

14時30分解禁

平成20年11月 全国百貨店売上高概況

平成20年12月18日

I. 概 況

1. 売上高総額	6,491億円余
2. 前年同月比	-6.4% (店舗数調整後/9か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	91社 280店 (平成20年10月対比-1社1店)
4. 総店舗面積	6,811,866㎡ (前年同月比:0.0%)
5. 総従業員数	101,854人 (前年同月比:-1.2%)
6. 3か月移動平均値	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%、9-11月 -6.1%

[参考] 平成19年11月の売上高増減率は0.9% (店舗数調整後)

【11月売上の特徴】

9か月連続で前年同月比マイナスとなった。

11月は、中旬以降の気温低下や休日日数の増加を背景に、最需要期を迎えた主力の重衣料など季節商材の動向に期待が持たれたが、景気情勢が一段と減速する中で、企業業績の不振による株価下落や雇用不安など、消費者の買い控え心理を増幅させる要因が重なり、先月と同様に、高額品を中心として多くの商品分野で売上減少に歯止めがかからなかった。

歳暮の早期受注が前年を上回って好調に推移したこと、家族団らん志向の高まりから食料品が健闘していること、化粧品が引き続き堅調であることなどプラス要素もみられたが、ファッション衣料や服飾雑貨で単品買いが進み客単価が下落していること、法人需要の冷え込みで外商が不振であったこと、取引先メーカーによる生産・在庫調整等の動きもあって特に地方店を中心に欠品が発生したことなどが影響し、最終的には減収基調に大きな変化はなかった。また、地区別には3か月連続で大都市(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「11月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)
◇ 全国的に寒暖の変動が大きく、特に中旬は、中頃にかけて暖かな高気圧に覆われたことや気圧の谷に向かう暖気の影響で、気温が平均を上回ったが、気圧の谷が通過した後は、強い寒気が南下し大きく気温が下がった。
- (2) 営業日数増減 29.8日 (前年同月比-0.1日)
- (3) 土・日・祝日の合計 12日 (" +3日/土曜2日増・日曜1日増)
- (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:34店、②変化なし:49店、③減少した:68店、④不明:42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:45店、②変化なし:56店、③減少した:32店、④不明:60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:10店、②変化なし:51店、③減少する:75店、④不明:57店

全国百貨店 売上高速報 2008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	649,127,491	100.0	-6.4 (-6.3)
10都市	416,293,520	64.1	-7.3 (-7.1)
札幌	16,093,776	2.5	-5.7
仙台	7,825,538	1.2	-6.6
東京	163,718,335	25.2	-7.2 (-6.2)
横浜	35,995,917	5.5	-2.8 (-5.0)
名古屋	36,275,659	5.6	-15.1
京都	25,862,513	4.0	-4.8
大阪	82,521,944	12.7	-7.6
神戸	18,247,918	2.8	-7.0
広島	12,957,910	2.0	-6.2
福岡	16,794,010	2.6	-6.0
10都市以外の地区	232,833,971	35.9	-4.8 (-4.6)
北海道	4,260,765	0.7	-7.5
東北	12,292,860	1.9	-8.2
関東	111,730,683	17.2	-4.6
中部	18,283,362	2.8	-7.5
近畿	21,603,245	3.3	-2.4
中国	16,705,112	2.6	-4.0 (-1.7)
四国	12,288,974	1.9	-4.6
九州	35,668,970	5.5	-4.1

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	649,127,491	100.0	-6.4 (-6.3)
紳士服・洋品	54,915,276	8.5	-7.7 (-7.7)
婦人服・洋品	150,679,444	23.2	-10.3 (-10.2)
子供服・洋品	15,468,390	2.4	-4.6 (-4.6)
その他衣料品	18,749,284	2.9	-7.3 (-7.3)
■ 衣 料 品	239,812,394	36.9	-9.1 (-9.1)
■ 身のまわり品	72,428,359	11.2	-9.6 (-9.2)
化粧品	32,261,173	5.0	0.4 (0.5)
美術・宝飾・貴金属	27,918,024	4.3	-15.9 (-16.0)
その他雑貨	26,795,706	4.1	-12.9 (-12.4)
■ 雑 貨	86,974,903	13.4	-9.5 (-9.4)
家 具	8,687,095	1.3	-21.1 (-20.9)
家 電	1,970,335	0.3	-26.0 (-26.3)
その他家庭用品	19,941,103	3.1	-9.8 (-9.6)
■ 家 庭 用 品	30,598,533	4.7	-14.5 (-14.3)
生 鮮 食 品	41,041,571	6.3	0.7 (1.0)
菓 子	40,339,151	6.2	2.2 (2.4)
惣 菜	37,066,528	5.7	-3.2 (-2.9)
その他食料品	67,547,519	10.4	1.9 (2.0)
■ 食 料 品	185,994,769	28.7	0.6 (0.9)
食 堂 喫 茶	16,485,913	2.5	-0.7 (0.5)
サ ー ビ ス	6,598,365	1.0	-0.6 (-0.2)
そ の 他	10,234,255	1.6	4.4 (3.6)
商 品 券	26,901,715	4.1	-9.7 (-9.7)

