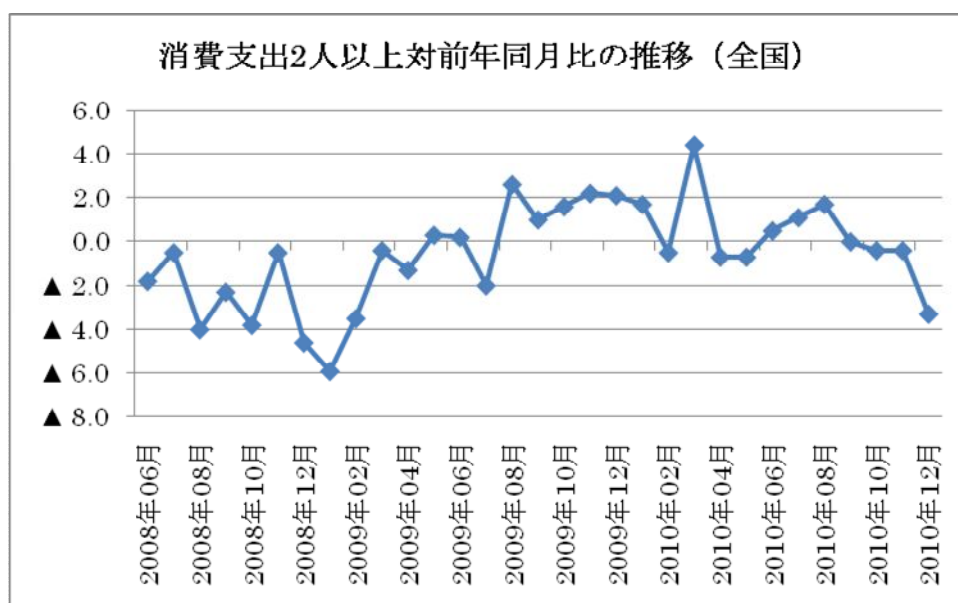
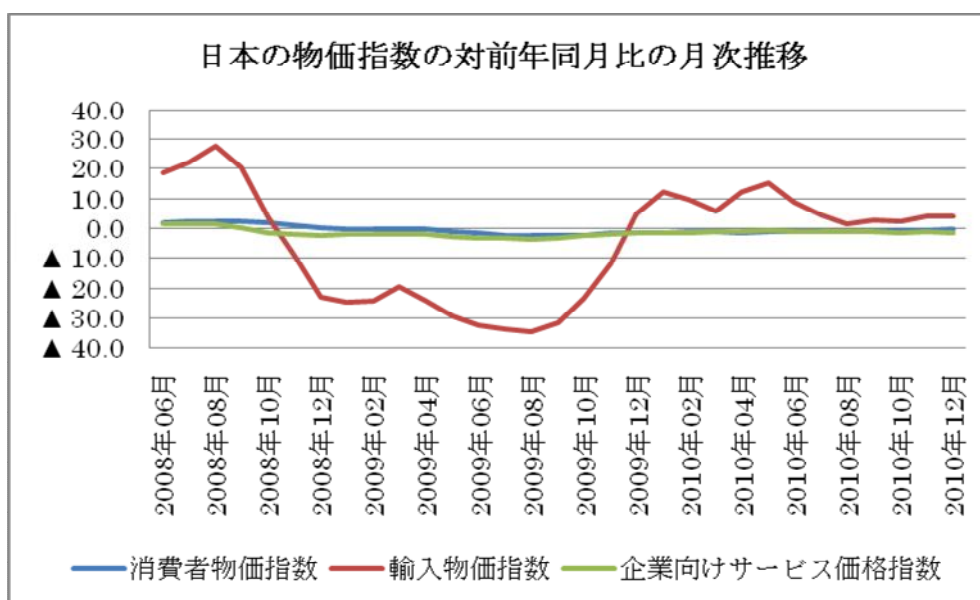


