

14時30分解禁

2023年11月 全国百貨店売上高概況

2023年12月25日

I. 概況

1. 売上高総額	5,023億円余
2. 前年同月比(増減率)	7.4%(店舗数調整後/21か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	72社 180店 (2023年10月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,678,842㎡ (前年同月比:-3.3%)
5. 総従業員数	51,005人 (前年同月比:-6.4%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	4-6月 7.3%、5-7月 7.4%、6-8月 9.0%、 7-9月 9.8%、8-10月 8.8%、9-11月 7.5%

[参考] 2022年11月の売上高増減率は4.5%(店舗数調整後)

【特徴】

11月の売上高は7.4%増と、前月より1.3ポイント上昇し21か月連続のプラスとなった。コロナ前の2019年比で見ても4.1%増と、回復基調は継続している。

中旬以降の気温低下に伴って、防寒衣料等季節商材が動いた他、高伸が続く高付加価値商材とインバウンドが牽引した。各社が企画した催事やイベントも寄与し、入店客数は7.4%増(21か月連続)と伸長した。

顧客別では、インバウンドが、円安を追い風に125.1%増(20か月連続/シェア7.9%)の394億円と、前月の過去最高額(383億円)をさらに更新し、累計(本年1~11月)で既に3,000億円を超えた。2019年同月(261億円)比では、前月より1.3ポイント上昇の51.0%増と、5か月連続でコロナ前の実績を上回っている。国内市場も2.8%増(21か月連続/シェア92.1%)と好調を維持しており、2019年比でも1.5%増となった。

地区別では、インバウンドと高額商材が好調な都市(10都市/26か月連続/9.7%増)が、9地区で前年実績をクリアし、内4地区(大阪、京都、福岡、札幌)は二桁増となった。インバウンドが徐々に増加している地方(10都市以外の7地区/0.6%増)においても、4地区で対前年増となり、2か月ぶりにプラス転換して、都市と地方の差は前月より2.5ポイント縮小した。

商品別では、主要5品目全てで前年実績を超え、身のまわり品と雑貨、美術・宝飾・貴金属と菓子がコロナ前の実績を上回った。ラグジュアリーブランドなどの高額品と化粧品は国内外共に好調だった他、主力の衣料品は、天候与件などからコートなどの重衣料や、マフラー・手袋など防寒アイテムも稼働した。菓子は、手土産やお歳暮、進物需要などから27か月連続で増勢が続いており、おせちやクリスマスケーキの予約も堅調に推移している。

新型コロナ5類移行後、初となる年末商戦では、各社とも業績回復に向けた様々な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)

◇気温は北日本でかなり高く、東・西日本で高かった。低気圧や寒気の影響を受けやすかったため、北日本日本海側の降水量はかなり多かった。日照時間は西日本太平洋側でかなり多く、東・西日本日本海側と東日本太平洋側で多かった。

(2) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(〃 ±0日)

(4) 入店客数増減(回答店舗数で見える傾向値/前年同月比/有効回答数106店舗)

①増加した：68店、②変化なし：24店、③減少した：14店

(5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数74店舗)

①増加した：12店、②変化なし：39店、③減少した：23店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2023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	502,346,298	100.0	7.4 (7.1)
10都市	381,554,948	76.0	9.7
札幌	13,294,328	2.6	10.1
仙台	6,505,804	1.3	2.8
東京	151,948,480	30.2	9.7
横浜	30,666,289	6.1	2.1
名古屋	33,502,168	6.7	6.3
京都	22,983,048	4.6	13.0
大阪	81,954,601	16.3	15.9
神戸	11,891,564	2.4	8.3
広島	7,729,326	1.5	-10.4
福岡	21,079,340	4.2	12.9
10都市以外の地区	120,791,350	24.0	0.6 (-0.5)
東北	4,523,646	0.9	-8.0
関東	54,077,870	10.8	0.2 (-1.4)
中部	8,743,983	1.7	5.3
近畿	17,129,986	3.4	4.3
中国	9,673,168	1.9	-1.7
四国	5,950,972	1.2	-0.2
九州	20,691,725	4.1	0.2

