

消費増税後の千葉県内百貨店売上は、着実に回復しているものの、天候不順の影響等から回復の足取りは鈍い。今後は、株価回復による高額消費押上げ効果が期待されるほか、都内に比べて弱いインバウンド効果の取り込みが課題の一つになっている。

消費増税後の県内百貨店の販売動向をみると、3月にピークを迎えた駆け込み需要（前年同月比+18.1増）の反動から、増税直後の4月売上は同▲13.7%と大きく減少した（図表①参照）。その後は、食料品や化粧品などの日用消耗品の反動減が夏前までに概ね収束したほか、各店が改装やイベントの増加などの集客の工夫を凝らした成果が奏効したこともあって、マイナス幅は縮小した（同4~6月▲8.3%）。もっとも、夏場以降は、主力の衣料品が8月中旬までの天候不順（-）→下旬以降の天候安定（+）→9月中旬以降の気温低下の遅れ（-）など、天候に翻弄されつつ一進一退を繰り返したため、なお前年割れが続いている（同7~9月▲3.4%）。こうした中で、9月のマイナス幅が▲2.5%に止まったのは、増税の影響が最も大きかった高額品（宝飾品、貴金属、高級時計等）が9月入り後、為替円安・株価上昇（10月1日の日経平均終値：16,082円、8月末比4.3%上昇）のなど恩恵もあって、ここにきて漸く持ち直しの動きを示していることも貢献している。高額品は、他の財に比べて勤労所得よりも一時所得の影響を受けやすいと言われているが、株価と全国百貨店売上との関係を見ると（図表②参照）、確かに相応の相関があることが分かる。販売現場からも、「株価堅調時は特選会での高級時計の販売実績が好調」との声が聞かれている。

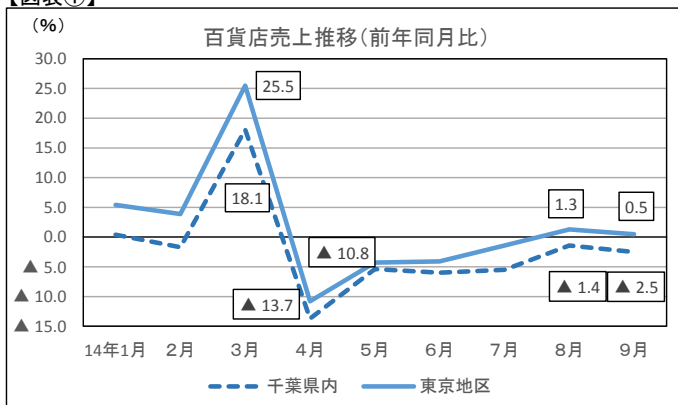
東京地区の百貨店の動きを県内と比較してみると、東京では駆け込み需要が千葉県よりも大きかったにも拘わらず、4月の反動減はむしろ小さい（図表①）。その後の回復の足取りも県内に比べて2~3か月早く、8月の売上は早くも前年比プラスに転じた。この違いは、①増税に左右されない富裕層の厚みの差や、②都心店舗を中心に勢いを増す外国人旅客の多寡の差によるところが大きい。日本百貨店協会によると、全国百貨店における4月以降の外国人観光客の売上は、前年比+3割~+6割程度増加しているが、その恩恵は、都心の店舗に偏っているとみられる。

外国人旅客の旺盛な消費需要を取り込むため、10月1日から「外国人旅行者向けの消費者免税制度」が改定され、免税品目の対象が従来のカバン・衣料・家電（同一店舗あたり一日1万円超）から化粧品や食料品、日用雑貨品まで（同5千円超50万円までの範囲内）に広がった。新聞報道によれば、国慶節（10月1日から7日）に免税対象品の売上が店舗全体の売上の約1/4に達した都心店舗もみられた。一方で、県内の百貨店においては、化粧品を中心に免税取扱件数が増加しつつあるとの声が聞かれるが、売上全体を押し上げる力は、まだ小さなものに止まっている。

県内でも、外国人旅客が多く利用している空港周辺の大型スーパーでは、日用品やお菓子販売の特設会場を設置して10月入り後は一段と賑わいをみせている。また、成田周辺だけでなく、浦安、幕張の沿岸部までインバウンド効果で高稼働率となっている宿泊施設に対しても、県内百貨店の動きは対照的である。千葉県全体としてみれば、海外の玄関口となる成田空港を擁し、外国人宿泊で強みを発揮しているものの、消費・観光面では県内周遊客を捉えきれていないといえる。

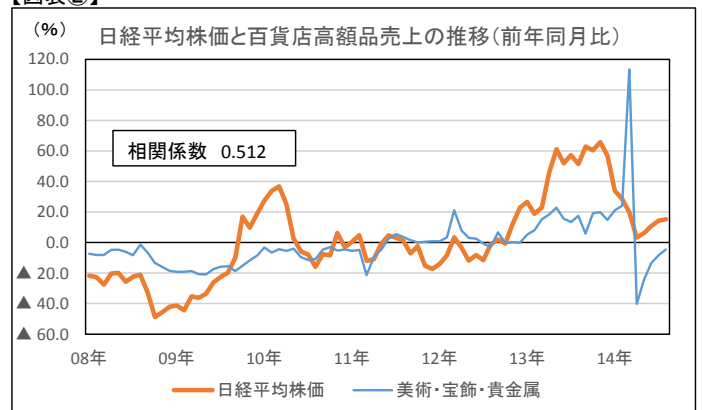
県内の免税店舗数は4月時点で197店舗と、東京（2,239店舗、シェア38.8%、前年比+472店舗）に比べると見劣りするが、全国6番目（シェア3.4%）で前年比では60店舗も増えている。活発な買い物を続ける訪日外国人を受け入れる態勢は整いつつあるが、大型国際空港を擁して神奈川・埼玉に比べて相対的に優位な立場にある本県が、訪日客を県内店舗にどう誘導するかが今後の課題となる。オリンピック開催に向けて今後も訪日客の増加が見込まれる現在、これまで以上に県内の魅力を高めて訪日周遊・買い物客を増やす努力を行う必要性が高まっている（下出）。

【図表①】



(県内百貨店、日本百貨店協会のデータをもとに、ちばぎん総合研究所が作成)

【図表②】



(日本百貨店協会、日本経済新聞のデータをもとにちばぎん総合研究所が作成)