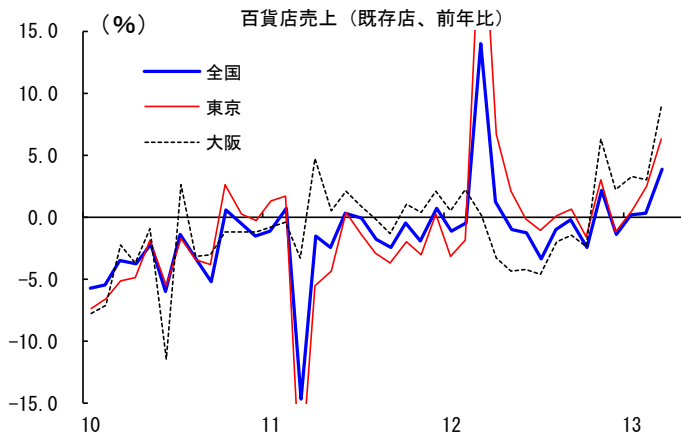


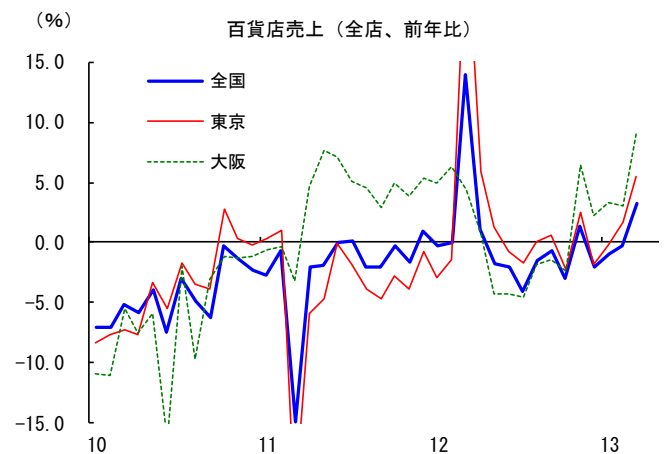
指標名：百貨店売上高(2013年3月)

発表日：2013年4月18日(木)

～高額消費に加え、衣料品や食料品販売の好調も追い風に～

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」

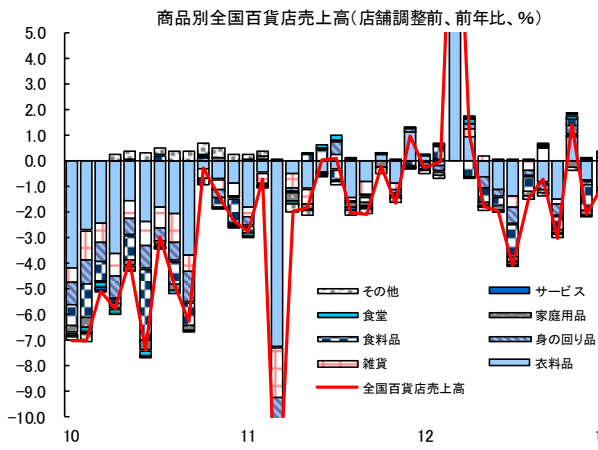
○3月の百貨店売上高は前年比+3.9%の大幅増加

3月の百貨店売上高(全国)は、前年比+3.9%(既存店ベース)と3ヶ月連続の増加、増加幅も非常に大きいものとなった。当社試算の季節調整値(全店ベース)では、前月比▲0.1%と小幅減少となったが、2月の大幅増加(前月比+1.6%)を踏まえれば、水準はむしろ高い。百貨店売上高は消費者マインドの改善を背景に、増加傾向が続いたと判断してよいだろう。

