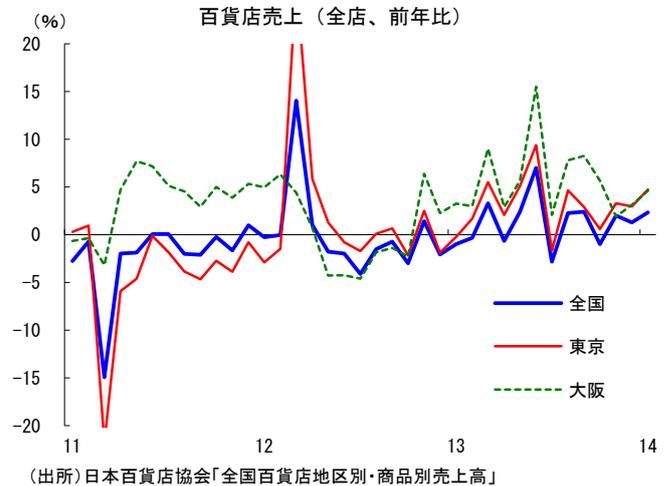
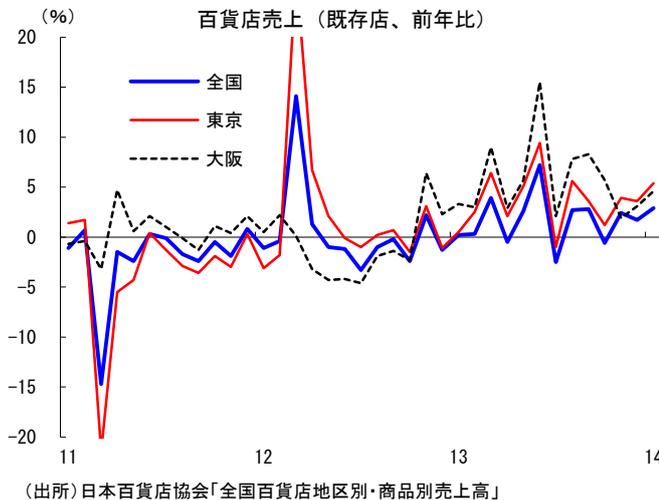


指標名：百貨店売上高(2014年1月)

発表日：2014年2月19日(水)

～今回の駆け込み需要は早め？～

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



○前月比では大幅増加。主因は駆け込み需要

1月の百貨店売上高(全国)は、前年比+2.9%(既存店ベース)と、3ヶ月連続で増加した。商品別売上高をみると、ほぼすべての商品で前年の水準を上回っており、良好な内容だ。特に「雑貨」(前年比+10.2%)、中でも「美術・宝飾・貴金属」(同+22.6%)といった高額品の好調さが目立つ。

当社試算の季節調整値(全店ベース)でも、前月比+2.1%と比較的大きく増加している。背景としては、①消費税率引き上げ前の駆け込み需要や②冬のボーナスの増加、③気温低下による季節需要の高まり、などが考えられる。ただし、消費者マインドが低下基調にある中、駆け込み要因を除いた消費の基調が1月に急激に強まったとは考え難い。今月の増加は、駆け込み需要が主因であったとみることが自然であろう。前回消費税増税の際は駆け込み需要は3月に集中したが、今回は駆け込みが早めに出ている可能性がある。

○増税後の個人消費：マインドが懸念材料

2月17日に公表された13年10-12月期GDPをみると、実質個人消費は前期比+0.5%と前期(同+0.2%)から加速した。自動車を中心とした耐久財の駆け込み需要が増加の主因である。14年1-3月期は、2月の大雪による影響が懸念されるものの、駆け込み需要が耐久財以外にも広がることで高い伸びが実現しよう。

消費税率が引き上げられる14年度は個人消費の低迷が予想されるが、雇用・賃金の改善を背景に腰折れは避けられるとみている。一方、懸念されるのは消費者マインドの動向だ。消費者態度指数(内閣府)は昨年5月をピークに低下傾向で推移しており、14年2月は年初からの株価下落の影響が出るだろう。現時点では、海外経済は回復基調を辿り、株価も上昇基調が続くとみている。増税後においても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。しかし、米国のQE3縮小が続く中、再度今回のような株安の流れが生じる可能性は否定できない。今後の株価動向には注意が必要だ。

