

14時30分解禁

2024年6月 全国百貨店売上高概況

2024年7月25日

I. 概況

1. 売上高総額	5,018億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	14.0%(店舗数調整後/28か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	17.1%(33か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	3.8%(店舗数調整後/3か月ぶりプラス)
(2) 国 内	5.7%(店舗数調整後/2か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	135.5%(店舗数調整後/27か月連続プラス)※

[参考] 2019年比(売上高増減率)は、8.2%(店舗数調整後)

※インバウンド(免税売上)は、別紙「免税売上高・来店動向」参照

【特徴】

6月の売上高は、14.0%増と28か月連続のプラス。2019年比でも8.2%増とコロナ前を上回るプラス基調が継続。入店客数は前月より4.4ポイント上昇し6.4%増(28か月連続)。平年より遅い梅雨入りで晴天の日が多かったことなどから外出機運が高まった他、各社企画の外商催事や会員施策、食品催事も寄与。インバウンドと高付加価値商材は引き続き活況で、天候要因から盛夏アイテムも好調。ブライダル等オケーションニーズも見られた。

中元商戦は、こだわりの素材やパーソナルギフト、自家需要などライフスタイルの変化に即した様々な商品提案が好評で、堅調に推移。

インバウンド(免税売上):円安効果などから661億円(135.5%増/27か月連続/シェア13.2%)と、前月(2024年5月718億円)に次ぎ、調査開始以来2番目に高い数値。2019年比も133.8%増と好調に推移。購買客数は57.9万人(92.3%増)と過去最多。

免税売上の1~6月累計は3,344億円(162.2%増)と上半期で初めて3,000億円突破。

国内市場:増勢が続く高額商材が牽引し前月より3.4ポイント上昇の5.7%増(2か月連続/シェア86.8%)。2019年比はほぼ同水準で推移。1~6月累計の前年比は3.3%増。

都市(10都市):インバウンド需要と好調な高額消費などから9地区で前年実績をクリア。7地区で二桁増。福岡、大阪、京都では20%を超える高い伸び。

地方(10都市以外の7地区):前月より4.9ポイント上昇し3か月ぶりにプラス転換。高付加価値商材と盛夏アイテムが伸長し6地区前年実績超え。インバウンド効果も徐々に浸透。

商品別:主要5品目全てで前年実績クリア。ラグジュアリーブランドのバッグなど身のまわり品や、時計・宝飾など高額商材、化粧品は国内外共に好調。天候要因から夏物衣料も動く。食料品は生鮮食品が価格高騰の影響で前年割れとなったが、菓子がギフトやインバウンド需要で3か月ぶりにプラス転換。食堂喫茶では、ビアガーデンやBBQも盛況。

【要因・その他】

(1) 天 候 : 気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇北・東・西日本の各地方で梅雨入りが平年より遅く、月間日照時間は北・東日本太平洋側と東日本日本海側でかなり多く、月降水量は北日本太平洋側でかなり少なかった。中旬以降は全国的に暖かい空気に覆われやすかったため、月平均気温は北・東日本でかなり高かった。下旬は梅雨前線の影響を受けやすかった東日本太平洋側で降水量がかなり多かった。

(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(// 土曜・日曜各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104店舗)

①増加した:71店、②変化なし:22店、③減少した:11店

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

(6) 総店舗面積 4,609,587㎡(前年同月比:-2.9%)

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2024年6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	501,832,472	100.0	14.0 (13.7)
10都市	394,695,910	78.7	17.1
札幌	13,314,721	2.7	16.3
仙台	6,138,176	1.2	4.9
東京	157,808,918	31.4	16.0
横浜	30,408,285	6.1	8.8
名古屋	35,691,765	7.1	18.4
京都	23,355,066	4.7	20.9
大阪	85,614,930	17.1	22.4
神戸	12,768,616	2.5	13.3
広島	7,004,472	1.4	-8.7
福岡	22,590,961	4.5	28.9
10都市以外の地区	107,136,562	21.3	3.8 (3.0)
東北	4,186,923	0.8	-0.1
関東	49,317,215	9.8	3.6
中部	7,606,410	1.5	7.9 (1.2)
近畿	15,770,221	3.1	5.5
中国	8,307,663	1.7	3.4 (-1.5)
四国	5,897,005	1.2	4.8
九州	16,051,125	3.2	2.0

