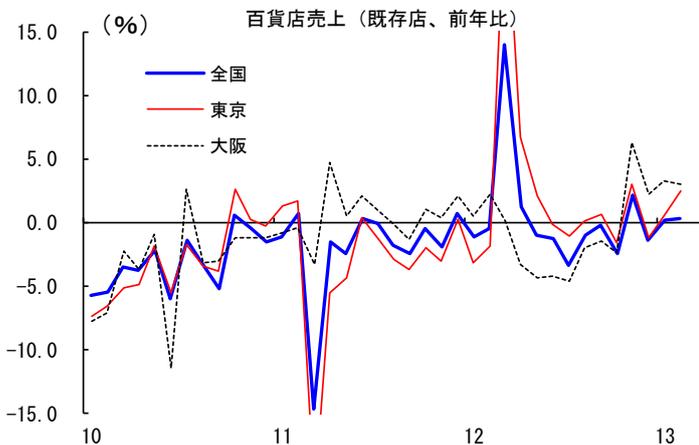


指標名:百貨店売上高(2013年2月)

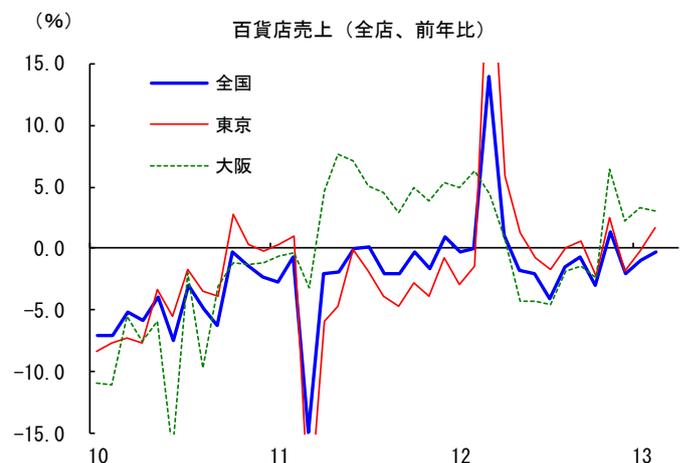
発表日:2013年3月19日(火)

～高額消費の好調が続く～

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」

○高額消費が牽引

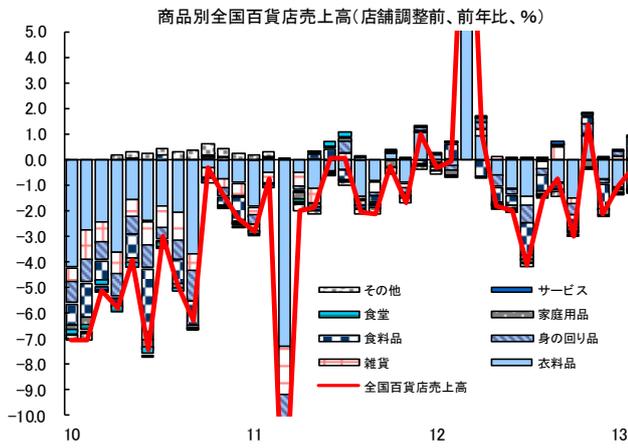
2月の百貨店売上高(全国)は、前年比+0.3%(既存店ベース)と2ヶ月連続の増加となった。当社試算の季節調整値(全店ベース)をみても前月比+1.6%と2ヶ月連続で増加しており、百貨店売上高は回復傾向にある。

品目別にみると、身のまわり品(前年比+8.6%)の販売が増加しており、売上全体を牽引している。美術・宝飾・貴金属(同+8.6%)も、1月(同+5.3%)に続いて大きく増加した。昨年末以降の株価上昇を背景に、高額消費は好調に推移している。また、バレンタインデー商戦の好調を背景に菓子(同+2.1%)が増加したことも、売上全体の下支え要因となった。一方で、主力の衣料品(同▲1.6%)の売れ行きは冴えなかった。2月は例年より気温の低い日が多かったため、春物衣料の販売が伸び悩んだことが影響している。しかし、こうした衣料品の不調を高額商材などの好調が補う形で、売上全体では前年を上回る結果となった。

