

14時30分解禁

2023年1月 全国百貨店売上高概況

2023年2月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 311 億円余
2. 前年同月比（増減率）	15.1%（店舗数調整後／11か月連続プラス）
3. 調査対象百貨店	71社 185店（2022年12月対比±0店）
4. 総店舗面積	4,840,591㎡（前年同月比：－1.6%）
5. 総従業員数	53,960人（前年同月比：－6.2%）
6. 3か月移動平均値 （店舗数調整後）	6-8月 14.7%、7-9月 17.6%、8-10月 18.4%、 9-11月 11.1%、10-12月 6.2%、11-1月 7.1%

[参考] 2022年1月の売上高増減率は15.6%（店舗数調整後）

【特徴】

1月の売上高は15.1%増、入店客数14.4%増と共に二桁の伸びとなった。

前年のまん延防止等重点措置の反動に加え、行動制限のない初商は盛況で、クリアランスや、各社が企画した物産展等の催事も集客と売上に寄与した。季節商材の福袋も、物価高を受け食料品など生活必需品を中心に好調だった。昨年10月の水際緩和以来、回復傾向を強めているインバウンドも売上を押し上げた。コロナ前との比較では、消費増税の反動が残る2020年比では6.2%減、特殊要因のない2019年比では9.5%減となった。

顧客別では、インバウンドが水際緩和と円安から331.5%増（10か月連続/シェア4.5%）と高い伸びを示し、全体に占めるシェアも前月より1.0ポイント拡大した。国内市場も好調で、前月より10.3ポイントアップの11.3%増（11か月連続/シェア95.5%）となった。2020年比ではインバウンドが39.1%減、国内市場は3.8%減であった。

地区別では全地区で前年実績を超えた。インバウンド効果もあり、都市（10都市/16か月連続）は18.4%増と伸長した。地方（10都市以外の地区）も6.2%増と3か月ぶりにプラスに転じた。

商品別では、主要5品目全てプラスとなった。外出機会の増加や気温低下で好調だった防寒商材と、引き続き需要の強い高付加価値な特選商材が牽引した。衣料品では、コートなど重衣料の他、オケージョンアイテムも動いた。身のまわり品や、美術・宝飾・貴金属など高額品は、ラグジュアリーブランドのバッグや時計を中心に増勢が続いており、価格改定前の駆け込みも見られた。食料品では、生鮮食品が年始需要などから5か月ぶりにプラス転換し、惣菜と菓子は共に17か月連続増となった。菓子は帰省、手土産の他、インバウンド需要からも好調に推移している。バレンタイン商戦では、ECサイトの先行販売や限定品、サステナブルなどテーマ性のある商品や自家需要も人気で、好調な滑り出しとなった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇全国的に中旬は暖かい空気に覆われやすかった一方、下旬は強い寒気の影響を受けやすかったため、気温の変動が大きかった。降水量は北・東日本日本海側、北・東日本太平洋側で少なかった一方、西日本日本海側で多かった。

(2) 営業日数増減 29.9日（前年同月比 －0.1日）

(3) 土・日・祝日の合計 11日（ 〃 ±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107店舗）

①増加した：79店、②変化なし：17店、③減少した：11店

(5) 1月歳時記（初売り、クリアランス）の売上（同上／有効回答数83店舗）

①増加した：30店、②変化なし：46店、③減少した：7店

全国百貨店 売上高速報 2023年1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	431,112,966	100.0	15.1 (14.9)
10都市	322,351,204	74.8	18.4 (18.3)
札幌	11,217,747	2.6	22.5
仙台	6,118,924	1.4	7.2
東京	126,841,052	29.4	19.6
横浜	27,325,339	6.3	9.2
名古屋	31,481,365	7.3	18.9
京都	18,487,143	4.3	18.3
大阪	65,461,151	15.2	22.2
神戸	10,343,286	2.4	9.1
広島	7,814,410	1.8	19.6 (12.5)
福岡	17,260,787	4.0	18.5
10都市以外の地区	108,761,762	25.2	6.2 (6.1)
北海道	1,377,982	0.3	48.1
東北	4,431,564	1.0	5.8 (2.7)
関東	49,714,970	11.5	6.8
中部	7,445,400	1.7	3.6
近畿	15,420,248	3.6	2.5
中国	8,233,591	1.9	3.2
四国	5,706,317	1.3	11.6
九州	16,431,690	3.8	6.8

