

14時30分解禁

平成20年9月 全国百貨店売上高概況

平成20年10月17日

I. 概 況

1. 売上高総額	5,240億円余
2. 前年同月比	-4.7% (店舗数調整後/7か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	92社 279店 (平成20年8月対比-1社1店)
4. 総店舗面積	6,792,407㎡ (前年同月比:-0.2%)
5. 総従業員数	101,027人 (前年同月比:0.7%)
6. 3か月移動平均値	2-4月 -1.4%、3-5月 -2.4%、4-6月 -4.6%、 5-7月 -4.2%、6-8月 -4.4%、7-9月 -3.3%

[参考] 平成19年9月の売上高増減率は-2.5% (店舗数調整後)

【9月売上の特徴】

7か月連続で前年同月比マイナスとなった。

9月は比較的安定した天候と平年並みの気温で推移し、秋物商材の本格展開が期待されたが、中旬に発生した米国大手証券会社の破綻以降、世界的な景気後退のトレンドが明確になり、先行き不安による消費マインドの冷え込みが一層強まって、調査対象の全地区で前年実績を割り込むこととなった。

食料品や化粧品が好調に推移したこと、一部の店舗で改装効果が見られたこと、値頃感を訴求するセール催事が活発に展開されたことなど、売上を下支えするプラス要素もみられたが、前年に比べて土曜・日曜がそれぞれ1日ずつ減少したこと、主婦層の生活防衛意識の高まりで婦人服の不調が続いていること、株安による逆資産効果で宝飾・貴金属等の高額品が依然不振であること、特に昨年まで堅調であった欧米のラグジュアリーブランドが総じて成長を鈍化させていることなどが影響し、最終的には減収基調が続く結果となった。

【要 因】

(1) 天 候 : 気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 寒気の南下がほとんどなく、月前半を中心に高気圧に覆われて晴れの日が多かったため、全国的に高温となった。東日本太平洋側と西日本では、月後半に台風や低気圧の影響で曇りや雨の日が多かった。

(2) 営業日数増減 29.8日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日 (" -2日/土・日曜各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: 24店、②変化なし: 41店、③減少した: 85店、④不明: 42店

(5) 9月歳時記 (敬老の日、秋分の日/お彼岸) の売上 (同上)

①増加した: 5店、②変化なし: 80店、③減少した: 25店、④不明: 82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: 15店、②変化なし: 84店、③減少する: 38店、④不明: 55店

全国百貨店 売上高速報 2008年09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	524,017,205	100.0	-4.7 (-4.6)
10都市	339,013,504	64.7	-4.8 (-4.3)
札幌	14,801,754	2.8	-4.4
仙台	6,693,832	1.3	-7.7
東京	132,558,429	25.3	-4.6 (-3.4)
横浜	29,463,815	5.6	-0.5
名古屋	31,529,276	6.0	-8.7
京都	20,547,162	3.9	-3.7
大阪	64,190,617	12.2	-5.0
神戸	14,203,057	2.7	-5.2
広島	11,156,013	2.1	-5.0
福岡	13,869,549	2.6	-4.0
10都市以外の地区	185,003,701	35.3	-4.6 (-5.1)
北海道	3,762,984	0.7	-7.7 (-20.0)
東北	10,556,639	2.0	-3.3
関東	90,910,179	17.3	-3.3
中部	13,912,839	2.7	-4.7
近畿	16,604,060	3.2	-2.9
中国	12,247,399	2.3	-4.9 (-8.5)
四国	9,617,314	1.8	-6.0
九州	27,392,287	5.2	-8.8

