



14時30分解禁

2024年10月 全国百貨店売上高概況

2024年11月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,477億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	-0.7%(店舗数調整後/32か月ぶりマイナス)
① 10都市(10地区)	0.5%(37か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	-4.8%(店舗数調整後/2か月ぶりマイナス)
(2) 国 内	-3.8%(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)	32.3%(店舗数調整後/31か月連続プラス)※

[参考] 2019年比(売上高増減率)は、19.2%(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】

10月は、売上高(0.7%減)、入店客数(0.6%減)共に前年実績に僅かに届かなかった。増勢が続くインバウンドと、ラグジュアリーブランドなどの身のまわり品や化粧品は伸長したものの、夏日が続く記録的な高温により秋冬物商材が苦戦した他、日曜日対前年1日減などもマイナス要因となった。

インバウンド(免税売上)：円安基調の中、国慶節休暇(10/1~10/7)による客数増もあり、売上高508億円(32.3%増/31か月連続/シェア11.4%)、購買客数51.8万人(41.3%増)と、共に10月として過去最高を記録。本年1~10月の売上高累計は5,347億円(104.3%増)となり、2か月を残す現段階で、調査開始(2014年10月)以来、初めて5,000億円突破。前年の年間売上高(2023年1~12月:3,484億円)との対比では53.5%増。

国内市場：身のまわり品や化粧品は好調だったが、天候要因から、衣料品を中心に秋冬アイテムの動きが鈍かった他、食料品も苦戦し、3か月ぶりにマイナス転換。

都市(10都市)：福岡、大阪など5地区で対前年プラスとなり、37か月連続増。インバウンド需要と高付加価値商材などが牽引。

地方(10都市以外の7地区)：全地区で前年割れし、2か月ぶりにマイナス転換。都市と地方の差は、前月より4.5ポイント拡大。

商品別：主要5品目のうち、身のまわり品と雑貨の2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等革小物は引き続き伸長。化粧品はスキンケアやメイクアイテムの他、限定品の人気も高く国内外共に好調。主力の衣料品は、天候要因からコートなど重衣料の動きが鈍く苦戦。食料品は、価格高騰などの影響から前年割れだが、菓子がインバウンドやギフト需要で健闘した他、物産展等人気の食品催事も好調に推移。毎年、各社が趣向を凝らし展開しているおせちやクリスマスケーキの予約は、堅調な滑り出し。

【要因・その他】

- (1) 天 候：気象庁発表「10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かったため、全国的にかなり高かった。降水量は、低気圧や秋雨前線の影響を受けやすかった東・西日本日本海側と西日本太平洋側で多かった。日照時間は、北日本日本海側でかなり多かった。
- (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 9日(〃 日曜1日減)
- (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：37店、②変化なし：25店、③減少した：40店
- (5) 調査対象百貨店 70社 178店(本年9月対比:±0店)(前年同月比:-2社-2店)
- (6) 総店舗面積 4,503,473㎡(前年同月比:-3.7%)



全国百貨店 売上高速報 2024年10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	447,745,694	100.0	-0.7 (-1.2)
10都市	347,581,586	77.6	0.5
札幌	12,889,906	2.9	1.5
仙台	5,944,208	1.3	-5.3
東京	130,917,944	29.2	-1.1
横浜	26,810,363	6.0	-0.7
名古屋	32,519,880	7.3	-1.2
京都	21,430,493	4.8	1.3
大阪	78,194,940	17.5	4.2
神戸	12,030,153	2.7	1.9
広島	6,470,857	1.4	-6.2
福岡	20,372,842	4.6	4.4
10都市以外の地区	100,164,108	22.4	-4.8 (-6.7)
東北	4,301,029	1.0	-4.2
関東	45,019,026	10.1	-4.4
中部	6,210,432	1.4	-3.4 (-23.7)
近畿	15,149,444	3.4	-5.1
中国	7,728,596	1.7	-4.7 (-10.0)
四国	5,347,309	1.2	-6.0
九州	16,408,272	3.7	-5.9

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	447,745,694	100.0	-0.7 (-1.2)
紳士服・洋品	26,021,848	5.8	-8.1 (-8.6)
婦人服・洋品	91,290,781	20.4	-2.2 (-2.7)
子供服・洋品	6,374,097	1.4	-6.0 (-6.4)
その他衣料品	6,104,140	1.4	-14.2 (-14.5)
衣 料 品	129,790,866	29.0	-4.3 (-4.7)
身のまわり品	78,017,786	17.4	2.7 (2.4)
化粧品	38,747,914	8.7	7.9 (7.5)
美術・宝飾・貴金属	43,855,969	9.8	0.0 (-0.3)
その他雑貨	11,451,350	2.6	-9.2 (-9.5)
雑 貨	94,055,233	21.0	1.8 (1.5)
家 具	3,734,896	0.8	-9.5 (-10.0)
家 電	1,391,424	0.3	22.8 (22.3)
その他家庭用品	9,205,868	2.1	-3.5 (-4.8)
家 庭 用 品	14,332,188	3.2	-3.2 (-4.2)
生 鮮 食 品	16,996,029	3.8	-4.1 (-4.8)
菓 子	30,207,914	6.7	-0.1 (-0.6)
惣 菜	28,134,274	6.3	-2.5 (-3.2)
その他食料品	30,396,045	6.8	-2.0 (-3.0)
食 料 品	105,734,262	23.6	-2.0 (-2.7)
食 堂 喫 茶	9,853,105	2.2	-3.7 (-4.3)
サ ー ビ ス	4,216,110	0.9	15.9 (15.6)
そ の 他	11,746,144	2.6	12.4 (12.2)
商 品 券	4,661,461	1.0	-10.8 (-11.1)

