

14時30分解禁

2024年5月 全国百貨店売上高概況

2024年6月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4,692億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	14.4%(店舗数調整後/27か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	19.4%(32か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	-1.1%(店舗数調整後/2か月連続マイナス)
(2) 国 内	2.3%(店舗数調整後/2か月ぶりプラス)
(3) インバウンド	231.2%(店舗数調整後/26か月連続プラス)

[参考] 2019年比(売上高増減率)は、8.9%(店舗数調整後)

【特徴】

5月は、売上高(14.4%増)、入店客数(2.0%増)共に27か月連続のプラス。コロナ前の2019年比でも売上高8.9%増と好調を維持。

インバウンドと、ラグジュアリーブランドや高級時計、美術・宝飾等高付加価値商材が活況。

外出機会の増加や気温上昇に伴い、夏物商材が伸長し主力の衣料品も好調に推移。サンガラスや扇子など季節雑貨も動く。

各社が企画したGWでのファミリーイベントや食品催事などが盛況。外商催事、母の日商戦等の積極展開も奏功。

インバウンド：円安などを追い風に718億円余(231.2%増/26か月連続/シェア15.3%)と3か月連続で過去最高を更新し売上全体を底上げ。2019年比では132.4%増と、前月より58.0ポイントアップ。労働節休暇(5/1～5/5)で中国の購買客数と売上が大幅に伸長。

国内市場：2.3%増(シェア84.7%)と好調で2か月ぶりにプラス転換。2019年比はほぼ同水準で推移。

都市(10都市)：増勢が続くインバウンドと高額品などから9地区で前年実績をクリア。対前年伸び率は前月よりも7.0ポイントアップ。31.5%増と高伸した大阪をはじめ7地区で二桁増。

地方(10都市以外の7地区)：インバウンドが徐々に拡がりつつあるものの、一部店舗ではテナントへの業態転換などで売上から賃料に変更したこともあり、6地区で前年実績に届かず。その結果、都市との差は前月より6.0ポイント拡大。

商品別：主要5品目のうち4品目で前年実績超え。高伸する身のまわり品や美術・宝飾・貴金属など高付加価値商材では一部商品で価格改定前の駆け込みも見られた。食料品は菓子がインバウンドやギフト需要で健闘したが、価格上昇の影響などを受け生鮮食品と惣菜が苦戦し、2か月連続のマイナス。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、全国的に平年比で高く推移し、中旬を中心に寒気の影響が弱く暖かい空気が流れ込みやすかった北・東日本で高かった。降水量は、全国的に平年比で多く、下旬を中心に低気圧や前線などの影響を受けやすかった東・西日本太平洋側でかなり多かった。日照時間は、北日本太平洋側と西日本日本海側で多かった。

(2) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(〃 1日減)

(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102店舗)

①増加した：48店、②変化なし：20店、③減少した：34店

(5) 調査対象百貨店 71社 177店(本年4月対比：±0店)(前年同月比：-1社-4店)

(6) 総店舗面積 4,609,954㎡(前年同月比：-2.9%)

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2024年5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	469,295,529	100.0	14.4 (14.2)
10都市	369,887,094	78.8	19.4
札幌	12,183,915	2.6	10.1
仙台	5,460,654	1.2	2.2
東京	141,458,643	30.1	17.3
横浜	28,095,136	6.0	9.4
名古屋	33,150,401	7.1	14.6
京都	22,979,973	4.9	24.4
大阪	86,384,609	18.4	31.5
神戸	12,465,033	2.7	16.0
広島	6,388,819	1.4	-2.6
福岡	21,319,911	4.5	27.3
10都市以外の地区	99,408,435	21.2	-1.1 (-1.9)
東北	3,800,938	0.8	-5.0
関東	45,470,122	9.7	0.4
中部	6,784,076	1.4	-0.4 (-6.6)
近畿	14,874,565	3.2	-2.5
中国	7,247,204	1.5	-3.2 (-7.6)
四国	5,058,238	1.1	-2.1
九州	16,173,292	3.4	-2.1

