

## 2022年3月 東京地区百貨店売上高概況

2022年4月25日

### I. 概況

1. 売上高総額	1, 225億円余
2. 前年同月比(増減率)	11.3%(7か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭10.3%(88.7%)：非店頭19.6%(11.3%) ( )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2月対比±0店)
5. 総店舗面積	797,849㎡ (前年同月比：-0.5%)
6. 総従業員数	14,998人 (前年同月比：-5.6%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 13.2%

[参考] 2021年3月の売上高増減率は18.5%

### 【特徴】

- (1) 3月の東京地区は、売上高11.3%増(7か月連続)、入店客数14.9%増(6か月連続)と、共に二桁増と高伸した。まん延防止等重点措置の解除や、気温上昇に伴い外出機会が増加したことに加え、各社の催事企画等が奏功した。一方、コロナ禍前の2019年比では、売上高13.7%減、入店客数33.0%減となったが、国内市場は5.9%減まで回復した。
- (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(7.9%増/6か月連続)が、卒・入学などオケーションニーズの復調を背景に、婦人フォーマルが動いたほか、気温上昇で薄手の羽織物や軽量アウター等の春物も好調に推移した。紳士服ではスーツやジャケット、ワイシャツ等のビジネスアイテムに動きが見られた。
- (3) 身のまわり品(17.7%増/7か月連続)は、ラグジュアリーブランドが牽引する形で大幅増となった。また当月のトピックとして、26日に3つの開運日(一粒稻日・天赦日・寅の日)が重なったことで、特に財布が好調だった。雑貨(12.5%増/7か月連続)では、時計・宝飾等、高額品の増勢が続いているほか、化粧品は外出機会の増加やタッチアップの再開で、口紅等メイクアップ商品が動くと共に、季節の変わり目でスキンケア商品も堅調に推移した。
- (4) 家庭用品(0.1%減/2か月連続)は和洋食器等、贈答アイテムが好調だったものの、イエナカ需要は一巡した。食料品(13.7%増/7か月連続)では、生鮮食品が苦戦しているが、弁当や和洋惣菜、パン等は好調に推移した。
- (5) 4月中間段階の商況は13.8%増(4/17時点)と増勢を強めて推移している。2019年比では約14%減とコロナ禍前の水準には届かないが、着実に回復傾向を示している。

### 【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17店舗)  
①増加した：12店、②変化なし：2店、③減少した：3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14店舗)  
①増加した：7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 2022年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>122,575,589</b>	<b>100.0</b>	<b>11.3</b>
紳士服・洋品	8,549,228	7.0	7.8
婦人服・洋品	19,092,143	15.6	11.4
子供服・洋品	4,471,277	3.6	-4.5
その他衣料品	1,704,584	1.4	7.6
<b>衣 料 品</b>	<b>33,817,232</b>	<b>27.6</b>	<b>7.9</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>18,839,849</b>	<b>15.4</b>	<b>17.7</b>
化粧品	11,749,720	9.6	8.6
美術・宝飾・貴金属	11,651,554	9.5	19.8
その他雑貨	4,495,352	3.7	6.1
<b>雑 貨</b>	<b>27,896,626</b>	<b>22.8</b>	<b>12.5</b>
家 具	1,611,967	1.3	6.1
家 電	1,067,181	0.9	22.6
その他家庭用品	3,023,864	2.5	-8.9
<b>家 庭 用 品</b>	<b>5,703,012</b>	<b>4.7</b>	<b>-0.1</b>
生 鮮 食 品	3,362,291	2.7	-0.5
菓 子	10,374,174	8.5	19.6
惣 菜	6,483,285	5.3	19.6
その他食料品	9,083,000	7.4	9.4
<b>食 料 品</b>	<b>29,302,750</b>	<b>23.9</b>	<b>13.7</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>1,911,137</b>	<b>1.6</b>	<b>15.8</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>2,115,906</b>	<b>1.7</b>	<b>-4.7</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,989,077</b>	<b>2.4</b>	<b>12.5</b>

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	1,934,805 千円	-7.6
従業員数	14,998 人	-5.6
店舗面積	797,849 m <sup>2</sup>	-0.5

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、家庭用品が2か月連続でマイナスとなったが、その他の4品目はプラスとなった。その他の品目は、紳士服・洋品が5か月連続、婦人服・洋品が7か月連続でプラスとなったほか、菓子、惣菜が13か月連続でプラスとなった。

### 【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
<b>総額</b>	<b>11.3</b>	<b>—</b>	<b>7か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	7.8	0.6	5か月連続プラス
婦人服・洋品	11.4	1.8	7か月連続プラス
子供服・洋品	-4.5	-0.2	2か月連続マイナス
その他衣料品	7.6	0.1	2か月ぶりプラス
<b>衣料品</b>	<b>7.9</b>	<b>2.3</b>	<b>6か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>17.7</b>	<b>2.6</b>	<b>7か月連続プラス</b>
化粧品	8.6	0.8	7か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	19.8	1.7	14か月連続プラス*
その他雑貨	6.1	0.2	2か月ぶりプラス*
<b>雑貨</b>	<b>12.5</b>	<b>2.8</b>	<b>7か月連続プラス</b>
家具	6.1	0.1	4か月連続プラス
家電	22.6	0.2	2か月連続プラス
その他家庭用品	-8.9	-0.3	2か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.0</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-0.5	-0.0	10か月連続マイナス*
菓子	19.6	1.5	13か月連続プラス*
惣菜	19.6	1.0	13か月連続プラス*
その他食料品	9.4	0.7	3か月連続プラス*
<b>食料品</b>	<b>13.7</b>	<b>3.2</b>	<b>7か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>15.8</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
<b>サービス</b>	<b>-4.7</b>	<b>-0.1</b>	<b>3か月ぶりマイナス</b>
<b>その他</b>	<b>12.5</b>	<b>0.3</b>	<b>13か月ぶりプラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-7.6</b>	<b>-0.1</b>	<b>4か月連続マイナス</b>

(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>