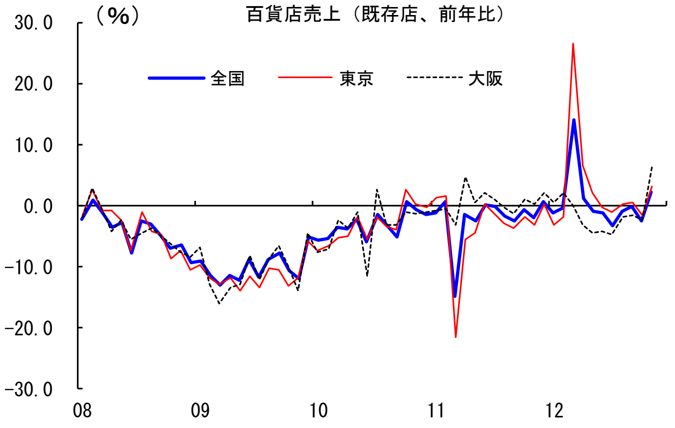
# *Economic Indicators*

定例経済指標レポート

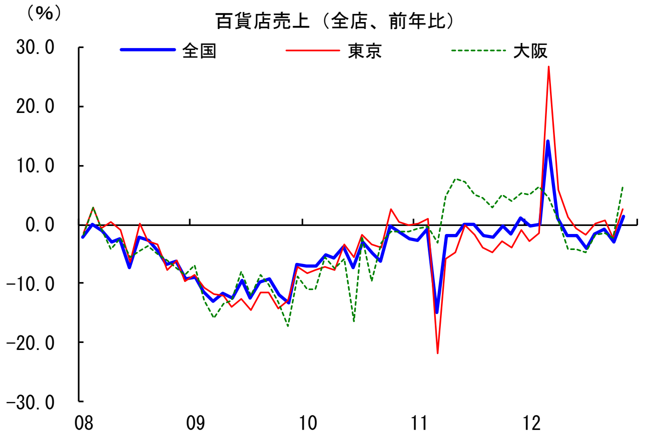
指標名：**百貨店売上高(2012年11月)**　　　　発表日：2012年12月18日(火)

**～冬物好調で強めの結果～**

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」

### ○11 月の百貨店売上高は前年比＋2.2％

11 月の百貨店売上高（全国）は前年比＋2.2％（既存店ベース）と、７ヶ月ぶりに前年比プラスに転じた。当社試算の季節調整値（全店ベース）で前月比をみても、＋2.6％と 10 月対比で大きく改善しており、良好な結果といえる。

品目別にみると、主力の衣料品（前年比：＋3.4％）の販売増が売上全体を牽引している。11 月は気温が低下したことを受けて、コートやマフラーといった冬物衣料の販売が伸びた。その他をみても、身のまわり品（同：＋5.2％）や食料品（同：＋1.5％）など多くの品目が前年を上回った。また、美術・宝飾・貴金属（同：＋1.0％）も小幅ながらプラスとなった。高額消費は株価との連動性が強く、今後は足元で急進的に進む株高の影響が注目される。

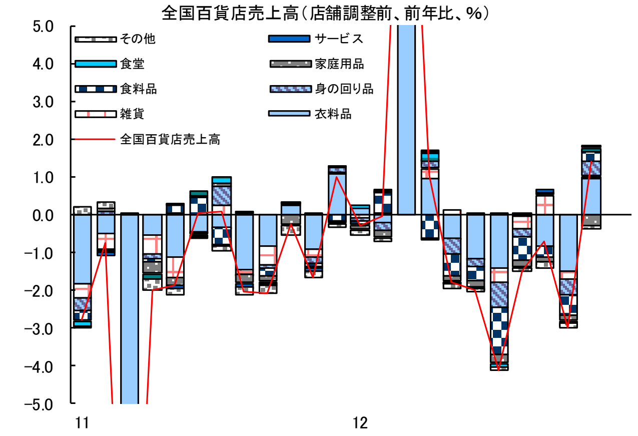
地域別に見ると、東京（前年比：＋3.1％）の売上が伸びたほか、大阪（同：＋6.4％）が８ヶ月ぶりの前年比プラスとなった。大阪では大規模な増床工事が終了した店舗があったことも、売上の押し上げ要因になったようだ。

