

# 令和3年3月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年4月23日

## I. 概況

1. 売上高総額	1, 101億円余
2. 前年同月比	18.5% (18か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭20.6%(89.5%) : 非店頭3.5%(10.5%) ( )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2月対比-1店)
5. 総店舗面積	801,674㎡ (前年同月比:-4.5%)
6. 総従業員数	15,888人 (前年同月比:-4.7%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	8-10月 -24.3%、9-11月 -20.5%、10-12月 -13.7%、 11-1月 -21.7%、12-2月 -21.0%、1-3月 -12.4%

[参考] 令和2年3月の売上高増減率は-34.6% (店舗数調整後)

### 【特徴】

- (1) 3月の東京地区は、前年のコロナ影響による臨時休業や時短営業の反動から、売上高は18.5%増(18か月ぶり)と前年実績を上回り、入店客数(4.1%減/18か月連続)も前月より回復した。一方、コロナの影響を受けない前々年(2019年)対比では、売上高(22.4%減)、入店客数(41.7%減)ともに苦戦が続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目全てプラスに転じた。衣料品(18.9%増/18か月ぶり)は新生活需要や、昨年購入機会がなかったビジネス関連のスーツやシャツなどに動きが見られた。また、家庭用品(28.9%増/5か月ぶり)はイエナカ需要が引き続き牽引し、食器や調理用品、高級家具等が堅調に推移した。
- (3) 細分類では、美術・宝飾・貴金属(54.9%増/2か月連続)が富裕層消費に支えられ、ラグジュアリーブランドのバッグや財布、高級時計等が伸長した。前々年比でも8.0%増と復調傾向が見受けられた。また、食料品では、高額弁当をはじめとした惣菜(16.2%増/14か月ぶり)が好調だったが、生鮮食品(6.5%減/30か月連続)は、入店客数に連動する部分が大きく前年実績を下回った。
- (4) 歳時記のホワイトデーは義理需要が伸びずバレンタインデーほどの盛り上がりはなかった。一方、昨年実施できなかった物産展や食品催事では、感染対策を徹底し出店数を抑えて開催したため、例年に比べ入店客数は減少したが、各社工夫を凝らし健闘した。
- (5) 4月中間段階の商況は、前年臨時休業を実施していた反動で、270.4%増(4/18)で推移しているが、前々年比では26%減と依然厳しい状況が続いている。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0日 (前年同月比 -0.8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: 7店、②変化なし: 2店、③減少した: 8店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数14店舗)  
①増加した: 4店、②変化なし: 6店、③減少した: 4店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2021年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>110,127,852</b>	<b>100.0</b>	<b>18.5</b>
紳士服・洋品	7,928,256	7.2	18.1
婦人服・洋品	17,134,985	15.6	26.7
子供服・洋品	4,680,527	4.3	0.1
その他衣料品	1,584,687	1.4	9.6
<b>衣 料 品</b>	<b>31,328,455</b>	<b>28.4</b>	<b>18.9</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>16,001,768</b>	<b>14.5</b>	<b>35.2</b>
化粧品	10,822,930	9.8	8.6
美術・宝飾・貴金属	9,727,149	8.8	54.9
その他雑貨	4,238,118	3.8	16.3
<b>雑 貨</b>	<b>24,788,197</b>	<b>22.5</b>	<b>24.7</b>
家 具	1,519,021	1.4	6.2
家 電	870,341	0.8	44.8
その他家庭用品	3,318,412	3.0	38.5
<b>家 庭 用 品</b>	<b>5,707,774</b>	<b>5.2</b>	<b>28.9</b>
生 鮮 食 品	3,379,829	3.1	-6.5
菓 子	8,670,578	7.9	10.2
惣 菜	5,419,114	4.9	16.2
その他食料品	8,304,319	7.5	7.4
<b>食 料 品</b>	<b>25,773,840</b>	<b>23.4</b>	<b>7.9</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>1,649,714</b>	<b>1.5</b>	<b>19.7</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>2,221,188</b>	<b>2.0</b>	<b>39.0</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,656,916</b>	<b>2.4</b>	<b>-25.2</b>

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	2,094,372 千円	6.8
従 業 員 数	15,888 人	-4.7
店 舗 面 積	801,674 m <sup>2</sup>	-4.5

営 業 日 数	31.0 日	前年	30.2 日
---------	--------	----	--------

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が18か月ぶり、身のまわり品、食料品が14か月ぶり、雑貨、家庭用品が5か月ぶりに全品目がプラスとなった。その他の品目は、家電が4か月連続、美術・宝飾・貴金属が2か月連続のプラスとなった。

### 【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>18.5</b>	<b>—</b>	<b>18か月ぶりプラス</b>
紳士服・洋品	18.1	1.3	18か月ぶりプラス
婦人服・洋品	26.7	3.9	18か月ぶりプラス
子供服・洋品	0.1	0.0	5か月ぶりプラス
その他衣料品	9.6	0.1	5か月ぶりプラス
<b>衣料品</b>	<b>18.9</b>	<b>5.3</b>	<b>18か月ぶりプラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>35.2</b>	<b>4.5</b>	<b>14か月ぶりプラス</b>
化粧品	8.6	0.9	18か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	54.9	3.7	2か月連続プラス*
その他雑貨	16.3	0.6	5か月ぶりプラス*
<b>雑貨</b>	<b>24.7</b>	<b>5.3</b>	<b>5か月ぶりプラス</b>
家具	6.2	0.1	5か月ぶりプラス
家電	44.8	0.3	4か月連続プラス
その他家庭用品	38.5	1.0	5か月ぶりプラス
<b>家庭用品</b>	<b>28.9</b>	<b>1.4</b>	<b>5か月ぶりプラス</b>
生鮮食品	-6.5	-0.3	30か月連続マイナス*
菓子	10.2	0.9	14か月ぶりプラス*
惣菜	16.2	0.8	14か月ぶりプラス*
その他食料品	7.4	0.6	13か月ぶりプラス*
<b>食料品</b>	<b>7.9</b>	<b>2.0</b>	<b>14か月ぶりプラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>19.7</b>	<b>0.3</b>	<b>18か月ぶりプラス</b>
<b>サービス</b>	<b>39.0</b>	<b>0.7</b>	<b>18か月ぶりプラス</b>
<b>その他</b>	<b>-25.2</b>	<b>-1.0</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>6.8</b>	<b>0.1</b>	<b>9か月ぶりプラス</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

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>