

14時30分解禁

平成21年3月 全国百貨店売上高概況

平成21年4月17日

I. 概況

1. 売上高総額	5,730億円余
2. 前年同月比	-13.1% (店舗数調整後/13か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	87社 277店 (平成21年2月対比-3社・-1店)
4. 総店舗面積	6,743,801㎡ (前年同月比:-0.7%)
5. 総従業員数	99,458人 (前年同月比:-2.2%)
6. 3か月移動平均値	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%、1-3月 -11.2%

[参考] 平成20年3月の売上高増減率は-1.2% (店舗数調整後)

【3月売上の特徴】

13か月連続で前年同月比マイナスとなった。

3月は、株価がバブル後最安値(3/10:7,054円)を付けるなど景気情勢の不透明感が強まる中で、一段と厳しさを増した消費環境から引き続き高額品の動きが鈍かったほか、月前半の高温が一転して後半は顕著な低温となる寒暖差の激しい天候も影響し、最盛期の春物衣料が低調に推移するなど、年明け以降の厳しい状況に大きな変化は見られなかった。また、土曜日が前年に比べ一日減少(1.3%の押下げ要因)したことも売上低迷の一因となっている。

地方物産展や期末感謝セール等の一部催事が好評であったこと、改装効果が出ている店があることなどプラス要素もあったが、消費者の単品購入の傾向で客単価が下落していること、各社のセール強化や裾値拡大策によって商品単価も下落していること、バレンタイン同様にホワイトデー商戦の当日が土曜日で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「3月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 前半は寒気の南下が弱く暖かい南風が入って全国的に高温で経過した。後半は強い寒気が南下し東・西日本を中心に顕著な低温となり、寒暖の変動が大きかった。また北・東日本では曇りや雨の日が多かった。

(2) 営業日数増減 30.7日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日 (" -1日/土曜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: 7店、②変化なし: 13店、③減少した: 124店、④不明: 46店

(5) 3月歳時記 (ひな祭り、彼岸、卒業・入学、新社会人) の売上 (同上)

①増加した: 4店、②変化なし: 21店、③減少した: 69店、④不明: 96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: 7店、②変化なし: 31店、③減少する: 92店、④不明: 60店

全国百貨店 売上高速報 2009年03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	573,028,789	100.0	-13.1 (-13.1)
10都市	363,283,465	63.4	-13.3 (-13.2)
札幌	15,213,387	2.7	-11.7 (-14.9)
仙台	7,522,791	1.3	-16.2
東京	142,230,017	24.8	-12.9 (-11.9)
横浜	30,535,445	5.3	-13.4 (-15.2)
名古屋	34,463,520	6.0	-11.7
京都	22,512,880	3.9	-11.2
大阪	68,660,791	12.0	-15.9
神戸	15,093,105	2.6	-15.6
広島	12,045,426	2.1	-12.2
福岡	15,006,103	2.6	-9.8
10都市以外の地区	209,745,324	36.6	-12.8 (-13.0)
北海道	4,404,580	0.8	-14.4
東北	12,467,927	2.2	-15.9
関東	100,777,415	17.6	-13.6
中部	15,945,589	2.8	-12.9
近畿	18,293,243	3.2	-14.4
中国	14,513,116	2.5	-11.5 (-9.2)
四国	10,934,756	1.9	-13.4 (-16.6)
九州	32,408,698	5.7	-8.3 (-9.6)

