

平成21年8月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年9月18日

I. 概況

1. 売上高総額	1,070億円余
2. 前年同月比	-10.3% (店舗数調整後/18か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-8.3%(88.4%) : 非店頭-22.5%(11.6%) ()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7月対比±0店)
5. 総店舗面積	947,026㎡ (前年同月比:-4.2%)
6. 総従業員数	20,950人 (前年同月比:9.2%)
7. 3か月移動平均値	1-3月 -11.4%、2-4月 -12.2%、3-5月 -12.9%、 4-6月 -12.4%、5-7月 -12.9%、6-8月 -11.9%

【参考】平成20年8月の売上高増減率は-4.1% (店舗数調整後)

【8月売上の特徴】

- (1) 東京地区における月末の台風11号と総選挙の影響は、概ね2%~3%の売上を押し下げる要因となっている。
- (2) 各店で積極的な催事展開が行われた結果、入店客数は前年を上回る店が多数あった。
- (3) 売上構成比は小さいものの、家電製品の売上はエコポイント制度の効果から20カ月ぶりに大幅な伸び(+4.2%)を記録した。
- (4) 比較的堅調な食品分野では、高速料金割引制度(一律1,000円)の導入でお盆の帰省客数が増加したことから、都内各店で帰省土産が活発に動いた。また、最近注目度の高い中元ギフト解体セールも活況で大きく数字を伸ばしている。
- (5) 高額な特選ブランドは全般的には引き続き厳しい状況であるが、値頃感のある一部インポートブランドにおいて復調の兆しが見え始めた。
- (6) 個人旅行のビザ解禁を背景に、中国人観光客の入店数及び売上高は共に増加した。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0日 (前年同月比±0.0日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見ると傾向値/前年同月比)
①増加した: 4店、②変化なし: 3店、③減少した: 13店、④不明: 2店
- (3) 8月歳時記(旧暦お盆、夏休み、夏祭り)の売上(同上)
①増加した: 2店、②変化なし: 5店、③減少した: 6店、④不明: 9店
- (4) 翌月売上見通し(回答店舗数で見ると傾向値)
①増加する: 1店、②変化なし: 6店、③減少する: 13店、④不明: 2店

東京地区百貨店 売上高速報 2009年08月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) *
総 額	107,053,740	100.0	-10.3 (-11.5)
紳士服・洋品	6,374,799	6.0	-16.7 (-17.2)
婦人服・洋品	20,433,930	19.1	-12.4 (-13.6)
子供服・洋品	1,603,674	1.5	-12.8 (-13.0)
その他衣料品	2,820,101	2.6	-11.4 (-12.7)
衣 料 品	31,232,504	29.2	-13.2 (-14.2)
身のまわり品	14,875,022	13.9	-11.0 (-13.3)
化粧品	6,440,583	6.0	-5.7 (-6.2)
美術・宝飾・貴金属	6,431,635	6.0	-15.1 (-16.4)
その他雑貨	6,508,657	6.1	-18.7 (-19.0)
雑 貨	19,380,875	18.1	-13.5 (-14.2)
家 具	2,158,051	2.0	-10.7 (-11.8)
家 電	621,811	0.6	4.2 (4.2)
その他家庭用品	3,587,178	3.4	-21.3 (-22.0)
家 庭 用 品	6,367,040	5.9	-15.9 (-16.7)
生 鮮 食 品	4,332,313	4.0	-4.0 (-5.2)
菓 子	8,063,961	7.5	-2.5 (-4.2)
惣 菜	5,995,386	5.6	-10.7 (-11.8)
その他食料品	8,361,010	7.8	-8.7 (-9.8)
食 料 品	26,752,670	25.0	-6.6 (-7.9)
食 堂 喫 茶	3,777,400	3.5	-8.1 (-9.4)
サ ー ビ ス	1,872,985	1.7	9.1 (9.0)
そ の 他	2,795,244	2.6	31.9 (30.6)

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	2,303,935 千円	-7.3 (-10.4)
従 業 員 数	20,950 人	9.2
店 舗 面 積	947,026 m ²	-4.2

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

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、11か月連続で全品目がマイナスとなった。しかし、その他家庭用品、生鮮食品、惣菜は先月より落とす動きとなったが、その他は改善した。また、家電が4.2%と全国同様20か月ぶりにプラスとなった。その他比較的堅調なものとしては、化粧品、菓子、また先月よりは若干落としたものの生鮮食品があげられる。

【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	-10.3	—	18か月連続マイナス
紳士服・洋品	-16.7	-1.1	17か月連続マイナス
婦人服・洋品	-12.4	-2.4	13か月連続マイナス
子供服・洋品	-12.8	-0.2	12か月連続マイナス
その他衣料品	-11.4	-0.3	16か月連続マイナス
衣料品	-13.2	-4.0	13か月連続マイナス
身のまわり品	-11.0	-1.5	17か月連続マイナス
化粧品	-5.7	-0.3	9か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-15.1	-1.0	12か月連続マイナス*
その他雑貨	-18.7	-1.3	15か月連続マイナス*
雑貨	-13.5	-2.5	16か月連続マイナス
家具	-10.7	-0.2	17か月連続マイナス
家電	4.2	0.0	20か月ぶりプラス
その他家庭用品	-21.3	-0.8	15か月連続マイナス
家庭用品	-15.9	-1.0	15か月連続マイナス
生鮮食品	-4.0	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	-2.5	-0.2	7か月連続マイナス*
惣菜	-10.7	-0.6	17か月連続マイナス*
その他食料品	-8.7	-0.7	7か月連続マイナス*
食料品	-6.6	-1.6	11か月連続マイナス
食堂喫茶	-8.1	-0.3	10か月連続マイナス
サービス	9.1	0.1	10か月連続プラス
その他	31.9	0.6	12か月連続プラス
商品券	-7.3	-0.2	18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・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>