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	431,112,966	100.0	15.1 (14.9)
紳士服・洋品	27,839,994	6.5	14.6 (14.6)
婦人服・洋品	83,851,102	19.4	15.9 (15.8)
子供服・洋品	6,935,030	1.6	8.5 (8.1)
その他衣料品	7,039,113	1.6	1.1 (1.0)
衣 料 品	125,665,239	29.1	14.2 (14.1)
身のまわり品	75,022,822	17.4	24.5 (24.5)
化粧品	30,795,211	7.1	8.5 (8.4)
美術・宝飾・貴金属	38,742,293	9.0	26.4 (26.4)
その他雑貨	13,501,415	3.1	9.8 (9.5)
雑 貨	83,038,919	19.3	16.4 (16.3)
家 具	3,855,692	0.9	13.2 (13.0)
家 電	1,323,679	0.3	7.2 (7.2)
その他家庭用品	10,385,186	2.4	3.7 (3.6)
家 庭 用 品	15,564,557	3.6	6.2 (6.1)
生 鮮 食 品	16,970,925	3.9	2.9 (1.9)
菓 子	35,070,056	8.1	15.4 (15.1)
惣 菜	24,689,465	5.7	10.5 (10.3)
その他食料品	32,026,474	7.4	11.0 (10.8)
食 料 品	108,756,920	25.2	10.9 (10.5)
食 堂 喫 茶	9,832,340	2.3	30.5 (30.1)
サ ー ビ ス	3,753,206	0.9	0.2 (-0.1)
そ の 他	9,478,963	2.2	6.1 (6.1)
商 品 券	4,709,991	1.1	-2.8 (-2.9)

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

日本百貨店協会

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 18.4% (店舗数調整後／16か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 6.2% (店舗数調整後／3か月ぶりプラス) |

【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	18.4	13.4	16か月連続プラス
札幌	22.5	0.5	11か月連続プラス
仙台	7.2	0.1	2か月連続プラス
東京	19.6	5.6	17か月連続プラス
横浜	9.2	0.6	11か月連続プラス
名古屋	18.9	1.3	16か月連続プラス
京都	18.3	0.8	16か月連続プラス
大阪	22.2	3.2	16か月連続プラス
神戸	9.1	0.2	11か月連続プラス
広島	19.6	0.3	3か月ぶりプラス
福岡	18.5	0.7	16か月連続プラス
10都市以外の地区	6.2	1.7	3か月ぶりプラス
北海道	48.1	0.1	9か月連続プラス*
東北	5.8	0.1	3か月ぶりプラス*
関東	6.8	0.8	3か月ぶりプラス
中部	3.6	0.1	3か月ぶりプラス
近畿	2.5	0.1	2か月連続プラス
中国	3.2	0.1	3か月ぶりプラス*
四国	11.6	0.2	3か月ぶりプラス
九州	6.8	0.3	3か月ぶりプラス

(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品目は全てプラスとなった。その他の品目は、商品券を除く全ての品目がプラスとなり、美術・宝飾・貴金属が24か月連続、菓子、惣菜が17か月連続でプラスとなったほか、子供服・洋品が3か月ぶり、家具が4か月ぶり、生鮮食品が5か月ぶりにプラスとなった。

【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	15.1	—	11か月連続プラス
紳士服・洋品	14.6	0.9	2か月連続プラス
婦人服・洋品	15.9	3.1	11か月連続プラス
子供服・洋品	8.5	0.1	3か月ぶりプラス
その他衣料品	1.1	0.0	4か月ぶりプラス
衣料品	14.2	4.2	11か月連続プラス
身のまわり品	24.5	3.9	16か月連続プラス
化粧品	8.5	0.6	11か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	26.4	2.2	24か月連続プラス*
その他雑貨	9.8	0.3	10か月連続プラス*
雑貨	16.4	3.1	16か月連続プラス
家具	13.2	0.1	4か月ぶりプラス
家電	7.2	0.0	4か月連続プラス
その他家庭用品	3.7	0.1	4か月ぶりプラス
家庭用品	6.2	0.2	4か月ぶりプラス
生鮮食品	2.9	0.1	5か月ぶりプラス*
菓子	15.4	1.2	17か月連続プラス*
惣菜	10.5	0.6	17か月連続プラス*
その他食料品	11.0	0.8	3か月ぶりプラス*
食料品	10.9	2.8	6か月連続プラス
食堂喫茶	30.5	0.6	11か月連続プラス
サービス	0.2	0.0	10か月連続プラス
その他	6.1	0.1	10か月連続プラス
商品券	-2.8	-0.0	8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。

2023年1月 東京地区百貨店売上高概況

2023年2月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 268億円余
2. 前年同月比（増減率）	19.6%（17か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭21.8%（91.6%）：非店頭0.3%（8.4%） （ ）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12月対比±0店）
5. 総店舗面積	758,201㎡（前年同月比：－5.5%）
6. 総従業員数	14,429人（前年同月比：－5.2%）
7. 3か月移動平均値	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%、11-1月 11.0%

