OYAKUDACHI
日経 お役立ちNEWS ニュース
世界を読む 未来を読む 140th
「日経お役立ちニュース」は日本経済新聞をお届けしている新聞販売店がお届けしています。

ニュース 再 チェック!

小売り15%減益

強まる節約志向「店舗型」苦戦続く

3～8月

上場する小売企業の2016年3～8月決算が12日、おおむね出そろった。日本経済新聞社が主要72社を集計したところ、全体の純利益は前年同期比で15%減少したことが明らかになった。節約志向が再び強まるなか、百貨店や総合スーパーの業績が総じて悪化している。旅行やスポーツ観戦など「体験型消費」へのシフトやネット通販の台頭といった構造要因も重なり、店舗を構えてモノを売る従来型の小売企業は苦戦を強いられている。

（関連記事9面に）

業績悪化が特に目立つのが百貨店だ。高島屋は同期比で23%減益。木本茂社長が「消費者心理に重くのしかかる。訪日外国人の落ち込みが大きく、節約志向が表れている」と指摘。14%減益減益のJ・フロントリテイリングの山本良一社長は「ボリュームゾーンの中間層の消費が細っている」と弱る。

団塊世代が70歳代に近づくなかで、「社会保障や年金など将来への不安」（ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングスの上田真社長）が消費者心理に重くのしかかる。訪日外国人の落ち込みによる消費もブランド品などの「爆買い」は一巡し、化粧品などの消耗品に移っている。年明け以降に株安が進み、「逆資産効果」も高額消費への打撃だ。

イオンは7年ぶりの最終赤字に転落。主力の総合スーパー事業で183億円の営業赤字が発生した。「価格戦略で後手に回った」（岡崎双一執行役）ことで、衣料品や日用品が販売不振に陥ったセブン&アイ・ホールディングス傘下の総合スーパー、イトーヨーカ堂も営業赤字だ。

ライブ盛況、SNSで発信

アマゾン売上高、高島屋抜く

消費の軸は体験・ネット

個人間の取引も存在感

勝ち組だったコンビニエンスストアにも変調の兆しがある。ローソンが12日発表した3～8月期の営業利益は5%減った。チケット販売の落ち込みで既存店売上高が伸び悩み、店舗改装費用も重荷になった。「下期は費用管理を徹底する」（玉塚元一会長）。経営統合前のファミリーマートは人件費などがかさみ、6%の営業減益だった。

半面、低価格で勝負する「デフレの勝ち組」には追い風が吹く。ハイディ日高は仕事帰りの「ちょい飲み」需要をとらえ、過去最高の税引き利益を記録。低価格メニューが売りのサイゼリヤが12日発表した16年8月期通期の純利益は前期の期比46%増加した。100円ショップのセリアは既存店売上高が9月まで15カ月連続で前年を上回っている。

家計調査では8月の実質消費支出（2人以上の世帯）は前年同月比4・6%減と6カ月連続で減少した。商業動態統計でも小売業の販売額は6カ月連続の前年割れだ。ただ、「欲しいモノならすでにあらかた持っている」という人も増え、消費は従来のモノサシでは測りにくくなっている。

実際、「体験型」の消費はむしろ活況だ。ホテルニューオータニ（東京・千代田）では今夏、夜間にライトアップしたプールが人気を呼んだ。幻想的な雰囲気に、写真を撮って交流サイト（SNS）で発信したいというS若い女性も多く、施設が閉まる30分前に「写真だけ撮らせて」と駆けつける人もいたという。

音楽ライブやミュージカルなど舞台パフォーマンスに足を運ぶ人も増えている。野外ステージで複数のアーティストが出演する「野外フェス」などが人気だ。ぴあ総研（東京・渋谷）によると、コンサートや演劇などの2015年の市場規模は5119億円と前の年から約2割伸びて過去最高を記録。初めて5千億円の大台を超えた。

「歌舞伎をみる若い世代が増えてきた」として松竹は12日に3～8月期の連結利益を上方修正した。東宝も映画「シン・ゴジラ」のヒットで楽観。「ボリュームゾーンの中間層の消費が細っている」と弱る。

