

14時30分解禁

2022年12月 全国百貨店売上高概況

2023年1月24日

I. 概況

1. 売上高総額	6,150億円余
2. 前年同月比(増減率)	4.0%(店舗数調整後/10か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	71社 185店 (2022年11月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,840,472㎡ (前年同月比:-1.6%)
5. 総従業員数	54,321人 (前年同月比:-5.6%)
6. 3か月移動平均値	5-7月 22.0%、6-8月 14.7%、7-9月 17.6%、 (店舗数調整後) 8-10月 18.4%、9-11月 11.1%、10-12月 6.2%

[参考] 2021年12月の売上高増減率は8.8%(店舗数調整後)

【特徴】

12月の売上高は4.0%増、入店客数1.1%増と共に10か月連続プラスとなった。

新型コロナ感染拡大による外出自粛傾向が一部に見られたものの、行動制限のない年末商戦は活況で、増勢が続くラグジュアリーブランドや宝飾品等高額商品と、気温低下により好調だった重衣料や防寒商材が牽引した。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2.1%減、特殊要因のない2018年比では7.0%減と、いずれも前月よりマイナス幅は縮小しており、着実に回復に向かっている。

顧客別では、水際緩和と円安で急伸びしているインバウンドが、前月よりさらに81.5ポイントアップし484.7%増(9か月連続/シェア3.5%)となった。2019年比では28.9%減と、コロナ前の7掛けまで回復した。国内市場は1.0%増(シェア96.5%)と、10か月連続で前年をクリアした。2019年比では0.8%減と、ほぼコロナ前の水準に戻っている。

地区別では、インバウンド需要を背景に、9地区で前年をクリアした大都市(10都市/15か月連続)が6.5%増と好調を維持している。半面、北海道、近畿を除く6地区で前年割れした地方(10都市以外の地区/2か月連続)は2.7%減となった。

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。身のまわり品は、ギフト需要もありラグジュアリーブランドのバッグなどを中心に二桁の伸びを示した。衣料品は、天候と件からコートやジャケット、マフラー、手袋などが動いた。食料品では、原材料高騰の影響も一部に見られたが、クリスマスケーキや手土産の和洋菓子も引き続き好調だった。

2022年年間売上高は13.1%増(2年連続/4兆9,812億円)と伸長した。2019年比では11.1%減と、コロナ前のおよそ9割まで戻しており、回復基調はより鮮明となっている。インバウンドは、10月の大幅な水際緩和により148.5%増(3年ぶり/1,142億円)とプラスに転じたが、2019年比では67.0%減となった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「12月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇月平均気温は東・西日本で低かった。降水量は北・東日本日本海側で強い冬型の気圧配置となる日が多く、かなり多かった。降雪量は東日本日本海側でかなり多かった。日照時間は北日本日本海側でかなり少なかった。

(2) 営業日数増減 31.0日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(〃 土曜1日増)

(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106店舗)

①増加した：37店、②変化なし：28店、③減少した：41店

(5) 12月歳時記(年末商戦(歳暮、お年玉、年末年始商材))の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した：13店、②変化なし：46店、③減少した：22店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2022年12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	615,097,074	100.0	4.0 (3.9)
10都市	458,573,470	74.6	6.5 (6.4)
札幌	16,400,333	2.7	7.7
仙台	8,847,100	1.4	3.5
東京	176,730,682	28.7	8.0
横浜	38,484,123	6.3	0.5
名古屋	41,684,289	6.8	3.4
京都	26,863,667	4.4	9.5
大阪	96,352,504	15.7	8.7
神戸	16,843,453	2.7	10.2
広島	11,212,795	1.8	-3.5 (-8.3)
福岡	25,154,524	4.1	3.7
10都市以外の地区	156,523,604	25.4	-2.7 (-2.8)
北海道	1,448,375	0.2	7.8
東北	5,946,186	1.0	-3.7 (-6.6)
関東	69,485,187	11.3	-3.0
中部	11,742,618	1.9	-1.0
近畿	22,770,090	3.7	0.3
中国	11,887,683	1.9	-4.7
四国	7,812,596	1.3	-6.4
九州	25,430,869	4.1	-3.0

