

14時30分解禁

令和2年8月 全国百貨店売上高概況

令和2年9月24日

I. 概況

1. 売上高総額	3,231億円余
2. 前年同月比	-22.0% (店舗数調整後/11か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 203店 (令和2年7月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,163,518㎡ (前年同月比:-3.8%)
5. 総従業員数	61,297人 (前年同月比:-6.9%)
6. 3か月移動平均値	1-3月 -16.8%、2-4月 -39.7%、3-5月 -56.1%、
(店舗数調整後)	4-6月 -51.7%、5-7月 -34.1%、6-8月 -20.4%

[参考] 令和元年8月の売上高増減率は2.3% (店舗数調整後)

【特徴】

8月の売上高は22.0%減(11か月連続)と、前月(20.3%減)よりも若干水準を下げる結果となった。新型コロナウイルス感染拡大や記録的な猛暑から外出を控える傾向が一段と高まったことに加え、各店の大型催事や夏休みイベントなどの中止・縮小が集客に大きく影響した。半面、シェアは低いもののEC売上は高伸しており、ネットでの取扱商品も徐々に拡がりが見られる。人気の物産展などのオンライン開催も好評だった。また、引き続き付加価値の高いラグジュアリーブランドや高級時計、宝飾品など高額品に動きが見られた。

地区別では、地方(10都市以外の地区/11.2%減)が1.5ポイント改善したが、外出自粛の傾向が高まった大都市(10都市/26.1%減)は2.8ポイントダウンし、その差(14.9ポイント)は前月より4.3ポイント拡大した。

顧客別では、インバウンドは海外からの渡航者入国制限継続により86.1%減(35.5億円/7か月連続/シェア1.1%)、国内市場は17.8%減(11か月連続/シェア98.9%)となった。

商品別では、コロナ禍による帰省自粛により菓子関連を中心とした手土産需要が大幅に減少した。一方、イエナカ需要は依然として好調で、精肉や鮮魚、ビール、ワインなど酒類や、リビング・ダイニング家具、調理用品は健闘した。衣料品も、肌着やナイトウェアなどは堅調だったが、リモートワークからビジネス関連は苦戦が続いている。

【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「8月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇全国的に暖かい空気に覆われたため、気温は全国的に高く、東・西日本では記録的な高温となった。東・西日本太平洋側では降水量は記録的に少なく、日照時間は記録的に多かった。

(2) 営業日数増減 30.6日 (前年同月比 +0.2日)

(3) 土・日・祝日の合計 11日 (〃 +1日/日曜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: 8店、②変化なし: 4店、③減少した: 101店

(5) 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上 (同上/有効回答数84店舗)

①増加した: 5店、②変化なし: 11店、③減少した: 68店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2020年8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	323,124,846	100.0	-22.0 (-23.1)
10都市	221,349,976	68.5	-26.1 (-26.2)
札幌	8,675,296	2.7	-27.5
仙台	4,603,737	1.4	-14.6
東京	81,990,263	25.4	-29.1 (-29.3)
横浜	21,864,280	6.8	-15.1
名古屋	18,217,182	5.6	-29.8
京都	13,182,495	4.1	-24.7
大阪	44,093,301	13.6	-29.6
神戸	10,023,084	3.1	5.4 (-4.7)
広島	7,179,123	2.2	-19.6
福岡	11,521,215	3.6	-25.7
10都市以外の地区	101,774,870	31.5	-11.2 (-15.1)
北海道	810,490	0.3	-15.0
東北	5,154,555	1.6	-2.4 (-16.1)
関東	42,911,800	13.3	-10.7 (-17.9)
中部	8,197,576	2.5	-15.0 (-19.8)
近畿	16,313,275	5.0	-4.8 (-3.9)
中国	7,232,414	2.2	-16.5
四国	6,483,500	2.0	-5.9
九州	14,671,260	4.5	-17.8

