

14時30分解禁

令和3年7月 全国百貨店売上高概況

令和3年8月23日

I. 概況

1. 売上高総額	4,020億円余
2. 前年同月比(増減率)	4.2%(店舗数調整後/2か月ぶりプラス)
3. 調査対象百貨店	73社 191店 (令和3年6月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,952,255㎡ (前年同月比:-4.0%)
5. 総従業員数	57,584人 (前年同月比:-6.6%)
6. 3か月移動平均値	12-2月 -18.0%、1-3月 -8.9%、2-4月 28.6%、
(店舗数調整後)	3-5月 61.2%、4-6月 44.9%、5-7月 11.7%

[参考] 令和2年7月の売上高増減率は-20.3%(店舗数調整後)

【特徴】

7月の売上高は、4.2%増と2か月ぶりに前年実績を超えた。時計・宝飾品など高額品の他、イェナカ需要等による食料品が牽引したが、前々年比では17.4%減とコロナ以前の水準には及ばない。入店客数は3.6%増、前々年比では30.0%減であった。

顧客別では、国内市場4.1%増(2か月ぶり/シェア99.0%/前々年比13.0%減)、インバウンドは22.2%増(5か月連続/シェア1.0%)であったが、前々年比86.2%減と底這いで推移している。

地区別では、大都市(10都市/5か月連続/前々年比18.5%減)が6.4%増と、前月より6.0ポイント改善した。7都市(仙台、東京、名古屋、京都、大阪、神戸、福岡)で前年をクリアした。一方、地方は1.2%減(10都市以外の地区/前々年比14.4%減)と2か月連続のマイナスとなった。

商品別では、主要5品目のうち、雑貨(10.6%増)、身のまわり品(7.8%増)、食料品(3.7%増)、衣料品(0.8%増)の4品目で前年実績を上回った。特に、高級時計等を含む美術・宝飾・貴金属は30.0%増と高い伸びを示し、前々年比でも9.1%増となった。身のまわり品では、ラグジュアリーブランドのバッグや、日傘、アクセサリなども動いた。食料品は、内食需要の和洋惣菜、弁当、鰻、和洋菓子、酒類などに加え、手土産関連も比較的堅調だった。衣料品ではブラウス、カットソーなどカジュアルアイテムが動いたが、クリアランスでは生産抑制による在庫不足も見られた。

EC売上は食料品や化粧品、中元、ランドセルなどを中心に増勢で、特に中元商戦では、高伸するオンラインが店頭の減少分をカバーした。現在、各社では、デジタル活用を中心に、コロナ禍における需要動向に対応した、新たな販売サービスを積極的に実行している。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「7月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇中旬以降は北日本を中心に高気圧に覆われて晴れた日が多かったため、北日本の気温はかなり高く、降水量はかなり少なく、北・東日本日本海側の日照時間はかなり多かった。また、東日本太平洋側は上旬に梅雨前線の影響で大雨となり、降水量はかなり多かった。

(2) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 +0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 11日(" +1日/土曜1日増)

(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111店舗)

①増加した：50店、②変化なし：17店、③減少した：44店

(5) 7月歳時記(中元、クリアランス、夏休み)の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した：7店、②変化なし：29店、③減少した：45店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2021年7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	402,035,318	100.0	4.2 (2.7)
10都市	289,549,568	72.0	6.4 (6.0)
札幌	9,255,040	2.3	-6.6
仙台	6,109,132	1.5	1.4
東京	106,132,985	26.4	8.0
横浜	25,414,728	6.3	-0.1
名古屋	28,557,308	7.1	12.4
京都	16,656,440	4.1	5.5
大阪	61,804,158	15.4	7.6
神戸	10,519,672	2.6	9.3 (-1.5)
広島	9,066,300	2.3	-3.5
福岡	16,033,805	4.0	8.0
10都市以外の地区	112,485,750	28.0	-1.2 (-4.8)
北海道	814,500	0.2	-9.0
東北	4,707,525	1.2	-6.7 (-13.0)
関東	47,844,344	11.9	-1.3 (-2.5)
中部	8,634,081	2.1	0.3 (-8.4)
近畿	16,784,481	4.2	0.2 (-5.5)
中国	8,514,669	2.1	-4.6
四国	6,327,372	1.6	1.9 (-16.8)
九州	18,858,778	4.7	-0.8