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】

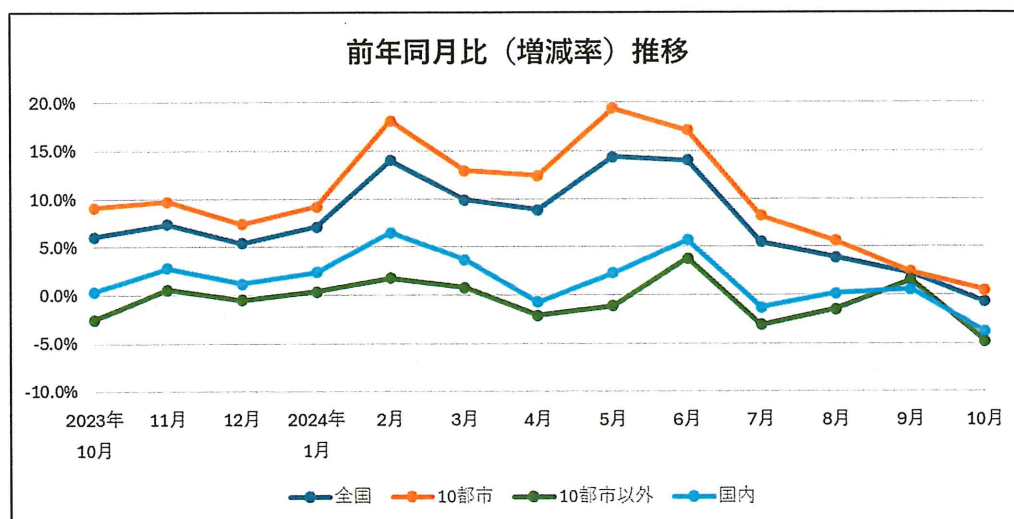
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	0.5	0.4	37か月連続プラス
札幌	1.5	0.0	32か月連続プラス
仙台	-5.3	-0.1	3か月ぶりマイナス
東京	-1.1	-0.3	2か月連続マイナス
横浜	-0.7	-0.0	12か月ぶりマイナス
名古屋	-1.2	-0.1	37か月ぶりマイナス
京都	1.3	0.1	37か月連続プラス
大阪	4.2	0.7	37か月連続プラス
神戸	1.9	0.0	32か月連続プラス
広島	-6.2	-0.1	14か月連続マイナス
福岡	4.4	0.2	37か月連続プラス
10都市以外の地区	-4.8	-1.1	2か月ぶりマイナス
東北	-4.2	-0.0	14か月連続マイナス*
関東	-4.4	-0.5	2か月ぶりマイナス
中部	-3.4	-0.0	3か月連続マイナス
近畿	-5.1	-0.2	3か月ぶりマイナス
中国	-4.7	-0.1	4か月連続マイナス*
四国	-6.0	-0.1	3か月ぶりマイナス
九州	-5.9	-0.2	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 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	10月
全 国	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7
10 都 市	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5
10都市以外	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8
国 内	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品、雑貨がプラスとなった一方、衣料品、家庭用品、食料品がマイナスとなった。その他の品目は化粧品が32か月連続でプラスとなったが、婦人服・洋品が32か月ぶり、生鮮食品が7か月連続、菓子が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	-0.7	—	32か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-8.1	-0.5	3か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-2.2	-0.5	32か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-6.0	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-14.2	-0.2	4か月連続マイナス
衣料品	-4.3	-1.3	32か月ぶりマイナス
身のまわり品	2.7	0.4	37か月連続プラス
化粧品	7.9	0.6	32か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	0.0	-0.0	45か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-9.2	-0.3	2か月連続マイナス*
雑貨	1.8	0.4	37か月連続プラス
家具	-9.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	22.8	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	-3.5	-0.1	6か月ぶりマイナス
家庭用品	-3.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-4.1	-0.2	7か月連続マイナス*
菓子	-0.1	-0.0	2か月ぶりマイナス*
惣菜	-2.5	-0.2	4か月連続マイナス*
その他食料品	-2.0	-0.1	7か月連続マイナス*
食料品	-2.0	-0.5	4か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.7	-0.1	4か月連続マイナス
サービス	15.9	0.1	3か月ぶりプラス
その他	12.4	0.3	31か月連続プラス
商品券	-10.8	-0.1	8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10月 東京地区百貨店売上高概況

