

# 令和2年12月 全国百貨店売上高概況

令和3年1月22日

## I. 概況

1. 売上高総額	5,464億円余
2. 前年同月比	-13.7% (店舗数調整後/15か月連続マイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 196店 (令和2年11月対比±0店)
4. 総店舗面積	5,047,831㎡ (前年同月比:-4.1%)
5. 総従業員数	59,816人 (前年同月比:-6.4%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	5-7月 -34.1%、6-8月 -20.4%、7-9月 -25.6%、 8-10月 -20.5%、9-11月 -17.8%、10-12月 -10.8%

[参考] 令和元年12月の売上高増減率は-5.0% (店舗数調整後)

### 【特徴】

12月の売上高は13.7%減と、前月より0.6ポイント改善したものの、15か月連続のマイナスとなった。月前半から、歳暮やクリスマスケーキ、おせちの受注を中心に賑わいを見せた他、富裕層を中心とした高額品(美・宝・貴/1.9%増/3か月連続)の需要も底堅く推移したが、中旬以降の、新型コロナ感染再拡大による自粛気運の影響をカバーするには至らなかった。

顧客別では、国内市場は10.0%減(2か月連続/シェア99.4%)、入国規制が続くインバウンドは88.6%減(34.4億円/11か月連続/シェア0.6%)と依然低水準で推移している。

地区別では、インバウンド比率の低い地方(10都市以外の地区/8.3%減/2か月連続)は、前月より1.9ポイント改善し、大都市(10都市/15.8%減/15か月連続)との差は7.5ポイントと広がった。

商品別では、年末年始の帰省自粛などから、家での時間を充実させる「イエナカ消費」「巣ごもり需要」の傾向はより顕著で、調理家電やリビング関連、寝具類が好調であった。年末商戦では、クリスマスケーキ、おせちが活況で、特におせちは会期終了前に完売するケースも見られた。コロナ禍にあってEC売上は急伸しており、着実にシェアを伸ばしている。

令和2年年間売上高は、既存店ベース(店舗数調整後)で25.7%減(3年連続/4兆2,204億円)、インバウンドは、80.2%減(686億円)と4年ぶりに前年実績を下回った。

現在の緊急事態宣言下において、各社では、安心・安全な売場環境の整備に一層注力するとともに、デジタル活用による顧客接点の開拓など、新たなマーケティング施策を積極推進している。

### 【要因】

- (1) 天候 : 気象庁発表「12月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)  
◇中旬と下旬後半に強い寒気が流れ込んだため、北・西日本で月平均気温が低く、北陸地方を中心に記録的な大雪となった所があった。降水量は北日本太平洋側ではかなり少なく、東・西日本太平洋側では少なかった。
- (2) 営業日数増減 31.0日(前年同月比 ±0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 8日( " -1日/日曜1日減)
- (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112店舗)  
①増加した:1店、②変化なし:6店、③減少した:105店
- (5) 12月歳時記(年末商戦(歳暮、クリスマス、年末年始商材))の売上(同上/有効回答数84店舗)  
①増加した:3店、②変化なし:12店、③減少した:69店

# 全国百貨店 売上高速報 2020年12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 (%) ※
<b>全 国</b>	<b>546,472,713</b>	<b>100.0</b>	<b>-13.7 ( -14.7)</b>
<b>10都市</b>	<b>385,918,862</b>	<b>70.6</b>	<b>-15.8 ( -16.0)</b>
札幌	13,349,937	2.4	-26.2
仙台	8,049,947	1.5	-5.8
東京	147,289,966	27.0	-15.9
横浜	35,596,374	6.5	-11.1
名古屋	35,719,485	6.5	-11.4
京都	22,324,436	4.1	-16.0
大阪	77,176,776	14.1	-19.7
神戸	14,062,975	2.6	-7.1 ( -13.9)
広島	11,254,110	2.1	-20.8
福岡	21,094,856	3.9	-12.1
<b>10都市以外の地区</b>	<b>160,553,851</b>	<b>29.4</b>	<b>-8.3 ( -11.3)</b>
北海道	1,364,589	0.2	-9.2
東北	6,675,464	1.2	-7.1 ( -16.8)
関東	70,930,616	13.0	-7.8 ( -9.4)
中部	12,323,899	2.3	-8.4 ( -17.4)
近畿	22,870,553	4.2	-7.6 ( -11.4)
中国	12,112,488	2.2	-9.9
四国	8,059,893	1.5	-9.9 ( -21.2)
九州	26,216,349	4.8	-9.1

