

平成24年2月 全国百貨店売上高概況

平成24年3月19日

I. 概況

| | |
|-------------|---|
| 1. 売上高総額 | 4,331億円余 |
| 2. 前年同月比 | -0.4% (店舗数調整後/2か月連続マイナス) |
| 3. 調査対象百貨店 | 86社 253店 (平成24年1月対比-1店) |
| 4. 総店舗面積 | 6,382,692㎡ (前年同月比:-0.4%) |
| 5. 総従業員数 | 86,763人 (前年同月比:-6.1%) |
| 6. 3か月移動平均値 | 7-9月 -1.2%、8-10月 -1.5%、9-11月 -1.6%、 10-12月 -0.4%、11-1月 -0.6%、12-2月 -0.1% |

[参考] 平成23年2月の売上高増減率は0.7% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

2か月連続の前年同月比マイナスだが、減少幅は-0.4%とほぼ前年並みに推移した。

2月は、1月と同様全国的に強い寒気の影響を受けて、冬物衣料や帽子・手袋等の防寒アイテムが好調に推移したものの、本格展開がスタートした春物商材には動きが見られなかった。また、雨や雪など天候不順と併せてインフルエンザの流行なども重なり、外出を控える傾向が強まったことから、入店客数にも若干の影響を受けた。

高級時計、宝飾品、輸入特選雑貨等の高額商材(美・宝・貴:+3.3%)が引き続き好調を維持したほか、季節催事のバレンタイン商戦(菓子:+2.6%)についても、絆消費を背景に活況を呈するなど、一部売上を牽引する要素は見られたものの、この時期主力の春物衣料の苦戦をカバーするまでには至らず、最終的に前年実績には僅かに届かなかった。

具体的な動向としては、復興需要で東北地区が好調(仙台:+7.5%、東北:+1.1%)を維持したこと、閏年による営業日数1日増の効果が祝日の1日減で薄れたこと、訪日外国人は春節の1月への移行による反動減(売上・購買客数共に:-41.5%)があったことなどが報告されている。

【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)

◇ 西高東低の冬型の気圧配置となる日が多く、断続的に強い寒気の影響を受けて、1月に続き全国的に低温となった。また、日本海側を中心に記録的な積雪となったほか、太平洋側も低気圧や前線の影響で曇りや雨が多かった。

(2) 営業日数増減 28.7日 (前年同月比+1.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 8日 (" -1日/土曜と祝日が重複)

(4) 入店客数増減 (回答店舗数で見る傾向値/前年同月比)

①増加した: 40店、②変化なし: 33店、③減少した: 57店、④不明: 42店

(5) 2月歳時記 (バレンタインデー、節分、立春) の売上 (同上)

①増加した: 47店、②変化なし: 49店、③減少した: 12店、④不明: 64店

(6) 翌月売上見通し (回答店舗数で見る傾向値)

①増加する: 66店、②変化なし: 42店、③減少する: 12店、④不明: 52店

全国百貨店 売上高速報 2012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 | 433,108,118 | 100.0 | -0.4 (0.0) |
| 10都市 | 283,829,013 | 65.5 | -0.3 (1.5) |
| 札幌 | 10,779,133 | 2.5 | -2.7 |
| 仙台 | 6,045,089 | 1.4 | 7.5 |
| 東京 | 106,506,903 | 24.6 | -1.8 (-1.5) |
| 横浜 | 24,900,604 | 5.7 | 2.6 |
| 名古屋 | 24,639,319 | 5.7 | -1.5 |
| 京都 | 16,735,977 | 3.9 | -0.9 |
| 大阪 | 57,826,771 | 13.4 | 2.2 (6.3) |
| 神戸 | 12,347,826 | 2.9 | 3.0 |
| 広島 | 10,459,711 | 2.4 | 4.6 |
| 福岡 | 13,587,680 | 3.1 | -10.2 (11.7) |
| 10都市以外の地区 | 149,279,105 | 34.5 | -0.6 (-2.9) |
| 北海道 | 2,451,174 | 0.6 | -9.8 |
| 東北 | 7,763,022 | 1.8 | 1.1 (-14.4) |
| 関東 | 69,859,512 | 16.1 | 0.2 (-2.4) |
| 中部 | 12,206,683 | 2.8 | -3.8 |
| 近畿 | 15,159,200 | 3.5 | 0.5 |
| 中国 | 10,740,679 | 2.5 | -2.2 |
| 四国 | 7,905,910 | 1.8 | -0.3 |
| 九州 | 23,192,925 | 5.4 | -0.7 (-2.2) |

