

14時30分解禁

令和元年11月 全国百貨店売上高概況

令和元年12月20日

I. 概況

1. 売上高総額	4,937億円余
2. 前年同月比	-6.0% (店舗数調整後/2か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	76社 208店 (令和元年10月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,267,660㎡ (前年同月比:-4.1%)
5. 総従業員数	64,395人 (前年同月比:-5.7%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	4-6月 -0.9%、5-7月 -1.6%、6-8月 -0.7%、 7-9月 6.8%、8-10月 2.0%、9-11月 -1.1%

[参考] 平成30年11月の売上高増減率は-0.6% (店舗数調整後)

【特徴】

11月の売上高は、6.0%減と2か月連続マイナスとなった。消費増税前の駆け込み需要の反動から高額商材を中心に影響が残ったことに加えて、気温が高めに推移したことで防寒アイテムなどの動きも鈍かった。しかし、各社が展開した販促策等による集客や、一部店舗における改装効果、土曜日1日増のプラス与件もあり、前月(17.5%減)に比べてマイナスは大幅に縮小(11.5ポイント改善)しており、着実な回復基調を示している。

顧客別では、国内市場(シェア94.7%)が6.0%減、インバウンド(シェア5.3%)はハイエンドブランドなど一般物品売上は前年をクリアした(1.4%増)ものの、不安定な国際情勢を背景とした円高や訪日客の購買行動の変化から、消耗品を含む総額では5.3%減となった。

地区別では、全都市・地区でマイナスしており、大都市(10都市/5.7%減)・地方(10都市以外の地区/6.6%減)共に、反動減からの回復に向けほぼ同水準で推移した。

商品別では、家庭用品(0.3%減)と、軽減税率対象の食料品(0.6%減)はほぼ前年並みであった。法人外商が好調な家電(161.7%増/6か月連続)は高伸し、ギフト・自家需要とも堅調だった菓子(1.3%増)はプラスに転じた。食品関連の人気催事も集客に寄与した。一方、駆け込み需要の大きかった高額品を含む雑貨(10.3%減)や身のまわり品(9.7%減)は苦戦が続いている。

前半の高気温から防寒商材中心に不振だった衣料品(8.6%減)は、下旬の気温低下でコートなど重衣料が動きを見せた。

歳暮商戦は、WEB受注が2桁を超える店舗も多数見られ、堅調に推移している。

【要因】

- (1) 天候：気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇北・西日本と東日本日本海側では降水量がかなり少なく、東日本日本海側と西日本では日照時間がかなり多かった。
東・西日本では、暖かい空気に覆われやすかったため、気温が高かった。
- (2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 ±0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 10日(〃 +1日/土曜1日増)
- (4) 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116店舗)
①増加した：19店、②変化なし：40店、③減少した：57店
- (5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数88店舗)
①増加した：12店、②変化なし：47店、③減少した：29店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2019年11月

第1表 地区別売上高

※店舗数調整後 ()が調整前

地 区	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
全 国	493,788,919	100.0	-6.0 (-6.9)
10都市	351,544,082	71.2	-5.7 (-5.8)
札幌	13,133,164	2.7	-6.1
仙台	6,665,736	1.3	-4.3
東京	142,302,420	28.8	-4.7 (-5.0)
横浜	31,609,640	6.4	-4.7
名古屋	30,053,914	6.1	-5.5
京都	20,341,371	4.1	-7.6
大阪	68,437,756	13.9	-6.9
神戸	11,021,972	2.2	-11.1 (-10.5)
広島	10,505,852	2.1	-3.2
福岡	17,472,257	3.5	-7.5
10都市以外の地区	142,244,837	28.8	-6.6 (-9.4)
北海道	1,127,916	0.2	-0.6 (-27.9)
東北	6,762,735	1.4	-9.0 (-12.9)
関東	61,471,403	12.4	-5.8 (-9.9)
中部	10,868,851	2.2	-7.1 (-8.5)
近畿	19,962,944	4.0	-3.4 (-2.9)
中国	10,856,847	2.2	-9.8
四国	7,876,226	1.6	-6.9
九州	23,317,915	4.7	-8.9 (-12.2)

