

令和2年11月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年12月22日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 169億円余
2. 前年同月比	-17.8% (14か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-16.4%(91.6%) : 非店頭-31.1%(8.4%) ()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10月対比±0店)
5. 総店舗面積	819,379㎡ (前年同月比:-2.2%)
6. 総従業員数	16,344人 (前年同月比:-5.8%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	4-6月 -56.1%、5-7月 -40.1%、6-8月 -27.0%、 7-9月 -30.8%、8-10月 -24.3%、9-11月 -20.5%

【参考】令和元年11月の売上高増減率は-4.7% (店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 11月の東京地区は、新型コロナウイルス感染者数の拡大が止まらない中、外出自粛傾向が高まったことで、入店客数(35.3%減/14か月連続)が前月から6.5ポイント減少した。また、構成比の大きい免税売上も引き続き厳しい業績に留まっているため、売上高は全国水準(14.3%減)を下回る17.8%減となった。
- (2) 入店客数の減少で多くの品目が低調だったが、株高を背景とした国内富裕層の需要は底堅く、時計、宝飾などの高額品(美術・宝飾・貴金属:0.2%増/2か月連続)は好調に推移した。
- (3) 商品別では、月後半の高気温や外出機会の減少から、コートやその他の防寒アイテムなど冬物衣料が伸びず、衣料品(26.8%減)が苦戦した一方、イエナカ消費の増加により、家庭用品(10.6%減)や食料品(10.6%減)は比較的健闘した。
- (4) 個別アイテムでは、コロナ禍における年末・年始商戦の特徴として、帰省の代わりに歳暮を遠方の家族や親戚に贈る「帰省暮」をはじめ、クリスマスケーキやおせち、福袋のEC受注が高伸びしており、家で過ごす時間を充実させる傾向がより顕著となった。家飲み需要でワインや和洋酒が好調なほか、ブランド牛などプチ贅沢を楽しむための食料品に動きがあった。半面、手土産ニーズが減少した菓子(19.0%減)は苦戦した。
- (5) 12月中間段階の商況は、新型コロナウイルス第3波の影響や「Go Toトラベルキャンペーン」一時停止などから、18.1%減(12/16)で推移している。

【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16店舗)
①増加した: 0店、②変化なし: 0店、③減少した: 16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: 1店、②変化なし: 1店、③減少した: 12店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	116,903,617	100.0	-17.8
紳士服・洋品	8,864,280	7.6	-24.4
婦人服・洋品	16,451,110	14.1	-29.2
子供服・洋品	1,669,482	1.4	-21.4
その他衣料品	1,982,875	1.7	-18.9
衣 料 品	28,967,747	24.8	-26.8
身のまわり品	14,725,238	12.6	-18.9
化粧品	9,518,576	8.1	-31.0
美術・宝飾・貴金属	9,365,435	8.0	0.2
その他雑貨	4,511,351	3.9	-6.3
雑 貨	23,395,362	20.0	-16.3
家 具	1,476,795	1.3	-6.8
家 電	1,845,010	1.6	-7.7
その他家庭用品	2,846,121	2.4	-14.2
家 庭 用 品	6,167,926	5.3	-10.6
生 鮮 食 品	5,542,407	4.7	-9.4
菓 子	9,141,797	7.8	-19.0
惣 菜	7,403,569	6.3	-11.6
その他食料品	14,603,212	12.5	-4.2
食 料 品	36,690,985	31.4	-10.6
食 堂 喫 茶	1,706,578	1.5	-37.4
サ ー ビ ス	1,928,968	1.7	-4.8
そ の 他	3,320,813	2.8	-15.8

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	3,208,281 千円	-17.1
従業員数	16,344 人	-5.8
店舗面積	819,379 m ²	-2.2
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、衣料品が14か月連続、身のまわり品、食料品が10か月連続、雑貨、家庭用品が2か月ぶりと全品目がマイナスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が2か月連続のプラスとなった。

【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
総額	-17.8	—	14か月連続マイナス
紳士服・洋品	-24.4	-2.0	14か月連続マイナス
婦人服・洋品	-29.2	-4.8	14か月連続マイナス
子供服・洋品	-21.4	-0.3	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-18.9	-0.3	2か月ぶりマイナス
衣料品	-26.8	-7.4	14か月連続マイナス
身のまわり品	-18.9	-2.4	10か月連続マイナス
化粧品	-31.0	-3.0	14か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	0.2	0.0	2か月連続プラス*
その他雑貨	-6.3	-0.2	2か月ぶりマイナス*
雑貨	-16.3	-3.2	2か月ぶりマイナス
家具	-6.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	-7.7	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-14.2	-0.3	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-10.6	-0.5	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-9.4	-0.4	26か月連続マイナス*
菓子	-19.0	-1.5	10か月連続マイナス*
惣菜	-11.6	-0.7	10か月連続マイナス*
その他食料品	-4.2	-0.5	9か月連続マイナス*
食料品	-10.6	-3.0	10か月連続マイナス
食堂喫茶	-37.4	-0.7	14か月連続マイナス
サービス	-4.8	-0.1	14か月連続マイナス
その他	-15.8	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-17.1	-0.5	5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>