

14時30分解禁

平成26年5月 全国百貨店売上高概況

平成26年6月18日

I. 概況

1. 売上高総額	4,618億円余
2. 前年同月比	-4.2% (店舗数調整後/2か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	84社 241店 (平成26年4月対比±0店)
4. 総店舗面積	6,178,469㎡ (前年同月比:-0.9%)
5. 総従業員数	80,040人 (前年同月比:-2.6%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	10-12月 1.3%、11-1月 2.3%、12-2月 2.4%、 1-3月 11.0%、2-4月 6.5%、3-5月 4.1%

〔参考〕平成25年5月の売上高増減率は2.6% (店舗数調整後)

【5月売上の特徴】

消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動で、2か月連続のマイナスとなったが、減少幅は前月の二桁減(-12.0%)から大きく改善した他、前回引上げがあった'97年5月(-5.1%)との比較でも0.9ポイント上回り、反動減は徐々に縮小している。

本年5月は、消費者の付加価値志向が高まっていることを背景に、消費税対策で各店が新商品の投入や販促催事を積極展開したことに加え、気温上昇など天候要因にも恵まれたことなどから、前年実績を上回る店舗が増加しており、回復基調は一段と明確になってきている。

地区別では、増床・改装効果で大阪(-0.0%)が前年並みを記録したのをはじめ、それ以外の地区でも減少幅は一桁台に収まり、前年を二桁以上割り込む地区はなくなった。

商品別には、駆け込み需要で大幅伸長した美術・宝飾・貴金属(-23.2%)や家具(-15.6%)など一部高額商材の戻りは遅れているものの、クールビズ需要が牽引した紳士服(-1.4%)をはじめ主力の衣料品(-3.9%)や身のまわり品(-2.9%)が堅調であった他、前月まとめ買いの反動で二割減の化粧品(-6.5%)も大きく改善傾向を示した。また、駆け込みの影響が薄い食料品(-0.7%)がほぼ前年並みに推移したことなども、商況全体を下支えする要因となった。

急伸中の訪日外国人売上高については、伸び率こそ昨年の倍増ペースには及ばないものの、引き続き中華圏(中国、台湾等)とアセアン(タイ、シンガポール等)を中心に、売上高(+29.5%)・購買客数(+46.5%)共に大幅増となり、5月としては過去最高の売上高(約44億円)を記録するなど、特に大都市において押し上げ効果が見られたことが報告されている。

【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 日本付近を低気圧と高気圧が交互に通る、天気は数日の周期で変わったが、東・西日本を中心に高気圧に覆われ晴れる日が多かった。気温は、中旬から下旬にかけて南から暖かい空気が入り、北日本を中心に平年を上回った。

(2) 営業日数増減 30.8日 (前年同月比+0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 11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136店舗)

①増加した: 41店、②変化なし: 35店、③減少した: 60店

(5) 5月歳時記 (GW、子供の日、母の日) の売上 (同上/有効回答数102店舗)

①増加した: 9店、②変化なし: 51店、③減少した: 42店

全国百貨店 売上高速報 2014年05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	461,848,343	100.0	-4.2 (-4.7)
10都市	309,800,916	67.1	-3.7 (-4.3)
札幌	11,259,598	2.4	-5.8
仙台	6,370,701	1.4	-4.3
東京	116,806,090	25.3	-4.3 (-5.9)
横浜	27,488,562	6.0	-4.9
名古屋	28,678,630	6.2	-4.8
京都	17,839,455	3.9	-6.0
大阪	64,918,333	14.1	0.0
神戸	11,864,882	2.6	-3.0
広島	9,624,558	2.1	-6.8
福岡	14,950,107	3.2	-2.5
10都市以外の地区	152,047,427	32.9	-5.4 (-5.7)
北海道	2,364,207	0.5	-6.4
東北	7,601,039	1.6	-4.6
関東	73,177,599	15.8	-6.0 (-5.8)
中部	11,797,112	2.6	-3.3
近畿	15,277,172	3.3	-4.5
中国	10,682,700	2.3	-3.9
四国	7,663,605	1.7	-2.6 (-10.1)
九州	23,483,993	5.1	-6.9

