

14時30分解禁

平成20年1月 全国百貨店売上高概況

平成20年2月19日

I. 概 況

1. 売上高総額	6,733億円余
2. 前年同月比	-2.1% (店舗数調整後/2か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	93社 278店 (平成19年12月対比±0社0店)
4. 総店舗面積	6,812,847㎡ (前年同月比: 0.2%)
5. 総従業員数	102,266人 (前年同月比: 11.9%)
6. 3か月移動平均値	6-8月 0.4%、7-9月 -2.1%、8-10月 -1.0%、 9-11月 -0.9%、10-12月 -1.1%、11-1月 -1.3%

[参考] 平成19年1月の売上高増減率は+0.0% (店舗数調整後)

【1月売上の特徴】

2か月連続で前年同月比マイナスとなった。

1月は福袋を中心とした初売りが好調で、初日売上が史上最高を記録する店舗も多く見られた。また、年初から一斉にスタートした冬の全館セールは序盤順調に推移したものの、その反動から第2週以降は動きが鈍り、最終的に通期では伸び悩んだ。

天候要因による影響としては、中旬以降に寒さが本格化したことで、一部防寒衣料などに動きが見られたが、逆に月の後半から展開が始まった春物衣料が苦戦する結果となった。

地区別動向では、改装効果等が見られた仙台・横浜を除きほとんどの地区でマイナスとなったほか、商品別の動向でも、好調を持続する食料品や化粧品を除いて全般的に低調で、特に美術・宝飾・貴金属や家具等の高額商材は前年を大きく下回った。

サブプライム問題等による景気減速や、生活関連商材の相次ぐ価格引き上げ等のマクロ動向を踏まえて、今後の消費マインドへの影響を懸念する報告が増えてきている。

【要 因】

(1) 天 候 : 気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 低気圧や前線が本州南岸を短い周期で通過し、西日本では降水量が多かったが、それ以外の地域では降水量は少なかった。気温は月の前半が高温、中旬以降の後半が低温と変動が大きかった。

(2) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比-0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日 (" ±0日)

(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: 17店、②変化なし: 45店、③減少した: 87店、④不明: 43店

(5) 1月歳時記 (初売り、冬の全館セール、成人の日) の売上 (同上)

①増加した: 39店、②変化なし: 66店、③減少した: 22店、④不明: 65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: 27店、②変化なし: 86店、③減少する: 20店、④不明: 59店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2008年01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	673,338,235	100.0	-2.1 (-2.2)
10都市	427,391,880	63.5	-1.5 (-2.4)
札幌	17,526,009	2.6	-2.7
仙台	9,522,984	1.4	0.1
東京	161,846,207	24.0	-1.6
横浜	35,916,204	5.3	0.3
名古屋	42,537,296	6.3	-1.7
京都	26,371,626	3.9	-1.2 (-10.1)
大阪	82,275,021	12.2	-1.9
神戸	18,487,074	2.7	-2.5
広島	15,244,344	2.3	-2.0
福岡	17,665,115	2.6	-0.8 (-6.9)
10都市以外の地区	245,946,355	36.5	-3.1 (-2.0)
北海道	4,373,022	0.6	-6.0 (-15.6)
東北	13,574,385	2.0	-5.7
関東	117,510,376	17.5	-3.0 (-0.1)
中部	19,402,979	2.9	-0.6
近畿	21,467,829	3.2	-2.0
中国	17,309,055	2.6	-3.6
四国	14,235,245	2.1	-2.9
九州	38,073,464	5.7	-3.9

