



14時30分解禁

2024年9月 全国百貨店売上高概況

2024年10月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,229億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	2.3%(店舗数調整後/31か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	2.4%(36か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	1.6%(店舗数調整後/3か月ぶりプラス)
(2) 国 内	0.6%(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)	21.6%(店舗数調整後/30か月連続プラス)※

[参考] 2019年比(売上高増減率)は、-14.8%(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】

9月は、売上高(2.3%増)、入店客数(1.6%増)共に31か月連続のプラス。

増勢が続く高付加価値商材とインバウンドが牽引した。猛暑日が続く記録的な残暑の影響を受け、秋物等季節商材の動きは鈍かったが、夏物アイテムやUVケア商品等は好調に推移した。各社が企画した物産展などの食品催事、外国展、外商顧客催事等各種施策も売上と集客に寄与した。コロナ前の2018年比は4.4%増であった。

インバウンド(免税売上)：為替相場が円高に振れる中、売上高397億円(21.6%増/30か月連続/シェア9.4%)、購買客数は45万人(40.8%増)と、共に9月として過去最高を記録。本年1~9月の売上高累計は4,838億円(116.7%増)で推移しており、前年の年間売上(2023年1~12月:3,484億円)との対比では38.9%増。

国内市場：高付加価値商材が好調で、前月より0.4ポイントアップの0.6%増(シェア90.6%)と2か月連続プラス。

都市(10都市)：インバウンド需要と高額消費などから京都、福岡など8地区で対前年増。東京は、一部店舗の改装工事に伴う影響もありマイナス転換。

地方(10都市以外の7地区)：4地区で対前年増となり、3か月ぶりにプラス転換。近畿はインバウンド効果などから6.0%増と伸長。

商品別：主要5品目のうち4品目で前年実績をクリア。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、美術・宝飾等は引き続き好調。化粧品はUVケア、フレグランスの他、秋の新作コスメやイベントも好評で二桁増。主力の衣料品はカジュアルウェアや薄手の羽織物等の他、下旬の気温低下によりジャケットなども動く。食料品は価格高騰などの影響から前年割れとなったが、菓子はインバウンドやギフト需要、彼岸等の歳時記や栗などを使用した季節商品も好調で、3か月ぶりにプラス転換。

【要 因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「9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、北・西日本太平洋側と西日本日本海側でかなり少なかったが、中旬の終わりから下旬のはじめにかけては秋雨前線の活動が活発化し、線状降水帯が発生するなど記録的な大雨となった所もあった。日照時間は、北・西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり多かった。

(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 11日(〃 休日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：57店、②変化なし：26店、③減少した：21店

(5) 調査対象百貨店 70社 178店(本年8月対比：-1店)(前年同月比：-2社-2店)

(6) 総店舗面積 4,512,870㎡(前年同月比：-3.5%)



全国百貨店 売上高速報 2024年9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	422,924,105	100.0	2.3 (1.9)
10都市	329,853,542	78.0	2.4
札幌	12,048,201	2.8	6.7
仙台	5,075,763	1.2	1.2
東京	125,826,496	29.8	-0.6
横浜	25,968,573	6.1	5.1
名古屋	30,509,345	7.2	4.0
京都	20,250,897	4.8	7.4
大阪	74,054,012	17.5	3.2
神戸	11,138,870	2.6	4.5
広島	6,055,280	1.4	-1.5
福岡	18,926,105	4.5	7.0
10都市以外の地区	93,070,563	22.0	1.6 (-0.1)
東北	3,603,518	0.9	-1.0
関東	41,835,013	9.9	1.0
中部	5,510,910	1.3	-3.0 (-20.1)
近畿	14,919,972	3.5	6.0
中国	7,226,203	1.7	-1.6 (-5.3)
四国	4,964,930	1.2	2.5
九州	15,010,017	3.5	2.7

