

令和3年2月 東京地区百貨店売上高概況

令和3年3月23日

I. 概況

1. 売上高総額	878億円余
2. 前年同月比	-13.5% (17か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-15.2%(86.7%) : 非店頭-0.8%(13.3%) ()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3年1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	15,982人 (前年同月比:-5.5%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、12-2月 -21.0%

【参考】 令和2年2月の売上高増減率は-12.8% (店舗数調整後)

【特徴】

- (1) 2月の東京地区は、売上高(13.5%減/17か月連続)、入店客数(37.1%減/17か月連続)ともに前月より減少幅は縮小したものの、「緊急事態宣言」延長による時短営業や免税売上の消失から全国水準を下回る結果となった。また、コロナの影響を受けない前々年対比では、24.6%減と厳しい商環境は継続している。
- (2) 商品別では、主要5品目全てマイナスで推移した。衣料品(19.0%減)や身のまわり品(14.8%減)はビジネス関連の不振やオケージョン需要の減退が継続しているが、リモートワークを背景にカジュアル商材は堅調で、汎用性が高いジャケットやトップス、靴ではスニーカーやウォーキングシューズなどに動きが見られた。
- (3) 国内富裕層の消費は全国水準以上に活況で、美術・宝飾・貴金属(12.5%増)は前々年対比でも5.0%増であり、高級時計を中心に宝飾品、ラグジュアリーブランドなどが好調に推移した。家電(22.5%増/3か月連続)は、引き続きイエナカニーズを捉えて調理家電等が好調だったほか、ギフト需要で特選洋食器(その他家庭用品:2.9%減)も堅調だった。
- (4) 外出自粛が続く中、各社は恵方巻の事前予約やバレンタインのEC販売の拡充、ひな人形販売のオンライン接客など、歳時記を家庭で楽しむための「巣ごもり消費」施策を充実させ、コロナ禍での顧客ニーズに寄り添う施策を実施している。
- (5) 3月中間段階の商況は、前年がコロナ禍での時短営業や臨時休業の実施で大幅減(34.6%減)だった反動から11.4%増(3/17)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.9日 (前年同月比 -1.0日)
- (2) 入店客数増減 (回答店舗数で見ると傾向値/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:1店、③減少した:15店
- (3) 2月歳時記(節分、バレンタインデー)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 2021年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	87,802,603	100.0	-13.5
紳士服・洋品	5,433,492	6.2	-25.9
婦人服・洋品	12,216,045	13.9	-17.2
子供服・洋品	2,094,150	2.4	-5.3
その他衣料品	1,235,711	1.4	-22.6
衣 料 品	20,979,398	23.9	-19.0
身のまわり品	11,463,655	13.1	-14.8
化粧品	7,121,452	8.1	-28.7
美術・宝飾・貴金属	8,600,917	9.8	12.5
その他雑貨	3,967,871	4.5	-5.7
雑 貨	19,690,240	22.4	-9.8
家 具	1,180,441	1.3	-14.5
家 電	988,642	1.1	22.5
その他家庭用品	2,542,042	2.9	-2.9
家 庭 用 品	4,711,125	5.4	-2.0
生 鮮 食 品	3,125,347	3.6	-11.7
菓 子	7,988,689	9.1	-24.4
惣 菜	4,661,143	5.3	-12.4
その他食料品	8,433,730	9.6	-5.4
食 料 品	24,208,909	27.6	-14.6
食 堂 喫 茶	1,309,674	1.5	-36.3
サ ー ビ ス	1,800,485	2.1	-12.8
そ の 他	3,639,117	4.1	17.9

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	1,261,948 千円	-3.8
従 業 員 数	15,982 人	-5.5
店 舗 面 積	819,540 m ²	-2.3

営 業 日 数	27.9 日	前 年	28.9 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、衣料品が17か月連続、身のまわり品、食料品が13か月連続、雑貨、家庭用品が4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3か月連続、美術・宝飾・貴金属が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
総額	-13.5	—	17か月連続マイナス
紳士服・洋品	-25.9	-1.9	17か月連続マイナス
婦人服・洋品	-17.2	-2.5	17か月連続マイナス
子供服・洋品	-5.3	-0.1	4か月連続マイナス
その他衣料品	-22.6	-0.4	4か月連続マイナス
衣料品	-19.0	-4.8	17か月連続マイナス
身のまわり品	-14.8	-2.0	13か月連続マイナス
化粧品	-28.7	-2.8	17か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	12.5	0.9	2か月ぶりプラス*
その他雑貨	-5.7	-0.2	4か月連続マイナス*
雑貨	-9.8	-2.1	4か月連続マイナス
家具	-14.5	-0.2	4か月連続マイナス
家電	22.5	0.2	3か月連続プラス
その他家庭用品	-2.9	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-2.0	-0.1	4か月連続マイナス
生鮮食品	-11.7	-0.4	29か月連続マイナス*
菓子	-24.4	-2.5	13か月連続マイナス*
惣菜	-12.4	-0.7	13か月連続マイナス*
その他食料品	-5.4	-0.5	12か月連続マイナス*
食料品	-14.6	-4.1	13か月連続マイナス
食堂喫茶	-36.3	-0.7	17か月連続マイナス
サービス	-12.8	-0.3	17か月連続マイナス
その他	17.9	0.5	5か月ぶりプラス
商品券	-3.8	-0.0	8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 橘・長柴 まで
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>