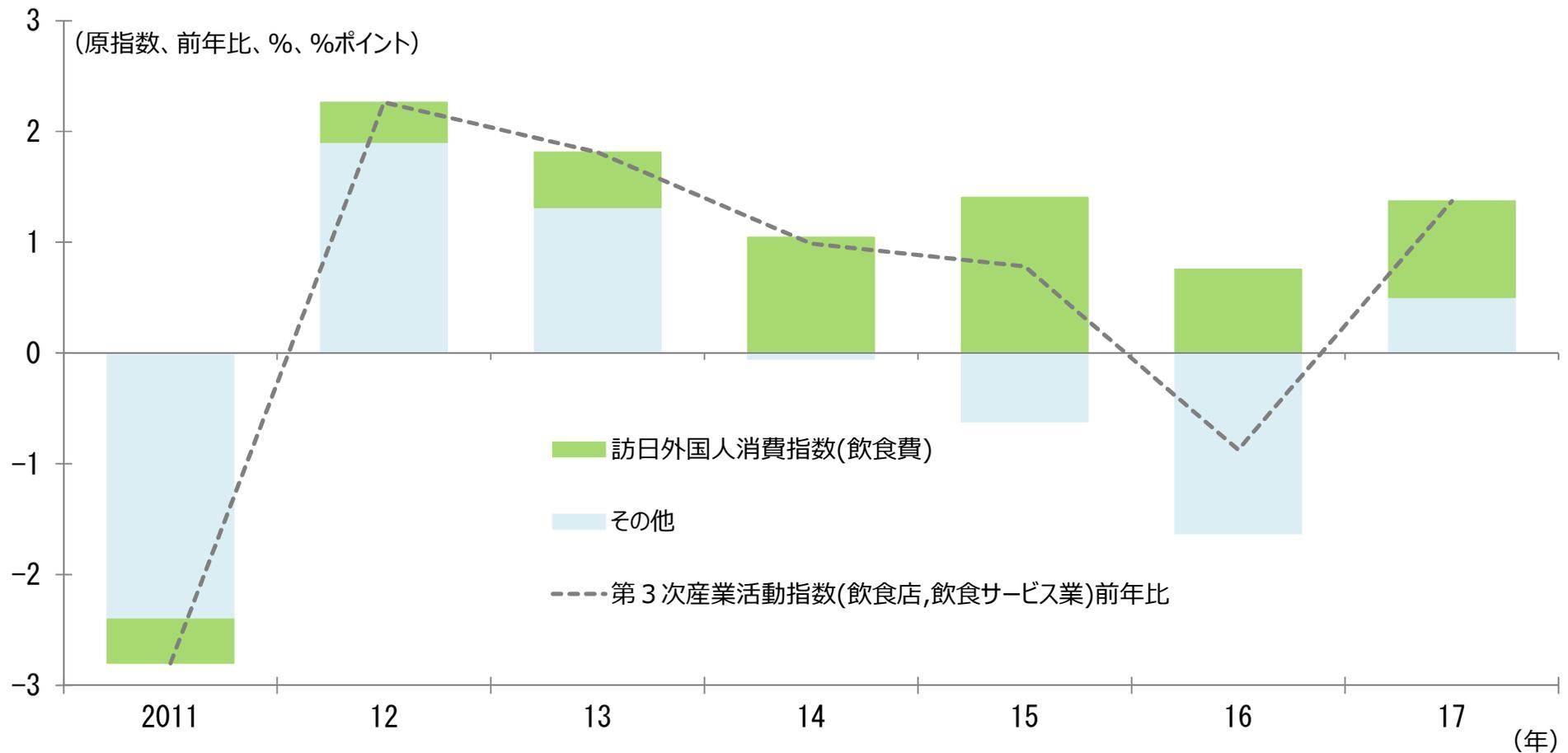
- 訪日外国人消費指数について、2017年（速報）は指数値382.8、前年比16.6%と6年連続の上昇。
- 2012年以降右肩上がりに伸びており、7年で基準年である2010年の3.8倍にまで拡大。



(資料) 訪日外国人消費指数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）、訪日外客数（日本政府観光局）、消費者物価指数（総務省）などを用いて試算

第3次産業活動指数(飲食店, 飲食サービス業)の前年比に対する影響度合い

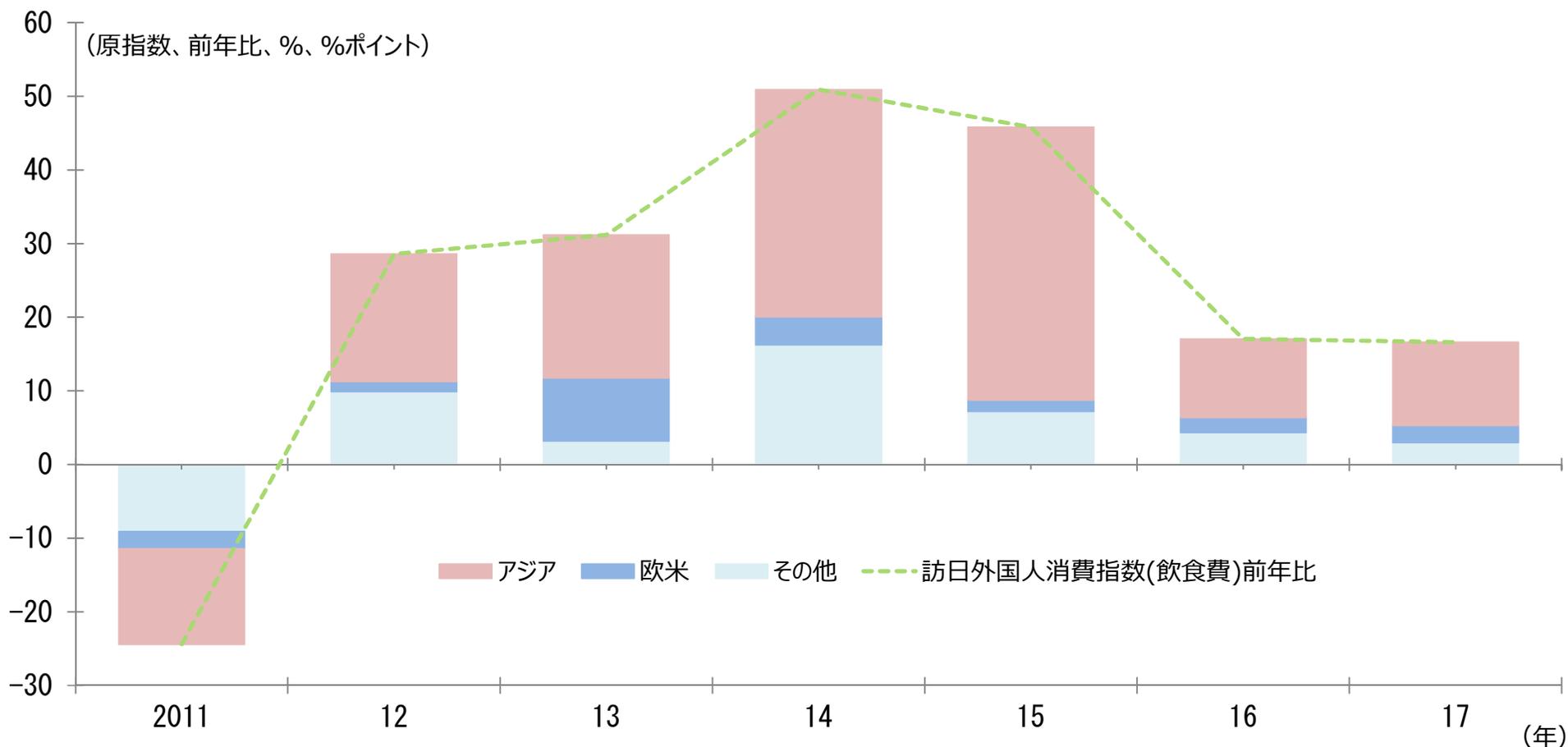
- 「飲食店, 飲食サービス業」指数の前年比1.4%に対して、訪日外国人消費指数(飲食費)は0.9%ポイント、その他の合計は0.5%ポイントの上昇寄与。
- 訪日外国人消費指数(飲食費)が国内の「飲食店, 飲食サービス業」に与える影響は大きい。



※第3次産業活動指数「飲食店, 飲食サービス業」に対する訪日外国人消費指数「飲食費」の割合。それぞれウェイトを乗じた指数値で試算。
 (資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)、消費者物価指数(総務省)などを用いて試算

訪日外国人消費指数(飲食費)の前年比に対する地域別の影響度合い

- 訪日外国人消費指数(飲食費)の前年比16.6%に対して、アジアが11.3%ポイント、その他が3.0%ポイント、欧米が2.3%ポイントの上昇寄与。
- アジアの影響力が大きい。

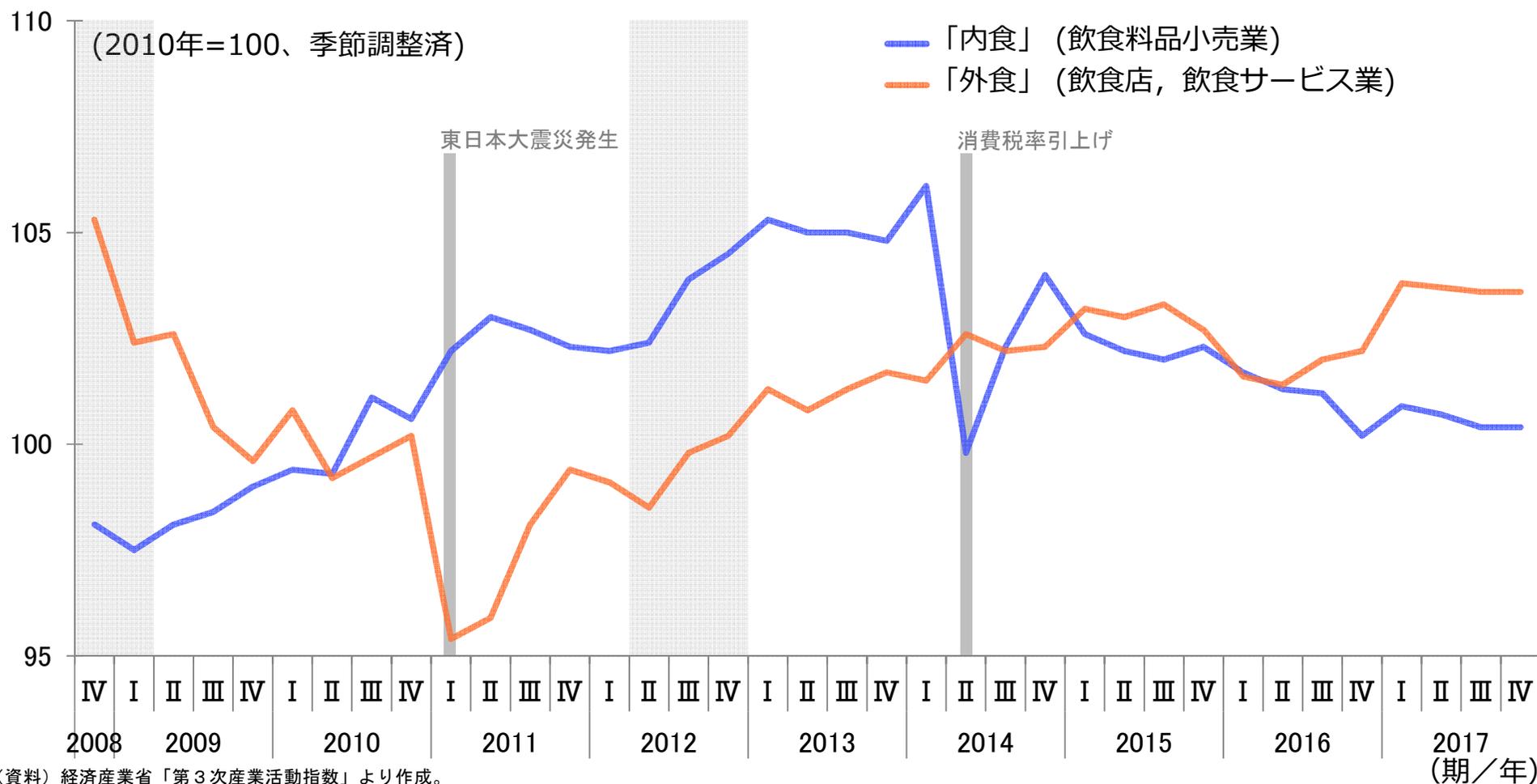


※アジア(韓国、台湾、中国(含む香港)、タイ、シンガポール、マレーシア、インド)、欧米(英国、ドイツ、フランス、ロシア、米国、カナダ)
 (資料) 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)、消費者物価指数(総務省)などを用いて試算。

飲食料品小売(内食)と飲食サービス業(外食)

「飲食料品小売（内食）」と「飲食サービス（外食）」の推移

- 消費税率引上げ直後の影響には差があったが、2015年から2016年前半までは内食、外食ともに低下基調の推移。
- 2016年後半より、外食は3期連続の上昇で、その後も水準維持している。内食は低下基調が続いている。

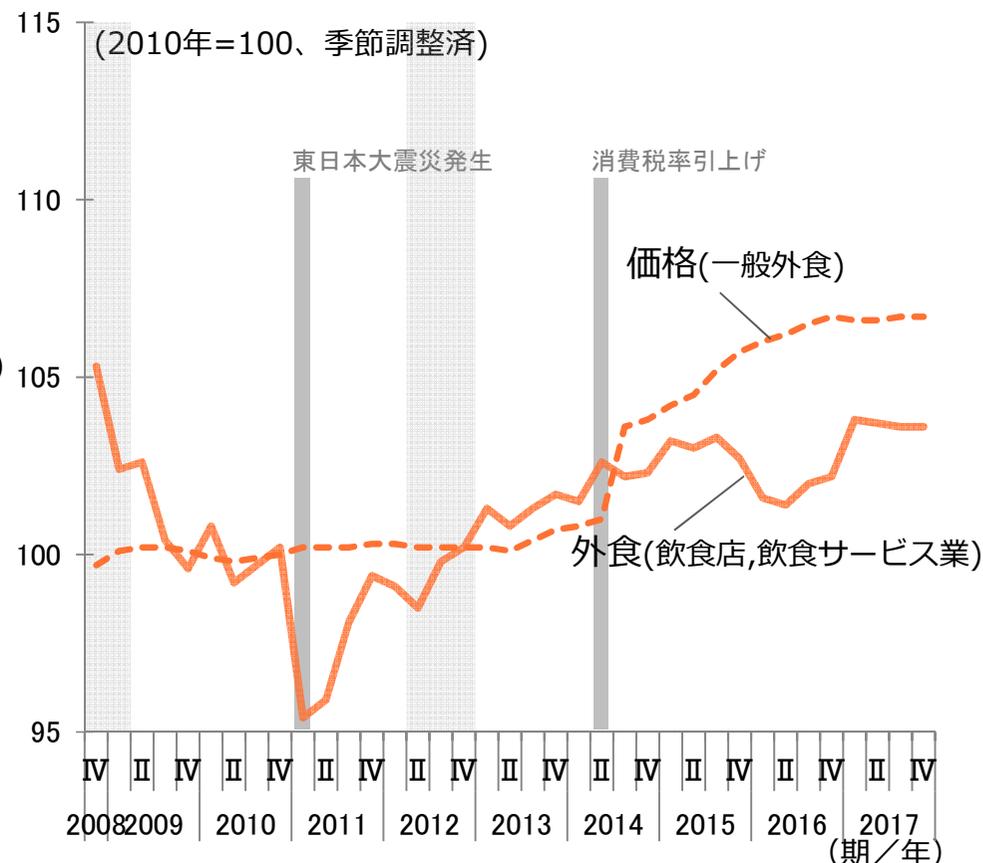
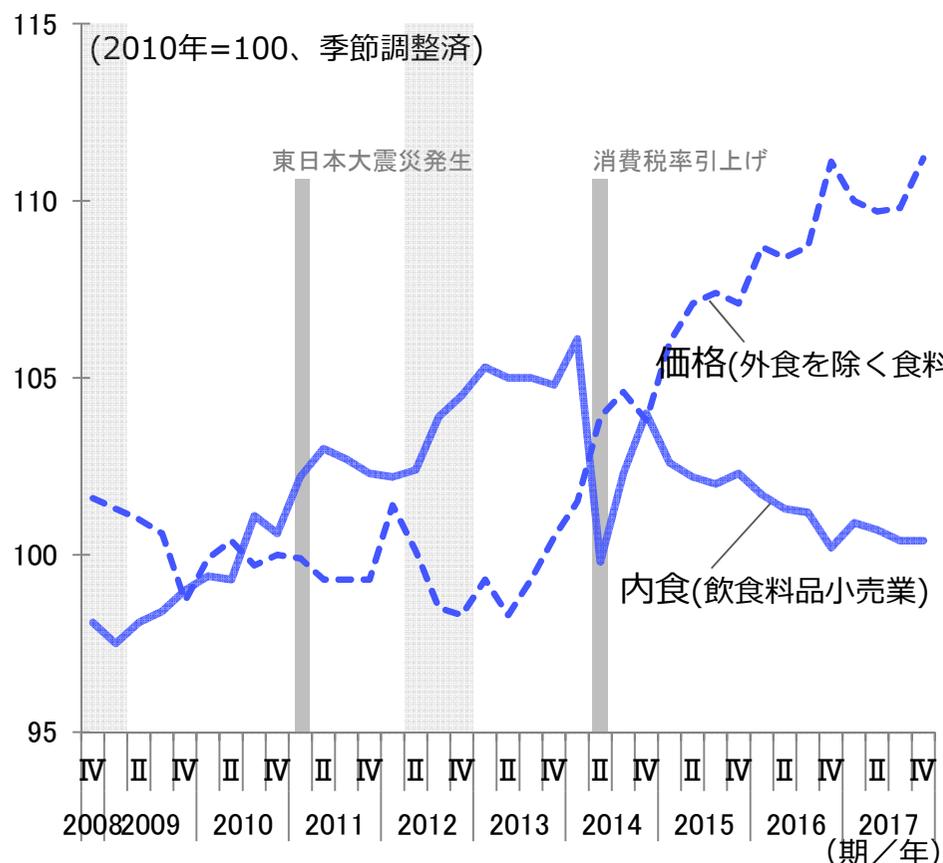


(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」より作成。

注：シャドー部分は景気後退局面。また「飲食関連産業」は第3次産業活動指数の系列であり、FBIとは異なる。

「飲食料品小売（内食）」、「飲食サービス（外食）」と価格

- 内食は、価格の上昇に合わせて指数水準が低下している。2017年第4四半期は価格は急上昇、指数水準は横ばい。
- 外食の価格も緩やかに上昇しているが、2016年の低下はあるものの、結果的に指数水準は概ね維持されている。