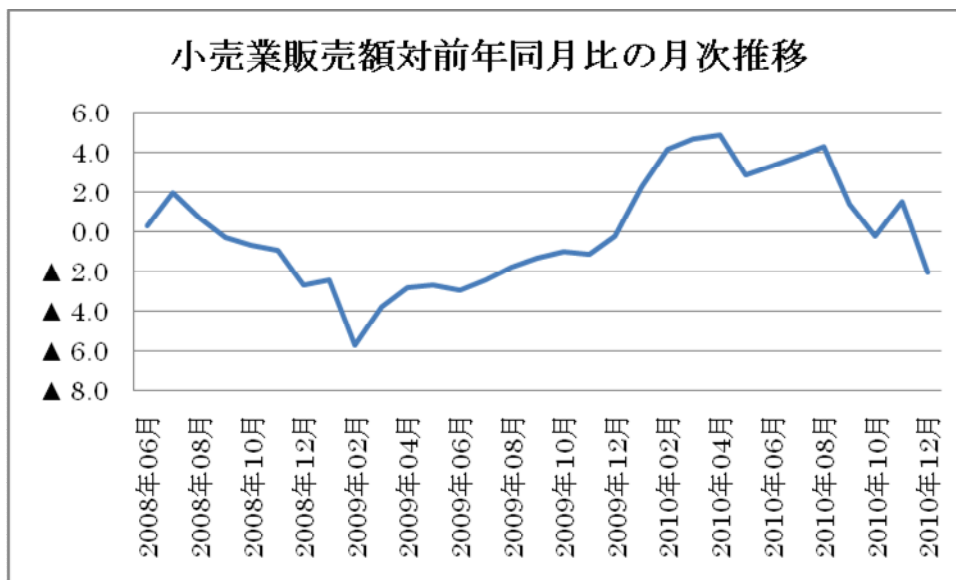
3. 物価及び消費動向に関する指標



総務省が全国約 8,000 世帯を対象に行なっている調査です。これを見る限り対前年同月比では上下動を繰り返しながら 2010 年 3 月をピークに上昇していましたが再び上下動をしながら現在は下降局面に向かっており、家計の消費支出が減っている状況がわかります。

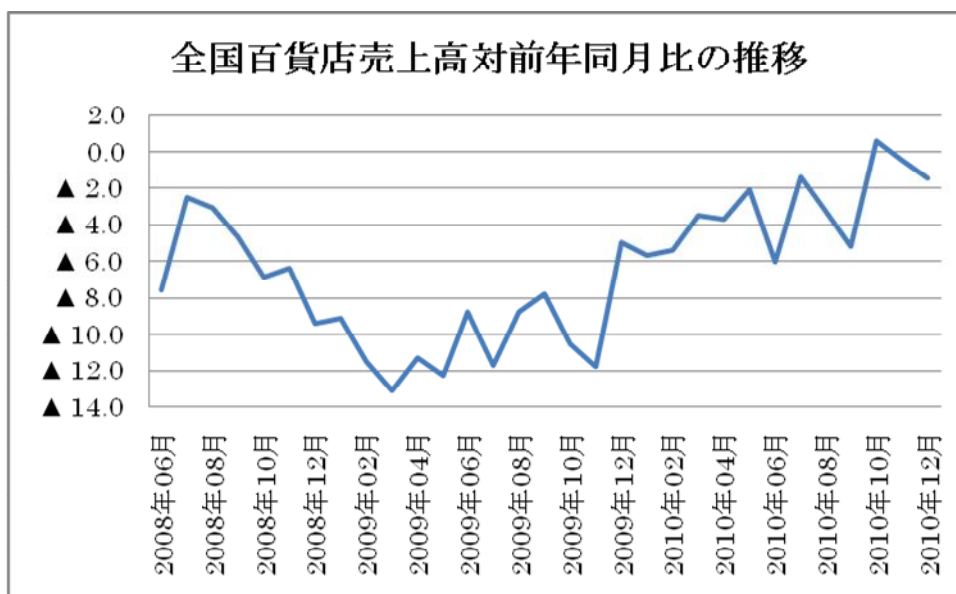


消費者物価指数と企業向けサービス価格指数は停滞している状況が続いています。輸入物価指数は為替の変動と資源インフレにより振れ幅が大きくなっています。今後は円高が継続した場合でも資源インフレによる資源価格の上昇を円高メリットで吸収しきれなくなる可能性もあります。



