

14時30分解禁

平成22年3月 全国百貨店売上高概況

平成22年4月19日

I. 概 況

1. 売上高総額	5,436億円余
2. 前年同月比	-3.5% (店舗数調整後/25か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	85社 268店 (平成22年2月対比-1社-1店)
4. 総店舗面積	6,594,010㎡ (前年同月比:-2.2%)
5. 総従業員数	96,596人 (前年同月比:-2.9%)
6. 3か月移動平均値	8-10月 -9.1%、9-11月 -10.2%、10-12月 -8.8%、 11-1月 -7.4%、12-2月 -5.4%、1-3月 -4.9%

[参考] 平成21年3月の売上高増減率は-13.1% (店舗数調整後)

【3月売上の特徴】

25か月連続の前年同月比マイナスであるが、減少率は前月(2月/-5.4%)と比べ1.9%改善した。また、トレンドを示す3か月移動平均値も4期連続で水準を戻してきている。

3月は、下旬の厳しい冷え込みで春物商材に若干の影響が出たものの、基調的には主力の衣料品や宝飾品・輸入雑貨などの高額品が動き始めており、各種催事の好調さにも支えられて店頭には活気が出てきた。デフレによる単価の下落傾向は続いているものの、企業収益改善を背景とした株価の回復から、特に富裕層の消費マインドに明るさが見られ、緩やかではあるが着実に持ち直しの傾向が続いている。

具体的な動向としては、外商など非店頭売上が伸び悩んだことや、前年比較で日曜日が1日減であったことなどマイナス要素がある一方、ブライダルや新生活需要を背景に家庭用品が28か月ぶりに前年比プラスとなったこと、ホワイトデー商戦がバレンタイン同様に堅調であったこと、増床・リニューアルを実施した店舗が売上を大きく伸ばしたこと、物産展等の商品催事や文化催事が好評で集客に寄与したこと等のプラス要素が報告されている。

【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)
◇ 上旬は本州付近を次々と低気圧が通り天気がぐずついたほか、中旬以降も数日おきに低気圧が本州付近を通過し、平年に比べ曇りや雨又は雪の日が多かった。月末は強い寒気が流れ込み全国的に顕著な低温となった。
- (2) 営業日数増減 30.8日 (前年同月比-0.1日)
- (3) 土・日・祝日の合計 9日 (" -1日/日曜・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: 28店、②変化なし: 35店、③減少した: 73店、④不明: 47店
- (5) 3月歳時記 (ひな祭り、彼岸、ホワイトデー、卒業・入学、新社会人) の売上 (同上)
①増加した: 12店、②変化なし: 50店、③減少した: 36店、④不明: 85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: 10店、②変化なし: 76店、③減少する: 41店、④不明: 56店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2010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	543,638,610	100.0	-3.5 (-5.1)
10都市	344,205,795	63.3	-3.7 (-5.5)
札幌	13,659,532	2.5	-4.1 (-10.2)
仙台	7,165,245	1.3	-4.8
東京	131,874,608	24.3	-5.1 (-7.3)
横浜	30,555,461	5.6	0.1
名古屋	33,447,746	6.2	-2.9
京都	21,510,245	4.0	-4.5
大阪	64,849,330	11.9	-2.2 (-5.6)
神戸	14,665,922	2.7	-2.8
広島	12,327,382	2.3	-4.3
福岡	14,150,324	2.6	-5.7
10都市以外の地区	199,432,815	36.7	-3.2 (-4.5)
北海道	3,507,969	0.6	7.6 (-20.4)
東北	11,955,727	2.2	-4.1
関東	99,002,607	18.2	-1.8
中部	14,877,794	2.7	-4.6 (-6.7)
近畿	17,725,515	3.3	-3.1
中国	12,891,046	2.4	-5.8
四国	10,192,121	1.9	-6.8
九州	29,280,036	5.4	-5.8 (-9.7)

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	543,638,610	100.0	-3.5 (-5.1)
紳士服・洋品	34,245,518	6.3	-5.5 (-7.0)
婦人服・洋品	129,521,700	23.8	-5.2 (-6.9)
子供服・洋品	23,000,870	4.2	-3.1 (-3.9)
その他衣料品	15,148,890	2.8	-4.2 (-5.8)
衣 料 品	201,916,978	37.1	-5.0 (-6.5)
身のまわり品	68,275,818	12.6	-3.3 (-5.8)
化粧品	29,201,036	5.4	-3.5 (-4.6)
美術・宝飾・貴金属	23,831,482	4.4	-1.0 (-4.4)
その他雑貨	23,748,235	4.4	-5.0 (-7.6)
雑 貨	76,780,753	14.1	-3.2 (-5.5)
家 具	7,533,982	1.4	-5.4 (-6.9)
家 電	1,974,156	0.4	3.5 (2.7)
その他家庭用品	19,219,734	3.5	3.2 (1.7)
家 庭 用 品	28,727,872	5.3	0.9 (-0.6)
生 鮮 食 品	28,571,624	5.3	-2.6 (-3.3)
菓 子	42,325,246	7.8	-2.1 (-3.0)
惣 菜	28,934,521	5.3	-3.4 (-4.1)
その他食料品	36,624,606	6.7	-0.7 (-2.3)
食 料 品	136,455,997	25.1	-2.1 (-3.1)
食 堂 喫 茶	15,104,483	2.8	-6.4 (-7.7)
サ ー ビ ス	5,888,949	1.1	-10.5 (-11.7)
そ の 他	10,487,760	1.9	-1.4 (-1.8)
商 品 券	21,732,409	4.0	11.4 (10.3)