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	469,295,529	100.0	14.4 (14.2)
紳士服・洋品	25,288,873	5.4	7.1 (6.8)
婦人服・洋品	89,625,822	19.1	17.5 (17.3)
子供服・洋品	7,474,557	1.6	0.0 (-0.1)
その他衣料品	6,349,080	1.4	-2.2 (-2.7)
衣 料 品	128,738,332	27.4	13.1 (12.8)
身のまわり品	93,937,853	20.0	35.9 (35.8)
化粧品	40,155,149	8.6	16.4 (16.2)
美術・宝飾・貴金属	51,865,889	11.1	36.7 (36.6)
その他雑貨	12,343,354	2.6	3.4 (3.3)
雑 貨	104,364,392	22.2	23.7 (23.5)
家 具	3,698,415	0.8	2.5 (2.4)
家 電	1,738,113	0.4	5.2 (5.0)
その他家庭用品	9,760,685	2.1	0.6 (0.3)
家 庭 用 品	15,197,213	3.2	1.6 (1.3)
生 鮮 食 品	16,804,707	3.6	-4.0 (-4.5)
菓 子	30,111,299	6.4	-0.1 (-0.3)
惣 菜	25,177,629	5.4	-2.4 (-2.8)
その他食料品	28,541,253	6.1	-2.2 (-2.4)
食 料 品	100,634,888	21.4	-1.9 (-2.2)
食 堂 喫 茶	10,598,100	2.3	0.3 (-0.1)
サ ー ビ ス	3,953,497	0.8	-4.0 (-4.1)
そ の 他	11,871,254	2.5	10.8 (10.7)
商 品 券	5,689,618	1.2	-1.5 (-1.7)

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

【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

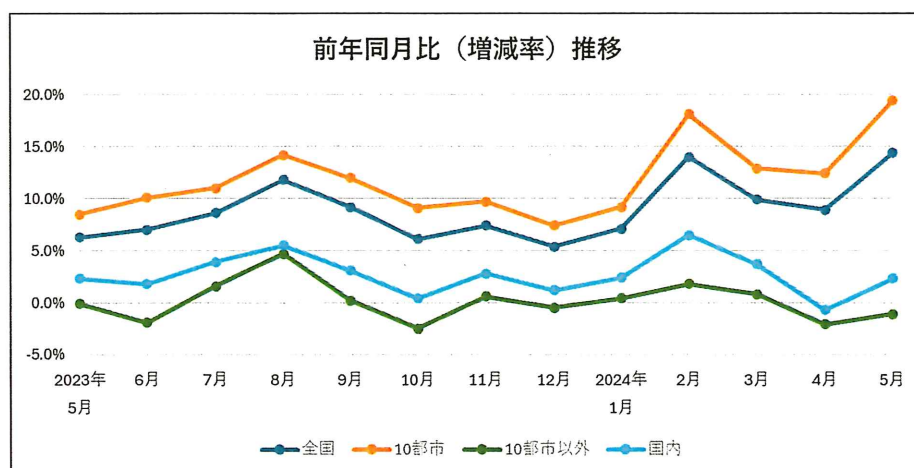
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	19.4	14.6	32か月連続プラス
札幌	10.1	0.3	27か月連続プラス
仙台	2.2	0.0	2か月ぶりプラス
東京	17.3	5.1	33か月連続プラス
横浜	9.4	0.6	7か月連続プラス
名古屋	14.6	1.0	32か月連続プラス
京都	24.4	1.1	32か月連続プラス
大阪	31.5	5.0	32か月連続プラス
神戸	16.0	0.4	27か月連続プラス
広島	-2.6	-0.0	9か月連続マイナス
福岡	27.3	1.1	32か月連続プラス
10都市以外の地区	-1.1	-0.3	2か月連続マイナス
東北	-5.0	-0.0	9か月連続マイナス*
関東	0.4	0.0	2か月ぶりプラス
中部	-0.4	-0.0	8か月ぶりマイナス
近畿	-2.5	-0.1	11か月ぶりマイナス
中国	-3.2	-0.1	2か月連続マイナス*
四国	-2.1	-0.0	2か月連続マイナス
九州	-2.1	-0.1	2か月連続マイナス

