

14時30分解禁

令和3年8月 全国百貨店売上高概況

令和3年9月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	2,783億円余
2. 前年同月比(増減率)	-11.7%(店舗数調整後/2か月ぶりマイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 191店 (令和3年7月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,951,024㎡ (前年同月比:-4.1%)
5. 総従業員数	57,103人 (前年同月比:-6.8%)
6. 3か月移動平均値	1-3月 -8.9%、2-4月 28.6%、3-5月 61.2%、 (店舗数調整後) 4-6月 44.9%、5-7月 11.7%、6-8月 -2.5%

[参考] 令和2年8月の売上高増減率は-22.0%(店舗数調整後)

【特徴】

8月の売上高は前月(4.2%増)より15.9ポイントダウンし11.7%減、入店客数も前月(3.6%増)より17.4ポイントダウンの13.8%減と、ともにマイナスに転じた。全国的な新型コロナウイルス感染急拡大による主要顧客の外出自粛や、感染防止の追加施策として実施した混雑時の入場制限、一部テナントの休業、さらには大雨等の天候与件も影響した。前々年比では、売上高32.1%減、入店客数44.4%減と、一段と水準を落とす結果となった。

顧客別では、国内市場11.8%減(2か月ぶり/シェア98.8%/前々年比28.3%減)、インバウンドは5.9%減(6か月ぶり/シェア1.2%)、前々年比87.0%減と、極めて厳しい状況で推移している。

地区別では、名古屋(6.1%増)を除く全地区で前年実績に届かなかった。大都市(10都市/6か月ぶり/前々年比33.5%減)が9.6%減、地方は16.6%減(10都市以外の地区/3か月連続/前々年比28.3%減)と、大都市が地方を7.0ポイント上回った。

商品別では、主要5品目全てで前年割れとなったが、高級時計や宝飾品、ラグジュアリーブランド等、高品質で付加価値の高い高額消費は、富裕層を中心に引き続き好調だった。また、巣ごもり需要から、和洋菓子や惣菜、ワイン、ウイスキー、ビール等酒類は健闘した。衣料品は、ビジネス需要では難しい状況が続いているが、一部デザイナーズブランドやプレステージ商材等には動きが見られた。

コロナ禍にあって、各店では、より一層の緊張感をもって感染防止対策に万全を期すとともに、消費者ニーズの変化に適応すべく、ECと店頭の連動策、アプリの活用、食料品の宅配強化など、様々な施策に積極的に取り組んでいる。

【要 因】

(1) 天 候 : 気象庁発表「8月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇中旬に本州付近に停滞した前線などの影響により、東日本太平洋側と西日本では降水量はかなり多く、特に西日本では記録的な多雨となり、日照時間はかなり少なく、気温は低くなった。また、北日本日本海側では前線の影響を受けにくかったため、降水量は少なかった。

(2) 営業日数増減 30.5日(前年同月比 -0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(" -1日/土曜1日減)

(4) 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108店舗)

①増加した: 8店、②変化なし: 11店、③減少した: 89店

(5) 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上(同上/有効回答数85店舗)

①増加した: 3店、②変化なし: 20店、③減少した: 62店

全国百貨店 売上高速報 2021年8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	278,331,921	100.0	-11.7 (-13.9)
10都市	198,621,178	71.4	-9.6 (-10.3)
札幌	7,292,349	2.6	-15.9
仙台	3,954,453	1.4	-14.1
東京	74,534,890	26.8	-9.1
横浜	18,661,994	6.7	-14.6
名古屋	19,325,661	6.9	6.1
京都	11,936,085	4.3	-9.5
大阪	38,856,855	14.0	-11.9
神戸	7,666,038	2.8	-8.7 (-23.5)
広島	5,909,341	2.1	-17.7
福岡	10,483,512	3.8	-9.0
10都市以外の地区	79,710,743	28.6	-16.6 (-21.7)
北海道	704,118	0.3	-13.1
東北	3,742,713	1.3	-19.0 (-27.4)
関東	34,423,296	12.4	-18.0 (-19.8)
中部	6,399,545	2.3	-7.7 (-21.9)
近畿	13,137,372	4.7	-10.9 (-19.5)
中国	6,256,697	2.2	-13.5
四国	3,417,453	1.2	-25.0 (-47.3)
九州	11,629,549	4.2	-20.7

