

# 令和2年6月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年7月21日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,047億円余
2. 前年同月比	-24.3% (店舗数調整後/9か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-28.1%(87.9%) : 非店頭21.9%(12.1%) ( )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5月対比±0店)
5. 総店舗面積	824,230㎡ (前年同月比:-1.3%)
6. 総従業員数	16,538人 (前年同月比:-5.3%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	11-1月 -3.5%、12-2月 -5.6%、1-3月 -17.2%、 2-4月 -41.6%、3-5月 -59.6%、4-6月 -56.1%

[参考] 令和元年6月の売上高増減率は-1.3%

### 【特徴】

- (1) 6月の東京地区は、各店が感染防止策を徹底しつつ全館営業を再開したものの、多くの店での時短営業継続や、外出機会の減少などから入店客数(45.8%減/9か月連続)の回復は鈍かった。在宅勤務によるオフィス街の昼間人口減も影響した。一方、売上高(24.3%減/9か月連続)は、来店客の購買意欲の高さから買上率と客単価の上昇が見られた。
- (2) 購買動向の特徴としては、政府が提唱する「新しい生活様式」を切り口に、自宅での過ごし方を見直す動きが顕著となり、寝具、寝装品、食器、調理器具などに買い替え需要が見られた。また、感染再拡大を見越した備蓄消費として、化粧品や肌着等でまとめ買いの動きがあった。
- (3) 高額商材では、高級時計やラグジュアリーブランドにおいて、いわゆる「リベンジ消費」も見られた。また、ネット通販等の非店頭売上は、21.9%増(3か月連続/シェア12.1%)と先月に引き続き二桁増を記録した。
- (4) 月前半から段階的にスタートしたクリアランスは、子供服(17.5%減)が初夏需要の取り込みから比較的健闘したが、例年ヤマ場を迎える月末頃には、需要が一巡し動きが鈍化した。また、中元商戦は、店頭の苦戦をECが下支えし、前年並みの店も出るなど堅調に推移した。
- (5) 7月中間段階の商況は、新型コロナウイルス感染者数の増加を受け、再び外出自粛の気運が強まっていることから、30.7%減(7/16)で推移している。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比 -0.1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17店舗)  
①増加した: 0店、②変化なし: 1店、③減少した: 16店
- (3) 6月歳時記(中元、父の日)の売上 (同上/有効回答数14店舗)  
①増加した: 1店、②変化なし: 2店、③減少した: 11店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2020年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>104,750,392</b>	<b>100.0</b>	<b>-24.3 ( -24.5)</b>
紳士服・洋品	8,129,065	7.8	-25.1 ( -25.1)
婦人服・洋品	15,268,391	14.6	-32.3 ( -32.3)
子供服・洋品	1,715,429	1.6	-17.5 ( -17.5)
その他衣料品	1,803,562	1.7	-20.2 ( -20.2)
<b>衣 料 品</b>	<b>26,916,447</b>	<b>25.7</b>	<b>-28.7 ( -28.7)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>14,393,621</b>	<b>13.7</b>	<b>-25.3 ( -25.3)</b>
化粧品	8,850,055	8.4	-36.2 ( -36.2)
美術・宝飾・貴金属	7,273,676	6.9	-34.4 ( -34.5)
その他雑貨	3,614,771	3.5	-28.8 ( -28.8)
<b>雑 貨</b>	<b>19,738,502</b>	<b>18.8</b>	<b>-34.3 ( -34.4)</b>
家具	1,199,961	1.1	-12.4 ( -12.4)
家電	623,463	0.6	-28.3 ( -28.3)
その他家庭用品	2,804,800	2.7	-12.9 ( -12.9)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>4,628,224</b>	<b>4.4</b>	<b>-15.3 ( -15.3)</b>
生 鮮 食 品	5,093,552	4.9	-7.1 ( -7.1)
菓 子	7,815,348	7.5	-22.5 ( -22.6)
惣 菜	5,790,025	5.5	-19.1 ( -19.1)
その他食料品	13,849,236	13.2	-5.3 ( -5.3)
<b>食 料 品</b>	<b>32,548,161</b>	<b>31.1</b>	<b>-12.8 ( -12.9)</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>1,294,488</b>	<b>1.2</b>	<b>-54.1 ( -54.2)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,437,682</b>	<b>1.4</b>	<b>-28.6 ( -28.6)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>3,793,267</b>	<b>3.6</b>	<b>1.1 ( -5.9)</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	3,613,483 千円	15.8 ( 15.8)
従業員数	16,538 人	-5.3
店舗面積	824,230 m <sup>2</sup>	-1.3
営業日数	29.9 日	前年 30.0 日

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、5か月連続で全品目がマイナスとなった。また、その他の品目も4か月連続で全品目がマイナスとなった。

### 【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>-24.3</b>	<b>—</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-25.1	-2.0	9か月連続マイナス
婦人服・洋品	-32.3	-5.3	9か月連続マイナス
子供服・洋品	-17.5	-0.3	9か月連続マイナス
その他衣料品	-20.2	-0.3	9か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-28.7</b>	<b>-7.8</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-25.3</b>	<b>-3.5</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
化粧品	-36.2	-3.6	9か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-34.4	-2.8	5か月連続マイナス*
その他雑貨	-28.8	-1.1	9か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>-34.3</b>	<b>-7.4</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
家具	-12.4	-0.1	4か月連続マイナス
家電	-28.3	-0.2	5か月連続マイナス
その他家庭用品	-12.9	-0.3	9か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-15.3</b>	<b>-0.6</b>	<b>7か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-7.1	-0.3	21か月連続マイナス*
菓子	-22.5	-1.6	5か月連続マイナス*
惣菜	-19.1	-1.0	5か月連続マイナス*
その他食料品	-5.3	-0.6	4か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-12.8</b>	<b>-3.5</b>	<b>5か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-54.1</b>	<b>-1.1</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-28.6</b>	<b>-0.4</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>1.1</b>	<b>0.0</b>	<b>4か月ぶりプラス</b>
<b>商品券</b>	<b>15.8</b>	<b>0.4</b>	<b>21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 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>