

14時30分解禁

令和3年9月 全国百貨店売上高概況

令和3年10月25日

I. 概況

1. 売上高総額	3,188億円余
2. 前年同月比(増減率)	-4.3%(店舗数調整後/2か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 190店 (令和3年8月対比-1店)
4. 総店舗面積	4,945,811㎡ (前年同月比:-1.4%)
5. 総従業員数	58,110人 (前年同月比:-3.8%)
6. 3か月移動平均値	2-4月 28.6%、3-5月 61.2%、4-6月 44.9%、 (店舗数調整後) 5-7月 11.7%、6-8月 -2.5%、7-9月 -3.4%

[参考] 令和2年9月の売上高増減率は-33.6%(店舗数調整後)

【特徴】

9月の売上高は4.3%減、入店客数は12.2%減と、ともに2か月連続のマイナスとなった。緊急事態宣言とまん延防止等重点措置による、主要顧客の外出自粛などが影響した。半面、感染者数が減少するに連れ、中旬以降、売上・集客ともに一部回復傾向も見られた。厳しい商況の中、巣ごもり需要と高額品は引き続き好調だった他、各社が実施した外商催事や組織顧客向け施策などが業績を下支えした。なお、消費増税前の駆け込み需要があった前々年比では、売上高36.4%減、入店客数38.6%減となった。

顧客別では、国内市場4.6%減(2か月連続/シェア99.1%/前々年比33.6%減)、インバウンドは42.4%増(2か月ぶり/シェア0.9%)だが、前々年比では88.1%減と厳しい状況に変化はない。

地区別では、大都市(10都市/2か月連続/前々年比37.7%減)が3.5%減、地方は6.2%減(10都市以外の地区/4か月連続/前々年比32.8%減)と、大都市と地方の差は、前月より4.3ポイント縮小した。東京(0.7%増)と中部(5.7%増)の2地区は前年をクリアした。

商品別では、食料品がほぼ前年並みとなった。物産展等食品催事の他、和洋菓子や弁当、惣菜、和洋酒が好調だった。生鮮食品は低温による葉物野菜の高騰などもあり苦戦した。また、富裕層を中心に、ラグジュアリーブランドや時計、宝飾品など高額品への強いニーズは継続しており、美術・宝飾・貴金属は8か月連続で前年実績を上回った。衣料品は、ビジネス関連は厳しいものの、一部秋物素材やコート、ジャケット、セーターなどが動いた。

各店では新型コロナ感染対策を徹底しつつ、顧客接点の拡大や様々な営業施策を積極的に進めている。これから年末商戦が本格化するが、特に受注がスタートしたおせちは、ECを中心に好調な滑り出しを見せている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇北日本日本海側では日照時間はかなり多く、降水量は少なかった。また、東日本太平洋側と西日本では、中旬の中頃にかけては前線や台風第14号の影響で曇りや雨の日が多かったため、日照時間は少なかった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 -0.2日)

(3) 土・日・祝日の合計 10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110店舗)

①増加した：13店、②変化なし：10店、③減少した：87店

(5) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した：13店、②変化なし：28店、③減少した：40店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2021年9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	318,821,376	100.0	-4.3 (-4.6)
10都市	230,548,021	72.3	-3.5
札幌	8,396,197	2.6	-10.3
仙台	4,422,898	1.4	-12.2
東京	93,695,820	29.4	0.7
横浜	21,247,014	6.7	-2.8
名古屋	21,052,815	6.6	-7.0
京都	13,100,930	4.1	-8.0
大阪	42,941,562	13.5	-5.9
神戸	8,064,309	2.5	-1.9
広島	6,002,459	1.9	-15.8
福岡	11,624,017	3.6	-2.1
10都市以外の地区	88,273,355	27.7	-6.2 (-7.1)
北海道	738,886	0.2	-7.9
東北	3,729,288	1.2	-8.7
関東	39,697,934	12.5	-6.8 (-8.8)
中部	7,369,317	2.3	5.7
近畿	12,757,668	4.0	-7.2
中国	6,702,690	2.1	-11.5
四国	4,185,950	1.3	-9.4
九州	13,091,622	4.1	-4.5

