

14時30分解禁

平成21年1月 全国百貨店売上高概況

平成21年2月19日

I. 概況

1. 売上高総額	6,131億円余
2. 前年同月比	-9.1% (店舗数調整後/11か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	90社 279店 (平成20年12月対比-1社1店)
4. 総店舗面積	6,796,287㎡ (前年同月比:-0.2%)
5. 総従業員数	100,980人 (前年同月比:-1.3%)
6. 3か月移動平均値	6-8月 -4.4%、7-9月 -3.3%、8-10月 -5.0%、 9-11月 -6.1%、10-12月 -7.7%、11-1月 -8.4%

[参考] 平成20年1月の売上高増減率は-2.1% (店舗数調整後)

【1月売上の特徴】

11か月連続で前年同月比マイナスとなった。

1月は、昨年後半から続く世界的な景気後退の中で、年明け以降も国内有力企業の業績下方修正が相次いで発表されるなど、雇用や所得の先行きに対する不安要素が重なり、消費者の生活防衛意識が一層高まる傾向を受けて、宝飾品等の高額商材や衣料品等のファッション商材を中心に引き続き苦戦を強いられ、初売りも全般的に伸び悩んだ。

全館クリアランスセールの新値下げが前倒しで行われたこと、堅調な食料品が再び増収基調に回復したこと、各種催事効果から入店客数は前年並みを維持していることなどプラス要素もみられたが、主力の婦人服・紳士服ともに冬物重衣料の動きが鈍いこと、目的買い・単品購入の傾向が強まって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などが影響し、最終的には厳しい状況に大きな変化は見られなかった。

なお、前月(08.12月/-9.4%)との比較では売上減少幅は若干改善した。

【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)
 - ◇ 寒気の影響が小さかった北・東日本では高温となった。また、北・東日本日本海側の降雪量は少なかったが、同太平洋側は顕著な多雨であった。一方、寒気がしばしば流入した西日本では寒暖の変動が大きかった。
- (2) 営業日数増減 30.0日 (前年同月比±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 11日 (// +1日/土曜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：16店、②変化なし：36店、③減少した：97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：4店、②変化なし：46店、③減少した：83店、④不明：59店
- (6) 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：49店、③減少する：89店、④不明：52店

全国百貨店 売上高速報 2009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	613,181,308	100.0	-9.1 (-8.9)
10都市	388,889,754	63.4	-9.3 (-9.0)
札幌	16,516,823	2.7	-5.8
仙台	8,435,190	1.4	-11.4
東京	148,049,560	24.1	-9.6 (-8.5)
横浜	32,206,537	5.3	-8.6 (-10.3)
名古屋	36,536,432	6.0	-14.1
京都	24,676,963	4.0	-6.4
大阪	76,670,144	12.5	-6.8
神戸	16,596,612	2.7	-10.2
広島	13,656,795	2.2	-10.4
福岡	15,544,698	2.5	-12.0
10都市以外の地区	224,291,554	36.6	-8.8 (-8.8)
北海道	4,191,543	0.7	-4.1
東北	12,018,753	2.0	-11.5
関東	106,805,373	17.4	-9.1
中部	17,798,782	2.9	-8.3
近畿	19,751,427	3.2	-8.0
中国	16,374,331	2.7	-7.6 (-5.4)
四国	12,394,647	2.0	-9.7 (-12.9)
九州	34,956,698	5.7	-8.2

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	613,181,308	100.0	-9.1 (-8.9)
紳士服・洋品	53,451,743	8.7	-10.4 (-10.5)
婦人服・洋品	178,851,902	29.2	-12.8 (-12.8)
子供服・洋品	19,560,597	3.2	-10.4 (-10.5)
その他衣料品	17,867,975	2.9	-9.1 (-9.2)
■ 衣 料 品	269,732,217	44.0	-11.9 (-12.0)
■ 身のまわり品	79,420,677	13.0	-12.5 (-12.2)
化粧品	25,552,436	4.2	-2.9 (-2.8)
美術・宝飾・貴金属	21,740,159	3.5	-19.1 (-19.2)
その他雑貨	25,895,434	4.2	-16.7 (-16.1)
■ 雑 貨	73,188,029	11.9	-13.2 (-13.0)
家 具	7,416,019	1.2	-14.1 (-13.8)
家 電	1,727,921	0.3	-16.0 (-16.1)
その他家庭用品	18,581,889	3.0	-8.0 (-8.0)
■ 家 庭 用 品	27,725,829	4.5	-10.2 (-10.1)
生 鮮 食 品	28,676,686	4.7	0.8 (1.3)
菓 子	34,206,849	5.6	1.6 (1.8)
惣 菜	29,963,094	4.9	-1.6 (-1.3)
その他食料品	38,460,073	6.3	1.8 (2.3)
■ 食 料 品	131,306,702	21.4	0.7 (1.1)
食 堂 喫 茶	16,183,617	2.6	-6.7 (-5.5)
サ ー ビ ス	5,665,369	0.9	0.5 (1.1)
そ の 他	9,958,868	1.6	11.7 (10.9)
商 品 券	13,512,560	2.2	-13.4 (-13.6)