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	615,097,074	100.0	4.0 (3.9)
紳士服・洋品	33,950,638	5.5	1.3 (1.3)
婦人服・洋品	96,598,650	15.7	7.7 (7.7)
子供服・洋品	7,893,888	1.3	-5.1 (-5.3)
その他衣料品	8,325,609	1.4	-5.7 (-6.0)
衣 料 品	146,768,785	23.9	4.6 (4.5)
身のまわり品	90,546,588	14.7	12.3 (12.2)
化粧品	42,862,581	7.0	3.7 (3.6)
美術・宝飾・貴金属	49,521,823	8.1	5.3 (5.3)
その他雑貨	17,321,606	2.8	2.8 (2.6)
雑 貨	109,706,010	17.8	4.3 (4.2)
家 具	4,844,413	0.8	-6.2 (-6.5)
家 電	1,307,075	0.2	6.6 (6.6)
その他家庭用品	13,843,047	2.3	-5.1 (-5.2)
家 庭 用 品	19,994,535	3.3	-4.7 (-4.8)
生 鮮 食 品	39,022,353	6.3	-1.1 (-1.8)
菓 子	66,682,769	10.8	3.9 (3.7)
惣 菜	51,844,363	8.4	1.9 (1.8)
その他食料品	61,415,875	10.0	-0.5 (-0.7)
食 料 品	218,965,360	35.6	1.2 (1.0)
食 堂 喫 茶	11,260,413	1.8	5.0 (4.7)
サ ー ビ ス	4,822,801	0.8	17.4 (17.0)
そ の 他	13,032,582	2.1	0.7 (0.6)
商 品 券	15,889,978	2.6	-7.3 (-7.4)

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 | 6.5% (店舗数調整後／15か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -2.7% (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	6.5	4.8	15か月連続プラス
札幌	7.7	0.2	10か月連続プラス
仙台	3.5	0.1	2か月ぶりプラス
東京	8.0	2.2	16か月連続プラス
横浜	0.5	0.0	10か月連続プラス
名古屋	3.4	0.2	15か月連続プラス
京都	9.5	0.4	15か月連続プラス
大阪	8.7	1.3	15か月連続プラス
神戸	10.2	0.3	10か月連続プラス
広島	-3.5	-0.1	2か月連続マイナス
福岡	3.7	0.2	15か月連続プラス
10都市以外の地区	-2.7	-0.7	2か月連続マイナス
北海道	7.8	0.0	8か月連続プラス*
東北	-3.7	-0.0	2か月連続マイナス*
関東	-3.0	-0.4	2か月連続マイナス
中部	-1.0	-0.0	2か月連続マイナス
近畿	0.3	0.0	2か月ぶりプラス
中国	-4.7	-0.1	2か月連続マイナス*
四国	-6.4	-0.1	2か月連続マイナス
九州	-3.0	-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、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、婦人服・洋品が10か月連続、美術・宝飾・貴金属が23か月連続でプラスとなったが、家具が3か月連続、生鮮食品が4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	4.0	—	10か月連続プラス
紳士服・洋品	1.3	0.1	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	7.7	1.2	10か月連続プラス
子供服・洋品	-5.1	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-5.7	-0.1	3か月連続マイナス
衣料品	4.6	1.1	10か月連続プラス
身のまわり品	12.3	1.7	15か月連続プラス
化粧品	3.7	0.3	10か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	5.3	0.4	23か月連続プラス*
その他雑貨	2.8	0.1	9か月連続プラス*
雑貨	4.3	0.8	15か月連続プラス
家具	-6.2	-0.1	3か月連続マイナス
家電	6.6	0.0	3か月連続プラス
その他家庭用品	-5.1	-0.1	3か月連続マイナス
家庭用品	-4.7	-0.2	3か月連続マイナス
生鮮食品	-1.1	-0.1	4か月連続マイナス*
菓子	3.9	0.4	16か月連続プラス*
惣菜	1.9	0.2	16か月連続プラス*
その他食料品	-0.5	-0.1	2か月連続マイナス*
食料品	1.2	0.5	5か月連続プラス
食堂喫茶	5.0	0.1	10か月連続プラス
サービス	17.4	0.1	9か月連続プラス
その他	0.7	0.0	9か月連続プラス
商品券	-7.3	-0.2	7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12月 東京地区百貨店売上高概況

2023年1月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1,767億円余
2. 前年同月比(増減率)	8.0%(16か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭8.2%(90.5%)：非店頭5.4%(9.5%) ()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11月対比±0店)
5. 総店舗面積	758,082㎡ (前年同月比：-5.5%)
6. 総従業員数	14,602人 (前年同月比：-4.7%)
7. 3か月移動平均値	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%、10-12月 10.3%

