

14時30分解禁

2022年5月 全国百貨店売上高概況

2022年6月23日

I. 概況

1. 売上高総額	3,882億円余
2. 前年同月比(増減率)	57.8%(店舗数調整後/3か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	72社 189店 (2022年4月対比-1社1店)
4. 総店舗面積	4,892,408㎡ (前年同月比:-1.1%)
5. 総従業員数	56,251人 (前年同月比:-3.2%)
6. 3か月移動平均値	10-12月 6.9%、11-1月 10.3%、12-2月 8.1%、 (店舗数調整後) 1-3月 6.4%、2-4月 7.4%、3-5月 22.8%

[参考] 2021年5月の売上高増減率は65.2%(店舗数調整後)

【特徴】

5月の売上高は57.8%増、入店客数は52.8%増と、共に高い伸びを示した。

前年の緊急事態宣言下における休業(生活必需品等売場を除く)等の反動や、外出機会の増加に伴う消費マインドの回復が寄与した。行動制限のないGWでは、物産展やファミリーイベントなど各社の企画催事が活況を呈した。加えて、高額品が引き続き増勢基調にある他、気温上昇で夏物商材も好調だった。また、ラグジュアリーブランドや時計・宝飾、一部の食品・家具などでは、円安や原材料高騰などによる価格引き上げ前の駆け込み需要が見られた。なお、コロナ前との比較(2019年比)では、売上高10.5%減、入店客数21.9%減と、共に前月より3.3ポイント改善しており、回復傾向は一段と鮮明になってきた。

顧客別では、国内市場56.9%増(3か月連続/シェア98.4%)、インバウンド147.7%増(2か月連続/シェア1.6%)と伸長した。2019年比では、国内市場は5.1%減とコロナ前の水準に近付いているものの、インバウンドは79.9%減と、依然として厳しい状況にある。

地区別では、全地区で対前年増となり、地方(10都市以外の地区/2か月連続)は22.2%増、前年8地区で緊急事態宣言が発出された大都市(10都市/8か月連続)は76.3%増と大幅に伸びた。中でも感染拡大の影響を大きく受けた大阪は、212.0%増と三桁の伸びとなった。

商品別では、全品目でプラスとなり、特に、ラグジュアリーブランドや時計、宝飾、美術など高額商材は、コロナ前の2019年実績も超えた。衣料品や服飾雑貨は天候与件と旅行需要などから好調に推移した。出勤の増加でビジネスアイテムも動いた。食料品は、生鮮食品でイエナカ需要の減少が見られたが、手土産需要、会合等の開催から、菓子や惣菜は前月同様に好調だった。母の日ギフトは食料品や服飾雑貨、化粧品などに動きがあった。

これから本格化する中元商戦では、各社様々なニーズに沿った商品提案と併せ、店頭とWEBの連動による営業施策を積極展開している。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇北日本では暖かい空気が流れ込みやすく、月平均気温は高かった。降水量は西日本日本海側では高気圧に覆われやすかったため、かなり少なく、日照時間は東日本日本海側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 +0.6日)

(3) 土・日・祝日の合計 12日(〃 土曜1日減)

(4) 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109店舗)

①増加した：91店、②変化なし：12店、③減少した：6店

(5) 5月歳時記(GW、母の日)の売上(同上/有効回答数85店舗)

①増加した：32店、②変化なし：44店、③減少した：9店

全国百貨店 売上高速報 2022年5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	388,254,657	100.0	57.8 (57.5)
10都市	285,520,759	73.5	76.3
札幌	10,082,071	2.6	68.5
仙台	5,376,602	1.4	17.7
東京	111,658,373	28.8	80.6
横浜	25,768,020	6.6	12.2
名古屋	26,510,309	6.8	39.7
京都	16,644,403	4.3	93.3
大阪	57,267,441	14.7	212.0
神戸	9,686,336	2.5	88.3
広島	7,427,678	1.9	35.6
福岡	15,099,526	3.9	50.8
10都市以外の地区	102,733,898	26.5	22.2 (21.4)
北海道	707,852	0.2	7.7
東北	4,357,224	1.1	9.9 (5.2)
関東	46,434,471	12.0	15.9
中部	7,377,591	1.9	22.8 (15.7)
近畿	14,744,405	3.8	49.7
中国	7,972,449	2.1	26.0
四国	5,093,185	1.3	27.6
九州	16,046,721	4.1	21.5

