

14時30分解禁

2022年2月 全国百貨店売上高概況

2022年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	3,172億円余
2. 前年同月比(増減率)	-0.7%(店舗数調整後/5か月ぶりマイナス)
3. 調査対象百貨店	73社 189店 (2022年1月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,919,561㎡ (前年同月比:-2.4%)
5. 総従業員数	56,813人 (前年同月比:-3.7%)
6. 3か月移動平均値	7-9月 -3.4%、8-10月 -3.9%、9-11月 2.7%、 (店舗数調整後) 10-12月 6.9%、11-1月 10.3%、12-2月 8.1%

【参考】2021年2月の売上高増減率は-10.7%(店舗数調整後)

【特徴】

2月の売上高は0.7%減(5か月ぶり)、入店客数は2.9%減(4か月ぶり)と、共にマイナスへ転じた。新型コロナ変異株の感染急拡大に伴うまん延防止等重点措置の延長や、大雪など天候与件から、主要顧客層の外出自粛気運が高まった他、消費マインドの低下も影響した。増勢が続く高額商材や各社が企画した外商顧客・会員向け施策、バレンタインなどの季節催事は好評だったものの、前年実績をクリアするには至らなかった。なお、前々年(2020年)比では売上高11.7%減、入店客数28.2%減であった。

顧客別では、国内市場は0.7%減(5か月ぶり/シェア98.7%)、インバウンドは3.6%減(6か月ぶり/シェア1.3%)と、共に前年には届かなかった。なお、インバウンドはコロナ前(2019年)と比べて86.9%減と、依然厳しい状況に変化はない。

地区別では、大都市(10都市/前々年比9.6%減)が5地区(東京、名古屋、京都、大阪、福岡)で前年実績を超え、2.0%増と5か月連続でプラスした。全地区で前年割れとなった地方(10都市以外の地区/前々年比16.9%減)は7.4%減と、4か月ぶりにマイナスとなった。

商品別では、引き続きラグジュアリーブランドや、時計・宝飾などの高付加価値商品が高伸び、身のまわり品と美術・宝飾・貴金属が二桁の伸びを示した。食料品は、外出自粛による家飲み需要から酒類が堅調だった他、バレンタイン商戦では、ECの伸びが店頭をカバーし好調に推移した。バリエーション豊かに展開した恵方巻も動き、食料品全体で前年実績を確保した。一方、衣料品は、低気温など天候与件もあり春物衣料品が苦戦した。

新型コロナの感染状況は緩やかに減少しているものの、当面、高レベルで推移すると予測されていることから、各店では、安全な売場環境整備を最優先に、感染防止対策に注力しながら、新生活需要の高まる春商戦に向け、様々な施策を積極的に推進している。

【要因】

- (1) 天候：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇冬型の気圧配置が強い日が多く、強い寒気の影響を受けた東・西日本の気温は低く、東・西日本日本海側の降雪量は多かった。また、西日本の降水量はかなり少なく、東日本太平洋側と西日本の日照時間は多かった。
- (2) 営業日数増減 27.7日(前年同月比 ±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 10日(" ±0.0日)
- (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109店舗)
①増加した：26店、②変化なし：19店、③減少した：64店
- (5) 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92店舗)
①増加した：13店、②変化なし：39店、③減少した：40店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2022年2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	317,216,238	100.0	-0.7 (-1.6)
10都市	231,438,629	73.0	2.0
札幌	7,329,474	2.3	-13.2
仙台	4,182,727	1.3	-7.7
東京	92,309,780	29.1	5.1
横浜	20,416,264	6.4	-0.4
名古屋	21,692,200	6.8	4.1
京都	12,963,220	4.1	1.5
大阪	46,578,724	14.7	1.5
神戸	7,957,655	2.5	-1.3
広島	6,210,929	2.0	-6.8
福岡	11,797,656	3.7	3.6
10都市以外の地区	85,777,609	27.0	-7.4 (-10.1)
北海道	688,566	0.2	-18.6
東北	4,001,254	1.3	-14.5
関東	38,459,318	12.1	-5.1 (-10.3)
中部	6,016,151	1.9	-11.7 (-16.9)
近畿	12,945,943	4.1	-8.2
中国	7,101,389	2.2	-7.3
四国	3,908,858	1.2	-9.4
九州	12,656,130	4.0	-7.6

