

14時30分解禁

2022年6月 全国百貨店売上高概況

2022年7月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,143億円余
2. 前年同月比(増減率)	11.7%(店舗数調整後/4か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	71社 188店 (2022年5月対比-1社1店)
4. 総店舗面積	4,912,884㎡ (前年同月比:-0.7%)
5. 総従業員数	56,099人 (前年同月比:-3.0%)
6. 3か月移動平均値	11-1月 10.3%、12-2月 8.1%、1-3月 6.4%、 (店舗数調整後) 2-4月 7.4%、3-5月 22.8%、4-6月 26.3%

[参考] 2021年6月の売上高増減率は-1.6%(店舗数調整後)

【特徴】

6月の売上高は11.7%増、入店客数は19.3%増と、共に4か月連続プラスとなった。

前年の緊急事態宣言等対象地区における営業制限(一部売場を除く土日休業等)の反動と、外出機会の増加が寄与した。富裕層を中心に高額消費が引き続き活況だった他、月後半の記録的に早い梅雨明け等に伴い、夏物衣料や服飾雑貨、UVケア商品も動いた。コロナ前との比較(2019年比)では売上高11.3%減、入店客数23.1%減と、ほぼ前月並みに回復基調を維持している。

顧客別では、国内市場は4か月連続プラスの11.3%増(シェア98.4%)、2019年比では7.0%減であったが、コロナ前の実績を超える店舗も見られた。インバウンドは、政府による水際対策の段階的な緩和等もあり47.9%増(3か月連続/シェア1.6%)と伸長したが、コロナ前の2019年比では76.4%減と、依然、厳しい状況に大きな変化は見られない。

地区別では、前月同様、全地区で対前年増となり、地方(10都市以外の地区/3か月連続)が3.9%増、前年8地区で緊急事態宣言が出された大都市(10都市/9か月連続)は14.7%増となった。

商品別では、主要5品目全てプラスとなった。中でもラグジュアリーブランドを含む身のまわり品(27.2%増)や、時計・宝飾等の高額品(美・宝・貴25.7%増)、菓子(14.7%増)の3品目は高伸し、2019年実績も超える結果となった。また、猛暑などの天候与件から、日傘、帽子、サングラスなどの盛夏商材や、UV関連商品も好調だった。化粧品は、一部海外ブランド等で価格引き上げ前の駆け込み需要も見られた。食料品では、生鮮食品は世界情勢の影響等による入荷減や価格高騰、イエナカニーズの減少などから苦戦したが、手土産需要で和洋菓子が好調だった他、父の日ギフトで酒類なども健闘した。

中元商戦前半は、各社共、SNSを活用したWEB連動策や顧客ニーズに沿った商品展開を行っており、堅調に推移している。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇東・西日本の気温はかなり高く、下旬は記録的な高温となった。西日本太平洋側の降水量はかなり少なく、東・西日本の各地と東北南部では記録的に早く梅雨明けした。東日本日本海側と西日本太平洋側の日照時間はかなり多かった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 +0.2日)

(3) 土・日・祝日の合計 8日(〃 土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108店舗)

①増加した：82店、②変化なし：19店、③減少した：7店

(5) 6月歳時記(父の日、中元)の売上(同上/有効回答数82店舗)

①増加した：12店、②変化なし：57店、③減少した：13店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2022年6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	414,300,196	100.0	11.7 (11.5)
10都市	306,551,166	74.0	14.7
札幌	9,934,088	2.4	24.5
仙台	5,892,529	1.4	6.3
東京	123,661,261	29.8	13.8
横浜	27,764,431	6.7	8.3
名古屋	27,612,586	6.7	18.3
京都	17,061,639	4.1	13.8
大阪	60,940,656	14.7	15.4
神戸	9,642,485	2.3	16.9
広島	8,388,560	2.0	22.0
福岡	15,652,931	3.8	19.2
10都市以外の地区	107,749,030	26.0	3.9 (3.2)
北海道	865,373	0.2	10.0
東北	4,476,405	1.1	3.6 (-2.2)
関東	49,133,650	11.9	2.3
中部	7,791,480	1.9	1.0 (-4.4)
近畿	15,246,496	3.7	3.1
中国	8,714,567	2.1	9.8
四国	5,712,632	1.4	7.3
九州	15,808,427	3.8	6.9

