

令和2年8月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年9月24日

I. 概況

1. 売上高総額	819億円余
2. 前年同月比	-29.1% (店舗数調整後/11か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-29.9%(89.4%) : 非店頭-20.9%(10.6%) ()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7月対比±0店)
5. 総店舗面積	824,596㎡ (前年同月比:-1.3%)
6. 総従業員数	16,377人 (前年同月比:-4.4%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	1-3月 -17.2%、2-4月 -41.6%、3-5月 -59.6%、 4-6月 -56.1%、5-7月 -40.1%、6-8月 -27.0%

[参考] 令和元年8月の売上高増減率は4.7%

【特徴】

- (1) 8月の東京地区は、売上高(29.1%減/11か月連続)、入店客数(44.5%減/11か月連続)共に前年を下回った。新型コロナウイルス感染拡大に加え、連日の猛暑による外出自粛傾向の高まり、更には「Go Toトラベル」事業の東京除外もあり、夏休みの旅行関連商材やお盆の帰省土産など、季節需要が大きく落ち込んだ。近年人気を集めていたビアガーデンも縮小・中止を余儀なくされた。
- (2) 商品別では、巣ごもり関連は依然健闘しており、生鮮食品(7.1%減)や家具(9.1%減)、その他家庭用品(7.6%減)が比較的堅調だった。一方、外商販売や組織顧客向け催事においては富裕層の高額品消費に動きが見られ、美術・宝飾・貴金属は一昨年対比で3.9%増まで回復した。
- (3) 個別アイテムでは、寝具、ナイトウェア、肌着、ゴルフ用品、調理用品、食器などに動きが見られた。化粧品(43.9%減)はインバウンドの影響が大きいものの、マスク対策のアイメイク、フィニッシュパウダーやスキンケア、フレグランスなどは比較的健闘し、ECサイトでの売上も伸ばした。
- (4) 入店客数減少の打開策として、都内百貨店各社では新たな生活様式に適合すべく、Z o o m接客やオンラインの操作方法を画面共有しながらアシストするサービス、ECサイトの拡充など、デジタル技術を活用した新たな販売方法の取組みを進めている。
- (5) 9月中間段階の商況は、昨年の消費増税前の駆け込み需要(対前年20.7%増)の反動もあり、34.5%減(9/16)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.9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) 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上 (同上/有効回答数13店舗)
①増加した: 1店、②変化なし: 0店、③減少した: 12店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	81,990,263	100.0	-29.1 (-29.3)
紳士服・洋品	5,319,239	6.5	-31.6 (-31.6)
婦人服・洋品	11,202,729	13.7	-34.6 (-34.7)
子供服・洋品	1,203,374	1.5	-41.6 (-41.6)
その他衣料品	1,333,936	1.6	-33.3 (-33.3)
衣 料 品	19,059,278	23.2	-34.2 (-34.3)
身のまわり品	12,512,948	15.3	-26.1 (-26.2)
化粧品	7,832,813	9.6	-43.9 (-43.9)
美術・宝飾・貴金属	8,330,148	10.2	-22.6 (-22.8)
その他雑貨	3,507,401	4.3	-33.0 (-33.0)
雑 貨	19,670,362	24.0	-34.4 (-34.4)
家具	1,179,328	1.4	-9.1 (-9.1)
家電	683,528	0.8	-35.2 (-35.2)
その他家庭用品	2,626,548	3.2	-7.6 (-7.6)
家庭用品	4,489,404	5.5	-13.6 (-13.6)
生鮮食品	3,650,293	4.5	-7.1 (-7.1)
菓子	5,055,208	6.2	-36.6 (-36.7)
惣菜	4,976,065	6.1	-19.5 (-19.5)
その他食料品	7,104,578	8.7	-13.7 (-13.7)
食 料 品	20,786,144	25.4	-21.0 (-21.1)
食堂 喫茶	1,566,291	1.9	-50.8 (-50.9)
サ ー ビ ス	1,774,262	2.2	-25.5 (-25.5)
そ の 他	2,131,574	2.6	-17.9 (-26.0)

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	1,569,542 千円	-4.7 (-4.7)
従業員数	16,377 人	-4.4
店舗面積	824,596 m ²	-1.3
営業日数	30.9 日	前年 30.9 日

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、7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6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
総額	-29.1	—	11か月連続マイナス
紳士服・洋品	-31.6	-2.1	11か月連続マイナス
婦人服・洋品	-34.6	-5.1	11か月連続マイナス
子供服・洋品	-41.6	-0.7	11か月連続マイナス
その他衣料品	-33.3	-0.6	11か月連続マイナス
衣料品	-34.2	-8.6	11か月連続マイナス
身のまわり品	-26.1	-3.8	7か月連続マイナス
化粧品	-43.9	-5.3	11か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-22.6	-2.1	7か月連続マイナス*
その他雑貨	-33.0	-1.5	11か月連続マイナス*
雑貨	-34.4	-8.9	11か月連続マイナス
家具	-9.1	-0.1	6か月連続マイナス
家電	-35.2	-0.3	7か月連続マイナス
その他家庭用品	-7.6	-0.2	11か月連続マイナス
家庭用品	-13.6	-0.6	9か月連続マイナス
生鮮食品	-7.1	-0.2	23か月連続マイナス*
菓子	-36.6	-2.5	7か月連続マイナス*
惣菜	-19.5	-1.0	7か月連続マイナス*
その他食料品	-13.7	-1.0	6か月連続マイナス*
食料品	-21.0	-4.8	7か月連続マイナス
食堂喫茶	-50.8	-1.4	11か月連続マイナス
サービス	-25.5	-0.5	11か月連続マイナス
その他	-17.9	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-4.7	-0.1	2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 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>