

2022年8月 東京地区百貨店売上高概況

2022年9月22日

I. 概況

1. 売上高総額	1,031億円余
2. 前年同月比(増減率)	38.4%(12か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭33.4%(85.8%)：非店頭79.3%(14.2%) ()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7月対比±0店)
5. 総店舗面積	795,078㎡ (前年同月比：-1.1%)
6. 総従業員数	14,819人 (前年同月比：-4.2%)
7. 3か月移動平均値	1-3月 13.2%、2-4月 14.2%、3-5月 33.1%、 4-6月 34.3%、5-7月 30.2%、6-8月 21.6%

[参考] 2021年8月の売上高増減率は-9.1%

【特徴】

- (1) 8月の東京地区は、売上高38.4%増(12か月連続)、入店客数33.9%増(11か月連続)と共に二桁増となり前年実績を上回った。前年の緊急事態宣言による営業制限の反動等のプラス要因と、猛暑や新型コロナ感染拡大等のマイナス要因がある中、春先からの回復基調には若干停滞感が見られた。コロナ前の2019年比では、売上高は10.7%減、入店客数は32.5%減と前月より売上は2.3ポイント、入店客数は6.7ポイントダウンした。
- (2) 商品別では、5か月連続で主要5品目全てプラスとなった。衣料品(42.4%増/11か月連続)は、カットソー、Tシャツ、ブラウス、ワンピースといった盛夏商材に加え、秋物軽衣料にも動きが見られた他、ビジネス回帰でスーツやワイシャツ、ネクタイ等も動いた。
- (3) 身のまわり品(58.0%増/12か月連続)でもビジネス需要の戻りを受け、紳士、婦人共にシューズやバッグが好調だった他、国内旅行向けのスーツケース等も好調だった。増勢が続くラグジュアリーブランドは、価格改定の影響が続く中、富裕層の強いニーズに支えられ一段の伸びを示した。身のまわり品はコロナ前の2019年実績も上回っている。雑貨(32.5%増/12か月連続)は、化粧品で一部ブランドの価格改定前の駆け込み需要が見られた他、特に香水等のフレグランス商材に動きが見られた。
- (4) 食料品(27.0%増/12か月連続)は、帰省土産需要で和・洋菓子共に非常に好調だったほか、生鮮食品も進物や帰省需要から青果が好調で3か月ぶりにプラスに転じた。
- (5) 9月中間段階の商況は、前年比約3.1%増(9/15時点)で推移しているが、消費増税前の駆け込み需要があった2019年比では約1.3%減で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 ±0.0日)
- (2) 入店客数増減(回答店舗数で見る傾向値/前年同月比/有効回答数18店舗)
①増加した：14店、②変化なし：3店、③減少した：1店
- (3) 8月歳時記(夏休み、お盆)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8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	103,191,948	100.0	38.4
紳士服・洋品	5,970,538	5.8	30.1
婦人服・洋品	13,686,624	13.3	51.0
子供服・洋品	1,241,987	1.2	33.4
その他衣料品	1,435,609	1.4	30.1
衣 料 品	22,334,758	21.6	42.4
身のまわり品	17,855,216	17.3	58.0
化粧品	8,121,242	7.9	18.1
美術・宝飾・貴金属	13,307,651	12.9	47.4
その他雑貨	3,608,851	3.5	20.8
雑 貨	25,037,744	24.3	32.5
家 具	1,145,566	1.1	12.0
家 電	705,241	0.7	-8.2
その他家庭用品	2,601,965	2.5	29.7
家 庭 用 品	4,452,772	4.3	17.2
生 鮮 食 品	3,363,878	3.3	7.2
菓 子	7,778,477	7.5	51.3
惣 菜	6,440,574	6.2	27.6
その他食料品	8,443,449	8.2	17.8
食 料 品	26,026,378	25.2	27.0
食 堂 喫 茶	2,123,411	2.1	91.2
サ ー ビ ス	3,521,426	3.4	130.3
そ の 他	1,840,243	1.8	6.8

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	1,259,379 千円	2.5
従 業 員 数	14,819 人	-4.2
店 舗 面 積	795,078 m ²	-1.1

営 業 日 数	30.9 日	前年	30.9 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、家電を除く全ての品目がプラスとなり、婦人服・洋品、化粧品が12か月連続、菓子、惣菜が18か月連続、美術・宝飾・貴金属が19か月連続でプラスとなったほか、生鮮食品が3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	38.4	—	12か月連続プラス
紳士服・洋品	30.1	1.9	10か月連続プラス
婦人服・洋品	51.0	6.2	12か月連続プラス
子供服・洋品	33.4	0.4	2か月連続プラス
その他衣料品	30.1	0.4	6か月連続プラス
衣料品	42.4	8.9	11か月連続プラス
身のまわり品	58.0	8.8	12か月連続プラス
化粧品	18.1	1.7	12か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	47.4	5.7	19か月連続プラス*
その他雑貨	20.8	0.8	6か月連続プラス*
雑貨	32.5	8.2	12か月連続プラス
家具	12.0	0.2	2か月連続プラス
家電	-8.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	29.7	0.8	2か月ぶりプラス
家庭用品	17.2	0.9	5か月連続プラス
生鮮食品	7.2	0.3	3か月ぶりプラス*
菓子	51.3	3.5	18か月連続プラス*
惣菜	27.6	1.9	18か月連続プラス*
その他食料品	17.8	1.7	2か月連続プラス*
食料品	27.0	7.4	12か月連続プラス
食堂喫茶	91.2	1.4	6か月連続プラス
サービス	130.3	2.7	5か月連続プラス
その他	6.8	0.2	2か月ぶりプラス
商品券	2.5	0.0	3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>