

14時30分解禁

2022年3月 全国百貨店売上高概況

2022年4月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 260 億円余
2. 前年同月比（増減率）	4.6%（店舗数調整後／2か月ぶりプラス）
3. 調査対象百貨店	73社 190店（2022年2月対比+1店）
4. 総店舗面積	4,915,613㎡（前年同月比：-0.9%）
5. 総従業員数	56,495人（前年同月比：-3.3%）
6. 3か月移動平均値	8-10月 -3.9%、9-11月 2.7%、10-12月 6.9%
（店舗数調整後）	11-1月 10.3%、12-2月 8.1%、1-3月 6.4%

[参考] 2021年3月の売上高増減率は21.8%（店舗数調整後）

【特徴】

3月の売上高は4.6%増、入店客数は2.9%増と、共にプラス転換した。

まん延防止等重点措置の解除による外出機会の増加や消費マインドの高まりに加え、各社が企画した外商催事や会員施策、各種イベントなどが寄与した。春物商材や増勢が続く高額商品の他、新生活需要を背景にオケーションアイテムも好調に推移した。2019年比では売上高15.2%減、入店客数27.8%減となった。

顧客別では、国内市場は活況で、4.9%増（2か月ぶり/シェア98.9%）とプラスに転じ、2019年比では3.5%減と、コロナ前の水準に回復しつつある。一方、インバウンドは15.3%減（2か月連続/シェア1.1%）、2019年比85.8%減と厳しい状況が続く。

地区別では、大都市（10都市/6か月連続）が6.7%増と、前月より4.7ポイント伸長した。二桁増の東京地区（11.3%増）をはじめ、全地区で前年実績を超えた。地方（10都市以外の地区/2か月連続）は、2地区（関東、四国）でプラスとなったものの、全体では0.6%減と、わずかに前年には届かなかった。

商品別では、主要5品目のうち、家庭用品を除く4品目で前年実績をクリアした。

ラグジュアリーブランドや、時計・宝飾などの高額品は二桁増と引き続き高伸している。また、気温上昇等の天候与件や外出増加、オケーション需要の回復で、コート、ジャケットなど春物衣料、卒・入学や新生活アイテム、ブライダル関連も動いた。食料品は、物産催事の他、惣菜や、手土産需要から菓子が好調だった。ホワイトデー、ひなまつりなど歳時記商材も健闘した。生鮮食品は流通量減少による価格高騰が影響し苦戦した。

加盟各店では、引き続き感染防止対策を徹底しつつ、GWや母の日商戦等を見据えた営業施策を積極展開するなど、業績の早期回復に向けて取組みを推進している。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇大陸からの寒気の影響を受けにくく、南からの暖かい空気が流れ込んだ時期もあったため、気温は西日本でかなり高く、北・東日本で高かった。また、東日本の降水量は少なく、東日本太平洋側の日照時間は多かった。

(2) 営業日数増減 30.9日（前年同月比 ±0.0日）

(3) 土・日・祝日の合計 9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：47店、②変化なし：27店、③減少した：36店

(5) 3月歳時記（ホワイトデー、卒業・入学、新生活）の売上（同上／有効回答数83店舗）

①増加した：17店、②変化なし：56店、③減少した：10店

全国百貨店 売上高速報 2022年3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	426,034,999	100.0	4.6 (4.5)
10都市	309,064,731	72.5	6.7
札幌	10,790,520	2.5	2.0
仙台	5,730,489	1.3	4.8
東京	122,575,589	28.8	11.3
横浜	26,982,350	6.3	1.3
名古屋	30,013,448	7.0	4.0
京都	17,599,637	4.1	2.3
大阪	60,380,066	14.2	6.8
神戸	10,163,506	2.4	1.3
広島	8,333,880	2.0	0.7
福岡	16,495,246	3.9	4.4
10都市以外の地区	116,970,268	27.5	-0.6 (-1.0)
北海道	942,248	0.2	-9.2
東北	5,243,692	1.2	-5.8
関東	53,665,900	12.6	1.8
中部	7,887,906	1.9	-0.8 (-6.2)
近畿	16,332,675	3.8	-3.6
中国	8,968,162	2.1	-2.2
四国	5,854,484	1.4	2.6
九州	18,075,201	4.2	-2.8

