

14時30分解禁

2022年1月 全国百貨店売上高概況

2022年2月24日

I. 概況

1. 売上高総額	3,751億円余
2. 前年同月比(増減率)	15.6%(店舗数調整後/4か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	73社 189店 (2021年12月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,919,731㎡ (前年同月比:-2.5%)
5. 総従業員数	57,217人 (前年同月比:-3.8%)
6. 3か月移動平均値	6-8月 -2.5%、7-9月 -3.4%、8-10月 -3.9%、 (店舗数調整後) 9-11月 2.7%、10-12月 6.9%、11-1月 10.3%

[参考] 2021年1月の売上高増減率は-29.7%(店舗数調整後)

【特徴】

1月の売上高は15.6%増(4か月連続)、入店客数は14.7%増(3か月連続)と、共に二桁の伸びとなった。年始から月の前半までは、前年の緊急事態宣言による時短営業等の反動に加え、増勢が続く高額品や気温低下による冬物衣料等の伸びが牽引した。各社が企画した販売促進施策や各種催事も奏功した。半面、月の後半からは、新変異株の感染急拡大によって、まん延防止等重点措置が34都道府県に適用され、全国的に外出自粛の気運が高まったことで、入店客数は急速に減少傾向へ転じた。なお、前々年比では売上高18.8%減、入店客数30.7%減と、依然としてコロナ前の水準には達していない。

顧客別では、国内市場(4か月連続/シェア98.8%/前々年比13.9%減)は15.6%増と前月よりも6.8ポイント上昇した。インバウンドは12.5%増(5か月連続/シェア1.2%)だが、前々年比8.9%減と、厳しい状況に変化はない。

地区別では、大都市(10都市/4か月連続/前々年比19.0%減)が全地区で前年を超え、19.4%増と、3か月連続の二桁増となった。地方(10都市以外の地区/3か月連続/前々年比18.4%減)は6.6%増だが、大都市との差は12.8ポイントと、前月よりさらに2.9ポイント広がった。

商品別では、主要5品目全て前年実績を上回った。中でもラグジュアリーブランド、時計、宝飾品など高額商材の高伸は続いており、伸長率の前月比では、身のまわり品(29.2%増)が13.5ポイント、美術・宝飾・貴金属(33.4%増)が15.3ポイント上昇した。主力の衣料品(18.4%増)はコート・ジャケットなど重衣料を中心に動き、食料品(8.5%増)は、手土産需要の和洋菓子や、物産展など食品催事が好調だった。バレンタイン商戦は、WEBによる先行予約の他、限定品や関連スイーツの人気も高く好調な滑り出しを見せた。

各店では、新変異株の特性を踏まえ、改めて感染防止対策を徹底しつつ、デジタル活用の強化など、感染拡大期における新たな営業施策の取り組みを進めている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇東日本では上旬から中旬にかけて寒気が流れ込みやすかったため、気温は低かった。降水量は北日本日本海側でかなり多く、日照時間は西日本日本海側でかなり多く、北日本、東日本日本海側、西日本太平洋側で多かった。

(2) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 11日(〃 -1日/土曜1日減)

(4) 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110店舗)

①増加した：66店、②変化なし：15店、③減少した：29店

(5) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数98店舗)

①増加した：46店、②変化なし：21店、③減少した：31店

全国百貨店 売上高速報 2022年1月

第1表 地区別売上高

※店舗数調整後 ()が調整前

地 区	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
全 国	375,100,858	100.0	15.6 (14.9)
10都市	272,600,372	72.7	19.4
札幌	9,160,106	2.4	5.2
仙台	5,709,388	1.5	9.2
東京	106,037,703	28.3	23.9
横浜	25,022,258	6.7	21.0
名古屋	26,467,479	7.1	22.3
京都	15,625,995	4.2	17.9
大阪	53,586,173	14.3	14.8
神戸	9,483,874	2.5	17.1
広島	6,946,609	1.9	1.7
福岡	14,560,787	3.9	25.3
10都市以外の地区	102,500,486	27.3	6.6 (4.5)
北海道	930,137	0.2	7.3
東北	4,315,803	1.2	-3.4
関東	46,546,545	12.4	10.4 (6.6)
中部	7,184,600	1.9	10.2 (3.1)
近畿	15,044,754	4.0	0.1
中国	7,977,474	2.1	1.2
四国	5,112,514	1.4	7.4
九州	15,388,659	4.1	6.2

