

テーマ：百貨店売上高（2010年2月）
～3ヶ月連続で前年比▲5%台で推移～

発表日：2010年3月19日（金）

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▲5.4%

本日発表された2月の百貨店売上高（全国）は前年比▲5.4%（店舗調整後）となった。百貨店売上高は09年11月まで前年比で▲10%前後の推移が続いていたが、12月は同▲5.0%、1月は同▲5.7%とマイナス幅は縮小傾向にある。依然として減少基調にあることには変化はないものの、減少ペースはややマイルドなものになってきている。日本百貨店協会の発表によれば、2月は、月後半の気温上昇に伴って春物商材の需要が回復したこと、景気対策効果や企業収益改善による株価の安定などから、不振を続けていた高額商材が緩やかに持ち直していること、文化催事・物産展などの集客施策が好調に推移したこと、春節休暇による訪日外国人の入店が急伸し外国人による売上が倍増（前年比+120.5%/調査対象41店舗）したこと、などが売上のプラス要素として挙げられていた。

商品別にみると、衣料品が前年比▲6.7%（1月：同▲8.5%）とマイナス幅が縮小した一方で、身の回り品が同▲5.3%（1月：同▲4.3%）、雑貨が同▲5.5%（1月：同▲2.7%）、家庭用品が同▲5.4%（1月：同▲4.1%）、食料品が同▲3.4%（1月：同▲3.0%）とマイナス幅が拡大した。

○ 先行き、経済対策による個人消費の押し上げ効果は弱まってくる可能性が高い

個人消費を取り巻く環境をみると、消費者マインドを示す消費者態度指数は2ヶ月連続で持ち直し、雇用・所得環境は最悪期を脱した感がある。もっとも、これまで個人消費を押し上げてきた経済対策効果については、①消費者態度指数の「耐久消費財の買い時判断」の改善は一巡しており、足元で横ばい圏内での推移が続いていること、②乗用車販売は、1、2月に2ヶ月連続で前年比の増加幅が縮小していることに加え、季節調整値でみると2月は前月比マイナスになるなど、頭打ち感が出始めていること、③家計調査において、教養娯楽用耐久財の前年比伸び率が2ヶ月連続で縮小するなど、エコポイント制度の効果についても一巡し始めている可能性があることなど、懸念材料も増えている。こうしたことから、先行きは、さすがに経済対策による追加的な押し上げ効果は弱まってくるものと思われる。経済対策効果という力強い牽引役が剥落することによって、個人消費は先行き伸び率が鈍化すると予想している。

