

2022年6月 東京地区百貨店売上高概況

2022年7月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 236億円余
2. 前年同月比(増減率)	13.8%(10か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭15.6%(90.7%)：非店頭-1.1%(9.3%) ()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5月対比±0店)
5. 総店舗面積	796,101㎡ (前年同月比：-0.8%)
6. 総従業員数	14,973人 (前年同月比：-5.1%)
7. 3か月移動平均値	11-1月 13.9%、12-2月 12.9%、1-3月 13.2%、 2-4月 14.2%、3-5月 33.1%、4-6月 34.3%

[参考] 2021年6月の売上高増減率は3.7%

【特徴】

- (1) 6月の東京地区は、前年の緊急事態宣言による影響(一部売場の休業)の反動や、外出機会の増加に加えて、高額消費の活況も寄与し、売上高13.8%増(10か月連続)、入店客数26.6%増(9か月連続)と、前年実績を上回った。コロナ前の2019年比では、売上高は11.3%減、免税売上を除いた国内売上では4.3%減となり、引き続き回復傾向を維持している。なお、入店客数は26.2%減であった。
- (2) 商品別では、3か月連続で主要5品目全てプラスとなり、特にラグジュアリーブランドを含む身のまわり品(35.4%増/10か月連続)や宝飾や時計等を含む雑貨(18.8%増/10か月連続)が売上を牽引した。衣料品(11.0%増/9か月連続)は、セール開始時期(前年は6月下旬、本年は7月から)の影響もあったが、婦人服では盛夏商材が好調で、カットソー、ブラウス、ワンピースが動いた他、紳士服でもスーツやジャケット等、ビジネスアイテムも復調傾向を見せた。
- (3) 需要拡大が続くラグジュアリーブランドでは、若年層の購買も多く見られ、バッグや財布、時計、アクセサリ等が人気を集めた。また化粧品では、一部海外ブランド等で値上げ前の駆け込み需要が見られた。更には、記録的に早い梅雨明けや月後半の猛暑等の天候与件から、日傘や帽子、サングラス等のUVアイテムも例年以上に動きを見せた。
- (4) 食料品(3.9%増/10か月連続)は、イエナカニーズの減退や外食機会の増加により、生鮮食品(4.8%減)が苦戦した他、惣菜(3.5%増)も伸びが鈍化した。菓子(16.2%増)は手土産需要を受け、和洋菓子共に引き続き好調だった。中元商戦は前年並みに推移している。
- (5) 7月中間段階の商況は前年比19.1%増(7/18時点)、2019年比で約2%減と、店舗によりばらつきはあるものの、平均値では、ほぼコロナ前の水準に戻ってきている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0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：16店、②変化なし：1店、③減少した：1店
- (3) 6月歳時記(父の日、中元)の売上(同上/有効回答数13店舗)
①増加した：2店、②変化なし：9店、③減少した：2店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	123,661,261	100.0	13.8
紳士服・洋品	8,381,545	6.8	12.8
婦人服・洋品	17,284,276	14.0	11.5
子供服・洋品	1,406,624	1.1	-4.2
その他衣料品	1,688,750	1.4	11.3
衣 料 品	28,761,195	23.3	11.0
身のまわり品	20,244,608	16.4	35.4
化粧品	9,518,539	7.7	9.1
美術・宝飾・貴金属	13,136,201	10.6	32.8
その他雑貨	3,711,768	3.0	3.6
雑 貨	26,366,508	21.3	18.8
家 具	1,169,867	0.9	-3.2
家 電	807,359	0.7	-5.8
その他家庭用品	3,033,887	2.5	6.3
家 庭 用 品	5,011,113	4.1	1.9
生 鮮 食 品	4,756,303	3.8	-4.8
菓 子	10,192,005	8.2	16.2
惣 菜	6,773,126	5.5	3.5
その他食料品	14,517,907	11.7	-0.3
食 料 品	36,239,341	29.3	3.9
食 堂 喫 茶	2,194,419	1.8	66.1
サ ー ビ ス	1,802,975	1.5	26.2
そ の 他	3,041,102	2.5	0.6

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	3,185,793 千円	-1.4
従業員数	14,973 人	-5.1
店舗面積	796,101 m ²	-0.8
営業日数	30.0 日	前年 30.0 日

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、全ての品目がプラスとなり、衣料品、身のまわり品、雑貨が二桁増となった。その他の品目は、美術・宝飾・貴金属が17か月連続、菓子、惣菜が16か月連続でプラスとなった一方、子供服・洋品が3か月ぶり、家具が7か月ぶり、家電が5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	13.8	—	10か月連続プラス
紳士服・洋品	12.8	0.9	8か月連続プラス
婦人服・洋品	11.5	1.6	10か月連続プラス
子供服・洋品	-4.2	-0.1	3か月ぶりマイナス
その他衣料品	11.3	0.2	4か月連続プラス
衣料品	11.0	2.6	9か月連続プラス
身のまわり品	35.4	4.9	10か月連続プラス
化粧品	9.1	0.7	10か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	32.8	3.0	17か月連続プラス*
その他雑貨	3.6	0.1	4か月連続プラス*
雑貨	18.8	3.8	10か月連続プラス
家具	-3.2	-0.0	7か月ぶりマイナス
家電	-5.8	-0.0	5か月ぶりマイナス
その他家庭用品	6.3	0.2	3か月連続プラス
家庭用品	1.9	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-4.8	-0.2	2か月ぶりマイナス*
菓子	16.2	1.3	16か月連続プラス*
惣菜	3.5	0.2	16か月連続プラス*
その他食料品	-0.3	-0.0	6か月ぶりマイナス*
食料品	3.9	1.3	10か月連続プラス
食堂喫茶	66.1	0.8	4か月連続プラス
サービス	26.2	0.3	3か月連続プラス
その他	0.6	0.0	4か月連続プラス
商品券	-1.4	-0.0	3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>