

# 令和2年2月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年3月24日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,015億円余
2. 前年同月比	-12.8% (店舗数調整後/5か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-13.0%(88.4%) : 非店頭-11.2%(11.6%) ( )内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 25店 (令和2年1月対比±0店)
5. 総店舗面積	839,056㎡ (前年同月比:0.0%)
6. 総従業員数	16,908人 (前年同月比:-2.6%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後) 2019.8-10月~	7-9月 7.0%、8-10月 1.5%、9-11月 -1.7%、 10-12月 -8.1%、11-1月 -3.5%、12-2月 -5.6%

[参考] 平成31年2月の売上高増減率は-0.5%

### 【特徴】

- (1) 2月の東京地区は、全国同様、新型コロナウイルス感染拡大による影響から、売上高(12.8%減/5か月連続)、入店客数(12.0%減/5か月連続)共にマイナスした。東京地区はインバウンドの構成比率が全国水準より高いため全体の売上を押し下げた半面、バレンタインの季節催事が好調だった食料品が下支えした。
- (2) 衣料品(15.6%減)は卒業・入学等のオケーション需要が、セレモニー自体の中止や縮小に伴い落ち込んだほか、併せて春物パンプスやハンドバッグ、アクセサリ等身のまわり品(20.7%減)も同様に動きが鈍かった。一方で、感染予防意識の高まりから、ハンカチや手袋には動きが見られた。
- (3) 食料品(1.2%減)は、バレンタインの活況に加え、外食を控える巣ごもり消費の傾向が強まったことで、惣菜などの中食需要が増えたほか、日持ちのする冷凍食品や保存食品のまとめ買いも見られ、堅調に推移した。
- (4) 化粧品(27.0%減)は、インバウンド需要の落ち込みに加え、全ブランドが店頭でのタッチアップを中止したことで、国内客の関連購買も減少し、客単価が低下したため大幅減となった。
- (5) 3月中間段階の商況は、営業時間短縮や臨時休業の影響で、35.7%減(3/17)と極めて厳しい状況で推移している。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 28.9日 (前年同月比 +0.9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:1店、②変化なし:2店、③減少した:15店
- (3) 2月歳時記(バレンタインデー、節分)の売上(同上/有効回答数15店舗)  
①増加した:2店、②変化なし:5店、③減少した:8店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2020年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>101,551,136</b>	<b>100.0</b>	<b>-12.8 ( -13.1)</b>
紳士服・洋品	7,336,589	7.2	-2.3 ( -2.3)
婦人服・洋品	14,757,023	14.5	-21.3 ( -21.3)
子供服・洋品	2,211,471	2.2	-14.2 ( -14.2)
その他衣料品	1,596,528	1.6	-14.2 ( -14.2)
<b>衣 料 品</b>	<b>25,901,611</b>	<b>25.5</b>	<b>-15.6 ( -15.6)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>13,455,648</b>	<b>13.3</b>	<b>-20.7 ( -20.8)</b>
化粧品	9,982,674	9.8	-27.0 ( -27.2)
美術・宝飾・貴金属	7,644,610	7.5	-6.7 ( -6.9)
その他雑貨	4,207,352	4.1	-26.3 ( -26.3)
<b>雑 貨</b>	<b>21,834,636</b>	<b>21.5</b>	<b>-20.8 ( -21.0)</b>
家具	1,380,016	1.4	0.9 ( 0.9)
家電	806,894	0.8	-20.5 ( -20.5)
その他家庭用品	2,617,927	2.6	-8.7 ( -8.7)
<b>家庭用品</b>	<b>4,804,837</b>	<b>4.7</b>	<b>-8.5 ( -8.5)</b>
生鮮食品	3,539,432	3.5	-1.9 ( -1.9)
菓子	10,570,278	10.4	-3.6 ( -3.8)
惣菜	5,321,484	5.2	-3.0 ( -3.0)
その他食料品	8,914,692	8.8	3.4 ( 3.4)
<b>食 料 品</b>	<b>28,345,886</b>	<b>27.9</b>	<b>-1.2 ( -1.2)</b>
<b>食堂 喫茶</b>	<b>2,056,713</b>	<b>2.0</b>	<b>-15.7 ( -15.9)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>2,064,605</b>	<b>2.0</b>	<b>-3.5 ( -3.5)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>3,087,200</b>	<b>3.0</b>	<b>12.1 ( 2.6)</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	1,312,342 千円	-20.3 ( -20.3)
従業員数	16,908 人	-2.6
店舗面積	839,056 m <sup>2</sup>	0.0
営業日数	28.9 日	前年 28.0 日

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、4か月ぶりに全品目がマイナスとなった。その他の品目は、その他食料品が2か月ぶり、家具が5か月ぶりのプラスとなった。

### 【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>-12.8</b>	<b>—</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-2.3	-0.2	5か月連続マイナス
婦人服・洋品	-21.3	-3.4	5か月連続マイナス
子供服・洋品	-14.2	-0.3	5か月連続マイナス
その他衣料品	-14.2	-0.2	5か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-15.6</b>	<b>-4.1</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-20.7</b>	<b>-3.0</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
化粧品	-27.0	-3.2	5か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-6.7	-0.5	3か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-26.3	-1.3	5か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>-20.8</b>	<b>-4.9</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
家具	0.9	0.0	5か月ぶりプラス
家電	-20.5	-0.2	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-8.7	-0.2	5か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-8.5</b>	<b>-0.4</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-1.9	-0.1	17か月連続マイナス*
菓子	-3.6	-0.3	4か月ぶりマイナス*
惣菜	-3.0	-0.1	4か月ぶりマイナス*
その他食料品	3.4	0.2	2か月ぶりプラス*
<b>食料品</b>	<b>-1.2</b>	<b>-0.3</b>	<b>4か月ぶりマイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-15.7</b>	<b>-0.3</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-3.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>12.1</b>	<b>0.3</b>	<b>4か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-20.3</b>	<b>-0.3</b>	<b>17か月連続マイナス</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 森・橘・長柴 まで  
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>