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	673,338,235	100.0	-2.1 (-2.2)
紳士服・洋品	59,731,728	8.9	-1.7 (-1.5)
婦人服・洋品	205,098,755	30.5	-3.1 (-3.4)
子供服・洋品	21,850,552	3.2	-3.0 (-2.7)
その他衣料品	19,677,431	2.9	-2.4 (-2.7)
衣 料 品	306,358,466	45.5	-2.8 (-2.9)
身のまわり品	90,467,972	13.4	-1.5 (-1.8)
化粧品	26,294,505	3.9	2.9 (3.1)
美術・宝飾・貴金属	26,919,048	4.0	-6.8 (-7.3)
その他雑貨	30,874,905	4.6	-3.3 (-4.2)
雑 貨	84,088,458	12.5	-2.7 (-3.1)
家 具	8,603,301	1.3	-8.8 (-9.8)
家 電	2,060,305	0.3	-7.5 (-7.5)
その他家庭用品	20,188,069	3.0	-1.5 (-1.6)
家 庭 用 品	30,851,675	4.6	-4.1 (-4.4)
生 鮮 食 品	28,317,354	4.2	0.7 (1.0)
菓 子	33,594,562	5.0	3.2 (3.3)
惣 菜	30,355,235	4.5	-0.1 (-0.2)
その他食料品	37,588,821	5.6	-2.7 (-2.2)
食 料 品	129,855,972	19.3	0.1 (0.3)
食 堂 喫 茶	17,133,726	2.5	-2.4 (-2.0)
サ ー ビ ス	5,602,721	0.8	1.2 (1.8)
そ の 他	8,979,245	1.3	-5.3 (-5.6)
商 品 券	15,637,433	2.3	-5.4 (-5.4)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|-----------------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | －1.5% (店舗数調整後／2か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | －3.1% (〃 ／7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	－1.5	－1.0	2か月連続マイナス
札幌	－2.7	－0.1	5か月連続マイナス
仙台	0.1	0.0	2か月連続プラス
東京	－1.6	－0.4	2か月連続マイナス
横浜	0.3	0.0	2か月ぶりプラス
名古屋	－1.7	－0.1	2か月連続マイナス
京都	－1.2	0.0	15か月ぶりマイナス
大阪	－1.9	－0.2	2か月連続マイナス
神戸	－2.5	－0.1	2か月連続マイナス
広島	－2.0	0.0	2か月連続マイナス
福岡	－0.8	0.0	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	－3.1	－1.1	7か月連続マイナス
北海道	－6.0	0.0	3か月連続マイナス*
東北	－5.7	－0.1	13か月連続マイナス*
関東	－3.0	－0.5	7か月連続マイナス
中部	－0.6	0.0	2か月連続マイナス
近畿	－2.0	－0.1	7か月連続マイナス
中国	－3.6	－0.1	7か月連続マイナス*
四国	－2.9	－0.1	7か月連続マイナス
九州	－3.9	－0.2	5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1月からのトレンドとした。

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目では、プラスは食料品、マイナスは衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品。化粧品・菓子は前年比較を開始して以来13か月連続プラス、生鮮食品が9か月連続プラスとなった。

【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	-2.1	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-1.7	-0.1	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-3.1	-1.0	7か月連続マイナス
子供服・洋品	-3.0	-0.1	7か月連続マイナス
その他衣料品	-2.4	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-2.8	-1.3	7か月連続マイナス
身のまわり品	-1.5	-0.2	5か月連続マイナス
化粧品	2.9	0.1	13か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-6.8	-0.3	11か月連続マイナス*
その他雑貨	-3.3	-0.2	2か月連続マイナス*
雑貨	-2.7	-0.3	2か月連続マイナス
家具	-8.8	-0.1	2か月連続マイナス
家電	-7.5	0.0	3か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-1.5	0.0	2か月連続マイナス
家庭用品	-4.1	-0.2	2か月連続マイナス
生鮮食品	0.7	0.0	9か月連続プラス*
菓子	3.2	0.1	13か月連続プラス*
惣菜	-0.1	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-2.7	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	0.1	0.0	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	-2.4	-0.1	3か月ぶりマイナス
サービス	1.2	0.0	23か月連続プラス
その他	-5.3	-0.1	4か月連続マイナス
商品券	-5.4	-0.1	7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月から細分化したため、2007年1月からのトレンド

平成20年1月 東京地区百貨店売上高概況

平成20年2月19日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,618億円余
2. 前年同月比	-1.6% (2か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭-0.6% (88.8%) : 非店頭-9.2% (11.2%) () 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12月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	966,334㎡ (前年同月比: 0.9%)
6. 総従業員数	19,258人 (前年同月比: 3.3%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 2.1%、7-9月 -1.1%、8-10月 0.8%、 9-11月 0.2%、10-12月 0.1%、11-1月 -0.6%

