

NEWS LETTER

14時30分解禁

平成21年5月 全国百貨店売上高概況

平成21年6月19日

I. 概況

1. 売上高総額	5,112億円余
2. 前年同月比	-12.3% (店舗数調整後/15か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	87社 274店 (平成21年4月対比±0店)
4. 総店舗面積	6,733,954㎡ (前年同月比:-0.8%)
5. 総従業員数	98,636人 (前年同月比:-3.9%)
6. 3か月移動平均値	10-12月 -7.7%、11-1月 -8.4%、12-2月 -9.8%、 1-3月 -11.2%、2-4月 -12.0%、3-5月 -12.3%

[参考] 平成20年5月の売上高増減率は-2.7% (店舗数調整後)

【5月売上の特徴】

15か月連続で前年同月比マイナスとなった。

5月は、政府による景気判断の上方修正や株価の回復など、全般的な経済情勢は改善傾向を示し始めたものの、失業率の上昇や所得の減少から消費者の生活防衛意識は依然強く、主力の衣料品や高額品を中心に売上不振の厳しい状況が続いている。

また、中旬以降は、新型インフルエンザの国内感染が発生した影響で、京阪神地区や首都圏を中心に入店客数が大幅に減少したことも売上を押し下げる要因となった。

具体的な動向としては、全国的な広がりを見せている下取りセールなどのイベント型催事が好評であったこと、高温多照の天候で夏物軽衣料に動きが見られたこと、休日日数が前年比2日増だったことなどプラス要素もあったが、母の日需要が低単価商材にシフトし例年のような盛り上がりには欠けたこと、高速料金引下げでGW期間中の都市中心部への来街者が減少し百貨店の入店客数にも影響したこと、外商を中心に法人需要が大きく冷え込んでいることなどマイナス要素が重なり、4月実績(-11.3%)から売上減少幅を広げる結果となった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 上旬は高気圧に覆われて晴れる日が多かった。中旬からは天気は周期的に変わったものの、低気圧の発達はなく東日本太平洋側を除いた全国で降水量は少なかった。また、北日本と東日本では顕著な高温となった。

(2) 営業日数増減 30.6日 (前年同月比-0.2日)

(3) 土・日・祝日の合計 13日 (+2日/日曜・土曜各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：14店、②変化なし：17店、③減少した：116店、④不明：43店

(5) 5月歳時記 (GW、子供の日、母の日) の売上 (同上)

①増加した：7店、②変化なし：24店、③減少した：81店、④不明：78店

(6) 翌月上見通し (回答店舗数で見る傾向値)

①増加する：4店、②変化なし：43店、③減少する：85店、④不明：58店

全国百貨店 売上高速報 2009年05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	511,261,647	100.0	-12.3 (-12.5)
10都市	325,914,247	63.7	-13.2 (-13.5)
札幌	13,148,444	2.6	-8.5 (-11.7)
仙台	6,736,331	1.3	-15.0
東京	126,425,225	24.7	-14.0
横浜	28,146,627	5.5	-11.7 (-13.9)
名古屋	29,685,521	5.8	-12.7
京都	19,730,979	3.9	-12.9
大阪	63,360,642	12.4	-12.9
神戸	12,773,240	2.5	-20.6
広島	11,774,853	2.3	-10.8
福岡	14,132,385	2.8	-10.5
10都市以外の地区	185,347,400	36.3	-10.5 (-10.7)
北海道	3,560,273	0.7	-4.4
東北	10,148,831	2.0	-9.6
関東	88,865,557	17.4	-11.4
中部	14,498,703	2.8	-10.5
近畿	16,658,575	3.3	-12.0
中国	12,991,901	2.5	-11.4 (-9.5)
四国	9,543,088	1.9	-9.6 (-13.2)
九州	29,080,472	5.7	-7.6 (-8.9)