[参考] 2021年12月の売上高増減率は11.1%

【特徴】

- (1) 12月の東京地区は、売上高8.0%増と16か月連続のプラスとなった。ラグジュアリーブランドや宝飾品等の高額商材が引き続き好調だった他、インバウンドの急回復に加えて、年末商戦も活況で、商況全般を好転させた。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1.0%増、特殊要因のない2018年比では売上高2.3%減と、ほぼコロナ前の水準に戻ってきた。
- (2) 商品別では、主要5品目の内、家庭用品を除く4品目がプラスとなった。主力の衣料品(7.8%増/15か月連続)は、気温低下に伴い、コート等重衣料が好調だった他、クリスマスのギフト需要を受け、マフラー、手袋等の防寒用品にも動きが見られた。
- (3) 身のまわり品(21.6%増/16か月連続)と雑貨(9.1%増/16か月連続)は、冬期賞与の増額やインバウンド需要を背景に好調に推移し、2019年と2018年の実績を共に上回った。特にラグジュアリーブランドのバッグやアクセサリが高伸した他、時計・宝飾品も好調だった。また、帰省や旅行の増加でスーツケース等の鞆類にも動きが見られた。
- (4) 食料品(3.2%増/16か月連続)は、クリスマスケーキや帰省・御年賀用手土産の和洋菓子が好調に推移した。惣菜も人の集まる機会の増加からオードブル等が人気だった。歳暮とおせちはほぼ前年並みで推移した。
- (5) 2022年年間売上高は、19.7%増(2年連続/1兆4,505億円)と二桁の高い伸び率を記録。2019年比では9.0%減と、前年(2021年24.0%減)より15.0ポイント改善し、順調な回復ぶりを示した。1月中間段階の商況は、前年比13.6%増(1/18時点)で推移している。2020年比で見ても約3%減で推移しており、回復基調は続いている。

【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(回答店舗数で見る傾向値/前年同月比/有効回答数18店舗)
①増加した：14店、②変化なし：2店、③減少した：2店
- (3) 12月歳時記(年末商戦(歳暮、クリスマス、年末年始商材))の売上(同上/有効回答数13店舗)
①増加した：5店、②変化なし：7店、③減少した：1店

NEWS LETTER

東京地区百貨店 売上高速報 2022年12月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	176,730,682	100.0	8.0
紳士服・洋品	12,228,131	6.9	5.7
婦人服・洋品	24,066,468	13.6	11.2
子供服・洋品	2,050,015	1.2	0.1
その他衣料品	1,924,746	1.1	-8.0
衣 料 品	40,269,360	22.8	7.8
身のまわり品	28,290,877	16.0	21.6
化粧品	13,414,578	7.6	4.1
美術・宝飾・貴金属	17,753,683	10.0	14.2
その他雑貨	5,607,831	3.2	6.2
雑 貨	36,776,092	20.8	9.1
家 具	1,617,816	0.9	1.9
家 電	876,242	0.5	5.8
その他家庭用品	3,837,455	2.2	-2.6
家 庭 用 品	6,331,513	3.6	-0.4
生 鮮 食 品	7,275,538	4.1	-1.7
菓 子	17,484,389	9.9	6.5
惣 菜	14,156,348	8.0	3.9
その他食料品	18,439,662	10.4	1.7
食 料 品	57,355,937	32.5	3.2
食 堂 喫 茶	2,508,347	1.4	4.3
サ ー ビ ス	2,598,886	1.5	51.4
そ の 他	2,599,670	1.5	-21.4

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	3,634,898 千円	-5.8
従 業 員 数	14,602 人	-4.7
店 舗 面 積	758,082 m ²	-5.5

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、家庭用品を除く4品目でプラスとなった。
その他の品目は、婦人服・洋品が16か月連続、美術・宝飾・貴金属が23か月連続でプラスとなったほか、家具が3か月ぶりにプラスとなったが、生鮮食品が3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	8.0	—	16か月連続プラス
紳士服・洋品	5.7	0.4	14か月連続プラス
婦人服・洋品	11.2	1.5	16か月連続プラス
子供服・洋品	0.1	0.0	6か月連続プラス
その他衣料品	-8.0	-0.1	3か月連続マイナス
衣料品	7.8	1.8	15か月連続プラス
身のまわり品	21.6	3.1	16か月連続プラス
化粧品	4.1	0.3	16か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	14.2	1.3	23か月連続プラス*
その他雑貨	6.2	0.2	10か月連続プラス*
雑貨	9.1	1.9	16か月連続プラス
家具	1.9	0.0	3か月ぶりプラス
家電	5.8	0.0	3か月連続プラス
その他家庭用品	-2.6	-0.1	3か月連続マイナス
家庭用品	-0.4	-0.0	3か月連続マイナス
生鮮食品	-1.7	-0.1	3か月連続マイナス*
菓子	6.5	0.7	22か月連続プラス*
惣菜	3.9	0.3	22か月連続プラス*
その他食料品	1.7	0.2	6か月連続プラス*
食料品	3.2	1.1	16か月連続プラス
食堂喫茶	4.3	0.1	10か月連続プラス
サービス	51.4	0.5	9か月連続プラス
その他	-21.4	-0.4	3か月連続マイナス
商品券	-5.8	-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