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	422,924,105	100.0	2.3 (1.9)
紳士服・洋品	20,373,495	4.8	1.4 (1.1)
婦人服・洋品	78,943,771	18.7	1.0 (0.7)
子供服・洋品	5,784,239	1.4	1.1 (0.7)
その他衣料品	5,891,699	1.4	-2.6 (-2.8)
衣 料 品	110,993,204	26.2	0.9 (0.6)
身のまわり品	73,473,384	17.4	2.2 (2.0)
化粧品	41,519,323	9.8	10.2 (9.8)
美術・宝飾・貴金属	46,144,568	10.9	7.1 (6.9)
その他雑貨	11,547,268	2.7	-7.4 (-7.7)
雑 貨	99,211,159	23.5	6.4 (6.1)
家 具	4,521,704	1.1	13.2 (12.8)
家 電	1,355,797	0.3	24.7 (24.1)
その他家庭用品	9,713,299	2.3	4.3 (3.5)
家 庭 用 品	15,590,800	3.7	8.3 (7.6)
生 鮮 食 品	16,335,917	3.9	-3.8 (-4.5)
菓 子	28,491,747	6.7	0.8 (0.3)
惣 菜	25,405,650	6.0	-1.8 (-2.3)
その他食料品	27,992,576	6.6	-2.6 (-3.0)
食 料 品	98,225,890	23.2	-1.6 (-2.2)
食 堂 喫 茶	10,209,539	2.4	-0.8 (-1.3)
サ ー ビ ス	3,507,974	0.8	-11.2 (-11.4)
そ の 他	11,712,155	2.8	16.8 (16.5)
商 品 券	4,474,067	1.1	-4.8 (-5.3)

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】

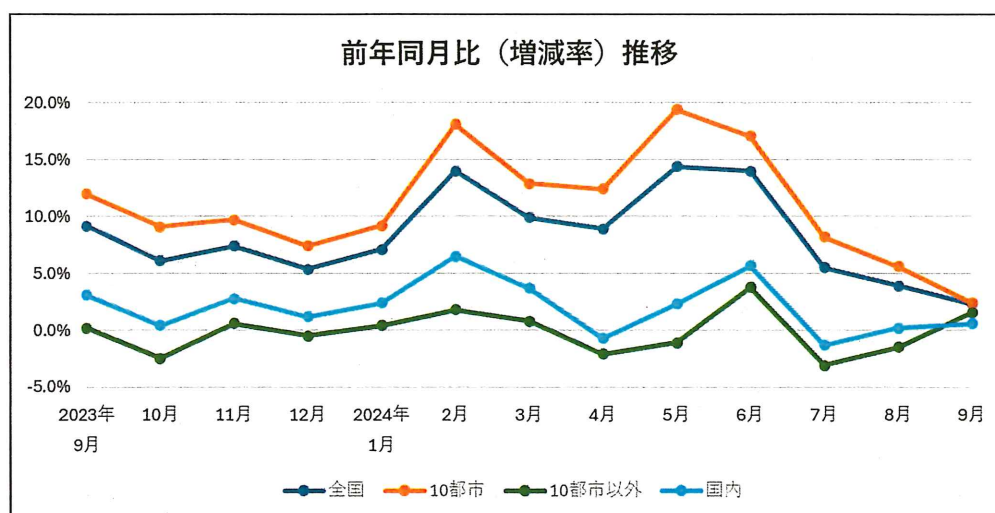
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	2.4	1.9	36か月連続プラス
札幌	6.7	0.2	31か月連続プラス
仙台	1.2	0.0	2か月連続プラス
東京	-0.6	-0.2	37か月ぶりマイナス
横浜	5.1	0.3	11か月連続プラス
名古屋	4.0	0.3	36か月連続プラス
京都	7.4	0.3	36か月連続プラス
大阪	3.2	0.6	36か月連続プラス
神戸	4.5	0.1	31か月連続プラス
広島	-1.5	-0.0	13か月連続マイナス
福岡	7.0	0.3	36か月連続プラス
10都市以外の地区	1.6	0.4	3か月ぶりプラス
東北	-1.0	-0.0	13か月連続マイナス*
関東	1.0	0.1	3か月ぶりプラス
中部	-3.0	-0.0	2か月連続マイナス
近畿	6.0	0.2	2か月連続プラス
中国	-1.6	-0.0	3か月連続マイナス*
四国	2.5	0.0	2か月連続プラス
九州	2.7	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 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	9月
全 国	9.2	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3
10 都 市	12.0	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4
10都市以外	0.2	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6
国 内	3.1	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は食料品を除く4品目がプラスとなった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が44か月連続、子供服・洋品、家具、菓子が3か月ぶりにプラスとなった一方、生鮮食品が6か月連続、惣菜が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	2.3	—	31か月連続プラス
紳士服・洋品	1.4	0.1	2か月連続プラス
婦人服・洋品	1.0	0.2	31か月連続プラス
子供服・洋品	1.1	0.0	3か月ぶりプラス
その他衣料品	-2.6	-0.0	3か月連続マイナス
衣料品	0.9	0.2	31か月連続プラス
身のまわり品	2.2	0.4	36か月連続プラス
化粧品	10.2	0.9	31か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.1	0.7	44か月連続プラス*
その他雑貨	-7.4	-0.2	2か月ぶりマイナス*
雑貨	6.4	1.4	36か月連続プラス
家具	13.2	0.1	3か月ぶりプラス
家電	24.7	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	4.3	0.1	5か月連続プラス
家庭用品	8.3	0.3	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-3.8	-0.2	6か月連続マイナス*
菓子	0.8	0.1	3か月ぶりプラス*
惣菜	-1.8	-0.1	3か月連続マイナス*
その他食料品	-2.6	-0.2	6か月連続マイナス*
食料品	-1.6	-0.4	3か月連続マイナス
食堂喫茶	-0.8	-0.0	3か月連続マイナス
サービス	-11.2	-0.1	2か月連続マイナス
その他	16.8	0.4	30か月連続プラス
商品券	-4.8	-0.1	7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9月 東京地区百貨店売上高概況

