

14時30分解禁

令和3年11月 全国百貨店売上高概況

令和3年12月23日

I. 概況

1. 売上高総額	4,497億円余
2. 前年同月比(増減率)	8.1%(店舗数調整後/2か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	73社 189店 (令和3年10月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,927,526㎡ (前年同月比:-2.4%)
5. 総従業員数	57,735人 (前年同月比:-3.9%)
6. 3か月移動平均値	4-6月 44.9%、5-7月 11.7%、6-8月 -2.5%、 (店舗数調整後) 7-9月 -3.4%、8-10月 -3.9%、9-11月 2.7%

[参考] 令和2年11月の売上高増減率は-14.3%(店舗数調整後)

【特徴】

11月の売上高は8.1%増(2か月連続)、入店客数は7.0%増(4か月ぶり)と、共に前年実績を超えた。新型コロナウイルス感染者数の減少傾向が続いたことで、主要顧客層の外出機会と購買意欲が高まり、各社の催事企画や外商顧客・カード会員向け施策等の効果とも相俟って、売上と集客に寄与した。高伸が続く高額品と気温低下で重衣料が好調な衣料品が牽引した。前々年との比較では、売上高7.4%減、入店客数21.9%減と、未だコロナ前の水準には及ばないが、インバウンドを除外すれば着実に回復傾向を示している。

顧客別では、国内市場(2か月連続/シェア99.2%/前々年比2.8%減)は、前月より5.4ポイント改善し8.0%増と盛り上がりを見せている。インバウンドは24.7%増(3か月連続/シェア0.8%)だが、前々年比では86.7%減と、依然として厳しい状況で推移している。

地区別では、全地区で前年をクリアした大都市(10都市/2か月連続/前々年比7.3%減)が10.2%増と伸長した。地方(10都市以外の地区/6か月ぶり/前々年比7.6%減)は5地区で前年を超え2.7%増とプラスに転じたが、都市と地方の差は、前月よりさらに2.8ポイント拡大した。

商品別では、主要5品目全て前年実績を上回った。衣料品は、気温低下などの天候与件から、コート、ジャケット、セーターの他、マフラーやストールなどの防寒アイテムも動き、二桁増となった。高級時計や宝飾品、ラグジュアリーブランドなど付加価値の高い高額品は増勢が続いている。食料品では、自家・進物需要ともに好調だった和洋菓子が伸長した他、おせちやクリスマスケーキの予約は、ECを中心に昨年を上回る勢いで推移している。

年末商戦本番を迎えた各社では、引き続き感染防止対策に注力しつつも、業績回復に一段と弾みを付けるべく、消費者ニーズに即した様々な施策を積極的に展開している。

【要因】

- (1) 天候：気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇北日本では寒気の影響が弱く、低気圧の前面で南から暖かい空気が流れ込みやすかったため、気温がかなり高く、降水量は、北日本、東日本日本海側と西日本太平洋側が多かった。日照時間は、東日本でかなり多かった。
- (2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 ±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 10日(〃 -1日/日曜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111店舗)
①増加した：67店、②変化なし：21店、③減少した：23店
- (5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数83店舗)
①増加した：14店、②変化なし：55店、③減少した：14店

全国百貨店 売上高速報 2021年11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	449,723,713	100.0	8.1 (7.6)
10都市	325,026,650	72.3	10.2
札幌	11,339,119	2.5	29.5
仙台	6,623,123	1.5	4.4
東京	128,540,882	28.6	10.0
横浜	29,718,170	6.6	7.1
名古屋	29,927,457	6.7	12.1
京都	19,121,432	4.3	10.6
大阪	62,447,881	13.9	11.5
神戸	10,632,307	2.4	11.4
広島	9,278,751	2.1	0.1
福岡	17,397,528	3.9	7.3
10都市以外の地区	124,697,063	27.7	2.7 (1.3)
北海道	912,659	0.2	-2.1
東北	5,358,952	1.2	-0.6
関東	56,091,060	12.5	2.9 (0.6)
中部	8,582,227	1.9	2.7 (-2.2)
近畿	16,637,651	3.7	0.2
中国	9,942,923	2.2	-1.1
四国	6,254,045	1.4	8.6
九州	20,917,546	4.7	5.8

