

14時30分解禁

2024年4月 全国百貨店売上高概況

2024年5月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4,441億円余
2. 前年同月比（増減率）	8.9%（店舗数調整後／26か月連続プラス）
3. 調査対象百貨店	71社 177店（2024年3月対比±0店）
4. 総店舗面積	4,609,642㎡（前年同月比：-2.8%）
5. 総従業員数	50,020人（前年同月比：-4.6%）
6. 3か月移動平均値 （店舗数調整後）	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%、2-4月 10.8%

〔参考〕2023年4月の売上高増減率は8.6%（店舗数調整後）

【特徴】

4月の売上高は8.9%増と26か月連続のプラスとなった。コロナ前の2019年比でも2.0%増と、プラス基調は継続している。

円安効果などから増勢が続くインバウンドと、ラグジュアリーブランドを中心に高付加価値商材が牽引した他、月後半の気温上昇に伴い、初夏アイテムが好調に推移した。また、花見需要や、新型コロナ5類移行後初となるGWの前半戦では、各社が積極展開した催事などが寄与し、入店客数も2.4%増となった。

顧客別では、インバウンドが、円安効果と花見客の増加などから184.3%増の599億円（25か月連続/シェア13.5%）と、過去最高（2024年3月495億円）を更新、2019年比でも74.4%増と大幅に伸長した。購買客数も50.6万人（119.5%増）と、初めて50万人を超えた。国内市場は前年比0.7%減（26か月ぶり/シェア86.5%）とほぼ同水準だったが、2019年比では4.2%減となった。

地区別では、インバウンドと高額品が好調な都市（10都市/31か月連続/12.4%増）が8地区で前年実績を超え、好調を維持した。この内、4地区（大阪、京都、福岡、東京）では二桁増を記録した。一方、5地区で前年割れとなった地方（10都市以外の7地区/2.1%減）は、4か月ぶりにマイナスに転じた。

商品別では、主要5品目のうち4品目で前年をクリアした。この内、身のまわり品と雑貨は二桁増で、2019年比も超えた。ラグジュアリーブランドのバッグや時計、宝飾など高額商材や化粧品は引き続き国内外共に好調だった。主力の衣料品は、天候要因により、ジャケットやカーディガン、カットソーなどが動いた。食料品は、生鮮食料品の価格上昇の影響などから前年実績には届かなかったが、弁当や惣菜は、花見需要もあり堅調に推移した。

【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、暖かい空気に覆われやすく、全国的にかなり高かった。降水量は、東・西日本太平洋側と西日本日本海側で多かった一方、低気圧の影響を受けにくかった北日本日本海側で少なかった。日照時間は、西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり少なかった一方、北日本日本海側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 29.9日（前年同月比 ±0.0日）

(3) 土・日・祝日の合計 9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104店舗）

①増加した：49店、②変化なし：27店、③減少した：28店

(5) 4月歳時記（春物商戦、GW）の売上（同上/有効回答数64店舗）

①増加した：19店、②変化なし：37店、③減少した：8店

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2024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	444,160,210	100.0	8.9 (8.6)
10都市	347,982,914	78.3	12.4
札幌	11,390,672	2.6	5.9
仙台	5,614,778	1.3	-3.1
東京	135,233,992	30.4	10.8
横浜	26,383,219	5.9	3.1
名古屋	31,140,502	7.0	9.0
京都	21,737,381	4.9	19.7
大阪	79,559,774	17.9	23.3
神戸	11,101,766	2.5	6.2
広島	6,162,632	1.4	-13.8
福岡	19,658,198	4.4	17.7
10都市以外の地区	96,177,296	21.7	-2.1 (-3.0)
東北	3,837,185	0.9	-7.9
関東	42,548,468	9.6	-3.0
中部	7,159,114	1.6	3.1 (-3.9)
近畿	14,661,661	3.3	0.0
中国	7,167,297	1.6	-3.1 (-7.5)
四国	5,038,885	1.1	-1.4
九州	15,764,686	3.5	-2.3

