

14時30分解禁

2022年11月 全国百貨店売上高概況

2022年12月23日

I. 概況

1. 売上高総額	4,692億円余
2. 前年同月比(増減率)	4.5%(店舗数調整後/9か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	71社 185店(2022年10月対比-1店)
4. 総店舗面積	4,840,472㎡(前年同月比:-1.8%)
5. 総従業員数	54,500人(前年同月比:-5.6%)
6. 3か月移動平均値	4-6月 26.3%、5-7月 22.0%、6-8月 14.7%、 (店舗数調整後) 7-9月 17.6%、8-10月 18.4%、9-11月 11.1%

[参考] 2021年11月の売上高増減率は8.1%(店舗数調整後)

【特徴】

11月の売上高は4.5%増、入店客数1.2%増と共に9か月連続プラスとなった。

中旬以降気温が高く推移したことと新型コロナウイルス感染者数増加により、伸び率は前月より減少したが、引き続き活発だった高額消費と、前月の水際緩和で増勢に転じたインバウンドが牽引した。各社企画の外商催事や物産展など食品催事も好評だった。コロナ前との比較では、消費増税の反動が残る2019年比では3.0%減、特殊要因のない2018年比では8.8%減だったが、2018年実績を超える店舗もあり回復基調は続いている。

顧客別では、インバウンドが、円安と水際緩和から403.2%増(8か月連続/シェア3.7%)と、前月より68.0ポイント上昇した。コロナ前の2019年比では32.9%減と約7割まで戻っている。国内市場は1.4%増(9か月連続/シェア96.3%)とプラスを維持したが、2019年比では1.3%減と、コロナ前の水準には僅かに届かなかった。

地区別では、8地区で前年をクリアした大都市(10都市/7.0%増)が14か月連続増となったが、地方(10都市以外の地区/2.2%減)は7地区で前年割れし、8か月ぶりにマイナスに転じた。

商品別では、主要5品目のうち4品目で前年実績を超えた。増勢が続く高額品では、ラグジュアリーブランドの価格改定に伴う駆け込み購買やインバウンド需要も見られた。衣料品や服飾雑貨では、天候と件から季節商材は苦戦したが、ジャケット、トラベルバッグ、紳士・婦人靴が動いた。食料品は、生鮮食品が価格高騰や巣ごもり需要の反動から前年を下回ったが、菓子は手土産やお歳暮が好調で15か月連続増となった。おせち、クリスマスケーキ、福袋の予約は堅調に推移している。

物価高等厳しい消費環境の中、各社では、最需要期の年末商戦で業績回復を確かなものとすべく、感染防止に注力しつつも、様々な営業施策を展開している。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇寒気の影響が弱く、低気圧の前面で南から暖かい空気が流れ込んだ時期もあったため、月平均気温は全国的にかなり高かった。日照時間は高気圧に覆われやすかったため、北・東・西日本日本海側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 -0.1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108店舗)

①増加した：41店、②変化なし：27店、③減少した：40店

(5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数73店舗)

①増加した：6店、②変化なし：43店、③減少した：24店

全国百貨店 売上高速報 2022年11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	469,261,448	100.0	4.5 (4.3)
10都市	347,382,853	74.0	7.0 (6.9)
札幌	11,590,383	2.5	2.2
仙台	6,328,904	1.3	-4.4
東京	138,545,118	29.5	7.8
横浜	30,034,911	6.4	1.1
名古屋	31,516,257	6.7	5.3
京都	20,341,621	4.3	6.4
大阪	70,741,626	15.1	13.3
神戸	10,983,385	2.3	3.3
広島	8,630,422	1.8	-2.2 (-7.0)
福岡	18,670,226	4.0	7.3
10都市以外の地区	121,878,595	26.0	-2.2 (-2.3)
北海道	940,507	0.2	3.1
東北	4,915,003	1.0	-5.9 (-8.3)
関東	54,834,673	11.7	-2.2
中部	8,302,713	1.8	-3.3
近畿	16,425,857	3.5	-1.3
中国	9,838,625	2.1	-1.0
四国	5,962,440	1.3	-4.7
九州	20,658,777	4.4	-1.2