[参考] 2022年1月の売上高増減率は23.9%

【特徴】

- (1) 1月の東京地区は、売上高19.6%増、入店客数14.2%増と共に二桁の伸びとなった。前年のまん延長防止等重点措置の反動に加え、天候与件や高額品の高伸、初商の好調等で大幅増となった。コロナ前との比較では、2020年比では売上高1.9%減、2019年比では売上高4.2%減と、着実に回復傾向を示している。
- (2) 商品別では、主要5品目全てが二桁増となった。主力の衣料品（20.0%増/16か月連続）は、気温低下でコート等防寒商材が好調だった他、成人式等のオケーションアイテムにも動きが見られた。クリアランスではセールアイテムに限らず、プロパー商材も良く動き、幅広い選択肢の中から欲しいものを購入する選好消費の傾向が見受けられた。
- (3) 身のまわり品（34.0%増/17か月連続）は、引き続き好調なラグジュアリーブランドでは、急増するインバウンド需要が更に売上を押し上げた。雑貨（21.7%増/17か月連続）は高額品の好調に加え、化粧品も一部ブランドにおいて価格改訂前の駆け込みがあったが、アイテム別の動向変化では、マスク着用緩和の流れを受け、口紅等リップアイテムに需要が戻ってきた。
- (4) 食料品（11.9%増/17か月連続）は、年始の食料品福袋が人気だった他、帰省やお年賀、インバウンド需要で菓子も好調に推移した。また、各社が企画した物産展等催事も集客増に寄与した他、バレンタイン商戦では限定品をECで先行販売する等、堅調なスタートを切った。
- (5) 2月中間段階の商況は、前年比29.1%増（2/16時点）で推移している。2020年比では約7%増、2019年比では約6%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 30.1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：16店、②変化なし：0店、③減少した：2店
- (3) 1月歳時記（初売り、クリアランス）の売上（同上/有効回答数14店舗）
①増加した：8店、②変化なし：6店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2023年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	126,841,052	100.0	19.6
紳士服・洋品	10,701,773	8.4	23.5
婦人服・洋品	21,275,543	16.8	19.2
子供服・洋品	1,931,081	1.5	22.1
その他衣料品	1,768,956	1.4	8.8
衣 料 品	35,677,353	28.1	20.0
身のまわり品	23,239,307	18.3	34.0
化粧品	9,346,352	7.4	11.4
美術・宝飾・貴金属	14,070,662	11.1	35.0
その他雑貨	4,379,792	3.5	8.7
雑 貨	27,796,806	21.9	21.7
家 具	1,420,521	1.1	36.2
家 電	983,944	0.8	8.8
その他家庭用品	2,948,249	2.3	6.9
家 庭 用 品	5,352,714	4.2	13.8
生 鮮 食 品	3,116,812	2.5	-1.4
菓 子	8,662,181	6.8	15.6
惣 菜	6,217,435	4.9	9.6
その他食料品	10,698,656	8.4	14.8
食 料 品	28,695,084	22.6	11.9
食 堂 喫 茶	2,230,433	1.8	36.4
サ ー ビ ス	1,832,650	1.4	-3.6
そ の 他	2,016,705	1.6	-10.3

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	1,116,822 千円	-0.4
従 業 員 数	14,429 人	-5.2
店 舗 面 積	758,201 m ²	-5.5

営 業 日 数	30.1 日	前年	30.1 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、全て二桁増となった。

その他の品目は、化粧品が17か月連続、美術・宝飾・貴金属が24か月連続、菓子、惣菜が23か月連続でプラスとなった一方、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	19.6	—	17か月連続プラス
紳士服・洋品	23.5	1.9	15か月連続プラス
婦人服・洋品	19.2	3.2	17か月連続プラス
子供服・洋品	22.1	0.3	7か月連続プラス
その他衣料品	8.8	0.1	4か月ぶりプラス
衣料品	20.0	5.6	16か月連続プラス
身のまわり品	34.0	5.6	17か月連続プラス
化粧品	11.4	0.9	17か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	35.0	3.4	24か月連続プラス*
その他雑貨	8.7	0.3	11か月連続プラス*
雑貨	21.7	4.7	17か月連続プラス
家具	36.2	0.4	2か月連続プラス
家電	8.8	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	6.9	0.2	4か月ぶりプラス
家庭用品	13.8	0.6	4か月ぶりプラス
生鮮食品	-1.4	-0.0	4か月連続マイナス*
菓子	15.6	1.1	23か月連続プラス*
惣菜	9.6	0.5	23か月連続プラス*
その他食料品	14.8	1.3	7か月連続プラス*
食料品	11.9	2.9	17か月連続プラス
食堂喫茶	36.4	0.6	11か月連続プラス
サービス	-3.6	-0.1	10か月ぶりマイナス
その他	-10.3	-0.2	4か月連続マイナス
商品券	-0.4	-0.0	3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>