

14時30分解禁

2024年3月 全国百貨店売上高概況

2024年4月25日

I. 概況

1. 売上高総額	5,109億円余
2. 前年同月比(増減率)	9.9%(店舗数調整後/25か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	71社 177店 (2024年2月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,612,321㎡ (前年同月比:-2.8%)
5. 総従業員数	50,270人 (前年同月比:-4.6%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	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%、1-3月 10.2%

[参考] 2023年3月の売上高増減率は9.8%(店舗数調整後)

【特徴】

3月の売上高は9.9%増、入店客数も5.0%増と、共に25か月連続のプラスとなった。インバウンドと高付加価値商材が引き続き活況だった他、各社が企画した外商催事や会員向施策、物産展なども集客と売上に寄与した。月前半、気温が低く推移したことなどから春物商材の動きは鈍かったものの、卒入学などのオケーショ関連は堅調だった。コロナ前の2019年比でも2.4%増と、プラス基調は継続している。

顧客別では、円安基調の中で訪日旅行の最需要期である花見シーズンを迎えたことから、インバウンドが148.4%増(24か月連続/シェア9.7%)の495億円と、2014年10月の調査開始以来、最高額(2023年12月:477億円)を更新した。2019年比でも49.3%増と9か月連続でコロナ前の実績を上回っている。購買客数も、3月として過去最高(2019年3月:45.2万人)の45.4万人となった。一方、国内市場は前年比3.7%増(25か月連続/シェア90.3%)であったが、2019年比では1.0%減となった。

地区別では、インバウンド需要と増勢が続く高額消費などから、都市(10都市/30か月連続/12.9%増)が9地区で前年実績をクリアし、この内、大阪(21.8%増)、福岡(20.3%増)をはじめ5地区では二桁増となった。徐々にインバウンド需要が浸透している地方(10都市以外の7地区/0.8%増)も6地区で前年をクリアし、3か月連続のプラスとなった。

商品別では、主要5品目全てで前年をクリアし、特に国内外共に好調だった身のまわり品と雑貨は前年比2割を超える伸びを示した。ラグジュアリーブランドのバッグや時計、宝飾品、化粧品などの動きが良く、一部商品では価格改定前の駆け込み需要も見られた。主力の衣料品は天候与件から春物衣料が苦戦したが、セレモニー関連には動きが見られた。食料品は、ホワイトデーなどから引き続き菓子が好調で、物産展等催事も盛況だった。新型コロナ5類移行後初となる4月の花見商戦では、各社多様な企画を展開し好調な滑り出しを見せている。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、暖かい空気に覆われやすい時期があったため、北・西日本で高く、降水量は、大雨となった所もあった東・西日本日本海側と東・西日本太平洋側でかなり多かった。日照時間は、北日本日本海側、北日本太平洋側で多かった。

(2) 営業日数増減 31.0日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 11日(〃 土曜・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101店舗)

①増加した:63店、②変化なし:25店、③減少した:13店

(5) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数68店舗)

①増加した:14店、②変化なし:52店、③減少した:2店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2024年3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	510,933,595	100.0	9.9 (9.7)
10都市	393,777,087	77.1	12.9
札幌	14,009,195	2.7	6.9
仙台	6,632,876	1.3	5.2
東京	153,098,759	30.0	10.9
横浜	30,589,727	6.0	8.6
名古屋	36,222,123	7.1	9.2
京都	23,892,882	4.7	16.9
大阪	86,037,233	16.8	21.8
神戸	13,064,606	2.6	10.4
広島	7,649,045	1.5	-7.0
福岡	22,580,641	4.4	20.3
10都市以外の地区	117,156,508	22.9	0.8 (0.0)
東北	4,525,848	0.9	-10.5
関東	53,387,697	10.4	0.4
中部	7,882,650	1.5	0.7 (-5.3)
近畿	17,837,066	3.5	5.5
中国	8,683,438	1.7	0.3 (-3.8)
四国	6,124,717	1.2	1.6
九州	18,715,092	3.7	0.7

