

14時30分解禁

2024年8月 全国百貨店売上高概況

2024年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,034億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	3.9%(店舗数調整後/30か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	5.6%(35か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	-1.5%(店舗数調整後/2か月連続マイナス)
(2) 国 内	0.2%(店舗数調整後/2か月ぶりプラス)
(3) インバウンド(免税売上)	45.7%(店舗数調整後/29か月連続プラス)※

[参考] 2019年比(売上高増減率)は、-0.3%(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】

8月は、売上高(3.9%増)、入店客数(1.8%増)共に30か月連続のプラス。

台風や大雨等による一部店舗の臨時休業・時短営業などのマイナス要素はあったが、引き続きラグジュアリーブランド等の高付加価値商材とインバウンドが牽引した。記録的な猛暑を背景に盛夏アイテムが好調だった他、帰省や旅行ニーズによる関連商品も動いた。各社が企画した外商顧客向け催事や会員施策も活況で、夏休みのファミリーイベントや物産展などの食品催事も奏功した。コロナ前の2019年比はほぼ同水準で推移している。

インバウンド(免税売上)：為替相場はやや円高に振れたものの、売上高463億円(45.7%増/29か月連続/シェア11.5%)、購買客数45.3万人(44.8%増)とプラス基調は続いており、いずれも8月として過去最高を記録。本年1～8月の売上高累計は4,441億円(133.0%増)で推移。売上高の2019年同月比は80.9%増。

国内市場：食料品は苦戦したが、高額商材と盛夏アイテムが好調で前月より1.5ポイントアップの0.2%増(シェア88.5%)とプラス転換。2019年比では5.9%減。

都市(10都市)：9地区で対前年増。富裕層顧客向け催事盛況。インバウンドと高額消費、盛夏商材が牽引。札幌はリニューアル効果等もあり二桁増。

地方(10都市以外の7地区)：5地区で前年に届かず、2か月連続マイナス。台風や大雨による臨時休業や主要顧客層の外出自粛等が響き苦戦。

商品別：主要5品目のうち3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のバッグや時計、美術・宝飾等高額品が高伸。衣料品や服飾雑貨は、盛夏商材やUV関連アイテムが好調だった他、一部秋物商材も動く。食料品は1.2%減と2か月連続のマイナスだが、菓子は帰省や旅行、手土産需要等で健闘し、ほぼ前年並みで推移。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「8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、北日本を中心に暖かい空気が流れ込みやすかったため、全国的にかなり高かった。また、中旬の台風第7号や、下旬の後半の台風第10号の影響で月降水量は東日本太平洋側でかなり多く、西日本太平洋側で多かった。日照時間は、下旬の中頃まで高気圧に覆われやすかった西日本日本海側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 30.4日(前年同月比 +0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(〃 土曜1日増)

(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102店舗)

①増加した：56店、②変化なし：25店、③減少した：21店

(5) 調査対象百貨店 70社 179店(本年7月対比：-1社+2店)(前年同月比：-2店)

(6) 総店舗面積 4,530,864㎡(前年同月比：-4.3%)

全国百貨店 売上高速報 2024年8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	403,493,745	100.0	3.9 (3.5)
10都市	314,903,930	78.0	5.6
札幌	12,325,029	3.1	11.8
仙台	5,002,076	1.2	1.9
東京	121,066,292	30.0	6.6
横浜	24,110,416	6.0	0.3
名古屋	28,223,096	7.0	4.5
京都	18,573,133	4.6	5.7
大阪	70,868,726	17.6	7.8
神戸	10,834,765	2.7	4.3
広島	5,785,534	1.4	-17.2
福岡	18,114,863	4.5	6.4
10都市以外の地区	88,589,815	22.0	-1.5 (-3.1)
東北	3,512,352	0.9	-7.1
関東	39,586,372	9.8	-2.8
中部	5,374,986	1.3	-2.1 (-19.5)
近畿	14,921,607	3.7	2.5
中国	6,787,423	1.7	0.0 (-4.3)
四国	4,356,137	1.1	1.1
九州	14,050,938	3.5	-1.8

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	403,493,745	100.0	3.9 (3.5)
紳士服・洋品	17,468,402	4.3	6.6 (6.2)
婦人服・洋品	68,424,391	17.0	5.0 (4.6)
子供服・洋品	4,875,793	1.2	-6.3 (-6.6)
その他衣料品	5,191,823	1.3	-3.8 (-4.0)
衣 料 品	95,960,409	23.8	4.1 (3.7)
身のまわり品	70,797,774	17.5	7.7 (7.5)
化粧品	36,593,880	9.1	4.5 (4.1)
美術・宝飾・貴金属	42,716,327	10.6	9.7 (9.4)
その他雑貨	12,631,178	3.1	3.1 (2.9)
雑 貨	91,941,385	22.8	6.6 (6.3)
家 具	3,389,260	0.8	-12.4 (-12.6)
家 電	1,475,455	0.4	9.3 (9.0)
その他家庭用品	9,137,532	2.3	0.8 (-0.2)
家 庭 用 品	14,002,247	3.5	-2.0 (-2.7)
生 鮮 食 品	17,555,247	4.4	-1.8 (-2.7)
菓 子	33,895,357	8.4	-0.2 (-0.7)
惣 菜	24,885,221	6.2	-1.4 (-1.9)
その他食料品	25,598,291	6.3	-2.0 (-2.7)
食 料 品	101,934,116	25.3	-1.2 (-1.8)
食 堂 喫 茶	11,499,947	2.9	-2.9 (-3.4)
サ ー ビ ス	4,180,284	1.0	-0.7 (-0.9)
そ の 他	13,177,583	3.3	24.9 (24.7)
商 品 券	4,856,947	1.2	-7.3 (-7.7)

