

14時30分解禁

平成21年2月 全国百貨店売上高概況

平成21年3月19日

I. 概況

1. 売上高総額	4,695億円余
2. 前年同月比	-11.5% (店舗数調整後/12か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	90社 278店 (平成21年1月対比-1店)
4. 総店舗面積	6,795,827㎡ (前年同月比:-0.2%)
5. 総従業員数	100,156人 (前年同月比:-1.6%)
6. 3か月移動平均値	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%、12-2月 -9.8%

〔参考〕平成20年2月の売上高増減率は0.9% (店舗数調整後)

【2月売上の特徴】

12か月連続で前年同月比マイナスとなった。

2月は、引き続き景気低迷や消費マインドの冷え込みに加え、前年が閏年の関係から営業日数が一日減少したことや、全国的な暖冬で重衣料など冬物商材の動きが鈍かったことが影響し、高額品や衣料品を中心に全商品分野で厳しい売上動向となった。なお、営業日数減(1日分:2.8%)の影響を除くと、基調的には昨年末からほぼ同水準で推移している。

地方物産展など一部催事が人気を集めたこと、価格帯の見直しや改装の効果がみられる店舗があることなどプラス要素もあったが、消費者の節約志向で特選ブランドなどの高額品が依然不振であること、関連購買を喚起する大型の流行現象がないファッション分野では単品購入の傾向が強まって客単価が下落していること、一部店舗で改装工事による売場閉鎖の影響があること、バレンタイン商戦も当日が土曜日と重なり全体的に盛り上がり欠けたことなどのマイナス要素が重なり、最終的には前年実績から大きく減少する結果となった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 冬型の気圧配置となる日が少なく、大陸からの寒気の南下が弱かったことや低気圧の通過に伴う暖かな南風の影響で、全国的に高温となった。特に東日本以西は顕著な暖冬であった。

(2) 営業日数増減 27.8日 (前年同月比-0.9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：8店、②変化なし：17店、③減少した：121店、④不明：45店

(5) 2月歳時記 (バレンタインデー、節分、立春) の売上 (同上)

①増加した：17店、②変化なし：44店、③減少した：59店、④不明：71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：6店、②変化なし：37店、③減少する：90店、④不明：58店

NEWS LETTER

日本百貨店協会

全国百貨店 売上高速報 2009年02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	469,586,819	100.0	-11.5 (-11.4)
10都市	300,203,509	63.9	-11.9 (-11.8)
札幌	11,766,866	2.5	-8.8 (-12.7)
仙台	6,231,357	1.3	-8.4
東京	116,019,223	24.7	-11.7 (-10.6)
横浜	25,317,824	5.4	-12.8 (-15.0)
名古屋	26,727,560	5.7	-12.2
京都	18,046,632	3.8	-10.6
大阪	61,388,072	13.1	-12.8
神戸	12,438,864	2.6	-12.7
広島	9,879,007	2.1	-11.5
福岡	12,388,104	2.6	-11.5
10都市以外の地区	169,383,310	36.1	-10.7 (-10.8)
北海道	3,529,339	0.8	-2.1
東北	9,462,985	2.0	-15.1
関東	78,918,319	16.8	-11.2
中部	13,762,467	2.9	-9.8
近畿	15,653,420	3.3	-10.2
中国	12,549,869	2.7	-9.7 (-7.1)
四国	8,502,422	1.8	-12.8 (-16.7)
九州	27,004,489	5.8	-9.5

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	469,586,819	100.0	-11.5 (-11.4)
紳士服・洋品	28,771,733	6.1	-19.5 (-19.6)
婦人服・洋品	102,210,964	21.8	-13.4 (-13.5)
子供服・洋品	12,226,325	2.6	-11.9 (-12.2)
その他衣料品	13,581,636	2.9	-13.6 (-13.6)
■ 衣 料 品	156,790,658	33.4	-14.5 (-14.6)
■ 身のまわり品	55,296,439	11.8	-14.5 (-14.4)
化粧品	25,058,983	5.3	-7.6 (-7.6)
美術・宝飾・貴金属	20,573,906	4.4	-19.1 (-19.2)
その他雑貨	24,320,765	5.2	-15.3 (-14.8)
■ 雑 貨	69,953,654	14.9	-13.9 (-13.8)
家 具	6,802,667	1.4	-22.6 (-22.4)
家 電	1,576,704	0.3	-21.3 (-21.6)
その他家庭用品	15,805,402	3.4	-15.2 (-15.2)
■ 家 庭 用 品	24,184,773	5.2	-17.8 (-17.8)
生 鮮 食 品	25,953,319	5.5	-7.9 (-7.9)
菓 子	46,060,363	9.8	-5.7 (-5.7)
惣 菜	26,608,837	5.7	-7.8 (-7.8)
その他食料品	35,257,714	7.5	-2.5 (-2.4)
■ 食 料 品	133,880,233	28.5	-5.7 (-5.7)
食 堂 喫 茶	13,564,610	2.9	-10.1 (-9.0)
サ ー ビ ス	5,596,162	1.2	-3.6 (-3.1)
そ の 他	10,320,290	2.2	19.6 (18.7)
商 品 券	12,983,147	2.8	-16.5 (-16.7)