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	573,028,789	100.0	-13.1 (-13.1)
紳士服・洋品	36,810,680	6.4	-19.7 (-19.9)
婦人服・洋品	139,055,778	24.3	-18.2 (-18.3)
子供服・洋品	23,923,252	4.2	-11.4 (-11.7)
その他衣料品	16,089,160	2.8	-13.7 (-13.9)
■ 衣 料 品	215,878,870	37.7	-17.4 (-17.5)
■ 身のまわり品	72,476,298	12.6	-17.0 (-16.8)
化粧品	30,614,682	5.3	-8.8 (-8.9)
美術・宝飾・貴金属	24,935,348	4.4	-18.4 (-18.7)
その他雑貨	25,694,717	4.5	-18.7 (-18.1)
■ 雑 貨	81,244,747	14.2	-15.1 (-15.1)
家 具	8,096,219	1.4	-28.2 (-27.9)
家 電	1,923,029	0.3	-12.8 (-13.2)
その他家庭用品	18,891,411	3.3	-10.3 (-10.3)
■ 家 庭 用 品	28,910,659	5.0	-16.3 (-16.2)
生 鮮 食 品	29,538,015	5.2	-4.4 (-4.3)
菓 子	43,621,883	7.6	-2.3 (-2.4)
惣 菜	30,162,180	5.3	-6.7 (-6.7)
その他食料品	37,487,476	6.5	-4.0 (-4.0)
■ 食 料 品	140,809,554	24.6	-4.2 (-4.1)
食 堂 喫 茶	16,356,552	2.9	-10.0 (-9.0)
サ ー ビ ス	6,666,803	1.2	1.7 (2.0)
そ の 他	10,685,306	1.9	18.3 (17.1)
商 品 券	19,699,104	3.4	-13.5 (-13.8)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|-------------------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | －13.3% (店舗数調整後／13か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | －12.8% (〃 ／21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	－13.3	－8.5	13か月連続マイナス
札幌	－11.7	－0.3	7か月連続マイナス
仙台	－16.2	－0.2	11か月連続マイナス
東京	－12.9	－3.2	13か月連続マイナス
横浜	－13.4	－0.7	8か月連続マイナス
名古屋	－11.7	－0.7	16か月連続マイナス
京都	－11.2	－0.4	7か月連続マイナス
大阪	－15.9	－2.0	13か月連続マイナス
神戸	－15.6	－0.4	12か月連続マイナス
広島	－12.2	－0.3	13か月連続マイナス
福岡	－9.8	－0.2	8か月連続マイナス
10都市以外の地区	－12.8	－4.7	21か月連続マイナス
北海道	－14.4	－0.1	17か月連続マイナス*
東北	－15.9	－0.4	12か月連続マイナス*
関東	－13.6	－2.4	21か月連続マイナス
中部	－12.9	－0.4	12か月連続マイナス
近畿	－14.4	－0.5	12か月連続マイナス
中国	－11.5	－0.3	10か月連続マイナス*
四国	－13.4	－0.3	21か月連続マイナス
九州	－8.3	－0.4	19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、生鮮食品、その他食料品が2か月連続のマイナスとなり、食料品全体も2か月連続マイナスした。また化粧品は4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	-13.1	—	13か月連続マイナス
紳士服・洋品	-19.7	-1.4	12か月連続マイナス
婦人服・洋品	-18.2	-4.7	21か月連続マイナス
子供服・洋品	-11.4	-0.5	7か月連続マイナス
その他衣料品	-13.7	-0.4	13か月連続マイナス
衣料品	-17.4	-6.9	21か月連続マイナス
身のまわり品	-17.0	-2.2	19か月連続マイナス
化粧品	-8.8	-0.4	4か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-18.4	-0.9	25か月連続マイナス*
その他雑貨	-18.7	-0.9	16か月連続マイナス*
雑貨	-15.1	-2.2	13か月連続マイナス
家具	-28.2	-0.5	16か月連続マイナス
家電	-12.8	0.0	15か月連続マイナス
その他家庭用品	-10.3	-0.3	13か月連続マイナス
家庭用品	-16.3	-0.9	16か月連続マイナス
生鮮食品	-4.4	-0.2	2か月連続マイナス*
菓子	-2.3	-0.2	2か月連続マイナス*
惣菜	-6.7	-0.3	10か月連続マイナス*
その他食料品	-4.0	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	-4.2	-0.9	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-10.0	-0.3	8か月連続マイナス
サービス	1.7	0.0	2か月ぶりプラス
その他	18.3	0.3	7か月連続プラス
商品券	-13.5	-0.5	21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3月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年4月17日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,422億円余
2. 前年同月比	-12.9% (店舗数調整後/13か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-17.8%(82.5%) : 非店頭20.4%(17.5%) ()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2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	18,551人 (前年同月比: -2.5%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 -11.4%

