

14時30分解禁

## 平成19年11月 全国百貨店売上高概況

平成19年12月18日

### I. 概況

1. 売上高総額	6,924億円余
2. 前年同月比	0.9% (店舗数調整後／3か月ぶりプラス)
3. 調査対象百貨店	93社 278店 (平成19年10月対比－1社1店)
4. 総店舗面積	6,813,833m <sup>2</sup> (前年同月比：0.0%)
5. 総従業員数	103,124人 (前年同月比：12.2%)
6. 3か月移動平均値	4-6月 1.2%、5-7月 -0.1%、6-8月 0.4%、 7-9月 -2.1%、8-10月 -1.0%、9-11月 -0.9%

[参考] 平成18年11月の売上高増減率は-0.2% (店舗数調整後)

### 【11月売上の特徴】

3か月ぶりに前年同月比プラスとなった。

11月は後半からの冷え込みにより、コート・ジャケット等の衣料品を中心とした冬物商材がようやく動き始めたほか、歳暮の前半戦が好調に推移した食料品、改装等で競争力を高めている化粧品の大幅な伸びなどが押し上げ要因となって、月前半の高温や土曜日の1日減等のマイナス要因をカバーし、前年をクリアすることができた。

地区別に見ると、プロ野球優勝セールに沸いた名古屋をはじめ大都市部が概ねプラス基調であったのに対し、北日本を中心として、消費不振や競合激化等の影響が大きい地方都市では、月前半の高温による冬物低迷をカバーしきれずマイナス基調が続いている。

また、美術・宝飾等高額品のマイナス幅が大きく出たが、これは最近の不安定な経済情勢による消費心理の減退だけでなく、他の専門業態との競合やユーロ連動の価格改定による一時的な買い控え等諸要因が、ケース・バイ・ケースで複合的に影響したものと考えられる。

### 【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)

◇ 前半は高温、後半は低温と気温の変動が大きかった。前半は移動性高気圧に覆われ、晴れて気温も高かった。

月半ばになると、冬型の気圧配置になり北日本では大雪に、また全国的にも寒気が入って気温は低くなった。

(2) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日 (〃 - 1日／土曜1日減)

(4) 入店客数増減 (回答店舗数で見る傾向値／前年同月比)

①増加した：36店、②変化なし：50店、③減少した：62店、④不明：44店

(5) 11月歳時記 (文化の日、勤労感謝の日、七五三、歳暮) の売上 (同上)

①増加した：30店、②変化なし：75店、③減少した：16店、④不明：71店

(6) 翌月売上見通し (回答店舗数で見る傾向値)

①増加する：18店、②変化なし：94店、③減少する：21店、④不明：59店

## 全国百貨店 売上高速報 2007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 (%) ※
全 国	692,449,071	100.0	0.9 ( 0.7)
10都市	448,329,370	64.7	1.9 ( 1.3)
札幌	17,060,254	2.5	-0.4
仙台	8,378,585	1.2	-0.7
東京	174,537,578	25.2	1.7
横浜	37,872,556	5.5	0.4
名古屋	42,738,350	6.2	5.4
京都	27,176,268	3.9	1.9 ( -4.4)
大阪	89,274,297	12.9	2.4
神戸	19,612,688	2.8	0.1
広島	13,812,761	2.0	0.9
福岡	17,866,033	2.6	3.4 ( -1.8)
10都市以外の地区	244,119,701	35.3	-1.0 ( -0.3)
北海道	4,605,118	0.7	-4.7 ( -12.1)
東北	13,392,306	1.9	-4.3
関東	117,139,969	16.9	-1.2 ( 1.2)
中部	19,772,826	2.9	4.0 ( -0.1)
近畿	22,136,774	3.2	-0.4
中国	16,987,296	2.5	-1.1
四国	12,883,437	1.9	-2.0
九州	37,201,975	5.4	-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 (%) ※
総額	692,449,071	100.0	0.9 ( 0.7)
紳士服・洋品	59,486,648	8.6	0.8 ( 0.9)
婦人服・洋品	167,810,943	24.2	-0.8 ( -1.1)
子供服・洋品	16,217,971	2.3	-0.3 ( -0.3)
その他衣料品	20,233,419	2.9	0.3 ( 0.4)
衣料品	263,748,981	38.1	-0.3 ( -0.5)
身のまわり品	79,733,994	11.5	-0.7 ( -0.9)
化粧品	32,111,497	4.6	6.3 ( 6.4)
美術・宝飾・貴金属	33,251,935	4.8	-5.1 ( -5.7)
その他雑貨	30,599,539	4.4	1.6 ( 0.4)
雜貨	95,962,971	13.9	0.7 ( 0.1)
家 具	10,986,859	1.6	6.5 ( 6.1)
家 電	2,673,908	0.4	0.1 ( 0.1)
その他家庭用品	22,057,265	3.2	2.5 ( 2.2)
家庭用品	35,718,032	5.2	3.5 ( 3.2)
生鮮食品	40,621,596	5.9	4.5 ( 4.7)
菓子	39,380,612	5.7	6.8 ( 6.7)
惣菜	38,168,311	5.5	1.0 ( 0.8)
その他食料品	66,224,437	9.6	1.1 ( 1.4)
食料品	184,394,956	26.6	3.0 ( 3.1)
食堂喫茶	16,402,246	2.4	1.3 ( 1.5)
サービス	6,610,508	1.0	4.3 ( 4.7)
その他の商品券	9,877,383	1.4	-0.0 ( -0.9)
商品券	29,798,605	4.3	-0.5 ( -0.5)

