

14時30分解禁

2024年2月 全国百貨店売上高概況

2024年3月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,329億円余
2. 前年同月比（増減率）	14.0%（店舗数調整後／24か月連続プラス）
3. 調査対象百貨店	71社 177店（2024年1月対比－1社3店）
4. 総店舗面積	4,615,901㎡（前年同月比：－3.2%）
5. 総従業員数	50,327人（前年同月比：－5.4%）
6. 3か月移動平均値 （店舗数調整後）	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%、12-2月 8.2%

[参考] 2023年2月の売上高増減率は20.4%（店舗数調整後）

【特徴】

2月の売上高は14.0%増と前月より6.9ポイント上昇し、24か月連続のプラスとなった。2019年比でも6.3%増とコロナ前の実績を上回っている。

春節商戦で活況だったインバウンドと高付加価値商材が牽引した他、中旬以降の気温上昇で春物商材も動きを見せた。各社が企画し好評だったバレンタイン催事や物産展に加え、閏年による営業日数増などプラス要因が重なり、入店客数も7.2%増と伸長した。

顧客別では、インバウンドが、円安と春節休暇(2/10～2/17)による客数増から171.5%増(23か月連続)の469億円と、調査開始(2014年10月)以来、過去2番目に高い数値(過去最高は2023年12月/477億円)を記録した。売上高構成比で初めて1割を超えた(10.9%)他、2019年比でも47.5%増と、8か月連続でコロナ前の実績を上回っている。国内市場も活況で6.5%増(24か月連続/シェア89.1%)、2019年比も2.8%増とプラスを維持した。

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/29か月連続)が、9地区で前年実績をクリアし18.1%増と高伸した。地方(10都市以外の7地区)も6地区で前年実績を超え1.8%増だった。

商品別では、主要5品目のうち4品目(身のまわり品、雑貨、衣料品、食料品)で前年をクリアし、コロナ前の実績も超えた。ラグジュアリーブランドなどの高額品や化粧品は、国内外ともに引き続き好調で高い伸びを示した。主力の衣料品は、オケーション需要の他、天候与件などから春物衣料も動き、特に婦人服・洋品が伸長した。食料品はインバウンドやギフト需要もあり好調に推移した。コロナ5類移行後、初のバレンタイン商戦は、顧客ニーズに即した各社の多様な商品展開や、店頭でのイートインなどが好評で盛況だった。

【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）

◇冬型の気圧配置が長続きせず、また、南から暖かい空気が流れ込んだ時期もあったため、気温は東・西日本でかなり高かった。降水量は西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり多く、日照時間はかなり少なかった。また、東日本太平洋側でも降水量が多く、日照時間がかなり少なかった。

(2) 営業日数増減 28.5日（前年同月比 +0.9日）

(3) 土・日・祝日の合計 10日（〃 休日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103店舗）

①増加した：70店、②変化なし：23店、③減少した：10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71店舗）

①増加した：26店、②変化なし：44店、③減少した：1店

全国百貨店 売上高速報 2024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	432,922,045	100.0	14.0 (13.8)
10都市	336,402,490	77.7	18.1
札幌	13,441,153	3.1	26.6
仙台	5,498,061	1.3	10.1
東京	131,755,841	30.4	18.5
横浜	25,070,680	5.8	7.5
名古屋	31,760,637	7.3	17.2
京都	19,163,181	4.4	20.0
大阪	73,114,607	16.9	22.0
神戸	11,197,326	2.6	18.0
広島	6,246,365	1.4	-9.2
福岡	19,154,639	4.4	24.5
10都市以外の地区	96,519,555	22.3	1.8 (1.1)
東北	3,999,676	0.9	-4.8
関東	42,716,028	9.9	0.1
中部	6,994,995	1.6	4.0 (-1.6)
近畿	14,840,788	3.4	3.0
中国	7,909,440	1.8	6.3 (1.8)
四国	4,719,861	1.1	3.5
九州	15,338,767	3.5	3.7