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	501,832,472	100.0	14.0 (13.7)
紳士服・洋品	27,001,576	5.4	13.7 (13.4)
婦人服・洋品	92,346,700	18.4	17.5 (17.2)
子供服・洋品	6,032,052	1.2	9.7 (9.6)
その他衣料品	6,719,613	1.3	5.9 (5.8)
衣 料 品	132,099,941	26.3	15.7 (15.4)
身のまわり品	91,261,030	18.2	30.0 (29.9)
化粧品	41,973,058	8.4	13.1 (12.9)
美術・宝飾・貴金属	54,429,558	10.8	34.8 (34.7)
その他雑貨	12,192,372	2.4	3.8 (3.7)
雑 貨	108,594,988	21.6	21.7 (21.5)
家 具	3,921,553	0.8	5.7 (5.6)
家 電	1,440,625	0.3	16.9 (16.9)
その他家庭用品	10,204,663	2.0	6.0 (5.5)
家 庭 用 品	15,566,841	3.1	6.9 (6.5)
生 鮮 食 品	21,294,794	4.2	-1.9 (-2.4)
菓 子	37,799,874	7.5	3.7 (3.5)
惣 菜	27,538,310	5.5	1.3 (1.1)
その他食料品	39,670,666	7.9	-2.3 (-2.5)
食 料 品	126,303,644	25.2	0.3 (0.0)
食 堂 喫 茶	10,749,507	2.1	5.8 (5.4)
サ ー ビ ス	4,053,481	0.8	0.6 (0.5)
そ の 他	13,203,040	2.6	10.2 (9.9)
商 品 券	10,370,254	2.1	-4.4 (-4.6)

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。

NEWS LETTER

Ⅱ. 地区別の動き

【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

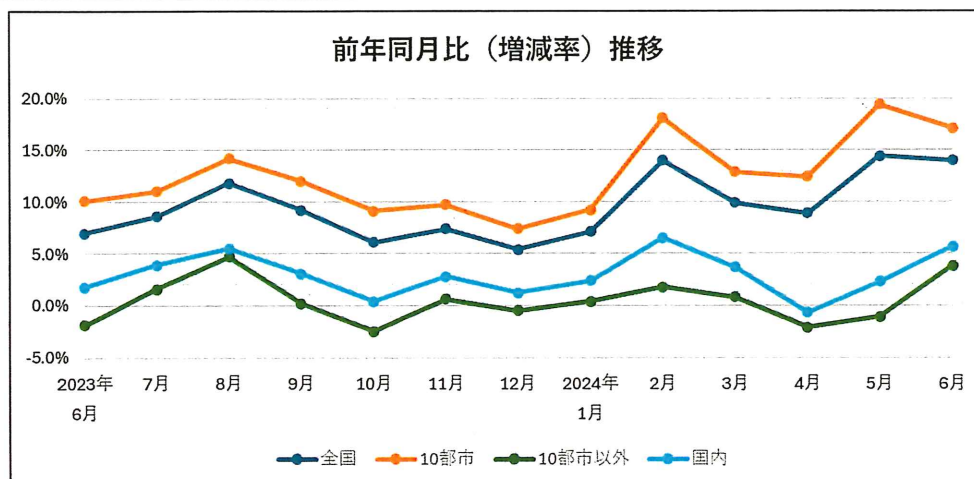
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	17.1	13.1	33か月連続プラス
札幌	16.3	0.4	28か月連続プラス
仙台	4.9	0.1	2か月連続プラス
東京	16.0	4.9	34か月連続プラス
横浜	8.8	0.6	8か月連続プラス
名古屋	18.4	1.3	33か月連続プラス
京都	20.9	0.9	33か月連続プラス
大阪	22.4	3.6	33か月連続プラス
神戸	13.3	0.3	28か月連続プラス
広島	-8.7	-0.2	10か月連続マイナス
福岡	28.9	1.1	33か月連続プラス
10都市以外の地区	3.8	0.9	3か月ぶりプラス
東北	-0.1	-0.0	10か月連続マイナス*
関東	3.6	0.4	2か月連続プラス
中部	7.9	0.1	2か月ぶりプラス
近畿	5.5	0.2	2か月ぶりプラス
中国	3.4	0.1	3か月ぶりプラス*
四国	4.8	0.1	3か月ぶりプラス
九州	2.0	0.1	3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。