(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。

【前年同月比(増減率)推移】

	2023年 5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2024年 1月	2月	3月	4月	5月
全 国	6.3	7.0	8.6	11.8	9.2	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4
10 都 市	8.5	10.1	11.0	14.2	12.0	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4
10都市以外	-0.1	-1.9	1.6	4.7	0.2	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1
国 内	2.3	1.8	3.9	5.5	3.1	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3



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、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・洋品が27か月連続、美術・宝飾・貴金属が40か月連続でプラスとなった一方、生鮮食品、菓子が2か月連続、惣菜が5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	14.4	—	27か月連続プラス
紳士服・洋品	7.1	0.4	4か月連続プラス
婦人服・洋品	17.5	3.3	27か月連続プラス
子供服・洋品	0.0	-0.0	5か月連続マイナス
その他衣料品	-2.2	-0.0	2か月連続マイナス
衣料品	13.1	3.6	27か月連続プラス
身のまわり品	35.9	6.0	32か月連続プラス
化粧品	16.4	1.4	27か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	36.7	3.4	40か月連続プラス*
その他雑貨	3.4	0.1	4か月連続プラス*
雑貨	23.7	4.9	32か月連続プラス
家具	2.5	0.0	3か月連続プラス
家電	5.2	0.0	2か月連続プラス
その他家庭用品	0.6	0.0	2か月ぶりプラス
家庭用品	1.6	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-4.0	-0.2	2か月連続マイナス*
菓子	-0.1	-0.0	2か月連続マイナス*
惣菜	-2.4	-0.1	5か月ぶりマイナス*
その他食料品	-2.2	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	-1.9	-0.5	2か月連続マイナス
食堂喫茶	0.3	0.0	27か月連続プラス
サービス	-4.0	-0.0	5か月ぶりマイナス
その他	10.8	0.3	26か月連続プラス
商品券	-1.5	-0.0	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5月 東京地区百貨店売上高概況

2024年6月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 414 億円余
2. 前年同月比（増減率）	17.3%（33か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭19.2%（92.8%）：非店頭－2.6%（7.2%） （ ）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4月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	742,613㎡（前年同月比：＋1.8%）
6. 総従業員数	13,355人（前年同月比：－4.8%）
7. 3か月移動平均値	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%、3-5月 12.9%

【参考】2023年5月の売上高増減率は8.0%

【特 徴】

5月の東京地区は、売上高（17.3%増）、入店客数（2.8%増）共に前年実績を上回った。インバウンドが好調を維持し売上全体を牽引した他、各社企画のイベントや物産催事も寄与した。2019年比でも15.5%増と二桁増となった。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。

衣料品（15.2%増）：気温上昇に伴い、ブラウスやカットソーなど初夏物が好調に推移した他、Tシャツをはじめ夏物も本格的に動く。服飾雑貨では、GWのお出かけ需要や母の日需要から帽子、サングラスといった季節商材が好調に推移。

身のまわり品（37.6%増）：ラグジュアリーブランドが、価格改訂前の駆け込み需要もあって引き続き高伸。外出の増加から、晴雨兼用傘やカジュアルシューズ、スニーカー、サンダルが好調に推移した他、スーツケースなどトラベルバッグも国内外共に好調。

雑貨（30.1%増）：美術・宝飾・貴金属が、インバウンドと一部ブランド値上げ前の駆け込み需要で43.4%増と、先月より19.1ポイントアップの大幅伸長。2019年比でも101.4%増。化粧品はUV関連商品を中心に、国内外のブランド共に好調推移。

