

14時30分解禁

2023年4月 全国百貨店売上高概況

2023年5月23日

I. 概 況

1. 売上高総額	4,088億円余
2. 前年同月比(増減率)	8.6%(店舗数調整後/14か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	70社 181店 (2023年3月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,743,794㎡ (前年同月比:-3.3%)
5. 総従業員数	52,406人 (前年同月比:-7.1%)
6. 3か月移動平均値	9-11月 11.1%、10-12月 6.2%、11-1月 7.1%、 (店舗数調整後) 12-2月 11.2%、1-3月 14.6%、2-4月 12.4%

[参考] 2022年4月の売上高増減率は19.0%(店舗数調整後)

【特 徴】

4月の売上高は8.6%増と14か月連続のプラスとなった。コロナ前との比較(2019年比)では6.3%減と、前月より0.6ポイント改善しており、着実に回復に向かっている。

増勢が続くラグジュアリーブランドなどの高付加価値商材に加え、天候与件や旅行・行事に伴う外出機会の増加、マスク着用ルール緩和などから、身のまわり品や衣料品、化粧品などが高い伸びを示した。各社が展開した外商催事や会員向施策、物産展などの各種イベントも活況で、集客と売上に寄与した。GW前半も、各社の様々な企画が奏功し盛況だった。入店客数は6.6%増(14か月連続)、2019年比では19.7%減となった。

顧客別では、インバウンドが209.9%増(206億円/13か月連続/シェア5.1%)と高伸が続いており、売上全体に占めるシェアは前月より0.8ポイント上昇した。購買客数も約22万人と、コロナ禍(2020年2月)以降、初めて20万人を超えた。国内市場も5.0%増(14か月連続/シェア94.9%)と好調に推移している。2019年比では、インバウンドが40.0%減とコロナ前の6割まで回復、国内市場は3.4%減と、前月より1.1ポイント改善している。

地区別では、都市(10都市/19か月連続/11.2%増)が、インバウンド効果などから前月に続き全地区で前年実績を超えた。地方(10都市以外の7地区/4か月連続)も6地区で前年をクリアし、全体で1.2%増となった。

商品別では、主要5品目のうち4品目で前年実績を超え、中でも衣料品と身のまわり品は二桁の伸びを示した。外出機会の増加や気温上昇などから、フォーマルやビジネス、カジュアルなど、幅広いアイテムで動きを見せた。アウターや軽衣料、バッグ、アクセサリ、靴、旅行用品も引き続き好調だった。化粧品では、マスク着用緩和からメイクアイテムの需要が強くなり、食料品では催事他、手土産や行楽等により菓子や惣菜が好調だった。

【要 因】

(1) 天 候 : 気象庁発表「4月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、北・東日本でかなり高く、西日本で高かった。降水量は西日本太平洋側でかなり多く、北・西日本日本海側と北日本太平洋側で多かった。日照時間は、北日本太平洋側と東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 10日(〃 土曜1日減、日曜1日増)

(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: 63店、②変化なし: 25店、③減少した: 17店

(5) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数83店舗)

①増加した: 21店、②変化なし: 54店、③減少した: 8店

全国百貨店 売上高速報 2023年4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	408,802,466	100.0	8.6 (8.2)
10都市	309,691,689	75.8	11.2 (11.0)
札幌	10,758,491	2.6	8.4
仙台	5,795,958	1.4	7.5
東京	122,007,463	29.8	11.5
横浜	25,597,490	6.3	3.2
名古屋	28,565,229	7.0	8.6
京都	18,152,337	4.4	18.1
大阪	64,501,548	15.8	13.7
神戸	10,454,684	2.6	12.8
広島	7,153,125	1.7	5.2 (-1.3)
福岡	16,705,364	4.1	15.8
10都市以外の地区	99,110,777	24.2	1.2 (0.2)
東北	4,166,159	1.0	3.2 (2.3)
関東	43,846,281	10.7	0.2 (-1.2)
中部	7,447,818	1.8	2.0
近畿	14,655,159	3.6	1.1
中国	7,747,554	1.9	3.5
四国	5,112,330	1.3	-0.1
九州	16,135,476	3.9	2.5

