

NEWS LETTER

14時30分解禁

平成23年1月 全国百貨店売上高概況

平成23年2月18日

I. 概 況

1. 売上高総額	5,541億円余
2. 前年同月比	-1.1% (店舗数調整後/3か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	90社 259店 (平成22年12月対比-1社・-2店)
4. 総店舗面積	6,438,153㎡ (前年同月比:-2.9%)
5. 総従業員数	92,624人 (前年同月比:-5.8%)
6. 3か月移動平均値	6-8月 -3.5%、7-9月 -3.1%、8-10月 -2.5%、 9-11月 -1.6%、10-12月 -0.6%、11-1月 -1.1%

[参考] 平成22年1月の売上高増減率は-5.7% (店舗数調整後)

【1月売上の特徴】

3か月連続の前年同月比マイナスであるが、減少率は小幅でほぼ前年並みに推移した。

1月は、このところの景気の持ち直しによる消費マインドの改善を背景に、年初からスタートした冬のクリアランスセールが好調に推移し、東京や横浜など好天に恵まれた地域では、冬物重衣料をはじめとしたファッション商材を中心に活発な動きが見られた。一方、記録的な大雪となった北日本や日本海側など地方都市では、入店客数に影響を受けて多くの店舗が苦戦するなど、商況そのものは比較的堅調であったものの、主に天候要因で明暗が分かれる結果となり、最終的には全国トータルで前年実績を若干下回ることとなった。

具体的な動向としては、一部改装店舗の面積減や休日数の1日減(元旦と土曜日の重複)などマイナス要素がある一方、正月恒例の福袋が全国的に注目を集め完売するケースが多く見られたこと、改装や増床を終えた店舗が業績を伸ばしていること、家庭生活の充実を図る意識の高まりから食器や台所用品(その他家庭用品4.0%増)が好調を維持していること、外国人売上も2か月連続で前年をクリア(3.1%増)したことなどのプラス要素が報告されている。

【要 因】

(1) 天 候 : 気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇ 冬型の気圧配置が続き、日本海側では降雪量の最大値を記録した一方、太平洋側では晴れの日が多く1月の少雨記録を更新した。また断続的な寒気の影響で1月としては'86年以来の全国低温を記録した。

(2) 営業日数増減 30.0日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 11日 (" -1日・土曜1日減/元旦と重複)

(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: 41店、②変化なし: 32店、③減少した: 56店、④不明: 46店

(5) 1月歳時記(初売り、冬的全館セール、成人の日)の売上(同上)

①増加した: 41店、②変化なし: 46店、③減少した: 32店、④不明: 56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: 22店、②変化なし: 69店、③減少する: 32店、④不明: 52店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2011年01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	554,181,470	100.0	-1.1 (-2.8)
10都市	355,429,501	64.1	-0.2 (-1.1)
札幌	13,528,442	2.4	-5.5
仙台	7,383,319	1.3	-4.8
東京	136,015,620	24.5	1.4 (0.3)
横浜	31,369,199	5.7	1.9
名古屋	33,308,644	6.0	-0.6 (-3.3)
京都	22,140,774	4.0	-2.7 (-5.1)
大阪	67,880,354	12.2	-0.7
神戸	15,681,968	2.8	-0.6
広島	13,248,110	2.4	-2.4
福岡	14,873,071	2.7	-2.8
10都市以外の地区	198,751,969	35.9	-2.5 (-5.7)
北海道	3,182,607	0.6	-2.9 (-19.7)
東北	10,518,604	1.9	-6.8
関東	95,352,938	17.2	-1.9 (-6.3)
中部	15,413,752	2.8	-4.7 (-11.9)
近畿	18,448,757	3.3	-0.3
中国	14,078,441	2.5	-3.2
四国	11,295,972	2.0	-2.2
九州	30,460,898	5.5	-2.6 (-3.8)

