

14時30分解禁

平成20年10月 全国百貨店売上高概況

平成20年11月18日

I. 概況

1. 売上高総額	5,845億円余
2. 前年同月比	-6.8% (店舗数調整後/8か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	92社 281店 (平成20年9月対比+2店)
4. 総店舗面積	6,803,504㎡ (前年同月比:-0.1%)
5. 総従業員数	101,272人 (前年同月比:-1.6%)
6. 3か月移動平均値	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%、8-10月 -5.0%

[参考] 平成19年10月の売上高増減率は-1.4% (店舗数調整後)

【10月売上の特徴】

8か月連続で前年同月比マイナスとなった。

10月は、全国的に高温の影響を受けて秋冬物商材の売れ行きに影響を受けたほか、9月中旬に発生した米国の金融危機以降、世界的に極めて不安定な経済情勢の中で、国内においても円高等による企業業績の不振など実体経済への影響が懸念され、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、高額品を中心に売上減少幅が広がった。

食料品や化粧品が引き続き好調に推移したこと、地方物産展やプロ野球優勝セールをはじめ各種催事が活発に展開されたこと、景気の影響を受けにくいヤング層を対象とした一部売場改装が好評であることなどプラス要素もみられたが、主力の衣料品、特に重衣料が高温の影響もあり不振であったこと、バブル後最安値を付けた株安による逆資産効果から美術・宝飾・貴金属をはじめとする高額商品が二桁減少したことなどが影響し、最終的には減収基調が続く結果となった。また、地区別には大都市(10都市)が地方の減少幅を上回った。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「10月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 月の初めと終わりを除き寒気の南下が弱く、全国的に高温となった。北日本、東・西日本日本海側と沖縄・奄美では高気圧に覆われることが多く前線の影響を受けにくかった。このため同地区の日照時間は多かった。

(2) 営業日数増減 30.8日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9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：29店、②変化なし：46店、③減少した：75店、④不明：44店

(5) 10月歳時記 (秋物商戦、体育の日、旅行シーズン) の売上 (同上)

①増加した：4店、②変化なし：56店、③減少した：50店、④不明：84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：63店、③減少する：57店、④不明：59店

全国百貨店 売上高速報 2008年10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	584,557,699	100.0	-6.8 (-6.6)
10都市	374,117,544	64.0	-7.2 (-6.7)
札幌	15,288,171	2.6	-6.1
仙台	7,539,261	1.3	-9.1
東京	146,674,327	25.1	-8.4 (-7.3)
横浜	32,369,635	5.5	-3.6
名古屋	34,685,459	5.9	-8.3
京都	22,526,554	3.9	-6.7
大阪	71,821,482	12.3	-6.2
神戸	15,238,250	2.6	-8.5
広島	12,233,974	2.1	-4.9
福岡	15,740,431	2.7	-6.1
10都市以外の地区	210,440,155	36.0	-6.1 (-6.4)
北海道	4,054,659	0.7	-7.1 (-28.8)
東北	11,911,538	2.0	-7.9
関東	99,990,259	17.1	-6.4
中部	16,733,284	2.9	-2.5
近畿	18,593,603	3.2	-7.7
中国	15,411,095	2.6	-6.0 (-2.6)
四国	11,389,435	1.9	-5.0
九州	32,356,282	5.5	-5.7

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	584,557,699	100.0	-6.8 (-6.6)
紳士服・洋品	47,107,783	8.1	-9.0 (-9.3)
婦人服・洋品	153,647,555	26.3	-9.8 (-9.9)
子供服・洋品	14,962,290	2.6	-8.5 (-8.6)
その他衣料品	18,211,788	3.1	-9.8 (-10.1)
■ 衣 料 品	233,929,416	40.0	-9.6 (-9.7)
■ 身のまわり品	74,155,296	12.7	-9.7 (-9.6)
化粧品	28,874,286	4.9	0.6 (0.7)
美術・宝飾・貴金属	27,506,330	4.7	-13.5 (-13.3)
その他雑貨	24,115,409	4.1	-12.4 (-11.9)
■ 雑 貨	80,496,025	13.8	-8.5 (-8.3)
家 具	8,332,906	1.4	-19.8 (-19.8)
家 電	1,844,160	0.3	-40.8 (-40.8)
その他家庭用品	18,631,348	3.2	-8.8 (-8.8)
■ 家 庭 用 品	28,808,414	4.9	-15.1 (-15.1)
生 鮮 食 品	30,848,845	5.3	0.4 (1.0)
菓 子	31,182,605	5.3	3.6 (4.1)
惣 菜	32,351,945	5.5	-1.7 (-1.1)
その他食料品	41,141,203	7.0	3.9 (4.4)
■ 食 料 品	135,524,598	23.2	1.6 (2.2)
食 堂 喫 茶	15,641,591	2.7	-2.8 (-1.6)
サ ー ビ ス	6,103,806	1.0	-4.2 (-3.0)
そ の 他	9,898,553	1.7	17.2 (16.7)
商 品 券	17,314,337	3.0	-2.2 (-2.1)

