

14時30分解禁

平成30年2月 全国百貨店売上高概況

平成30年3月22日

I. 概 況

1. 売上高総額	4,290億円余
2. 前年同月比	-0.9% (店舗数調整後/3か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	80社 225店 (平成30年1月対比-1店)
4. 総店舗面積	5,694,570㎡ (前年同月比:-3.1%)
5. 総従業員数	70,219人 (前年同月比:-4.2%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	7-9月 1.2%、8-10月 1.2%、9-11月 1.4%、 10-12月 -0.1%、11-1月 0.1%、12-2月 -0.9%

[参考] 平成29年2月の売上高増減率は-1.7% (店舗数調整後)

【特 徴】

2月は、高額消費とインバウンドが引き続き堅調に推移した一方、降雪・寒波等の天候要因で入店客数や春物の季節商材に影響が出たことや、株価乱調による景気回復の一服感などから、差し引き0.9%減と前年実績を僅かに下回り3か月連続マイナスとなった。

顧客別では、国内市場(シェア93.5%/2.8%減)は前年に達しなかったものの、中華圏の春節休暇で賑わいを見せたインバウンド(シェア6.5%/38.7%増)は、約280億円と前月(1月/約284億円)に次ぐ過去2番目の売上を記録した。

地区別では、10都市が7か月連続プラスの0.2%増。引き続き富裕層消費とインバウンド効果の高い5地区(札幌、東京、横浜、大阪、福岡)で前年をクリアした。地方(10都市以外の地区)は3.5%減(10か月連続マイナス)であったが、関東地区(3.3%増)で3か月ぶりにプラスし、前月から1.1ポイント改善した。

商品別では、化粧品(6.2%増)と高額商材(美術・宝飾・貴金属/3.8%増)を含む雑貨が4.0%増と15か月連続プラス。輸入特選雑貨やアクセサリが好調だった身のまわり品は4.6%増と前月の伸び率から3.8ポイント上昇し、2か月連続でプラスした。

衣料品は寒波の影響で防寒アイテムが好調だった半面、春物の動きが鈍く3.5%減と3か月連続マイナス。食料品は、バレンタイン商戦で盛り上がりを見せた店舗があったものの、天候不順による入店客数減や生鮮の価格高騰が影響して3.2%減となった。

【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)
◇強い寒気に覆われることが多かったため、全国的に平均気温が低かった。日本海側では上旬後半と中旬前半を中心に、発達した雪雲が日本海から盛んに流れ込み、北陸地方を中心に記録的な大雪となった所があった。
- (2) 営業日数増減 27.7日(前年同月比 ±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 9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130店舗)
①増加した: 36店、②変化なし: 33店、③減少した: 61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102店舗)
①増加した: 26店、②変化なし: 50店、③減少した: 26店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2018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	429,077,092	100.0	-0.9 (-1.1)
10都市	299,735,149	69.9	0.2 (1.1)
札幌	12,500,089	2.9	5.2
仙台	5,181,996	1.2	-2.8 (-9.3)
東京	117,499,202	27.4	0.6
横浜	24,925,162	5.8	0.5
名古屋	27,386,190	6.4	-0.6
京都	17,199,216	4.0	-1.8
大阪	60,683,441	14.1	5.2
神戸	10,552,388	2.5	-30.7 (-4.3)
広島	8,491,500	2.0	-4.8
福岡	15,315,965	3.6	5.0
10都市以外の地区	129,341,943	30.1	-3.5 (-5.7)
北海道	1,227,551	0.3	-14.3
東北	6,197,442	1.4	-9.3 (-12.0)
関東	59,517,643	13.9	3.3 (-3.9)
中部	10,110,365	2.4	-4.7
近畿	16,896,615	3.9	-19.5 (-12.6)
中国	9,211,078	2.1	-5.3
四国	6,602,866	1.5	-2.8
九州	19,578,383	4.6	-3.6