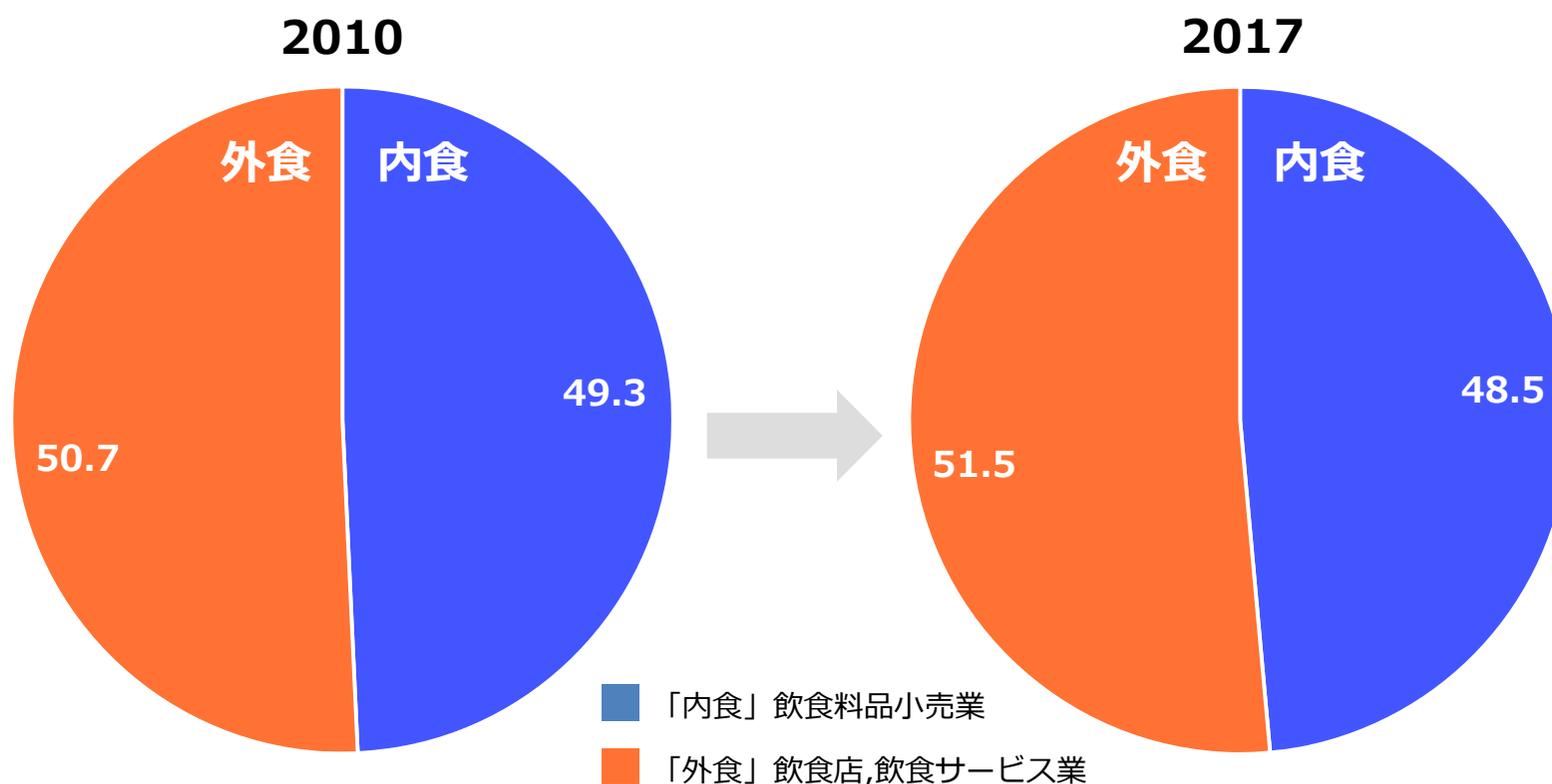


(資料) 外食、内食は経済産業省「第3次産業活動指数」。価格は総務省「消費者物価指数」より試算。

注：シャドー一部分は景気後退局面。

内食・外食の構成比の変化（2010年、2017年）

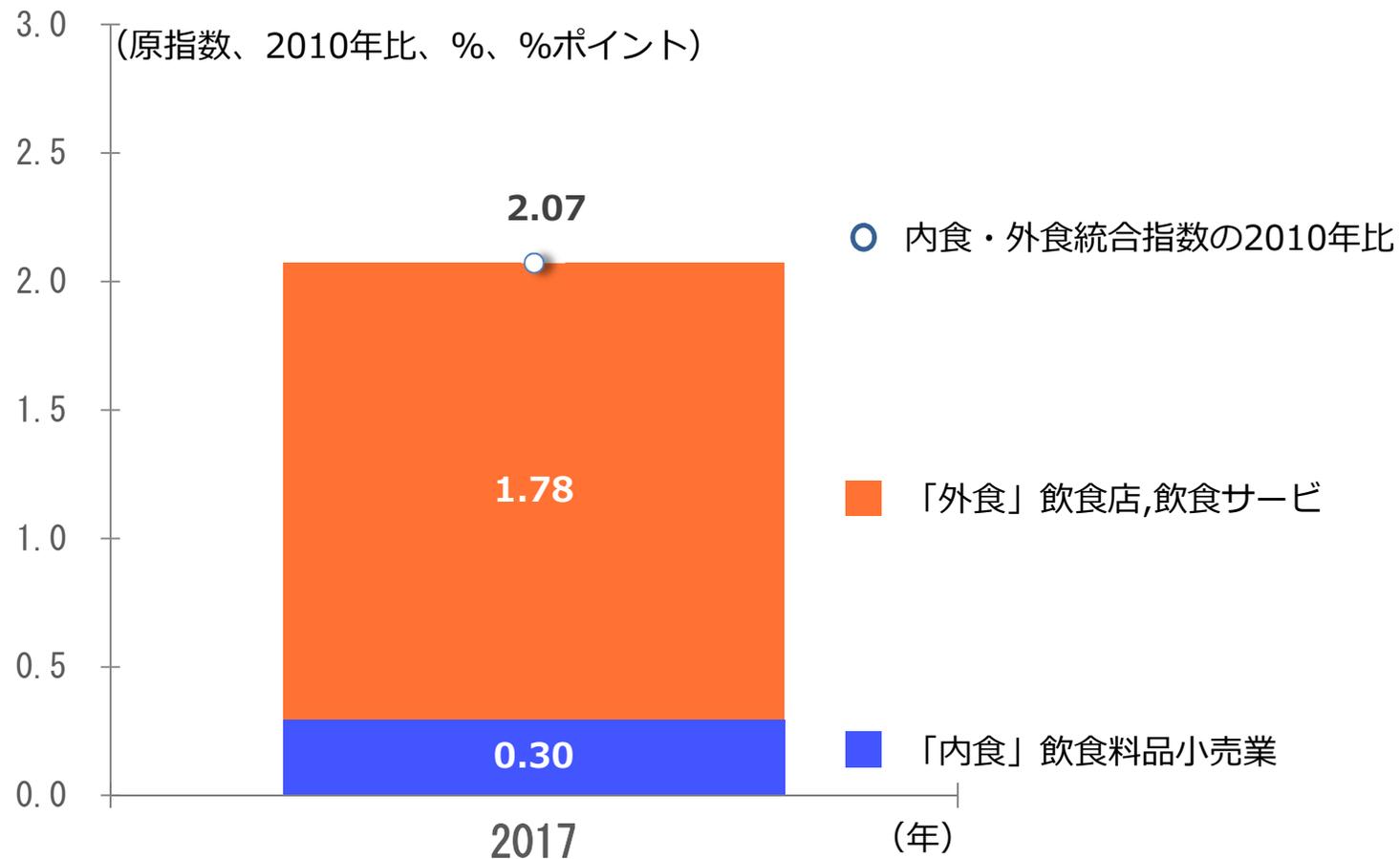
- 内食外食ともに、全体に対する変化幅がそれほど大きくないので、基準年からの構成比の変化は限定的。
- とはいえ、外食の構成比が大きくなっている。



※ 内食及び外食それぞれの「指数×ウェイト」の大きさの合計に占める双方の構成比。

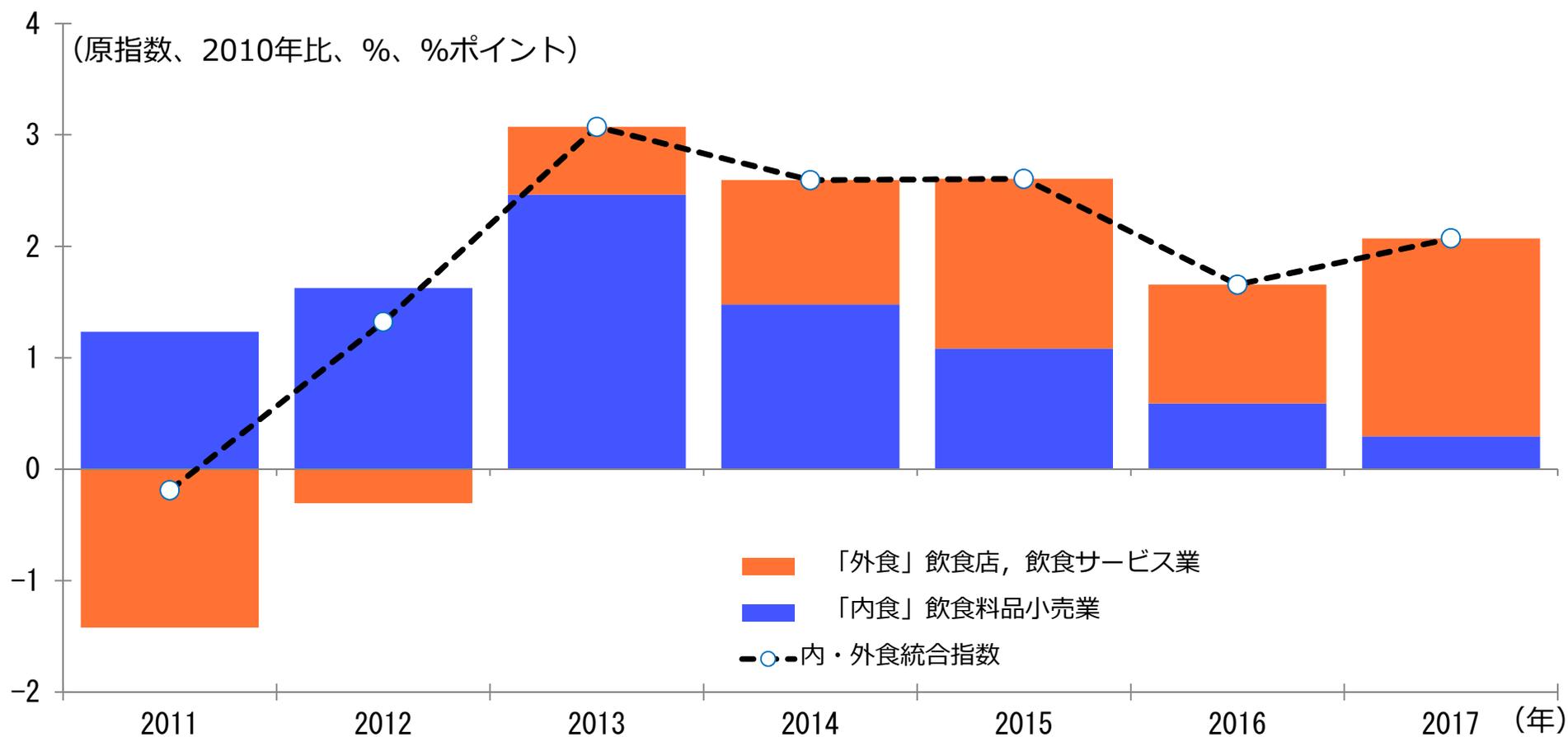
内食・外食統合指数の2010年比に対する影響度合い（2017年）

- 基準年からの内外食全体の変化に対する内訳では、ほとんどが外食の増加によるもの。



内食・外食統合指数の2010年比伸び率に対する各年の影響度合い内訳

- 2013年から内食外食の合計の2010年比に対し、外食がプラス寄与となり、2015年からは、外食が内食外食合計の上昇の主要因となっている。



【掲載図表の補足事項】

(注1)

1. フード・ビジネス・インデックス（FBI）は、鉱工業指数（2010年基準）の「肉製品」、「乳製品」、「油脂・調味料」、「清涼飲料」、「酒類」、第3次産業活動指数（2010年基準）の「飲食料品卸売業」、「飲食料品小売業」、「食堂、レストラン、専門店」、「パブレストラン、居酒屋」、「喫茶店」、「ファーストフード店及び飲食サービス業」、及び試算値である「百貨店飲食料品販売（2010年基準）」、「総合スーパー飲食料品販売（2011年基準）」を全産業活動指数の2010年基準ウェイトの比率を用いて試算している。
2. 食料品工業は、鉱工業指数（2010年基準）の「肉製品」、「乳製品」、「油脂・調味料」、「清涼飲料」、「酒類」の加重平均値。（間接調整法）
3. 食料品流通業は、第3次産業活動指数（2010年基準）の「飲食料品卸売業」、「飲食料品小売業」、「百貨店飲食料品販売（2010年基準、試算値）」、「総合スーパー飲食料品販売（2011年基準、試算値）」の加重平均値。（間接調整法）
4. 「百貨店飲食料品販売」は商業動態統計の百貨店飲食料品販売額を消費者物価指数で実質化したものを2010年基準で指数化。「総合スーパー飲食料品販売」は商業動態統計のスーパー飲食料品販売額から、飲食料品小売業に格付けされる事業所分を控除したものを、消費者物価指数で実質化し2011年基準で指数化。ウェイトについては商業動態統計の各種商品小売業の2010年販売額計に対する百貨店飲食料品販売額2010年計及びスーパー飲食料品販売額2011年計の割合で、第3次産業活動指数（2010年基準）の各種商品小売業のウェイトを按分し、さらに全産業活動指数の2010年基準ウェイトの比率を用いて試算している。
5. 飲食サービス業は、第3次産業活動指数（2010年基準）の「食堂、レストラン、専門店」、「パブレストラン、居酒屋」、「喫茶店」、「ファーストフード店及び飲食サービス業」の加重平均値。（間接調整法）

(注2)

1. 「食料品工業」は、平成28年経済センサス-活動調査産業編の「食料品製造業製造品出荷額」と「飲料たばこ飼料製造業製造品出荷額から飼料関係細分類出荷額を控除したもの」の合計値（2016年）（※1）。2017年については、※1を鉱工業出荷指数の「食料品たばこ工業」の2017年前年比で伸ばした数値について、企業物価指数の伸び率でインフレートしている。
2. 「食料品関連卸売業」は、商業動態統計の「農特産物・水産物卸売業」と「食料・飲料卸売業」の2016（2017）年計の合計。
3. 「食料品関連小売業」は、商業動態統計の「食料品小売業」と大型小売店統計の百貨店の商品内訳の飲食料品販売額の2016（2017）年計の合計。
4. 「飲食サービス業」は、日本フードサービス協会公表の「広義の外食産業の2016年市場規模」（2016年）（※2）。2017年については、※2を第3次産業活動指数の「飲食店、飲食サービス業」の2017年前年比で伸ばした数値について、消費者物価指数の伸び率でインフレートしている。

(注3)

1. 「食料品工業」は、経済センサス-基礎調査（2014年調査）の「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の民営事業所数（従業者数）の合計値から、「飼料・有機質肥料製造業」の事業所数（従業者数）を除いている。
2. 「食料品関連卸売業」は、経済センサス-基礎調査（2014年調査）の「飲食料品卸売業」の民営事業所数（従業者数）。
3. 「食料品関連小売業」は、経済センサス-基礎調査（2014年調査）の「飲食料品小売業」の民営事業所数（従業者数）。
4. 「飲食店、飲食サービス業」は、経済センサス-基礎調査（2014年調査）の「飲食店」と「持ち帰り・配達飲食サービス業」の民営事業所数（従業者数）の合計値。

(注4)

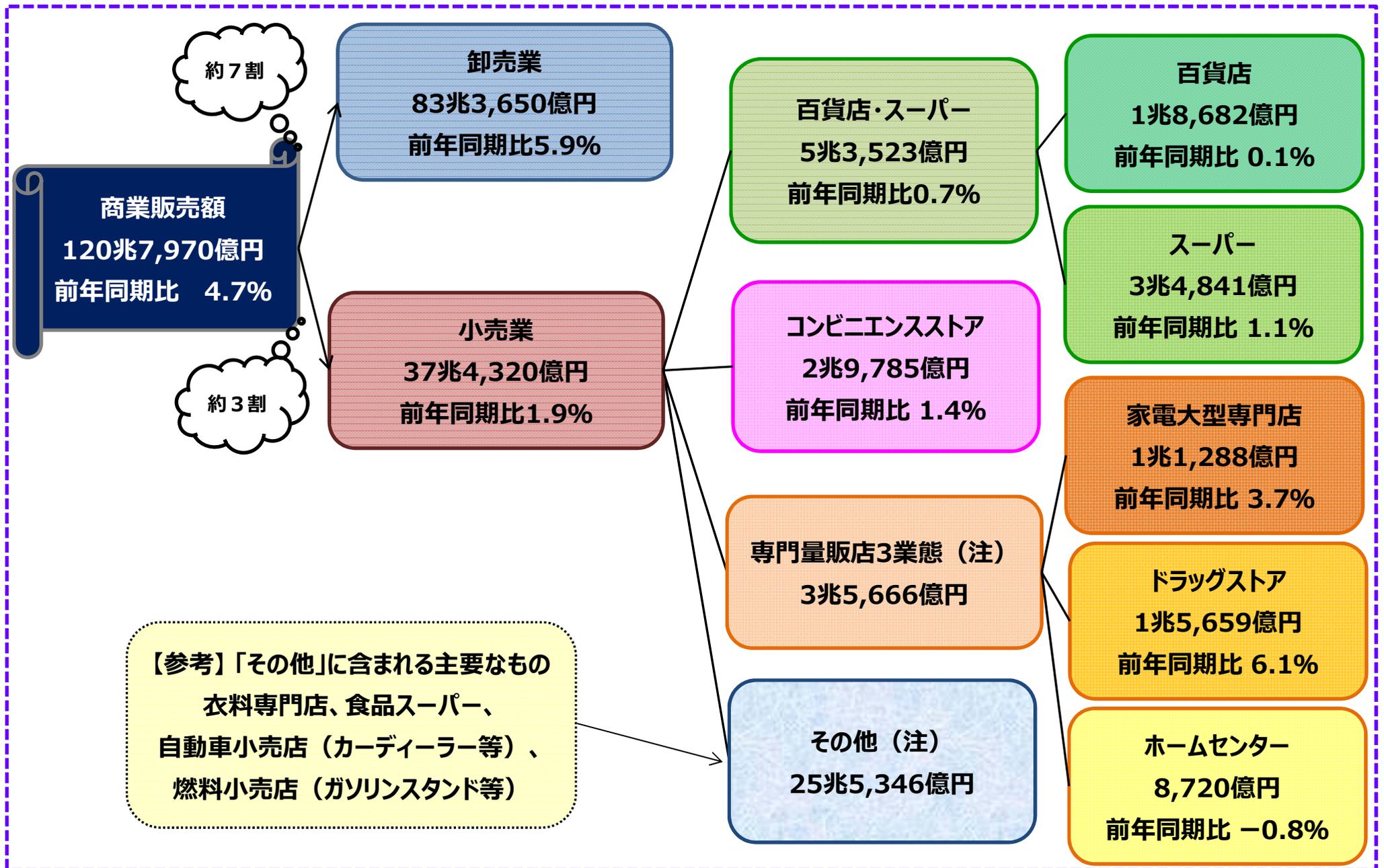
- ・「食料品工業」系列の計算方法について、寄与度算出の際の加法不整合を無くすため、今回より関節調整法に変更している。過去のデータも差し替えているため、2017年第1～3四半期の公表時データとは異なる。



平成29年10 - 12月期 小売業販売を振り返る

平成30年3月
経済解析室

平成29年10-12月期の商業販売額

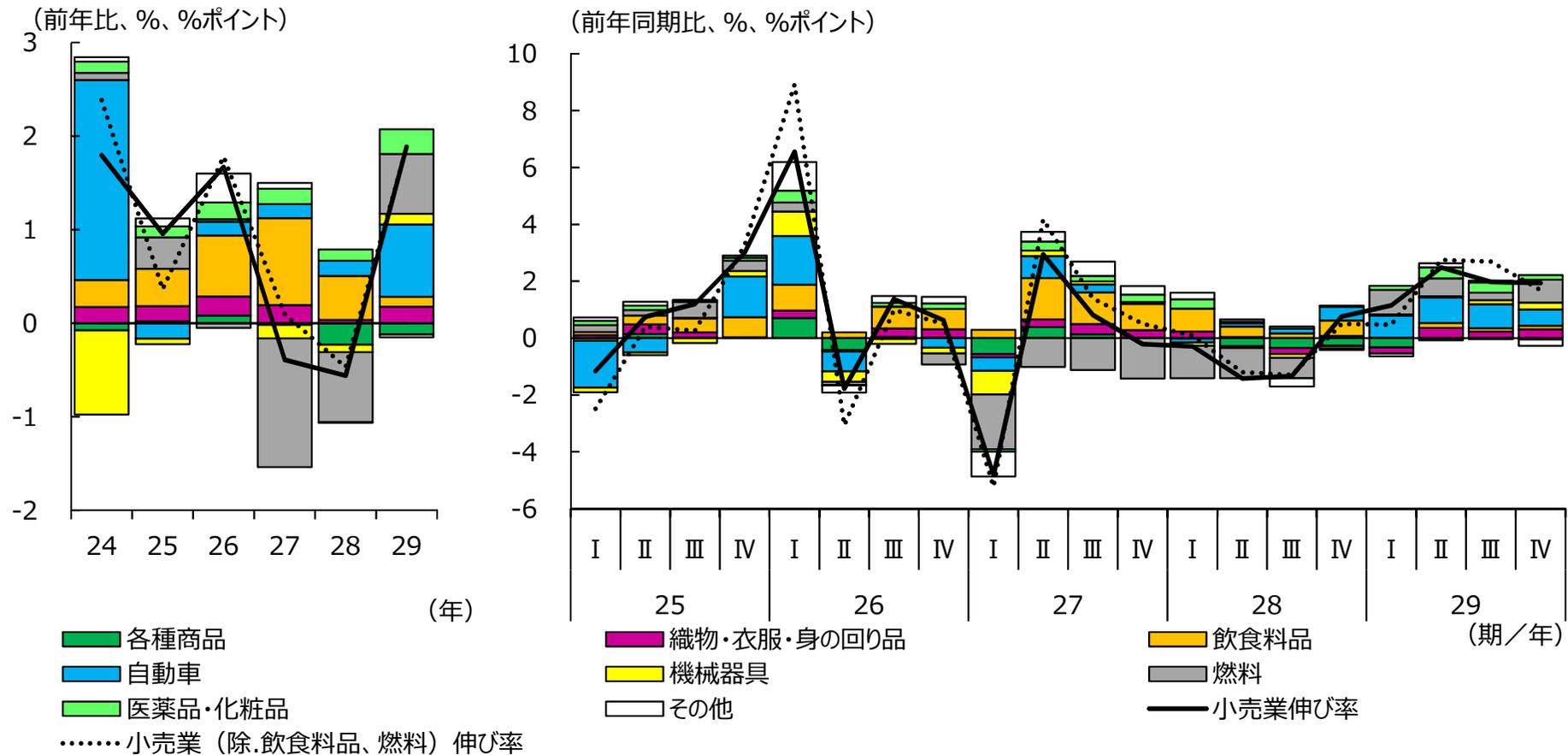


(注)「専門量販店3業態」と「その他」の数字は、経済解析室で計算した値。
資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

