

14時30分解禁

令和2年9月 全国百貨店売上高概況

令和2年10月22日

I. 概 況

1. 売上高総額	3,340億円余
2. 前年同月比	-33.6% (店舗数調整後/12か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 196店 (令和2年8月対比-7店)
4. 総店舗面積	5,016,712㎡ (前年同月比:-6.2%)
5. 総従業員数	60,376人 (前年同月比:-7.6%)
6. 3か月移動平均値	2-4月 -39.7%、3-5月 -56.1%、4-6月 -51.7%、 (店舗数調整後) 5-7月 -34.1%、6-8月 -20.4%、7-9月 -25.6%

[参考] 令和元年9月の売上高増減率は23.1% (店舗数調整後)

【特 徴】

9月の売上高は、前年同月比33.6%減となった。昨年の消費増税前の駆け込み需要(23.1%増)の反動と新型コロナウイルスによる外出自粛に加え、一部地域の台風等悪天候による休業・時短営業等が影響した。一方、各社が実施した会員優待施策や、徹底した感染予防策の下で再開した物産展等が奏功し入店客数が復調傾向を示すなど、コロナ禍の中にあって持ち直しの動きも見られる。なお、消費増税要因を除く前々年の売上対比は18.7%減であった。

地区別では、大都市(10都市)が35.5%減、地方(10都市以外の地区)は28.4%減と、その差(7.1ポイント)は、前月(14.9ポイント)からは大きく縮小した。

顧客別では、国内市場は30.5%減(12か月連続/シェア99.4%)、インバウンドは入国制限の継続により91.6%減(21.2億円/8か月連続/シェア0.6%)となった。

商品別では、駆け込み需要で前年が高伸した雑貨や身のまわり品は苦戦したが、影響の少なかった食料品は比較的堅調だった。また、イエナカ需要から少し贅沢を楽しむ傾向も見受けられ、精肉や鮮魚、ワインや日本酒など酒類、家具、キッチン雑貨なども動いた。衣料品は、プロパー品の生産調整や納期遅れ、リモートワーク継続によるビジネス関連の苦戦など厳しい状況が続くが、月後半の気温低下から一部秋物衣料や服飾雑貨に動きが見られた。

EC売上は二桁の伸びを示す店舗も多く、引き続き好調に推移している。社会経済のデジタル化機運が高まる中、各社ではオンライン展開商材の拡充に加え、ECと店頭との連動策、SNSのライブ配信やWEB接客など、様々な取り組みを積極的に進めている。

【要 因】

- (1) 天 候 : 気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇気温は北・東日本でかなり高く、西日本で高かった。台風や前線、湿った空気の影響で、降水量は西日本日本海側で多かった。また、日照時間は西日本太平洋側でかなり少なく、北・東日本太平洋側と西日本日本海側で少なかった。
- (2) 営業日数増減 29.7日(前年同月比 -0.2日)
- (3) 土・日・祝日の合計 10日(-1日/日曜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107店舗)
①増加した: 1店、②変化なし: 8店、③減少した: 98店
- (5) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上(同上/有効回答数65店舗)
①増加した: 3店、②変化なし: 10店、③減少した: 52店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2020年9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	334,048,423	100.0	-33.6 (-35.2)
10都市	239,005,071	71.5	-35.5 (-35.7)
札幌	9,358,867	2.8	-33.8
仙台	5,034,996	1.5	-24.5
東京	93,031,349	27.8	-35.0 (-35.1)
横浜	21,870,059	6.5	-30.0
名古屋	22,629,584	6.8	-36.3
京都	14,235,677	4.3	-33.7
大阪	45,624,145	13.7	-41.0
神戸	8,224,219	2.5	-30.6 (-37.3)
広島	7,125,451	2.1	-31.1
福岡	11,870,724	3.6	-34.8
10都市以外の地区	95,043,352	28.5	-28.4 (-33.9)
北海道	802,322	0.2	-30.6
東北	4,086,685	1.2	-28.9 (-39.1)
関東	43,524,126	13.0	-26.1 (-34.1)
中部	6,970,902	2.1	-27.1 (-36.0)
近畿	13,753,629	4.1	-21.2 (-24.3)
中国	7,576,807	2.3	-33.1
四国	4,619,741	1.4	-33.8 (-43.1)
九州	13,709,140	4.1	-35.9

