

14時30分解禁

2023年8月 全国百貨店売上高概況

2023年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	3,897億円余
2. 前年同月比(増減率)	11.8%(店舗数調整後/18か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	70社 181店 (2023年7月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,736,482㎡ (前年同月比:-3.1%)
5. 総従業員数	51,727人 (前年同月比:-6.5%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	1-3月 14.6%、2-4月 12.4%、3-5月 8.3%、 4-6月 7.3%、5-7月 7.4%、6-8月 9.0%

[参考] 2022年8月の売上高増減率は26.1%(店舗数調整後)

【特徴】

8月の売上高は11.8%増、入店客数13.3%増と、共に18か月連続のプラスとなった。一部店舗で台風による休業や営業時間短縮などの影響も見られたが、増勢が続く高付加価値商材に加え、旅行や帰省など外出機会の増加や、連日の猛暑による盛夏アイテムの活況などが業績拡大に寄与した。円安効果を背景に高伸するインバウンドも売上を押し上げた。また、夏休みのファミリー催事や、趣味性の高いイベント、食品催事等も奏功した。コロナ前の2019年比売上高は4.2%減となったが、回復基調は続いている。

顧客別では、インバウンドが244.4%増(17か月連続/シェア8.2%)と高い伸びを示し、売上高は比較可能な調査開始(2014年10月)以来、過去4番目に高い317億円となった(過去最高は2019年4月/344億円)。コロナ前の実績も大きく超えており、2019年比では前月より12.7ポイントアップの24.1%増となった。国内市場は5.5%増(18か月連続/シェア91.8%)、2019年比では6.1%減となった。

地区別では、全地区で前年実績をクリアした。インバウンドと高額品が好調な都市(10都市/23か月連続)は14.2%増、地方(10都市以外の7地区/2か月連続)は4.7%増と、共に前月より3ポイント以上伸長した。なお、地方においてもインバウンド売上は徐々に増加している。

商品別では、前月に続き、主要5品目全てで前年実績を超えた。特に、ラグジュアリーブランドを中心に身のまわり品は高い伸びを示しており、コロナ前の実績も超えている(2019年比19.6%増)。主力の衣料品は、猛暑により盛夏商材が動き、化粧品は国内外共に好調で、増勢が続いている。食料品は、帰省や旅行、手土産需要から菓子が伸長した。集う機会の増加などから、レストランやビアガーデンも好調で、食堂喫茶は約3割増(29.7%増)となった。

【要因】

(1) 天候 : 気象庁発表「8月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は北・東・西日本でかなり高く、降水量は東・西日本太平洋側で多かった一方、東日本日本海側でかなり少なく、北日本日本海側と北日本太平洋側で少なかった。日照時間は北・東日本日本海側と北日本太平洋側でかなり多く、東日本太平洋側で多かった。

(2) 営業日数増減 30.3日(前年同月比 -0.4日)

(3) 土・日・祝日の合計 9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105店舗)

①増加した: 77店、②変化なし: 19店、③減少した: 9店

(5) 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上(同上/有効回答数81店舗)

①増加した: 29店、②変化なし: 44店、③減少した: 8店

全国百貨店 売上高速報 2023年8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	389,734,471	100.0	11.8 (11.5)
10都市	298,271,425	76.5	14.2
札幌	11,024,375	2.8	15.1
仙台	4,906,769	1.3	4.8
東京	113,562,195	29.1	10.0
横浜	24,047,457	6.2	7.9
名古屋	27,018,286	6.9	13.2
京都	17,567,636	4.5	19.5
大阪	65,744,286	16.9	22.3
神戸	10,386,038	2.7	16.6
広島	6,991,386	1.8	7.2
福岡	17,022,997	4.4	23.9
10都市以外の地区	91,463,046	23.5	4.7 (3.6)
東北	3,781,807	1.0	1.8
関東	40,731,530	10.5	3.9 (2.4)
中部	6,674,538	1.7	5.2
近畿	14,563,222	3.7	6.5
中国	7,089,985	1.8	3.2
四国	4,309,070	1.1	6.4
九州	14,312,894	3.7	6.4

