

14時30分解禁

令和3年1月 全国百貨店売上高概況

令和3年2月25日

I. 概況

1. 売上高総額	3, 265億円余
2. 前年同月比	-29.7% (店舗数調整後/16か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 196店 (令和2年12月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,045,674㎡ (前年同月比:-3.9%)
5. 総従業員数	59,480人 (前年同月比:-6.4%)
6. 3か月移動平均値	6-8月 -20.4%、7-9月 -25.6%、8-10月 -20.5%、 (店舗数調整後) 9-11月 -17.8%、10-12月 -10.8%、11-1月 -18.6%

[参考] 令和2年1月の売上高増減率は-3.1% (店舗数調整後)

【特徴】

1月の売上高は29.7%減と、前月(13.7%減)より16.0ポイントダウンした。年明けに11都府県に再発出された「緊急事態宣言」により、対象地区所在店舗で実施した営業時間短縮や、主要顧客である高齢層の外出自粛などが集客(入店客数約40%減)に大きく影響した。一方、株高を背景に、付加価値の高いラグジュアリーブランドや、宝飾品・高級時計など高額品は堅調だった。また、EC売上は各社の積極的な施策も奏功し大幅に伸長している。

顧客別では、インバウンド売上高は、入国規制継続から87.4%減(39.9億円/12か月連続/シェア1.2%)と引き続き低水準で推移している。国内市場は25.5%減(3か月連続/シェア98.8%)と、15.5ポイントダウンした。

地区別では、地方は23.2%減(10都市以外の地区/3か月連続)、緊急事態宣言対象地区の多くが含まれる大都市は32.1%減(10都市/16か月連続)となり、その差(8.9ポイント)は、前月よりさらに1.4ポイント広がった。

主要5品目については、客数減が響き全て二桁減となった。各社では、例年賑わう初商において三密回避の観点から来店を抑制するため、福袋の予約販売やネット販売強化など様々な補完施策を行ったが、特に衣料品を中心としたファッション商材は、クリアランスの前倒しもあり苦戦した。半面、「イエナカ消費」「巣ごもり需要」から、家具、調理家電、テーブルウェア、寝装品、精肉、和洋酒などには動きが見られた。バレンタイン商戦については、ECサイトによる先行販売や限定品が好評。急伸するEC売上が牽引し健闘している。

【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇全国的に上旬の気温は低く、下旬は高く、変化が大きかった。東日本日本海側では降水量はかなり多く、記録的な大雪となった所もあった。日照時間は西日本日本海側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 -0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 12日(" +2日/土曜・日曜各1日増)

(4) 入店客数増減(回答店舗数で見ると傾向値/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) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した:3店、②変化なし:9店、③減少した:69店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2021年1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	326,510,176	100.0	-29.7 (-30.6)
10都市	228,383,996	69.9	-32.1 (-32.3)
札幌	8,709,374	2.7	-38.8
仙台	5,226,670	1.6	-22.0
東京	85,616,807	26.2	-33.8
横浜	20,684,067	6.3	-28.2
名古屋	21,647,965	6.6	-30.2
京都	13,254,060	4.1	-33.0
大阪	46,696,960	14.3	-31.5
神戸	8,102,281	2.5	-20.6 (-27.2)
広島	6,829,266	2.1	-36.8
福岡	11,616,546	3.6	-34.1
10都市以外の地区	98,126,180	30.1	-23.2 (-26.2)
北海道	867,033	0.3	-22.9
東北	4,469,352	1.4	-22.2 (-24.6)
関東	43,654,781	13.4	-23.2 (-25.3)
中部	6,971,839	2.1	-24.6 (-34.7)
近畿	15,032,207	4.6	-15.5 (-19.2)
中国	7,881,236	2.4	-21.4
四国	4,758,081	1.5	-29.4 (-39.4)
九州	14,491,651	4.4	-28.2

