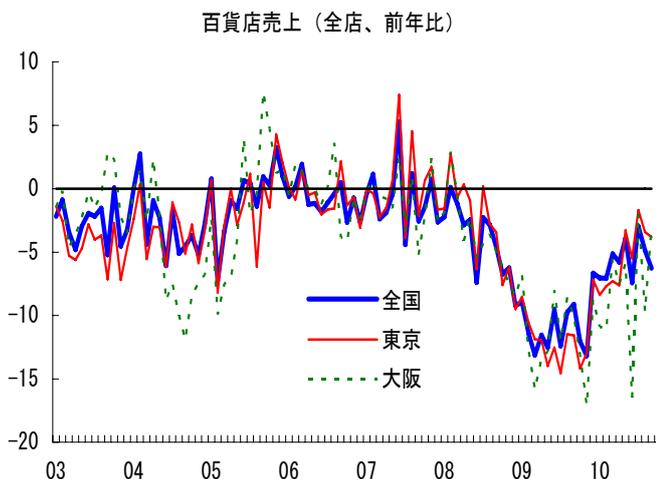


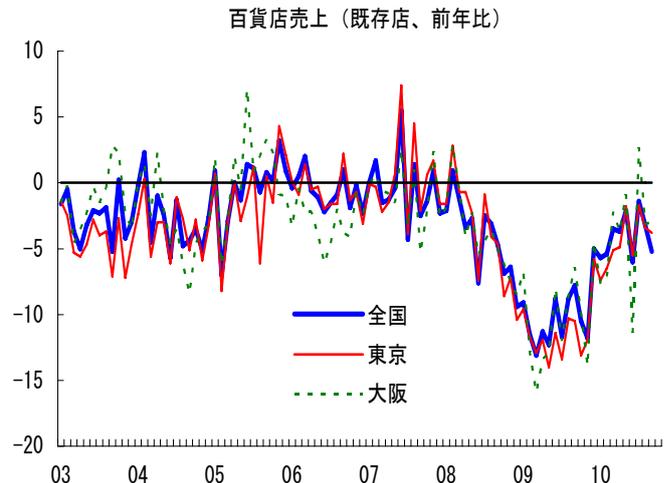
テーマ：百貨店売上高（2010年9月）  
～残暑により秋物衣料などが不調～

発表日：2010年10月18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▲5.2%

9月の百貨店売上高（全国）は前年比▲5.2%（店舗調整後）と、2ヶ月連続でマイナス幅が拡大した。残暑などの一時的な要因に押し下げられている面もあるが、多くの品目で減少幅の拡大が確認されているように、百貨店販売は持ち直しのペースが鈍化しているように思われる。

9月の百貨店販売を押し下げたのは、8月同様に気温の上昇だ。中旬まで続いた記録的な残暑がファッションを中心とした秋物商材の販売不調につながり、衣料品（9月：前年比▲8.9%、8月：同▲5.2%）などが減少幅を拡大させた。

こうした残暑の影響に加え、景気の先行き懸念の高まりから消費者のマインドも悪化しつつあり、身の回り品（9月：前年比▲7.2%、8月：同▲3.6%）、食料品（9月：前年比▲3.1%、8月：同▲2.1%）、家庭用品（9月：前年比▲2.9%、8月：同▲2.6%）、など幅広い品目で減少幅の拡大が確認されている。また、株安の持続により高額品の動きは依然鈍く、美術・宝飾・貴金属（9月：前年比▲4.0%、8月：同▲7.1%）で減少が続いている。

なお、今月の結果に付き日本百貨店協会からは、①前年にシルバーウィークとなった連休が、今年は振替休日の減少で飛び石となり集客に影響したこと、②一部店舗で改装工事による売り場面積の縮小が見られたことなどのマイナス要因が指摘される一方、①地方物産展や店外催事が活況であったこと、②急進基調の外国人売上は依然2桁増で推移していることなどのプラス要因が指摘されている。