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 | -7.2% (店舗数調整後/8か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -6.1% (" /16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	-7.2	-4.6	8か月連続マイナス
札幌	-6.1	-0.2	2か月連続マイナス
仙台	-9.1	-0.1	6か月連続マイナス
東京	-8.4	-2.1	8か月連続マイナス
横浜	-3.6	-0.2	3か月連続マイナス
名古屋	-8.3	-0.5	11か月連続マイナス
京都	-6.7	-0.3	2か月連続マイナス
大阪	-6.2	-0.8	8か月連続マイナス
神戸	-8.5	-0.2	7か月連続マイナス
広島	-4.9	-0.1	8か月連続マイナス
福岡	-6.1	-0.2	3か月連続マイナス
10都市以外の地区	-6.1	-2.2	16か月連続マイナス
北海道	-7.1	-0.1	12か月連続マイナス*
東北	-7.9	-0.2	7か月連続マイナス*
関東	-6.4	-1.1	16か月連続マイナス
中部	-2.5	-0.1	7か月連続マイナス
近畿	-7.7	-0.2	7か月連続マイナス
中国	-6.0	-0.1	5か月連続マイナス*
四国	-5.0	-0.1	16か月連続マイナス
九州	-5.7	-0.3	14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22か月連続プラス、生鮮食品が4か月ぶりにプラス、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	-6.8	-	8か月連続マイナス
紳士服・洋品	-9.0	-0.7	7か月連続マイナス
婦人服・洋品	-9.8	-2.7	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-8.5	-0.2	2か月連続マイナス
その他衣料品	-9.8	-0.3	8か月連続マイナス
衣料品	-9.6	-4.0	16か月連続マイナス
身のまわり品	-9.7	-1.3	14か月連続マイナス
化粧品	0.6	0.0	22か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-13.5	-0.7	20か月連続マイナス*
その他雑貨	-12.4	-0.5	11か月連続マイナス*
雑貨	-8.5	-1.2	8か月連続マイナス
家具	-19.8	-0.3	11か月連続マイナス
家電	-40.8	-0.2	10か月連続マイナス
その他家庭用品	-8.8	-0.3	8か月連続マイナス
家庭用品	-15.1	-0.8	11か月連続マイナス
生鮮食品	0.4	0.0	4か月ぶりプラス*
菓子	3.6	0.2	22か月連続プラス*
惣菜	-1.7	-0.1	5か月連続マイナス*
その他食料品	3.9	0.2	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	-2.8	-0.1	3か月連続マイナス
サービス	-4.2	0.0	5か月連続マイナス
その他	17.2	0.2	2か月連続プラス
商品券	-2.2	-0.1	16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10月 東京地区百貨店売上高概況

平成20年11月18日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,466億円余
2. 前年同月比	-8.4% (店舗数調整後/8か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-7.6% (87.7%) : 非店頭-13.3% (12.3%) () 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9月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	985,275㎡ (前年同月比: 2.1%)
6. 総従業員数	19,006人 (前年同月比: -2.1%)
7. 3か月移動平均値	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%、8-10月 -5.9%