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	317,216,238	100.0	-0.7 (-1.6)
紳士服・洋品	15,094,956	4.8	-1.8 (-2.9)
婦人服・洋品	49,770,707	15.7	-5.6 (-6.7)
子供服・洋品	6,034,258	1.9	-13.7 (-14.3)
その他衣料品	4,933,806	1.6	-11.9 (-12.9)
衣 料 品	75,833,727	23.9	-6.0 (-7.1)
身のまわり品	45,399,780	14.3	11.3 (10.2)
化粧品	24,967,707	7.9	-1.6 (-1.9)
美術・宝飾・貴金属	28,655,956	9.0	10.0 (9.0)
その他雑貨	10,141,777	3.2	-12.5 (-13.4)
雑 貨	63,765,440	20.1	1.2 (0.5)
家 具	3,334,118	1.1	-4.0 (-5.2)
家 電	1,464,658	0.5	5.4 (5.4)
その他家庭用品	7,773,857	2.5	-13.8 (-14.8)
家 庭 用 品	12,572,633	4.0	-9.4 (-10.4)
生 鮮 食 品	15,337,351	4.8	-7.4 (-8.3)
菓 子	37,759,173	11.9	1.2 (0.4)
惣 菜	20,732,291	6.5	1.7 (1.0)
その他食料品	27,980,971	8.8	1.8 (1.1)
食 料 品	101,809,786	32.1	0.0 (-0.7)
食 堂 喫 茶	5,978,737	1.9	-2.4 (-3.5)
サ ー ビ ス	3,402,652	1.1	-2.3 (-2.8)
そ の 他	8,453,483	2.7	-13.7 (-13.8)
商 品 券	4,380,431	1.4	-11.6 (-12.1)

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 | 2. 0% (5か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -7.4% (店舗数調整後/4か月ぶりマイナス) |

【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	2.0	1.4	5か月連続プラス
札幌	-13.2	-0.3	5か月ぶりマイナス
仙台	-7.7	-0.1	5か月ぶりマイナス
東京	5.1	1.4	6か月連続プラス
横浜	-0.4	-0.0	5か月ぶりマイナス
名古屋	4.1	0.3	5か月連続プラス
京都	1.5	0.1	5か月連続プラス
大阪	1.5	0.2	5か月連続プラス
神戸	-1.3	-0.0	5か月ぶりマイナス
広島	-6.8	-0.1	4か月ぶりマイナス
福岡	3.6	0.1	5か月連続プラス
10都市以外の地区	-7.4	-2.1	4か月ぶりマイナス
北海道	-18.6	-0.0	2か月ぶりマイナス*
東北	-14.5	-0.2	9か月連続マイナス*
関東	-5.1	-0.6	4か月ぶりマイナス
中部	-11.7	-0.2	4か月ぶりマイナス
近畿	-8.2	-0.4	2か月ぶりマイナス
中国	-7.3	-0.2	3か月ぶりマイナス*
四国	-9.4	-0.1	5か月ぶりマイナス
九州	-7.6	-0.3	4か月ぶりマイナス*

(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、身のまわり品、雑貨、食料品はプラスとなったが、衣料品、家庭用品はマイナスに転じた。その他の品目は、婦人服・洋品が5か月ぶりにマイナスとなったほか、化粧品も5か月ぶりにマイナスとなった。美術・宝飾・貴金属は13か月連続、菓子、惣菜は6か月連続でプラスとなった。

【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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	-0.7	-	5か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-1.8	-0.1	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-5.6	-0.9	5か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-13.7	-0.3	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	-11.9	-0.2	2か月ぶりマイナス
衣料品	-6.0	-1.5	5か月ぶりマイナス
身のまわり品	11.3	1.4	5か月連続プラス
化粧品	-1.6	-0.1	5か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	10.0	0.8	13か月連続プラス*
その他雑貨	-12.5	-0.5	2か月ぶりマイナス*
雑貨	1.2	0.2	5か月連続プラス
家具	-4.0	-0.0	5か月ぶりマイナス
家電	5.4	0.0	8か月ぶりプラス
その他家庭用品	-13.8	-0.4	4か月ぶりマイナス
家庭用品	-9.4	-0.4	4か月ぶりマイナス
生鮮食品	-7.4	-0.4	9か月連続マイナス*
菓子	1.2	0.1	6か月連続プラス*
惣菜	1.7	0.1	6か月連続プラス*
その他食料品	1.8	0.2	2か月連続プラス*
食料品	0.0	0.0	5か月連続プラス
食堂喫茶	-2.4	-0.0	5か月ぶりマイナス
サービス	-2.3	-0.0	3か月ぶりマイナス
その他	-13.7	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-11.6	-0.2	2か月ぶりマイナス

(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。

2022年2月 東京地区百貨店売上高概況

2022年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	923億円余
2. 前年同月比(増減率)	5.1%(6か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭5.4%(87.0%)：非店頭3.1%(13.0%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 24店 (2022年1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	15,147人 (前年同月比：-5.2%)
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 12.9%