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	510,933,595	100.0	9.9 (9.7)
紳士服・洋品	27,316,575	5.3	6.0 (5.7)
婦人服・洋品	94,891,779	18.6	8.0 (7.8)
子供服・洋品	13,276,148	2.6	-7.3 (-7.3)
その他衣料品	7,098,984	1.4	0.3 (-0.4)
衣 料 品	142,583,486	27.9	5.6 (5.4)
身のまわり品	90,316,214	17.7	20.8 (20.7)
化粧品	51,350,592	10.1	23.7 (23.5)
美術・宝飾・貴金属	46,433,042	9.1	26.0 (25.8)
その他雑貨	14,662,645	2.9	0.4 (0.4)
雑 貨	112,446,279	22.0	20.9 (20.8)
家 具	5,408,697	1.1	9.5 (9.4)
家 電	1,444,358	0.3	-6.1 (-6.1)
その他家庭用品	11,034,043	2.2	0.3 (0.1)
家 庭 用 品	17,887,098	3.5	2.3 (2.2)
生 鮮 食 品	17,077,801	3.3	0.2 (-0.3)
菓 子	46,168,248	9.0	3.2 (3.1)
惣 菜	26,294,950	5.1	0.7 (0.4)
その他食料品	30,223,255	5.9	2.0 (1.8)
食 料 品	119,764,254	23.4	1.9 (1.7)
食 堂 喫 茶	11,302,846	2.2	4.5 (4.1)
サ ー ビ ス	4,093,378	0.8	2.6 (2.4)
そ の 他	12,540,040	2.5	1.0 (1.0)
商 品 券	6,856,362	1.3	-3.9 (-4.2)

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

日本百貨店協会

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 12.9% (30か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 0.8% (店舗数調整後/3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	12.9	9.7	30か月連続プラス
札幌	6.9	0.2	25か月連続プラス
仙台	5.2	0.1	6か月連続プラス
東京	10.9	3.2	31か月連続プラス
横浜	8.6	0.5	5か月連続プラス
名古屋	9.2	0.7	30か月連続プラス
京都	16.9	0.7	30か月連続プラス
大阪	21.8	3.3	30か月連続プラス
神戸	10.4	0.3	25か月連続プラス
広島	-7.0	-0.1	7か月連続マイナス
福岡	20.3	0.8	30か月連続プラス
10都市以外の地区	0.8	0.2	3か月連続プラス
東北	-10.5	-0.1	7か月連続マイナス*
関東	0.4	0.0	2か月連続プラス
中部	0.7	0.0	6か月連続プラス
近畿	5.5	0.2	9か月連続プラス
中国	0.3	0.0	3か月連続プラス*
四国	1.6	0.0	4か月連続プラス
九州	0.7	0.0	3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25か月連続、美術・宝飾・貴金属が38か月連続でプラスとなったほか、家具が2か月ぶりにプラスとなった一方、子供服・洋品、家電が3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	9.9	—	25か月連続プラス
紳士服・洋品	6.0	0.3	2か月連続プラス
婦人服・洋品	8.0	1.5	25か月連続プラス
子供服・洋品	-7.3	-0.2	3か月連続マイナス
その他衣料品	0.3	0.0	4か月ぶりプラス
衣料品	5.6	1.6	25か月連続プラス
身のまわり品	20.8	3.3	30か月連続プラス
化粧品	23.7	2.1	25か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	26.0	2.1	38か月連続プラス*
その他雑貨	0.4	0.0	2か月連続プラス*
雑貨	20.9	4.2	30か月連続プラス
家具	9.5	0.1	2か月ぶりプラス
家電	-6.1	-0.0	3か月連続マイナス
その他家庭用品	0.3	0.0	3か月連続プラス
家庭用品	2.3	0.1	2か月ぶりプラス
生鮮食品	0.2	0.0	3か月連続プラス*
菓子	3.2	0.3	31か月連続プラス*
惣菜	0.7	0.0	3か月連続プラス*
その他食料品	2.0	0.1	3か月連続プラス*
食料品	1.9	0.5	3か月連続プラス
食堂喫茶	4.5	0.1	25か月連続プラス
サービス	2.6	0.0	3か月連続プラス
その他	1.0	0.0	24か月連続プラス
商品券	-3.9	-0.1	2か月ぶりマイナス

(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。

NEWS LETTER

2024年3月 東京地区百貨店売上高概況

2024年4月25日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 530億円余
2. 前年同月比（増減率）	10.9%（31か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭14.0%（92.5%）：非店頭－16.6%（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（2024年2月対比±0店）
5. 総店舗面積	742,301㎡（前年同月比：＋2.0%）
6. 総従業員数	13,479人（前年同月比：－3.5%）
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 11.7%

〔参考〕2023年3月の売上高増減率は12.6%

【特 徴】

3月の東京地区は、売上高10.9%増（31か月連続）、入店客数4.6%増（15か月連続）と、共に前年実績を上回った。インバウンドと高額商材が好調に推移した他、外商催事や物産展等も売上を牽引した。2019年比でも7.8%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品目全てで前年をクリアした。主力の衣料品（8.5%増/30か月連続）は、気温が上がらず春物は動きが鈍かったが、新生活需要やビジネスウェアの買い替え需要から、紳士、婦人共にスーツやジャケットが好調だった。卒入学のオケージョンは単品でも着回しが効くカットソーやスカート等のアイテムに動きが見られた。