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	461,848,343	100.0	-4.2 (-4.7)
紳士服・洋品	35,566,512	7.7	-1.4 (-1.8)
婦人服・洋品	105,814,992	22.9	-4.6 (-5.2)
子供服・洋品	12,692,944	2.7	-1.5 (-1.8)
その他衣料品	10,769,103	2.3	-8.1 (-8.5)
衣 料 品	164,843,551	35.7	-3.9 (-4.5)
身のまわり品	62,350,275	13.5	-2.9 (-3.7)
化粧品	26,109,714	5.7	-6.5 (-6.7)
美術・宝飾・貴金属	20,497,056	4.4	-23.2 (-24.3)
その他雑貨	18,080,664	3.9	-1.3 (-1.5)
雑 貨	64,687,434	14.0	-11.3 (-11.9)
家 具	5,243,511	1.1	-15.6 (-18.2)
家 電	1,280,047	0.3	-17.4 (-17.4)
その他家庭用品	15,440,192	3.3	-7.1 (-7.3)
家 庭 用 品	21,963,750	4.8	-9.9 (-10.8)
生 鮮 食 品	25,525,057	5.5	-1.7 (-1.9)
菓 子	31,270,324	6.8	2.4 (2.1)
惣 菜	27,420,359	5.9	-0.5 (-0.6)
その他食料品	33,520,852	7.3	-2.8 (-2.9)
食 料 品	117,736,592	25.5	-0.7 (-0.9)
食 堂 喫 茶	14,435,522	3.1	-3.4 (-3.6)
サ ー ビ ス	5,698,698	1.2	3.1 (3.1)
そ の 他	10,132,521	2.2	-0.4 (-0.6)
商 品 券	12,091,466	2.6	-5.1 (-5.2)

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 | - 3.7% (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 | - 5.4% (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	- 3.7	- 2.4	2か月連続マイナス
札幌	- 5.8	- 0.1	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	- 4.3	- 1.1	2か月連続マイナス
横浜	- 4.9	- 0.3	2か月連続マイナス
名古屋	- 4.8	- 0.3	2か月連続マイナス
京都	- 6.0	- 0.2	2か月連続マイナス
大阪	0.0	0.0	2か月連続マイナス
神戸	- 3.0	- 0.1	2か月連続マイナス
広島	- 6.8	- 0.1	2か月連続マイナス
福岡	- 2.5	- 0.1	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	- 5.4	- 1.8	2か月連続マイナス
北海道	- 6.4	0.0	2か月連続マイナス*
東北	- 4.6	- 0.1	2か月連続マイナス*
関東	- 6.0	- 1.0	2か月連続マイナス
中部	- 3.3	- 0.1	2か月連続マイナス
近畿	- 4.5	- 0.1	2か月連続マイナス
中国	- 3.9	- 0.1	2か月連続マイナス*
四国	- 2.6	0.0	2か月連続マイナス
九州	- 6.9	- 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。しかし、先月は駆け込み需要の反動から食料品以外の4品目が二桁マイナスしていたが、今回は雑貨を除く4品目が一桁マイナスとなった。また、菓子が2か月ぶりにプラスに転じ、その他の品目もすべて先月の伸びを上回った。

【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	-4.2	-	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-1.4	-0.1	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-4.6	-1.1	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-1.5	0.0	2か月連続マイナス
その他衣料品	-8.1	-0.2	2か月連続マイナス
衣料品	-3.9	-1.4	2か月連続マイナス
身のまわり品	-2.9	-0.4	2か月連続マイナス
化粧品	-6.5	-0.4	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-23.2	-1.3	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-1.3	-0.1	2か月連続マイナス*
雑貨	-11.3	-1.7	2か月連続マイナス
家具	-15.6	-0.2	2か月連続マイナス
家電	-17.4	-0.1	2か月連続マイナス
その他家庭用品	-7.1	-0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	-9.9	-0.5	2か月連続マイナス
生鮮食品	-1.7	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	2.4	0.2	2か月ぶりプラス*
惣菜	-0.5	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-2.8	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	-0.7	-0.2	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.4	-0.1	2か月連続マイナス
サービス	3.1	0.0	2か月ぶりプラス
その他	-0.4	0.0	2か月連続マイナス
商品券	-5.1	-0.1	39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5月 東京地区百貨店売上高概況

平成26年6月18日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,168億円余
2. 前年同月比	-4.3% (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-2.6%(90.2%) : 非店頭-17.9%(9.8%) ()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4月対比±0店)
5. 総店舗面積	856,760㎡ (前年同月比:-4.7%)
6. 総従業員数	19,247人 (前年同月比:-0.8%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	10-12月 3.0%、11-1月 4.2%、12-2月 4.2%、 1-3月 12.3%、2-4月 7.1%、3-5月 4.3%