第2表 商品別売上高

商 品 別	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
総 額	375,100,858	100.0	15.6 (14.9)
紳士服・洋品	24,301,415	6.5	18.7 (18.1)
婦人服・洋品	72,429,539	19.3	21.2 (20.3)
子供服・洋品	6,417,635	1.7	5.1 (4.6)
その他衣料品	6,972,869	1.9	3.9 (3.4)
衣 料 品	110,121,458	29.4	18.4 (17.6)
身のまわり品	60,270,911	16.1	29.2 (28.6)
化粧品	28,401,971	7.6	7.7 (7.5)
美術・宝飾・貴金属	30,654,377	8.2	33.4 (32.5)
その他雑貨	12,327,302	3.3	0.4 (-0.6)
雑 貨	71,383,650	19.0	15.8 (15.2)
家 具	3,413,042	0.9	6.8 (5.9)
家 電	1,235,014	0.3	-16.3 (-16.3)
その他家庭用品	10,024,207	2.7	4.0 (3.1)
家 庭 用 品	14,672,263	3.9	2.5 (1.7)
生 鮮 食 品	16,648,341	4.4	-3.9 (-4.7)
菓 子	30,457,225	8.1	15.8 (15.1)
惣 菜	22,379,975	6.0	11.9 (11.3)
その他食料品	28,915,841	7.7	7.0 (6.3)
食 料 品	98,401,382	26.2	8.5 (7.8)
食 堂 喫 茶	7,555,878	2.0	32.6 (31.4)
サ ー ビ ス	3,758,437	1.0	11.8 (11.2)
そ の 他	8,936,879	2.4	-2.9 (-3.1)
商 品 券	4,850,603	1.3	0.9 (0.6)

注) 構成比は計算処理上必ずしも100%にはなりません。商品券は総額に含まれません。また、商品券の構成比は、総額に対する比率です。本統計には消費税は含まれておりません。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 19.4% (4か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 6.6% (店舗数調整後／3か月連続プラス) |

【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	19.4	13.6	4か月連続プラス
札幌	5.2	0.1	4か月連続プラス
仙台	9.2	0.1	4か月連続プラス
東京	23.9	6.3	5か月連続プラス
横浜	21.0	1.3	4か月連続プラス
名古屋	22.3	1.5	4か月連続プラス
京都	17.9	0.7	4か月連続プラス
大阪	14.8	2.1	4か月連続プラス
神戸	17.1	0.4	4か月連続プラス
広島	1.7	0.0	3か月連続プラス
福岡	25.3	0.9	4か月連続プラス
10都市以外の地区	6.6	1.9	3か月連続プラス
北海道	7.3	0.0	3か月ぶりプラス*
東北	-3.4	-0.0	8か月連続マイナス*
関東	10.4	1.4	3か月連続プラス
中部	10.2	0.2	3か月連続プラス
近畿	0.1	0.0	2か月ぶりプラス
中国	1.2	0.0	2か月連続プラス*
四国	7.4	0.1	4か月連続プラス
九州	6.2	0.3	3か月連続プラス*

(注) 北海道、東北、中国、九州については、2006年1月からそれぞれ札幌、仙台、広島、福岡を10都市に移行した。(2005年までは6大都市)

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全ての品目でプラスとなり、先月に続き、衣料品、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が12か月連続、菓子、惣菜が5か月連続でプラスとなったが、家電が7か月連続、生鮮食品が8か月連続でマイナスとなった。

【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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	15.6	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	18.7	1.2	3か月連続プラス
婦人服・洋品	21.2	3.9	4か月連続プラス
子供服・洋品	5.1	0.1	3か月連続プラス
その他衣料品	3.9	0.1	2か月ぶりプラス
衣料品	18.4	5.3	4か月連続プラス
身のまわり品	29.2	4.2	4か月連続プラス
化粧品	7.7	0.6	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	33.4	2.4	12か月連続プラス*
その他雑貨	0.4	0.0	8か月ぶりプラス*
雑貨	15.8	3.0	4か月連続プラス
家具	6.8	0.1	4か月連続プラス
家電	-16.3	-0.1	7か月連続マイナス
その他家庭用品	4.0	0.1	3か月連続プラス
家庭用品	2.5	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-3.9	-0.2	8か月連続マイナス*
菓子	15.8	1.3	5か月連続プラス*
惣菜	11.9	0.7	5か月連続プラス*
その他食料品	7.0	0.6	2か月ぶりプラス*
食料品	8.5	2.4	4か月連続プラス
食堂喫茶	32.6	0.6	4か月連続プラス
サービス	11.8	0.1	2か月連続プラス
その他	-2.9	-0.1	2か月ぶりマイナス
商品券	0.9	0.0	8か月ぶりプラス

(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。

2022年1月 東京地区百貨店売上高概況

2022年2月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 060億円余
2. 前年同月比(増減率)	23.9%(5か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭25.9%(90.0%)：非店頭8.1%(10.0%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 24店 (2021年12月対比±0店)
5. 総店舗面積	802,213㎡ (前年同月比：-2.1%)
6. 総従業員数	15,223人 (前年同月比：-5.4%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 1.5%、7-9月 0.4%、8-10月 -0.7%、 9-11月 5.6%、10-12月 9.0%、11-1月 13.9%