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	334,048,423	100.0	-33.6 (-35.2)
紳士服・洋品	17,547,280	5.3	-35.7 (-37.8)
婦人服・洋品	59,483,913	17.8	-38.6 (-40.4)
子供服・洋品	6,415,287	1.9	-29.5 (-32.7)
その他衣料品	6,624,287	2.0	-45.5 (-48.0)
衣 料 品	90,070,767	27.0	-38.0 (-40.0)
身のまわり品	46,848,158	14.0	-37.1 (-39.0)
化粧品	29,002,651	8.7	-51.2 (-51.9)
美術・宝飾・貴金属	30,336,258	9.1	-45.6 (-46.4)
その他雑貨	12,030,023	3.6	-25.9 (-30.0)
雑 貨	71,368,932	21.4	-45.7 (-46.8)
家 具	4,272,771	1.3	-36.2 (-38.1)
家 電	1,274,435	0.4	1.4 (1.0)
その他家庭用品	10,307,498	3.1	-24.1 (-27.3)
家 庭 用 品	15,854,704	4.7	-26.4 (-29.0)
生 鮮 食 品	18,329,395	5.5	-7.7 (-10.5)
菓 子	21,986,404	6.6	-17.4 (-18.9)
惣 菜	22,068,734	6.6	-14.3 (-15.6)
その他食料品	26,795,097	8.0	-13.0 (-16.5)
食 料 品	89,179,630	26.7	-13.4 (-15.7)
食 堂 喫 茶	7,572,078	2.3	-33.9 (-36.9)
サ ー ビ ス	3,571,109	1.1	-29.7 (-31.9)
そ の 他	9,583,045	2.9	-2.4 (9.4)
商 品 券	5,516,538	1.7	-22.0 (-22.6)

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 | －35.5% (店舗数調整後／12か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | －28.4% (店舗数調整後／12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	－35.5	－26.2	12か月連続マイナス
札幌	－33.8	－1.0	8か月連続マイナス
仙台	－24.5	－0.3	7か月連続マイナス
東京	－35.0	－10.1	12か月連続マイナス
横浜	－30.0	－1.9	12か月連続マイナス
名古屋	－36.3	－2.6	12か月連続マイナス
京都	－33.7	－1.5	12か月連続マイナス
大阪	－41.0	－6.4	12か月連続マイナス
神戸	－30.6	－0.5	2か月ぶりマイナス
広島	－31.1	－0.6	8か月連続マイナス
福岡	－34.8	－1.3	12か月連続マイナス
10都市以外の地区	－28.4	－7.4	12か月連続マイナス
北海道	－30.6	－0.1	8か月連続マイナス＊
東北	－28.9	－0.3	8か月連続マイナス＊
関東	－26.1	－3.1	12か月連続マイナス
中部	－27.1	－0.5	12か月連続マイナス
近畿	－21.2	－0.7	12か月連続マイナス
中国	－33.1	－0.8	12か月連続マイナス＊
四国	－33.8	－0.5	12か月連続マイナス
九州	－35.9	－1.5	12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、12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8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	-33.6	—	12か月連続マイナス
紳士服・洋品	-35.7	-2.0	12か月連続マイナス
婦人服・洋品	-38.6	-7.5	12か月連続マイナス
子供服・洋品	-29.5	-0.5	12か月連続マイナス
その他衣料品	-45.5	-1.1	12か月連続マイナス
衣料品	-38.0	-11.1	12か月連続マイナス
身のまわり品	-37.1	-5.5	12か月連続マイナス
化粧品	-51.2	-6.1	8か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-45.6	-5.1	8か月連続マイナス*
その他雑貨	-25.9	-0.8	12か月連続マイナス*
雑貨	-45.7	-12.0	12か月連続マイナス
家具	-36.2	-0.5	12か月連続マイナス
家電	1.4	0.0	8か月ぶりプラス
その他家庭用品	-24.1	-0.7	12か月連続マイナス
家庭用品	-26.4	-1.1	12か月連続マイナス
生鮮食品	-7.7	-0.3	23か月連続マイナス*
菓子	-17.4	-0.9	8か月連続マイナス*
惣菜	-14.3	-0.7	12か月連続マイナス*
その他食料品	-13.0	-0.8	12か月連続マイナス*
食料品	-13.4	-2.7	12か月連続マイナス
食堂喫茶	-33.9	-0.8	12か月連続マイナス
サービス	-29.7	-0.3	7か月連続マイナス
その他	-2.4	-0.0	7か月連続マイナス
商品券	-22.0	-0.3	115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9月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年10月22日

I. 概況

1. 売上高総額	930億円余
2. 前年同月比	-35.0% (店舗数調整後/12か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-37.1%(88.7%) : 非店頭-12.5%(11.3%) ()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8月対比±0店)
5. 総店舗面積	818,017㎡ (前年同月比:-2.0%)
6. 総従業員数	16,358人 (前年同月比:-3.9%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、7-9月 -30.8%

