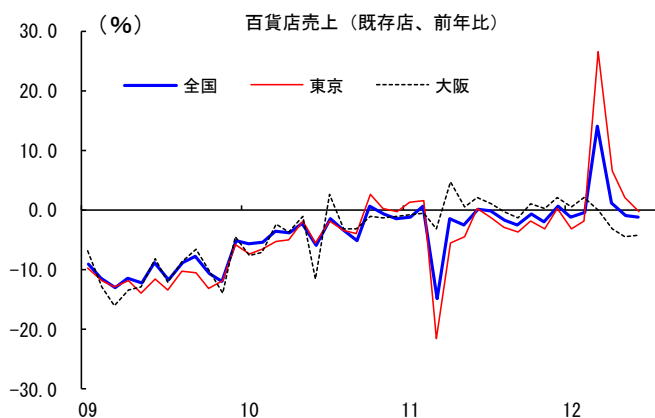


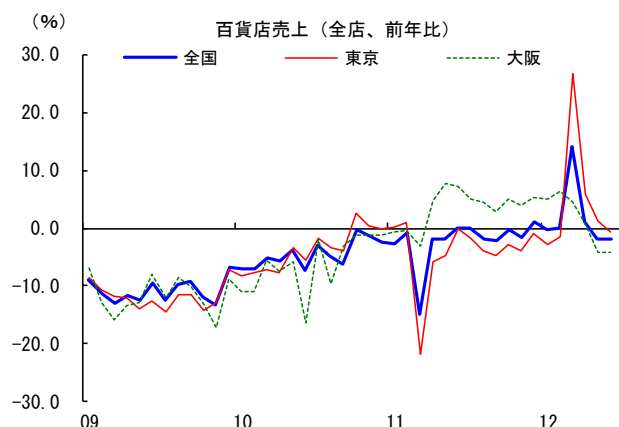
指標名:百貨店売上高(2012年6月)

発表日2012年7月19日(木)

～衣料品販売の不振などから2ヶ月連続の前年比マイナス～

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」

○6月の百貨店売上高は2ヶ月連続の前年比減

6月の百貨店売上高(全国)は前年比▲1.2%(既存店ベース)と、2ヶ月連続の前年比マイナスとなった。6月の気温が例年より低かったことや、台風などの天候不順が響いた。

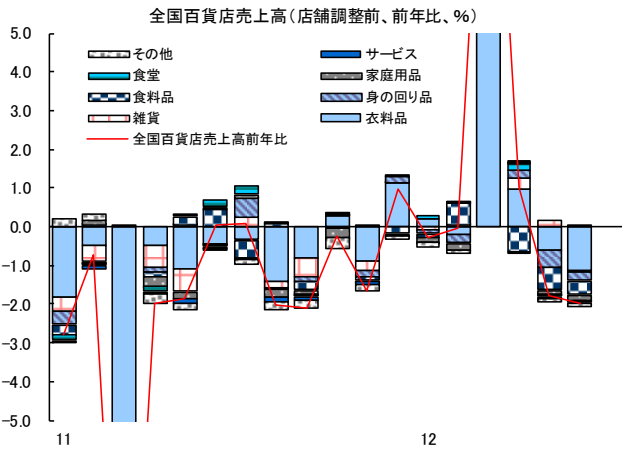
品目別にみると、美術・宝飾・貴金属が前年比+3.1%と8ヶ月連続の増加となったことを除いては、弱さの目立つ結果であった。衣料品が前年比▲2.7%と減少したほか、家庭用品や食料品などが前年割れとなった。天候要因を背景に客足が鈍ったことや、主力の夏物衣料の販売が伸び悩んだことが影響している。

このように、6月の百貨店売上高不振の主因は天候不順であるが、土曜日が前年より1日多い中での減少であるなど、弱さの目立つ結果である。天候以外にも夏のボーナス減少や株価の低迷、マインドの弱含みなどが下押し要因となり始めた可能性がある。