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	511,261,647	100.0	-12.3 (-12.5)
紳士服・洋品	37,885,384	7.4	-16.9 (-17.1)
婦人服・洋品	119,982,034	23.5	-15.0 (-15.2)
子供服・洋品	14,128,715	2.8	-11.9 (-12.3)
その他衣料品	14,657,577	2.9	-14.7 (-14.9)
衣 料 品	186,653,710	36.5	-15.1 (-15.4)
身のまわり品	67,191,607	13.1	-15.7 (-15.8)
化粧品	28,527,601	5.6	-7.7 (-7.9)
美術・宝飾・貴金属	23,388,913	4.6	-20.6 (-20.9)
その他雑貨	21,796,409	4.3	-19.1 (-19.6)
雑 貨	73,712,923	14.4	-15.6 (-15.9)
家 具	7,070,210	1.4	-19.8 (-19.8)
家 電	1,823,294	0.4	-14.0 (-14.5)
その他家庭用品	18,380,130	3.6	-10.7 (-11.0)
家 庭 用 品	27,273,634	5.3	-13.5 (-13.7)
生 鮮 食 品	29,031,517	5.7	-3.1 (-3.7)
菓 子	31,236,878	6.1	-4.5 (-4.8)
惣 菜	28,162,618	5.5	-8.6 (-8.8)
その他食料品	36,635,070	7.2	-4.6 (-5.1)
食 料 品	125,066,083	24.5	-5.2 (-5.6)
食 堂 喫 茶	15,321,972	3.0	-8.9 (-9.2)
サ ー ビ ス	5,941,296	1.2	-2.7 (-3.6)
そ の 他	10,100,422	2.0	7.7 (6.7)
商 品 券	15,829,907	3.1	-14.3 (-14.6)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|-------------------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | -13.2% (店舗数調整後／15か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -10.5% (〃 ／23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	-13.2	-8.5	15か月連続マイナス
札幌	-8.5	-0.2	9か月連続マイナス
仙台	-15.0	-0.2	13か月連続マイナス
東京	-14.0	-3.5	15か月連続マイナス
横浜	-11.7	-0.6	10か月連続マイナス
名古屋	-12.7	-0.7	18か月連続マイナス
京都	-12.9	-0.5	9か月連続マイナス
大阪	-12.9	-1.6	15か月連続マイナス
神戸	-20.6	-0.6	14か月連続マイナス
広島	-10.8	-0.2	15か月連続マイナス
福岡	-10.5	-0.3	10か月連続マイナス
10都市以外の地区	-10.5	-3.7	23か月連続マイナス
北海道	-4.4	0.0	19か月連続マイナス*
東北	-9.6	-0.2	14か月連続マイナス*
関東	-11.4	-2.0	23か月連続マイナス
中部	-10.5	-0.3	14か月連続マイナス
近畿	-12.0	-0.4	14か月連続マイナス
中国	-11.4	-0.3	12か月連続マイナス*
四国	-9.6	-0.2	23か月連続マイナス
九州	-7.6	-0.4	21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、4か月連続で全品目がマイナスとなった。しかし、家庭用品は先月より改善しており、家具、家電および生鮮食品がマイナス幅を縮めた。

【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	-12.3	—	15か月連続マイナス
紳士服・洋品	-16.9	-1.3	14か月連続マイナス
婦人服・洋品	-15.0	-3.6	23か月連続マイナス
子供服・洋品	-11.9	-0.3	9か月連続マイナス
その他衣料品	-14.7	-0.4	15か月連続マイナス
衣料品	-15.1	-5.7	23か月連続マイナス
身のまわり品	-15.7	-2.1	21か月連続マイナス
化粧品	-7.7	-0.4	6か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-20.6	-1.0	27か月連続マイナス*
その他雑貨	-19.1	-0.9	18か月連続マイナス*
雑貨	-15.6	-2.3	15か月連続マイナス
家具	-19.8	-0.3	18か月連続マイナス
家電	-14.0	-0.1	17か月連続マイナス
その他家庭用品	-10.7	-0.4	15か月連続マイナス
家庭用品	-13.5	-0.7	18か月連続マイナス
生鮮食品	-3.1	-0.2	4か月連続マイナス*
菓子	-4.5	-0.3	4か月連続マイナス*
惣菜	-8.6	-0.5	12か月連続マイナス*
その他食料品	-4.6	-0.3	4か月連続マイナス*
食料品	-5.2	-1.2	4か月連続マイナス
食堂喫茶	-8.9	-0.3	10か月連続マイナス
サービス	-2.7	0.0	2か月連続マイナス
その他	7.7	0.1	9か月連続プラス
商品券	-14.3	-0.5	23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5月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年6月19日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,264億円余
2. 前年同月比	-14.0% (店舗数調整後/15か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-12.5%(88.3%) : 非店頭-23.8%(11.7%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	14社 28店 (平成21年4月対比±0店)
5. 総店舗面積	972,052㎡ (前年同月比:-1.7%)
6. 総従業員数	18,717人 (前年同月比:-3.5%)
7. 3か月移動平均値	10-12月 -8.9%、11-1月 -9.2%、12-2月 -10.5%、 1-3月 -11.4%、2-4月 -12.2%、3-5月 -12.9%