小売業販売額の変動要因分解（業種別）

- 平成29年10 - 12月期の小売業販売は、前年同期比1.9%と、5期連続の上昇。
- 業種別にみると、ホームセンターで販売される商品を含むその他小売業は低下寄与となったが、燃料小売業、自動車小売業などが上昇寄与となり、小売業全体では上昇。

小売業販売額の伸び率、業種別寄与度の推移

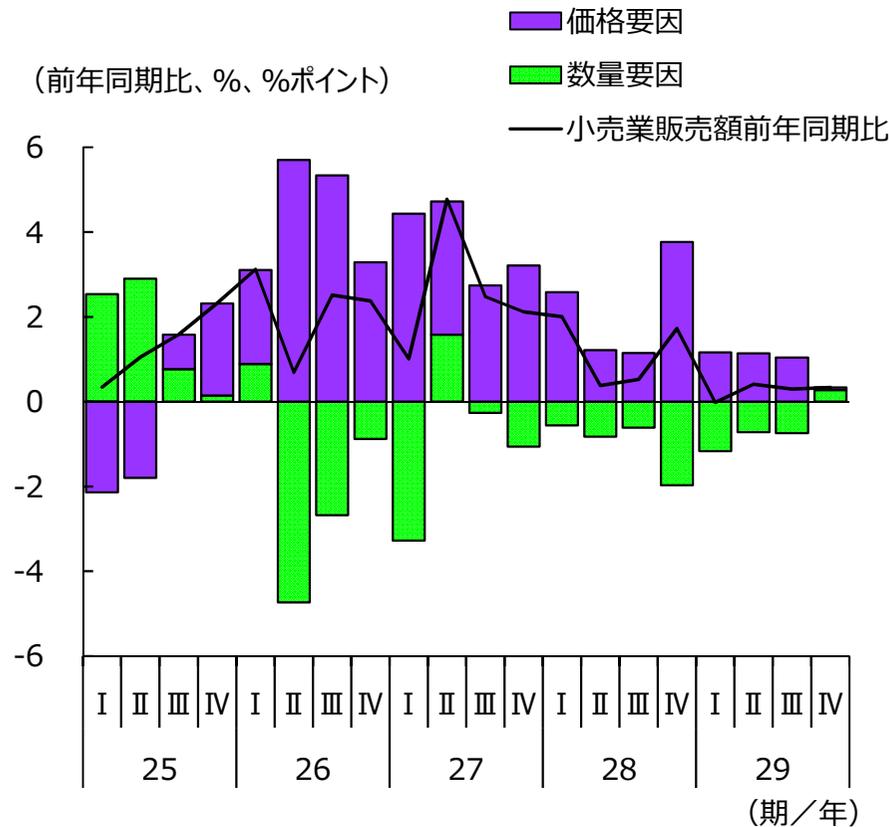


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

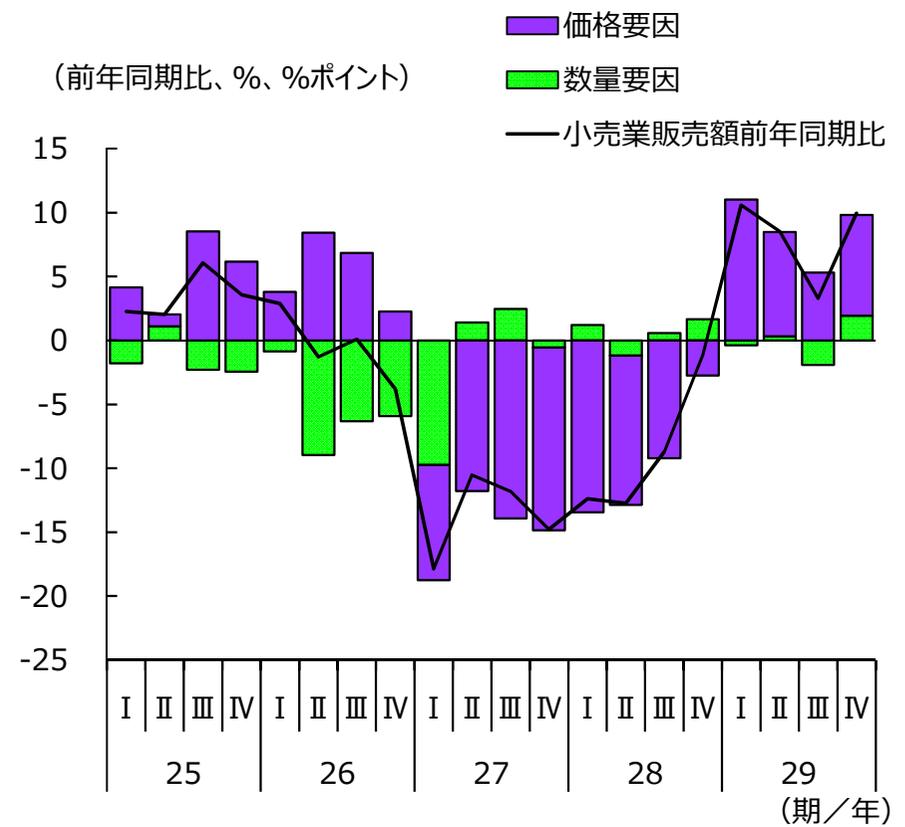
飲食料品、燃料小売業販売額の変動要因分解（価格と数量）

- ・飲食料品小売業や燃料小売業では、価格要因によって小売販売額が変動する部分大きい。
- ・飲食料品小売業は、主に数量要因により前年同期比0.3%上昇。燃料小売業は、主に価格要因により同10.0%上昇。両業種ともに、どちらの要因も上昇寄与。

飲食料品小売業販売額の変動要因分解



燃料小売業販売額の変動要因分解

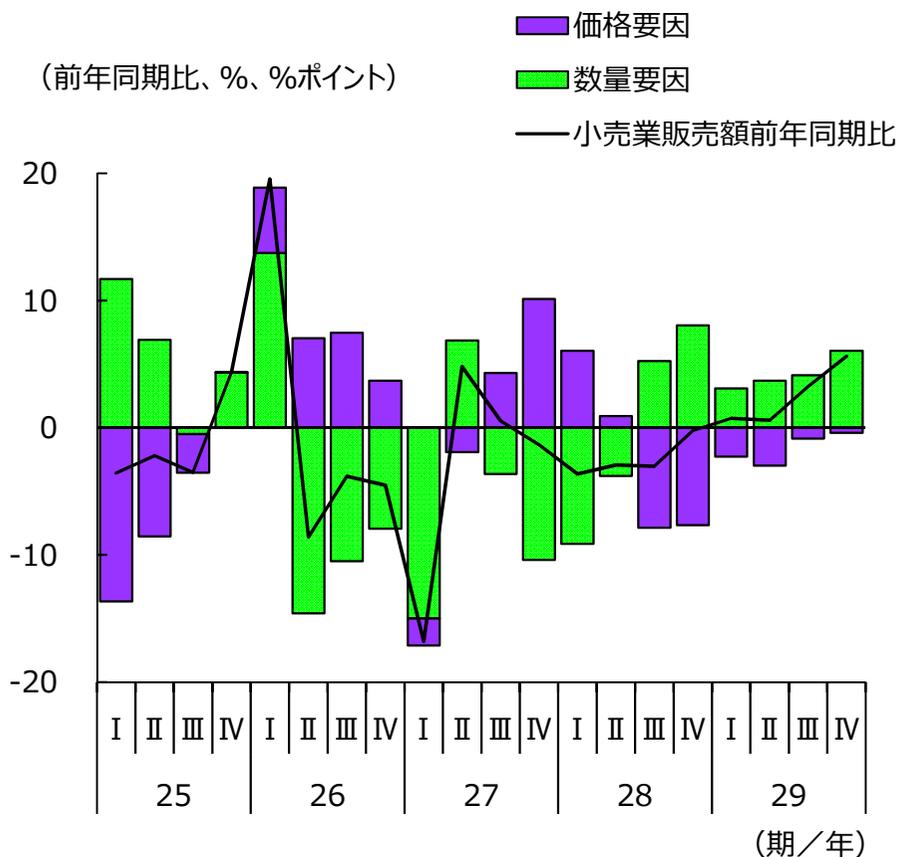


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

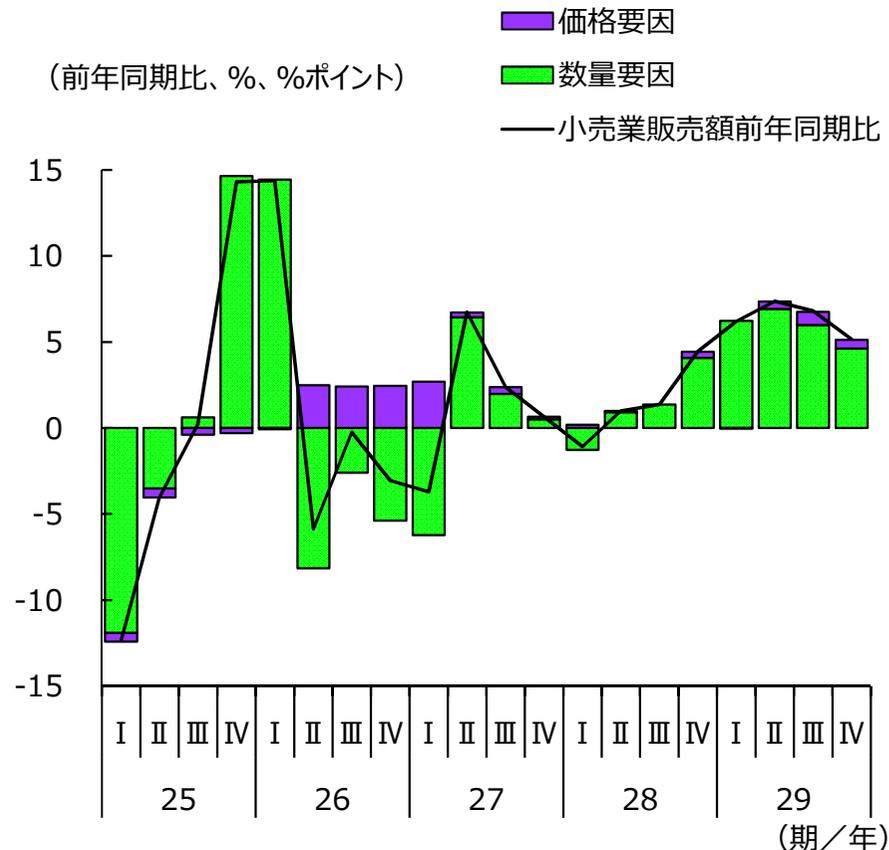
機械器具、自動車小売業販売額の変動要因分解（価格と数量）

- ・機械器具小売業は、数量要因により前年同期比 5.6% 上昇。自動車小売業も、主に数量要因により同 5.2% 上昇。
- ・価格要因は、機械器具小売業では低下寄与、自動車小売業では上昇寄与。

機械器具小売業販売額の変動要因分解



自動車小売業販売額の変動要因分解

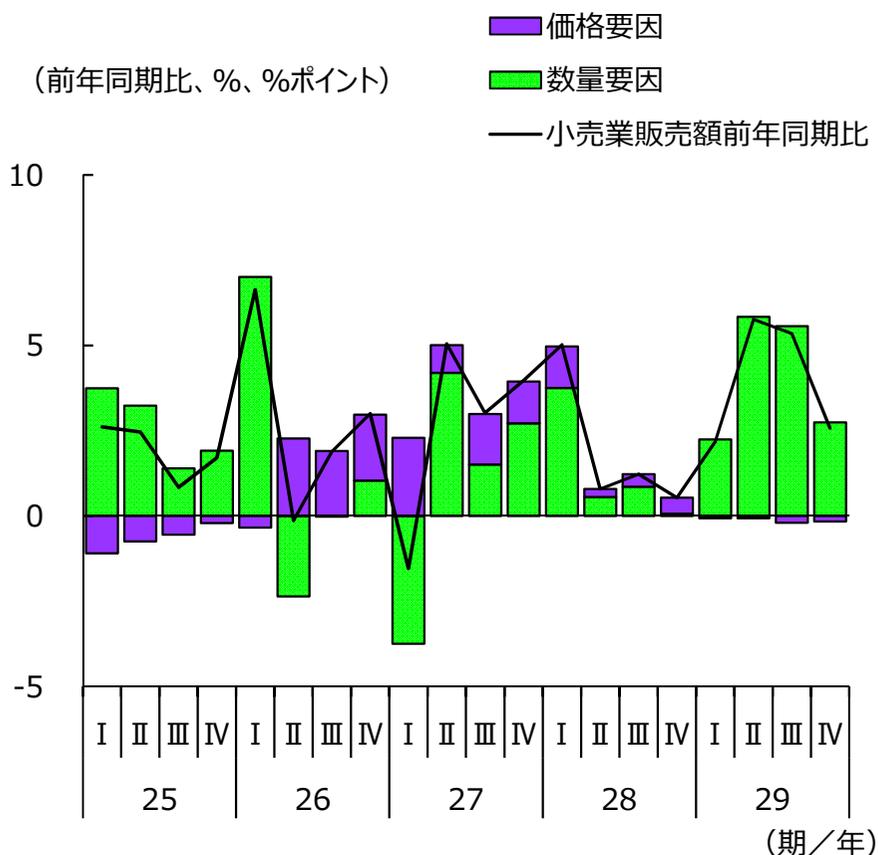


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

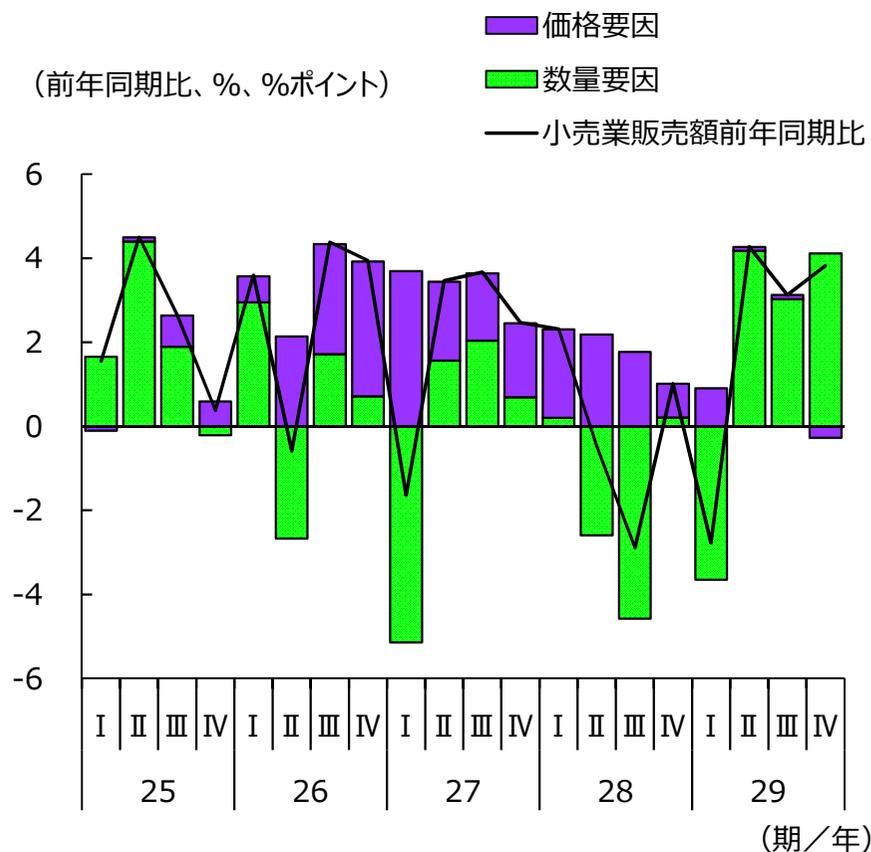
医薬品・化粧品、織物・衣服・身の回り品小売業販売額の変動要因分解（価格と数量）

- ・「医薬品・化粧品小売業」は、数量要因により前年同期比2.6%上昇。「織物・衣服・身の回り品小売業」も、数量要因により同3.8%上昇。
- ・両業種ともに価格要因は低下寄与。