【参考】2021年2月の売上高増減率は-13.5%

【特徴】

- 2月の東京地区は、売上高5.1%増(6か月連続)、入店客数12.5%増(5か月連続)と共に前年を上回った。まん延防止等重点措置の延長や低温多雨の天候与件で客足に影響を受けたものの、各社が企画した会員顧客向け施策や増勢が続く高額品需要が業績を牽引した。一方、前々年(2020年)比では、売上高9.1%減、入店客数29.3%減となった。
- 商品別では、主要5品目のうち家庭用品を除く4品目でプラスとなった。品目別の動向では、主力の衣料品(0.7%増/5か月連続)は気温低下が続き、春物衣料の動きは鈍かったが、マフラー、ストール、手袋等の防寒小物が好調だったほか、卒入学のオケージョン需要でフォーマルにも動きが見られた。
- 身のまわり品(23.3%増/6か月連続)は、ラグジュアリーブランドを中心に高価格帯のバッグや靴、革小物等が高伸長したほか、雨天が多かったことで傘が良く動いた。雑貨(5.6%増/6か月連続)は、時計を中心に美術・宝飾・貴金属が16.3%増(13か月連続)と好調に推移したほか、化粧品では国内需要が順調に回復し、メンズコスメにも動きが見られた。
- 食料品(9.8%増/6か月連続)はイエナカ需要の戻りで日本酒、ワイン等、和洋酒が好調だったほか、歳時記の恵方巻も自宅での食事機会の増加を受け好調だった。バレンタイン商戦は高額商品やキャラクターコラボ商品等が人気を集め、店頭、EC共に好調に推移した。
- 3月中間段階の商況は14.5%増(3/17時点)と二桁の伸びで推移しているが、2019年比では約17%減と依然コロナ禍前の水準には届かない状況にある。

【要因】

- 営業日数増減 27.9日(前年同月比 ±0.0日)
- 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)
 - 増加した：11店、②変化なし：3店、③減少した：4店
- 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15店舗)
 - 増加した：3店、②変化なし：9店、③減少した：3店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	92,309,780	100.0	5.1
紳士服・洋品	5,688,338	6.2	4.7
婦人服・洋品	12,307,507	13.3	0.7
子供服・洋品	1,899,060	2.1	-9.3
その他衣料品	1,230,063	1.3	-0.5
衣 料 品	21,124,968	22.9	0.7
身のまわり品	14,136,794	15.3	23.3
化粧品	7,298,439	7.9	2.5
美術・宝飾・貴金属	10,003,696	10.8	16.3
その他雑貨	3,485,930	3.8	-12.1
雑 貨	20,788,065	22.5	5.6
家 具	1,184,450	1.3	0.3
家 電	1,029,393	1.1	4.1
その他家庭用品	2,299,144	2.5	-9.6
家 庭 用 品	4,512,987	4.9	-4.2
生 鮮 食 品	2,992,977	3.2	-4.2
菓 子	9,247,445	10.0	15.8
惣 菜	5,429,724	5.9	16.5
その他食料品	8,906,522	9.6	5.6
食 料 品	26,576,668	28.8	9.8
食 堂 喫 茶	1,307,144	1.4	-0.2
サ ー ビ ス	1,829,740	2.0	1.6
そ の 他	2,033,414	2.2	-44.1

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	1,047,809 千円	-17.0
従 業 員 数	15,147 人	-5.2
店 舗 面 積	802,213 m ²	-2.1

営 業 日 数	27.9 日	前年	27.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、家庭用品を除く4品目でプラスとなった。
その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が13か月連続、菓子、惣菜が12か月連続でプラスとなったほか、家電が6か月ぶりにプラスとなった。

【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 (増減率)	寄与度	トレンド
総額	5.1	—	6か月連続プラス
紳士服・洋品	4.7	0.3	4か月連続プラス
婦人服・洋品	0.7	0.1	6か月連続プラス
子供服・洋品	-9.3	-0.2	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	-0.5	-0.0	2か月ぶりマイナス
衣料品	0.7	0.2	5か月連続プラス
身のまわり品	23.3	3.0	6か月連続プラス
化粧品	2.5	0.2	6か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.3	1.6	13か月連続プラス*
その他雑貨	-12.1	-0.5	2か月ぶりマイナス*
雑貨	5.6	1.3	6か月連続プラス
家具	0.3	0.0	3か月連続プラス
家電	4.1	0.0	6か月ぶりプラス
その他家庭用品	-9.6	-0.3	5か月ぶりマイナス
家庭用品	-4.2	-0.2	5か月ぶりマイナス
生鮮食品	-4.2	-0.2	9か月連続マイナス*
菓子	15.8	1.4	12か月連続プラス*
惣菜	16.5	0.9	12か月連続プラス*
その他食料品	5.6	0.5	2か月連続プラス*
食料品	9.8	2.7	6か月連続プラス
食堂喫茶	-0.2	-0.0	5か月ぶりマイナス
サービス	1.6	0.0	2か月連続プラス
その他	-44.1	-1.8	12か月連続マイナス
商品券	-17.0	-0.2	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 橘・長柴 まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>