【前年同月比(増減率)推移】

	2023年 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	6月
全 国	7.0	8.6	11.8	9.2	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0
10 都 市	10.1	11.0	14.2	12.0	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1
10都市以外	-1.9	1.6	4.7	0.2	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8
国 内	1.8	3.9	5.5	3.1	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7
インバウンド	320.3	206.6	244.4	255.6	178.9	125.1	122.6	105.9	171.5	148.4	184.3	231.2	135.5



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、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、紳士服・洋品が5か月連続、婦人服・洋品が28か月連続でプラスとなったほか、子供服・洋品が6か月ぶり、菓子が3か月ぶりにプラスとなった。

【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	—	28か月連続プラス
紳士服・洋品	13.7	0.7	5か月連続プラス
婦人服・洋品	17.5	3.1	28か月連続プラス
子供服・洋品	9.7	0.1	6か月ぶりプラス
その他衣料品	5.9	0.1	3か月ぶりプラス
衣料品	15.7	4.1	28か月連続プラス
身のまわり品	30.0	4.8	33か月連続プラス
化粧品	13.1	1.1	28か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	34.8	3.2	41か月連続プラス*
その他雑貨	3.8	0.1	5か月連続プラス*
雑貨	21.7	4.4	33か月連続プラス
家具	5.7	0.0	4か月連続プラス
家電	16.9	0.0	3か月連続プラス
その他家庭用品	6.0	0.1	2か月連続プラス
家庭用品	6.9	0.2	4か月連続プラス
生鮮食品	-1.9	-0.1	3か月連続マイナス*
菓子	3.7	0.3	3か月ぶりプラス*
惣菜	1.3	0.1	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-2.3	-0.2	3か月連続マイナス*
食料品	0.3	0.1	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	5.8	0.1	28か月連続プラス
サービス	0.6	0.0	2か月ぶりプラス
その他	10.2	0.3	27か月連続プラス
商品券	-4.4	-0.1	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。

NEWS LETTER

2024年6月 東京地区百貨店売上高概況

2024年7月25日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 578億円余
2. 前年同月比（増減率）	16.0%（34か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭17.3%（91.6%）：非店頭3.4%（8.4%） （ ）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5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	13,310人（前年同月比：-4.7%）
7. 3か月移動平均値	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%、4-6月 14.8%

[参考] 2023年6月の売上高増減率は10.0%

【特 徴】

6月の東京地区は、売上高（16.0%増）、入店客数（6.1%増）共に前年実績を上回った。活況が続くインバウンドが売上を牽引し、高額商材が好調に推移した他、天候要因から盛夏アイテムが伸長した。土曜・日曜各1日増やクリアランス開始日程（本年6/28～、昨年6/30～）もプラス要因となった。2019年比でも14.0%増と2か月連続で二桁増。商品別では主要5品目全て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（20.1%増）：平年に比べ梅雨入りが遅れて好天・高温が続いたため、紳士服ではポロシャツ等カジュアルアイテムが好調に推移。婦人服ではブラウス、パンツの他、日焼け・冷房対策としてニット、カーディガン等、軽めの羽織りものが伸長。その他衣料品でも、スポーツ需要・外出気運の高まりで、ゴルフ関連アイテムや浴衣等が好調。