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。

# NEWS LETTER

## II. 地区別の動き

- |                  |                        |
|------------------|------------------------|
| 1. 10都市売上動向      | 1.9% (店舗数調整後／3か月ぶりプラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -1.0% (" / 5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
10都市	1.9	1.2	3か月ぶりプラス
札幌	-0.4	0.0	3か月連続マイナス
仙台	-0.7	0.0	2か月連続マイナス
東京	1.7	0.4	2か月連続プラス
横浜	0.4	0.0	3か月ぶりプラス
名古屋	5.4	0.3	2か月ぶりプラス
京都	1.9	0.1	13か月連続プラス
大阪	2.4	0.3	3か月ぶりプラス
神戸	0.1	0.0	3か月ぶりプラス
広島	0.9	0.0	5か月ぶりプラス
福岡	3.4	0.1	2か月ぶりプラス
10都市以外の地区	-1.0	-0.3	5か月連続マイナス
北海道	-4.7	0.0	2か月ぶりマイナス*
東北	-4.3	-0.1	11か月連続マイナス*
関東	-1.2	-0.2	5か月連続マイナス
中部	4.0	0.1	5か月ぶりプラス
近畿	-0.4	0.0	5か月連続マイナス
中国	-1.1	0.0	5か月連続マイナス*
四国	-2.0	0.0	5か月連続マイナス
九州	-1.0	-0.1	3か月連続マイナス*

(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都市に移行したため(2005年までは6大都市)、連続性の観点から2007年からのトレンドとした。

### III. 商品別の動き

主要5品目では、プラスは雑貨、家庭用品、食料品、マイナスは衣料品、身のまわり品。化粧品・菓子は前年比較を開始して以来11か月連続プラス。また、紳士服洋品・その他衣料品・その他雑貨・家具・家電・その他家庭用品・生鮮食品・惣菜・その他食料品がプラスとなつた。

#### 【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	0.9	—	3か月ぶりプラス
紳士服・洋品	0.8	0.1	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	-0.8	-0.2	5か月連続マイナス
子供服・洋品	-0.3	0.0	5か月連続マイナス
その他衣料品	0.3	0.0	2か月連続プラス
衣料品	-0.3	-0.1	5か月連続マイナス
身のまわり品	-0.7	-0.1	3か月連続マイナス
化粧品	6.3	0.3	11か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-5.1	-0.3	9か月連続マイナス*
その他雑貨	1.6	0.1	5か月ぶりプラス*
雑貨	0.7	0.1	3か月ぶりプラス
家具	6.5	0.1	2か月連続プラス
家電	0.1	0.0	9か月ぶりプラス
その他家庭用品	2.5	0.1	3か月ぶりプラス
家庭用品	3.5	0.2	3か月ぶりプラス
生鮮食品	4.5	0.3	7か月連続プラス*
菓子	6.8	0.4	11か月連続プラス*
惣菜	1.0	0.1	4か月連続プラス*
その他食料品	1.1	0.1	2か月連続プラス*
食料品	3.0	0.8	4か月連続プラス
食堂喫茶	1.3	0.0	2か月ぶりプラス
サービス	4.3	0.0	21か月連続プラス
その他	-0.0	0.0	2か月連続マイナス
商品券	-0.5	0.0	5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の推移は2006年1月から細分化したため、2007年の11か月の推移

## 平成19年11月 東京地区百貨店売上高概況

平成19年12月18日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,745億円余
2. 前年同月比	1.7% (2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭1.6% (86.4%)：非店頭2.5% (13.6%) ( ) 内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	13社 28店 (平成19年10月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	966,334m <sup>2</sup> (前年同月比：0.7%)
6. 総従業員数	19,728人 (前年同月比：5.3%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 2.2%、5-7月 1.1%、6-8月 2.1%、 7-9月 -1.1%、8-10月 0.8%、9-11月 0.2%

[参考] 平成18年11月の売上高増減率は-0.7% (店舗数調整後)