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	432,922,045	100.0	14.0 (13.8)
紳士服・洋品	20,300,128	4.7	7.7 (7.5)
婦人服・洋品	78,978,734	18.2	20.4 (20.1)
子供服・洋品	6,396,573	1.5	-2.6 (-2.7)
その他衣料品	5,249,860	1.2	-0.2 (-0.2)
衣 料 品	110,925,295	25.6	15.2 (15.0)
身のまわり品	72,905,925	16.8	24.9 (24.8)
化粧品	37,674,898	8.7	24.0 (23.9)
美術・宝飾・貴金属	42,634,920	9.8	28.1 (28.0)
その他雑貨	12,057,508	2.8	3.1 (3.0)
雑 貨	92,367,326	21.3	22.6 (22.4)
家 具	3,271,482	0.8	-4.4 (-4.5)
家 電	1,411,679	0.3	-8.7 (-8.7)
その他家庭用品	8,676,146	2.0	0.0 (-0.2)
家 庭 用 品	13,359,307	3.1	-2.1 (-2.2)
生 鮮 食 品	15,885,113	3.7	4.6 (4.0)
菓 子	47,278,460	10.9	4.8 (4.6)
惣 菜	23,831,029	5.5	4.7 (4.3)
その他食料品	31,644,346	7.3	2.3 (2.1)
食 料 品	118,638,948	27.4	4.1 (3.8)
食 堂 喫 茶	9,877,160	2.3	10.1 (9.7)
サ ー ビ ス	3,705,357	0.9	3.0 (2.9)
そ の 他	11,142,727	2.6	17.9 (17.8)
商 品 券	4,551,986	1.1	0.7 (0.5)

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 | 18.1% (29か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 1.8% (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	18.1	13.6	29か月連続プラス
札幌	26.6	0.7	24か月連続プラス
仙台	10.1	0.1	5か月連続プラス
東京	18.5	5.4	30か月連続プラス
横浜	7.5	0.5	4か月連続プラス
名古屋	17.2	1.2	29か月連続プラス
京都	20.0	0.8	29か月連続プラス
大阪	22.0	3.5	29か月連続プラス
神戸	18.0	0.4	24か月連続プラス
広島	-9.2	-0.2	6か月連続マイナス
福岡	24.5	1.0	29か月連続プラス
10都市以外の地区	1.8	0.5	2か月連続プラス
東北	-4.8	-0.1	6か月連続マイナス*
関東	0.1	0.0	3か月ぶりプラス
中部	4.0	0.1	5か月連続プラス
近畿	3.0	0.1	8か月連続プラス
中国	6.3	0.1	2か月連続プラス*
四国	3.5	0.0	3か月連続プラス
九州	3.7	0.1	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、化粧品が24か月連続、美術・宝飾・貴金属が37か月連続、菓子が30か月連続でプラスとなった一方、子供服・洋品が2か月連続、家具が4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	14.0	—	24か月連続プラス
紳士服・洋品	7.7	0.4	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	20.4	3.5	24か月連続プラス
子供服・洋品	-2.6	-0.0	2か月連続マイナス
その他衣料品	-0.2	-0.0	3か月連続マイナス
衣料品	15.2	3.9	24か月連続プラス
身のまわり品	24.9	3.8	29か月連続プラス
化粧品	24.0	1.9	24か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	28.1	2.5	37か月連続プラス*
その他雑貨	3.1	0.1	3か月ぶりプラス*
雑貨	22.6	4.5	29か月連続プラス
家具	-4.4	-0.0	4か月ぶりマイナス
家電	-8.7	-0.0	2か月連続マイナス
その他家庭用品	0.0	0.0	2か月連続プラス
家庭用品	-2.1	-0.1	4か月ぶりマイナス
生鮮食品	4.6	0.2	2か月連続プラス*
菓子	4.8	0.6	30か月連続プラス*
惣菜	4.7	0.3	2か月連続プラス*
その他食料品	2.3	0.2	2か月連続プラス*
食料品	4.1	1.2	2か月連続プラス
食堂喫茶	10.1	0.2	24か月連続プラス
サービス	3.0	0.0	2か月連続プラス
その他	17.9	0.4	23か月連続プラス
商品券	0.7	0.0	12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。

2024年2月 東京地区百貨店売上高概況

2024年3月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 317億円余
2. 前年同月比（増減率）	18.5%（30か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭19.9%（91.4%）：非店頭5.3%（8.6%） （ ）内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店（2024年1月対比±0店）
5. 総店舗面積	742,668㎡（前年同月比：+2.0%）
6. 総従業員数	13,557人（前年同月比：-5.4%）
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 9.7%

[参考] 2023年2月の売上高増減率は20.4%

【特徴】

2月の東京地区は、売上高18.5%増(30か月連続)、入店客数11.7%増(14か月連続)と、共に二桁の伸びを示した。春節商戦が活況だったインバウンドが高伸したほか、各社企画のバレンタイン催事が奏功したことに加え、閏年による営業日数増もプラス要因となった。2019年比でも13.1%増とコロナ前の水準を大きく上回った。

