

14時30分解禁

2024年1月 全国百貨店売上高概況

2024年2月22日

I. 概況

1. 売上高総額	4,593億円余
2. 前年同月比(増減率)	7.1%(店舗数調整後/23か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	72社 180店 (2023年12月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,678,594㎡ (前年同月比:-3.3%)
5. 総従業員数	50,563人 (前年同月比:-6.3%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	6-8月 9.0%、7-9月 9.8%、8-10月 8.8%、 9-11月 7.5%、10-12月 6.2%、11-1月 6.5%

[参考] 2023年1月の売上高増減率は15.1%(店舗数調整後)

【特徴】

1月の売上高は7.1%増、入店客数も5.2%増と、共に23か月連続のプラスとなった。一部店舗において能登半島地震による影響も見られたが、インバウンドと高付加価値商材が牽引した他、コロナ5類移行で行動制限が無くなった初商は堅調で、各社が企画した物産展等の催事やイベントも奏功した。コロナ前の売上高(2020年比)でも0.2%増とプラス基調は継続している。

顧客別では、円安などを追い風にインバウンドが105.9%増(22か月連続/シェア8.7%)の399億円と、1月として過去最高(2020年1月316億円)を更新し、2020年比でも25.7%増と好調に推移した。国内市場も2.4%増(23か月連続/シェア91.3%)とプラスを維持している。

地区別では、インバウンドが好調な都市(10都市/9.2%増/28か月連続)が9地区で前年実績を超え、この内、5地区(福岡、大阪、札幌、神戸、京都)で二桁増を示した。インバウンド需要が徐々に浸透してきた地方(10都市以外の7地区/0.4%増)も、2か月ぶりにプラスに転じた。

商品別では主要5品目全てで前年をクリアし、身のまわり品、雑貨、美術・宝飾・貴金属、食料品、菓子はコロナ前の実績も超えた。特に、ラグジュアリーブランドのバッグや時計、宝飾品など高額商材は、依然需要の強さに変化なく増勢が続いている。化粧品はインバウンドの押し上げ効果などもあり高伸した。主力の衣料品は天候与件から防寒着が苦戦したものの、クリアランス期間にもかかわらず、ジャケットやニット、カットソー等のプロパー商材が健闘した。食料品は2か月ぶりにプラスに転じた。ギフトや手土産、インバウンド需要などから菓子が牽引した他、食品関連の福袋も伸長した。

バレンタイン商戦では、WEBによる先行予約の他、多様化する需要を捉えた商品展開や関連スイーツ、イートインなどリアル会場でのイベントも好評で、好調な滑り出しを見せた。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、寒気の影響が弱く、暖かい空気に覆われた時期もあったため、全国的に高く、特に北・東・西日本でかなり高かった。降水量は、北日本日本海側でかなり多かった一方、西日本太平洋側で少なかった。日照時間は、北・東・西日本日本海側と西日本太平洋側で多かった。

(2) 営業日数増減 29.8日(前年同月比 -0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(〃 日曜1日減)

(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107店舗)

①増加した：61店、②変化なし：26店、③減少した：20店

(5) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数75店舗)

①増加した：18店、②変化なし：47店、③減少した：10店

全国百貨店 売上高速報 2024年1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	459,364,251	100.0	7.1 (6.6)
10都市	352,624,400	76.8	9.2
札幌	13,436,201	2.9	15.2
仙台	6,274,397	1.4	2.5
東京	135,337,115	29.5	6.7
横浜	27,951,630	6.1	2.3
名古屋	34,109,658	7.4	8.3
京都	20,332,892	4.4	10.0
大阪	76,318,954	16.6	16.6
神戸	11,664,749	2.5	12.8
広島	6,987,982	1.5	-10.6
福岡	20,210,822	4.4	17.1
10都市以外の地区	106,739,851	23.2	0.4 (-1.5)
東北	3,911,728	0.9	-11.7
関東	48,048,456	10.5	-1.2 (-3.4)
中部	7,616,429	1.7	2.3
近畿	16,057,291	3.5	4.1
中国	8,537,693	1.9	3.7
四国	5,917,053	1.3	3.7
九州	16,651,201	3.6	1.3

