

# 平成21年3月 全国百貨店売上高概況

平成21年4月17日

## I. 概況

1. 売上高総額	5,730億円余
2. 前年同月比	-13.1% (店舗数調整後/13か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	87社 277店 (平成21年2月対比-3社・-1店)
4. 総店舗面積	6,743,801㎡ (前年同月比:-0.7%)
5. 総従業員数	99,458人 (前年同月比:-2.2%)
6. 3か月移動平均値	8-10月 -5.0%、9-11月 -6.1%、10-12月 -7.7%、 11-1月 -8.4%、12-2月 -9.8%、1-3月 -11.2%

[参考] 平成20年3月の売上高増減率は-1.2% (店舗数調整後)

### 【3月売上の特徴】

13か月連続で前年同月比マイナスとなった。

3月は、株価がバブル後最安値(3/10:7,054円)を付けるなど景気情勢の不透明感が強まる中で、一段と厳しさを増した消費環境から引き続き高額品の動きが鈍かったほか、月前半の高温が一転して後半は顕著な低温となる寒暖差の激しい天候も影響し、最盛期の春物衣料が低調に推移するなど、年明け以降の厳しい状況に大きな変化は見られなかった。また、土曜日が前年に比べ一日減少(1.3%の押下げ要因)したことも売上低迷の一因となっている。

地方物産展や期末感謝セール等の一部催事が好評であったこと、改装効果が出ている店があることなどプラス要素もあったが、消費者の単品購入の傾向で客単価が下落していること、各社のセール強化や裾値拡大策によって商品単価も下落していること、バレンタイン同様にホワイトデー商戦の当日が土曜日で盛り上がり欠けたことなどのマイナス要素が重なり、最終的には前年実績から大きく減少する結果となった。

### 【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)

◇ 前半は寒気の南下が弱く暖かい南風が入って全国的に高温で経過した。後半は強い寒気が南下し東・西日本を中心に顕著な低温となり、寒暖の変動が大きかった。また北・東日本では曇りや雨の日が多かった。

(2) 営業日数増減 30.7日 (前年同月比±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 10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: 7店、②変化なし: 13店、③減少した: 124店、④不明: 46店

(5) 3月歳時記 (ひな祭り、彼岸、卒業・入学、新社会人) の売上 (同上)

①増加した: 4店、②変化なし: 21店、③減少した: 69店、④不明: 96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: 31店、③減少する: 92店、④不明: 60店

# 全国百貨店 売上高速報 2009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 (%) ※
<b>全 国</b>	<b>573,028,789</b>	<b>100.0</b>	<b>-13.1 ( -13.1)</b>
<b>10都市</b>	<b>363,283,465</b>	<b>63.4</b>	<b>-13.3 ( -13.2)</b>
札幌	15,213,387	2.7	-11.7 ( -14.9)
仙台	7,522,791	1.3	-16.2
東京	142,230,017	24.8	-12.9 ( -11.9)
横浜	30,535,445	5.3	-13.4 ( -15.2)
名古屋	34,463,520	6.0	-11.7
京都	22,512,880	3.9	-11.2
大阪	68,660,791	12.0	-15.9
神戸	15,093,105	2.6	-15.6
広島	12,045,426	2.1	-12.2
福岡	15,006,103	2.6	-9.8
<b>10都市以外の地区</b>	<b>209,745,324</b>	<b>36.6</b>	<b>-12.8 ( -13.0)</b>
北海道	4,404,580	0.8	-14.4
東北	12,467,927	2.2	-15.9
関東	100,777,415	17.6	-13.6
中部	15,945,589	2.8	-12.9
近畿	18,293,243	3.2	-14.4
中国	14,513,116	2.5	-11.5 ( -9.2)
四国	10,934,756	1.9	-13.4 ( -16.6)
九州	32,408,698	5.7	-8.3 ( -9.6)

