

平成31年3月 東京地区百貨店売上高概況

平成31年4月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1,423億円余
2. 前年同月比	0.6% (4か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭1.4%(90.7%) : 非店頭-7.2%(9.3%) ()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2月対比±0店)
5. 総店舗面積	838,340㎡ (前年同月比:-0.9%)
6. 総従業員数	17,115人 (前年同月比:-2.8%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 -1.0%

[参考] 平成30年3月の売上高増減率は0.1%

【特徴】

- (1) 3月は、寒暖差の激しい天候であったものの、各店が企画した春休みのファミリーイベントや、食品関連の人気催事に加え、カード会員施策も集客に寄与し、入店客数は17か月連続増の1.7%となった。また、卒・入学や新生活需要、さらには新規ブランド導入など高額消費対応を志向した春の改装効果から、売上高は0.6%増とプラスに転じた。
- (2) 主要5品目のうち、身のまわり品、雑貨、食料品の3品目で前年をクリアした。地方に比べてインバウンドと国内富裕層の市場規模が大きい東京地区では、ラグジュアリーブランドの服飾雑貨や時計を中心に高額品が引き続き好調。国内外顧客ともに人気の高い化粧品は、関連プロモーションも好評で、新たな顧客層も見受けられる。また、スニーカーなどカジュアルシューズも堅調に推移した。
- (3) 食料品では、食に関連した様々な催事の人気も高く、ホワイトデー商戦では、バレンタイン同様、ギフトに加え自家需要も増加。菓子は7か月連続増と好調を維持している。
- (4) 紳士服・洋品は大規模改装が相次ぎ6か月ぶりのプラス。デザイナーズブランドやスーツ、ブルゾン、パンツなどが動いた。婦人服・洋品では特選衣料、スプリングコート、ジャケット、ワンピース、カットソーなどが好調。衣料品全体ではほぼ前年並みとなった。
- (5) 4月中間段階の商況は、3.2%減(4/16)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0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: 4店、②変化なし: 11店、③減少した: 4店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数14店舗)
①増加した: 0店、②変化なし: 12店、③減少した: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2019年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	142,337,587	100.0	0.6
紳士服・洋品	11,336,606	8.0	3.0
婦人服・洋品	24,864,999	17.5	0.0
子供服・洋品	5,933,245	4.2	-1.5
その他衣料品	2,037,435	1.4	-12.0
衣 料 品	44,172,285	31.0	-0.1
身のまわり品	20,545,616	14.4	4.2
化粧品	16,776,154	11.8	8.0
美術・宝飾・貴金属	9,030,914	6.3	6.7
その他雑貨	5,721,764	4.0	-8.6
雑 貨	31,528,832	22.2	4.2
家 具	1,551,004	1.1	-0.7
家 電	698,132	0.5	18.0
その他家庭用品	3,621,934	2.5	-24.4
家 庭 用 品	5,871,070	4.1	-15.4
生 鮮 食 品	3,955,217	2.8	-3.3
菓 子	11,347,115	8.0	2.4
惣 菜	6,440,393	4.5	0.6
その他食料品	9,087,285	6.4	-0.4
食 料 品	30,830,010	21.7	0.4
食 堂 喫 茶	2,953,044	2.1	-4.5
サ ー ビ ス	2,406,982	1.7	-0.6
そ の 他	4,029,748	2.8	-3.8

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	2,474,620 千円	-12.2
従業員数	17,115 人	-2.8
店舗面積	838,340 m ²	-0.9
営業日数	31.0 日	前年 31.0 日

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が2か月連続、身のまわり品と食料品が3か月ぶりのプラスとなった。また、家庭用品が7か月連続、衣料品が5か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が48か月連続、菓子が7か月連続、美術・宝飾・貴金属が2か月連続、惣菜が3か月ぶり、紳士服・洋品が6か月ぶり、家電が7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	0.6	—	4か月ぶりプラス
紳士服・洋品	3.0	0.2	6か月ぶりプラス
婦人服・洋品	-0.0	-0.0	2か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-1.5	-0.1	6か月連続マイナス
その他衣料品	-12.0	-0.2	3か月ぶりマイナス
衣料品	-0.1	-0.0	5か月連続マイナス
身のまわり品	4.2	0.6	3か月ぶりプラス
化粧品	8.0	0.9	48か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	6.7	0.4	2か月連続プラス*
その他雑貨	-8.6	-0.4	2か月連続マイナス*
雑貨	4.2	0.9	2か月連続プラス
家具	-0.7	-0.0	2か月ぶりマイナス
家電	18.0	0.1	7か月ぶりプラス
その他家庭用品	-24.4	-0.8	9か月連続マイナス
家庭用品	-15.4	-0.8	7か月連続マイナス
生鮮食品	-3.3	-0.1	6か月連続マイナス*
菓子	2.4	0.2	7か月連続プラス*
惣菜	0.6	0.0	3か月ぶりプラス*
その他食料品	-0.4	-0.0	3か月連続マイナス*
食料品	0.4	0.1	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	-4.5	-0.1	7か月連続マイナス
サービス	-0.6	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他	-3.8	-0.1	2か月連続マイナス
商品券	-12.2	-0.2	6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>