医薬品・化粧品小売業販売額の変動要因分解



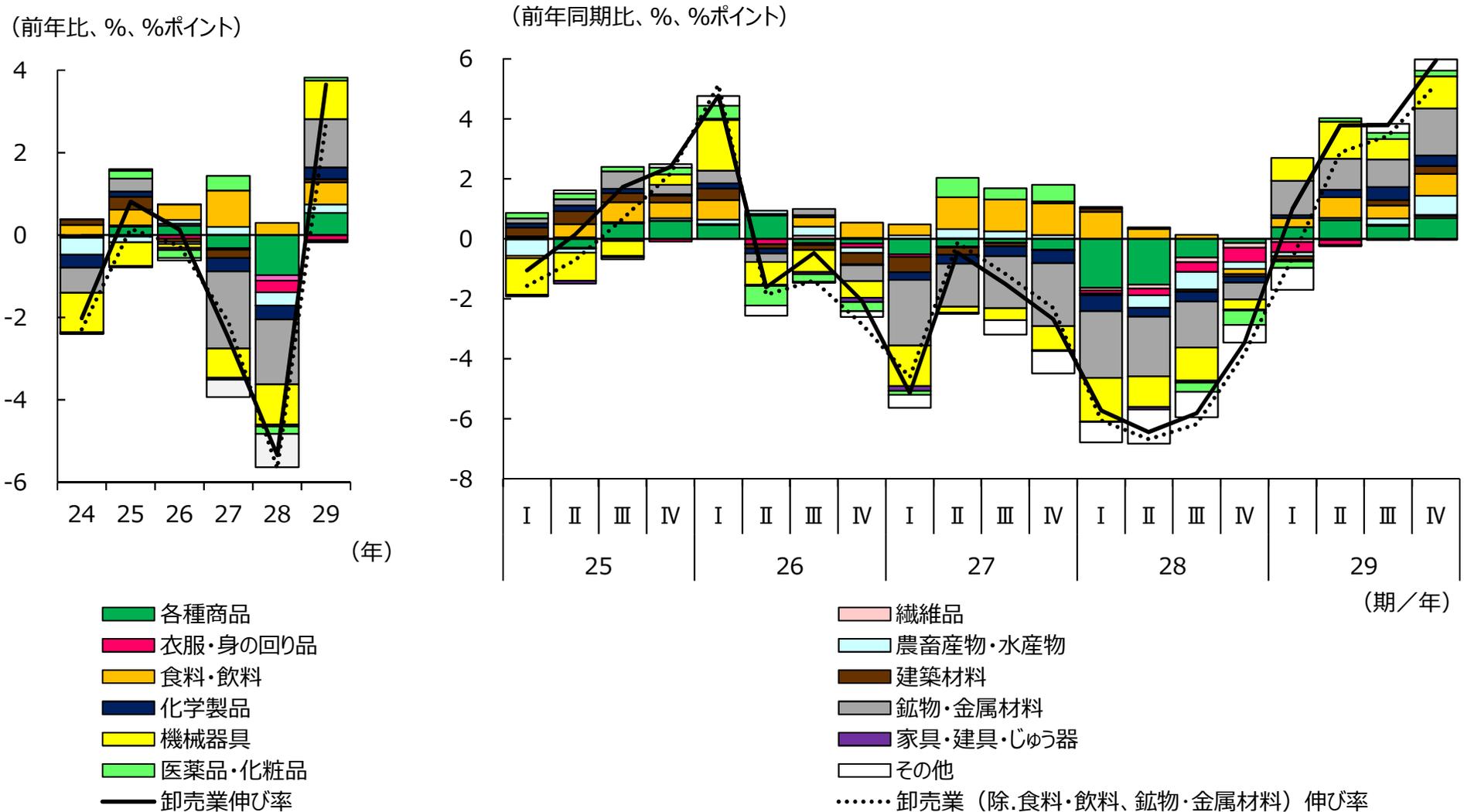
織物・衣服・身の回り品小売業販売額の変動要因分解



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

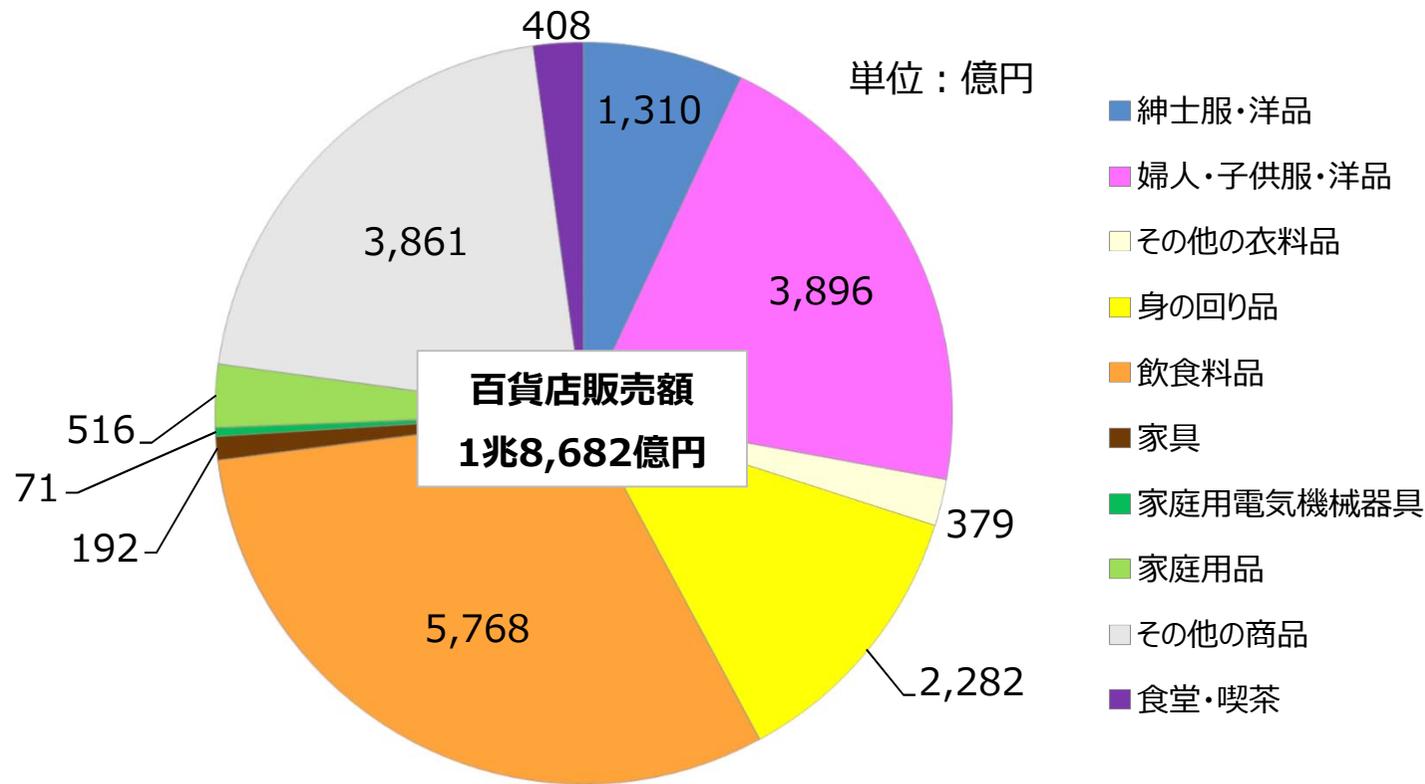
参考：卸売業販売額の変動要因分解（業種別）

卸売業販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年10-12月期 百貨店販売額の商品別内訳



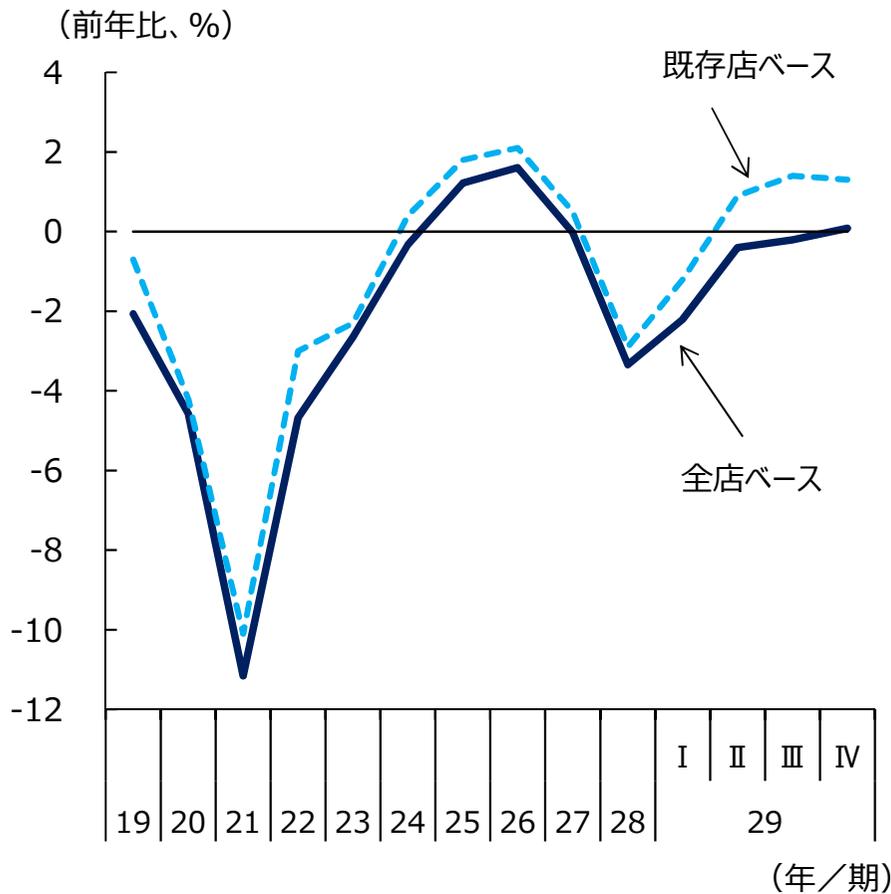
商品名	内容例示
紳士服・洋品	紳士服、下着類、ワイシャツ、ネクタイ、靴下など
婦人・子供服・洋品	婦人服、子供服、下着類、ブラウス、靴下など
その他の衣料品	呉服、反物、寝装具類、和装小物、タオルなど
身の回り品	靴、履物、和・洋傘類、かばん、トランク、ハンドバッグ、裁縫用品、装身具(宝石、貴金属製を除く)など
飲食料品	飲料、和・洋酒、調味料、食肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、乳製品など
家具	和・洋家具、室内調度品、神仏具、じゅうたん、カーテン、ござなど
家庭用電気機械器具	テレビ、ラジオ、ステレオ、DVD、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫、照明器具、電気こたつ、電気ストーブ、パソコン、電話機、携帯電話機など
家庭用品	陶磁器、ガラス器、漆器、金物、荒物、ガス器具、石油ストーブ、水道器具、ミシン、編機など
その他の商品	医薬品、化粧品、洗剤、書籍、文房具、事務用品、貴金属、宝石、美術工芸品、時計、眼鏡、カメラ、ビデオテープ、CDソフト、DVDソフト、スポーツ用品、娯楽用品、玩具、電子応用玩具、ゲームソフト、楽器、園芸用品、大工用品、ペット関連商品、たばこ、喫煙具、燃料、自転車、自動車、トイレトペーパー、ティッシュペーパー、紙おむつなど
食堂・喫茶	食堂、喫茶室、すし屋などその場で顧客に飲食させるもの

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

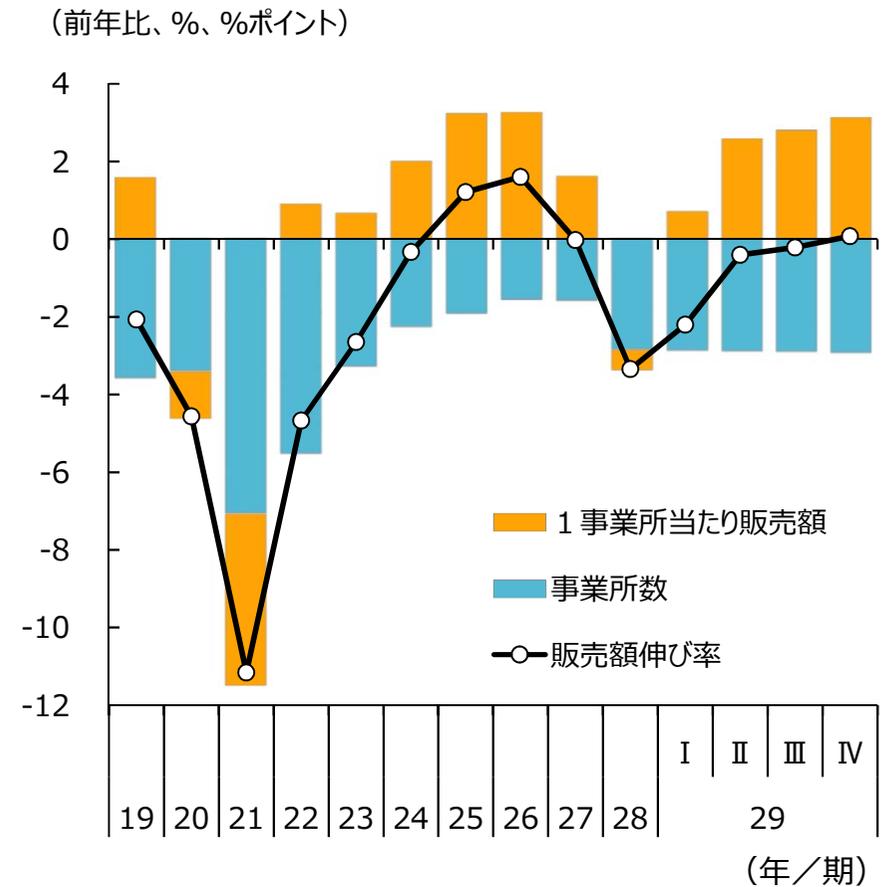
百貨店販売額（前年比）の動向、変動要因分解

- ・全店ベースの百貨店販売額は、前年同期比0.1%と、8期ぶりの上昇。
- ・事業所数は低下したが、1事業所当たり販売額が上昇したことにより、販売額全体は上昇。

販売額（前年比）の動向



変動要因分解

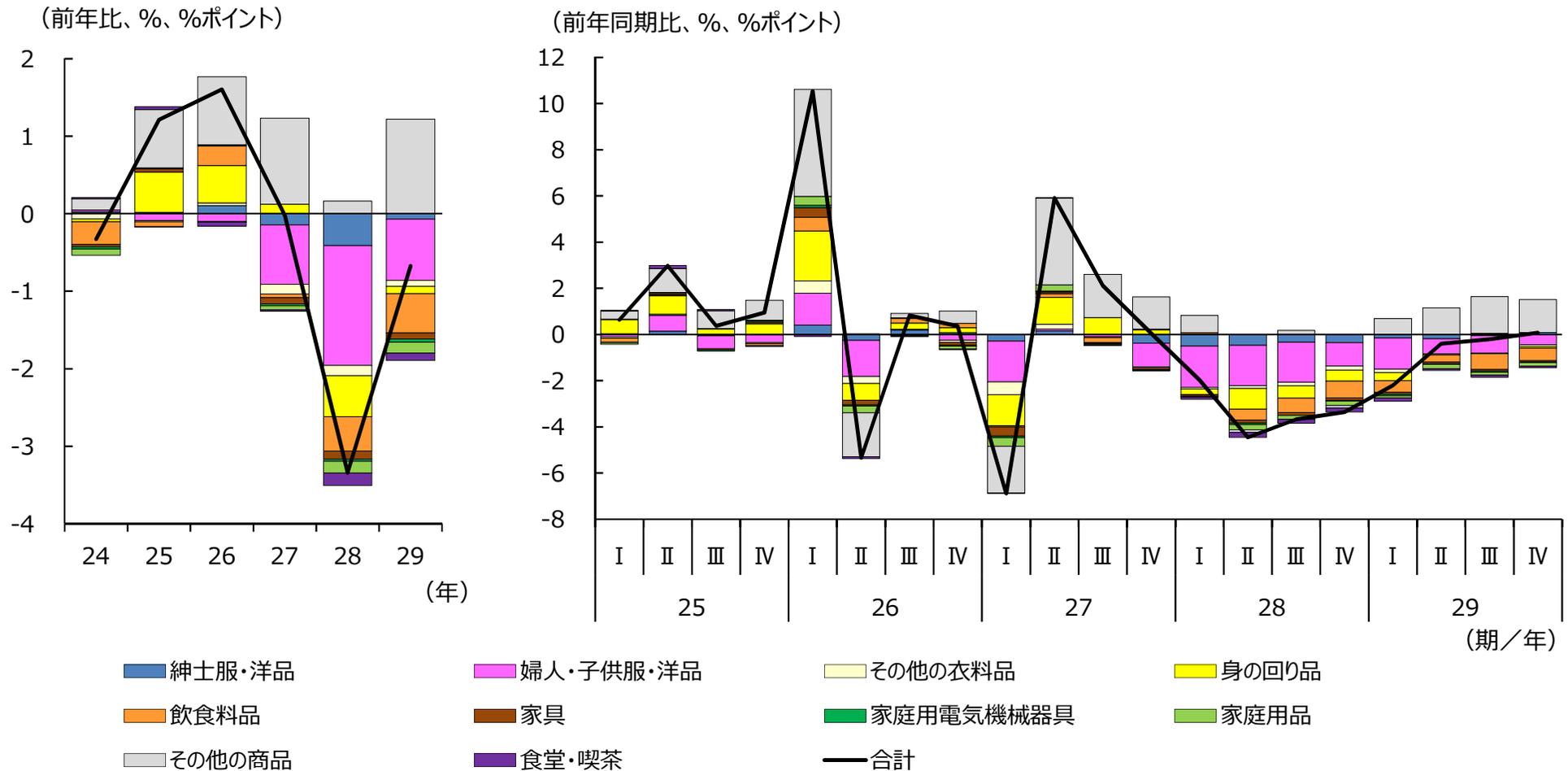


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

百貨店販売額の変動要因分解（商品別）

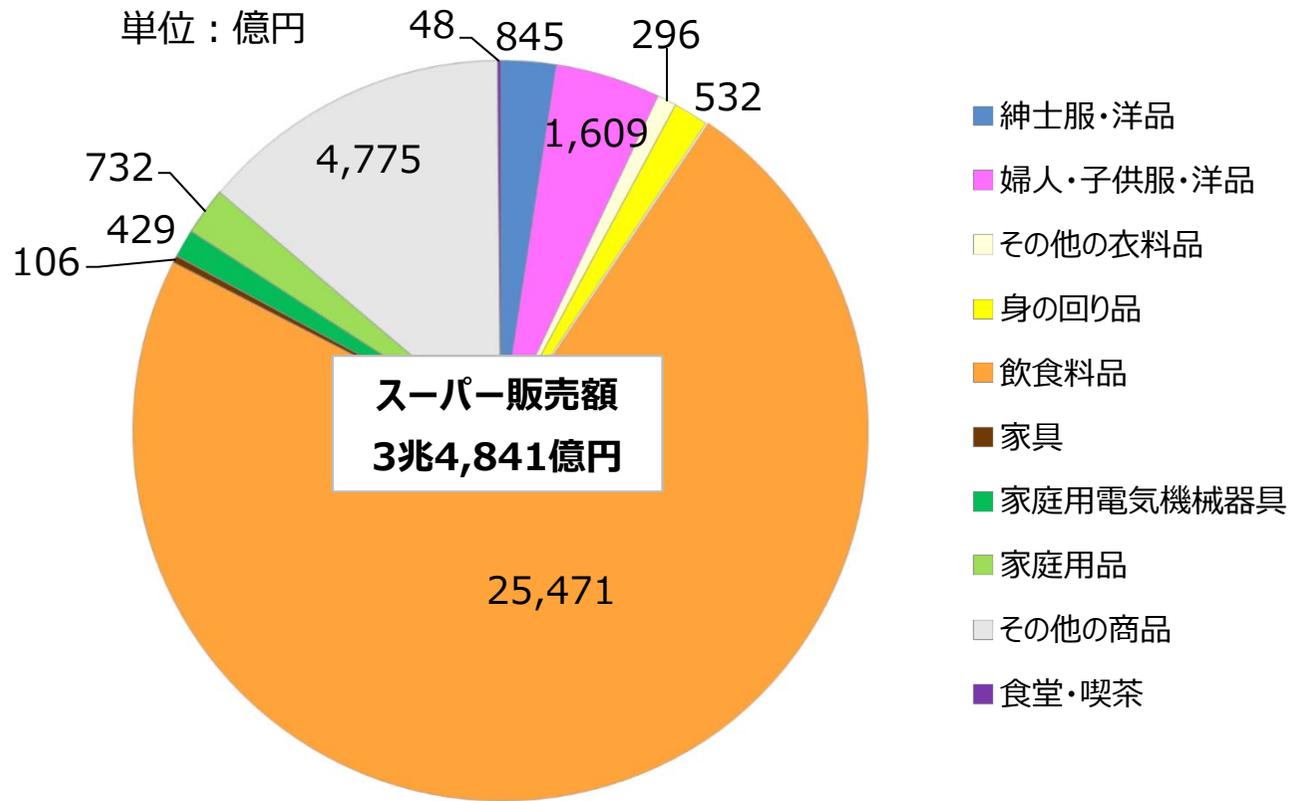
・「婦人・子供服・洋品」、飲食料品は低下したものの、化粧品や宝飾品を含む「その他の商品」が上昇したことにより、全体は前年同期比上昇。

百貨店販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年10-12月期 スーパー販売額の商品別内訳



商品名	内容例示
紳士服・洋品	紳士服、下着類、ワイシャツ、ネクタイ、靴下など
婦人・子供服・洋品	婦人服、子供服、下着類、ブラウス、靴下など
その他の衣料品	呉服、反物、寝装具類、和装小物、タオルなど
身の回り品	靴、履物、和・洋傘類、かばん、トランク、ハンドバッグ、裁縫用品、装身具(宝石、貴金属製を除く)など
飲食料品	飲料、和・洋酒、調味料、食肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、乳製品など
家具	和・洋家具、室内調度品、神仏具、じゅうたん、カーテン、ござなど
家庭用電気機械器具	テレビ、ラジオ、ステレオ、DVD、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫、照明器具、電気こたつ、電気ストーブ、パソコン、電話機、携帯電話機など
家庭用品	陶磁器、ガラス器、漆器、金物、荒物、ガス器具、石油ストーブ、水道器具、ミシン、編機など
その他の商品	医薬品、化粧品、洗剤、書籍、文房具、事務用品、貴金属、宝石、美術工芸品、時計、眼鏡、カメラ、ビデオテープ、CDソフト、DVDソフト、スポーツ用品、娯楽用品、玩具、電子応用玩具、ゲームソフト、楽器、園芸用品、大工用品、ペット関連商品、たばこ、喫煙具、燃料、自転車、自動車、トイレトーパー、ティッシュペーパー、紙おむつなど
食堂・喫茶	食堂、喫茶室、すし屋などその場で顧客に飲食させるもの

