

2022年1月 東京地区百貨店売上高概況

2022年2月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1,060億円余
2. 前年同月比(増減率)	23.9%(5か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭25.9%(90.0%)：非店頭8.1%(10.0%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 24店 (2021年12月対比±0店)
5. 総店舗面積	802,213㎡ (前年同月比：-2.1%)
6. 総従業員数	15,223人 (前年同月比：-5.4%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 1.5%、7-9月 0.4%、8-10月 -0.7%、 9-11月 5.6%、10-12月 9.0%、11-1月 13.9%

[参考] 2021年1月の売上高増減率は-33.8%

【特徴】

- (1) 1月の東京地区は、売上高23.9%増(5か月連続)、入店客数31.1%増(4か月連続)と共に前年を上回った。年始から月前半は、昨年の時短営業や外出自粛影響等の反動に加え、高伸が続く高額品の好調が売上を大きく牽引した。一方、月後半は、まん延防止等重点措置の適用に伴い、入店客数が減少傾向に転じた。その結果、コロナ禍前の前々年(2020年)比では、売上高18.0%減、入店客数33.4%減となった。
- (2) 商品別では、主要5品目全てがプラスとなり、家庭用品を除く4品目で二桁増となった。品目別の動向では、年始から月前半までは外出機会の増加や気温低下を受け、主力の衣料品(30.0%増/4か月連続)はコートやニットが動いたほか、マフラー、ストール、手袋、帽子等の防寒小物も好調に推移した。
- (3) 身のまわり品(38.7%増/5か月連続)は、新年にバッグや財布を新調する顧客ニーズもあって、ラグジュアリーブランドを中心に高額帯が良く動いたほか、雑貨(26.3%増/5か月連続)では、新作の投入や限定品等を展開したブランド化粧品が顧客の支持を得て好調に推移した。また、食料品(16.4%増/5か月連続)は菓子、惣菜の続伸に加え、まん延防止等重点措置の適用による外食の時間制限で、再びイェナカ需要が回復し、特に和洋酒が好調だった。
- (4) 初商、クリアランスは、前年より回復しているものの、セール商材不足やプレセールの実施で盛り上がり欠けた一方、春物や定番品等プロパー商材は堅調に推移した。
- (5) 2月中間段階の商況は、6.9%増(2/17時点)で推移している。前々年比では約15%減と依然厳しい商況で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.1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：12店、②変化なし：3店、③減少した：3店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数16店舗)
①増加した：10店、②変化なし：2店、③減少した：4店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	106,037,703	100.0	23.9
紳士服・洋品	8,668,509	8.2	28.6
婦人服・洋品	17,846,155	16.8	33.6
子供服・洋品	1,581,356	1.5	18.7
その他衣料品	1,625,138	1.5	14.2
衣 料 品	29,721,158	28.0	30.0
身のまわり品	17,341,366	16.4	38.7
化粧品	8,386,761	7.9	14.7
美術・宝飾・貴金属	10,419,500	9.8	50.1
その他雑貨	4,027,399	3.8	5.3
雑 貨	22,833,660	21.5	26.3
家 具	1,042,634	1.0	12.7
家 電	904,185	0.9	-22.3
その他家庭用品	2,758,700	2.6	12.2
家 庭 用 品	4,705,519	4.4	3.5
生 鮮 食 品	3,162,139	3.0	-2.1
菓 子	7,491,502	7.1	30.2
惣 菜	5,675,098	5.4	23.0
その他食料品	9,322,387	8.8	10.6
食 料 品	25,651,126	24.2	16.4
食 堂 喫 茶	1,635,796	1.5	43.2
サ ー ビ ス	1,900,557	1.8	18.9
そ の 他	2,248,521	2.1	-21.3

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	1,120,826 千円	-6.2
従 業 員 数	15,223 人	-5.4
店 舗 面 積	802,213 m ²	-2.1

営 業 日 数	30.1 日	前年	30.1 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、全ての品目でプラスとなり、家庭用品を除く4品目で二桁増となった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が12か月連続、菓子、惣菜が11か月連続でプラスとなったが、家電が5か月連続、生鮮食品が8か月連続のマイナスとなった。

【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	23.9	—	5か月連続プラス
紳士服・洋品	28.6	2.3	3か月連続プラス
婦人服・洋品	33.6	5.2	5か月連続プラス
子供服・洋品	18.7	0.3	3か月連続プラス
その他衣料品	14.2	0.2	6か月ぶりプラス
衣料品	30.0	8.0	4か月連続プラス
身のまわり品	38.7	5.6	5か月連続プラス
化粧品	14.7	1.3	5か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	50.1	4.1	12か月連続プラス*
その他雑貨	5.3	0.2	6か月ぶりプラス*
雑貨	26.3	5.6	5か月連続プラス
家具	12.7	0.1	2か月連続プラス
家電	-22.3	-0.3	5か月連続マイナス
その他家庭用品	12.2	0.3	4か月連続プラス
家庭用品	3.5	0.2	4か月連続プラス
生鮮食品	-2.1	-0.1	8か月連続マイナス*
菓子	30.2	2.0	11か月連続プラス*
惣菜	23.0	1.2	11か月連続プラス*
その他食料品	10.6	1.0	3か月ぶりプラス*
食料品	16.4	4.2	5か月連続プラス
食堂喫茶	43.2	0.6	4か月連続プラス
サービス	18.9	0.4	8か月ぶりプラス
その他	-21.3	-0.7	11か月連続マイナス
商品券	-6.2	-0.1	2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>