

14時30分解禁

令和2年6月 全国百貨店売上高概況

令和2年7月21日

I. 概況

1. 売上高総額	3,829億円余
2. 前年同月比	-19.1% (店舗数調整後/9か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 203店 (令和2年5月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,155,694㎡ (前年同月比:-4.6%)
5. 総従業員数	61,774人 (前年同月比:-7.3%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	11-1月 -4.7%、12-2月 -6.3%、1-3月 -16.8%、 2-4月 -39.7%、3-5月 -56.1%、4-6月 -51.7%

[参考] 令和元年6月の売上高増減率は-0.9% (店舗数調整後)

【特徴】

6月の売上高は19.1%減(9か月連続)と依然厳しい動向ではあるが、減少幅は前月(65.6%減)から大きく(46.5ポイント)改善し、業績持ち直しの局面に転換してきた。

新型コロナウイルスによる外出自粛ムードは残るものの、全店が全館営業を再開したことから、入店客数も徐々に上向いている。購買動向の特徴としては、食料品や衛生用品など生活必需品の好調さに加えて、ラグジュアリーブランドや宝飾品など一部高額商材にも動きが見られた。

地区別では、地方(10都市以外の地区)が11.3%減、大都市(10都市)が22.0%減と、引き続き地方より大都市店舗の苦戦が目立つが、その差(10.7%)は前月(12.2%)より縮小した。

顧客別では、国内市場は14.6%減(9か月連続/シェア99.3%)と前月より48.6ポイント改善した。一方、インバウンドは入国制限の継続で90.5%減(26.8億円/5か月連続/シェア0.7%)と、厳しい状況に大きな変化は見られない。

商品別では、「イエナカ需要」の高まりを背景に、精肉や鮮魚などの生鮮食品、食器・キッチン関連、寝具などのリビング用品が健闘した。パラソルやサンダルなどの季節商材、ブライダル需要のジュエリー、学校再開により子供服も動いた。

中元は、店頭の減少をECの大幅な伸びがカバーし堅調に推移している。クリアランスは、開始時期の前倒しや分散開催・長期化、ECの拡大展開など、一連のコロナ対策が顧客ニーズに適合し、衣料品を含むファッション商材中心に動きが見られた。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇平均気温は全国的にかなり高く、梅雨前線の活動が活発となった時期があったため、降水量は北日本日本海側と東日本太平洋側、西日本で多かった。日照時間は東日本日本海側でかなり多く、東日本太平洋側と西日本日本海側で多かった。

(2) 営業日数増減 29.8日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 8日(-2日/土曜・日曜各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/有効回答数111店舗)

①増加した：5店、②変化なし：5店、③減少した：101店

(5) 6月歳時記(中元、父の日)の売上(同上/有効回答数87店舗)

①増加した：8店、②変化なし：14店、③減少した：65店

全国百貨店 売上高速報 2020年6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	382,947,243	100.0	-19.1 (-20.0)
10都市	266,970,830	69.7	-22.0 (-22.2)
札幌	9,313,659	2.4	-24.9
仙台	5,720,355	1.5	-6.6
東京	104,750,392	27.4	-24.3 (-24.5)
横浜	26,254,317	6.9	-14.5
名古屋	25,028,878	6.5	-17.5
京都	14,749,824	3.9	-24.3
大阪	50,900,216	13.3	-24.2
神戸	9,166,367	2.4	-12.6 (-17.5)
広島	7,984,692	2.1	-19.5
福岡	13,102,130	3.4	-22.5
10都市以外の地区	115,976,413	30.3	-11.3 (-14.7)
北海道	1,024,819	0.3	-7.6
東北	5,364,620	1.4	-5.9 (-18.7)
関東	52,164,418	13.6	-9.7 (-15.3)
中部	9,099,429	2.4	-10.9 (-16.1)
近畿	16,560,358	4.3	-7.7 (-7.1)
中国	9,015,373	2.4	-11.7
四国	6,641,096	1.7	-13.5
九州	16,106,300	4.2	-20.0

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	382,947,243	100.0	-19.1 (-20.0)
紳士服・洋品	24,955,532	6.5	-19.5 (-20.4)
婦人服・洋品	69,877,683	18.2	-19.9 (-21.1)
子供服・洋品	7,763,026	2.0	-7.4 (-9.2)
その他衣料品	7,578,731	2.0	-14.9 (-16.7)
衣 料 品	110,174,972	28.8	-18.7 (-19.9)
身のまわり品	50,678,651	13.2	-19.0 (-20.1)
化粧品	31,086,540	8.1	-32.5 (-33.0)
美術・宝飾・貴金属	23,734,903	6.2	-29.0 (-29.9)
その他雑貨	12,728,866	3.3	-14.0 (-17.8)
雑 貨	67,550,309	17.6	-28.4 (-29.5)
家 具	3,547,347	0.9	-21.7 (-23.1)
家 電	991,073	0.3	-31.3 (-31.3)
その他家庭用品	10,553,250	2.8	-13.3 (-14.7)
家 庭 用 品	15,091,670	3.9	-16.8 (-18.1)
生 鮮 食 品	24,402,966	6.4	-5.2 (-7.1)
菓 子	29,227,863	7.6	-16.9 (-17.5)
惣 菜	24,153,949	6.3	-14.6 (-15.1)
その他食料品	40,678,758	10.6	-10.1 (-12.4)
食 料 品	118,463,536	30.9	-11.9 (-13.3)
食 堂 喫 茶	6,460,354	1.7	-45.5 (-47.1)
サ ー ビ ス	3,360,028	0.9	-28.6 (-30.2)
そ の 他	11,167,723	2.9	-0.5 (10.2)
商 品 券	13,372,682	3.5	-3.5 (-3.2)