第2表 商品別売上高

商 品 別	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
総 額	493,788,919	100.0	-6.0 (-6.9)
紳士服・洋品	34,199,919	6.9	-9.2 (-10.1)
婦人服・洋品	92,711,016	18.8	-8.1 (-9.4)
子供服・洋品	8,560,150	1.7	-8.0 (-9.1)
その他衣料品	9,160,245	1.9	-11.2 (-12.1)
衣 料 品	144,631,330	29.3	-8.6 (-9.7)
身のまわり品	58,329,753	11.8	-9.7 (-10.6)
化粧品	45,802,972	9.3	-7.8 (-8.6)
美術・宝飾・貴金属	27,969,472	5.7	-12.3 (-12.8)
その他雑貨	14,962,146	3.0	-13.9 (-16.9)
雑 貨	88,734,590	18.0	-10.3 (-11.4)
家 具	5,707,017	1.2	-5.5 (-6.5)
家 電	2,592,611	0.5	161.7 (161.2)
その他家庭用品	12,042,191	2.4	-10.0 (-12.3)
家 庭 用 品	20,341,819	4.1	-0.3 (-2.3)
生 鮮 食 品	29,736,410	6.0	-1.9 (-4.0)
菓 子	39,862,268	8.1	1.3 (0.7)
惣 菜	31,932,220	6.5	-0.3 (-0.8)
その他食料品	51,551,491	10.4	-1.5 (-3.1)
食 料 品	153,082,389	31.0	-0.6 (-1.8)
食 堂 喫 茶	11,397,919	2.3	-2.3 (-4.7)
サ ー ビ ス	4,847,047	1.0	-3.5 (-5.6)
そ の 他	12,424,072	2.5	3.9 (13.4)
商 品 券	16,314,346	3.3	-2.3 (-2.2)

注) 構成比は計算処理上必ずしも100%にはなりません。商品券は総額に含まれません。また、商品券の構成比は、総額に対する比率です。本統計には消費税は含まれておりません。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | －5.7% (店舗数調整後／2か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | －6.6% (店舗数調整後／2か月連続マイナス) |

【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

地区	売上前年比	寄与度	トレンド
10都市	－5.7	－4.0	2か月連続マイナス
札幌	－6.1	－0.2	2か月連続マイナス
仙台	－4.3	－0.1	2か月連続マイナス
東京	－4.7	－1.4	2か月連続マイナス
横浜	－4.7	－0.3	2か月連続マイナス
名古屋	－5.5	－0.3	2か月連続マイナス
京都	－7.6	－0.3	2か月連続マイナス
大阪	－6.9	－1.0	2か月連続マイナス
神戸	－11.1	－0.2	2か月連続マイナス
広島	－3.2	－0.1	2か月連続マイナス
福岡	－7.5	－0.3	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	－6.6	－1.9	2か月連続マイナス
北海道	－0.6	－0.0	2か月連続マイナス*
東北	－9.0	－0.1	2か月連続マイナス*
関東	－5.8	－0.7	2か月連続マイナス
中部	－7.1	－0.2	2か月連続マイナス
近畿	－3.4	－0.1	2か月連続マイナス
中国	－9.8	－0.2	2か月連続マイナス*
四国	－6.9	－0.1	2か月連続マイナス
九州	－8.9	－0.4	2か月連続マイナス*

(注) 北海道、東北、中国、九州については、2006年1月からそれぞれ札幌、仙台、広島、福岡を10都市に移行した。(2005年までは6大都市)

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は、2か月連続で全品目がマイナスとなった。また、その他の品目は、家電が6か月連続、菓子が2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
総額	-6.0	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-9.2	-0.7	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-8.1	-1.6	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-8.0	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-11.2	-0.2	2か月連続マイナス
衣料品	-8.6	-2.6	2か月連続マイナス
身のまわり品	-9.7	-1.2	2か月連続マイナス
化粧品	-7.8	-0.7	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-12.3	-0.8	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-13.9	-0.5	2か月連続マイナス*
雑貨	-10.3	-2.0	2か月連続マイナス
家具	-5.5	-0.1	2か月連続マイナス
家電	161.7	0.3	6か月連続プラス
その他家庭用品	-10.0	-0.3	2か月連続マイナス
家庭用品	-0.3	-0.0	2か月連続マイナス
生鮮食品	-1.9	-0.1	13か月連続マイナス*
菓子	1.3	0.1	2か月ぶりプラス*
惣菜	-0.3	-0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-1.5	-0.1	2か月連続マイナス*
食料品	-0.6	-0.2	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-2.3	-0.1	2か月連続マイナス
サービス	-3.5	-0.0	2か月連続マイナス
その他	3.9	0.1	2か月ぶりプラス
商品券	-2.3	-0.1	105か月連続マイナス

(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月から細分化した。

令和元年 11月 東京地区百貨店売上高概況

令和元年 12月 20日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 423億円余
2. 前年同月比	-4.7% (2か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-5.2%(90.0%) : 非店頭-0.3%(10.0%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 25店 (令和元年10月対比+1店)
5. 総店舗面積	840,028㎡ (前年同月比: 0.1%)
6. 総従業員数	17,355人 (前年同月比: -3.0%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 -1.2%、5-7月 -1.9%、6-8月 -0.1%、 7-9月 7.0%、8-10月 1.5%、9-11月 -1.7%