## 【11月売上の特徴】

- (1) 中旬以降からの冷え込みにより、ようやくジャケットやコートなどの重衣料のほか、ストールや手袋などの防寒具に動きが見えはじめた。
- (2) お歳暮商戦は、洋菓子・ハム・ビールなどの定番品を中心に、順調にスタートを切り、食料品全体の売上にも寄与した。インターネット受注も二桁の伸びを見せた。
- (3) 食品偽装問題の影響からか、地方物産展やギフトの産地直送品に若干の翳りが見られた。
- (4) ワンピースや、ショートブーツは変わらず好調を保ち、これに併せて、保温効果の高いカラータイツや柄タイツが高額品を中心に売上を伸ばした。
- (5) 都内有力店の移築新店による活況が、東京地区売上の押し上げに貢献。
- (6) コレクションやインテリアとして高級オーディオの人気が高まっている。

## 【要因】

- (1) 営業日数増減 29.9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)  
①増加した：5店、②変化なし：6店、③減少した：10店、④不明：1店
- (3) 11月歳時記 (文化の日、勤労感謝の日、七五三、歳暮) の売上 (同上)  
①増加した：2店、②変化なし：7店、③減少した：2店、④不明：11店
- (4) 翌月売上見通し (回答店舗数で見る傾向値)  
①増加する：3店、②変化なし：14店、③減少する：2店、④不明：3店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2007年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総額</b>	<b>174,537,578</b>	<b>100.0</b>	<b>1.7</b>
紳士服・洋品	16,391,174	9.4	1.6
婦人服・洋品	39,300,897	22.5	-2.4
子供服・洋品	2,866,438	1.6	3.8
その他衣料品	4,621,077	2.6	8.1
<b>衣料品</b>	<b>63,179,586</b>	<b>36.2</b>	<b>-0.4</b>
身のまわり品	21,606,345	12.4	2.7
化粧品	8,288,575	4.7	8.8
美術・宝飾・貴金属	9,797,631	5.6	-11.1
その他雑貨	9,990,636	5.7	6.2
<b>雑貨</b>	<b>28,076,842</b>	<b>16.1</b>	<b>0.1</b>
家具	2,757,701	1.6	-4.5
家電	953,287	0.5	2.7
その他家庭用品	6,273,665	3.6	10.1
<b>家庭用品</b>	<b>9,984,653</b>	<b>5.7</b>	<b>4.9</b>
生鮮食品	6,935,415	4.0	9.6
菓子	10,180,235	5.8	11.5
惣菜	8,923,653	5.1	0.7
その他食料品	17,061,687	9.8	3.0
<b>食料品</b>	<b>43,100,990</b>	<b>24.7</b>	<b>5.4</b>
食堂喫茶	3,780,766	2.2	-0.7
サービス	2,074,146	1.2	6.3
<b>その他</b>	<b>2,734,250</b>	<b>1.6</b>	<b>-5.0</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(%)

<b>商品券</b>	6,635,098 千円	1.4
従業員数	19,728 人	5.3
売場面積	966,334 m <sup>2</sup>	0.7

<b>営業日数</b>	29.9 日	前年	30.0 日
-------------	--------	----	--------

# NEWS LETTER

## II. 商品別の動き

主要5品目は、身のまわり品、雑貨、家庭用品、食料品がプラス、マイナスは衣料品。化粧品・菓子は11か月連続プラス。紳士服洋品・子供服洋品・その他衣料品・その他雑貨・家電・その他家庭用品・生鮮食品・惣菜・その他食料品がプラスとなった。

### 【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	1.7	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	1.6	0.1	2か月連続プラス
婦人服・洋品	-2.4	-0.6	3か月連続マイナス
子供服・洋品	3.8	0.1	2か月連続プラス
その他衣料品	8.1	0.2	4か月連続プラス
衣料品	-0.4	-0.2	3か月連続マイナス
身のまわり品	2.7	0.3	7か月連続プラス
化粧品	8.8	0.4	11か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-11.1	-0.7	2か月ぶりマイナス*
その他雑貨	6.2	0.3	2か月連続プラス*
雑貨	0.1	0.0	2か月連続プラス
家具	-4.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	2.7	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	10.1	0.3	2か月連続プラス
家庭用品	4.9	0.3	3か月ぶりプラス
生鮮食品	9.6	0.4	7か月連続プラス*
菓子	11.5	0.6	11か月連続プラス*
惣菜	0.7	0.0	2か月連続プラス*
その他食料品	3.0	0.3	4か月連続プラス*
食料品	5.4	1.3	4か月連続プラス
食堂喫茶	-0.7	0.0	3か月連続マイナス
サービス	6.3	0.1	2か月ぶりプラス
その他	-5.0	-0.1	13か月連続マイナス
商品券	1.4	0.1	2か月連続プラス

(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の推移は2006年1月から細分化したため、2007年の11か月の推移

お問い合わせは、日本百貨店協会 森・関・西田まで  
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>