

# 平成29年11月 全国百貨店売上高概況

平成29年12月21日

## I. 概況

1. 売上高総額	5,396億円余
2. 前年同月比	2.2% (店舗数調整後/2か月ぶりプラス)
3. 調査対象百貨店	80社 226店 (平成29年10月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,690,423㎡ (前年同月比: -3.5%)
5. 総従業員数	71,546人 (前年同月比: -3.9%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	4-6月 0.7%、5-7月 -0.1%、6-8月 0.5%、 7-9月 1.2%、8-10月 1.2%、9-11月 1.4%

[参考] 平成28年11月の売上高増減率は-2.4% (店舗数調整後)

### 【特徴】

11月の売上高は、2.2%増と2か月ぶりにプラスを回復した。冷え込みによる防寒需要の高まりで、この時期主力のコートやセーター等の冬物衣料に動きが見られた他、富裕層とインバウンドによる高額消費に加え、中間層にも価値の高い商材を求める傾向が見え始めたことなどから、商況改善の裾野は徐々に広がってきた。また、一部店舗における改装効果も売上を押し上げた。この結果、中期トレンドの3か月移動平均値は4期連続で上昇すると共に、1-11月累計の伸び率も0.2%増(調整後)と、3年ぶり(2014年1-11月/0.6%増)に前年を上回ったことで、地方の消費環境等に懸念は残るものの増勢基調への転換は一步進んだ。

顧客別では、国内市場(シェア95.3%)が0.2%増と2か月ぶりに前年をクリア。外国人売上高(シェア4.7%)は74.5%増の253億円余(過去2番目)と依然高い伸びを示している。

地区別では、高額消費が好調な10都市が4.0%増と4か月連続プラス。二桁増の大阪(11.6%増/11か月連続プラス)を含む8都市で前年実績を上回った。半面、地方(10都市以外の地区/1.6%減)は前月より4.8ポイント改善(4地区で前年クリア)したが、全般的には苦戦が続いている。

商品別では、衣料品(0.5%増)が天候与件のほか各店が積極展開した催事企画等の営業施策も奏功し、紳士服・洋品(2.5%増)、婦人服・洋品(0.5%増)共に前年実績をクリアした。また、雑貨(11.9%増)は、化粧品(23.7%増)と高額商材(美術・宝飾・貴金属:7.4%増)が牽引し二桁増と好調推移。一方、業態間競争の厳しい家庭用品(1.3%減)と生鮮が不振の食料品(0.7%減)は、前月より減少幅を改善したものの前年実績を上回るまでには至らなかった。

### 【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇北日本日本海側では、低気圧や寒気の影響を受けやすかったため、日照時間が少なく、降水量・降雪量が多かった。

東・西日本では、中旬から下旬にかけて大陸から寒気が流れ込みやすく、平均気温が低かった。また、上旬を中心に移動性高気圧に覆われやすかったため、東日本と西日本日本海側では日照時間が多かった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 -0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10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127店舗)

①増加した:56店、②変化なし:41店、③減少した:30店

(5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数92店舗)

①増加した:18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 2017年11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(%) ※
<b>全国</b>	<b>539,636,362</b>	<b>100.0</b>	<b>2.2 ( 2.6)</b>
<b>10都市</b>	<b>373,942,113</b>	<b>69.3</b>	<b>4.0 ( 4.8)</b>
札幌	13,438,563	2.5	3.4
仙台	6,799,032	1.3	4.0 ( -3.0)
東京	149,529,327	27.7	3.8
横浜	33,513,110	6.2	4.2
名古屋	32,719,564	6.1	2.8
京都	22,175,122	4.1	3.2
大阪	73,465,445	13.6	11.6
神戸	12,989,635	2.4	-28.0 ( -0.4)
広島	10,910,305	2.0	-0.7
福岡	18,402,010	3.4	6.9
<b>10都市以外の地区</b>	<b>165,694,249</b>	<b>30.7</b>	<b>-1.6 ( -2.0)</b>
北海道	1,553,025	0.3	-5.1
東北	8,172,427	1.5	-3.4
関東	75,130,411	13.9	1.1 ( -2.2)
中部	12,114,351	2.2	-0.4
近畿	20,511,608	3.8	-16.4 ( -8.1)
中国	12,354,872	2.3	0.8
四国	8,626,552	1.6	1.3
九州	27,231,003	5.0	1.0

