

産業調査「小売業界」について (No. 2) ～新型コロナの影響を受け消費者行動に変化～

政策・経済研究部 主席研究員 河合 仁

7/28 発行の“産業調査「小売業界」について (No. 1)”では、小売業界全体、スーパー、コンビニエンスストアの売上動向について調査・分析結果を示したが、NO. 2 となる本稿では、百貨店、無店舗小売業の売上動向に関する調査・分析結果についてまとめる。

1. 百貨店

百貨店の主力商品である衣料品についてはECマーケットやショールーミング等による消費者の購入方法の多様化に伴い、売上高は2015年以降、前年割れが続いている(図表1)。

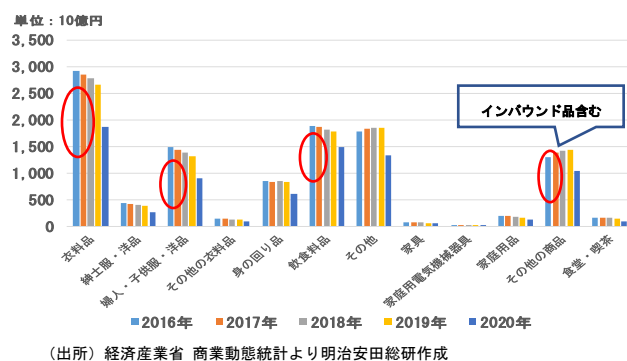
特に2020年の売上高は大きく減少しているが、この主要因は新型コロナの感染拡大により2020年4月に第1回目の緊急事態宣言を受けて約1ヵ月間休業したこと(食品売り場は営業した店舗も一部ある)、緊急性の低い衣料品の更なる落ち込み、インバウンド需要の消失等が挙げられる。

月別に見ると感染拡大に伴い全体の売上高は急速に落ち込んでいき、第1回目の緊急事態宣言時に前年比約7割減少した。解除後は回復傾向にあったが、2021年1月の第2回目の緊急事態宣言で再度落ち込んでいる。飲食料品についてはほぼ前年同月比マイナスであるが、衣料品等と比較すると落ち込み幅は少なく売上への貢献度は高くなっている(図表2)。

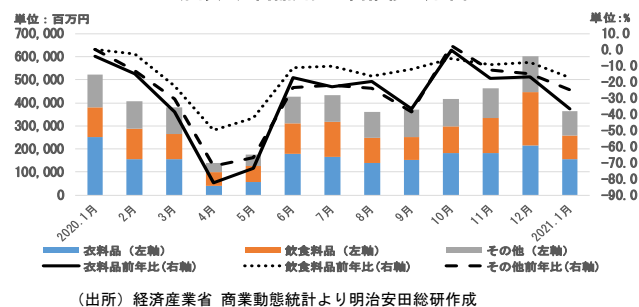
一方、ここ数年の地域別売上高を見てみると、10都市以外の百貨店は前年比マイナスが継続し、不採算を理由に地場百貨店や大手百貨店の地方店の閉鎖が相次ぎ、店舗数の減少と売り場面積の縮小を招いている(図表3、4)。

百貨店は生き残りをかけて、本業の百貨店業以外の商業開発・不動産業等の多角化や、百貨店内に集客力のある家電

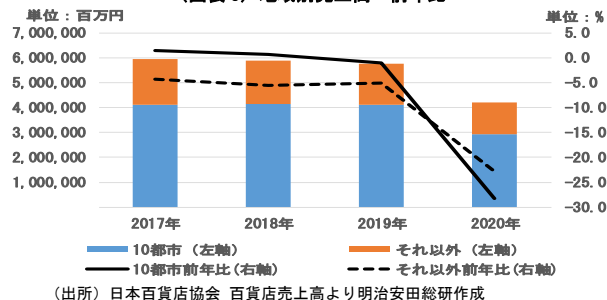
(図表1) 商品別売上高推移 年単位



(図表2) 商品別売上高推移 月単位



(図表3) 地域別売上高・前年比



大型専門店や大手アパレル等の誘致など新たな店舗戦略も実施中である。

百貨店の2021年売上高は前年の落ち込みが大きかったことから反動増となるものの、依然厳しい状況が続くものと予想する。

2. 無店舗小売業

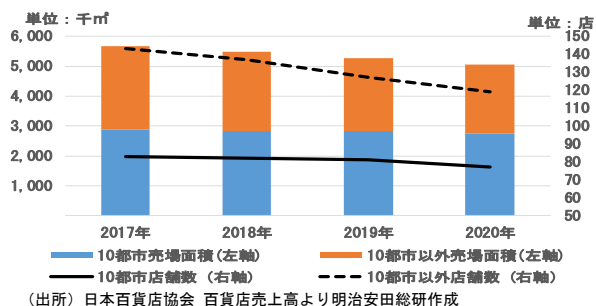
商業動態統計によると、無店舗小売業の2020年売上高は10兆79百億円と前年比約4割増と大きく増加している。