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	469,261,448	100.0	4.5 (4.3)
紳士服・洋品	27,611,968	5.9	-1.3 (-1.3)
婦人服・洋品	84,725,132	18.1	5.5 (5.4)
子供服・洋品	6,351,904	1.4	-5.9 (-6.1)
その他衣料品	7,158,483	1.5	-10.5 (-10.7)
衣 料 品	125,847,487	26.8	2.3 (2.2)
身のまわり品	67,956,539	14.5	13.6 (13.5)
化粧品	33,922,950	7.2	3.6 (3.6)
美術・宝飾・貴金属	42,665,172	9.1	15.7 (15.7)
その他雑貨	13,666,313	2.9	4.5 (4.3)
雑 貨	90,254,435	19.2	9.1 (9.1)
家 具	4,190,994	0.9	-7.1 (-7.3)
家 電	2,333,407	0.5	11.5 (11.5)
その他家庭用品	10,651,987	2.3	-7.4 (-7.5)
家 庭 用 品	17,176,388	3.7	-5.2 (-5.3)
生 鮮 食 品	25,394,968	5.4	-2.4 (-3.1)
菓 子	40,260,761	8.6	2.9 (2.8)
惣 菜	30,216,240	6.4	1.4 (1.2)
その他食料品	46,933,159	10.0	-0.2 (-0.3)
食 料 品	142,805,128	30.4	0.6 (0.3)
食 堂 喫 茶	9,578,173	2.0	4.3 (4.0)
サ ー ビ ス	3,976,449	0.8	1.8 (1.5)
そ の 他	11,666,849	2.5	12.3 (12.2)
商 品 券	12,098,375	2.6	-6.4 (-6.5)

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 | 7.0% (店舗数調整後／14か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -2.2% (店舗数調整後／8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	7.0	5.1	14か月連続プラス
札幌	2.2	0.1	9か月連続プラス
仙台	-4.4	-0.1	9か月ぶりマイナス
東京	7.8	2.2	15か月連続プラス
横浜	1.1	0.1	9か月連続プラス
名古屋	5.3	0.4	14か月連続プラス
京都	6.4	0.3	14か月連続プラス
大阪	13.3	1.8	14か月連続プラス
神戸	3.3	0.1	9か月連続プラス
広島	-2.2	-0.0	9か月ぶりマイナス
福岡	7.3	0.3	14か月連続プラス
10都市以外の地区	-2.2	-0.6	8か月ぶりマイナス
北海道	3.1	0.0	7か月連続プラス*
東北	-5.9	-0.1	7か月ぶりマイナス*
関東	-2.2	-0.3	9か月ぶりマイナス
中部	-3.3	-0.1	8か月ぶりマイナス
近畿	-1.3	-0.0	4か月ぶりマイナス
中国	-1.0	-0.0	8か月ぶりマイナス*
四国	-4.7	-0.1	4か月ぶりマイナス
九州	-1.2	-0.1	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、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22か月連続でプラスとなったほか、菓子・惣菜が15か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が9か月ぶり、子供服・洋品が4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	4.5	—	9か月連続プラス
紳士服・洋品	－1.3	－0.1	9か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	5.5	1.0	9か月連続プラス
子供服・洋品	－5.9	－0.1	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	－10.5	－0.2	2か月連続マイナス
衣料品	2.3	0.6	9か月連続プラス
身のまわり品	13.6	1.8	14か月連続プラス
化粧品	3.6	0.3	9か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	15.7	1.3	22か月連続プラス*
その他雑貨	4.5	0.1	8か月連続プラス*
雑貨	9.1	1.7	14か月連続プラス
家具	－7.1	－0.1	2か月連続マイナス
家電	11.5	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	－7.4	－0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	－5.2	－0.2	2か月連続マイナス
生鮮食品	－2.4	－0.1	3か月連続マイナス*
菓子	2.9	0.3	15か月連続プラス*
惣菜	1.4	0.1	15か月連続プラス*
その他食料品	－0.2	－0.0	4か月ぶりマイナス*
食料品	0.6	0.2	4か月連続プラス
食堂喫茶	4.3	0.1	9か月連続プラス
サービス	1.8	0.0	8か月連続プラス
その他	12.3	0.3	8か月連続プラス
商品券	－6.4	－0.2	6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11月 東京地区百貨店売上高概況

2022年12月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1,385億円余
2. 前年同月比(増減率)	7.8%(15か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭8.3%(90.6%)：非店頭3.5%(9.4%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 23店 (2022年10月対比-1店)
5. 総店舗面積	758,082㎡ (前年同月比:-5.6%)
6. 総従業員数	14,693人 (前年同月比:-4.8%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 34.3%、5-7月 30.2%、6-8月 21.6%、 7-9月 26.5%、8-10月 26.3%、9-11月 16.2%