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	408,802,466	100.0	8.6 (8.2)
紳士服・洋品	24,657,193	6.0	10.6 (10.3)
婦人服・洋品	79,611,124	19.5	13.3 (13.0)
子供服・洋品	9,975,619	2.4	-5.0 (-5.2)
その他衣料品	6,395,483	1.6	0.1 (-0.3)
衣 料 品	120,639,419	29.5	10.2 (10.0)
身のまわり品	68,093,126	16.7	16.5 (15.9)
化粧品	32,761,830	8.0	14.6 (14.2)
美術・宝飾・貴金属	37,746,997	9.2	7.1 (7.0)
その他雑貨	12,858,209	3.1	7.0 (-6.5)
雑 貨	83,367,036	20.4	9.9 (9.6)
家 具	3,908,651	1.0	-4.6 (-5.0)
家 電	1,435,959	0.4	10.4 (10.4)
その他家庭用品	9,425,795	2.3	-0.8 (-1.1)
家 庭 用 品	14,770,405	3.6	-0.8 (-1.1)
生 鮮 食 品	16,443,255	4.0	-1.4 (-2.5)
菓 子	29,164,143	7.1	6.2 (5.8)
惣 菜	24,429,753	6.0	1.9 (1.5)
その他食料品	27,141,147	6.6	0.7 (0.1)
食 料 品	97,178,298	23.8	2.2 (1.7)
食 堂 喫 茶	9,983,571	2.4	17.9 (17.6)
サ ー ビ ス	3,961,496	1.0	-10.0 (-10.2)
そ の 他	10,809,115	2.6	9.8 (9.5)
商 品 券	5,936,670	1.5	-7.5 (-7.8)

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 | 11.2% (店舗数調整後／19か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 1.2% (店舗数調整後／4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	11.2	8.3	19か月連続プラス
札幌	8.4	0.2	14か月連続プラス
仙台	7.5	0.1	5か月連続プラス
東京	11.5	3.3	20か月連続プラス
横浜	3.2	0.2	14か月連続プラス
名古屋	8.6	0.6	19か月連続プラス
京都	18.1	0.7	19か月連続プラス
大阪	13.7	2.1	19か月連続プラス
神戸	12.8	0.3	14か月連続プラス
広島	5.2	0.1	4か月連続プラス
福岡	15.8	0.6	19か月連続プラス
10都市以外の地区	1.2	0.3	4か月連続プラス
東北	3.2	0.0	2か月ぶりプラス*
関東	0.2	0.0	4か月連続プラス
中部	2.0	0.0	4か月連続プラス
近畿	1.1	0.0	5か月連続プラス
中国	3.5	0.1	4か月連続プラス*
四国	-0.1	-0.0	4か月ぶりマイナス
九州	2.5	0.1	4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品目は家庭用品が4か月ぶりにマイナスとなったが、その他の4品目はプラスとなった。その他の品目は、化粧品が14か月連続、美術・宝飾・貴金属が27か月連続、菓子、惣菜が20か月連続でプラスとなった一方、家電が4か月ぶり、生鮮食品が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	8.6	—	14か月連続プラス
紳士服・洋品	10.6	0.6	5か月連続プラス
婦人服・洋品	13.3	2.5	14か月連続プラス
子供服・洋品	-5.0	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	0.1	0.0	2か月ぶりプラス
衣料品	10.2	3.0	14か月連続プラス
身のまわり品	16.5	2.6	19か月連続プラス
化粧品	14.6	1.1	14か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.1	0.7	27か月連続プラス*
その他雑貨	7.0	0.2	13か月連続プラス*
雑貨	9.9	2.0	19か月連続プラス
家具	-4.6	-0.0	4か月ぶりマイナス
家電	10.4	0.0	7か月連続プラス
その他家庭用品	-0.8	-0.0	2か月連続マイナス
家庭用品	-0.8	-0.0	4か月ぶりマイナス
生鮮食品	-1.4	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	6.2	0.5	20か月連続プラス*
惣菜	1.9	0.1	20か月連続プラス*
その他食料品	0.7	0.1	4か月連続プラス*
食料品	2.2	0.6	9か月連続プラス
食堂喫茶	17.9	0.4	14か月連続プラス
サービス	-10.0	-0.1	2か月連続マイナス
その他	9.8	0.3	13か月連続プラス
商品券	-7.5	-0.1	2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4月 東京地区百貨店売上高概況

2023年5月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1,220億円余
2. 前年同月比(増減率)	11.5%(20か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭14.4%(91.8%)：非店頭-12.9%(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3月対比±0店)
5. 総店舗面積	727,948㎡ (前年同月比：-8.8%)
6. 総従業員数	13,987人 (前年同月比：-6.8%)
7. 3か月移動平均値	9-11月 16.2%、10-12月 10.3%、11-1月 11.0%、 12-2月 14.6%、1-3月 17.2%、2-4月 14.5%

