

14時30分解禁

令和3年6月 全国百貨店売上高概況

令和3年7月26日

I. 概況

- | | |
|---------------|--|
| 1. 売上高総額 | 3,715億円余 |
| 2. 前年同月比(増減率) | -1.6%(店舗数調整後/4か月ぶりマイナス) |
| 3. 調査対象百貨店 | 73社 191店 (令和3年5月対比±0店) |
| 4. 総店舗面積 | 4,948,261㎡ (前年同月比:-4.0%) |
| 5. 総従業員数 | 57,844人 (前年同月比:-6.4%) |
| 6. 3か月移動平均値 | 11-1月 -18.6%、12-2月 -18.0%、1-3月 -8.9%、
(店舗数調整後) 2-4月 28.6%、3-5月 61.2%、4-6月 44.9% |

[参考] 令和2年6月の売上高増減率は-19.1%(店舗数調整後)

【特徴】

6月の売上高は1.6%減と4か月ぶりにマイナスに転じた。

緊急事態宣言対象地区店舗の土日休業や時短営業等に加え、外出自粛による集客減が響いた。下旬の休業要請解除により回復傾向も見られたが、入店客数(5.0%減)、売上ともに前年には届かなかった。前々年比は、前月(43.1%減)より22.5ポイント改善したものの、20.6%減と依然として厳しい状況にある。なお、今年上半期(1~6月)累計の伸び率は10.3%増、前々年対比では27.3%減となった。

顧客別では、国内市場は2.1%減(4か月ぶり/シェア98.8%/前々年比16.7%減)、インバウンドは68.1%増(4か月連続/シェア1.2%)だが、前々年比では84.0%減と苦境が続いている。

地区別では、前年をクリアした5都市(東京、大阪、京都、神戸、福岡)を含む大都市は0.4%増(10都市/4か月連続/前々年比21.7%減)となった。一方、地方は6.5%減(10都市以外の地区/4か月ぶり/前々年比17.6%減)となり、大都市と地方の差は前月より3.6ポイント拡大した。

商品別では、主要5品目のうち、身のまわり品(0.6%増)、雑貨(3.7%増)、食料品(3.3%増)の3品目で前年実績を上回った。特に、富裕層を中心に高額消費は活発で、ラグジュアリーブランドや、高級時計、美術宝飾品など高額品(美・宝・貴/25.8%増)は増勢が続いている。また、巣ごもり需要から、和洋中惣菜、和洋菓子、ワインなど酒類の他、家電、高級家具などリビングアイテムも好調だった。

コロナ禍にあってEC売上は引き続き高伸しており、中元商戦や父の日などのギフトにおいても、そのシェアは一層拡大している。各社では、デジタル技術を活用した店頭とWEBの融合策や他業種との協業など、業績回復に向けた新たな取組みを積極的に展開している。

【要因】

- (1) 天候 : 気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇本州付近では晴れた日が多く、また全国的に南から暖かい空気が流れ込んだ時期があったため、全国的に気温は高く、特に北日本ではかなり高かった。降水量は北・西日本と東日本太平洋側で少なく、日照時間は北・東日本と西日本日本海側で多く、特に北日本太平洋側と北日本日本海側ではかなり多かった。

- (2) 営業日数増減 29.7日(前年同月比 -0.1日)

- (3) 土・日・祝日の合計 8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: 23店、②変化なし: 23店、③減少した: 62店

- (5) 6月歳時記(父の日、中元)の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した: 8店、②変化なし: 35店、③減少した: 38店

全国百貨店 売上高速報 2021年6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	371,561,459	100.0	-1.6 (-3.0)
10都市	267,182,200	71.9	0.4 (0.1)
札幌	7,981,834	2.1	-14.3
仙台	5,543,178	1.5	-3.1
東京	108,638,465	29.2	3.7
横浜	25,634,376	6.9	-2.4
名古屋	23,338,801	6.3	-6.8
京都	14,996,980	4.0	1.7
大阪	52,788,258	14.2	3.7
神戸	8,245,939	2.2	0.5 (-10.0)
広島	6,877,538	1.9	-13.9
福岡	13,136,831	3.5	0.3
10都市以外の地区	104,379,259	28.1	-6.5 (-10.0)
北海道	786,349	0.2	-23.3
東北	4,575,760	1.2	-6.8 (-14.7)
関東	48,033,972	12.9	-5.8 (-7.9)
中部	8,151,982	2.2	-2.8 (-10.4)
近畿	14,788,380	4.0	-6.0 (-10.7)
中国	7,937,723	2.1	-12.0
四国	5,321,935	1.4	-3.8 (-19.9)
九州	14,783,158	4.0	-8.2