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 | -7.3% (店舗数調整後／9か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -4.8% (" ／17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	-7.3	-4.8	9か月連続マイナス
札幌	-5.7	-0.1	3か月連続マイナス
仙台	-6.6	-0.1	7か月連続マイナス
東京	-7.2	-1.8	9か月連続マイナス
横浜	-2.8	-0.1	4か月連続マイナス
名古屋	-15.1	-0.9	12か月連続マイナス
京都	-4.8	-0.2	3か月連続マイナス
大阪	-7.6	-1.0	9か月連続マイナス
神戸	-7.0	-0.2	8か月連続マイナス
広島	-6.2	-0.1	9か月連続マイナス
福岡	-6.0	-0.2	4か月連続マイナス
10都市以外の地区	-4.8	-1.7	17か月連続マイナス
北海道	-7.5	0.0	13か月連続マイナス*
東北	-8.2	-0.2	8か月連続マイナス*
関東	-4.6	-0.8	17か月連続マイナス
中部	-7.5	-0.2	8か月連続マイナス
近畿	-2.4	-0.1	8か月連続マイナス
中国	-4.0	-0.1	6か月連続マイナス*
四国	-4.6	-0.1	17か月連続マイナス
九州	-4.1	-0.2	15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23か月連続プラス、生鮮食品が2か月連続プラス、その他食料品が3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	-6.4	—	9か月連続マイナス
紳士服・洋品	-7.7	-0.7	8か月連続マイナス
婦人服・洋品	-10.3	-2.5	17か月連続マイナス
子供服・洋品	-4.6	-0.1	3か月連続マイナス
その他衣料品	-7.3	-0.2	9か月連続マイナス
衣料品	-9.1	-3.5	17か月連続マイナス
身のまわり品	-9.6	-1.1	15か月連続マイナス
化粧品	0.4	0.0	23か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-15.9	-0.8	21か月連続マイナス*
その他雑貨	-12.9	-0.6	12か月連続マイナス*
雑貨	-9.5	-1.3	9か月連続マイナス
家具	-21.1	-0.3	12か月連続マイナス
家電	-26.0	-0.1	11か月連続マイナス
その他家庭用品	-9.8	-0.3	9か月連続マイナス
家庭用品	-14.5	-0.7	12か月連続マイナス
生鮮食品	0.7	0.0	2か月連続プラス*
菓子	2.2	0.1	23か月連続プラス*
惣菜	-3.2	-0.2	6か月連続マイナス*
その他食料品	1.9	0.2	3か月連続プラス*
食料品	0.6	0.2	3か月連続プラス
食堂喫茶	-0.7	0.0	4か月連続マイナス
サービス	-0.6	0.0	6か月連続マイナス
その他	4.4	0.1	3か月連続プラス
商品券	-9.7	-0.4	17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11月 東京地区百貨店売上高概況

平成20年12月18日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,637億円余
2. 前年同月比	-7.2% (店舗数調整後/9か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-6.4% (87.1%) : 非店頭-11.9% (12.9%) ()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10月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	988,391㎡ (前年同月比: 2.3%)
6. 総従業員数	19,297人 (前年同月比: -2.2%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 -3.6%、5-7月 -3.5%、6-8月 -4.1%、 7-9月 -3.0%、8-10月 -6.0%、9-11月 -6.9%

