

NEWS LETTER

14時30分解禁

2024年7月 全国百貨店売上高概況

2024年8月23日

I. 概況

1. 売上高総額	5,011億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	5.5%(店舗数調整後/29か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	8.2%(34か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	-3.1%(店舗数調整後/2か月ぶりマイナス)
(2) 国 内	-1.3%(店舗数調整後/3か月ぶりマイナス)
(3) インバウンド(免税売上)	102.3%(店舗数調整後/28か月連続プラス)※

[参考] 2019年比(売上高増減率)は、4.0%(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】

7月は売上高(5.5%増)、入店客数(2.3%増)共に29か月連続のプラス。コロナ前の2019年比でも売上高4.0%増と、好調を維持している。土曜・日曜各1日減やクリアランスの前倒し、猛暑や荒天による主要顧客層の外出自粛などマイナス要因も一部に見られたが、増勢が続くインバウンドと高付加価値商品が牽引した他、夏物衣料や服飾雑貨を中心に盛夏商材が好調だった。クリアランスでは実需品へのニーズが高く、プロパー品が健闘した。各社が企画した夏休みのファミリーイベントやアニメ展、物産展等食品催事や外国展などの各種施策も売上と集客に寄与した。中元商戦は自家需要等も好評で、堅調に推移している。

インバウンド(免税売上): 円安影響等から633億円(102.3%増/28か月連続/シェア12.6%)と調査開始以来3番目に高い数値。2019年比でも125.5%増と高伸。なお、1~7月累計では3,978億円(150.4%増)と、過去最高だった2023年年間売上(3,484億円)を既にクリア。購買客数は、過去最多の前月(57.9万人)に次ぐ57.1万人(77.1%増)。

国内市場: 高額商材は好調だったが食料品が苦戦し1.3%減(シェア87.4%)と3か月ぶりにマイナス転換。2019年比では3.6%減。

都市(10都市): インバウンドと高額消費が牽引し、8地区で前年実績をクリア。札幌、福岡、大阪の3地区では二桁増。福岡は前年の豪雨による時短営業等の反動もプラス要素。

地方(10都市以外の7地区): 6地区で前年に届かず、2か月ぶりにマイナス転換。中部地区は、閉店セールが活況だったこと等もあり二桁増。

商品別: 主要5品目のうち4品目で前年実績をクリア。引き続き、ラグジュアリーブランドを中心としたバッグや財布等革小物、時計、美術・宝飾、化粧品などが国内外共に好調。また、天候要因からUV対策アイテムをはじめ季節商材も活況。食料品は価格高騰や一部青果の不作等もあり、2か月ぶりに前年割れ。

【要因・その他】

(1) 天 候 : 気象庁発表「7月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、各地で記録的な高温となった日もあったことから、月平均気温は全国的にかなり高かった。降水量は東北地方では上旬後半と下旬に梅雨前線が停滞することが多く、25日頃は記録的な大雨となった所もあったため、月降水量は北日本・日本海側でかなり多かった。日照時間は、北日本・太平洋側、東日本・太平洋側、西日本・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 9日(" 土曜・日曜各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: 36店、②変化なし: 23店、③減少した: 43店

(5) 調査対象百貨店 71社 177店(本年6月対比: ±0店)(前年同月比: +1社-4店)

(6) 総店舗面積 4,571,107㎡(前年同月比: -3.5%)

NEWS LETTER

全国百貨店 売上高速報 2024年7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	501,176,942	100.0	5.5 (5.3)
10都市	392,150,088	78.2	8.2
札幌	14,072,412	2.8	14.2
仙台	6,605,359	1.3	-0.4
東京	151,738,902	30.3	8.3
横浜	29,297,032	5.8	2.8
名古屋	35,556,868	7.1	7.0
京都	23,147,488	4.6	9.8
大阪	87,569,403	17.5	11.6
神戸	13,484,011	2.7	7.5
広島	7,720,533	1.5	-15.0
福岡	22,958,080	4.6	12.8
10都市以外の地区	109,026,854	21.8	-3.1 (-3.9)
東北	3,903,545	0.8	-12.2
関東	47,378,729	9.5	-4.3
中部	8,446,438	1.7	12.0 (5.2)
近畿	16,546,414	3.3	-2.5
中国	8,253,003	1.6	-3.2 (-7.8)
四国	5,969,564	1.2	-6.5
九州	18,529,161	3.7	-3.6

