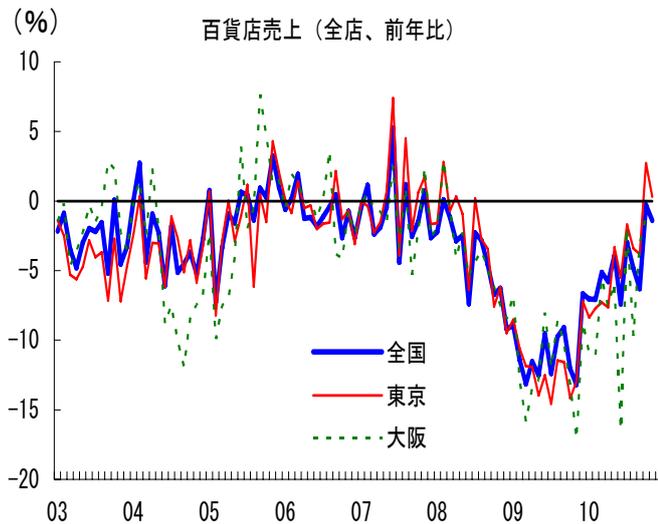


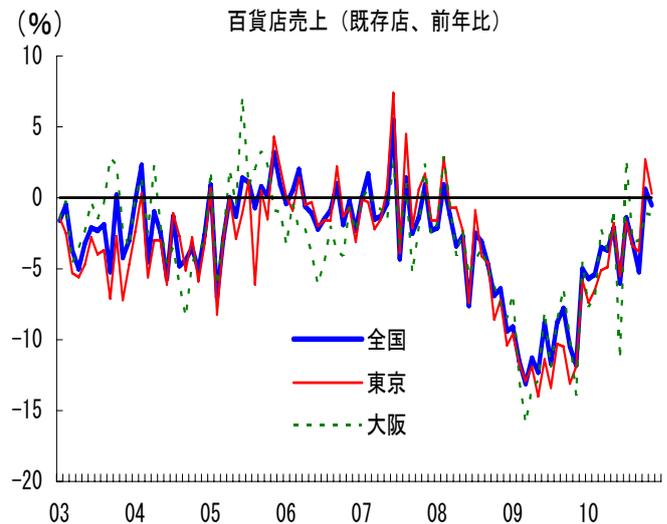
テーマ：百貨店売上高（2010年11月）
～冬物衣料などが底堅く推移～

発表日：2010年12月20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▲0.5%

11月の百貨店売上高（全国）は前年比▲0.5%（店舗調整後）と、2ヶ月ぶりのマイナスとなった。ただ、減少には転じたものの、①前年に比べて日曜日が1日少なかったことや②一部地域（北日本）での天候不順などを考えればまずまずの結果といえるだろう。百貨店販売は緩やかながら持ち直し傾向を維持していると考えられる。

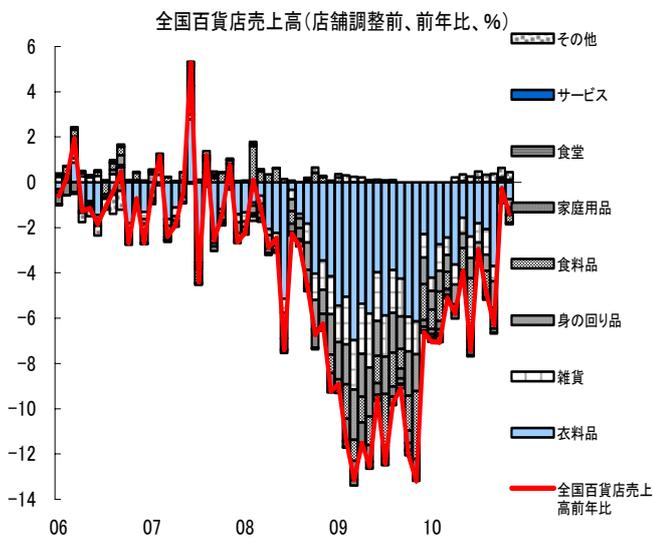
11月は平年並みの気温低下が見られ、コートやダウンなどの冬物重衣料、セーターやマフラーなどの防寒アイテムが引き続き底堅く推移した。商品別に見ても、売上の2割を占める婦人服・洋品（11月：同+0.3%、10月：同+0.2%）が小幅増加している。他の商品を見ると、家庭用品（11月：同+3.2%、10月：同+1.7%）、化粧品（11月：前年比+1.4%、10月：同▲1.2%）などが回復傾向を示した。百貨店協会によれば、「家庭回帰志向を背景に家庭用品が好調を維持している」ほか、化粧品については①「各店のコスメフェアが奏功した」こと、②「9月から展開された秋冬新商品の需要が、猛暑の影響で11月にずれ込んだ」ことなどの要因が指摘されている。また、「11月に展開された歳暮商戦前半の動向はほぼ前年並みに堅調推移した」とのコメントも見られた。

その他目立った変化を示した品目としては、家電（11月：同+28.4%、10月：同+▲5.9%）が挙げられる。12月からエコポイントが半減することを受け、駆け込み需要が発生している。ただ、百貨店販売の売上高において家電の占める割合は0.5%と小さく、全体に対する押し上げ効果も限定的なものに止まっている。

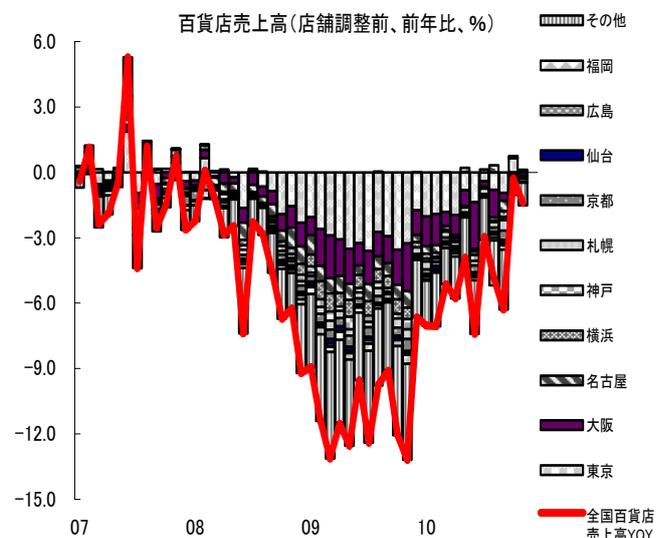
○持ち直し傾向が続くも、先行きに過度の期待は禁物

以上の通り、前年比で見ればマイナスに転化したものの、主力商品である婦人服を中心に回復傾向を維持するものも多く、内容としては比較的良好である。足元の百貨店販売の動向を見る限り消費の基調の部分は持ち直し傾向が続いているようだ。冬のボーナスについても前年比プラスとなったと思われる、雇用・所得環境は緩やかな回復が続くと考えられる。百貨店販売は今後も底堅い推移が続くだろう。

ただ、消費者の節約志向は依然として根強く、全体として改善ペースが加速していくような姿は想定しづらい。購入に至る品目も生活に必要な物に限られ、購入単価の低下傾向も続くと考えられる。経済対策の終了・制度変更によって、車や家電から衣料品などへ消費者の視線が移ることを期待する声もあるようだが、過剰消費の反動によるマイナスの影響の方が大きそうだ。今後は、クリスマスや初売りといったイベントも控えているが、過度の期待は禁物だろう。



(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」