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	278,331,921	100.0	-11.7 (-13.9)
紳士服・洋品	12,282,411	4.4	-20.0 (-22.7)
婦人服・洋品	42,503,320	15.3	-17.4 (-19.8)
子供服・洋品	4,003,751	1.4	-21.7 (-25.1)
その他衣料品	4,851,816	1.7	-20.9 (-24.8)
衣 料 品	63,641,298	22.9	-18.5 (-21.1)
身のまわり品	39,500,523	14.2	-11.9 (-14.7)
化粧品	23,697,734	8.5	-14.0 (-15.0)
美術・宝飾・貴金属	26,865,617	9.7	1.5 (-0.5)
その他雑貨	9,596,731	3.4	-19.6 (-22.0)
雑 貨	60,160,082	21.6	-8.8 (-10.5)
家 具	3,339,304	1.2	-13.0 (-16.5)
家 電	1,003,215	0.4	-3.6 (-3.7)
その他家庭用品	7,604,475	2.7	-20.7 (-23.1)
家 庭 用 品	11,946,994	4.3	-17.4 (-20.0)
生 鮮 食 品	17,541,684	6.3	-12.1 (-13.6)
菓 子	23,923,299	8.6	-2.8 (-5.2)
惣 菜	21,230,956	7.6	-4.0 (-5.3)
その他食料品	23,486,519	8.4	-6.6 (-8.4)
食 料 品	86,182,458	31.0	-6.1 (-7.9)
食 堂 喫 茶	5,615,695	2.0	-25.6 (-27.1)
サ ー ビ ス	3,283,529	1.2	-10.4 (-11.4)
そ の 他	8,001,342	2.9	-10.0 (-11.0)
商 品 券	5,709,555	2.1	-13.9 (-14.6)

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 - 9.6% (店舗数調整後／6か月ぶりマイナス)
2. 10都市以外の地区売上動向 - 16.6% (店舗数調整後／3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	-9.6	-6.7	6か月ぶりマイナス
札幌	-15.9	-0.4	3か月連続マイナス
仙台	-14.1	-0.2	2か月ぶりマイナス
東京	-9.1	-2.4	6か月ぶりマイナス
横浜	-14.6	-1.0	3か月連続マイナス
名古屋	6.1	0.4	2か月連続プラス
京都	-9.5	-0.4	6か月ぶりマイナス
大阪	-11.9	-1.7	3か月ぶりマイナス
神戸	-8.7	-0.2	6か月ぶりマイナス
広島	-17.7	-0.4	3か月連続マイナス
福岡	-9.0	-0.3	6か月ぶりマイナス
10都市以外の地区	-16.6	-5.0	3か月連続マイナス
北海道	-13.1	-0.0	3か月連続マイナス*
東北	-19.0	-0.3	3か月連続マイナス*
関東	-18.0	-2.4	3か月連続マイナス
中部	-7.7	-0.2	2か月ぶりマイナス
近畿	-10.9	-0.5	2か月ぶりマイナス
中国	-13.5	-0.3	3か月連続マイナス*
四国	-25.0	-0.4	2か月ぶりマイナス
九州	-20.7	-1.0	3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

衣料品が2か月ぶり、身のまわり品、雑貨、食料品が6か月ぶり、家庭洋品が3か月連続でマイナスとなり、主要5品目全てマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が7か月連続でプラスとなったが、菓子、惣菜が6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	-11.7	—	2か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-20.0	-1.0	3か月連続マイナス
婦人服・洋品	-17.4	-2.8	2か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-21.7	-0.4	3か月連続マイナス
その他衣料品	-20.9	-0.4	2か月ぶりマイナス
衣料品	-18.5	-4.6	2か月ぶりマイナス
身のまわり品	-11.9	-1.7	6か月ぶりマイナス
化粧品	-14.0	-1.2	3か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	1.5	0.1	7か月連続プラス*
その他雑貨	-19.6	-0.7	3か月連続マイナス*
雑貨	-8.8	-1.8	6か月ぶりマイナス
家具	-13.0	-0.2	2か月連続マイナス
家電	-3.6	-0.0	2か月連続マイナス
その他家庭用品	-20.7	-0.6	3か月連続マイナス
家庭用品	-17.4	-0.8	3か月連続マイナス
生鮮食品	-12.1	-0.8	3か月連続マイナス*
菓子	-2.8	-0.2	6か月ぶりマイナス*
惣菜	-4.0	-0.3	6か月ぶりマイナス*
その他食料品	-6.6	-0.5	2か月連続マイナス*
食料品	-6.1	-1.8	6か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-25.6	-0.6	2か月ぶりマイナス
サービス	-10.4	-0.1	2か月連続マイナス
その他	-10.0	-0.3	4か月連続マイナス
商品券	-13.9	-0.3	3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。

令和3年8月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年9月24日

I. 概況

1. 売上高総額	745億円余
2. 前年同月比(増減率)	-9.1%(6か月ぶりマイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-9.5%(89.0%)：非店頭-5.6%(11.0%) ()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7月対比±0店)
5. 総店舗面積	803,625㎡ (前年同月比：-2.5%)
6. 総従業員数	15,469人 (前年同月比：-5.5%)
7. 3か月移動平均値	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%、6-8月 1.5%

[参考] 令和2年8月の売上高増減率は-29.1%(店舗数調整後)

