

# 令和3年1月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年2月25日

## I. 概況

1. 売上高総額	856億円余
2. 前年同月比	-33.8% (16か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-36.5%(88.6%) : 非店頭-1.0%(11.4%) ( )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12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	16,097人 (前年同月比:-5.5%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、11-1月 -21.7%

【参考】 令和2年1月の売上高増減率は-2.4% (店舗数調整後)

### 【特徴】

- 1月の東京地区は、初商の三密回避対策に加え、2度目の「緊急事態宣言」発出による営業時間短縮や、免税売上の大幅減が継続した影響（前年は1月25日春節）から、売上高(33.8%減/16か月連続)、入店客数(49.2%減/16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品目全て低水準で推移した。冬物セールの主力商材である衣料品(45.8%減)と身のまわり品(37.9%減)は、クリアランスの前倒しや分散開催、在宅勤務の普及によるビジネス需要の縮小、更には成人式等のオケージョン需要も減退したことで、全般的に動きが鈍く苦戦した。
- 一方、国内富裕層の購買意欲は引き続き堅調で、付加価値の高いラグジュアリーブランドや時計、宝飾等の高額品に対する需要が見られるほか、家電(94.5%増/2か月連続)は外商受注や巣ごもり消費を背景に伸長した。
- コロナ禍で客数減が続く中、各店では来店できない顧客のニーズに応える施策として、EC強化のほか、電話受注等の様々な非対面サービスに力を入れている。特にバレンタイン商戦では、店頭が入場制限やブランド数削減など制約を受ける中、それを代替・補完する形でECは高伸し、完売となる商品が出るなど好調に推移した。
- 2月中間段階の商況は、緊急事態宣言の延長・継続を背景に、21.1%減(2/18)で推移している。

### 【要因】

- 営業日数増減 30.1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
- 1月歳時記 (初売り、クリアランス) 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: 0店、③減少した: 13店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2021年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>85,616,807</b>	<b>100.0</b>	<b>-33.8</b>
紳士服・洋品	6,738,498	7.9	-44.3
婦人服・洋品	13,360,420	15.6	-47.7
子供服・洋品	1,332,668	1.6	-40.9
その他衣料品	1,423,065	1.7	-37.0
<b>衣 料 品</b>	<b>22,854,651</b>	<b>26.7</b>	<b>-45.8</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>12,505,383</b>	<b>14.6</b>	<b>-37.9</b>
化粧品	7,312,142	8.5	-43.7
美術・宝飾・貴金属	6,943,741	8.1	-15.0
その他雑貨	3,823,182	4.5	-24.8
<b>雑 貨</b>	<b>18,079,065</b>	<b>21.1</b>	<b>-31.1</b>
家 具	924,968	1.1	-23.5
家 電	1,163,214	1.4	94.5
その他家庭用品	2,459,127	2.9	-22.6
<b>家 庭 用 品</b>	<b>4,547,309</b>	<b>5.3</b>	<b>-8.8</b>
生 鮮 食 品	3,230,961	3.8	-16.2
菓 子	5,751,743	6.7	-30.6
惣 菜	4,615,747	5.4	-27.3
その他食料品	8,432,137	9.8	-12.4
<b>食 料 品</b>	<b>22,030,588</b>	<b>25.7</b>	<b>-21.7</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>1,142,567</b>	<b>1.3</b>	<b>-57.8</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,598,846</b>	<b>1.9</b>	<b>-8.5</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,858,398</b>	<b>3.3</b>	<b>-10.1</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	1,195,209 千円	-19.6
従 業 員 数	16,097 人	-5.5
店 舗 面 積	819,540 m <sup>2</sup>	-2.3

営 業 日 数	30.1 日	前年	30.1 日
---------	--------	----	--------

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が16か月連続、身のまわり品、食料品が12か月連続、雑貨、家庭用品が3か月連続と全品目がマイナスとなった。その他の品目は、家電が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
<b>総額</b>	<b>-33.8</b>	<b>—</b>	<b>16か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-44.3	-4.1	16か月連続マイナス
婦人服・洋品	-47.7	-9.4	16か月連続マイナス
子供服・洋品	-40.9	-0.7	3か月連続マイナス
その他衣料品	-37.0	-0.6	3か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-45.8</b>	<b>-14.9</b>	<b>16か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-37.9</b>	<b>-5.9</b>	<b>12か月連続マイナス</b>
化粧品	-43.7	-4.4	16か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-15.0	-1.0	4か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-24.8	-1.0	3か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>-31.1</b>	<b>-6.3</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
家具	-23.5	-0.2	3か月連続マイナス
家電	94.5	0.4	2か月連続プラス
その他家庭用品	-22.6	-0.6	3か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-8.8</b>	<b>-0.3</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-16.2	-0.5	28か月連続マイナス*
菓子	-30.6	-2.0	12か月連続マイナス*
惣菜	-27.3	-1.3	12か月連続マイナス*
その他食料品	-12.4	-0.9	11か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-21.7</b>	<b>-4.7</b>	<b>12か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-57.8</b>	<b>-1.2</b>	<b>16か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-8.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>16か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-10.1</b>	<b>-0.2</b>	<b>4か月連続マイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>-19.6</b>	<b>-0.2</b>	<b>7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 橘・長柴 まで  
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>