

14時30分解禁

平成24年2月 全国百貨店売上高概況

平成24年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	4,331億円余
2. 前年同月比	-0.4% (店舗数調整後/2か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	86社 253店 (平成24年1月対比-1店)
4. 総店舗面積	6,382,692㎡ (前年同月比:-0.4%)
5. 総従業員数	86,763人 (前年同月比:-6.1%)
6. 3か月移動平均値	7-9月 -1.2%、8-10月 -1.5%、9-11月 -1.6%、 10-12月 -0.4%、11-1月 -0.6%、12-2月 -0.1%

【参考】平成23年2月の売上高増減率は0.7% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

2か月連続の前年同月比マイナスだが、減少幅は-0.4%とほぼ前年並みに推移した。

2月は、1月と同様全国的に強い寒気の影響を受けて、冬物衣料や帽子・手袋等の防寒アイテムが好調に推移したものの、本格展開がスタートした春物商材には動きが見られなかった。また、雨や雪など天候不順と併せてインフルエンザの流行なども重なり、外出を控える傾向が強まったことから、入店客数にも若干の影響を受けた。

高級時計、宝飾品、輸入特選雑貨等の高額商材(美・宝・貴:+3.3%)が引き続き好調を維持したほか、季節催事のバレンタイン商戦(菓子:+2.6%)についても、絆消費を背景に活況を呈するなど、一部売上を牽引する要素は見られたものの、この時期主力の春物衣料の苦戦をカバーするまでには至らず、最終的に前年実績には僅かに届かなかった。

具体的な動向としては、復興需要で東北地区が好調(仙台:+7.5%、東北:+1.1%)を維持したこと、閏年による営業日数1日増の効果が祝日の1日減で薄れたこと、訪日外国人は春節の1月への移行による反動減(売上・購買客数共に:-41.5%)があったことなどが報告されている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇ 西高東低の冬型の気圧配置となる日が多く、断続的に強い寒気の影響を受けて、1月に続き全国的に低温となった。また、日本海側を中心に記録的な積雪となったほか、太平洋側も低気圧や前線の影響で曇りや雨が多かった。

(2) 営業日数増減 28.7日(前年同月比+1.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 8日(「 -1日/土曜と祝日が重複)

(4) 入店客数増減(回答店舗数で見る傾向値/前年同月比)

①増加した:40店、②変化なし:33店、③減少した:57店、④不明:42店

(5) 2月歳時記(バレンタインデー、節分、立春)の売上(同上)

①増加した:47店、②変化なし:49店、③減少した:12店、④不明:64店

(6) 翌月売上見通し(回答店舗数で見る傾向値)

①増加する:66店、②変化なし:42店、③減少する:12店、④不明:52店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2012年02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	433,108,118	100.0	-0.4 (0.0)
10都市	283,829,013	65.5	-0.3 (1.5)
札幌	10,779,133	2.5	-2.7
仙台	6,045,089	1.4	7.5
東京	106,506,903	24.6	-1.8 (-1.5)
横浜	24,900,604	5.7	2.6
名古屋	24,639,319	5.7	-1.5
京都	16,735,977	3.9	-0.9
大阪	57,826,771	13.4	2.2 (6.3)
神戸	12,347,826	2.9	3.0
広島	10,459,711	2.4	4.6
福岡	13,587,680	3.1	-10.2 (11.7)
10都市以外の地区	149,279,105	34.5	-0.6 (-2.9)
北海道	2,451,174	0.6	-9.8
東北	7,763,022	1.8	1.1 (-14.4)
関東	69,859,512	16.1	0.2 (-2.4)
中部	12,206,683	2.8	-3.8
近畿	15,159,200	3.5	0.5
中国	10,740,679	2.5	-2.2
四国	7,905,910	1.8	-0.3
九州	23,192,925	5.4	-0.7 (-2.2)

