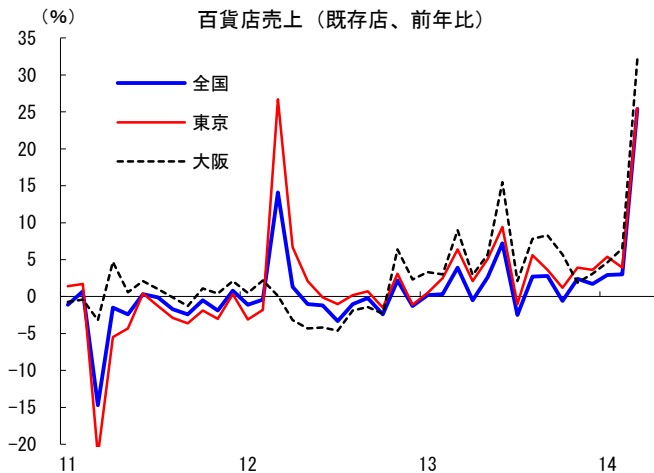


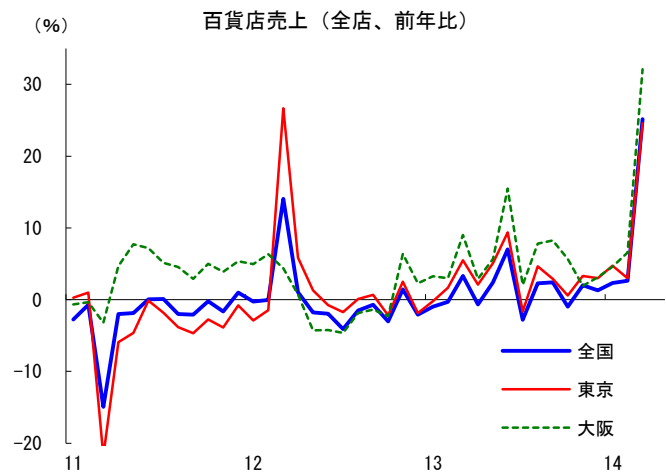
指標名：百貨店売上高(2014年3月)

発表日：2014年4月17日(木)

～駆け込み需要を背景に前年比+25.4%と急増～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 副主任エコノミスト 高橋 大輝
TEL：03-5221-4524

(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」

○3月百貨店売上高（既存店ベース）は前年比+25.4%

3月の百貨店売上高（全国）は、前年比+25.4%（既存店ベース）と、急増した。季節調整値（全店ベース）でも、前月比+23.4%の大幅増加だ（以下、季節調整は筆者）。衣料品や高額品を中心に駆け込み需要が顕在化し、大幅に売上を伸ばした。

内訳をみると、月前半の気候は不安定だったものの衣料品（前年比+18.5%、前年比寄与度+6.8%pt）が大幅増加した。また、高額商品の代表格である美術・宝飾・貴金属（同+113.7%、+5.5%pt）が売上高増加に大きく寄与した。主要5品目（衣料品、身の回り品、雑貨、家庭用品、食料品）全てで前年比プラスとなり、食料品以外は2桁増となった。

地区別でも、東京（前年比+25.5%）、大阪（同+32.1%）など大都市を中心に全地区で2桁増となり、全国各地で駆け込み需要が本格化したようだ。

前回増税時をみてみると、1997年3月の百貨店売上高（全店ベース）は前年比+25.5%、前月比+21.0%であった。今回の駆け込みの規模は前回と同程度かやや大きいものであったといえる。また、1997年4月は前年比▲12.3%、前月比▲29.3%と反動減が発生した。大手百貨店の売上高は4月前半の時点で、前年比1～2割程度減少しているようであり、反動の規模も前回増税時と同程度～やや大きなものとなることが予想される。

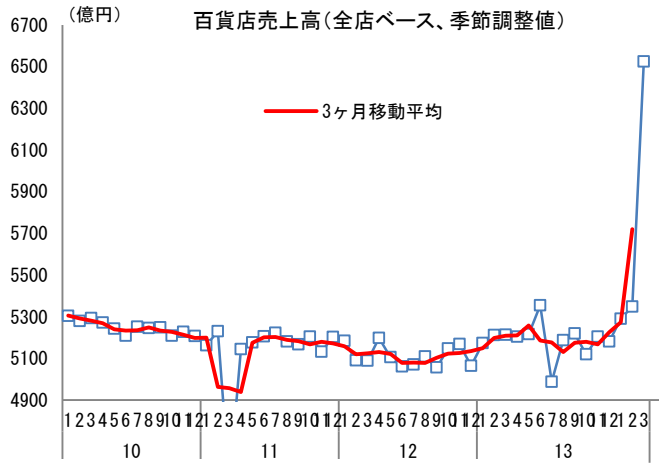
○先行きの個人消費は反動減が既定路線

今後公表される経済指標をつぶさにチェックする必要があるが、百貨店売上高の動向を踏まえると、駆け込み需要は前回増税時同様それなりに大きなものとなっており、4～6月個人消費の大幅減は避けられない。加えて、消費税率引き上げに伴う実質可処分所得の減少による下押しもある。

