

14時30分解禁

令和元年9月 全国百貨店売上高概況

令和元年10月23日

I. 概況

1. 売上高総額	5, 153億円余
2. 前年同月比	23.1% (店舗数調整後／2か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	78社 212店 (令和元年8月対比－3店)
4. 総店舗面積	5,349,738m ² (前年同月比：－2.7%)
5. 総従業員数	65,335人 (前年同月比：－4.4%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	2-4月－0.2%、3-5月－0.6%、4-6月－0.9%、 5-7月－1.6%、6-8月－0.7%、7-9月 6.8%

[参考] 平成30年9月の売上高増減率は－3.0% (店舗数調整後)

【特徴】

9月の売上高は、消費税率引上げを目前にした最終局面で駆込み需要が盛り上がり、23.1%増(2か月連続)と高い伸びを示した。また、前年の自然災害(台風・地震)による休業・営業短縮等の反動増や各店で実施した改装効果も相まって、美術、宝飾・貴金属、高級時計、ラグジュアリーブランドなど高額商材を中心に業績を押し上げた。当月も台風の影響や土曜1日減などマイナス要素はあったが、駆込み需要の強さがカバーする構図で活況に推移した。

顧客別では、国内市場(シェア95.1%)が24.4%増(2か月連続)と二桁の伸びを見せた。インバウンド(シェア4.9%)も2.7%増(253億円)と2か月ぶりにプラス転換している。

地区別では、都市(10都市/24.5%増)・地方(10都市以外の地区/19.9%増)共に2か月連続増で、対前年30%増を超えた神戸、札幌、大阪をはじめ、全都市・全地区で二桁増となった。

商品別でも、主要5品目全てで前年を超える結果となった。特に、高額品(美術・宝飾・貴金属/102.9%増)と化粧品(34.1%増)を含む雑貨(51.2%増/8か月連続)と、身のまわり品(32.6%増/2か月連続)、さらに家具(46.3%増)、家電(82.8%増)を含む家庭用品(30.7%増/2か月連続)は、前回の消費増税前の実績(2014年3月/総売上高伸び率: 25.4%増、雑貨: 67.2%増、身のまわり品: 38.6%増、家庭用品: 39.1%増)に次ぐ高い伸びとなった。主力の衣料品(19.2%増/2か月連続)は、コート等の重衣料や呉服などに動きが見られ、約2割増となった。

食料品(1.5%増/5か月ぶり)は、生鮮食品(2.3%減)が依然苦戦しているが、軽減税率の適用外となるワインなど酒類や食品催事が好調で、トータルでは前年実績を確保した。

【要因】

(1) 天候: 気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は北・東・西日本でかなり高く、日照時間は北日本と東日本日本海側でかなり多かった。降水量は北日本太平洋側と東日本日本海側でかなり少なかった。また、複数の台風の影響により、各地で大荒れとなった。

(2) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比 +0.6日)

(3) 土・日・祝日の合計 11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124店舗)

①増加した: 60店、②変化なし: 37店、③減少した: 27店

(5) 9月歳時記(敬老の日・彼岸)の売上 (同上/有効回答数86店舗)

①増加した: 12店、②変化なし: 52店、③減少した: 22店

全国百貨店 売上高速報 2019年9月

第1表 地区別売上高

地 区	売上高(千円)	構成比(%)	※店舗数調整後 ()が調整前
			対前年増減(-)率 (%) ※
全 国	515,316,066	100.0	23.1 (22.8)
10都市	371,501,224	72.1	24.5
札幌	14,141,401	2.7	32.5
仙台	6,666,968	1.3	23.1
東京	143,428,939	27.8	20.7
横浜	31,262,060	6.1	20.4
名古屋	35,512,997	6.9	29.8
京都	21,471,595	4.2	26.6
大阪	77,338,482	15.0	32.0
神戸	13,120,421	2.5	32.9
広島	10,344,128	2.0	14.2
福岡	18,214,233	3.5	15.9
10都市以外の地区	143,814,842	27.9	19.9 (18.6)
北海道	1,156,369	0.2	14.3 (-15.0)
東北	6,711,482	1.3	14.8
関東	66,063,459	12.8	21.3
中部	10,884,736	2.1	16.1
近畿	18,158,410	3.5	18.6
中国	11,323,990	2.2	19.4
四国	8,115,605	1.6	26.8
九州	21,400,791	4.2	18.3 (-12.4)