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 | -11.9% (店舗数調整後／12か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -10.7% (" ／20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	-11.9	-7.6	12か月連続マイナス
札幌	-8.8	-0.2	6か月連続マイナス
仙台	-8.4	-0.1	10か月連続マイナス
東京	-11.7	-2.9	12か月連続マイナス
横浜	-12.8	-0.7	7か月連続マイナス
名古屋	-12.2	-0.7	15か月連続マイナス
京都	-10.6	-0.4	6か月連続マイナス
大阪	-12.8	-1.7	12か月連続マイナス
神戸	-12.7	-0.3	11か月連続マイナス
広島	-11.5	-0.2	12か月連続マイナス
福岡	-11.5	-0.3	7か月連続マイナス
10都市以外の地区	-10.7	-3.8	20か月連続マイナス
北海道	-2.1	0.0	16か月連続マイナス*
東北	-15.1	-0.3	11か月連続マイナス*
関東	-11.2	-1.9	20か月連続マイナス
中部	-9.8	-0.3	11か月連続マイナス
近畿	-10.2	-0.3	11か月連続マイナス
中国	-9.7	-0.2	9か月連続マイナス*
四国	-12.8	-0.2	20か月連続マイナス
九州	-9.5	-0.5	18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品目は、全品目がマイナスとなった。菓子は前年比較を開始して以来25か月連続プラスを続けてきたが初めてマイナスとなった。生鮮食品、その他食料品が2か月ぶりにマイナスとなり、食料品全体も2か月ぶりにマイナスした。また化粧品は3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	-11.5	—	12か月連続マイナス
紳士服・洋品	-19.5	-1.3	11か月連続マイナス
婦人服・洋品	-13.4	-3.0	20か月連続マイナス
子供服・洋品	-11.9	-0.3	6か月連続マイナス
その他衣料品	-13.6	-0.4	12か月連続マイナス
衣料品	-14.5	-5.0	20か月連続マイナス
身のまわり品	-14.5	-1.8	18か月連続マイナス
化粧品	-7.6	-0.4	3か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-19.1	-0.9	24か月連続マイナス*
その他雑貨	-15.3	-0.8	15か月連続マイナス*
雑貨	-13.9	-2.1	12か月連続マイナス
家具	-22.6	-0.4	15か月連続マイナス
家電	-21.3	-0.1	14か月連続マイナス
その他家庭用品	-15.2	-0.5	12か月連続マイナス
家庭用品	-17.8	-1.0	15か月連続マイナス
生鮮食品	-7.9	-0.4	2か月ぶりマイナス*
菓子	-5.7	-0.5	前年比較を開始した2007年1月以降初のマイナス*
惣菜	-7.8	-0.4	9か月連続マイナス*
その他食料品	-2.5	-0.2	2か月ぶりマイナス*
食料品	-5.7	-1.5	2か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-10.1	-0.3	7か月連続マイナス
サービス	-3.6	0.0	2か月ぶりマイナス
その他	19.6	0.3	6か月連続プラス
商品券	-16.5	-0.5	20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2月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年3月19日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,160億円余
2. 前年同月比	-11.7% (店舗数調整後/12か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-12.2%(84.7%) : 非店頭-9.1%(15.3%) ()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21年1月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	985,275㎡ (前年同月比:1.9%)
6. 総従業員数	18,787人 (前年同月比:-2.0%)
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 -10.5%

