

テーマ：百貨店売上高（2009年12月）

発表日：2010年1月22日（金）

～セールの前倒しなどの影響もあってマイナス幅縮小～

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▲5.0%

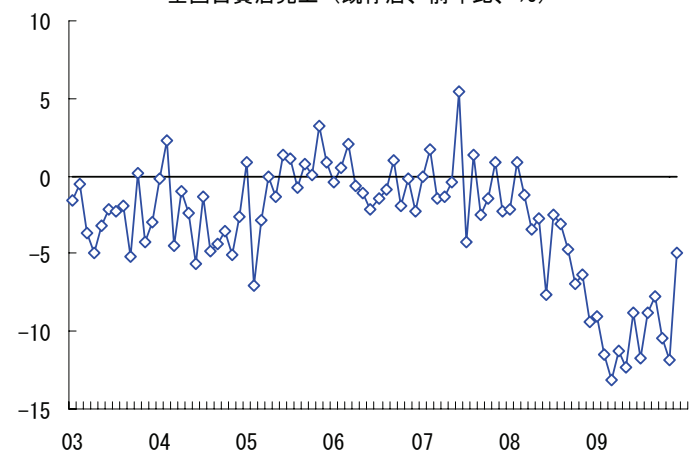
本日発表された12月の百貨店売上高（全国）は前年比▲5.0%（店舗調整後）と、11月の同▲11.8%からマイナス幅が大きく縮小し、前月比でも明確に改善した。もっとも、今月の改善は、一部店舗でセールの前倒しが行われたことによって、売上が押し上げられた影響が大きいと考えられる。また、2015年から義務化される国際会計基準に対応させるために、一部店舗において従来は11月に計上していた歳暮やおせちの事前販売分の売上高を12月に変更したことが影響している可能性もある。このことから、12月の結果をもって百貨店売上高が下げ止まったと判断することは早計である。

商品別にみると、衣料品が前年比▲6.8%（11月：同▲15.6%）、身の回り品が同▲7.5%（11月：同▲12.4%）、雑貨が同▲5.3%（11月：同▲8.6%）、家庭用品が同▲5.0%（11月：同▲10.3%）、食料品が同▲2.7%（11月：同▲9.4%）といずれの商品もマイナス幅が縮小した。衣料品は12月中旬以降に気温が低下したことから重衣料に動きが見られたことに加えて、クリアランスセールの前倒しの影響によって前年比のマイナス幅が縮小したほか、食料品も消費者の巣ごもり傾向から、おせちやクリスマスケーキの売れ行きが好調であったことからマイナス幅が縮小した。

## ○ 先行き個人消費は抑制される可能性が高い

底堅い推移が続く個人消費であるが、消費者態度指数は2ヶ月連続で悪化するなど、懸念材料も出始めている。新車販売台数が依然好調に推移していることから考えると、経済対策による個人消費の押し上げ効果は依然持続しているものと思われるが、先行きについては、押し上げ効果が弱まってくると考えられる。加えて、厳しい雇用・所得環境から消費者の節約・低価格志向が続くこと、物価下落期待による買い控えが起こる可能性があることなどから、先行き、個人消費は抑制されていく可能性が高そうだ。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、百貨店売上高は当面弱含みの推移が続くと思われる。

全国百貨店売上（既存店、前年比、%）



(出所)日本百貨店協会「全国百貨店売上高」