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	449,723,713	100.0	8.1 (7.6)
紳士服・洋品	27,980,037	6.2	8.5 (8.3)
婦人服・洋品	80,388,791	17.9	13.1 (12.3)
子供服・洋品	6,763,745	1.5	0.6 (0.2)
その他衣料品	8,012,711	1.8	1.2 (1.0)
衣 料 品	123,145,284	27.4	10.4 (9.9)
身のまわり品	59,850,213	13.3	16.1 (15.9)
化粧品	32,754,359	7.3	0.6 (0.4)
美術・宝飾・貴金属	36,887,921	8.2	19.4 (19.0)
その他雑貨	13,102,643	2.9	-5.0 (-5.8)
雑 貨	82,744,923	18.4	7.1 (6.8)
家 具	4,522,648	1.0	1.1 (0.7)
家 電	2,093,046	0.5	-6.2 (-6.2)
その他家庭用品	11,512,862	2.6	6.7 (6.3)
家 庭 用 品	18,128,556	4.0	3.6 (3.3)
生 鮮 食 品	26,217,563	5.8	-2.0 (-2.6)
菓 子	39,167,758	8.7	15.8 (15.3)
惣 菜	29,854,295	6.6	6.1 (5.7)
その他食料品	47,094,446	10.5	1.4 (1.0)
食 料 品	142,334,062	31.6	5.3 (4.8)
食 堂 喫 茶	9,208,049	2.0	14.2 (13.4)
サ ー ビ ス	3,915,974	0.9	-6.3 (-6.8)
そ の 他	10,396,652	2.3	-5.1 (-5.2)
商 品 券	12,941,041	2.9	-0.9 (-1.3)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 10.2% (2か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 2.7% (店舗数調整後／6か月ぶりプラス) |

【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	10.2	7.3	2か月連続プラス
札幌	29.5	0.6	2か月連続プラス
仙台	4.4	0.1	2か月連続プラス
東京	10.0	2.8	3か月連続プラス
横浜	7.1	0.5	2か月連続プラス
名古屋	12.1	0.8	2か月連続プラス
京都	10.6	0.4	2か月連続プラス
大阪	11.5	1.5	2か月連続プラス
神戸	11.4	0.3	2か月連続プラス
広島	0.1	0.0	6か月ぶりプラス
福岡	7.3	0.3	2か月連続プラス
10都市以外の地区	2.7	0.8	6か月ぶりプラス
北海道	-2.1	-0.0	2か月ぶりマイナス*
東北	-0.6	-0.0	6か月連続マイナス*
関東	2.9	0.4	6か月ぶりプラス
中部	2.7	0.1	2か月ぶりプラス
近畿	0.2	0.0	4か月ぶりプラス
中国	-1.1	-0.0	2か月ぶりマイナス*
四国	8.6	0.1	2か月連続プラス
九州	5.8	0.3	6か月ぶりプラス*

(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、全ての品目でプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品、子供服・洋品が6か月ぶりにプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が10か月連続でプラスとなった。

【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	8.1	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	8.5	0.5	6か月ぶりプラス
婦人服・洋品	13.1	2.2	2か月連続プラス
子供服・洋品	0.6	0.0	6か月ぶりプラス
その他衣料品	1.2	0.0	4か月ぶりプラス
衣料品	10.4	2.8	2か月連続プラス
身のまわり品	16.1	2.0	2か月連続プラス
化粧品	0.6	0.0	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	19.4	1.4	10か月連続プラス*
その他雑貨	-5.0	-0.2	6か月連続マイナス*
雑貨	7.1	1.3	2か月連続プラス
家具	1.1	0.0	2か月連続プラス
家電	-6.2	-0.0	5か月連続マイナス
その他家庭用品	6.7	0.2	6か月ぶりプラス
家庭用品	3.6	0.2	6か月ぶりプラス
生鮮食品	-2.0	-0.1	6か月連続マイナス*
菓子	15.8	1.3	3か月連続プラス*
惣菜	6.1	0.4	3か月連続プラス*
その他食料品	1.4	0.2	2か月連続プラス*
食料品	5.3	1.7	2か月連続プラス
食堂喫茶	14.2	0.3	2か月連続プラス
サービス	-6.3	-0.1	5か月連続マイナス
その他	-5.1	-0.1	7か月連続マイナス
商品券	-0.9	-0.0	6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11月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年12月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 285億円余
2. 前年同月比（増減率）	10.0%（3か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭8.3%（90.2%）：非店頭28.1%（9.8%） （ ）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10月対比±0店）
5. 総店舗面積	803,330㎡（前年同月比：－2.0%）
6. 総従業員数	15,433人（前年同月比：－5.6%）
7. 3か月移動平均値	4-6月 51.3%、5-7月 16.3%、6-8月 1.5%、 7-9月 0.4%、8-10月 －0.7%、9-11月 5.6%

