

14時30分解禁

令和2年7月 全国百貨店売上高概況

令和2年8月21日

I. 概況

1. 売上高総額	3,912億円余
2. 前年同月比	-20.3% (店舗数調整後/10か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 203店 (令和2年6月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,156,039㎡ (前年同月比:-4.3%)
5. 総従業員数	61,638人 (前年同月比:-7.0%)
6. 3か月移動平均値	12-2月 -6.3%、1-3月 -16.8%、2-4月 -39.7%、
(店舗数調整後)	3-5月 -56.1%、4-6月 -51.7%、5-7月 -34.1%

[参考] 令和元年7月の売上高増減率は-2.9% (店舗数調整後)

【特徴】

7月の売上高は20.3%減(10か月連続)と、前月(19.1%減)からほぼ横ばいの業績推移となった。新型コロナウイルス感染再拡大による外出自粛、豪雨や長梅雨などの天候不順に加え、各社の集客催事中止や規模縮小の継続も影響した。一方、生活必需品である食料品や衛生用品の他、上質・高付加価値需要も底堅く、ラグジュアリーブランドや時計、宝飾品などの高額品は健闘した。また、中元はECや電話受注が好調で、店頭の減少分をカバーし前年並みに推移した。

地区別では、感染者数が再び急増した大都市(10都市)が23.3%減、地方(10都市以外の地区)が12.7%減と、前月同様、地方に比べ大都市の減少幅が大きかった。

顧客別では、国内市場が16.1%減(10か月連続/シェア99.2%)と前月より1.5ポイント減少した。インバウンドは海外からの渡航者入国制限継続により88.7%減(31.7億円/6か月連続/シェア0.8%)と依然として厳しい状況が続いている。

商品別では、ファッション商材がセールの前倒しや天候与件、コロナ影響による生産量低下・在庫不足などにより苦戦した。テレワークの拡大から外出機会が減少し、スーツ、ジャケット、パンプスなどビジネス関連も不振だった。半面、「新しい生活様式」の中で、精肉などの生鮮食品や和洋酒、包丁や調理家電などのキッチン用品、ホビーなど在宅時間をより楽しむ商材の他、マスク、エコバッグなどの必需品も動いた。また、各店では、デジタルを活用したオンライン接客や動画の配信サービスなど、新たな取り組みも進められている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「7月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇「令和2年7月豪雨」が発生し、降水量は東・西日本でかなり多かった。日照時間は、北日本太平洋側と東・西日本でかなり少なく、気温は、西日本でかなり低く、東日本で低かった。

(2) 営業日数増減 30.8日(前年同月比 -0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(// +1日/祝日1日増)

(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113店舗)

①増加した：4店、②変化なし：6店、③減少した：103店

(5) 7月歳時記(クリアランス、夏休み)の売上(同上/有効回答数83店舗)

①増加した：8店、②変化なし：12店、③減少した：63店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2020年7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	391,277,189	100.0	-20.3 (-21.3)
10都市	273,171,414	69.8	-23.3 (-23.3)
札幌	9,904,821	2.5	-23.1
仙台	6,021,942	1.5	-13.2
東京	98,257,899	25.1	-27.9 (-28.1)
横浜	25,441,540	6.5	-15.4
名古屋	25,399,487	6.5	-19.0
京都	15,788,157	4.0	-21.1
大阪	57,442,832	14.7	-24.8
神戸	10,679,071	2.7	-7.4 (-11.3)
広島	9,393,831	2.4	-15.4
福岡	14,841,834	3.8	-21.0
10都市以外の地区	118,105,775	30.2	-12.7 (-16.2)
北海道	894,607	0.2	-12.7
東北	5,408,425	1.4	-4.0 (-16.9)
関東	49,069,060	12.5	-13.6 (-20.0)
中部	9,427,247	2.4	-11.5 (-17.1)
近畿	17,766,629	4.5	-9.7 (-7.9)
中国	8,929,418	2.3	-12.8
四国	7,607,807	1.9	-6.4
九州	19,002,582	4.9	-17.5

