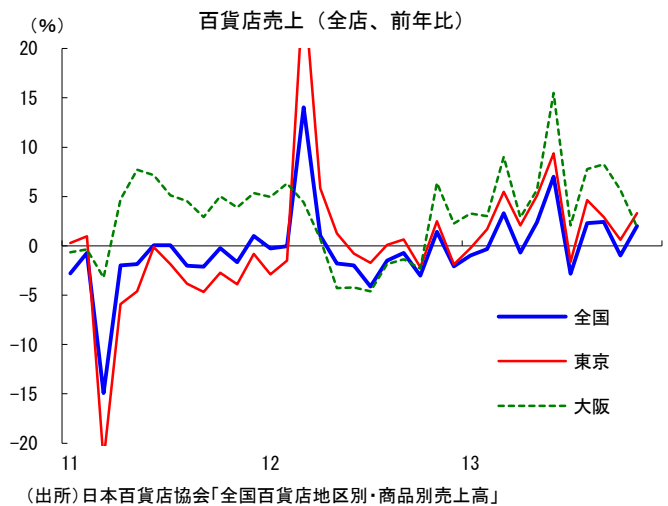
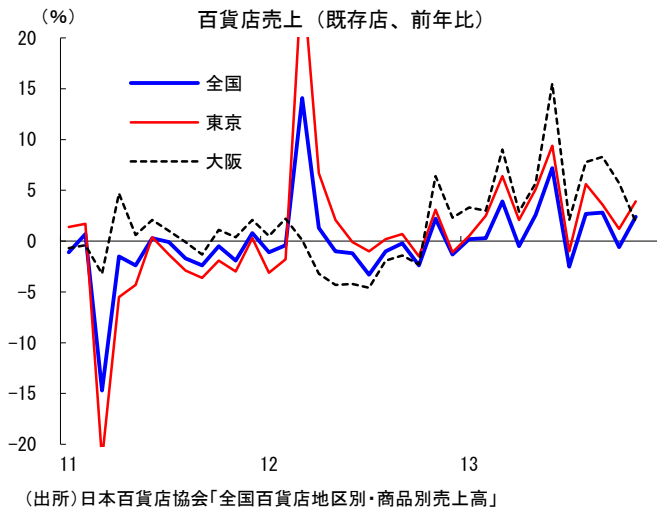


指標名：百貨店売上高(2013年11月)

発表日：2013年12月19日(木)

～衣料品、高額品が好調～

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

## ○11月百貨店売上高(既存店ベース)は前年比+2.4%

11月の百貨店売上高(全国)は、前年比+2.4%(既存店ベース)と、2ヶ月ぶりに増加した。当社試算の季節調整値(全店ベース)でも、前月比+3.7%と大幅増加した。10月に大きく落ち込んだものの、11月は持ち直した格好だ。

内訳をみると、11月は月平均気温が低かったことなどから、冬物衣料(衣料品：前年比+1.0%)が好調に推移したことが売上の増加につながったようだ。また、高額商品の代表格である美術・宝飾・貴金属(同+21.0%)やラグジュアリーブランド(身のまわり品：同+5.9%)が増加しており、高額商品が引き続き好調に推移していることも追い風となった。家庭用品(同+5.7%)では、このところ好調な推移が続く家具が同+7.4%、前年の裏が出ているため割り引いてみる必要があるものの家電が同+80.9%と大幅増加となった。好調な住宅市場や消費税率引き上げ前の駆け込み需要などが背景にあるとみられる。

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+122.7%と、円安等による外国人観光客の増加を背景に引き続き百貨店売上高を押し上げている。