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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>573,028,789</b>	<b>100.0</b>	<b>-13.1 ( -13.1)</b>
紳士服・洋品	36,810,680	6.4	-19.7 ( -19.9)
婦人服・洋品	139,055,778	24.3	-18.2 ( -18.3)
子供服・洋品	23,923,252	4.2	-11.4 ( -11.7)
その他衣料品	16,089,160	2.8	-13.7 ( -13.9)
■ 衣 料 品	<b>215,878,870</b>	<b>37.7</b>	<b>-17.4 ( -17.5)</b>
■ 身のまわり品	<b>72,476,298</b>	<b>12.6</b>	<b>-17.0 ( -16.8)</b>
化粧品	30,614,682	5.3	-8.8 ( -8.9)
美術・宝飾・貴金属	24,935,348	4.4	-18.4 ( -18.7)
その他雑貨	25,694,717	4.5	-18.7 ( -18.1)
■ 雑 貨	<b>81,244,747</b>	<b>14.2</b>	<b>-15.1 ( -15.1)</b>
家 具	8,096,219	1.4	-28.2 ( -27.9)
家 電	1,923,029	0.3	-12.8 ( -13.2)
その他家庭用品	18,891,411	3.3	-10.3 ( -10.3)
■ 家 庭 用 品	<b>28,910,659</b>	<b>5.0</b>	<b>-16.3 ( -16.2)</b>
生 鮮 食 品	29,538,015	5.2	-4.4 ( -4.3)
菓 子	43,621,883	7.6	-2.3 ( -2.4)
惣 菜	30,162,180	5.3	-6.7 ( -6.7)
その他食料品	37,487,476	6.5	-4.0 ( -4.0)
■ 食 料 品	<b>140,809,554</b>	<b>24.6</b>	<b>-4.2 ( -4.1)</b>
食 堂 喫 茶	16,356,552	2.9	-10.0 ( -9.0)
サ ー ビ ス	6,666,803	1.2	1.7 ( 2.0)
そ の 他	10,685,306	1.9	18.3 ( 17.1)
商 品 券	19,699,104	3.4	-13.5 ( -13.8)

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      | -13.3% | (店舗数調整後) | / | 13か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -12.8% | ( " )    | / | 21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	-13.3	-8.5	13か月連続マイナス
札幌	-11.7	-0.3	7か月連続マイナス
仙台	-16.2	-0.2	11か月連続マイナス
東京	-12.9	-3.2	13か月連続マイナス
横浜	-13.4	-0.7	8か月連続マイナス
名古屋	-11.7	-0.7	16か月連続マイナス
京都	-11.2	-0.4	7か月連続マイナス
大阪	-15.9	-2.0	13か月連続マイナス
神戸	-15.6	-0.4	12か月連続マイナス
広島	-12.2	-0.3	13か月連続マイナス
福岡	-9.8	-0.2	8か月連続マイナス
10都市以外の地区	-12.8	-4.7	21か月連続マイナス
北海道	-14.4	-0.1	17か月連続マイナス*
東北	-15.9	-0.4	12か月連続マイナス*
関東	-13.6	-2.4	21か月連続マイナス
中部	-12.9	-0.4	12か月連続マイナス
近畿	-14.4	-0.5	12か月連続マイナス
中国	-11.5	-0.3	10か月連続マイナス*
四国	-13.4	-0.3	21か月連続マイナス
九州	-8.3	-0.4	19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、全品目がマイナスとなった。菓子、生鮮食品、その他食料品が2か月連続のマイナス、食料品全体も2か月連続マイナスした。また化粧品は4か月連続マイナスとなった。

#### 【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
<b>総額</b>	-13.1	—	13か月連続マイナス
紳士服・洋品	-19.7	-1.4	12か月連続マイナス
婦人服・洋品	-18.2	-4.7	21か月連続マイナス
子供服・洋品	-11.4	-0.5	7か月連続マイナス
その他衣料品	-13.7	-0.4	13か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	-17.4	-6.9	21か月連続マイナス
<b>身のまわり品</b>	-17.0	-2.2	19か月連続マイナス
化粧品	-8.8	-0.4	4か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-18.4	-0.9	25か月連続マイナス*
その他雑貨	-18.7	-0.9	16か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	-15.1	-2.2	13か月連続マイナス
家具	-28.2	-0.5	16か月連続マイナス
家電	-12.8	0.0	15か月連続マイナス
その他家庭用品	-10.3	-0.3	13か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	-16.3	-0.9	16か月連続マイナス
生鮮食品	-4.4	-0.2	2か月連続マイナス*
菓子	-2.3	-0.2	2か月連続マイナス*
惣菜	-6.7	-0.3	10か月連続マイナス*
その他食料品	-4.0	-0.2	2か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	-4.2	-0.9	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-10.0	-0.3	8か月連続マイナス
サービス	1.7	0.0	2か月ぶりプラス
その他	18.3	0.3	7か月連続プラス
<b>商品券</b>	-13.5	-0.5	21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

