

## ショートコメント vol.18 (2014年1月9日)

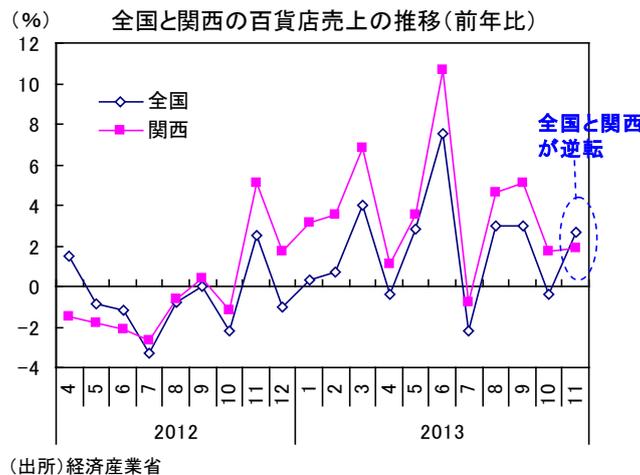
テーマ：消費の行方を占う1、2月商戦

このたびの年末年始の商戦は、業種による好不調のバラつきがみられるものの、全体としては好調な結果となったようです。これは年始から明るいニュースであると思われませんが、注目されるのは今後の動きではないでしょうか。例年、初売りが終わった後に小売市場はいったん落ち込みますが、それがどの程度の深さになるかで、消費の実力が試される気がいたします。

その点で今年は非常に不透明であり、比較的浅くて済む可能性と、例年以上に深くなる可能性の両方がありそうです。そのカギを握るのは、「消費増税の駆け込み需要」と「増税を前にした節約志向の強化」という2つの要素です。ここまでのところ、駆け込み需要がそこまで強いとはいえないため、注目されるのは「節約の動き」ではないでしょうか。足元の所得事情を勘案すれば、予想以上に節約が進む可能性もあることから、2月にかけての個人消費の落ち込みには注意が必要とみられます。

特に関西に関しては、所得の回復が遅れがちであり、全国以上に厳しい動きになりかねません。それに加えて、百貨店の売上にも注意すべき動きが出てきています（下図参照）。関西では2012年に大型リニューアルが相次いだこともあり、統計上は全国を上回る好調が続いてきましたが、直近の11月統計では全国を下回る伸び率となりました。この11月は、ちょうど統計から増床効果が剥落するタイミングであり、その結果には本当の実力が表れているとの見方もできます。高額消費といえば、今の個人消費の牽引役であることは言うまでもありません。仮にその部分が全国よりも弱いとすれば、今後の消費の見通しも弱含みとならざるをえません。

いずれにしても、1月中旬から2月にかけての消費には、今の所得事情を反映した実態が表れる可能性が高く、その動向は大きな意味を持つとみられます。



本件照会先: 大阪本社 荒木秀之  
 TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。