小売業販売額はスーパーやチェーンストア、百貨店も含めた小売店の売れ行きを示す指標で、「消費者支出 2 人以上世帯」とも密接に関連しています。

2010 年 4 月をピークに上昇率が低下し、2010 年 12 月にはマイナスに転じています。



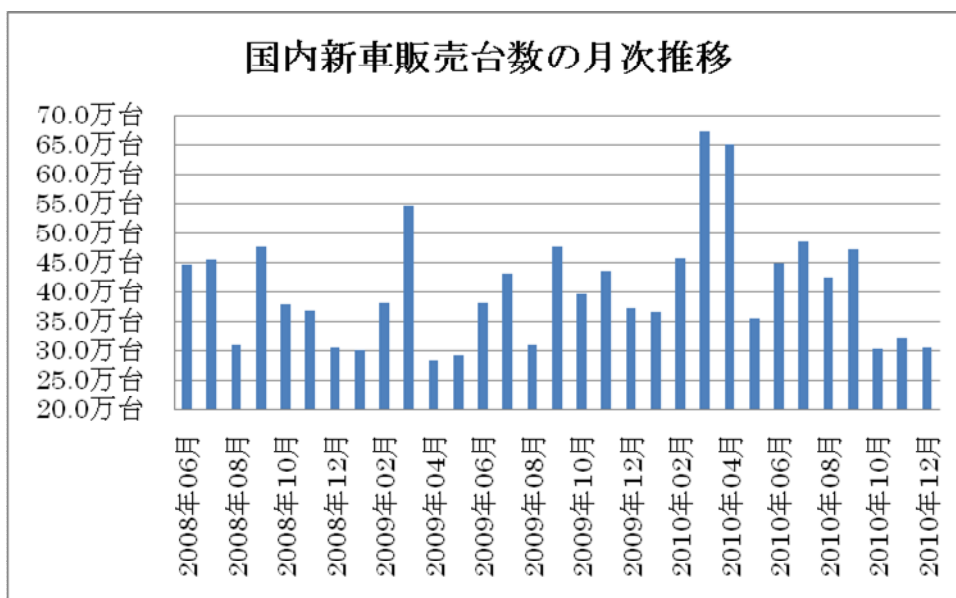
全国百貨店売上高は贅沢品の売れ行きを示す指標として用いられています。ディスカウント店、家電メーカー、紳士服店等の大型店舗の進出やネットによる通信販売等が大きくシェアを伸ばしているため、以前のように消費全般を判断する材料にはならなくなったためです。

対前年同月比の下落率は減少していますが、売上高は長期にわたって減少し続けています。



旅行取扱状況は国土交通省が主要な旅行業者 50 社の取扱金額を集計している数字です。国内旅行並びに海外旅行の両方が含まれています。2009 年 6 月を底に下落率が縮小し、円高の影響も受け、2010 年 6 月まで上昇を続け今は一進一退の状況です。

2010 年 9 月の落ち込みが激しいのは 2009 年 9 月に祝日が重なり大型連休となった事による反動減と思われます。



国内新車販売台数はエコカー補助金の打ち切りにより落ち込みが激しくなっています。但し、景気の持ち直しと高級外車勢の相次ぐ新車発表攻勢により、BMW やアウディ、ベンツと言った欧州車の一部は好調な売れ行きとなっています。