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 | -9.3% | (店舗数調整後 / 11か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -8.8% | (// / 19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	-9.3	-5.9	11か月連続マイナス
札幌	-5.8	-0.2	5か月連続マイナス
仙台	-11.4	-0.2	9か月連続マイナス
東京	-9.6	-2.3	11か月連続マイナス
横浜	-8.6	-0.4	6か月連続マイナス
名古屋	-14.1	-0.9	14か月連続マイナス
京都	-6.4	-0.3	5か月連続マイナス
大阪	-6.8	-0.8	11か月連続マイナス
神戸	-10.2	-0.3	10か月連続マイナス
広島	-10.4	-0.2	11か月連続マイナス
福岡	-12.0	-0.3	6か月連続マイナス
10都市以外の地区	-8.8	-3.2	19か月連続マイナス
北海道	-4.1	0.0	15か月連続マイナス*
東北	-11.5	-0.2	10か月連続マイナス*
関東	-9.1	-1.6	19か月連続マイナス
中部	-8.3	-0.2	10か月連続マイナス
近畿	-8.0	-0.3	10か月連続マイナス
中国	-7.6	-0.2	8か月連続マイナス*
四国	-9.7	-0.2	19か月連続マイナス
九州	-8.2	-0.5	17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、食料品が2か月ぶりにプラスとなった。マイナスは衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品。菓子は前年比較を開始して以来25か月連続プラス、生鮮食品とその他食料品が2か月ぶりにプラスとなった。化粧品は2か月連続マイナスとなった。

【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	-9.1	-	11か月連続マイナス
紳士服・洋品	-10.4	-0.9	10か月連続マイナス
婦人服・洋品	-12.8	-3.9	19か月連続マイナス
子供服・洋品	-10.4	-0.3	5か月連続マイナス
その他衣料品	-9.1	-0.3	11か月連続マイナス
衣料品	-11.9	-5.4	19か月連続マイナス
身のまわり品	-12.5	-1.7	17か月連続マイナス
化粧品	-2.9	-0.1	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-19.1	-0.8	23か月連続マイナス*
その他雑貨	-16.7	-0.8	14か月連続マイナス*
雑貨	-13.2	-1.6	11か月連続マイナス
家具	-14.1	-0.2	14か月連続マイナス
家電	-16.0	0.0	13か月連続マイナス
その他家庭用品	-8.0	-0.2	11か月連続マイナス
家庭用品	-10.2	-0.5	14か月連続マイナス
生鮮食品	0.8	0.0	2か月ぶりプラス*
菓子	1.6	0.1	25か月連続プラス*
惣菜	-1.6	-0.1	8か月連続マイナス*
その他食料品	1.8	0.1	2か月ぶりプラス*
食料品	0.7	0.1	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	-6.7	-0.2	6か月連続マイナス
サービス	0.5	0.0	8か月ぶりプラス
その他	11.7	0.2	5か月連続プラス
商品券	-13.4	-0.3	19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21年1月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年2月19日

I. 概況

1. 売上高総額	1,480億円余
2. 前年同月比	-9.6% (店舗数調整後/11か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-10.0%(88.4%) : 非店頭-6.5%(11.6%) ()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20年12月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	985,275㎡ (前年同月比:2.0%)
6. 総従業員数	18,882人 (前年同月比:-2.0%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 -4.1%、7-9月 -3.0%、8-10月 -6.0%、 9-11月 -6.9%、10-12月 -8.9%、11-1月 -9.2%

