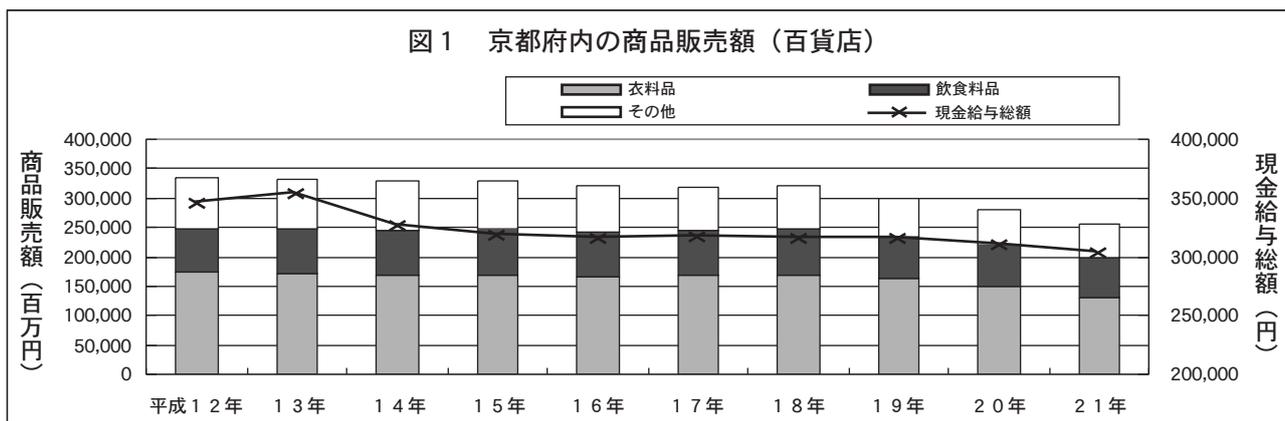


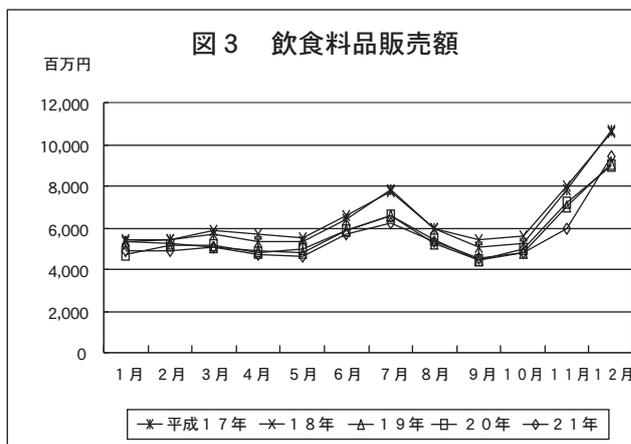
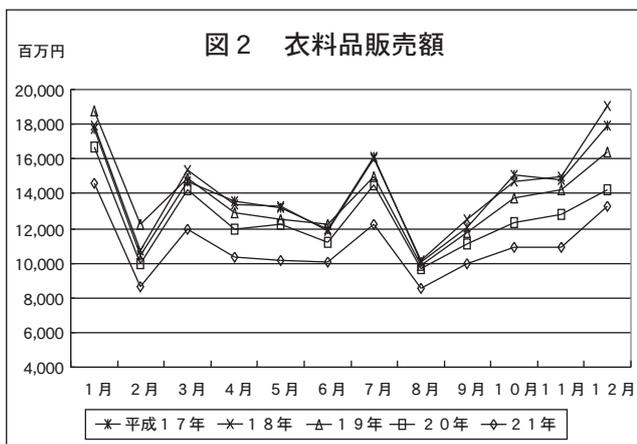
商品販売額（百貨店）の特徴について

今年も、冬のクリアランスセールがスタートし、どの百貨店でも、買い物客で賑わっています。しかし、京都府内の百貨店での商品販売額の10年間（H12～H21）の推移をみますと、労働者の給与総額が減少するなか、平成12年をピークに、減少傾向にあります。それに沿う形で衣料品も減少しています。（図1）



資料：「商業動態統計調査」経済産業省、「京都府統計書」

それでは、商品販売額のうち大きなウエイトを占めている衣料品は、月ごとにどんな特徴があるのでしょうか？平成17年から21年の5年間に共通していえるのは、1月、12月、そして7月の方が販売額が高く、クリアランスセールのあった月だったことが伺えます。（図2）



資料：「商業動態統計調査」経済産業省

次に、飲食料品を見てみましょう。

図3を見れば、7月と12月に集中していることから、おそらく、お中元とお歳暮の買い出しと思われる。

今後の、商品販売額の動向はつかめませんが、このデータを見る限り、商品ごとの特徴は、あまり変わらないのであろうと思います。

□

□ ※クリアランスセールとは…在庫品一掃の大売り出しのことです。