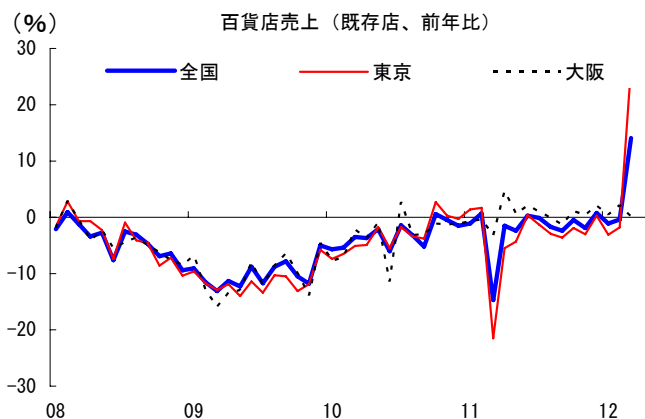


指標名:百貨店売上高(2012年3月)

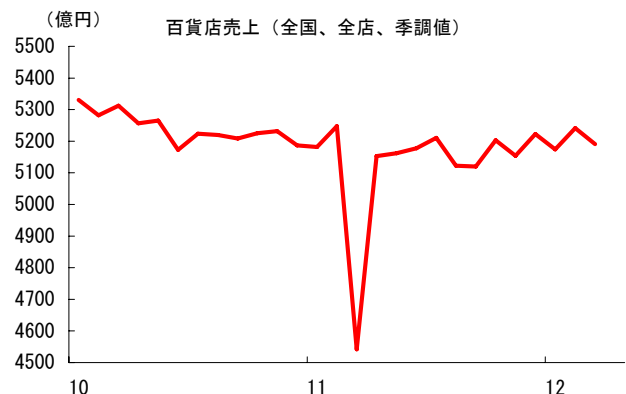
発表日2012年4月16日(月)

～高額消費の好調などを背景に一定の底堅さ～

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」

○3月の百貨店売上高は震災の反動から前年比+14.1%と高い伸び

3月の百貨店売上高(全国)は前年比+14.1%(店舗数調整後)となった。前年3月の売上が震災によって同▲14.7%と低迷したことの反動が出た形だ。

当社試算の季節調整値(店舗数調整前)をみると、前月比▲1.0%と減少している。単月ではマイナスとなったが、同季節調整値でみた1-3月期の売上は10-12月期対比で+0.2%と前期比で小幅プラスとなった。厳しい雇用・所得環境の中、百貨店売上高は一定の底堅さを保っていると判断されよう。

○東北地方の売上や高額消費が好調

品目別にみると、美術・宝飾・貴金属(前年比+21.2%)の伸びが際立っている。同消費は前年を上回る推移が続いており、好調が続いている。株高や円高修正といったマーケット環境の改善が、消費者マインドに好影響を与えているものと考えられよう。

地域別に見ると、東北が前年比+46.3%と際立って伸びが大きい。昨年の震災の反動増の側面が大きい、それを差し引いても高い伸びが続いている。復興関連の消費が押し上げ要因となっているようだ。

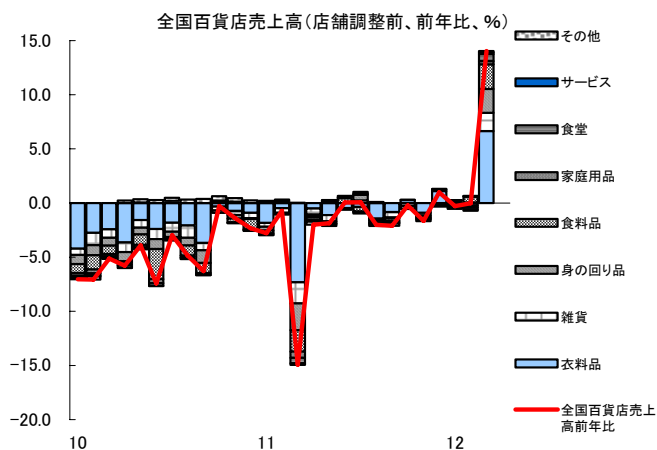
また、百貨店協会からは、①仙台地区では前年比+170.5%と統計開始以来の最大の伸びを記録したこと、②震災や原発事故の風評がやわらいだことから、訪日外国人の売上高・客数はともに大幅増となったことなどが報告されている。

