

14時30分解禁

令和2年10月 全国百貨店売上高概況

令和2年11月24日

I. 概況

1. 売上高総額	3,753億円余
2. 前年同月比	-1.7% (店舗数調整後/13か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 196店 (令和2年9月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,047,830㎡ (前年同月比:-3.6%)
5. 総従業員数	59,790人 (前年同月比:-7.4%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	3-5月 -56.1%、4-6月 -51.7%、5-7月 -34.1%、 6-8月 -20.4%、7-9月 -25.6%、8-10月 -20.5%

[参考] 令和元年10月の売上高増減率は-17.5% (店舗数調整後)

【特徴】

10月の売上高は1.7%減と前年実績には僅かに届かなかった。消費増税や台風の影響があった前年(17.5%減)の反動で押し上げ効果は見られたが、入国規制による免税売上の消失(91.8%減/21億円/9か月連続/シェア0.6%)が、引き続き大きなマイナス要因となっている。

一方、国内市場に限って見ると、富裕層を中心に高額品が好調だった他、各社が徹底した感染予防対策の下で展開した物産展や会員施策等の企画催事に加え、「Go To トラベルキャンペーン」等も集客に寄与し、4.8%増(13か月ぶり/シェア99.4%)とプラスに転じた。

地区別では、地方(10都市以外の地区)は4地区(関東、中部、近畿、中国)で前年を上回り、合計で3.4%増と13か月ぶりにプラスした。インバウンド比率の高い大都市(10都市)は3.6%減となったが、4都市(仙台、横浜、名古屋、神戸)では前年を超える結果となった。

商品別では、ラグジュアリーブランドや宝飾・時計等の高額商材(美・宝・貴:52.7%増)が牽引し、身のまわり品(8.4%増)と雑貨(4.0%増)が前年をクリアした。また、家の中の暮らしを充実させる傾向から、調理用品や家具、家電を含む家庭用品(13.9%増)も高い伸びを示した。衣料品(4.1%減)は、依然としてビジネス需要は低迷しているが、カジュアル衣料や気温低下による防寒商材等が動いた。食料品(6.8%減)はマイナスしたが、人気の食品催事が堅調だった他、おせちやクリスマスケーキの予約はECの高伸びもあり好調な滑り出しを見せている。

なお、各社では、コロナ禍で変化する顧客ニーズに対応すべく、密を回避する施策や、デジタルを活用した非接触型の新たな販売方法など、様々な取り組みを進めている。

【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「10月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は中旬に北・東・西日本で寒気の影響を受ける時期があったものの、暖かい空気が流れ込みやすかったため、北日本で高かった。降水量は東日本日本海側でかなり少なく、東・西日本太平洋側で多かった。また、日照時間は北日本と東日本太平洋側で少なく、西日本で多かった。

(2) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 +0.4日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(" -1日/土曜1日増、祝日2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101店舗)

①増加した:11店、②変化なし:8店、③減少した:82店

(5) 10月歳時記(秋物商戦、秋の行楽)の売上(同上/有効回答数79店舗)

①増加した:7店、②変化なし:18店、③減少した:54店

全国百貨店 売上高速報 2020年10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	375,357,413	100.0	-1.7 (-2.9)
10都市	265,244,823	70.7	-3.6 (-3.9)
札幌	9,970,197	2.7	-9.6
仙台	5,609,386	1.5	10.7
東京	99,903,342	26.6	-4.3
横浜	23,831,790	6.3	1.6
名古屋	25,476,469	6.8	4.3
京都	15,993,986	4.3	-2.0
大阪	52,599,906	14.0	-10.4
神戸	9,198,345	2.5	6.4 (-2.1)
広島	8,017,310	2.1	-2.4
福岡	14,644,092	3.9	-2.0
10都市以外の地区	110,112,590	29.3	3.4 (-0.3)
北海道	936,004	0.2	-4.0
東北	5,032,509	1.3	-1.4 (-14.0)
関東	49,133,704	13.1	7.4 (5.6)
中部	8,205,701	2.2	3.5 (-7.0)
近畿	15,843,967	4.2	2.6 (-1.6)
中国	8,574,117	2.3	2.1
四国	5,307,217	1.4	-4.1 (-16.5)
九州	17,079,371	4.6	-1.8

