

14時30分解禁

2023年9月 全国百貨店売上高概況

2023年10月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4,151億円余
2. 前年同月比(増減率)	9.2%(店舗数調整後/19か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	72社 180店 (2023年8月対比2社増1店減)
4. 総店舗面積	4,676,490㎡ (前年同月比:-4.1%)
5. 総従業員数	51,242人 (前年同月比:-6.7%)
6. 3か月移動平均値	2-4月 12.4%、3-5月 8.3%、4-6月 7.3%、 (店舗数調整後) 5-7月 7.4%、6-8月 9.0%、7-9月 9.8%

[参考] 2022年9月の売上高増減率は20.2%(店舗数調整後)

【特徴】

9月の売上高は9.2%増、入店客数10.0%増と、共に19か月連続のプラスとなった。残暑が厳しい中でも、外出機会の増加などから身のまわり品や衣料品、高付加価値商材が牽引した。加えてインバウンドが売上を底上げした他、外商催事や会員向け施策、物産展などのイベント効果も見られた。コロナ前との比較では、2019年比は消費増税前の駆け込み需要の反動から16.7%減であったものの、2018年比では2.1%増と、業績回復が進んでいる。

顧客別では、インバウンドが円安効果などから、前月より11.2ポイントアップの255.6%増(18か月連続/シェア7.9%)、売上高326億円とコロナ禍の2020年2月以降、最高額を更新し、調査開始(2014年10月)以来、過去3番目に高い数値となった。コロナ前の2019年比でも29.3%増と高伸した。国内市場は3.1%増(19か月連続/シェア92.1%)だが、2019年比では消費増税前の駆け込み需要の反動で19.1%減であった。

地区別では、インバウンドと高額品が好調な都市(10都市/24か月連続)が8地区で前年実績をクリアし、12.0%増と二桁伸びを示した。この内、大阪地区は、前年の台風による時短営業等の反動に加え、プロ野球の優勝セールも活況で、27.1%増と大幅に伸長した。地方(10都市以外の7地区)も4地区でプラスし、0.2%増と3か月連続で前年実績を確保した。

商品別では、主要5品目のうち4品目で前年実績を超え、身のまわり品と雑貨は2018年比もクリアした。ラグジュアリーブランドを中心に増勢が続く高額品は、一部アイテムで価格改定前の駆け込みも見られた。化粧品はスキンケアやメイクアイテムなどが動き、国内外共に好調を維持した。衣料品は羽織物やブラウス、カットソーなど秋物軽衣料に動きが見られた。食料品はマイナスに転じたが、彼岸など歳時記やインバウンド需要で菓子が引き続き好調だった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は全国的にかなり高く、東・西日本では記録的に高かった。降水量は前線や低気圧の影響を受けにくかったため、西日本太平洋側ではかなり少なく、日照時間は東・西日本太平洋側で多かった。

(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 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106店舗)

①増加した：71店、②変化なし：18店、③減少した：17店

(5) 9月歳時記(敬老の日、彼岸)の売上(同上/有効回答数73店舗)

①増加した：17店、②変化なし：50店、③減少した：6店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2023年9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	415,115,603	100.0	9.2 (8.9)
10都市	321,995,928	77.6	12.0
札幌	11,290,975	2.7	5.1
仙台	5,015,052	1.2	-3.5
東京	126,550,169	30.5	6.4
横浜	24,715,543	6.0	3.4
名古屋	29,323,913	7.1	13.7
京都	18,857,686	4.5	15.6
大阪	71,749,124	17.3	27.1
神戸	10,662,265	2.6	12.4
広島	6,147,356	1.5	-6.4
福岡	17,683,845	4.3	26.6
10都市以外の地区	93,119,675	22.4	0.2 (-0.9)
東北	3,638,670	0.9	-9.8
関東	41,428,747	10.0	-2.8 (-4.1)
中部	6,895,257	1.7	-1.3
近畿	14,072,192	3.4	5.8
中国	7,634,130	1.8	1.6
四国	4,841,873	1.2	5.8
九州	14,608,806	3.5	5.0

