

2022年2月 東京地区百貨店売上高概況

2022年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	923億円余
2. 前年同月比（増減率）	5.1%（6か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭5.4%（87.0%）：非店頭3.1%（13.0%） （ ）内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 24店（2022年1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	15,147人（前年同月比：-5.2%）
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 12.9%

【参考】2021年2月の売上高増減率は-13.5%

【特徴】

- (1) 2月の東京地区は、売上高5.1%増(6か月連続)、入店客数12.5%増(5か月連続)と共に前年を上回った。まん延防止等重点措置の延長や低温多雨の天候与件で客足に影響を受けたものの、各社が企画した会員顧客向け施策や増勢が続く高額品需要が業績を牽引した。一方、前々年(2020年)比では、売上高9.1%減、入店客数29.3%減となった。
- (2) 商品別では、主要5品目のうち家庭用品を除く4品目でプラスとなった。品目別の動向では、主力の衣料品(0.7%増/5か月連続)は気温低下が続き、春物衣料の動きは鈍かったが、マフラー、ストール、手袋等の防寒小物が好調だったほか、卒入学のオケーション需要でフォーマルにも動きが見られた。
- (3) 身のまわり品(23.3%増/6か月連続)は、ラグジュアリーブランドを中心に高価格帯のバッグや靴、革小物等が高伸長したほか、雨天が多かったことで傘が良く動いた。雑貨(5.6%増/6か月連続)は、時計を中心に美術・宝飾・貴金属が16.3%増(13か月連続)と好調に推移したほか、化粧品では国内需要が順調に回復し、メンズコスメにも動きが見られた。
- (4) 食料品(9.8%増/6か月連続)はイエナカ需要の戻りで日本酒、ワイン等、和洋酒が好調だったほか、歳時記の恵方巻も自宅での食事機会の増加を受け好調だった。バレンタイン商戦は高額商品やキャラクターコラボ商品等が人気を集め、店頭、EC共に好調に推移した。
- (5) 3月中間段階の商況は14.5%増(3/17時点)と二桁の伸びで推移しているが、2019年比では約17%減と依然コロナ禍前の水準には届かない状況にある。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.9日（前年同月比 ±0.0日）
- (2) 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18店舗）
①増加した：11店、②変化なし：3店、③減少した：4店
- (3) 2月歳時記（節分、バレンタインデー）の売上（同上/有効回答数15店舗）
①増加した：3店、②変化なし：9店、③減少した：3店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	92,309,780	100.0	5.1
紳士服・洋品	5,688,338	6.2	4.7
婦人服・洋品	12,307,507	13.3	0.7
子供服・洋品	1,899,060	2.1	-9.3
その他衣料品	1,230,063	1.3	-0.5
衣 料 品	21,124,968	22.9	0.7
身のまわり品	14,136,794	15.3	23.3
化粧品	7,298,439	7.9	2.5
美術・宝飾・貴金属	10,003,696	10.8	16.3
その他雑貨	3,485,930	3.8	-12.1
雑 貨	20,788,065	22.5	5.6
家 具	1,184,450	1.3	0.3
家 電	1,029,393	1.1	4.1
その他家庭用品	2,299,144	2.5	-9.6
家 庭 用 品	4,512,987	4.9	-4.2
生 鮮 食 品	2,992,977	3.2	-4.2
菓 子	9,247,445	10.0	15.8
惣 菜	5,429,724	5.9	16.5
その他食料品	8,906,522	9.6	5.6
食 料 品	26,576,668	28.8	9.8
食 堂 喫 茶	1,307,144	1.4	-0.2
サ ー ビ ス	1,829,740	2.0	1.6
そ の 他	2,033,414	2.2	-44.1

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	1,047,809 千円	-17.0
従 業 員 数	15,147 人	-5.2
店 舗 面 積	802,213 m ²	-2.1

営 業 日 数	27.9 日	前年	27.9 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、家庭用品を除く4品目でプラスとなった。
 その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が13か月連続、菓子、惣菜が12か月連続でプラスとなったほか、家電が6か月ぶりにプラスとなった。

【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	5.1	—	6か月連続プラス
紳士服・洋品	4.7	0.3	4か月連続プラス
婦人服・洋品	0.7	0.1	6か月連続プラス
子供服・洋品	-9.3	-0.2	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	-0.5	-0.0	2か月ぶりマイナス
衣料品	0.7	0.2	5か月連続プラス
身のまわり品	23.3	3.0	6か月連続プラス
化粧品	2.5	0.2	6か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.3	1.6	13か月連続プラス*
その他雑貨	-12.1	-0.5	2か月ぶりマイナス*
雑貨	5.6	1.3	6か月連続プラス
家具	0.3	0.0	3か月連続プラス
家電	4.1	0.0	6か月ぶりプラス
その他家庭用品	-9.6	-0.3	5か月ぶりマイナス
家庭用品	-4.2	-0.2	5か月ぶりマイナス
生鮮食品	-4.2	-0.2	9か月連続マイナス*
菓子	15.8	1.4	12か月連続プラス*
惣菜	16.5	0.9	12か月連続プラス*
その他食料品	5.6	0.5	2か月連続プラス*
食料品	9.8	2.7	6か月連続プラス
食堂喫茶	-0.2	-0.0	5か月ぶりマイナス
サービス	1.6	0.0	2か月連続プラス
その他	-44.1	-1.8	12か月連続マイナス
商品券	-17.0	-0.2	3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>