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	388,254,657	100.0	57.8 (57.5)
紳士服・洋品	22,901,602	5.9	96.3 (95.8)
婦人服・洋品	70,878,311	18.3	87.1 (86.4)
子供服・洋品	7,830,484	2.0	29.5 (29.3)
その他衣料品	6,864,772	1.8	53.1 (52.9)
衣 料 品	108,475,169	27.9	80.6 (80.0)
身のまわり品	62,577,892	16.1	103.9 (103.8)
化粧品	29,933,889	7.7	34.9 (34.8)
美術・宝飾・貴金属	37,640,656	9.7	97.5 (97.4)
その他雑貨	11,688,332	3.0	43.4 (43.4)
雑 貨	79,262,877	20.4	60.5 (60.4)
家 具	3,779,909	1.0	40.0 (40.0)
家 電	1,346,388	0.3	17.8 (17.8)
その他家庭用品	10,006,609	2.6	43.5 (42.8)
家 庭 用 品	15,132,906	3.9	39.9 (39.5)
生 鮮 食 品	17,498,835	4.5	1.9 (1.5)
菓 子	27,823,432	7.2	41.2 (41.0)
惣 菜	25,314,346	6.5	24.9 (24.5)
その他食料品	29,066,687	7.5	21.7 (21.3)
食 料 品	99,703,300	25.7	23.0 (22.7)
食 堂 喫 茶	9,618,103	2.5	134.9 (133.8)
サ ー ビ ス	4,326,272	1.1	41.3 (41.2)
そ の 他	9,158,138	2.4	34.0 (33.9)
商 品 券	6,237,585	1.6	27.5 (27.4)

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。

NEWS LETTER

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|-------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 76.3% (8か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 22.2% (店舗数調整後/2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	76.3	50.2	8か月連続プラス
札幌	68.5	1.7	3か月連続プラス
仙台	17.7	0.3	3か月連続プラス
東京	80.6	20.3	9か月連続プラス
横浜	12.2	1.1	3か月連続プラス
名古屋	39.7	3.1	8か月連続プラス
京都	93.3	3.3	8か月連続プラス
大阪	212.0	15.8	8か月連続プラス
神戸	88.3	1.8	3か月連続プラス
広島	35.6	0.8	3か月連続プラス
福岡	50.8	2.1	8か月連続プラス
10都市以外の地区	22.2	7.6	2か月連続プラス
北海道	7.7	0.0	4か月ぶりプラス*
東北	9.9	0.2	12か月ぶりプラス*
関東	15.9	2.6	3か月連続プラス
中部	22.8	0.6	2か月連続プラス
近畿	49.7	2.0	2か月連続プラス
中国	26.0	0.7	2か月連続プラス*
四国	27.6	0.4	3か月連続プラス
九州	21.5	1.2	2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、身のまわり品は三桁増となった。
その他の品目も全ての品目でプラスとなり、生鮮食品が12か月ぶりにプラスとなった
ほか、紳士服・洋品、婦人服・洋品が3か月連続、菓子、惣菜が9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	57.8	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	96.3	4.6	3か月連続プラス
婦人服・洋品	87.1	13.4	3か月連続プラス
子供服・洋品	29.5	0.7	2か月連続プラス
その他衣料品	53.1	1.0	2か月連続プラス
衣料品	80.6	19.7	3か月連続プラス
身のまわり品	103.9	13.0	8か月連続プラス
化粧品	34.9	3.1	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	97.5	7.6	16か月連続プラス*
その他雑貨	43.4	1.4	2か月連続プラス*
雑貨	60.5	12.1	8か月連続プラス
家具	40.0	0.4	2か月連続プラス
家電	17.8	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	43.5	1.2	2か月連続プラス
家庭用品	39.9	1.8	2か月連続プラス
生鮮食品	1.9	0.1	12か月ぶりプラス*
菓子	41.2	3.3	9か月連続プラス*
惣菜	24.9	2.0	9か月連続プラス*
その他食料品	21.7	2.1	5か月連続プラス*
食料品	23.0	7.6	8か月連続プラス
食堂喫茶	134.9	2.2	3か月連続プラス
サービス	41.3	0.5	2か月連続プラス
その他	34.0	0.9	2か月連続プラス
商品券	27.5	0.5	2か月連続プラス

(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5月 東京地区百貨店売上高概況

2022年6月23日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 116億円余
2. 前年同月比（増減率）	80.6%（9か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭90.9%（89.6%）：非店頭22.9%（10.4%） （ ）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4月対比±0店）
5. 総店舗面積	796,488㎡（前年同月比：－0.7%）
6. 総従業員数	15,015人（前年同月比：－5.5%）
7. 3か月移動平均値	10-12月 9.0%、11-1月 13.9%、12-2月 12.9%、 1-3月 13.2%、2-4月 14.2%、3-5月 33.1%