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	402,035,318	100.0	4.2 (2.7)
紳士服・洋品	19,581,453	4.9	-1.7 (-3.2)
婦人服・洋品	63,083,491	15.7	2.1 (0.5)
子供服・洋品	6,034,012	1.5	-4.8 (-7.1)
その他衣料品	7,136,781	1.8	1.6 (-1.3)
衣 料 品	95,835,737	23.8	0.8 (-1.0)
身のまわり品	55,195,965	13.7	7.8 (6.3)
化粧品	27,950,378	7.0	-0.5 (-1.4)
美術・宝飾・貴金属	35,701,087	8.9	30.0 (28.6)
その他雑貨	11,760,091	2.9	-6.8 (-8.8)
雑 貨	75,411,556	18.8	10.6 (9.3)
家 具	4,097,158	1.0	-3.0 (-4.9)
家 電	893,000	0.2	-19.4 (-19.4)
その他家庭用品	10,456,118	2.6	-2.7 (-4.7)
家 庭 用 品	15,446,276	3.8	-3.9 (-5.7)
生 鮮 食 品	25,815,838	6.4	-2.6 (-3.8)
菓 子	36,278,143	9.0	10.1 (8.5)
惣 菜	28,458,446	7.1	9.5 (8.6)
その他食料品	48,812,322	12.1	-0.3 (-1.3)
食 料 品	139,364,749	34.7	3.7 (2.5)
食 堂 喫 茶	7,578,946	1.9	6.0 (4.7)
サ ー ビ ス	3,296,313	0.8	-1.0 (-2.2)
そ の 他	9,905,776	2.5	-6.6 (-6.9)
商 品 券	12,977,570	3.2	-5.4 (-6.2)

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 | 6.4% (店舗数調整後／5か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -1.2% (店舗数調整後／2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 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	6.4	4.5	5か月連続プラス
札幌	-6.6	-0.2	2か月連続マイナス
仙台	1.4	0.0	2か月ぶりプラス
東京	8.0	2.0	5か月連続プラス
横浜	-0.1	-0.0	2か月連続マイナス
名古屋	12.4	0.8	2か月ぶりプラス
京都	5.5	0.2	5か月連続プラス
大阪	7.6	1.1	2か月連続プラス
神戸	9.3	0.2	5か月連続プラス
広島	-3.5	-0.1	2か月連続マイナス
福岡	8.0	0.3	5か月連続プラス
10都市以外の地区	-1.2	-0.4	2か月連続マイナス
北海道	-9.0	-0.0	2か月連続マイナス*
東北	-6.7	-0.1	2か月連続マイナス*
関東	-1.3	-0.2	2か月連続マイナス
中部	0.3	0.0	2か月ぶりプラス
近畿	0.2	0.0	2か月ぶりプラス
中国	-4.6	-0.1	2か月連続マイナス*
四国	1.9	0.0	2か月ぶりプラス
九州	-0.8	-0.0	2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)

NEWS LETTER

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5か月連続プラスとなったほか、衣料品が2か月ぶりにプラスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が6か月連続、菓子、惣菜が5か月連続のプラスとなったが、家具が5か月ぶり、家電が8か月ぶりにマイナスとなった。

【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	4.2	—	2か月ぶりプラス
紳士服・洋品	－1.7	－0.1	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	2.1	0.3	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	－4.8	－0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	1.6	0.0	2か月ぶりプラス
衣料品	0.8	0.2	2か月ぶりプラス
身のまわり品	7.8	1.0	5か月連続プラス
化粧品	－0.5	－0.0	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	30.0	2.1	6か月連続プラス*
その他雑貨	－6.8	－0.2	2か月連続マイナス*
雑貨	10.6	1.9	5か月連続プラス
家具	－3.0	－0.0	5か月ぶりマイナス
家電	－19.4	－0.1	8か月ぶりマイナス
その他家庭用品	－2.7	－0.1	2か月連続マイナス
家庭用品	－3.9	－0.2	2か月連続マイナス
生鮮食品	－2.6	－0.2	2か月連続マイナス*
菓子	10.1	0.9	5か月連続プラス*
惣菜	9.5	0.6	5か月連続プラス*
その他食料品	－0.3	－0.0	5か月ぶりマイナス*
食料品	3.7	1.3	5か月連続プラス
食堂喫茶	6.0	0.1	2か月ぶりプラス
サービス	－1.0	－0.0	5か月ぶりマイナス
その他	－6.6	－0.2	3か月連続マイナス
商品券	－5.4	－0.2	2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。

NEWS LETTER

令和3年7月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年8月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1,061億円余
2. 前年同月比(増減率)	8.0%(5か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭12.0%(90.4%)：非店頭－19.2%(9.6%) ()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6月対比±0店)
5. 総店舗面積	803,890㎡ (前年同月比：－2.5%)
6. 総従業員数	15,689人 (前年同月比：－4.5%)
7. 3か月移動平均値	12-2月 －21.0%、1-3月 －12.4%、2-4月 26.5%、 3-5月 63.6%、4-6月 51.3%、5-7月 16.3%

