

# 平成30年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成30年3月22日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,174億円余
2. 前年同月比	0.6% (2か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭1.4%(88.7%) : 非店頭-5.2%(11.3%) ( )内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	13社 25店 (平成30年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	844,816㎡ (前年同月比:-3.0%)
6. 総従業員数	17,795人 (前年同月比:-3.7%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 2.1%、8-10月 2.5%、9-11月 2.7%、 10-12月 1.5%、11-1月 1.5%、12-2月 0.5%

[参考] 平成29年2月の売上高増減率は-3.1%

### 【特徴】

- (1) 当月は降雪や寒波、冬季五輪観戦等による客数減が懸念されたが、その対策として都内各店が積極展開した催事効果、更には春節によるインバウンド需要の盛り上がりもあって、入店客数は2.0%増と4か月連続プラス。売上高も0.6%増とプラスに転じた。
- (2) 商品別では、天候与件で春物が動かず衣料品(2.0%減)が苦戦した一方、富裕層消費の活況を背景としたラグジュアリーブランドの需要拡大から、身のまわり品(5.0%増)は2か月連続のプラス。雑貨(6.8%増)も15か月連続プラスと依然好調を維持している。
- (3) 雑貨の細分類で好調要因を見ると、化粧品(6.3%増)は美肌効果の高い美容液や各種キャンペーンが国内外共に人気。美術・宝飾・貴金属(2.8%増)では、高級輸入時計が増勢を牽引したほか、二桁増のその他雑貨(13.7%増)は、冬季五輪関連商材やシミュレーションゲームとのコラボグッズなど趣味嗜好性の強い分野での需要の高まりが要因となっている。
- (4) 家庭用品は2.1%増と18か月ぶりにプラス。大幅な伸びを示した家電(70.1%増/6か月連続増)が押上要因となった。外商特需の影響のほか、美容家電やデザイン性の高い家電など、百貨店と親和性の高い付加価値家電に人気が集まっている。
- (5) 食料品は、鮮魚や野菜の価格高騰による需要減退、また降雪等が物流に影響し、一部産地からの商品調達に支障が出るなどの影響もあって3.5%減と前年に届かなかった。年々盛り上がりを見せるバレンタイン商戦は、ギフト催事から自家需要を狙ったスイーツの祭典という方向に企画趣旨を転換してきた結果、集客・売上ともに高伸している。
- (6) 3月中間段階の商況は、2.3%増(3/15)で推移している。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 27.9日 (前年同月比 +0.2日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見る傾向値/前年同月比/有効回答数19店舗)  
①増加した: 8店、②変化なし: 7店、③減少した: 4店
- (3) 2月歳時記 (バレンタインデー、節分) の売上 (同上/有効回答数15店舗)  
①増加した: 6店、②変化なし: 5店、③減少した: 4店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2018年02月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>117,499,202</b>	<b>100.0</b>	<b>0.6</b>
紳士服・洋品	8,324,250	7.1	-0.8
婦人服・洋品	18,379,198	15.6	-2.1
子供服・洋品	2,664,027	2.3	2.0
その他衣料品	1,831,062	1.6	-10.3
<b>衣 料 品</b>	<b>31,198,537</b>	<b>26.6</b>	<b>-2.0</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>17,003,654</b>	<b>14.5</b>	<b>5.0</b>
化粧品	12,878,200	11.0	6.3
美術・宝飾・貴金属	7,747,103	6.6	2.8
その他雑貨	5,816,590	5.0	13.7
<b>雑 貨</b>	<b>26,441,893</b>	<b>22.5</b>	<b>6.8</b>
家 具	1,214,232	1.0	-17.1
家 電	1,188,805	1.0	70.1
その他家庭用品	3,129,062	2.7	-3.8
<b>家 庭 用 品</b>	<b>5,532,099</b>	<b>4.7</b>	<b>2.1</b>
生 鮮 食 品	3,773,684	3.2	-1.3
菓 子	10,858,436	9.2	-1.5
惣 菜	5,638,285	4.8	-0.5
その他食料品	8,750,406	7.4	-8.6
<b>食 料 品</b>	<b>29,020,811</b>	<b>24.7</b>	<b>-3.5</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>2,584,509</b>	<b>2.2</b>	<b>-2.8</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>2,071,702</b>	<b>1.8</b>	<b>-3.6</b>
<b>そ の 他</b>	<b>3,645,997</b>	<b>3.1</b>	<b>-2.2</b>

注) 構成比は計算処理上必ずしも100%にはなりません。

本統計には消費税は含まれておりません。

対前年増減(-)率(%)

商 品 券	1,935,684 千円	14.0
従 業 員 数	17,795 人	-3.7
店 舗 面 積	844,816 m <sup>2</sup>	-3.0

営 業 日 数	27.9 日	前年	27.7 日
---------	--------	----	--------

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が15か月連続、身のまわり品が2か月連続、家庭用品が18か月ぶりのプラスとなった。また、衣料品が3か月連続、食料品が2か月ぶりのマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が35か月連続、美術・宝飾・貴金属が10か月連続、家電が6か月連続、その他雑貨が3か月連続、子供服・洋品が4か月ぶりのプラスとなった。

### 【商品別売上前年比の寄与度とトレンド】

商品別	売上前年比	寄与度	トレンド
<b>総額</b>	<b>0.6</b>	<b>—</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
紳士服・洋品	-0.8	-0.1	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-2.1	-0.3	3か月連続マイナス
子供服・洋品	2.0	0.0	4か月ぶりプラス
その他衣料品	-10.3	-0.2	5か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-2.0</b>	<b>-0.5</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>5.0</b>	<b>0.7</b>	<b>2か月連続プラス</b>
化粧品	6.3	0.7	35か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	2.8	0.2	10か月連続プラス*
その他雑貨	13.7	0.6	3か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>6.8</b>	<b>1.4</b>	<b>15か月連続プラス</b>
家具	-17.1	-0.2	3か月連続マイナス
家電	70.1	0.4	6か月連続プラス
その他家庭用品	-3.8	-0.1	11か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>2.1</b>	<b>0.1</b>	<b>18か月ぶりプラス</b>
生鮮食品	-1.3	0.0	24か月連続マイナス*
菓子	-1.5	-0.1	2か月連続マイナス*
惣菜	-0.5	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-8.6	-0.7	2か月ぶりマイナス*
<b>食料品</b>	<b>-3.5</b>	<b>-0.9</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-2.8</b>	<b>-0.1</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-3.6</b>	<b>-0.1</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-2.2</b>	<b>-0.1</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>14.0</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>

(注) 化粧品、美術・宝飾・貴金属、その他雑貨、生鮮食品、菓子、惣菜、その他食料品については2006年1月から細分化

お問い合わせは、日本百貨店協会 森・橘・長柴 まで  
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>