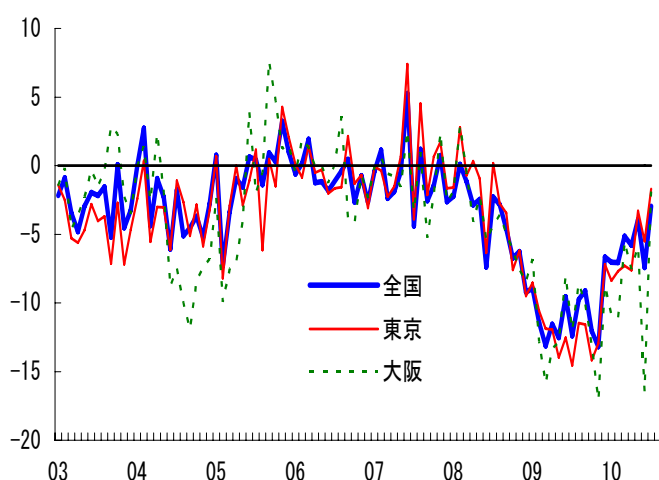


テーマ：百貨店売上高（2010年7月）
～猛暑が衣料品や食料品の販売を押し上げ～

発表日：2010年8月19日（木）

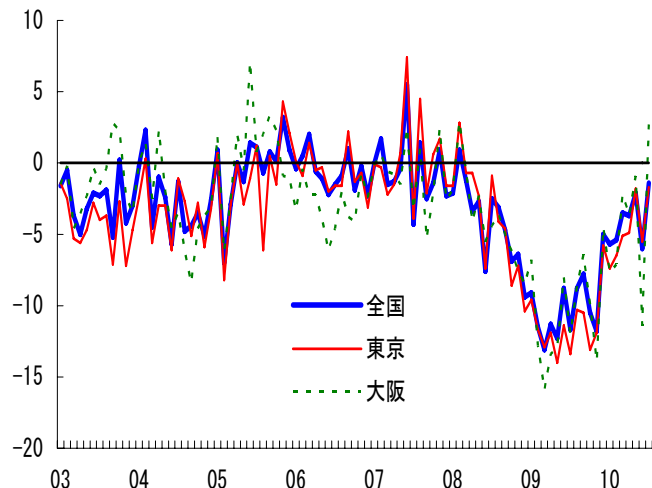
第一生命経済研究所 経済調査部
エコノミスト 岩田 陽之助
TEL:03-5221-4525

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▲1.4%

7月の百貨店売上高（全国）は前年比▲1.4%（店舗調整後）と、6月（同▲6.0%）からマイナス幅が大きく縮小した。大阪地区で売上計上方法の変更があったことなどから基調が読みづらくなっているが、均してみれば緩やかに持ち直しているといえよう。

商品別売上高を見ると、欧州の財政不安による株安から高額品の動きは引き続き鈍く、美術・宝飾・貴金属（7月：同▲8.5%、6月：同▲6.4%）は減少幅を拡大させた。

一方、今月は食料品（7月：前年比+1.9%、6月：同▲8.4%）が増加に転じたほか、衣料品（7月：前年比▲3.7%、6月：同▲5.8%）、身の回り品（7月：前年比▲2.0%、6月：同▲5.4%）、家庭用品（7月：前年比▲1.1%、6月：同▲5.5%）、など幅広い品目で減少幅の縮小が確認されている。

今月は月中旬以降の気温上昇が、盛夏商材の販売増加につながり全体を押し上げた。日本百貨店協会によれば、気温上昇に伴うクールビズ需要の高まりからワイシャツ等の販売が良好であったようだ。こうした衣料品の販売増加に加え、食料品に関しても、「素麺」、「ウナギ」などの販売が好調であったとの指摘が見られた。その他、猛暑により好調に推移したアイテムとして、「ゆかた」、「水着」、「帽子」、「機能性肌着」、「サンダル」、などが挙げられている。

その他、今月の結果に影響を与えた要因に付き、日本百貨店協会からは、①昨年6月に前倒しされていたクリアランスセールが、今年は7月一斉スタートなり販売も好調であったこと、②月後半からの天候回復や前年に比べて土曜日が一日増加したこと、③中元のネット受注が好調であったこと、④家庭回帰志向を背景に食器やキッチン器具等が大きく伸びたこと、⑤売上計上方法の変更があった大阪地区が29ヶ月ぶりに前年売上をクリアしたこと、などのプラス要因が指摘されている。