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	515,316,066	100.0	23.1 (22.8)
紳士服・洋品	28,220,247	5.5	14.0 (13.5)
婦人服・洋品	99,738,059	19.4	18.7 (18.2)
子供服・洋品	9,537,884	1.9	9.4 (9.2)
その他衣料品	12,740,104	2.5	48.7 (48.6)
衣 料 品	150,236,294	29.2	19.2 (18.7)
身のまわり品	76,774,128	14.9	32.6 (32.2)
化粧品	60,318,352	11.7	34.1 (33.8)
美術・宝飾・貴金属	56,618,226	11.0	102.9 (102.8)
その他雑貨	17,191,090	3.3	8.4 (8.3)
雑 貨	134,127,668	26.0	51.2 (50.9)
家 具	6,904,995	1.3	46.3 (46.1)
家 電	1,261,839	0.2	82.8 (82.7)
その他家庭用品	14,169,353	2.7	21.3 (19.3)
家 庭 用 品	22,336,187	4.3	30.7 (29.2)
生 鮮 食 品	20,486,184	4.0	-2.3 (-2.8)
菓 子	27,115,149	5.3	2.6 (2.4)
惣 菜	26,159,063	5.1	1.6 (1.3)
その他の食料品	32,079,074	6.2	3.0 (2.8)
食 料 品	105,839,470	20.5	1.5 (1.2)
食 堂 喫 茶	11,999,046	2.3	4.8 (4.6)
サ ー ビ ス	5,242,359	1.0	18.8 (18.7)
そ の 他	8,760,914	1.7	3.7 (3.4)
商 品 券	7,126,953	1.4	-1.8 (-2.0)

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 | 24.5% (店舗数調整後／2か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 19.9% (店舗数調整後／2か月連続プラス) |

【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	24.5	17.5	2か月連続プラス
札幌	32.5	0.8	4か月ぶりプラス
仙台	23.1	0.3	2か月連続プラス
東京	20.7	5.9	2か月連続プラス
横浜	20.4	1.3	2か月連続プラス
名古屋	29.8	1.9	2か月連続プラス
京都	26.6	1.1	2か月連続プラス
大阪	32.0	4.5	8か月連続プラス
神戸	32.9	0.8	11か月ぶりプラス
広島	14.2	0.3	2か月ぶりプラス
福岡	15.9	0.6	3か月ぶりプラス
10都市以外の地区	19.9	5.7	2か月連続プラス
北海道	14.3	0.0	2か月連続プラス*
東北	14.8	0.2	2か月連続プラス*
関東	21.3	2.8	2か月連続プラス
中部	16.1	0.4	2か月連続プラス
近畿	18.6	0.7	3か月ぶりプラス
中国	19.4	0.4	18か月ぶりプラス*
四国	26.8	0.4	2か月連続プラス
九州	18.3	0.8	7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、雑貨が8か月連続、衣料品、身のまわり品、家庭用品が2か月連続、食料品が5か月ぶりのプラスと、全品目がプラスとなった。その他の品目は化粧品が54か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子が8か月連続、家電が4か月連続、家具が3か月連続、紳士服・洋品、婦人服・洋品、その他衣料品が2か月連続、惣菜が3か月ぶり、その他食料品が6か月ぶり、その他雑貨が9か月ぶり、子供服・洋品が15か月ぶり、その他家庭用品が42か月ぶりと、生鮮食品を除く各品目がプラスとなった。

【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	23.1	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	14.0	0.8	2か月連続プラス
婦人服・洋品	18.7	3.8	2か月連続プラス
子供服・洋品	9.4	0.2	15か月ぶりプラス
その他衣料品	48.7	1.0	2か月連続プラス
衣料品	19.2	5.8	2か月連続プラス
身のまわり品	32.6	4.5	2か月連続プラス
化粧品	34.1	3.7	54か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	102.9	6.9	8か月連続プラス*
その他雑貨	8.4	0.3	9か月ぶりプラス*
雑貨	51.2	10.8	8か月連続プラス
家具	46.3	0.5	3か月連続プラス
家電	82.8	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	21.3	0.6	42か月ぶりプラス
家庭用品	30.7	1.3	2か月連続プラス
生鮮食品	-2.3	-0.1	11か月連続マイナス*
菓子	2.6	0.2	8か月連続プラス*
惣菜	1.6	0.1	3か月ぶりプラス*
その他食料品	3.0	0.2	6か月ぶりプラス*
食料品	1.5	0.4	5か月ぶりプラス
食堂喫茶	4.8	0.1	29か月ぶりプラス
サービス	18.8	0.2	2か月連続プラス
その他	3.7	0.1	6か月ぶりプラス
商品券	-1.8	-0.0	103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。

令和元年9月 東京地区百貨店売上高概況

令和元年10月23日

I. 概 况

1. 売上高総額	1, 434億円余
2. 前年同月比	20.7% (2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭20.9% (91.6%) : 非店頭19.0% (8.4%) () 内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	13社 25店 (令和元年8月対比±0店)
5. 総店舗面積	834,828m ² (前年同月比: -0.8%)
6. 総従業員数	17,016人 (前年同月比: -4.0%)
7. 3か月移動平均値	2-4月 -0.2%、3-5月 -0.6%、4-6月 -1.2%、 5-7月 -1.9%、6-8月 -0.1%、7-9月 7.0%