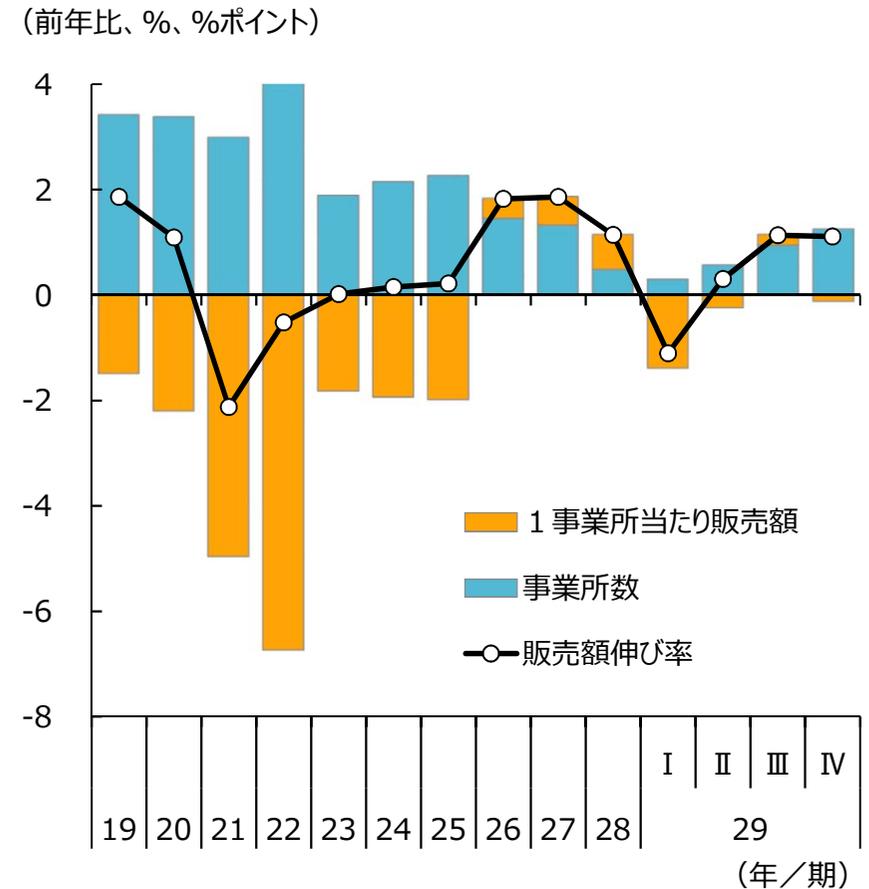
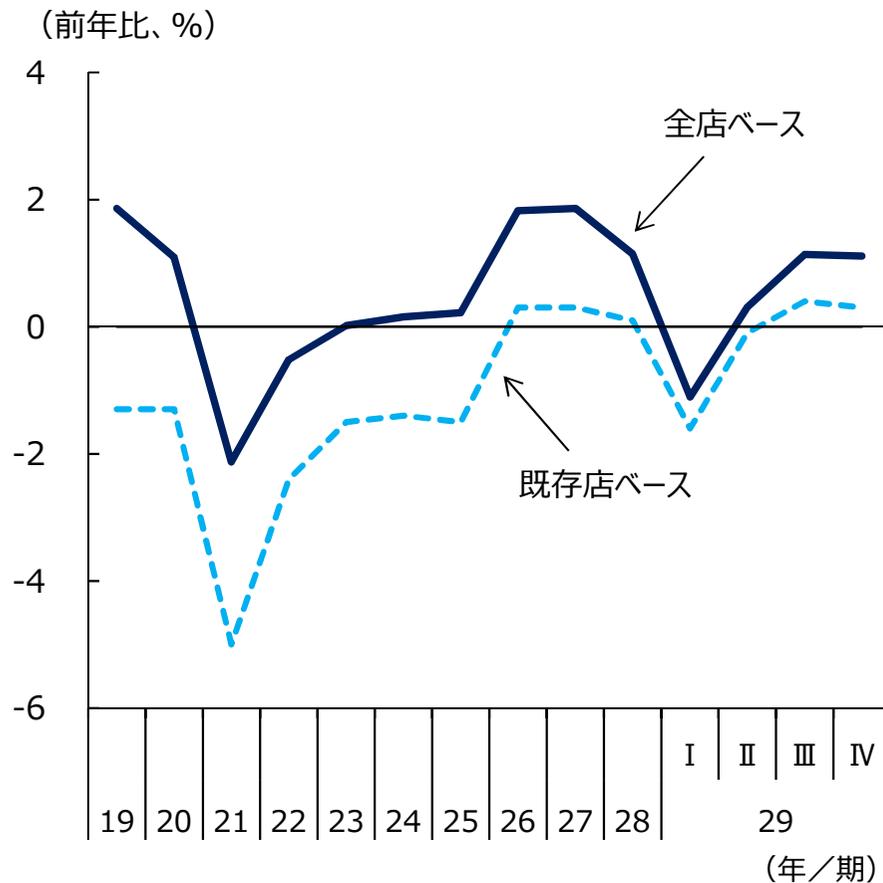
資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

スーパー販売額（前年比）の動向、変動要因分解

- ・全店ベースのスーパー販売額は、前年同期比 1.1%と、3期連続の上昇。
- ・1事業所当たり販売額は低下したが、事業所数が上昇したことにより、販売額全体は上昇。

販売額（前年比）の動向

変動要因分解

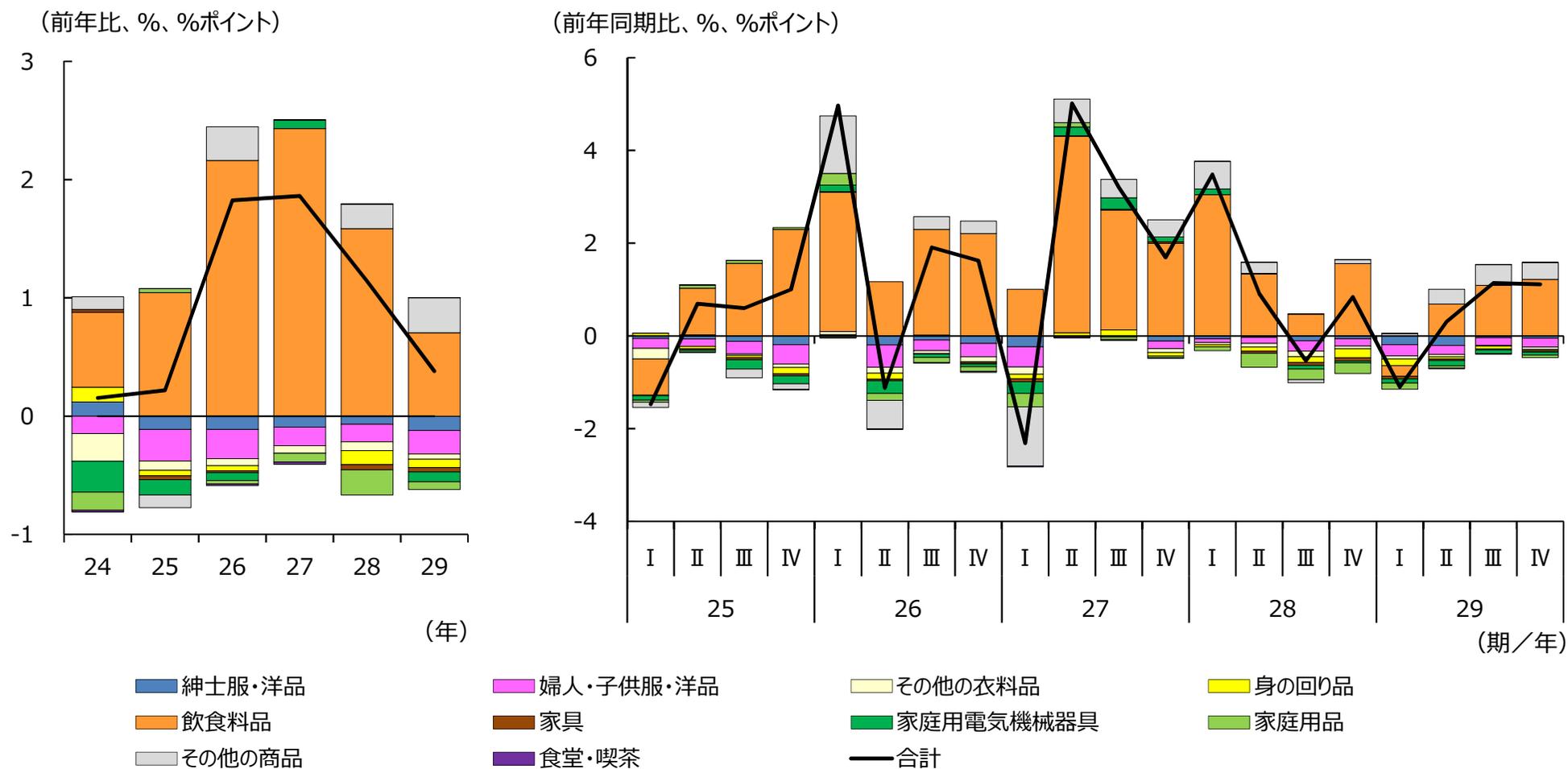


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

スーパー販売額の変動要因分解（商品別）

・「婦人・子供服・洋品」などは低下したものの、飲食料品、化粧品や宝飾品を含む「その他の商品」などが上昇したことにより、全体は前年同期比上昇。

スーパー販売額の伸び率、商品別寄与度の推移

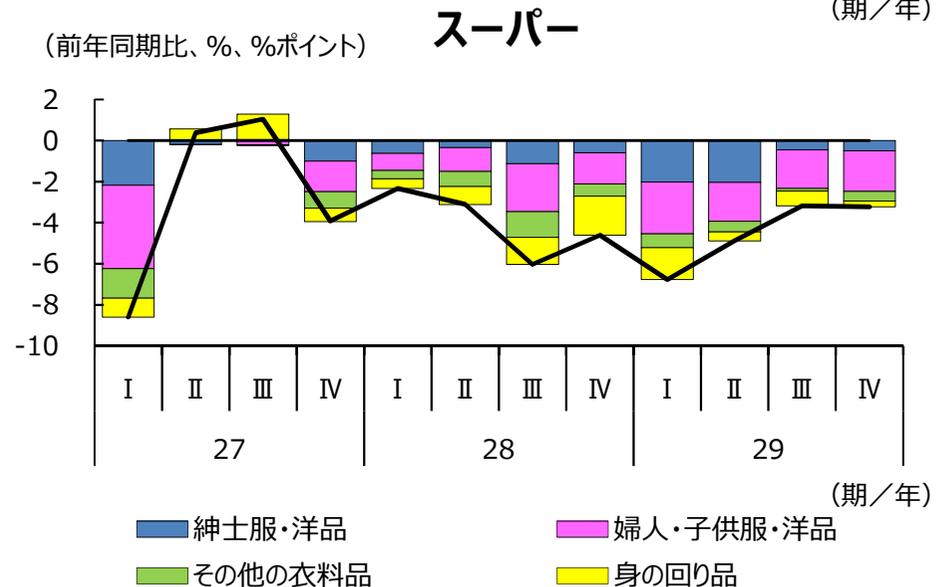
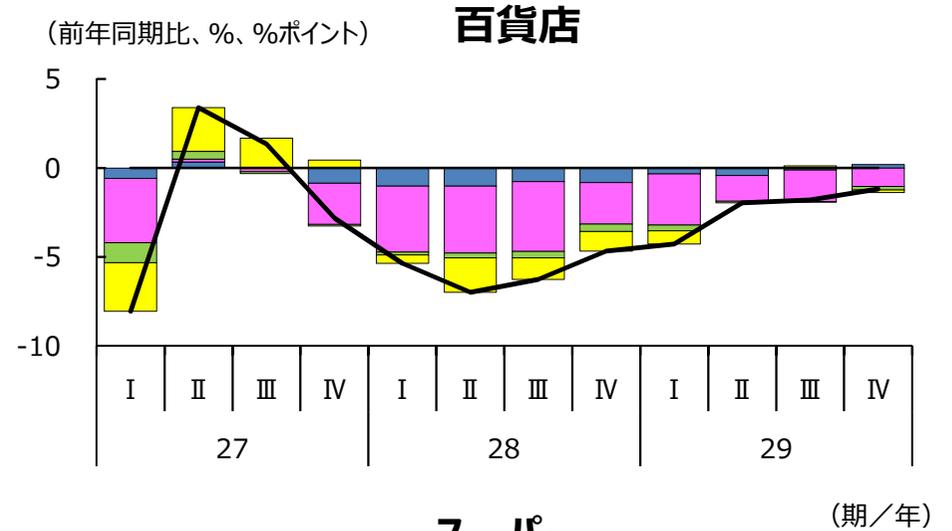
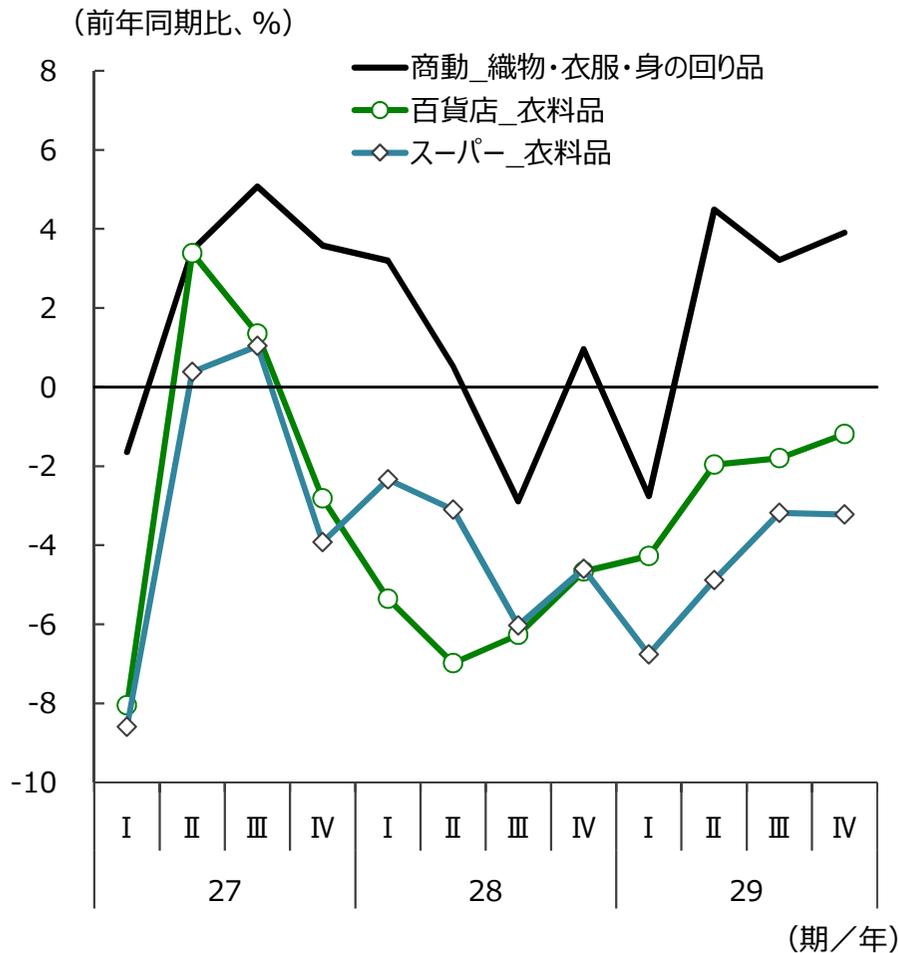


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

百貨店、スーパーの衣料品関係の動向

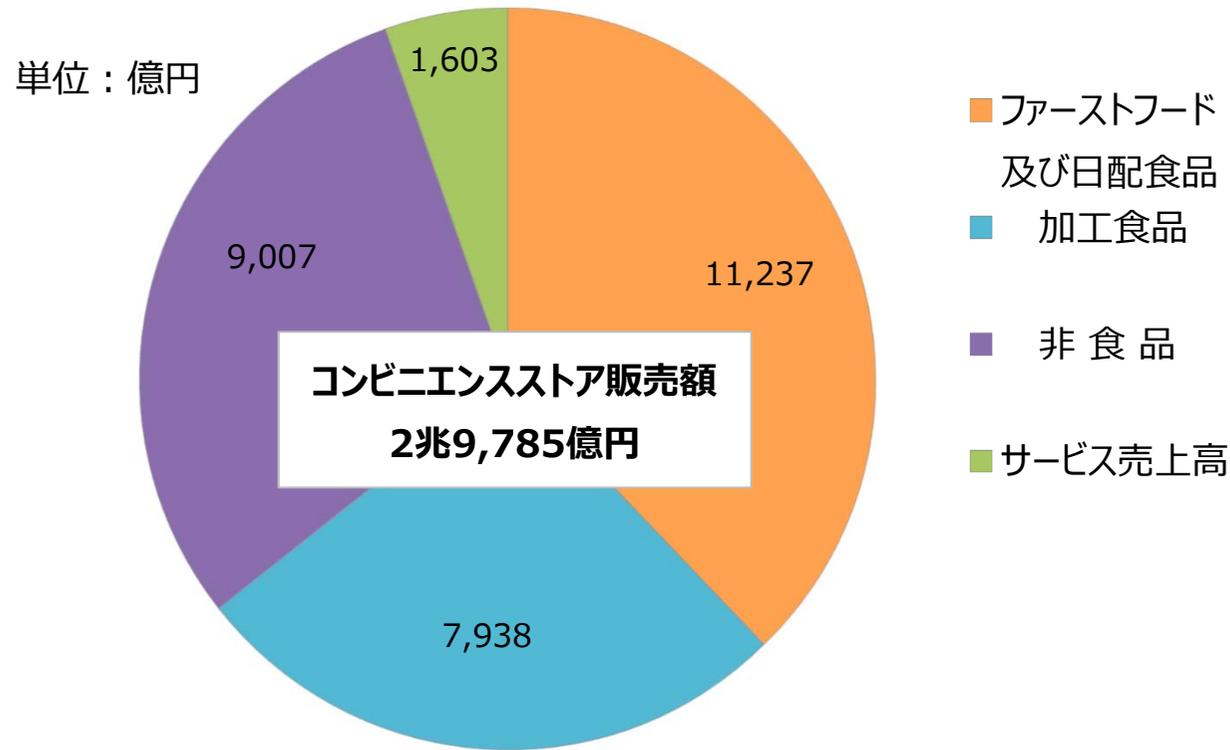
- ・「織物・衣服・身の回り品小売業」は前年同期比3.9%と3期連続の上昇だが、百貨店の衣料品販売額は同-1.2%、総合スーパーも同-3.2%の低下。
- ・百貨店では「婦人・子供服・洋品」、総合スーパーでも「婦人・子供服・洋品」の低下寄与が大きい。

百貨店、スーパーの衣料品販売額の前年比



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年10-12月期 コンビニエンスストア販売額の商品別内訳



商品名	内容例示
商品販売額 ファーストフード及び日配食品	米飯類（寿司、弁当、おにぎり等）、カウンター商材（コーヒー、揚げ物、中華まん）、パン、調理パン、総菜、漬物、野菜、青果、水物（豆腐等）、調理麺、卵、加工肉（ハム、ウインナー、ベーコン等）、牛乳、乳飲料、乳製品（バター、チーズ等）、練物（ちくわ、かまぼこ等）、生菓子（ケーキなどの和洋菓子）、サラダ、デザート類（プリン、ゼリー、ヨーグルト等）など
加工食品	菓子類（生菓子を除く）、ソフトドリンク（乳飲料を除く）、アルコール飲料（日本酒、ウイスキー、ワイン等）、調味料（味そ、しょう油、うまみ調味料、ソース等）、嗜好品（コーヒー、お茶等）、食塩、砂糖、食用油、米穀、乾物、各種の缶・瓶詰類、冷凍食品、アイスクリーム、レトルト食品、インスタント食品、焼きのりなど
非食品	雑誌、書籍、新聞、衣料品、袋物類、文房具、ブラシ、玩具、雑貨、たばこ、ペットフード、乾電池、テープ、CD、電球・蛍光灯、電卓、燃料、人形、サングラス、履物、園芸用品、ゲームソフト、花火、洗剤、化粧品、医薬品、医薬部外品栄養ドリンク、陶磁器・ガラス器、金物、紙製品、フィルム、切手、はがき、収入印紙、装身具など
サービス売上高	コピー、ファクシミリ、宅配便、商品券、ギフト券、乗車券、各種チケット、テレフォンカード、宝くじ、D.P.E、レンタル、航空券、宿泊券、クリーニングなど

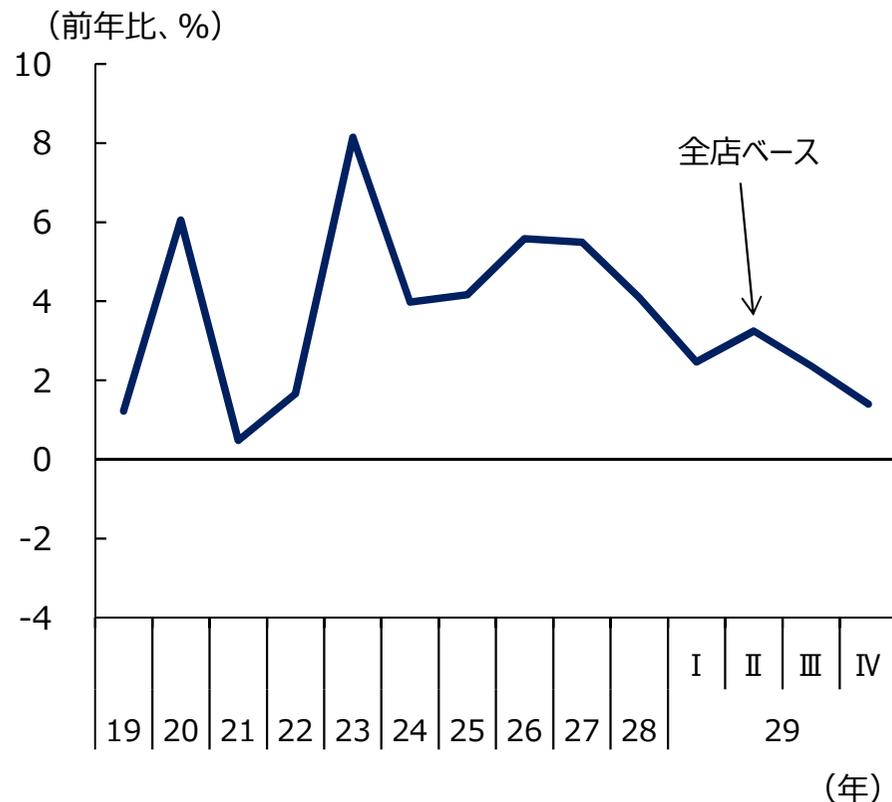
(注) 1. コンビニエンスストア販売額は商品販売額とサービス売上高の合計。
 2. サービス売上高は、電力料金、ガス料金、放送受信料、電話料金、水道料金など公共料金等の収納代行による売上高を除く。