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 (%) ※
総 額	323,124,846	100.0	-22.0 (-23.1)
紳士服・洋品	15,889,644	4.9	-24.3 (-25.6)
婦人服・洋品	53,016,036	16.4	-22.0 (-23.4)
子供服・洋品	5,345,998	1.7	-31.2 (-32.8)
その他衣料品	6,455,386	2.0	-22.5 (-24.8)
衣 料 品	80,707,064	25.0	-23.2 (-24.7)
身のまわり品	46,295,622	14.3	-16.9 (-18.4)
化粧品	27,890,889	8.6	-37.9 (-38.3)
美術・宝飾・貴金属	27,006,544	8.4	-14.4 (-15.7)
その他雑貨	12,299,631	3.8	-22.3 (-26.0)
雑 貨	67,197,064	20.8	-27.1 (-28.4)
家 具	3,999,068	1.2	-24.7 (-26.1)
家 電	1,041,404	0.3	-26.9 (-27.1)
その他家庭用品	9,889,733	3.1	-11.5 (-13.9)
家 庭 用 品	14,930,205	4.6	-16.6 (-18.5)
生 鮮 食 品	20,312,230	6.3	-5.6 (-7.3)
菓 子	25,224,386	7.8	-27.0 (-27.4)
惣 菜	22,430,526	6.9	-17.6 (-18.3)
その他食料品	25,637,168	7.9	-15.8 (-17.9)
食 料 品	93,604,310	29.0	-17.7 (-18.9)
食 堂 喫 茶	7,698,113	2.4	-44.6 (-46.4)
サ ー ビ ス	3,705,405	1.1	-29.9 (-31.1)
そ の 他	8,987,063	2.8	-11.9 (1.6)
商 品 券	6,685,146	2.1	-13.9 (-13.9)

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 | －26.1% (店舗数調整後／11か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | －11.2% (店舗数調整後／11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	－26.1	－18.9	11か月連続マイナス
札幌	－27.5	－0.8	7か月連続マイナス
仙台	－14.6	－0.2	6か月連続マイナス
東京	－29.1	－8.2	11か月連続マイナス
横浜	－15.1	－1.0	11か月連続マイナス
名古屋	－29.8	－1.9	11か月連続マイナス
京都	－24.7	－1.1	11か月連続マイナス
大阪	－29.6	－4.5	11か月連続マイナス
神戸	5.4	0.1	11か月ぶりプラス
広島	－19.6	－0.4	7か月連続マイナス
福岡	－25.7	－1.0	11か月連続マイナス
10都市以外の地区	－11.2	－3.1	11月連続マイナス
北海道	－15.0	－0.0	7か月連続マイナス*
東北	－2.4	－0.0	7か月連続マイナス*
関東	－10.7	－1.3	11か月連続マイナス
中部	－15.0	－0.4	11か月連続マイナス
近畿	－4.8	－0.2	11か月連続マイナス
中国	－16.5	－0.3	11か月連続マイナス*
四国	－5.9	－0.1	11か月連続マイナス
九州	－17.8	－0.8	11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、11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7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	-22.0	—	11か月連続マイナス
紳士服・洋品	-24.3	-1.2	11か月連続マイナス
婦人服・洋品	-22.0	-3.6	11か月連続マイナス
子供服・洋品	-31.2	-0.6	11か月連続マイナス
その他衣料品	-22.5	-0.5	11か月連続マイナス
衣料品	-23.2	-5.9	11か月連続マイナス
身のまわり品	-16.9	-2.3	11か月連続マイナス
化粧品	-37.9	-4.1	7か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-14.4	-1.1	7か月連続マイナス*
その他雑貨	-22.3	-0.9	11か月連続マイナス*
雑貨	-27.1	-6.1	11か月連続マイナス
家具	-24.7	-0.3	11か月連続マイナス
家電	-26.9	-0.1	7か月連続マイナス
その他家庭用品	-11.5	-0.3	11か月連続マイナス
家庭用品	-16.6	-0.7	11か月連続マイナス
生鮮食品	-5.6	-0.3	22か月連続マイナス*
菓子	-27.0	-2.2	7か月連続マイナス*
惣菜	-17.6	-1.2	11か月連続マイナス*
その他食料品	-15.8	-1.2	11か月連続マイナス*
食料品	-17.7	-4.8	11か月連続マイナス
食堂喫茶	-44.6	-1.5	11か月連続マイナス
サービス	-29.9	-0.4	6か月連続マイナス
その他	-11.9	-0.2	6か月連続マイナス
商品券	-13.9	-0.3	114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8月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年9月24日

I. 概況

1. 売上高総額	819億円余
2. 前年同月比	-29.1% (店舗数調整後/11か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-29.9%(89.4%) : 非店頭-20.9%(10.6%) ()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7月対比±0店)
5. 総店舗面積	824,596㎡ (前年同月比:-1.3%)
6. 総従業員数	16,377人 (前年同月比:-4.4%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、6-8月 -27.0%

