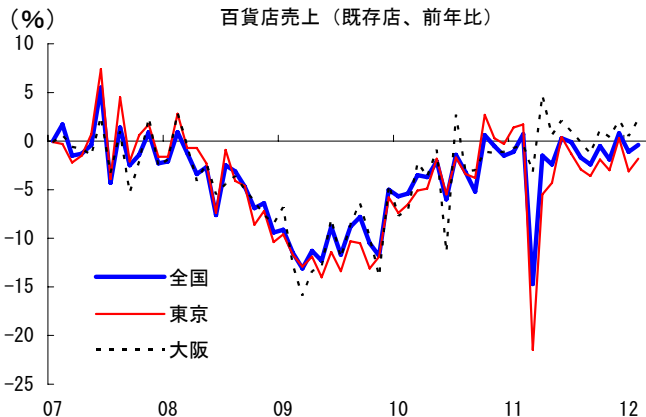


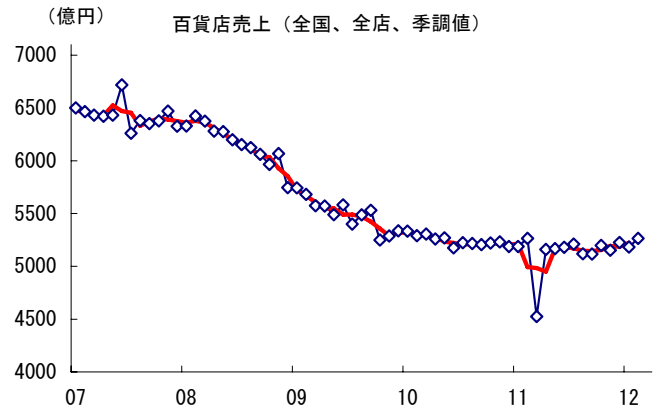
指標名:百貨店売上高(2012年2月)

発表日2012年3月19日(月)

～天候要因による下押しがありながらも、底堅さが窺える結果～

第一生命経済研究所 経済調査部  
担当 エコノミスト 星野 卓也  
TEL : 03-5221-4526

(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」

## ○2月の百貨店売上高は前年比▲0.4%

2月の百貨店売上高(全国)は前年比▲0.4%(店舗数調整後)と前年を下回った。2ヶ月連続のマイナスであるが、減少幅は1月(同:▲1.1%)から縮小しているほか、当社試算の季節調整値(店舗数調整前)で見れば前月比+1.6%と前月からプラスとなっており、一定の底堅さが窺える結果である。

2月の減少については、衣料品が前年比▲1.0%(1月:同▲0.4%)、身の回り品が同▲2.5%(1月:同▲1.9%)と減少したことによるところが大きい。記録的な寒波を背景に冬物商材の売れ行きが好調であったものの、本来この時期に販売が本格化する春物商材の売上が伸び悩んだため、全体では前年を下回る結果となった。またインフルエンザの流行を背景に、入店客数が伸び悩んだことも下押し要因となったようだ。

このように天候要因から衣料品などの売れ行きは不調であったが、他の部分に目を移すとポジティブな点もみられる。まず、高額商材の売上が引き続き好調な点だ。美術・宝飾・貴金属は同+3.3%(1月:同+0.5%)と伸び幅が拡大している。2月に行われた日銀の追加緩和などによって株価が上昇したことが、富裕層の購買意欲を高めた可能性が高いだろう。また、地方別に見ると東北地方の売上高が前年比+1.1%と引き続き好調を保っている点も好材料だ。

その他百貨店協会からは、①バレンタイン商戦が好調であったことから、菓子が同+2.6%と前年を上回ったこと、②前年は2月であった中華圏の旧正月が本年は1月であった影響により、訪日外国人からの売上が▲41.5%と大きく落ち込んだこと、③本年は閏年であり営業日数が1日増加しているが、祝日が1日減少していることから暦要因による影響は薄れたことなどが報告されている。