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	371,561,459	100.0	-1.6 (-3.0)
紳士服・洋品	20,775,784	5.6	-15.6 (-16.7)
婦人服・洋品	64,393,045	17.3	-6.3 (-7.8)
子供服・洋品	6,063,021	1.6	-20.5 (-21.9)
その他衣料品	6,486,217	1.7	-13.1 (-14.4)
衣 料 品	97,718,067	26.3	-9.8 (-11.3)
身のまわり品	50,389,948	13.6	0.6 (-0.6)
化粧品	28,463,947	7.7	-7.5 (-8.4)
美術・宝飾・貴金属	29,610,356	8.0	25.8 (24.8)
その他雑貨	11,070,369	3.0	-10.8 (-13.0)
雑 貨	69,144,672	18.6	3.7 (2.4)
家 具	3,703,051	1.0	6.4 (4.4)
家 電	1,154,566	0.3	16.6 (16.5)
その他家庭用品	9,714,724	2.6	-6.3 (-7.9)
家 庭 用 品	14,572,341	3.9	-1.8 (-3.4)
生 鮮 食 品	23,313,516	6.3	-3.0 (-4.5)
菓 子	30,848,808	8.3	7.3 (5.5)
惣 菜	25,578,954	6.9	7.0 (5.9)
その他食料品	40,940,090	11.0	2.0 (0.6)
食 料 品	120,681,368	32.5	3.3 (1.9)
食 堂 喫 茶	5,946,081	1.6	-6.7 (-8.0)
サ ー ビ ス	3,398,594	0.9	2.8 (1.1)
そ の 他	9,710,388	2.6	-12.6 (-13.0)
商 品 券	12,199,003	3.3	-8.0 (-8.8)

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 | 0.4% (店舗数調整後／4か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -6.5% (店舗数調整後／4か月ぶりマイナス) |

【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	0.4	0.3	4か月連続プラス
札幌	-14.3	-0.4	4か月ぶりマイナス
仙台	-3.1	-0.0	4か月ぶりマイナス
東京	3.7	1.0	4か月連続プラス
横浜	-2.4	-0.2	4か月ぶりマイナス
名古屋	-6.8	-0.4	4か月ぶりマイナス
京都	1.7	0.1	4か月連続プラス
大阪	3.7	0.5	2か月ぶりプラス
神戸	0.5	0.0	4か月連続プラス
広島	-13.9	-0.3	4か月ぶりマイナス
福岡	0.3	0.0	4か月連続プラス
10都市以外の地区	-6.5	-1.9	4か月ぶりマイナス
北海道	-23.3	-0.1	4か月ぶりマイナス*
東北	-6.8	-0.1	4か月ぶりマイナス*
関東	-5.8	-0.8	4か月ぶりマイナス
中部	-2.8	-0.1	4か月ぶりマイナス
近畿	-6.0	-0.2	4か月ぶりマイナス
中国	-12.0	-0.3	4か月ぶりマイナス*
四国	-3.8	-0.1	4か月ぶりマイナス
九州	-8.2	-0.4	4か月ぶりマイナス*

(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、身のまわり品、雑貨、食料品が4か月連続プラスとなったが、衣料品が4か月ぶり、家庭用品が5か月ぶりにマイナスとなった。その他の品目は、家電が7か月連続、美術・宝飾・貴金属が5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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	-1.6	-	4か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-15.6	-1.0	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-6.3	-1.1	4か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-20.5	-0.4	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	-13.1	-0.3	4か月ぶりマイナス
衣料品	-9.8	-2.8	4か月ぶりマイナス
身のまわり品	0.6	0.1	4か月連続プラス
化粧品	-7.5	-0.6	4か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	25.8	1.6	5か月連続プラス*
その他雑貨	-10.8	-0.4	4か月ぶりマイナス*
雑貨	3.7	0.6	4か月連続プラス
家具	6.4	0.1	4か月連続プラス
家電	16.6	0.0	7か月連続プラス
その他家庭用品	-6.3	-0.2	5か月ぶりマイナス
家庭用品	-1.8	-0.1	5か月ぶりマイナス
生鮮食品	-3.0	-0.2	4か月ぶりマイナス*
菓子	7.3	0.6	4か月連続プラス*
惣菜	7.0	0.4	4か月連続プラス*
その他食料品	2.0	0.2	4か月連続プラス*
食料品	3.3	1.0	4か月連続プラス
食堂喫茶	-6.7	-0.1	4か月ぶりマイナス
サービス	2.8	0.0	4か月連続プラス
その他	-12.6	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-8.0	-0.3	4か月ぶりマイナス

(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6月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年7月26日

I. 概況

1. 売上高総額	1,086億円余
2. 前年同月比(増減率)	3.7%(4か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭5.4%(89.3%)：非店頭－8.6%(10.7%) ()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5月対比±0店)
5. 総店舗面積	802,922㎡ (前年同月比：－2.6%)
6. 総従業員数	15,777人 (前年同月比：－4.6%)
7. 3か月移動平均値	11-1月 －21.7%、12-2月 －21.0%、1-3月 －12.4%、 (店舗数調整後) 2-4月 26.5%、3-5月 63.6%、4-6月 51.3%

