

ショートコメント vol.54 (2016年6月13日)

テーマ：百貨店のセール開始時期にみる消費トレンドの変化
～消費者の低価格志向が強まる中で、前年からは方針を転換～

●今年百貨店のセール開始が前倒しに

今年百貨店各社による夏のクリアランスセールの時期が変わりそうである。

昨年は定価品の販売を重視する方針などから、夏のクリアランスは遅めのスタートであった。通常は6月の最終週から始まるが、昨年は7月以降となっていた。ところが、今年はその動きがなく、再び前倒しとなりそのような気配である。

直近の景気ウォッチャー調査(5月調査)でも、百貨店関連のコメントには、前倒しへの言及がみられる(図表1)。

【図表1】
(景気ウォッチャー調査・5月調査)
百貨店のクリアランス時期に関するコメント(関西)

百貨店 (売場主任)	・昨年度の下半期と比較して、上半期は店頭売上が更に厳しさを増している。大手ファッション取引先の業績も、一部で回復の動きはあるが、大半は回復していない。これまでは定価品強化の傾向から、パーゲン時期を遅らせるような対策を取ってきたものの、在庫消化が進まないなか、パーゲンや値引き販売が増える可能性が高い。それに伴い、今よりも良くなる要素が見当たらない。
百貨店 (服飾品担当)	・各取引先がクリアランスの前倒しを検討し始めており、この売上傾向では7月の2週目にスライドしつつあったセール開始日が、7月上旬に戻ることになりそうである。これから盛夏商材を新商品として仕掛けることで、前年比で110%と唯一好調な化粧品販売との連携を狙う小売店が多くなる。

●強まる消費者の低価格指向

その背景としては、基調としての消費の弱さが挙げられる。特に、消費者の低価格志向が強まるなかで、百貨店が扱っている高額商品といえども、少しでも安く買いたいという意識が高まっている。結果として、定価品が売れにくくなっており、各社とも早くセールを行わざるを得ない状況である。

百貨店の売上については、訪日客向けの免税売上の減少が注目を集めているが、国内客による購入も、既に昨年末ごろから減少が続いている(図表2)。企業収益の鈍化を背景に、今夏のボーナス商戦への期待も薄いことから、セールの前倒しは不可避といえよう。

●各業界で進む値下げの流れ

こういったセールの前倒しを含む値下げの動きは、様々な業界で進んでいる。

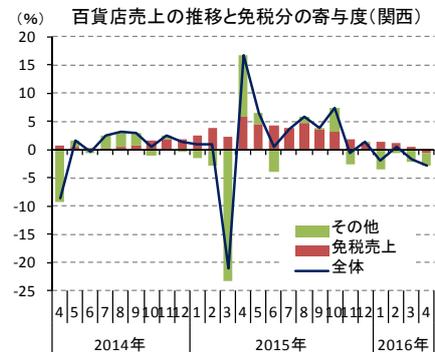
最も目立つのは外食関連であろう。ファストフードで低価格メニューの拡充が進みつつあるほか、ファミリーレストランでも低価格業態での出店が増えている。また、衣料関連においても、ファストファッションなどで低価格帯の品ぞろえを増やす動きがみられる。消費者の間で、所得不安や生活防衛意識が強まっていることを考えれば、今後はほかの業界でも値下げの動きが広がる可能性が高い。

●今後の注目点

それに伴って注目されるのは、ホテルをはじめとする、かねてから価格の引上げが進んでいる業界である。値上げの背景には、訪日客の増加による供給不足などがあるため、今後も価格が低下に転じる可能性は低い。結果として、こられの業界では他業界と価格トレンドが乖離していくことになるが、「インバウンドの旺盛な需要」と「国内客からの値下げ要請」が混在する状況にどう対応するかは難しい。今の価格戦略を続ければ、国内客の客離れにつながる恐れもあるが、かといって値下げするわけにもいかない。

こういった状況は、インバウンド需要が大きくなった近年ならではの事であり、今後の動向が注目される。

【図表2】
百貨店売上の推移と免税分の寄与度(関西)



(出所) 経済産業省「商業動態統計」、日本銀行大阪支店「百貨店免税売上」(関西地域)

※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。