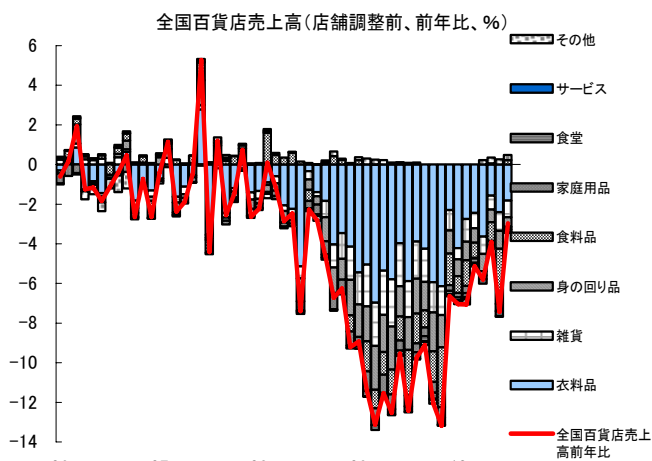
○特殊要因の多い先行きの個人消費

猛暑は今月の百貨店売上を押し上げ、次月以降も個人消費を後押しすると予想されるが、7－9月期は他にも個人消費の押し上げ要因となるものがある。まず、エコカー補助金の支給期限が9月末に迫っており、乗用車に駆け込み需要が発生する可能性が高い。また、10月からはたばこの税制改正により1箱100円程度の値上げが予定されており、同様に駆け込み需要が発生する公算だ。これらの特殊要因が押し上げることで、7－9月期の個人消費は4－6月期の足踏みから一転して高い伸びを示すと予想される。

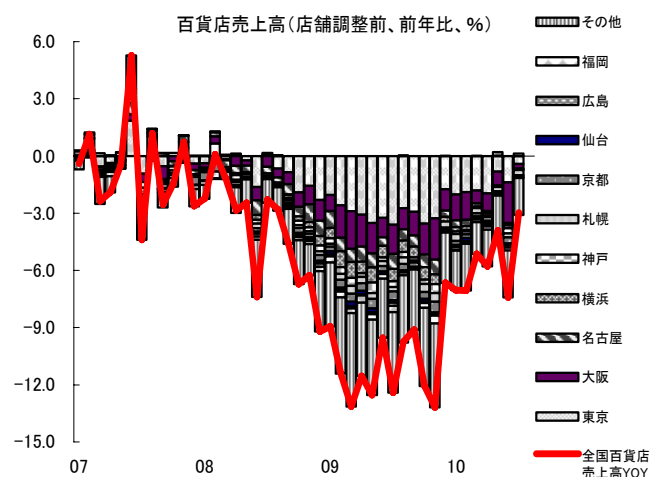
10－12月期については、上記の要因が剥落する反面、家電の駆け込み需要が下支えすると思われる。エコポイント制度の期限が12月に迫っているため、地デジ以降に向けて薄型テレビなどを中心として販売増加が予想される。これらの要因が相殺し合い、全体としては横這い圏に止まる公算だ。

1－3月期については、こうした経済対策の下支えが無くなるため、個人消費は大きく減速する可能性が高い。

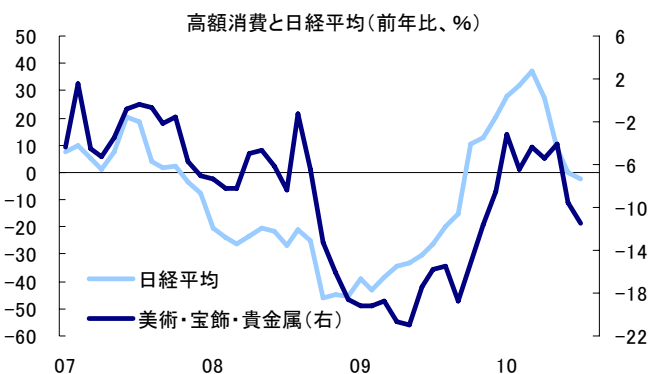
ただ、エコポイント制度については延長が議論に上るなど、先行きの動向は不透明感が強い。仮に延長された場合は、上記の予想よりも10-12月期の個人消費は減速し、1－3月期は逆に落ち込み幅が小さくなると考えられる。このように、同制度は個人消費を下支えしてただけに制度延長の有無は個人消費の動向に大きく影響を与えることとなる。今後の展開を注視していきたい。



(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」



(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)