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	429,077,092	100.0	-0.9 (-1.1)
紳士服・洋品	24,501,035	5.7	-2.7 (-4.0)
婦人服・洋品	76,348,494	17.8	-3.2 (-3.8)
子供服・洋品	9,850,821	2.3	-1.0 (-1.0)
その他衣料品	8,265,421	1.9	-10.2 (-11.4)
衣 料 品	118,965,771	27.7	-3.5 (-4.2)
身のまわり品	56,016,221	13.1	4.6 (3.7)
化粧品	41,357,837	9.6	6.2 (6.6)
美術・宝飾・貴金属	25,996,006	6.1	3.8 (2.9)
その他雑貨	16,832,269	3.9	-0.8 (1.5)
雑 貨	84,186,112	19.6	4.0 (4.4)
家 具	4,616,417	1.1	-5.4 (-6.8)
家 電	1,562,921	0.4	33.8 (33.8)
その他家庭用品	11,889,815	2.8	-5.6 (-7.2)
家 庭 用 品	18,069,153	4.2	-3.1 (-4.5)
生 鮮 食 品	20,341,853	4.7	-2.7 (-1.9)
菓 子	48,618,228	11.3	-3.1 (-2.2)
惣 菜	24,738,066	5.8	-2.6 (-1.7)
その他食料品	32,875,481	7.7	-4.1 (-4.2)
食 料 品	126,573,628	29.5	-3.2 (-2.6)
食 堂 喫 茶	11,171,823	2.6	-1.9 (-1.5)
サ ー ビ ス	4,585,804	1.1	-3.5 (-3.6)
そ の 他	9,508,580	2.2	-3.0 (-3.3)
商 品 券	7,430,558	1.7	-3.4 (-4.1)

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。

NEWS LETTER

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|---------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 0.2% (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 | -3.5% (店舗数調整後／10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	7か月連続プラス
札幌	5.2	0.1	2か月ぶりプラス
仙台	-2.8	0.0	2か月ぶりマイナス
東京	0.6	0.2	2か月ぶりプラス
横浜	0.5	0.0	7か月連続プラス
名古屋	-0.6	0.0	2か月ぶりマイナス
京都	-1.8	-0.1	3か月連続マイナス
大阪	5.2	0.7	14か月連続プラス
神戸	-30.7	-0.8	6か月連続マイナス
広島	-4.8	-0.1	17か月連続マイナス
福岡	5.0	0.2	7か月連続プラス
10都市以外の地区	-3.5	-1.1	10か月連続マイナス
北海道	-14.3	0.0	17か月連続マイナス*
東北	-9.3	-0.1	6か月連続マイナス*
関東	3.3	0.4	3か月ぶりプラス
中部	-4.7	-0.1	9か月連続マイナス
近畿	-19.5	-0.9	12か月連続マイナス
中国	-5.3	-0.1	3か月連続マイナス*
四国	-2.8	0.0	3か月連続マイナス
九州	-3.6	-0.2	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品目は、雑貨が15か月連続、身のまわり品が2か月連続のプラスとなった。また家庭用品が26か月連続、食料品が9か月連続、衣料品が3か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が35か月連続、美術・宝飾・貴金属が11か月連続、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	-0.9	—	3か月連続マイナス
紳士服・洋品	-2.7	-0.2	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-3.2	-0.6	3か月連続マイナス
子供服・洋品	-1.0	0.0	5か月連続マイナス
その他衣料品	-10.2	-0.2	28か月連続マイナス
衣料品	-3.5	-1.0	3か月連続マイナス
身のまわり品	4.6	0.6	2か月連続プラス
化粧品	6.2	0.6	35か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	3.8	0.2	11か月連続プラス*
その他雑貨	-0.8	0.0	10か月連続マイナス*
雑貨	4.0	0.7	15か月連続プラス
家具	-5.4	-0.1	5か月連続マイナス
家電	33.8	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-5.6	-0.2	23か月連続マイナス
家庭用品	-3.1	-0.1	26か月連続マイナス
生鮮食品	-2.7	-0.1	47か月連続マイナス*
菓子	-3.1	-0.4	3か月連続マイナス*
惣菜	-2.6	-0.2	5か月連続マイナス*
その他食料品	-4.1	-0.3	6か月連続マイナス*
食料品	-3.2	-1.0	9か月連続マイナス
食堂喫茶	-1.9	-0.1	10か月連続マイナス
サービス	-3.5	0.0	3か月連続マイナス
その他	-3.0	-0.1	2か月連続マイナス
商品券	-3.4	-0.1	84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。

NEWS LETTER

平成30年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成30年3月22日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,174億円余
2. 前年同月比	0.6% (2か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭1.4%(88.7%)：非店頭－5.2%(11.3%) ()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30年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	844,816㎡ (前年同月比：－3.0%)
6. 総従業員数	17,795人 (前年同月比：－3.7%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 2.1%、8-10月 2.5%、9-11月 2.7%、 10-12月 1.5%、11-1月 1.5%、12-2月 0.5%

