

テーマ：百貨店売上高（2009年10月）
～台風の影響もありマイナス幅は拡大～

発表日：2009年11月19日（木）

第一生命経済研究所 経済調査部
エコノミスト 中本 泰輔
TEL:03-5221-4789

○ 百貨店売上高は前年比▲10.5%

本日発表された10月の百貨店売上高（全国）は前年比▲10.5%（店舗調整後）と、シルバーウィークの効果などで売上を伸ばした9月（同▲7.8%）からマイナス幅が大きく拡大した。10月は、台風の上陸や寒暖を繰り返す不安定な天候などの影響から冬物商材の動きが鈍かったことが、売上の減少に繋がったと考えられる。なお、日本百貨店協会によれば、台風上陸の該当地区（関東・中部・東北）では、2%程度の売り上げが押下げられたとのことである。百貨店売上高は上記3地区で約6割を占めており、台風上陸の影響が小さくないことには注意が必要である。

商品別にみると、衣料品が前年比▲13.6%（9月：同▲10.5%）、身のまわり品が同▲13.3%（9月：同▲9.2%）、雑貨が同▲8.9%（9月：同▲9.0%）、家庭用品が同▲9.4%（9月：同▲7.6%）、食料品が同▲5.4%（9月：同▲2.5%）となり、雑貨を除く4品目で前年比のマイナス幅が拡大した。雇用・所得環境の悪化を背景とした消費者の節約・低価格志向が続いており、衣料品や家具などの不要不急の商品や、美術・宝飾・貴金属などの高額商品を中心として売上を落とす状況が続いている。一方で、百貨店売上高に与える影響は小さいものの、家電は同+11.3%と底堅く推移した。5月に開始されたエコポイント制度による家電売上の押し上げ効果が続いているものと思われる。

7-9月期のGDPの個人消費は、消費者マインドの改善や経済対策効果、シルバーウィーク効果などを背景として、2四半期連続で前期比プラスとなった。ただし、足元では、消費者態度指数や景気ウォッチャー調査の家計動向関連の現状判断DIをみると、このところ上昇が一服していること、消費動向調査の「耐久消費財の買い時判断DI」の改善が頭打ちとなっていることから、経済対策による追加的な消費の押し上げは弱まってくると見込まれること、冬のボーナスの大幅減が予想されていることなど、懸念材料も散見される。百貨店売上高は個人消費の一部に過ぎないが、上記の懸念材料や台風の上陸などと合わせて考えると、10月の個人消費は抑制された可能性が高そうだ。

○ 百貨店売上高の改善には時間がかかる見込み

百貨店売上高の先行きについて、政府による「子ども手当」の支給をはじめとする所得移転政策など、可処分所得を押し上げる要因はあるものの、雇用・所得環境の改善は当面見込みがたく、消費者の節約・低価格志向は続くものと思われる。とりわけ、百貨店は高額商品の取り扱いが多く、節約・低価格志向の強まりによる影響を強く受けることから、百貨店売上高が改善に転じるには、かなりの時間がかかるだろう。