注) 2023年2月より、北海道の1店舗を地区区分10都市の札幌に合算しております。

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	389,734,471	100.0	11.8 (11.5)
紳士服・洋品	16,451,561	4.2	10.2 (9.8)
婦人服・洋品	65,413,205	16.8	15.4 (15.2)
子供服・洋品	5,222,867	1.3	13.9 (13.5)
その他衣料品	5,410,699	1.4	-3.0 (-3.2)
衣 料 品	92,498,332	23.7	13.1 (12.9)
身のまわり品	65,851,248	16.9	20.8 (20.2)
化粧品	35,140,769	9.0	26.2 (25.8)
美術・宝飾・貴金属	39,037,571	10.0	8.1 (8.0)
その他雑貨	12,274,907	3.1	6.5 (6.3)
雑 貨	86,453,247	22.2	14.5 (14.3)
家 具	3,877,954	1.0	2.1 (1.8)
家 電	1,353,381	0.3	34.4 (34.4)
その他家庭用品	9,158,160	2.3	4.7 (4.5)
家 庭 用 品	14,389,495	3.7	6.2 (6.0)
生 鮮 食 品	18,043,553	4.6	0.1 (-0.3)
菓 子	34,131,770	8.8	10.2 (9.9)
惣 菜	25,374,091	6.5	2.0 (1.8)
その他食料品	26,300,055	6.7	1.2 (0.6)
食 料 品	103,849,469	26.6	4.0 (3.6)
食 堂 喫 茶	11,905,998	3.1	29.7 (29.7)
サ ー ビ ス	4,217,283	1.1	-23.1 (-23.1)
そ の 他	10,569,399	2.7	22.0 (21.8)
商 品 券	5,260,009	1.3	-7.0 (-7.2)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 14.2% (23か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 4.7% (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	14.2	10.6	23か月連続プラス
札幌	15.1	0.4	18か月連続プラス
仙台	4.8	0.1	2か月連続プラス
東京	10.0	3.0	24か月連続プラス
横浜	7.9	0.5	3か月連続プラス
名古屋	13.2	0.9	23か月連続プラス
京都	19.5	0.8	23か月連続プラス
大阪	22.3	3.4	23か月連続プラス
神戸	16.6	0.4	18か月連続プラス
広島	7.2	0.1	3か月連続プラス
福岡	23.9	0.9	23か月連続プラス
10都市以外の地区	4.7	1.2	2か月連続プラス
東北	1.8	0.0	4か月ぶりプラス*
関東	3.9	0.4	2か月連続プラス
中部	5.2	0.1	4か月ぶりプラス
近畿	6.5	0.3	2か月連続プラス
中国	3.2	0.1	2か月連続プラス*
四国	6.4	0.1	2か月連続プラス
九州	6.4	0.2	2か月連続プラス

(注1) 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)

(注2) 2023年2月より、北海道の1店舗を地区区分10都市の札幌に合算した。

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、衣料品、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。
その他の品目は、子供服・洋品が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が31か月連続で
プラスとなったほか、菓子、惣菜が24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	11.8	—	18か月連続プラス
紳士服・洋品	10.2	0.4	9か月連続プラス
婦人服・洋品	15.4	2.5	18か月連続プラス
子供服・洋品	13.9	0.2	3か月連続プラス
その他衣料品	-3.0	-0.0	4か月連続マイナス
衣料品	13.1	3.1	18か月連続プラス
身のまわり品	20.8	3.3	23か月連続プラス
化粧品	26.2	2.1	18か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	8.1	0.8	31か月連続プラス*
その他雑貨	6.5	0.2	17か月連続プラス*
雑貨	14.5	3.1	23か月連続プラス
家具	2.1	0.0	2か月連続プラス
家電	34.4	0.1	11か月連続プラス
その他家庭用品	4.7	0.1	2か月連続プラス
家庭用品	6.2	0.2	2か月連続プラス
生鮮食品	0.1	0.0	2か月連続プラス*
菓子	10.2	0.9	24か月連続プラス*
惣菜	2.0	0.1	24か月連続プラス*
その他食料品	1.2	0.1	3か月ぶりプラス*
食料品	4.0	1.1	13か月連続プラス
食堂喫茶	29.7	0.8	18か月連続プラス
サービス	-23.1	-0.4	2か月連続マイナス
その他	22.0	0.5	17か月連続プラス
商品券	-7.0	-0.1	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。

2023年8月 東京地区百貨店売上高概況

2023年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 135億円余
2. 前年同月比（増減率）	10.0%（24か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭17.7%（91.8%）：非店頭－36.3%（8.2%） （ ）内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店（2023年7月対比±0店）
5. 総店舗面積	728,746㎡（前年同月比：－8.3%）
6. 総従業員数	13,785人（前年同月比：－7.0%）
7. 3か月移動平均値	1-3月 17.2%、2-4月 14.5%、3-5月 10.7%、 4-6月 9.8%、5-7月 10.1%、6-8月 10.8%

