

14時30分解禁

令和2年11月 全国百貨店売上高概況

令和2年12月22日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 178億円余
2. 前年同月比	-14.3% (店舗数調整後/14か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 196店 (令和2年10月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,049,430㎡ (前年同月比:-4.1%)
5. 総従業員数	60,089人 (前年同月比:-6.7%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、9-11月 -17.8%

[参考] 令和元年11月の売上高増減率は-6.0% (店舗数調整後)

【特徴】

11月の売上高は14.3%減と、消費増税の反動要因があった前月(1.7%減)から水準を下げる結果となった。月の前半まで回復基調にあったが、中旬から新型コロナウイルス感染症が再度拡大し、高齢層を中心に外出自粛気運が高まったことで、売上・客数共に大きな影響を受けた。一方、時計・宝飾品やラグジュアリーブランドなど高額商材は引き続き好調に推移した。

顧客別では、国内市場は10.0%減(2か月ぶり/シェア99.3%)、インバウンドは入国規制の影響から89.3%減(27.9億円/10か月連続/シェア0.7%)と低水準のまま推移している。

地区別では、大都市(10都市/15.9%減)・地方(10都市以外の地区/10.2%減)共に不調であり、大都市と地方の伸び率格差は5.7ポイントまで縮小した。特に、月初から感染症再拡大の影響を受けた札幌(33.3%減)が大きくマイナスした。

商品別では、美術・宝飾・貴金属が前年消費増税による影響(12.3%減)の反動もあって、二桁増(12.0%増/2か月連続)と高い伸びを示した。食料品では、イエナカ需要・絆消費の盛上りで、クリスマスケーキやおせち、お歳暮が好調に推移している。各社注力しているEC売上も引き続き伸長しており、シェアを徐々に高めている。衣料品は、高気温による冬物需要の減退に加え、国内アパレルのブランド改廃や販路集約の影響もあって苦戦が続いている。

コロナ禍での年末・年始商戦を控え、各店では、福袋の事前予約やネット対応、クリアランスセールの会期拡大など、混雑緩和(3密回避)を軸とした感染予防に一層配慮しつつ、「新しい生活様式」における需要動向・買物行動の変化に適合した新施策を積極展開している。

【要因】

- (1) 天候 : 気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇中旬の後半を中心に日本付近に暖かい空気が流れ込んだため、月平均気温は全国的に高く、東・西日本でかなり高かった。降水量は東日本太平洋側でかなり少なく、日照時間は東日本日本海側でかなり多かった。
- (2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 ±0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106店舗)
①増加した: 2店、②変化なし: 7店、③減少した: 97店
- (5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数81店舗)
①増加した: 4店、②変化なし: 18店、③減少した: 59店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2020年11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	417,874,203	100.0	-14.3 (-15.4)
10都市	294,818,299	70.6	-15.9 (-16.1)
札幌	8,757,177	2.1	-33.3
仙台	6,345,650	1.5	-4.8
東京	116,903,617	28.0	-17.8
横浜	27,749,963	6.6	-12.2
名古屋	26,708,587	6.4	-11.1
京都	17,288,804	4.1	-15.0
大阪	56,030,294	13.4	-18.1
神戸	9,545,153	2.3	-5.6 (-13.4)
広島	9,270,974	2.2	-11.8
福岡	16,218,080	3.9	-7.2
10都市以外の地区	123,055,904	29.4	-10.2 (-13.5)
北海道	931,872	0.2	-17.4
東北	5,392,894	1.3	-7.5 (-20.3)
関東	55,778,858	13.3	-7.7 (-9.3)
中部	8,771,532	2.1	-9.6 (-19.3)
近畿	16,598,113	4.0	-13.2 (-16.9)
中国	10,057,025	2.4	-7.4
四国	5,757,733	1.4	-13.7 (-26.9)
九州	19,767,877	4.7	-15.2