スポーツ観戦でも「体験」のニーズは強い。日本野球機構（NPB）によると16年の公式戦入場者数はセ・リーグが前年比3%増の1384万人、パ・リーグが4%増の1113万人とともに過去最高を記録。東京ドームは開催したコンサートなども人気で、16年2～7月期の営業利益は67億円と5%増えた。

インターネットを使った通販の拡大も見逃せない。アマゾンジャパンの15年の売上高は約1兆円と、高島屋を初めて上回った。書籍からスタートした品ぞろえはいまや衣料品や飲食料品、日用品にも広がり、生活に必要なものをひと通りカバーする。買い物の「時間を節約したい」とする共働きの消費者などを引きつける。

スタートトゥデイの衣料品ネット通販サイト「ゾゾタウン」は4～6月の商品取扱高が403億円と4割増えた。扱うブランドは3000を超え、実際の店舗より選択肢は豊富だ。

ネット経由の個人間の商取引も急速に存在感を高めている。中古品の売買仲介アプリのメルカリ（東京・港）は国内のダウンロード数が3500万件、年間の取扱高が約1200億円に達する。売り手に気軽に出品できるなど使い勝手のよさで若者や主婦層の人気をつかんだ。既存の小売り人手が苦戦する一方で、消費の構造変化をとらえた新興企業が勢力を伸ばしている。

2016年10月13日　日本経済新聞朝刊3面

再び消費者の節約志向が強まっています。総務省の家計調査によると、8月の実質消費支出（2人以上世帯）は前年同月比4.6%減と6カ月連続で減少しています。経済産業省の商業動態統計でも小売業の販売額は6カ月連続で前年割れです。小売業の業績にも影響がでており、日本経済新聞社が集計した上場する小売企業72社の2016年3～8月決算では、全体の純利益が前年同期比15%減少したことが明らかになりました。一方、低価格が売りの「デフレ勝ち組」には再び追い風が吹いています。

節約志向が強まり、わが国は再びデフレに逆戻りするのでしょうか。店舗型の消費は振るわないものの、音楽ライブやスポーツ観戦など、「体験型消費」は活況です。特にSNSを使って情報発信したい消費者の心を捉えています。「欲しいモノならすでにあらかた持っている」という消費者は「モノ」から「コト」の消費へと変化してきているのです。

また、品ぞろえの充実したインターネット通販も好調です。「買い物の時間を節約したい」共働き世帯など、忙しい消費者を引きつけています。日用品の購入でさえスマホで済ませる消費者が増加しています。さらにネット経由での個人間取引も活発になってきています。

これまでの消費は店舗で買い物することが中心でした。消費者の志向の変化により、大手小売業の店舗再編が進んでいます。消費の変化は街の姿を変えてしまうのかもしれません。

伝えたい 日経体験談

上司から命じられて、日経の記事を切り抜きすることが日課になりました。最初は面倒だなと思っていましたが、毎日、日経を読んでいるうちに、記事の奥深さや記者の思いが分かるようになりました。ネットの情報にはない新聞の価値を認識しました。
【20代女性 会社員】

日経ヨクヨム ワンポイントレッスン
「スクラップのすすめ」

1日1本、その日の新聞の中から一番気になった記事をスクラップしてみましょう。そして、スクラップした記事の内容を誰かに話をしてみましょう。話すことで理解が深まるだけでなく、ニュースを理解する力やまとめる力、伝える力がアップします。1日1本でも1カ月でおよそ30本、1年で365本のニュースが頭に残ります。

就活中の学生の方や新社会人の方には、朝刊3面に毎日掲載されている「きょうのことば」はとても役に立つコラムです。毎日、その日の重要な記事の中の経済用語や時事用語を分かりやすく解説しています。まずは「きょうのことば」のスクラップから始めてみてはいかがでしょうか。