[参考] 令和2年6月の売上高増減率は－24.3%(店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 6月の東京地区は、3度目の緊急事態宣言に伴い臨時休業や時短営業を実施したが、21日にまん延防止等重点措置に移行後は、高齢層のワクチン接種拡大等もあって、徐々に客足が戻ってきた店舗もあり、入店客数(6.4%増/3か月連続)、売上高(3.7%増/4か月連続)ともに前年実績を上回った。一方、前々年(2019年)対比では、売上高(21.5%減)・入店客数(41.7%減)のいずれも厳しい状況が続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目のうち衣料品(3.7%減)を除く4品目が4か月連続プラスとなった。衣料品は全般的に減少傾向を示す中、婦人服・洋品(1.5%増)でワンピースや夏素材に動きが見られたほか、ゴルフ、アウトドア、スポーツ関連は比較的堅調に推移した。雑貨(12.4%増/4か月連続)は、高級時計などの高額品(美・宝・貴/35.9%増)の高伸が継続しており、全体の売上を牽引した。
- (3) 食料品(7.2%増)は飲食店での酒類提供制限の影響から、和洋酒が好調で父の日ギフト需要も後押しした。また、都心出勤者の増加により惣菜(13.0%増)や手土産需要で菓子(12.2%増)が好調を維持している。家庭用品(6.3%増)はキッチン用品、調理家電の堅調に加え、ブライダル関連の引き出物として特選和洋食器に動きが見られた。
- (4) 月後半からスタートしたクリアランスは、昨年在緊急事態宣言解除後の月初から開始した反動や、衣料品メーカーの在庫調整による品不足などから苦戦している一方、中元は各社ECが伸長し、店頭と合わせほぼ前年並みで推移している。
- (5) 7月中間段階の商況は、13.1%増(7/15)で推移しているが、前々年比では約23%減と先月よりは回復したものの、依然として厳しい状況が続いている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 +0.1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16店舗)
 - ①増加した：8店、②変化なし：2店、③減少した：6店
- (3) 6月歳時記(父の日、中元)の売上(同上/有効回答数12店舗)
 - ①増加した：2店、②変化なし：5店、③減少した：5店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	108,638,465	100.0	3.7
紳士服・洋品	7,432,038	6.8	-8.6
婦人服・洋品	15,498,407	14.3	1.5
子供服・洋品	1,468,809	1.4	-14.4
その他衣料品	1,516,640	1.4	-15.9
衣 料 品	25,915,894	23.9	-3.7
身のまわり品	14,956,081	13.8	3.9
化粧品	8,722,283	8.0	-1.4
美術・宝飾・貴金属	9,888,439	9.1	35.9
その他雑貨	3,583,290	3.3	-0.9
雑 貨	22,194,012	20.4	12.4
家 具	1,207,953	1.1	0.7
家 電	857,213	0.8	37.5
その他家庭用品	2,854,315	2.6	1.8
家 庭 用 品	4,919,481	4.5	6.3
生 鮮 食 品	4,998,438	4.6	-1.9
菓 子	8,770,587	8.1	12.2
惣 菜	6,544,377	6.0	13.0
その他食料品	14,566,545	13.4	5.2
食 料 品	34,879,947	32.1	7.2
食 堂 喫 茶	1,320,921	1.2	2.0
サ ー ビ ス	1,429,006	1.3	-0.6
そ の 他	3,023,123	2.8	-20.3

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	3,231,889 千円	-10.6
従 業 員 数	15,777 人	-4.6
店 舗 面 積	802,922 m ²	-2.6

営 業 日 数	30.0 日	前年	29.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品を除く4品目が4か月連続のプラスとなった。
その他の品目は、婦人服・洋品が4か月連続、美術・宝飾・貴金属が5か月連続でプラスとなったが、生鮮食品が3か月ぶり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	3.7	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	－8.6	－0.7	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	1.5	0.2	4か月連続プラス
子供服・洋品	－14.4	－0.2	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	－15.9	－0.3	4か月ぶりマイナス
衣料品	－3.7	－1.0	4か月ぶりマイナス
身のまわり品	3.9	0.5	4か月連続プラス
化粧品	－1.4	－0.1	4か月ぶりマイナス＊
美術・宝飾・貴金属	35.9	2.5	5か月連続プラス＊
その他雑貨	－0.9	－0.0	4か月ぶりマイナス＊
雑貨	12.4	2.3	4か月連続プラス
家具	0.7	0.0	3か月ぶりプラス
家電	37.5	0.2	7か月連続プラス
その他家庭用品	1.8	0.0	4か月連続プラス
家庭用品	6.3	0.3	4か月連続プラス
生鮮食品	－1.9	－0.1	3か月ぶりマイナス＊
菓子	12.2	0.9	4か月連続プラス＊
惣菜	13.0	0.7	4か月連続プラス＊
その他食料品	5.2	0.7	4か月連続プラス＊
食料品	7.2	2.2	4か月連続プラス
食堂喫茶	2.0	0.0	4か月連続プラス
サービス	－0.6	－0.0	4か月ぶりマイナス
その他	－20.3	－0.7	4か月連続マイナス
商品券	－10.6	－0.4	4か月ぶりマイナス

(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>