

14時30分解禁

令和3年2月 全国百貨店売上高概況

令和3年3月23日

I. 概況

1. 売上高総額	3, 223億円余
2. 前年同月比	-10.7% (店舗数調整後/17か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 196店 (令和3年1月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,038,154㎡ (前年同月比:-3.6%)
5. 総従業員数	58,967人 (前年同月比:-6.0%)
6. 3か月移動平均値	7-9月 -25.6%、8-10月 -20.5%、9-11月 -17.8%、 (店舗数調整後) 10-12月 -10.8%、11-1月 -18.6%、12-2月 -18.0%

[参考] 令和2年2月の売上高増減率は-12.2% (店舗数調整後)

【特徴】

2月の売上高は10.7%減と前月(29.7%減)より減少幅が縮小し、回復の兆しは出てきたものの、コロナ禍の影響がなかった前々年(平成31年2月)対比では21.9%減と、依然厳しい状況が続いている。「緊急事態宣言」延長による対象地区店舗・テナントでの時短営業や、主要顧客である高齢層の外出自粛に加え、前年閏年による営業日数減なども響いた。

顧客別では、国内富裕層を中心に高額消費が活発で、ラグジュアリーブランドや時計・宝飾品等が高伸している他、巣ごもり需要やECも引き続き好調で、国内市場は9.1%減(4か月連続/シェア98.7%)と持ち直してきた。一方、インバウンドは入国規制で60.7%減(13か月連続/シェア1.3%)、コロナの影響がない前々年比では86.4%減と低水準のまま推移している。

地区別では、地方は9.0%減(10都市以外の地区/4か月連続)、大都市でも11.4%減(10都市/17か月連続)と、その差は2.4ポイントまで縮小した。

商品別では、株高を背景に、高級時計等を含む美術・宝飾・貴金属は増勢で、前年比(8.9%増/2か月ぶり)、前々年比(1.5%増)ともにプラスとなった。化粧品は、インバウンドの影響で前年割れしているが、国内顧客の需要増から一部に改善傾向も見られる。また、イエナカニーズを反映し、調理家電、特選食器関連などが動いた家庭用品(0.2%増/4か月ぶり)は、前年実績を確保した。衣料品はビジネス関連を中心に苦戦が続くが、一部軽衣料は健闘している。

バレンタイン商戦は、店頭では混雑回避を目的に、ブランドの絞り込みや入場制限など制約の多い展開となったが、オンライン販売強化によるEC売上の高伸がカバーし堅調に推移した。中でも、各社が実施した「自家需要」「巣ごもり消費」向け施策などが好評だった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇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、北日本日本海側でかなり多かった。高気圧に覆われやすく、寒気の影響を受けにくかったため、日照時間は、東日本太平洋側、西日本日本海側で記録的に多かった。

(2) 営業日数増減 27.7日(前年同月比 -1.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(-1日/土曜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109店舗)

①増加した：5店、②変化なし：12店、③減少した：92店

(5) 2月歳時記(節分、バレンタインデー)の売上(同上/有効回答数83店舗)

①増加した：8店、②変化なし：19店、③減少した：56店

全国百貨店 売上高速報 2021年2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	322,332,378	100.0	-10.7 (-12.0)
10都市	226,888,533	70.4	-11.4 (-11.6)
札幌	8,443,203	2.6	-9.5
仙台	4,529,474	1.4	-13.9
東京	87,802,603	27.2	-13.5
横浜	20,492,259	6.4	-9.8
名古屋	20,839,248	6.5	-13.9
京都	12,771,961	4.0	-9.9
大阪	45,892,274	14.2	-8.0
神戸	8,061,952	2.5	-3.0 (-11.4)
広島	6,664,579	2.1	-9.9
福岡	11,390,980	3.5	-13.1
10都市以外の地区	95,443,845	29.6	-9.0 (-12.8)
北海道	846,387	0.3	-9.9
東北	4,681,087	1.5	-8.0 (-12.9)
関東	42,893,168	13.3	-7.2 (-9.8)
中部	7,242,390	2.2	-8.8 (-21.7)
近畿	14,101,240	4.4	-5.6 (-9.7)
中国	7,664,094	2.4	-7.6
四国	4,315,427	1.3	-18.0 (-29.9)
九州	13,700,052	4.3	-15.4