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。

Ⅱ. 地区別の動き

【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

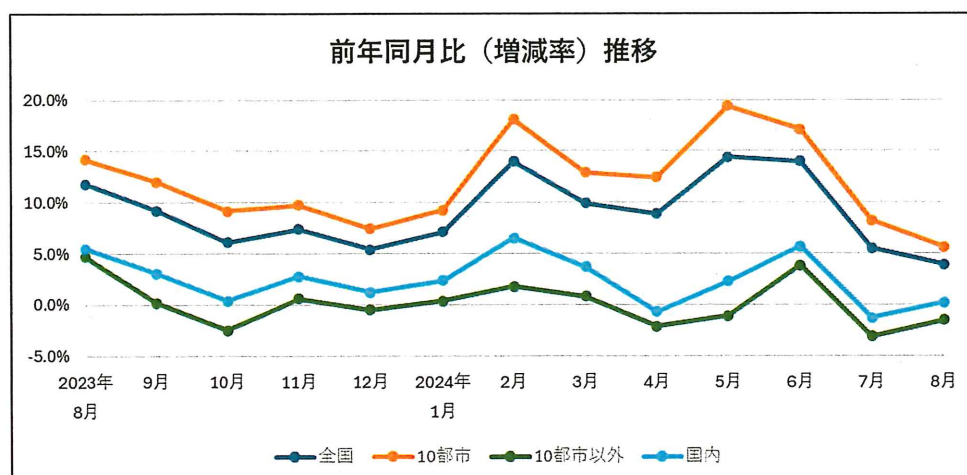
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	5.6	4.3	35か月連続プラス
札幌	11.8	0.3	30か月連続プラス
仙台	1.9	0.0	2か月ぶりプラス
東京	6.6	1.9	36か月連続プラス
横浜	0.3	0.0	10か月連続プラス
名古屋	4.5	0.3	35か月連続プラス
京都	5.7	0.3	35か月連続プラス
大阪	7.8	1.3	35か月連続プラス
神戸	4.3	0.1	30か月連続プラス
広島	-17.2	-0.3	12か月連続マイナス
福岡	6.4	0.3	35か月連続プラス
10都市以外の地区	-1.5	-0.4	2か月連続マイナス
東北	-7.1	-0.1	12か月連続マイナス*
関東	-2.8	-0.3	2か月連続マイナス
中部	-2.1	-0.0	3か月ぶりマイナス
近畿	2.5	0.1	2か月ぶりプラス
中国	0.0	-0.0	2か月連続マイナス*
四国	1.1	0.0	2か月ぶりプラス
九州	-1.8	-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 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	8月
全 国	11.8	9.2	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9
10 都 市	14.2	12.0	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6
10都市以外	4.7	0.2	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5
国 内	5.5	3.1	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨がプラスとなった一方、家庭用品と食料品がマイナスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が2か月ぶり、婦人服・洋品、化粧品が30か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品、菓子、惣菜が2か月連続、生鮮食品が5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	3.9	—	30か月連続プラス
紳士服・洋品	6.6	0.3	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	5.0	0.8	30か月連続プラス
子供服・洋品	−6.3	−0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	−3.8	−0.1	2か月連続マイナス
衣料品	4.1	1.0	30か月連続プラス
身のまわり品	7.7	1.3	35か月連続プラス
化粧品	4.5	0.4	30か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	9.7	1.0	43か月連続プラス*
その他雑貨	3.1	0.1	2か月ぶりプラス*
雑貨	6.6	1.5	35か月連続プラス
家具	−12.4	−0.1	2か月連続マイナス
家電	9.3	0.0	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	0.8	0.0	4か月連続プラス
家庭用品	−2.0	−0.1	6か月ぶりマイナス
生鮮食品	−1.8	−0.1	5か月連続マイナス*
菓子	−0.2	−0.0	2か月連続マイナス*
惣菜	−1.4	−0.1	2か月連続マイナス*
その他食料品	−2.0	−0.1	5か月連続マイナス*
食料品	−1.2	−0.3	2か月連続マイナス
食堂喫茶	−2.9	−0.1	2か月連続マイナス
サービス	−0.7	−0.0	3か月ぶりマイナス
その他	24.9	0.7	29か月連続プラス
商品券	−7.3	−0.1	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。

2024年8月 東京地区百貨店売上高概況

2024年9月25日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 210 億円余
2. 前年同月比（増減率）	6.6%（36か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭4.9%（90.3%）：非店頭25.6%（9.7%） （ ）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7月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	672,961㎡（前年同月比：－7.7%）
6. 総従業員数	13,191人（前年同月比：－4.3%）
7. 3か月移動平均値	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%、6-8月 10.5%

