

2022年4月 東京地区百貨店売上高概況

2022年5月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1,094億円余
2. 前年同月比(増減率)	27.0%(8か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭27.0%(89.4%)：非店頭26.6%(10.6%) ()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3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	15,006人 (前年同月比：-6.5%)
7. 3か月移動平均値	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%、2-4月 14.2%

[参考] 2021年4月の売上高増減率は186.2%

【特徴】

- (1) 4月の東京地区は、売上高27.0%増(8か月連続)、入店客数30.3%増(7か月連続)と、先月に続き二桁増で推移した。前年の緊急事態宣言等による営業制限の反動に加え、外出増加に伴う客数増や高額品の高伸が寄与した。コロナ禍前の2019年比では、売上高13.0%減、入店客数29.6%減だが、回復傾向は一段と高まってきている。
- (2) 商品別では、主要5品目全て二桁増と前年を大きく上回った。品目別の動向では、主力の衣料品(30.2%増/7か月連続)に勢いが見られた。気温上昇で春夏物が好調だったほか、GWのお出かけ需要を背景に、紳士ではTシャツやポロシャツ、カットソーなどカジュアルなアイテム、婦人ではブラウスやワンピースが良く動いた。
- (3) 身のまわり品(44.0%増/8か月連続)では、ラグジュアリーブランドの活況が継続しているほか、行楽需要の高まりを受け、スーツケース等トラベルバッグが伸長した。雑貨(25.5%増/8か月連続)は、富裕層の旺盛な消費意欲を背景に、各店で実施した会員顧客向けイベント等の施策が奏功し、時計・宝飾がコロナ禍前を上回る水準で大幅増となった。
- (4) 食料品(17.5%増/8か月連続)は、食事を伴う会合の増加で弁当等惣菜が好調に推移したほか、手土産需要の回復から和・洋菓子共に好調だった。また、母の日商戦では、スイーツと花のセットやカタログギフト等の企画商材が注目を集め、ECでの購入増加が見られた。
- (5) 5月中間段階の商況は147.7%増(5/18時点)と、前年の営業制限の反動から、三桁増で推移している。2019年比でも約9%減と更に復調してきている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 +0.2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：16店、②変化なし：2店、③減少した：0店
- (3) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数14店舗)
①増加した：6店、②変化なし：8店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年4月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	109,445,749	100.0	27.0
紳士服・洋品	8,109,259	7.4	28.9
婦人服・洋品	17,098,648	15.6	32.9
子供服・洋品	2,979,799	2.7	24.1
その他衣料品	1,547,103	1.4	21.4
衣 料 品	29,734,809	27.2	30.2
身のまわり品	18,103,986	16.5	44.0
化粧品	8,578,564	7.8	10.2
美術・宝飾・貴金属	12,224,854	11.2	47.1
その他雑貨	3,890,906	3.6	8.9
雑 貨	24,694,324	22.6	25.5
家 具	1,344,313	1.2	23.0
家 電	1,016,975	0.9	30.0
その他家庭用品	2,866,767	2.6	6.3
家 庭 用 品	5,228,055	4.8	14.3
生 鮮 食 品	3,189,396	2.9	-1.4
菓 子	7,226,633	6.6	33.3
惣 菜	6,040,752	5.5	19.4
その他食料品	8,845,723	8.1	13.2
食 料 品	25,302,504	23.1	17.5
食 堂 喫 茶	1,946,463	1.8	57.5
サ ー ビ ス	2,330,677	2.1	36.3
そ の 他	2,104,931	1.9	2.0

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	1,497,580 千円	8.0
従業員数	15,006 人	-6.5
店舗面積	797,849 m ²	-0.5
営業日数	30.0 日	前年 29.8 日

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、全ての品目が二桁増となった。その他の品目は、生鮮食品を除く全ての品目でプラスとなり、子供服・洋品が3か月ぶりにプラスとなったほか、化粧品が8か月連続、美術・宝飾・貴金属が15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
総額	27.0	—	8か月連続プラス
紳士服・洋品	28.9	2.1	6か月連続プラス
婦人服・洋品	32.9	4.9	8か月連続プラス
子供服・洋品	24.1	0.7	3か月ぶりプラス
その他衣料品	21.4	0.3	2か月連続プラス
衣料品	30.2	8.0	7か月連続プラス
身のまわり品	44.0	6.4	8か月連続プラス
化粧品	10.2	0.9	8か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	47.1	4.5	15か月連続プラス*
その他雑貨	8.9	0.4	2か月連続プラス*
雑貨	25.5	5.8	8か月連続プラス
家具	23.0	0.3	5か月連続プラス
家電	30.0	0.3	3か月連続プラス
その他家庭用品	6.3	0.2	3か月ぶりプラス
家庭用品	14.3	0.8	3か月ぶりプラス
生鮮食品	-1.4	-0.1	11か月連続マイナス*
菓子	33.3	2.1	14か月連続プラス*
惣菜	19.4	1.1	14か月連続プラス*
その他食料品	13.2	1.2	4か月連続プラス*
食料品	17.5	4.4	8か月連続プラス
食堂喫茶	57.5	0.8	2か月連続プラス
サービス	36.3	0.7	2か月ぶりプラス
その他	2.0	0.0	2か月連続プラス
商品券	8.0	0.1	5か月ぶりプラス

(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>