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	391,277,189	100.0	-20.3 (-21.3)
紳士服・洋品	20,237,996	5.2	-26.1 (-27.2)
婦人服・洋品	62,799,919	16.0	-26.6 (-27.9)
子供服・洋品	6,495,606	1.7	-25.5 (-27.1)
その他衣料品	7,227,627	1.8	-28.7 (-30.9)
衣 料 品	96,761,148	24.7	-26.6 (-27.9)
身のまわり品	51,943,279	13.3	-19.3 (-20.8)
化粧品	28,345,612	7.2	-35.8 (-36.1)
美術・宝飾・貴金属	27,751,779	7.1	-15.9 (-16.9)
その他雑貨	12,893,820	3.3	-17.3 (-20.8)
雑 貨	68,991,211	17.6	-25.6 (-26.6)
家 具	4,309,918	1.1	-21.9 (-23.5)
家 電	1,108,355	0.3	-5.1 (-5.2)
その他家庭用品	10,966,597	2.8	-15.0 (-16.8)
家 庭 用 品	16,384,870	4.2	-16.3 (-18.0)
生 鮮 食 品	26,842,720	6.9	-5.9 (-7.4)
菓 子	33,442,652	8.5	-16.9 (-17.4)
惣 菜	26,209,416	6.7	-13.6 (-14.1)
その他食料品	49,450,303	12.6	-9.4 (-10.6)
食 料 品	135,945,091	34.7	-11.5 (-12.5)
食 堂 喫 茶	7,240,003	1.9	-43.6 (-45.3)
サ ー ビ ス	3,371,901	0.9	-27.2 (-28.3)
そ の 他	10,639,686	2.7	-5.4 (5.8)
商 品 券	13,838,679	3.5	-18.2 (-18.1)

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 | －23.3% (店舗数調整後／10か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | －12.7% (店舗数調整後／10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	－23.3	－16.9	10か月連続マイナス
札幌	－23.1	－0.6	6か月連続マイナス
仙台	－13.2	－0.2	5か月連続マイナス
東京	－27.9	－7.8	10か月連続マイナス
横浜	－15.4	－1.0	10か月連続マイナス
名古屋	－19.0	－1.2	10か月連続マイナス
京都	－21.1	－0.9	10か月連続マイナス
大阪	－24.8	－3.9	10か月連続マイナス
神戸	－7.4	－0.1	10か月連続マイナス
広島	－15.4	－0.4	6か月連続マイナス
福岡	－21.0	－0.8	10か月連続マイナス
10都市以外の地区	－12.7	－3.5	10か月連続マイナス
北海道	－12.7	－0.0	6か月連続マイナス*
東北	－4.0	－0.0	6か月連続マイナス*
関東	－13.6	－1.6	10か月連続マイナス
中部	－11.5	－0.3	10か月連続マイナス
近畿	－9.7	－0.4	10か月連続マイナス
中国	－12.8	－0.3	10か月連続マイナス*
四国	－6.4	－0.1	10か月連続マイナス
九州	－17.5	－0.8	10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、10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6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	-20.3	—	10か月連続マイナス
紳士服・洋品	-26.1	-1.5	10か月連続マイナス
婦人服・洋品	-26.6	-4.7	10か月連続マイナス
子供服・洋品	-25.5	-0.5	10か月連続マイナス
その他衣料品	-28.7	-0.6	10か月連続マイナス
衣料品	-26.6	-7.2	10か月連続マイナス
身のまわり品	-19.3	-2.6	10か月連続マイナス
化粧品	-35.8	-3.2	6か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-15.9	-1.1	6か月連続マイナス*
その他雑貨	-17.3	-0.6	10か月連続マイナス*
雑貨	-25.6	-4.8	10か月連続マイナス
家具	-21.9	-0.2	10か月連続マイナス
家電	-5.1	-0.0	6か月連続マイナス
その他家庭用品	-15.0	-0.4	10か月連続マイナス
家庭用品	-16.3	-0.7	10か月連続マイナス
生鮮食品	-5.9	-0.3	21か月連続マイナス*
菓子	-16.9	-1.4	6か月連続マイナス*
惣菜	-13.6	-0.8	10か月連続マイナス*
その他食料品	-9.4	-1.1	10か月連続マイナス*
食料品	-11.5	-3.6	10か月連続マイナス
食堂喫茶	-43.6	-1.1	10か月連続マイナス
サービス	-27.2	-0.3	5か月連続マイナス
その他	-5.4	-0.1	5か月連続マイナス
商品券	-18.2	-0.6	113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7月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年8月21日

I. 概況

1. 売上高総額	982億円余
2. 前年同月比	-27.9% (店舗数調整後/10か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-30.7%(87.1%) : 非店頭-0.2%(12.9%) ()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6月対比±0店)
5. 総店舗面積	824,575㎡ (前年同月比:-1.3%)
6. 総従業員数	16,432人 (前年同月比:-4.5%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、5-7月 -40.1%