[参考] 平成20年2月の売上高増減率は2.8%

【2月売上の特徴】

- (1) 衣料品は全般に不振な中で最終処分セールが相対的には堅調であったものの、スプリングコートなど春物プロパー品の動きが鈍く全体を押し下げる要因となった。
- (2) 2月のバレンタイン商戦は、値頃感のある商品に人気が集積し高額品は苦戦した。当日が土曜日に重なったこともあり、1月からの通期では昨年をやや下回る結果となった。
- (3) 入店客数は前年比95%~97%の店舗が多く、営業日数が1日減少したことを考慮すると前年に近い入店状況で推移したといえる。
- (4) 都内各店で集客イベントに注力しており、地方物産展以外でも特に食料品をテーマとした各種催事が積極展開され相応の反応が得られている。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 27.9日 (前年同月比-1.0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: 1店、③減少した: 17店、④不明: 4店
- (3) 2月歳時記(バレンタインデー、節分、立春)の売上(同上)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 8店、③減少した: 3店、④不明: 11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: 7店、③減少する: 11店、④不明: 4店

東京地区百貨店 売上高速報 2009年02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	116,019,223	100.0	-11.7 (-10.6)
紳士服・洋品	7,620,853	6.6	-22.0 (-22.0)
婦人服・洋品	23,005,417	19.8	-13.7 (-13.2)
子供服・洋品	2,858,371	2.5	-9.0 (-8.7)
その他衣料品	2,774,493	2.4	-19.5 (-19.4)
■ 衣 料 品	36,259,134	31.3	-15.7 (-15.4)
■ 身のまわり品	15,198,566	13.1	-10.5 (-9.4)
化粧品	6,308,888	5.4	-10.1 (-9.6)
美術・宝飾・貴金属	5,324,949	4.6	-22.9
その他雑貨	7,641,859	6.6	-13.5 (-11.3)
■ 雑 貨	19,275,696	16.6	-15.3 (-14.4)
家 具	2,119,018	1.8	-16.3 (-15.7)
家 電	611,847	0.5	-33.7
その他家庭用品	4,272,719	3.7	-21.5 (-20.7)
■ 家 庭 用 品	7,003,584	6.0	-21.3 (-20.7)
生 鮮 食 品	4,186,518	3.6	-11.1 (-7.2)
菓 子	9,947,899	8.6	-8.5 (-7.2)
惣 菜	5,847,168	5.0	-11.5 (-10.4)
その他食料品	9,454,892	8.1	-2.9 (-0.9)
■ 食 料 品	29,436,477	25.4	-7.8 (-5.9)
食 堂 喫 茶	3,206,435	2.8	-11.5 (-5.6)
サ ー ビ ス	2,147,922	1.9	17.7 (21.9)
そ の 他	3,491,409	3.0	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	2,217,742 千円	-29.2
従 業 員 数	18,787 人	-2.0
店 舗 面 積	985,275 m ²	1.9

営 業 日 数	27.9 日	前年	28.9 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。菓子は前年比較を開始して以来初のマイナスとなった。またその他食料品が2か月ぶりにマイナス、化粧品は3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	-11.7	—	12か月連続マイナス
紳士服・洋品	-22.0	-1.7	11か月連続マイナス
婦人服・洋品	-13.7	-2.8	7か月連続マイナス
子供服・洋品	-9.0	-0.2	6か月連続マイナス
その他衣料品	-19.5	-0.5	10か月連続マイナス
衣料品	-15.7	-5.2	7か月連続マイナス
身のまわり品	-10.5	-1.4	11か月連続マイナス
化粧品	-10.1	-0.5	3か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-22.9	-1.2	6か月連続マイナス*
その他雑貨	-13.5	-0.9	9か月連続マイナス*
雑貨	-15.3	-2.7	10か月連続マイナス
家具	-16.3	-0.3	11か月連続マイナス
家電	-33.7	-0.2	14か月連続マイナス
その他家庭用品	-21.5	-0.9	9か月連続マイナス
家庭用品	-21.3	-1.4	9か月連続マイナス
生鮮食品	-11.1	-0.4	6か月連続マイナス*
菓子	-8.5	-0.7	前年比較を開始した2007年1月以降初のマイナス*
惣菜	-11.5	-0.6	11か月連続マイナス*
その他食料品	-2.9	-0.2	2か月ぶりマイナス*
食料品	-7.8	-1.9	5か月連続マイナス
食堂喫茶	-11.5	-0.3	4か月連続マイナス
サービス	17.7	0.2	4か月連続プラス
その他	48.0	0.9	6か月連続プラス
商品券	-29.2	-0.7	12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

お問い合わせは、日本百貨店協会 森・関・西田まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>