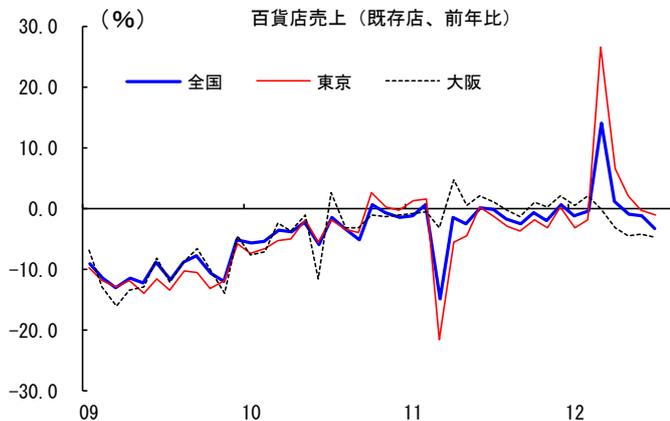


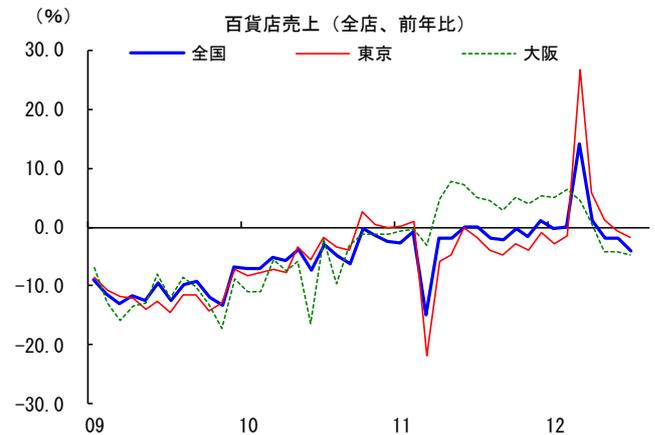
指標名:百貨店売上高(2012年7月)

発表日:2012年8月21日(火)

～天候不順やセール分散の影響も加わり、低調な推移～

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」

○7月の百貨店売上高は3ヶ月連続の前年比減

7月の百貨店売上高(全国)は前年比▲3.3%(既存店ベース)と、3ヶ月連続の前年比マイナスとなった。減少幅も大きく、前年より土曜日が1日少ないという暦要因(百貨店協会資料によれば、▲1%pt程度の押し下げ要因)を除いても低調な結果である。その背景として、月前半に低温の日が多かったことや、九州地方での豪雨災害などの天候要因が挙げられる。加えて、一部の百貨店がセール開始時期を月初めから月半ばに後ろ倒ししたことが、売上のマイナス要因になった模様だ¹。

品目別にみると、主力の衣料品(前年比:▲3.4%)が前年を下回った。同項目については、月後半からは気温が上昇したこともあって夏物衣料を中心に販売が持ち直したが、前半の落ち込みを取り戻すには至らなかった。その他、ウエイトの大きい食料品(同:▲3.4%)、雑貨(同:▲2.7%)なども前年を下回っており、全体の売上高の押し下げ要因となっている。また、これまで比較的好調であった美術・宝飾・貴金属も前年比▲0.3%と、9ヶ月ぶりに減少に転じた。

このように、7月の百貨店売上高は総じて低調であった。天候不順やセール分散戦略による部分も大きいとみられるが、減少幅が大きいことに加え、これまで前年を上回る推移が続いていた高額消費もマイナスに転ずるなど、弱さの窺える結果である。

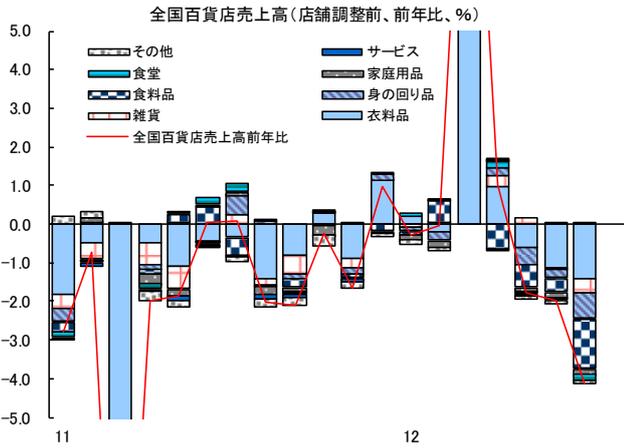
○マインドの弱含みなどが懸念材料

13日に発表された4-6月期のGDP統計において、個人消費はうるう年要因の剥落による押し下げがありながらも前期比プラスを維持し、その堅調さが確認された。エコカー補助金の効果から、自動車販売の好

