

14時30分解散

2023年3月 全国百貨店売上高概況

2023年4月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,658億円余
2. 前年同月比(増減率)	9.8%(店舗数調整後/13か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	70社 181店 (2023年2月対比-1店)
4. 総店舗面積	4,745,530㎡ (前年同月比:-3.5%)
5. 総従業員数	52,675人 (前年同月比:-6.8%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	8-10月 18.4%、9-11月 11.1%、10-12月 6.2%、 11-1月 7.1%、12-2月 11.2%、1-3月 14.6%

[参考] 2022年3月の売上高増減率は4.6%(店舗数調整後)

【特徴】

3月の売上高は9.8%増、入店客数10.4%増と共に13か月連続でプラスとなった。

感染者数減少や気温上昇に伴う外出機会の増加、オケーション・旅行・ビジネス需要などから活発に動いた衣料品や身のまわり品、増勢が続く高額商材などが寄与した。各社が企画した外商催事や、ホワイトデー・物産展などの食品催事の他、お花見商戦も活況だった。コロナ前との比較(2019年比)では、売上高6.9%減、入店客数19.8%減と、前月とほぼ同水準で、回復基調は続いている。

顧客別では、さらなる水際緩和策等から、インバウンドが前月より9.5ポイントアップの323.8%増(199億円/12か月連続/シェア4.3%)と高伸し、2019年比でも、前月より5.8ポイントアップの39.9%減となった。国内市場は6.3%増(13か月連続/シェア95.7%)、2019年比では4.5%減となった。

地区別では、都市(10都市/18か月連続)が、インバウンド効果などから全地区で前年をクリアし、12.8%増と二桁の伸びを示した。地方(10都市以外の7地区)も6地区でプラスとなり、1.7%増と3か月連続で前年実績を超えた。

商品別では、主要5品目全て前年実績を上回った。衣料品は、卒入学・新生活需要から、紳士・婦人共に好調に推移し、春物コートやスーツ、カジュアルなど幅広いアイテムで動きを見せた。身のまわり品は、ラグジュアリーブランドを中心に、バッグや財布、アクセサリ、靴、トラベル用品等が好調だった。高付加価値商材は依然増勢で、価格改定前の駆け込みもあったが、一部在庫不足が見受けられた。化粧品は、マスク着用ルール緩和を受けて、スキンケアに加えメイクアップニーズが高まり17.4%増と二桁の伸びとなった。食料品は、催事効果や行楽需要の他、手土産需要もあり、菓子と惣菜は共に19か月連続増となった。

【要因】

(1) 天候：気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇大陸からの寒気の影響を受けにくく、南から暖かい空気が流れ込みやすかったため、気温は北・東・西日本でかなり高かった。日照時間はほぼ全国的に多く、降水量は北・東・西日本日本海側で少なかった。

(2) 営業日数増減 31.0日(前年同月比 +0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(〃 ±0日)

(4) 入店客数増減(回答店舗数で見ると傾向値/前年同月比/有効回答数104店舗)

①増加した：67店、②変化なし：25店、③減少した：12店

(5) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数77店舗)

①増加した：30店、②変化なし：43店、③減少した：4店

全国百貨店 売上高速報 2023年3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	465,812,026	100.0	9.8 (9.3)
10都市	348,675,006	74.9	12.8 (12.6)
札幌	13,099,536	2.8	16.0
仙台	6,305,045	1.4	10.0
東京	138,047,043	29.6	12.6
横浜	28,168,033	6.0	4.4
名古屋	33,159,791	7.1	10.5
京都	20,433,511	4.4	16.1
大阪	70,628,831	15.2	17.0
神戸	11,836,324	2.5	16.5
広島	8,221,110	1.8	5.6 (-1.4)
福岡	18,775,782	4.0	13.8
10都市以外の地区	117,137,020	25.1	1.7 (0.6)
東北	5,056,805	1.1	-0.2 (-3.6)
関東	53,200,417	11.4	0.4 (-0.9)
中部	8,323,066	1.8	5.5
近畿	16,909,377	3.6	3.5
中国	9,025,972	1.9	0.6
四国	6,030,729	1.3	3.0
九州	18,590,654	4.0	2.9