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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>546,472,713</b>	<b>100.0</b>	<b>-13.7 ( -14.7)</b>
紳士服・洋品	30,275,763	5.5	-22.6 ( -23.4)
婦人服・洋品	79,320,727	14.5	-20.0 ( -20.9)
子供服・洋品	7,951,147	1.5	-18.0 ( -19.2)
その他衣料品	9,134,254	1.7	-5.7 ( -7.1)
<b>衣 料 品</b>	<b>126,681,891</b>	<b>23.2</b>	<b>-19.6 ( -20.6)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>69,902,616</b>	<b>12.8</b>	<b>-13.1 ( -14.0)</b>
化粧品	38,144,780	7.0	-26.7 ( -27.4)
美術・宝飾・貴金属	39,943,367	7.3	1.9 ( 1.0)
その他雑貨	17,354,049	3.2	-12.0 ( -13.1)
<b>雑 貨</b>	<b>95,442,196</b>	<b>17.5</b>	<b>-14.0 ( -14.8)</b>
家 具	4,782,726	0.9	-14.2 ( -15.1)
家 電	1,346,817	0.2	46.7 ( 46.4)
その他家庭用品	14,562,537	2.7	-7.1 ( -8.3)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>20,692,080</b>	<b>3.8</b>	<b>-6.6 ( -7.7)</b>
生 鮮 食 品	41,318,088	7.6	-6.6 ( -7.7)
菓 子	56,679,812	10.4	-13.5 ( -14.7)
惣 菜	48,328,428	8.8	-7.0 ( -8.0)
その他食料品	62,252,048	11.4	-6.9 ( -8.1)
<b>食 料 品</b>	<b>208,578,376</b>	<b>38.2</b>	<b>-8.8 ( -9.9)</b>
食 堂 喫 茶	8,312,339	1.5	-36.9 ( -37.4)
サ ー ビ ス	4,067,349	0.7	-21.0 ( -21.9)
<b>そ の 他</b>	<b>12,795,866</b>	<b>2.3</b>	<b>-15.3 ( -15.7)</b>
<b>商 品 券</b>	<b>17,826,525</b>	<b>3.3</b>	<b>-13.7 ( -14.8)</b>

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      | -15.8% | (店舗数調整後/15か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -8.3%  | (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	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>-15.8</b>	<b>-11.4</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
札幌	-26.2	-0.7	11か月連続マイナス
仙台	-5.8	-0.1	2か月連続マイナス
東京	-15.9	-4.4	15か月連続マイナス
横浜	-11.1	-0.7	2か月連続マイナス
名古屋	-11.4	-0.7	2か月連続マイナス
京都	-16.0	-0.7	15か月連続マイナス
大阪	-19.7	-3.0	15か月連続マイナス
神戸	-7.1	-0.2	2か月連続マイナス
広島	-20.8	-0.5	11か月連続マイナス
福岡	-12.1	-0.5	15か月連続マイナス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-8.3</b>	<b>-2.3</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
北海道	-9.2	-0.0	11か月連続マイナス*
東北	-7.1	-0.1	11か月連続マイナス*
関東	-7.8	-0.9	2か月連続マイナス
中部	-8.4	-0.2	2か月連続マイナス
近畿	-7.6	-0.3	2か月連続マイナス
中国	-9.9	-0.2	2か月連続マイナス*
四国	-9.9	-0.1	15か月連続マイナス
九州	-9.1	-0.4	15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、食料品が15か月連続、身のまわり品、雑貨、家庭用品が2か月連続と全品目がマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が3か月連続、家電が2か月ぶりのプラスとなった。

#### 【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	寄与度	トレンド
<b>総額</b>	<b>-13.7</b>	<b>—</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-22.6	-1.4	15か月連続マイナス
婦人服・洋品	-20.0	-3.1	15か月連続マイナス
子供服・洋品	-18.0	-0.3	2か月連続マイナス
その他衣料品	-5.7	-0.1	2か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-19.6</b>	<b>-4.9</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-13.1</b>	<b>-1.7</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
化粧品	-26.7	-2.2	11か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	1.9	0.1	3か月連続プラス*
その他雑貨	-12.0	-0.4	2か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>-14.0</b>	<b>-2.5</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
家具	-14.2	-0.1	2か月連続マイナス
家電	46.7	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-7.1	-0.2	2か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-6.6</b>	<b>-0.2</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-6.6	-0.5	26か月連続マイナス*
菓子	-13.5	-1.4	11か月連続マイナス*
惣菜	-7.0	-0.6	15か月連続マイナス*
その他食料品	-6.9	-0.7	15か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-8.8</b>	<b>-3.2</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-36.9</b>	<b>-0.8</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-21.0</b>	<b>-0.2</b>	<b>10か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-15.3</b>	<b>-0.4</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>-13.7</b>	<b>-0.4</b>	<b>118か月連続マイナス</b>

