

NEWS LETTER

14時30分解禁

令和3年4月 全国百貨店売上高概況

令和3年5月24日

I. 概況

1. 売上高総額	3, 178億円余
2. 前年同月比	167.0% (店舗数調整後/2か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	73社 192店 (令和3年3月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,952,427㎡ (前年同月比: -4.5%)
5. 総従業員数	58,382人 (前年同月比: -5.5%)
6. 3か月移動平均値	9-11月 -17.8%、10-12月 -10.8%、11-1月 -18.6%、 (店舗数調整後) 12-2月 -18.0%、1-3月 -8.9%、2-4月 28.6%

[参考] 令和2年4月の売上高増減率は-72.8% (店舗数調整後)

【特徴】

前年の緊急事態宣言に伴う、臨時休業や時短営業など営業自粛の反動から、4月の売上高は167.0%増と三桁のプラスであったが、実質的には、反動要素を除く前々年比では27.7%減、前月(前々年比19.1%減)よりも8.6ポイントダウンと大幅に水準を下げた。

月前半は集客・売上ともに回復傾向が見られたものの、新型コロナウイルス感染拡大に伴う、7県のまん延防止等重点措置適用や、4都府県への3度目の緊急事態宣言発出による限定営業、更には外出自粛などの影響から、一転、厳しい状況となった。

顧客別では、国内市場は164.3%増(2か月連続/シェア98.6%/前々年比22.6%減)、インバウンドは797.4%増(2か月連続/シェア1.4%)だが、前々年比では86.9%減と苦境が続いている。

地区別では、大都市が192.1%増(10都市/2か月連続/前々年比30.1%減)、地方が121.2%増(10都市以外の地区/2か月連続/前々年比20.8%減)と、営業自粛による前年の減少幅の大きかった大都市が、その反動で地方を上回った。

商品別では、宝飾、時計などの高額品や、イエナカニーズからリビング関連、家電、食料品が好調に推移した。また、軽衣料や新生活需要でスーツなども動いた。各社が企画した恒例の催事や会員向け施策も好評だった。EC売上は依然として高伸しており、母の日ギフトや化粧品、食料品などは、対前年2倍を超える店舗も見られた。

加盟各店では、これまでも感染予防対策を徹底し営業を行っているが、今般の厳しい感染状況を重く受け止め、より一層強力な体制を整備した上で、デジタル活用等非接触型の各種施策を積極的に取り入れるなど、新たな生活様式に適合した取り組みを進めている。

【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「4月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇高気圧に覆われたことや南西からの暖気の影響で、平均気温は全国的に高かった。降水量は、発達しながら通過した低気圧の影響を受け、北日本でかなり多く、日照時間は全国的に多かった。

(2) 営業日数増減 29.7日(前年同月比 +5.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(// ±0日)

(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108店舗)

①増加した: 84店、②変化なし: 7店、③減少した: 17店

(5) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数74店舗)

①増加した: 20店、②変化なし: 37店、③減少した: 17店

全国百貨店 売上高速報 2021年4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	317,862,177	100.0	167.0 (162.9)
10都市	224,561,132	70.6	192.1 (190.6)
札幌	8,273,833	2.6	131.6
仙台	4,679,287	1.5	111.4
東京	86,182,921	27.1	186.2
横浜	22,797,606	7.2	216.8
名古屋	23,326,199	7.3	202.9
京都	12,327,787	3.9	164.3
大阪	40,150,879	12.6	179.5
神戸	7,209,379	2.3	270.1 (209.8)
広島	6,886,276	2.2	141.5
福岡	12,726,965	4.0	462.4
10都市以外の地区	93,301,045	29.4	121.2 (113.9)
北海道	768,357	0.2	49.3
東北	4,248,287	1.3	56.5 (52.8)
関東	41,747,927	13.1	167.2 (161.4)
中部	7,096,617	2.2	123.7 (108.5)
近畿	12,833,116	4.0	88.5 (78.4)
中国	7,335,473	2.3	80.6
四国	4,113,287	1.3	109.3 (76.0)
九州	15,157,981	4.8	105.9

