

# 平成31年2月 東京地区百貨店売上高概況

平成31年3月22日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,168億円余
2. 前年同月比	-0.5% (3か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-0.6%(88.7%) : 非店頭0.0%(11.3%) ( )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31年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	839,179㎡ (前年同月比:-0.7%)
6. 総従業員数	17,354人 (前年同月比:-2.5%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 -1.2%、8-10月 1.5%、9-11月 1.0%、 10-12月 0.3%、11-1月 -1.2%、12-2月 -1.5%

[参考] 平成30年2月の売上高増減率は0.6%

### 【特徴】

- (1) 2月は、各社が企画したバレンタインなどの季節催事や、カード会員を含む組織顧客向施策など活発な集客策が奏功し、入店客数は1.4%増と16か月連続でプラス。売上高は、ラグジュアリーブランドを中心とした高額品やインバウンドが好調だったが、一部店舗の改装工事による売場面積減の影響もあり、僅かに前年に届かなかった。
- (2) 商品別では、増勢が続く化粧品(6.5%増)と、高級腕時計や美術・宝飾など高額商材(美・宝・貴:5.9%増)が牽引し雑貨(4.5%増)がプラスに転じた。身のまわり品(0.1%減)はラグジュアリーブランドのバッグやアクセサリ中心に好調だったが、前年には僅かに届かなかった。
- (3) 衣料品(1.6%減)は、紳士服・洋品(9.8%減)の大型改装による面積減などが響きマイナスしたが、婦人服・洋品(2.0%増)については、気温が平年より高めに推移したことで春物コート、ジャケット、ワンピース、カットソー、ブラウス、スカートなど春物商材が動き、2か月ぶりにプラスに転じた。
- (4) 食料品(1.1%減)もトータルではマイナスしたが、バレンタイン商戦が好調で、菓子(1.2%増)が6か月連続プラス。WEBやSNSでの発信や他イベントとの連携の他、チョコレート以外のスイーツへの拡大、イートインの増設など、規模を拡大した多角的な展開で盛況であった。
- (5) 3月中間段階の商況は、0.9%減(3/18)で推移している。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 28.0日 (前年同月比 +0.1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:6店、②変化なし:7店、③減少した:6店
- (3) 2月歳時記(バレンタインデー、節分)の売上(同上/有効回答数12店舗)  
①増加した:4店、②変化なし:6店、③減少した:2店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2019年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>116,854,954</b>	<b>100.0</b>	<b>-0.5</b>
紳士服・洋品	7,511,635	6.4	-9.8
婦人服・洋品	18,746,524	16.0	2.0
子供服・洋品	2,578,441	2.2	-3.2
その他衣料品	1,860,865	1.6	1.6
<b>衣 料 品</b>	<b>30,697,465</b>	<b>26.3</b>	<b>-1.6</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>16,979,255</b>	<b>14.5</b>	<b>-0.1</b>
化粧品	13,713,249	11.7	6.5
美術・宝飾・貴金属	8,207,185	7.0	5.9
その他雑貨	5,709,607	4.9	-1.8
<b>雑 貨</b>	<b>27,630,041</b>	<b>23.6</b>	<b>4.5</b>
家 具	1,367,030	1.2	12.6
家 電	1,015,511	0.9	-14.6
その他家庭用品	2,867,682	2.5	-8.4
<b>家 庭 用 品</b>	<b>5,250,223</b>	<b>4.5</b>	<b>-5.1</b>
生 鮮 食 品	3,606,914	3.1	-4.4
菓 子	10,988,151	9.4	1.2
惣 菜	5,484,085	4.7	-2.7
その他食料品	8,625,185	7.4	-1.4
<b>食 料 品</b>	<b>28,704,335</b>	<b>24.6</b>	<b>-1.1</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>2,444,293</b>	<b>2.1</b>	<b>-5.4</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>2,139,790</b>	<b>1.8</b>	<b>3.3</b>
<b>そ の 他</b>	<b>3,009,552</b>	<b>2.6</b>	<b>-17.5</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	1,646,292 千円	-15.0
従業員数	17,354 人	-2.5
店舗面積	839,179 m <sup>2</sup>	-0.7

営業日数	28.0 日	前年	27.9 日
------	--------	----	--------

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が2か月ぶりのプラスとなった。また、家庭用品が6か月連続、衣料品が4か月連続、身のまわり品と食料品が2か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が47か月連続、菓子が6か月連続、その他衣料品が2か月連続、婦人服・洋品が2か月ぶり、美術・宝飾・貴金属、家具が3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>-0.5</b>	<b>-</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-9.8	-0.7	5か月連続マイナス
婦人服・洋品	2.0	0.3	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	-3.2	-0.1	5か月連続マイナス
その他衣料品	1.6	0.0	2か月連続プラス
<b>衣料品</b>	<b>-1.6</b>	<b>-0.4</b>	<b>4か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.0</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
化粧品	6.5	0.7	47か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	5.9	0.4	3か月ぶりプラス*
その他雑貨	-1.8	-0.1	15か月ぶりマイナス*
<b>雑貨</b>	<b>4.5</b>	<b>1.0</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
家具	12.6	0.1	3か月ぶりプラス
家電	-14.6	-0.1	6か月連続マイナス
その他家庭用品	-8.4	-0.2	8か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-5.1</b>	<b>-0.2</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-4.4	-0.1	5か月連続マイナス*
菓子	1.2	0.1	6か月連続プラス*
惣菜	-2.7	-0.1	2か月連続マイナス*
その他食料品	-1.4	-0.1	2か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-1.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-5.4</b>	<b>-0.1</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>3.3</b>	<b>0.1</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
<b>その他</b>	<b>-17.5</b>	<b>-0.5</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>-15.0</b>	<b>-0.2</b>	<b>5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>