[参考] 2021年5月の売上高増減率は77.7%

【特 徴】

- (1) 5月の東京地区は、売上高80.6%増(9か月連続)、入店客数76.3%増(8か月連続)と、前年実績を大きく上回った。前年、緊急事態宣言下において生活必需品以外の売場が休業したことへの反動に加え、行動制限のないGWの人出増加や高額品需要の強さが寄与した。コロナ前の2019年比では、入店客数は25.4%減だが、売上高は8.8%減と前月よりマイナス幅を縮めた他、免税売上を除く国内市場は0.9%減にまで回復した。
- (2) 商品別では、主要5品目全てプラスとなり、特に衣料品、身のまわり品等のファッションアイテムは三桁増と高伸した。主力の衣料品(119.8%増/8か月連続)は、出勤の増加や行楽需要の高まりで、紳士服ではスーツやジャケット、スラックス、婦人服ではブラウスやスカート、ワンピースが好調だった他、子供服にも動きが見られた。
- (3) ラグジュアリーブランドや高額品の増勢を受け、身のまわり品(157.0%増/9か月連続)と併せ、雑貨(92.0%増/9か月連続)も大幅増となった。円安による輸入物価上昇や堅調なブランド品需要を背景に、時計や宝飾、金製品で価格改定による値上げ前の駆け込み需要が見られた他、家庭用品(43.0%増/2か月連続)でもインポート家具等に同様の傾向が見られた。
- (4) 食料品(28.8%増/9か月連続)は、帰省、手土産需要が客数増と相まって、和・洋菓子共に好調だった他、人が集まる機会が増えたことで、大人数向けのオードブルや寿司等、大容量惣菜が人気だった。昨年未実施の地方物産展や屋上BBQ等も活況で集客に寄与した。中元序盤戦は、コロナが落ち着いていることもあり、ギフトセンターでの受注が好調に推移している。
- (5) 6月中間段階の商況は24.7%増(6/16時点)と、5月に続き好調に推移している。2019年比では約7%減とコロナ前の水準に近づいてきている。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 31.0日（前年同月比 +0.5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：17店、②変化なし：0店、③減少した：0店
- (3) 5月歳時記（GW、母の日）の売上（同上／有効回答数13店舗）
①増加した：4店、②変化なし：7店、③減少した：2店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年5月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	111,658,373	100.0	80.6
紳士服・洋品	8,369,938	7.5	128.4
婦人服・洋品	16,969,352	15.2	132.8
子供服・洋品	2,015,135	1.8	48.0
その他衣料品	1,626,508	1.5	87.4
衣 料 品	28,980,933	26.0	119.8
身のまわり品	18,749,109	16.8	157.0
化粧品	8,840,412	7.9	39.3
美術・宝飾・貴金属	13,704,022	12.3	166.1
その他雑貨	3,742,646	3.4	70.2
雑 貨	26,287,080	23.5	92.0
家 具	1,239,108	1.1	56.5
家 電	1,046,876	0.9	12.4
その他家庭用品	2,909,000	2.6	52.4
家 庭 用 品	5,194,984	4.7	43.0
生 鮮 食 品	3,382,214	3.0	0.8
菓 子	7,387,435	6.6	52.4
惣 菜	6,324,799	5.7	28.7
その他食料品	9,020,321	8.1	26.0
食 料 品	26,114,769	23.4	28.8
食 堂 喫 茶	2,200,719	2.0	221.6
サ ー ビ ス	2,075,467	1.9	61.9
そ の 他	2,055,312	1.8	14.8

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	1,559,737 千円	39.8
従 業 員 数	15,015 人	-5.5
店 舗 面 積	796,488 m ²	-0.7

営 業 日 数	31.0 日	前年	30.5 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、全ての品目がプラスとなり、衣料品、身のまわり品が三桁増となった。その他の品目も全ての品目がプラスとなり、生鮮食品が12か月ぶりにプラスとなったほか、紳士服・洋品、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属が三桁増となった。

【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	80.6	—	9か月連続プラス
紳士服・洋品	128.4	7.6	7か月連続プラス
婦人服・洋品	132.8	15.7	9か月連続プラス
子供服・洋品	48.0	1.1	2か月連続プラス
その他衣料品	87.4	1.2	3か月連続プラス
衣料品	119.8	25.5	8か月連続プラス
身のまわり品	157.0	18.5	9か月連続プラス
化粧品	39.3	4.0	9か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	166.1	13.8	16か月連続プラス*
その他雑貨	70.2	2.5	3か月連続プラス*
雑貨	92.0	20.4	9か月連続プラス
家具	56.5	0.7	6か月連続プラス
家電	12.4	0.2	4か月連続プラス
その他家庭用品	52.4	1.6	2か月連続プラス
家庭用品	43.0	2.5	2か月連続プラス
生鮮食品	0.8	0.0	12か月ぶりプラス*
菓子	52.4	4.1	15か月連続プラス*
惣菜	28.7	2.3	15か月連続プラス*
その他食料品	26.0	3.0	5か月連続プラス*
食料品	28.8	9.4	9か月連続プラス
食堂喫茶	221.6	2.5	3か月連続プラス
サービス	61.9	1.3	2か月連続プラス
その他	14.8	0.4	3か月連続プラス
商品券	39.8	0.7	2か月連続プラス

(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

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>