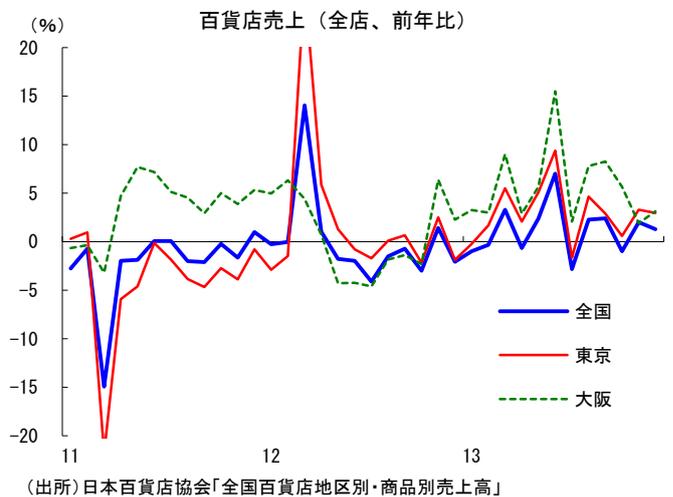
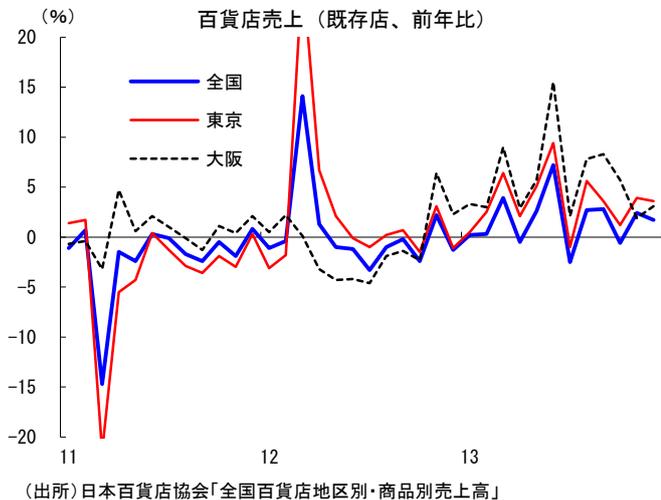


指標名：百貨店売上高(2013年12月)

発表日：2014年1月17日(金)

～夏場の足踏みからは若干持ち直し～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 エコノミスト 大塚 崇広
TEL：03-5221-4525

○まずまずの結果

2013年12月の百貨店売上高(全国)は、前年比+1.7%(既存店ベース)と、2ヶ月連続で増加した。当社試算の季節調整値(全店ベース)でみると、前月比▲1.0%と減少している。勢いこそ弱いものの、夏場の足踏みからは持ち直しつつあり、まずまずの結果と言えよう。

既存店ベースの内訳をみると、主力の衣料品(前年比+0.6%)が気温の低下に伴う冬物衣料の需要増により前年比プラスとなったほか、身のまわり品(同+5.2%)や雑貨(同+6.6%)などが増加した。身のまわり品と雑貨の増加は、クリスマス商戦においてラグジュアリーブランドや高級時計・宝飾品などの売行きが良好であったことが影響したようだ。一方、食料品(同▲0.3%)は2ヶ月ぶりに減少した。

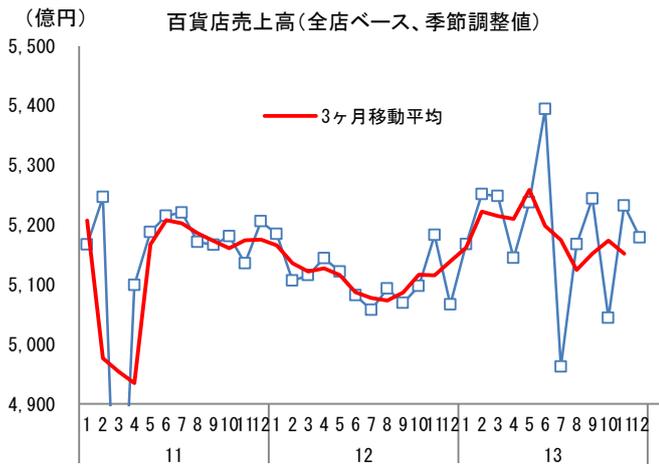
なお、消費税率引き上げ前の駆け込み需要は一部で顕在化しているようである。「景気ウォッチャー調査」(内閣府)をみても、すでに高額品等で駆け込みが発生しているとのコメントが見受けられる。しかし、百貨店売上高全体でみると、目立った増加には至っていない。前回の消費税増税時(1997年4月)と同様に、駆け込み需要は増税直前に集中するのではないだろうか。

