

14時30分解禁

平成26年2月 全国百貨店売上高概況

平成26年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	4,430億円余
2. 前年同月比	3.0% (店舗数調整後/4か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	85社 242店 (平成26年1月対比±0店)
4. 総店舗面積	6,267,140㎡ (前年同月比:-0.1%)
5. 総従業員数	80,003人 (前年同月比:-2.3%)
6. 3か月移動平均値	7-9月 0.6%、8-10月 1.5%、9-11月 1.5%、 10-12月 1.3%、11-1月 2.3%、12-2月 2.4%

【参考】平成25年2月の売上高増減率は0.3% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

昨年末からの増勢を継続し4か月連続のプラスとなった。

今年2月は、関東甲信地方を中心とした2週連続の記録的な大雪により、中旬までは入店客数に大きな影響を受けたものの、中旬以降はプラス基調を回復し、消費税率引上げ前の駆け込み需要や、各店の積極的な催事展開などを背景に、1月の伸び率(+2.9%)を上回る水準で好調に推移した。天候不順から衣料品(-0.5%)は前年を若干下回ったが、ラグジュアリーブランド(身のまわり品:+5.9%)や高級時計・宝飾品(美術・宝飾・貴金属:+24.5%)などの高額商材は依然活況で、引き続き高い伸びを示した。また、季節催事のバレンタイン商戦(菓子:+1.8%)が全国的に好調だったほか、まとめ買いの傾向も見られる化粧品(+11.7%)が二桁増を示したことなどが、商況全体を押し上げる要因となった。

地区別では、改装効果のある大都市(10都市:+5.3%)が増勢を強める一方、降雪による関東地区(-4.3%)の大幅減が影響して地方(10都市以外:-1.4%)が2か月ぶりに前年割れしたこと、商品別では、住宅市場の活況と前倒し需要を受けて家具(+24.8%)が'97年3月(+55.4%)以来の高い伸びを記録したこと、などが注目される。また、訪日外国人については、春節休暇の中華圏(中国、台湾、香港等)と成長市場アセアン(タイ、シンガポール、マレーシア等)からの来店が牽引する形で、売上(+80.3%)・客数(+72.9%)共に大幅な伸びを続けていることが報告されている。

【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)

◇ 低気圧が南岸を通過し、7日～8日にかけてと14日～16日にかけて広い範囲で大雪となり、関東甲信地方を中心に記録的な大雪となった。大陸の高気圧が寒気を伴って張り出したため、気温の低い日が多かった。

(2) 営業日数増減 27.6日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9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130店舗)

①増加した：29店、②変化なし：29店、③減少した：72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118店舗)

①増加した：70店、②変化なし：37店、③減少した：11店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2014年02月

第1表 地区別売上高

地 区	売上高(千円)	構成比(%)	※店舗数調整後 ()が調整前 対前年増減(-)率 (%)
			※
全 国	443,094,013	100.0	3.0 (2.6)
10都市	299,745,045	67.6	5.3 (5.0)
札幌	11,389,304	2.6	6.8
仙台	5,815,040	1.3	-0.9
東京	111,540,643	25.2	3.9 (3.0)
横浜	25,462,482	5.7	2.6
名古屋	28,618,485	6.5	11.8
京都	17,299,554	3.9	4.4
大阪	63,463,277	14.3	6.5
神戸	11,616,446	2.6	4.3
広島	9,479,996	2.1	5.0
福岡	15,059,818	3.4	7.4
10都市以外の地区	143,348,968	32.4	-1.4 (-1.9)
北海道	2,477,520	0.6	1.6
東北	7,533,649	1.7	0.2
関東	65,238,502	14.7	-4.3
中部	11,684,863	2.6	0.9
近畿	14,952,683	3.4	-0.4
中国	10,472,688	2.4	2.6 (-5.0)
四国	8,160,872	1.8	5.0
九州	22,828,191	5.2	0.7