[参考] 平成20年3月の売上高増減率は-0.7%

【3月売上の特徴】

- (1) 入店客数について3月はやや減少傾向が見られたものの、売上動向に比べると未だ堅調であり、都内各店共に概ね95%前後で推移している。
- (2) 不振の続く衣料品は、シャツ、ブラウス、スカートなどの軽衣料に一部動きが見られたが、天候不順の影響から重衣料、とりわけ最盛期のスプリングコートが非常に苦戦した。
- (3) セール強化や価格対応商品の投入が一定の成果を上げている一方で、百貨店の特性である限定商材やオーダー対応サービスの分野でも、売上を伸ばしている事例が見られる。
- (4) 食料品のうち菓子は、土曜日の1日減少やホワイトデーの不調などから前年実績は割り込んだが、物産展の人気や改装効果などに支えられて、比較的堅調に推移している。
- (5) 4月前半までの動向は、基調的には大きな変化は見られないが、株価動向や良好な天候が続いていることを背景に、3月実績から若干の改善傾向を報告する店もある。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.1日 (前年同月比+0.9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: 3店、③減少した: 16店、④不明: 3店
- (3) 3月歳時記 (ひな祭り、彼岸、卒業・入学、新社会人) の売上 (同上)
 - ①増加した: 0店、②変化なし: 6店、③減少した: 6店、④不明: 11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: 6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03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	142,230,017	100.0	-12.9 (-11.9)
紳士服・洋品	10,187,639	7.2	-20.0 (-20.0)
婦人服・洋品	31,968,358	22.5	-19.5 (-19.2)
子供服・洋品	5,365,028	3.8	-9.2 (-9.0)
その他衣料品	3,149,185	2.2	-18.7 (-18.7)
■ 衣 料 品	50,670,210	35.6	-18.6 (-18.3)
■ 身のまわり品	19,660,731	13.8	-14.4 (-13.2)
化粧品	7,524,704	5.3	-11.0 (-10.5)
美術・宝飾・貴金属	6,954,592	4.9	-19.2
その他雑貨	8,212,375	5.8	-18.5 (-16.3)
■ 雑 貨	22,691,671	16.0	-16.4 (-15.4)
家 具	2,480,433	1.7	-16.0 (-15.3)
家 電	757,473	0.5	-3.1
その他家庭用品	4,735,194	3.3	-9.3 (-8.2)
■ 家 庭 用 品	7,973,100	5.6	-11.0 (-10.1)
生 鮮 食 品	4,728,002	3.3	-7.8 (-3.8)
菓 子	10,454,472	7.4	-2.8 (-1.8)
惣 菜	6,628,043	4.7	-12.5 (-11.7)
その他食料品	9,345,735	6.6	-5.3 (-2.3)
■ 食 料 品	31,156,252	21.9	-6.5 (-4.5)
食 堂 喫 茶	3,790,599	2.7	-11.1 (-5.4)
サ ー ビ ス	2,495,488	1.8	22.9 (27.0)
そ の 他	3,791,966	2.7	59.4 (59.6)

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。

対前年増減(-)率 (%)

