

# 平成21年9月 東京地区百貨店売上高概況

平成21年10月19日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,172億円余
2. 前年同月比	-10.5% (店舗数調整後/19か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-8.7%(89.0%) : 非店頭-22.6%(11.0%) ( )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8月対比±0店)
5. 総店舗面積	946,658㎡ (前年同月比:-4.2%)
6. 総従業員数	20,487人 (前年同月比:7.3%)
7. 3か月移動平均値	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%、7-9月 -11.6%

【参考】平成20年9月の売上高増減率は-4.6% (店舗数調整後)

### 【9月売上の特徴】

- (1) 全国平均と比べ東京地区の売上減少幅は大きくなっているが、この背景には、改装工事による売場面積減、前年の法人口需要の反動減、売上計上方法の変更など、特殊要因を抱える店舗が重なったことがある。特殊要因を除くとほぼ全国並みに推移した。
- (2) シルバーウィークは東京地区の各店ともに活況であったが、特に商圏外の地方からの来店が多くあり、菓子類を中心に土産需要が盛り上がった。一部の店舗ではゴールデンウィーク以上の売上効果を報告するケースもある。
- (3) 今年9月は残暑もなく秋らしい天候に恵まれたことから、不振が続いている衣料品などファッション分野でも秋物商材の堅調さが確認された。
- (4) 集客力で定評のある北海道物産展が新宿地区3店で同時開催されたほか、都内の多くの店舗で実施され、いずれも根強い人気と売上効果を発揮している。
- (5) 個人ビザの解禁や国慶節(10月1日)を控えた旅行シーズンを背景として、中国人観光客の入店が増加傾向を示している。

### 【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 (回答店舗数で見ると傾向値/前年同月比)  
①増加した: 2店、②変化なし: 2店、③減少した: 16店、④不明: 2店
- (3) 9月歳時記(敬老の日、秋分の日/お彼岸)の売上 (同上)  
①増加した: 2店、②変化なし: 2店、③減少した: 6店、④不明: 12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: 0店、②変化なし: 8店、③減少する: 12店、④不明: 2店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2009年09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(%) *
<b>総 額</b>	<b>117,224,245</b>	<b>100.0</b>	<b>-10.5 ( -11.6)</b>
紳士服・洋品	8,512,579	7.3	-14.7 ( -15.1)
婦人服・洋品	27,415,950	23.4	-12.3 ( -13.2)
子供服・洋品	2,063,881	1.8	-5.3 ( -5.5)
その他衣料品	2,753,892	2.3	-11.6 ( -12.8)
<b>衣 料 品</b>	<b>40,746,302</b>	<b>34.8</b>	<b>-12.4 ( -13.2)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>16,687,630</b>	<b>14.2</b>	<b>-12.0 ( -14.0)</b>
化粧品	6,810,973	5.8	-7.0 ( -7.5)
美術・宝飾・貴金属	6,497,759	5.5	-21.8 ( -22.9)
その他雑貨	6,113,712	5.2	-11.1 ( -11.6)
<b>雑 貨</b>	<b>19,422,444</b>	<b>16.6</b>	<b>-13.7 ( -14.5)</b>
家 具	2,073,537	1.8	-10.9 ( -11.7)
家 電	678,586	0.6	0.9 ( 0.9)
その他家庭用品	3,876,244	3.3	-13.0 ( -13.9)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>6,628,367</b>	<b>5.7</b>	<b>-11.1 ( -11.9)</b>
生 鮮 食 品	4,100,306	3.5	-6.1 ( -7.3)
菓 子	6,864,872	5.9	-1.4 ( -3.1)
惣 菜	5,664,363	4.8	-10.5 ( -11.6)
その他食料品	9,387,547	8.0	0.4 ( -0.8)
<b>食 料 品</b>	<b>26,017,088</b>	<b>22.2</b>	<b>-3.7 ( -5.0)</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>3,286,577</b>	<b>2.8</b>	<b>-10.7 ( -12.1)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,828,598</b>	<b>1.6</b>	<b>11.4 ( 11.3)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,607,239</b>	<b>2.2</b>	<b>-18.2 ( -18.8)</b>

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(%)

		対前年増減(-)率(%) *
商 品 券	2,384,336 千円	-7.9 ( -10.9)
従 業 員 数	20,487 人	7.3
店 舗 面 積	946,658 m <sup>2</sup>	-4.2

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、12か月連続で全品目がマイナスとなった。しかし、5品目の中で衣料品、家庭用品、食料品は先月より改善する動きとなった。また、その他食料品が8か月ぶりにプラスに転じ、家電も2か月連続でプラスとなった。

### 【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
<b>総額</b>	-10.5	—	19か月連続マイナス
紳士服・洋品	-14.7	-1.1	18か月連続マイナス
婦人服・洋品	-12.3	-2.9	14か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.3	-0.1	13か月連続マイナス
その他衣料品	-11.6	-0.3	17か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	-12.4	-4.4	14か月連続マイナス
<b>身のまわり品</b>	-12.0	-1.7	18か月連続マイナス
化粧品	-7.0	-0.4	10か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-21.8	-1.4	13か月連続マイナス*
その他雑貨	-11.1	-0.6	16か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	-13.7	-2.4	17か月連続マイナス
家具	-10.9	-0.2	18か月連続マイナス
家電	0.9	0.0	2か月連続プラス
その他家庭用品	-13.0	-0.4	16か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	-11.1	-0.6	16か月連続マイナス
生鮮食品	-6.1	-0.2	3か月連続マイナス*
菓子	-1.4	-0.1	8か月連続マイナス*
惣菜	-10.5	-0.5	18か月連続マイナス*
その他食料品	0.4	0.0	8か月ぶりプラス*
<b>食料品</b>	-3.7	-0.8	12か月連続マイナス
食堂喫茶	-10.7	-0.3	11か月連続マイナス
サービス	11.4	0.1	11か月連続プラス
その他	-18.2	-0.4	13か月ぶりマイナス
<b>商品券</b>	-7.9	-0.2	19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 ☎ 03-3272-1666

ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>