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	554,181,470	100.0	-1.1 (-2.8)
紳士服・洋品	47,557,138	8.6	0.0 (-1.9)
婦人服・洋品	154,551,932	27.9	-1.6 (-4.1)
子供服・洋品	16,061,059	2.9	-6.1 (-7.2)
その他衣料品	15,223,138	2.7	-7.2 (-9.8)
衣 料 品	233,393,267	42.1	-2.0 (-4.3)
身のまわり品	72,412,969	13.1	-0.5 (-2.6)
化粧品	24,754,774	4.5	0.7 (-0.5)
美術・宝飾・貴金属	19,887,638	3.6	-4.2 (-5.5)
その他雑貨	22,905,885	4.1	-3.2 (-3.5)
雑 貨	67,548,297	12.2	-2.1 (-3.0)
家 具	6,518,801	1.2	-5.0 (-6.4)
家 電	1,578,732	0.3	4.8 (4.5)
その他家庭用品	18,255,972	3.3	4.0 (2.6)
家 庭 用 品	26,353,505	4.8	1.7 (0.3)
生 鮮 食 品	26,714,026	4.8	-1.1 (-2.0)
菓 子	32,625,933	5.9	-0.9 (-1.7)
惣 菜	27,329,191	4.9	-1.4 (-2.1)
その他食料品	37,973,673	6.9	2.2 (0.6)
食 料 品	124,642,823	22.5	-0.1 (-1.2)
食 堂 喫 茶	14,639,800	2.6	-3.6 (-4.6)
サ ー ビ ス	5,157,932	0.9	-3.7 (-6.1)
そ の 他	10,032,877	1.8	12.9 (12.2)
商 品 券	19,053,062	3.4	20.6 (19.7)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | -0.2% (店舗数調整後/3か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -2.5% (" /43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	-0.2	-0.2	3か月連続マイナス
札幌	-5.5	-0.1	11か月連続マイナス
仙台	-4.8	-0.1	2か月連続マイナス
東京	1.4	0.3	2か月ぶりプラス
横浜	1.9	0.1	3か月ぶりプラス
名古屋	-0.6	0.0	4か月ぶりマイナス
京都	-2.7	-0.1	3か月連続マイナス
大阪	-0.7	-0.1	6か月連続マイナス
神戸	-0.6	0.0	6か月連続マイナス
広島	-2.4	-0.1	35か月連続マイナス
福岡	-2.8	-0.1	30か月連続マイナス
10都市以外の地区	-2.5	-0.9	43か月連続マイナス
北海道	-2.9	0.0	3か月連続マイナス*
東北	-6.8	-0.1	34か月連続マイナス*
関東	-1.9	-0.3	43か月連続マイナス
中部	-4.7	-0.1	34か月連続マイナス
近畿	-0.3	0.0	2か月連続マイナス
中国	-3.2	-0.1	32か月連続マイナス*
四国	-2.2	0.0	43か月連続マイナス
九州	-2.6	-0.1	41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品目では、家庭用品が2か月ぶりのプラス。マイナスは衣料品、身のまわり品、雑貨。食料品が-0.1%の微減となった。また、化粧品と家電が2か月ぶり、その他食料品が6か月ぶり、その他家庭用品が4か月連続のプラスとなり、紳士服・洋品が前年並み(-0.0%)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	-1.1	-	3か月連続マイナス
紳士服・洋品	0.0	0.0	3か月連続マイナス
婦人服・洋品	-1.6	-0.5	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-6.1	-0.2	3か月連続マイナス
その他衣料品	-7.2	-0.2	35か月連続マイナス
衣料品	-2.0	-0.9	3か月連続マイナス
身のまわり品	-0.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
化粧品	0.7	0.0	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	-4.2	-0.2	47か月連続マイナス*
その他雑貨	-3.2	-0.1	38か月連続マイナス*
雑貨	-2.1	-0.3	35か月連続マイナス
家具	-5.0	-0.1	38か月連続マイナス
家電	4.8	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	4.0	0.1	4か月連続プラス
家庭用品	1.7	0.1	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-1.1	-0.1	3か月連続マイナス*
菓子	-0.9	-0.1	2か月連続マイナス*
惣菜	-1.4	-0.1	3か月連続マイナス*
その他食料品	2.2	0.1	6か月ぶりプラス*
食料品	-0.1	0.0	6か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.6	-0.1	3か月連続マイナス
サービス	-3.7	0.0	2か月連続マイナス
その他	12.9	0.2	10か月連続プラス
商品券	20.6	0.6	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

NEWS LETTER

平成23年1月 東京地区百貨店売上高概況

平成23年2月18日

I. 概況

1. 売上高総額	1,360億円余
2. 前年同月比	1.4% (店舗数調整後/2か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭0.6%(89.6%) : 非店頭8.2%(10.4%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	14社 26店 (平成22年12月対比-1店)
5. 総店舗面積	929,474㎡ (前年同月比:-1.8%)
6. 総従業員数	20,483人 (前年同月比:-0.8%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 -3.5%、7-9月 -2.9%、8-10月 -1.3%、 9-11月 -0.2%、10-12月 0.8%、11-1月 0.4%

[参考] 平成22年1月の売上高増減率は-7.4% (店舗数調整後)

