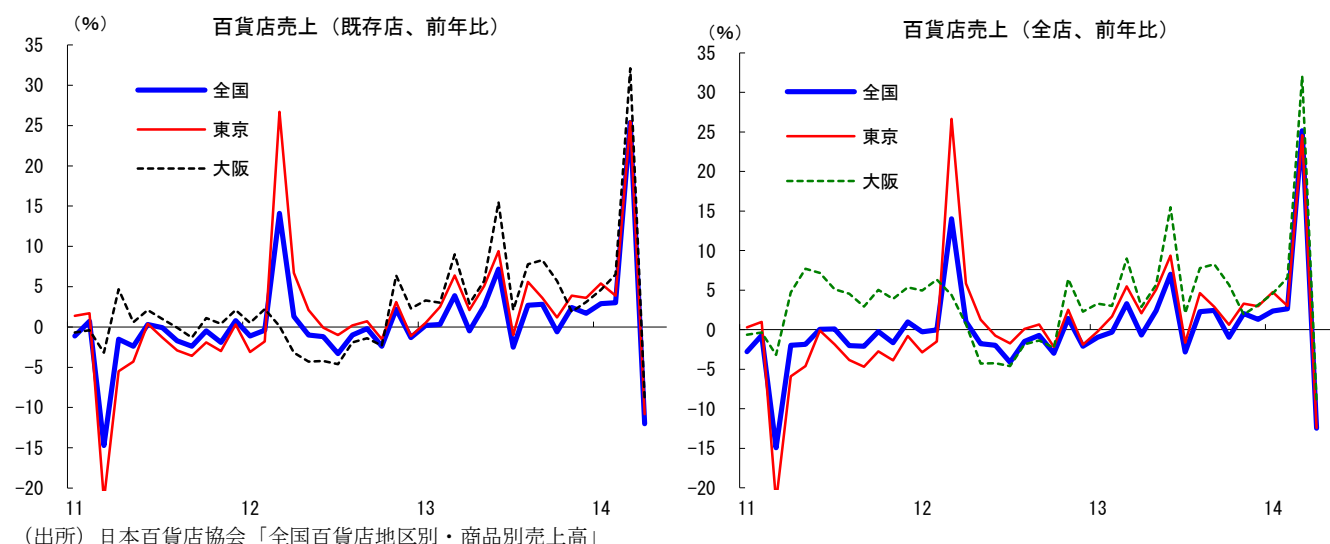


指標名：百貨店売上高(2014年4月)

発表日：2014年5月20日(火)

～反動減は前回増税時と同程度～

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



## ○4月百貨店売上高(既存店ベース)は前年比▲12.0%

4月の百貨店売上高(全国)は、前年比▲12.0%(既存店ベース)と、急減した。季節調整値(全店ベース)でも、前月比▲30.4%と大幅減少している(以下、季節調整は筆者)。駆け込み需要の反動減が顕在化した形だ。

内訳をみると、衣料品(前年比▲12.2%、前年比寄与度▲4.4%pt)、雑貨(同▲24.1%、同寄与度▲3.6%pt)、身のまわり品(同▲12.0%、同寄与度▲1.6%pt)など全品目が前年比マイナスとなった。3月に多くの駆け込み需要が顕在化したとみられる美術・宝飾・貴金属(3月：同+113.7%→4月：同▲38.9%)、家電(同+53.2%→同▲21.7%)などで特に落ち込みが大きかった。地区別にみても、関東は前年比▲13.0%、近畿が同▲13.5%など、軒並み前年比2桁マイナスとなった。

前回増税時をみてみると、1997年4月の百貨店売上高(全店ベース)は前年比▲12.3%、前月比▲29.3%であった。百貨店売上高においては、駆け込み需要とその反動減は前回と同程度であったことが窺える。

## ○先行きの個人消費は賃金増加が下支えとなる見込み

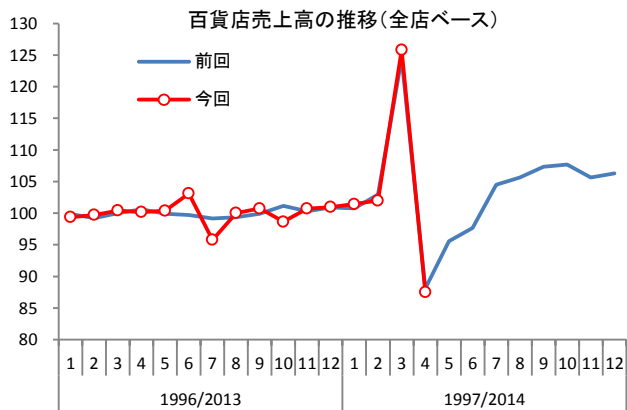
以上のように、4月の百貨店売上高は駆け込み需要の反動減を背景に大幅減少となった。4-6月期の個人消費は反動減に加えて、実質可処分所得の減少による下押しもあるため落ち込みが避けられないだろう。

先行きについては、反動減の影響は徐々に剥落し、個人消費は緩やかに持ち直していくと予想している。百貨店協会の資料によれば、反動減については「週を追うごとに影響は和らいで来た」(百貨店協会)ようである。また、「消費税率引上げ後の消費動向等について」(内閣府)によれば、飲食料品(スーパー)や家電(家電量販店)の売上高は5月に入ってから前年比マイナス幅が縮小傾向で推移している。こうしたデータからは、消費税増税による悪影響は和らいでいくことが示唆されている。

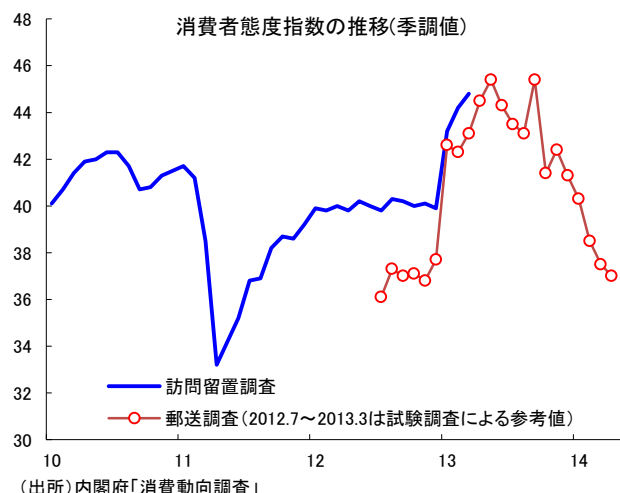
また、賃金の増加が先行きの個人消費を支える見込みだ。14年度の賃金は①ベア実施企業の増加による所定内給与の増加、②前年度の業績改善などを背景としたボーナスの増加が見込まれ、改善傾向で推移するものとみている。また、相対的に賃金の低いパートタイム労働者の増加が賃金の下押しとなっているが、足元

ではパート比率上昇に一服感が出てきていることも好材料だ。

懸念材料としては、消費者マインドの動向が挙げられる。4月消費動向調査をみると、消費者態度指数（一般世帯、季節調整値）は前月差▲0.5ptと5ヶ月連続で悪化しており、依然軟調な推移が続いている。もっとも、今後は賃金の増加などを背景に改善に転じるものとみており、消費者マインドの腰折れから個人消費が低迷することは避けられるだろう。



(注) 季節調整は筆者  
 (注2) 1996年平均、2013年平均を100として指数化  
 (出所) 日本百貨店協会



(出所) 内閣府「消費動向調査」