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	433,108,118	100.0	-0.4 (0.0)
紳士服・洋品	26,783,948	6.2	2.4 (3.6)
婦人服・洋品	92,143,381	21.3	-1.6 (-1.5)
子供服・洋品	10,802,785	2.5	-1.8 (-1.4)
その他衣料品	11,046,894	2.6	-2.9 (-3.0)
衣 料 品	140,777,008	32.5	-1.0 (-0.7)
身のまわり品	50,456,149	11.6	-2.5 (-1.6)
化粧品	24,720,873	5.7	1.5 (1.9)
美術・宝飾・貴金属	18,939,095	4.4	3.3 (3.4)
その他雑貨	19,191,870	4.4	-4.4 (-4.4)
雑 貨	62,851,838	14.5	0.1 (0.3)
家 具	5,866,801	1.4	-3.2 (-3.0)
家 電	1,593,467	0.4	5.8 (5.8)
その他家庭用品	14,622,496	3.4	-4.5 (-4.8)
家 庭 用 品	22,082,764	5.1	-3.5 (-3.6)
生 鮮 食 品	24,868,605	5.7	1.1 (0.8)
菓 子	46,705,647	10.8	2.6 (3.7)
惣 菜	26,071,567	6.0	5.5 (6.0)
その他食料品	32,425,679	7.5	-2.9 (-2.7)
食 料 品	130,071,498	30.0	1.4 (1.9)
食 堂 喫 茶	12,519,978	2.9	-0.9 (1.3)
サ ー ビ ス	4,942,005	1.1	2.5 (2.0)
そ の 他	9,406,878	2.2	-3.2 (-4.1)
商 品 券	11,595,829	2.7	-38.4 (-38.5)

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 | -0.3% (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 | -0.6% (〃 ／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	-0.3	-0.2	2か月連続マイナス
札幌	-2.7	-0.1	2か月ぶりマイナス
仙台	7.5	0.1	10か月連続プラス
東京	-1.8	-0.5	2か月連続マイナス
横浜	2.6	0.1	3か月連続プラス
名古屋	-1.5	-0.1	4か月連続マイナス
京都	-0.9	0.0	2か月連続マイナス
大阪	2.2	0.3	5か月連続プラス
神戸	3.0	0.1	2か月ぶりプラス
広島	4.6	0.1	2か月ぶりプラス
福岡	-10.2	-0.3	43か月連続マイナス
10都市以外の地区	-0.6	-0.2	2か月連続マイナス
北海道	-9.8	-0.1	16か月連続マイナス*
東北	1.1	0.0	5か月連続プラス*
関東	0.2	0.0	3か月連続プラス
中部	-3.8	-0.1	12か月連続マイナス
近畿	0.5	0.0	2か月ぶりプラス
中国	-2.2	-0.1	8か月連続マイナス*
四国	-0.3	0.0	4か月連続マイナス
九州	-0.7	0.0	7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都市に移行したため(2005年までは6大都市)、連続性の観点から2007年1月からのトレンドとした。

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目では、雑貨が4か月ぶり、食料品が8か月ぶりのプラス。マイナスは衣料品、身のまわり品、家庭用品。また、紳士服・洋品が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が4か月連続、惣菜が10か月連続のプラス、化粧品、菓子が2か月ぶり、家電が3か月ぶり、生鮮食品が8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	-0.4	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	2.4	0.1	3か月連続プラス
婦人服・洋品	-1.6	-0.3	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-1.8	0.0	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	-2.9	-0.1	48か月連続マイナス
衣料品	-1.0	-0.3	2か月連続マイナス
身のまわり品	-2.5	-0.3	2か月連続マイナス
化粧品	1.5	0.1	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	3.3	0.1	4か月連続プラス*
その他雑貨	-4.4	-0.2	51か月連続マイナス*
雑貨	0.1	0.0	4か月ぶりプラス
家具	-3.2	0.0	7か月連続マイナス
家電	5.8	0.0	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	-4.5	-0.2	7か月連続マイナス
家庭用品	-3.5	-0.2	7か月連続マイナス
生鮮食品	1.1	0.1	8か月ぶりプラス*
菓子	2.6	0.3	2か月ぶりプラス*
惣菜	5.5	0.3	10か月連続プラス*
その他食料品	-2.9	-0.2	4か月連続マイナス*
食料品	1.4	0.4	8か月ぶりプラス
食堂喫茶	-0.9	0.0	2か月連続マイナス
サービス	2.5	0.0	15か月ぶりプラス
その他	-3.2	-0.1	8か月連続マイナス
商品券	-38.4	-1.7	12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月から細分化したため、2007年1月からのトレンド

平成24年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成24年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	1,065億円余
2. 前年同月比	-1.8% (店舗数調整後/2か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭0.2%(87.3%) : 非店頭-13.9%(12.7%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	13社 26店 (平成24年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	915,720㎡ (前年同月比:-1.5%)
6. 総従業員数	18,819人 (前年同月比:-8.2%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 -2.5%、8-10月 -2.8%、9-11月 -2.8%、 10-12月 -1.4%、11-1月 -1.7%、12-2月 -1.3%