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	502,346,298	100.0	7.4 (7.1)
紳士服・洋品	29,418,989	5.9	6.7 (6.5)
婦人服・洋品	93,272,573	18.6	10.3 (10.1)
子供服・洋品	6,428,665	1.3	1.6 (1.2)
その他衣料品	7,574,138	1.5	6.1 (5.8)
衣 料 品	136,694,365	27.2	8.8 (8.6)
身のまわり品	78,493,920	15.6	16.0 (15.5)
化粧品	39,632,866	7.9	17.2 (16.8)
美術・宝飾・貴金属	44,197,809	8.8	3.7 (3.6)
その他雑貨	14,124,594	2.8	3.5 (3.4)
雑 貨	97,955,269	19.5	8.7 (8.5)
家 具	4,262,080	0.8	2.0 (1.7)
家 電	2,261,612	0.5	-3.1 (-3.1)
その他家庭用品	10,932,107	2.2	2.8 (2.6)
家 庭 用 品	17,455,799	3.5	1.8 (1.6)
生 鮮 食 品	25,630,420	5.1	1.4 (0.9)
菓 子	42,235,995	8.4	5.2 (4.9)
惣 菜	30,518,336	6.1	1.3 (1.0)
その他食料品	45,801,772	9.1	-1.9 (-2.4)
食 料 品	144,186,523	28.7	1.4 (1.0)
食 堂 喫 茶	10,507,422	2.1	9.7 (9.7)
サ ー ビ ス	4,067,533	0.8	2.3 (2.3)
そ の 他	12,985,467	2.6	11.5 (11.3)
商 品 券	11,390,023	2.3	-5.6 (-5.9)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

1. 10都市売上動向	9.7% (26か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	0.6% (店舗数調整後／2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	9.7	7.2	26か月連続プラス
札幌	10.1	0.3	21か月連続プラス
仙台	2.8	0.0	2か月連続プラス
東京	9.7	2.9	27か月連続プラス
横浜	2.1	0.1	2か月ぶりプラス
名古屋	6.3	0.4	26か月連続プラス
京都	13.0	0.6	26か月連続プラス
大阪	15.9	2.4	26か月連続プラス
神戸	8.3	0.2	21か月連続プラス
広島	-10.4	-0.2	3か月連続マイナス
福岡	12.9	0.5	26か月連続プラス
10都市以外の地区	0.6	0.2	2か月ぶりプラス
東北	-8.0	-0.1	3か月連続マイナス*
関東	0.2	0.0	3か月ぶりプラス
中部	5.3	0.1	2か月連続プラス
近畿	4.3	0.2	5か月連続プラス
中国	-1.7	-0.0	2か月連続マイナス*
四国	-0.2	-0.0	2か月連続マイナス
九州	0.2	0.0	2か月ぶりプラス

(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、身のまわり品は二桁増となった。その他の品目は、婦人服・洋品が21か月連続、美術・宝飾・貴金属が34か月連続でプラスとなったほか、子供服・洋品、家具が3か月ぶりにプラスとなった一方、家電が14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	7.4	—	21か月連続プラス
紳士服・洋品	6.7	0.4	12か月連続プラス
婦人服・洋品	10.3	1.9	21か月連続プラス
子供服・洋品	1.6	0.0	3か月ぶりプラス
その他衣料品	6.1	0.1	7か月ぶりプラス
衣料品	8.8	2.4	21か月連続プラス
身のまわり品	16.0	2.3	26か月連続プラス
化粧品	17.2	1.2	21か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	3.7	0.3	34か月連続プラス*
その他雑貨	3.5	0.1	20か月連続プラス*
雑貨	8.7	1.7	26か月連続プラス
家具	2.0	0.0	3か月ぶりプラス
家電	-3.1	-0.0	14か月ぶりマイナス
その他家庭用品	2.8	0.1	2か月ぶりプラス
家庭用品	1.8	0.1	2か月ぶりプラス
生鮮食品	1.4	0.1	5か月連続プラス*
菓子	5.2	0.4	27か月連続プラス*
惣菜	1.3	0.1	3か月ぶりプラス*
その他食料品	-1.9	-0.2	3か月連続マイナス*
食料品	1.4	0.4	2か月連続プラス
食堂喫茶	9.7	0.2	21か月連続プラス
サービス	2.3	0.0	2か月ぶりプラス
その他	11.5	0.3	20か月連続プラス
商品券	-5.6	-0.1	9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11月 東京地区百貨店売上高概況

2023年12月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,519億円余
2. 前年同月比(増減率)	9.7%(27か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭9.2%(90.2%)：非店頭14.6%(9.8%) ()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10月対比±0店)
5. 総店舗面積	744,130㎡ (前年同月比：-1.8%)
6. 総従業員数	13,709人 (前年同月比：-6.7%)
7. 3か月移動平均値	4-6月 9.8%、5-7月 10.1%、6-8月 10.8%、 7-9月 9.6%、8-10月 8.1%、9-11月 8.1%