[参考] 令和2年11月の売上高増減率は－17.8%

【特徴】

- 11月の東京地区は、新型コロナ新規感染者数の低位安定で、外出機会が増加したことに加え、オケージョンニーズの復調も寄与し、売上高(10.0%増/3か月連続)、入店客数(13.1%増/2か月連続)共に2桁増と前年実績を上回った。一方、前々年(2019年)比では、売上高9.7%減、入店客数26.8%減とコロナ禍前の水準には届いていない。
- 商品別では、先月に続き主要5品目全てがプラスとなった。品目別の動向では、外出機会の増加に伴い、衣料品(12.4%増/2か月連続)、身のまわり品(16.4%増/3か月連続)、雑貨(14.8%増/3か月連続)等ファッション商材全般で動きが見られた。衣料品ではビジネスやフォーマルの買替え需要の他、気温低下でコート等重衣料や防寒アイテムも好調に推移した。
- 身のまわり品は、増勢が続くラグジュアリーブランドに加え、出勤や旅行など人の移動が活発化したことで、ブーツやパンプス、ビジネスシューズが好調だった。ブライダルやクリスマス需要を捉えたアクセサリも堅調に推移した。昨年コロナ禍で売上を伸ばした家庭用品(3.3%増/2か月連続)は、巣ごもり需要が一段落したが、冬支度や迎春準備でキッチン用品や特選食器などが動いた。
- 食料品(5.8%増/3か月連続)は、手土産需要が回復し、菓子(18.8%増)は和洋菓子共に一段と伸びを見せた。おせちやクリスマスケーキの予約はECを中心に、前年を上回る勢いで推移している。歳暮はECが伸長しているが、店頭のギフトセンターとの合算では、ほぼ前年並みに推移している。
- 12月中間段階の商況は、12.8%増(12/15)と更に回復してきている。前々年比では約8%減だが、インバウンドを除く売上ではコロナ前を上回る店舗も出てきた。

【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（回答店舗数で見る傾向値／前年同月比／有効回答数18店舗）
①増加した：12店、②変化なし：4店、③減少した：2店
- 11月歳時記（歳暮、七五三）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：11店、③減少した：1店

東京地区百貨店 売上高速報 2021年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	128,540,882	100.0	10.0
紳士服・洋品	9,737,760	7.6	9.9
婦人服・洋品	19,254,576	15.0	17.0
子供服・洋品	1,676,585	1.3	0.4
その他衣料品	1,881,651	1.5	-5.1
衣 料 品	32,550,572	25.3	12.4
身のまわり品	17,140,236	13.3	16.4
化粧品	9,946,921	7.7	4.5
美術・宝飾・貴金属	12,433,764	9.7	32.8
その他雑貨	4,479,064	3.5	-0.7
雑 貨	26,859,749	20.9	14.8
家 具	1,324,904	1.0	-10.3
家 電	1,717,208	1.3	-6.9
その他家庭用品	3,331,095	2.6	17.0
家 庭 用 品	6,373,207	5.0	3.3
生 鮮 食 品	5,422,285	4.2	-2.2
菓 子	10,860,915	8.4	18.8
惣 菜	8,052,607	6.3	8.8
その他食料品	14,487,008	11.3	-0.8
食 料 品	38,822,815	30.2	5.8
食 堂 喫 茶	2,012,433	1.6	17.9
サ ー ビ ス	1,836,664	1.4	-4.8
そ の 他	2,945,206	2.3	-11.3

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	3,249,939 千円	1.0
従 業 員 数	15,433 人	-5.6
店 舗 面 積	803,330 m ²	-2.0

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、全ての品目でプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が4か月ぶりにプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が10か月連続、菓子、惣菜が9か月連続でプラスとなった。

【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	10.0	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	9.9	0.7	4か月ぶりプラス
婦人服・洋品	17.0	2.4	3か月連続プラス
子供服・洋品	0.4	0.0	4か月ぶりプラス
その他衣料品	-5.1	-0.1	4か月連続マイナス
衣料品	12.4	3.1	2か月連続プラス
身のまわり品	16.4	2.1	3か月連続プラス
化粧品	4.5	0.4	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	32.8	2.6	10か月連続プラス*
その他雑貨	-0.7	-0.0	4か月連続マイナス*
雑貨	14.8	3.0	3か月連続プラス
家具	-10.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	-6.9	-0.1	3か月連続マイナス
その他家庭用品	17.0	0.4	2か月連続プラス
家庭用品	3.3	0.2	2か月連続プラス
生鮮食品	-2.2	-0.1	6か月連続マイナス*
菓子	18.8	1.5	9か月連続プラス*
惣菜	8.8	0.6	9か月連続プラス*
その他食料品	-0.8	-0.1	9か月ぶりマイナス*
食料品	5.8	1.8	3か月連続プラス
食堂喫茶	17.9	0.3	2か月連続プラス
サービス	-4.8	-0.1	6か月連続マイナス
その他	-11.3	-0.3	9か月連続マイナス
商品券	1.0	0.0	6か月ぶりプラス

(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>