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 | -3.7% (店舗数調整後／25か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -3.2% (〃 ／33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	-3.7	-2.4	25か月連続マイナス
札幌	-4.1	-0.1	2か月ぶりマイナス
仙台	-4.8	-0.1	23か月連続マイナス
東京	-5.1	-1.3	25か月連続マイナス
横浜	0.1	0.0	20か月ぶりプラス
名古屋	-2.9	-0.2	28か月連続マイナス
京都	-4.5	-0.2	19か月連続マイナス
大阪	-2.2	-0.3	25か月連続マイナス
神戸	-2.8	-0.1	3か月連続マイナス
広島	-4.3	-0.1	25か月連続マイナス
福岡	-5.7	-0.2	20か月連続マイナス
10都市以外の地区	-3.2	-1.2	33か月連続マイナス
北海道	7.6	0.0	10か月連続プラス*
東北	-4.1	-0.1	24か月連続マイナス*
関東	-1.8	-0.3	33か月連続マイナス
中部	-4.6	-0.1	24か月連続マイナス
近畿	-3.1	-0.1	24か月連続マイナス
中国	-5.8	-0.1	22か月連続マイナス*
四国	-6.8	-0.1	33か月連続マイナス
九州	-5.8	-0.3	31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、先月まで13か月連続で全品目がマイナスしていたが、今月は家庭用品が0.9%と28か月ぶりにプラスとなった。化粧品と生鮮食品が先月より若干落とす動きとなったが、その他の品目はすべて改善する結果となった。特に家電が3か月ぶりに、その他家庭用品が25か月ぶりにプラスとなった。

【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	-3.5	—	25か月連続マイナス
紳士服・洋品	-5.5	-0.4	24か月連続マイナス
婦人服・洋品	-5.2	-1.3	33か月連続マイナス
子供服・洋品	-3.1	-0.1	19か月連続マイナス
その他衣料品	-4.2	-0.1	25か月連続マイナス
衣料品	-5.0	-1.9	33か月連続マイナス
身のまわり品	-3.3	-0.4	31か月連続マイナス
化粧品	-3.5	-0.2	16か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-1.0	0.0	37か月連続マイナス*
その他雑貨	-5.0	-0.2	28か月連続マイナス*
雑貨	-3.2	-0.5	25か月連続マイナス
家具	-5.4	-0.1	28か月連続マイナス
家電	3.5	0.0	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	3.2	0.1	25か月ぶりプラス
家庭用品	0.9	0.0	28か月ぶりプラス
生鮮食品	-2.6	-0.1	14か月連続マイナス*
菓子	-2.1	-0.2	6か月連続マイナス*
惣菜	-3.4	-0.2	22か月連続マイナス*
その他食料品	-0.7	0.0	6か月連続マイナス*
食料品	-2.1	-0.5	14か月連続マイナス
食堂喫茶	-6.4	-0.2	20か月連続マイナス
サービス	-10.5	-0.1	12か月連続マイナス
その他	-1.4	0.0	7か月連続マイナス
商品券	11.4	0.4	5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

平成22年3月 東京地区百貨店売上高概況

平成22年4月19日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,318億円余
2. 前年同月比	-5.1% (店舗数調整後/25か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-3.6%(87.9%) : 非店頭-14.4%(12.1%) ()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22年2月対比±0店)
5. 総店舗面積	934,425㎡ (前年同月比:-5.2%)
6. 総従業員数	20,663人 (前年同月比:+11.4%)
7. 3か月移動平均値	8-10月 -11.4%、9-11月 -11.9%、10-12月 -9.9%、 11-1月 -8.2%、12-2月 -6.5%、1-3月 -6.3%

[参考] 平成21年3月の売上高増減率は-12.9% (店舗数調整後)