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	465,812,026	100.0	9.8 (9.3)
紳士服・洋品	25,838,325	5.5	10.9 (10.6)
婦人服・洋品	88,004,535	18.9	14.0 (13.7)
子供服・洋品	14,326,717	3.1	-4.4 (-5.2)
その他衣料品	7,126,267	1.5	-6.9 (-7.5)
衣 料 品	135,295,844	29.0	9.9 (9.5)
身のまわり品	74,838,351	16.1	17.5 (16.9)
化粧品	41,571,422	8.9	17.4 (17.0)
美術・宝飾・貴金属	36,896,187	7.9	7.2 (7.1)
その他雑貨	14,610,958	3.1	7.7 (7.1)
雑 貨	93,078,567	20.0	11.6 (11.3)
家 具	4,946,200	1.1	7.8 (7.1)
家 電	1,537,758	0.3	1.9 (1.9)
その他家庭用品	11,024,755	2.4	-0.6 (-0.8)
家 庭 用 品	17,508,713	3.8	1.9 (1.5)
生 鮮 食 品	17,134,101	3.7	-2.4 (-3.7)
菓 子	44,801,541	9.6	9.3 (8.9)
惣 菜	26,193,651	5.6	3.7 (3.2)
その他食料品	29,600,992	6.4	1.9 (1.3)
食 料 品	117,817,981	25.3	4.4 (3.8)
食 堂 喫 茶	10,855,142	2.3	26.2 (25.8)
サ ー ビ ス	3,997,170	0.9	-5.9 (-6.3)
そ の 他	12,420,258	2.7	12.1 (11.7)
商 品 券	7,154,173	1.5	-6.5 (-6.9)

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

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. 10都市売上動向 | 12.8% (店舗数調整後／18か月連続プラス) |
| 2. 10都市以外の地区売上動向 | 1.7% (店舗数調整後／3か月連続プラス) |

【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	12.8	9.4	18か月連続プラス
札幌	16.0	0.4	13か月連続プラス
仙台	10.0	0.1	4か月連続プラス
東京	12.6	3.6	19か月連続プラス
横浜	4.4	0.3	13か月連続プラス
名古屋	10.5	0.7	18か月連続プラス
京都	16.1	0.7	18か月連続プラス
大阪	17.0	2.4	18か月連続プラス
神戸	16.5	0.4	13か月連続プラス
広島	5.6	0.1	3か月連続プラス
福岡	13.8	0.5	18か月連続プラス
10都市以外の地区	1.7	0.5	3か月連続プラス
東北	-0.2	-0.0	3か月ぶりマイナス*
関東	0.4	0.1	3か月連続プラス
中部	5.5	0.1	3か月連続プラス
近畿	3.5	0.1	4か月連続プラス
中国	0.6	0.0	3か月連続プラス*
四国	3.0	0.0	3か月連続プラス
九州	2.9	0.1	3か月連続プラス

(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。

Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が4か月連続、婦人服・洋品が13か月連続でプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属が26か月連続、菓子、惣菜が19か月連続でプラスとなった一方、子供服・洋品、生鮮食品が3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	9.8	—	13か月連続プラス
紳士服・洋品	10.9	0.6	4か月連続プラス
婦人服・洋品	14.0	2.5	13か月連続プラス
子供服・洋品	-4.4	-0.2	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	-6.9	-0.1	3か月ぶりマイナス
衣料品	9.9	2.9	13か月連続プラス
身のまわり品	17.5	2.6	18か月連続プラス
化粧品	17.4	1.5	13か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	7.2	0.6	26か月連続プラス*
その他雑貨	7.7	0.2	12か月連続プラス*
雑貨	11.6	2.3	18か月連続プラス
家具	7.8	0.1	3か月連続プラス
家電	1.9	0.0	6か月連続プラス
その他家庭用品	-0.6	-0.0	3か月ぶりマイナス
家庭用品	1.9	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-2.4	-0.1	3か月ぶりマイナス*
菓子	9.3	0.9	19か月連続プラス*
惣菜	3.7	0.2	19か月連続プラス*
その他食料品	1.9	0.1	3か月連続プラス*
食料品	4.4	1.2	8か月連続プラス
食堂喫茶	26.2	0.5	13か月連続プラス
サービス	-5.9	-0.1	12か月ぶりマイナス
その他	12.1	0.3	12か月連続プラス
商品券	-6.5	-0.1	2か月ぶりマイナス

(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。

2023年3月 東京地区百貨店売上高概況

2023年4月25日

I. 概 況

1. 売上高総額	1,380億円余
2. 前年同月比(増減率)	12.6%(19か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭14.3%(90.0%)：非店頭-0.2%(10.0%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店 (2023年2月対比±0店)
5. 総店舗面積	727,948㎡ (前年同月比：-8.8%)
6. 総従業員数	13,965人 (前年同月比：-6.9%)
7. 3か月移動平均値	8-10月 26.3%、9-11月 16.2%、10-12月 10.3%、 11-1月 11.0%、12-2月 14.6%、1-3月 17.2%

