

14時30分解禁

令和2年1月 全国百貨店売上高概況

令和2年2月21日

I. 概況

1. 売上高総額	4,703億円余
2. 前年同月比	-3.1% (店舗数調整後/4か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	75社 207店 (令和元年12月対比-1社1店)
4. 総店舗面積	5,251,172㎡ (前年同月比:-4.2%)
5. 総従業員数	63,564人 (前年同月比:-6.1%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	6-8月 -0.7%、7-9月 6.8%、8-10月 2.0%、 9-11月 -1.1%、10-12月 -8.8%、11-1月 -4.7%

[参考] 平成31年1月の売上高増減率は-2.9% (店舗数調整後)

【特徴】

1月の売上高は3.1%減と前月より1.9ポイント改善したものの、4か月連続マイナスとなった。記録的な暖冬で季節需要が減退し、主力の衣料品を中心に冬物商材が苦戦した。インバウンドは、春節の月ズレ(昨年2月5日→本年1月25日)で二桁増となったが、下旬からは新型コロナウイルスの影響により、国内外の集客・売上共に厳しい商況となった。

顧客別では、国内市場(4.5%減/4か月連続/シェア93.3%)はマイナスしたが、インバウンドは当月については売上高約316億円(20.9%増/4か月ぶり/シェア6.7%)、購買客数約45万人(8.7%増/8か月ぶり)となり、共に前年実績を上回った。

地区別では、都市(10都市/2.5%減)、地方(10都市以外の地区/4.6%減)共に対前年比マイナスだが、減少幅は前月に比べ、都市で2.1ポイント、地方で1.3ポイント改善した。なお、2都市(札幌、広島)、2地区(北海道、東北)では前年をクリアした。

商品別では、主要5品目のうち、食料品(0.2%減)はほぼ前年並みとなった。下旬にスタートしたバレンタイン商戦が好調な滑り出しを見せており、菓子(1.7%増)がプラス転換した。また、身のまわり品(1.4%減)と雑貨(1.5%減)は僅かに届かなかったが、堅調な富裕層消費とインバウンド効果から、化粧品(0.5%増)と高額品(美・宝・貴/2.3%増)は共に4か月ぶりに前年実績を超えた。衣料品(6.8%減)は天候与件から、コートを中心とした重衣料が苦戦したが、ジャケット、カットソー、ブラウスなど春物商材に動きが見られた。

【要因】

- (1) 天候：気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇全国的に寒気の南下が弱かったため、気温は東・西日本で記録的な高温となり、北・東・西日本日本海側の降雪量はかなり少なく、1961年の統計開始以降1月として最も少なかった。
- (2) 営業日数増減 30.1日(前年同月比 +0.1日)
- (3) 土・日・祝日の合計 10日(// ±0日)
- (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114店舗)
①増加した：29店、②変化なし：35店、③減少した：50店
- (5) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数85店舗)
①増加した：8店、②変化なし：30店、③減少した：47店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2020年1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	470,399,604	100.0	-3.1 (-4.5)
10都市	337,500,107	71.7	-2.5 (-2.7)
札幌	14,229,376	3.0	0.5
仙台	6,704,011	1.4	-4.7
東京	129,249,680	27.5	-2.4 (-2.7)
横浜	28,820,282	6.1	-2.8
名古屋	31,016,545	6.6	-2.6
京都	19,781,096	4.2	-4.4
大阪	68,140,775	14.5	-2.2
神戸	11,128,748	2.4	-10.5 (-8.5)
広島	10,803,493	2.3	4.4
福岡	17,626,101	3.7	-3.9
10都市以外の地区	132,899,497	28.3	-4.6 (-8.9)
北海道	1,124,302	0.2	4.5 (-39.2)
東北	5,930,498	1.3	0.4 (-13.7)
関東	58,469,597	12.4	-3.7 (-8.2)
中部	10,683,999	2.3	-4.3 (-5.8)
近畿	18,611,011	4.0	-4.5 (-3.6)
中国	10,030,931	2.1	-7.1
四国	7,853,017	1.7	-4.6
九州	20,196,142	4.3	-8.2 (-15.2)