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	426,034,999	100.0	4.6 (4.5)
紳士服・洋品	23,371,491	5.5	5.9 (5.8)
婦人服・洋品	77,409,893	18.2	6.2 (5.9)
子供服・洋品	15,108,226	3.5	-4.6 (-4.6)
その他衣料品	7,701,785	1.8	-1.8 (-1.8)
衣 料 品	123,591,395	29.0	4.2 (4.0)
身のまわり品	64,042,933	15.0	10.6 (10.6)
化粧品	35,525,137	8.3	1.3 (1.3)
美術・宝飾・貴金属	34,439,197	8.1	10.8 (10.7)
その他雑貨	13,636,199	3.2	-0.6 (-0.6)
雑 貨	83,600,533	19.6	4.7 (4.7)
家 具	4,618,209	1.1	-3.1 (-3.1)
家 電	1,508,856	0.4	27.1 (27.1)
その他家庭用品	11,118,695	2.6	-4.6 (-4.8)
家 庭 用 品	17,245,760	4.0	-2.1 (-2.2)
生 鮮 食 品	17,794,182	4.2	-4.0 (-4.2)
菓 子	41,143,572	9.7	6.2 (5.9)
惣 菜	25,375,977	6.0	7.4 (7.2)
その他食料品	29,228,041	6.9	2.0 (1.9)
食 料 品	113,541,772	26.7	3.6 (3.4)
食 堂 喫 茶	8,626,990	2.0	8.2 (8.0)
サ ー ビ ス	4,264,798	1.0	-3.4 (-3.4)
そ の 他	11,120,818	2.6	-1.1 (-1.1)
商 品 券	7,685,575	1.8	-6.8 (-6.8)

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 | 6.7% (6か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -0.6% (店舗数調整後/2か月連続マイナス) |

【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	6.7	4.8	6か月連続プラス
札幌	2.0	0.1	2か月ぶりプラス
仙台	4.8	0.1	2か月ぶりプラス
東京	11.3	3.1	7か月連続プラス
横浜	1.3	0.1	2か月ぶりプラス
名古屋	4.0	0.3	6か月連続プラス
京都	2.3	0.1	6か月連続プラス
大阪	6.8	0.9	6か月連続プラス
神戸	1.3	0.0	2か月ぶりプラス
広島	0.7	0.0	2か月ぶりプラス
福岡	4.4	0.2	6か月連続プラス
10都市以外の地区	-0.6	-0.2	2か月連続マイナス
北海道	-9.2	-0.0	2か月連続マイナス*
東北	-5.8	-0.1	10か月連続マイナス*
関東	1.8	0.2	2か月ぶりプラス
中部	-0.8	-0.0	2か月連続マイナス
近畿	-3.6	-0.2	2か月連続マイナス
中国	-2.2	-0.0	2か月連続マイナス*
四国	2.6	0.0	2か月ぶりプラス
九州	-2.8	-0.1	2か月連続マイナス*

(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、衣料品、身のまわり品、雑貨、食料品はプラスとなったが、家庭用品は2か月連続でマイナスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品、婦人服・洋品、化粧品が2か月ぶりにプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が14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	4.6	—	2か月ぶりプラス
紳士服・洋品	5.9	0.3	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	6.2	1.1	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	－4.6	－0.2	2か月連続マイナス
その他衣料品	－1.8	－0.0	2か月連続マイナス
衣料品	4.2	1.2	2か月ぶりプラス
身のまわり品	10.6	1.5	6か月連続プラス
化粧品	1.3	0.1	2か月ぶりプラス＊
美術・宝飾・貴金属	10.8	0.8	14か月連続プラス＊
その他雑貨	－0.6	－0.0	2か月連続マイナス＊
雑貨	4.7	0.9	6か月連続プラス
家具	－3.1	－0.0	2か月連続マイナス
家電	27.1	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	－4.6	－0.1	2か月連続マイナス
家庭用品	－2.1	－0.1	2か月連続マイナス
生鮮食品	－4.0	－0.2	10か月連続マイナス＊
菓子	6.2	0.6	7か月連続プラス＊
惣菜	7.4	0.4	7か月連続プラス＊
その他食料品	2.0	0.1	3か月連続プラス＊
食料品	3.6	1.0	6か月連続プラス
食堂喫茶	8.2	0.2	2か月ぶりプラス
サービス	－3.4	－0.0	2か月連続マイナス
その他	－1.1	－0.0	3か月連続マイナス
商品券	－6.8	－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。

2022年3月 東京地区百貨店売上高概況

2022年4月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 225億円余
2. 前年同月比(増減率)	11.3%(7か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭10.3%(88.7%)：非店頭19.6%(11.3%) ()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2月対比±0店)
5. 総店舗面積	797,849㎡ (前年同月比：-0.5%)
6. 総従業員数	14,998人 (前年同月比：-5.6%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 13.2%

