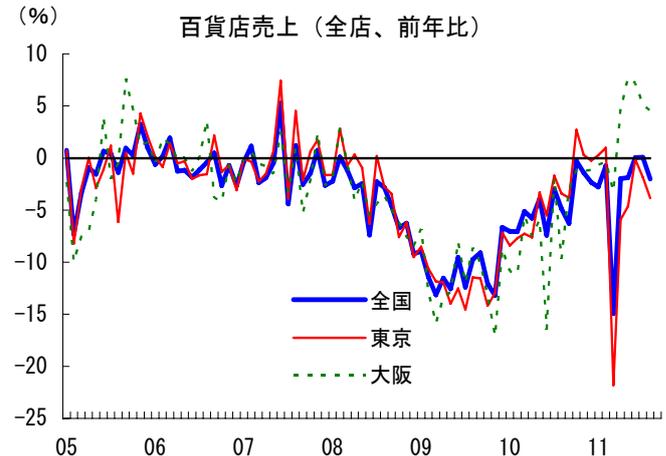
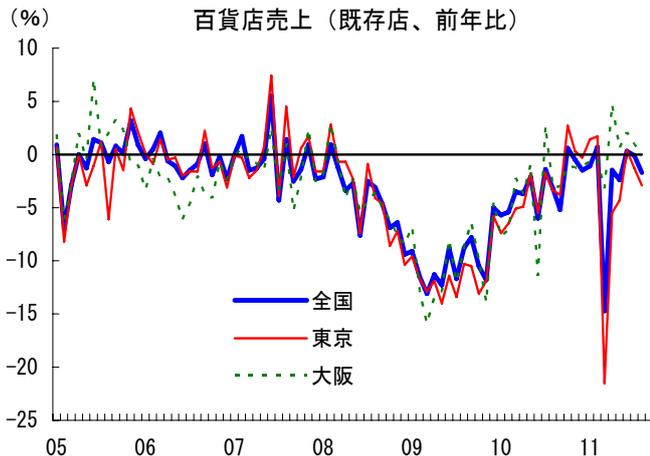


テーマ：百貨店売上高（2011年8月）
～2ヶ月連続でのマイナスも、一定の底堅さ～

発表日：2011年9月20日（火）

第一生命経済研究所 経済調査部
エコノミスト 小杉 晃子
TEL:03-5221-4548



(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▲1.7%

8月の百貨店売上高（全国）は前年比▲1.7%（店舗調整後）と、前月（同▲0.1%）からマイナス幅が拡大した。これで2ヵ月連続の低下となつてはいるが、①中旬以降の天候不順、②前年より日曜日が一日少ないこと、③節電需要の反動減、などの要因を除けばポジティブな材料もみられる。百貨店販売は緩やかながら持ち直し傾向にあると考えられる。

8月が減少した理由としては、主に衣料品の不調が挙げられる。中旬以降の天候不順と気温低下などにより、7月まで売上を牽引していたクールビズや涼感寝具などの暑さ対策商材の動きが鈍かった。商品別にみても、売上の3割弱を占める衣料品（8月：前年比▲3.4%、7月：同▲0.9%）が減少幅を拡大させている。その他減少に寄与した品目としては、家電（8月：同▲13.5%、7月：同+0.9%）が挙げられる。7月の地デジ移行前のテレビの駆け込み需要による反動減が生じているとみられる。ただ、百貨店販売の売上高において家電の占める割合は0.3%であり、全体に対する押し下げ幅は小さい。

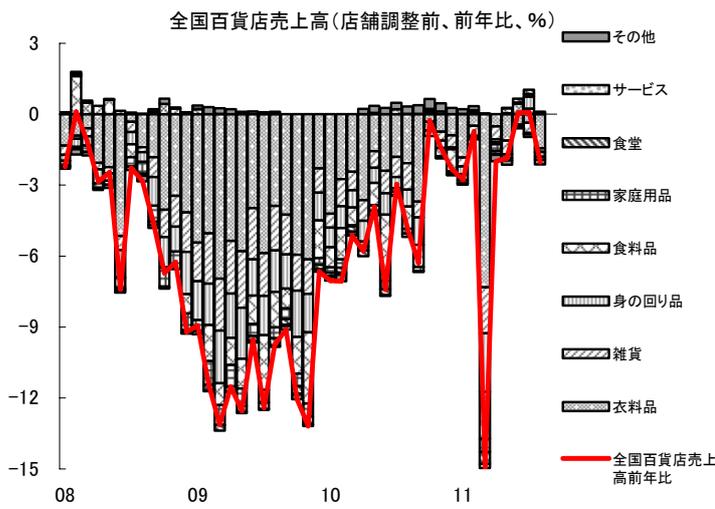
以上の要因から、8月の百貨店売上高は減少幅が拡大したわけだが、内容を仔細にみていくとポジティブに受け止められるものも少なからずある。まず、震災による生産・消費への影響が薄らぎ、消費者マインドが持ち直したことなどを背景に、美術・宝飾・貴金属（8月：前年比+4.8%、7月：同+5.3%）といった高額商材が前月に続き高い伸びを示した。東京地区においても高級時計やジュエリーなどの高額商材が好調であったことが示されている。百貨店協会からは、その他にも①震災後の復興需要で東北地区（仙台：前年比+8.9%、東北：同+3.9%）が引き続き好調であること、②全店ベースで見れば、新店や大規模増床の効果で大阪や福岡が活況を示していること、などのプラス要素が報告されている。

○持ち直し傾向が続くと思われるが、円高や株価下落などによるマインドの低下には注意が必要

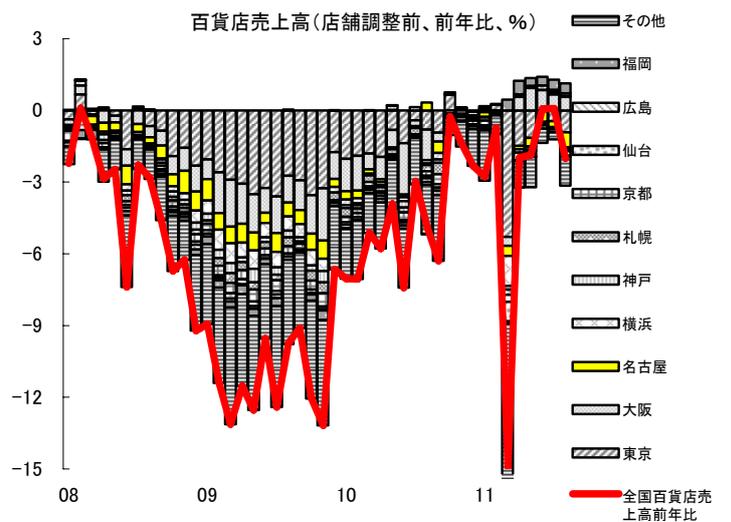
このように、8月は天候要因などもあり、ヘッドラインの数字は悪化したものの、足もとの百貨店販売の動向をみる限り、消費の基調の部分は底堅い推移が続いているようだ。

先行きについても、雇用・所得環境が弱いながらも改善することや薄型テレビの反動減の影響が小さいこともあり、百貨店販売は緩やかな持ち直しが続くだろう。今後は冬の節電に伴い、温感商材への需要が高まることが期待される。

ただ、足もとでは消費者マインドにやや頭打ち感がみられており、株価も軟調な推移が続いている。今回の結果からは、円高や株価下落にも関わらず購買意欲の低下は限定的であったが、先行きの下振れリスクとして株価の動向などには注意しておく必要がある。



(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。