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	444,160,210	100.0	8.9 (8.6)
紳士服・洋品	25,964,502	5.8	5.6 (5.3)
婦人服・洋品	86,767,091	19.5	9.2 (9.0)
子供服・洋品	9,410,463	2.1	-5.6 (-5.7)
その他衣料品	5,944,203	1.3	-6.6 (-7.1)
衣 料 品	128,086,259	28.8	6.4 (6.2)
身のまわり品	83,856,283	18.9	23.3 (23.1)
化粧品	37,476,952	8.4	14.6 (14.4)
美術・宝飾・貴金属	45,388,132	10.2	20.3 (20.2)
その他雑貨	12,938,380	2.9	0.7 (0.6)
雑 貨	95,803,464	21.6	15.0 (14.9)
家 具	4,115,497	0.9	5.4 (5.3)
家 電	1,558,809	0.4	8.8 (8.6)
その他家庭用品	9,180,190	2.1	-2.2 (-2.6)
家 庭 用 品	14,854,496	3.3	0.9 (0.6)
生 鮮 食 品	15,975,085	3.6	-2.3 (-2.8)
菓 子	28,997,001	6.5	-0.3 (-0.6)
惣 菜	24,388,659	5.5	0.3 (-0.2)
その他食料品	26,245,246	5.9	-3.0 (-3.3)
食 料 品	95,605,991	21.5	-1.3 (-1.6)
食 堂 喫 茶	10,040,209	2.3	1.0 (0.6)
サ ー ビ ス	4,046,731	0.9	2.3 (2.2)
そ の 他	11,866,777	2.7	9.9 (9.8)
商 品 券	5,333,350	1.2	-10.0 (-10.2)

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

Ⅱ. 地区別の動き

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 12.4% (31か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | -2.1% (店舗数調整後/4か月ぶりマイナス) |

【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	12.4	9.4	31か月連続プラス
札幌	5.9	0.2	26か月連続プラス
仙台	-3.1	-0.0	7か月ぶりマイナス
東京	10.8	3.2	32か月連続プラス
横浜	3.1	0.2	6か月連続プラス
名古屋	9.0	0.6	31か月連続プラス
京都	19.7	0.9	31か月連続プラス
大阪	23.3	3.7	31か月連続プラス
神戸	6.2	0.2	26か月連続プラス
広島	-13.8	-0.2	8か月連続マイナス
福岡	17.7	0.7	31か月連続プラス
10都市以外の地区	-2.1	-0.5	4か月ぶりマイナス
東北	-7.9	-0.1	8か月連続マイナス*
関東	-3.0	-0.3	3か月ぶりマイナス
中部	3.1	0.1	7か月連続プラス
近畿	0.0	0.0	10か月連続プラス
中国	-3.1	-0.1	4か月ぶりマイナス*
四国	-1.4	-0.0	5か月ぶりマイナス
九州	-2.3	-0.1	4か月ぶりマイナス

(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。

NEWS LETTER

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は食料品を除く4品目でプラスとなり、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。その他の品目は、化粧品が26か月連続、美術・宝飾・貴金属が39か月連続でプラスとなったほか、家電が4か月ぶりにプラスとなった一方、生鮮食品が4か月ぶり、菓子、惣菜が32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	8.9	—	26か月連続プラス
紳士服・洋品	5.6	0.3	3か月連続プラス
婦人服・洋品	9.2	1.8	26か月連続プラス
子供服・洋品	-5.6	-0.1	4か月連続マイナス
その他衣料品	-6.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
衣料品	6.4	1.9	26か月連続プラス
身のまわり品	23.3	3.9	31か月連続プラス
化粧品	14.6	1.2	26か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	20.3	1.9	39か月連続プラス*
その他雑貨	0.7	0.0	3か月連続プラス*
雑貨	15.0	3.1	31か月連続プラス
家具	5.4	0.1	2か月連続プラス
家電	8.8	0.0	4か月ぶりプラス
その他家庭用品	-2.2	-0.1	4か月ぶりマイナス
家庭用品	0.9	0.0	2か月連続プラス
生鮮食品	-2.3	-0.1	4か月ぶりマイナス*
菓子	-0.3	-0.0	32か月ぶりマイナス*
惣菜	0.3	0.0	4か月連続プラス*
その他食料品	-3.0	-0.2	4か月ぶりマイナス*
食料品	-1.3	-0.3	4か月ぶりマイナス
食堂喫茶	1.0	0.0	26か月連続プラス
サービス	2.3	0.0	4か月連続プラス
その他	9.9	0.3	25か月連続プラス
商品券	-10.0	-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。

2024年4月 東京地区百貨店売上高概況

2024年5月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 352億円余
2. 前年同月比（増減率）	10.8%（32か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭11.6%（92.4%）：非店頭2.3%（7.6%） （ ）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3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	13,323人（前年同月比：-4.7%）
7. 3か月移動平均値	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%、2-4月 13.2%

[参考] 2023年4月の売上高増減率は11.5%

【特 徴】

4月の東京地区は、売上高10.8%増(32か月連続)、入店客数0.9%増(16か月連続)と、共に前年実績を上回った。増勢が続くインバウンドが牽引した他、物産展等の施策も売上増に寄与した。2019年比でも7.5%増とプラス基調は継続している。

商品別では、主要5品目のうち食料品を除く4品目で前年をクリアした。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