[参考] 平成20年5月の売上高増減率は-2.3% (店舗数調整後)

【5月売上の特徴】

- (1) 東京地区の5月は、毎週末の天候不順と新型インフルエンザの影響で、各店共に入店客数・売上に大きな影響を受けた。
- (2) 購入単価・購入点数の減少傾向が続いており、例えば母の日ギフトについてもセール品で済ませるケースが見られた。
- (3) 下取りセールを実施した店舗では、いずれも対象商材が二桁増を記録した。発行したクーポン券の利用率も高く、購買を誘引する仕掛けとして効果が確認されている。
- (4) 不振が続くファッション分野の中でも、レイングッズには人気が集まっており、レインコートやレインシューズに動きが見られる。
- (5) 手持ち品の再利用を志向する消費者の増加を受けて、婦人アクセサリーの分野などではリフォームコーナーの売上が大きく伸びている。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.2日 (前年同月比-0.8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: 1店、③減少した: 17店、④不明: 3店
- (3) 5月歳時記 (GW、子供の日、母の日) の売上 (同上)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 3店、③減少した: 8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05月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	126,425,225	100.0	-14.0
紳士服・洋品	11,162,664	8.8	-18.8
婦人服・洋品	27,661,617	21.9	-17.0
子供服・洋品	2,732,562	2.2	-10.6
その他衣料品	2,972,973	2.4	-22.8
衣 料 品	44,529,816	35.2	-17.5
身のまわり品	18,006,495	14.2	-15.8
化粧品	6,982,289	5.5	-10.2
美術・宝飾・貴金属	6,555,204	5.2	-20.1
その他雑貨	6,848,644	5.4	-23.2
雑 貨	20,386,137	16.1	-18.1
家 具	2,037,824	1.6	-17.4
家 電	793,364	0.6	-8.1
その他家庭用品	4,807,848	3.8	-20.0
家 庭 用 品	7,639,036	6.0	-18.2
生 鮮 食 品	4,592,936	3.6	-0.9
菓 子	7,415,447	5.9	-2.9
惣 菜	6,138,628	4.9	-10.4
その他食料品	8,560,630	6.8	-11.7
食 料 品	26,707,641	21.1	-7.3
食 堂 喫 茶	3,561,819	2.8	-11.6
サ ー ビ ス	2,072,086	1.6	9.2
そ の 他	3,522,195	2.8	36.7

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	2,881,006 千円	-19.4
従 業 員 数	18,717 人	-3.5
店 舗 面 積	972,052 m ²	-1.7

営 業 日 数	30.2 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。家庭用品は先月より改善しており、美術・宝飾・貴金属、家具、家電、生鮮食品も同様の動きとなった。

【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	-14.0	—	15か月連続マイナス
紳士服・洋品	-18.8	-1.8	14か月連続マイナス
婦人服・洋品	-17.0	-3.9	10か月連続マイナス
子供服・洋品	-10.6	-0.2	9か月連続マイナス
その他衣料品	-22.8	-0.6	13か月連続マイナス
衣料品	-17.5	-6.4	10か月連続マイナス
身のまわり品	-15.8	-2.3	14か月連続マイナス
化粧品	-10.2	-0.5	6か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-20.1	-1.1	9か月連続マイナス*
その他雑貨	-23.2	-1.4	12か月連続マイナス*
雑貨	-18.1	-3.1	13か月連続マイナス
家具	-17.4	-0.3	14か月連続マイナス
家電	-8.1	0.0	17か月連続マイナス
その他家庭用品	-20.0	-0.8	12か月連続マイナス
家庭用品	-18.2	-1.2	12か月連続マイナス
生鮮食品	-0.9	0.0	9か月連続マイナス*
菓子	-2.9	-0.2	4か月連続マイナス*
惣菜	-10.4	-0.5	14か月連続マイナス*
その他食料品	-11.7	-0.8	4か月連続マイナス*
食料品	-7.3	-1.4	8か月連続マイナス
食堂喫茶	-11.6	-0.3	7か月連続マイナス
サービス	9.2	0.1	7か月連続プラス
その他	36.7	0.6	9か月連続プラス
商品券	-19.4	-0.5	15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・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>