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	318,821,376	100.0	-4.3 (-4.6)
紳士服・洋品	16,493,852	5.2	-5.9 (-6.0)
婦人服・洋品	56,823,454	17.8	-4.1 (-4.5)
子供服・洋品	5,399,055	1.7	-15.7 (-15.8)
その他衣料品	6,124,618	1.9	-7.4 (-7.5)
衣 料 品	84,840,979	26.6	-5.6 (-5.8)
身のまわり品	45,393,408	14.2	-3.0 (-3.1)
化粧品	28,247,021	8.9	-2.4 (-2.6)
美術・宝飾・貴金属	30,585,244	9.6	1.0 (0.8)
その他雑貨	10,742,153	3.4	-10.1 (-10.7)
雑 貨	69,574,418	21.8	-2.3 (-2.5)
家 具	3,978,762	1.2	-6.5 (-6.9)
家 電	1,122,853	0.4	-11.9 (-11.9)
その他家庭用品	8,732,332	2.7	-15.1 (-15.3)
家 庭 用 品	13,833,947	4.3	-12.5 (-12.7)
生 鮮 食 品	17,431,209	5.5	-4.5 (-4.9)
菓 子	22,106,021	6.9	0.9 (0.5)
惣 菜	22,789,560	7.1	3.5 (3.3)
その他食料品	25,633,680	8.0	-3.9 (-4.3)
食 料 品	87,960,470	27.6	-1.0 (-1.4)
食 堂 喫 茶	5,691,649	1.8	-24.5 (-24.8)
サ ー ビ ス	3,314,702	1.0	-6.8 (-7.2)
そ の 他	8,211,803	2.6	-14.3 (-14.3)
商 品 券	5,080,876	1.6	-7.6 (-7.9)

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 | - 3.5% (店舗数調整後／2か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | - 6.2% (店舗数調整後／4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	- 3.5	- 2.5	2か月連続マイナス
札幌	- 10.3	- 0.3	4か月連続マイナス
仙台	- 12.2	- 0.2	2か月連続マイナス
東京	0.7	0.2	2か月ぶりプラス
横浜	- 2.8	- 0.2	4か月連続マイナス
名古屋	- 7.0	- 0.5	3か月ぶりマイナス
京都	- 8.0	- 0.3	2か月連続マイナス
大阪	- 5.9	- 0.8	2か月連続マイナス
神戸	- 1.9	- 0.0	2か月連続マイナス
広島	- 15.8	- 0.3	4か月連続マイナス
福岡	- 2.1	- 0.1	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	- 6.2	- 1.8	4か月連続マイナス
北海道	- 7.9	- 0.0	4か月連続マイナス*
東北	- 8.7	- 0.1	4か月連続マイナス*
関東	- 6.8	- 0.9	4か月連続マイナス
中部	5.7	0.1	2か月ぶりプラス
近畿	- 7.2	- 0.3	2か月連続マイナス
中国	- 11.5	- 0.3	4か月連続マイナス*
四国	- 9.4	- 0.1	2か月連続マイナス
九州	- 4.5	- 0.2	4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)

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、家庭洋品が4か月連続でマイナスとなり、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8か月連続でプラスとなったほか、菓子、惣菜が2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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	-4.3	-	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-5.9	-0.3	4か月連続マイナス
婦人服・洋品	-4.1	-0.7	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-15.7	-0.3	4か月連続マイナス
その他衣料品	-7.4	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-5.6	-1.5	2か月連続マイナス
身のまわり品	-3.0	-0.4	2か月連続マイナス
化粧品	-2.4	-0.2	4か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	1.0	0.1	8か月連続プラス*
その他雑貨	-10.1	-0.4	4か月連続マイナス*
雑貨	-2.3	-0.5	2か月連続マイナス
家具	-6.5	-0.1	3か月連続マイナス
家電	-11.9	-0.0	3か月連続マイナス
その他家庭用品	-15.1	-0.5	4か月連続マイナス
家庭用品	-12.5	-0.6	4か月連続マイナス
生鮮食品	-4.5	-0.2	4か月連続マイナス*
菓子	0.9	0.1	2か月ぶりプラス*
惣菜	3.5	0.2	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-3.9	-0.3	3か月連続マイナス*
食料品	-1.0	-0.3	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-24.5	-0.6	2か月連続マイナス
サービス	-6.8	-0.1	3か月連続マイナス
その他	-14.3	-0.4	5か月連続マイナス
商品券	-7.6	-0.1	4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9月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年10月25日

I. 概況

1. 売上高総額	936億円余
2. 前年同月比(増減率)	0.7%(2か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭1.5%(89.4%)：非店頭－5.5%(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8月対比±0店)
5. 総店舗面積	803,395㎡ (前年同月比：－1.9%)
6. 総従業員数	15,522人 (前年同月比：－5.1%)
7. 3か月移動平均値	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%、7-9月 0.4%

[参考] 令和2年9月の売上高増減率は－35.0%(店舗数調整後)