[参考] 2021年1月の売上高増減率は-33.8%

【特徴】

- (1) 1月の東京地区は、売上高23.9%増(5か月連続)、入店客数31.1%増(4か月連続)と共に前年を上回った。年始から月前半は、昨年の時短営業や外出自粛影響等の反動に加え、高伸が続く高額品の好調が売上を大きく牽引した。一方、月後半は、まん延防止等重点措置の適用に伴い、入店客数が減少傾向に転じた。その結果、コロナ禍前の前々年(2020年)比では、売上高18.0%減、入店客数33.4%減となった。
- (2) 商品別では、主要5品目全てがプラスとなり、家庭用品を除く4品目で二桁増となった。品目別の動向では、年始から月前半までは外出機会の増加や気温低下を受け、主力の衣料品(30.0%増/4か月連続)はコートやニットが動いたほか、マフラー、ストール、手袋、帽子等の防寒小物も好調に推移した。
- (3) 身のまわり品(38.7%増/5か月連続)は、新年にバッグや財布を新調する顧客ニーズもあって、ラグジュアリーブランドを中心に高額帯が良く動いたほか、雑貨(26.3%増/5か月連続)では、新作の投入や限定品等を展開したブランド化粧品が顧客の支持を得て好調に推移した。また、食料品(16.4%増/5か月連続)は菓子、惣菜の続伸に加え、まん延防止等重点措置の適用による外食の時間制限で、再びイエナカ需要が回復し、特に和洋酒が好調だった。
- (4) 初商、クリアランスは、前年より回復しているものの、セール商材不足やプレセールの実施で盛り上がり欠けた一方、春物や定番品等プロパー商材は堅調に推移した。
- (5) 2月中間段階の商況は、6.9%増(2/17時点)で推移している。前々年比では約15%減と依然厳しい商況で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.1日(前年同月比 ±0.0日)
- (2) 入店客数増減(回答店舗数で見える傾向値/前年同月比/有効回答数18店舗)
 - ①増加した：12店、②変化なし：3店、③減少した：3店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数16店舗)
 - ①増加した：10店、②変化なし：2店、③減少した：4店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	106,037,703	100.0	23.9
紳士服・洋品	8,668,509	8.2	28.6
婦人服・洋品	17,846,155	16.8	33.6
子供服・洋品	1,581,356	1.5	18.7
その他衣料品	1,625,138	1.5	14.2
衣 料 品	29,721,158	28.0	30.0
身のまわり品	17,341,366	16.4	38.7
化粧品	8,386,761	7.9	14.7
美術・宝飾・貴金属	10,419,500	9.8	50.1
その他雑貨	4,027,399	3.8	5.3
雑 貨	22,833,660	21.5	26.3
家 具	1,042,634	1.0	12.7
家 電	904,185	0.9	-22.3
その他家庭用品	2,758,700	2.6	12.2
家 庭 用 品	4,705,519	4.4	3.5
生 鮮 食 品	3,162,139	3.0	-2.1
菓 子	7,491,502	7.1	30.2
惣 菜	5,675,098	5.4	23.0
その他食料品	9,322,387	8.8	10.6
食 料 品	25,651,126	24.2	16.4
食 堂 喫 茶	1,635,796	1.5	43.2
サ ー ビ ス	1,900,557	1.8	18.9
そ の 他	2,248,521	2.1	-21.3

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	1,120,826 千円	-6.2
従 業 員 数	15,223 人	-5.4
店 舗 面 積	802,213 m ²	-2.1

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、全ての品目でプラスとなり、家庭用品を除く4品目で二桁増となった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が12か月連続、菓子、惣菜が11か月連続でプラスとなったが、家電が5か月連続、生鮮食品が8か月連続のマイナスとなった。

【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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	23.9	—	5か月連続プラス
紳士服・洋品	28.6	2.3	3か月連続プラス
婦人服・洋品	33.6	5.2	5か月連続プラス
子供服・洋品	18.7	0.3	3か月連続プラス
その他衣料品	14.2	0.2	6か月ぶりプラス
衣料品	30.0	8.0	4か月連続プラス
身のまわり品	38.7	5.6	5か月連続プラス
化粧品	14.7	1.3	5か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	50.1	4.1	12か月連続プラス*
その他雑貨	5.3	0.2	6か月ぶりプラス*
雑貨	26.3	5.6	5か月連続プラス
家具	12.7	0.1	2か月連続プラス
家電	-22.3	-0.3	5か月連続マイナス
その他家庭用品	12.2	0.3	4か月連続プラス
家庭用品	3.5	0.2	4か月連続プラス
生鮮食品	-2.1	-0.1	8か月連続マイナス*
菓子	30.2	2.0	11か月連続プラス*
惣菜	23.0	1.2	11か月連続プラス*
その他食料品	10.6	1.0	3か月ぶりプラス*
食料品	16.4	4.2	5か月連続プラス
食堂喫茶	43.2	0.6	4か月連続プラス
サービス	18.9	0.4	8か月ぶりプラス
その他	-21.3	-0.7	11か月連続マイナス
商品券	-6.2	-0.1	2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>