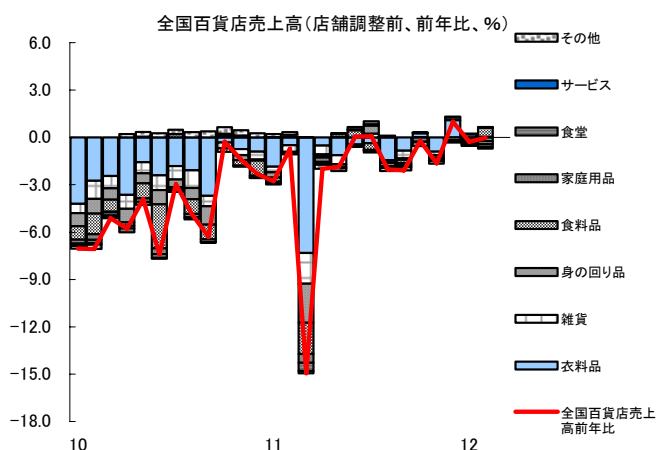
## ○底堅さを保つものと予想するが、過度の期待は禁物

以上のように2月の百貨店売上高は前年から減少したものの、その主因は天候である。これを除けば、百貨店販売は低水準にある雇用・所得環境の中、一定の底堅さを維持していると評価すべきであろう。今後については、株高が富裕層の購買意欲を高めることなどから、引き続き底堅く推移していくものと予想してい

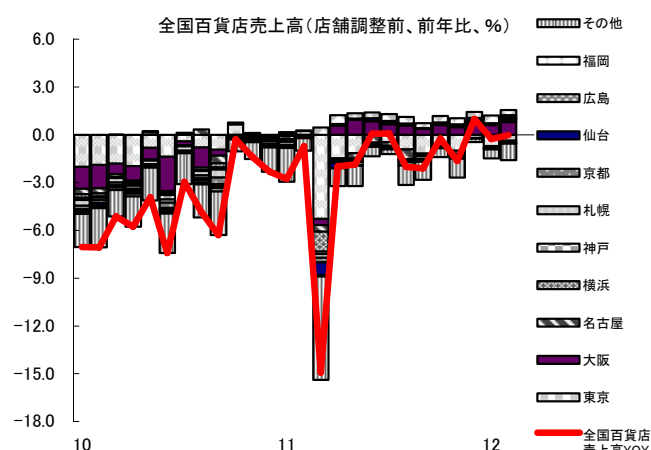
る。

ただ、家計をめぐる環境については依然厳しい点に留意が必要だ。雇用の回復ペースが緩やかなものに留まっていることに加え、①原油高を通じたガソリンなどの価格上昇、②電気料金の値上げ、③年少扶養控除の廃止や社会保険料率の引き上げ、などが消費の下押し要因となることが予想される。家計負担の増加によって、まず削られるものは衣料品や高額商品などの「不要不急の消費」である可能性が高い点を踏まえると、これらが百貨店販売に与える影響は無視できないだろう。

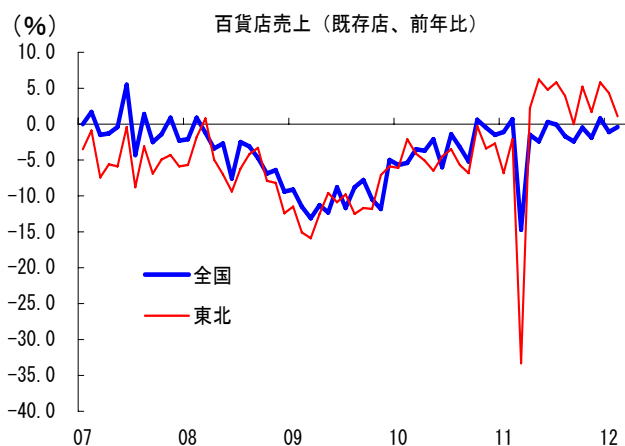
総じて今後の百貨店販売については、株価や景況感の回復などを背景に底堅く推移していくことが予想されるが、上記の下押し要因により持ち直しのペースは緩やかなものに留まる公算が大きい。先行きに過度の期待は禁物だ。



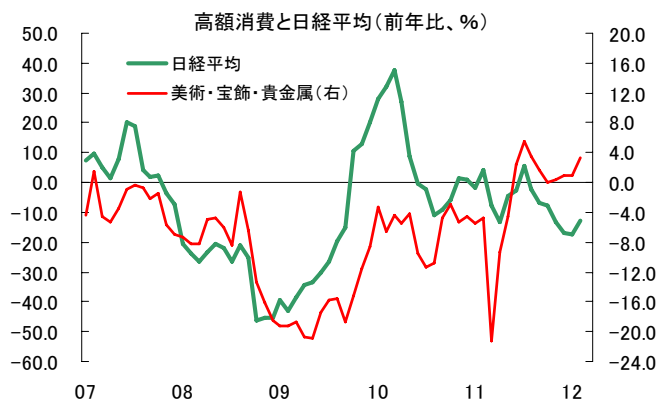
(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(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」



(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)

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。