主力の衣料品(8.6%増/31か月連続)は、月の前半、雨天が多く季節商材の動きが鈍かったが、後半からの気温上昇に伴い、カットソーやブラウス、薄手のカーディガン等が好調に推移した。婦人洋品では、晴雨兼用傘や帽子、スカーフ等が活発に動いた。

身のまわり品(23.4%増/32か月連続)は、ラグジュアリーブランドが一部価格改訂前の駆け込みもあって二桁増となり、構成比も2割を超えた。またGWの外出需要から、スニーカー等カジュアルシューズが好調だった他、サンダルにも動きが見られた。

雑貨(18.9%増/32か月連続)では、化粧品が気温上昇でUVアイテムに動きが見られた他、高額商材の美術・宝飾・貴金属は、インバウンド需要から時計を中心に好調に推移し、24.3%増と先月に続き大幅に伸長した。

食料品(1.6%減/4か月ぶり)は、桜の開花が後ろ倒しになったことで、花見商戦本番が当月にずれ込み惣菜・弁当等が好調に推移した。菓子も帰省や国内外の手土産需要から堅調だったが、生鮮食品は価格上昇の影響から1.7%減と7か月ぶりにマイナスとなった。

5月中間段階の商況は、労働節(5/1~5)でインバウンドが伸長し、前年比19.7%増(5/16時点)で推移している。2019年比でも23.6%増と高い伸びを見せている。

【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16店舗）
①増加した：7店、②変化なし：4店、③減少した：5店
- (3) 4月歳時記（春物商戦、GW）の売上（同上／有効回答数11店舗）
①増加した：7店、②変化なし：3店、③減少した：1店

NEWS LETTER

東京地区百貨店 売上高速報 2024年4月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	135,233,992	100.0	10.8
紳士服・洋品	10,607,134	7.8	10.7
婦人服・洋品	22,597,170	16.7	10.5
子供服・洋品	3,079,408	2.3	-1.4
その他衣料品	1,430,560	1.1	-8.3
衣 料 品	37,714,272	27.9	8.6
身のまわり品	27,494,910	20.3	23.4
化粧品	11,748,600	8.7	15.1
美術・宝飾・貴金属	16,459,022	12.2	24.3
その他雑貨	4,864,035	3.6	11.5
雑 貨	33,071,657	24.5	18.9
家 具	1,425,587	1.1	7.8
家 電	1,148,676	0.8	4.1
その他家庭用品	2,910,813	2.2	2.8
家 庭 用 品	5,485,076	4.1	4.3
生 鮮 食 品	2,978,448	2.2	-1.7
菓 子	7,617,754	5.6	0.8
惣 菜	5,911,025	4.4	0.9
その他食料品	8,125,863	6.0	-5.5
食 料 品	24,633,090	18.2	-1.6
食 堂 喫 茶	2,387,249	1.8	2.3
サ ー ビ ス	2,037,575	1.5	2.5
そ の 他	2,410,163	1.8	-6.2

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	1,322,022 千円	-6.6
従 業 員 数	13,323 人	-4.7
店 舗 面 積	742,301 m ²	2.0

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

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は食料品を除く4品目でプラスとなり、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。その他の品目は、紳士服・洋品が3か月連続、化粧品が32か月連続でプラスとなったほか、家電が7か月ぶりでプラスとなった一方、生鮮食品が7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	10.8	—	32か月連続プラス
紳士服・洋品	10.7	0.8	3か月連続プラス
婦人服・洋品	10.5	1.8	32か月連続プラス
子供服・洋品	-1.4	-0.0	2か月連続マイナス
その他衣料品	-8.3	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	8.6	2.5	31か月連続プラス
身のまわり品	23.4	4.3	32か月連続プラス
化粧品	15.1	1.3	32か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	24.3	2.6	11か月連続プラス*
その他雑貨	11.5	0.4	3か月連続プラス*
雑貨	18.9	4.3	32か月連続プラス
家具	7.8	0.1	7か月連続プラス
家電	4.1	0.0	7か月ぶりプラス
その他家庭用品	2.8	0.1	2か月連続プラス
家庭用品	4.3	0.2	2か月連続プラス
生鮮食品	-1.7	-0.0	7か月ぶりマイナス*
菓子	0.8	0.1	7か月連続プラス*
惣菜	0.9	0.0	4か月連続プラス*
その他食料品	-5.5	-0.4	3か月ぶりマイナス*
食料品	-1.6	-0.3	4か月ぶりマイナス
食堂喫茶	2.3	0.0	26か月連続プラス
サービス	2.5	0.0	4か月連続プラス
その他	-6.2	-0.1	2か月連続マイナス
商品券	-6.6	-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