

14時30分解禁

平成29年3月 全国百貨店売上高概況

平成29年4月20日

I. 概 況

1. 売上高総額	5,195億円余
2. 前年同月比	-0.9% (店舗数調整後/13か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	80社 231店 (平成29年2月対比-1社3店)
4. 総店舗面積	5,825,727㎡ (前年同月比:-2.5%)
5. 総従業員数	72,384人 (前年同月比:-4.0%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、1-3月 -1.2%

[参考] 平成28年3月の売上高増減率は-2.9% (店舗数調整後)

【特 徴】

3月の売上高は0.9%減とほぼ前年並みで推移したものの、13か月連続のマイナス。富裕層消費やインバウンドの回復が売上を下支えしたが、気温低下により主力の春物衣料が伸び悩み、前年には僅かに届かなかった。

顧客別では、国内市場 (シェア96.2%) は、前月から0.6ポイント改善したものの、1.6%減と8か月連続のマイナスであった。インバウンド売上 (シェア3.8%) は、3月も桜鑑賞を目的とした訪日ツアーの増加などで好調に推移 (24.6%増) し、4か月連続でプラスした。

地区別では18地区のうち、札幌 (1.5%増)、仙台 (1.0%増)、名古屋 (1.4%増)、大阪 (3.4%増) の4地区がプラスとなったことから、10都市計は0.2%増と復調の兆しを見せ、一昨年2月以来13か月ぶりに増勢に転じた。一方、高額消費やインバウンドの割合が小さい地方 (10都市以外の地区3.1%減) では全地区マイナスと苦戦が続いている。

商品別では、主要5品目のうち、衣料品 (4.6%減) が伸び悩む半面、好調を維持する化粧品 (11.7%増) や資産効果による高額品 (美術・宝飾・貴金属0.6%減) の復調から、雑貨 (4.5%増) が4か月連続でプラスした。また細分類では、前月のバレンタインデーと同様にホワイトデー商戦が牽引した菓子 (2.2%増) などが健闘した。

2回目を迎えたプレミアムフライデーは、当日天候に恵まれず若干盛り上りを欠いたが、GW直前で消費機運の高まる次回には相応の効果が期待される。

【要 因】

(1) 天 候 : 気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇北日本から西日本にかけては高気圧に覆われる日が多かったため月間日照時間は多く、月降水量は、東日本日本海側と西日本でかなり少なかった。また、西日本は、大陸からの冷たい空気が流れ込み、6年ぶりに月平均気温が低くなった。

(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 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132店舗)

①増加した: 48店、②変化なし: 38店、③減少した: 46店

(5) 3月歳時記 (ひな祭り、ホワイトデー、卒業・入学、新生活) の売上 (同上/有効回答数97店舗)

①増加した: 9店、②変化なし: 64店、③減少した: 24店

全国百貨店 売上高速報 2017年03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	519,549,880	100.0	-0.9 (-1.6)
10都市	356,139,960	68.5	0.2 (0.1)
札幌	13,710,660	2.6	1.5
仙台	6,877,670	1.3	1.0 (-6.5)
東京	141,464,387	27.2	-0.2
横浜	30,452,942	5.9	-1.2
名古屋	34,864,893	6.7	1.4
京都	21,085,894	4.1	-3.9
大阪	66,581,687	12.8	3.4
神戸	13,081,706	2.5	-2.3
広島	10,669,833	2.1	-1.2
福岡	17,350,288	3.3	-1.0
10都市以外の地区	163,409,920	31.5	-3.1 (-4.9)
北海道	1,791,985	0.3	-11.1 (-40.1)
東北	8,675,388	1.7	-6.9 (-8.2)
関東	75,728,546	14.6	-1.5 (-4.1)
中部	11,885,230	2.3	-4.5
近畿	20,614,243	4.0	-7.0
中国	11,402,456	2.2	-3.0
四国	8,675,124	1.7	-1.2
九州	24,636,948	4.7	-2.7