商 品 券	3,689,362 千円	-17.4
従 業 員 数	18,551 人	-2.5
店 舗 面 積	985,275 m ²	1.9

営 業 日 数	30.1 日	前年	31.0 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、その他食料品が2か月連続マイナスとなり、化粧品は4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	-12.9	—	13か月連続マイナス
紳士服・洋品	-20.0	-1.6	12か月連続マイナス
婦人服・洋品	-19.5	-4.8	8か月連続マイナス
子供服・洋品	-9.2	-0.3	7か月連続マイナス
その他衣料品	-18.7	-0.4	11か月連続マイナス
衣料品	-18.6	-7.2	8か月連続マイナス
身のまわり品	-14.4	-2.0	12か月連続マイナス
化粧品	-11.0	-0.6	4か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-19.2	-1.0	7か月連続マイナス*
その他雑貨	-18.5	-1.1	10か月連続マイナス*
雑貨	-16.4	-2.7	11か月連続マイナス
家具	-16.0	-0.3	12か月連続マイナス
家電	-3.1	0.0	15か月連続マイナス
その他家庭用品	-9.3	-0.3	10か月連続マイナス
家庭用品	-11.0	-0.6	10か月連続マイナス
生鮮食品	-7.8	-0.2	7か月連続マイナス*
菓子	-2.8	-0.2	2か月連続マイナス*
惣菜	-12.5	-0.6	12か月連続マイナス*
その他食料品	-5.3	-0.3	2か月連続マイナス*
食料品	-6.5	-1.3	6か月連続マイナス
食堂喫茶	-11.1	-0.3	5か月連続マイナス
サービス	22.9	0.3	5か月連続プラス
その他	59.4	0.9	7か月連続プラス
商品券	-17.4	-0.5	13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

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2008年04月～2009年03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	7,174,100,694	100.0	-6.8 (-6.6)
10都市	4,605,831,229	64.2	-6.9 (-6.5)
札幌	187,045,098	2.6	-5.8 (-6.4)
仙台	95,469,320	1.3	-7.1
東京	1,786,811,152	24.9	-6.8 (-5.7)
横浜	395,482,560	5.5	-4.8 (-5.7)
名古屋	417,694,564	5.8	-10.1
京都	279,259,318	3.9	-5.3
大阪	905,080,069	12.6	-7.0
神戸	194,285,717	2.7	-8.0
広島	154,878,145	2.2	-6.8
福岡	189,825,286	2.6	-5.4
10都市以外の地区	2,568,269,465	35.8	-6.7 (-6.8)
北海道	48,735,977	0.7	-8.1 (-15.1)
東北	140,265,376	2.0	-9.1
関東	1,221,197,955	17.0	-6.8 (-6.6)
中部	202,197,999	2.8	-5.9
近畿	232,688,326	3.2	-5.8
中国	182,907,978	2.5	-5.4 (-4.3)
四国	138,053,583	1.9	-7.4 (-8.3)
九州	402,222,271	5.6	-6.7 (-6.8)

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	7,174,100,694	100.0	-6.8 (-6.6)
紳士服・洋品	518,783,045	7.2	-9.7 (-9.8)
婦人服・洋品	1,691,589,238	23.6	-9.8 (-9.8)
子供服・洋品	187,593,360	2.6	-7.6 (-7.6)
その他衣料品	206,016,396	2.9	-8.1 (-8.1)
■ 衣 料 品	2,603,982,039	36.3	-9.5 (-9.5)
■ 身のまわり品	901,457,125	12.6	-9.5 (-9.2)
化粧品	353,702,462	4.9	-0.6 (-0.6)
美術・宝飾・貴金属	337,520,477	4.7	-11.5 (-11.6)
その他雑貨	321,023,657	4.5	-11.0 (-10.3)
■ 雑 貨	1,012,246,596	14.1	-7.8 (-7.6)
家 具	102,589,461	1.4	-16.7 (-16.5)
家 電	22,948,936	0.3	-19.7 (-19.8)
その他家庭用品	229,100,916	3.2	-7.7 (-7.5)
■ 家 庭 用 品	354,639,313	4.9	-11.3 (-11.2)
生 鮮 食 品	413,125,505	5.8	-1.0 (-0.7)
菓 子	479,539,738	6.7	0.4 (0.5)
惣 菜	404,305,362	5.6	-2.7 (-2.6)
その他食料品	615,554,141	8.6	-0.7 (-0.2)
■ 食 料 品	1,912,524,746	26.7	-1.0 (-0.6)
食 堂 喫 茶	198,579,263	2.8	-4.3 (-2.9)
サ ー ビ ス	73,245,095	1.0	-2.6 (-1.6)
そ の 他	117,426,517	1.6	3.1 (2.7)
商 品 券	271,094,005	3.8	-10.6 (-10.6)