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	317,862,177	100.0	167.0 (162.9)
紳士服・洋品	18,078,375	5.7	296.4 (291.2)
婦人服・洋品	55,878,895	17.6	402.1 (392.6)
子供服・洋品	9,767,016	3.1	81.8 (77.4)
その他衣料品	5,962,184	1.9	139.2 (134.9)
衣 料 品	89,686,470	28.2	280.8 (273.6)
身のまわり品	43,853,509	13.8	326.8 (322.2)
化粧品	27,476,295	8.6	208.9 (205.0)
美術・宝飾・貴金属	27,548,572	8.7	370.6 (366.6)
その他雑貨	11,164,737	3.5	132.0 (127.9)
雑 貨	66,189,604	20.8	238.4 (234.1)
家 具	3,646,996	1.1	49.3 (48.2)
家 電	1,018,441	0.3	25.0 (24.6)
その他家庭用品	9,175,690	2.9	135.5 (133.5)
家 庭 用 品	13,841,127	4.4	93.5 (92.0)
生 鮮 食 品	17,291,242	5.4	27.0 (24.6)
菓 子	22,427,243	7.1	134.4 (128.6)
惣 菜	21,005,256	6.6	80.9 (78.6)
その他食料品	25,274,190	8.0	77.0 (74.1)
食 料 品	85,997,931	27.1	75.3 (72.1)
食 堂 喫 茶	5,893,568	1.9	420.1 (411.5)
サ ー ビ ス	3,543,389	1.1	181.6 (177.3)
そ の 他	8,856,579	2.8	25.2 (25.0)
商 品 券	6,243,933	2.0	144.2 (141.4)

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。

NEWS LETTER

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 192.1% (店舗数調整後／2か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 121.2% (店舗数調整後／2か月連続プラス) |

【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	192.1	124.1	2か月連続プラス
札幌	131.6	4.0	2か月連続プラス
仙台	111.4	2.1	2か月連続プラス
東京	186.2	47.1	2か月連続プラス
横浜	216.8	13.1	2か月連続プラス
名古屋	202.9	13.1	2か月連続プラス
京都	164.3	6.4	2か月連続プラス
大阪	179.5	21.7	2か月連続プラス
神戸	270.1	4.4	2か月連続プラス
広島	141.5	3.4	2か月連続プラス
福岡	462.4	8.8	2か月連続プラス
10都市以外の地区	121.2	42.9	2か月連続プラス
北海道	49.3	0.2	2か月連続プラス*
東北	56.5	1.2	2か月連続プラス*
関東	167.2	22.0	2か月連続プラス
中部	123.7	3.3	2か月連続プラス
近畿	88.5	5.1	2か月連続プラス
中国	80.6	2.8	2か月連続プラス*
四国	109.3	1.8	2か月連続プラス
九州	105.9	6.6	2か月連続プラス*

(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)

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨、食料品が2か月連続、家庭用品が3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5か月連続、美術・宝飾・貴金属、その他家庭用品が3か月連続プラスとなった。

【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	167.0	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	296.4	11.4	2か月連続プラス
婦人服・洋品	402.1	37.6	2か月連続プラス
子供服・洋品	81.8	3.7	2か月連続プラス
その他衣料品	139.2	2.9	2か月連続プラス
衣料品	280.8	55.6	2か月連続プラス
身のまわり品	326.8	28.2	2か月連続プラス
化粧品	208.9	15.6	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	370.6	18.2	3か月連続プラス*
その他雑貨	132.0	5.3	2か月連続プラス*
雑貨	238.4	39.2	2か月連続プラス
家具	49.3	1.0	2か月連続プラス
家電	25.0	0.2	5か月連続プラス
その他家庭用品	135.5	4.4	3か月連続プラス
家庭用品	93.5	5.6	3か月連続プラス
生鮮食品	27.0	3.1	2か月連続プラス*
菓子	134.4	10.8	2か月連続プラス*
惣菜	80.9	7.9	2か月連続プラス*
その他食料品	77.0	9.2	2か月連続プラス*
食料品	75.3	31.0	2か月連続プラス
食堂喫茶	420.1	4.0	2か月連続プラス
サービス	181.6	1.9	2か月連続プラス
その他	25.2	1.5	6か月ぶりプラス
商品券	144.2	3.1	2か月連続プラス

(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4月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年5月24日

I. 概況

1. 売上高総額	861億円余
2. 前年同月比	186.2% (2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭335.0%(89.4%)：非店頭-26.4%(10.6%) ()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3月対比±0店)
5. 総店舗面積	801,738㎡ (前年同月比：-2.9%)
6. 総従業員数	16,052人 (前年同月比：-3.0%)
7. 3か月移動平均値	9-11月 -20.5%、10-12月 -13.7%、11-1月 -21.7%、 (店舗数調整後) 12-2月 -21.0%、1-3月 -12.4%、2-4月 26.5%

[参考] 令和2年4月の売上高増減率は-76.1% (店舗数調整後)

