

14時30分解禁

令和3年3月 全国百貨店売上高概況

令和3年4月23日

I. 概況

1. 売上高総額	4,076億円余
2. 前年同月比	21.8% (店舗数調整後/18か月ぶりプラス)
3. 調査対象百貨店	73社 192店 (令和3年2月対比-4店)
4. 総店舗面積	4,958,101㎡ (前年同月比:-4.7%)
5. 総従業員数	58,445人 (前年同月比:-5.9%)
6. 3か月移動平均値	8-10月 -20.5%、9-11月 -17.8%、10-12月 -10.8%、 (店舗数調整後) 11-1月 -18.6%、12-2月 -18.0%、1-3月 -8.9%

[参考] 令和2年3月の売上高増減率は-33.4% (店舗数調整後)

【特徴】

3月の売上高は、21.8%増と18か月ぶりのプラスとなった。前年の新型コロナウイルス感染拡大による臨時休業や時短営業の反動に加え、緊急事態宣言の解除や、各社が企画した会員向け施策等が寄与した。コロナ禍の影響を受けない前々年比では19.1%減と、ほぼ前月(前々年比21.9%)並みの水準であった。

顧客別では、富裕層を中心とした高額消費やイェナカニーズが牽引し、国内市場は21.9%増(5か月ぶり/シェア98.6%)となった。インバウンドは17.1%増(14か月ぶり/シェア1.4%)だが、前々年比では83.3%減と厳しい状況に変化は見られない。

地区別では、全地区でプラスし、その内訳は大都市が25.0%増(10都市/18か月ぶり)、地方が14.6%増(10都市以外の地区/5か月ぶり)と、14か月ぶりに大都市が地方を上回った。

商品別では、主要5品目全てでプラスとなった。高級時計やラグジュアリーブランド等の高額品、インテリアやキッチン関連、家電等の家庭用品が比較的好調だった。衣料品は、ビジネス関連は不調だったが、気温の上昇に伴いブラウス・カットソー等春物商材が動いた。また、卒入学などのオケージョン需要から、フォーマル関連や、アクセサリなど身のまわり品も伸びを見せた。食料品は、物産展やホワイトデーなどの食品催事の他、送別や新生活祝いなどギフト需要も底堅かった。

コロナ禍にあって、各社とも密を回避する様々な施策を打ち出しているが、特にデジタル活用策は拡がりを見せており、EC売上は高伸が続いている。なお、最近のコロナ感染状況を踏まえ、加盟各店ではより一層感染防止対策に注力し、安心・安全な売場環境の整備を最優先に、新たな生活様式に適合する施策を行っている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は北からの寒気の流れ込みが弱く、暖かい空気に覆われたため、全国的にかなり高く、北・東・西日本では、記録的に高かった。降水量は北日本太平洋側、東日本太平洋側で多く、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 30.9日(前年同月比 -0.4日)

(3) 土・日・祝日の合計 8日(-2日/土曜・日曜各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：64店、②変化なし：15店、③減少した：28店

(5) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数75店舗)

①増加した：28店、②変化なし：34店、③減少した：13店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2021年3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	407,679,689	100.0	21.8 (19.8)
10都市	289,541,605	71.0	25.0 (24.6)
札幌	10,575,678	2.6	39.5
仙台	5,467,011	1.3	4.3
東京	110,127,852	27.0	18.5
横浜	26,645,378	6.5	23.2
名古屋	28,850,701	7.1	35.2
京都	17,206,168	4.2	24.8
大阪	56,553,100	13.9	31.5
神戸	10,032,393	2.5	34.9 (22.9)
広島	8,278,483	2.0	20.3
福岡	15,804,841	3.9	33.7
10都市以外の地区	118,138,084	29.0	14.6 (9.4)
北海道	1,037,700	0.3	22.2
東北	5,563,947	1.4	10.0 (7.8)
関東	52,712,781	12.9	16.4 (10.7)
中部	8,413,759	2.1	10.6 (-2.9)
近畿	16,945,728	4.2	14.2 (9.4)
中国	9,168,222	2.2	18.2
四国	5,707,168	1.4	12.5 (-2.3)
九州	18,588,779	4.6	11.9