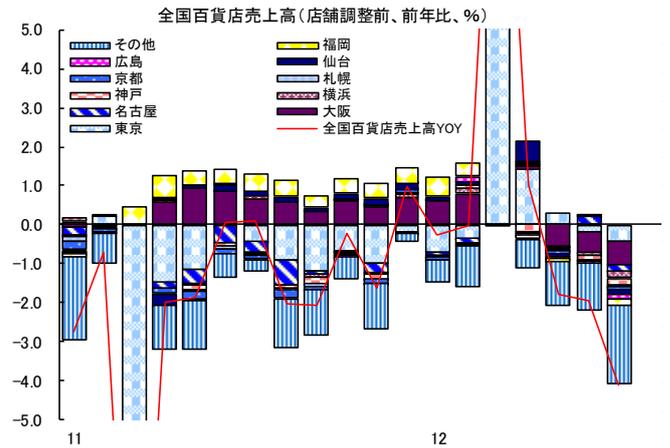
¹ このセール時期の後ろ倒しは、定価での販売日数を増やすことで、商品の値崩れを防ぎ、採算を改善することを狙った戦略であった。しかし、消費者が複数の店舗を回るといった行動を取りにくくなったことなどから、7月の売上にはマイナスに作用したようだ。

調が続いたことがその背景となっている。

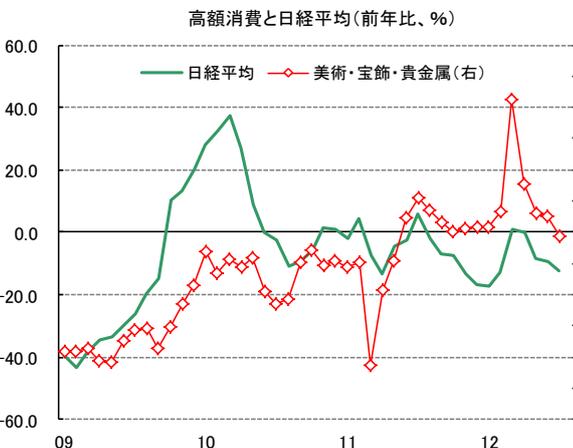
しかし、エコカー補助金は8～9月での予算切れが見込まれ、制度終了後の反動減は避けられないだろう。こうした中、今後の個人消費を考える上で重要となるのは自動車以外の消費の行方となるが、大きな期待はできない状況にある。その理由のひとつが、マインドの弱含みだ。7月の景気ウォッチャー調査（家計判断D I）や消費者態度指数が弱含んでおり、これまで続いていたマインドの回復に翳りが見え始めている。さらに、雇用や所得の回復感が乏しいことも懸念材料だ。個人消費が7－9月期もこれまでのような堅調さを維持できるかどうかに関しては、慎重に見ておくべきであろう。



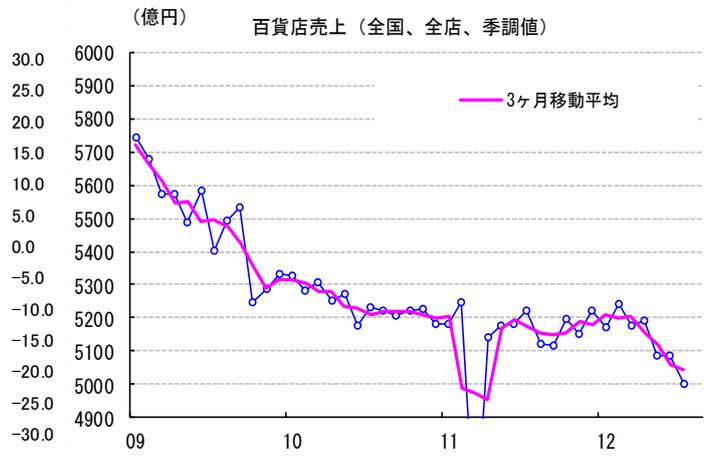
(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(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」、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)



(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