

14時30分解禁

平成31年2月 全国百貨店売上高概況

平成31年3月22日

I. 概 況

1. 売上高総額	4,220億円余
2. 前年同月比	0.4% (店舗数調整後/4か月ぶりプラス)
3. 調査対象百貨店	79社 217店 (平成31年1月対比-1店)
4. 総店舗面積	5,446,857㎡ (前年同月比:-4.3%)
5. 総従業員数	66,971人 (前年同月比:-4.6%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	7-9月 -3.4%、8-10月 -0.4%、9-11月 -0.6%、 10-12月 0.0%、11-1月 -1.3%、12-2月 -1.1%

[参考] 平成30年2月の売上高増減率は-0.9% (店舗数調整後)

【特 徴】

2月は、株価や為替が安定したことで、前月苦戦した高額商材が好転した他、春節商戦を中心にインバウンドも活況を取り戻し、売上高は0.4%増と4か月ぶりのプラスとなった。バレンタインなどの季節催事も集客と売上に寄与した。

顧客別では、国内市場 (シェア92.4%/0.6%減) は僅かに前年割れだが、インバウンド (シェア7.6%) は過去最高の319億円 (14.8%増) を記録し、客単価も8か月ぶりにプラス回復した。

地区別では、10都市が0.7%増と3か月ぶりにプラス。大阪 (4.0%増) や名古屋 (3.7%増) など、5都市 (札幌、仙台、名古屋、京都、大阪) でプラスした。地方 (10都市以外の地区) は0.5%減 (22か月連続) とマイナスではあるが、5地区 (北海道、東北、近畿、四国、九州) で前年をクリアしたことで、前月よりも2ポイント減少幅を縮め、ほぼ前年並みの水準に迫ってきた。

商品別では、国内外顧客ともに好調な化粧品 (9.8%増) と高額品 (美・宝・貴/2.7%増)、ラグジュアリーブランドなどが牽引し、雑貨 (5.1%増) と身のまわり品 (1.3%増) がプラス転換した。衣料品 (1.1%減) は前年実績を若干下回ったが、月後半の気温上昇により春物商材が動きを見せ、主力の婦人服・洋品 (0.4%増) に限れば4か月ぶりにプラスした。食料品 (0.9%減) は生鮮食品、惣菜の不振で4か月連続マイナスだが、菓子 (0.7%増) とその他食料品 (0.2%増) は前年をクリア。特に、毎年盛り上がりを見せるバレンタイン商戦は、贈答から自家需要を含め、幅広い世代が楽しめるイベントへと市場拡大している。

【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)
◇気温が全国的に高く、北・東・西日本日本海側では降雪量がかなり少なく、西日本日本海側では記録的な少雪となった。また、降水量は北日本と東日本日本海側で少なく、九州南部と沖縄・奄美で多かった。
- (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 (" ±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121店舗)
①増加した: 42店、②変化なし: 38店、③減少した: 41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87店舗)
①増加した: 18店、②変化なし: 49店、③減少した: 20店

全国百貨店 売上高速報 2019年2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	422,033,039	100.0	0.4 (-1.6)
10都市	300,778,157	71.3	0.7 (0.3)
札幌	12,582,010	3.0	0.7
仙台	5,250,244	1.2	1.3
東京	116,854,954	27.7	-0.5
横浜	24,485,612	5.8	-1.8
名古屋	27,337,649	6.5	3.7 (-0.2)
京都	17,354,292	4.1	0.9
大阪	63,099,337	15.0	4.0
神戸	10,272,237	2.4	-2.7
広島	8,343,383	2.0	-1.7
福岡	15,198,439	3.6	-0.8
10都市以外の地区	121,254,882	28.7	-0.5 (-6.3)
北海道	1,024,221	0.2	4.9 (-16.6)
東北	6,320,401	1.5	2.0
関東	51,694,357	12.2	-3.1 (-13.1)
中部	9,850,464	2.3	-2.0 (-2.6)
近畿	16,281,043	3.9	2.6 (-3.6)
中国	8,948,241	2.1	-2.9
四国	7,074,866	1.7	7.1
九州	20,061,289	4.8	2.5