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	519,549,880	100.0	-0.9 (-1.6)
紳士服・洋品	32,764,537	6.3	-2.6 (-3.2)
婦人服・洋品	103,427,586	19.9	-5.6 (-6.3)
子供服・洋品	21,659,213	4.2	-1.8 (-2.8)
その他衣料品	11,330,034	2.2	-6.2 (-6.9)
衣 料 品	169,181,370	32.6	-4.6 (-5.3)
身のまわり品	66,584,587	12.8	-1.5 (-2.1)
化粧品	44,874,720	8.6	11.7 (11.0)
美術・宝飾・貴金属	29,042,799	5.6	-0.6 (-1.2)
その他雑貨	20,270,880	3.9	-2.3 (-3.0)
雑 貨	94,188,399	18.1	4.5 (3.8)
家 具	6,314,080	1.2	-8.9 (-9.3)
家 電	1,152,013	0.2	-29.4 (-29.5)
その他家庭用品	17,269,552	3.3	-0.5 (-1.0)
家 庭 用 品	24,735,645	4.8	-4.6 (-5.0)
生 鮮 食 品	23,240,623	4.5	-3.6 (-4.4)
菓 子	46,205,381	8.9	2.2 (1.4)
惣 菜	28,047,952	5.4	-0.7 (-1.1)
その他食料品	34,394,979	6.6	-0.4 (-1.1)
食 料 品	131,888,935	25.4	-0.1 (-0.8)
食 堂 喫 茶	13,468,665	2.6	-3.0 (-3.9)
サ ー ビ ス	5,554,931	1.1	-3.8 (-6.2)
そ の 他	13,947,348	2.7	23.2 (23.1)
商 品 券	12,456,918	2.4	-4.1 (-4.5)

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 | 0.2% (店舗数調整後/13か月ぶりプラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -3.1% (店舗数調整後/17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	0.2	0.2	13か月ぶりプラス
札幌	1.5	0.0	3か月連続プラス
仙台	1.0	0.0	13か月ぶりプラス
東京	-0.2	-0.1	8か月連続マイナス
横浜	-1.2	-0.1	15か月連続マイナス
名古屋	1.4	0.1	2か月連続プラス
京都	-3.9	-0.2	12か月連続マイナス
大阪	3.4	0.4	3か月連続プラス
神戸	-2.3	-0.1	8か月連続マイナス
広島	-1.2	0.0	6か月連続マイナス
福岡	-1.0	0.0	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	-3.1	-1.0	17か月連続マイナス
北海道	-11.1	0.0	6か月連続マイナス*
東北	-6.9	-0.1	17か月連続マイナス*
関東	-1.5	-0.2	22か月連続マイナス
中部	-4.5	-0.1	13か月連続マイナス
近畿	-7.0	-0.3	2か月ぶりマイナス
中国	-3.0	-0.1	8か月連続マイナス*
四国	-1.2	0.0	13か月連続マイナス
九州	-2.7	-0.1	8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4か月連続のプラスとなった。また、衣料品が17か月連続、身のまわり品が8か月連続、家庭用品が15か月連続、食料品が13か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が24か月連続、菓子が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	-0.9	—	13か月連続マイナス
紳士服・洋品	-2.6	-0.2	8か月連続マイナス
婦人服・洋品	-5.6	-1.2	17か月連続マイナス
子供服・洋品	-1.8	-0.1	11か月連続マイナス
その他衣料品	-6.2	-0.1	17か月連続マイナス
衣料品	-4.6	-1.6	17か月連続マイナス
身のまわり品	-1.5	-0.2	8か月連続マイナス
化粧品	11.7	0.9	24か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-0.6	0.0	13か月連続マイナス*
その他雑貨	-2.3	-0.1	8か月連続マイナス*
雑貨	4.5	0.8	4か月連続プラス
家具	-8.9	-0.1	13か月連続マイナス
家電	-29.4	-0.1	4か月連続マイナス
その他家庭用品	-0.5	0.0	12か月連続マイナス
家庭用品	-4.6	-0.2	15か月連続マイナス
生鮮食品	-3.6	-0.2	36か月連続マイナス*
菓子	2.2	0.2	2か月ぶりプラス*
惣菜	-0.7	0.0	8か月連続マイナス*
その他食料品	-0.4	0.0	2か月ぶりマイナス*
食料品	-0.1	0.0	13か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.0	-0.1	17か月連続マイナス
サービス	-3.8	0.0	4か月ぶりマイナス
その他	23.2	0.5	6か月連続プラス
商品券	-4.1	-0.1	73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3月 東京地区百貨店売上高概況

平成29年4月20日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,414億円余
2. 前年同月比	-0.2% (8か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-0.1%(88.5%) : 非店頭-1.0%(11.5%) ()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2月対比±0店)
5. 総店舗面積	869,327㎡ (前年同月比:-1.5%)
6. 総従業員数	18,120人 (前年同月比:-2.4%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 -1.5%