身のまわり品（21.0%増/31か月連続）は、当月もラグジュアリーブランドが牽引する形で増勢が続いている。また新生活需要を背景に財布やバッグを購入する動きが活発化した他、ビジネスシューズも好調だった。雑貨（20.0%増/31か月連続）では、化粧品が国内外共に商材を問わず好調に推移し、一部商品では価格改訂前の駆け込みも見られた。美術・宝飾・貴金属は、外商催事やインバウンド需要から24.3%増（10か月連続）と、先月に続き2割を超える大幅な伸びを示した。

食料品（2.6%増/3か月連続）は、国内外の手土産需要やホワイトデー・ひな祭り等の歳時記需要を背景に、引き続き菓子が好調に推移した。花見商戦は桜の開花遅れが影響し、3月中は弁当・惣菜等が低調だったが、4月に入って平年並みの水準に戻している。

4月中間段階の商況は、前年比9.3%増（4/17時点）で推移している。2019年比でも17.7%増とコロナ前を大きく上回るペースで進んでいる。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 31.0日（前年同月比 ±0.0日）
- (2) 入店客数増減（回答店舗数で見ると傾向値／前年同月比／有効回答数17店舗）
 - ①増加した：15店、②変化なし：2店、③減少した：0店
- (3) 3月歳時記（ホワイトデー、卒業・入学、新生活）の売上（同上／有効回答数11店舗）
 - ①増加した：4店、②変化なし：7店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2024年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	153,098,759	100.0	10.9
紳士服・洋品	11,428,244	7.5	12.7
婦人服・洋品	25,039,812	16.4	11.4
子供服・洋品	4,247,403	2.8	-10.2
その他衣料品	1,630,245	1.1	-2.1
衣 料 品	42,345,704	27.7	8.5
身のまわり品	28,044,389	18.3	21.0
化粧品	17,600,233	11.5	22.4
美術・宝飾・貴金属	16,217,806	10.6	24.3
その他雑貨	5,159,663	3.4	2.2
雑 貨	38,977,702	25.5	20.0
家 具	2,026,490	1.3	10.3
家 電	839,878	0.5	-22.5
その他家庭用品	3,389,929	2.2	3.7
家 庭 用 品	6,256,297	4.1	1.1
生 鮮 食 品	3,209,746	2.1	2.5
菓 子	11,472,459	7.5	4.8
惣 菜	6,339,628	4.1	1.0
その他食料品	9,072,740	5.9	1.1
食 料 品	30,094,573	19.7	2.6
食 堂 喫 茶	2,616,486	1.7	7.6
サ ー ビ ス	2,006,928	1.3	8.4
そ の 他	2,756,680	1.8	-23.1

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	1,652,326 千円	-5.9
従 業 員 数	13,479 人	-3.5
店 舗 面 積	742,301 m ²	2.0

営 業 日 数	31.0 日	前年	31.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 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、化粧品が31か月連続、美術・宝飾・貴金属が10か月連続でプラスとなったほか、生鮮食品、菓子が6か月連続でプラスとなった一方、子供服・洋品が21か月ぶり、家電が6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	10.9	—	31か月連続プラス
紳士服・洋品	12.7	0.9	2か月連続プラス
婦人服・洋品	11.4	1.9	31か月連続プラス
子供服・洋品	-10.2	-0.3	21か月ぶりマイナス
その他衣料品	-2.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
衣料品	8.5	2.4	30か月連続プラス
身のまわり品	21.0	3.5	31か月連続プラス
化粧品	22.4	2.3	31か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	24.3	2.3	10か月連続プラス*
その他雑貨	2.2	0.1	2か月連続プラス*
雑貨	20.0	4.7	31か月連続プラス
家具	10.3	0.1	6か月連続プラス
家電	-22.5	-0.2	6か月連続マイナス
その他家庭用品	3.7	0.1	2か月ぶりプラス
家庭用品	1.1	0.0	2か月ぶりプラス
生鮮食品	2.5	0.1	6か月連続プラス*
菓子	4.8	0.4	6か月連続プラス*
惣菜	1.0	0.0	3か月連続プラス*
その他食料品	1.1	0.1	2か月連続プラス*
食料品	2.6	0.6	3か月連続プラス
食堂喫茶	7.6	0.1	25か月連続プラス
サービス	8.4	0.1	3か月連続プラス
その他	-23.1	-0.6	14か月ぶりマイナス
商品券	-5.9	-0.1	2か月ぶりマイナス

(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>