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	422,033,039	100.0	0.4 (-1.6)
紳士服・洋品	22,840,559	5.4	-4.6 (-6.8)
婦人服・洋品	74,890,343	17.7	0.4 (-1.9)
子供服・洋品	9,319,411	2.2	-3.8 (-5.4)
その他衣料品	7,872,820	1.9	-1.0 (-4.7)
衣 料 品	114,923,133	27.2	-1.1 (-3.4)
身のまわり品	55,153,053	13.1	1.3 (-1.5)
化粧品	44,976,515	10.7	9.8 (8.7)
美術・宝飾・貴金属	26,250,136	6.2	2.7 (1.0)
その他雑貨	15,832,219	3.8	-3.0 (-5.9)
雑 貨	87,058,870	20.6	5.1 (3.4)
家 具	5,083,272	1.2	14.2 (10.1)
家 電	1,423,148	0.3	-8.9 (-8.9)
その他家庭用品	10,805,301	2.6	-6.8 (-9.1)
家 庭 用 品	17,311,721	4.1	-1.7 (-4.2)
生 鮮 食 品	19,135,674	4.5	-4.2 (-5.9)
菓 子	48,332,410	11.5	0.7 (-0.6)
惣 菜	23,813,469	5.6	-2.7 (-3.7)
その他食料品	32,297,130	7.7	0.2 (-1.8)
食 料 品	123,578,683	29.3	-0.9 (-2.4)
食 堂 喫 茶	10,773,075	2.6	-1.5 (-3.6)
サ ー ビ ス	4,567,361	1.1	1.7 (-0.4)
そ の 他	8,667,143	2.1	-7.6 (-8.8)
商 品 券	6,778,476	1.6	-8.0 (-8.8)

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 | 0.7% (店舗数調整後／3か月ぶりプラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -0.5% (店舗数調整後／22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	0.7	0.5	3か月ぶりプラス
札幌	0.7	0.0	2か月ぶりプラス
仙台	1.3	0.0	3か月ぶりプラス
東京	-0.5	-0.2	3か月連続マイナス
横浜	-1.8	-0.1	2か月連続マイナス
名古屋	3.7	0.2	2か月ぶりプラス
京都	0.9	0.0	2か月ぶりプラス
大阪	4.0	0.6	2か月ぶりプラス
神戸	-2.7	-0.1	4か月連続マイナス
広島	-1.7	-0.0	4か月連続マイナス
福岡	-0.8	-0.0	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	-0.5	-0.1	22か月連続マイナス
北海道	4.9	0.0	2か月連続プラス*
東北	2.0	0.0	18か月ぶりプラス*
関東	-3.1	-0.4	8か月連続マイナス
中部	-2.0	-0.0	8か月連続マイナス
近畿	2.6	0.1	2か月ぶりプラス
中国	-2.9	-0.1	11か月連続マイナス*
四国	7.1	0.1	4か月ぶりプラス
九州	2.5	0.1	4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品目は、身のまわり品と雑貨が2か月ぶりのプラスとなった。また、家庭用品が38か月連続、衣料品が8か月連続、食料品が4か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が47か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子が2か月ぶり、家具が3か月ぶり、婦人服・洋品、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	0.4	—	4か月ぶりプラス
紳士服・洋品	－4.6	－0.3	8か月連続マイナス
婦人服・洋品	0.4	0.1	4か月ぶりプラス
子供服・洋品	－3.8	－0.1	8か月連続マイナス
その他衣料品	－1.0	－0.0	40か月連続マイナス
衣料品	－1.1	－0.3	8か月連続マイナス
身のまわり品	1.3	0.2	2か月ぶりプラス
化粧品	9.8	1.0	47か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	2.7	0.2	2か月ぶりプラス*
その他雑貨	－3.0	－0.1	2か月連続マイナス
雑貨	5.1	1.0	2か月ぶりプラス
家具	14.2	0.2	3か月ぶりプラス
家電	－8.9	－0.0	6か月連続マイナス
その他家庭用品	－6.8	－0.2	35か月連続マイナス
家庭用品	－1.7	－0.1	38か月連続マイナス
生鮮食品	－4.2	－0.2	4か月連続マイナス*
菓子	0.7	0.1	2か月ぶりプラス
惣菜	－2.7	－0.2	4か月連続マイナス*
その他食料品	0.2	0.0	4か月ぶりプラス*
食料品	－0.9	－0.3	4か月連続マイナス
食堂喫茶	－1.5	－0.0	22か月連続マイナス
サービス	1.7	0.0	15か月ぶりプラス
その他	－7.6	－0.2	2か月ぶりマイナス
商品券	－8.0	－0.1	96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31年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成31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	-0.5% (3か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-0.6%(88.7%) : 非店頭0.0%(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31年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	839,179㎡ (前年同月比:-0.7%)
6. 総従業員数	17,354人 (前年同月比:-2.5%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 -1.2%、8-10月 1.5%、9-11月 1.0%、 10-12月 0.3%、11-1月 -1.2%、12-2月 -1.5%