[参考] 平成23年2月の売上高増減率は1.7% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

- (1) 東京地区も月末に降雪があるなど天候不順の影響から、入店客数は前年同月比で概ね2%~3%程度(閏年による営業日数増を調整した数値)の減少であった。
- (2) 気温低下で春物衣料が苦戦する中、紳士服(+2.1%)は健闘した。セール最終期の冬物スーツやコートなどビジネスウェアを中心に、ワイシャツ等の洋品類もよく動いた。
- (3) バレンタイン商戦は各店共に好調に推移し、前年を上回る(菓子:+3.9%)結果であった。自家需要の増大など購入動機が多様化が最近のトレンドとなっている。
- (4) 震災後1年を前に防災意識の高まりが見られ、防災関連商品がよく動いた。
- (5) 東京地区の3月の商況は、中旬までの段階で前年同月比30%前後の伸びを示している。これは、前々年の同月と比較してもプラス基調となっている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 28.7日 (前年同月比+0.8日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見る傾向値/前年同月比)
 - ①増加した: 5店、②変化なし: 4店、③減少した: 11店、④不明: 1店
- (3) 2月歳時記(バレンタインデー、節分、立春)の売上(同上)
 - ①増加した: 6店、②変化なし: 9店、③減少した: 1店、④不明: 5店
- (4) 翌月売上見通し(回答店舗数で見る傾向値)
 - ①増加する: 10店、②変化なし: 7店、③減少する: 2店、④不明: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2012年02月

※店舗数調整後 ()が調整前

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
総 額	106,506,903	100.0	-1.8 (-1.5)
紳士服・洋品	7,257,448	6.8	2.1
婦人服・洋品	19,969,611	18.7	-3.7
子供服・洋品	2,571,320	2.4	-3.6
その他衣料品	2,200,438	2.1	-10.6
衣 料 品	31,998,817	30.0	-2.9
身のまわり品	13,348,171	12.5	-3.6
化粧品	6,008,354	5.6	2.6
美術・宝飾・貴金属	5,432,090	5.1	3.7
その他雑貨	6,559,819	6.2	-0.1
雑 貨	18,000,263	16.9	1.9
家 具	1,995,249	1.9	-1.3
家 電	998,274	0.9	32.7
その他家庭用品	3,999,208	3.8	-9.9 (-9.9)
家 庭 用 品	6,992,731	6.6	-3.0 (-3.0)
生 鮮 食 品	4,333,266	4.1	4.5 (7.6)
菓 子	10,056,163	9.4	3.9 (4.8)
惣 菜	5,813,326	5.5	7.9 (9.4)
その他食料品	7,962,599	7.5	-10.1 (-9.4)
食 料 品	28,165,354	26.4	0.3 (1.6)
食 堂 喫 茶	2,783,790	2.6	-0.3
サ ー ビ ス	2,169,716	2.0	7.8 (7.8)
そ の 他	3,048,061	2.9	-21.6 (-21.5)

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	3,009,136 千円	-70.0
従 業 員 数	18,819 人	-8.2
店 舗 面 積	915,720 m ²	-1.5

営 業 日 数	28.7 日	前年	27.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目では、雑貨が5か月ぶり、食料品が2か月ぶりのプラス。マイナスは全国同様衣料品、身のまわり品、家庭用品。また、紳士服・洋品が5か月連続、生鮮食品が2か月連続、惣菜が7か月連続のプラス、化粧品と菓子で2か月ぶり、美術・宝飾・貴金属が5か月ぶり、家電が3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	-1.8	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	2.1	0.1	5か月連続プラス
婦人服・洋品	-3.7	-0.7	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-3.6	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	-10.6	-0.2	46か月連続マイナス
衣料品	-2.9	-0.9	2か月連続マイナス
身のまわり品	-3.6	-0.5	4か月連続マイナス
化粧品	2.6	0.1	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	3.7	0.2	5か月ぶりプラス*
その他雑貨	-0.1	0.0	6か月連続マイナス*
雑貨	1.9	0.3	5か月ぶりプラス
家具	-1.3	0.0	11か月連続マイナス
家電	32.7	0.2	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	-9.9	-0.4	2か月連続マイナス
家庭用品	-3.0	-0.2	3か月連続マイナス
生鮮食品	4.5	0.2	2か月連続プラス*
菓子	3.9	0.3	2か月ぶりプラス*
惣菜	7.9	0.4	7か月連続プラス*
その他食料品	-10.1	-0.8	13か月連続マイナス*
食料品	0.3	0.1	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	-0.3	0.0	6か月連続マイナス
サービス	7.8	0.1	2か月ぶりプラス
その他	-21.6	-0.8	8か月連続マイナス
商品券	-70.0	-6.5	10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月から細分化したため、2007年1月からのトレンド

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