

14時30分解禁

令和3年5月 全国百貨店売上高概況

令和3年6月22日

I. 概況

- | | |
|---------------|---|
| 1. 売上高総額 | 2,465億円余 |
| 2. 前年同月比(増減率) | 65.2%(店舗数調整後/3か月連続プラス) |
| 3. 調査対象百貨店 | 73社 191店 (令和3年4月対比-1店) |
| 4. 総店舗面積 | 4,946,083㎡ (前年同月比:-5.4%) |
| 5. 総従業員数 | 58,109人 (前年同月比:-5.8%) |
| 6. 3か月移動平均値 | 10-12月 -10.8%、11-1月 -18.6%、12-2月 -18.0%、
(店舗数調整後) 1-3月 -8.9%、2-4月 28.6%、3-5月 61.2% |

[参考] 令和2年5月の売上高増減率は-65.6%(店舗数調整後)

【特徴】

5月の売上高は、前年の緊急事態宣言で全国の会員店が営業自粛を余儀なくされた反動により、65.2%増(3か月連続)と前年実績を上回った。しかし、新型コロナウイルス感染急拡大で発出された、3度目の緊急事態宣言下での休業要請や、外出自粛による集客減の影響から、前々年比では43.1%減と、前月(対前々年比27.7%減)よりマイナス幅は15.4ポイント拡がり、一段と水準を下げた。

顧客別では、国内市場は64.4%増(3か月連続/シェア99.0%/前々年比39.5%減)、インバウンドは223.8%増(3か月連続/シェア1.0%)だが、前々年比では91.9%減。コロナ以前の水準には遠く及ばず、厳しい状況に変化は見られない。

地区別では、地方が63.0%増(10都市以外の地区/3か月連続/前々年比29.0%減)、大都市が66.3%増(10都市/3か月連続/前々年比48.5%減)となった。感染拡大の影響が最も深刻だった大阪は13.7%減と全地区で唯一マイナスし、前々年比も72.4%減と大きく落とした。

商品別では、ラグジュアリーブランドや高級時計、美術・宝飾・貴金属など高額品の他、巣ごもり需要から、精肉、鮮魚、菓子、総菜、酒類など食料品や、キッチン雑貨、リビングアイテムや寝具が動きを見せた。

また、外商売上が健闘した他、EC売上は引き続き高伸した。各社が企画するWEB接客やオンラインイベント、OMO施策等、デジタルを積極活用した取り組みは好評で、中元商戦をはじめ、デパ地下グルメ、コスメ、ランドセル、母の日ギフトなどが好調だった。

加盟各店では、より一層、感染予防対策の徹底等、安全・安心の確保に努めるとともに、新たな生活様式に対応すべく、様々な営業施策を進めている。

【要因】

- (1) 天候 : 気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇中旬を中心に本州付近に停滞した活発な梅雨前線の影響などで、東・西日本では曇りや雨の日が多く、降水量は西日本でかなり多く、日照時間は北・東日本日本海側でかなり少なかった。

- (2) 営業日数増減 30.3日(前年同月比 +4.3日)

- (3) 土・日・祝日の合計 13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105店舗)

①増加した: 75店、②変化なし: 8店、③減少した: 22店

- (5) 5月歳時記(GW、母の日)の売上(同上/有効回答数72店舗)

①増加した: 18店、②変化なし: 21店、③減少した: 33店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2021年5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	246,541,608	100.0	65.2 (62.7)
10都市	161,926,350	65.7	66.3 (65.4)
札幌	5,984,290	2.4	196.8
仙台	4,569,595	1.9	53.7
東京	61,839,164	25.1	77.7
横浜	22,957,728	9.3	141.3
名古屋	18,978,860	7.7	92.9
京都	8,609,101	3.5	63.1
大阪	18,350,619	7.4	-13.7
神戸	5,145,320	2.1	65.6 (41.9)
広島	5,476,282	2.2	64.5
福岡	10,015,391	4.1	90.6
10都市以外の地区	84,615,258	34.3	63.0 (57.7)
北海道	657,295	0.3	64.2
東北	4,141,397	1.7	34.3 (28.3)
関東	40,061,948	16.2	111.7 (106.0)
中部	6,374,326	2.6	76.0 (65.3)
近畿	9,849,784	4.0	9.4 (5.1)
中国	6,325,864	2.6	29.9
四国	3,992,336	1.6	73.7 (45.0)
九州	13,212,308	5.4	35.9