[参考] 平成19年10月の売上高増減率は0.6%

【10月売上の特徴】

- (1) 売上減少の背景には最近の消費マインドの冷え込みに加えて、昨年都内各所で行われた大型リニューアルや大型セールスの反動要素も含まれている。
- (2) 株安による逆資産効果から、昨年まで堅調に推移してきた海外高級ブランドが、ここに来て急速に成長を鈍化させている。
- (3) 「おせち」と「クリスマスケーキ」の早期受注は昨年以上に好調に推移しているが、この要因には、最近の「家族で共に過ごす」ライフスタイルの変化が指摘されている。また、高額な老舗料亭のおせちは依然として人気が高く既に完売したものも多い。
- (4) 景気の影響を直接受けやすい紳士ビジネスウェアは、プロパー商材が不振な一方でセール開催は活況を見せている。
- (5) アイテム別のトレンドとしては、婦人ファッションの「ファー(毛皮)アイテム」や、マラソンブームを背景とした「ランニング用品」に注目が集まっている。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 31.0日 (前年同月比+0.3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: 8店、③減少した: 6店、④不明: 3店
- (3) 10月歳時記(秋物商戦、体育の日、旅行シーズン)の売上(同上)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 6店、③減少した: 2店、④不明: 14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: 1店、②変化なし: 13店、③減少する: 5店、④不明: 4店

東京地区百貨店 売上高速報 2008年10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	146,674,327	100.0	-8.4 (-7.3)
紳士服・洋品	13,993,934	9.5	-10.6 (-10.5)
婦人服・洋品	36,675,781	25.0	-10.8 (-10.4)
子供服・洋品	2,856,975	1.9	-2.7 (-2.1)
その他衣料品	3,918,247	2.7	-13.3 (-13.3)
■ 衣 料 品	57,444,937	39.2	-10.6 (-10.3)
■ 身のまわり品	20,537,980	14.0	-11.4 (-10.2)
化粧品	7,354,078	5.0	1.9 (2.4)
美術・宝飾・貴金属	7,793,343	5.3	-20.0
その他雑貨	7,549,973	5.1	-13.7 (-11.5)
■ 雑 貨	22,697,394	15.5	-11.7 (-10.8)
家 具	2,497,477	1.7	-14.6 (-14.0)
家 電	640,833	0.4	-60.6
その他家庭用品	4,706,136	3.2	-13.0 (-12.1)
■ 家 庭 用 品	7,844,446	5.3	-21.3 (-20.6)
生 鮮 食 品	4,883,980	3.3	-2.3 (1.6)
菓 子	7,496,754	5.1	2.5 (3.9)
惣 菜	7,037,777	4.8	-5.7 (-4.8)
その他食料品	9,317,538	6.4	-0.1 (2.6)
■ 食 料 品	28,736,049	19.6	-1.3 (0.8)
食 堂 喫 茶	3,743,600	2.6	2.3 (8.8)
サ ー ビ ス	1,878,422	1.3	-1.1 (3.0)
そ の 他	3,791,499	2.6	69.2 (69.4)

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	2,916,446 千円	-18.2
従 業 員 数	19,006 人	-2.1
店 舗 面 積	985,275 m ²	2.1

営 業 日 数	31.0 日	前年	30.7 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、全品目がマイナスとなった。菓子は22か月連続プラス、化粧品が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	-8.4	—	8か月連続マイナス
紳士服・洋品	-10.6	-1.0	7か月連続マイナス
婦人服・洋品	-10.8	-2.8	3か月連続マイナス
子供服・洋品	-2.7	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-13.3	-0.4	6か月連続マイナス
衣料品	-10.6	-4.3	3か月連続マイナス
身のまわり品	-11.4	-1.6	7か月連続マイナス
化粧品	1.9	0.1	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-20.0	-1.2	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-13.7	-0.7	5か月連続マイナス*
雑貨	-11.7	-1.9	6か月連続マイナス
家具	-14.6	-0.3	7か月連続マイナス
家電	-60.6	-0.6	10か月連続マイナス
その他家庭用品	-13.0	-0.4	5か月連続マイナス
家庭用品	-21.3	-1.3	5か月連続マイナス
生鮮食品	-2.3	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	2.5	0.1	22か月連続プラス*
惣菜	-5.7	-0.3	7か月連続マイナス*
その他食料品	-0.1	0.0	3か月ぶりマイナス*
食料品	-1.3	-0.2	3か月ぶりマイナス
食堂喫茶	2.3	0.0	3か月ぶりプラス
サービス	-1.1	0.0	3か月連続マイナス
その他	69.2	1.0	2か月連続プラス
商品券	-18.2	-0.4	8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