

14時30分解禁

平成25年2月 全国百貨店売上高概況

平成25年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	4,317億円余
2. 前年同月比	0.3% (店舗数調整後/2か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	86社 245店 (平成25年1月対比-4店)
4. 総店舗面積	6,268,305㎡ (前年同月比:-1.8%)
5. 総従業員数	81,882人 (前年同月比:-5.6%)
6. 3か月移動平均値	7-9月 -1.7%、8-10月 -1.3%、9-11月 -0.1%、 10-12月 -0.5%、11-1月 0.2%、12-2月 -0.4%

【参考】平成24年2月の売上高増減率は-0.4% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

2か月連続の前年同月比プラスとなった。

今年2月は、閏年の翌年のため営業日数が減少したほか、強い寒気による気温低下で春物需要が伸び悩むなど一部マイナス要素があったものの、年末以降の株価上昇による資産効果や景気回復への期待感による消費マインドの好転を背景に、上質な商品・サービスを求める傾向が強まり、輸入特選雑貨(身のまわり品:+8.6%)や高級時計(美・宝・貴:+8.6%)などの高額商材が牽引する形で比較的好調に推移した。また、贈答形態の多様化(友チョコ、自家需等)でバレンタイン商戦(菓子:+2.1%)が活況であったほか、冷え込みで苦戦した衣料品(-1.6%)についても春物の不振を冬物が下支えたことなどから、最終的に前年を上回る結果となった。

その他当月の特徴的な動向としては、増床・改装効果のある東京や大阪を中心に大都市(10都市:+1.3%)が商況全体を牽引したこと、訪日外国人は東南アジア等の顕著な伸びや春節のズレ(去年1/23⇒今年2/10)による反動から、売上・客数共に倍増(売上:+115.2%、客数:+84.2%)し、1-2月合計売上でも大幅増(+39.7%)と回復が鮮明になったこと、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)

◇月の初めは全国的に高温であったが、その後は冬型の気圧配置となった日が多く、特に下旬は強い寒気の影響を受けた日が続き、北・東日本では月平均気温が低かった。また、日本海側では雨や雪の日が多かった。

(2) 営業日数増減 27.6日(前年同月比-1.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(" +1日/前年の祝日・土曜重複が解消)

(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133店舗)

①増加した:26店、②変化なし:40店、③減少した:67店

(5) 2月歳時記(バレンタインデー、節分、立春)の売上(同上/有効回答数111店舗)

①増加した:58店、②変化なし:42店、③減少した:11店

(6) 翌月売上見通し(回答店舗数で見る傾向値/有効回答数169店舗)

①増加する:27店、②変化なし:88店、③減少する:12店、④不明:42店

全国百貨店 売上高速報 2013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	431,730,359	100.0	0.3 (-0.3)
10都市	285,556,169	66.1	1.3 (0.6)
札幌	10,665,899	2.5	-1.1
仙台	5,868,351	1.4	-2.9
東京	108,292,913	25.1	2.5 (1.7)
横浜	24,809,098	5.7	-0.4
名古屋	25,587,738	5.9	3.8
京都	16,577,014	3.8	-0.9
大阪	59,562,398	13.8	3.0
神戸	11,141,874	2.6	-0.8 (-9.8)
広島	9,027,413	2.1	-13.7
福岡	14,023,471	3.2	3.2
10都市以外の地区	146,174,190	33.9	-1.7 (-2.1)
北海道	2,437,342	0.6	-0.6
東北	7,516,284	1.7	-3.2
関東	68,172,589	15.8	-1.6 (-2.4)
中部	11,579,786	2.7	-5.1
近畿	15,007,602	3.5	-1.0
中国	11,023,664	2.6	2.6
四国	7,769,213	1.8	-1.7
九州	22,667,710	5.3	-2.3

