

14時30分解禁

平成21年11月 全国百貨店売上高概況

平成21年12月18日

I. 概況

1. 売上高総額	5,635億円余
2. 前年同月比	-11.8% (店舗数調整後/21か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	86社 271店 (平成21年10月対比+1店)
4. 総店舗面積	6,631,992㎡ (前年同月比:-2.6%)
5. 総従業員数	99,742人 (前年同月比:-2.1%)
6. 3か月移動平均値	4-6月 -10.8%、5-7月 -11.0%、6-8月 -9.9%、 7-9月 -9.7%、8-10月 -9.1%、9-11月 -10.2%

[参考] 平成20年11月の売上高増減率は-6.4% (店舗数調整後)

【11月売上の特徴】

21か月連続の前年同月比マイナスであった。

11月は、依然として好転の兆しが見えない雇用情勢や所得環境などを背景に、政府のデフレ宣言による心理的影響も加わって、消費者の買い控えと低価格志向が一層強まり、高額品を中心に厳しい商況が続いた。また、平年より高めに推移した気温による重衣料の苦戦や土曜日が前年に比べ1日減少した影響から、歳暮・おせち販売の強化や集客催事の積極展開など各店の取り組みも及ばず、売上基調としては前月同様に推移した。

具体的な動向としては、リニューアル実施店舗で相応の売上効果が見られること、エコポイント制度により家電販売が伸びていることなどプラス要素が見られた一方、デフレ圧力に対応した低価格商材の拡大により客単価が下落していること、一部会員店で国際会計基準に合わせた売上計上時期の見直しが行われたこと、増床・改装工事により大幅に売場面積が減少している店があること等、特殊要因を含むマイナス要素が重なり、前月に比べ売上減少幅は若干広がる結果となった。

【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)

◇全国的に月を通じて天気は概ね数日の周期で変化した。上旬は高気圧に覆われて晴天が多かったが、中旬以降は低気圧や前線の影響で曇りや雨の日が多かった。気温も全国的に寒暖の変動が大きかった。

(2) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比+0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 11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：8店、②変化なし：15店、③減少した：116店、④不明：46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：14店、②変化なし：33店、③減少した：71店、④不明：67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：45店、③減少する：70店、④不明：63店

全国百貨店 売上高速報 2009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	563,542,554	100.0	-11.8 (-13.2)
10都市	359,318,580	63.8	-12.4 (-13.9)
札幌	13,165,496	2.3	-7.0 (-18.2)
仙台	7,062,930	1.3	-9.7
東京	142,491,859	25.3	-11.9 (-13.0)
横浜	32,604,037	5.8	-9.4
名古屋	31,344,368	5.6	-13.6
京都	22,282,783	4.0	-13.8
大阪	68,410,201	12.1	-13.9 (-17.1)
神戸	15,179,814	2.7	-16.8
広島	12,607,342	2.2	-9.3
福岡	14,169,750	2.5	-15.6
10都市以外の地区	204,223,974	36.2	-10.8 (-11.9)
北海道	3,797,754	0.7	6.8 (-10.9)
東北	11,424,822	2.0	-7.1
関東	98,314,383	17.4	-12.0
中部	16,467,963	2.9	-9.9
近畿	18,765,035	3.3	-13.1
中国	14,098,773	2.5	-10.6
四国	10,274,384	1.8	-11.6 (-16.4)
九州	31,080,860	5.5	-8.7 (-12.9)

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	563,542,554	100.0	-11.8 (-13.2)
紳士服・洋品	43,772,155	7.8	-19.4 (-20.3)
婦人服・洋品	127,847,318	22.7	-14.0 (-15.2)
子供服・洋品	12,571,638	2.2	-18.2 (-18.7)
その他衣料品	15,756,616	2.8	-15.0 (-16.0)
衣 料 品	199,947,727	35.5	-15.6 (-16.6)
身のまわり品	61,889,054	11.0	-12.4 (-14.6)
化粧品	29,498,638	5.2	-7.4 (-8.6)
美術・宝飾・貴金属	24,681,883	4.4	-8.3 (-11.6)
その他雑貨	23,346,981	4.1	-10.4 (-12.9)
雑 貨	77,527,502	13.8	-8.6 (-10.9)
家 具	7,360,296	1.3	-14.3 (-15.3)
家 電	2,021,884	0.4	3.9 (2.6)
その他家庭用品	17,678,002	3.1	-9.9 (-11.3)
家 庭 用 品	27,060,182	4.8	-10.3 (-11.6)
生 鮮 食 品	37,271,662	6.6	-8.3 (-9.2)
菓 子	37,211,554	6.6	-6.7 (-7.8)
惣 菜	32,107,074	5.7	-12.6 (-13.4)
その他食料品	59,835,120	10.6	-9.9 (-11.4)
食 料 品	166,425,410	29.5	-9.4 (-10.5)
食 堂 喫 茶	14,366,027	2.5	-11.5 (-12.9)
サ ー ビ ス	6,333,323	1.1	-2.9 (-4.0)
そ の 他	9,993,329	1.8	-1.7 (-2.4)
商 品 券	26,856,884	4.8	1.1 (-0.2)