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	417,874,203	100.0	-14.3 (-15.4)
紳士服・洋品	25,846,725	6.2	-23.6 (-24.4)
婦人服・洋品	71,562,449	17.1	-21.7 (-22.8)
子供服・洋品	6,746,924	1.6	-20.0 (-21.2)
その他衣料品	7,935,320	1.9	-12.0 (-13.4)
衣 料 品	112,091,418	26.8	-21.4 (-22.5)
身のまわり品	51,647,053	12.4	-10.5 (-11.5)
化粧品	32,615,731	7.8	-28.2 (-28.8)
美術・宝飾・貴金属	30,990,708	7.4	12.0 (10.8)
その他雑貨	13,905,305	3.3	-5.8 (-7.1)
雑 貨	77,511,744	18.5	-11.7 (-12.6)
家 具	4,491,608	1.1	-20.7 (-21.3)
家 電	2,230,840	0.5	-13.9 (-14.0)
その他家庭用品	10,834,770	2.6	-8.8 (-10.0)
家 庭 用 品	17,557,218	4.2	-12.8 (-13.7)
生 鮮 食 品	26,908,395	6.4	-8.3 (-9.5)
菓 子	33,968,445	8.1	-13.6 (-14.8)
惣 菜	28,257,331	6.8	-10.6 (-11.5)
その他食料品	46,647,958	11.2	-8.0 (-9.5)
食 料 品	135,782,129	32.5	-10.1 (-11.3)
食 堂 喫 茶	8,116,987	1.9	-28.2 (-28.8)
サ ー ビ ス	4,200,005	1.0	-12.4 (-13.3)
そ の 他	10,967,649	2.6	-11.1 (-11.7)
商 品 券	13,099,730	3.1	-13.5 (-14.4)

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 - 15.9% (店舗数調整後/14か月連続マイナス)
2. 10都市以外の地区売上動向 - 10.2% (店舗数調整後/2か月ぶりマイナス)

【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	-15.9	-11.5	14か月連続マイナス
札幌	-33.3	-0.9	10か月連続マイナス
仙台	-4.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
東京	-17.8	-5.2	14か月連続マイナス
横浜	-12.2	-0.8	2か月ぶりマイナス
名古屋	-11.1	-0.7	2か月ぶりマイナス
京都	-15.0	-0.6	14か月連続マイナス
大阪	-18.1	-2.5	14か月連続マイナス
神戸	-5.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
広島	-11.8	-0.3	10か月連続マイナス
福岡	-7.2	-0.3	14か月連続マイナス
10都市以外の地区	-10.2	-2.9	2か月ぶりマイナス
北海道	-17.4	-0.0	10か月連続マイナス*
東北	-7.5	-0.1	10か月連続マイナス*
関東	-7.7	-1.0	2か月ぶりマイナス
中部	-9.6	-0.2	2か月ぶりマイナス
近畿	-13.2	-0.5	2か月ぶりマイナス
中国	-7.4	-0.2	2か月ぶりマイナス*
四国	-13.7	-0.2	14か月連続マイナス
九州	-15.2	-0.7	14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、衣料品、食料品が14か月連続、身のまわり品、雑貨、家庭用品が2か月ぶりと全品目がマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が2か月連続のプラスとなった。

【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	-14.3	—	14か月連続マイナス
紳士服・洋品	-23.6	-1.6	14か月連続マイナス
婦人服・洋品	-21.7	-4.1	14か月連続マイナス
子供服・洋品	-20.0	-0.3	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-12.0	-0.2	2か月ぶりマイナス
衣料品	-21.4	-6.3	14か月連続マイナス
身のまわり品	-10.5	-1.2	2か月ぶりマイナス
化粧品	-28.2	-2.6	10か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	12.0	0.7	2か月連続プラス*
その他雑貨	-5.8	-0.2	2か月ぶりマイナス*
雑貨	-11.7	-2.1	2か月ぶりマイナス
家具	-20.7	-0.2	2か月ぶりマイナス
家電	-13.9	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-8.8	-0.2	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-12.8	-0.5	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-8.3	-0.5	25か月連続マイナス*
菓子	-13.6	-1.1	10か月連続マイナス*
惣菜	-10.6	-0.7	14か月連続マイナス*
その他食料品	-8.0	-0.8	14か月連続マイナス*
食料品	-10.1	-3.1	14か月連続マイナス
食堂喫茶	-28.2	-0.7	14か月連続マイナス
サービス	-12.4	-0.1	9か月連続マイナス
その他	-11.1	-0.3	2か月ぶりマイナス
商品券	-13.5	-0.4	117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11月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年12月22日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 169億円余
2. 前年同月比	-17.8% (14か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-16.4%(91.6%) : 非店頭-31.1%(8.4%) ()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10月対比±0店)
5. 総店舗面積	819,379㎡ (前年同月比:-2.2%)
6. 総従業員数	16,344人 (前年同月比:-5.8%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、9-11月 -20.5%