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	431,730,359	100.0	0.3 (-0.3)
紳士服・洋品	26,542,318	6.1	-0.5 (-0.9)
婦人服・洋品	90,124,815	20.9	-1.7 (-2.2)
子供服・洋品	10,195,680	2.4	-3.6 (-5.6)
その他衣料品	10,765,440	2.5	-2.2 (-2.5)
衣 料 品	137,628,253	31.9	-1.6 (-2.2)
身のまわり品	54,097,615	12.5	8.6 (7.2)
化粧品	24,527,220	5.7	-0.5 (-0.8)
美術・宝飾・貴金属	20,446,511	4.7	8.6 (8.0)
その他雑貨	17,990,763	4.2	-6.1 (-6.3)
雑 貨	62,964,494	14.6	0.5 (0.2)
家 具	5,852,748	1.4	0.3 (-0.2)
家 電	1,634,793	0.4	2.6 (2.6)
その他家庭用品	14,446,215	3.3	-0.4 (-1.2)
家 庭 用 品	21,933,756	5.1	0.0 (-0.7)
生 鮮 食 品	23,343,243	5.4	-5.9 (-6.1)
菓 子	47,545,001	11.0	2.1 (1.8)
惣 菜	25,318,344	5.9	-2.6 (-2.9)
その他食料品	32,047,771	7.4	-0.6 (-1.2)
食 料 品	128,254,359	29.7	-1.0 (-1.4)
食 堂 喫 茶	12,871,263	3.0	3.3 (2.8)
サ ー ビ ス	4,707,552	1.1	-4.6 (-4.7)
そ の 他	9,273,067	2.1	-0.7 (-1.4)
商 品 券	10,059,374	2.3	-12.8 (-13.1)

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 | 1.3% (店舗数調整後／2か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -1.7% (〃 ／3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	1.3	0.8	2か月連続プラス
札幌	-1.1	0.0	3か月連続マイナス
仙台	-2.9	0.0	10か月連続マイナス
東京	2.5	0.6	2か月連続プラス
横浜	-0.4	0.0	3か月連続マイナス
名古屋	3.8	0.2	4か月連続プラス
京都	-0.9	0.0	3か月連続マイナス
大阪	3.0	0.4	4か月連続プラス
神戸	-0.8	0.0	7か月ぶりマイナス
広島	-13.7	-0.3	2か月ぶりマイナス
福岡	3.2	0.1	2か月連続プラス
10都市以外の地区	-1.7	-0.6	3か月連続マイナス
北海道	-0.6	0.0	11か月連続マイナス*
東北	-3.2	-0.1	5か月連続マイナス*
関東	-1.6	-0.3	3か月連続マイナス
中部	-5.1	-0.1	11か月連続マイナス
近畿	-1.0	0.0	2か月ぶりマイナス
中国	2.6	0.1	2か月連続プラス*
四国	-1.7	0.0	3か月連続マイナス
九州	-2.3	-0.1	3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品目では、身のまわり品と雑貨が4か月連続のプラス、家庭用品が10か月ぶりのプラス（前年並）。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。また、美術・宝飾・貴金属が6か月連続、菓子が2か月連続のプラス、家具が5か月ぶり、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	0.3	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	－0.5	0.0	3か月連続マイナス
婦人服・洋品	－1.7	－0.4	3か月連続マイナス
子供服・洋品	－3.6	－0.1	3か月連続マイナス
その他衣料品	－2.2	－0.1	3か月連続マイナス
衣料品	－1.6	－0.5	3か月連続マイナス
身のまわり品	8.6	1.0	4か月連続プラス
化粧品	－0.5	0.0	7か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	8.6	0.4	6か月連続プラス*
その他雑貨	－6.1	－0.3	11か月連続マイナス*
雑貨	0.5	0.1	4か月連続プラス
家具	0.3	0.0	5か月ぶりプラス
家電	2.6	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	－0.4	0.0	3か月連続マイナス
家庭用品	＋0.0	0.0	10か月ぶりプラス
生鮮食品	－5.9	－0.3	11か月連続マイナス*
菓子	2.1	0.2	2か月連続プラス*
惣菜	－2.6	－0.2	2か月ぶりマイナス*
その他食料品	－0.6	0.0	2か月ぶりマイナス*
食料品	－1.0	－0.3	2か月ぶりマイナス
食堂喫茶	3.3	0.1	4か月連続プラス
サービス	－4.6	－0.1	2か月ぶりマイナス
その他	－0.7	0.0	2か月連続マイナス
商品券	－12.8	－0.3	24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。

平成25年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成25年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	1,082億円余
2. 前年同月比	2.5% (店舗数調整後/2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭2.5%(87.3%) : 非店頭2.0%(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25年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	904,710㎡ (前年同月比:-1.2%)
6. 総従業員数	18,652人 (前年同月比:-0.9%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 -0.2%、8-10月 -0.3%、9-11月 0.9%、 10-12月 0.1%、11-1月 0.7%、12-2月 0.3%