身のまわり品（31.3%増）：ラグジュアリーブランドが国内外共に好調。特にハンドバッグがインバウンド需要で高伸。サンダル、サングラス、晴雨兼用傘等、盛夏アイテムも気温上昇と共に好調に推移。

雑貨（22.9%増）：各社の外商顧客向け催事やインバウンドが押上げ要因となって、美術・宝飾・貴金属が41.6%増と先月に続き大幅伸長。化粧品では特にフレグランスが好調。

食料品（0.7%増）：生鮮食品が価格高騰の影響により3か月連続マイナスとなったが、菓子、惣菜は好調に推移し、食料品全体では3か月ぶりにプラス転換。その他食料品は、和洋酒が父の日やインバウンド需要で伸長。中元はほぼ前年並みで推移。

7月足元動向：インバウンド、高付加価値商品の好調継続により、前年比8.6%増（7/18時点）で推移。2019年比では17.5%増と二桁増で推移。

【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：14店、②変化なし：2店、③減少した：0店
- (3) 6月歳時記（父の日、中元）の売上（同上／有効回答数11店舗）
 - ①増加した：2店、②変化なし：9店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2024年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	157,808,918	100.0	16.0
紳士服・洋品	11,082,114	7.0	18.5
婦人服・洋品	24,067,826	15.3	20.7
子供服・洋品	1,874,221	1.2	23.2
その他衣料品	1,873,673	1.2	18.5
衣 料 品	38,897,834	24.6	20.1
身のまわり品	30,123,667	19.1	31.3
化粧品	13,502,067	8.6	6.9
美術・宝飾・貴金属	19,638,323	12.4	41.6
その他雑貨	4,416,122	2.8	8.8
雑 貨	37,556,512	23.8	22.9
家 具	1,287,704	0.8	5.2
家 電	942,874	0.6	8.1
その他家庭用品	3,337,145	2.1	11.5
家 庭 用 品	5,567,723	3.5	9.4
生 鮮 食 品	4,753,458	3.0	-1.6
菓 子	11,582,254	7.3	4.8
惣 菜	7,279,141	4.6	2.3
その他食料品	13,757,974	8.7	-2.4
食 料 品	37,372,827	23.7	0.7
食 堂 喫 茶	2,594,220	1.6	7.6
サ ー ビ ス	1,993,328	1.3	-2.2
そ の 他	3,702,807	2.3	5.0

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	2,714,457 千円	-7.7
従 業 員 数	13,310 人	-4.7
店 舗 面 積	742,613 m ²	1.8

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

NEWS LETTER

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、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、紳士服・洋品が5か月連続、子供服・洋品が2か月連続でプラスとなったほか、惣菜が2か月ぶりにプラスとなったが、生鮮食品が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	16.0	—	34か月連続プラス
紳士服・洋品	18.5	1.3	5か月連続プラス
婦人服・洋品	20.7	3.0	34か月連続プラス
子供服・洋品	23.2	0.3	2か月連続プラス
その他衣料品	18.5	0.2	2か月連続プラス
衣料品	20.1	4.8	33か月連続プラス
身のまわり品	31.3	5.3	34か月連続プラス
化粧品	6.9	0.6	34か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	41.6	4.2	13か月連続プラス*
その他雑貨	8.8	0.3	5か月連続プラス*
雑貨	22.9	5.1	34か月連続プラス
家具	5.2	0.0	9か月連続プラス
家電	8.1	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	11.5	0.3	4か月連続プラス
家庭用品	9.4	0.4	4か月連続プラス
生鮮食品	-1.6	-0.1	3か月連続マイナス*
菓子	4.8	0.4	9か月連続プラス*
惣菜	2.3	0.1	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-2.4	-0.2	3か月連続マイナス*
食料品	0.7	0.2	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	7.6	0.1	28か月連続プラス
サービス	-2.2	-0.0	2か月連続マイナス
その他	5.0	0.1	4か月ぶりプラス
商品券	-7.7	-0.2	4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>