

15時00分解禁

平成29年2月 全国百貨店売上高概況

平成29年3月22日

I. 概況

1. 売上高総額	4,336億円余
2. 前年同月比	-1.7% (店舗数調整後/12か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	81社 234店 (平成29年1月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,882,643㎡ (前年同月比:-2.0%)
5. 総従業員数	73,261人 (前年同月比:-3.8%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	7-9月 -3.4%、8-10月 -4.9%、9-11月 -3.7%、 10-12月 -2.5%、11-1月 -1.8%、12-2月 -1.5%

【参考】平成28年2月の売上高増減率は0.2% (店舗数調整後)

【特徴】

2月の売上高は1.7%減で12か月連続のマイナス。前年が閏年による営業日数減のほか、土曜1日減の影響から総額では前年に届かなかった。

顧客別では、春節の月ズレが心配されたインバウンド(シェア4.7%)が、購買客数(17.2%増)、売上高(9.6%増)ともに好調に推移したものの、国内市場(シェア95.3%)は2.2%減で7か月連続のマイナスに終わっている。

地区別では札幌(1.8%増)、名古屋(0.5%増)、大阪(2.7%増)、近畿(2.4%増)の4地区が国内消費も堅調なことからプラスになったが、その他14地区は前年を捉えることが出来なかった。

商品別では、主要5品目(衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品、食料品)のうち、好調な化粧品(+12.9%/23か月連続プラス)が牽引した雑貨が3.7%増で、3か月連続のプラスを記録した一方で、月前半の気温低下が影響した衣料品は4.5%減と、16か月連続で前年を下回った。なお、食料品は営業日数の減を、堅調な菓子やその他食料品が補い、0.8%減に留まる健闘を見せた。

バレンタイン商戦については、各社とも新規海外ブランドの展開や、開催期間の延長などが奏功し、自家需要及び男性客の取り込みに成功して人気イベントへと成長を見せている。

【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)

◇上旬後半から中旬前半にかけて冬型の気圧配置が強まり、大陸から強い寒気が流れ込んだ。太平洋側では晴れた日が多かったが、日本海側では西日本日本海側を中心に大雪となった。鳥取では11日に積雪が91cmに達し、交通障害が発生した。東日本太平洋側と西日本は、月間日照時間は多く、西日本太平洋側ではかなり多かった。

(2) 営業日数増減 27.7日(前年同月比 -0.9日)

(3) 土・日・祝日の合計 8日(-1日/土曜1日減)

(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134店舗)

①増加した：27店、②変化なし：21店、③減少した：86店

(5) 2月歳時記(バレンタインデー・節分)の売上(同上/有効回答数100店舗)

①増加した：42店、②変化なし：45店、③減少した：13店

全国百貨店 売上高速報 2017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	433,666,044	100.0	-1.7 (-2.5)
10都市	296,521,252	68.4	-1.5
札幌	11,887,732	2.7	1.8
仙台	5,711,401	1.3	-5.3
東京	116,814,507	26.9	-3.1
横浜	24,807,120	5.7	-2.5
名古屋	27,546,147	6.4	0.5
京都	17,512,970	4.0	-1.3
大阪	57,694,931	13.3	2.7
神戸	11,030,674	2.5	-4.8
広島	8,923,789	2.1	-4.6
福岡	14,591,981	3.4	-3.4
10都市以外の地区	137,144,792	31.6	-1.9 (-4.4)
北海道	1,432,820	0.3	-0.2 (-34.1)
東北	7,045,350	1.6	-5.1 (-5.9)
関東	61,919,048	14.3	-1.0 (-5.3)
中部	10,605,891	2.4	-5.2
近畿	19,321,905	4.5	2.4
中国	9,721,923	2.2	-3.6
四国	6,796,316	1.6	-6.8
九州	20,301,539	4.7	-3.5