[参考] 平成29年2月の売上高増減率は－3.1%

【特 徴】

- (1) 当月は降雪や寒波、冬季五輪観戦等による客数減が懸念されたが、その対策として都内各店が積極展開した催事効果、更には春節によるインバウンド需要の盛り上がりもあって、入店客数は2.0%増と4か月連続プラス。売上高も0.6%増とプラスに転じた。
- (2) 商品別では、天候与件で春物が動かず衣料品(2.0%減)が苦戦した一方、富裕層消費の活況を背景としたラグジュアリーブランドの需要拡大から、身のまわり品(5.0%増)は2か月連続のプラス。雑貨(6.8%増)も15か月連続プラスと依然好調を維持している。
- (3) 雑貨の細分類で好調要因を見ると、化粧品(6.3%増)は美肌効果の高い美容液や各種キャンペーンが国内外共に人気。美術・宝飾・貴金属(2.8%増)では、高級輸入時計が増勢を牽引したほか、二桁増のその他雑貨(13.7%増)は、冬季五輪関連商材やシミュレーションゲームとのコラボグッズなど趣味嗜好性の強い分野での需要の高まりが要因となっている。
- (4) 家庭用品は2.1%増と18か月ぶりにプラス。大幅な伸びを示した家電(70.1%増/6か月連続増)が押上要因となった。外商特需の影響のほか、美容家電やデザイン性の高い家電など、百貨店と親和性の高い付加価値家電に人気が集まっている。
- (5) 食料品は、鮮魚や野菜の価格高騰による需要減退、また降雪等が物流に影響し、一部産地からの商品調達に支障が出るなどの影響もあって3.5%減と前年に届かなかった。年々盛り上がりを見せるバレンタイン商戦は、ギフト催事から自家需要を狙ったスイーツの祭典という方向に企画趣旨を転換してきた結果、集客・売上ともに高伸している。
- (6) 3月中間段階の商況は、2.3%増(3/15)で推移している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 27.9日 (前年同月比 +0.2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19店舗)
①増加した：8店、②変化なし：7店、③減少した：4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15店舗)
①増加した：6店、②変化なし：5店、③減少した：4店

東京地区百貨店 売上高速報 2018年02月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	117,499,202	100.0	0.6
紳士服・洋品	8,324,250	7.1	-0.8
婦人服・洋品	18,379,198	15.6	-2.1
子供服・洋品	2,664,027	2.3	2.0
その他衣料品	1,831,062	1.6	-10.3
衣 料 品	31,198,537	26.6	-2.0
身のまわり品	17,003,654	14.5	5.0
化粧品	12,878,200	11.0	6.3
美術・宝飾・貴金属	7,747,103	6.6	2.8
その他雑貨	5,816,590	5.0	13.7
雑 貨	26,441,893	22.5	6.8
家 具	1,214,232	1.0	-17.1
家 電	1,188,805	1.0	70.1
その他家庭用品	3,129,062	2.7	-3.8
家 庭 用 品	5,532,099	4.7	2.1
生 鮮 食 品	3,773,684	3.2	-1.3
菓 子	10,858,436	9.2	-1.5
惣 菜	5,638,285	4.8	-0.5
その他食料品	8,750,406	7.4	-8.6
食 料 品	29,020,811	24.7	-3.5
食 堂 喫 茶	2,584,509	2.2	-2.8
サ ー ビ ス	2,071,702	1.8	-3.6
そ の 他	3,645,997	3.1	-2.2

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	1,935,684 千円	14.0
従 業 員 数	17,795 人	-3.7
店 舗 面 積	844,816 m ²	-3.0

営 業 日 数	27.9 日	前 年	27.7 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が15か月連続、身のまわり品が2か月連続、家庭用品が18か月ぶりのプラスとなった。また、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。その他の品目は、化粧品が35か月連続、美術・宝飾・貴金属が10か月連続、家電が6か月連続、その他雑貨が3か月連続、子供服・洋品が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	0.6	—	2か月ぶりプラス
紳士服・洋品	－0.8	－0.1	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	－2.1	－0.3	3か月連続マイナス
子供服・洋品	2.0	0.0	4か月ぶりプラス
その他衣料品	－10.3	－0.2	5か月連続マイナス
衣料品	－2.0	－0.5	3か月連続マイナス
身のまわり品	5.0	0.7	2か月連続プラス
化粧品	6.3	0.7	35か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	2.8	0.2	10か月連続プラス*
その他雑貨	13.7	0.6	3か月連続プラス*
雑貨	6.8	1.4	15か月連続プラス
家具	－17.1	－0.2	3か月連続マイナス
家電	70.1	0.4	6か月連続プラス
その他家庭用品	－3.8	－0.1	11か月連続マイナス
家庭用品	2.1	0.1	18か月ぶりプラス
生鮮食品	－1.3	0.0	24か月連続マイナス*
菓子	－1.5	－0.1	2か月連続マイナス*
惣菜	－0.5	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	－8.6	－0.7	2か月ぶりマイナス*
食料品	－3.5	－0.9	2か月ぶりマイナス
食堂喫茶	－2.8	－0.1	6か月連続マイナス
サービス	－3.6	－0.1	3か月連続マイナス
その他	－2.2	－0.1	2か月連続マイナス
商品券	14.0	0.2	2か月ぶりプラス

(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>