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	407,679,689	100.0	21.8 (19.8)
紳士服・洋品	22,083,955	5.4	15.0 (13.0)
婦人服・洋品	73,082,418	17.9	33.9 (31.2)
子供服・洋品	15,839,812	3.9	4.2 (3.5)
その他衣料品	7,840,455	1.9	14.1 (12.1)
衣 料 品	118,846,640	29.2	24.0 (21.8)
身のまわり品	57,914,946	14.2	41.5 (38.9)
化粧品	35,053,393	8.6	10.7 (9.4)
美術・宝飾・貴金属	31,104,608	7.6	41.6 (39.6)
その他雑貨	13,719,187	3.4	9.3 (7.0)
雑 貨	79,877,188	19.6	20.7 (19.0)
家 具	4,766,522	1.2	13.9 (11.6)
家 電	1,186,811	0.3	30.3 (30.3)
その他家庭用品	11,680,586	2.9	26.6 (23.2)
家 庭 用 品	17,633,919	4.3	23.1 (20.3)
生 鮮 食 品	18,566,221	4.6	2.3 (0.7)
菓 子	38,833,122	9.5	18.3 (15.8)
惣 菜	23,682,008	5.8	19.5 (17.7)
その他食料品	28,681,142	7.0	16.7 (14.9)
食 料 品	109,762,493	26.9	15.1 (13.1)
食 堂 喫 茶	7,987,800	2.0	23.0 (21.0)
サ ー ビ ス	4,414,582	1.1	22.5 (20.3)
そ の 他	11,242,121	2.8	-5.8 (-6.2)
商 品 券	8,249,127	2.0	3.2 (2.1)

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 | 25.0% (店舗数調整後／18か月ぶりプラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 14.6% (店舗数調整後／5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	25.0	17.3	18か月ぶりプラス
札幌	39.5	0.9	14か月ぶりプラス
仙台	4.3	0.1	5か月ぶりプラス
東京	18.5	5.1	18か月ぶりプラス
横浜	23.2	1.5	5か月ぶりプラス
名古屋	35.2	2.2	5か月ぶりプラス
京都	24.8	1.0	18か月ぶりプラス
大阪	31.5	4.0	18か月ぶりプラス
神戸	34.9	0.8	5か月ぶりプラス
広島	20.3	0.4	14か月ぶりプラス
福岡	33.7	1.2	18か月ぶりプラス
10都市以外の地区	14.6	4.5	5か月ぶりプラス
北海道	22.2	0.1	14か月ぶりプラス*
東北	10.0	0.1	14か月ぶりプラス*
関東	16.4	2.2	5か月ぶりプラス
中部	10.6	0.2	5か月ぶりプラス
近畿	14.2	0.6	5か月ぶりプラス
中国	18.2	0.4	5か月ぶりプラス*
四国	12.5	0.2	18か月ぶりプラス
九州	11.9	0.6	18か月ぶりプラス*

(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)

NEWS LETTER

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品、食料品が18か月ぶり、身のまわり品、雑貨が5か月ぶり、家庭用品が2か月連続とすべての品目がプラスとなった。その他の品目は、家電が4か月連続、美術・宝飾・貴金属、その他家庭用品が2か月連続プラスとなったほか、その他を除くすべての品目でプラスとなった。

【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	21.8	—	18か月ぶりプラス
紳士服・洋品	15.0	0.9	18か月ぶりプラス
婦人服・洋品	33.9	5.5	18か月ぶりプラス
子供服・洋品	4.2	0.2	5か月ぶりプラス
その他衣料品	14.1	0.3	5か月ぶりプラス
衣料品	24.0	6.9	18か月ぶりプラス
身のまわり品	41.5	5.1	5か月ぶりプラス
化粧品	10.7	1.0	14か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	41.6	2.7	2か月連続プラス*
その他雑貨	9.3	0.3	5か月ぶりプラス*
雑貨	20.7	4.1	5か月ぶりプラス
家具	13.9	0.2	5か月ぶりプラス
家電	30.3	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	26.6	0.7	2か月連続プラス
家庭用品	23.1	1.0	2か月連続プラス
生鮮食品	2.3	0.1	29か月ぶりプラス*
菓子	18.3	1.8	14か月ぶりプラス*
惣菜	19.5	1.2	18か月ぶりプラス*
その他食料品	16.7	1.2	18か月ぶりプラス*
食料品	15.1	4.3	18か月ぶりプラス
食堂喫茶	23.0	0.4	18か月ぶりプラス
サービス	22.5	0.2	13か月ぶりプラス
その他	-5.8	-0.2	5か月連続マイナス
商品券	3.2	0.1	121か月ぶりプラス

(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3月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年4月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 101億円余
2. 前年同月比	18.5% (18か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭20.6%(89.5%) : 非店頭3.5%(10.5%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 24店 (令和3年2月対比-1店)
5. 総店舗面積	801,674㎡ (前年同月比:-4.5%)
6. 総従業員数	15,888人 (前年同月比:-4.7%)
7. 3か月移動平均値	8-10月 -24.3%、9-11月 -20.5%、10-12月 -13.7%、 (店舗数調整後) 11-1月 -21.7%、12-2月 -21.0%、1-3月 -12.4%