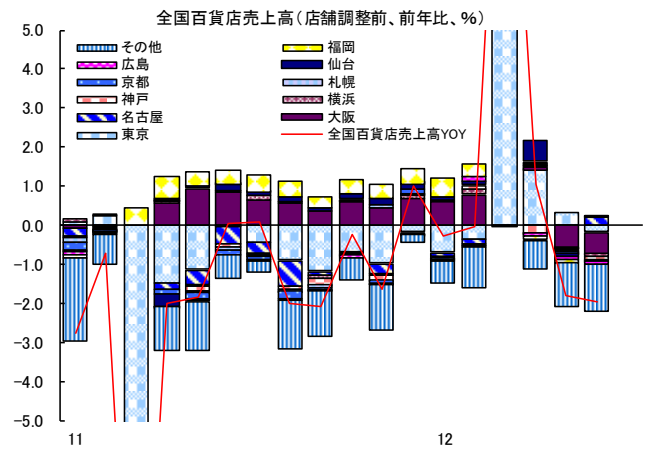
○マインドの回復に陰りが見え始める中、個人消費好調の持続性には疑問符

足元までの個人消費は、雇用の足踏みが続く中にありながらも、エコカー補助金による自動車販売の好調などを背景に、緩やかな持ち直しが続いている。

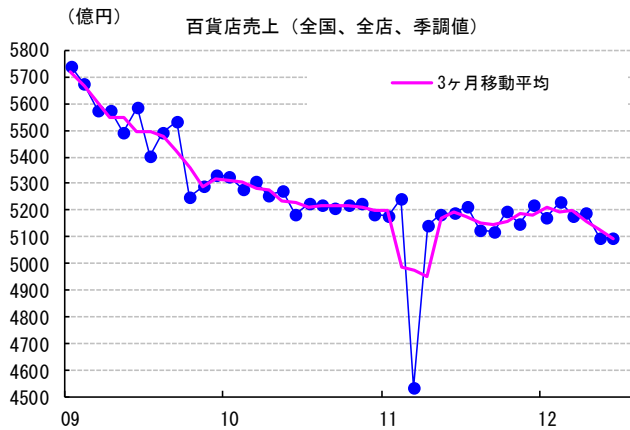
しかし、エコカー補助金は7-9月期での予算切れが見込まれ、制度終了後の反動減は避けられないだろう。さらに、6月の景気ウォッチャー調査(家計、現状判断DI)や消費者態度指数が低下するなど、これまで続いていたマインドの回復にも陰りが見え始めている。加えて、雇用・所得の回復感が乏しい状態が続く中では、今後、消費の趨勢が強まっていく姿は想定しがたい。足元までは好調さが目立っている個人消費だが、その持続性については慎重にみるべきである。



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」

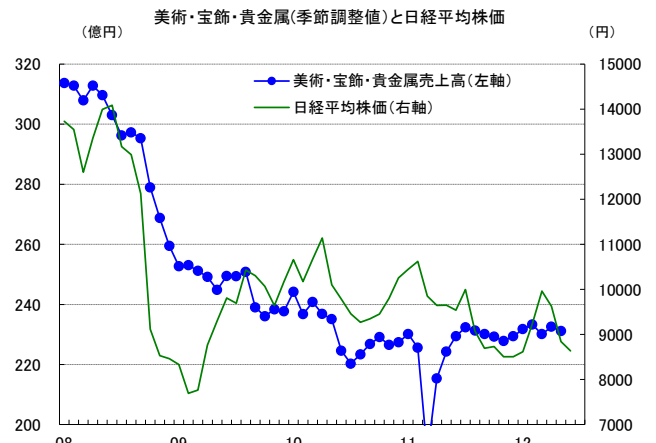


(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」

(注) 季節調整は第一生命経済研究所



(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

(注) 美術・宝飾・貴金属の季節調整は第一生命経済研究所