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	322,332,378	100.0	-10.7 (-12.0)
紳士服・洋品	15,546,120	4.8	-22.3 (-23.5)
婦人服・洋品	53,352,735	16.6	-10.4 (-11.9)
子供服・洋品	7,037,601	2.2	-7.7 (-8.9)
その他衣料品	5,667,205	1.8	-11.4 (-13.2)
衣 料 品	81,603,661	25.3	-12.8 (-14.2)
身のまわり品	41,194,275	12.8	-7.2 (-8.7)
化粧品	25,450,199	7.9	-21.8 (-22.7)
美術・宝飾・貴金属	26,297,791	8.2	8.9 (7.5)
その他雑貨	11,710,582	3.6	-5.2 (-6.5)
雑 貨	63,458,572	19.7	-8.1 (-9.2)
家 具	3,518,547	1.1	-8.1 (-9.9)
家 電	1,389,440	0.4	17.7 (17.6)
その他家庭用品	9,122,172	2.8	1.5 (-1.0)
家 庭 用 品	14,030,159	4.4	0.2 (-1.9)
生 鮮 食 品	16,725,284	5.2	-6.8 (-7.9)
菓 子	37,592,006	11.7	-16.4 (-17.8)
惣 菜	20,533,929	6.4	-8.7 (-9.9)
その他食料品	27,684,033	8.6	-9.5 (-10.9)
食 料 品	102,535,252	31.8	-11.6 (-12.9)
食 堂 喫 茶	6,197,940	1.9	-31.0 (-31.7)
サ ー ビ ス	3,500,347	1.1	-21.8 (-22.7)
そ の 他	9,812,172	3.0	-5.5 (-5.7)
商 品 券	4,992,188	1.5	-11.9 (-12.7)

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 | -11.4% (店舗数調整後／17か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -9.0% (店舗数調整後／4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	-11.4	-8.1	17か月連続マイナス
札幌	-9.5	-0.2	13か月連続マイナス
仙台	-13.9	-0.2	4か月連続マイナス
東京	-13.5	-3.8	17か月連続マイナス
横浜	-9.8	-0.6	4か月連続マイナス
名古屋	-13.9	-0.9	4か月連続マイナス
京都	-9.9	-0.4	17か月連続マイナス
大阪	-8.0	-1.1	17か月連続マイナス
神戸	-3.0	-0.1	4か月連続マイナス
広島	-9.9	-0.2	13か月連続マイナス
福岡	-13.1	-0.5	17か月連続マイナス
10都市以外の地区	-9.0	-2.6	4か月連続マイナス
北海道	-9.9	-0.0	13か月連続マイナス*
東北	-8.0	-0.1	13か月連続マイナス*
関東	-7.2	-0.9	4か月連続マイナス
中部	-8.8	-0.2	4か月連続マイナス
近畿	-5.6	-0.2	4か月連続マイナス
中国	-7.6	-0.2	4か月連続マイナス*
四国	-18.0	-0.3	17か月連続マイナス
九州	-15.4	-0.7	17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17か月連続、身のまわり品、雑貨が4か月連続マイナスとなったが、家庭用品が4か月ぶりにプラスとなった。その他の品目は、家電が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が2か月ぶり、その他家庭用品が4か月ぶりにプラスとなった。

【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	-10.7	—	17か月連続マイナス
紳士服・洋品	-22.3	-1.2	17か月連続マイナス
婦人服・洋品	-10.4	-1.7	17か月連続マイナス
子供服・洋品	-7.7	-0.2	4か月連続マイナス
その他衣料品	-11.4	-0.2	4か月連続マイナス
衣料品	-12.8	-3.3	17か月連続マイナス
身のまわり品	-7.2	-0.9	4か月連続マイナス
化粧品	-21.8	-2.0	13か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	8.9	0.6	2か月ぶりプラス*
その他雑貨	-5.2	-0.2	4か月連続マイナス*
雑貨	-8.1	-1.5	4か月連続マイナス
家具	-8.1	-0.1	4か月連続マイナス
家電	17.7	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	1.5	0.0	4か月ぶりプラス
家庭用品	0.2	0.0	4か月ぶりプラス
生鮮食品	-6.8	-0.3	28か月連続マイナス*
菓子	-16.4	-2.0	13か月連続マイナス*
惣菜	-8.7	-0.5	17か月連続マイナス*
その他食料品	-9.5	-0.8	17か月連続マイナス*
食料品	-11.6	-3.7	17か月連続マイナス
食堂喫茶	-31.0	-0.8	17か月連続マイナス
サービス	-21.8	-0.3	12か月連続マイナス
その他	-5.5	-0.2	4か月連続マイナス
商品券	-11.9	-0.2	120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2月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年3月23日

I. 概況

1. 売上高総額	878億円余
2. 前年同月比	-13.5% (17か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-15.2%(86.7%) : 非店頭-0.8%(13.3%) ()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3年1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	15,982人 (前年同月比:-5.5%)
7. 3か月移動平均値	7-9月 -30.8%、8-10月 -24.3%、9-11月 -20.5%、 (店舗数調整後) 10-12月 -13.7%、11-1月 -21.7%、12-2月 -21.0%