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	414,300,196	100.0	11.7 (11.5)
紳士服・洋品	22,585,985	5.5	8.9 (8.7)
婦人服・洋品	70,816,198	17.1	10.3 (10.0)
子供服・洋品	5,470,009	1.3	-9.6 (-9.8)
その他衣料品	6,678,685	1.6	3.2 (3.0)
衣 料 品	105,550,877	25.5	8.3 (8.0)
身のまわり品	64,076,732	15.5	27.2 (27.2)
化粧品	31,416,213	7.6	10.4 (10.4)
美術・宝飾・貴金属	37,207,737	9.0	25.7 (25.7)
その他雑貨	11,379,814	2.7	2.8 (2.8)
雑 貨	80,003,764	19.3	15.7 (15.7)
家 具	3,834,214	0.9	3.6 (3.5)
家 電	1,130,466	0.3	-2.1 (-2.1)
その他家庭用品	10,050,293	2.4	3.9 (3.5)
家 庭 用 品	15,014,973	3.6	3.3 (3.0)
生 鮮 食 品	22,244,361	5.4	-4.2 (-4.6)
菓 子	35,328,449	8.5	14.7 (14.5)
惣 菜	26,617,939	6.4	4.3 (4.1)
その他食料品	41,496,118	10.0	1.6 (1.4)
食 料 品	125,686,867	30.3	4.4 (4.1)
食 堂 喫 茶	9,337,636	2.3	57.5 (57.0)
サ ー ビ ス	3,869,183	0.9	13.9 (13.8)
そ の 他	10,760,164	2.6	10.9 (10.8)
商 品 券	11,855,252	2.9	-2.7 (-2.8)

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 | 14.7% (9か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 3.9% (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	14.7	10.6	9か月連続プラス
札幌	24.5	0.5	4か月連続プラス
仙台	6.3	0.1	4か月連続プラス
東京	13.8	4.1	10か月連続プラス
横浜	8.3	0.6	4か月連続プラス
名古屋	18.3	1.2	9か月連続プラス
京都	13.8	0.6	9か月連続プラス
大阪	15.4	2.2	9か月連続プラス
神戸	16.9	0.4	4か月連続プラス
広島	22.0	0.4	4か月連続プラス
福岡	19.2	0.7	9か月連続プラス
10都市以外の地区	3.9	1.1	3か月連続プラス
北海道	10.0	0.0	2か月連続プラス*
東北	3.6	0.0	2か月連続プラス*
関東	2.3	0.3	4か月連続プラス
中部	1.0	0.0	3か月連続プラス
近畿	3.1	0.1	3か月連続プラス
中国	9.8	0.2	3か月連続プラス*
四国	7.3	0.1	4か月連続プラス
九州	6.9	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、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。その他の品目は、紳士服・洋品、婦人服・洋品が4か月連続でプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が17か月連続でプラスとなった一方、子供服・洋品が3か月ぶり、家電が5か月ぶりにマイナスとなった。

【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	11.7	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	8.9	0.5	4か月連続プラス
婦人服・洋品	10.3	1.8	4か月連続プラス
子供服・洋品	-9.6	-0.2	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	3.2	0.1	3か月連続プラス
衣料品	8.3	2.2	4か月連続プラス
身のまわり品	27.2	3.7	9か月連続プラス
化粧品	10.4	0.8	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	25.7	2.1	17か月連続プラス*
その他雑貨	2.8	0.1	3か月連続プラス*
雑貨	15.7	2.9	9か月連続プラス
家具	3.6	0.0	3か月連続プラス
家電	-2.1	-0.0	5か月ぶりマイナス
その他家庭用品	3.9	0.1	3か月連続プラス
家庭用品	3.3	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-4.2	-0.3	2か月ぶりマイナス*
菓子	14.7	1.2	10か月連続プラス*
惣菜	4.3	0.3	10か月連続プラス*
その他食料品	1.6	0.2	6か月連続プラス*
食料品	4.4	1.4	9か月連続プラス
食堂喫茶	57.5	0.9	4か月連続プラス
サービス	13.9	0.1	3か月連続プラス
その他	10.9	0.3	3か月連続プラス
商品券	-2.7	-0.1	3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6月 東京地区百貨店売上高概況

2022年7月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 236 億円余
2. 前年同月比（増減率）	13.8%（10か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭15.6%（90.7%）：非店頭－1.1%（9.3%） （ ）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5月対比±0店）
5. 総店舗面積	796,101㎡（前年同月比：－0.8%）
6. 総従業員数	14,973人（前年同月比：－5.1%）
7. 3か月移動平均値	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%、4-6月 34.3%