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	326,510,176	100.0	-29.7 (-30.6)
紳士服・洋品	20,579,784	6.3	-41.9 (-42.6)
婦人服・洋品	60,200,818	18.4	-40.5 (-41.3)
子供服・洋品	6,136,632	1.9	-38.2 (-38.9)
その他衣料品	6,741,772	2.1	-26.5 (-27.5)
衣 料 品	93,659,006	28.7	-39.8 (-40.7)
身のまわり品	46,858,200	14.4	-31.9 (-32.8)
化粧品	26,431,553	8.1	-38.1 (-38.6)
美術・宝飾・貴金属	23,133,107	7.1	-10.1 (-11.1)
その他雑貨	12,396,103	3.8	-19.1 (-20.3)
雑 貨	61,960,763	19.0	-26.0 (-26.8)
家 具	3,223,364	1.0	-16.0 (-17.1)
家 電	1,475,196	0.5	63.7 (63.6)
その他家庭用品	9,723,838	3.0	-20.5 (-22.1)
家 庭 用 品	14,422,398	4.4	-15.0 (-16.5)
生 鮮 食 品	17,463,438	5.3	-13.1 (-14.1)
菓 子	26,468,030	8.1	-21.3 (-22.6)
惣 菜	20,114,264	6.2	-22.1 (-23.0)
その他食料品	27,210,971	8.3	-17.6 (-19.0)
食 料 品	91,256,703	27.9	-18.9 (-20.1)
食 堂 喫 茶	5,749,130	1.8	-51.0 (-51.5)
サ ー ビ ス	3,379,303	1.0	-21.7 (-22.6)
そ の 他	9,224,673	2.8	-12.3 (-12.7)
商 品 券	4,823,231	1.5	-24.4 (-25.1)

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 - 32.1% (店舗数調整後/16か月連続マイナス)
2. 10都市以外の地区売上動向 - 23.2% (店舗数調整後/3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	- 32.1	- 23.3	16か月連続マイナス
札幌	- 38.8	- 1.2	12か月連続マイナス
仙台	- 22.0	- 0.3	3か月連続マイナス
東京	- 33.8	- 9.4	16か月連続マイナス
横浜	- 28.2	- 1.8	3か月連続マイナス
名古屋	- 30.2	- 2.0	3か月連続マイナス
京都	- 33.0	- 1.4	16か月連続マイナス
大阪	- 31.5	- 4.6	16か月連続マイナス
神戸	- 20.6	- 0.5	3か月連続マイナス
広島	- 36.8	- 0.9	12か月連続マイナス
福岡	- 34.1	- 1.3	16か月連続マイナス
10都市以外の地区	- 23.2	- 6.4	3か月連続マイナス
北海道	- 22.9	- 0.1	12か月連続マイナス*
東北	- 22.2	- 0.3	12か月連続マイナス*
関東	- 23.2	- 2.8	3か月連続マイナス
中部	- 24.6	- 0.5	3か月連続マイナス
近畿	- 15.5	- 0.6	3か月連続マイナス
中国	- 21.4	- 0.5	3か月連続マイナス*
四国	- 29.4	- 0.4	16か月連続マイナス
九州	- 28.2	- 1.2	16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16か月連続、身のまわり品、雑貨、家庭用品が3か月連続と全品目がマイナスとなった。その他の品目は、家電が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	-29.7	—	16か月連続マイナス
紳士服・洋品	-41.9	-3.2	16か月連続マイナス
婦人服・洋品	-40.5	-8.8	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-38.2	-0.8	3か月連続マイナス
その他衣料品	-26.5	-0.5	3か月連続マイナス
衣料品	-39.8	-13.4	16か月連続マイナス
身のまわり品	-31.9	-4.7	3か月連続マイナス
化粧品	-38.1	-3.5	12か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-10.1	-0.6	4か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-19.1	-0.6	3か月連続マイナス*
雑貨	-26.0	-4.7	3か月連続マイナス
家具	-16.0	-0.1	3か月連続マイナス
家電	63.7	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	-20.5	-0.5	3か月連続マイナス
家庭用品	-15.0	-0.5	3か月連続マイナス
生鮮食品	-13.1	-0.6	27か月連続マイナス*
菓子	-21.3	-1.5	12か月連続マイナス*
惣菜	-22.1	-1.2	16か月連続マイナス*
その他食料品	-17.6	-1.2	16か月連続マイナス*
食料品	-18.9	-4.6	16か月連続マイナス
食堂喫茶	-51.0	-1.3	16か月連続マイナス
サービス	-21.7	-0.2	11か月連続マイナス
その他	-12.3	-0.3	3か月連続マイナス
商品券	-24.4	-0.3	119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3年1月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年2月25日

I. 概 況

1. 売上高総額	856億円余
2. 前年同月比	-33.8% (16か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-36.5%(88.6%) : 非店頭-1.0%(11.4%) ()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12月対比±0店)
5. 総店舗面積	819,540㎡ (前年同月比:-2.3%)
6. 総従業員数	16,097人 (前年同月比:-5.5%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	6-8月 -27.0%、7-9月 -30.8%、8-10月 -24.3%、 9-11月 -20.5%、10-12月 -13.7%、11-1月 -21.7%

【参考】 令和2年1月の売上高増減率は-2.4% (店舗数調整後)