2024年10月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 258億円余
2. 前年同月比（増減率）	-0.6%（37か月ぶりマイナス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭-2.4%（90.8%）：非店頭22.3%（9.2%） （ ）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8月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	672,108㎡（前年同月比：-9.7%）
6. 総従業員数	12,596人（前年同月比：-8.3%）
7. 3か月移動平均値	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%、7-9月 4.8%

〔参考〕2023年9月の売上高増減率は6.4%

【特徴】

9月の東京地区は、売上高（0.6%減）、入店客数（7.0%減）共に前年を下回った。長引く残暑や各社の得意客向け催事の開催時期ずれ、一部店舗の改装工事等が影響した。免税売上は為替相場が円高に振れたものの影響は限定的で、引き続き高付加価値商品が好調を維持。商品別では衣料品、雑貨、食料品の3品目が前年を下回った。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品（0.2%減）：月前半は残暑が続киニットやコート等秋冬物の動きは鈍かったが、カットソー、ブラウス等の軽衣料が伸長。月後半以降は気温の低下に伴い、徐々にジャケットやアウター等が動く。紳士服では買い替え需要でスーツも稼働。子供服はインバウンド需要が牽引し、3か月ぶりにプラス転換。

身のまわり品（3.5%増）：ラグジュアリーブランドが売上を牽引し好調継続。インバウンド需要の他、各社企画の得意客向け催事も全体を押し上げ。アイテム別に見ると、残暑からブーツ等、防寒シューズの動きは鈍いが、サンダル、スニーカー等カジュアルは好調。

