

# 令和2年12月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年1月22日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,472億円余
2. 前年同月比	-15.9% (15か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-16.9%(89.4%) : 非店頭-5.6%(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11月対比±0店)
5. 総店舗面積	819,540㎡ (前年同月比:-2.3%)
6. 総従業員数	16,170人 (前年同月比:-5.4%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、10-12月 -13.7%

[参考] 令和元年12月の売上高増減率は-3.2% (店舗数調整後)

### 【特徴】

- 12月の東京地区は、中旬以降の新型コロナウイルス再拡大により、外出自粛が広がったことに加え、免税売上も大幅減が続いていることで、売上高(15.9%減/15か月連続)、入店客数(35.6%減/15か月連続)ともに全国水準を下回る結果となった。
- 商品別では、主要5品目全てマイナス基調にある中、ブライダル関連が伸長した宝飾や、時計などの高額品(美術・宝飾・貴金属:4.4%増/3か月連続)は好調に推移した他、巣ごもり需要を背景に家電(58.6%増)もプラスに転じ、空気清浄機、テレビ、調理家電、更には家族型ロボットなどにも動きが見られた。一方、衣料品(23.9%減)は、クリアランスの前倒しや分散開催を実施したが、主力のコートなど防寒衣料の動きが鈍く苦戦した。
- 年末商戦は、各社が新型コロナウイルス感染防止を第一義に混雑回避の各種施策を実施し、特にEC展開を強化したクリスマスケーキやおせちの売上は好調に推移した。中でも、おせちについては個食対応や高額品など多彩な商品展開で人気を博した。その他個別アイテムでは、クリスマス需要でオードブルや精肉、洋酒などが比較的健闘した。
- 令和2年年間売上高は、コロナ禍における店舗休業や入店客数減が大きく影響し、既存店ベース(店舗数調整後)で29.1%減(1兆1,307億円)と2年連続のマイナスとなった。
- 1月中間段階の商況は、2度目の緊急事態宣言による時短営業の実施や外出自粛気運の高まりで、42.4%減(1/18)と厳しい商況で推移している。

### 【要因】

- 営業日数増減 31.0日 (前年同月比 ±0.0日)
- 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:0店、②変化なし:1店、③減少した:17店
- 12月歳時記(年末商戦(歳暮、クリスマス、年末年始商材))の売上(同上/有効回答数15店舗)  
①増加した:1店、②変化なし:3店、③減少した:11店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2020年12月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>147,289,966</b>	<b>100.0</b>	<b>-15.9</b>
紳士服・洋品	10,066,350	6.8	-23.6
婦人服・洋品	18,288,715	12.4	-25.5
子供服・洋品	1,811,061	1.2	-20.7
その他衣料品	2,153,752	1.5	-12.4
<b>衣 料 品</b>	<b>32,319,878</b>	<b>21.9</b>	<b>-23.9</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>19,494,553</b>	<b>13.2</b>	<b>-18.9</b>
化粧品	11,540,318	7.8	-25.2
美術・宝飾・貴金属	12,973,690	8.8	4.4
その他雑貨	5,419,574	3.7	-16.9
<b>雑 貨</b>	<b>29,933,582</b>	<b>20.3</b>	<b>-12.9</b>
家 具	1,557,781	1.1	-11.5
家 電	904,898	0.6	58.6
その他家庭用品	3,731,017	2.5	-8.9
<b>家 庭 用 品</b>	<b>6,193,696</b>	<b>4.2</b>	<b>-3.6</b>
生 鮮 食 品	7,558,842	5.1	-8.4
菓 子	13,836,931	9.4	-19.0
惣 菜	12,575,556	8.5	-5.7
その他食料品	18,142,405	12.3	-6.0
<b>食 料 品</b>	<b>52,113,734</b>	<b>35.4</b>	<b>-10.1</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>1,782,174</b>	<b>1.2</b>	<b>-42.7</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,790,252</b>	<b>1.2</b>	<b>-16.5</b>
<b>そ の 他</b>	<b>3,662,097</b>	<b>2.5</b>	<b>-18.4</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	3,925,294 千円	-14.6
従 業 員 数	16,170 人	-5.4
店 舗 面 積	819,540 m <sup>2</sup>	-2.3
営 業 日 数	31.0 日	前年 31.0 日

