

<経済解析室ニュース> 平成29年2月17日

百貨店 衣料品販売の低迷について

昨今の個人消費が芳しくないとされることの象徴として、百貨店の低迷があげられることが多く、特に、百貨店の衣料品販売の低迷が喧伝されています。

今回は、百貨店における衣料品販売の低迷がいつ頃から、どの程度のマグニチュードで生じたのか、また、衣料品の販売低迷が百貨店の現象なのか、衣料品販売業全般の現象なのかを確認しました。

さらに、衣料品の購入先の変化を見ることにより、百貨店の衣料品販売が何によって代替されたのかを分析しました。

百貨店衣料品販売額はリーマン・ショック発生後に大きく減少

経済産業省の商業動態統計によれば、百貨店販売額のピークは1991年の約12.1兆円でした。バブル崩壊により、衣料品を中心に減少傾向となり、さらにリーマン・ショック発生後に大きく減少しました。

百貨店の衣料品販売額のピークは1991年の約6.1兆円でしたが、2016年は約2.9兆円とピーク時の半分程度に減少しています。

百貨店の衣料品の内訳をみると、バブル崩壊後に「紳士服・洋品」が大きく減少しました。ボリュームゾーンである「婦人・子供服・洋品」もバブル崩壊後から減少していましたが、リーマン・ショック発生後に特に大きく減少しました。

「紳士服・洋品」の販売額はピークである1991年の1兆2,697億円から2016年には4,306億円に減少しています。「婦人服・子供服・洋品」の販売額は1991年の3兆543億円から2016年には1兆4,959億円に減少しています。

百貨店衣料品販売は低迷が続くが、量販専門店等は回復傾向

百貨店の衣料品販売額は低迷が続いています。一方、量販専門店等を含む織物・衣服・身の回り品小売業の販売額は2010年以降回復傾向で推移しています。

物価変動の影響を除去した実質の指数ベースで比較して見ると、2010年以降、両者が異なる動きを示していることが見て取れます。

購入先割合では百貨店が低下する一方、量販専門店等が上昇

総務省の家計調査（二人以上世帯ベース）によれば、2004年と比較して2014年の1着当たりの購入単価が、特に「婦人服」において大きく低下しています。一方、購入数量は増加しています。消費者は低価格帯の服を数多く買うようになっています。

1世帯1か月間の「被服及び履物」消費支出額（総世帯ベース）は2004年の1万4,094円から2014年は1万2,476円に減少しています。購入先別割合をみると、「百貨店」が低下する一方、ファストファッションの台頭などにより、「ディスカウントストア・量販専門店」、「スーパー」、「通信販売（インターネット）」などが増加しています。

2014年の1世帯1か月間の「百貨店」における被服及び履物消費支出額（総世帯ベース）は、2004年と比較して、すべての年齢階級で減少しており、特に世帯主が30歳未満、30歳代の減少幅が大きくなっています。

○ミニ経済分析「百貨店 衣料品販売の低迷について」のページ

<http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikeizai/kako/20170217minikeizai.html>

○問合せ先

経済産業省 大臣官房 調査統計グループ 経済解析室

電話：03-3501-1511（代表）（内線2851）、03-3501-1644（直通）

FAX：03-3501-7775

E-MAIL：qqcebc@meti.go.jp