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 | -12.4% | (店舗数調整後／21か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -10.8% | (〃 〃 ／29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	-12.4	-8.0	21か月連続マイナス
札幌	-7.0	-0.2	15か月連続マイナス
仙台	-9.7	-0.1	19か月連続マイナス
東京	-11.9	-3.0	21か月連続マイナス
横浜	-9.4	-0.5	16か月連続マイナス
名古屋	-13.6	-0.8	24か月連続マイナス
京都	-13.8	-0.6	15か月連続マイナス
大阪	-13.9	-1.7	21か月連続マイナス
神戸	-16.8	-0.5	20か月連続マイナス
広島	-9.3	-0.2	21か月連続マイナス
福岡	-15.6	-0.4	16か月連続マイナス
10都市以外の地区	-10.8	-3.9	29か月連続マイナス
北海道	6.8	0.0	6か月連続プラス*
東北	-7.1	-0.1	20か月連続マイナス*
関東	-12.0	-2.1	29か月連続マイナス
中部	-9.9	-0.3	20か月連続マイナス
近畿	-13.1	-0.4	20か月連続マイナス
中国	-10.6	-0.3	18か月連続マイナス*
四国	-11.6	-0.2	29か月連続マイナス
九州	-8.7	-0.5	27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、10か月連続で全品目がマイナスとなった。身のまわり品と雑貨がマイナス幅を縮めたが、衣料品、家庭用品、食料品は先月より落とす結果となった。また、美術・宝飾・貴金属、家具が先月より改善する動きとなった。家電は3.9%と4か月連続のプラスとなった。

【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	-11.8	—	21か月連続マイナス
紳士服・洋品	-19.4	-1.6	20か月連続マイナス
婦人服・洋品	-14.0	-3.3	29か月連続マイナス
子供服・洋品	-18.2	-0.4	15か月連続マイナス
その他衣料品	-15.0	-0.4	21か月連続マイナス
衣料品	-15.6	-5.8	29か月連続マイナス
身のまわり品	-12.4	-1.4	27か月連続マイナス
化粧品	-7.4	-0.4	12か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-8.3	-0.3	33か月連続マイナス*
その他雑貨	-10.4	-0.4	24か月連続マイナス*
雑貨	-8.6	-1.1	21か月連続マイナス
家具	-14.3	-0.2	24か月連続マイナス
家電	3.9	0.0	4か月連続プラス
その他家庭用品	-9.9	-0.3	21か月連続マイナス
家庭用品	-10.3	-0.5	24か月連続マイナス
生鮮食品	-8.3	-0.5	10か月連続マイナス*
菓子	-6.7	-0.4	2か月連続マイナス*
惣菜	-12.6	-0.7	18か月連続マイナス*
その他食料品	-9.9	-1.0	2か月連続マイナス*
食料品	-9.4	-2.7	10か月連続マイナス
食堂喫茶	-11.5	-0.3	16か月連続マイナス
サービス	-2.9	0.0	8か月連続マイナス
その他	-1.7	0.0	3か月連続マイナス
商品券	1.1	0.0	2か月ぶりプラス

(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11月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年12月18日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,424億円余
2. 前年同月比	-11.9% (店舗数調整後/21か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-11.3%(87.7%) : 非店頭-15.8%(12.3%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	14社 27店 (平成21年10月対比±0店)
5. 総店舗面積	946,658㎡ (前年同月比:-3.9%)
6. 総従業員数	21,217人 (前年同月比:9.9%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 -12.4%、5-7月 -12.9%、6-8月 -11.9%、 7-9月 -11.6%、8-10月 -11.4%、9-11月 -11.9%

[参考] 平成20年11月の売上高増減率は-7.2% (店舗数調整後)

