

# 令和3年11月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年12月23日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,285億円余
2. 前年同月比(増減率)	10.0%(3か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭8.3%(90.2%)：非店頭28.1%(9.8%) ( )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10月対比±0店)
5. 総店舗面積	803,330㎡ (前年同月比：-2.0%)
6. 総従業員数	15,433人 (前年同月比：-5.6%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 51.3%、5-7月 16.3%、6-8月 1.5%、 7-9月 0.4%、8-10月 -0.7%、9-11月 5.6%

[参考] 令和2年11月の売上高増減率は-17.8%

### 【特徴】

- (1) 11月の東京地区は、新型コロナ新規感染者数の低位安定で、外出機会が増加したことに加え、オケーションニーズの復調も寄与し、売上高(10.0%増/3か月連続)、入店客数(13.1%増/2か月連続)共に2桁増と前年実績を上回った。一方、前々年(2019年)比では、売上高9.7%減、入店客数26.8%減とコロナ禍前の水準には届いていない。
- (2) 商品別では、先月に続き主要5品目全てがプラスとなった。品目別の動向では、外出機会の増加に伴い、衣料品(12.4%増/2か月連続)、身のまわり品(16.4%増/3か月連続)、雑貨(14.8%増/3か月連続)等ファッション商材全般で動きが見られた。衣料品ではビジネスやフォーマルの買替え需要の他、気温低下でコート等重衣料や防寒アイテムも好調に推移した。
- (3) 身のまわり品は、増勢が続くラグジュアリーブランドに加え、出勤や旅行など人の移動が活発化したことで、ブーツやパンプス、ビジネスシューズが好調だった。ブライダルやクリスマス需要を捉えたアクセサリも堅調に推移した。昨年コロナ禍で売上を伸ばした家庭用品(3.3%増/2か月連続)は、巣ごもり需要が一段落したが、冬支度や迎春準備でキッチン用品や特選食器などが動いた。
- (4) 食料品(5.8%増/3か月連続)は、手土産需要が回復し、菓子(18.8%増)は和洋菓子共に一段と伸びを見せた。おせちやクリスマスケーキの予約はECを中心に、前年を上回る勢いで推移している。歳暮はECが伸長しているが、店頭のギフトセンターとの合算では、ほぼ前年並みに推移している。
- (5) 12月中間段階の商況は、12.8%増(12/15)と更に回復してきている。前々年比では約8%減だが、インバウンドを除く売上ではコロナ前を上回る店舗も出てきた。

### 【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：12店、②変化なし：4店、③減少した：2店
- (3) 11月歳時記(歳暮、七五三)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：11店、③減少した：1店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2021年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>128,540,882</b>	<b>100.0</b>	<b>10.0</b>
紳士服・洋品	9,737,760	7.6	9.9
婦人服・洋品	19,254,576	15.0	17.0
子供服・洋品	1,676,585	1.3	0.4
その他衣料品	1,881,651	1.5	-5.1
<b>衣 料 品</b>	<b>32,550,572</b>	<b>25.3</b>	<b>12.4</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>17,140,236</b>	<b>13.3</b>	<b>16.4</b>
化粧品	9,946,921	7.7	4.5
美術・宝飾・貴金属	12,433,764	9.7	32.8
その他雑貨	4,479,064	3.5	-0.7
<b>雑 貨</b>	<b>26,859,749</b>	<b>20.9</b>	<b>14.8</b>
家 具	1,324,904	1.0	-10.3
家 電	1,717,208	1.3	-6.9
その他家庭用品	3,331,095	2.6	17.0
<b>家 庭 用 品</b>	<b>6,373,207</b>	<b>5.0</b>	<b>3.3</b>
生 鮮 食 品	5,422,285	4.2	-2.2
菓 子	10,860,915	8.4	18.8
惣 菜	8,052,607	6.3	8.8
その他食料品	14,487,008	11.3	-0.8
<b>食 料 品</b>	<b>38,822,815</b>	<b>30.2</b>	<b>5.8</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>2,012,433</b>	<b>1.6</b>	<b>17.9</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,836,664</b>	<b>1.4</b>	<b>-4.8</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,945,206</b>	<b>2.3</b>	<b>-11.3</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	3,249,939 千円	1.0
従 業 員 数	15,433 人	-5.6
店 舗 面 積	803,330 m <sup>2</sup>	-2.0

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、全ての品目でプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が4か月ぶりにプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が10か月連続、菓子、惣菜が9か月連続でプラスとなった。

### 【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
<b>総額</b>	<b>10.0</b>	<b>—</b>	<b>3か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	9.9	0.7	4か月ぶりプラス
婦人服・洋品	17.0	2.4	3か月連続プラス
子供服・洋品	0.4	0.0	4か月ぶりプラス
その他衣料品	-5.1	-0.1	4か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>12.4</b>	<b>3.1</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>16.4</b>	<b>2.1</b>	<b>3か月連続プラス</b>
化粧品	4.5	0.4	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	32.8	2.6	10か月連続プラス*
その他雑貨	-0.7	-0.0	4か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>14.8</b>	<b>3.0</b>	<b>3か月連続プラス</b>
家具	-10.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	-6.9	-0.1	3か月連続マイナス
その他家庭用品	17.0	0.4	2か月連続プラス
<b>家庭用品</b>	<b>3.3</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月連続プラス</b>
生鮮食品	-2.2	-0.1	6か月連続マイナス*
菓子	18.8	1.5	9か月連続プラス*
惣菜	8.8	0.6	9か月連続プラス*
その他食料品	-0.8	-0.1	9か月ぶりマイナス*
<b>食料品</b>	<b>5.8</b>	<b>1.8</b>	<b>3か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>17.9</b>	<b>0.3</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>-4.8</b>	<b>-0.1</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-11.3</b>	<b>-0.3</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>1.0</b>	<b>0.0</b>	<b>6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>