[参考] 令和2年7月の売上高増減率は－27.9%(店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 7月の東京地区は、入店客数(17.6%増/4か月連続)、売上高(8.0%増/5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(22.1%減)・入店客数(37.3%減)のいずれもコロナ前の水準には戻っておらず、厳しい商況は継続している。
- (2) 商品別では、主要5品目のうち家庭用品(8.9%減)を除く4品目でプラスとなった。衣料品(7.2%増/2か月ぶり)は、プレセールの拡大や品不足の影響で、クリアランスは目立った盛り上がりはなかったが、中旬以降の高気温を受け、Tシャツ、サマーニット、ワンピースなど盛夏商材に動きが見られた。身のまわり品(10.5%増/5か月連続)でも、日傘や帽子などの防暑アイテムやサンダルのほか、特選商材が引き続き好調を維持している。
- (3) 食料品(7.1%増/5か月連続)は、東京五輪開催もあり、イエナカ需要で菓子、惣菜、土用丑の日の鰻、和洋酒などが好調であった。家具(16.6%減)、家電(20.6%減)は、昨年からの巣ごもり需要が一巡しマイナスとなった。美術・宝飾・貴金属(38.1%増)は高級時計を中心に引き続き高伸し、売上全体を牽引した。
- (4) コロナ禍で変容する生活様式に即した品揃えやサービスの提供に各社注力する中、特に中元商戦では、前年高伸したEC受注が更に高伸し、店頭のマイナス分を補い堅調に推移した。
- (5) 8月中間段階の商況は、コロナ第5波の感染急拡大により、入店客数も減少に転じ、売上高7.4%減(8/16)で推移している。前々年比でも約38%減と先月よりマイナス幅が広がり、一段と厳しさが増している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0日(前年同月比 ±0.0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17店舗)
 - ①増加した：11店、②変化なし：3店、③減少した：3店
- (3) 7月歳時記(中元、クリアランス、夏休み)の売上(同上/有効回答数14店舗)
 - ①増加した：3店、②変化なし：6店、③減少した：5店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年7月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	106,132,985	100.0	8.0
紳士服・洋品	6,887,963	6.5	6.8
婦人服・洋品	13,712,663	12.9	8.0
子供服・洋品	1,366,772	1.3	0.7
その他衣料品	1,609,743	1.5	7.4
衣 料 品	23,577,141	22.2	7.2
身のまわり品	15,163,734	14.3	10.5
化粧品	7,744,220	7.3	1.4
美術・宝飾・貴金属	11,346,243	10.7	38.1
その他雑貨	3,754,663	3.5	7.9
雑 貨	22,845,126	21.5	18.2
家 具	1,249,481	1.2	-16.6
家 電	581,545	0.5	-20.6
その他家庭用品	2,801,817	2.6	-1.8
家 庭 用 品	4,632,843	4.4	-8.9
生 鮮 食 品	4,857,182	4.6	-1.3
菓 子	9,066,933	8.5	13.9
惣 菜	7,083,309	6.7	17.6
その他食料品	13,480,805	12.7	1.3
食 料 品	34,488,229	32.5	7.1
食 堂 喫 茶	1,536,043	1.4	15.7
サ ー ビ ス	1,395,839	1.3	-6.8
そ の 他	2,494,030	2.3	-19.4

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	2,634,904 千円	-6.7
従 業 員 数	15,689 人	-4.5
店 舗 面 積	803,890 m ²	-2.5
営 業 日 数	31.0 日	前年 31.0 日

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、身のまわり品、雑貨、食料品が5か月連続、衣料品が2か月ぶりにプラスとなったが、家庭用品は5か月ぶりにマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が6か月連続、婦人服・洋品、菓子、惣菜が5か月連続のプラスとなったが、家電が8か月ぶりにマイナスとなった。

【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	8.0	—	5か月連続プラス
紳士服・洋品	6.8	0.4	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	8.0	1.0	5か月連続プラス
子供服・洋品	0.7	0.0	2か月ぶりプラス
その他衣料品	7.4	0.1	2か月ぶりプラス
衣料品	7.2	1.6	2か月ぶりプラス
身のまわり品	10.5	1.5	5か月連続プラス
化粧品	1.4	0.1	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	38.1	3.2	6か月連続プラス*
その他雑貨	7.9	0.3	2か月ぶりプラス*
雑貨	18.2	3.6	5か月連続プラス
家具	-16.6	-0.3	2か月ぶりマイナス
家電	-20.6	-0.2	8か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-1.8	-0.1	5か月ぶりマイナス
家庭用品	-8.9	-0.5	5か月ぶりマイナス
生鮮食品	-1.3	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	13.9	1.1	5か月連続プラス*
惣菜	17.6	1.1	5か月連続プラス*
その他食料品	1.3	0.2	5か月連続プラス*
食料品	7.1	2.3	5か月連続プラス
食堂喫茶	15.7	0.2	5か月連続プラス
サービス	-6.8	-0.1	2か月連続マイナス
その他	-19.4	-0.6	5か月連続マイナス
商品券	-6.7	-0.2	2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>