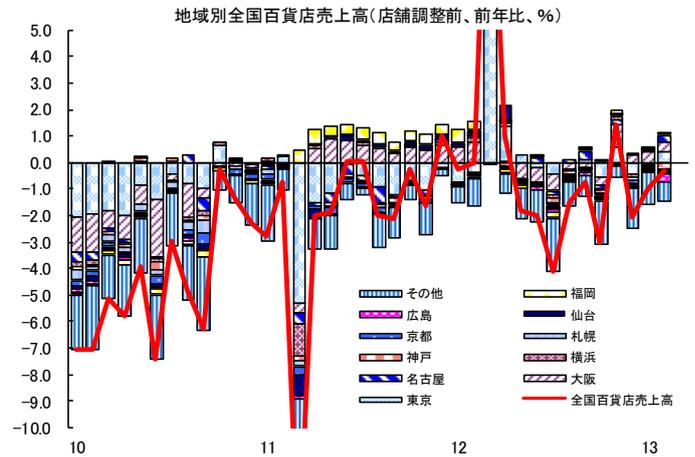
○1-3月期の個人消費は前期比増加が見込まれる

このように、2月の百貨店売上高は良好な結果となった。高額消費が顕著に増加しており、株価上昇や消費者マインドの改善が個人消費を下支えていることが窺える。

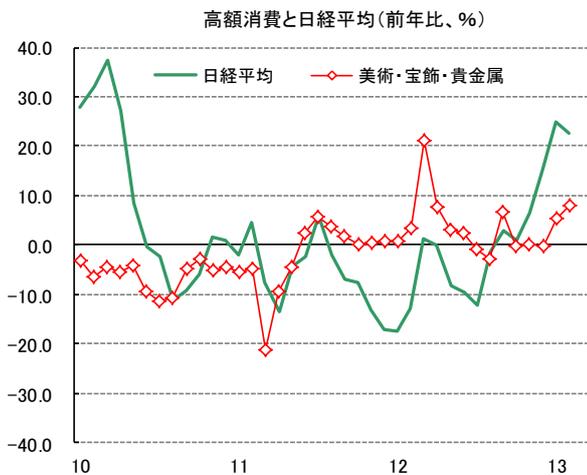
こうした動きに自動車販売の持ち直しも重なり、1-3月期の個人消費は前期比プラスとなる可能性が高いだろう。また、雇用に先行する求人倍率が改善している点を踏まえると、雇用は春～夏ごろには持ち直しが見込まれ、消費の下支え要因となる公算が大きい。先行きの個人消費は、緩やかな拡大が続くとみている。



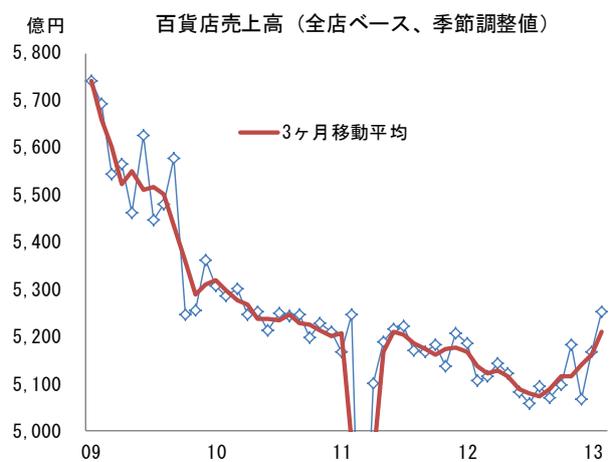
(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(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」、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」
※季節調整は第一生命経済研究所