[参考] 令和元年7月の売上高増減率は-2.7%

【特徴】

- 7月の東京地区は、売上高(27.9%減/10か月連続)、入店客数(47.2%減/10か月連続)共に前年を下回った。都内の新型コロナウイルス感染者の増加に伴い、再び外出自粛気運が高まったことに加え、梅雨明けが昨年より8日遅れ、気温が低かったことから、主力の盛夏商材が振るわず、商況全般にわたって盛り上がり欠けた。
- 一方、「新しい生活様式」を背景に、自宅で快適に過ごすための調理器具、家電、寝具、インテリア用品やルームウェア、肌着等が好調だった他、リモートワーク用のカジュアルウェアにも動きが見られた。また、7月1日からのレジ袋有料化では、各店がエコバッグを積極展開し、顧客の環境意識の高まりに応えた。
- 商品別では、衣料品(38.8%減)はセール前倒しの影響で苦戦したが、ラグジュアリーブランド、時計、宝飾品などの高額品は引き続き堅調だった。食料品(13.5%減)は、在宅時間の拡大により素材にこだわる傾向が強くなり、精肉、鮮魚、和洋酒が好調で、土用丑の日の鰻も伸長した。また、長梅雨で雨傘やレインシューズも例年以上に動いた。
- 中元商戦は各社共に、ギフトセンターは三密回避対策から集客を抑制するなど、厳しい状況下での展開だったが、ECは店頭からの移行客や自家需要が活況で大幅な伸びを示し、全体としてはほぼ前年並みとなった。
- 8月中間段階の商況は、32.5%減(8/17)で推移している。

【要因】

- 営業日数増減 31.0日 (前年同月比 ±0.0日)
- 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)
 - 増加した: 0店、②変化なし: 0店、③減少した: 17店
- 7月歳時記(クリアランス、夏休み)の売上 (同上/有効回答数14店舗)
 - 増加した: 1店、②変化なし: 1店、③減少した: 12店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年7月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	98,257,899	100.0	-27.9 (-28.1)
紳士服・洋品	6,447,581	6.6	-33.3 (-33.3)
婦人服・洋品	12,693,354	12.9	-40.9 (-40.9)
子供服・洋品	1,356,697	1.4	-40.6 (-40.6)
その他衣料品	1,498,458	1.5	-40.2 (-40.2)
衣 料 品	21,996,090	22.4	-38.8 (-38.8)
身のまわり品	13,719,068	14.0	-29.6 (-29.7)
化粧品	7,636,165	7.8	-44.0 (-44.0)
美術・宝飾・貴金属	8,217,276	8.4	-20.8 (-21.0)
その他雑貨	3,479,878	3.5	-36.1 (-36.1)
雑 貨	19,333,319	19.7	-34.4 (-34.4)
家 具	1,498,173	1.5	-20.3 (-20.3)
家 電	732,009	0.7	-11.9 (-11.9)
その他家庭用品	2,853,205	2.9	-11.3 (-11.3)
家 庭 用 品	5,083,387	5.2	-14.2 (-14.2)
生 鮮 食 品	4,919,908	5.0	-8.3 (-8.3)
菓 子	7,958,628	8.1	-24.2 (-24.2)
惣 菜	6,023,125	6.1	-18.7 (-18.7)
その他食料品	13,303,752	13.5	-4.8 (-4.8)
食 料 品	32,205,413	32.8	-13.5 (-13.5)
食 堂 喫 茶	1,327,972	1.4	-55.8 (-55.9)
サ ー ビ ス	1,497,736	1.5	-22.7 (-22.7)
そ の 他	3,094,914	3.1	-4.5 (-12.4)

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	2,825,361 千円	-20.8 (-20.8)
従 業 員 数	16,432 人	-4.5
店 舗 面 積	824,575 m ²	-1.3

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、6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	-27.9	—	10か月連続マイナス
紳士服・洋品	-33.3	-2.4	10か月連続マイナス
婦人服・洋品	-40.9	-6.4	10か月連続マイナス
子供服・洋品	-40.6	-0.7	10か月連続マイナス
その他衣料品	-40.2	-0.7	10か月連続マイナス
衣料品	-38.8	-10.2	10か月連続マイナス
身のまわり品	-29.6	-4.2	6か月連続マイナス
化粧品	-44.0	-4.4	10か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-20.8	-1.6	6か月連続マイナス*
その他雑貨	-36.1	-1.4	10か月連続マイナス*
雑貨	-34.4	-7.4	10か月連続マイナス
家具	-20.3	-0.3	5か月連続マイナス
家電	-11.9	-0.1	6か月連続マイナス
その他家庭用品	-11.3	-0.3	10か月連続マイナス
家庭用品	-14.2	-0.6	8か月連続マイナス
生鮮食品	-8.3	-0.3	22か月連続マイナス*
菓子	-24.2	-1.9	6か月連続マイナス*
惣菜	-18.7	-1.0	6か月連続マイナス*
その他食料品	-4.8	-0.5	5か月連続マイナス*
食料品	-13.5	-3.7	6か月連続マイナス
食堂喫茶	-55.8	-1.2	10か月連続マイナス
サービス	-22.7	-0.3	10か月連続マイナス
その他	-4.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
商品券	-20.8	-0.5	2か月ぶりマイナス

(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。

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>