[参考] 平成20年1月の売上高増減率は-1.6%

【1月売上の特徴】

- (1) 都内各店ともに入店客数は前年並みを維持しているが、セール販売の強化や顧客の単品購入志向の影響で客単価が下落し、売上を押し下げる要因となっている。
- (2) ファッション商材では、コート等防寒重衣料や海外高級ブランド等の高価格帯の不調が続いている。
- (3) 季節商材の福袋については、食料品・リビング用品などを詰め合わせた実用型の動きが良かった。
- (4) 北海道を始めとした地方物産展、及び歳暮ギフトの解体セールなどが各店とも好調で、食料品売上を押し上げる大きな要因となった。
- (5) バレンタイン商戦前半の傾向としては、「本格派志向」「自分用の購入」「男性による購入」などの特徴が見られる。

【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: 2店、②変化なし: 5店、③減少した: 14店、④不明: 2店
- (3) 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: 0店、②変化なし: 9店、③減少した: 10店、④不明: 4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: 0店、②変化なし: 11店、③減少する: 10店、④不明: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2009年01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	148,049,560	100.0	-9.6 (-8.5)
紳士服・洋品	13,866,688	9.4	-13.0 (-13.0)
婦人服・洋品	41,361,657	27.9	-13.2 (-12.7)
子供服・洋品	3,119,592	2.1	-9.4 (-8.7)
その他衣料品	3,652,043	2.5	-12.3 (-12.3)
■ 衣 料 品	61,999,980	41.9	-12.9 (-12.6)
■ 身のまわり品	19,912,416	13.4	-11.0 (-9.8)
化粧品	6,363,347	4.3	-4.4 (-3.9)
美術・宝飾・貴金属	5,612,992	3.8	-23.0
その他雑貨	7,456,487	5.0	-18.7 (-16.4)
■ 雑 貨	19,432,826	13.1	-15.9 (-14.9)
家具	2,145,629	1.4	-20.0 (-19.1)
家電	681,138	0.5	-18.5
その他家庭用品	4,837,959	3.3	-9.0 (-8.1)
■ 家庭用品	7,664,726	5.2	-13.2 (-12.4)
生鮮食品	4,650,136	3.1	-1.4 (2.7)
菓子	8,193,440	5.5	1.4 (2.7)
惣菜	6,831,932	4.6	-4.8 (-3.8)
その他食料品	10,153,293	6.9	1.7 (3.9)
■ 食 料 品	29,828,801	20.1	-0.4 (1.5)
食堂喫茶	3,622,436	2.4	-8.0 (-1.9)
サービス	2,026,080	1.4	15.5 (20.1)
そ の 他	3,562,295	2.4	40.4 (40.9)

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	2,287,696 千円	-24.4
従業員数	18,882 人	-2.0
店舗面積	985,275 m ²	2.0

営業日数	30.0 日	前年	30.1 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25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。化粧品は2か月連続マイナスとなった。

【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	-9.6	-	11か月連続マイナス
紳士服・洋品	-13.0	-1.3	10か月連続マイナス
婦人服・洋品	-13.2	-3.9	6か月連続マイナス
子供服・洋品	-9.4	-0.2	5か月連続マイナス
その他衣料品	-12.3	-0.3	9か月連続マイナス
衣料品	-12.9	-5.7	6か月連続マイナス
身のまわり品	-11.0	-1.5	10か月連続マイナス
化粧品	-4.4	-0.2	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-23.0	-1.0	5か月連続マイナス*
その他雑貨	-18.7	-1.0	8か月連続マイナス*
雑貨	-15.9	-2.2	9か月連続マイナス
家具	-20.0	-0.3	10か月連続マイナス
家電	-18.5	-0.1	13か月連続マイナス
その他家庭用品	-9.0	-0.3	8か月連続マイナス
家庭用品	-13.2	-0.7	8か月連続マイナス
生鮮食品	-1.4	0.0	5か月連続マイナス*
菓子	1.4	0.1	25か月連続プラス*
惣菜	-4.8	-0.2	10か月連続マイナス*
その他食料品	1.7	0.1	4か月ぶりプラス*
食料品	-0.4	-0.1	4か月連続マイナス
食堂喫茶	-8.0	-0.2	3か月連続マイナス
サービス	15.5	0.2	3か月連続プラス
その他	40.4	0.6	5か月連続プラス
商品券	-24.4	-0.5	11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