### ○消費の基調が上向く姿は想定しづらい

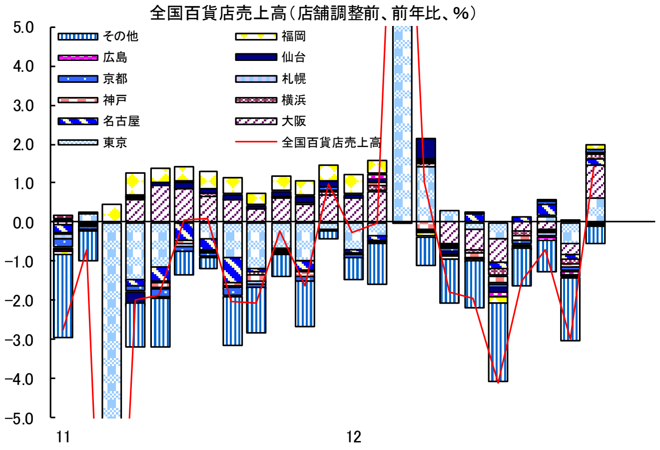
このように、11 月の百貨店売上高は冬物衣料の好調を背景に、良好な結果となった。11 月については既に発表された自動車販売も前月比で改善（季節調整は当社）している。今後発表される統計の結果を待つ必要はあるが、11 月の消費は良好な結果となる可能性も出てきた。

しかし、これをもって消費が回復に転じたと判断することはできないだろう。その主因は、雇用・所得環境の弱さにある。有効求人倍率の低下にみられる企業の採用意欲の弱含みに加え、今冬のボーナスが減少見込みとなっている。その結果、消費者マインドも悪化が続いており、家計環境は芳しくない。こうした中、消費の基調が上向く姿は想定しづらく、個人消費は、基調としては低調に推移する可能性が高いだろう。

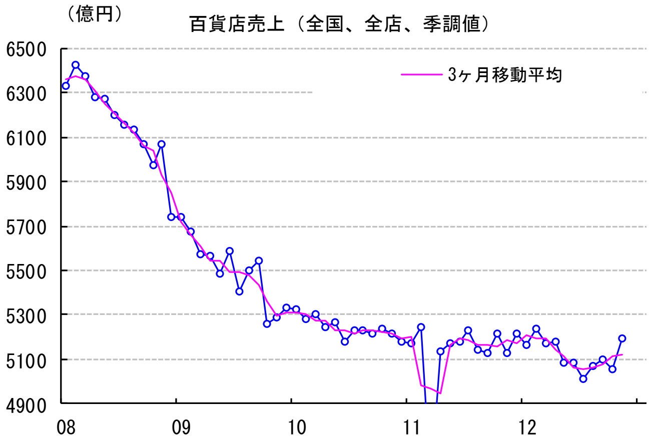
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。



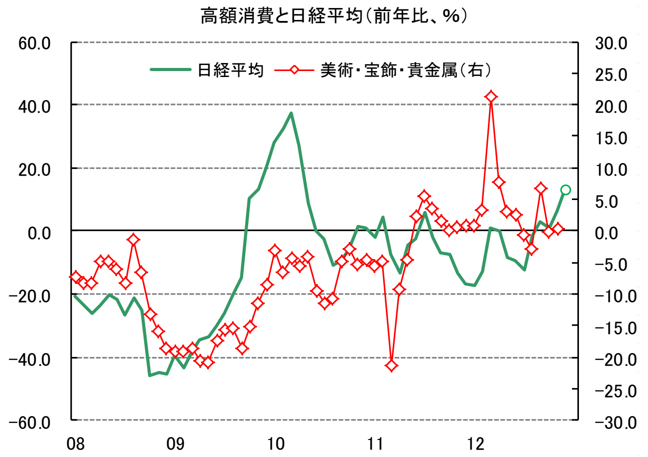

（出所）日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」




（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「日本経済新聞」
※美術・宝飾・貴金属は店舗調整前。日経平均の直近値（12月）は12月18日までの平均値。

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。見通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。