【特徴】

- 9月の東京地区は、緊急事態宣言の延長で入店客数は7.7%減(2か月連続)となったが、売上高は、各社の組織顧客向け施策や催事が奏功し、0.7%増(2か月ぶり)と前年実績を上回った。売上・客数共に、感染者数の減少に伴って月後半から徐々に回復傾向を示した。一方、消費増税前の駆け込み需要があった前々年(2019年)比では、入店客数42.0%減、売上高34.6%減となった。
- 商品別では、主要5品目の内、身のまわり品、雑貨、食料品が2か月ぶりにプラスとなった。品目別の動向では、月前半の気温低下により、衣料品(0.8%減/2か月連続)で、コートやジャケットなど羽織ものに動きが見られたほか、身のまわり品(0.9%増)でもブーツが例年より早く動き始めた。また、三密回避で人気のゴルフ関連商材も好調だった。
- 雑貨(5.6%増/2か月ぶり)は、富裕層消費の増勢を背景に、高級時計や輸入特選ブランドのジュエリー等(美術・宝飾・貴金属：11.0%増)が好調で売上全体を牽引したほか、化粧品(4.7%増)では、スキンケアアイテムの買い替え需要が見られた。
- 食料品(8.1%増/2か月ぶり)は、シルバーウィークやお彼岸、敬老の日の需要が盛り上がりを見せ、菓子(13.6%増)が好調だったほか、惣菜(19.7%増)では高単価の弁当や惣菜がよく売れた。イエナカ需要でワインやウイスキー、日本酒など酒類も好調を維持している。受注がスタートしたおせちもECを中心に前年を上回る勢いで伸長している。
- 10月中間段階の商況は、緊急事態宣言が解除されたことから、8.2%増(10/17)で推移している。消費増税があった前々年比でも、増税による減収の反動要素はあるものの約5%増となり、回復の兆しを見せている。

【要因】

- 営業日数増減 30.0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)
 - ①増加した：2店、②変化なし：2店、③減少した：14店
- 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上(同上/有効回答数14店舗)
 - ①増加した：2店、②変化なし：8店、③減少した：4店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	93,695,820	100.0	0.7
紳士服・洋品	6,465,331	6.9	-3.1
婦人服・洋品	14,102,588	15.1	1.7
子供服・洋品	1,405,940	1.5	-12.4
その他衣料品	1,467,914	1.6	-1.4
衣 料 品	23,441,773	25.0	-0.8
身のまわり品	13,356,831	14.3	0.9
化粧品	9,252,035	9.9	4.7
美術・宝飾・貴金属	10,579,210	11.3	11.0
その他雑貨	3,586,627	3.8	-6.0
雑 貨	23,417,872	25.0	5.6
家 具	1,415,119	1.5	-5.2
家 電	861,417	0.9	-5.1
その他家庭用品	2,591,074	2.8	-19.1
家 庭 用 品	4,867,610	5.2	-13.2
生 鮮 食 品	3,445,829	3.7	-0.2
菓 子	5,886,437	6.3	13.6
惣 菜	6,247,024	6.7	19.7
その他食料品	8,518,386	9.1	1.0
食 料 品	24,097,676	25.7	8.1
食 堂 喫 茶	1,237,086	1.3	-24.4
サ ー ビ ス	1,432,861	1.5	-12.8
そ の 他	1,844,111	2.0	-34.4

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	1,244,041 千円	-6.3
従 業 員 数	15,522 人	-5.1
店 舗 面 積	803,395 m ²	-1.9

営 業 日 数	30.0 日	前 年	30.0 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2か月ぶりにプラスとなったが、衣料品が2か月連続、家庭用品が3か月連続のマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が8か月連続、菓子、惣菜が7か月連続のプラスとなったほか、婦人服・洋品、化粧品が2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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	0.7	—	2か月ぶりプラス
紳士服・洋品	－3.1	－0.2	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	1.7	0.2	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	－12.4	－0.2	2か月連続マイナス
その他衣料品	－1.4	－0.0	2か月連続マイナス
衣料品	－0.8	－0.2	2か月連続マイナス
身のまわり品	0.9	0.1	2か月ぶりプラス
化粧品	4.7	0.4	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	11.0	1.1	8か月連続プラス*
その他雑貨	－6.0	－0.2	2か月連続マイナス*
雑貨	5.6	1.3	2か月ぶりプラス
家具	－5.2	－0.1	3か月連続マイナス
家電	－5.1	－0.0	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	－19.1	－0.7	3か月連続マイナス
家庭用品	－13.2	－0.8	3か月連続マイナス
生鮮食品	－0.2	－0.0	4か月連続マイナス*
菓子	13.6	0.8	7か月連続プラス*
惣菜	19.7	1.1	7か月連続プラス*
その他食料品	1.0	0.1	7か月連続プラス*
食料品	8.1	2.0	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	－24.4	－0.4	2か月連続マイナス
サービス	－12.8	－0.2	4か月連続マイナス
その他	－34.4	－1.0	7か月連続マイナス
商品券	－6.3	－0.1	4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>