[参考] 2022年11月の売上高増減率は7.8%

【特徴】

- (1) 11月の東京地区は、売上高9.7%増(27か月連続)、入店客数11.9%増(11か月連続)と、共に前年実績を上回った。中旬以降の気温低下に伴い、冬物重衣料が活発に動いたことや、高付加価値商材、免税売上の増勢が全体を牽引した。2019年比では6.8%増、2018年比でも1.8%増と、2か月連続でコロナ前の水準を上回った。
- (2) 商品別では、主要5品目のうち、家庭用品を除く4品目がプラスとなった。主力の衣料品(12.5%増/26か月連続)は、防寒商材が稼働し、コート等アウターの他、手袋、マフラー、帽子も伸長した。ニットやジャケット、ブルゾンは引き続き堅調に推移した。
- (3) 身のまわり品(16.2%増/27か月連続)は、ラグジュアリーブランドがインバウンド需要もあって好調を維持し、前月同様、2018年比でも二桁増(22.7%増)と高伸した。また、クリスマス前のギフト需要が加わり、国内アクセサリブランドも好調だった。雑貨(11.1%増/27か月連続)は、化粧品ではスキンケア商材が伸長した他、フレグランスもギフト需要を背景に好調に推移した。
- (4) 食料品(3.3%増)は、4か月ぶりにプラス転換し、特に菓子は和洋菓子共に好調だった。年末年始にかけて人が集まる機会の増加が見込まれているが、これを背景に、大容量のオードブルや、クリスマスケーキ、おせちの複数個予約等の購買傾向が見られた。
- (5) 12月中間段階の商況は、前年比10.5%増(12/17時点)、2019年比では12.6%増と、引き続き好調に推移している。

【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：18店、②変化なし：0店、③減少した：0店
- (3) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数13店舗)
①増加した：6店、②変化なし：5店、③減少した：2店

東京地区百貨店 売上高速報 2023年11月

	売上高(千円)	構成比 (%)	対前年増減(-)率 (%)
総 額	151,948,480	100.0	9.7
紳士服・洋品	11,336,799	7.5	12.1
婦人服・洋品	23,618,519	15.5	12.9
子供服・洋品	1,913,187	1.3	8.7
その他衣料品	1,740,955	1.1	13.2
衣 料 品	38,609,460	25.4	12.5
身のまわり品	24,987,623	16.4	16.2
化粧品	12,180,080	8.0	18.0
美術・宝飾・貴金属	15,638,918	10.3	6.1
その他雑貨	5,309,233	3.5	11.6
雑 貨	33,128,231	21.8	11.1
家 具	1,589,459	1.0	21.8
家 電	1,683,611	1.1	-14.0
その他家庭用品	3,036,796	2.0	-0.6
家 庭 用 品	6,309,866	4.2	-0.1
生 鮮 食 品	5,372,985	3.5	3.8
菓 子	12,375,937	8.1	8.4
惣 菜	8,246,583	5.4	1.8
その他食料品	14,906,365	9.8	0.0
食 料 品	40,901,870	26.9	3.3
食 堂 喫 茶	2,384,004	1.6	13.8
サ ー ビ ス	2,046,602	1.3	3.7
そ の 他	3,580,824	2.4	22.9

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	2,820,893 千円	-6.9
従 業 員 数	13,709 人	-6.7
店 舗 面 積	744,130 m ²	-1.8

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、紳士服・洋品が25か月連続、婦人服・洋品が27か月連続でプラスとなったほか、惣菜が4か月ぶりにプラスとなった一方、家電が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	9.7	—	27か月連続プラス
紳士服・洋品	12.1	0.9	25か月連続プラス
婦人服・洋品	12.9	2.0	27か月連続プラス
子供服・洋品	8.7	0.1	17か月連続プラス
その他衣料品	13.2	0.1	7か月ぶりプラス
衣料品	12.5	3.1	26か月連続プラス
身のまわり品	16.2	2.5	27か月連続プラス
化粧品	18.0	1.3	27か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	6.1	0.7	6か月連続プラス*
その他雑貨	11.6	0.4	21か月連続プラス*
雑貨	11.1	2.4	27か月連続プラス
家具	21.8	0.2	2か月連続プラス
家電	-14.0	-0.2	2か月連続マイナス
その他家庭用品	-0.6	-0.0	5か月ぶりマイナス
家庭用品	-0.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	3.8	0.1	2か月連続プラス*
菓子	8.4	0.7	2か月連続プラス*
惣菜	1.8	0.1	4か月ぶりプラス*
その他食料品	0.0	-0.0	9か月連続マイナス*
食料品	3.3	0.9	4か月ぶりプラス
食堂喫茶	13.8	0.2	21か月連続プラス
サービス	3.7	0.1	2か月ぶりプラス
その他	22.9	0.5	10か月連続プラス
商品券	-6.9	-0.2	9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>