[参考] 平成24年2月の売上高増減率は-1.8% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

- (1) 東京地区の入店客数は、冷え込みの影響で概ね2%前後の減少であったが、売上高については改装効果や高額消費の活況で、都内ほぼ全店が前年実績をクリアした。
- (2) 動きの良かった高額商材としては、具体的には、輸入特選雑貨や高級時計のほか、高級寝具、特選食器、特選旅行などが目立った。
- (3) 東京地区では衣料品も前年をクリアしたが、特に紳士服は+7.1%と大幅な伸びを見せた。この背景には、景況感の改善に加え、男性のファッションスタイルの多様化が進み、靴や鞆などの服飾雑貨を含めて消費者の関心度が高まっている傾向もある。
- (4) 都内のバレンタイン商戦は全国水準以上に活況であった。多くの店で二桁増を記録した。
- (5) 3月中旬までの東京地区の商況は、平均して5%前後の伸びを示している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.6日 (前年同月比-1.1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20店舗)
 - ①増加した: 4店、②変化なし: 3店、③減少した: 13店
- (3) 2月歳時記 (バレンタインデー、節分、立春) の売上 (同上/有効回答数16店舗)
 - ①増加した: 11店、②変化なし: 3店、③減少した: 2店
- (4) 翌月売上見通し (回答店舗数で見ると傾向値/有効回答数20店舗)
 - ①増加する: 5店、②変化なし: 10店、③減少する: 4店、④不明: 1店

東京地区百貨店 売上高速報 2013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	108,292,913	100.0	2.5 (1.7)
紳士服・洋品	7,772,847	7.2	7.1
婦人服・洋品	20,014,658	18.5	0.9 (0.2)
子供服・洋品	2,523,987	2.3	-1.8
その他衣料品	2,145,723	2.0	-2.5
衣 料 品	32,457,215	30.0	1.9 (1.4)
身のまわり品	14,793,022	13.7	14.2 (10.8)
化粧品	6,084,177	5.6	1.3
美術・宝飾・貴金属	6,022,708	5.6	10.9
その他雑貨	5,780,467	5.3	-11.9
雑 貨	17,887,352	16.5	-0.6
家 具	2,001,699	1.8	0.3
家 電	1,096,105	1.0	9.8
その他家庭用品	3,884,106	3.6	-1.5 (-2.9)
家 庭 用 品	6,981,910	6.4	0.6 (-0.2)
生 鮮 食 品	4,183,081	3.9	-3.5
菓 子	10,290,493	9.5	2.3
惣 菜	5,790,481	5.3	-0.4
その他食料品	8,020,883	7.4	2.3 (0.7)
食 料 品	28,284,938	26.1	0.9 (0.4)
食 堂 喫 茶	2,794,316	2.6	1.5 (0.4)
サ ー ビ ス	1,960,976	1.8	-9.6
そ の 他	3,133,184	2.9	4.9 (2.8)

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	2,188,275 千円	-26.9 (-27.3)
従 業 員 数	18,652 人	-0.9
店 舗 面 積	904,710 m ²	-1.2

営 業 日 数	27.6 日	前 年	28.7 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目では、身のまわり品が4か月連続、食料品が2か月連続、衣料品が3か月ぶり、家庭用品が4か月ぶりのプラス。雑貨が2か月ぶりのマイナスとなった。また、化粧品が7か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、その他食料品が2か月連続、家電が3か月連続のプラス、紳士服・洋品、婦人服・洋品が3か月ぶり、家具が5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	2.5	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	7.1	0.5	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	0.9	0.2	3か月ぶりプラス
子供服・洋品	-1.8	0.0	3か月連続マイナス
その他衣料品	-2.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
衣料品	1.9	0.6	3か月ぶりプラス
身のまわり品	14.2	1.7	4か月連続プラス
化粧品	1.3	0.1	7か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	10.9	0.6	2か月連続プラス*
その他雑貨	-11.9	-0.7	10か月連続マイナス*
雑貨	-0.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
家具	0.3	0.0	5か月ぶりプラス
家電	9.8	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	-1.5	-0.1	10か月連続マイナス
家庭用品	0.6	0.0	4か月ぶりプラス
生鮮食品	-3.5	-0.1	2か月ぶりマイナス*
菓子	2.3	0.2	2か月連続プラス*
惣菜	-0.4	0.0	19か月ぶりマイナス*
その他食料品	2.3	0.2	2か月連続プラス*
食料品	0.9	0.2	2か月連続プラス
食堂喫茶	1.5	0.0	4か月連続プラス
サービス	-9.6	-0.2	3か月連続マイナス
その他	4.9	0.1	10か月ぶりプラス
商品券	-26.9	-0.8	22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・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>