[参考] 2022年4月の売上高増減率は27.0%

【特徴】

- (1) 4月の東京地区は、売上高11.5%増と20か月連続のプラスとなった。外出機会の増加や天候与件、増勢が続く高付加価値商材の好調推移、更にはインバウンド消費も売上に寄与した。2019年比では売上高は3.0%減だが、免税売上を除く国内市場は1.5%増と、コロナ前を上回る実績となった。入店客数は8.5%増、2019年比では23.6%減となった。
- (2) 商品別では、主要5品目のうち食料品を除く4品目でプラスとなった。主力の衣料品(16.8%増/19か月連続)は、通勤やお出かけニーズの回復により、ビジネス、カジュアル共に好調に推移し、紳士服ではスーツ、ジャケット、アウトドア商材の動きが良く、婦人服ではブラウスやカットソー、薄手のカーディガンやブルゾン等が好調だった。
- (3) 身のまわり品(23.1%増/20か月連続)は、引き続きラグジュアリーブランドが売上を牽引した。GWに向けた旅行需要も活況で、スーツケースやトラベルバッグ、スニーカーやサンダルが好調に推移した他、気温上昇で雑材のバッグやリゾートアイテム等、盛夏物も動いた。雑貨(12.6%増/20か月連続)では、化粧品が脱マスクや外出機会増加を背景に、リップやファンデーション、UV下地等幅広いアイテムで動きが見られた。
- (4) 食料品(1.0%減/20か月ぶり)は、菓子が引き続き好調で、個人・法人の手土産や行楽需要の他、訪日客需要が増加傾向にある。また、レストランも外食ニーズの高まりから大幅に伸長しており、家族や大人数での集まりの他、訪日客の利用も見られる。
- (5) 5月中間段階の商況は、前年比8.0%増(5/17時点)で推移している。コロナ前の2019年比では約1%減と、回復基調は継続している。

【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：16店、②変化なし：1店、③減少した：1店
- (3) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数12店舗)
①増加した：6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4月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	122,007,463	100.0	11.5
紳士服・洋品	9,585,453	7.9	18.2
婦人服・洋品	20,455,030	16.8	19.6
子供服・洋品	3,122,704	2.6	4.8
その他衣料品	1,559,202	1.3	0.8
衣 料 品	34,722,389	28.5	16.8
身のまわり品	22,289,418	18.3	23.1
化粧品	10,206,436	8.4	19.0
美術・宝飾・貴金属	13,240,938	10.9	8.3
その他雑貨	4,360,485	3.6	12.1
雑 貨	27,807,859	22.8	12.6
家 具	1,322,745	1.1	-1.6
家 電	1,103,677	0.9	8.5
その他家庭用品	2,830,748	2.3	-1.3
家 庭 用 品	5,257,170	4.3	0.6
生 鮮 食 品	3,030,209	2.5	-5.0
菓 子	7,554,183	6.2	4.5
惣 菜	5,861,163	4.8	-3.0
その他食料品	8,595,454	7.0	-2.8
食 料 品	25,041,009	20.5	-1.0
食 堂 喫 茶	2,332,646	1.9	19.8
サ ー ビ ス	1,988,554	1.6	-14.7
そ の 他	2,568,418	2.1	22.0

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	1,415,868 千円	-5.5
従 業 員 数	13,987 人	-6.8
店 舗 面 積	727,948 m ²	-8.8

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、食料品が20か月ぶりにマイナスとなったが、その他の4品目はプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が18か月連続、婦人服・洋品が20か月連続、美術・宝飾・貴金属が27か月連続でプラスとなった一方、生鮮食品が7か月連続、惣菜が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	11.5	—	20か月連続プラス
紳士服・洋品	18.2	1.3	18か月連続プラス
婦人服・洋品	19.6	3.1	20か月連続プラス
子供服・洋品	4.8	0.1	10か月連続プラス
その他衣料品	0.8	0.0	3か月ぶりプラス
衣料品	16.8	4.6	19か月連続プラス
身のまわり品	23.1	3.8	20か月連続プラス
化粧品	19.0	1.5	20か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	8.3	0.9	27か月連続プラス*
その他雑貨	12.1	0.4	14か月連続プラス*
雑貨	12.6	2.8	20か月連続プラス
家具	-1.6	-0.0	2か月ぶりマイナス
家電	8.5	0.1	7か月連続プラス
その他家庭用品	-1.3	-0.0	4か月ぶりマイナス
家庭用品	0.6	0.0	4か月連続プラス
生鮮食品	-5.0	-0.1	7か月連続マイナス*
菓子	4.5	0.3	26か月連続プラス*
惣菜	-3.0	-0.2	2か月連続マイナス*
その他食料品	-2.8	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	-1.0	-0.2	20か月ぶりマイナス
食堂喫茶	19.8	0.4	14か月連続プラス
サービス	-14.7	-0.3	2か月連続マイナス
その他	22.0	0.4	3か月連続プラス
商品券	-5.5	-0.1	2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>