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 | - 22.0% (店舗数調整後／9か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | - 11.3% (店舗数調整後／9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	- 22.0	- 15.9	9か月連続マイナス
札幌	- 24.9	- 0.7	5か月連続マイナス
仙台	- 6.6	- 0.1	4か月連続マイナス
東京	- 24.3	- 7.2	9か月連続マイナス
横浜	- 14.5	- 1.0	9か月連続マイナス
名古屋	- 17.5	- 1.1	9か月連続マイナス
京都	- 24.3	- 1.0	9か月連続マイナス
大阪	- 24.2	- 3.5	9か月連続マイナス
神戸	- 12.6	- 0.2	9か月連続マイナス
広島	- 19.5	- 0.4	5か月連続マイナス
福岡	- 22.5	- 0.8	9か月連続マイナス
10都市以外の地区	- 11.3	- 3.1	9か月連続マイナス
北海道	- 7.6	- 0.0	5か月連続マイナス*
東北	- 5.9	- 0.1	5か月連続マイナス*
関東	- 9.7	- 1.2	9か月連続マイナス
中部	- 10.9	- 0.2	9か月連続マイナス
近畿	- 7.7	- 0.3	9か月連続マイナス
中国	- 11.7	- 0.3	9か月連続マイナス*
四国	- 13.5	- 0.2	9か月連続マイナス
九州	- 20.0	- 0.9	9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。(2005年までは6大都市)

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は、9か月連続で全品目がマイナスとなった。また、その他の品目も5か月連続で全品目がマイナスとなった。

【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
総額	-19.1	—	9か月連続マイナス
紳士服・洋品	-19.5	-1.3	9か月連続マイナス
婦人服・洋品	-19.9	-3.7	9か月連続マイナス
子供服・洋品	-7.4	-0.1	9か月連続マイナス
その他衣料品	-14.9	-0.3	9か月連続マイナス
衣料品	-18.7	-5.4	9か月連続マイナス
身のまわり品	-19.0	-2.5	9か月連続マイナス
化粧品	-32.5	-3.2	5か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-29.0	-2.1	5か月連続マイナス*
その他雑貨	-14.0	-0.4	9か月連続マイナス*
雑貨	-28.4	-5.7	9か月連続マイナス
家具	-21.7	-0.2	9か月連続マイナス
家電	-31.3	-0.1	5か月連続マイナス
その他家庭用品	-13.3	-0.3	9か月連続マイナス
家庭用品	-16.8	-0.6	9か月連続マイナス
生鮮食品	-5.2	-0.3	20か月連続マイナス*
菓子	-16.9	-1.2	5か月連続マイナス*
惣菜	-14.6	-0.9	9か月連続マイナス*
その他食料品	-10.1	-1.0	9か月連続マイナス*
食料品	-11.9	-3.4	9か月連続マイナス
食堂喫茶	-45.5	-1.1	9か月連続マイナス
サービス	-28.6	-0.3	4か月連続マイナス
その他	-0.5	-0.0	4か月連続マイナス
商品券	-3.5	-0.1	112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。

令和2年6月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年7月21日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 047億円余
2. 前年同月比	-24.3% (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-28.1%(87.9%) : 非店頭21.9%(12.1%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 25店 (令和2年5月対比±0店)
5. 総店舗面積	824,230㎡ (前年同月比:-1.3%)
6. 総従業員数	16,538人 (前年同月比:-5.3%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	11-1月 -3.5%、12-2月 -5.6%、1-3月 -17.2%、 2-4月 -41.6%、3-5月 -59.6%、4-6月 -56.1%

