

令和3年9月 全国百貨店売上高概況

令和3年10月25日

I. 概況

| | |
|-------------------------|---|
| 1. 売上高総額 | 3,188億円余 |
| 2. 前年同月比(増減率) | -4.3%(店舗数調整後/2か月連続マイナス) |
| 3. 調査対象百貨店 | 73社 190店(令和3年8月対比-1店) |
| 4. 総店舗面積 | 4,945,811m ² (前年同月比:-1.4%) |
| 5. 総従業員数 | 58,110人(前年同月比:-3.8%) |
| 6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後) | 2-4月 28.6%、3-5月 61.2%、4-6月 44.9%、 5-7月 11.7%、6-8月 -2.5%、7-9月 -3.4% |

【参考】令和2年9月の売上高増減率は-33.6%(店舗数調整後)

【特徴】

9月の売上高は4.3%減、入店客数は12.2%減と、ともに2か月連続のマイナスとなった。緊急事態宣言とまん延防止等重点措置による、主要顧客の外出自粛などが影響した。半面、感染者数が減少するに連れ、中旬以降、売上・集客ともに一部回復傾向も見られた。厳しい商況の中、巣ごもり需要と高額品は引き続き好調だった他、各社が実施した外商催事や組織顧客向け施策などが業績を下支えした。なお、消費増税前の駆け込み需要があった前々年比では、売上高36.4%減、入店客数38.6%減となった。

顧客別では、国内市場4.6%減(2か月連続/シェア99.1%/前々年比33.6%減)、インバウンドは42.4%増(2か月ぶり/シェア0.9%)だが、前々年比では88.1%減と厳しい状況に変化はない。

地区別では、大都市(10都市/2か月連続/前々年比37.7%減)が3.5%減、地方は6.2%減(10都市以外の地区/4か月連続/前々年比32.8%減)と、大都市と地方の差は、前月より4.3ポイント縮小した。東京(0.7%増)と中部(5.7%増)の2地区は前年をクリアした。

商品別では、食料品がほぼ前年並みとなった。物産展等食品催事の他、和洋菓子や弁当、惣菜、和洋酒が好調だった。生鮮食品は低温による葉物野菜の高騰などもあり苦戦した。また、富裕層を中心に、ラグジュアリーブランドや時計、宝飾品など高額品への強いニーズは継続しており、美術・宝飾・貴金属は8か月連続で前年実績を上回った。衣料品は、ビジネス関連は厳しいものの、一部秋物商材やコート、ジャケット、セーターなどが動いた。

各店では新型コロナ感染対策を徹底しつつ、顧客接点の拡大や様々な営業施策を積極的に進めている。これから年末商戦が本格化するが、特に受注がスタートしたおせちは、ECを中心に好調な滑り出しを見せている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇北日本日本海側では日照時間はかなり多く、降水量は少なかった。また、東日本太平洋側と西日本では、中旬の中頃にかけては前線や台風第14号の影響で曇りや雨の日が多かったため、日照時間は少なかった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 -0.2日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(" ±0日)

(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110店舗)

①増加した：13店、②変化なし：10店、③減少した：87店

(5) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した：13店、②変化なし：28店、③減少した：40店

全国百貨店 売上高速報 2021年9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 | 318,821,376 | 100.0 | -4.3 (-4.6) |
| 10都市 | 230,548,021 | 72.3 | -3.5 |
| 札幌 | 8,396,197 | 2.6 | -10.3 |
| 仙台 | 4,422,898 | 1.4 | -12.2 |
| 東京 | 93,695,820 | 29.4 | 0.7 |
| 横浜 | 21,247,014 | 6.7 | -2.8 |
| 名古屋 | 21,052,815 | 6.6 | -7.0 |
| 京都 | 13,100,930 | 4.1 | -8.0 |
| 大阪 | 42,941,562 | 13.5 | -5.9 |
| 神戸 | 8,064,309 | 2.5 | -1.9 |
| 広島 | 6,002,459 | 1.9 | -15.8 |
| 福岡 | 11,624,017 | 3.6 | -2.1 |
| 10都市以外の地区 | 88,273,355 | 27.7 | -6.2 (-7.1) |
| 北海道 | 738,886 | 0.2 | -7.9 |
| 東北 | 3,729,288 | 1.2 | -8.7 |
| 関東 | 39,697,934 | 12.5 | -6.8 (-8.8) |
| 中部 | 7,369,317 | 2.3 | 5.7 |
| 近畿 | 12,757,668 | 4.0 | -7.2 |
| 中国 | 6,702,690 | 2.1 | -11.5 |
| 四国 | 4,185,950 | 1.3 | -9.4 |
| 九州 | 13,091,622 | 4.1 | -4.5 |