[参考] 平成30年9月の売上高増減率は0.3%

【特徴】

- (1) 9月の東京地区売上高は、全国同様、月後半の駆け込み需要から高額品を中心に高伸した他、各社が実施したイベントや販促策も盛況で、20.7%増(2か月連続)となった。台風による営業時間短縮などマイナス要因もあったが、一部店舗では改装効果も見られ、入店客数も0.4%増と2か月連続でプラスした。
- (2) 商品別では、前月に続き主要5品目全てにおいて前年をクリアした。美術・工芸品、宝飾、時計、眼鏡など高額品が牽引した雑貨は43.1%増と大幅に伸長し、化粧品、ゴルフ用品も好調に推移した。身のまわり品(24.4%増)はラグジュアリーブランドのハンドバッグ、アクセサリー、パンプス、ショートブーツ、スニーカー、ビジネスシューズ、カジュアルシューズなどが高い伸びを示した。
- (3) 衣料品(18.2%増)は、コート、ダウン、ブルゾン、ジャケット、スーツ、フォーマル、ワンピース、肌着、呉服、寝具が好調で、家庭用品(22.6%増)では、家具、家電の他、調理用品やスリッパなどその他家庭用品も大きく動いた。
- (4) 食料品は、1.7%増と堅調に推移した。鮮魚の不漁や、青果の天候不順による価格高騰などから生鮮食品はマイナスしたものの、物産展など食品催事が活況だった他、軽減税率対象外のワインや和洋酒ではまとめ買いも見られた。
- (5) 10月中間段階の商況は、駆け込み需要の反動や台風による休業などから25.8%減(10/17)で推移しているが、今後、各社とも人気催事や会員向優待策など、様々な集客策を展開することとしている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0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 19店舗)
①増加した: 4店、②変化なし: 8店、③減少した: 7店
- (3) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上 (同上／有効回答数 14店舗)
①増加した: 5店、②変化なし: 8店、③減少した: 1店

東京地区百貨店 売上高速報 2019年9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総額	143,428,939	100.0	20.7
紳士服・洋品	10,289,906	7.2	16.2
婦人服・洋品	25,257,037	17.6	17.2
子供服・洋品	2,324,034	1.6	5.0
その他衣料品	3,191,336	2.2	51.4
衣料品	41,062,313	28.6	18.2
身のまわり品	21,732,003	15.2	24.4
化粧品	17,248,237	12.0	20.1
美術・宝飾・貴金属	17,780,708	12.4	104.1
その他雑貨	5,681,329	4.0	5.8
雑貨	40,710,274	28.4	43.1
家 具	2,108,692	1.5	29.4
家 電	711,030	0.5	65.2
その他家庭用品	3,651,450	2.5	13.5
家庭用品	6,471,172	4.5	22.6
生鮮食品	3,879,560	2.7	-3.5
菓子	6,834,365	4.8	1.0
惣菜	6,150,680	4.3	1.4
その他食料品	9,139,144	6.4	4.7
食料品	26,003,749	18.1	1.7
食堂喫茶	2,734,424	1.9	0.8
サー ビス	2,060,628	1.4	11.2
その他の	2,654,376	1.9	-4.1

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	1,705,750 千円	-6.1
従業員数	17,016 人	-4.0
店舗面積	834,828 m²	-0.8

営業日数	30.0 日	前年	30.0 日
-------------	---------------	-----------	---------------

II. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が8か月連続、家庭用品、食料品が3か月連続、衣料品、身のまわり品が2か月連続のプラスと、全品目がプラスとなった。その他の品目は、菓子が13か月連続、美術・宝飾・貴金属が8か月連続、惣菜が7か月連続、家電が4か月連続、子供服・洋品が3か月連続、紳士服・洋品、婦人服・洋品、その他衣料品、化粧品、その他食料品が2か月連続、家具が2か月ぶり、その他雑貨が8か月ぶり、その他家庭用品が15か月ぶりと、全国同様生鮮食品を除く各品目がプラスとなった。

【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	20.7	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	16.2	1.2	2か月連続プラス
婦人服・洋品	17.2	3.1	2か月連続プラス
子供服・洋品	5.0	0.1	3か月連続プラス
その他衣料品	51.4	0.9	2か月連続プラス
衣料品	18.2	5.3	2か月連続プラス
身のまわり品	24.4	3.6	2か月連続プラス
化粧品	20.1	2.4	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	104.1	7.6	8か月連続プラス*
その他雑貨	5.8	0.3	8か月ぶりプラス*
雑貨	43.1	10.3	8か月連続プラス
家具	29.4	0.4	2か月ぶりプラス
家電	65.2	0.2	4か月連続プラス
その他家庭用品	13.5	0.4	15か月ぶりプラス
家庭用品	22.6	1.0	3か月連続プラス
生鮮食品	-3.5	-0.1	12か月連続マイナス*
菓子	1.0	0.1	13か月連続プラス*
惣菜	1.4	0.1	7か月連続プラス*
その他食料品	4.7	0.3	2か月連続プラス*
食料品	1.7	0.4	3か月連続プラス
食堂喫茶	0.8	0.0	13か月ぶりプラス
サービス	11.2	0.2	2か月連続プラス
その他	-4.1	-0.1	3か月連続マイナス
商品券	-6.1	-0.1	12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、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>