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

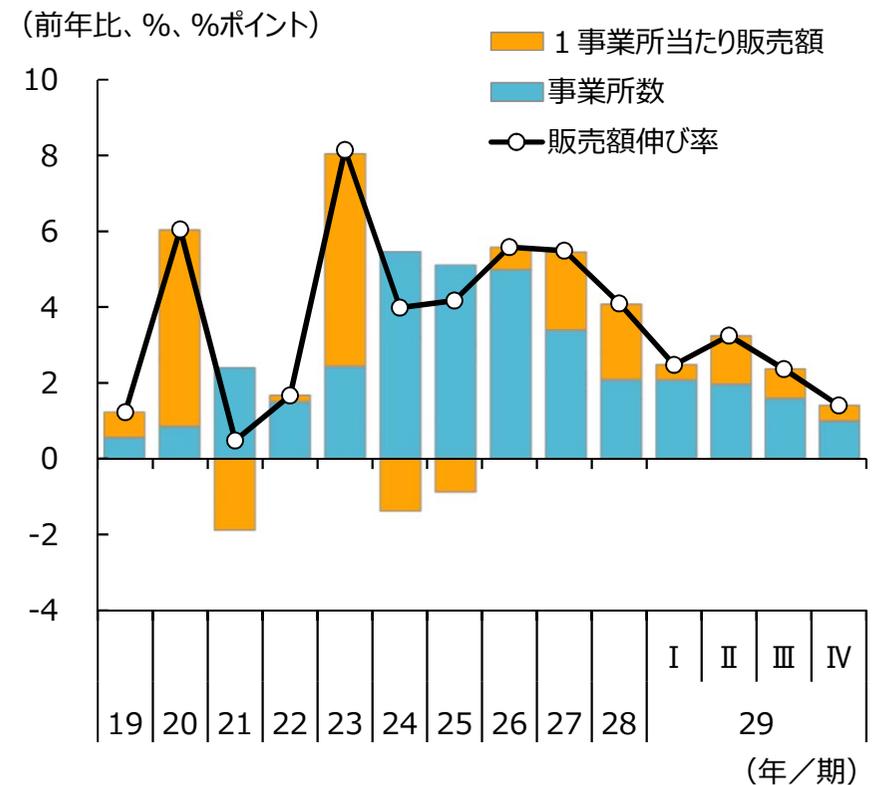
コンビニエンスストア販売額（前年比）の動向、変動要因分解

- ・全店ベースのコンビニエンスストア販売額は、前年同期比1.4%と、30期連続の上昇。
- ・1事業所当たり販売額、事業所数ともに上昇したことにより、販売額全体は上昇。

販売額（前年比）の動向



変動要因分解



(注) 1. コンビニエンスストア販売額は商品販売額とサービス売上高の合計。

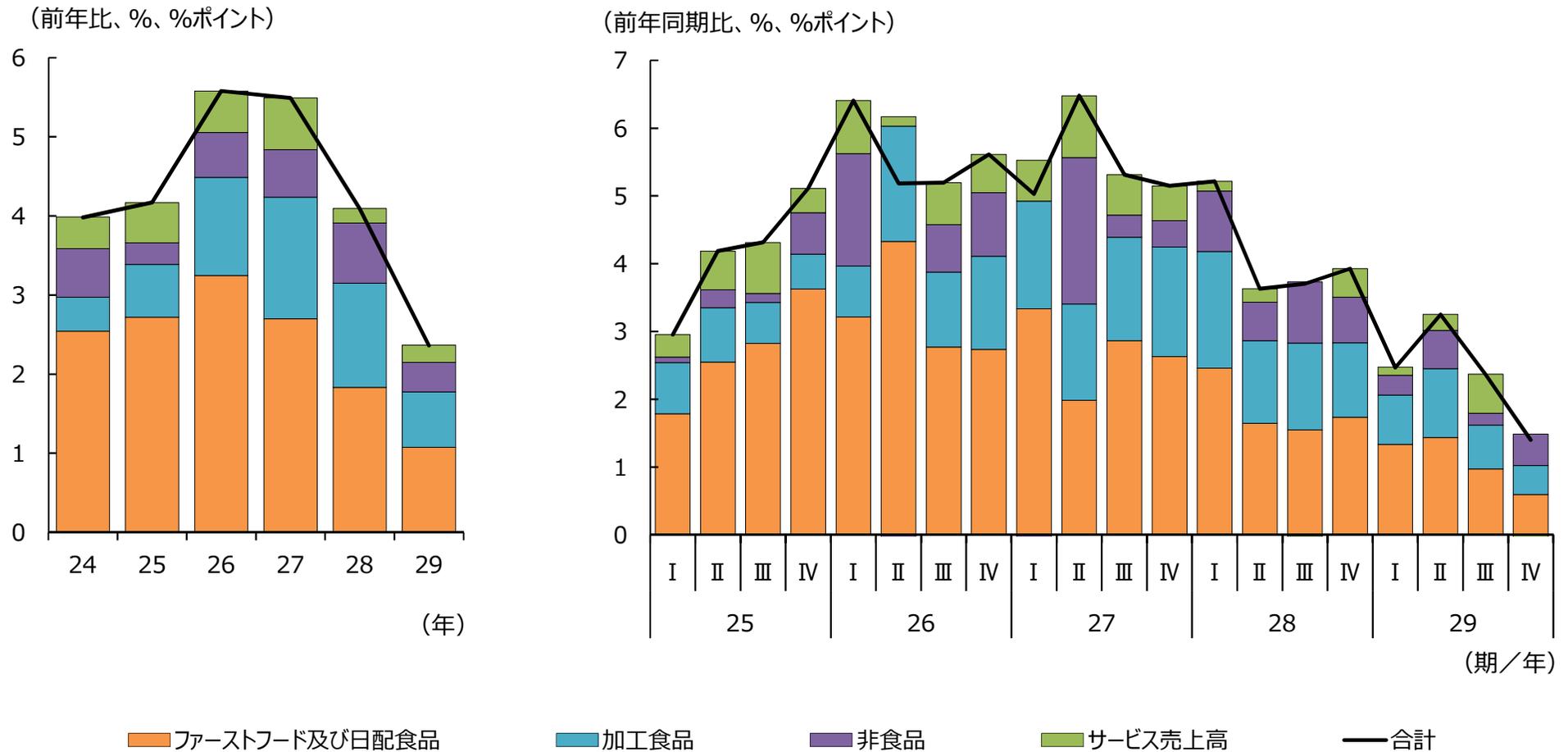
2. 平成20年に1事業所当たりの販売額が大きく伸びた背景には、たばこ自動販売機用成人識別ICカード「taspo（タスポ）」の影響により、たばこの販売が好調であったこと等がある。平成23年の伸びの背景には、たばこの値上げ（平成22年10月～）によって販売額が増加したこと、震災による被災地での需要、夏場の猛暑等がある。

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

コンビニエンスストア販売額の変動要因分解（商品別）

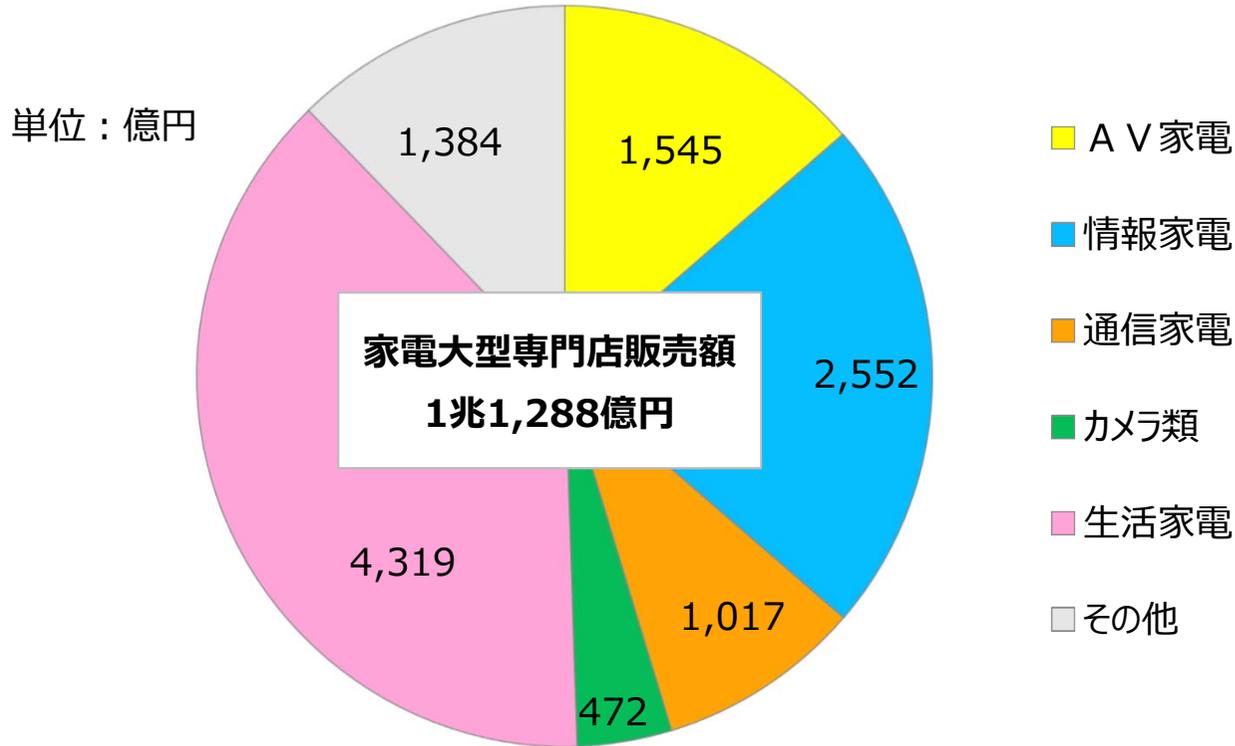
・平成29年10 - 12月期の販売額の前年同期比に対しては、ファーストフード及び日配食品の上昇寄与が0.6%ポイント、非食品が0.5%ポイント、加工食品が0.4%ポイントとなった。

コンビニエンスストア販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



(注) コンビニエンスストア販売額は商品販売額とサービス売上高の合計。
資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年10-12月期 家電大型専門店販売額の商品別内訳



商品名	内容例示
A V 家電	テレビ・プロジェクタ (CRT、液晶、PDP)、ビデオディスク、BD・DVD (再生専用、録画再生機)、BS・CS機器、ステレオ、スピーカ、AV編集機器、ラジオ・ポータブルオーディオ、GPSナビゲーション、ヘッドホン、マイクロホン、AV接続機器、電子楽器、VTR、携帯オーディオ機器、ホームオーディオ機器、メディアクリーナなど
情報家電	パソコン・パソコン周辺機器 (デスクトップ型・ノート型パソコン、タブレット端末、モニター、プリンタ等)、ゲーム関連機器、電子手帳・辞書、コピー・シュレッダーなど
通信家電	移動体通信機器 (携帯電話機、パーソナル無線、データ通信カード・端末)、電話機・FAXなど
カメラ類	ビデオカメラ・デジキ、デジタルスチルカメラ (コンパクト型、一眼レフ)、カメラアクセサリ、交換レンズなど
生活家電	家事・調理家電 (洗濯機・衣類乾燥機、ふとん乾燥機、冷蔵庫・冷凍庫、炊飯器、電子レンジ、オーブンレンジ、食器洗い機・乾燥機、電磁調理器、クッキングヒーター、ホームベーカリー、トースター、電子炊飯ジャー、ジャーポット、電気ケトル、コンロ・ガステーブル、電気プレート・鍋、ジューサー・ミキサー類、コーヒーメーカー、もちつき機、精米機、家庭用ゴミ処理機、浄水器・カートリッジ、アイロン・スポンプレッサ、クリーナ、スチーム・高圧洗浄クリーナ、掃除機等) 理美容・健康関連 (シェーバー、ドライヤー・ヘアサロン、フェイスクア器具、ボディケア器具、散髪器具、電動歯ブラシ、電気測定器具 (電子血圧計、電子体温計、電子歩数計等)、フィットネス機器、電気マッサージ器具・治療器、吸入器等) 空調・季節家電 (エアコン、冷風機・冷風扇、扇風機、換気扇、空気清浄機・除湿機・加湿器、石油暖房器具、温水ルームヒーター、電気温風機・電気ストーブ、家具類こたつ、電気カーペット、電気掛・敷毛布等)
その他	温水洗浄便座、24時間風呂、モニター付アホン、火災警報器、照明器具、電池、管球、配線器具、自然冷媒ヒートポンプ給湯器など

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

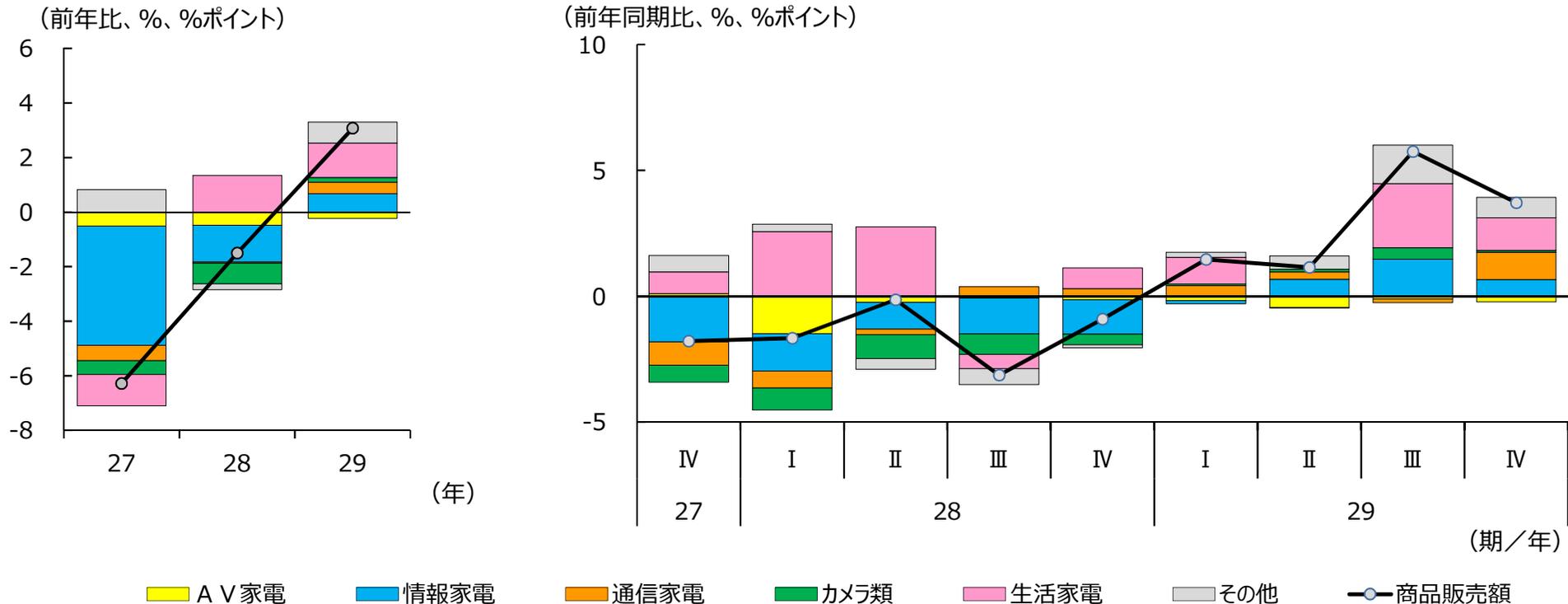
家電大型専門店販売額の商品別寄与度

- ・家電大型専門量販店の販売額は、前年同期比3.7%と4期連続の上昇。
- ・A V家電が低下となったが、生活家電、通信家電等が上昇したことにより、全体が上昇。

(単位：億円、店)

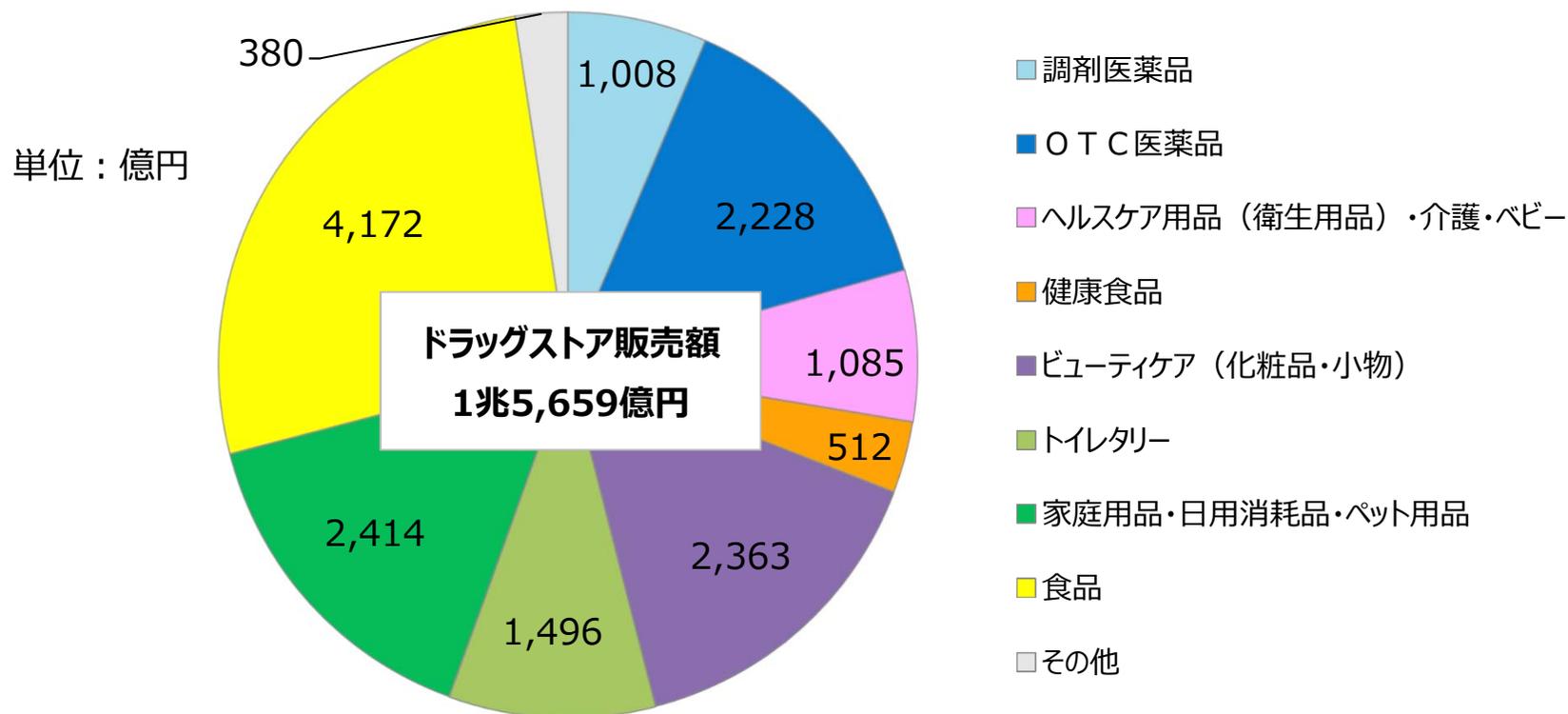
平成29年 10-12月期	合計							店舗数
		A V家電	情報家電	通信家電	カメラ類	生活家電	その他	
商品販売額	11,288	1,545	2,552	1,017	472	4,319	1,384	2,529
前年比 (%)	3.7	-1.5	2.9	13.2	1.6	3.4	6.8	2.3

家電大型専門店販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年10-12月期 ドラッグストア販売額の商品別内訳



商品名	内容例示
調剤医薬品	医師の処方箋に基づき調剤する医療用医薬品・漢方薬・生薬
OTC医薬品	医薬品（医師の処方箋によるものを除く）、漢方薬（医師の処方箋によるものを除く）、生薬（医師の処方箋によるものを除く）など 風邪薬、胃腸薬、目薬、皮膚治療薬、湿布薬、滋養強壮剤（医薬品）など
ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビー	ヘルスケア（脱脂綿、ほうち、ガーゼ類、サポータ、マスク、体温計、紙おむつ、殺虫剤（農業用、産業用は除く）、コンタクトレンズ洗浄剤・保存液、衛生用品等）、介護（大人用紙オムツ、尿取りパット、介護用品、ステッキ、介護食等）、ベビー（育児用ミルク、ベビーフード、ベビー飲料、紙オムツ、授乳用品等）
健康食品	健康食品、サプリメント、ダイエット食品等
ビューティケア（化粧品・小物）	化粧品（口紅、ファンデーション、化粧水、フレグランス、男性化粧品、浴用化粧品等）、ビューティケア小物（化粧品雑貨、化粧用ブラシ、コットン・スポンジ、つけまつげ、つけ爪、あぶらとり、ヘアブラシ等）
トイレタリー	歯みがき、歯ブラシ、シャンプー、リンス、ボディシャンプー、ヘアカラー、入浴剤、ハンドソープ、石けん（化粧、洗顔、浴用、薬用のもの）など
家庭用品・日用消耗品・ペット用品	家庭用品（バス・トイレ・キッチン用品、ファブリック、なべ、かま、キッチン用刃物、食器、卓上用品、清掃用品、包装用品、保安防災、避難用具等）、日用消耗品（住まいの洗剤、防虫剤、トイレトペーパー、芳香剤、食器洗剤、ティッシュペーパー等）、ペット・ペット用品（愛玩用・鑑賞用（動物、魚類、鳥類、爬虫類等）、愛玩用・鑑賞用飼料（ペットフード）、鑑賞魚用水槽、鳥かご、ペット用小屋（犬小屋、巣箱等）、ペット用装飾品（首輪、衣服等）、ペット用医薬品、ペット用シャンプー、ペット用リード、ペット用シート、ペット用キャリーケース等）
食品	菓子類、米、飲料、日配品、加工品、酒類、冷凍食品など
その他	温水洗浄便座、24時間風呂、モニタ付ドアホン、火災警報器、照明器具、電池、管球、配線器具、自然冷媒ヒートポンプ給湯器など