NEWS LETTER

日本百貨店協会

全国百貨店 売上高速報 2022年1月～2022年12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	4,981,230,097	100.0	13.1 (12.7)
10都市	3,679,586,382	73.9	16.9 (16.8)
札幌	126,420,802	2.5	13.0
仙台	70,013,654	1.4	6.9
東京	1,450,564,435	29.1	19.7
横浜	320,987,584	6.4	8.0
名古屋	342,368,500	6.9	12.9
京都	209,590,916	4.2	16.1
大阪	746,357,117	15.0	22.4
神戸	124,450,026	2.5	14.5
広島	94,410,869	1.9	6.3 (3.2)
福岡	194,422,479	3.9	14.2
10都市以外の地区	1,301,643,715	26.1	3.5 (2.6)
北海道	10,867,859	0.2	4.4
東北	55,038,506	1.1	-0.2 (-2.8)
関東	585,142,105	11.7	4.0 (3.3)
中部	92,939,504	1.9	3.6 (-1.9)
近畿	187,037,905	3.8	3.4
中国	101,894,027	2.0	3.1
四国	65,024,480	1.3	4.2
九州	203,699,329	4.1	3.1

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	4,981,230,097	100.0	13.1 (12.7)
紳士服・洋品	276,233,865	5.5	13.6 (13.3)
婦人服・洋品	879,433,106	17.7	17.1 (16.6)
子供服・洋品	89,486,342	1.8	1.1 (0.8)
その他衣料品	81,827,823	1.6	2.7 (2.4)
衣 料 品	1,326,981,136	26.6	14.2 (13.8)
身のまわり品	763,042,995	15.3	26.1 (25.9)
化粧品	379,538,899	7.6	9.1 (9.0)
美術・宝飾・貴金属	452,674,550	9.1	23.3 (23.1)
その他雑貨	150,722,388	3.0	6.5 (6.2)
雑 貨	982,935,837	19.7	14.7 (14.6)
家 具	48,396,088	1.0	3.4 (3.1)
家 電	15,777,338	0.3	6.9 (6.9)
その他家庭用品	120,734,743	2.4	1.6 (1.0)
家 庭 用 品	184,908,169	3.7	2.5 (2.1)
生 鮮 食 品	247,934,386	5.0	-2.3 (-3.0)
菓 子	433,816,501	8.7	12.1 (11.8)
惣 菜	335,613,523	6.7	8.0 (7.7)
その他食料品	427,971,985	8.6	4.4 (4.1)
食 料 品	1,445,336,395	29.0	6.2 (5.8)
食 堂 喫 茶	107,872,960	2.2	30.8 (30.2)
サ ー ビ ス	50,395,951	1.0	17.7 (17.4)
そ の 他	119,756,654	2.4	4.9 (4.8)
商 品 券	97,848,913	2.0	-3.1 (-3.2)

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。

東京地区百貨店 売上高速報 2022年1月～2022年12月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	1,450,564,435	100.0	19.7
紳士服・洋品	102,415,584	7.1	19.8
婦人服・洋品	217,081,880	15.0	24.7
子供服・洋品	24,671,819	1.7	9.2
その他衣料品	19,587,287	1.4	9.6
衣 料 品	363,756,570	25.1	21.2
身のまわり品	235,766,800	16.3	38.8
化粧品	115,614,244	8.0	12.2
美術・宝飾・貴金属	159,589,053	11.0	34.3
その他雑貨	49,601,788	3.4	9.7
雑 貨	324,805,085	22.4	21.6
家 具	15,909,645	1.1	8.5
家 電	11,546,024	0.8	4.2
その他家庭用品	34,971,020	2.4	4.4
家 庭 用 品	62,426,689	4.3	5.4
生 鮮 食 品	48,177,436	3.3	-1.7
菓 子	114,597,117	7.9	20.1
惣 菜	88,074,957	6.1	12.4
その他食料品	134,177,277	9.3	7.2
食 料 品	385,026,787	26.5	10.7
食 堂 喫 茶	24,582,621	1.7	41.1
サ ー ビ ス	26,122,446	1.8	33.3
そ の 他	28,077,437	1.9	-7.4

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	23,587,430 千円	-1.5
従 業 員 数	178,926 人	-5.2
店 舗 面 積	9,450,829 m ²	-2.2

営 業 日 数	30.2 日	前年	30.2 日
---------	--------	----	--------

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>