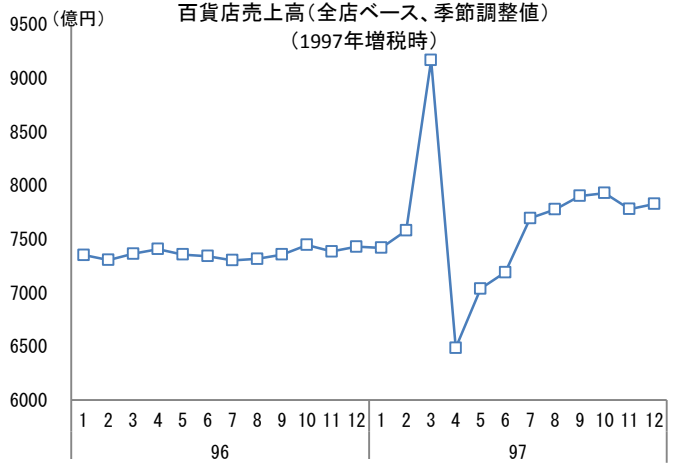
もっとも、7～9月期以降の個人消費は①雇用の改善が続くこと、②ベア実施企業の増加や夏のボーナス

増加¹を背景に回復基調に戻っていくとの予想に変更はない。

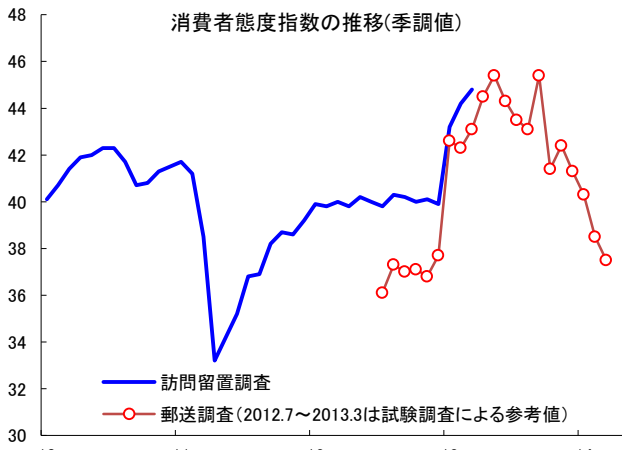
個人消費に影響する消費者マインドは、足元で軟調に推移しておりやや気がかりだ。本日、内閣府から公表された3月消費動向調査によれば、消費者態度指数（一般世帯、季節調整値）は前月差▲1.0ptと4ヶ月連続で悪化した。もっとも、消費者マインドは前回も増税直前に悪化しており、むしろ4月以降改善に向かうかが重要である。マインドの動向も含めて今後公表される4月分の経済指標は、より注目度が高まろう。



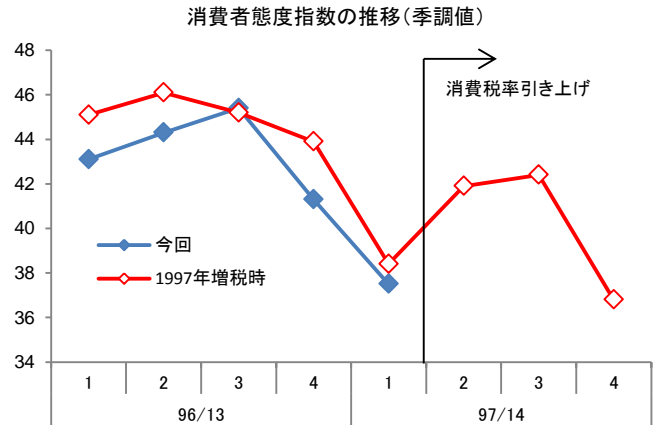
(出所)日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



(出所)日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。



(出所)内閣府「消費動向調査」



(出所)内閣府「消費動向調査」

(注)「今回」は期末月値

(注2)「1997年増税時」は訪問留置調査、「今回」は郵送調査

¹ 詳細は、弊社レポート Economic Trends 「2014年夏のボーナス予測～前年比+1.6%を予想。ボーナス改善が明確化へ～」(2014年4月3日発行)をご参照ください。