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	246,541,608	100.0	65.2 (62.7)
紳士服・洋品	11,692,335	4.7	59.9 (57.4)
婦人服・洋品	38,026,575	15.4	101.9 (98.2)
子供服・洋品	6,057,347	2.5	19.0 (16.8)
その他衣料品	4,490,068	1.8	56.0 (53.5)
衣 料 品	60,266,325	24.4	76.7 (73.6)
身のまわり品	30,710,324	12.5	100.5 (98.6)
化粧品	22,198,471	9.0	77.9 (75.6)
美術・宝飾・貴金属	19,067,449	7.7	222.6 (220.4)
その他雑貨	8,153,578	3.3	42.4 (39.7)
雑 貨	49,419,498	20.0	104.9 (102.3)
家 具	2,700,297	1.1	17.3 (16.2)
家 電	1,142,854	0.5	21.4 (21.2)
その他家庭用品	7,005,628	2.8	46.9 (45.3)
家 庭 用 品	10,848,779	4.4	35.4 (34.1)
生 鮮 食 品	17,247,626	7.0	11.3 (9.3)
菓 子	19,737,678	8.0	69.5 (65.4)
惣 菜	20,339,257	8.2	46.1 (44.3)
その他食料品	23,953,773	9.7	45.4 (42.8)
食 料 品	81,278,334	33.0	41.3 (38.7)
食 堂 喫 茶	4,113,210	1.7	158.2 (153.8)
サ ー ビ ス	3,064,037	1.2	97.1 (93.4)
そ の 他	6,841,101	2.8	-2.8 (-3.0)
商 品 券	4,896,528	2.0	21.4 (20.3)

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 | 66.3% (店舗数調整後／3か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 63.0% (店舗数調整後／3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 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	66.3	43.3	3か月連続プラス
札幌	196.8	2.7	3か月連続プラス
仙台	53.7	1.1	3か月連続プラス
東京	77.7	18.1	3か月連続プラス
横浜	141.3	9.0	3か月連続プラス
名古屋	92.9	6.1	3か月連続プラス
京都	63.1	2.2	3か月連続プラス
大阪	-13.7	-2.0	3か月ぶりマイナス
神戸	65.6	1.4	3か月連続プラス
広島	64.5	1.4	3か月連続プラス
福岡	90.6	3.2	3か月連続プラス
10都市以外の地区	63.0	21.9	3か月連続プラス
北海道	64.2	0.2	3か月連続プラス*
東北	34.3	0.7	3か月連続プラス*
関東	111.7	14.2	3か月連続プラス
中部	76.0	1.8	3か月連続プラス
近畿	9.4	0.6	3か月連続プラス
中国	29.9	1.0	3か月連続プラス*
四国	73.7	1.1	3か月連続プラス
九州	35.9	2.3	3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3か月連続、家庭用品が4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6か月連続、美術・宝飾・貴金属、その他家庭用品が4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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	65.2	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	59.9	2.9	3か月連続プラス
婦人服・洋品	101.9	12.9	3か月連続プラス
子供服・洋品	19.0	0.6	3か月連続プラス
その他衣料品	56.0	1.1	3か月連続プラス
衣料品	76.7	17.5	3か月連続プラス
身のまわり品	100.5	10.3	3か月連続プラス
化粧品	77.9	6.5	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	222.6	8.8	4か月連続プラス*
その他雑貨	42.4	1.6	3か月連続プラス*
雑貨	104.9	17.0	3か月連続プラス
家具	17.3	0.3	3か月連続プラス
家電	21.4	0.1	6か月連続プラス
その他家庭用品	46.9	1.5	4か月連続プラス
家庭用品	35.4	1.9	4か月連続プラス
生鮮食品	11.3	1.2	3か月連続プラス*
菓子	69.5	5.4	3か月連続プラス*
惣菜	46.1	4.3	3か月連続プラス*
その他食料品	45.4	5.0	3か月連続プラス*
食料品	41.3	15.9	3か月連続プラス
食堂喫茶	158.2	1.7	3か月連続プラス
サービス	97.1	1.0	3か月連続プラス
その他	-2.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
商品券	21.4	0.6	3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5月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年6月22日

I. 概況

- | | |
|------------------|--|
| 1. 売上高総額 | 618億円余 |
| 2. 前年同月比(増減率) | 77.7%(3か月連続プラス) |
| 3. 店頭・非店頭
の増減 | 店頭132.0%(84.8%)：非店頭-22.9%(15.2%)
()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4月対比±0店) |
| 5. 総店舗面積 | 801,738㎡ (前年同月比：-2.8%) |
| 6. 総従業員数 | 15,886人 (前年同月比：-3.7%) |
| 7. 3か月移動平均値 | 10-12月 -13.7%、11-1月 -21.7%、12-2月 -21.0%、
(店舗数調整後) 1-3月 -12.4%、2-4月 26.5%、3-5月 63.6% |

