

令和2年9月 東京地区百貨店売上高概況

令和2年10月22日

I. 概況

1. 売上高総額	930億円余
2. 前年同月比	-35.0% (店舗数調整後/12か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-37.1%(88.7%) : 非店頭-12.5%(11.3%) ()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2年8月対比±0店)
5. 総店舗面積	818,017㎡ (前年同月比:-2.0%)
6. 総従業員数	16,358人 (前年同月比:-3.9%)
7. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、7-9月 -30.8%

[参考] 令和元年9月の売上高増減率は20.7%

【特徴】

- (1) 9月の東京地区売上高は、前年同月比35.0%減となった。全国同様、昨年の消費増税前の駆け込み需要(20.7%増)の反動が大きく影響したが、入店客数(37.7%減/12か月連続)は、19日からのシルバーウィークで来街者が増えたことや、地方物産展等の集客施策を実施したことを受け、前月(44.5%減)より6.8ポイント改善した。
- (2) 商品別では、前年、駆け込みとインバウンド需要で高伸した雑貨(45.5%減)や身のまわり品(39.1%減)が、その反動で苦戦したほか、衣料品(42.4%減)も秋物の生産調整や納期遅れの影響もあり低調だった。一方、駆け込みの影響が少なかった食料品(14.3%減)や、イエナカ需要が継続している家庭用品(13.4%減)は比較的健闘した。
- (3) 個別アイテムでは、テレワークが続く中、自宅で快適に過ごすためのリビング用品やキッチン雑貨の需要が底堅かった。また、酒類は昨年の駆け込みの影響を受けつつも、家飲み需要の盛り上がりでワインや日本酒が好調に推移した。なお、高額品の美術・宝飾・貴金属(46.4%減)も、消費増税の特殊要因を除いた前々年比で見ると9.7%増であった。
- (4) コロナ禍での集客策として、各社が取り組んでいるECサイトでの物産展や食料品催事では、想定以上に消費者の反響が大きかったほか、月後半からスタートしたおせちの予約は、新しい生活様式を反映して好調な滑り出しとなっている。
- (5) 10月中間段階の商況は、前年の消費増税直後の需要減(対前年19.0%減)の反動から、3.4%減(10/15)で推移している。10月からの「GoToトラベルキャンペーン」東京解禁で入店客数の復調も期待される。

【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17店舗)
①増加した: 0店、②変化なし: 0店、③減少した: 17店
- (3) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上 (同上/有効回答数11店舗)
①増加した: 1店、②変化なし: 0店、③減少した: 10店

東京地区百貨店 売上高速報 2020年9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	93,031,349	100.0	-35.0 (-35.1)
紳士服・洋品	6,669,234	7.2	-35.2 (-35.2)
婦人服・洋品	13,870,279	14.9	-45.1 (-45.1)
子供服・洋品	1,604,548	1.7	-31.0 (-31.0)
その他衣料品	1,488,980	1.6	-53.3 (-53.3)
衣 料 品	23,633,041	25.4	-42.4 (-42.4)
身のまわり品	13,237,898	14.2	-39.1 (-39.1)
化粧品	8,836,022	9.5	-48.8 (-48.8)
美術・宝飾・貴金属	9,532,699	10.2	-46.4 (-46.4)
その他雑貨	3,814,463	4.1	-32.9 (-32.9)
雑 貨	22,183,184	23.8	-45.5 (-45.5)
家具	1,493,348	1.6	-29.2 (-29.2)
家電	907,295	1.0	27.6 (27.6)
その他家庭用品	3,204,557	3.4	-12.2 (-12.2)
家 庭 用 品	5,605,200	6.0	-13.4 (-13.4)
生 鮮 食 品	3,452,259	3.7	-11.0 (-11.0)
菓 子	5,180,706	5.6	-24.2 (-24.2)
惣 菜	5,219,655	5.6	-15.1 (-15.1)
その他食料品	8,430,024	9.1	-7.8 (-7.8)
食 料 品	22,282,644	24.0	-14.3 (-14.3)
食 堂 喫 茶	1,636,267	1.8	-40.2 (-40.2)
サ ー ビ ス	1,643,334	1.8	-20.3 (-20.3)
そ の 他	2,809,781	3.0	14.5 (5.9)

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	1,327,583 千円	-22.2 (-22.2)
従業員数	16,358 人	-3.9
店舗面積	818,017 m ²	-2.0
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、8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7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	-35.0	—	12か月連続マイナス
紳士服・洋品	-35.2	-2.5	12か月連続マイナス
婦人服・洋品	-45.1	-8.0	12か月連続マイナス
子供服・洋品	-31.0	-0.5	12か月連続マイナス
その他衣料品	-53.3	-1.2	12か月連続マイナス
衣料品	-42.4	-12.2	12か月連続マイナス
身のまわり品	-39.1	-5.9	8か月連続マイナス
化粧品	-48.8	-5.9	12か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-46.4	-5.8	8か月連続マイナス*
その他雑貨	-32.9	-1.3	12か月連続マイナス*
雑貨	-45.5	-12.9	12か月連続マイナス
家具	-29.2	-0.4	7か月連続マイナス
家電	27.6	0.1	8か月ぶりプラス
その他家庭用品	-12.2	-0.3	12か月連続マイナス
家庭用品	-13.4	-0.6	10か月連続マイナス
生鮮食品	-11.0	-0.3	24か月連続マイナス*
菓子	-24.2	-1.2	8か月連続マイナス*
惣菜	-15.1	-0.7	8か月連続マイナス*
その他食料品	-7.8	-0.5	7か月連続マイナス*
食料品	-14.3	-2.6	8か月連続マイナス
食堂喫茶	-40.2	-0.8	12か月連続マイナス
サービス	-20.3	-0.3	12か月連続マイナス
その他	14.5	0.2	3か月ぶりプラス
商品券	-22.2	-0.3	3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>