[参考] 2021年11月の売上高増減率は10.0%

【特徴】

- (1) 11月の東京地区は、売上高は7.8%増(15か月連続)と前年実績を上回った。引き続き活況な高額消費が売上を牽引した他、水際緩和によるインバウンド売上も復調してきた。コロナ前との比較では、消費増税の反動が残る2019年比では、売上高2.6%減、特殊要因のない2018年比では売上高7.2%減だが、2018年実績を上回る店舗もあり、着実に回復基調は続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目では家庭用品を除く4品目がプラスとなった。主力の衣料品(5.5%増/14か月連続)は、月後半に気温が高く推移した影響から、ウール素材のコート等、重衣料の動きは鈍かったものの、非ウール素材のコートやジャケット、ブルゾン、ジレ等の軽アウター類や、手袋やマフラー、帽子等の冬小物は堅調だった。
- (3) 身のまわり品(25.5%増/15か月連続)は、訪日需要を含め増勢が続くラグジュアリーブランドでは、ブーツやブランドのアイコンバッグ等が好調だった他、旅行需要でスーツケースやトラベルバッグ、カジュアルシューズ等も動いた。雑貨(11.0%増/15か月連続)は、時計・宝飾で一部価格改訂前の駆け込み需要が見られた。化粧品は、クリスマスコフレ等の限定品やフレグランス商品を中心に堅調に推移した。
- (4) 食料品(2.0%増/15か月連続)は、菓子が手土産やお歳暮、自家需要等、ニーズの拡大を受け引き続き好調で、2018年実績も上回った。クリスマスケーキ、おせちの予約は店頭・EC共に比較的堅調に推移している。
- (5) 12月中間段階の商況は、前年比6.7%増(12/15時点)で推移している。2019年比では約2%減で推移しており、コロナ禍前の水準にほぼ並びつつある。

【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：4店、③減少した：2店
- (3) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数11店舗)
 - ①増加した：3店、②変化なし：4店、③減少した：4店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	138,545,118	100.0	7.8
紳士服・洋品	10,116,456	7.3	3.9
婦人服・洋品	20,911,098	15.1	8.6
子供服・洋品	1,759,514	1.3	4.9
その他衣料品	1,538,088	1.1	-18.3
衣 料 品	34,325,156	24.8	5.5
身のまわり品	21,504,711	15.5	25.5
化粧品	10,318,425	7.4	3.7
美術・宝飾・貴金属	14,737,084	10.6	18.5
その他雑貨	4,756,295	3.4	6.2
雑 貨	29,811,804	21.5	11.0
家 具	1,305,044	0.9	-1.5
家 電	1,958,219	1.4	14.0
その他家庭用品	3,054,949	2.2	-8.3
家 庭 用 品	6,318,212	4.6	-0.9
生 鮮 食 品	5,174,084	3.7	-4.6
菓 子	11,415,862	8.2	5.1
惣 菜	8,101,073	5.8	0.6
その他食料品	14,912,470	10.8	2.9
食 料 品	39,603,489	28.6	2.0
食 堂 喫 茶	2,094,819	1.5	4.1
サ ー ビ ス	1,973,892	1.4	7.5
そ の 他	2,913,035	2.1	-1.1

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	3,030,827 千円	-6.7
従 業 員 数	14,693 人	-4.8
店 舗 面 積	758,082 m ²	-5.6

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、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、化粧品が15か月連続、美術・宝飾・貴金属が22か月連続でプラスとなったほか、菓子、惣菜が21か月連続でプラスとなったが、家具と生鮮食品が2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	7.8	—	15か月連続プラス
紳士服・洋品	3.9	0.3	13か月連続プラス
婦人服・洋品	8.6	1.3	15か月連続プラス
子供服・洋品	4.9	0.1	5か月連続プラス
その他衣料品	-18.3	-0.3	2か月連続マイナス
衣料品	5.5	1.4	14か月連続プラス
身のまわり品	25.5	3.4	15か月連続プラス
化粧品	3.7	0.3	15か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	18.5	1.8	22か月連続プラス*
その他雑貨	6.2	0.2	9か月連続プラス*
雑貨	11.0	2.3	15か月連続プラス
家具	-1.5	-0.0	2か月連続マイナス
家電	14.0	0.2	2か月連続プラス
その他家庭用品	-8.3	-0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	-0.9	-0.0	2か月連続マイナス
生鮮食品	-4.6	-0.2	2か月連続マイナス*
菓子	5.1	0.4	21か月連続プラス*
惣菜	0.6	0.0	21か月連続プラス*
その他食料品	2.9	0.3	5か月連続プラス*
食料品	2.0	0.6	15か月連続プラス
食堂喫茶	4.1	0.1	9か月連続プラス
サービス	7.5	0.1	8か月連続プラス
その他	-1.1	-0.0	2か月連続マイナス
商品券	-6.7	-0.2	4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>