[参考] 平成30年11月の売上高増減率は0.2%

【特徴】

- (1) 11月は、依然として消費増税に伴う駆け込み需要の反動減が続いており、売上高(4.7%減)、入店客数(3.1%減)ともに2か月連続でマイナスした。しかし、各社が実施した食品催事や販促策などの人気施策や、改装などは集客に寄与した他、月後半には気温の低下とともに冬物商材が動きを見せており、日を追うごとにマイナス幅は縮小している。
- (2) 商品別では、食料品(1.5%増)と家庭用品(15.2%増)がプラスに転じた。食料品は、中食志向の高まりや、お歳暮、おせち、クリスマスケーキの予約も好調で、惣菜(3.8%増)と菓子(3.1%増)が牽引した。下旬には鍋用商材も動いた。家庭用品では、家電(255.0%増)が法人需要により三桁増の高い伸びを示した。
- (3) 駆け込み需要で高伸した身のまわり品(10.8%減)と雑貨(10.6%減)は二桁減が続いている。化粧品、宝飾、美術、眼鏡、ブーツ、パンプス、アクセサリなどは不振だったが、スニーカーやカジュアルシューズなどは堅調だった。衣料品は、天候与件から、前半、コート、ブルゾン、ニットなど防寒アイテムは苦戦したが、ジャケット、ワンピースなどは動きが良かった。
- (4) 歳暮ギフトは、WEB受注が高い伸びを示し店頭をカバーする形で堅調に推移している。
- (5) 12月中間段階の商況は、4.0%減(12/16)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0日 (前年同月比 ±0日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見ると傾向値/前年同月比/有効回答数18店舗)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 7店、③減少した: 10店
- (3) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上 (同上/有効回答数15店舗)
 - ①増加した: 3店、②変化なし: 10店、③減少した: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2019年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	142,302,420	100.0	-4.7 (-5.0)
紳士服・洋品	11,732,732	8.2	-7.7 (-7.7)
婦人服・洋品	23,248,162	16.3	-7.5 (-7.5)
子供服・洋品	2,124,790	1.5	-5.5 (-5.5)
その他衣料品	2,444,056	1.7	-5.2 (-5.2)
衣 料 品	39,549,740	27.8	-7.3 (-7.3)
身のまわり品	18,166,615	12.8	-10.8 (-10.9)
化粧品	13,797,266	9.7	-9.3 (-9.7)
美術・宝飾・貴金属	9,345,470	6.6	-5.7 (-5.9)
その他雑貨	4,816,681	3.4	-21.8 (-21.8)
雑 貨	27,959,417	19.6	-10.6 (-10.9)
家 具	1,584,248	1.1	-9.6 (-9.6)
家 電	1,999,641	1.4	255.0 (255.0)
その他家庭用品	3,318,359	2.3	-9.7 (-9.7)
家 庭 用 品	6,902,248	4.9	15.2 (15.2)
生 鮮 食 品	6,120,480	4.3	-0.5 (-0.5)
菓 子	11,281,081	7.9	3.1 (2.9)
惣 菜	8,378,733	5.9	3.8 (3.8)
その他食料品	15,248,681	10.7	-0.1 (-0.1)
食 料 品	41,028,975	28.8	1.5 (1.4)
食 堂 喫 茶	2,727,395	1.9	-1.2 (-1.5)
サ ー ビ ス	2,026,393	1.4	-9.5 (-9.5)
そ の 他	3,941,637	2.8	9.5 (-0.7)

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	3,868,433 千円	-10.1 (-10.1)
従 業 員 数	17,355 人	-3.0
店 舗 面 積	840,028 m ²	0.1
営 業 日 数	30.0 日	前年 30.0 日

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、家庭用品と食料品が2か月ぶりのプラスとなった。また、衣料品、身のまわり品、雑貨が2か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、家電が6か月連続、菓子、惣菜が2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
総額	-4.7	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-7.7	-0.7	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-7.5	-1.3	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.5	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-5.2	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-7.3	-2.1	2か月連続マイナス
身のまわり品	-10.8	-1.5	2か月連続マイナス
化粧品	-9.3	-0.9	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-5.7	-0.4	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-21.8	-0.9	2か月連続マイナス*
雑貨	-10.6	-2.2	2か月連続マイナス
家具	-9.6	-0.1	2か月連続マイナス
家電	255.0	1.0	6か月連続プラス
その他家庭用品	-9.7	-0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	15.2	0.6	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-0.5	-0.0	14か月連続マイナス*
菓子	3.1	0.2	2か月ぶりプラス*
惣菜	3.8	0.2	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-0.1	-0.0	2か月連続マイナス*
食料品	1.5	0.4	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	-1.2	-0.0	2か月連続マイナス
サービス	-9.5	-0.1	2か月連続マイナス
その他	9.5	0.2	5か月ぶりプラス
商品券	-10.1	-0.3	14か月連続マイナス

(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月から細分化した。

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>