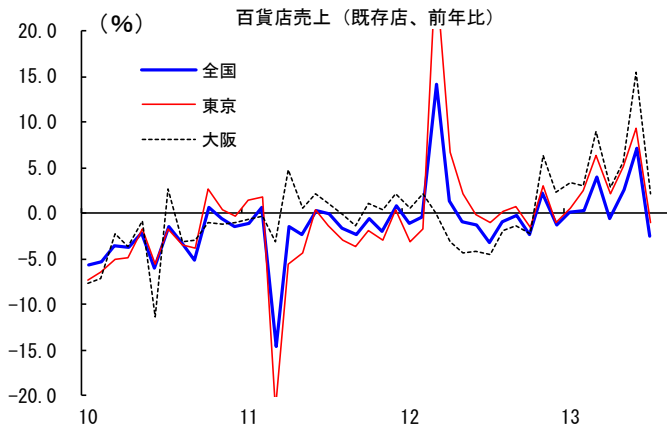


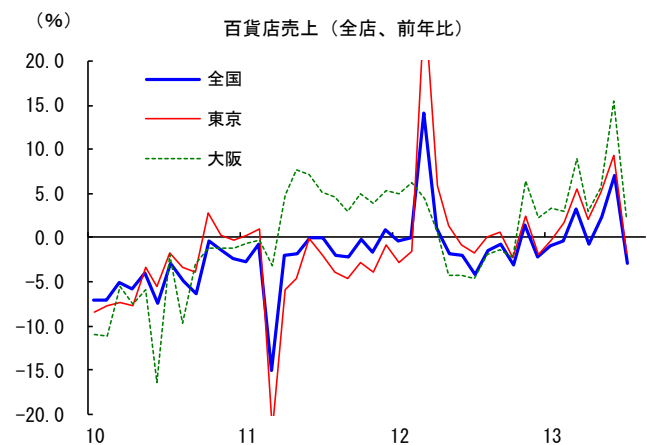
指標名：百貨店売上高(2013年7月)

発表日：2013年8月20日(火)

～大幅減だが、特殊要因の影響が大きい～

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月は大幅減だが、特殊要因によるところが大きい

7月の百貨店売上高(全国)は、前年比▲2.5%(既存店ベース)と3ヶ月ぶりに前年を下回った。当社試算の季節調整値(全店ベース)でも、前月比▲8.0%と6月(同+3.0%)から大きく減少している。単月で見ると非常に弱い結果だが、①例年7月から始まる夏のセールを6月末に前倒した店舗があり、需要先食いの反動が出ていること、②東北・西日本における天候不順、による面が大きく、一時的な動きとみてよいだろう。

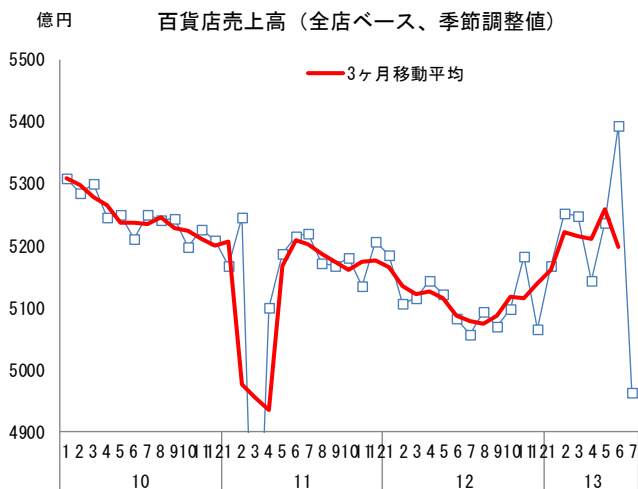
品目別に前年比をみると、主力の衣料品(前年比▲7.3%)・身のまわり品(同▲2.3%)は、前述した要因を背景に苦戦した。また、中元商戦が振るわなかったことから、食料品(同▲1.4%)も前年を下回っている。一方で、雑貨(同+5.6%)は悪条件が重なる中で前年を上回る推移となった。雑貨の内訳をみると、高額品の代表格である美術・宝飾・貴金属(同+14.2%)や化粧品(同+1.7%)の増加が支えとなっている。さらに、円安を背景に外国人観光客が増加したことも、百貨店売上高の押し上げ要因となっている。(調査対象の43店舗における外国人観光客の売上高は前年比+94.5%)