[参考] 令和2年5月の売上高増減率は-71.6%(店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 5月の東京地区は、前年実施したコロナ影響による臨時休業や時短営業(前年平均営業日数18.1日)の反動で、売上高(77.7%増/3か月連続)、入店客数(113.0%増/2か月連続)ともに前年実績を上回った。一方、前々年(2019年)対比(実質伸長率)では、売上高(49.5%減)・入店客数(57.7%減)のいずれも半減しており、3度目の緊急事態宣言下での休業要請や外出自粛の影響から、一段と厳しい業績を強いられた。
- (2) 商品別では、主要5品目全てが3か月連続プラスだが、前々年比では大幅減が継続している。緊急事態宣言下において一部売場の休業等の影響により、商品別売上の伸びにもばらつきが見られた。身のまわり品(68.9%増/3か月連続)は、靴やバッグ、アクセサリが低調だった半面、雑貨(170.8%増/3か月連続)では、富裕層の消費意欲の強さを背景に高額時計の伸長が目立った。
- (3) 昨年の巣ごもり需要高伸の反動で、家庭用品(7.8%増/3か月連続)トータルでは伸びが鈍化したものの、調理家電や特選洋食器はギフト需要も加わり好調さを維持した。食料品では、菓子(119.1%増/3か月連続)の和洋生菓子がよく動き、手土産需要復調の兆しを見せた。
- (4) 店頭営業に制約を受ける中で、母の日、父の日、ランドセル販売、中元ギフト等の歳時記商戦では、オンライン接客の改良やバーチャルストアなどデジタル活用をより進化させ、店頭とオンラインサイトの連携によるシームレスな買い物体験の提供に取り組んでいる。
- (5) 6月中間段階の商況は、7.1%増(6/16)で推移しているが、前々年比では約29%減とコロナ前の水準には戻っていない。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.5日(前年同月比 +12.4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18店舗)
 - ①増加した：15店、②変化なし：1店、③減少した：2店
- (3) 5月歳時記(GW、母の日)の売上(同上/有効回答数11店舗)
 - ①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5月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	61,839,164	100.0	77.7
紳士服・洋品	3,664,341	5.9	122.5
婦人服・洋品	7,290,135	11.8	167.5
子供服・洋品	1,361,845	2.2	37.2
その他衣料品	867,980	1.4	81.3
衣 料 品	13,184,301	21.3	125.6
身のまわり品	7,294,627	11.8	68.9
化粧品	6,345,858	10.3	183.7
美術・宝飾・貴金属	5,149,727	8.3	325.8
その他雑貨	2,198,683	3.6	36.5
雑 貨	13,694,268	22.1	170.8
家 具	791,888	1.3	-29.4
家 電	931,236	1.5	30.2
その他家庭用品	1,908,652	3.1	24.5
家 庭 用 品	3,631,776	5.9	7.8
生 鮮 食 品	3,355,159	5.4	19.3
菓 子	4,846,458	7.8	119.1
惣 菜	4,916,249	8.0	69.6
その他食料品	7,160,148	11.6	45.2
食 料 品	20,278,014	32.8	57.8
食 堂 喫 茶	684,214	1.1	272.6
サ ー ビ ス	1,281,972	2.1	64.2
そ の 他	1,789,992	2.9	-25.0

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	1,115,316 千円	58.6
従 業 員 数	15,886 人	-3.7
店 舗 面 積	801,738 m ²	-2.8
営 業 日 数	30.5 日	前年 18.1 日

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3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4か月連続、家電が6か月連続でプラスとなった一方、家具は2か月連続のマイナスとなった。

【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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	77.7	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	122.5	5.8	3か月連続プラス
婦人服・洋品	167.5	13.1	3か月連続プラス
子供服・洋品	37.2	1.1	3か月連続プラス
その他衣料品	81.3	1.1	3か月連続プラス
衣料品	125.6	21.1	3か月連続プラス
身のまわり品	68.9	8.5	3か月連続プラス
化粧品	183.7	11.8	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	325.8	11.3	4か月連続プラス*
その他雑貨	36.5	1.7	3か月連続プラス*
雑貨	170.8	24.8	3か月連続プラス
家具	-29.4	-0.9	2か月連続マイナス
家電	30.2	0.6	6か月連続プラス
その他家庭用品	24.5	1.1	3か月連続プラス
家庭用品	7.8	0.8	3か月連続プラス
生鮮食品	19.3	1.6	2か月連続プラス*
菓子	119.1	7.6	3か月連続プラス*
惣菜	69.6	5.8	3か月連続プラス*
その他食料品	45.2	6.4	3か月連続プラス*
食料品	57.8	21.3	3か月連続プラス
食堂喫茶	272.6	1.4	3か月連続プラス
サービス	64.2	1.4	3か月連続プラス
その他	-25.0	-1.7	3か月連続マイナス
商品券	58.6	1.2	3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>