【特 徴】

- (1) 1月の東京地区は、初商の三密回避対策に加え、2度目の「緊急事態宣言」発出による営業時間短縮や、免税売上の大幅減が継続した影響（前年は1月25日春節）から、売上高(33.8%減/16か月連続)、入店客数(49.2%減/16か月連続)ともに全国水準を下回る結果となった。
- (2) 商品別では、主要5品目全て低水準で推移した。冬物セールの主力商材である衣料品(45.8%減)と身のまわり品(37.9%減)は、クリアランスの前倒しや分散開催、在宅勤務の普及によるビジネス需要の縮小、更には成人式等のオケーション需要も減退したことで、全般的に動きが鈍く苦戦した。
- (3) 一方、国内富裕層の購買意欲は引き続き堅調で、付加価値の高いラグジュアリーブランドや時計、宝飾等の高額品に対する需要が見られるほか、家電(94.5%増/2か月連続)は外商受注や巣ごもり消費を背景に伸長した。
- (4) コロナ禍で客数減が続く中、各店では来店できない顧客のニーズに応える施策として、EC強化のほか、電話受注等の様々な非対面サービスに力を入れている。特にバレンタイン商戦では、店頭が入場制限やブランド数削減など制約を受ける中、それを代替・補完する形でECは高伸し、完売となる商品が出るなど好調に推移した。
- (5) 2月中間段階の商況は、緊急事態宣言の延長・継続を背景に、21.1%減(2/18)で推移している。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.1日 (前年同月比 ±0.0日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見ると傾向値/前年同月比/有効回答数18店舗)
 - ①増加した: 0店、②変化なし: 1店、③減少した: 17店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)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: 0店、③減少した: 13店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	85,616,807	100.0	-33.8
紳士服・洋品	6,738,498	7.9	-44.3
婦人服・洋品	13,360,420	15.6	-47.7
子供服・洋品	1,332,668	1.6	-40.9
その他衣料品	1,423,065	1.7	-37.0
衣 料 品	22,854,651	26.7	-45.8
身のまわり品	12,505,383	14.6	-37.9
化粧品	7,312,142	8.5	-43.7
美術・宝飾・貴金属	6,943,741	8.1	-15.0
その他雑貨	3,823,182	4.5	-24.8
雑 貨	18,079,065	21.1	-31.1
家 具	924,968	1.1	-23.5
家 電	1,163,214	1.4	94.5
その他家庭用品	2,459,127	2.9	-22.6
家 庭 用 品	4,547,309	5.3	-8.8
生 鮮 食 品	3,230,961	3.8	-16.2
菓 子	5,751,743	6.7	-30.6
惣 菜	4,615,747	5.4	-27.3
その他食料品	8,432,137	9.8	-12.4
食 料 品	22,030,588	25.7	-21.7
食 堂 喫 茶	1,142,567	1.3	-57.8
サ ー ビ ス	1,598,846	1.9	-8.5
そ の 他	2,858,398	3.3	-10.1

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	1,195,209 千円	-19.6
従 業 員 数	16,097 人	-5.5
店 舗 面 積	819,540 m ²	-2.3

営 業 日 数	30.1 日	前 年	30.1 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が16か月連続、身のまわり品、食料品が12か月連続、雑貨、家庭用品が3か月連続と全品目がマイナスとなった。その他の品目は、家電が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	-33.8	—	16か月連続マイナス
紳士服・洋品	-44.3	-4.1	16か月連続マイナス
婦人服・洋品	-47.7	-9.4	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-40.9	-0.7	3か月連続マイナス
その他衣料品	-37.0	-0.6	3か月連続マイナス
衣料品	-45.8	-14.9	16か月連続マイナス
身のまわり品	-37.9	-5.9	12か月連続マイナス
化粧品	-43.7	-4.4	16か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-15.0	-1.0	4か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-24.8	-1.0	3か月連続マイナス*
雑貨	-31.1	-6.3	3か月連続マイナス
家具	-23.5	-0.2	3か月連続マイナス
家電	94.5	0.4	2か月連続プラス
その他家庭用品	-22.6	-0.6	3か月連続マイナス
家庭用品	-8.8	-0.3	3か月連続マイナス
生鮮食品	-16.2	-0.5	28か月連続マイナス*
菓子	-30.6	-2.0	12か月連続マイナス*
惣菜	-27.3	-1.3	12か月連続マイナス*
その他食料品	-12.4	-0.9	11か月連続マイナス*
食料品	-21.7	-4.7	12か月連続マイナス
食堂喫茶	-57.8	-1.2	16か月連続マイナス
サービス	-8.5	-0.1	16か月連続マイナス
その他	-10.1	-0.2	4か月連続マイナス
商品券	-19.6	-0.2	7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 橘・長柴 まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>