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	443,094,013	100.0	3.0 (2.6)
紳士服・洋品	26,364,579	6.0	0.0 (-0.7)
婦人服・洋品	88,851,804	20.1	-0.9 (-1.4)
子供服・洋品	10,050,660	2.3	-1.3 (-1.4)
その他衣料品	11,056,888	2.5	2.8 (2.7)
衣 料 品	136,323,931	30.8	-0.5 (-0.9)
身のまわり品	57,012,531	12.9	5.9 (5.4)
化粧品	27,316,471	6.2	11.7 (11.4)
美術・宝飾・貴金属	25,374,707	5.7	24.5 (24.1)
その他雑貨	18,199,660	4.1	1.2 (1.2)
雑 貨	70,890,838	16.0	12.8 (12.6)
家 具	7,241,117	1.6	24.8 (23.7)
家 電	1,795,744	0.4	9.8 (9.8)
その他家庭用品	14,515,083	3.3	1.1 (0.5)
家 庭 用 品	23,551,944	5.3	8.0 (7.4)
生 鮮 食 品	23,482,340	5.3	0.8 (0.6)
菓 子	48,252,415	10.9	1.8 (1.5)
惣 菜	24,987,577	5.6	-1.0 (-1.3)
その他食料品	32,271,730	7.3	1.2 (0.7)
食 料 品	128,994,062	29.1	0.9 (0.6)
食 堂 喫 茶	12,038,080	2.7	-6.3 (-6.5)
サ ー ビ ス	4,879,778	1.1	3.6 (3.6)
そ の 他	9,402,849	2.1	2.7 (1.4)
商 品 券	9,391,607	2.1	-6.5 (-6.6)

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 | 5.3% (店舗数調整後／7か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -1.4% (店舗数調整後／2か月ぶりマイナス) |

【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	5.3	3.5	7か月連続プラス
札幌	6.8	0.2	7か月連続プラス
仙台	-0.9	0.0	2か月ぶりマイナス
東京	3.9	1.0	7か月連続プラス
横浜	2.6	0.2	4か月連続プラス
名古屋	11.8	0.7	7か月連続プラス
京都	4.4	0.2	4か月連続プラス
大阪	6.5	0.9	16か月連続プラス
神戸	4.3	0.1	8か月ぶりプラス
広島	5.0	0.1	13か月ぶりプラス
福岡	7.4	0.2	4か月連続プラス
10都市以外の地区	-1.4	-0.5	2か月ぶりマイナス
北海道	1.6	0.0	3か月ぶりプラス*
東北	0.2	0.0	2か月連続プラス*
関東	-4.3	-0.7	2か月ぶりマイナス
中部	0.9	0.0	8か月ぶりプラス
近畿	-0.4	0.0	3か月連続マイナス
中国	2.6	0.1	4か月連続プラス*
四国	5.0	0.1	4か月連続プラス
九州	0.7	0.0	3か月ぶりプラス*

(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、雑貨が16か月連続、身のまわり品が7か月連続、家庭用品が5か月連続、食料品が2か月連続のプラス。衣料品が4か月ぶりのマイナスとなった。また、美術・宝飾・貴金属が18か月連続、家具が7か月連続、化粧品が4か月連続、その他家庭用品、菓子が3か月連続、その他衣料品、その他雑貨、生鮮食品が2か月連続、家電が3か月ぶり、その他食料品が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
総額	3.0	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	0.0	0.0	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-0.9	-0.2	4か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-1.3	0.0	5か月連続マイナス
その他衣料品	2.8	0.1	2か月連続プラス
衣料品	-0.5	-0.2	4か月ぶりマイナス
身のまわり品	5.9	0.7	7か月連続プラス
化粧品	11.7	0.7	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	24.5	1.2	18か月連続プラス*
その他雑貨	1.2	0.1	2か月連続プラス*
雑貨	12.8	1.9	16か月連続プラス
家具	24.8	0.3	7か月連続プラス
家電	9.8	0.0	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	1.1	0.0	3か月連続プラス
家庭用品	8.0	0.4	5か月連続プラス
生鮮食品	0.8	0.0	2か月連続プラス*
菓子	1.8	0.2	3か月連続プラス*
惣菜	-1.0	-0.1	2か月ぶりマイナス*
その他食料品	1.2	0.1	4か月ぶりプラス*
食料品	0.9	0.3	2か月連続プラス
食堂喫茶	-6.3	-0.2	5か月連続マイナス
サービス	3.6	0.0	3か月連続プラス
その他	2.7	0.1	2か月連続プラス
商品券	-6.5	-0.2	36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26年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成26年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	1,115億円余
2. 前年同月比	3.9% (店舗数調整後/7か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭3.7%(87.1%) : 非店頭5.3%(12.9%) ()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26年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	875,556㎡ (前年同月比: -3.8%)
6. 総従業員数	18,869人 (前年同月比: 1.2%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 2.3%、8-10月 3.3%、9-11月 2.9%、 10-12月 3.0%、11-1月 4.2%、12-2月 4.2%