[参考] 平成28年3月の売上高増減率は-1.1%

【特 徴】

- (1) 3月の東京地区売上高は、全国同様に春物衣料の不振が響いて前年に届かなかった(0.2%減/8か月連続マイナス)が、入店客数については、各店で物産展等の食品催事や文化催事など集客施策を積極展開したほか、カード会員向けの優待企画、新規ブランド導入などの売場改装効果もあって、1.9%増と前年を超える結果となった。
- (2) 天候与件で動きの鈍かった衣料品は17か月連続マイナスだが、顧客のタンス在庫にはない、新規性とデザイン性を備えた一部商品に動きが出ている。また、卒業・入学など季節需要を捉えた子供服・洋品は0.4%増と、9か月ぶりにプラスに転換した。
- (3) 食料品は、菓子が2.4%増と4か月ぶりのプラス。前月好調だったバレンタインデーの流れを受けてホワイトデーのお返し需要が伸びたことが背景にある。食料品トータルでは、一部農水産物の不作不漁による価格高騰(生鮮食品3.6%減)や、お花見需要月ずれの影響(惣菜2.0%減)から、0.3%減と前年に届かなかった。
- (4) 雑貨は4か月連続プラスの2.3%増となった。細分類の化粧品(13.1%増)は国内・インバウンドともに好調で24か月連続プラス。美術・宝飾・貴金属(6.0%減)もマイナスながら、高級輸入時計の動きがよく高額消費復調の兆しを見せた。
- (5) 4月中間段階の商況は、好天に恵まれたこともあり1.5%増(4/17)で推移している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.6日 (前年同月比 -0.3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: 8店、②変化なし: 6店、③減少した: 5店
- (3) 3月歳時記(ひな祭り、ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数12店舗)
①増加した: 1店、②変化なし: 6店、③減少した: 5店

東京地区百貨店 売上高速報 2017年03月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%)
総 額	141,464,387	100.0	-0.2
紳士服・洋品	10,695,081	7.6	-4.3
婦人服・洋品	24,775,765	17.5	-4.6
子供服・洋品	5,834,564	4.1	0.4
その他衣料品	2,368,733	1.7	-5.6
衣 料 品	43,674,143	30.9	-4.0
身のまわり品	19,310,169	13.7	-2.4
化粧品	14,050,779	9.9	13.1
美術・宝飾・貴金属	8,426,652	6.0	-6.0
その他雑貨	5,925,281	4.2	-7.0
雑 貨	28,402,712	20.1	2.3
家 具	1,568,122	1.1	-37.1
家 電	688,402	0.5	-26.4
その他家庭用品	5,682,838	4.0	8.3
家 庭 用 品	7,939,362	5.6	-8.5
生 鮮 食 品	4,242,579	3.0	-3.6
菓 子	11,186,676	7.9	2.4
惣 菜	6,472,727	4.6	-2.0
その他食料品	8,731,489	6.2	-0.7
食 料 品	30,633,471	21.7	-0.3
食 堂 喫 茶	3,130,998	2.2	-2.2
サ ー ビ ス	2,415,588	1.7	-7.7
そ の 他	5,957,944	4.2	68.3

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	2,895,971 千円	-1.3
従 業 員 数	18,120 人	-2.4
店 舗 面 積	869,327 m ²	-1.5

営 業 日 数	30.6 日	前年	30.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が4か月連続のプラスとなった。また、衣料品が17か月連続、身のまわり品が8か月連続、家庭用品が7か月連続、食料品が2か月ぶりのマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が24か月連続、菓子が4か月ぶり、子供服・洋品が9か月ぶり、その他家庭用品が11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	-0.2	-	8か月連続マイナス
紳士服・洋品	-4.3	-0.3	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-4.6	-0.8	17か月連続マイナス
子供服・洋品	0.4	0.0	9か月ぶりプラス
その他衣料品	-5.6	-0.1	4か月連続マイナス
衣料品	-4.0	-1.3	17か月連続マイナス
身のまわり品	-2.4	-0.3	8か月連続マイナス
化粧品	13.1	1.1	24か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-6.0	-0.4	3か月連続マイナス*
その他雑貨	-7.0	-0.3	8か月連続マイナス*
雑貨	2.3	0.5	4か月連続プラス
家具	-37.1	-0.7	3か月連続マイナス
家電	-26.4	-0.2	4か月連続マイナス
その他家庭用品	8.3	0.3	11か月ぶりプラス
家庭用品	-8.5	-0.5	7か月連続マイナス
生鮮食品	-3.6	-0.1	13か月連続マイナス*
菓子	2.4	0.2	4か月ぶりプラス*
惣菜	-2.0	-0.1	9か月連続マイナス*
その他食料品	-0.7	0.0	3か月ぶりマイナス*
食料品	-0.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-2.2	0.0	2か月連続マイナス
サービス	-7.7	-0.1	9か月ぶりマイナス
その他	68.3	1.7	4か月連続プラス
商品券	-1.3	0.0	2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・橘・長柴 まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>