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	524,017,205	100.0	-4.7 (-4.6)
紳士服・洋品	32,931,301	6.3	-2.6 (-2.9)
婦人服・洋品	134,136,470	25.6	-4.9 (-5.0)
子供服・洋品	12,053,717	2.3	-5.7 (-5.8)
その他衣料品	15,421,836	2.9	-7.1 (-7.3)
■ 衣 料 品	194,543,324	37.1	-4.8 (-4.9)
■ 身のまわり品	70,376,696	13.4	-8.8 (-8.6)
化粧品	29,409,987	5.6	1.2 (1.1)
美術・宝飾・貴金属	28,262,368	5.4	-6.4 (-6.5)
その他雑貨	22,734,580	4.3	-12.1 (-11.5)
■ 雑 貨	80,406,935	15.3	-5.5 (-5.4)
家 具	7,651,494	1.5	-18.2 (-18.1)
家 電	1,718,360	0.3	-29.6 (-29.6)
その他家庭用品	17,041,934	3.3	-7.1 (-7.1)
■ 家 庭 用 品	26,411,788	5.0	-12.4 (-12.3)
生 鮮 食 品	28,208,095	5.4	-0.5 (0.0)
菓 子	29,526,170	5.6	0.8 (1.0)
惣 菜	28,642,005	5.5	-2.8 (-2.6)
その他食料品	35,318,689	6.7	2.7 (3.0)
■ 食 料 品	121,694,959	23.2	0.2 (0.5)
食 堂 喫 茶	15,677,955	3.0	-6.0 (-4.9)
サ ー ビ ス	5,589,936	1.1	-11.2 (-10.0)
そ の 他	9,315,612	1.8	7.2 (6.5)
商 品 券	14,240,384	2.7	-10.0 (-10.1)

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。(■は主要5品目)

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | -4.8% (店舗数調整後/7か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -4.6% (// /15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	-4.8	-3.1	7か月連続マイナス
札幌	-4.4	-0.1	2か月ぶりマイナス
仙台	-7.7	-0.1	5か月連続マイナス
東京	-4.6	-1.2	7か月連続マイナス
横浜	-0.5	0.0	2か月連続マイナス
名古屋	-8.7	-0.6	10か月連続マイナス
京都	-3.7	-0.1	2か月ぶりマイナス
大阪	-5.0	-0.6	7か月連続マイナス
神戸	-5.2	-0.1	6か月連続マイナス
広島	-5.0	-0.1	7か月連続マイナス
福岡	-4.0	-0.1	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	-4.6	-1.6	15か月連続マイナス
北海道	-7.7	-0.1	11か月連続マイナス*
東北	-3.3	-0.1	6か月連続マイナス*
関東	-3.3	-0.6	15か月連続マイナス
中部	-4.7	-0.1	6か月連続マイナス
近畿	-2.9	-0.1	6か月連続マイナス
中国	-4.9	-0.1	4か月連続マイナス*
四国	-6.0	-0.1	15か月連続マイナス
九州	-8.8	-0.5	13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21か月連続プラス、その他食料品が4か月ぶりにプラスとなった。

【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	—	7か月連続マイナス
紳士服・洋品	-2.6	-0.2	6か月連続マイナス
婦人服・洋品	-4.9	-1.3	15か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.7	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	-7.1	-0.2	7か月連続マイナス
衣料品	-4.8	-1.8	15か月連続マイナス
身のまわり品	-8.8	-1.2	13か月連続マイナス
化粧品	1.2	0.1	21か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-6.4	-0.4	19か月連続マイナス*
その他雑貨	-12.1	-0.6	10か月連続マイナス*
雑貨	-5.5	-0.9	7か月連続マイナス
家具	-18.2	-0.3	10か月連続マイナス
家電	-29.6	-0.1	9か月連続マイナス
その他家庭用品	-7.1	-0.2	7か月連続マイナス
家庭用品	-12.4	-0.7	10か月連続マイナス
生鮮食品	-0.5	0.0	3か月連続マイナス*
菓子	0.8	0.0	21か月連続プラス*
惣菜	-2.8	-0.1	4か月連続マイナス*
その他食料品	2.7	0.2	4か月ぶりプラス*
食料品	0.2	0.0	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	-6.0	-0.2	2か月連続マイナス
サービス	-11.2	-0.1	4か月連続マイナス
その他	7.2	0.1	12か月ぶりプラス
商品券	-10.0	-0.3	15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9月 東京地区百貨店売上高概況

平成20年10月17日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,325億円余
2. 前年同月比	-4.6% (店舗数調整後/7か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-4.3% (87.3%) : 非店頭-6.8% (12.7%) ()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20年8月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	988,391㎡ (前年同月比: 2.8%)
6. 総従業員数	19,092人 (前年同月比: 2.8%)
7. 3か月移動平均値	2-4月 0.3%、3-5月 -1.2%、4-6月 -3.6%、 5-7月 -3.5%、6-8月 -4.1%、7-9月 -3.0%