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。

東京地区百貨店 売上高速報 2008年04月～2009年03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	1,786,811,152	100.0	-6.8 (-5.7)
紳士服・洋品	144,999,653	8.1	-10.4 (-10.4)
婦人服・洋品	396,975,957	22.2	-10.4 (-9.9)
子供服・洋品	35,268,926	2.0	-5.2 (-4.6)
その他衣料品	44,133,448	2.5	-9.8 (-9.7)
■ 衣 料 品	621,377,984	34.8	-10.0 (-9.7)
■ 身のまわり品	244,525,874	13.7	-7.8 (-6.5)
化粧品	89,093,216	5.0	-1.2 (-0.9)
美術・宝飾・貴金属	93,686,691	5.2	-12.9
その他雑貨	100,742,677	5.6	-10.3 (-7.9)
■ 雑 貨	283,522,584	15.9	-8.6 (-7.6)
家 具	31,005,658	1.7	-10.8 (-10.0)
家 電	8,171,663	0.5	-28.7
その他家庭用品	60,931,972	3.4	-8.6 (-7.6)
■ 家 庭 用 品	100,109,293	5.6	-11.3 (-10.5)
生 鮮 食 品	66,914,045	3.7	-1.7 (0.7)
菓 子	115,722,637	6.5	0.2 (0.9)
惣 菜	91,721,465	5.1	-4.9 (-4.2)
その他食料品	155,673,981	8.7	-0.8 (2.0)
■ 食 料 品	430,032,128	24.1	-1.6 (0.1)
食 堂 喫 茶	46,385,271	2.6	-3.4 (2.8)
サ ー ビ ス	24,156,315	1.4	3.7 (8.1)
そ の 他	36,701,703	2.1	21.4 (21.6)

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。

対前年増減(-)率 (%)

商 品 券	51,070,894 千円	-15.6
従 業 員 数	229,370 人	0.6
店 舗 面 積	11,842,800 m ²	2.4

営 業 日 数	30.2 日	前 年	30.4 日
---------	--------	-----	--------

全国百貨店会計年度(4月～3月)売上高

年 度	売上高(千円)	対前年増減率(%)
2008(平成20年度)	7,174,100,694	※ -6.8(-6.6)
2007(平成19年度)	7,682,643,413	-0.8(-1.0)
2006(平成18年度)	7,757,068,695	-0.9(-1.2)
2005(平成17年度)	7,850,942,202	0.7(0.4)
2004(平成16年度)	7,819,418,674	-3.2(-3.4)
2003(平成15年度)	8,095,029,432	-2.5(-2.5)
2002(平成14年度)	8,298,537,530	-2.5(-2.7)
2001(平成13年度)	8,531,326,536	-0.3(-2.4)
2000(平成12年度)	8,741,173,341	-2.2(-2.6)
1999(平成11年度)	8,977,539,708	-2.0(-1.6)
1998(平成10年度)	9,120,465,909	-3.1(-0.0)
1997(平成9年度)	9,116,916,312	-6.8(0.7)

東京地区百貨店会計年度(4月～3月)売上高

年 度	売上高(千円)	対前年増減率(%)
2008(平成20年度)	1,786,811,152	※ -6.8(-5.7)
2007(平成19年度)	1,895,581,869	0.3
2006(平成18年度)	1,890,161,244	-1.1
2005(平成17年度)	1,910,885,817	-0.0
2004(平成16年度)	1,911,474,801	-3.5
2003(平成15年度)	1,981,691,045	-4.3
2002(平成14年度)	2,070,323,197	-3.4
2001(平成13年度)	2,143,285,836	0.1(-1.0)
2000(平成12年度)	2,165,523,835	-1.2(-1.7)
1999(平成11年度)	2,204,067,284	-1.5(-3.2)
1998(平成10年度)	2,277,773,415	-3.5(-3.2)
1997(平成9年度)	2,352,897,713	-7.7(-5.4)

※は店舗数調整後、()は調整前
お問い合わせは、日本百貨店協会 調査担当 森・西田・佐藤まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>