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	501,176,942	100.0	5.5 (5.3)
紳士服・洋品	23,229,987	4.6	-1.4 (-1.6)
婦人服・洋品	87,817,638	17.5	7.7 (7.5)
子供服・洋品	5,771,907	1.2	-6.5 (-6.6)
その他衣料品	7,099,741	1.4	-1.6 (-1.7)
衣 料 品	123,919,273	24.7	4.6 (4.4)
身のまわり品	90,720,319	18.1	17.0 (16.9)
化粧品	40,089,766	8.0	12.4 (12.2)
美術・宝飾・貴金属	51,550,174	10.3	16.1 (16.0)
その他雑貨	12,797,608	2.6	-3.5 (-3.5)
雑 貨	104,437,548	20.8	11.9 (11.8)
家 具	4,457,559	0.9	-0.2 (-0.3)
家 電	1,314,054	0.3	-0.1 (-0.1)
その他家庭用品	10,502,504	2.1	0.6 (0.1)
家 庭 用 品	16,274,117	3.2	0.3 (-0.0)
生 鮮 食 品	22,703,289	4.5	-6.1 (-6.6)
菓 子	40,059,298	8.0	-2.0 (-2.2)
惣 菜	28,404,779	5.7	-3.5 (-3.7)
その他食料品	44,479,241	8.9	-5.5 (-5.8)
食 料 品	135,646,607	27.1	-4.2 (-4.4)
食 堂 喫 茶	11,683,176	2.3	-2.7 (-3.1)
サ ー ビ ス	4,593,183	0.9	21.9 (21.7)
そ の 他	13,902,719	2.8	15.5 (15.3)
商 品 券	10,615,491	2.1	-7.8 (-8.0)

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】

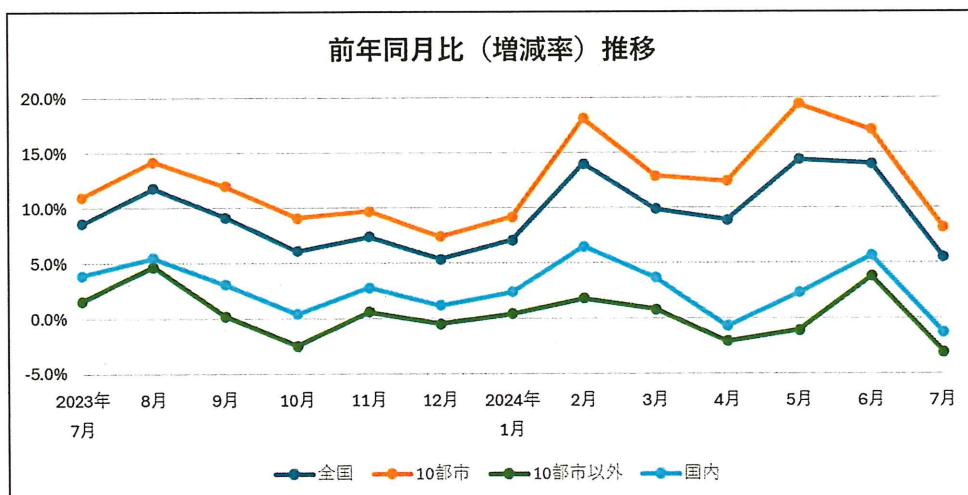
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	8.2	6.3	34か月連続プラス
札幌	14.2	0.4	29か月連続プラス
仙台	-0.4	-0.0	3か月ぶりマイナス
東京	8.3	2.4	35か月連続プラス
横浜	2.8	0.2	9か月連続プラス
名古屋	7.0	0.5	34か月連続プラス
京都	9.8	0.4	34か月連続プラス
大阪	11.6	1.9	34か月連続プラス
神戸	7.5	0.2	29か月連続プラス
広島	-15.0	-0.3	11か月連続マイナス
福岡	12.8	0.5	34か月連続プラス
10都市以外の地区	-3.1	-0.7	2か月ぶりマイナス
東北	-12.2	-0.1	11か月連続マイナス*
関東	-4.3	-0.4	3か月ぶりマイナス
中部	12.0	0.2	2か月連続プラス
近畿	-2.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
中国	-3.2	-0.1	2か月ぶりマイナス*
四国	-6.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
九州	-3.6	-0.1	2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。