【特徴】

- 8月の東京地区は、デルタ株による感染症急拡大で外出自粛傾向が強まったことに加え、中旬からは政府コロナ分科会の提言を受け、人流抑制のため混雑時の入場制限を実施した影響から、入店客数(10.0%減/5か月ぶり)、売上高(9.1%減/6か月ぶり)ともに前年実績を下回った。コロナ禍前の前々年(2019年)対比では、入店客数(49.6%減)は半減、売上高(35.5%減)も7月よりマイナス幅が13.4ポイント広がり、より一層厳しい商況となった。
- 商品別では、主要5品目全てがマイナスとなった。衣料品(17.7%減/2か月ぶり)は、クリアランスの不調やビジネス需要の停滞から大きく数字を落としたが、中旬の気温低下でブルゾン、ジャケットなど羽織ものやカーディガンなどニット素材の秋物衣料に一部動きが見られた。身のまわり品(9.7%減/6か月ぶり)はラグジュアリーブランドの需要は高いが、婦人・紳士靴やハンドバッグなどは外出機会の減少から苦戦が続いている。
- 雑貨(3.9%減/6か月ぶり)は、トータルでは前年を下回ったが、細分類の美術・宝飾・貴金属(8.4%増)は7か月連続のプラスとなった。富裕層消費の増勢が続いていることで、高級時計を中心に高額品が好調に推移した。食料品(1.4%減)は入店客数減や、天候不順で不作が続く野菜など生鮮食品(14.0%減)の不調で6か月ぶりのマイナスとなった一方、長引くコロナ禍での巣ごもり消費で、菓子(1.7%増)、惣菜(1.5%増)、酒類を含むその他食料品(0.9%増)は底堅い需要を維持し、6か月連続のプラスとなった。
- 9月中間段階の商況は、1.9%減(9/15)で推移している。前々年比では約35%減となり、依然厳しい商環境が続いている。

【要因】

- 営業日数増減 30.9日(前年同月比 ±0.0日)
- 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18店舗)
 - 増加した：1店、②変化なし：1店、③減少した：16店
- 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上(同上/有効回答数15店舗)
 - 増加した：1店、②変化なし：4店、③減少した：10店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	74,534,890	100.0	-9.1
紳士服・洋品	4,590,378	6.2	-13.7
婦人服・洋品	9,062,204	12.2	-19.1
子供服・洋品	931,070	1.2	-22.6
その他衣料品	1,103,658	1.5	-17.3
衣 料 品	15,687,310	21.0	-17.7
身のまわり品	11,300,291	15.2	-9.7
化粧品	6,877,903	9.2	-12.2
美術・宝飾・貴金属	9,028,758	12.1	8.4
その他雑貨	2,986,867	4.0	-14.8
雑 貨	18,893,528	25.3	-3.9
家 具	1,022,889	1.4	-13.3
家 電	768,421	1.0	12.4
その他家庭用品	2,006,609	2.7	-23.6
家 庭 用 品	3,797,919	5.1	-15.4
生 鮮 食 品	3,138,807	4.2	-14.0
菓 子	5,140,734	6.9	1.7
惣 菜	5,049,086	6.8	1.5
その他食料品	7,165,180	9.6	0.9
食 料 品	20,493,807	27.5	-1.4
食 堂 喫 茶	1,110,609	1.5	-29.1
サ ー ビ ス	1,529,030	2.1	-13.8
そ の 他	1,722,396	2.3	-19.2

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	1,228,991 千円	-21.7
従 業 員 数	15,469 人	-5.5
店 舗 面 積	803,625 m ²	-2.5

営 業 日 数	30.9 日	前年	30.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

身のまわり品、雑貨、食料品が6か月ぶり、衣料品が2か月ぶり、家庭用品が2か月連続のマイナスとなり、主要5品目全てがマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が7か月連続、菓子、惣菜が6か月連続のプラスとなったが、婦人服・洋品が6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	-9.1	—	6か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-13.7	-0.9	2か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-19.1	-2.6	6か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-22.6	-0.3	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-17.3	-0.3	2か月ぶりマイナス
衣料品	-17.7	-4.1	2か月ぶりマイナス
身のまわり品	-9.7	-1.5	6か月ぶりマイナス
化粧品	-12.2	-1.2	2か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	8.4	0.9	7か月連続プラス*
その他雑貨	-14.8	-0.6	2か月ぶりマイナス*
雑貨	-3.9	-0.9	6か月ぶりマイナス
家具	-13.3	-0.2	2か月連続マイナス
家電	12.4	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-23.6	-0.8	2か月連続マイナス
家庭用品	-15.4	-0.8	2か月連続マイナス
生鮮食品	-14.0	-0.6	3か月連続マイナス*
菓子	1.7	0.1	6か月連続プラス*
惣菜	1.5	0.1	6か月連続プラス*
その他食料品	0.9	0.1	6か月連続プラス*
食料品	-1.4	-0.4	6か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-29.1	-0.6	6か月ぶりマイナス
サービス	-13.8	-0.3	3か月連続マイナス
その他	-19.2	-0.5	6か月連続マイナス
商品券	-21.7	-0.4	3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>