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	433,666,044	100.0	-1.7 (-2.5)
紳士服・洋品	25,513,914	5.9	-0.4 (-1.4)
婦人服・洋品	79,377,521	18.3	-5.9 (-6.7)
子供服・洋品	9,947,236	2.3	-4.0 (-4.9)
その他衣料品	9,327,919	2.2	-3.7 (-5.6)
衣 料 品	124,166,590	28.6	-4.5 (-5.5)
身のまわり品	54,033,970	12.5	-1.7 (-2.6)
化粧品	38,795,288	8.9	12.9 (12.4)
美術・宝飾・貴金属	25,272,959	5.8	-1.6 (-1.9)
その他雑貨	16,579,382	3.8	-6.5 (-7.9)
雑 貨	80,647,629	18.6	3.7 (3.0)
家 具	4,951,909	1.1	-10.4 (-11.3)
家 電	1,168,263	0.3	-9.5 (-9.5)
その他家庭用品	12,805,737	3.0	-7.8 (-8.7)
家 庭 用 品	18,925,909	4.4	-8.6 (-9.5)
生 鮮 食 品	20,737,789	4.8	-6.1 (-6.9)
菓 子	49,734,117	11.5	-0.5 (-1.1)
惣 菜	25,169,908	5.8	-2.9 (-3.3)
その他食料品	34,324,093	7.9	3.8 (3.1)
食 料 品	129,965,907	30.0	-0.8 (-1.4)
食 堂 喫 茶	11,338,079	2.6	-6.1 (-7.2)
サ ー ビ ス	4,757,346	1.1	1.9 (0.1)
そ の 他	9,830,614	2.3	0.3 (0.1)
商 品 券	7,746,802	1.8	-10.7 (-11.0)

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 | - 1.5% (12か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | - 1.9% (店舗数調整後/16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	- 1.5	- 1.0	12か月連続マイナス
札幌	1.8	0.0	2か月連続プラス
仙台	- 5.3	- 0.1	12か月連続マイナス
東京	- 3.1	- 0.9	7か月連続マイナス
横浜	- 2.5	- 0.1	14か月連続マイナス
名古屋	0.5	0.0	14か月ぶりプラス
京都	- 1.3	- 0.1	11か月連続マイナス
大阪	2.7	0.3	2か月連続プラス
神戸	- 4.8	- 0.1	7か月連続マイナス
広島	- 4.6	- 0.1	5か月連続マイナス
福岡	- 3.4	- 0.1	2か月ぶりマイナス
10都市以外の地区	- 1.9	- 0.6	16か月連続マイナス
北海道	- 0.2	0.0	5か月連続マイナス*
東北	- 5.1	- 0.1	16か月連続マイナス*
関東	- 1.0	- 0.1	21か月連続マイナス
中部	- 5.2	- 0.1	12か月連続マイナス
近畿	2.4	0.1	7か月ぶりプラス
中国	- 3.6	- 0.1	7か月連続マイナス*
四国	- 6.8	- 0.1	12か月連続マイナス
九州	- 3.5	- 0.2	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。(2005年までは6大都市)

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が3か月連続のプラスとなった。また、衣料品が16か月連続、身のまわり品が7か月連続、家庭用品が14か月連続、食料品が12か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が23か月連続、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	-1.7	—	12か月連続マイナス
紳士服・洋品	-0.4	0.0	7か月連続マイナス
婦人服・洋品	-5.9	-1.1	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-4.0	-0.1	10か月連続マイナス
その他衣料品	-3.7	-0.1	16か月連続マイナス
衣料品	-4.5	-1.3	16か月連続マイナス
身のまわり品	-1.7	-0.2	7か月連続マイナス
化粧品	12.9	1.0	23か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-1.6	-0.1	12か月連続マイナス*
その他雑貨	-6.5	-0.3	7か月連続マイナス*
雑貨	3.7	0.7	3か月連続プラス
家具	-10.4	-0.1	12か月連続マイナス
家電	-9.5	0.0	3か月連続マイナス
その他家庭用品	-7.8	-0.2	11か月連続マイナス
家庭用品	-8.6	-0.4	14か月連続マイナス
生鮮食品	-6.1	-0.3	35か月連続マイナス*
菓子	-0.5	-0.1	2か月ぶりマイナス*
惣菜	-2.9	-0.2	7か月連続マイナス*
その他食料品	3.8	0.3	5か月ぶりプラス*
食料品	-0.8	-0.2	12か月連続マイナス
食堂喫茶	-6.1	-0.2	16か月連続マイナス
サービス	1.9	0.0	3か月連続プラス
その他	0.3	0.0	5か月連続プラス
商品券	-10.7	-0.2	72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29年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成29年3月22日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 168億円余
2. 前年同月比	-3.1% (7か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-2.0%(88.0%) : 非店頭-10.5%(12.0%) ()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29年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	873,232㎡ (前年同月比: 1.8%)
6. 総従業員数	18,444人 (前年同月比: -1.2%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 -2.6%、8-10月 -4.5%、9-11月 -3.0%、 10-12月 -2.1%、11-1月 -1.3%、12-2月 -1.7%