[参考] 令和2年3月の売上高増減率は-34.6% (店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 3月の東京地区は、前年のコロナ影響による臨時休業や時短営業の反動から、売上高は18.5%増(18か月ぶり)と前年実績を上回り、入店客数(4.1%減/18か月連続)も前月より回復した。一方、コロナの影響を受けない前々年(2019年)対比では、売上高(22.4%減)、入店客数(41.7%減)ともに苦戦が続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目全てプラスに転じた。衣料品(18.9%増/18か月ぶり)は新生活需要や、昨年購入機会がなかったビジネス関連のスーツやシャツなどに動きが見られた。また、家庭用品(28.9%増/5か月ぶり)はイエナカ需要が引き続き牽引し、食器や調理用品、高級家具等が堅調に推移した。
- (3) 細分類では、美術・宝飾・貴金属(54.9%増/2か月連続)が富裕層消費に支えられ、ラグジュアリーブランドのバッグや財布、高級時計等が伸長した。前々年比でも8.0%増と復調傾向が見受けられた。また、食料品では、高額弁当をはじめとした惣菜(16.2%増/14か月ぶり)が好調だったが、生鮮食品(6.5%減/30か月連続)は、入店客数に連動する部分が大きく前年実績を下回った。
- (4) 歳時記のホワイトデーは義理需要が伸びずバレンタインデーほどの盛り上がりはなかった。一方、昨年実施できなかった物産展や食品催事では、感染対策を徹底し出店数を抑えて開催したため、例年に比べ入店客数は減少したが、各社工夫を凝らし健闘した。
- (5) 4月中間段階の商況は、前年臨時休業を実施していた反動で、270.4%増(4/18)で推移しているが、前々年比では26%減と依然厳しい状況が続いている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0日 (前年同月比 -0.8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: 7店、②変化なし: 2店、③減少した: 8店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数14店舗)
 - ①増加した: 4店、②変化なし: 6店、③減少した: 4店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	110,127,852	100.0	18.5
紳士服・洋品	7,928,256	7.2	18.1
婦人服・洋品	17,134,985	15.6	26.7
子供服・洋品	4,680,527	4.3	0.1
その他衣料品	1,584,687	1.4	9.6
衣 料 品	31,328,455	28.4	18.9
身のまわり品	16,001,768	14.5	35.2
化粧品	10,822,930	9.8	8.6
美術・宝飾・貴金属	9,727,149	8.8	54.9
その他雑貨	4,238,118	3.8	16.3
雑 貨	24,788,197	22.5	24.7
家 具	1,519,021	1.4	6.2
家 電	870,341	0.8	44.8
その他家庭用品	3,318,412	3.0	38.5
家 庭 用 品	5,707,774	5.2	28.9
生 鮮 食 品	3,379,829	3.1	-6.5
菓 子	8,670,578	7.9	10.2
惣 菜	5,419,114	4.9	16.2
その他食料品	8,304,319	7.5	7.4
食 料 品	25,773,840	23.4	7.9
食 堂 喫 茶	1,649,714	1.5	19.7
サ ー ビ ス	2,221,188	2.0	39.0
そ の 他	2,656,916	2.4	-25.2

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	2,094,372 千円	6.8
従 業 員 数	15,888 人	-4.7
店 舗 面 積	801,674 m ²	-4.5

営 業 日 数	31.0 日	前年	30.2 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が18か月ぶり、身のまわり品、食料品が14か月ぶり、雑貨、家庭用品が5か月ぶりに全品目がプラスとなった。その他の品目は、家電が4か月連続、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	18.5	—	18か月ぶりプラス
紳士服・洋品	18.1	1.3	18か月ぶりプラス
婦人服・洋品	26.7	3.9	18か月ぶりプラス
子供服・洋品	0.1	0.0	5か月ぶりプラス
その他衣料品	9.6	0.1	5か月ぶりプラス
衣料品	18.9	5.3	18か月ぶりプラス
身のまわり品	35.2	4.5	14か月ぶりプラス
化粧品	8.6	0.9	18か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	54.9	3.7	2か月連続プラス*
その他雑貨	16.3	0.6	5か月ぶりプラス*
雑貨	24.7	5.3	5か月ぶりプラス
家具	6.2	0.1	5か月ぶりプラス
家電	44.8	0.3	4か月連続プラス
その他家庭用品	38.5	1.0	5か月ぶりプラス
家庭用品	28.9	1.4	5か月ぶりプラス
生鮮食品	-6.5	-0.3	30か月連続マイナス*
菓子	10.2	0.9	14か月ぶりプラス*
惣菜	16.2	0.8	14か月ぶりプラス*
その他食料品	7.4	0.6	13か月ぶりプラス*
食料品	7.9	2.0	14か月ぶりプラス
食堂喫茶	19.7	0.3	18か月ぶりプラス
サービス	39.0	0.7	18か月ぶりプラス
その他	-25.2	-1.0	2か月ぶりマイナス
商品券	6.8	0.1	9か月ぶりプラス

(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>