商品別では、主要5品目の内、家庭用品を除く4品目でプラスとなった。主力の衣料品(20.8%増/29か月連続)は、月前半と後半の寒暖差により、前半はコート等重衣料に動きが見られ、後半は気温上昇で春物衣料が牽引した。卒入学等のオケーションニーズやビジネスの買い替え需要でジャケットやパンツ、ワンピース等のアイテムも好調に推移した。

身のまわり品(29.3%増/30か月連続)は、引き続きラグジュアリーブランドの高伸に加え、インバウンド需要がそれを押し上げる形で3割増となった。買い替えや春のお出かけニーズからバッグやパンプスも好調に推移した。雑貨(28.8%増/30か月連続)は、化粧品が国内外共に伸長しており、アイテム全般に動きが見られたほか、時計が好調で美術・宝飾・貴金属が32.4%増(9か月連続)と高伸した。

食料品(4.1%増/2か月連続)は、手土産需要から菓子の好調が続いているほか、バレンタインは自家需要が増加し、イートインや限定品も人気を集めるなど、商戦全体で大きな盛り上がりを見せた。生鮮食品ではインバウンドの高級フルーツの需要増等もあり、青果が好調に推移した。

3月中間段階の商況は、前年比14.5%増(3/18時点)で推移している。2019年比でも17.3%増と好調を維持している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 28.7日（前年同月比 +0.9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) 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12店舗）
①増加した：6店、②変化なし：6店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2024年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	131,755,841	100.0	18.5
紳士服・洋品	8,519,636	6.5	15.4
婦人服・洋品	21,263,535	16.1	25.4
子供服・洋品	2,425,796	1.8	10.6
その他衣料品	1,274,189	1.0	8.7
衣 料 品	33,483,156	25.4	20.8
身のまわり品	24,095,583	18.3	29.3
化粧品	12,000,812	9.1	30.1
美術・宝飾・貴金属	15,838,252	12.0	32.4
その他雑貨	4,700,185	3.6	15.4
雑 貨	32,539,249	24.7	28.8
家 具	1,244,102	0.9	9.7
家 電	948,461	0.7	-20.2
その他家庭用品	2,765,386	2.1	-5.4
家 庭 用 品	4,957,949	3.8	-5.5
生 鮮 食 品	3,010,634	2.3	7.8
菓 子	11,236,569	8.5	5.4
惣 菜	5,720,453	4.3	4.8
その他食料品	9,286,890	7.0	1.0
食 料 品	29,254,546	22.2	4.1
食 堂 喫 茶	2,292,392	1.7	12.4
サ ー ビ ス	1,965,039	1.5	7.0
そ の 他	3,167,927	2.4	35.8

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	1,138,612 千円	3.4
従 業 員 数	13,557 人	-5.4
店 舗 面 積	742,668 m ²	2.0

営 業 日 数	28.7 日	前年	27.8 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、婦人服・洋品、化粧品が30か月連続、美術・宝飾・貴金属が9か月連続でプラスとなったが、家電が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	18.5	—	30か月連続プラス
紳士服・洋品	15.4	1.0	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	25.4	3.9	30か月連続プラス
子供服・洋品	10.6	0.2	20か月連続プラス
その他衣料品	8.7	0.1	3か月ぶりプラス
衣料品	20.8	5.2	29か月連続プラス
身のまわり品	29.3	4.9	30か月連続プラス
化粧品	30.1	2.5	30か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	32.4	3.5	9か月連続プラス*
その他雑貨	15.4	0.6	2か月ぶりプラス*
雑貨	28.8	6.5	30か月連続プラス
家具	9.7	0.1	5か月連続プラス
家電	-20.2	-0.2	5か月連続マイナス
その他家庭用品	-5.4	-0.1	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-5.5	-0.3	3か月ぶりマイナス
生鮮食品	7.8	0.2	5か月連続プラス*
菓子	5.4	0.5	5か月連続プラス*
惣菜	4.8	0.2	2か月連続プラス*
その他食料品	1.0	0.1	12か月ぶりプラス*
食料品	4.1	1.0	2か月連続プラス
食堂喫茶	12.4	0.2	24か月連続プラス
サービス	7.0	0.1	2か月連続プラス
その他	35.8	0.8	13か月連続プラス
商品券	3.4	0.0	12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>