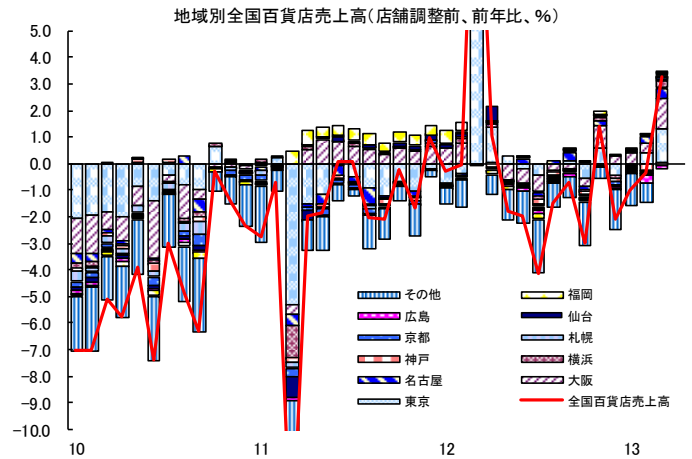
品目別にみると、主力の衣料品(前年比+4.8%)が大幅増加となったことが、売上全体の押し上げ要因となっている。1、2月の衣料品販売は天候不順を背景に前年割れが続いていたが、3月は良好な天候や気温上昇を背景に春物衣料の売れ行きが好調であった。身のまわり品(同+9.2%)・雑貨(同+6.4%)はともに5ヶ月連続のプラスとなり、好調が続いた。雑貨の内訳をみると、高額消費の代表格である美術・宝飾・貴金属(同+15.6%)が大幅に増加したことに加え、化粧品(同+3.9%)の販売も伸張した。菓子(同+2.6%)も2月に続いて増加しており、バレンタインデーに続いてホワイトデー商戦も好調であったことが窺える。また百貨店協会によると、円安効果などを背景に訪日外国人からの売上(前年比+72.6%)が大幅に増加したとのことだ。

○1-3月期の個人消費は前期比で明確に増加する見込み

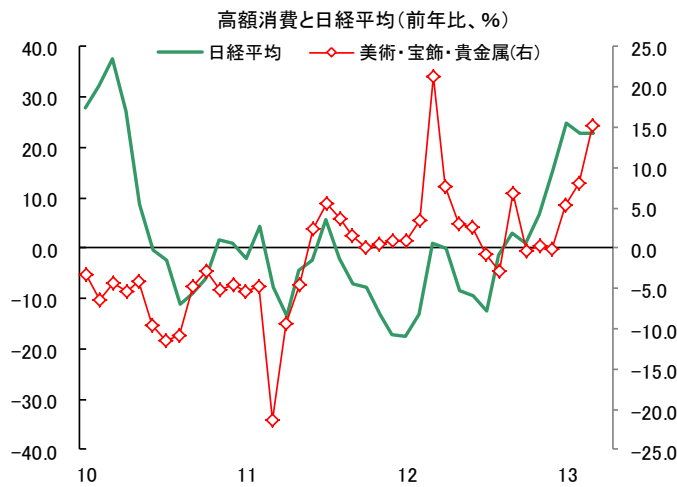
このように、3月の百貨店売上高は、主力の衣料品や雑貨のほか食料品の販売好調も重なり、非常に良い結果となった。株価上昇やそれに伴う消費者マインドの改善が、個人消費の追い風になっている。こうした動きに自動車販売の持ち直しも重なり、1-3月期の個人消費は前期比で明確なプラスとなる見込みである。その後に関しても、①4月の株価も上昇が続いており、マインドの改善持続が見込まれる点、②景気回復の影響が次第に雇用へ波及することが見込まれる点を考慮すれば、個人消費は底堅い推移が続く可能性が高いといえそうだ。



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」

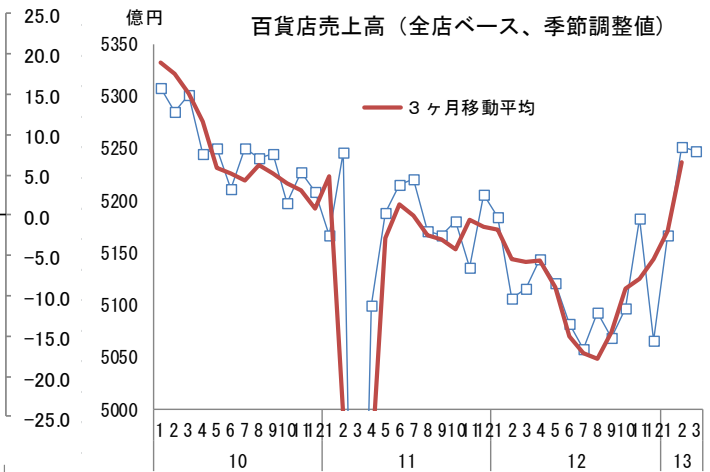


(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」



(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) 日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。