

NEWS LETTER

14時30分解禁

2023年2月 全国百貨店売上高概況

2023年3月23日

I. 概況

1. 売上高総額	3,803億円余
2. 前年同月比(増減率)	20.4%(店舗数調整後/12か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	70社 182店 (2023年1月対比-1社3店)
4. 総店舗面積	4,770,614㎡ (前年同月比:-3.0%)
5. 総従業員数	53,212人 (前年同月比:-6.8%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、12-2月 11.2%

[参考] 2022年2月の売上高増減率は-0.7%(店舗数調整後)

【特徴】

2月の売上高は20.4%増、入店客数22.5%増と、前月に続き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、外出機会の増加やオケージョン需要から好調に推移した衣料品・服飾雑貨と、増勢が続く高額商材、急伸するインバウンドが牽引した。各社が展開した外商催事、会員施策、バレンタインや恵方巻等の歳時記イベントも盛況だった。コロナ前との比較(2019年比)では、売上高6.8%減、入店客数18.5%減となった。

顧客別では、昨年10月の水際緩和と円安効果で、インバウンドが314.3%増(11か月連続/シェア4.6%)と引き続き高い伸びを示した。国内市場も活況で、前月よりさらに5.2ポイントアップし、16.5%増(12か月連続/シェア95.4%)となった。2019年比では、インバウンドが45.7%減、国内市場は3.5%減であった。

地区別では全地区で前年実績を超えた。インバウンド需要を背景に、都市(10都市/17か月連続)は全地区で二桁増を示し、全体では23.1%増となった。地方(10都市以外の地区)も13.2%増と2か月連続で前年実績を超えた。

商品別では、全品目で対前年増となった。衣料品や服飾雑貨は、卒入学関連やブライダルなどのセレモニー需要、買い替えニーズに加え、春物商材などが動いた。美術・宝飾・貴金属など高額品は、ラグジュアリーブランドや時計を中心に増勢が続いており、一部アイテムでは引き続き価格改定前の駆け込みも見られた。食料品では、菓子と惣菜が18か月連続増と好調に推移しており、人気の物産展等食品催事が盛況だった。特に、各社が趣向を凝らして展開したバレンタイン商戦は、限定品や自家需要、イトインや関連スイーツなどの企画も好評だった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇寒気の影響が弱かったため、気温は東・西日本で高かった。冬型の気圧配置となりにくかったため、東日本日本海側の降水量は少なく、日照時間は多くなったほか、降雪量は西日本日本海側でかなり少なく、東日本日本海側で少なかった。

(2) 営業日数増減 27.6日(前年同月比 -0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(〃 土曜1日減)

(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102店舗)

①増加した：80店、②変化なし：16店、③減少した：6店

(5) 2月歳時記(節分、バレンタインデー)の売上(同上/有効回答数83店舗)

①増加した：43店、②変化なし：38店、③減少した：2店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2023年2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	380,368,121	100.0	20.4 (19.9)
10都市	284,872,424	74.9	23.1 (22.9)
札幌	10,615,654	2.8	37.6
仙台	4,992,864	1.3	19.4
東京	111,173,800	29.2	20.4
横浜	23,330,304	6.1	14.3
名古屋	27,095,600	7.1	24.9
京都	15,970,942	4.2	23.2
大阪	59,943,847	15.8	28.7
神戸	9,489,342	2.5	19.2
広島	6,879,614	1.8	17.5 (10.8)
福岡	15,380,457	4.0	30.4
10都市以外の地区	95,495,697	25.1	13.2 (11.8)
東北	4,201,957	1.1	8.4 (5.0)
関東	42,661,115	11.2	12.6 (10.9)
中部	7,108,085	1.9	18.2
近畿	14,405,969	3.8	11.3
中国	7,770,291	2.0	9.4
四国	4,562,130	1.2	16.7
九州	14,786,150	3.9	16.8