[参考] 平成25年5月の売上高増減率は5.1%

【5月売上の特徴】

- (1) 東京地区の入店客数は、地方物産展や母の日等に関連した販促企画、ゴールデンウィーク期間中におけるファミリー催事等の集客策を積極展開したことで、ほぼ前年並み(前年同月比0.4%)に推移した。
- (2) 主力の衣料品(-4.3%)は全体動向と同水準で堅調に推移したが、特に紳士(+0.4%)については、クールビズ需要でジャケット、パンツ、シャツ等が活発に動いたことに加え、カスタマイズ・ニーズを受けたスーツ等の単価アップを示す結果となった。
- (3) 全国同様に前月二桁減の化粧品(-4.0%)は、新商品の投入や好天によるUV対策の高まりを受けて、スキンケア商材を中心に需要の戻りが見られ、大幅な改善傾向を示した。
- (4) 食料品(-1.4%)については、ゴールデンウィーク期間中の行楽需要、物産展等食品催事の積極展開、複数店舗における食品売場改装などを背景に、菓子(+0.6%)と惣菜(-0.4%)が牽引する形で堅調に推移した。
- (5) 東京地区の6月中間段階(6月15日)までの商況は、上旬まで気温低下や雨模様の天候などが影響して、前年比約3~4%減で推移している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 31.0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18店舗)
①増加した: 8店、②変化なし: 6店、③減少した: 4店
- (3) 5月歳時記(GW、子供の日、母の日)の売上 (同上/有効回答数13店舗)
①増加した: 2店、②変化なし: 9店、③減少した: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2014年05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	116,806,090	100.0	-4.3 (-5.9)
紳士服・洋品	11,707,858	10.0	0.4 (-0.7)
婦人服・洋品	24,067,970	20.6	-6.4 (-8.4)
子供服・洋品	2,432,180	2.1	-3.4 (-4.0)
その他衣料品	2,098,859	1.8	-4.2 (-5.9)
衣 料 品	40,306,867	34.5	-4.3 (-5.9)
身のまわり品	16,813,699	14.4	-3.9 (-6.4)
化粧品	6,754,331	5.8	-4.0 (-4.3)
美術・宝飾・貴金属	6,311,647	5.4	-15.7 (-19.2)
その他雑貨	5,363,608	4.6	-4.6 (-4.6)
雑 貨	18,429,586	15.8	-8.5 (-10.0)
家 具	1,537,103	1.3	-15.6 (-23.5)
家 電	777,841	0.7	-14.6
その他家庭用品	4,152,271	3.6	-6.7 (-7.5)
家 庭 用 品	6,467,215	5.5	-10.0 (-12.7)
生 鮮 食 品	4,540,453	3.9	-2.1 (-2.8)
菓 子	7,253,506	6.2	0.6 (-0.4)
惣 菜	6,191,997	5.3	-0.4 (-1.3)
その他食料品	7,882,773	6.7	-3.6 (-4.0)
食 料 品	25,868,729	22.1	-1.4 (-2.2)
食 堂 喫 茶	3,150,403	2.7	-1.9 (-2.6)
サ ー ビ ス	2,448,797	2.1	5.5
そ の 他	3,320,794	2.8	-2.5 (-2.9)

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	2,577,176 千円	-7.2 (-7.7)
従 業 員 数	19,247 人	-0.8
店 舗 面 積	856,760 m ²	-4.7

営 業 日 数	31.0 日	前年	31.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 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。家庭用品が先月に引き続き二桁マイナスとなったが、他の4品目は一桁マイナスと回復がみられた。また、紳士服・洋品と菓子が2か月ぶりにプラスとなり、その他食料品は先月と同水準、その他の品目は家具以外はすべて先月の伸びを上回った。

【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	-4.3	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	0.4	0.0	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	-6.4	-1.4	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-3.4	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-4.2	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-4.3	-1.5	2か月連続マイナス
身のまわり品	-3.9	-0.6	2か月連続マイナス
化粧品	-4.0	-0.2	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-15.7	-1.0	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-4.6	-0.2	2か月連続マイナス*
雑貨	-8.5	-1.4	2か月連続マイナス
家具	-15.6	-0.2	2か月連続マイナス
家電	-14.6	-0.1	2か月連続マイナス
その他家庭用品	-6.7	-0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	-10.0	-0.6	2か月連続マイナス
生鮮食品	-2.1	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	0.6	0.0	2か月ぶりプラス*
惣菜	-0.4	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-3.6	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	-1.4	-0.3	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-1.9	0.0	2か月連続マイナス
サービス	5.5	0.1	6か月連続プラス
その他	-2.5	-0.1	2か月連続マイナス
商品券	-7.2	-0.2	37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>