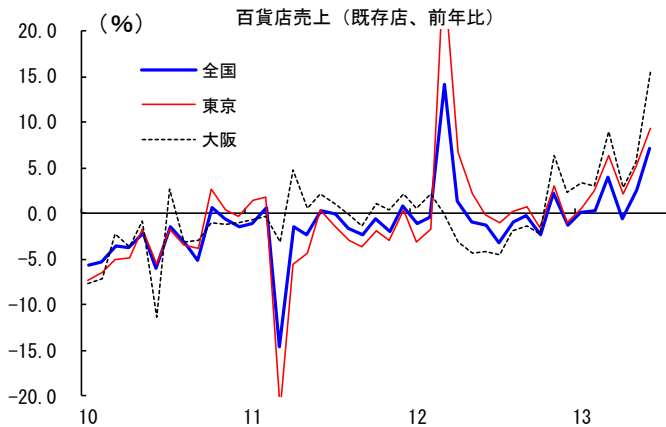


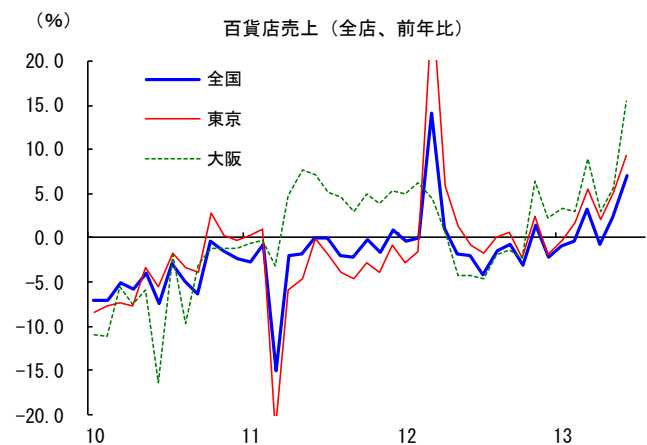
指標名：百貨店売上高(2013年6月)

発表日：2013年7月18日(木)

～セール前倒し・天候要因も重なり、高い伸びに～

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」

○6月の百貨店売上高は大幅増加

6月の百貨店売上高(全国)は、前年比+7.2%(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)でも、前月比+3.0%と5月(同+1.8%)から大幅に増加した。良好な水準を保つ消費者マインドや、雇用の持ち直しといった要因に加えて、①多くの店舗で例年7月初めから行われる夏のセールが6月末に前倒しされたこと、②気温の高い日が多かったこと、も押し上げに働いた結果、6月の百貨店販売は非常に高い伸びとなった。

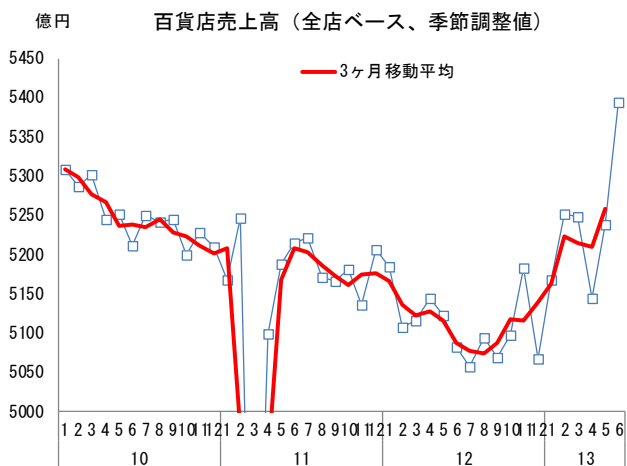
品目別に前年比をみると、主力の衣料品(前年比+10.5%)が大幅に増加した。身のまわり品(同+14.0%)や雑貨(同:+9.1%)も、共に8ヶ月連続の増加と好調が続いている。また、高額品の代表格である美術・宝飾・貴金属(同+16.3%、5月:同+23.3%)は、5月下旬以降の株安の影響があったとみられ、伸び率が鈍化した。それでも水準は高い。その他、食料品(同+1.3%)、家具や家電を含む家庭用品(同+6.3%)も堅調な推移となった。さらに、円安を背景に外国人観光客が増加したことも、百貨店売上高の押し上げ要因となっている。(調査対象の44店舗における外国人観光客の売上高は前年比+105.9%)