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	380,368,121	100.0	20.4 (19.9)
紳士服・洋品	18,879,504	5.0	25.4 (25.1)
婦人服・洋品	65,740,041	17.3	32.4 (32.1)
子供服・洋品	6,575,786	1.7	9.9 (9.0)
その他衣料品	5,262,816	1.4	7.2 (6.7)
衣 料 品	96,458,147	25.4	27.6 (27.2)
身のまわり品	58,400,127	15.4	29.4 (28.6)
化粧品	30,417,424	8.0	22.3 (21.8)
美術・宝飾・貴金属	33,317,793	8.8	16.4 (16.3)
その他雑貨	11,709,900	3.1	15.9 (15.5)
雑 貨	75,445,117	19.8	18.6 (18.3)
家 具	3,424,961	0.9	3.1 (2.7)
家 電	1,545,846	0.4	5.5 (5.5)
その他家庭用品	8,694,050	2.3	12.3 (11.8)
家 庭 用 品	13,664,857	3.6	9.1 (8.7)
生 鮮 食 品	15,274,506	4.0	0.9 (-0.4)
菓 子	45,206,628	11.9	20.2 (19.7)
惣 菜	22,850,692	6.0	10.5 (10.2)
その他食料品	30,999,990	8.1	11.6 (10.8)
食 料 品	114,331,816	30.1	13.0 (12.3)
食 堂 喫 茶	9,005,596	2.4	51.2 (50.6)
サ ー ビ ス	3,601,736	0.9	6.2 (5.9)
そ の 他	9,460,725	2.5	12.2 (11.9)
商 品 券	4,529,548	1.2	3.9 (3.4)

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 | 23.1% (店舗数調整後／17か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 13.2% (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	23.1	16.9	17か月連続プラス
札幌	37.6	0.9	12か月連続プラス
仙台	19.4	0.3	3か月連続プラス
東京	20.4	6.0	18か月連続プラス
横浜	14.3	0.9	12か月連続プラス
名古屋	24.9	1.7	17か月連続プラス
京都	23.2	1.0	17か月連続プラス
大阪	28.7	4.2	17か月連続プラス
神戸	19.2	0.5	12か月連続プラス
広島	17.5	0.3	2か月連続プラス
福岡	30.4	1.1	17か月連続プラス
10都市以外の地区	13.2	3.5	2か月連続プラス
東北	8.4	0.1	2か月連続プラス*
関東	12.6	1.5	2か月連続プラス
中部	18.2	0.3	2か月連続プラス
近畿	11.3	0.5	3か月連続プラス
中国	9.4	0.2	2か月連続プラス*
四国	16.7	0.2	2か月連続プラス
九州	16.8	0.7	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った。その他の品目は、商品券を含む全ての品目がプラスとなり、婦人服・洋品、化粧品が12か月連続、美術・宝飾・貴金属が25か月連続でプラスとなったほか、子供服・洋品、生鮮食品が2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	20.4	—	12か月連続プラス
紳士服・洋品	25.4	1.2	3か月連続プラス
婦人服・洋品	32.4	5.1	12か月連続プラス
子供服・洋品	9.9	0.2	2か月連続プラス
その他衣料品	7.2	0.1	2か月連続プラス
衣料品	27.6	6.6	12か月連続プラス
身のまわり品	29.4	4.2	17か月連続プラス
化粧品	22.3	1.8	12か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.4	1.5	25か月連続プラス*
その他雑貨	15.9	0.5	11か月連続プラス*
雑貨	18.6	3.7	17か月連続プラス
家具	3.1	0.0	2か月連続プラス
家電	5.5	0.0	5か月連続プラス
その他家庭用品	12.3	0.3	2か月連続プラス
家庭用品	9.1	0.4	2か月連続プラス
生鮮食品	0.9	0.0	2か月連続プラス*
菓子	20.2	2.4	18か月連続プラス*
惣菜	10.5	0.7	18か月連続プラス*
その他食料品	11.6	1.0	2か月連続プラス*
食料品	13.0	4.2	7か月連続プラス
食堂喫茶	51.2	1.0	12か月連続プラス
サービス	6.2	0.1	11か月連続プラス
その他	12.2	0.3	11か月連続プラス
商品券	3.9	0.1	9か月ぶりプラス

(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

2023年2月 東京地区百貨店売上高概況

2023年3月23日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 111 億円余
2. 前年同月比（増減率）	20.4%（18か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭 25.1%（90.4%）：非店頭 - 11.0%（9.6%） （ ）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1月対比 - 1店）
5. 総店舗面積	727, 857 m ² （前年同月比：- 9.3%）
6. 総従業員数	14, 336人（前年同月比：- 5.4%）
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 14.6%