詳細な分析を行なうため、より多くのデータが把握可能な経済産業省電子商取引に関する調査を見ると、インターネット等による通信販売を対象とし、百貨店等と競合する物販系BtoC-EC市場（一部有店舗含む）の2020年の市場規模は約12兆円であり、百貨店やドラッグストアの市場規模を大きく上回っている（図表5）。2020年に市場規模が前年比約2割増と拡大した要因は、消費者が感染リスクを回避できる非対面での購買可能なECを積極的に選択した結果と考えられる。

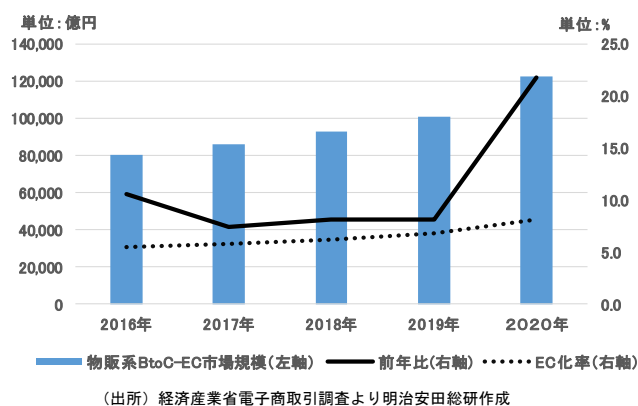
2020年の商品別市場規模は生活家電、PCが最も大きく2兆34百億円、以下、衣服・服装雑貨と続く（図表6）。EC化率を見てみると、書籍、映像や生活家電、PCが4割程度と高いのに対し、飲食料品は3.3%と低位にとどまっている。また、コロナ禍においても飲食料品におけるEC化率の伸びは他商品に比べ小さい。これは飲食料品については鮮度や現物を重視する傾向が強く、EC化に馴染みにくいことがあると考える。

以上のように、物販系BtoC-EC市場のEC化率は8.1%であるが、金額ベースでみると相当な金額が百貨店等からEC市場に流れているものと推測される。実店舗からEC市場への流れは今後も加速していくと考えられ、無店舗小売業の2021年売上高は引き続き好調に推移していくものと予想する。

（図表4）地域別売り場面積・店舗数



（図表5）物販系BtoC-EC市場規模推移



（図表6）物販系BtoC-EC市場規模内訳

	2018年			2019年			2020年		
	市場規模	前年比	EC化率	市場規模	前年比	EC化率	市場規模	前年比	EC化率
衣服・服装雑貨	17,728	7.7	13.0	19,100	7.7	13.9	22,203	16.3	19.4
生活家電、PC	16,467	7.4	32.3	18,239	10.8	32.8	23,489	28.8	37.5
飲食料品	16,919	8.6	2.6	18,233	7.8	2.9	22,086	21.1	3.3
生活雑貨、家具	16,083	8.6	22.5	17,428	8.4	23.3	21,322	22.4	26.0
書籍、映像	12,070	8.4	30.8	13,015	7.8	34.2	16,238	24.8	43.0
化粧品、医薬品	6,136	8.2	5.8	6,611	7.8	6.0	7,787	17.8	6.7
自動車、自動二輪車	2,348	7.2	2.8	2,396	2.0	2.9	2,784	16.2	3.2
事務用品(*)	2,203	7.6	40.8	2,264	2.8	41.8	6,423	17.0	1.9
その他	3,038	9.3	0.9	3,228	6.3	0.9			
合計	92,992	8.1	6.2	100,515	8.1	6.8	122,333	21.7	8.1

部分が百貨店等実店舗と競合
(*)事務用品は2020年よりその他に区分

（出所）経済産業省電子商取引調査より明治安田総研作成

※本レポートは、明治安田総合研究所が情報提供資料として作成したものであり、いかなる契約の締結や解約を目的としたものではありません。掲載内容について細心の注意を払っていますが、これによりその情報に関する信頼性、正確性、完全性などについて保証するものではありません。掲載された情報を用いた結果生じた直接的、間接的トラブルや損失、損害については、一切の責任を負いません。またこれらの情報は、予告なく掲載を変更、中断、中止することがあります。

●照会先● 株式会社 明治安田総合研究所 〒102-0073 東京都千代田区九段北3-2-11 TEL03-6261-6411