[参考] 2023年8月の売上高増減率は10.0%

【特 徴】

8月の東京地区は、売上高が6.6%増と前年実績をクリアしたが、入店客数は2.6%減と前年を下回った。記録的な猛暑や台風の影響等で出控え傾向が見られたものの、引き続き高付加価値商材やインバウンドが牽引した他、盛夏商材が好調に推移した。夏休みのファミリー向け催事や外商顧客向け催事等も盛況だった。2019年比は4.8%増。商品別では家庭用品、食料品を除く3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（10.2%増）：長引く暑さからカットソー、Tシャツ等夏物衣料への需要が高かった他、婦人服ではブラウス等秋口まで着られるアイテム、紳士服では Poloシャツ等カジュアル衣料が動く。夏期休暇の需要を受けスポーツやアウトドア関連商材も好調に推移。

身のまわり品（10.9%増）：ハンドバッグや財布を中心にラグジュアリーブランドが増勢を維持。インバウンドは、為替相場が円高傾向を示すも購買意欲に大きな変化はなく、好調継続。猛暑からサンダルや日傘、帽子等盛夏アイテムが引き続き高伸。

雑貨（7.4%増）：美術・宝飾・貴金属では外商顧客向け催事等で時計が好調に推移。化粧品は猛暑から秋物の季節需要は鈍いものの、口紅等一部商材は堅調。家庭用品では、南海トラフ注意報の影響でECを中心に防災用品が動く。

食料品（4.5%減）：入店客数の減少と連動し、全品目でマイナスとなったものの、菓子は帰省土産やインバウンドの手土産需要等もあり堅調。

9月足元動向：前年比4.7%減（9/18時点）で推移。2019年比では5.0%増。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.8日（前年同月比 +0.1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15店舗）
 - ①増加した：11店、②変化なし：1店、③減少した：3店
- (3) 8月歳時記（夏休み、お盆）の売上（同上／有効回答数10店舗）
 - ①増加した：6店、②変化なし：4店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2024年8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	121,066,292	100.0	6.6
紳士服・洋品	7,660,488	6.3	14.2
婦人服・洋品	17,851,586	14.7	11.2
子供服・洋品	1,394,256	1.2	-4.6
その他衣料品	1,214,589	1.0	-7.1
衣 料 品	28,120,919	23.2	10.2
身のまわり品	23,216,436	19.2	10.9
化粧品	11,893,120	9.8	7.6
美術・宝飾・貴金属	14,997,220	12.4	7.7
その他雑貨	4,647,674	3.8	5.8
雑 貨	31,538,014	26.1	7.4
家 具	985,829	0.8	-23.9
家 電	1,080,900	0.9	6.5
その他家庭用品	2,757,109	2.3	-0.3
家 庭 用 品	4,823,838	4.0	-4.9
生 鮮 食 品	3,227,212	2.7	-1.7
菓 子	7,925,171	6.5	-3.6
惣 菜	5,679,498	4.7	-7.3
その他食料品	7,734,564	6.4	-4.4
食 料 品	24,566,445	20.3	-4.5
食 堂 喫 茶	2,487,962	2.1	-6.7
サ ー ビ ス	2,160,651	1.8	-2.1
そ の 他	4,152,027	3.4	100.8

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	1,058,077 千円	-10.6
従 業 員 数	13,191 人	-4.3
店 舗 面 積	672,961 m ²	-7.7

営 業 日 数	30.8 日	前 年	30.7 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨はプラスとなった一方、家庭用品、食料品はマイナスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が7か月連続、婦人服・洋品、化粧品が36か月連続でプラスとなったが、家具が11か月ぶりにマイナスとなったほか、生鮮食品が5か月連続、菓子、惣菜が2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	6.6	—	36か月連続プラス
紳士服・洋品	14.2	0.8	7か月連続プラス
婦人服・洋品	11.2	1.6	36か月連続プラス
子供服・洋品	-4.6	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-7.1	-0.1	4か月ぶりマイナス
衣料品	10.2	2.3	35か月連続プラス
身のまわり品	10.9	2.0	36か月連続プラス
化粧品	7.6	0.7	36か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.7	0.9	15か月連続プラス*
その他雑貨	5.8	0.2	2か月ぶりプラス*
雑貨	7.4	1.9	36か月連続プラス
家具	-23.9	-0.3	11か月ぶりマイナス
家電	6.5	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-0.3	-0.0	6か月ぶりマイナス
家庭用品	-4.9	-0.2	6か月ぶりマイナス
生鮮食品	-1.7	-0.1	5か月連続マイナス*
菓子	-3.6	-0.3	2か月連続マイナス*
惣菜	-7.3	-0.4	2か月連続マイナス*
その他食料品	-4.4	-0.3	5か月連続マイナス*
食料品	-4.5	-1.0	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-6.7	-0.2	2か月連続マイナス
サービス	-2.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他	100.8	1.8	3か月連続プラス
商品券	-10.6	-0.1	6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>