【特徴】

- 4月の東京地区は、前年がコロナの影響による臨時休業や時短営業(前年平均営業日数15.7日)を実施した反動で、売上高(186.2%増/2か月連続)、入店客数(251.6%増/19か月ぶり)ともに前年実績を上回る結果となった。一方、反動要因を除く前々年(2019年)対比(実質伸長率)では、売上高(31.5%減)・入店客数(46.0%減)のいずれも、一段と厳しい状況が続いている。
- 商品別では、主要5品目全てが2か月連続プラスだが、前々年比では大幅減であった。衣料品(379.6%増/2か月連続)はビジネス関連の苦戦が継続しているものの、気温上昇に伴い軽衣料のカットソーや軽量アウターなどに動きが見られた。また、身のまわり品(223.5%増/2か月連続)は、ラグジュアリーブランドが好調で業績を下支えしたが、基調的には、外出やイベント機会の減少から、靴やバッグなどの需要は低下している。
- 細分類では、美術・宝飾・貴金属(587.5%増/3か月連続)が引き続き好調で高額時計や宝飾品、美術品が伸長した。また、家庭用品(40.8%増/2か月連続)は、イェナカ需要に加えてギフト需要も後押しし、特選洋食器や調理家電、インテリア用品が好調に推移した。
- 母の日商戦は、中旬まではストール、日傘などの婦人雑貨やルームフレグランスなどに動きが見られたが、まん延防止等重点措置適用(4/12～)、緊急事態宣言発出(4/25～)の影響を強く受け、ピークとなる実需期には店頭での販売機会が失われた。一方、ECでの受注、自宅でのお祝いニーズによる弁当や惣菜、生洋菓子は堅調だった。
- 5月中間段階の商況は、前年の臨時休業や限定営業の反動で、278.1%増(5/17)で推移しているが、前々年比では64%減と極めて厳しい状況が続いている。

【要因】

- 営業日数増減 29.8日 (前年同月比 +14.1日)
- 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)
 - 増加した：13店、②変化なし：0店、③減少した：4店
- 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上 (同上/有効回答数11店舗)
 - 増加した：2店、②変化なし：3店、③減少した：6店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年4月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	86,182,921	100.0	186.2
紳士服・洋品	6,291,905	7.3	324.0
婦人服・洋品	12,865,235	14.9	650.9
子供服・洋品	2,401,350	2.8	126.8
その他衣料品	1,274,778	1.5	152.7
衣 料 品	22,833,268	26.5	379.6
身のまわり品	12,569,416	14.6	223.5
化粧品	7,783,572	9.0	275.9
美術・宝飾・貴金属	8,312,469	9.6	587.5
その他雑貨	3,574,087	4.1	171.5
雑 貨	19,670,128	22.8	328.0
家 具	1,092,720	1.3	-9.9
家 電	782,424	0.9	23.8
その他家庭用品	2,696,864	3.1	92.4
家 庭 用 品	4,572,008	5.3	40.8
生 鮮 食 品	3,233,441	3.8	39.0
菓 子	5,422,266	6.3	251.7
惣 菜	5,061,066	5.9	125.3
その他食料品	7,812,301	9.1	92.5
食 料 品	21,529,074	25.0	111.6
食 堂 喫 茶	1,235,897	1.4	977.9
サ ー ビ ス	1,710,252	2.0	157.5
そ の 他	2,062,878	2.4	-22.9

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	1,386,416 千円	259.1
従 業 員 数	16,052 人	-3.0
店 舗 面 積	801,738 m ²	-2.9

営 業 日 数	29.8 日	前 年	15.7 日
---------	--------	-----	--------

NEWS LETTER

Ⅱ. 商品別の動き

衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品、食料品の主要5品目全てが2か月連続のプラスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が3か月連続、家電が5か月連続でプラスとなったほか、生鮮食品が31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	186.2	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	324.0	16.0	2か月連続プラス
婦人服・洋品	650.9	37.0	2か月連続プラス
子供服・洋品	126.8	4.5	2か月連続プラス
その他衣料品	152.7	2.6	2か月連続プラス
衣料品	379.6	60.0	2か月連続プラス
身のまわり品	223.5	28.8	2か月連続プラス
化粧品	275.9	19.0	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	587.5	23.6	3か月連続プラス*
その他雑貨	171.5	7.5	2か月連続プラス*
雑貨	328.0	50.1	2か月連続プラス
家具	-9.9	-0.4	2か月ぶりマイナス
家電	23.8	0.5	5か月連続プラス
その他家庭用品	92.4	4.3	2か月連続プラス
家庭用品	40.8	4.4	2か月連続プラス
生鮮食品	39.0	3.0	31か月ぶりプラス*
菓子	251.7	12.9	2か月連続プラス*
惣菜	125.3	9.3	2か月連続プラス*
その他食料品	92.5	12.5	2か月連続プラス*
食料品	111.6	37.7	2か月連続プラス
食堂喫茶	977.9	3.7	2か月連続プラス
サービス	157.5	3.5	2か月連続プラス
その他	-22.9	-2.0	2か月連続マイナス
商品券	259.1	3.3	2か月連続プラス

(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>