○増税後の個人消費：前回増税時との違いは？

13年10-12月期個人消費は、自動車等における駆け込み需要などが押し上げ要因となった見込みだ。14年1-3月期は駆け込み需要の本格化、4-6月期はその反動減が予想されるが、問題はその後である。

前回増税時の個人消費の推移をみると、1997年7-9月期は駆け込み需要の反動減から一旦は持ち直したものの、その後は前期比マイナスが続くこととなった。しかし、こうした個人消費の低迷は、増税の影響よりも、アジア通貨危機や大手金融機関の破綻を通じた消費者マインドの萎縮による面が大きかったと思われる。一方、今回は、欧州債務問題など金融市場の混乱を招くようなリスクは後退していることに加え、国内企業の財務状況も良好である。消費者マインドに大きな影響を与える株価についても、日米金融政策の方向性の違いにより円安が進みやすい状況にあることが支えとなろう。また、賃金についても、前回は97年後半から伸び幅が縮小し、98年にはマイナス圏に突入したものの、今回はボーナスを中心に改善に向かう可能性

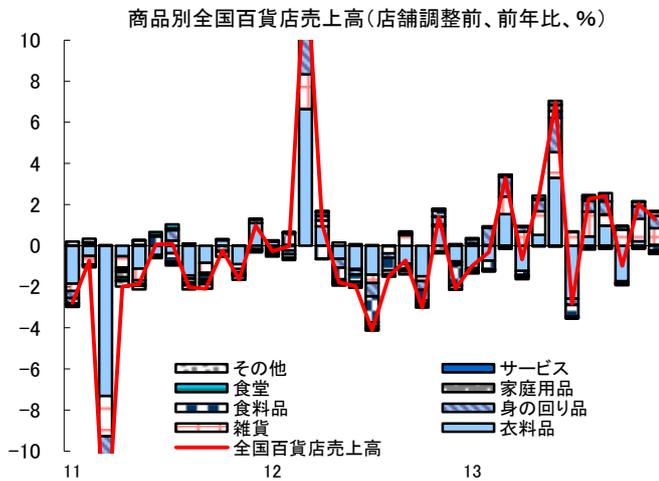
が高い。反動減後の個人消費は、実質可処分所得の減少による下押し圧力を受けるものの、賃金の改善や消費者マインドの腰折れ回避を背景に減少基調入りは避けられるとみている。



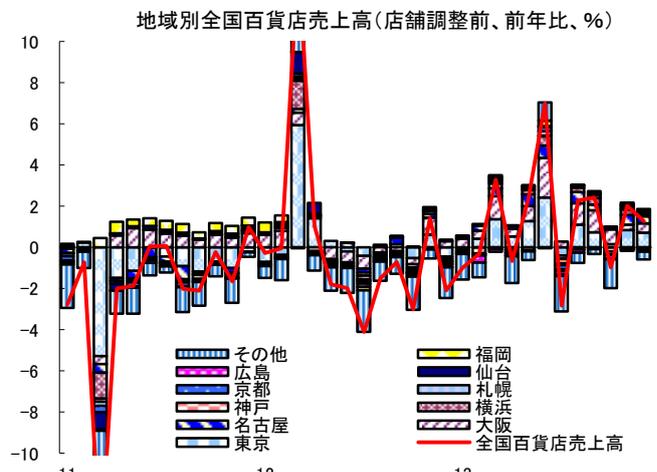
(出所)日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



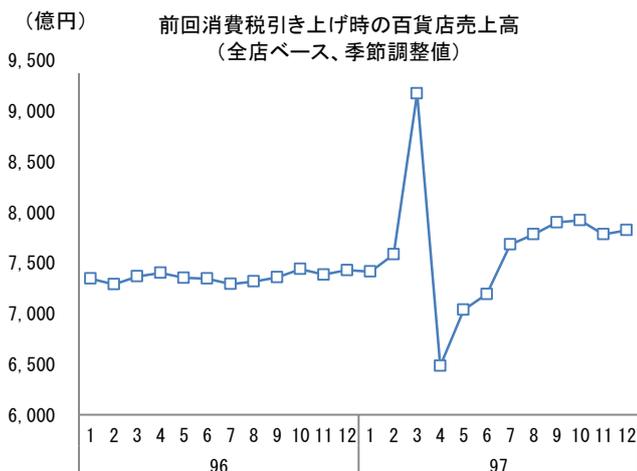
(出所)日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」、日本経済新聞社
(注)美術・宝飾・貴金属の季節調整は第一生命経済研究所



(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」



(出所)日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。