【3月売上の特徴】

- (1) 春物衣料は中旬まで順調に推移していたが、下旬の冷え込みで最終的には伸び悩む結果となった。その反面コート需要が盛り上がるなど変則的な動きが見られた。
- (2) 東京地区でも家庭用品が22か月ぶりに前年比プラスとなったが、節約疲れを感じ始めた消費者が、気分転換を求めて身近な生活アイテムを購入している現象と分析できる。
- (3) 株高の資産効果で富裕層消費が活気づいており、中でも高級時計は都内の多くの店で二桁増の伸びを示している。
- (4) 物産展の人気は根強く3月も各店で積極展開され好調に推移した。また、その他特徴的な催事としては、インターネット事業者とのタイアップ企画などが話題となった。
- (5) 今年のホワイトデー商戦の特徴は、バレンタイン同様に自分へのご褒美需要が伸びており、自家消費の目的で購入するケースが目立って増加している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 31.0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: 2店、②変化なし: 6店、③減少した: 11店、④不明: 3店
- (3) 3月歳時記 (ひな祭り、彼岸、ホワイトデー、卒業・入学、新社会人) の売上 (同上)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 9店、③減少した: 2店、④不明: 10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: 2店、②変化なし: 10店、③減少する: 7店、④不明: 3店

NEWS LETTER

東京地区百貨店 売上高速報 2010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	131,874,608	100.0	-5.1 (-7.3)
紳士服・洋品	9,287,590	7.0	-6.6 (-8.8)
婦人服・洋品	28,784,926	21.8	-7.2 (-10.0)
子供服・洋品	5,262,642	4.0	-1.5 (-1.9)
その他衣料品	2,944,412	2.2	-2.7 (-6.5)
衣 料 品	46,279,570	35.1	-6.2 (-8.7)
身のまわり品	17,725,890	13.4	-5.9 (-9.8)
化粧品	7,107,931	5.4	-5.0 (-5.5)
美術・宝飾・貴金属	6,689,638	5.1	-0.7 (-3.8)
その他雑貨	7,399,584	5.6	-9.2 (-9.9)
雑 貨	21,197,153	16.1	-5.2 (-6.6)
家 具	2,326,471	1.8	-3.0 (-6.2)
家 電	707,720	0.5	-6.5 (-6.6)
その他家庭用品	4,994,780	3.8	8.0 (5.5)
家 庭 用 品	8,028,971	6.1	3.2 (0.7)
生 鮮 食 品	4,653,334	3.5	0.0 (-1.6)
菓 子	9,923,033	7.5	-3.6 (-5.1)
惣 菜	6,328,387	4.8	-3.2 (-4.5)
その他食料品	8,748,089	6.6	-4.6 (-6.4)
食 料 品	29,652,843	22.5	-3.3 (-4.8)
食 堂 喫 茶	3,402,292	2.6	-8.6 (-10.2)
サ ー ビ ス	2,192,771	1.7	-11.0 (-12.1)
そ の 他	3,395,118	2.6	-10.1 (-10.5)

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	7,185,482 千円	99.7 (94.8)
従 業 員 数	20,663 人	11.4
店 舗 面 積	934,425 m ²	-5.2

営 業 日 数	31.0 日	前年	30.1 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、17か月全品目マイナスが続いていたが、全国同様、家庭用品が3.2%と22か月ぶりにプラスとなった。家電が先月より落とす動きとなったが、その他の品目はすべて改善する結果となった。生鮮食品が前年並み、その他家庭用品が8.0%と3か月ぶりにプラスとなった。

【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	-5.1	—	25か月連続マイナス
紳士服・洋品	-6.6	-0.5	24か月連続マイナス
婦人服・洋品	-7.2	-1.6	20か月連続マイナス
子供服・洋品	-1.5	-0.1	19か月連続マイナス
その他衣料品	-2.7	-0.1	23か月連続マイナス
衣料品	-6.2	-2.2	20か月連続マイナス
身のまわり品	-5.9	-0.8	24か月連続マイナス
化粧品	-5.0	-0.3	16か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-0.7	0.0	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-9.2	-0.5	22か月連続マイナス*
雑貨	-5.2	-0.8	23か月連続マイナス
家具	-3.0	-0.1	24か月連続マイナス
家電	-6.5	0.0	3か月連続マイナス
その他家庭用品	8.0	0.3	3か月ぶりプラス
家庭用品	3.2	0.2	22か月ぶりプラス
生鮮食品	0.0	0.0	9か月連続マイナス*
菓子	-3.6	-0.3	14か月連続マイナス*
惣菜	-3.2	-0.1	24か月連続マイナス*
その他食料品	-4.6	-0.3	6か月連続マイナス*
食料品	-3.3	-0.7	18か月連続マイナス
食堂喫茶	-8.6	-0.2	17か月連続マイナス
サービス	-11.0	-0.2	2か月連続マイナス
その他	-10.1	-0.3	3か月連続マイナス
商品券	99.7	2.6	8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>