

平成26年6月 全国百貨店売上高概況

平成26年7月18日

I. 概況

| | |
|-------------------------|---|
| 1. 売上高総額 | 4,884億円余 |
| 2. 前年同月比 | -4.6% (店舗数調整後/3か月連続マイナス) |
| 3. 調査対象百貨店 | 84社 241店 (平成26年5月対比±0店) |
| 4. 総店舗面積 | 6,178,519㎡ (前年同月比:-1.2%) |
| 5. 総従業員数 | 79,786人 (前年同月比:-3.2%) |
| 6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後) | 11-1月 2.3%、12-2月 2.4%、1-3月 11.0%、 2-4月 6.5%、3-5月 4.1%、4-6月 -6.9% |

[参考] 平成25年6月の売上高増減率は7.2% (店舗数調整後)

【6月売上の特徴】

猛暑で夏物が活況であった前年同月の高い伸び(+7.2%)の反動もあって、3か月連続のマイナスとなったが、前々年同月比では+1.6% (店舗数調整後)である他、減少幅も前回引上げがあった'97年6月(-4.8%)との比較で0.2ポイント上回っており、基調的には回復傾向が続いている。この結果、1-6月の累計では、売上高が3兆524億円余 (店舗数調整後:+2.2%/同調整前:+1.7%)となり、店舗数調整後・同調整前共に3期連続のプラスとなった。

本年6月は、消費者の付加価値志向の高まりや夏の賞与増額への期待感などを背景に、各店で販促施策を積極展開したものの、大雨などの不安定な天候に加えて、前年に比べ土曜日が一日減であったことなど、複数の要因が影響して入店客数が伸び悩む結果となった。但し、中元商戦 (その他食料品:-1.0%) については堅調に推移した。

地区別では、天候が大きく影響した東日本の各地区に比べると、名古屋以西の各地区は比較的堅調に推移した。また、改装効果のある大都市 (10都市:-3.6%) と地方 (10都市以外:-6.6%) とでは、回復ペースに若干開きが出ている。

商品別には、前年が二桁増の衣料品 (-6.4%/前年:+10.5%) や身のまわり品 (-5.3%/前年:+14.0%) など主力のファッション商材が反動要因で伸び悩んだ一方、化粧品 (5月:-6.5%⇒6月:-4.9%) と美術・宝飾・貴金属 (5月:-23.2%⇒6月:-10.8%) の改善を受けて、雑貨 (5月:-11.3%⇒6月:-6.5%) が一桁減と回復の兆しを示した。また、駆け込みの影響が薄い食料品 (-1.2%) は、天候による入店客数減の影響を受けながらも微減ペースで堅調に推移した。

訪日外国人売上高については、中華圏 (中国、台湾等) とアセアン (タイ、シンガポール等) を中心に、売上高 (+39.4%)・購買客数 (+41.6%) 共に大幅増となり、ボトムシーズンの6月としては過去最高の売上高 (約40億円) を記録するなど、特に大都市における商況の牽引役となっている。

【要因】

- (1) 天候 : 気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)
◇ 北・東日本太平洋側では、上旬から中旬に掛けて大雨となる日が多かった。また、西日本では、気圧の谷や梅雨前線の影響で曇りや雨の日が多く、日照時間は少なかった。月平均気温は北日本で高く西日本は平年より低かった。
- (2) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 9日 (" -1日/土曜1日減)
- (4) 入店客数増減 (回答店舗数で見るとの傾向値/前年同月比/有効回答数136店舗)
①増加した: 20店、②変化なし: 32店、③減少した: 84店
- (5) 6月歳時記 (中元、父の日) の売上 (同上/有効回答数106店舗)
①増加した: 12店、②変化なし: 49店、③減少した: 45店

全国百貨店 売上高速報 2014年06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 | 488,422,269 | 100.0 | -4.6 (-5.5) |
| 10都市 | 329,837,866 | 67.5 | -3.6 (-4.8) |
| 札幌 | 11,806,827 | 2.4 | -5.5 |
| 仙台 | 6,500,283 | 1.3 | -6.8 |
| 東京 | 127,034,715 | 26.0 | -4.1 (-7.1) |
| 横浜 | 30,436,570 | 6.2 | -4.2 |
| 名古屋 | 30,499,661 | 6.2 | -2.2 |
| 京都 | 18,404,093 | 3.8 | -4.8 |
| 大阪 | 67,034,786 | 13.7 | -2.6 |
| 神戸 | 12,696,491 | 2.6 | -2.5 |
| 広島 | 10,419,502 | 2.1 | -3.2 |
| 福岡 | 15,004,938 | 3.1 | -2.2 |
| 10都市以外の地区 | 158,584,403 | 32.5 | -6.6 (-6.9) |
| 北海道 | 2,581,362 | 0.5 | -8.1 |
| 東北 | 8,061,023 | 1.7 | -9.0 |
| 関東 | 76,814,855 | 15.7 | -7.0 (-6.9) |
| 中部 | 12,041,934 | 2.5 | -7.1 |
| 近畿 | 16,438,087 | 3.4 | -5.8 |
| 中国 | 11,450,915 | 2.3 | -5.1 |
| 四国 | 8,012,149 | 1.6 | -4.6 (-11.8) |
| 九州 | 23,184,078 | 4.7 | -5.9 |

