

ショートコメント vol.41 (2015年6月15日)

テーマ：2年前の売上に戻りつつある百貨店と、いまだ苦境にあえぐスーパー
 ～2015年4月の売上を増税前（2013年4月）と比較する～

（百貨店とスーパーの売上の回復状況）

2015年4月の百貨店、スーパーの売上をみると、前年に落ち込んだ反動で大幅なプラスとなっている。これはあくまで反動増によるプラスであり、正味の回復度合いを測るためには、増税前の2013年4月との比較が必要となる。

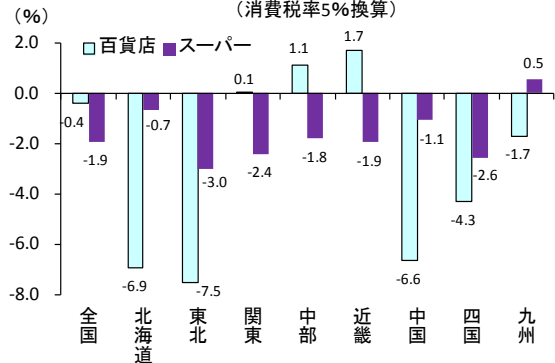
そこで、地域ごとの百貨店、スーパー売上に付き、2015年4月と2013年4月の比較を行った（図表1）。なお、回復度を分かりやすくするため、2015年4月の売上は消費税率を5%として換算している。

まず百貨店の売上については、全国的にはマイナスとなったが、地域ごとでは大きなバラつきが出た。関東、中部、近畿の大都市圏は2年前の水準を上回った一方、それ以外の地方圏、特に北海道や東北、中国は大きく下回った。

百貨店市場には、株高による資産効果のほか、訪日客の増加といった追い風が吹いているとはいえ、地域差は非常に大きい。

一方、スーパーの売上は、全国はもちろん、九州を除くすべての地域で2年前の水準を下回った。百貨店の売上が回復している大都市圏も決して例外ではない。この要因としては、スーパーの売上を左右する中間所得層の動きの鈍さが挙げられる。賃金増加の遅れに加え、食料品などの値上げが節約志向の強化につながり、売上の回復を妨げている。

【図表1】 2015年4月の百貨店・スーパー売上の一昨年比（消費税率5%換算）



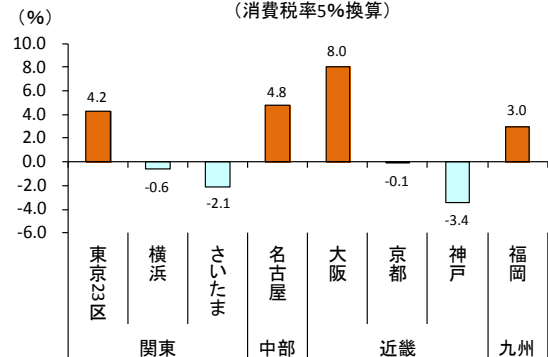
（百貨店売上の回復の実態）

スーパーに比べると回復が進んでいる百貨店売上についても、まだまだ楽観できる状況ではない。

というのも、大都市圏が先行して回復しているとはいえ、圏内の都市ごとにみると明暗が分かれる。関東では東京23区、近畿では大阪市のみが2年前を上回っており、そのほかの都市は下回ったままである。要するに、大都市圏でも中核都市に回復が集中しており、まだまだ広がりには欠けている。

何となく好調なイメージのある百貨店であるが、それはほんの一部に限られるのが現状である。

【図表2】 【大都市】2015年4月の百貨店の一昨年比（消費税率5%換算）



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。