[参考] 令和元年6月の売上高増減率は-1.3%

【特 徴】

- (1) 6月の東京地区は、各店が感染防止策を徹底しつつ全館営業を再開したものの、多くの店での時短営業継続や、外出機会の減少などから入店客数(45.8%減/9か月連続)の回復は鈍かった。在宅勤務によるオフィス街の昼間人口減も影響した。一方、売上高(24.3%減/9か月連続)は、来店客の購買意欲の高さから買上率と客単価の上昇が見られた。
- (2) 購買動向の特徴としては、政府が提唱する「新しい生活様式」を切り口に、自宅での過ごし方を見直す動きが顕著となり、寝具、寝装品、食器、調理器具などに買い替え需要が見られた。また、感染再拡大を見越した備蓄消費として、化粧品や肌着等でまとめ買いの動きがあった。
- (3) 高額商材では、高級時計やラグジュアリーブランドにおいて、いわゆる「リベンジ消費」も見られた。また、ネット通販等の非店頭売上は、21.9%増(3か月連続/シェア12.1%)と先月に引き続き二桁増を記録した。
- (4) 月前半から段階的にスタートしたクリアランスは、子供服(17.5%減)が初夏需要の取り込みから比較的健闘したが、例年ヤマ場を迎える月末頃には、需要が一巡し動きが鈍化した。また、中元商戦は、店頭の苦戦をECが下支えし、前年並みの店も出るなど堅調に推移した。
- (5) 7月中間段階の商況は、新型コロナウイルス感染者数の増加を受け、再び外出自粛の気運が強まっていることから、30.7%減(7/16)で推移している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 29.9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/有効回答数17店舗)
①増加した: 0店、②変化なし: 1店、③減少した: 16店
- (3) 6月歳時記(中元、父の日)の売上(同上/有効回答数14店舗)
①増加した: 1店、②変化なし: 2店、③減少した: 11店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	104,750,392	100.0	-24.3 (-24.5)
紳士服・洋品	8,129,065	7.8	-25.1 (-25.1)
婦人服・洋品	15,268,391	14.6	-32.3 (-32.3)
子供服・洋品	1,715,429	1.6	-17.5 (-17.5)
その他衣料品	1,803,562	1.7	-20.2 (-20.2)
衣 料 品	26,916,447	25.7	-28.7 (-28.7)
身のまわり品	14,393,621	13.7	-25.3 (-25.3)
化粧品	8,850,055	8.4	-36.2 (-36.2)
美術・宝飾・貴金属	7,273,676	6.9	-34.4 (-34.5)
その他雑貨	3,614,771	3.5	-28.8 (-28.8)
雑 貨	19,738,502	18.8	-34.3 (-34.4)
家 具	1,199,961	1.1	-12.4 (-12.4)
家 電	623,463	0.6	-28.3 (-28.3)
その他家庭用品	2,804,800	2.7	-12.9 (-12.9)
家 庭 用 品	4,628,224	4.4	-15.3 (-15.3)
生 鮮 食 品	5,093,552	4.9	-7.1 (-7.1)
菓 子	7,815,348	7.5	-22.5 (-22.6)
惣 菜	5,790,025	5.5	-19.1 (-19.1)
その他食料品	13,849,236	13.2	-5.3 (-5.3)
食 料 品	32,548,161	31.1	-12.8 (-12.9)
食 堂 喫 茶	1,294,488	1.2	-54.1 (-54.2)
サ ー ビ ス	1,437,682	1.4	-28.6 (-28.6)
そ の 他	3,793,267	3.6	1.1 (-5.9)

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	3,613,483 千円	15.8 (15.8)
従 業 員 数	16,538 人	-5.3
店 舗 面 積	824,230 m ²	-1.3

営 業 日 数	29.9 日	前 年	30.0 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、5か月連続で全品目がマイナスとなった。また、その他の品目も4か月連続で全品目がマイナスとなった。

【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
総額	-24.3	—	9か月連続マイナス
紳士服・洋品	-25.1	-2.0	9か月連続マイナス
婦人服・洋品	-32.3	-5.3	9か月連続マイナス
子供服・洋品	-17.5	-0.3	9か月連続マイナス
その他衣料品	-20.2	-0.3	9か月連続マイナス
衣料品	-28.7	-7.8	9か月連続マイナス
身のまわり品	-25.3	-3.5	5か月連続マイナス
化粧品	-36.2	-3.6	9か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-34.4	-2.8	5か月連続マイナス*
その他雑貨	-28.8	-1.1	9か月連続マイナス*
雑貨	-34.3	-7.4	9か月連続マイナス
家具	-12.4	-0.1	4か月連続マイナス
家電	-28.3	-0.2	5か月連続マイナス
その他家庭用品	-12.9	-0.3	9か月連続マイナス
家庭用品	-15.3	-0.6	7か月連続マイナス
生鮮食品	-7.1	-0.3	21か月連続マイナス*
菓子	-22.5	-1.6	5か月連続マイナス*
惣菜	-19.1	-1.0	5か月連続マイナス*
その他食料品	-5.3	-0.6	4か月連続マイナス*
食料品	-12.8	-3.5	5か月連続マイナス
食堂喫茶	-54.1	-1.1	9か月連続マイナス
サービス	-28.6	-0.4	9か月連続マイナス
その他	1.1	0.0	4か月ぶりプラス
商品券	15.8	0.4	21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。

お問い合わせは、日本百貨店協会 森・橘・長柴 まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>