[参考] 令和元年9月の売上高増減率は20.7%

【特徴】

- (1) 9月の東京地区売上高は、前年同月比35.0%減となった。全国同様、昨年の消費増税前の駆け込み需要(20.7%増)の反動が大きく影響したが、入店客数(37.7%減/12か月連続)は、19日からのシルバーウィークで来街者が増えたことや、地方物産展等の集客施策を実施したことを受け、前月(44.5%減)より6.8ポイント改善した。
- (2) 商品別では、前年、駆け込みとインバウンド需要で高伸した雑貨(45.5%減)や身のまわり品(39.1%減)が、その反動で苦戦したほか、衣料品(42.4%減)も秋物の生産調整や納期遅れの影響もあり低調だった。一方、駆け込みの影響が少なかった食料品(14.3%減)や、イエナカ需要が継続している家庭用品(13.4%減)は比較的健闘した。
- (3) 個別アイテムでは、テレワークが続く中、自宅で快適に過ごすためのリビング用品やキッチン雑貨の需要が底堅かった。また、酒類は昨年の駆け込みの影響を受けつつも、家飲み需要の盛り上がりでワインや日本酒が好調に推移した。なお、高額品の美術・宝飾・貴金属(46.4%減)も、消費増税の特殊要因を除いた前々年比で見ると9.7%増であった。
- (4) コロナ禍での集客策として、各社が取り組んでいるECサイトでの物産展や食料品催事では、想定以上に消費者の反響が大きかったほか、月後半からスタートしたおせちの予約は、新しい生活様式を反映して好調な滑り出しとなっている。
- (5) 10月中間段階の商況は、前年の消費増税直後の需要減(対前年19.0%減)の反動から、3.4%減(10/15)で推移している。10月からの「Go Toトラベルキャンペーン」東京解禁で入店客数の復調も期待される。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0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: 0店、③減少した: 17店
- (3) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上 (同上/有効回答数11店舗)
①増加した: 1店、②変化なし: 0店、③減少した: 10店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	93,031,349	100.0	-35.0 (-35.1)
紳士服・洋品	6,669,234	7.2	-35.2 (-35.2)
婦人服・洋品	13,870,279	14.9	-45.1 (-45.1)
子供服・洋品	1,604,548	1.7	-31.0 (-31.0)
その他衣料品	1,488,980	1.6	-53.3 (-53.3)
衣 料 品	23,633,041	25.4	-42.4 (-42.4)
身のまわり品	13,237,898	14.2	-39.1 (-39.1)
化粧品	8,836,022	9.5	-48.8 (-48.8)
美術・宝飾・貴金属	9,532,699	10.2	-46.4 (-46.4)
その他雑貨	3,814,463	4.1	-32.9 (-32.9)
雑 貨	22,183,184	23.8	-45.5 (-45.5)
家 具	1,493,348	1.6	-29.2 (-29.2)
家 電	907,295	1.0	27.6 (27.6)
その他家庭用品	3,204,557	3.4	-12.2 (-12.2)
家 庭 用 品	5,605,200	6.0	-13.4 (-13.4)
生 鮮 食 品	3,452,259	3.7	-11.0 (-11.0)
菓 子	5,180,706	5.6	-24.2 (-24.2)
惣 菜	5,219,655	5.6	-15.1 (-15.1)
その他食料品	8,430,024	9.1	-7.8 (-7.8)
食 料 品	22,282,644	24.0	-14.3 (-14.3)
食 堂 喫 茶	1,636,267	1.8	-40.2 (-40.2)
サ ー ビ ス	1,643,334	1.8	-20.3 (-20.3)
そ の 他	2,809,781	3.0	14.5 (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	1,327,583 千円	-22.2 (-22.2)
従 業 員 数	16,358 人	-3.9
店 舗 面 積	818,017 m ²	-2.0

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、8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	-35.0	—	12か月連続マイナス
紳士服・洋品	-35.2	-2.5	12か月連続マイナス
婦人服・洋品	-45.1	-8.0	12か月連続マイナス
子供服・洋品	-31.0	-0.5	12か月連続マイナス
その他衣料品	-53.3	-1.2	12か月連続マイナス
衣料品	-42.4	-12.2	12か月連続マイナス
身のまわり品	-39.1	-5.9	8か月連続マイナス
化粧品	-48.8	-5.9	12か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-46.4	-5.8	8か月連続マイナス*
その他雑貨	-32.9	-1.3	12か月連続マイナス*
雑貨	-45.5	-12.9	12か月連続マイナス
家具	-29.2	-0.4	7か月連続マイナス
家電	27.6	0.1	8か月ぶりプラス
その他家庭用品	-12.2	-0.3	12か月連続マイナス
家庭用品	-13.4	-0.6	10か月連続マイナス
生鮮食品	-11.0	-0.3	24か月連続マイナス*
菓子	-24.2	-1.2	8か月連続マイナス*
惣菜	-15.1	-0.7	8か月連続マイナス*
その他食料品	-7.8	-0.5	7か月連続マイナス*
食料品	-14.3	-2.6	8か月連続マイナス
食堂喫茶	-40.2	-0.8	12か月連続マイナス
サービス	-20.3	-0.3	12か月連続マイナス
その他	14.5	0.2	3か月ぶりプラス
商品券	-22.2	-0.3	3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>