2024年11月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,309億円余
2. 前年同月比(増減率)	-1.1%(2か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-2.0%(92.2%) : 非店頭10.3%(7.8%) ()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9月対比±0店) (前年同月比: ±0店)
5. 総店舗面積	672,061㎡ (前年同月比: -9.7%)
6. 総従業員数	12,494人 (前年同月比: -9.2%)
7. 3か月移動平均値	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%、8-10月 1.4%

[参考] 2023年10月の売上高増減率は8.0%

【特徴】

10月の東京地区は、売上高(1.1%減)、入店客数(9.0%減)共に前年を下回った。気温が下がり秋物商戦が苦戦した他、日曜日1日減等も影響した。免税売上は中国の国慶節や韓国の大型連休による客数増もあり、8月以降減速傾向にあった伸び率は、再度増勢に転じた。また、外商催事等、各社の得意客向け施策も奏功した。商品別では身のまわり品を除く4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(1.6%減) : 記録的な高気温で、この時期主力のコート等重衣料は低調だったが、ブルゾン、ジャケット等は好調に推移。中旬以降の気温低下と共に徐々に防寒アウターにも動き。婦人服・洋品はブラウス、ワンピース等が好調で2か月ぶりにプラス転換。

身のまわり品(3.2%増) : インバウンド需要から、ラグジュアリーブランドのハンドバッグやスーツケースが好調継続。婦人靴は、ブーツの動きは鈍かった一方で、スニーカーは好調に推移。紳士靴もビジネスは低調だがカジュアルは好調。

雑貨(2.3%減) : 化粧品(11.2%増)は免税売上が押し上げ二桁増。スキンケア商品では日本国内メーカーのライン使い等、単品買いからのシフトが見られ客単価向上。美術・宝飾・貴金属は催事の期ずれ等もあり前年割れだが、時計は各社好調。

食料品(5.2%減) : 生鮮食品や惣菜は物価高影響が大きく、食料品全体で4か月連続のマイナス。物産展や食品催事は各社好調。菓子は手土産他、気温低下でチョコレートが好調。

11月足元動向 : 気温低下に伴い重衣料が稼働し、前年比3.0%増(11/18時点)で推移。

【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15店舗)
 - ①増加した: 7店、②変化なし: 2店、③減少した: 6店
- (3) 10月歳時記(秋物商戦、秋の行楽)の売上(同上/有効回答数7店舗)
 - ①増加した: 2店、②変化なし: 4店、③減少した: 1店



東京地区百貨店 売上高速報 2024年10月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	130,917,944	100.0	-1.1
紳士服・洋品	10,653,549	8.1	-5.0
婦人服・洋品	23,573,673	18.0	0.9
子供服・洋品	2,013,737	1.5	-3.1
その他衣料品	1,425,243	1.1	-13.1
衣 料 品	37,666,202	28.8	-1.6
身のまわり品	24,822,908	19.0	3.2
化粧品	12,343,565	9.4	11.2
美術・宝飾・貴金属	14,368,324	11.0	-7.9
その他雑貨	3,902,984	3.0	-16.1
雑 貨	30,614,873	23.4	-2.3
家 具	1,288,119	1.0	-17.3
家 電	926,387	0.7	27.0
その他家庭用品	2,793,493	2.1	-2.5
家 庭 用 品	5,007,999	3.8	-2.8
生 鮮 食 品	3,222,551	2.5	-5.8
菓 子	7,644,196	5.8	-3.2
惣 菜	6,982,718	5.3	-6.4
その他食料品	8,110,604	6.2	-5.6
食 料 品	25,960,069	19.8	-5.2
食 堂 喫 茶	2,056,661	1.6	-13.6
サ ー ビ ス	2,132,068	1.6	31.9
そ の 他	2,657,164	2.0	22.0

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	1,166,795 千円	-18.1
従 業 員 数	12,494 人	-9.2
店 舗 面 積	672,061 m ²	-9.7

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



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品はプラスとなったが、その他4品目はマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が38か月連続、婦人服・洋品が2か月ぶりにプラスとなった一方、紳士服・洋品、美術・宝飾・貴金属が2か月連続、生鮮食品が7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	-1.1	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-5.0	-0.4	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	0.9	0.2	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	-3.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-13.1	-0.2	3か月連続マイナス
衣料品	-1.6	-0.5	2か月連続マイナス
身のまわり品	3.2	0.6	38か月連続プラス
化粧品	11.2	0.9	38か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-7.9	-0.9	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-16.1	-0.6	2か月連続マイナス*
雑貨	-2.3	-0.6	2か月連続マイナス
家具	-17.3	-0.2	2か月ぶりマイナス
家電	27.0	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	-2.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-2.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-5.8	-0.2	7か月連続マイナス*
菓子	-3.2	-0.2	4か月連続マイナス*
惣菜	-6.4	-0.4	4か月連続マイナス*
その他食料品	-5.6	-0.4	7か月連続マイナス*
食料品	-5.2	-1.1	4か月連続マイナス
食堂喫茶	-13.6	-0.2	4か月連続マイナス
サービス	31.9	0.4	3か月ぶりプラス
その他	22.0	0.4	5か月連続プラス
商品券	-18.1	-0.2	8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>