[参考] 平成28年2月の売上高増減率は2.7%

【特 徴】

- (1) 2月の入店客数は2.8%減で3か月ぶりのマイナス。バレンタイン商戦の賑わいなどにより、前年の閏年などのハンデをカバーしたものの、前年を確保するまでには至らなかった。また、入店客数に連動した売上高も3.1%減で7か月連続の前年割れに終わった。
- (2) 商品別では、ここ数か月のトレンドに大きな変化は見られず、全国同様に化粧品が好調な雑貨が3か月連続でプラスとなった一方で、衣料品については、卒業式や入学式などの歳時記関連や服飾小物のセール品に動きが見られたものの、気温低下により春物の出足が鈍く6.5%減で、16か月連続のマイナスに終わっている。
- (3) また、食料品については、天候不順によりマグロやブリなどの漁獲量減少が価格の高騰を招き、生鮮食品が8.0%減と数字を落としたが、バレンタインの関連催事や恵方巻きなどの好調を背景に、菓子やその他食料品が堅調で、3か月ぶりにプラスに転じている。
- (4) プレミアムフライデーについては、「食」を中心に各店が趣向を凝らした企画を展開し、初回としては一定のレスポンスを確認できた。今後の定着化に向けては、取り組み分野の拡大や近隣商店街との連携を通じて、継続かつ着実な取り組みとしていきたい。
- (5) 3月は15日現在で約1%強のプラスで推移している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 27.7日 (前年同月比 -0.9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: 5店、②変化なし: 4店、③減少した: 10店
- (3) 2月歳時記 (バレンタインデー・節分) の売上 (同上/有効回答数12店舗)
①増加した: 8店、②変化なし: 4店、③減少した: 0店

東京地区百貨店 売上高速報 2017年02月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	116,814,507	100.0	-3.1
紳士服・洋品	8,393,323	7.2	-1.6
婦人服・洋品	18,781,374	16.1	-8.2
子供服・洋品	2,612,361	2.2	-4.7
その他衣料品	2,041,254	1.7	-12.2
衣 料 品	31,828,312	27.2	-6.5
身のまわり品	16,188,957	13.9	-4.5
化粧品	12,113,263	10.4	14.6
美術・宝飾・貴金属	7,534,159	6.4	-5.7
その他雑貨	5,114,345	4.4	-9.5
雑 貨	24,761,767	21.2	2.3
家 具	1,464,268	1.3	-29.8
家 電	698,740	0.6	-8.7
その他家庭用品	3,253,183	2.8	-24.1
家 庭 用 品	5,416,191	4.6	-24.1
生 鮮 食 品	3,825,178	3.3	-8.0
菓 子	11,022,170	9.4	-0.1
惣 菜	5,667,513	4.9	-4.7
その他食料品	9,568,560	8.2	9.6
食 料 品	30,083,421	25.8	0.7
食 堂 喫 茶	2,658,183	2.3	-4.9
サ ー ビ ス	2,149,288	1.8	8.8
そ の 他	3,728,388	3.2	4.0

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	1,698,201 千円	-9.6
従 業 員 数	18,444 人	-1.2
店 舗 面 積	873,232 m ²	1.8

営 業 日 数	27.7 日	前 年	28.6 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が3か月連続、食料品が3か月ぶりのプラスとなった。また、衣料品が16か月連続、身のまわり品が7か月連続、家庭用品が6か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が23か月連続、その他食料品が2か月連続のプラスとなった。

【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	—	7か月連続マイナス
紳士服・洋品	-1.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-8.2	-1.4	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-4.7	-0.1	8か月連続マイナス
その他衣料品	-12.2	-0.2	3か月連続マイナス
衣料品	-6.5	-1.8	16か月連続マイナス
身のまわり品	-4.5	-0.6	7か月連続マイナス
化粧品	14.6	1.3	23か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-5.7	-0.4	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-9.5	-0.4	7か月連続マイナス*
雑貨	2.3	0.5	3か月連続プラス
家具	-29.8	-0.5	2か月連続マイナス
家電	-8.7	-0.1	3か月連続マイナス
その他家庭用品	-24.1	-0.9	10か月連続マイナス
家庭用品	-24.1	-1.4	6か月連続マイナス
生鮮食品	-8.0	-0.3	12か月連続マイナス*
菓子	-0.1	0.0	3か月連続マイナス*
惣菜	-4.7	-0.2	8か月連続マイナス*
その他食料品	9.6	0.7	2か月連続プラス*
食料品	0.7	0.2	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	-4.9	-0.1	2か月ぶりマイナス
サービス	8.8	0.1	8か月連続プラス
その他	4.0	0.1	3か月連続プラス
商品券	-9.6	-0.1	2か月ぶりマイナス

(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・関・橘 まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>