発行 日本経済新聞社大阪本社 販売局マーケット開発部

OYAKUDACHI
日経お役立ちNEWS（ニュース）
世界を読む 未来を読む
140th

「日経お役立ちニュース」は日本経済新聞をお届けしている新聞販売店がお届けしています。

ニュース再チェック！

小売り15%減益

強まる節約志向「店舗型」苦戦続く

3～8月

上場する小売企業の2016年3～8月決算がおおむね出そろった。日本経済新聞社が主要72社を集計したところ、全体の純利益は前年同期比で15%減少したことが明らかになった。節約志向が再び強まるなか、百貨店や総合スーパーの業績が総じて悪化している。旅行やスポーツ観戦など「体験型消費」へのシフトやネット通販の台頭といった構造要因も重なり、店舗を構えてモノを売る従来型の小売企業は苦戦を強いられている。

（関連記事9面に）

業績悪化が特に目立つのが百貨店だ。高島屋は23%の最終減益。木本茂社長が消費者心理に重くのしかかる。訪日外国人の「爆買い」は一巡し、化粧品などの消耗品が販売不振に陥っている。年明け以降に株安が進み、「逆資産効果」も高額消費への打撃だ。

イオンは7年ぶりの最終赤字に転落。主力の総合スーパー事業で183億円の営業赤字が発生した。「価格戦略で後手に回った」（岡崎双一執行役）ことで、衣料品や日用品が販売不振に陥ったセブン&アイ・ホールディングス傘下の総合スーパー、イトーヨーカ堂も営業赤字だ。

家計調査では8月の実質消費支出（2人以上の世帯）は前年同月比4.6%減と6カ月連続で減少した。酒類販売額は6カ月連続の前年割れだ。ただ、「欲しいモノならすでにあらかた持っている」という人も増え、消費は従来のモノサシでは測りにくくなっている。

実際、「体験型」の消費はむしろ活況だ。ホテルニューオータニ（東京・千代田）では今夏、夜間にライトアップしたプールが人気を呼んだ。幻想的な雰囲気に、写真を撮って交流サイト（SNS）で発信したいという若い女性も多く、施設が閉まる30分前に「写真だけ撮らせて」と駆けつける人もいたという。

音楽ライブやミュージカルなど舞台パフォーマンスに足を運ぶ人も増えている。野外ステージで複数のアーティストが出演する「野外フェス」などが人気だ。ぴあ総研（東京・渋谷）によると、コンサートや演劇などの2015年の市場規模は5119億円と前の年から約2割伸びて過去最高を記録。初めて5千億円の大台を超えた。

「歌舞伎をみる若い世代が増えてきた」とする松竹は12日に3～8月期の連結純利益を上方修正した。東宝も映画「シン・ゴジラ」のヒットで楽績が上振れている。

スポーツ観戦でも「体験」のニーズは強い。日本野球機構（NPB）によると16年の公式戦入場者数はセ・リーグが前年比3%増の1384万人、パ・リーグが4%増の1113万人とともに過去最高を記録。東京ドームは開催したコンサートなども人気で、16年2～7月期の営業利益は67億円と5%増えた。

インターネットを使った通販の拡大も見逃せない。アマゾンジャパンの15年の売上高は約1兆円と、高島屋を初めて上回った。書籍からスタートしたコンビニエンスストアにも変調の兆しがある。ローソンが12日発表した3～8月期の営業利益は5%減った。チケット販売の落ち込みで既存店売上高が伸び悩み、店舗改装費用も重荷になった。「下期は費用管理を徹底する」（玉塚元一会長）。経営統合前のファミリーマートは人件費などがかさみ、6%の営業減益だった。

半面、低価格で勝負する「デフレの勝ち組」には追い風が吹く。ハイデイ日高は仕事帰りの「ちょい飲み」需要をとらえ、過去最高の税引き利益を記録。低価格メニューが売りのサイゼリヤが12日発表した16年8月期通期の純利益は前期比46%増加した。1100円ショップのセリアは既存店売上高が9月まで15カ月連続で前年を上回っている。