【参考】2022年8月の売上高増減率は38.4%

【特徴】

- (1) 8月の東京地区は、売上高10.0%増（24か月連続）、入店客数14.7%増（8か月連続）と共に二桁増となった。前月から記録的な猛暑が続いたことで盛夏商材が活発に動いたことに加え、高付加価値商材や免税売上の増勢が業績を押し上げた。また、都内各社が夏休みやお盆等の子供・ファミリー向け催事や文化催事を多数展開し集客増に繋がった。なお、コロナ前の2019年比は売上高1.7%減だが、消費増税前の駆け込み需要の影響（反動要因）のない2018年比では3.0%増と回復基調は継続している。
- (2) 商品別では、食料品を除く主要4品目でプラスとなった。主力の衣料品（14.3%増/23か月連続）は、外出機会増と猛暑で、ワンピース、ブラウス、Tシャツ等のジャストシーズンアイテムが好調だった他、前月に続き浴衣も伸長した。長引く猛暑で秋物は本格稼働していないものの、薄手の羽織やカットソー等、秋まで着られるアイテムが堅調だった。
- (3) 身のまわり品（17.2%増/24か月連続）は、ラグジュアリーブランドの増勢が続き、更にインバウンド需要の高伸が売上を牽引した。また、天候与件から日傘、帽子、サングラス等が引き続き好調に推移した他、旅行需要からトラベルバッグも伸長した。雑貨（17.3%増/24か月連続）では、化粧品が脱マスクの浸透からスキンケア、UV関連商品が好調に推移した他、免税売上も加わり36.1%増と大幅増となった。
- (4) 食料品（1.2%減/4か月ぶり）は、旅行、帰省、免税等の手土産需要から菓子が好調に推移したが、生鮮食品、惣菜が3か月ぶりにマイナスとなった。入店客数増に伴い、ビアガーデンやレストランは大幅伸長し、25.6%増と18か月連続増となった。
- (5) 9月中間段階の商況は、前年比11.3%増（9/18時点）、2019年比では4.2%増で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.7日（前年同月比 －0.2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：17店、②変化なし：0店、③減少した：1店
- (3) 8月歳時記（夏休み、お盆）の売上（同上／有効回答数13店舗）
①増加した：7店、②変化なし：5店、③減少した：1店

東京地区百貨店 売上高速報 2023年8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	113,562,195	100.0	10.0
紳士服・洋品	6,708,842	5.9	12.4
婦人服・洋品	16,047,685	14.1	17.3
子供服・洋品	1,462,202	1.3	17.7
その他衣料品	1,307,363	1.2	-8.9
衣 料 品	25,526,092	22.5	14.3
身のまわり品	20,925,604	18.4	17.2
化粧品	11,051,240	9.7	36.1
美術・宝飾・貴金属	13,925,991	12.3	4.6
その他雑貨	4,393,678	3.9	21.7
雑 貨	29,370,909	25.9	17.3
家 具	1,296,178	1.1	13.1
家 電	1,014,698	0.9	43.9
その他家庭用品	2,764,122	2.4	6.2
家 庭 用 品	5,074,998	4.5	14.0
生 鮮 食 品	3,284,401	2.9	-2.4
菓 子	8,217,530	7.2	5.6
惣 菜	6,129,009	5.4	-4.8
その他食料品	8,091,518	7.1	-4.2
食 料 品	25,722,458	22.7	-1.2
食 堂 喫 茶	2,667,047	2.3	25.6
サ ー ビ ス	2,207,410	1.9	-37.3
そ の 他	2,067,677	1.8	12.4

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	1,183,987 千円	-6.0
従 業 員 数	13,785 人	-7.0
店 舗 面 積	728,746 m ²	-8.3

営 業 日 数	30.7 日	前年	30.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品が二桁増となった一方、食料品が4か月ぶりにマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が24か月連続、美術・宝飾・貴金属が3か月連続でプラスとなったほか、菓子が30か月連続でプラスとなったが、生鮮食品、惣菜が3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	10.0	—	24か月連続プラス
紳士服・洋品	12.4	0.7	22か月連続プラス
婦人服・洋品	17.3	2.3	24か月連続プラス
子供服・洋品	17.7	0.2	14か月連続プラス
その他衣料品	-8.9	-0.1	4か月連続マイナス
衣料品	14.3	3.1	23か月連続プラス
身のまわり品	17.2	3.0	24か月連続プラス
化粧品	36.1	2.8	24か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	4.6	0.6	3か月連続プラス*
その他雑貨	21.7	0.8	18か月連続プラス*
雑貨	17.3	4.2	24か月連続プラス
家具	13.1	0.1	3か月連続プラス
家電	43.9	0.3	11か月連続プラス
その他家庭用品	6.2	0.2	2か月連続プラス
家庭用品	14.0	0.6	8か月連続プラス
生鮮食品	-2.4	-0.1	3か月ぶりマイナス*
菓子	5.6	0.4	30か月連続プラス*
惣菜	-4.8	-0.3	3か月ぶりマイナス*
その他食料品	-4.2	-0.3	6か月連続マイナス*
食料品	-1.2	-0.3	4か月ぶりマイナス
食堂喫茶	25.6	0.5	18か月連続プラス
サービス	-37.3	-1.3	2か月連続マイナス
その他	12.4	0.2	7か月連続プラス
商品券	-6.0	-0.1	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

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>