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(%) ※
<b>総 額</b>	<b>539,636,362</b>	<b>100.0</b>	<b>2.2 ( 2.6)</b>
紳士服・洋品	40,360,998	7.5	2.5 ( 2.6)
婦人服・洋品	107,689,569	20.0	0.5 ( 0.8)
子供服・洋品	10,232,953	1.9	-4.0 ( -3.1)
その他衣料品	11,499,376	2.1	-1.8 ( -2.1)
<b>衣 料 品</b>	<b>169,782,896</b>	<b>31.5</b>	<b>0.5 ( 0.8)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>63,213,766</b>	<b>11.7</b>	<b>1.5 ( 1.8)</b>
化粧品	47,679,840	8.8	23.7 ( 24.4)
美術・宝飾・貴金属	30,140,251	5.6	7.4 ( 7.7)
その他雑貨	18,310,534	3.4	-5.5 ( -2.7)
<b>雑 貨</b>	<b>96,130,625</b>	<b>17.8</b>	<b>11.9 ( 12.9)</b>
家 具	5,495,379	1.0	-0.4 ( -0.3)
家 電	2,533,912	0.5	4.5 ( 4.5)
その他家庭用品	14,749,153	2.7	-2.6 ( -2.8)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>22,778,444</b>	<b>4.2</b>	<b>-1.3 ( -1.4)</b>
生 鮮 食 品	32,186,933	6.0	-2.1 ( -1.3)
菓 子	39,316,570	7.3	1.7 ( 2.4)
惣 菜	32,476,525	6.0	-0.5 ( 0.4)
その他食料品	54,215,158	10.0	-1.5 ( -1.5)
<b>食 料 品</b>	<b>158,195,186</b>	<b>29.3</b>	<b>-0.7 ( -0.1)</b>
食 堂 喫 茶	12,614,532	2.3	-0.6 ( 0.0)
サ ー ビ ス	5,568,612	1.0	4.1 ( 4.1)
そ の 他	11,352,301	2.1	7.1 ( 6.6)
<b>商 品 券</b>	<b>17,801,488</b>	<b>3.3</b>	<b>-2.5 ( -2.1)</b>

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	4.0% (店舗数調整後/4か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	-1.6% (店舗数調整後/7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
<b>10都市</b>	<b>4.0</b>	<b>2.7</b>	<b>4か月連続プラス</b>
札幌	3.4	0.1	11か月連続プラス
仙台	4.0	0.1	2か月ぶりプラス
東京	3.8	1.0	2か月ぶりプラス
横浜	4.2	0.3	4か月連続プラス
名古屋	2.8	0.2	2か月ぶりプラス
京都	3.2	0.1	3か月連続プラス
大阪	11.6	1.5	11か月連続プラス
神戸	-28.0	-0.7	3か月連続マイナス
広島	-0.7	0.0	14か月連続マイナス
福岡	6.9	0.2	4か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-1.6</b>	<b>-0.5</b>	<b>7か月連続マイナス</b>
北海道	-5.1	0.0	14か月連続マイナス*
東北	-3.4	-0.1	3か月連続マイナス*
関東	1.1	0.2	2か月ぶりプラス
中部	-0.4	0.0	6か月連続マイナス
近畿	-16.4	-0.7	9か月連続マイナス
中国	0.8	0.0	2か月ぶりプラス*
四国	1.3	0.0	2か月ぶりプラス
九州	1.0	0.1	6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12か月連続、衣料品と身のまわり品が2か月ぶりのプラスとなった。また、家庭用品が23か月連続、食料品が6か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が32か月連続、美術・宝飾・貴金属が8か月連続、紳士服・洋品と婦人服・洋品が2か月ぶり、菓子が3か月ぶり、家電が5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
<b>総額</b>	<b>2.2</b>	<b>—</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
紳士服・洋品	2.5	0.2	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	0.5	0.1	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	-4.0	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-1.8	0.0	25か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>0.5</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>1.5</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
化粧品	23.7	1.7	32か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.4	0.4	8か月連続プラス*
その他雑貨	-5.5	-0.2	7か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>11.9</b>	<b>1.9</b>	<b>12か月連続プラス</b>
家具	-0.4	0.0	2か月連続マイナス
家電	4.5	0.0	5か月ぶりプラス
その他家庭用品	-2.6	-0.1	20か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-1.3</b>	<b>-0.1</b>	<b>23か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-2.1	-0.1	44か月連続マイナス*
菓子	1.7	0.1	3か月ぶりプラス*
惣菜	-0.5	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-1.5	-0.2	3か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.2</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
食堂喫茶	-0.6	0.0	7か月連続マイナス
サービス	4.1	0.0	2か月ぶりプラス
その他	7.1	0.1	7か月連続プラス
<b>商品券</b>	<b>-2.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>81か月連続マイナス</b>

(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>