[参考] 平成19年1月の売上高増減率は-0.1%

【1月売上の特徴】

- (1) 1月は中旬以降から寒気が強まったことにより、昨年末まで低調だったコート、ロングブーツ、手袋、マフラー等の防寒アイテムが活発に動いた。
- (2) また、上記のような通常の防寒アイテムとは別に、最近の原油高やエコロジー意識の高まりを背景に、ルームソックス、ルームシューズ、男性用レッグウォーマー等の「うちエコ」商材に注目が集まっている。
- (3) 都内各店の名物催事が集中的に展開され活況を呈した結果、来店客数増や他売場への買い回り効果が見られ、売上の下支え要因となった。
- (4) 政府の観光立国施策の一環として実施されている「Yokoso! Japan Weeks `08 (=YJW、1/20~2/29)」には、今年から百貨店業界あげて参画しているが、近年のアジア系外国人観光客の急増を背景に、既にその前半戦となる1月から、銀座・新宿地区を中心とした都内各店で外国人観光客の客数・売上とも大きな伸びを示している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.1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: 1店、②変化なし: 8店、③減少した: 11店、④不明: 2店
- (3) 1月歳時記 (初売り、冬的全館セール、成人の日) の売上 (同上)
 - ①増加した: 5店、②変化なし: 8店、③減少した: 1店、④不明: 8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: 11店、③減少する: 1店、④不明: 7店

東京地区百貨店 売上高速報 2008年01月

	売上高(千円)	構成比 (%)	対前年増減(-)率 (%)
総 額	161,846,207	100.0	-1.6
紳士服・洋品	15,929,846	9.8	-0.0
婦人服・洋品	47,401,571	29.3	-3.2
子供服・洋品	3,418,568	2.1	-0.9
その他衣料品	4,163,084	2.6	-3.5
衣 料 品	70,913,069	43.8	-2.4
身のまわり品	22,066,336	13.6	1.6
化粧品	6,622,265	4.1	4.5
美術・宝飾・貴金属	7,288,109	4.5	-13.9
その他雑貨	8,915,537	5.5	-1.7
雑 貨	22,825,911	14.1	-4.4
家 具	2,651,651	1.6	-3.9
家 電	835,451	0.5	-9.3
その他家庭用品	5,265,915	3.3	0.6
家 庭 用 品	8,753,017	5.4	-1.8
生 鮮 食 品	4,528,071	2.8	3.8
菓 子	7,976,037	4.9	5.5
惣 菜	7,103,926	4.4	-0.6
その他食料品	9,770,917	6.0	-1.2
食 料 品	29,378,951	18.2	1.4
食 堂 喫 茶	3,693,805	2.3	-4.0
サ ー ビ ス	1,687,065	1.0	4.2
そ の 他	2,528,053	1.6	-12.6

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	3,024,583 千円	-2.0
従 業 員 数	19,258 人	3.3
店 舗 面 積	966,334 m ²	0.9

営 業 日 数	30.1 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目では、プラスは身のまわり品、食料品。マイナスは衣料品、雑貨、家庭用品。化粧品・菓子は13か月連続プラス。その他家庭用品が2か月ぶりプラス、生鮮食品が9か月連続プラスとなった。

【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	-1.6	-	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-0.0	0.0	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-3.2	-0.9	5か月連続マイナス
子供服・洋品	-0.9	0.0	2か月連続マイナス
その他衣料品	-3.5	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-2.4	-1.1	5か月連続マイナス
身のまわり品	1.6	0.2	9か月連続プラス
化粧品	4.5	0.2	13か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-13.9	-0.7	3か月連続マイナス*
その他雑貨	-1.7	-0.1	4か月ぶりマイナス*
雑貨	-4.4	-0.6	2か月連続マイナス
家具	-3.9	-0.1	3か月連続マイナス
家電	-9.3	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他家庭用品	0.6	0.0	2か月ぶりプラス
家庭用品	-1.8	-0.1	2か月連続マイナス
生鮮食品	3.8	0.1	9か月連続プラス*
菓子	5.5	0.3	13か月連続プラス*
惣菜	-0.6	0.0	2か月連続マイナス*
その他食料品	-1.2	-0.1	2か月連続マイナス*
食料品	1.4	0.3	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	-4.0	-0.1	2か月ぶりマイナス
サービス	4.2	0.0	3か月連続プラス
その他	-12.6	-0.2	15か月連続マイナス
商品券	-2.0	0.0	2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月から細分化したため、2007年1月からのトレンド