[参考] 令和2年2月の売上高増減率は-12.8% (店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 2月の東京地区は、売上高(13.5%減/17か月連続)、入店客数(37.1%減/17か月連続)ともに前月より減少幅は縮小したものの、「緊急事態宣言」延長による時短営業や免税売上の消失から全国水準を下回る結果となった。また、コロナの影響を受けない前々年対比では、24.6%減と厳しい商環境は継続している。
- (2) 商品別では、主要5品目全てマイナスで推移した。衣料品(19.0%減)や身のまわり品(14.8%減)はビジネス関連の不振やオケーション需要の減退が継続しているが、リモートワークを背景にカジュアル商材は堅調で、汎用性が高いジャケットやトップス、靴ではスニーカーやウォーキングシューズなどに動きが見られた。
- (3) 国内富裕層の消費は全国水準以上に活況で、美術・宝飾・貴金属(12.5%増)は前々年対比でも5.0%増であり、高級時計を中心に宝飾品、ラグジュアリーブランドなどが好調に推移した。家電(22.5%増/3か月連続)は、引き続きイエナカニーズを捉えて調理家電等が好調だったほか、ギフト需要で特選洋食器(その他家庭用品:2.9%減)も堅調だった。
- (4) 外出自粛が続く中、各社は恵方巻の事前予約やバレンタインのEC販売の拡充、ひな人形販売のオンライン接客など、歳時記を家庭で楽しむための「巣ごもり消費」施策を充実させ、コロナ禍での顧客ニーズに寄り添う施策を実施している。
- (5) 3月中間段階の商況は、前年がコロナ禍での時短営業や臨時休業の実施で大幅減(34.6%減)だった反動から11.4%増(3/17)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.9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16店舗)
①増加した: 0店、②変化なし: 1店、③減少した: 15店
- (3) 2月歳時記(節分、バレンタインデー)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 2021年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	87,802,603	100.0	-13.5
紳士服・洋品	5,433,492	6.2	-25.9
婦人服・洋品	12,216,045	13.9	-17.2
子供服・洋品	2,094,150	2.4	-5.3
その他衣料品	1,235,711	1.4	-22.6
衣 料 品	20,979,398	23.9	-19.0
身のまわり品	11,463,655	13.1	-14.8
化粧品	7,121,452	8.1	-28.7
美術・宝飾・貴金属	8,600,917	9.8	12.5
その他雑貨	3,967,871	4.5	-5.7
雑 貨	19,690,240	22.4	-9.8
家 具	1,180,441	1.3	-14.5
家 電	988,642	1.1	22.5
その他家庭用品	2,542,042	2.9	-2.9
家 庭 用 品	4,711,125	5.4	-2.0
生 鮮 食 品	3,125,347	3.6	-11.7
菓 子	7,988,689	9.1	-24.4
惣 菜	4,661,143	5.3	-12.4
その他食料品	8,433,730	9.6	-5.4
食 料 品	24,208,909	27.6	-14.6
食 堂 喫 茶	1,309,674	1.5	-36.3
サ ー ビ ス	1,800,485	2.1	-12.8
そ の 他	3,639,117	4.1	17.9

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	1,261,948 千円	-3.8
従 業 員 数	15,982 人	-5.5
店 舗 面 積	819,540 m ²	-2.3

営 業 日 数	27.9 日	前年	28.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が17か月連続、身のまわり品、食料品が13か月連続、雑貨、家庭用品が4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3か月連続、美術・宝飾・貴金属が2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	-13.5	—	17か月連続マイナス
紳士服・洋品	-25.9	-1.9	17か月連続マイナス
婦人服・洋品	-17.2	-2.5	17か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.3	-0.1	4か月連続マイナス
その他衣料品	-22.6	-0.4	4か月連続マイナス
衣料品	-19.0	-4.8	17か月連続マイナス
身のまわり品	-14.8	-2.0	13か月連続マイナス
化粧品	-28.7	-2.8	17か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	12.5	0.9	2か月ぶりプラス*
その他雑貨	-5.7	-0.2	4か月連続マイナス*
雑貨	-9.8	-2.1	4か月連続マイナス
家具	-14.5	-0.2	4か月連続マイナス
家電	22.5	0.2	3か月連続プラス
その他家庭用品	-2.9	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-2.0	-0.1	4か月連続マイナス
生鮮食品	-11.7	-0.4	29か月連続マイナス*
菓子	-24.4	-2.5	13か月連続マイナス*
惣菜	-12.4	-0.7	13か月連続マイナス*
その他食料品	-5.4	-0.5	12か月連続マイナス*
食料品	-14.6	-4.1	13か月連続マイナス
食堂喫茶	-36.3	-0.7	17か月連続マイナス
サービス	-12.8	-0.3	17か月連続マイナス
その他	17.9	0.5	5か月ぶりプラス
商品券	-3.8	-0.0	8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>