## 全国百貨店 売上高速報 2008年04月～2009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 (%) ※
<b>全 国</b>	<b>7,174,100,694</b>	<b>100.0</b>	<b>-6.8 ( -6.6)</b>
<b>10都市</b>	<b>4,605,831,229</b>	<b>64.2</b>	<b>-6.9 ( -6.5)</b>
札幌	187,045,098	2.6	-5.8 ( -6.4)
仙台	95,469,320	1.3	-7.1
東京	1,786,811,152	24.9	-6.8 ( -5.7)
横浜	395,482,560	5.5	-4.8 ( -5.7)
名古屋	417,694,564	5.8	-10.1
京都	279,259,318	3.9	-5.3
大阪	905,080,069	12.6	-7.0
神戸	194,285,717	2.7	-8.0
広島	154,878,145	2.2	-6.8
福岡	189,825,286	2.6	-5.4
<b>10都市以外の地区</b>	<b>2,568,269,465</b>	<b>35.8</b>	<b>-6.7 ( -6.8)</b>
北海道	48,735,977	0.7	-8.1 ( -15.1)
東北	140,265,376	2.0	-9.1
関東	1,221,197,955	17.0	-6.8 ( -6.6)
中部	202,197,999	2.8	-5.9
近畿	232,688,326	3.2	-5.8
中国	182,907,978	2.5	-5.4 ( -4.3)
四国	138,053,583	1.9	-7.4 ( -8.3)
九州	402,222,271	5.6	-6.7 ( -6.8)

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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>7,174,100,694</b>	<b>100.0</b>	<b>-6.8 ( -6.6)</b>
紳士服・洋品	518,783,045	7.2	-9.7 ( -9.8)
婦人服・洋品	1,691,589,238	23.6	-9.8 ( -9.8)
子供服・洋品	187,593,360	2.6	-7.6 ( -7.6)
その他衣料品	206,016,396	2.9	-8.1 ( -8.1)
■ 衣 料 品	<b>2,603,982,039</b>	<b>36.3</b>	<b>-9.5 ( -9.5)</b>
■ 身のまわり品	<b>901,457,125</b>	<b>12.6</b>	<b>-9.5 ( -9.2)</b>
化粧品	353,702,462	4.9	-0.6 ( -0.6)
美術・宝飾・貴金属	337,520,477	4.7	-11.5 ( -11.6)
その他雑貨	321,023,657	4.5	-11.0 ( -10.3)
■ 雑 貨	<b>1,012,246,596</b>	<b>14.1</b>	<b>-7.8 ( -7.6)</b>
家 具	102,589,461	1.4	-16.7 ( -16.5)
家 電	22,948,936	0.3	-19.7 ( -19.8)
その他家庭用品	229,100,916	3.2	-7.7 ( -7.5)
■ 家 庭 用 品	<b>354,639,313</b>	<b>4.9</b>	<b>-11.3 ( -11.2)</b>
生 鮮 食 品	413,125,505	5.8	-1.0 ( -0.7)
菓 子	479,539,738	6.7	0.4 ( 0.5)
惣 菜	404,305,362	5.6	-2.7 ( -2.6)
その他食料品	615,554,141	8.6	-0.7 ( -0.2)
■ 食 料 品	<b>1,912,524,746</b>	<b>26.7</b>	<b>-1.0 ( -0.6)</b>
食 堂 喫 茶	198,579,263	2.8	-4.3 ( -2.9)
サ ー ビ ス	73,245,095	1.0	-2.6 ( -1.6)
そ の 他	117,426,517	1.6	3.1 ( 2.7)
商 品 券	271,094,005	3.8	-10.6 ( -10.6)

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。

### 全国百貨店会計年度(4月～3月)売上高

年 度	売上高(千円)	対前年増減率(%)
2008(平成20年度)	7,174,100,694	※ -6.8(-6.6)
2007(平成19年度)	7,682,643,413	-0.8(-1.0)
2006(平成18年度)	7,757,068,695	-0.9(-1.2)
2005(平成17年度)	7,850,942,202	0.7( 0.4)
2004(平成16年度)	7,819,418,674	-3.2(-3.4)
2003(平成15年度)	8,095,029,432	-2.5(-2.5)
2002(平成14年度)	8,298,537,530	-2.5(-2.7)
2001(平成13年度)	8,531,326,536	-0.3(-2.4)
2000(平成12年度)	8,741,173,341	-2.2(-2.6)
1999(平成11年度)	8,977,539,708	-2.0(-1.6)
1998(平成10年度)	9,120,465,909	-3.1(-0.0)
1997(平成9年度)	9,116,916,312	-6.8( 0.7)

※は店舗数調整後、( )は調整前

お問い合わせは、日本百貨店協会 調査担当 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>