

平成20年11月 東京地区百貨店売上高概況

平成20年12月18日

I. 概況

1. 売上高総額	1,637億円余
2. 前年同月比	-7.2% (店舗数調整後/9か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-6.4% (87.1%) : 非店頭-11.9% (12.9%) ()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20年10月対比±0社0店)
5. 総店舗面積	988,391㎡ (前年同月比: 2.3%)
6. 総従業員数	19,297人 (前年同月比: -2.2%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 -3.6%、5-7月 -3.5%、6-8月 -4.1%、 7-9月 -3.0%、8-10月 -6.0%、9-11月 -6.9%

[参考] 平成19年11月の売上高増減率は1.7%

【11月売上の特徴】

- (1) 催事等の仕掛けの効果で入店客数は前年を上回る店が多かったものの、購買比率が低く客単価も低下しているため売上全体を押し上げることはできなかった。
- (2) 最盛期のコートは非常に苦戦したが、この背景には消費マインドの冷え込みに加えて、今期特徴的なトレンド変化がなく買い換え需要を喚起できなかったこともある。
- (3) 円高を背景に複数の海外ブランドで値下げが実施されたが、現状では売上減少傾向を転換するほどの明確な効果は確認できていない。
- (4) 季節商材の「おせち」と「クリスマスケーキ」は二桁増の店も出るほど好調に推移している。家庭回帰のライフスタイルが浸透し始めたことが伺える。また、食の安心・安全志向は一層強まっており、国産素材を使用したおせちは各店で発売後すぐに完売した。
- (5) 店頭での早めの展開やテレビCMの影響などもあって、都内各店でランドセルの売上が大きく伸びた。最近のランドセルは、カラー・デザインの多様化や軽量を軸とした高機能化を背景に品揃えの幅が広がっており、それに合わせて、以前は1月下旬にあった需要のピークも年々前倒し傾向を示している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0日 (前年同月比+0.1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: 7店、②変化なし: 8店、③減少した: 6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: 4店、②変化なし: 9店、③減少した: 5店、④不明: 5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: 9店、③減少する: 9店、④不明: 3店

東京地区百貨店 売上高速報 2008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	163,718,335	100.0	-7.2 (-6.2)
紳士服・洋品	15,056,521	9.2	-8.2 (-8.1)
婦人服・洋品	35,523,686	21.7	-10.1 (-9.6)
子供服・洋品	2,871,441	1.8	-0.4 (0.2)
その他衣料品	4,165,691	2.5	-9.9 (-9.9)
■ 衣 料 品	57,617,339	35.2	-9.1 (-8.8)
■ 身のまわり品	20,122,579	12.3	-8.4 (-6.9)
化粧品	8,332,594	5.1	0.1 (0.5)
美術・宝飾・貴金属	7,796,633	4.8	-20.4
その他雑貨	8,429,533	5.1	-17.5 (-15.6)
■ 雑 貨	24,558,760	15.0	-13.3 (-12.5)
家 具	2,730,197	1.7	-1.7 (-1.0)
家 電	626,118	0.4	-34.3
その他家庭用品	5,145,183	3.1	-18.9 (-18.0)
■ 家 庭 用 品	8,501,498	5.2	-15.6 (-14.9)
生 鮮 食 品	7,111,781	4.3	-0.1 (2.5)
菓 子	10,449,155	6.4	1.7 (2.6)
惣 菜	8,714,250	5.3	-3.4 (-2.3)
その他食料品	17,113,344	10.5	-0.9 (0.3)
■ 食 料 品	43,388,530	26.5	-0.7 (0.7)
食 堂 喫 茶	3,859,857	2.4	-3.8 (2.1)
サ ー ビ ス	2,191,146	1.3	2.0 (5.6)
そ の 他	3,478,626	2.1	27.1 (27.2)

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。(■は主要5品目)

対前年増減(-)率 (%)

商 品 券	5,496,361 千円	-17.2
従 業 員 数	19,297 人	-2.2
店 舗 面 積	988,391 m ²	2.3

営 業 日 数	30.0 日	前年	29.9 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。菓子は23か月連続プラス、化粧品が3か月連続プラスとなった。

【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	-7.2	—	9か月連続マイナス
紳士服・洋品	-8.2	-0.8	8か月連続マイナス
婦人服・洋品	-10.1	-2.3	4か月連続マイナス
子供服・洋品	-0.4	0.0	3か月連続マイナス
その他衣料品	-9.9	-0.3	7か月連続マイナス
衣料品	-9.1	-3.3	4か月連続マイナス
身のまわり品	-8.4	-1.0	8か月連続マイナス
化粧品	0.1	0.0	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-20.4	-1.1	3か月連続マイナス*
その他雑貨	-17.5	-1.0	6か月連続マイナス*
雑貨	-13.3	-2.1	7か月連続マイナス
家具	-1.7	0.0	8か月連続マイナス
家電	-34.3	-0.2	11か月連続マイナス
その他家庭用品	-18.9	-0.7	6か月連続マイナス
家庭用品	-15.6	-0.9	6か月連続マイナス
生鮮食品	-0.1	0.0	3か月連続マイナス*
菓子	1.7	0.1	23か月連続プラス*
惣菜	-3.4	-0.2	8か月連続マイナス*
その他食料品	-0.9	-0.1	2か月連続マイナス*
食料品	-0.7	-0.2	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
サービス	2.0	0.0	4か月ぶりプラス
その他	27.1	0.4	3か月連続プラス
商品券	-17.2	-0.7	9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・関・西田まで

TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>