

# 平成30年4月 東京地区百貨店売上高概況

平成30年5月23日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,271億円余
2. 前年同月比	1.9% (3か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭2.5%(90.9%) : 非店頭-3.8%(9.1%) ( )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30年3月対比±0店)
5. 総店舗面積	841,329㎡ (前年同月比:-1.3%)
6. 総従業員数	18,189人 (前年同月比:-2.1%)
7. 3か月移動平均値	9-11月 2.7%、10-12月 1.5%、11-1月 1.5%、 12-2月 0.5%、1-3月 0.1%、2-4月 0.8%

[参考] 平成29年4月の売上高増減率は-0.8%

### 【特徴】

- (1) 各社が積極展開した組織顧客向け企画や文化催事、GW前半のファミリーイベントが集客や売上に貢献。数万人を動員したヒット企画など各種施策が奏功し、入店客数は0.6%増と6か月連続プラス。売上高も1.9%増と3か月連続でプラスした。
- (2) 4月は夏日を9日間記録するなど気温が上昇したことにより、初夏物やUV対策商品の動きが良く、衣料品は2.2%増と2か月連続プラス。春物の中核アイテムであるスプリングコートやブルゾンなど重衣料は低調だったが、ベビー・キッズとも堅調な子供服(2.9%増)をはじめ、紳士服(3.2%増)ではシャツやカットソー、婦人服(2.4%増)はブラウス、ワンピース、スカートなどが好調に推移した。
- (3) 雑貨は、17か月連続プラスの9.3%増で、売上高全体に占める主要5品目のシェアでは、衣料品(シェア31.1%)に次ぐ22.7%となった。高額商材(美術・宝飾・貴金属/4.6%増)と化粧品(15.1%増)は引き続き国内外ともに好調。化粧品ではUVケア美容液等が牽引した他、一部店舗における売場の改装効果もあって、前月に続き二桁増となった。
- (4) 一方、食料品(2.5%減)は、鮮魚の不漁等による価格高騰の影響が続いていることに加え、花見需要の前倒しによりマイナスに転じた。
- (5) 5月中間段階の商況は、0.9%増(5/16)で推移している。

### 【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:7店、②変化なし:4店、③減少した:8店
- (3) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数12店舗)  
①増加した:0店、②変化なし:11店、③減少した:1店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2018年04月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>127,196,683</b>	<b>100.0</b>	<b>1.9</b>
紳士服・洋品	11,039,955	8.7	3.2
婦人服・洋品	23,060,440	18.1	2.4
子供服・洋品	3,179,484	2.5	2.9
その他衣料品	2,265,435	1.8	-5.3
<b>衣 料 品</b>	<b>39,545,314</b>	<b>31.1</b>	<b>2.2</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>18,976,591</b>	<b>14.9</b>	<b>1.4</b>
化粧品	14,325,900	11.3	15.1
美術・宝飾・貴金属	8,751,171	6.9	4.6
その他雑貨	5,856,024	4.6	3.7
<b>雑 貨</b>	<b>28,933,095</b>	<b>22.7</b>	<b>9.3</b>
家 具	1,372,724	1.1	-2.7
家 電	681,138	0.5	2.2
その他家庭用品	3,742,657	2.9	-7.1
<b>家 庭 用 品</b>	<b>5,796,519</b>	<b>4.6</b>	<b>-5.1</b>
生 鮮 食 品	3,925,907	3.1	-4.1
菓 子	6,920,045	5.4	-0.8
惣 菜	5,918,093	4.7	-3.9
その他食料品	8,396,585	6.6	-2.2
<b>食 料 品</b>	<b>25,160,630</b>	<b>19.8</b>	<b>-2.5</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>2,963,933</b>	<b>2.3</b>	<b>-0.7</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>2,461,980</b>	<b>1.9</b>	<b>-1.7</b>
<b>そ の 他</b>	<b>3,358,621</b>	<b>2.6</b>	<b>-5.4</b>

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	2,228,777 千円	2.4
従 業 員 数	18,189 人	-2.1
店 舗 面 積	841,329 m <sup>2</sup>	-1.3

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17か月連続、身のまわり品が4か月連続、衣料品が2か月連続のプラスとなった。また、家庭用品が2か月連続、食料品が2か月ぶりのマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が37か月連続、美術・宝飾・貴金属が12か月連続、その他雑貨が5か月連続、子供服・洋品が3か月連続、紳士服・洋品、婦人服・洋品が2か月連続、家電が2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>1.9</b>	<b>—</b>	<b>3か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	3.2	0.3	2か月連続プラス
婦人服・洋品	2.4	0.4	2か月連続プラス
子供服・洋品	2.9	0.1	3か月連続プラス
その他衣料品	-5.3	-0.1	7か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>2.2</b>	<b>0.7</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>1.4</b>	<b>0.2</b>	<b>4か月連続プラス</b>
化粧品	15.1	1.5	37か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	4.6	0.3	12か月連続プラス*
その他雑貨	3.7	0.2	5か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>9.3</b>	<b>2.0</b>	<b>17か月連続プラス</b>
家具	-2.7	0.0	5か月連続マイナス
家電	2.2	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-7.1	-0.2	13か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-5.1</b>	<b>-0.2</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-4.1	-0.1	26か月連続マイナス*
菓子	-0.8	0.0	4か月連続マイナス*
惣菜	-3.9	-0.2	4か月連続マイナス*
その他食料品	-2.2	-0.1	2か月ぶりマイナス*
<b>食料品</b>	<b>-2.5</b>	<b>-0.5</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-0.7</b>	<b>0.0</b>	<b>8か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-1.7</b>	<b>0.0</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-5.4</b>	<b>-0.2</b>	<b>4か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>2.4</b>	<b>0.0</b>	<b>2か月ぶりプラス</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>