[参考] 令和元年11月の売上高増減率は-4.7% (店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 11月の東京地区は、新型コロナウイルス感染者数の拡大が止まらない中、外出自粛傾向が高まったことで、入店客数(35.3%減/14か月連続)が前月から6.5ポイント減少した。また、構成比の大きい免税売上も引き続き厳しい業績に留まっているため、売上高は全国水準(14.3%減)を下回る17.8%減となった。
- (2) 入店客数の減少で多くの品目が低調だったが、株高を背景とした国内富裕層の需要は底堅く、時計、宝飾などの高額品(美術・宝飾・貴金属:0.2%増/2か月連続)は好調に推移した。
- (3) 商品別では、月後半の高気温や外出機会の減少から、コートやその他の防寒アイテムなど冬物衣料が伸びず、衣料品(26.8%減)が苦戦した一方、イオンカ消費の増加により、家庭用品(10.6%減)や食料品(10.6%減)は比較的健闘した。
- (4) 個別アイテムでは、コロナ禍における年末・年始商戦の特徴として、帰省の代わりに歳暮を遠方の家族や親戚に贈る「帰省暮」をはじめ、クリスマスケーキやおせち、福袋のEC受注が高伸びしており、家で過ごす時間を充実させる傾向がより顕著となった。家飲み需要でワインや和洋酒が好調なほか、ブランド牛などプチ贅沢を楽しむための食料品に動きがあった。半面、手土産ニーズが減少した菓子(19.0%減)は苦戦した。
- (5) 12月中間段階の商況は、新型コロナウイルス第3波の影響や「Go Toトラベルキャンペーン」一時停止などから、18.1%減(12/16)で推移している。

【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16店舗)
 - ①増加した: 0店、②変化なし: 0店、③減少した: 16店
- (3) 11月歳時記(歳暮、七五三)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: 1店、③減少した: 12店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	116,903,617	100.0	-17.8
紳士服・洋品	8,864,280	7.6	-24.4
婦人服・洋品	16,451,110	14.1	-29.2
子供服・洋品	1,669,482	1.4	-21.4
その他衣料品	1,982,875	1.7	-18.9
衣 料 品	28,967,747	24.8	-26.8
身のまわり品	14,725,238	12.6	-18.9
化粧品	9,518,576	8.1	-31.0
美術・宝飾・貴金属	9,365,435	8.0	0.2
その他雑貨	4,511,351	3.9	-6.3
雑 貨	23,395,362	20.0	-16.3
家 具	1,476,795	1.3	-6.8
家 電	1,845,010	1.6	-7.7
その他家庭用品	2,846,121	2.4	-14.2
家 庭 用 品	6,167,926	5.3	-10.6
生 鮮 食 品	5,542,407	4.7	-9.4
菓 子	9,141,797	7.8	-19.0
惣 菜	7,403,569	6.3	-11.6
その他食料品	14,603,212	12.5	-4.2
食 料 品	36,690,985	31.4	-10.6
食 堂 喫 茶	1,706,578	1.5	-37.4
サ ー ビ ス	1,928,968	1.7	-4.8
そ の 他	3,320,813	2.8	-15.8

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	3,208,281 千円	-17.1
従 業 員 数	16,344 人	-5.8
店 舗 面 積	819,379 m ²	-2.2

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、衣料品が14か月連続、身のまわり品、食料品が10か月連続、雑貨、家庭用品が2か月ぶりと全品目がマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が2か月連続のプラスとなった。

【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	-17.8	—	14か月連続マイナス
紳士服・洋品	-24.4	-2.0	14か月連続マイナス
婦人服・洋品	-29.2	-4.8	14か月連続マイナス
子供服・洋品	-21.4	-0.3	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-18.9	-0.3	2か月ぶりマイナス
衣料品	-26.8	-7.4	14か月連続マイナス
身のまわり品	-18.9	-2.4	10か月連続マイナス
化粧品	-31.0	-3.0	14か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	0.2	0.0	2か月連続プラス*
その他雑貨	-6.3	-0.2	2か月ぶりマイナス*
雑貨	-16.3	-3.2	2か月ぶりマイナス
家具	-6.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	-7.7	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-14.2	-0.3	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-10.6	-0.5	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-9.4	-0.4	26か月連続マイナス*
菓子	-19.0	-1.5	10か月連続マイナス*
惣菜	-11.6	-0.7	10か月連続マイナス*
その他食料品	-4.2	-0.5	9か月連続マイナス*
食料品	-10.6	-3.0	10か月連続マイナス
食堂喫茶	-37.4	-0.7	14か月連続マイナス
サービス	-4.8	-0.1	14か月連続マイナス
その他	-15.8	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-17.1	-0.5	5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。