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	415,115,603	100.0	9.2 (8.9)
紳士服・洋品	20,157,899	4.9	5.5 (5.3)
婦人服・洋品	78,397,886	18.9	13.1 (12.9)
子供服・洋品	5,741,590	1.4	-3.2 (-3.4)
その他衣料品	6,062,953	1.5	-4.2 (-4.5)
衣 料 品	110,360,328	26.6	9.6 (9.4)
身のまわり品	72,015,208	17.3	21.3 (20.8)
化粧品	37,800,829	9.1	13.5 (13.2)
美術・宝飾・貴金属	43,172,089	10.4	12.0 (12.0)
その他雑貨	12,515,657	3.0	4.8 (4.6)
雑 貨	93,488,575	22.5	11.6 (11.4)
家 具	4,007,519	1.0	-1.9 (-2.2)
家 電	1,092,446	0.3	10.9 (10.9)
その他家庭用品	9,388,931	2.3	1.6 (1.4)
家 庭 用 品	14,488,896	3.5	1.3 (1.0)
生 鮮 食 品	17,113,498	4.1	0.3 (-0.0)
菓 子	28,420,304	6.8	0.5 (0.3)
惣 菜	26,012,383	6.3	-1.5 (-1.7)
その他食料品	28,856,778	7.0	-0.7 (-1.2)
食 料 品	100,402,963	24.2	-0.4 (-0.7)
食 堂 喫 茶	10,347,459	2.5	16.3 (16.3)
サ ー ビ ス	3,958,728	1.0	2.9 (2.9)
そ の 他	10,053,446	2.4	16.9 (16.2)
商 品 券	4,725,634	1.1	-6.6 (-6.8)

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 | 12.0% (24か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 0.2% (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	12.0	9.1	24か月連続プラス
札幌	5.1	0.1	19か月連続プラス
仙台	-3.5	-0.0	3か月ぶりマイナス
東京	6.4	2.0	25か月連続プラス
横浜	3.4	0.2	4か月連続プラス
名古屋	13.7	0.9	24か月連続プラス
京都	15.6	0.7	24か月連続プラス
大阪	27.1	4.0	24か月連続プラス
神戸	12.4	0.3	19か月連続プラス
広島	-6.4	-0.1	4か月ぶりマイナス
福岡	26.6	1.0	24か月連続プラス
10都市以外の地区	0.2	0.0	3か月連続プラス
東北	-9.8	-0.1	2か月ぶりマイナス*
関東	-2.8	-0.3	3か月ぶりマイナス
中部	-1.3	-0.0	2か月ぶりマイナス
近畿	5.8	0.2	3か月連続プラス
中国	1.6	0.0	3か月連続プラス*
四国	5.8	0.1	3か月連続プラス
九州	5.0	0.2	3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品目は食料品を除く4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、婦人服・洋品、化粧品が19か月連続、菓子が25か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品が4か月ぶり、惣菜が25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	9.2	—	19か月連続プラス
紳士服・洋品	5.5	0.3	10か月連続プラス
婦人服・洋品	13.1	2.4	19か月連続プラス
子供服・洋品	-3.2	-0.1	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	-4.2	-0.1	5か月連続マイナス
衣料品	9.6	2.5	19か月連続プラス
身のまわり品	21.3	3.3	24か月連続プラス
化粧品	13.5	1.2	19か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	12.0	1.2	32か月連続プラス*
その他雑貨	4.8	0.2	18か月連続プラス*
雑貨	11.6	2.6	24か月連続プラス
家具	-1.9	-0.0	3か月ぶりマイナス
家電	10.9	0.0	12か月連続プラス
その他家庭用品	1.6	0.0	3か月連続プラス
家庭用品	1.3	0.0	3か月連続プラス
生鮮食品	0.3	0.0	3か月連続プラス*
菓子	0.5	0.0	25か月連続プラス*
惣菜	-1.5	-0.1	25か月ぶりマイナス*
その他食料品	-0.7	-0.1	2か月ぶりマイナス*
食料品	-0.4	-0.1	14か月ぶりマイナス
食堂喫茶	16.3	0.4	19か月連続プラス
サービス	2.9	0.0	3か月ぶりプラス
その他	16.9	0.4	18か月連続プラス
商品券	-6.6	-0.1	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。

2023年9月 東京地区百貨店売上高概況

2023年10月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 265 億円余
2. 前年同月比（増減率）	6.4%（25か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭12.0%（92.6%）：非店頭－34.3%（7.4%） （ ）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8月対比±0店）
5. 総店舗面積	743,931㎡（前年同月比：－6.3%）
6. 総従業員数	13,733人（前年同月比：－7.3%）
7. 3か月移動平均値	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%、7-9月 9.6%

