

指標名：百貨店売上高（2013年9月）

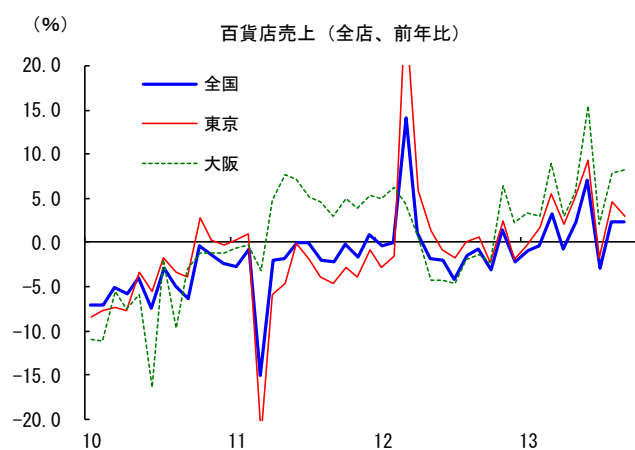
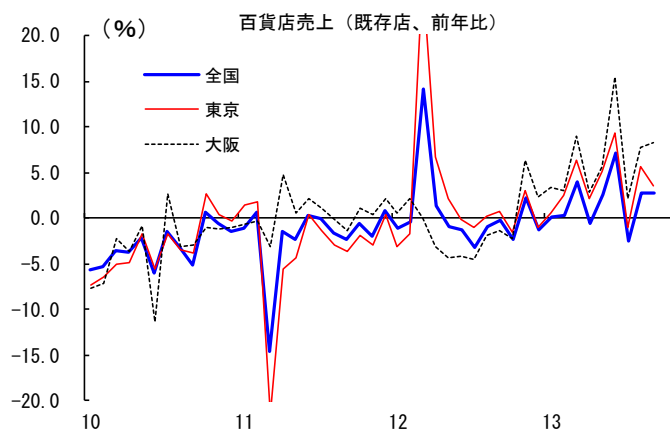
発表日：2013年10月18日（金）

～天候不順も秋物衣料が好調～

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 エコノミスト 高橋 大輝

TEL：03-5221-4524



○9月百貨店売上高（既存店ベース）は前年比+2.8%

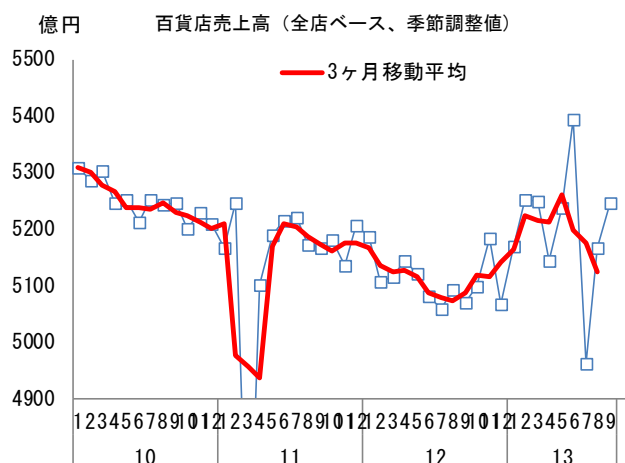
9月の百貨店売上高（全国）は、前年比+2.8%（既存店ベース）と、2ヶ月連続の増加となった。当社試算の季節調整値（全店ベース）でも、前月比+1.5%と増加した。8月は夏のセール前倒しによる反動減のリバウンドや猛暑による盛夏商材の好調などが追い風となったが、9月は天候不順にも関わらず良好な推移となった。年前半ほどの勢いは見受けられないものの、個人消費の底堅さが窺える内容といえよう。

品目別に前年比をみると、衣料品（前年比+3.2%）や身のまわり品（同+5.2%）などが増加した。9月は台風の上陸や気温が大きく変化するなど天候には恵まれなかったものの、秋物衣料などファッション関連商材が好調だったようだ。また、地方物産店の積極展開から食料品（同+1.9%）が増加し、雑貨（同+3.8%）も前年比プラスとなった。雑貨の内訳をみると、高額商品の代表格である美術・宝飾・貴金属（同+6.3%）は、前月から伸び幅が縮小したものの、引き続き高い伸びとなった。さらに、円安を背景に外国人観光客は引き続き増加しており、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+113.7%）