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 | 433,108,118 | 100.0 | -0.4 (0.0) |
| 紳士服・洋品 | 26,783,948 | 6.2 | 2.4 (3.6) |
| 婦人服・洋品 | 92,143,381 | 21.3 | -1.6 (-1.5) |
| 子供服・洋品 | 10,802,785 | 2.5 | -1.8 (-1.4) |
| その他衣料品 | 11,046,894 | 2.6 | -2.9 (-3.0) |
| 衣 料 品 | 140,777,008 | 32.5 | -1.0 (-0.7) |
| 身のまわり品 | 50,456,149 | 11.6 | -2.5 (-1.6) |
| 化粧品 | 24,720,873 | 5.7 | 1.5 (1.9) |
| 美術・宝飾・貴金属 | 18,939,095 | 4.4 | 3.3 (3.4) |
| その他雑貨 | 19,191,870 | 4.4 | -4.4 (-4.4) |
| 雑 貨 | 62,851,838 | 14.5 | 0.1 (0.3) |
| 家具 | 5,866,801 | 1.4 | -3.2 (-3.0) |
| 家電 | 1,593,467 | 0.4 | 5.8 (5.8) |
| その他家庭用品 | 14,622,496 | 3.4 | -4.5 (-4.8) |
| 家 庭 用 品 | 22,082,764 | 5.1 | -3.5 (-3.6) |
| 生鮮食品 | 24,868,605 | 5.7 | 1.1 (0.8) |
| 菓子 | 46,705,647 | 10.8 | 2.6 (3.7) |
| 惣菜 | 26,071,567 | 6.0 | 5.5 (6.0) |
| その他食料品 | 32,425,679 | 7.5 | -2.9 (-2.7) |
| 食 料 品 | 130,071,498 | 30.0 | 1.4 (1.9) |
| 食堂 喫茶 | 12,519,978 | 2.9 | -0.9 (1.3) |
| サ ー ビ ス | 4,942,005 | 1.1 | 2.5 (2.0) |
| そ の 他 | 9,406,878 | 2.2 | -3.2 (-4.1) |
| 商 品 券 | 11,595,829 | 2.7 | -38.4 (-38.5) |

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 | -0.3% | (店舗数調整後 / 2か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -0.6% | (" / 2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 | -0.3 | -0.2 | 2か月連続マイナス |
| 札幌 | -2.7 | -0.1 | 2か月ぶりマイナス |
| 仙台 | 7.5 | 0.1 | 10か月連続プラス |
| 東京 | -1.8 | -0.5 | 2か月連続マイナス |
| 横浜 | 2.6 | 0.1 | 3か月連続プラス |
| 名古屋 | -1.5 | -0.1 | 4か月連続マイナス |
| 京都 | -0.9 | 0.0 | 2か月連続マイナス |
| 大阪 | 2.2 | 0.3 | 5か月連続プラス |
| 神戸 | 3.0 | 0.1 | 2か月ぶりプラス |
| 広島 | 4.6 | 0.1 | 2か月ぶりプラス |
| 福岡 | -10.2 | -0.3 | 43か月連続マイナス |
| 10都市以外の地区 | -0.6 | -0.2 | 2か月連続マイナス |
| 北海道 | -9.8 | -0.1 | 16か月連続マイナス* |
| 東北 | 1.1 | 0.0 | 5か月連続プラス* |
| 関東 | 0.2 | 0.0 | 3か月連続プラス |
| 中部 | -3.8 | -0.1 | 12か月連続マイナス |
| 近畿 | 0.5 | 0.0 | 2か月ぶりプラス |
| 中国 | -2.2 | -0.1 | 8か月連続マイナス* |
| 四国 | -0.3 | 0.0 | 4か月連続マイナス |
| 九州 | -0.7 | 0.0 | 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都市に移行したため(2005年までは6大都市)、連続性の観点から2007年1月からのトレンドとした。

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目では、雑貨が4か月ぶり、食料品が8か月ぶりのプラス。マイナスは衣料品、身のまわり品、家庭用品。また、紳士服・洋品が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が4か月連続、惣菜が10か月連続のプラス、化粧品、菓子が2か月ぶり、家電が3か月ぶり、生鮮食品が8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 | — | 2か月連続マイナス |
| 紳士服・洋品 | 2.4 | 0.1 | 3か月連続プラス |
| 婦人服・洋品 | -1.6 | -0.3 | 2か月連続マイナス |
| 子供服・洋品 | -1.8 | 0.0 | 3か月ぶりマイナス |
| その他衣料品 | -2.9 | -0.1 | 48か月連続マイナス |
| 衣料品 | -1.0 | -0.3 | 2か月連続マイナス |
| 身のまわり品 | -2.5 | -0.3 | 2か月連続マイナス |
| 化粧品 | 1.5 | 0.1 | 2か月ぶりプラス* |
| 美術・宝飾・貴金属 | 3.3 | 0.1 | 4か月連続プラス* |
| その他雑貨 | -4.4 | -0.2 | 51か月連続マイナス* |
| 雑貨 | 0.1 | 0.0 | 4か月ぶりプラス |
| 家具 | -3.2 | 0.0 | 7か月連続マイナス |
| 家電 | 5.8 | 0.0 | 3か月ぶりプラス |
| その他家庭用品 | -4.5 | -0.2 | 7か月連続マイナス |
| 家庭用品 | -3.5 | -0.2 | 7か月連続マイナス |
| 生鮮食品 | 1.1 | 0.1 | 8か月ぶりプラス* |
| 菓子 | 2.6 | 0.3 | 2か月ぶりプラス* |
| 惣菜 | 5.5 | 0.3 | 10か月連続プラス* |
| その他食料品 | -2.9 | -0.2 | 4か月連続マイナス* |
| 食料品 | 1.4 | 0.4 | 8か月ぶりプラス |
| 食堂喫茶 | -0.9 | 0.0 | 2か月連続マイナス |
| サービス | 2.5 | 0.0 | 15か月ぶりプラス |
| その他 | -3.2 | -0.1 | 8か月連続マイナス |
| 商品券 | -38.4 | -1.7 | 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は2006年1月から細分化したため、2007年1月からのトレンド

お問い合わせは、日本百貨店協会 森・佐藤・西田まで
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>