## ○ 9月の消費はたばこの販売増などに注意する必要

以上の通り、9月の百貨店販売の結果は振るわなかったが、個人消費全体としても9月は不調であったと

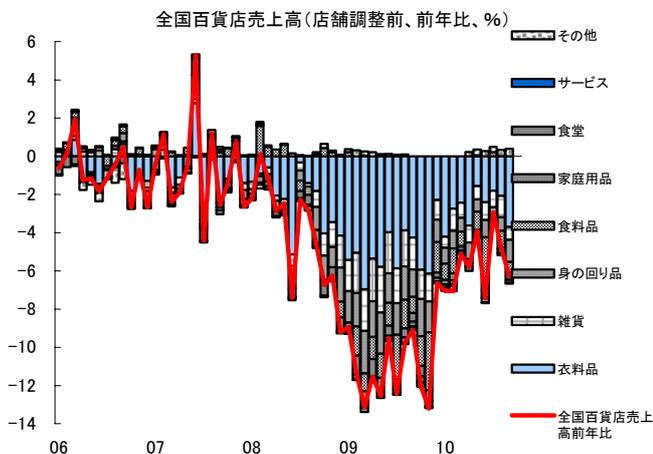
考えるのは早計だ。

まず残暑について、個人消費全体という観点からは、現時点でその影響度合いを判断することは難しい。エコポイントの申請状況などを見る限り、9月は気温の上昇によって百貨店の統計では動向がつかみ辛いエアコンなどで販売好調が続いていると考えられる。また、9月はたばこ値上がり前の駆け込み需要が、個人消費全体を押し上げていると考えられる。実際、日本たばこ協会によれば、9月の販売数量は前年比+88.0%と前月（同+1.9%）から急増した。9月の個人消費の結果を判断するにあたっては、こうした特殊要因の影響にも注意する必要がある。

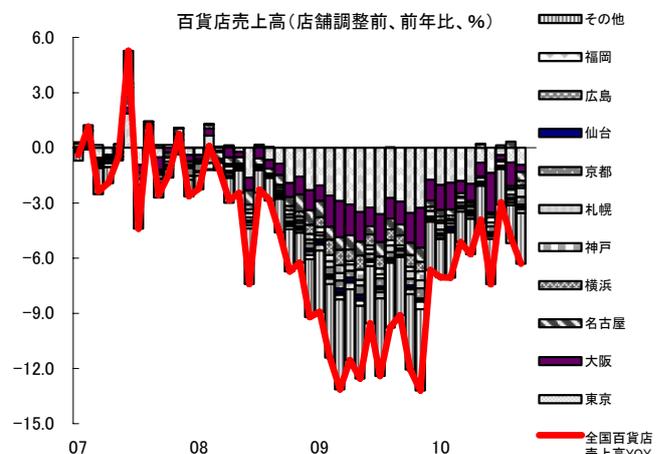
### ○個人消費は7－9月期の伸びから一転、10－12月期は足踏みが予想される。

このように7－9月期の個人消費は、たばこやエコカーで駆け込み需要が発生したこともあり、良好な結果となることが予想される。ただ、上記の要因はいずれも一時的なものばかりであり、これらの反動減が10－12月期の個人消費を大きく下押しすると考えられる。エコポイントの付与点数が12月から変更されるため、11月にかけてテレビなどで駆け込み需要が発生することが下支えとなろうが、10－12月期の個人消費は足踏みが予想される。

百貨店販売についても、7－9月期の過剰消費の反動から家計が生活防衛モードに入り可能性があり、10－12月期以降の改善は期待しづらい。雇用・所得環境は緩やかな持ち直しが続いているが、前述の通り消費者のマインドも低下傾向にある中では、衣料品など選択的支出に分類される品目の多い百貨店販売は低調な推移が続くことが予想される。



(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」

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。