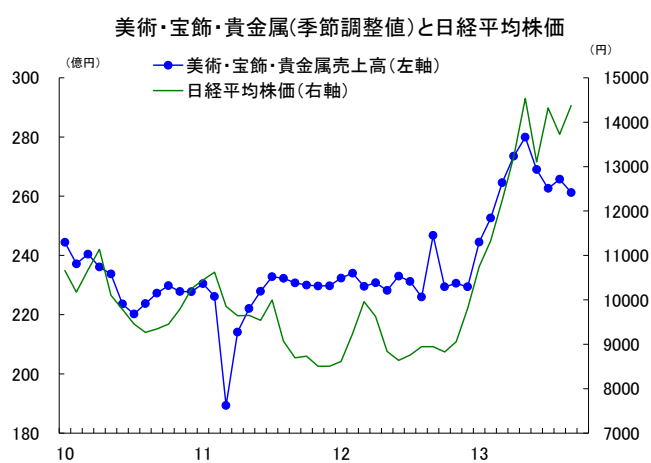
○年度内の個人消費は増加傾向での推移となろう

公表されている個人消費関連の統計を踏まえると、7－9月期の個人消費は増勢が一服する可能性が高そうだ。これまで個人消費を牽引してきた消費者マインドの改善が一服したことが背景にあるとみられる。

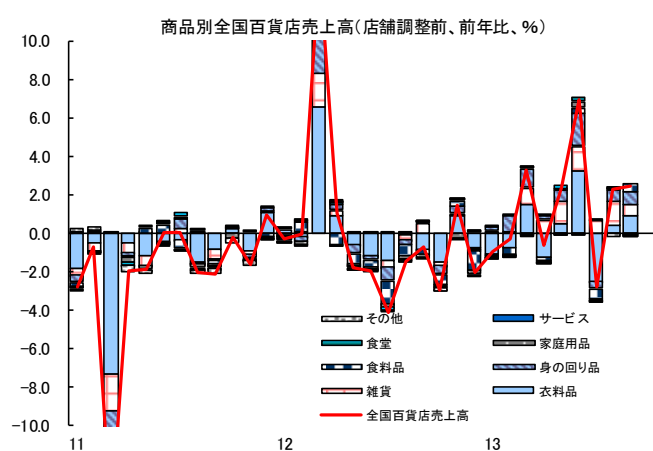
先行きを展望すると、個人消費は①消費税率引き上げ前の駆け込み需要や、②景気回復の波及による家計所得の増加を背景に、増加基調に戻ることが見込まれる。足元で賃金の本格回復はまだみられないものの、雇用者数は着実に増加しており、マクロでみた家計所得の増加が個人消費の支えとなろう。また、今月の百貨店売上高が底堅い推移だったことに加えて、9月の消費動向調査や景気ウォッチャー調査でも消費者マインド改善の動きがみられたことも好材料だろう。年度内の個人消費は、増加傾向での推移が維持されよう。



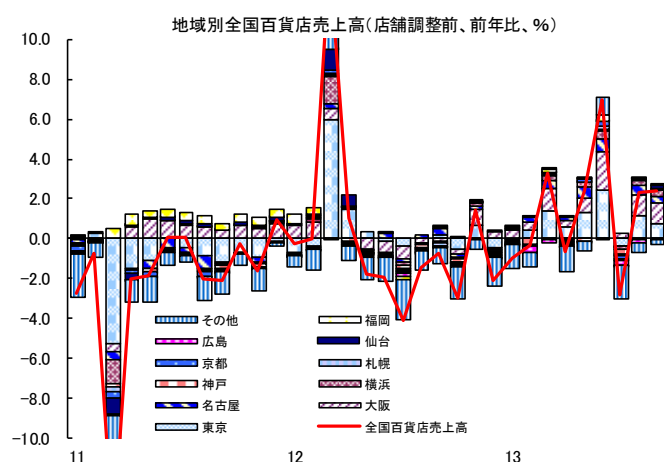
（出所）日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



（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」