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	459,364,251	100.0	7.1 (6.6)
紳士服・洋品	27,348,675	6.0	-1.4 (-1.8)
婦人服・洋品	90,952,248	19.8	8.9 (8.5)
子供服・洋品	6,781,340	1.5	-1.6 (-2.2)
その他衣料品	6,732,357	1.5	-3.8 (-4.4)
衣 料 品	131,814,620	28.7	5.3 (4.9)
身のまわり品	82,598,577	18.0	11.0 (10.1)
化粧品	37,883,764	8.2	23.5 (23.0)
美術・宝飾・貴金属	41,434,432	9.0	7.1 (6.9)
その他雑貨	13,287,263	2.9	-1.4 (-1.6)
雑 貨	92,605,459	20.2	11.8 (11.5)
家 具	4,195,442	0.9	9.4 (8.8)
家 電	1,137,929	0.2	-14.0 (-14.0)
その他家庭用品	10,636,162	2.3	2.9 (2.4)
家 庭 用 品	15,969,533	3.5	3.0 (2.6)
生 鮮 食 品	16,903,856	3.7	0.0 (-0.4)
菓 子	37,673,020	8.2	7.7 (7.4)
惣 菜	25,163,486	5.5	2.2 (1.9)
その他食料品	31,886,586	6.9	0.8 (-0.4)
食 料 品	111,626,948	24.3	3.2 (2.6)
食 堂 喫 茶	10,680,050	2.3	8.6 (8.6)
サ ー ビ ス	3,795,360	0.8	1.1 (1.1)
そ の 他	10,273,704	2.2	8.5 (8.4)
商 品 券	4,399,515	1.0	-6.4 (-6.6)

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	9.2% (28か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	0.4% (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	9.2	7.0	28か月連続プラス
札幌	15.2	0.4	23か月連続プラス
仙台	2.5	0.0	4か月連続プラス
東京	6.7	2.0	29か月連続プラス
横浜	2.3	0.1	3か月連続プラス
名古屋	8.3	0.6	28か月連続プラス
京都	10.0	0.4	28か月連続プラス
大阪	16.6	2.5	28か月連続プラス
神戸	12.8	0.3	23か月連続プラス
広島	-10.6	-0.2	5か月連続マイナス
福岡	17.1	0.7	28か月連続プラス
10都市以外の地区	0.4	0.1	2か月ぶりプラス
東北	-11.7	-0.1	5か月連続マイナス*
関東	-1.2	-0.1	2か月連続マイナス
中部	2.3	0.0	4か月連続プラス
近畿	4.1	0.1	7か月連続プラス
中国	3.7	0.1	4か月ぶりプラス*
四国	3.7	0.0	2か月連続プラス
九州	1.3	0.1	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、雑貨は二桁増となった。
その他の品目は、婦人服・洋品が23か月連続、美術・宝飾・貴金属が36か月連続で
プラスとなったほか、生鮮食品、惣菜が2か月ぶりにプラスとなったが、子供服・洋品
が3か月ぶり、家電が2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	7.1	—	23か月連続プラス
紳士服・洋品	－1.4	－0.1	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	8.9	1.7	23か月連続プラス
子供服・洋品	－1.6	－0.0	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	－3.8	－0.1	2か月連続マイナス
衣料品	5.3	1.6	23か月連続プラス
身のまわり品	11.0	1.9	28か月連続プラス
化粧品	23.5	1.7	23か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.1	0.6	36か月連続プラス*
その他雑貨	－1.4	－0.0	2か月連続マイナス*
雑貨	11.8	2.3	28か月連続プラス
家具	9.4	0.1	3か月連続プラス
家電	－14.0	－0.0	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	2.9	0.1	2か月ぶりプラス
家庭用品	3.0	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	0.0	0.0	2か月ぶりプラス*
菓子	7.7	0.6	29か月連続プラス*
惣菜	2.2	0.1	2か月ぶりプラス*
その他食料品	0.8	0.1	5か月ぶりプラス*
食料品	3.2	0.8	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	8.6	0.2	23か月連続プラス
サービス	1.1	0.0	2か月ぶりプラス
その他	8.5	0.2	22か月連続プラス
商品券	－6.4	－0.1	11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。

2024年1月 東京地区百貨店売上高概況

2024年2月22日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 353億円余
2. 前年同月比(増減率)	6.7%(29か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭7.7%(92.5%)：非店頭－4.7%(7.5%) ()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12月対比±0店)
5. 総店舗面積	744,130㎡ (前年同月比：－1.9%)
6. 総従業員数	13,525人 (前年同月比：－6.3%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 10.8%、7-9月 9.6%、8-10月 8.1%、 9-11月 8.1%、10-12月 7.8%、11-1月 7.4%