[参考] 2022年2月の売上高増減率は5.1%

【特 徴】

- (1) 2月の東京地区は、売上高20.4%増、入店客数19.3%増と、前月に続き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、各社の組織顧客向け施策が奏功した他、歳時記やインバウンド需要が売上を押し上げた。コロナ前の2019年比では売上高4.6%減と、回復基調は続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目全てプラスとなった。主力の衣料品（31.2%増/17か月連続）は、卒入学等のオケージン商材が好調で婦人服ではブラウス、セットアップ、ジャケット等が伸長した他、紳士・婦人共にトラベル需要からカジュアルウェアやシューズに動きが見られた。また、平年より気温が高めに推移したことで春物アイテムが動いた一方、急な気温低下からコート等重衣料の需要も生じるなど、当月の天候要因は、端境期の商材双方にとって共に好影響をもたらした。
- (3) 身のまわり品（31.9%増/18か月連続）は、ラグジュアリーブランドではギフト需要もあり、引き続き増勢が続いている。スーツケース等の旅行鞆も好調だった。雑貨（21.5%増/18か月連続）は高級時計を中心に好調を維持しており、化粧品では、マスク着用緩和を受けて、口元のアイテムの他、ベースメイクアイテムにも動きが見られた。
- (4) 食料品（5.8%増/18か月連続）は、行動制限がない中で実施された各社のバレンタイン商戦が大幅に伸長し、特設したイトインも盛況で、顧客の店頭回帰が顕著に見られた。菓子は個人・法人の手土産需要の増加、惣菜は恵方巻の好調もあり、共に24か月連続増となったが、生鮮食品は価格高騰や寒波の影響等もあり、5か月連続減と苦戦している。
- (5) 3月中間段階の商況は、前年比17.5%増（3/15時点）で推移している。コロナ前の2019年比でも約3%増と、明らかな回復傾向を見せている。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 27.8日（前年同月比 - 0.1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17店舗）
①増加した：16店、②変化なし：0店、③減少した：1店
- (3) 2月歳時記（節分、バレンタインデー）の売上（同上/有効回答数15店舗）
①増加した：10店、②変化なし：4店、③減少した：1店

東京地区百貨店 売上高速報 2023年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	111,173,800	100.0	20.4
紳士服・洋品	7,383,246	6.6	29.8
婦人服・洋品	16,960,051	15.3	37.8
子供服・洋品	2,192,734	2.0	15.5
その他衣料品	1,172,421	1.1	-4.7
衣 料 品	27,708,452	24.9	31.2
身のまわり品	18,641,733	16.8	31.9
化粧品	9,223,675	8.3	26.4
美術・宝飾・貴金属	11,961,888	10.8	19.6
その他雑貨	4,074,123	3.7	16.9
雑 貨	25,259,686	22.7	21.5
家 具	1,134,241	1.0	-4.2
家 電	1,188,080	1.1	15.4
その他家庭用品	2,923,374	2.6	27.2
家 庭 用 品	5,245,695	4.7	16.2
生 鮮 食 品	2,793,047	2.5	-6.7
菓 子	10,662,251	9.6	15.3
惣 菜	5,459,124	4.9	0.5
その他食料品	9,195,754	8.3	3.2
食 料 品	28,110,176	25.3	5.8
食 堂 喫 茶	2,039,411	1.8	56.0
サ ー ビ ス	1,836,256	1.7	0.4
そ の 他	2,332,391	2.1	14.7

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	1,101,395 千円	5.1
従 業 員 数	14,336 人	-5.4
店 舗 面 積	727,857 m ²	-9.3

営 業 日 数	27.8 日	前年	27.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 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、紳士服・洋品が16か月連続、婦人服・洋品が18か月連続でプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が25か月連続でプラスとなったが、家具が3か月ぶり、生鮮食品が5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	20.4	—	18か月連続プラス
紳士服・洋品	29.8	1.8	16か月連続プラス
婦人服・洋品	37.8	5.0	18か月連続プラス
子供服・洋品	15.5	0.3	8か月連続プラス
その他衣料品	-4.7	-0.1	2か月ぶりマイナス
衣料品	31.2	7.1	17か月連続プラス
身のまわり品	31.9	4.9	18か月連続プラス
化粧品	26.4	2.1	18か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	19.6	2.1	25か月連続プラス*
その他雑貨	16.9	0.6	12か月連続プラス*
雑貨	21.5	4.8	18か月連続プラス
家具	-4.2	-0.1	3か月ぶりマイナス
家電	15.4	0.2	5か月連続プラス
その他家庭用品	27.2	0.7	2か月連続プラス
家庭用品	16.2	0.8	2か月連続プラス
生鮮食品	-6.7	-0.2	5か月連続マイナス*
菓子	15.3	1.5	24か月連続プラス*
惣菜	0.5	0.0	24か月連続プラス*
その他食料品	3.2	0.3	8か月連続プラス*
食料品	5.8	1.7	18か月連続プラス
食堂喫茶	56.0	0.8	12か月連続プラス
サービス	0.4	0.0	2か月ぶりプラス
その他	14.7	0.3	5か月ぶりプラス
商品券	5.1	0.1	4か月ぶりプラス

(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>