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	470,399,604	100.0	-3.1 (-4.5)
紳士服・洋品	35,859,865	7.6	-7.4 (-8.9)
婦人服・洋品	102,613,197	21.8	-6.0 (-7.6)
子供服・洋品	10,043,106	2.1	-9.2 (-11.1)
その他衣料品	9,295,843	2.0	-10.5 (-12.2)
衣 料 品	157,812,011	33.5	-6.8 (-8.4)
身のまわり品	69,699,038	14.8	-1.4 (-3.1)
化粧品	43,026,621	9.1	0.5 (-0.3)
美術・宝飾・貴金属	26,016,443	5.5	2.3 (1.6)
その他雑貨	15,549,580	3.3	-11.9 (-15.0)
雑 貨	84,592,644	18.0	-1.5 (-2.9)
家 具	3,888,416	0.8	-11.4 (-13.3)
家 電	901,532	0.2	1.2 (1.0)
その他家庭用品	12,486,887	2.7	-8.0 (-11.2)
家 庭 用 品	17,276,835	3.7	-8.3 (-11.1)
生 鮮 食 品	20,328,384	4.3	-2.5 (-4.7)
菓 子	34,213,349	7.3	1.7 (1.3)
惣 菜	26,121,232	5.6	-0.4 (-1.2)
その他食料品	33,580,488	7.1	-0.5 (-2.8)
食 料 品	114,243,453	24.3	-0.2 (-1.6)
食 堂 喫 茶	11,850,246	2.5	-1.1 (-3.8)
サ ー ビ ス	4,363,882	0.9	1.0 (-1.7)
そ の 他	10,561,495	2.2	6.1 (17.0)
商 品 券	6,435,610	1.4	-8.2 (-8.3)

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。

NEWS LETTER

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|-----------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | - 2.5% (店舗数調整後 / 4か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | - 4.6% (店舗数調整後 / 4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	- 2.5	- 1.8	4か月連続マイナス
札幌	0.5	0.0	4か月ぶりプラス
仙台	- 4.7	- 0.1	4か月連続マイナス
東京	- 2.4	- 0.7	4か月連続マイナス
横浜	- 2.8	- 0.2	4か月連続マイナス
名古屋	- 2.6	- 0.2	4か月連続マイナス
京都	- 4.4	- 0.2	4か月連続マイナス
大阪	- 2.2	- 0.3	4か月連続マイナス
神戸	- 10.5	- 0.2	4か月連続マイナス
広島	4.4	0.1	4か月ぶりプラス
福岡	- 3.9	- 0.2	4か月連続マイナス
10都市以外の地区	- 4.6	- 1.3	4か月連続マイナス
北海道	4.5	0.0	4か月ぶりプラス*
東北	0.4	0.0	4か月ぶりプラス*
関東	- 3.7	- 0.5	4か月連続マイナス
中部	- 4.3	- 0.1	4か月連続マイナス
近畿	- 4.5	- 0.2	4か月連続マイナス
中国	- 7.1	- 0.2	4か月連続マイナス*
四国	- 4.6	- 0.1	4か月連続マイナス
九州	- 8.2	- 0.4	4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)

NEWS LETTER

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は、4か月連続で全品目がマイナスとなった。その他の品目は、家電、菓子が2か月ぶり、化粧品、美術・宝飾・貴金属が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
総額	-3.1	—	4か月連続マイナス
紳士服・洋品	-7.4	-0.6	4か月連続マイナス
婦人服・洋品	-6.0	-1.3	4か月連続マイナス
子供服・洋品	-9.2	-0.2	4か月連続マイナス
その他衣料品	-10.5	-0.2	4か月連続マイナス
衣料品	-6.8	-2.4	4か月連続マイナス
身のまわり品	-1.4	-0.2	4か月連続マイナス
化粧品	0.5	0.0	4か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	2.3	0.1	4か月ぶりプラス*
その他雑貨	-11.9	-0.4	4か月連続マイナス*
雑貨	-1.5	-0.3	4か月連続マイナス
家具	-11.4	-0.1	4か月連続マイナス
家電	1.2	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-8.0	-0.2	4か月連続マイナス
家庭用品	-8.3	-0.3	4か月連続マイナス
生鮮食品	-2.5	-0.1	15か月連続マイナス*
菓子	1.7	0.1	2か月ぶりプラス*
惣菜	-0.4	-0.0	4か月連続マイナス*
その他食料品	-0.5	-0.0	4か月連続マイナス*
食料品	-0.2	-0.0	4か月連続マイナス
食堂喫茶	-1.1	-0.0	4か月連続マイナス
サービス	1.0	0.0	4か月ぶりプラス
その他	6.1	0.1	3か月連続プラス
商品券	-8.2	-0.1	107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2年1月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年2月21日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 292億円余
2. 前年同月比	-2.4% (店舗数調整後/4か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-2.0%(92.3%) : 非店頭-6.8%(7.7%) ()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12月対比±0店)
5. 総店舗面積	838,540㎡ (前年同月比:-0.1%)
6. 総従業員数	17,032人 (前年同月比:-3.8%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 -0.1%、7-9月 7.0%、8-10月 1.5%、 (店舗数調整後) 2019.8-10月~ 9-11月 -1.7%、10-12月 -8.1%、11-1月 -3.5%