〔参考〕2022年9月の売上高増減率は27.0%

【特 徴】

- 9月の東京地区は、売上高6.4%増（25か月連続）、入店客数8.3%増（9か月連続）と、共に前年実績を上回った。厳しい残暑が続いたことで秋物商材は本格稼働しなかったが、高額品やインバウンドの増勢が売上を牽引した他、各社が実施した物産展や外国展が集客増に寄与した。なお、2019年比では消費増税前の駆け込み需要の反動から、売上高11.6%減だが、反動要因のない2018年比では6.9%増と回復基調は継続している。
- 商品別では、主要5品目のうち3品目がプラスとなった。主力の衣料品（9.7%増/24か月連続）は、残暑の影響で秋物衣料は出だしが鈍かったものの、ブラウス、カットソー、ワンピースや薄手の羽織物等に動きが見られた。また長引く暑さから、日傘等の夏のアイテムも依然好調に推移した。
- 身のまわり品（19.5%増/25か月連続）は、ラグジュアリーブランドで一部値上げもあったが、インバウンド需要が押し上げる形で二桁増となった他、旅行等外出機会の増加からトラベル関連も好調だった。雑貨（13.4%増/25か月連続）は、化粧品が国内外共に引き続き好調を維持し、スキンケアやメイクアップアイテムが良く動いた。
- 食料品（12.0%減/2か月連続）は、前年の法人大口需要等の反動要因もありマイナスだが、手土産やお彼岸需要から菓子が好調に推移した他、敬老の日等の集いの場が増えたことで弁当・惣菜等も堅調に推移した。
- 10月中間段階の商況は、気温低下に伴い秋冬物も動いてきたことから、前年比10.5%増（10/16時点）、2019年比では47.7%増で推移している。

【要 因】

- 営業日数増減 30.0日（前年同月比 ±0.0日）
- 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17店舗）
①増加した：16店、②変化なし：0店、③減少した：1店
- 9月歳時記（敬老の日、彼岸）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：8店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2023年9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	126,550,169	100.0	6.4
紳士服・洋品	8,549,086	6.8	10.9
婦人服・洋品	20,752,164	16.4	12.1
子供服・洋品	1,682,534	1.3	0.4
その他衣料品	1,415,612	1.1	-13.6
衣 料 品	32,399,396	25.6	9.7
身のまわり品	22,550,321	17.8	19.5
化粧品	12,367,063	9.8	10.7
美術・宝飾・貴金属	16,029,136	12.7	13.6
その他雑貨	4,776,409	3.8	20.4
雑 貨	33,172,608	26.2	13.4
家 具	1,369,886	1.1	-9.5
家 電	711,814	0.6	6.0
その他家庭用品	2,997,072	2.4	0.1
家 庭 用 品	5,078,772	4.0	-1.9
生 鮮 食 品	3,298,046	2.6	-7.5
菓 子	7,312,499	5.8	-13.7
惣 菜	6,599,137	5.2	-16.6
その他食料品	9,238,632	7.3	-8.5
食 料 品	26,448,314	20.9	-12.0
食 堂 喫 茶	2,411,545	1.9	9.3
サ ー ビ ス	2,069,745	1.6	9.2
そ の 他	2,419,468	1.9	21.1

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	1,127,957 千円	-13.2
従 業 員 数	13,733 人	-7.3
店 舗 面 積	743,931 m ²	-6.3

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨がプラスとなった一方、家庭用品、食料品がマイナスとなった。その他の品目は、婦人服・洋品、化粧品が25か月連続、美術・宝飾・貴金属が4か月連続でプラスとなったが、家具が4か月ぶり、菓子が31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	6.4	—	25か月連続プラス
紳士服・洋品	10.9	0.7	23か月連続プラス
婦人服・洋品	12.1	1.9	25か月連続プラス
子供服・洋品	0.4	0.0	15か月連続プラス
その他衣料品	-13.6	-0.2	5か月連続マイナス
衣料品	9.7	2.4	24か月連続プラス
身のまわり品	19.5	3.1	25か月連続プラス
化粧品	10.7	1.0	25か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	13.6	1.6	4か月連続プラス*
その他雑貨	20.4	0.7	19か月連続プラス*
雑貨	13.4	3.3	25か月連続プラス
家具	-9.5	-0.1	4か月ぶりマイナス
家電	6.0	0.0	12か月連続プラス
その他家庭用品	0.1	0.0	3か月連続プラス
家庭用品	-1.9	-0.1	9か月ぶりマイナス
生鮮食品	-7.5	-0.2	2か月連続マイナス*
菓子	-13.7	-1.0	31か月ぶりマイナス*
惣菜	-16.6	-1.1	2か月連続マイナス*
その他食料品	-8.5	-0.7	7か月連続マイナス*
食料品	-12.0	-3.0	2か月連続マイナス
食堂喫茶	9.3	0.2	19か月連続プラス
サービス	9.2	0.1	3か月ぶりプラス
その他	21.1	0.4	8か月連続プラス
商品券	-13.2	-0.1	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

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>