[参考] 2021年3月の売上高増減率は18.5%

【特徴】

- (1) 3月の東京地区は、売上高11.3%増(7か月連続)、入店客数14.9%増(6か月連続)と、共に二桁増と高伸した。まん延防止等重点措置の解除や、気温上昇に伴い外出機会が増加したことに加え、各社の催事企画等が奏功した。一方、コロナ禍前の2019年比では、売上高13.7%減、入店客数33.0%減となったが、国内市場は5.9%減まで回復した。
- (2) 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(7.9%増/6か月連続)が、卒・入学などオケーショニーズの復調を背景に、婦人フォーマルが動いたほか、気温上昇で薄手の羽織物や軽量アウター等の春物も好調に推移した。紳士服ではスーツやジャケット、ワイシャツ等のビジネスアイテムに動きが見られた。
- (3) 身のまわり品(17.7%増/7か月連続)は、ラグジュアリーブランドが牽引する形で大幅増となった。また当月のトピックとして、26日に3つの開運日(一粒万倍日・天赦日・寅の日)が重なったことで、特に財布が好調だった。雑貨(12.5%増/7か月連続)では、時計・宝飾等、高額品の増勢が続いているほか、化粧品は外出機会の増加やタッチアップの再開で、口紅等メイクアップ商品が動くと共に、季節の変わり目でスキンケア商品も堅調に推移した。
- (4) 家庭用品(0.1%減/2か月連続)は和洋食器等、贈答アイテムが好調だったものの、イエナカ需要は一巡した。食料品(13.7%増/7か月連続)では、生鮮食品が苦戦しているが、弁当や和洋惣菜、パン等は好調に推移した。
- (5) 4月中間段階の商況は13.8%増(4/17時点)と増勢を強めて推移している。2019年比では約14%減とコロナ禍前の水準には届かないが、着実に回復傾向を示している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0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17店舗)
①増加した：12店、②変化なし：2店、③減少した：3店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数14店舗)
①増加した：7店、②変化なし：7店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	122,575,589	100.0	11.3
紳士服・洋品	8,549,228	7.0	7.8
婦人服・洋品	19,092,143	15.6	11.4
子供服・洋品	4,471,277	3.6	-4.5
その他衣料品	1,704,584	1.4	7.6
衣 料 品	33,817,232	27.6	7.9
身のまわり品	18,839,849	15.4	17.7
化粧品	11,749,720	9.6	8.6
美術・宝飾・貴金属	11,651,554	9.5	19.8
その他雑貨	4,495,352	3.7	6.1
雑 貨	27,896,626	22.8	12.5
家 具	1,611,967	1.3	6.1
家 電	1,067,181	0.9	22.6
その他家庭用品	3,023,864	2.5	-8.9
家 庭 用 品	5,703,012	4.7	-0.1
生 鮮 食 品	3,362,291	2.7	-0.5
菓 子	10,374,174	8.5	19.6
惣 菜	6,483,285	5.3	19.6
その他食料品	9,083,000	7.4	9.4
食 料 品	29,302,750	23.9	13.7
食 堂 喫 茶	1,911,137	1.6	15.8
サ ー ビ ス	2,115,906	1.7	-4.7
そ の 他	2,989,077	2.4	12.5

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	1,934,805 千円	-7.6
従 業 員 数	14,998 人	-5.6
店 舗 面 積	797,849 m ²	-0.5

営 業 日 数	31.0 日	前 年	31.0 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、家庭用品が2か月連続でマイナスとなったが、その他の4品目はプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が5か月連続、婦人服・洋品が7か月連続でプラスとなったほか、菓子、惣菜が13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	11.3	—	7か月連続プラス
紳士服・洋品	7.8	0.6	5か月連続プラス
婦人服・洋品	11.4	1.8	7か月連続プラス
子供服・洋品	-4.5	-0.2	2か月連続マイナス
その他衣料品	7.6	0.1	2か月ぶりプラス
衣料品	7.9	2.3	6か月連続プラス
身のまわり品	17.7	2.6	7か月連続プラス
化粧品	8.6	0.8	7か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	19.8	1.7	14か月連続プラス*
その他雑貨	6.1	0.2	2か月ぶりプラス*
雑貨	12.5	2.8	7か月連続プラス
家具	6.1	0.1	4か月連続プラス
家電	22.6	0.2	2か月連続プラス
その他家庭用品	-8.9	-0.3	2か月連続マイナス
家庭用品	-0.1	-0.0	2か月連続マイナス
生鮮食品	-0.5	-0.0	10か月連続マイナス*
菓子	19.6	1.5	13か月連続プラス*
惣菜	19.6	1.0	13か月連続プラス*
その他食料品	9.4	0.7	3か月連続プラス*
食料品	13.7	3.2	7か月連続プラス
食堂喫茶	15.8	0.2	2か月ぶりプラス
サービス	-4.7	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他	12.5	0.3	13か月ぶりプラス
商品券	-7.6	-0.1	4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>