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が15か月連続、身のまわり品、食料品が11か月連続、雑貨、家庭用品が2か月連続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3か月連続、家電が2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>-15.9</b>	<b>—</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-23.6	-1.8	15か月連続マイナス
婦人服・洋品	-25.5	-3.6	15か月連続マイナス
子供服・洋品	-20.7	-0.3	2か月連続マイナス
その他衣料品	-12.4	-0.2	2か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-23.9</b>	<b>-5.8</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-18.9</b>	<b>-2.6</b>	<b>11か月連続マイナス</b>
化粧品	-25.2	-2.2	15か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	4.4	0.3	3か月連続プラス*
その他雑貨	-16.9	-0.6	2か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>-12.9</b>	<b>-2.5</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
家具	-11.5	-0.1	2か月連続マイナス
家電	58.6	0.2	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-8.9	-0.2	2か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-3.6</b>	<b>-0.1</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-8.4	-0.4	27か月連続マイナス*
菓子	-19.0	-1.9	11か月連続マイナス*
惣菜	-5.7	-0.4	11か月連続マイナス*
その他食料品	-6.0	-0.7	10か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-10.1</b>	<b>-3.3</b>	<b>11か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-42.7</b>	<b>-0.8</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-16.5</b>	<b>-0.2</b>	<b>15か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-18.4</b>	<b>-0.5</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>-14.6</b>	<b>-0.4</b>	<b>6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。

## 東京地区百貨店 売上高速報 2020年1月～2020年12月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>1,130,748,819</b>	<b>100.0</b>	<b>-29.1 ( -29.2)</b>
紳士服・洋品	83,720,699	7.4	-33.3 ( -33.3)
婦人服・洋品	162,987,999	14.4	-39.0 ( -39.1)
子供服・洋品	22,611,890	2.0	-28.8 ( -28.8)
その他衣料品	18,427,104	1.6	-32.4 ( -32.4)
<b>衣 料 品</b>	<b>287,747,692</b>	<b>25.4</b>	<b>-36.3 ( -36.3)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>155,548,544</b>	<b>13.8</b>	<b>-31.9 ( -31.9)</b>
化粧品	99,551,300	8.8	-42.1 ( -42.1)
美術・宝飾・貴金属	89,842,940	7.9	-26.1 ( -26.2)
その他雑貨	44,287,976	3.9	-31.4 ( -31.4)
<b>雑 貨</b>	<b>233,682,216</b>	<b>20.7</b>	<b>-34.7 ( -34.8)</b>
家 具	15,992,882	1.4	-12.8 ( -12.8)
家 電	9,862,076	0.9	-5.4 ( -5.4)
その他家庭用品	32,192,281	2.8	-18.2 ( -18.2)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>58,047,239</b>	<b>5.1</b>	<b>-14.8 ( -14.8)</b>
生 鮮 食 品	50,011,461	4.4	-11.1 ( -11.1)
菓 子	85,173,404	7.5	-26.2 ( -26.2)
惣 菜	69,729,955	6.2	-18.7 ( -18.7)
その他食料品	118,690,396	10.5	-11.0 ( -11.0)
<b>食 料 品</b>	<b>323,605,216</b>	<b>28.6</b>	<b>-17.2 ( -17.2)</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>17,500,146</b>	<b>1.5</b>	<b>-47.9 ( -48.0)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>18,615,201</b>	<b>1.6</b>	<b>-26.0 ( -26.0)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>36,002,565</b>	<b>3.2</b>	<b>-6.0 ( -11.8)</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	23,830,632 千円	-20.8 ( -20.8)
従 業 員 数	198,185 人	-4.4
店 舗 面 積	9,917,742 m <sup>2</sup>	-1.2
営 業 日 数	28.0 日	前年 30.2 日

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>