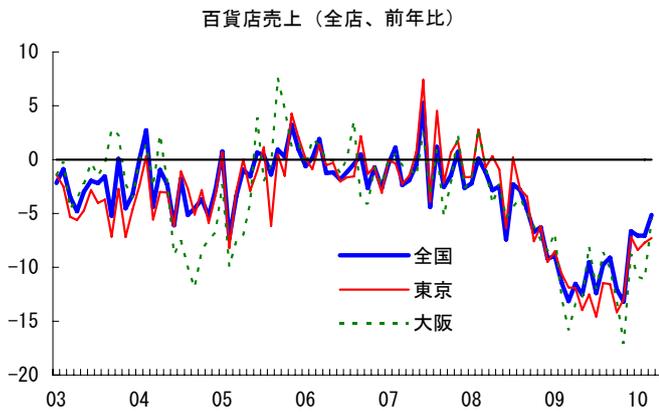


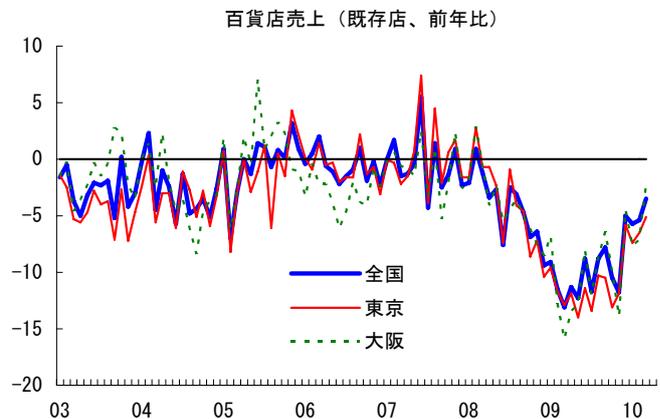
テーマ：百貨店売上高（2010年3月）  
～底入れの兆しが見えつつある～

発表日：2010年4月19日（月）

第一生命経済研究所 経済調査部  
エコノミスト 岩田 陽之助  
TEL:03-5221-4525



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」

## ○ 百貨店売上高は前年比▲3.5%

本日発表された3月の百貨店売上高（全国）は前年比▲3.5%（店舗調整後）となり、2ヵ月連続で前年比のマイナス幅を縮小させた。①3月下旬に天候が悪化したこと、②前年比較で日曜日が1日減であったことなどのマイナス要因がある中での改善となっており、比較的強めの結果といえるだろう。悪化が続いていた百貨店の販売環境にも、徐々に底入れの兆しが見えつつある。

日本百貨店協会によれば、全体のマイナス幅が小幅にとどまった理由として、①ブライダルや新生活需要を背景に家庭用品が28ヶ月ぶりに前年比プラスとなったこと、②ホワイトデー商戦がバレンタインと同様に堅調であったこと、③増床・リニューアルを実施した店舗が大きく売上を伸ばしたこと、④物産展等の商品催事や文化催事が好評で集客に寄与したことなどが指摘されている。

商品別に見ても、前月に比して持ち直している品目が多い。衣料品が前年比▲5.0%（2月：同▲6.7%）、食料品が同▲2.1%（2月：同▲3.4%）、身の回り品が同▲3.3%（2月：同▲5.3%）、雑貨が同▲3.2%（2月：同▲5.5%）、とマイナス幅を縮小させたほか、家庭用品は同+0.9%（2月：同▲5.4%）とプラスに転じた。

日本百貨店協会によると、3月の売上の特徴として、衣料品や宝飾品・輸入雑貨などの高額品が動き始めていることが挙げられている。株価上昇によって、特に富裕層のマインドが改善しており、高額品が持ち直しているようだ。東京地区の「3月売上の特徴」においても、株高による資産効果から、富裕層が高級時計などを購入しているとの指摘がなされている。実際、過去の日経平均と高額消費の動きを見ても両者の連動性は高く、上記の結果と整合的である（右図参照）。



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」、日本経済新聞社「日本経済新聞」  
※(美術・宝飾・貴金属は店舗調整前)

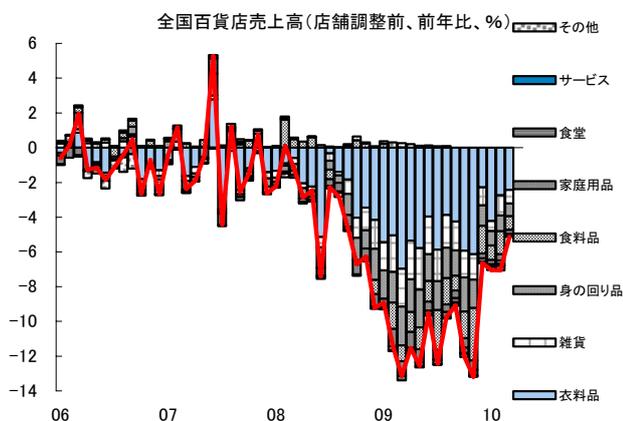
また、その他注目される点としては、家庭用品が28ヶ月ぶりに前年比でプラスに転じたことが挙げられる。長引く節約生活に疲れを感じ、不要不急の商品にも購買意欲の回復が見られつつあるようだ。

### ○1-3月期の個人消費は引き続き高い伸びを示す可能性

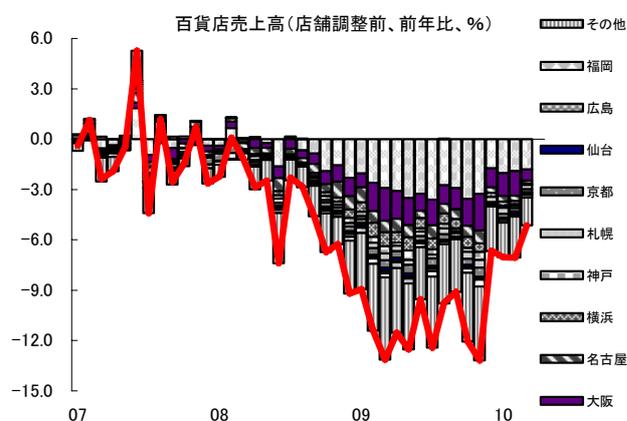
以上の通り、個人消費には徐々に明るさが見られ始めている。百貨店販売は個人消費のごく一部に過ぎず、これをもって消費全体を語ることは慎むべきではあるが、良いニュースであることは間違いない。他の統計を見ても、景気ウォッチャー調査などにおいて、家計関連で明るいコメントが見られ始めており、個人消費関連指標は回復傾向が続いているものが多い。従前の予想では1-3月期の個人消費は、厳しい雇用環境が続く中、対策効果が剥落することで、大きく減速するとの見方も多かったが、個人消費が1-3月期も高い伸びを示す可能性は徐々に高まっている。

### ○個人消費が景気の牽引役となることは期待したい

このように、個人消費は当初予想されていたよりも堅調に推移しているが、個人消費を取り巻く各種環境を見るに、先行き個人消費が景気回復の牽引役となることは期待したい。たしかに、マインドが改善していることや4月から各種家計支援制度が始まることなどのプラス材料もある。もっとも、春闘でも示された通り、企業の人件費削減意欲は強く、雇用・所得環境の明確な改善は期待したい。また、エコカー減税やエコポイントなどの対策効果も徐々に減衰してくると思われることを考えれば、先行きの個人消費の回復ペースは緩やかなものに止まる公算が大きい。



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」