【1月売上の特徴】

- (1) 1月の入店状況は前年を若干下回る店舗が多かったが、重衣料等の高額商材が伸びたことや買い回り購買が増えたことで客単価が上がり、売上全体を押し上げる結果となった。
- (2) 初商恒例の福袋は都内各店でも活況であった。具体的には、「中身が見える福袋」「商品を選べる福袋」が人気を集めたほか、レストランでの食事券が入った体験型の「コト福袋」や高級時計を詰めた「高額福袋」など特徴的な企画商材もよく動いた。
- (3) 好調な身のまわり品の中では、特に、防寒需要で伸びたブーツを含む「婦人靴」と重衣料との買い回り効果が見られた「紳士靴」が、都内のほぼ全店で前年をクリアした。
- (4) ビジネスウェア中心に紳士服は4か月連続プラスとなったが、これは「買い替え需要」「気温低下」「節約疲れ」など複数の要因が重なった結果と考えられる。
- (5) 異常乾燥が続いた東京では、様々な販促施策に加え、保湿効果やスキンケアに対する需要の高まりなどもあって化粧品が活発に動き、2か月ぶりの前年比売上増となった。

【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: 8店、②変化なし: 6店、③減少した: 4店、④不明: 3店
- (3) 1月歳時記(初売り、冬の全館セール、成人の日)の売上(同上)
 - ①増加した: 10店、②変化なし: 7店、③減少した: 0店、④不明: 4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: 4店、②変化なし: 11店、③減少する: 3店、④不明: 3店

NEWS LETTER

東京地区百貨店 売上高速報 2011年01月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%)
総 額	136,015,620	100.0	1.4 (0.3)
紳士服・洋品	12,809,510	9.4	3.1 (2.8)
婦人服・洋品	35,064,224	25.8	-0.6 (-2.6)
子供服・洋品	2,613,545	1.9	-5.8 (-5.8)
その他衣料品	3,115,432	2.3	-10.0
衣 料 品	53,602,711	39.4	-0.6 (-2.0)
身のまわり品	18,641,596	13.7	1.4 (-0.5)
化粧品	6,091,503	4.5	2.8 (0.2)
美術・宝飾・貴金属	5,560,758	4.1	-0.1
その他雑貨	6,961,743	5.1	-1.1 (-1.3)
雑 貨	18,614,004	13.7	0.4 (-0.5)
家 具	1,923,686	1.4	-8.1 (-8.4)
家 電	818,154	0.6	53.2
その他家庭用品	4,918,944	3.6	11.9
家 庭 用 品	7,660,784	5.6	9.1 (9.0)
生 鮮 食 品	4,307,341	3.2	-1.1
菓 子	7,608,957	5.6	-0.7
惣 菜	6,273,162	4.6	-0.1
その他食料品	10,268,015	7.5	4.4 (4.4)
食 料 品	28,457,475	20.9	1.1 (1.1)
食 堂 喫 茶	3,183,305	2.3	-6.7 (-7.3)
サ ー ビ ス	2,098,598	1.5	5.7 (0.7)
そ の 他	3,757,147	2.8	34.8

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	9,589,407 千円	68.6 (68.0)
従 業 員 数	20,483 人	-0.8
店 舗 面 積	929,474 m ²	-1.8

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

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目では、身のまわり品が2か月連続、家庭用品が5か月連続、雑貨が33か月ぶり、食料品が3か月ぶりのプラス。マイナスは衣料品。また、紳士服・洋品が4か月連続、その他家庭用品が7か月連続、その他食料品が2か月連続、化粧品と家電が2か月ぶりのプラスとなった。

【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	1.4	—	2か月ぶりプラス
紳士服・洋品	3.1	0.3	4か月連続プラス
婦人服・洋品	-0.6	-0.1	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-10.0	-0.3	33か月連続マイナス
衣料品	-0.6	-0.2	3か月連続マイナス
身のまわり品	1.4	0.2	2か月連続プラス
化粧品	2.8	0.1	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	-0.1	0.0	2か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-1.1	-0.1	32か月連続マイナス*
雑貨	0.4	0.1	33か月ぶりプラス
家具	-8.1	-0.1	3か月連続マイナス
家電	53.2	0.2	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	11.9	0.4	7か月連続プラス
家庭用品	9.1	0.5	5か月連続プラス
生鮮食品	-1.1	0.0	2か月連続マイナス*
菓子	-0.7	0.0	2か月連続マイナス*
惣菜	-0.1	0.0	3か月連続マイナス*
その他食料品	4.4	0.3	2か月連続プラス*
食料品	1.1	0.2	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	-6.7	-0.2	3か月連続マイナス
サービス	5.7	0.1	10か月連続プラス
その他	34.8	0.7	10か月連続プラス
商品券	68.6	2.9	18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・佐藤・西田まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>