[参考] 令和元年8月の売上高増減率は4.7%

【特徴】

- (1) 8月の東京地区は、売上高(29.1%減/11か月連続)、入店客数(44.5%減/11か月連続)共に前年を下回った。新型コロナウイルス感染拡大に加え、連日の猛暑による外出自粛傾向の高まり、更には「Go Toトラベル」事業の東京除外もあり、夏休みの旅行関連商材やお盆の帰省土産など、季節需要が大きく落ち込んだ。近年人気を集めていたビアガーデンも縮小・中止を余儀なくされた。
- (2) 商品別では、巣ごもり関連は依然健闘しており、生鮮食品(7.1%減)や家具(9.1%減)、その他家庭用品(7.6%減)が比較的堅調だった。一方、外商販売や組織顧客向け催事においては富裕層の高額品消費に動きが見られ、美術・宝飾・貴金属は一昨年対比で3.9%増まで回復した。
- (3) 個別アイテムでは、寝具、ナイトウェア、肌着、ゴルフ用品、調理用品、食器などに動きが見られた。化粧品(43.9%減)はインバウンドの影響が大きいものの、マスク対策のアイメイク、フィニッシュパウダーやスキンケア、フレグランスなどは比較的健闘し、ECサイトでの売上も伸ばした。
- (4) 入店客数減少の打開策として、都内百貨店各社では新たな生活様式に適合すべく、Z o o m接客やオンラインの操作方法を画面共有しながらアシストするサービス、ECサイトの拡充など、デジタル技術を活用した新たな販売方法の取組みを進めている。
- (5) 9月中間段階の商況は、昨年の消費増税前の駆け込み需要(対前年20.7%増)の反動もあり、34.5%減(9/16)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.9日 (前年同月比 ±0.0日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見える傾向値/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) 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上(同上/有効回答数13店舗)
 - ①増加した: 1店、②変化なし: 0店、③減少した: 12店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	81,990,263	100.0	-29.1 (-29.3)
紳士服・洋品	5,319,239	6.5	-31.6 (-31.6)
婦人服・洋品	11,202,729	13.7	-34.6 (-34.7)
子供服・洋品	1,203,374	1.5	-41.6 (-41.6)
その他衣料品	1,333,936	1.6	-33.3 (-33.3)
衣 料 品	19,059,278	23.2	-34.2 (-34.3)
身のまわり品	12,512,948	15.3	-26.1 (-26.2)
化粧品	7,832,813	9.6	-43.9 (-43.9)
美術・宝飾・貴金属	8,330,148	10.2	-22.6 (-22.8)
その他雑貨	3,507,401	4.3	-33.0 (-33.0)
雑 貨	19,670,362	24.0	-34.4 (-34.4)
家 具	1,179,328	1.4	-9.1 (-9.1)
家 電	683,528	0.8	-35.2 (-35.2)
その他家庭用品	2,626,548	3.2	-7.6 (-7.6)
家 庭 用 品	4,489,404	5.5	-13.6 (-13.6)
生 鮮 食 品	3,650,293	4.5	-7.1 (-7.1)
菓 子	5,055,208	6.2	-36.6 (-36.7)
惣 菜	4,976,065	6.1	-19.5 (-19.5)
その他食料品	7,104,578	8.7	-13.7 (-13.7)
食 料 品	20,786,144	25.4	-21.0 (-21.1)
食 堂 喫 茶	1,566,291	1.9	-50.8 (-50.9)
サ ー ビ ス	1,774,262	2.2	-25.5 (-25.5)
そ の 他	2,131,574	2.6	-17.9 (-26.0)

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	1,569,542 千円	-4.7 (-4.7)
従 業 員 数	16,377 人	-4.4
店 舗 面 積	824,596 m ²	-1.3

営 業 日 数	30.9 日	前年	30.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、7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	-29.1	—	11か月連続マイナス
紳士服・洋品	-31.6	-2.1	11か月連続マイナス
婦人服・洋品	-34.6	-5.1	11か月連続マイナス
子供服・洋品	-41.6	-0.7	11か月連続マイナス
その他衣料品	-33.3	-0.6	11か月連続マイナス
衣料品	-34.2	-8.6	11か月連続マイナス
身のまわり品	-26.1	-3.8	7か月連続マイナス
化粧品	-43.9	-5.3	11か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-22.6	-2.1	7か月連続マイナス*
その他雑貨	-33.0	-1.5	11か月連続マイナス*
雑貨	-34.4	-8.9	11か月連続マイナス
家具	-9.1	-0.1	6か月連続マイナス
家電	-35.2	-0.3	7か月連続マイナス
その他家庭用品	-7.6	-0.2	11か月連続マイナス
家庭用品	-13.6	-0.6	9か月連続マイナス
生鮮食品	-7.1	-0.2	23か月連続マイナス*
菓子	-36.6	-2.5	7か月連続マイナス*
惣菜	-19.5	-1.0	7か月連続マイナス*
その他食料品	-13.7	-1.0	6か月連続マイナス*
食料品	-21.0	-4.8	7か月連続マイナス
食堂喫茶	-50.8	-1.4	11か月連続マイナス
サービス	-25.5	-0.5	11か月連続マイナス
その他	-17.9	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-4.7	-0.1	2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。

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>