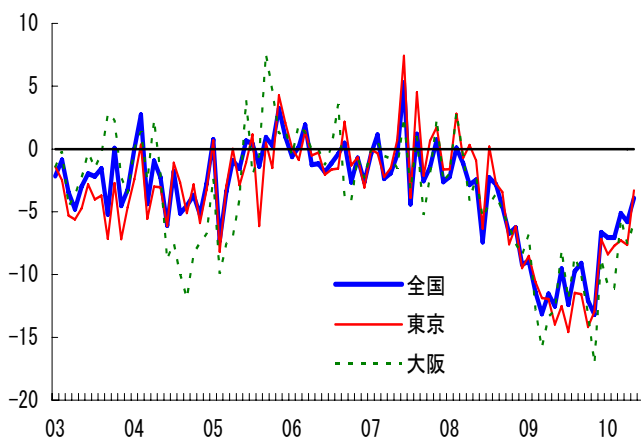


テーマ：百貨店売上高（2010年5月）  
～ゴールデンウィーク中の消費が好調～

発表日：2010年6月21日（月）

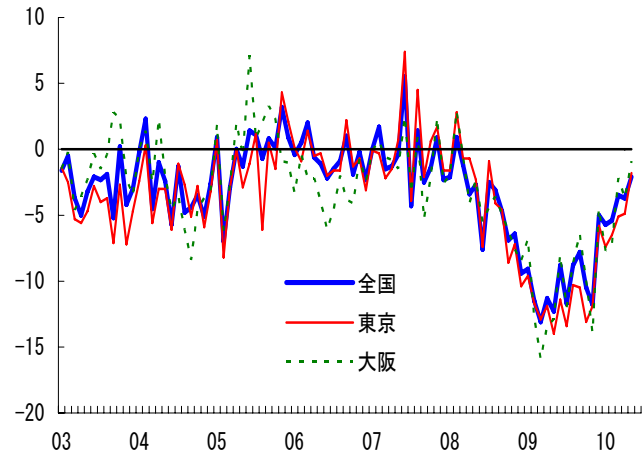
第一生命経済研究所 経済調査部  
エコノミスト 岩田 陽之助  
TEL:03-5221-4525

百貨店売上（全店、前年比）



(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（既存店、前年比）



(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▲2.1%

5月の百貨店売上高（全国）は前年比▲2.1%（店舗調整後）と、4月（同▲3.7%）からマイナス幅が縮小した。減少率が2%台となるのは、08年7月以来の22ヶ月ぶりである。趨勢的に見ても減少幅は縮小傾向にあり、百貨店の販売環境には徐々に明るさが見え始めているといえよう。

今月は、天候の変化によって月の前半と後半で明暗がはっきり分かれたようだ。月の前半（ゴールデンウィークを含む）は好転に恵まれ、初夏物衣料を中心とした季節商材や宝飾品・輸入雑貨などの高額品が好調に推移した。商品別売上高を見ても、衣料品（5月：前年比▲2.6%、4月：同▲7.5%）、美術・宝飾・貴金属（5月：同▲0.7%、4月：同▲1.8%）が減少幅を縮小させている。景気ウォッチャー調査においても、「ゴールデンウィーク期間中は店頭での買上げが好調で、以前から欲しがっていた高級時計の購入や、高級婦人服のまとめ買いがみられる（百貨店）。」といったコメントが見られている。連休の日並びが良かった事や好天により外出する人が増え、同期間の売上は堅調に推移したようだ。

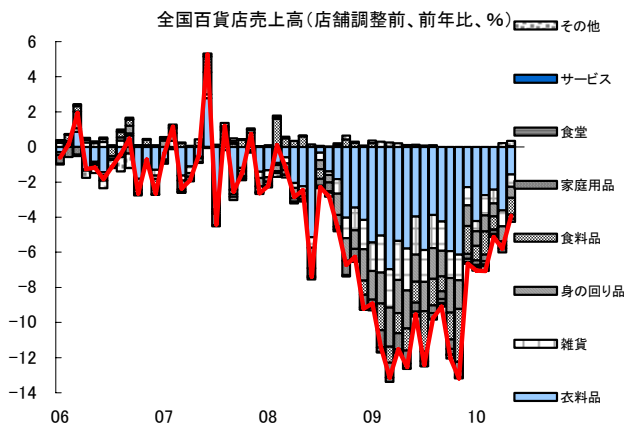
もっとも、中旬以降は、低温多雨の影響によって季節商品などの販売が落ち込んだ。同時期に、欧州の財政不安に伴って株安が進んだことも、消費者マインドを悪化させた可能性がある。

その他の今月の特徴としては、日本百貨店協会によれば、①商品催事・文化催事の積極展開による入店客数増加、②資産効果を背景とした高級時計の好調推移などのプラス要素が指摘されている。一方、①一部大型店の改装によって売り場面積が縮小したこと、②エコポイント対象変更による家電販売の大幅減少といったマイナス要素も指摘されており、実際、家電（5月：同▲18.5%、4月：同+2.9%）は大幅な減少へと転じた。

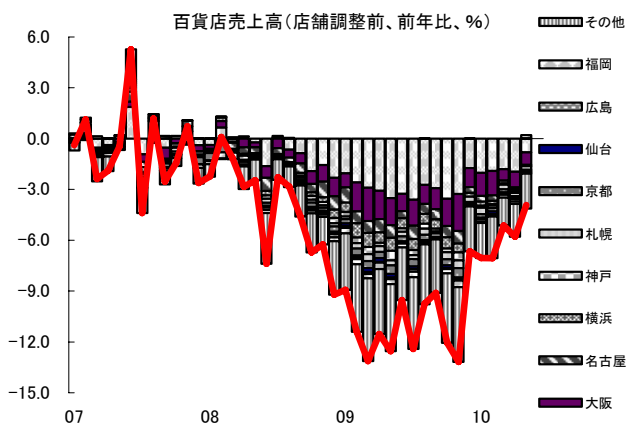
## ○個人消費を支援する要因は多い

百貨店販売においては、ウェイトが小さいため大きな影響は見られないが、前述の通りエコポイントの対象変更に伴って家電販売では反動減が出ており、この影響から4－6月期の個人消費は足踏みをする可能性がある。また、足元では下落も一服しているが、株安による影響も注視していく必要がある。

もともと、先行きについて個人消費を支援する要因は多く、個人消費が腰折れするようなことにはならないだろう。まず、雇用・所得環境が緩やかながら持ち直しが続くと思われ。生産活動の活発化に伴って、残業代が増加傾向にあるほか、ボーナスもプラスに転化していると予想される。また、6月からは子ども手当の支給も開始されており、一定程度の下支え要因となるだろう。こうした家計所得の持ち直しに伴って、個人消費は基調的には回復傾向が続くと思われる。家電販売の反動減の影響一巡後は、個人消費は再び緩やかな増加傾向を維持すると予想される。



(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」