雑貨（1.9%減）：化粧品は国内ブランドが好調に推移した他、秋の新作投入で需要喚起。アイテム別に見ると、スキンケア、ベースメイク、フレグランスが動く。美術・宝飾・貴金属は微減（0.4%減）となったものの、外商が伸長。

食料品（5.4%減）：価格高騰等の影響から3か月連続でマイナス。物産展や外国展は好調で菓子は前月より1.8ポイント回復。彼岸のおはぎやお団子等、和菓子が好調。

10月足元動向：月前半の国慶節（10/1～7）で免税売上が伸長したが、改装工事の影響等もあり、前年比1.8%減（10/17時点）で推移。

【要因】

- 営業日数増減 30.0日（前年同月比 ±0.0日）
- 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16店舗）
 - 増加した：11店、②変化なし：1店、③減少した：4店
- 9月歳時記（敬老の日、彼岸）の売上（同上／有効回答数9店舗）
 - 増加した：2店、②変化なし：7店、③減少した：0店



東京地区百貨店 売上高速報 2024年9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	125,826,496	100.0	-0.6
紳士服・洋品	8,538,414	6.8	-0.1
婦人服・洋品	20,704,666	16.5	-0.2
子供服・洋品	1,728,116	1.4	2.7
その他衣料品	1,376,432	1.1	-2.8
衣 料 品	32,347,628	25.7	-0.2
身のまわり品	23,347,290	18.6	3.5
化粧品	12,615,920	10.0	2.0
美術・宝飾・貴金属	15,961,937	12.7	-0.4
その他雑貨	3,955,014	3.1	-17.2
雑 貨	32,532,871	25.9	-1.9
家 具	1,695,471	1.3	23.8
家 電	900,373	0.7	26.5
その他家庭用品	3,139,301	2.5	4.7
家 庭 用 品	5,735,145	4.6	12.9
生 鮮 食 品	3,150,810	2.5	-4.5
菓 子	7,182,581	5.7	-1.8
惣 菜	6,127,308	4.9	-7.1
その他食料品	8,566,831	6.8	-7.3
食 料 品	25,027,530	19.9	-5.4
食 堂 喫 茶	2,127,648	1.7	-11.8
サ ー ビ ス	1,535,929	1.2	-25.8
そ の 他	3,172,455	2.5	31.1

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	1,099,589 千円	-2.5
従 業 員 数	12,596 人	-8.3
店 舗 面 積	672,108 m ²	-9.7

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



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品、家庭用品はプラスとなった一方、衣料品、雑貨、食料品はマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が37か月連続、子供服・洋品が3か月ぶりにプラスとなったが、婦人服・洋品が37か月ぶり、美術・宝飾・貴金属が16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	-0.6	—	37か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-0.1	-0.0	8か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-0.2	-0.0	37か月ぶりマイナス
子供服・洋品	2.7	0.0	3か月ぶりプラス
その他衣料品	-2.8	-0.0	2か月連続マイナス
衣料品	-0.2	-0.0	36か月ぶりマイナス
身のまわり品	3.5	0.6	37か月連続プラス
化粧品	2.0	0.2	37か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-0.4	-0.1	16か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-17.2	-0.6	2か月ぶりマイナス*
雑貨	-1.9	-0.5	37か月ぶりマイナス
家具	23.8	0.3	2か月ぶりプラス
家電	26.5	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	4.7	0.1	2か月ぶりプラス
家庭用品	12.9	0.5	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-4.5	-0.1	6か月連続マイナス*
菓子	-1.8	-0.1	3か月連続マイナス*
惣菜	-7.1	-0.4	3か月連続マイナス*
その他食料品	-7.3	-0.5	6か月連続マイナス*
食料品	-5.4	-1.1	3か月連続マイナス
食堂喫茶	-11.8	-0.2	3か月連続マイナス
サービス	-25.8	-0.4	2か月連続マイナス
その他	31.1	0.6	4か月連続プラス
商品券	-2.5	-0.0	7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>