[参考] 平成30年2月の売上高増減率は0.6%

【特徴】

- (1) 2月は、各社が企画したバレンタインなどの季節催事や、カード会員を含む組織顧客向施策など活発な集客策が奏功し、入店客数は1.4%増と16か月連続でプラス。売上高は、ラグジュアリーブランドを中心とした高額品やインバウンドが好調だったが、一部店舗の改装工事による売場面積減の影響もあり、僅かに前年に届かなかった。
- (2) 商品別では、増勢が続く化粧品(6.5%増)と、高級腕時計や美術・宝飾など高額商材(美・宝・貴:5.9%増)が牽引し雑貨(4.5%増)がプラスに転じた。身のまわり品(0.1%減)はラグジュアリーブランドのバッグやアクセサリ中心に好調だったが、前年には僅かに届かなかった。
- (3) 衣料品(1.6%減)は、紳士服・洋品(9.8%減)の大型改装による面積減などが響きマイナスしたが、婦人服・洋品(2.0%増)については、気温が平年より高めに推移したことで春物コート、ジャケット、ワンピース、カットソー、ブラウス、スカートなど春物商材が動き、2か月ぶりにプラスに転じた。
- (4) 食料品(1.1%減)もトータルではマイナスしたが、バレンタイン商戦が好調で、菓子(1.2%増)が6か月連続プラス。WEBやSNSでの発信や他イベントとの連携の他、チョコレート以外のスイーツへの拡大、イートインの増設など、規模を拡大した多角的な展開で盛況であった。
- (5) 3月中間段階の商況は、0.9%減(3/18)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 28.0日 (前年同月比 +0.1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: 6店、②変化なし: 7店、③減少した: 6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: 4店、②変化なし: 6店、③減少した: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2019年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	116,854,954	100.0	-0.5
紳士服・洋品	7,511,635	6.4	-9.8
婦人服・洋品	18,746,524	16.0	2.0
子供服・洋品	2,578,441	2.2	-3.2
その他衣料品	1,860,865	1.6	1.6
衣 料 品	30,697,465	26.3	-1.6
身のまわり品	16,979,255	14.5	-0.1
化粧品	13,713,249	11.7	6.5
美術・宝飾・貴金属	8,207,185	7.0	5.9
その他雑貨	5,709,607	4.9	-1.8
雑 貨	27,630,041	23.6	4.5
家 具	1,367,030	1.2	12.6
家 電	1,015,511	0.9	-14.6
その他家庭用品	2,867,682	2.5	-8.4
家 庭 用 品	5,250,223	4.5	-5.1
生 鮮 食 品	3,606,914	3.1	-4.4
菓 子	10,988,151	9.4	1.2
惣 菜	5,484,085	4.7	-2.7
その他食料品	8,625,185	7.4	-1.4
食 料 品	28,704,335	24.6	-1.1
食 堂 喫 茶	2,444,293	2.1	-5.4
サ ー ビ ス	2,139,790	1.8	3.3
そ の 他	3,009,552	2.6	-17.5

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	1,646,292 千円	-15.0
従 業 員 数	17,354 人	-2.5
店 舗 面 積	839,179 m ²	-0.7

営 業 日 数	28.0 日	前年	27.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が2か月ぶりのプラスとなった。また、家庭用品が6か月連続、衣料品が4か月連続、身のまわり品と食料品が2か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が47か月連続、菓子が6か月連続、その他衣料品が2か月連続、婦人服・洋品が2か月ぶり、美術・宝飾・貴金属、家具が3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	-0.5	—	3か月連続マイナス
紳士服・洋品	-9.8	-0.7	5か月連続マイナス
婦人服・洋品	2.0	0.3	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	-3.2	-0.1	5か月連続マイナス
その他衣料品	1.6	0.0	2か月連続プラス
衣料品	-1.6	-0.4	4か月連続マイナス
身のまわり品	-0.1	-0.0	2か月連続マイナス
化粧品	6.5	0.7	47か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	5.9	0.4	3か月ぶりプラス*
その他雑貨	-1.8	-0.1	15か月ぶりマイナス*
雑貨	4.5	1.0	2か月ぶりプラス
家具	12.6	0.1	3か月ぶりプラス
家電	-14.6	-0.1	6か月連続マイナス
その他家庭用品	-8.4	-0.2	8か月連続マイナス
家庭用品	-5.1	-0.2	6か月連続マイナス
生鮮食品	-4.4	-0.1	5か月連続マイナス*
菓子	1.2	0.1	6か月連続プラス*
惣菜	-2.7	-0.1	2か月連続マイナス*
その他食料品	-1.4	-0.1	2か月連続マイナス*
食料品	-1.1	-0.3	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-5.4	-0.1	6か月連続マイナス
サービス	3.3	0.1	2か月ぶりプラス
その他	-17.5	-0.5	2か月ぶりマイナス
商品券	-15.0	-0.2	5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>