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

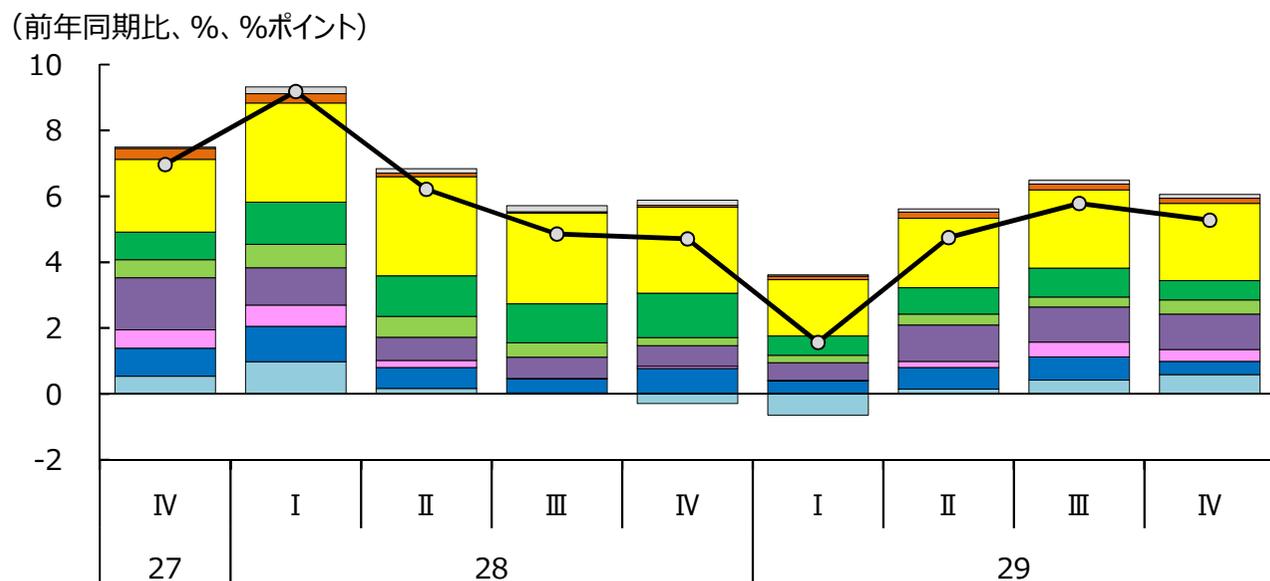
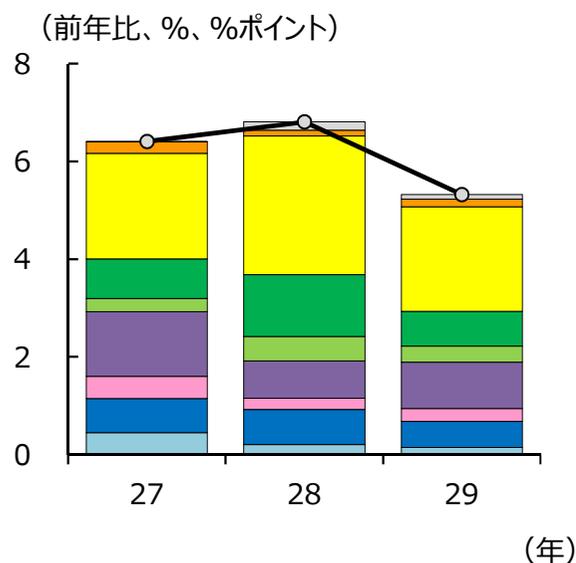
ドラッグストア販売額の商品別寄与度

- ・ドラッグストアの販売額は、前年同期比6.1%と11期連続の上昇。
- ・食品、ビューティケア（化粧品・小物）等、内訳品目全てが上昇したことにより、全体が上昇。

(単位：億円、店)

平成29年 10-12月期	合計	調剤医薬品	OTC医薬品	ヘルスクア用品 (衛生用品)・介護・ ベビー	健康食品	ビューティケア (化粧品・ 小物)	トイレタリー	家庭用品・ 日用消耗 品・ペット用 品	食品	その他	店舗数
商品販売額	15,659	1,008	2,228	1,085	512	2,363	1,496	2,414	4,172	380	14,903
前年比 (%)	6.1	9.5	2.7	5.1	4.7	7.2	4.5	3.7	9.0	5.0	5.0

ドラッグストア販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



調剤医薬品
ビューティケア (化粧品・小物)
食品
商品販売額

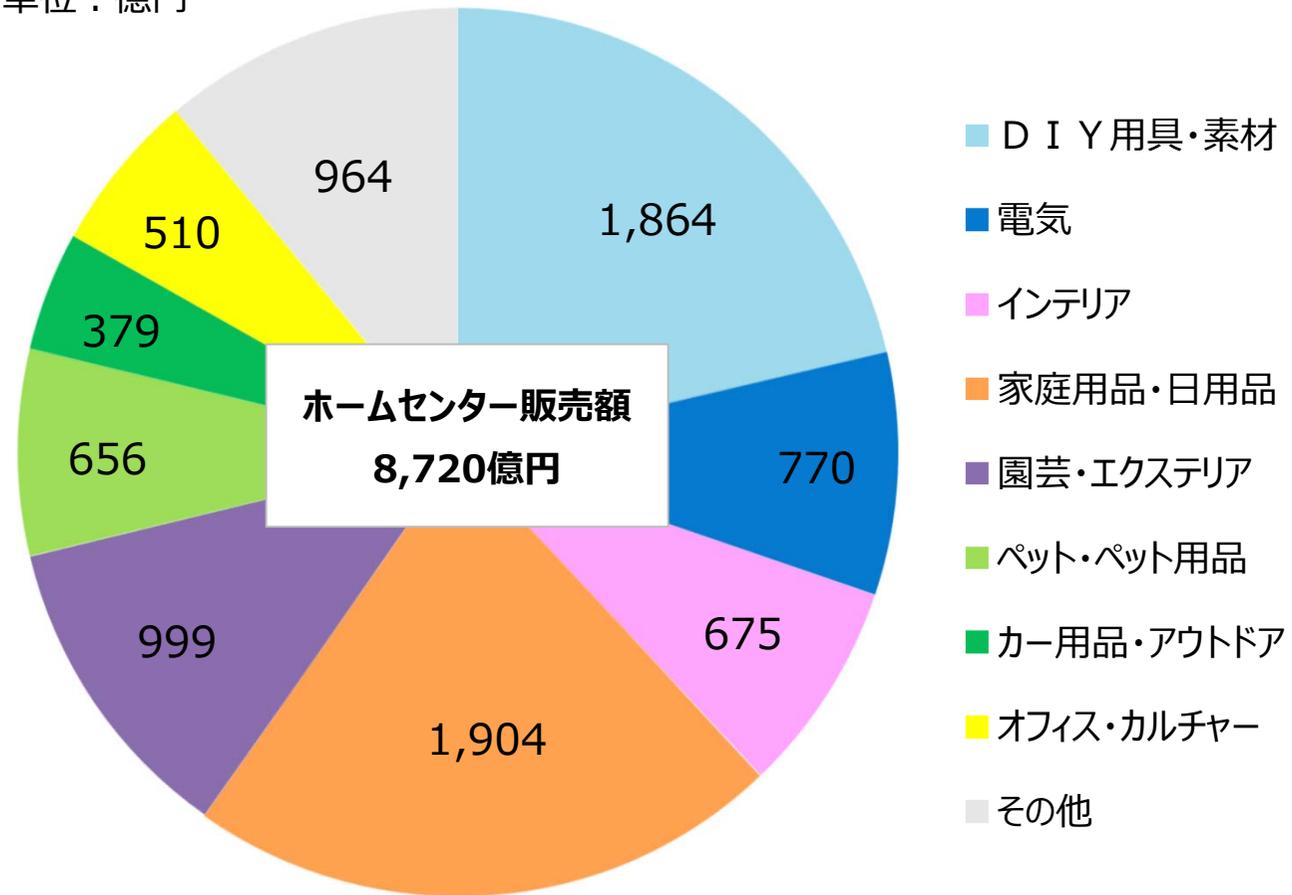
OTC医薬品
トイレタリー
健康食品

ヘルスクア用品 (衛生用品)・介護・ベビー (期/年)
家庭用品・日用消耗品・ペット用品
その他

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

平成29年10-12月期 ホームセンター販売額の商品別内訳①

単位：億円



平成29年10-12月期 ホームセンター販売額の商品別内訳②

商品名	内容例示
DIY用具・素材	<p>道具・工具（大工道具、作業工具、板金工具、測定工具、左官道具、配管工具、整備工具、工具箱、工具収納用品等）</p> <p>電動工具（電動工具(先端部品含む)、エア工具、エンジン工具・建設荷役機械、電工用具(コード・投光器等)、切削消耗品等）</p> <p>作業用品（作業着、作業靴、靴下、軍手、安全靴、エプロン等）</p> <p>建築金物（接合金物、家具建具用金物(装飾金物)、安全防犯金具、金網、針金、戸車、キャスター、消耗金具、補修部品、チェーン等）</p> <p>塗料・塗装具（ペイント、ニス、ラッカー、塗装用品、塗装機、防腐剤、防虫・防腐塗料等）</p> <p>接着剤・梱包資材（接着剤、充填材、テープ類、梱包資材、補修剤(家庭用セメント類、タイル)、ロープ類等）</p> <p>木材・建材（木材、合板、各種新建材、防音断熱材、ドア部の部材、納戸、雨樋・建具等の建材、網戸、アクリル建材、プラスチック建材、各種鋼材、スノコ、神棚、工作品、工作部材、棚受材、脚材、床材、天井材、壁装材等）</p> <p>水道・ガス・配管（水回り金具、給配水管、ガス用品、水回り補修部品等）</p> <p>住設機器・器具（浴槽、便器、便座、脱臭換気装置、システムキッチン、給湯、ガス器具、床下収納、洗面機器等）</p>
電気	<p>電気・照明（電線器具、道具および資材、アンテナ、照明器具、テープ、電池、管球、インターホン、換気扇、組立音響機材、防犯機材等）</p> <p>家電製品（テレビ、ラジオ、洗濯機、冷蔵庫、クーラー、ジャー、ポット、調理家電、電話、ファクシミリ、ワープロ、理美容用品、時計、電卓、CDプレーヤー・カメラ・ビデオデッキ等）</p>
インテリア	<p>インテリア（各種内装仕上材(天井、壁面、床面)、壁紙、カーテン、ブラインド、カーペット、人工芝、各種間仕切、障子、ふすま、ルームアクセサリ、テーブルクロス、座椅子、イ草、籐、竹製品等）、</p> <p>家具・収納用品（組立て家具、椅子、机、ラック、押入・キッチン収納などの収納用品等）</p>
家庭用品・日用品	<p>家庭用品（バス・トイレ・キッチン用品、ファブリック、なべ、かま、キッチン用刃物、食器、卓上用品、清掃用品、包装用品、保安防災、避難用具等）</p> <p>日用消耗品（住まいの洗剤、防虫剤、トイレトーパー、芳香剤、食器洗剤、洗たく洗剤、シャンプー、衛生用品、小間物、化粧品、ティッシュペーパー等）</p>
園芸・エクステリア	<p>エクステリア（門扉、フェンス、カーポート、バルコニー、脚立兼用梯子、二連梯子、脚立、雨水・給排水用品、台車、外構資材、テラス、ガーデン用品(焼却炉、竹ホーキ等)、ガーデンファニチャー、物干し竿、物置、ハウス、コンクリート製品、天然石、砂利等）、</p> <p>園芸生物（生もの、種苗、球根、観葉植物、草花、草花苗、野菜苗、苗木、庭木、植木等）、</p> <p>園芸用品（肥料、用土、農薬、土農工具、園芸資材、散水用品、ガーデン機器、鉢容器、温室、園芸工具等）</p>
ペット・ペット用品	<p>ペット用品およびペットフード、生体(犬、猫、鳥、観賞魚、昆虫等)など</p>
カー用品・アウトドア	<p>カー用品（車のメンテナンス用品用材、オイル、タイヤ、ホイール、カーAV、ナビゲーター、カーアクセサリ、電装機器、カーエアコン、バイク用品、各種部品および用品等）</p> <p>自転車、関連パーツ・用品、子供乗物、ベビーカー等、</p> <p>レジャー・スポーツ（運動用具用品、健康維持増進器具、介護用品、アウトドア用品、キャンプ用品、レジャー用品、ビーチ用品等）</p>
オフィス・カルチャー	<p>教養・娯楽（ホビー・クラフト用品、玩具、各種文具、書籍、CD・テープ・ビデオの各ソフト等）、事務用品</p>
その他	<p>衣料品、食品、飲料、酒類、薬品、灯油、タバコなどの売上</p> <p>※ただし、増改築・リフォーム等（増改築・設計、施工、各種取次ぎ業務）、その他のサービス業務（配送、レンタル、スペアキー等）、遊戯施設などのサービス部門での売上げを除く</p>

資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

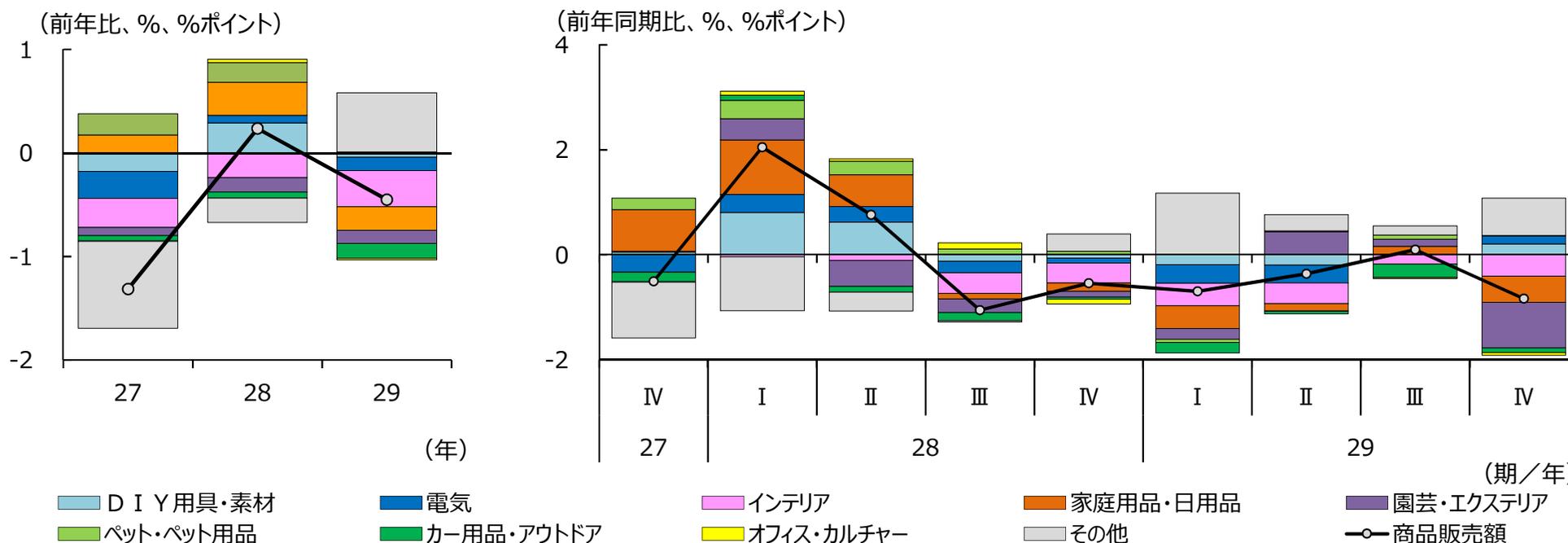
ホームセンター販売額の商品別寄与度

- ・ホームセンターの販売額は、前年同期比-0.8%と2期ぶりの低下。
- ・衣料品、食品などを含む「その他」が上昇となったが、「園芸・エクステリア」、「家庭用品・日用品」等が低下したことにより、全体が低下。

(単位：億円、店)

平成29年 10-12月期	合計	DIY 用具・素材	電気	インテリア	家庭用品・ 日用品	園芸・ エクステリア	ペット・ ペット用品	カー用品・ アウトドア	オフィス・ カルチャー	その他	店舗数
商品販売額	8,720	1,864	770	675	1,904	999	656	379	510	964	4,304
前年比 (%)	-0.8	1.0	1.7	-5.0	-2.3	-7.1	0.1	-2.1	-0.8	7.0	0.7

ホームセンター販売額の伸び率、商品別寄与度の推移

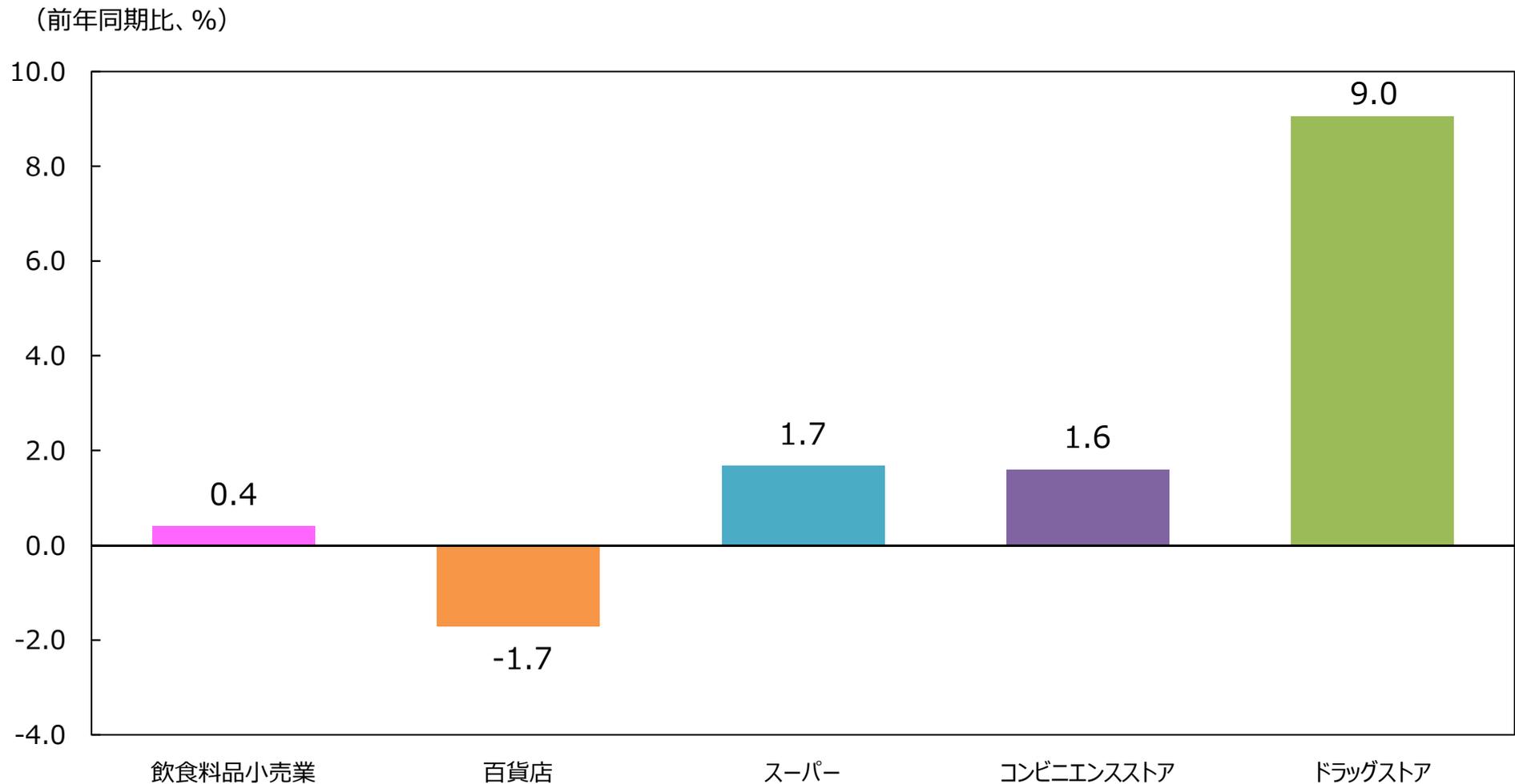


資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

業態別の飲食料品販売額増加率（トピック）

- ・流通経路が多様化となっている飲食料品の業態別販売額の前年同期比を比較。
- ・ドラッグストアは前年同期比9.0%上昇と大きく伸び、スーパーは同1.7%、コンビニエンスストアは同1.6%と上昇。一方、百貨店の飲食料品販売額は、同-1.7%低下。

