

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】

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 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。イェ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。
- (5) 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】

- (1) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 ±0.0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18店舗)
①増加した：2店、②変化なし：2店、③減少した：14店
- (3) 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>