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 | 318,821,376 | 100.0 | -4.3 (-4.6) |
| 紳士服・洋品 | 16,493,852 | 5.2 | -5.9 (-6.0) |
| 婦人服・洋品 | 56,823,454 | 17.8 | -4.1 (-4.5) |
| 子供服・洋品 | 5,399,055 | 1.7 | -15.7 (-15.8) |
| その他衣料品 | 6,124,618 | 1.9 | -7.4 (-7.5) |
| 衣 料 品 | 84,840,979 | 26.6 | -5.6 (-5.8) |
| 身のまわり品 | 45,393,408 | 14.2 | -3.0 (-3.1) |
| 化粧品 | 28,247,021 | 8.9 | -2.4 (-2.6) |
| 美術・宝飾・貴金属 | 30,585,244 | 9.6 | 1.0 (0.8) |
| その他雑貨 | 10,742,153 | 3.4 | -10.1 (-10.7) |
| 雑 貨 | 69,574,418 | 21.8 | -2.3 (-2.5) |
| 家具 | 3,978,762 | 1.2 | -6.5 (-6.9) |
| 家電 | 1,122,853 | 0.4 | -11.9 (-11.9) |
| その他家庭用品 | 8,732,332 | 2.7 | -15.1 (-15.3) |
| 家 庭 用 品 | 13,833,947 | 4.3 | -12.5 (-12.7) |
| 生鮮食品 | 17,431,209 | 5.5 | -4.5 (-4.9) |
| 菓子 | 22,106,021 | 6.9 | 0.9 (0.5) |
| 惣菜 | 22,789,560 | 7.1 | 3.5 (3.3) |
| その他食料品 | 25,633,680 | 8.0 | -3.9 (-4.3) |
| 食 料 品 | 87,960,470 | 27.6 | -1.0 (-1.4) |
| 食堂 喫茶 | 5,691,649 | 1.8 | -24.5 (-24.8) |
| サ ー ビ ス | 3,314,702 | 1.0 | -6.8 (-7.2) |
| そ の 他 | 8,211,803 | 2.6 | -14.3 (-14.3) |
| 商 品 券 | 5,080,876 | 1.6 | -7.6 (-7.9) |

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 | - 3.5% (店舗数調整後 / 2か月連続マイナス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | - 6.2% (店舗数調整後 / 4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 (増減率) | 寄与度 | トレンド |
|------------------|----------------|--------------|------------------|
| 10都市 | - 3.5 | - 2.5 | 2か月連続マイナス |
| 札幌 | - 10.3 | - 0.3 | 4か月連続マイナス |
| 仙台 | - 12.2 | - 0.2 | 2か月連続マイナス |
| 東京 | 0.7 | 0.2 | 2か月ぶりプラス |
| 横浜 | - 2.8 | - 0.2 | 4か月連続マイナス |
| 名古屋 | - 7.0 | - 0.5 | 3か月ぶりマイナス |
| 京都 | - 8.0 | - 0.3 | 2か月連続マイナス |
| 大阪 | - 5.9 | - 0.8 | 2か月連続マイナス |
| 神戸 | - 1.9 | - 0.0 | 2か月連続マイナス |
| 広島 | - 15.8 | - 0.3 | 4か月連続マイナス |
| 福岡 | - 2.1 | - 0.1 | 2か月連続マイナス |
| 10都市以外の地区 | - 6.2 | - 1.8 | 4か月連続マイナス |
| 北海道 | - 7.9 | - 0.0 | 4か月連続マイナス* |
| 東北 | - 8.7 | - 0.1 | 4か月連続マイナス* |
| 関東 | - 6.8 | - 0.9 | 4か月連続マイナス |
| 中部 | 5.7 | 0.1 | 2か月ぶりプラス |
| 近畿 | - 7.2 | - 0.3 | 2か月連続マイナス |
| 中国 | - 11.5 | - 0.3 | 4か月連続マイナス* |
| 四国 | - 9.4 | - 0.1 | 2か月連続マイナス |
| 九州 | - 4.5 | - 0.2 | 4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、身のまわり品、雑貨、食料品が2か月連続、家庭用品が4か月連続でマイナスとなり、全てマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が8か月連続でプラスとなったほか、菓子、惣菜が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 | -4.3 | - | 2か月連続マイナス |
| 紳士服・洋品 | -5.9 | -0.3 | 4か月連続マイナス |
| 婦人服・洋品 | -4.1 | -0.7 | 2か月連続マイナス |
| 子供服・洋品 | -15.7 | -0.3 | 4か月連続マイナス |
| その他衣料品 | -7.4 | -0.1 | 2か月連続マイナス |
| 衣料品 | -5.6 | -1.5 | 2か月連続マイナス |
| 身のまわり品 | -3.0 | -0.4 | 2か月連続マイナス |
| 化粧品 | -2.4 | -0.2 | 4か月連続マイナス* |
| 美術・宝飾・貴金属 | 1.0 | 0.1 | 8か月連続プラス* |
| その他雑貨 | -10.1 | -0.4 | 4か月連続マイナス* |
| 雑貨 | -2.3 | -0.5 | 2か月連続マイナス |
| 家具 | -6.5 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| 家電 | -11.9 | -0.0 | 3か月連続マイナス |
| その他家庭用品 | -15.1 | -0.5 | 4か月連続マイナス |
| 家庭用品 | -12.5 | -0.6 | 4か月連続マイナス |
| 生鮮食品 | -4.5 | -0.2 | 4か月連続マイナス* |
| 菓子 | 0.9 | 0.1 | 2か月ぶりプラス* |
| 惣菜 | 3.5 | 0.2 | 2か月ぶりプラス* |
| その他食料品 | -3.9 | -0.3 | 3か月連続マイナス* |
| 食料品 | -1.0 | -0.3 | 2か月連続マイナス |
| 食堂喫茶 | -24.5 | -0.6 | 2か月連続マイナス |
| サービス | -6.8 | -0.1 | 3か月連続マイナス |
| その他 | -14.3 | -0.4 | 5か月連続マイナス |
| 商品券 | -7.6 | -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>