[参考] 平成19年11月の売上高増減率は1.7%

【11月売上の特徴】

- (1) 催事等の仕掛けの効果で入店客数は前年を上回る店が多かったものの、購買比率が低く客単価も低下しているため売上全体を押し上げることはできなかった。
- (2) 最盛期のコートは非常に苦戦したが、この背景には消費マインドの冷え込みに加えて、今期特徴的なトレンド変化がなく買い換え需要を喚起できなかったこともある。
- (3) 円高を背景に複数の海外ブランドで値下げが実施されたが、現状では売上減少傾向を転換するほどの明確な効果は確認できていない。
- (4) 季節商材の「おせち」と「クリスマスケーキ」は二桁増の店も出るほど好調に推移している。家庭回帰のライフスタイルが浸透し始めたことが伺える。また、食の安心・安全志向は一層強まっており、国産素材を使用したおせちは各店で発売後すぐに完売した。
- (5) 店頭での早めの展開やテレビCMの影響などもあって、都内各店でランドセルの売上が大きく伸びた。最近のランドセルは、カラー・デザインの多様化や軽量を軸とした高機能化を背景に品揃えの幅が広がっており、それに合わせて、以前は1月下旬にあった需要のピークも年々前倒し傾向を示している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.0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: 7店、②変化なし: 8店、③減少した: 6店、④不明: 2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: 4店、②変化なし: 9店、③減少した: 5店、④不明: 5店
- (4) 翌月上見通し(回答店舗数で見る傾向値)
 - ①増加する: 2店、②変化なし: 9店、③減少する: 9店、④不明: 3店

東京地区百貨店 売上高速報 2008年11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	163,718,335	100.0	-7.2 (-6.2)
紳士服・洋品	15,056,521	9.2	-8.2 (-8.1)
婦人服・洋品	35,523,686	21.7	-10.1 (-9.6)
子供服・洋品	2,871,441	1.8	-0.4 (0.2)
その他衣料品	4,165,691	2.5	-9.9 (-9.9)
■ 衣 料 品	57,617,339	35.2	-9.1 (-8.8)
■ 身のまわり品	20,122,579	12.3	-8.4 (-6.9)
化粧品	8,332,594	5.1	0.1 (0.5)
美術・宝飾・貴金属	7,796,633	4.8	-20.4
その他雑貨	8,429,533	5.1	-17.5 (-15.6)
■ 雑 貨	24,558,760	15.0	-13.3 (-12.5)
家 具	2,730,197	1.7	-1.7 (-1.0)
家 電	626,118	0.4	-34.3
その他家庭用品	5,145,183	3.1	-18.9 (-18.0)
■ 家 庭 用 品	8,501,498	5.2	-15.6 (-14.9)
生 鮮 食 品	7,111,781	4.3	-0.1 (2.5)
菓 子	10,449,155	6.4	1.7 (2.6)
惣 菜	8,714,250	5.3	-3.4 (-2.3)
その他食料品	17,113,344	10.5	-0.9 (0.3)
■ 食 料 品	43,388,530	26.5	-0.7 (0.7)
食 堂 喫 茶	3,859,857	2.4	-3.8 (2.1)
サ ー ビ ス	2,191,146	1.3	2.0 (5.6)
そ の 他	3,478,626	2.1	27.1 (27.2)

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	5,496,361 千円	-17.2
従 業 員 数	19,297 人	-2.2
店 舗 面 積	988,391 m ²	2.3

営 業 日 数	30.0 日	前年	29.9 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23か月連続プラス、化粧品が3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	-7.2	—	9か月連続マイナス
紳士服・洋品	-8.2	-0.8	8か月連続マイナス
婦人服・洋品	-10.1	-2.3	4か月連続マイナス
子供服・洋品	-0.4	0.0	3か月連続マイナス
その他衣料品	-9.9	-0.3	7か月連続マイナス
衣料品	-9.1	-3.3	4か月連続マイナス
身のまわり品	-8.4	-1.0	8か月連続マイナス
化粧品	0.1	0.0	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-20.4	-1.1	3か月連続マイナス*
その他雑貨	-17.5	-1.0	6か月連続マイナス*
雑貨	-13.3	-2.1	7か月連続マイナス
家具	-1.7	0.0	8か月連続マイナス
家電	-34.3	-0.2	11か月連続マイナス
その他家庭用品	-18.9	-0.7	6か月連続マイナス
家庭用品	-15.6	-0.9	6か月連続マイナス
生鮮食品	-0.1	0.0	3か月連続マイナス*
菓子	1.7	0.1	23か月連続プラス*
惣菜	-3.4	-0.2	8か月連続マイナス*
その他食料品	-0.9	-0.1	2か月連続マイナス*
食料品	-0.7	-0.2	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
サービス	2.0	0.0	4か月ぶりプラス
その他	27.1	0.4	3か月連続プラス
商品券	-17.2	-0.7	9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