

# 令和3年4月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年5月24日

## I. 概況

1. 売上高総額	861億円余
2. 前年同月比	186.2% (2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭335.0%(89.4%) : 非店頭-26.4%(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3月対比±0店)
5. 総店舗面積	801,738㎡ (前年同月比:-2.9%)
6. 総従業員数	16,052人 (前年同月比:-3.0%)
7. 3か月移動平均値	9-11月 -20.5%、10-12月 -13.7%、11-1月 -21.7%、 (店舗数調整後) 12-2月 -21.0%、1-3月 -12.4%、2-4月 26.5%

【参考】 令和2年4月の売上高増減率は-76.1% (店舗数調整後)

### 【特徴】

- (1) 4月の東京地区は、前年がコロナの影響による臨時休業や時短営業(前年平均営業日数15.7日)を実施した反動で、売上高(186.2%増/2か月連続)、入店客数(251.6%増/19か月ぶり)ともに前年実績を上回る結果となった。一方、反動要因を除く前々年(2019年)対比(実質伸長率)では、売上高(31.5%減)・入店客数(46.0%減)のいずれも、一段と厳しい状況が続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目全てが2か月連続プラスだが、前々年比では大幅減であった。衣料品(379.6%増/2か月連続)はビジネス関連の苦戦が継続しているものの、気温上昇に伴い軽衣料のカットソーや軽量アウターなどに動きが見られた。また、身のまわり品(223.5%増/2か月連続)は、ラグジュアリーブランドが好調で業績を下支えしたが、基調的には、外出やイベント機会の減少から、靴やバッグなどの需要は低下している。
- (3) 細分類では、美術・宝飾・貴金属(587.5%増/3か月連続)が引き続き好調で高額時計や宝飾品、美術品が伸長した。また、家庭用品(40.8%増/2か月連続)は、イェナカ需要に加えてギフト需要も後押しし、特選洋食器や調理家電、インテリア用品が好調に推移した。
- (4) 母の日商戦は、中旬まではストール、日傘などの婦人雑貨やルームフレグランスなどに動きが見られたが、まん延防止等重点措置適用(4/12~)、緊急事態宣言発出(4/25~)の影響を強く受け、ピークとなる実需期には店頭での販売機会が失われた。一方、ECでの受注、自宅でのお祝いニーズによる弁当や惣菜、生洋菓子は堅調だった。
- (5) 5月中間段階の商況は、前年の臨時休業や限定営業の反動で、278.1%増(5/17)で推移しているが、前々年比では64%減と極めて厳しい状況が続いている。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 29.8日 (前年同月比 +14.1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: 13店、②変化なし: 0店、③減少した: 4店
- (3) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上 (同上/有効回答数11店舗)  
①増加した: 2店、②変化なし: 3店、③減少した: 6店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2021年4月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>86,182,921</b>	<b>100.0</b>	<b>186.2</b>
紳士服・洋品	6,291,905	7.3	324.0
婦人服・洋品	12,865,235	14.9	650.9
子供服・洋品	2,401,350	2.8	126.8
その他衣料品	1,274,778	1.5	152.7
<b>衣 料 品</b>	<b>22,833,268</b>	<b>26.5</b>	<b>379.6</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>12,569,416</b>	<b>14.6</b>	<b>223.5</b>
化粧品	7,783,572	9.0	275.9
美術・宝飾・貴金属	8,312,469	9.6	587.5
その他雑貨	3,574,087	4.1	171.5
<b>雑 貨</b>	<b>19,670,128</b>	<b>22.8</b>	<b>328.0</b>
家 具	1,092,720	1.3	-9.9
家 電	782,424	0.9	23.8
その他家庭用品	2,696,864	3.1	92.4
<b>家 庭 用 品</b>	<b>4,572,008</b>	<b>5.3</b>	<b>40.8</b>
生 鮮 食 品	3,233,441	3.8	39.0
菓 子	5,422,266	6.3	251.7
惣 菜	5,061,066	5.9	125.3
その他食料品	7,812,301	9.1	92.5
<b>食 料 品</b>	<b>21,529,074</b>	<b>25.0</b>	<b>111.6</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>1,235,897</b>	<b>1.4</b>	<b>977.9</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,710,252</b>	<b>2.0</b>	<b>157.5</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,062,878</b>	<b>2.4</b>	<b>-22.9</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	1,386,416 千円	259.1
従 業 員 数	16,052 人	-3.0
店 舗 面 積	801,738 m <sup>2</sup>	-2.9

営 業 日 数	29.8 日	前年	15.7 日
---------	--------	----	--------

## Ⅱ. 商品別の動き

衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品、食料品の主要5品目全てが2か月連続のプラスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が3か月連続、家電が5か月連続でプラスとなったほか、生鮮食品が31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	寄与度	トレンド
<b>総額</b>	<b>186.2</b>	<b>—</b>	<b>2か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	324.0	16.0	2か月連続プラス
婦人服・洋品	650.9	37.0	2か月連続プラス
子供服・洋品	126.8	4.5	2か月連続プラス
その他衣料品	152.7	2.6	2か月連続プラス
<b>衣料品</b>	<b>379.6</b>	<b>60.0</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>223.5</b>	<b>28.8</b>	<b>2か月連続プラス</b>
化粧品	275.9	19.0	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	587.5	23.6	3か月連続プラス*
その他雑貨	171.5	7.5	2か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>328.0</b>	<b>50.1</b>	<b>2か月連続プラス</b>
家具	-9.9	-0.4	2か月ぶりマイナス
家電	23.8	0.5	5か月連続プラス
その他家庭用品	92.4	4.3	2か月連続プラス
<b>家庭用品</b>	<b>40.8</b>	<b>4.4</b>	<b>2か月連続プラス</b>
生鮮食品	39.0	3.0	31か月ぶりプラス*
菓子	251.7	12.9	2か月連続プラス*
惣菜	125.3	9.3	2か月連続プラス*
その他食料品	92.5	12.5	2か月連続プラス*
<b>食料品</b>	<b>111.6</b>	<b>37.7</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>977.9</b>	<b>3.7</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>157.5</b>	<b>3.5</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>-22.9</b>	<b>-2.0</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>259.1</b>	<b>3.3</b>	<b>2か月連続プラス</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>