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 | 488,422,269 | 100.0 | -4.6 (-5.5) |
| 紳士服・洋品 | 34,771,442 | 7.1 | -5.9 (-6.6) |
| 婦人服・洋品 | 103,029,348 | 21.1 | -6.3 (-7.3) |
| 子供服・洋品 | 9,653,026 | 2.0 | -7.0 (-7.4) |
| その他衣料品 | 11,620,820 | 2.4 | -8.5 (-10.4) |
| 衣 料 品 | 159,074,636 | 32.6 | -6.4 (-7.4) |
| 身のまわり品 | 62,162,470 | 12.7 | -5.3 (-7.0) |
| 化粧品 | 26,647,469 | 5.5 | -4.9 (-5.1) |
| 美術・宝飾・貴金属 | 24,862,909 | 5.1 | -10.8 (-13.5) |
| その他雑貨 | 18,046,468 | 3.7 | -2.3 (-2.5) |
| 雑 貨 | 69,556,846 | 14.2 | -6.5 (-7.7) |
| 家具 | 5,484,601 | 1.1 | -9.0 (-13.4) |
| 家電 | 1,819,295 | 0.4 | -9.4 (-9.5) |
| その他家庭用品 | 15,400,315 | 3.2 | -8.0 (-8.5) |
| 家 庭 用 品 | 22,704,211 | 4.6 | -8.3 (-9.8) |
| 生鮮食品 | 30,770,200 | 6.3 | -1.4 (-1.6) |
| 菓子 | 35,508,062 | 7.3 | -0.9 (-1.2) |
| 惣菜 | 29,057,542 | 5.9 | -1.8 (-2.0) |
| その他食料品 | 50,006,074 | 10.2 | -1.0 (-1.0) |
| 食 料 品 | 145,341,878 | 29.8 | -1.2 (-1.4) |
| 食堂喫茶 | 14,205,626 | 2.9 | -4.0 (-4.4) |
| サービス | 5,348,356 | 1.1 | -2.0 (-2.0) |
| その他 | 10,028,246 | 2.1 | 1.2 (0.8) |
| 商 品 券 | 19,534,539 | 4.0 | -5.1 (-5.2) |

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 | -3.6% (店舗数調整後/3か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -6.6% (店舗数調整後/3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 | -3.6 | -2.4 | 3か月連続マイナス |
| 札幌 | -5.5 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 仙台 | -6.8 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 東京 | -4.1 | -1.1 | 3か月連続マイナス |
| 横浜 | -4.2 | -0.3 | 3か月連続マイナス |
| 名古屋 | -2.2 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 京都 | -4.8 | -0.2 | 3か月連続マイナス |
| 大阪 | -2.6 | -0.4 | 3か月連続マイナス |
| 神戸 | -2.5 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 広島 | -3.2 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 福岡 | -2.2 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 10都市以外の地区 | -6.6 | -2.2 | 3か月連続マイナス |
| 北海道 | -8.1 | 0.0 | 3か月連続マイナス* |
| 東北 | -9.0 | -0.2 | 3か月連続マイナス* |
| 関東 | -7.0 | -1.1 | 3か月連続マイナス |
| 中部 | -7.1 | -0.2 | 3か月連続マイナス |
| 近畿 | -5.8 | -0.2 | 3か月連続マイナス |
| 中国 | -5.1 | -0.1 | 3か月連続マイナス* |
| 四国 | -4.6 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 九州 | -5.9 | -0.3 | 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、3か月連続で全品目がマイナスとなった。先月は雑貨を除く4品目が一桁マイナスしていたが、今月は雑貨も一桁のマイナスとなった。また、化粧品、美術・宝飾・貴金属、家具、家電、生鮮食品、その他食料品が先月の伸びを上回り、主要品目も雑貨と家庭用品が改善した。

【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 | -4.6 | - | 3か月連続マイナス |
| 紳士服・洋品 | -5.9 | -0.4 | 3か月連続マイナス |
| 婦人服・洋品 | -6.3 | -1.3 | 3か月連続マイナス |
| 子供服・洋品 | -7.0 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| その他衣料品 | -8.5 | -0.2 | 3か月連続マイナス |
| 衣料品 | -6.4 | -2.1 | 3か月連続マイナス |
| 身のまわり品 | -5.3 | -0.7 | 3か月連続マイナス |
| 化粧品 | -4.9 | -0.3 | 3か月連続マイナス* |
| 美術・宝飾・貴金属 | -10.8 | -0.6 | 3か月連続マイナス* |
| その他雑貨 | -2.3 | -0.1 | 3か月連続マイナス* |
| 雑貨 | -6.5 | -0.9 | 3か月連続マイナス |
| 家具 | -9.0 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 家電 | -9.4 | 0.0 | 3か月連続マイナス |
| その他家庭用品 | -8.0 | -0.3 | 3か月連続マイナス |
| 家庭用品 | -8.3 | -0.4 | 3か月連続マイナス |
| 生鮮食品 | -1.4 | -0.1 | 3か月連続マイナス* |
| 菓子 | -0.9 | -0.1 | 2か月ぶりマイナス* |
| 惣菜 | -1.8 | -0.1 | 3か月連続マイナス* |
| その他食料品 | -1.0 | -0.1 | 3か月連続マイナス* |
| 食料品 | -1.2 | -0.3 | 3か月連続マイナス |
| 食堂喫茶 | -4.0 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| サービス | -2.0 | 0.0 | 2か月ぶりマイナス |
| その他 | 1.2 | 0.0 | 3か月ぶりプラス |
| 商品券 | -5.1 | -0.2 | 40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・西田まで
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>