[参考] 平成19年9月の売上高増減率は-2.1%

【9月売上の特徴】

- (1) 都内各店で入店客数は前年をクリアしたが、単価の低い食料品などがシェアを伸ばした反面、重衣料や宝飾品等の高額商材が不振であった影響で、客単価が下落し売上全体を押し下げる結果となった。
- (2) 今年秋にリニューアル・オープンした各店の売場では、上手く需要動向に適応して目標予算を達成するなど順調に推移している。
- (3) 9月に入って都内で巡回開催された「北海道物産展」は、各店いずれも対前年比二桁増を記録するほど好評であった。
- (4) 景気の影響を受けやすい紳士服は、カジュアルウェアが堅調である一方で、ビジネスアイテムが苦戦を強いられている。

【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: 6店、②変化なし: 6店、③減少した: 8店、④不明: 3店
- (3) 9月歳時記 (敬老の日、秋分の日/お彼岸) の売上 (同上)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 11店、③減少した: 1店、④不明: 10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: 2店、②変化なし: 15店、③減少する: 3店、④不明: 3店

東京地区百貨店 売上高速報 2008年09月

※店舗数調整後 ()が調整前

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
総 額	132,558,429	100.0	-4.6 (-3.4)
紳士服・洋品	10,027,125	7.6	-2.3 (-2.3)
婦人服・洋品	31,582,055	23.8	-6.7 (-6.3)
子供服・洋品	2,182,991	1.6	-8.8 (-8.3)
その他衣料品	3,157,816	2.4	-11.8 (-11.7)
■ 衣 料 品	46,949,987	35.4	-6.3 (-5.9)
■ 身のまわり品	19,404,080	14.6	-6.8 (-5.6)
化粧品	7,364,198	5.6	1.2 (1.7)
美術・宝飾・貴金属	8,427,721	6.4	-4.8
その他雑貨	6,914,612	5.2	-13.6 (-11.1)
■ 雑 貨	22,706,531	17.1	-5.9 (-4.9)
家 具	2,347,300	1.8	-20.2 (-19.5)
家 電	672,694	0.5	-42.8
その他家庭用品	4,503,864	3.4	-6.0 (-5.0)
■ 家 庭 用 品	7,523,858	5.7	-15.6 (-14.8)
生 鮮 食 品	4,422,832	3.3	-0.8 (3.6)
菓 子	7,084,909	5.3	1.1 (2.7)
惣 菜	6,404,555	4.8	-4.2 (-3.1)
その他食料品	9,465,695	7.1	7.6 (10.0)
■ 食 料 品	27,377,991	20.7	1.6 (3.8)
食 堂 喫 茶	3,740,769	2.8	-0.5 (6.0)
サ ー ビ ス	1,643,208	1.2	-22.3 (-18.6)
そ の 他	3,212,005	2.4	48.0 (48.2)

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。(■は主要5品目)

対前年増減(-)率 (%)

商 品 券	2,675,996 千円	-15.5
従 業 員 数	19,092 人	2.8
店 舗 面 積	988,391 m ²	2.8

営 業 日 数	29.9 日	前 年	30.0 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 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。菓子は21か月連続プラス、化粧品は先月前年比較を開始して以来初めてマイナスとなったが2か月ぶりにプラスとなった。また、その他食料品が2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	-4.6	—	7か月連続マイナス
紳士服・洋品	-2.3	-0.2	6か月連続マイナス
婦人服・洋品	-6.7	-1.7	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-8.8	-0.2	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	-11.8	-0.3	5か月連続マイナス
衣料品	-6.3	-2.3	2か月連続マイナス
身のまわり品	-6.8	-1.0	6か月連続マイナス
化粧品	1.2	0.1	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	-4.8	-0.3	2か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-13.6	-0.8	4か月連続マイナス*
雑貨	-5.9	-1.0	5か月連続マイナス
家具	-20.2	-0.4	6か月連続マイナス
家電	-42.8	-0.4	9か月連続マイナス
その他家庭用品	-6.0	-0.2	4か月連続マイナス
家庭用品	-15.6	-1.0	4か月連続マイナス
生鮮食品	-0.8	0.0	2か月ぶりマイナス*
菓子	1.1	0.1	21か月連続プラス*
惣菜	-4.2	-0.2	6か月連続マイナス*
その他食料品	7.6	0.5	2か月連続プラス*
食料品	1.6	0.3	2か月連続プラス
食堂喫茶	-0.5	0.0	2か月連続マイナス
サービス	-22.3	-0.3	2か月連続マイナス
その他	48.0	0.8	23か月ぶりプラス
商品券	-15.5	-0.4	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