○1-3月期の個人消費は高めの伸びに

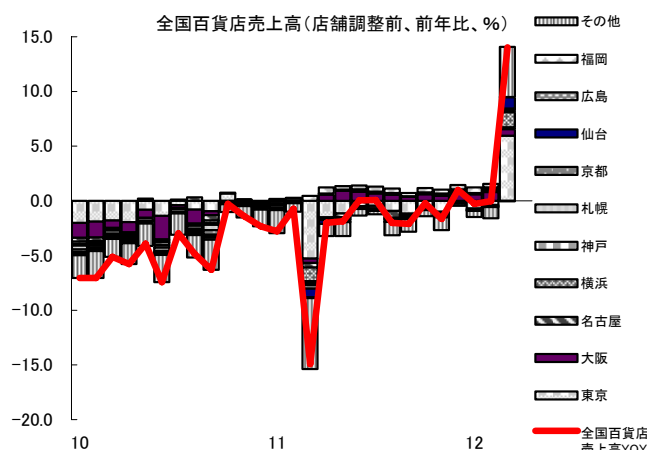
以上のように、百貨店売上高は均してみると比較的底堅い動きとなっている。また百貨店以外をみても、エコカー政策の効果を背景に自動車販売も好調が続くなど、このところの個人消費は好調さが目立っている。

これまでに発表された統計から判断する限り、1-3月期の個人消費は高い伸びが期待できそうだ。

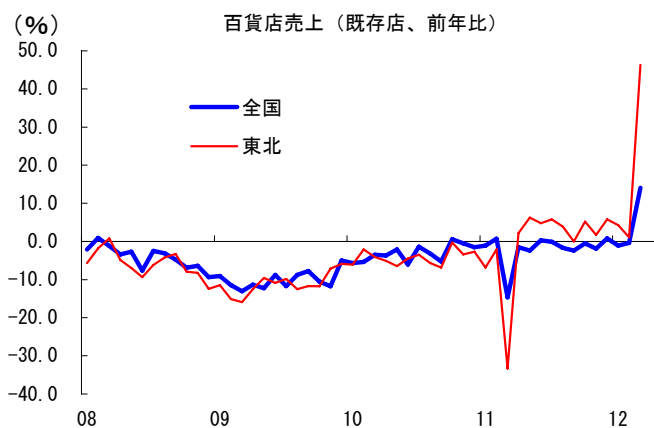
ただ、先行きに関しては不透明感が強い。本年夏のボーナスは減少が見込まれることに加え、ガソリンなどの価格上昇が個人消費の下押し要因となる可能性がある。電気代値上げに関する報道の増加なども、マインドを冷やす一因となろう。このように、今後の個人消費にはマイナス要因も存在する。好調の持続性については慎重に見ておくべきであろう。



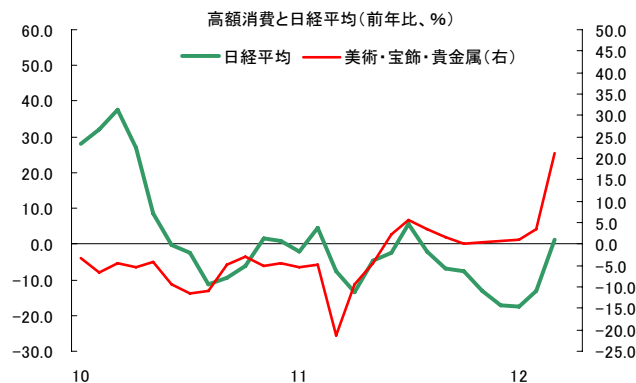
(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(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。