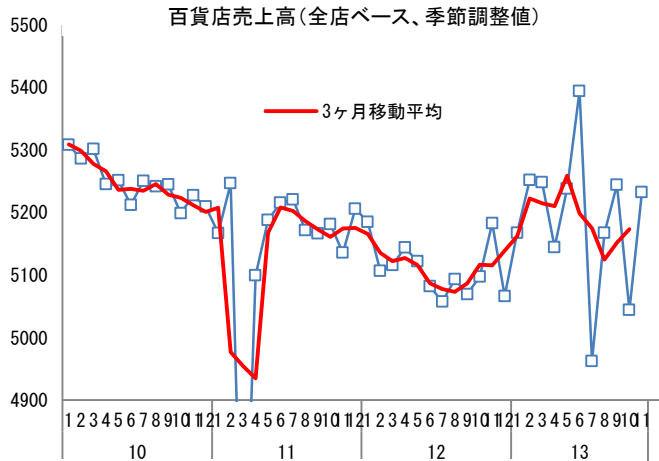
## ○先行きの個人消費は駆け込み需要を背景に増勢を強めていこう

先行きの個人消費を展望すると、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などを背景に、個人消費は増勢を強めていくものとみている。①については、11月の新車販売台数が大幅増加しているなど、消費税率引き上げを見据えた駆け込み需要が顕在化し始めている可能性が指摘できる。②については、10月の毎月勤労統計確報では現金給与総額(事業所規模5人以上)が前年比▲0.1%と賃金の本格回復はまだみえないものの、雇用者数の着実な増加や冬のボーナスの増加が見込まれていることなど、雇用・賃金を取り巻く環境には改善がみられる。マクロでみた家計所得の増加は個人消費の後押しとなろう。

やや気がかりなのは、消費税率引き上げに対する不安感や物価上昇などを背景に消費者マインドが弱めの

推移となっている点だ。もっとも、冬のボーナス増加など賃金の持ち直しや株価が再び上昇傾向で推移していることがマインドに好影響を与えるとみられることから、消費者マインドが大きく崩れる事態は避けられると予想している。

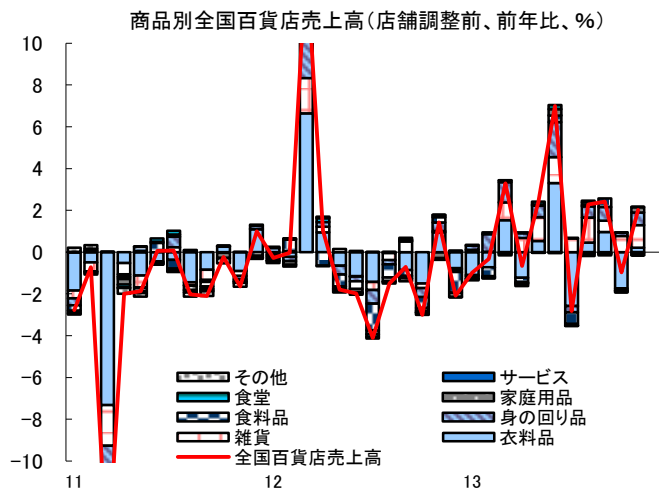
消費税率引き上げ後の14年4-6月期は駆け込み需要の反動減が避けられず、その後も実質賃金の低下によって伸び悩む可能性が高い。しかし、前述した雇用・賃金の改善が続くことで、悪化基調に転じることは避けられるとみている。



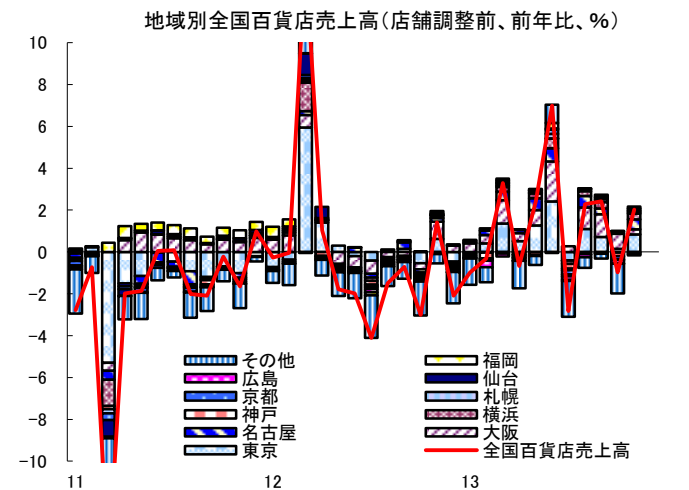
(出所)日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



(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。