

令和元年 1 1 月 東京地区百貨店売上高概況

令和元年 1 2 月 2 0 日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 4 2 3 億円余
2. 前年同月比	- 4. 7 % (2 か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭 - 5. 2 % (9 0. 0 %) : 非店頭 - 0. 3 % (1 0. 0 %) () 内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	1 2 社 2 5 店 (令和元年 1 0 月対比 + 1 店)
5. 総店舗面積	8 4 0, 0 2 8 m ² (前年同月比 : 0. 1 %)
6. 総従業員数	1 7, 3 5 5 人 (前年同月比 : - 3. 0 %)
7. 3 か月移動平均値	4-6 月 - 1. 2 %、5-7 月 - 1. 9 %、6-8 月 - 0. 1 %、 7-9 月 7. 0 %、8-10 月 1. 5 %、9-11 月 - 1. 7 %

[参考] 平成 3 0 年 1 1 月の売上高増減率は 0. 2 %

【特徴】

- (1) 1 1 月は、依然として消費増税に伴う駆け込み需要の反動減が続いており、売上高 (4. 7 % 減)、入店客数 (3. 1 % 減) とともに 2 か月連続でマイナスした。しかし、各社が実施した食品催事や販促策などの人気施策や、改装などは集客に寄与した他、月後半には気温の低下とともに冬物商材が動きを見せており、日を追うごとにマイナス幅は縮小している。
- (2) 商品別では、食料品 (1. 5 % 増) と家庭用品 (1 5. 2 % 増) がプラスに転じた。食料品は、中食志向の高まりや、お歳暮、おせち、クリスマスケーキの予約も好調で、惣菜 (3. 8 % 増) と菓子 (3. 1 % 増) が牽引した。下旬には鍋用商材も動いた。家庭用品では、家電 (2 5 5. 0 % 増) が法人需要により三桁増の高い伸びを示した。
- (3) 駆け込み需要で高伸した身のまわり品 (1 0. 8 % 減) と雑貨 (1 0. 6 % 減) は二桁減が続いている。化粧品、宝飾、美術、眼鏡、ブーツ、パンプス、アクセサリなどは不振だったが、スニーカーやカジュアルシューズなどは堅調だった。衣料品は、天候与件から、前半、コート、ブルゾン、ニットなど防寒アイテムは苦戦したが、ジャケット、ワンピースなどは動きが良かった。
- (4) 歳暮ギフトは、WEB 受注が高い伸びを示し店頭をカバーする形で堅調に推移している。
- (5) 1 2 月中間段階の商況は、4. 0 % 減 (1 2 / 1 6) で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 3 0. 0 日 (前年同月比 ± 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 1 8 店舗)
① 増加した : 1 店、② 変化なし : 7 店、③ 減少した : 1 0 店
- (3) 1 1 月歳時記 (歳暮、七五三) の売上 (同上 / 有効回答数 1 5 店舗)
① 増加した : 3 店、② 変化なし : 1 0 店、③ 減少した : 2 店

東京地区百貨店 売上高速報 2019年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	142,302,420	100.0	-4.7 (-5.0)
紳士服・洋品	11,732,732	8.2	-7.7 (-7.7)
婦人服・洋品	23,248,162	16.3	-7.5 (-7.5)
子供服・洋品	2,124,790	1.5	-5.5 (-5.5)
その他衣料品	2,444,056	1.7	-5.2 (-5.2)
衣 料 品	39,549,740	27.8	-7.3 (-7.3)
身のまわり品	18,166,615	12.8	-10.8 (-10.9)
化粧品	13,797,266	9.7	-9.3 (-9.7)
美術・宝飾・貴金属	9,345,470	6.6	-5.7 (-5.9)
その他雑貨	4,816,681	3.4	-21.8 (-21.8)
雑 貨	27,959,417	19.6	-10.6 (-10.9)
家具	1,584,248	1.1	-9.6 (-9.6)
家電	1,999,641	1.4	255.0 (255.0)
その他家庭用品	3,318,359	2.3	-9.7 (-9.7)
家庭用品	6,902,248	4.9	15.2 (15.2)
生鮮食品	6,120,480	4.3	-0.5 (-0.5)
菓子	11,281,081	7.9	3.1 (2.9)
惣菜	8,378,733	5.9	3.8 (3.8)
その他食料品	15,248,681	10.7	-0.1 (-0.1)
食 料 品	41,028,975	28.8	1.5 (1.4)
食堂 喫茶	2,727,395	1.9	-1.2 (-1.5)
サ ー ビ ス	2,026,393	1.4	-9.5 (-9.5)
そ の 他	3,941,637	2.8	9.5 (-0.7)

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	3,868,433 千円	-10.1 (-10.1)
従業員数	17,355 人	-3.0
店舗面積	840,028 m ²	0.1
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、家庭用品と食料品が2か月ぶりのプラスとなった。また、衣料品、身のまわり品、雑貨が2か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、家電が6か月連続、菓子、惣菜が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
総額	-4.7	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-7.7	-0.7	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-7.5	-1.3	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.5	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-5.2	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-7.3	-2.1	2か月連続マイナス
身のまわり品	-10.8	-1.5	2か月連続マイナス
化粧品	-9.3	-0.9	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-5.7	-0.4	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-21.8	-0.9	2か月連続マイナス*
雑貨	-10.6	-2.2	2か月連続マイナス
家具	-9.6	-0.1	2か月連続マイナス
家電	255.0	1.0	6か月連続プラス
その他家庭用品	-9.7	-0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	15.2	0.6	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-0.5	-0.0	14か月連続マイナス*
菓子	3.1	0.2	2か月ぶりプラス*
惣菜	3.8	0.2	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-0.1	-0.0	2か月連続マイナス*
食料品	1.5	0.4	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	-1.2	-0.0	2か月連続マイナス
サービス	-9.5	-0.1	2か月連続マイナス
その他	9.5	0.2	5か月ぶりプラス
商品券	-10.1	-0.3	14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・橘・長柴 まで
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>