○4-6月期個人消費が高い伸びを実現する可能性高まる

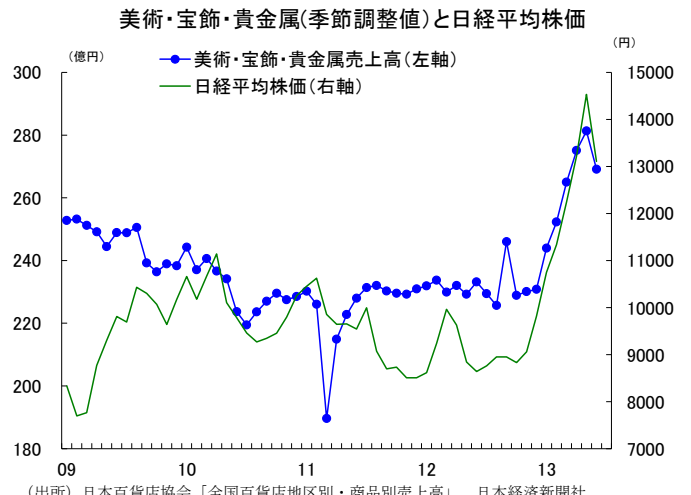
このように、6月の百貨店売上高は衣料品、身のまわり品、雑貨など幅広い品目で増加がみられ、良好な結果となった。良好な消費者マインドや雇用の持ち直しを背景に、このところの個人消費は好調な推移が続いている。GDP個人消費と連動する消費総合指数をみると、4、5月の平均値は1-3月期平均を+0.7%上回っている。6月の消費に関しても、①百貨店売上高が力強い結果となった点、②家電販売に復調の動きがみられる点などを踏まえると、好調を維持した可能性が高い。4-6月期の個人消費が、前期比で高い伸びを実現する可能性は高まっている。

先行きに関しても、消費の源泉である家計所得は、雇用の持ち直しを背景に増加傾向で推移する見込みである。また、5月下旬以降乱高下を続けていた株価も足元で落ち着きを取り戻しつつあり、消費者マインド

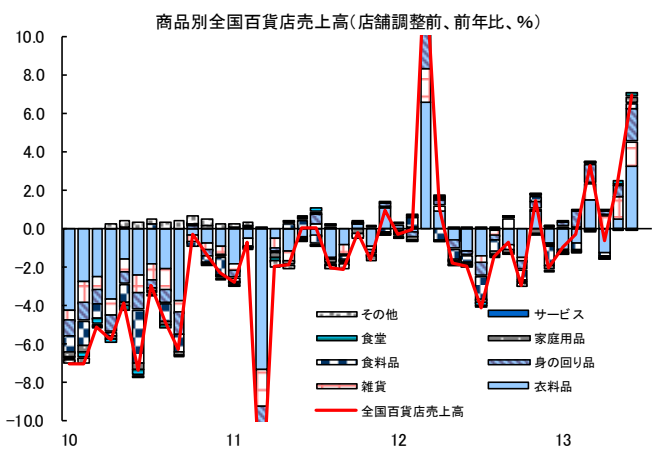
の腰折れは避けられる公算が大きい。個人消費は、今後も増加傾向を維持するとみている。



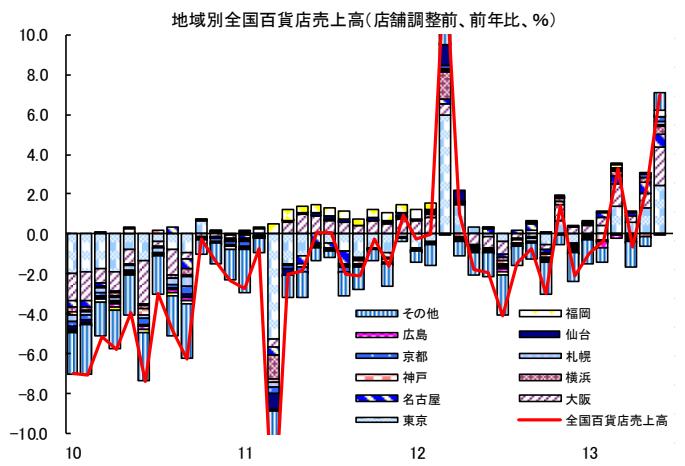
(出所) 日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



(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



(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」

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。見直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。