【前年同月比(増減率)推移】

	2023年 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	7月
全 国	8.6	11.8	9.2	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5
10 都 市	11.0	14.2	12.0	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2
10都市以外	1.6	4.7	0.2	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1
国 内	3.9	5.5	3.1	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3



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、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29か月連続、美術・宝飾・貴金属が42か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が6か月ぶり、菓子、惣菜が2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	5.5	—	29か月連続プラス
紳士服・洋品	－1.4	－0.1	6か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	7.7	1.3	29か月連続プラス
子供服・洋品	－6.5	－0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	－1.6	－0.0	2か月ぶりマイナス
衣料品	4.6	1.1	29か月連続プラス
身のまわり品	17.0	2.8	34か月連続プラス
化粧品	12.4	0.9	29か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.1	1.5	42か月連続プラス*
その他雑貨	－3.5	－0.1	6か月ぶりマイナス*
雑貨	11.9	2.3	34か月連続プラス
家具	－0.2	－0.0	5か月ぶりマイナス
家電	－0.1	－0.0	4か月ぶりマイナス
その他家庭用品	0.6	0.0	3か月連続プラス
家庭用品	0.3	0.0	5か月連続プラス
生鮮食品	－6.1	－0.3	4か月連続マイナス*
菓子	－2.0	－0.2	2か月ぶりマイナス*
惣菜	－3.5	－0.2	2か月ぶりマイナス*
その他食料品	－5.5	－0.5	4か月連続マイナス*
食料品	－4.2	－1.2	2か月ぶりマイナス
食堂喫茶	－2.7	－0.1	29か月ぶりマイナス
サービス	21.9	0.2	2か月連続プラス
その他	15.5	0.4	28か月連続プラス
商品券	－7.8	－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。

NEWS LETTER

2024年7月 東京地区百貨店売上高概況

2024年8月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 517億円余
2. 前年同月比(増減率)	8.3%(35か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭8.4%(91.1%)：非店頭7.0%(8.9%) ()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6月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	703,920㎡ (前年同月比：-3.5%)
6. 総従業員数	13,255人 (前年同月比：-4.3%)
7. 3か月移動平均値	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%、5-7月 13.7%

[参考] 2023年7月の売上高増減率は12.2%

【特徴】

7月の東京地区は、売上高(8.3%増)、入店客数(0.8%増)共に前年実績を上回った。土曜・日曜各1日減や、梅雨明け後の荒天、猛暑等のマイナス要因もあったが、高伸が続くインバウンドと高付加価値商品が売上を牽引した他、盛夏商材の需要増や各社の夏休み催事も奏功し、35か月連続のプラスとなった。2019年比でも11.4%増と3か月連続で二桁増。商品別では食料品を除く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(7.0%増)：猛暑からカットソー、ポロシャツ、サマーニット等夏物衣料が好調に推移した他、婦人服では、気温上昇で動きのあったブラウス、スカート、ワンピースも寄与。クリアランスはセール品の在庫数量減少など規模が縮小した半面、定価品が伸長。

身のまわり品(23.5%増)：ラグジュアリーブランドを中心にハンドバッグ、財布等が増勢を維持した他、お出かけ需要でトラベルバッグやシューズ等旅行用品も好調に推移。天候要因から晴雨兼用傘や帽子等がよく動いた他、ゲリラ豪雨対策で長傘も伸長。