[参考] 2023年1月の売上高増減率は19.6%

【特 徴】

1月の東京地区は、売上高6.7%増(29か月連続)、入店客数7.8%増(13か月連続)と、共に前年実績を上回った。コロナ5類移行後の初商が入店客も増加し堅調に推移した他、増勢が続くインバウンドも売上全体を押し上げた。2020年比では4.7%増、2019年比でも2.2%増と、4か月連続でコロナ前の水準を上回る業績となった。

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(4.2%増/28か月連続)は、暖冬の影響からコート等重衣料は低調だったが、ジャケットやブルゾン、ニット等、春先まで着られるアイテムが好調だった。クリアランスセールは規模縮小傾向もあり振るわなかったが、その半面プロパー商材が伸長した。

身のまわり品(8.1%増/29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り引き続き好調に推移した他、婦人靴ではパンプスの動きが良かった。雑貨(12.8%増/29か月連続)は、化粧品が27.2%増と高伸び、国内外共にスキンケア、メイクアップいずれも好調だった他、各ブランドの新作にも動きが見られた。

食料品(1.6%増/2か月ぶり)は、菓子が7.7%増となり、年始やインバウンドの手土産需要の他、1月下旬からスタートしたバレンタイン商戦も活況で、限定商品等展開アイテムを拡充すると共に、催事場でのイートインや試食を再開したことで、顧客の店頭回帰が顕著となっている。その他のイベントも好評で、年初は順調な滑り出しを見せた。

2月中間段階の商況は、前年比24.8%増(2/15時点)で推移している。2020年比では25.1%増、2019年比でも23.3%増と上昇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 -0.1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18店舗)
 - ①増加した：15店、②変化なし：2店、③減少した：1店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数12店舗)
 - ①増加した：7店、②変化なし：5店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2024年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	135,337,115	100.0	6.7
紳士服・洋品	10,669,545	7.9	-0.3
婦人服・洋品	22,797,948	16.8	7.2
子供服・洋品	2,028,466	1.5	5.0
その他衣料品	1,689,155	1.2	-4.5
衣 料 品	37,185,114	27.5	4.2
身のまわり品	25,120,294	18.6	8.1
化粧品	11,891,190	8.8	27.2
美術・宝飾・貴金属	15,149,875	11.2	7.7
その他雑貨	4,312,243	3.2	-1.5
雑 貨	31,353,308	23.2	12.8
家 具	1,781,835	1.3	25.4
家 電	746,287	0.6	-24.2
その他家庭用品	3,238,423	2.4	9.8
家 庭 用 品	5,766,545	4.3	7.7
生 鮮 食 品	3,205,724	2.4	2.9
菓 子	9,327,812	6.9	7.7
惣 菜	6,287,812	4.6	1.1
その他食料品	10,321,838	7.6	-3.5
食 料 品	29,143,186	21.5	1.6
食 堂 喫 茶	2,430,542	1.8	9.0
サ ー ビ ス	1,984,162	1.5	8.3
そ の 他	2,353,964	1.7	16.7

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	1,021,031 千円	-8.6
従 業 員 数	13,525 人	-6.3
店 舗 面 積	744,130 m ²	-1.9

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.1 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、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29か月連続、生鮮食品、菓子が4か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が27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	6.7	—	29か月連続プラス
紳士服・洋品	－0.3	－0.0	27か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	7.2	1.2	29か月連続プラス
子供服・洋品	5.0	0.1	19か月連続プラス
その他衣料品	－4.5	－0.1	2か月連続マイナス
衣料品	4.2	1.2	28か月連続プラス
身のまわり品	8.1	1.5	29か月連続プラス
化粧品	27.2	2.0	29か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.7	0.9	8か月連続プラス*
その他雑貨	－1.5	－0.1	23か月ぶりマイナス*
雑貨	12.8	2.8	29か月連続プラス
家具	25.4	0.3	4か月連続プラス
家電	－24.2	－0.2	4か月連続マイナス
その他家庭用品	9.8	0.2	3か月ぶりプラス
家庭用品	7.7	0.3	2か月連続プラス
生鮮食品	2.9	0.1	4か月連続プラス*
菓子	7.7	0.5	4か月連続プラス*
惣菜	1.1	0.1	2か月ぶりプラス*
その他食料品	－3.5	－0.3	11か月連続マイナス*
食料品	1.6	0.4	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	9.0	0.2	23か月連続プラス
サービス	8.3	0.1	2か月ぶりプラス
その他	16.7	0.3	12か月連続プラス
商品券	－8.6	－0.1	11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>