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	375,357,413	100.0	-1.7 (-2.9)
紳士服・洋品	25,526,573	6.8	-5.5 (-6.5)
婦人服・洋品	73,792,649	19.7	-5.9 (-7.2)
子供服・洋品	7,850,509	2.1	0.8 (-0.7)
その他衣料品	8,142,416	2.2	15.1 (13.5)
衣 料 品	115,312,147	30.7	-4.1 (-5.4)
身のまわり品	50,820,140	13.5	8.4 (7.3)
化粧品	28,618,930	7.6	-21.9 (-22.5)
美術・宝飾・貴金属	30,467,620	8.1	52.7 (51.5)
その他雑貨	12,776,606	3.4	2.0 (0.5)
雑 貨	71,863,156	19.1	4.0 (3.0)
家 具	4,239,501	1.1	13.9 (13.0)
家 電	1,190,772	0.3	50.8 (50.7)
その他家庭用品	10,538,879	2.8	10.8 (9.3)
家 庭 用 品	15,969,152	4.3	13.9 (12.6)
生 鮮 食 品	19,667,260	5.2	-4.7 (-6.2)
菓 子	24,441,111	6.5	-8.4 (-9.8)
惣 菜	25,775,894	6.9	-7.2 (-8.2)
その他食料品	30,338,018	8.1	-6.4 (-7.8)
食 料 品	100,222,283	26.7	-6.8 (-8.1)
食 堂 喫 茶	8,120,293	2.2	-20.5 (-21.2)
サ ー ビ ス	3,789,655	1.0	-15.3 (-16.2)
そ の 他	9,260,587	2.5	0.1 (-0.4)
商 品 券	6,081,397	1.6	-13.2 (-14.1)

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 | －3.6% (店舗数調整後／13か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 3.4% (店舗数調整後／13か月ぶりプラス) |

【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	－3.6	－2.6	13か月連続マイナス
札幌	－9.6	－0.3	9か月連続マイナス
仙台	10.7	0.1	8か月ぶりプラス
東京	－4.3	－1.2	13か月連続マイナス
横浜	1.6	0.1	13か月ぶりプラス
名古屋	4.3	0.3	13か月ぶりプラス
京都	－2.0	－0.1	13か月連続マイナス
大阪	－10.4	－1.6	13か月連続マイナス
神戸	6.4	0.1	2か月ぶりプラス
広島	－2.4	－0.1	9か月連続マイナス
福岡	－2.0	－0.1	13か月連続マイナス
10都市以外の地区	3.4	0.9	13か月ぶりプラス
北海道	－4.0	－0.0	9か月連続マイナス*
東北	－1.4	－0.0	9か月連続マイナス*
関東	7.4	0.9	13か月ぶりプラス
中部	3.5	0.1	13か月ぶりプラス
近畿	2.6	0.1	13か月ぶりプラス
中国	2.1	0.0	13か月ぶりプラス*
四国	－4.1	－0.1	13か月連続マイナス
九州	－1.8	－0.1	13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、身のまわり品、雑貨、家庭用品が13か月ぶりのプラスとなった。また、衣料品、食料品が13か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、家電が2か月連続、美術・宝飾・貴金属が9か月ぶり、子供服・用品、その他衣料品、その他雑貨、家具、その他家庭用品が13か月ぶりのプラスとなった。

【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
総額	-1.7	—	13か月連続マイナス
紳士服・洋品	-5.5	-0.4	13か月連続マイナス
婦人服・洋品	-5.9	-1.2	13か月連続マイナス
子供服・洋品	0.8	0.0	13か月ぶりプラス
その他衣料品	15.1	0.3	13か月ぶりプラス
衣料品	-4.1	-1.3	13か月連続マイナス
身のまわり品	8.4	1.0	13か月ぶりプラス
化粧品	-21.9	-2.1	9か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	52.7	2.8	9か月ぶりプラス*
その他雑貨	2.0	0.1	13か月ぶりプラス*
雑貨	4.0	0.7	13か月ぶりプラス
家具	13.9	0.1	13か月ぶりプラス
家電	50.8	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	10.8	0.3	13か月ぶりプラス
家庭用品	13.9	0.5	13か月ぶりプラス
生鮮食品	-4.7	-0.3	24か月連続マイナス*
菓子	-8.4	-0.6	9か月連続マイナス*
惣菜	-7.2	-0.5	13か月連続マイナス*
その他食料品	-6.4	-0.5	13か月連続マイナス*
食料品	-6.8	-1.9	13か月連続マイナス
食堂喫茶	-20.5	-0.5	13か月連続マイナス
サービス	-15.3	-0.2	8か月連続マイナス
その他	0.1	0.0	8か月ぶりプラス
商品券	-13.2	-0.2	116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10月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年11月24日

I. 概況

1. 売上高総額	999億円余
2. 前年同月比	-4.3% (13か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-5.9%(90.0%)：非店頭12.6%(10.0%) ()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9月対比±0店)
5. 総店舗面積	819,379㎡ (前年同月比：-1.9%)
6. 総従業員数	16,316人 (前年同月比：-5.4%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、8-10月 -24.3%