食料品（2.0%減）：昨年のコロナ5類移行による需要高の反動と物価上昇の影響から、生鮮食品、惣菜は前年割れだが、菓子は国内外の手土産需要や母の日ギフト需要もありプラスを維持。酒類もインバウンドの手土産として好評で伸長。

6月足元動向：5月に続き、インバウンドの好調継続により、前年比21.0%増（6/16時点）で推移。2019年比では24.5%増とコロナ禍前を大きく上回る伸び幅。

【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（回答店舗数で見る傾向値／前年同月比／有効回答数16店舗）
 - ①増加した：10店、②変化なし：1店、③減少した：5店
- (3) 5月歳時記（GW、母の日）の売上（同上／有効回答数12店舗）
 - ①増加した：5店、②変化なし：6店、③減少した：1店

NEWS LETTER

東京地区百貨店 売上高速報 2024年5月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	141,458,643	100.0	17.3
紳士服・洋品	10,371,676	7.3	11.9
婦人服・洋品	22,840,361	16.1	18.4
子供服・洋品	2,313,761	1.6	9.9
その他衣料品	1,501,079	1.1	0.9
衣 料 品	37,026,877	26.2	15.2
身のまわり品	29,816,898	21.1	37.6
化粧品	12,540,415	8.9	18.8
美術・宝飾・貴金属	19,419,275	13.7	43.4
その他雑貨	4,632,125	3.3	15.2
雑 貨	36,591,815	25.9	30.1
家 具	1,243,067	0.9	9.1
家 電	1,205,956	0.9	-11.3
その他家庭用品	3,036,594	2.1	9.1
家 庭 用 品	5,485,617	3.9	3.9
生 鮮 食 品	3,232,595	2.3	-4.2
菓 子	8,106,113	5.7	1.7
惣 菜	6,202,802	4.4	-1.6
その他食料品	8,262,030	5.8	-4.7
食 料 品	25,803,540	18.2	-2.0
食 堂 喫 茶	2,484,816	1.8	3.1
サ ー ビ ス	1,882,414	1.3	-10.7
そ の 他	2,366,666	1.7	-4.6

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	1,393,037 千円	-0.9
従 業 員 数	13,355 人	-4.8
店 舗 面 積	742,613 m ²	1.8

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

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は食料品を除く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33か月連続、美術・宝飾・貴金属が12か月連続でプラスとなったが、生鮮食品が2か月連続、惣菜が5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	17.3	—	33か月連続プラス
紳士服・洋品	11.9	0.9	4か月連続プラス
婦人服・洋品	18.4	2.9	33か月連続プラス
子供服・洋品	9.9	0.2	3か月ぶりプラス
その他衣料品	0.9	0.0	3か月ぶりプラス
衣料品	15.2	4.0	32か月連続プラス
身のまわり品	37.6	6.8	33か月連続プラス
化粧品	18.8	1.6	33か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	43.4	4.9	12か月連続プラス*
その他雑貨	15.2	0.5	4か月連続プラス*
雑貨	30.1	7.0	33か月連続プラス
家具	9.1	0.1	8か月連続プラス
家電	-11.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	9.1	0.2	3か月連続プラス
家庭用品	3.9	0.2	3か月連続プラス
生鮮食品	-4.2	-0.1	2か月連続マイナス*
菓子	1.7	0.1	8か月連続プラス*
惣菜	-1.6	-0.1	5か月ぶりマイナス*
その他食料品	-4.7	-0.3	2か月連続マイナス*
食料品	-2.0	-0.4	2か月連続マイナス
食堂喫茶	3.1	0.1	27か月連続プラス
サービス	-10.7	-0.2	5か月ぶりマイナス
その他	-4.6	-0.1	3か月連続マイナス
商品券	-0.9	-0.0	3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>