雑貨(11.4%増)：化粧品は猛暑でスキンケアやUV関連商品が好調に推移した他、インバウンド需要も活況継続。美術・宝飾・貴金属では時計が好調。

食料品(6.1%減)：生鮮食品は価格高騰により苦戦し、7.2%減と4か月連続マイナス。菓子は猛暑や前年高伸(14.3%増)の反動もあり10か月ぶりマイナス。土用丑の日は堅調。中元ギフトは自家需要増加。暑さからゼリーやアイス等、涼を感じるギフトが人気。

8月足元動向：前年比2.3%増(8/19時点)で推移。2019年比では9.0%増。

【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17店舗)
 - ①増加した：8店、②変化なし：1店、③減少した：8店
- (3) 7月歳時記(中元、クリアランス、夏休み)の売上(同上/有効回答数12店舗)
 - ①増加した：3店、②変化なし：8店、③減少した：1店

NEWS LETTER

東京地区百貨店 売上高速報 2024年7月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	151,738,902	100.0	8.3
紳士服・洋品	9,563,304	6.3	3.0
婦人服・洋品	22,968,607	15.1	10.4
子供服・洋品	1,685,934	1.1	-5.6
その他衣料品	1,829,600	1.2	0.6
衣 料 品	36,047,445	23.8	7.0
身のまわり品	30,760,622	20.3	23.5
化粧品	13,000,017	8.6	17.0
美術・宝飾・貴金属	17,385,193	11.5	11.6
その他雑貨	4,677,230	3.1	-2.4
雑 貨	35,062,440	23.1	11.4
家 具	1,629,733	1.1	10.9
家 電	832,753	0.5	-7.7
その他家庭用品	3,216,936	2.1	11.1
家 庭 用 品	5,679,422	3.7	7.8
生 鮮 食 品	4,447,497	2.9	-7.2
菓 子	11,077,798	7.3	-3.5
惣 菜	7,108,987	4.7	-7.4
その他食料品	12,309,383	8.1	-7.3
食 料 品	34,943,665	23.0	-6.1
食 堂 喫 茶	2,709,072	1.8	-3.4
サ ー ビ ス	2,569,433	1.7	44.9
そ の 他	3,966,803	2.6	34.4

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	2,190,778 千円	-10.5
従 業 員 数	13,255 人	-4.3
店 舗 面 積	703,920 m ²	-3.5

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

NEWS LETTER

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、婦人服・洋品、化粧品が35か月連続、美術・宝飾・貴金属が14か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品が3か月ぶり、菓子が10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	8.3	—	35か月連続プラス
紳士服・洋品	3.0	0.2	6か月連続プラス
婦人服・洋品	10.4	1.5	35か月連続プラス
子供服・洋品	-5.6	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	0.6	0.0	3か月連続プラス
衣料品	7.0	1.7	34か月連続プラス
身のまわり品	23.5	4.2	35か月連続プラス
化粧品	17.0	1.3	35か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	11.6	1.3	14か月連続プラス*
その他雑貨	-2.4	-0.1	6か月ぶりマイナス*
雑貨	11.4	2.6	35か月連続プラス
家具	10.9	0.1	10か月連続プラス
家電	-7.7	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	11.1	0.2	5か月連続プラス
家庭用品	7.8	0.3	5か月連続プラス
生鮮食品	-7.2	-0.2	4か月連続マイナス*
菓子	-3.5	-0.3	10か月ぶりマイナス*
惣菜	-7.4	-0.4	2か月ぶりマイナス*
その他食料品	-7.3	-0.7	4か月連続マイナス*
食料品	-6.1	-1.6	2か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-3.4	-0.1	29か月ぶりマイナス
サービス	44.9	0.6	3か月ぶりプラス
その他	34.4	0.7	2か月連続プラス
商品券	-10.5	-0.2	5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>