

## ショートコメント vol.27 (2014年6月20日)

テーマ：消費増税の影響をはかるバロメーター  
～百貨店よりもスーパー、ファミレスよりもファストフード～

### (足元の消費増税による影響)

各業界から月次売上が発表となる中、消費増税の影響はほぼ想定の範囲内であり、夏ごろまでには落ち着くとの見方が強まっている(図表1、2)。もちろんそうなることが望ましいが、気をつけなければならないのは、足元の消費の変動要因が増税だけとは限らない点である。シニアによる消費は堅調さを維持しているほか、海外からの観光客による消費も増加を続けている。また、高額消費については、消費増税よりも株価の推移による影響の方が大きいとみられる。逆にいえば、増税以外の要素で消費が大崩れしていない可能性もあり、その部分はしっかりと見極める必要があるだろう。

### (増税の影響のバロメーターとなる業種)

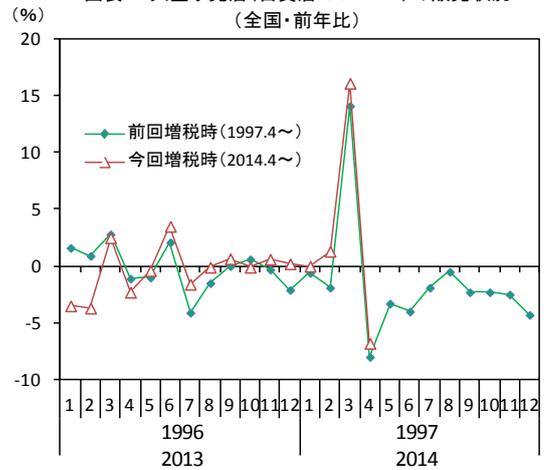
つまり、消費増税の影響を判断するためには、その影響を受けやすい業種の好不調に着目する必要があるといえよう。例えば、小売業界であれば百貨店よりもスーパー、外食業界であればファミレスよりもファストフードが挙げられる。

というのも、百貨店は株価の影響を受けやすいだけでなく、近年は海外からの観光客による購入が増加傾向にある。また、ファミレスではシニアによる利用が増加しており、彼らの需要に合わせたメニューを増やすなど、戦略のシフトが進んでいる。その一方、スーパーやファストフードは、商品の品揃えや価格帯などからファミリー層の動向に売上が左右されやすく、消費増税の影響をみるバロメーターに適しているとみられる。

### (今後のスーパー売上の注目点)

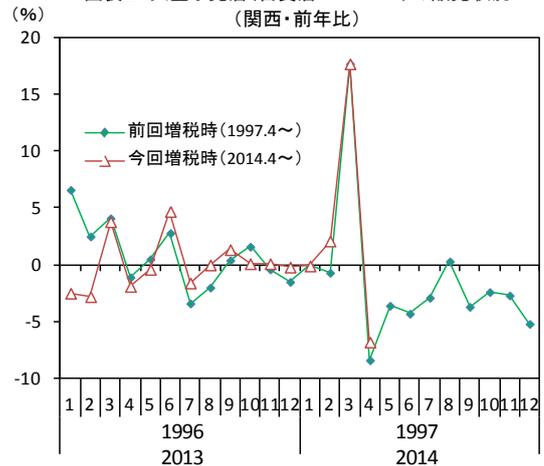
ここでスーパーの売上に着目すると、4月は前年比で5.5%減となっている(図表3)。5、6月は徐々にマイナス幅が縮小するとみられるが、注目点はいつ前年比がプラスに転じるかであろう。増税による

図表1 大型小売店(百貨店・スーパー)の販売状況  
(全国・前年比)



(出所)経済産業省

図表2 大型小売店(百貨店・スーパー)の販売状況  
(関西・前年比)



(出所)経済産業省

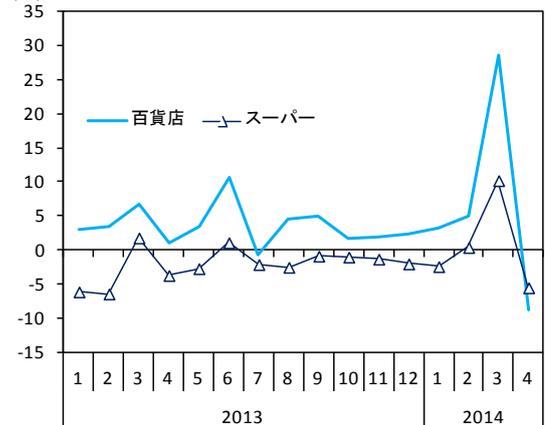
※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

価格の上昇分で、売上が嵩上げされることを考えると、夏以降の早い時期にプラスとなる可能性もある。

ただし、その際にネックとなるのが実質的な所得の減少である。増税による負担増が許容範囲を超えれば、日々の食費などで節約志向が一気に強まり、場合によってはマイナスが長期化する可能性もある。やはり、夏以降の売上が増税の影響を占うことになるといえよう。

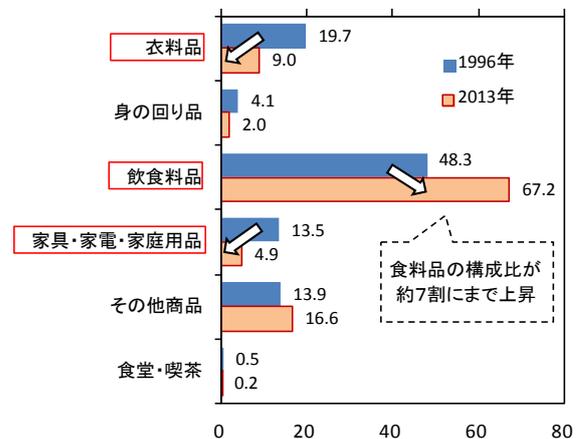
なお、増税の影響については、前回（1997年）との比較もよく行われるが、先に述べた環境面での変化（シニア、外国人観光客）のほか、各業界での売上構成の変化にも注意が必要である。特に、スーパーは食料品のウェイトが約7割に高まっているが、需要が比較的安定していることもあり、売上が急変しにくくなっている。その結果、衣料品や家具・家電等が大きく落ち込んだ前回に比べて、影響が小さくみえる部分もあろう。ことスーパーの売上に関しては、これらを差し引いて判断する必要もあるとみられる。

図表3 百貨店、スーパーの販売状況（関西・前年比）



(出所) 経済産業省

図表4 スーパーの売上構成比の変化（関西）



(出所) 経済産業省

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でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。