〔参考〕2021年6月の売上高増減率は3.7%

【特徴】

- (1) 6月の東京地区は、前年の緊急事態宣言による影響（一部売場の休業）の反動や、外出機会の増加に加えて、高額消費の活況も寄与し、売上高13.8%増（10か月連続）、入店客数26.6%増（9か月連続）と、前年実績を上回った。コロナ前の2019年比では、売上高は11.3%減、免税売上を除いた国内売上では4.3%減となり、引き続き回復傾向を維持している。なお、入店客数は26.2%減であった。
- (2) 商品別では、3か月連続で主要5品目全てプラスとなり、特にラグジュアリーブランドを含む身のまわり品（35.4%増/10か月連続）や宝飾や時計等を含む雑貨（18.8%増/10か月連続）が売上を牽引した。衣料品（11.0%増/9か月連続）は、セール開始時期（前年は6月下旬、本年は7月から）の影響もあったが、婦人服では盛夏商材が好調で、カットソー、ブラウス、ワンピースが動いた他、紳士服でもスーツやジャケット等、ビジネスアイテムも復調傾向を見せた。
- (3) 需要拡大が続くラグジュアリーブランドでは、若年層の購買も多く見られ、バッグや財布、時計、アクセサリ等が人気を集めた。また化粧品では、一部海外ブランド等で値上げ前の駆け込み需要が見られた。更には、記録的に早い梅雨明けや月後半の猛暑等の天候与件から、日傘や帽子、サングラス等のUVアイテムも例年以上に動きを見せた。
- (4) 食料品（3.9%増/10か月連続）は、イエナカニーズの減退や外食機会の増加により、生鮮食品（4.8%減）が苦戦した他、惣菜（3.5%増）も伸びが鈍化したが、菓子（16.2%増）は手土産需要を受け、和洋菓子共に引き続き好調だった。中元商戦は前年並みに推移している。
- (5) 7月中間段階の商況は前年比19.1%増（7/18時点）、2019年比で約2%減と、店舗によりばらつきはあるものの、平均値では、ほぼコロナ前の水準に戻ってきている。

【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（回答店舗数で見える傾向値/前年同月比/有効回答数18店舗）
①増加した：16店、②変化なし：1店、③減少した：1店
- (3) 6月歳時記（父の日、中元）の売上（同上/有効回答数13店舗）
①増加した：2店、②変化なし：9店、③減少した：2店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	123,661,261	100.0	13.8
紳士服・洋品	8,381,545	6.8	12.8
婦人服・洋品	17,284,276	14.0	11.5
子供服・洋品	1,406,624	1.1	-4.2
その他衣料品	1,688,750	1.4	11.3
衣 料 品	28,761,195	23.3	11.0
身のまわり品	20,244,608	16.4	35.4
化粧品	9,518,539	7.7	9.1
美術・宝飾・貴金属	13,136,201	10.6	32.8
その他雑貨	3,711,768	3.0	3.6
雑 貨	26,366,508	21.3	18.8
家 具	1,169,867	0.9	-3.2
家 電	807,359	0.7	-5.8
その他家庭用品	3,033,887	2.5	6.3
家 庭 用 品	5,011,113	4.1	1.9
生 鮮 食 品	4,756,303	3.8	-4.8
菓 子	10,192,005	8.2	16.2
惣 菜	6,773,126	5.5	3.5
その他食料品	14,517,907	11.7	-0.3
食 料 品	36,239,341	29.3	3.9
食 堂 喫 茶	2,194,419	1.8	66.1
サ ー ビ ス	1,802,975	1.5	26.2
そ の 他	3,041,102	2.5	0.6

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	3,185,793 千円	-1.4
従 業 員 数	14,973 人	-5.1
店 舗 面 積	796,101 m ²	-0.8
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、全ての品目がプラスとなり、衣料品、身のまわり品、雑貨が二桁増となった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が17か月連続、菓子、惣菜が16か月連続でプラスとなった一方、子供服・洋品が3か月ぶり、家具が7か月ぶり、家電が5か月ぶりにマイナスとなった。

【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	13.8	—	10か月連続プラス
紳士服・洋品	12.8	0.9	8か月連続プラス
婦人服・洋品	11.5	1.6	10か月連続プラス
子供服・洋品	-4.2	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	11.3	0.2	4か月連続プラス
衣料品	11.0	2.6	9か月連続プラス
身のまわり品	35.4	4.9	10か月連続プラス
化粧品	9.1	0.7	10か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	32.8	3.0	17か月連続プラス*
その他雑貨	3.6	0.1	4か月連続プラス*
雑貨	18.8	3.8	10か月連続プラス
家具	-3.2	-0.0	7か月ぶりマイナス
家電	-5.8	-0.0	5か月ぶりマイナス
その他家庭用品	6.3	0.2	3か月連続プラス
家庭用品	1.9	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-4.8	-0.2	2か月ぶりマイナス*
菓子	16.2	1.3	16か月連続プラス*
惣菜	3.5	0.2	16か月連続プラス*
その他食料品	-0.3	-0.0	6か月ぶりマイナス*
食料品	3.9	1.3	10か月連続プラス
食堂喫茶	66.1	0.8	4か月連続プラス
サービス	26.2	0.3	3か月連続プラス
その他	0.6	0.0	4か月連続プラス
商品券	-1.4	-0.0	3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

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>