このように仔細に見ると好調な品目もみられたが、衣料品等の主力商品の減少を穴埋めするには至らず、7月の売上高は減少する形となっている。

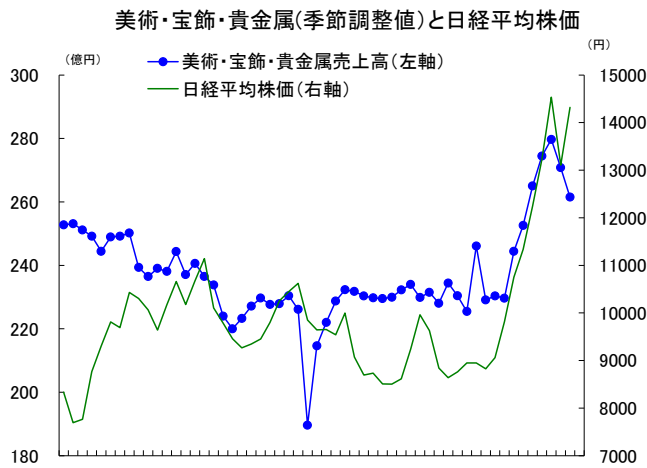
○家計所得の持ち直しが個人消費を支える見込み

4-6月期の個人消費(GDPベース)は前期比+0.8%と高い伸びを実現した。消費者マインドの改善が続いたことに加え、雇用や賃金の回復により雇用者所得が増加したことが背景にある。

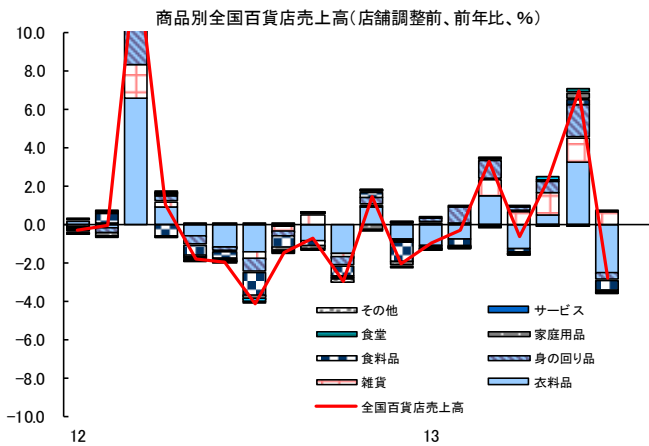
今後に関しても、景気回復の波及による雇用増加を主因に家計所得の増加が続く見込みであり、個人消費の下支えとなることが予想される。7-9月期の個人消費については、①消費者マインドの改善に一服感がみられること、②7月から多くの自治体で地方公務員給与の削減が行われていることを背景に増勢が鈍化する可能性があるものの、前期比増加は続くものと予想している。



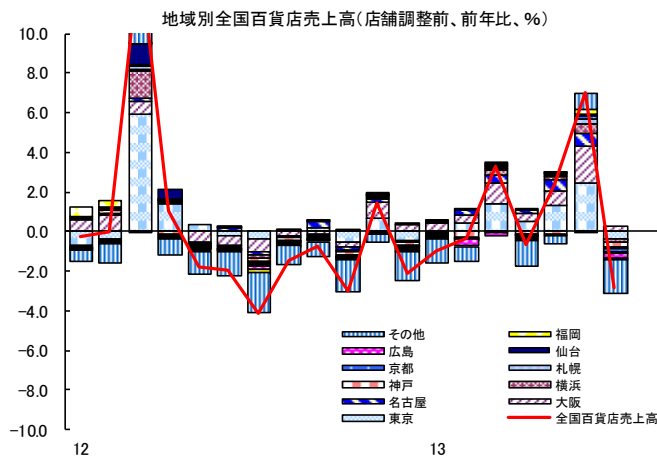
(出所) 日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



(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」