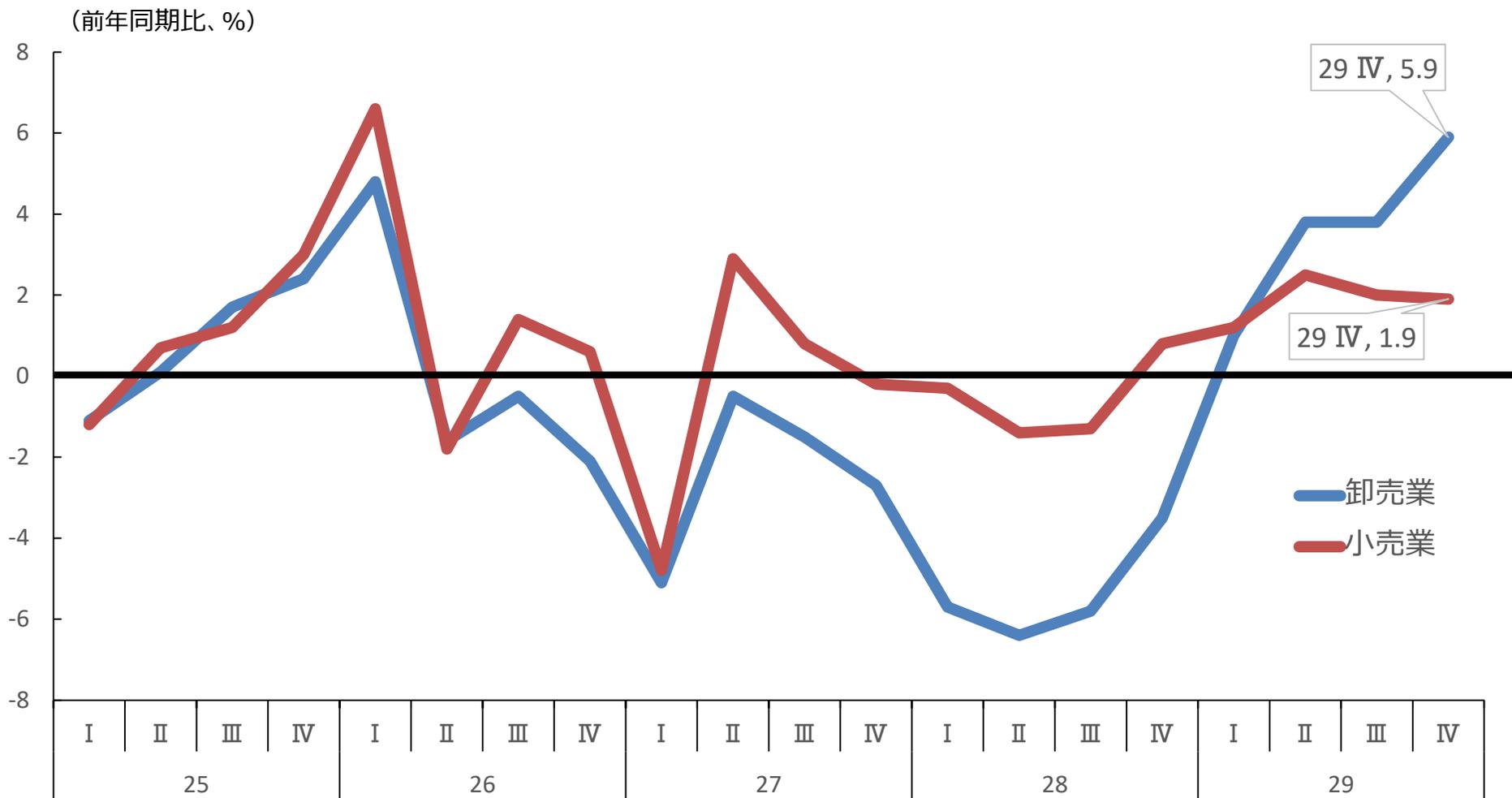
平成29年10-12月期の飲食料品販売額の業態別増加率



資料：経済産業省「商業動態統計」から作成。

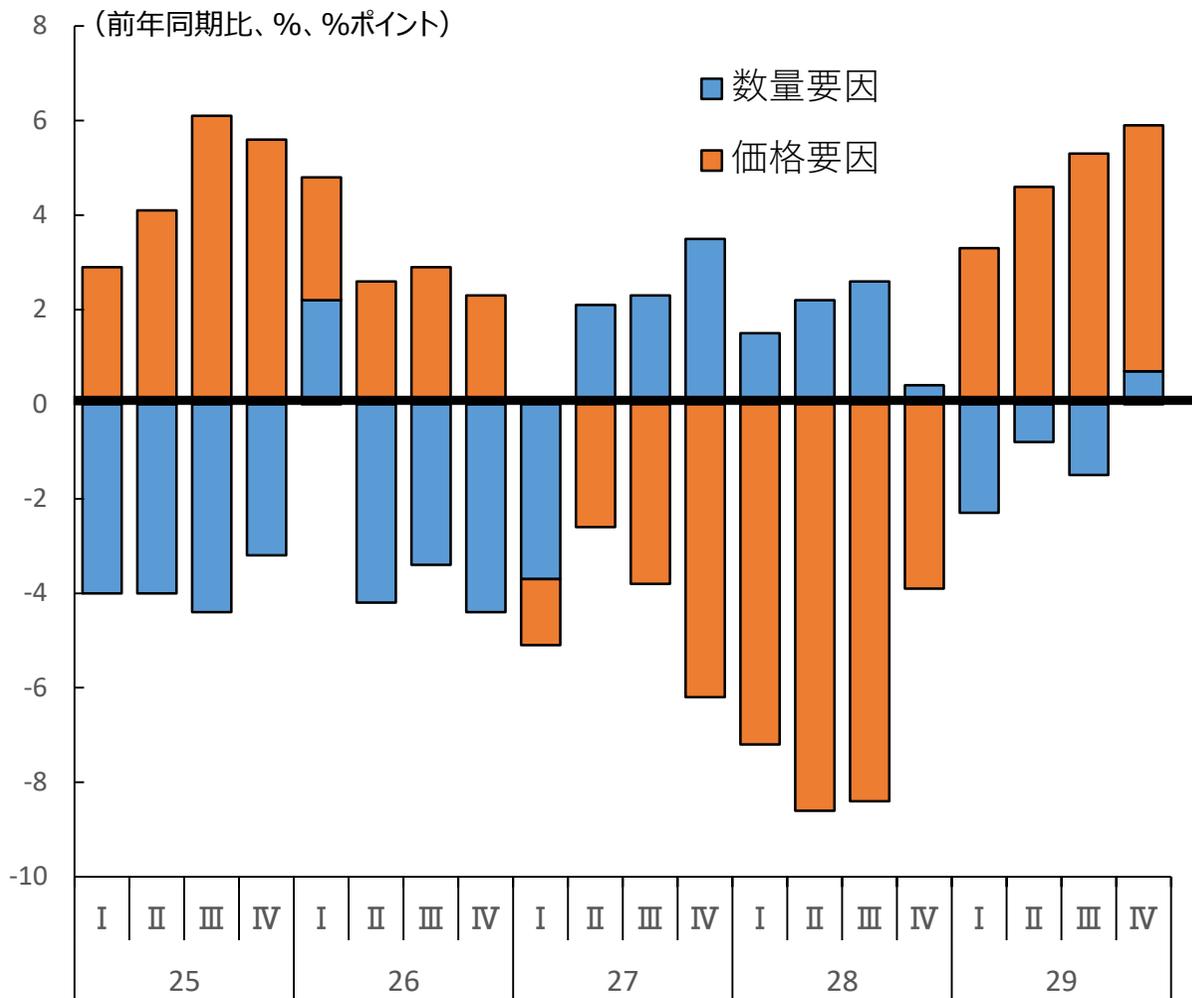
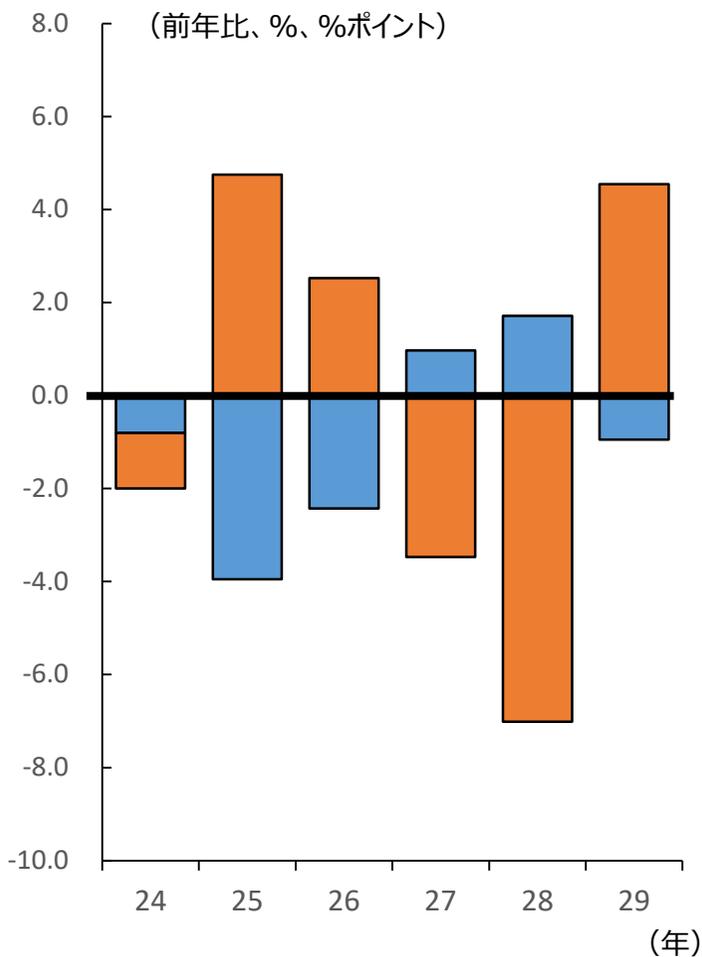
卸売・小売業販売額の前年同期比の変化

卸売業の前年同期比は、小売業を下回っていたが、平成29年に入って、卸売業の前年同期比が上回るようになってきている。期を追うごとに卸売業の勢いが拡大。



卸売業販売額 前年同期比の数量／価格要因への分解

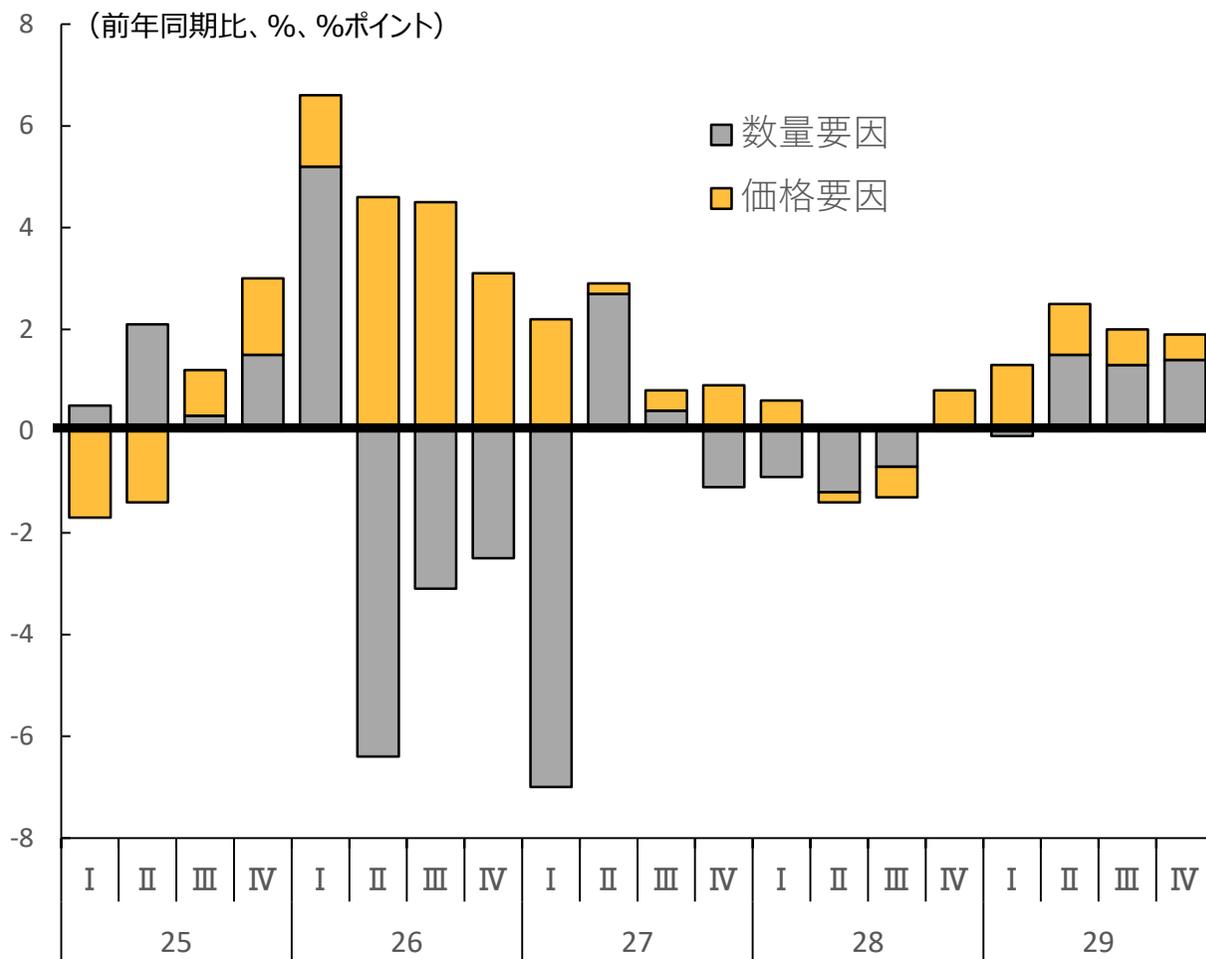
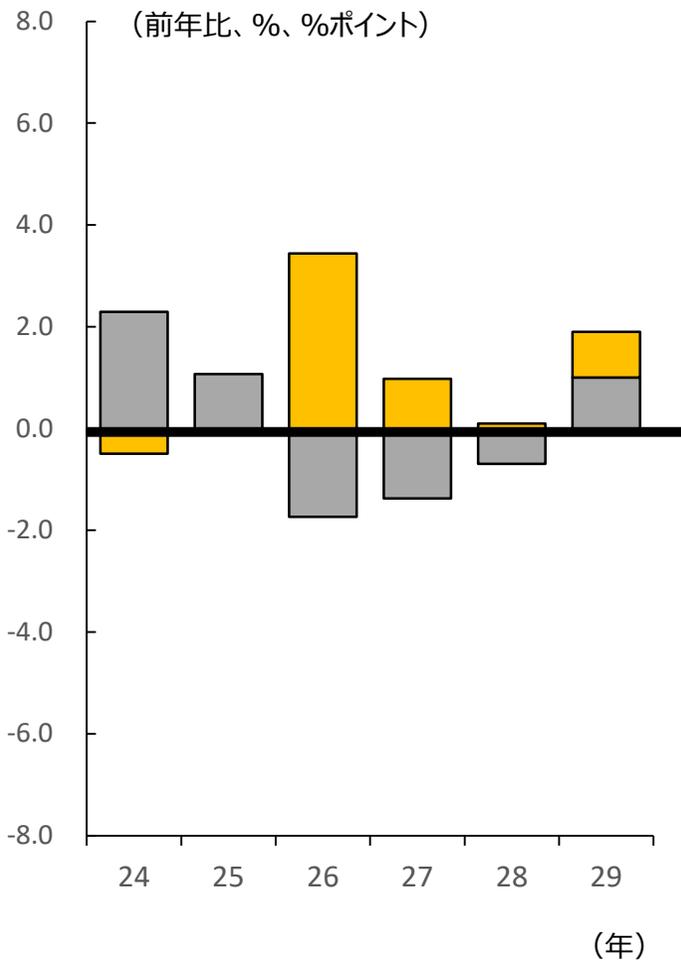
卸売業の前年同期比を数量要因（実質）と価格要因に分けてみると、平成29年は主に価格要因で、販売額が上昇していたことが分かる。むしろ、数量要因はマイナス。



資料：経済産業省「商業動態統計」、第3次産業活動指数から作成。

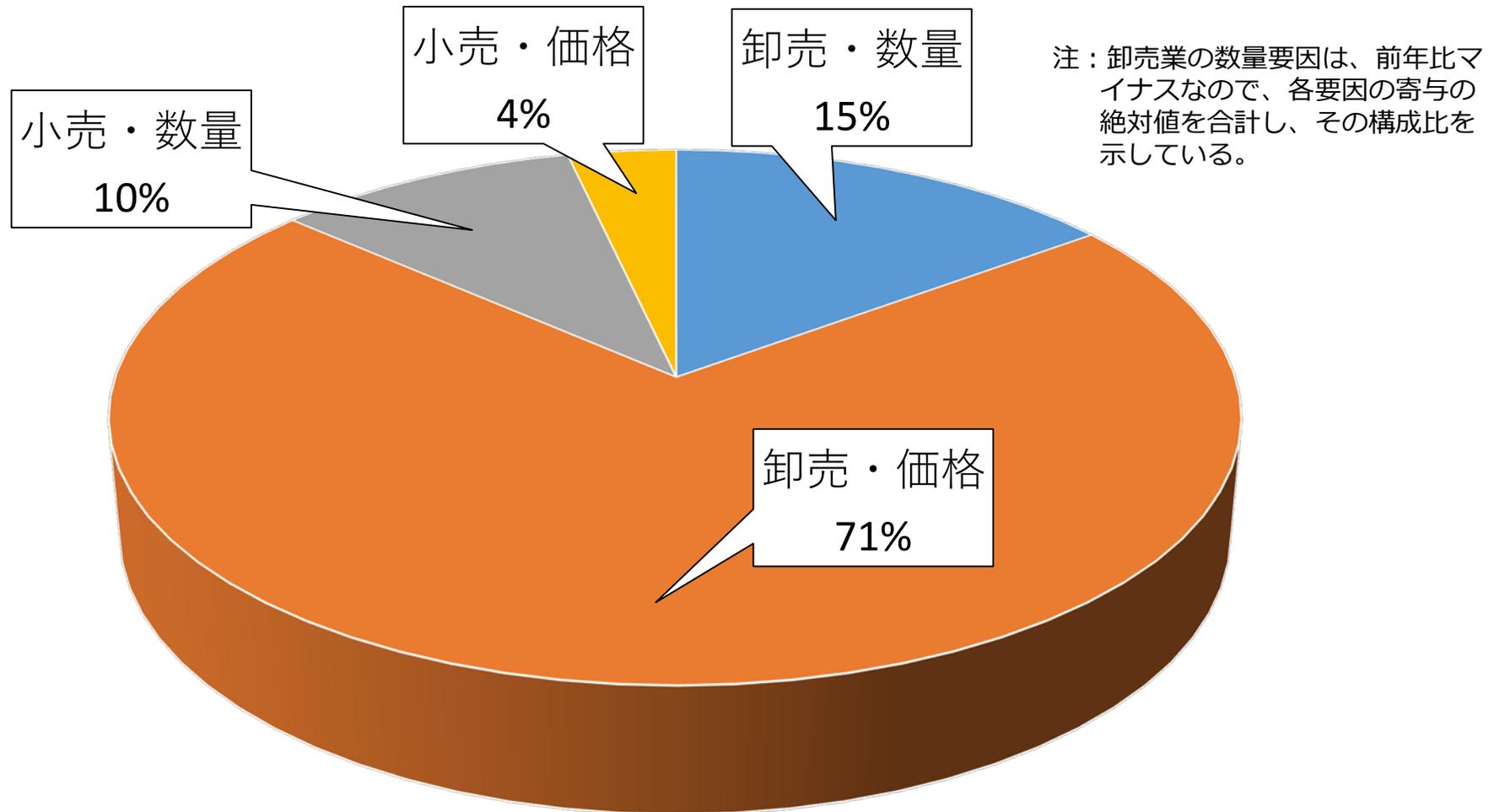
小売業販売額 前年同期比の数量／価格要因への分解

小売業の前年同期比を数量要因（実質）と価格要因に分けてみると、平成29年は両要因ともプラスだが、数量要因の上昇寄与の方が大きく、卸売業と様相が異なる。



2017年商業販売額前年比の要因分解（寄与構成比）

商売業販売額全体の前年比3.1%上昇を、卸・小売業それぞれの価格/数量要因に分けると、3分の2以上の寄与が、卸売業の価格要因となっている。



こちら是非御覧下さい！

◎ 三 **経済分析**：色々なテーマあります



ぜひお手持ちの電話で
QRコードを読み取って
下さい！！

【問合せ先】

ご不明な点はコチラにお問合せください。

経済産業省 大臣官房 調査統計グループ 経済解析室

電話：03-3501-1644（直通）

FAX：03-3501-7775

E-MAIL：qqcebc@meti.go.jp