【参考】平成31年1月の売上高増減率は-2.9%

【特徴】

- (1) 1月の東京地区は、全国と同様に、売上高(2.4%減/4か月連続)、入店客数(3.6%減/4か月連続)共にマイナスした。暖冬の影響から、クリアランスセールを中心に防寒衣料や関連雑貨など冬物商材が不振だった。
- (2) インバウンドは、月前半好調推移したことに加え、前年2月だった春節が本年は1月に前倒ししたことから大きく伸ばした。しかし、下旬は新型コロナウイルスの影響で苦戦し、前年との春節対比では若干マイナスとなるケースも見られた。
- (3) 高額品(美・宝・貴/12.4%増/2か月連続)については、時計・宝飾・美術などが好調で、二桁増と高伸した。ラグジュアリーブランドやカジュアルシューズ等に動きのあった身のまわり品(0.6%増)も、4か月ぶりに前年実績を超えた。
- (4) 食料品(0.8%増/3か月連続)は、各社の物産催事やバレンタインなどの食品企画が奏功し、菓子、惣菜ともに3か月連続プラスと増勢が続いている。特に、バレンタイン商戦では、限定品をはじめとした多様な品揃えやイトイン等、チョコレートをコアとした各社の趣向を凝らした施策が幅広い客層に好評で活況を呈した。WEB受注においても二桁増の高い伸びを示す店舗が多く見られた。
- (5) 衣料品(6.5%減/4か月連続)は、コートやブルゾン、セーターなど冬物アイテムが不調だったが、春物のジャケット、ワンピース、カットソー、ブラウス、スカートなどや、春色冬素材の一部プロパー品には動きが見られた。
- (6) 2月中間段階の商況は、新型コロナウイルス感染拡大により、インバウンドのみならず、国内でも消費マインドの低下が見られ、14.5%減(2/17)と厳しい状況にある。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.1日(前年同月比 +0.1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18店舗)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 5店、③減少した: 12店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数15店舗)
 - ①増加した: 2店、②変化なし: 6店、③減少した: 7店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	129,249,680	100.0	-2.4 (-2.7)
紳士服・洋品	12,099,774	9.4	-4.1 (-4.1)
婦人服・洋品	25,540,414	19.8	-6.9 (-7.0)
子供服・洋品	2,253,280	1.7	-4.3 (-4.3)
その他衣料品	2,257,761	1.7	-15.4 (-15.4)
衣 料 品	42,151,229	32.6	-6.5 (-6.5)
身のまわり品	20,125,074	15.6	0.6 (0.5)
化粧品	12,979,143	10.0	-1.2 (-1.6)
美術・宝飾・貴金属	8,173,416	6.3	12.4 (12.1)
その他雑貨	5,082,702	3.9	-16.6 (-16.7)
雑 貨	26,235,261	20.3	-1.0 (-1.3)
家具	1,208,588	0.9	-9.8 (-9.8)
家電	598,180	0.5	2.3 (2.3)
その他家庭用品	3,176,660	2.5	-7.9 (-7.9)
家 庭 用 品	4,983,428	3.9	-7.3 (-7.3)
生 鮮 食 品	3,853,896	3.0	-1.3 (-1.3)
菓 子	8,289,648	6.4	2.5 (2.3)
惣 菜	6,351,156	4.9	1.4 (1.4)
その他食料品	9,628,595	7.4	-0.1 (-0.1)
食 料 品	28,123,295	21.8	0.8 (0.8)
食 堂 喫 茶	2,704,845	2.1	-0.3 (-0.4)
サ ー ビ ス	1,746,797	1.4	-5.3 (-5.3)
そ の 他	3,179,751	2.5	6.0 (-5.3)

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	1,486,234 千円	-10.8 (-10.8)
従業員数	17,032 人	-3.8
店舗面積	838,540 m ²	-0.1

営業日数	30.1 日	前年	30.0 日
------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、食料品が3か月連続、身のまわり品が4か月ぶりのプラスとなった。また、家庭用品が2か月連続、衣料品、雑貨が4か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、菓子、惣菜が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が2か月連続、家電が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	-2.4	-	4か月連続マイナス
紳士服・洋品	-4.1	-0.4	4か月連続マイナス
婦人服・洋品	-6.9	-1.4	4か月連続マイナス
子供服・洋品	-4.3	-0.1	4か月連続マイナス
その他衣料品	-15.4	-0.3	4か月連続マイナス
衣料品	-6.5	-2.2	4か月連続マイナス
身のまわり品	0.6	0.1	4か月ぶりプラス
化粧品	-1.2	-0.1	4か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	12.4	0.7	2か月連続プラス*
その他雑貨	-16.6	-0.8	4か月連続マイナス*
雑貨	-1.0	-0.2	4か月連続マイナス
家具	-9.8	-0.1	4か月連続マイナス
家電	2.3	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-7.9	-0.2	4か月連続マイナス
家庭用品	-7.3	-0.3	2か月連続マイナス
生鮮食品	-1.3	-0.0	16か月連続マイナス*
菓子	2.5	0.2	3か月連続プラス*
惣菜	1.4	0.1	3か月連続プラス*
その他食料品	-0.1	-0.0	2か月ぶりマイナス*
食料品	0.8	0.2	3か月連続プラス
食堂喫茶	-0.3	-0.0	4か月連続マイナス
サービス	-5.3	-0.1	4か月連続マイナス
その他	6.0	0.1	3か月連続プラス
商品券	-10.8	-0.1	16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>