[参考] 平成25年2月の売上高増減率は2.5% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

- (1) 東京地区の2月の入店状況は、第2・第3と2週連続で週末大雪に見舞われたが、月の半ばからは、各店で期末セール等の活発な集客催事が展開されたことで、前年比2%程度の減少にとどまった。
- (2) 衣料品(-0.7%)は、月の前半まで冷え込みの影響で苦戦を強いられたが、天候が安定した中旬からは、駆け込み需要に対応して、例年より早めに展開がスタートしている春物アイテムに動きが見られた。
- (3) ラグジュアリーブランド(身のまわり品:+9.3%)、高級時計・宝飾品(美術・宝飾・貴金属:+30.5%)、呉服・高級寝具(その他衣料品:+11.2%)などの高額品については、降雪にも影響されず、いずれも全国水準を超えて大きな伸びを示した。
- (4) バレンタイン商戦は、多くの店で二桁増を記録するなど好調に推移したが、降雪による入店客数減の影響から、食料品(-0.3%)トータルでは前年を若干下回る結果となった。
- (5) 東京地区の3月中間段階までの商況は、消費税率引上げを目前にした駆け込み需要の高まりを受けて、概ね15%増で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.6日 (前年同月比±0.0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: 3店、②変化なし: 6店、③減少した: 10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17店舗)
①増加した: 11店、②変化なし: 5店、③減少した: 1店

東京地区百貨店 売上高速報 2014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	111,540,643	100.0	3.9 (3.0)
紳士服・洋品	7,666,168	6.9	-0.6 (-1.4)
婦人服・洋品	19,389,775	17.4	-1.9 (-3.1)
子供服・洋品	2,462,328	2.2	-2.3 (-2.4)
その他衣料品	2,370,696	2.1	11.2 (10.5)
衣 料 品	31,888,967	28.6	-0.7 (-1.8)
身のまわり品	16,011,248	14.4	9.3 (8.2)
化粧品	6,854,619	6.1	12.9 (12.7)
美術・宝飾・貴金属	7,823,620	7.0	30.5 (29.9)
その他雑貨	5,865,548	5.3	1.6 (1.5)
雑 貨	20,543,787	18.4	15.1 (14.9)
家 具	2,019,570	1.8	3.4 (0.9)
家 電	1,144,172	1.0	4.4
その他家庭用品	4,124,777	3.7	6.4 (6.2)
家 庭 用 品	7,288,519	6.5	5.2 (4.4)
生 鮮 食 品	4,194,927	3.8	1.0 (0.3)
菓 子	10,049,541	9.0	-1.4 (-2.3)
惣 菜	5,570,709	5.0	-3.0 (-3.8)
その他食料品	8,191,534	7.3	2.5 (2.1)
食 料 品	28,006,711	25.1	-0.3 (-1.0)
食 堂 喫 茶	2,590,563	2.3	-6.7 (-7.3)
サ ー ビ ス	2,136,246	1.9	8.9
そ の 他	3,074,602	2.8	2.1 (-1.9)

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	1,870,338 千円	-14.0 (-14.5)
従 業 員 数	18,869 人	1.2
店 舗 面 積	875,556 m ²	-3.8

営 業 日 数	27.6 日	前年	27.6 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目では、雑貨が12か月連続、身のまわり品が7か月連続、家庭用品が4か月連続のプラス。衣料品が4か月ぶり、食料品が5か月連続のマイナスとなった。また、化粧品が19か月連続、美術・宝飾・貴金属が14か月連続、その他衣料品、家具が4か月連続、その他家庭用品が3か月連続、その他雑貨、生鮮食品が2か月ぶり、家電が3か月ぶり、その他食料品が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	3.9	—	7か月連続プラス
紳士服・洋品	－0.6	0.0	7か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	－1.9	－0.3	4か月ぶりマイナス
子供服・洋品	－2.3	－0.1	5か月連続マイナス
その他衣料品	11.2	0.2	4か月連続プラス
衣料品	－0.7	－0.2	4か月ぶりマイナス
身のまわり品	9.3	1.3	7か月連続プラス
化粧品	12.9	0.7	19か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	30.5	1.7	14か月連続プラス*
その他雑貨	1.6	0.1	2か月ぶりプラス*
雑貨	15.1	2.5	12か月連続プラス
家具	3.4	0.1	4か月連続プラス
家電	4.4	0.0	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	6.4	0.2	3か月連続プラス
家庭用品	5.2	0.3	4か月連続プラス
生鮮食品	1.0	0.0	2か月ぶりプラス*
菓子	－1.4	－0.1	3か月ぶりマイナス*
惣菜	－3.0	－0.2	6か月連続マイナス*
その他食料品	2.5	0.2	5か月ぶりプラス*
食料品	－0.3	－0.1	5か月連続マイナス
食堂喫茶	－6.7	－0.2	4か月ぶりマイナス
サービス	8.9	0.2	3か月連続プラス
その他	2.1	0.1	2か月連続プラス
商品券	－14.0	－0.3	34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・西田まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>