[参考] 令和元年10月の売上高増減率は-19.0% (店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 10月の東京地区は、「Go Toトラベルキャンペーン」東京解禁もあり、入店客数(28.8%減/13か月連続)は前月より8.9ポイント回復したが、継続する外出自粛の傾向や免税売上の大幅減から売上高は前年同月比4.3%減となった。
- (2) 店頭販売が苦戦する一方、非店頭売上は12.6%増となった。この背景には、コロナ禍における顧客ニーズ対応でECを強化したことに加え、電話受注やテレビ通販等非接触型の販売方法を積極展開した他、外商顧客による高額品需要の高まり等がある。
- (3) 商品別では、時計を中心に美術・宝飾・貴金属(55.2%増)が高伸した雑貨(3.0%増)や、イェナカ需要が継続している家庭用品(21.6%増)がプラスに転じた。半面、衣料品(8.8%減)はビジネスの不振や、ブランド撤退の影響もあり、紳士・婦人ともにマイナスだった。また、ラグジュアリーブランドが好調な身のまわり品(1.7%減)や、食品催事の開催により食料品(7.5%減)は比較的健闘した。
- (4) 個別アイテムでは、月後半の気温低下でマフラーや手袋などの防寒アイテムが動いた他、羽毛布団など寝具も堅調だった。スポーツ関連はゴルフやアウトドアが好調に推移した。化粧品についても、インバウンドを除く国内市場に限れば、クリスマス限定商品や保湿系のスキンケアが人気を集め、比較的堅調だった。また、歳暮、クリスマスケーキ、おせちはECが高伸しており売上を下支えしている。
- (5) 11月中間段階の商況は、新型コロナウイルス感染者増加により来店客が減少したことで17.1%減(11/18)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0日 (前年同月比 +1.0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：1店、②変化なし：0店、③減少した：16店
- (3) 10月歳時記(秋物商戦、秋の行楽)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：1店、③減少した：11店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年10月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	99,903,342	100.0	-4.3
紳士服・洋品	8,943,460	9.0	-7.2
婦人服・洋品	16,953,223	17.0	-11.9
子供服・洋品	2,060,406	2.1	0.9
その他衣料品	1,881,547	1.9	3.6
衣 料 品	29,838,636	29.9	-8.8
身のまわり品	13,844,335	13.9	-1.7
化粧品	8,106,607	8.1	-26.5
美術・宝飾・貴金属	9,632,758	9.6	55.2
その他雑貨	4,081,141	4.1	3.3
雑 貨	21,820,506	21.8	3.0
家 具	1,234,442	1.2	11.9
家 電	812,933	0.8	50.0
その他家庭用品	3,000,724	3.0	19.8
家 庭 用 品	5,048,099	5.1	21.6
生 鮮 食 品	3,645,215	3.6	-8.2
菓 子	5,704,687	5.7	-14.3
惣 菜	6,261,426	6.3	-4.8
その他食料品	7,995,508	8.0	-3.7
食 料 品	23,606,836	23.6	-7.5
食 堂 喫 茶	1,748,023	1.7	-27.9
サ ー ビ ス	1,688,574	1.7	-12.9
そ の 他	2,308,333	2.3	-2.5

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	1,511,438 千円	-11.6
従 業 員 数	16,316 人	-5.4
店 舗 面 積	819,379 m ²	-1.9

営 業 日 数	31.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、雑貨が13か月ぶり、家庭用品が11か月ぶりのプラスとなった。また、衣料品が13か月連続、身のまわり品、食料品が9か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、家電が2か月連続、家具が8か月ぶり、美術・宝飾・貴金属が9か月ぶり、子供服・用品、その他衣料品、その他雑貨、その他家庭用品が13か月ぶりのプラスとなった。

【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
総額	-4.3	—	13か月連続マイナス
紳士服・洋品	-7.2	-0.7	13か月連続マイナス
婦人服・洋品	-11.9	-2.2	13か月連続マイナス
子供服・洋品	0.9	0.0	13か月ぶりプラス
その他衣料品	3.6	0.1	13か月ぶりプラス
衣料品	-8.8	-2.8	13か月連続マイナス
身のまわり品	-1.7	-0.2	9か月連続マイナス
化粧品	-26.5	-2.8	13か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	55.2	3.3	9か月ぶりプラス*
その他雑貨	3.3	0.1	13か月ぶりプラス*
雑貨	3.0	0.6	13か月ぶりプラス
家具	11.9	0.1	8か月ぶりプラス
家電	50.0	0.3	2か月連続プラス
その他家庭用品	19.8	0.5	13か月ぶりプラス
家庭用品	21.6	0.9	11か月ぶりプラス
生鮮食品	-8.2	-0.3	25か月連続マイナス*
菓子	-14.3	-0.9	9か月連続マイナス*
惣菜	-4.8	-0.3	9か月連続マイナス*
その他食料品	-3.7	-0.3	8か月連続マイナス*
食料品	-7.5	-1.8	9か月連続マイナス
食堂喫茶	-27.9	-0.6	13か月連続マイナス
サービス	-12.9	-0.2	13か月連続マイナス
その他	-2.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
商品券	-11.6	-0.2	4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>