約2割伸びて過去最高を記録。初めて5千億円の大台を超えた。

「歌舞伎をみる若い世代が増えてきた」とする松竹は12日に3～8月期の連結純利益を上方修正した。東宝も映画「シン・ゴジラ」のヒットで楽績が上振れている。

スポーツ観戦でも「体験」のニーズは強い。日本野球機構（NPB）によると16年の公式戦入場者数はセ・リーグが前年比3%増の1384万人、パ・リーグが4%増の1113万人とともに過去最高を記録。東京ドームは開催したコンサートなども人気で、16年2～7月期の営業利益は67億円と5%増えた。

インターネットを使った通販の拡大も見逃せない。アマゾンジャパンの15年の売上高は約1兆円と、高島屋を初めて上回った。書籍からスタートした品ぞろえはいまや衣料品や飲食料品、日用品にも広がり、生活に必要なものをひと通りカバーする。買い物の「時間を節約したい」とする共働きの消費者などを引きつける。

スタートトゥデイの衣料品ネット通販サイト「ゾゾタウン」は4～6月の商品取扱高が403億円と4割増えた。扱うブランドは3000を超え、実際の店舗より選択肢は豊富だ。

ネット経由の個人間の取引も活況だ。中古品の売買仲介アプリのメルカリ（東京・港）は国内のダウンロード数が3500万件、年間の取扱高が約1200億円に達する。売り手に気軽に出品できるなど使い勝手のよさで若者や主婦層の人気をつかんだ。既存の小売り大手が苦戦する一方で、消費の構造変化をとらえた新興企業が勢力を伸ばしている。

ライブ盛況、SNSで発信

アマゾン売上高、高島屋抜く

消費の軸は体験・ネット

個人間の取引も存在感

2016年10月13日　日本経済新聞朝刊3面

再び消費者の節約志向が強まっています。総務省の家計調査によると、8月の実質消費支出（2人以上世帯）は前年同月比4.6%減と6カ月連続で減少しています。経済産業省の商業動態統計でも小売業の販売額は6カ月連続で前年割れです。小売業の業績にも影響がでており、日本経済新聞社が集計した上場する小売企業72社の2016年3～8月決算では、全体の純利益が前年同期比15%減少したことが明らかになりました。一方、低価格が売りの「デフレ勝ち組」には再び追い風が吹いています。

節約志向が強まり、わが国は再びデフレに逆戻りするのでしょうか。店舗型の消費は振るわないものの、音楽ライブやスポーツ観戦など、「体験型消費」は活況です。特にSNSを使って情報発信したい消費者の心を捉えています。「欲しいモノならすでにあらかた持っている」という消費者は「モノ」から「コト」の消費へと変化してきているのです。

また、品ぞろえの充実したインターネット通販も好調です。「買い物の時間を節約したい」共働き世帯など、忙しい消費者を引きつけています。日用品の購入でさえスマホで済ませる消費者が増加しています。さらにネット経由での個人間取引も活発になってきています。

これまでの消費は店舗で買い物することが中心でした。消費者の志向の変化により、大手小売業の店舗再編が進んでいます。消費の変化は街の姿を変えてしまうのかもしれません。

伝えたい 日経体験談

上司から命じられて、日経の記事を切り抜きすることが日課になりました。最初は面倒だなと思っていましたが、毎日、日経を読んでいるうちに、記事の奥深さや記者の思いが分かるようになりました。ネットの情報にはない新聞の価値を認識しました。

【20代女性 会社員】

日経ヨクヨム ワンポイントレッスン

「スクラップのすすめ」

1日1本、その日の新聞の中から一番気になった記事をスクラップしてみましょう。そして、スクラップした記事の内容を誰かに話をしてみましょう。話すことで理解が深まるだけでなく、ニュースを理解する力やまとめる力、伝える力がアップします。1日1本でも1カ月でおよそ30本、1年で365本のニュースが頭に残ります。

就活中の学生の方や新社会人の方には、朝刊3面に毎日掲載されている「きょうのことば」はとても役に立つコラムです。毎日、その日の重要な記事の中の経済用語や時事用語を分かりやすく解説しています。まずは「きょうのことば」のスクラップから始めてみてはいかがでしょうか。

発行 日本経済新聞社大阪本社 販売局マーケット開発部