(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。

# 全国百貨店 売上高速報 2020年1月～2020年12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 (%) ※
<b>全国</b>	<b>4,220,425,225</b>	<b>100.0</b>	<b>-25.7 ( -26.7)</b>
<b>10都市</b>	<b>2,948,249,748</b>	<b>69.9</b>	<b>-28.1 ( -28.2)</b>
札幌	106,059,064	2.5	-33.0
仙台	63,780,646	1.5	-16.0
東京	1,130,748,819	26.8	-29.1 ( -29.2)
横浜	272,491,396	6.5	-22.7
名古屋	273,296,222	6.5	-25.6
京都	171,242,226	4.1	-28.1
大阪	580,532,316	13.8	-31.6
神戸	105,245,289	2.5	-19.6 ( -24.7)
広島	91,485,464	2.2	-23.8
福岡	153,368,306	3.6	-27.0
<b>10都市以外の地区</b>	<b>1,272,175,477</b>	<b>30.1</b>	<b>-19.4 ( -22.7)</b>
北海道	10,592,173	0.3	-19.4 ( -23.9)
東北	59,589,890	1.4	-14.0 ( -25.6)
関東	552,579,527	13.1	-19.4 ( -23.6)
中部	98,852,926	2.3	-19.4 ( -24.6)
近畿	185,997,733	4.4	-16.2 ( -17.0)
中国	98,504,713	2.3	-19.8
四国	69,419,851	1.6	-21.7 ( -25.4)
九州	196,638,664	4.7	-22.8 ( -23.9)

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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>4,220,425,225</b>	<b>100.0</b>	<b>-25.7 ( -26.7)</b>
紳士服・洋品	248,038,753	5.9	-31.0 ( -31.9)
婦人服・洋品	719,257,852	17.0	-32.2 ( -33.3)
子供服・洋品	92,328,824	2.2	-25.8 ( -27.4)
その他衣料品	81,374,372	1.9	-26.2 ( -27.9)
<b>衣 料 品</b>	<b>1,140,999,801</b>	<b>27.0</b>	<b>-31.1 ( -32.2)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>550,466,686</b>	<b>13.0</b>	<b>-27.1 ( -28.3)</b>
化粧品	345,334,719	8.2	-39.1 ( -39.6)
美術・宝飾・貴金属	294,854,581	7.0	-22.8 ( -23.6)
その他雑貨	145,615,854	3.5	-23.3 ( -26.1)
<b>雑 貨</b>	<b>785,805,154</b>	<b>18.6</b>	<b>-31.0 ( -31.9)</b>
家 具	46,490,607	1.1	-24.3 ( -25.5)
家 電	13,938,677	0.3	-8.1 ( -8.3)
その他家庭用品	117,578,389	2.8	-21.0 ( -22.7)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>178,007,673</b>	<b>4.2</b>	<b>-21.0 ( -22.5)</b>
生 鮮 食 品	264,366,880	6.3	-9.3 ( -11.0)
菓 子	360,164,160	8.5	-20.4 ( -21.1)
惣 菜	292,108,939	6.9	-17.2 ( -17.9)
その他食料品	402,705,224	9.5	-14.7 ( -16.4)
<b>食 料 品</b>	<b>1,319,345,203</b>	<b>31.3</b>	<b>-15.9 ( -17.1)</b>
食 堂 喫 茶	83,824,946	2.0	-41.5 ( -43.0)
サ ー ビ ス	41,487,516	1.0	-28.2 ( -29.6)
そ の 他	120,488,246	2.9	-8.0 ( -1.6)
<b>商 品 券</b>	<b>103,309,007</b>	<b>2.4</b>	<b>-20.4 ( -20.7)</b>

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。

お問い合わせは、日本百貨店協会 森・橋・長柴 まで  
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>