[参考] 2022年3月の売上高増減率は11.3%

【特 徴】

- (1) 3月の東京地区は、売上高12.6%増、入店客数13.8%増と共に二桁の伸びとなった。前年のまん延防止等重点措置(3/21まで)の反動の他、外出機会の増加、卒入学等オケージョン需要の回復、気温上昇といった好条件に加え、各社の組織顧客向け施策や物産催事等の好調推移、更には高額商材の継続伸長が売上増に寄与した。2019年比では売上高2.8%減と、前月同様コロナ前には僅かに届かなかった。
- (2) 商品別では、主要5品目全てプラスとなった。主力の衣料品(15.4%増/18か月連続)は、卒入学・新生活需要から、紳士・婦人共にビジネスやフォーマル商材が好調に推移し、特に婦人服ではブラウス、パンツ、スカート等が伸長した。また気温上昇から、薄手のカーディガンや軽めのアウターが好調だった他、半袖商材にも動きが見られた。
- (3) 身のまわり品(23.0%増/19か月連続)は、ラグジュアリーブランドを中心に好調さを持続した。当月のトピックとして21日に3つの開運日(一粒留日・天赦日・寅の日)が重なり、特に財布が伸長した。旅行需要も活況で、トラベルバッグは先月同様に良く動いた。雑貨(16.4%増/19か月連続)は、時計で一部在庫不足が見られたが、円安による訪日客の高額品需要の強さもあって好調を維持している。化粧品は13日からのマスク任意化で、ベースメイク・メイクアップ・UVケア商材が大幅回復しており、訪日客需要も戻りつつある。
- (4) 食料品(0.1%増/19か月連続)は、人が集まる機会の増加から、引き続き手土産や慶祝需要で菓子が好調だった他、お花見の解禁で弁当やオードブル、和洋酒等も堅調だった。
- (5) 4月中間段階の商況は、前年比20.0%増(4/17時点)で推移している。コロナ前の2019年比でも約4%増と、一段と回復基調を強めている。

【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18店舗)
 - ①増加した：17店、②変化なし：0店、③減少した：1店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数12店舗)
 - ①増加した：7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 2023年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	138,047,043	100.0	12.6
紳士服・洋品	10,141,775	7.3	18.6
婦人服・洋品	22,478,284	16.3	17.7
子供服・洋品	4,729,153	3.4	5.8
その他衣料品	1,664,743	1.2	-2.3
衣 料 品	39,013,955	28.3	15.4
身のまわり品	23,172,669	16.8	23.0
化粧品	14,384,151	10.4	22.4
美術・宝飾・貴金属	13,046,539	9.5	12.0
その他雑貨	5,049,333	3.7	12.3
雑 貨	32,480,023	23.5	16.4
家 具	1,837,600	1.3	14.0
家 電	1,083,337	0.8	1.5
その他家庭用品	3,269,219	2.4	8.1
家 庭 用 品	6,190,156	4.5	8.5
生 鮮 食 品	3,132,473	2.3	-6.8
菓 子	10,942,070	7.9	5.5
惣 菜	6,276,622	4.5	-3.2
その他食料品	8,974,385	6.5	-1.2
食 料 品	29,325,550	21.2	0.1
食 堂 喫 茶	2,431,083	1.8	27.2
サ ー ビ ス	1,850,811	1.3	-12.5
そ の 他	3,582,796	2.6	19.9

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	1,756,157 千円	-9.2
従 業 員 数	13,965 人	-6.9
店 舗 面 積	727,948 m ²	-8.8

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、全てプラスとなった。その他の品目は、化粧品が19か月連続、美術・宝飾・貴金属が26か月連続、菓子が25か月連続でプラスとなった一方、生鮮食品が6か月連続、惣菜が25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	12.6	—	19か月連続プラス
紳士服・洋品	18.6	1.3	17か月連続プラス
婦人服・洋品	17.7	2.8	19か月連続プラス
子供服・洋品	5.8	0.2	9か月連続プラス
その他衣料品	-2.3	-0.0	2か月連続マイナス
衣料品	15.4	4.2	18か月連続プラス
身のまわり品	23.0	3.5	19か月連続プラス
化粧品	22.4	2.1	19か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	12.0	1.1	26か月連続プラス*
その他雑貨	12.3	0.5	13か月連続プラス*
雑貨	16.4	3.7	19か月連続プラス
家具	14.0	0.2	2か月ぶりプラス
家電	1.5	0.0	6か月連続プラス
その他家庭用品	8.1	0.2	3か月連続プラス
家庭用品	8.5	0.4	3か月連続プラス
生鮮食品	-6.8	-0.2	6か月連続マイナス*
菓子	5.5	0.5	25か月連続プラス*
惣菜	-3.2	-0.2	25か月ぶりマイナス*
その他食料品	-1.2	-0.1	9か月ぶりマイナス*
食料品	0.1	0.0	19か月連続プラス
食堂喫茶	27.2	0.4	13か月連続プラス
サービス	-12.5	-0.2	2か月ぶりマイナス
その他	19.9	0.5	2か月連続プラス
商品券	-9.2	-0.1	2か月ぶりマイナス

(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>