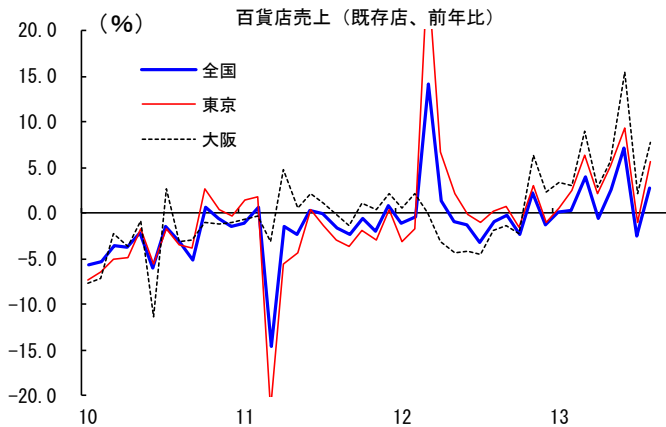


指標名：百貨店売上高(2013年8月)

発表日：2013年9月20日(金)

～基調は横ばい～

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

(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」

○8月百貨店売上高(既存店ベース)は前年比+2.7%

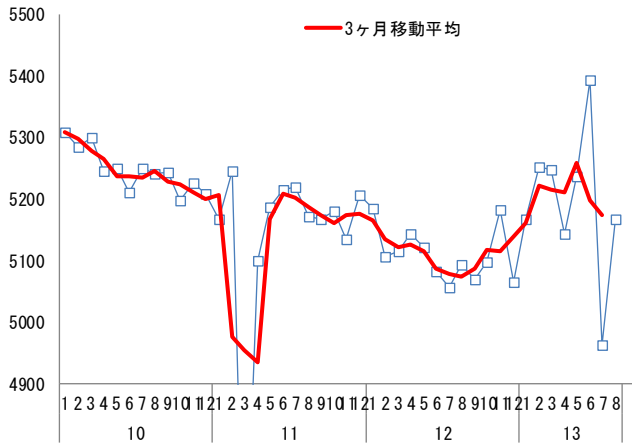
8月の百貨店売上高(全国)は、前年比+2.7%(既存店ベース)と、2ヶ月ぶりの増加となった。当社試算の季節調整値(全店ベース)でも、前月比+4.1%と増加した。夏のセールの前倒しによる反動などで落ち込んだ7月(同▲8.0%)からリバウンドした形である。依然として高水準を維持しているものの、このところは均してみると横ばい圏内での推移となっている。年前半に急ピッチで回復が進んだこともあり、足元では増勢に一服感が生じているようだ。

品目別に前年比をみると、7月にセール前倒しの影響から前年比マイナスとなった衣料品(前年比+1.9%)や身のまわり品(同+4.5%)が増加した。8月は全国的に気温が高く、夏物衣料や盛夏商材の動きが活発であったことなども影響しており、売上が伸びたようだ。盛夏商材が好調であった化粧品(同+3.5%)が増加したほか、高額商品の代表格である美術・宝飾・貴金属(同+18.3%)も高い伸びが続いた。また、足元の好調な住宅需要を反映して、家具(同+5.8%)が大きく増加した。さらに、円安を背景に外国人観光客が引き続き増加しており、百貨店売上高の押し上げ要因となっている。(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+87.2%)

○今後は雇用・賃金の改善が個人消費を支える見込み

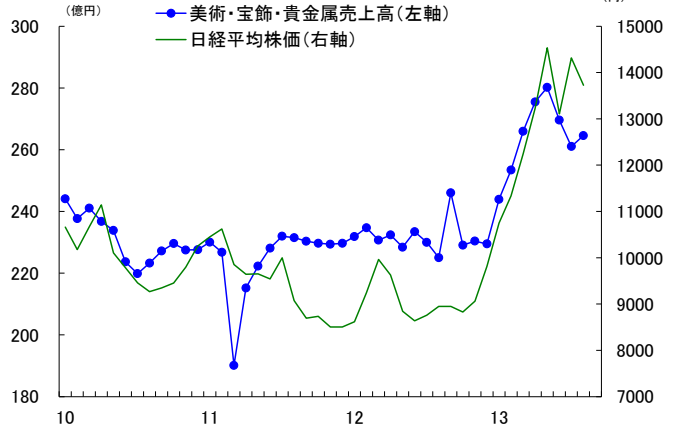
公表されている個人消費関連の統計を踏まえると、7-9月期の個人消費は増勢が鈍化する可能性が高そうだ。消費者マインドの改善一服や7月から多くの自治体で地方公務員給与の削減が行われていることなどが、背景にあるとみられる。ただし、個人消費が腰折れするとまではみていない。今後は、景気回復の波及による雇用増加を主因に家計所得の増加が続くと見込まれることがその理由だ。10-12月期以降は消費税率引き上げ前の駆け込み需要も予想されるため、年度内は個人消費の増加基調が維持されるだろう。

百貨店売上高 (全店ベース、季節調整値)



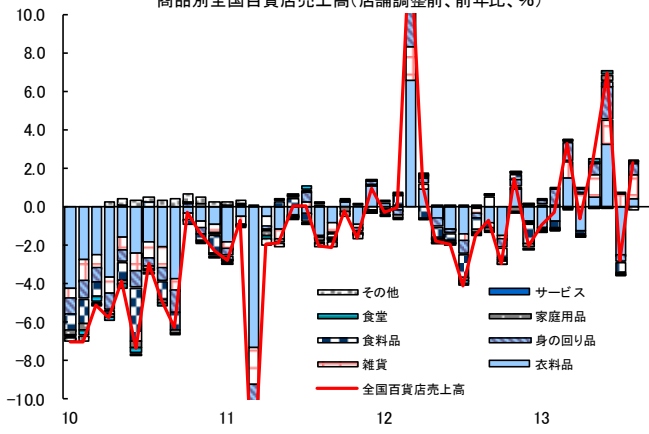
(出所) 日本百貨店協会資料より作成。季節調整は当社試算。

美術・宝飾・貴金属(季節調整値)と日経平均株価



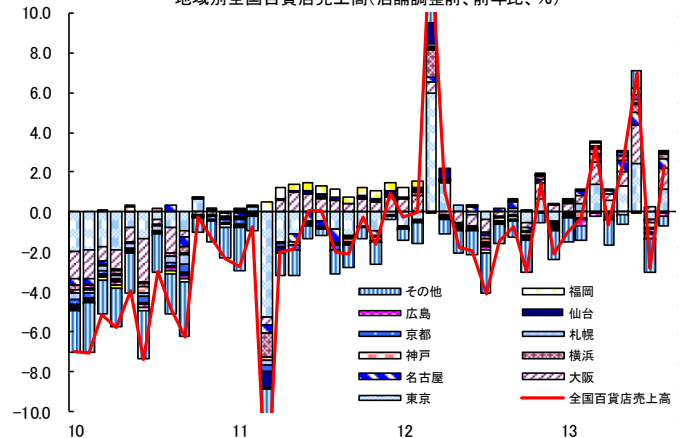
(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」、日本経済新聞社
(注) 美術・宝飾・貴金属の季節調整は第一生命経済研究所

商品別全国百貨店売上高(店舗調整前、前年比、%)



(出所) 日本百貨店協会「全国百貨店地区別・商品別売上高」

地域別全国百貨店売上高(店舗調整前、前年比、%)



(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。