【11月売上の特徴】

- (1) 季節商材の歳暮とおせちについては都内各店共にほぼ前年並みと堅調に推移した。歳暮のネット受注は好調で多くの店で2桁増を記録した。また、おせちは少人数用小サイズの商品に人気が集まったが、店によっては高価格帯も予想以上に動いている。
- (2) 衣料品の不振状況に大きな変化はないが、11月下旬から12月にかけて気温が低下したことにより、主力のコート等重衣料にもようやく動きが出てきた。
- (3) 消費者の単籠り傾向を背景に、部屋着、調理器具、食器、バス・トイレタリー用品等の家庭内で使用する商材は比較的堅調であった。
- (4) 長期化が予想される企業業績の低迷が原因となって、法人外商部門の苦戦が続いている。
- (5) エコポイント制度の効果で、東京地区の家電売上は2か月連続で2桁増となった。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.0日 (前年同月比±0.0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: 0店、②変化なし: 3店、③減少した: 17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: 3店、②変化なし: 4店、③減少した: 9店、④不明: 6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: 8店、③減少する: 11店、④不明: 3店

東京地区百貨店 売上高速報 2009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	142,491,859	100.0	-11.9 (-13.0)
紳士服・洋品	11,798,315	8.3	-21.0 (-21.6)
婦人服・洋品	29,358,209	20.6	-16.5 (-17.4)
子供服・洋品	2,333,786	1.6	-18.6 (-18.7)
その他衣料品	3,222,477	2.3	-21.7 (-22.6)
衣 料 品	46,712,787	32.8	-18.2 (-18.9)
身のまわり品	17,571,605	12.3	-10.9 (-12.7)
化粧品	7,484,502	5.3	-9.8 (-10.2)
美術・宝飾・貴金属	6,898,017	4.8	-10.5 (-11.5)
その他雑貨	7,826,444	5.5	-6.7 (-7.2)
雑 貨	22,208,963	15.6	-8.9 (-9.6)
家 具	2,223,852	1.6	-17.7 (-18.5)
家 電	768,836	0.5	22.8 (22.8)
その他家庭用品	4,519,918	3.2	-11.3 (-12.2)
家 庭 用 品	7,512,606	5.3	-10.8 (-11.6)
生 鮮 食 品	6,602,151	4.6	-6.2 (-7.2)
菓 子	9,632,982	6.8	-6.2 (-7.8)
惣 菜	7,850,407	5.5	-8.4 (-9.9)
その他食料品	15,472,921	10.9	-7.8 (-9.6)
食 料 品	39,558,461	27.8	-7.3 (-8.8)
食 堂 喫 茶	3,332,041	2.3	-12.3 (-13.7)
サ ー ビ ス	2,508,942	1.8	14.6 (14.5)
そ の 他	3,086,454	2.2	-10.7 (-11.3)

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	7,726,181 千円	44.8 (40.6)
従 業 員 数	21,217 人	9.9
店 舗 面 積	946,658 m ²	-3.9

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、14か月連続で全品目がマイナスとなった。しかし、5品目の中で身のまわり品、雑貨、家庭用品、食料品が先月より改善する動きとなり、衣料品が落とす結果となった。また、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属、その他雑貨、家具、生鮮食品、菓子、惣菜が先月より改善した。家電は22.8%と全国同様4か月連続のプラスとなり、2か月連続の二桁増となった。

【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	-11.9	—	21か月連続マイナス
紳士服・洋品	-21.0	-1.9	20か月連続マイナス
婦人服・洋品	-16.5	-3.6	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-18.6	-0.3	15か月連続マイナス
その他衣料品	-21.7	-0.6	19か月連続マイナス
衣料品	-18.2	-6.4	16か月連続マイナス
身のまわり品	-10.9	-1.3	20か月連続マイナス
化粧品	-9.8	-0.5	12か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-10.5	-0.5	15か月連続マイナス*
その他雑貨	-6.7	-0.3	18か月連続マイナス*
雑貨	-8.9	-1.3	19か月連続マイナス
家具	-17.7	-0.3	20か月連続マイナス
家電	22.8	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	-11.3	-0.4	18か月連続マイナス
家庭用品	-10.8	-0.6	18か月連続マイナス
生鮮食品	-6.2	-0.3	5か月連続マイナス*
菓子	-6.2	-0.4	10か月連続マイナス*
惣菜	-8.4	-0.4	20か月連続マイナス*
その他食料品	-7.8	-0.8	2か月連続マイナス*
食料品	-7.3	-1.9	14か月連続マイナス
食堂喫茶	-12.3	-0.3	13か月連続マイナス
サービス	14.6	0.2	13か月連続プラス
その他	-10.7	-0.2	3か月連続マイナス
商品券	44.8	1.5	4か月連続プラス

(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>