

# 2022年9月 全国百貨店売上高概況

2022年10月25日

## I. 概況

1. 売上高総額	3,813億円余
2. 前年同月比（増減率）	20.2%（店舗数調整後／7か月連続プラス）
3. 調査対象百貨店	71社 186店（2022年8月対比－1店）
4. 総店舗面積	4,874,724㎡（前年同月比：－1.4%）
5. 総従業員数	54,957人（前年同月比：－5.4%）
6. 3か月移動平均値 （店舗数調整後）	2-4月 7.4%、3-5月 22.8%、4-6月 26.3%、 5-7月 22.0%、6-8月 14.7%、7-9月 17.6%

〔参考〕2021年9月の売上高増減率は－4.3%（店舗数調整後）

### 【特徴】

9月の売上高は20.2%増、入店客数21.5%増と、前月に続き共に二桁の伸びを示した。台風による時短営業や臨時休業も見られたが、前年の緊急事態宣言等による営業制限の反動に加え、増勢を維持する高額品、秋冬商材が活発に動いた衣料品・服飾雑貨等が牽引した。外商催事や会員向け企画、物産展など各種イベントも好評で、集客と売上に寄与した。

コロナ前との比較では、消費増税前の駆け込み需要のあった2019年比は23.6%減だが、2018年比では6.5%減と、回復基調が続いている。

顧客別では、インバウンドが、段階的な水際緩和で204.0%増（6か月連続/シェア2.4%）となったが、コロナ前の2019年比では63.7%減と、依然厳しい状況に大きな変化はない。国内市場は18.4%増（7か月連続/シェア97.6%）、2019年比では21.5%減となった。

地区別では、全地区で対前年増となった。大都市（10都市/12か月連続/24.6%増）と地方（10都市以外の地区/6か月連続/8.5%増）の伸び率格差は、前月より3.1ポイント縮小した。

商品別では、主要5品目全てで前年実績をクリアした。ラグジュアリーブランドや時計・宝飾品等高額商材は高伸が続いており、特に美術・宝飾・貴金属の対前年比増は20か月連続と、過去最長を更新した。また、衣料品や身のまわり品では、気温低下や外出・旅行ニーズの高まりで、コートやジャケット、靴、トラベルバッグなどが動いた。食料品では、手土産・ギフト需要を背景に和洋菓子が高い伸びを維持した他、惣菜も好調（13か月連続増・過去最長更新）だったが、生鮮食品は台風や円安の影響から苦戦し前年割れとなった。

年末商戦に向け、各社ともデジタルを活用した取り組みや、業種業態を超えた連携策などを積極的に行っている。受注を開始したおせちについては、ライフスタイルや顧客ニーズに適合した商品を取りそろえ、堅調に推移している。

### 【要因】

(1) 天候：気象庁発表「9月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇北・東・西日本では、暖かい空気に覆われやすく、月平均気温は高かった。北日本日本海側では、高気圧に覆われて晴れた日が多かったため、月間日照時間はかなり多かった。

(2) 営業日数増減 29.7日（前年同月比 －0.2日）

(3) 土・日・祝日の合計 10日（ ” ±0日）

(4) 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106店舗）

①増加した：72店、②変化なし：23店、③減少した：11店

(5) 9月歳時記（敬老の日、彼岸）の売上（同上／有効回答数79店舗）

①増加した：21店、②変化なし：51店、③減少した：7店

# 全国百貨店 売上高速報 2022年9月

第1表 地区別売上高

※店舗数調整後 ( )が調整前

地 区	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
<b>全 国</b>	<b>381,315,435</b>	<b>100.0</b>	<b>20.2 ( 19.6)</b>
<b>10都市</b>	<b>286,915,566</b>	<b>75.2</b>	<b>24.6 ( 24.4)</b>
札幌	10,286,002	2.7	22.5
仙台	5,194,600	1.4	17.4
東京	118,971,163	31.2	27.0
横浜	23,895,299	6.3	12.5
名古屋	25,787,807	6.8	22.5
京都	16,316,157	4.3	24.5
大阪	56,433,989	14.8	31.4
神戸	9,486,032	2.5	17.6
広島	6,571,090	1.7	16.1 ( 9.5)
福岡	13,973,427	3.7	20.2
<b>10都市以外の地区</b>	<b>94,399,869</b>	<b>24.8</b>	<b>8.5 ( 6.9)</b>
北海道	889,522	0.2	20.4
東北	4,034,826	1.1	11.8 ( 8.2)
関東	43,196,190	11.3	8.8
中部	6,984,552	1.8	12.4 ( -5.2)
近畿	13,299,835	3.5	4.2
中国	7,512,472	2.0	12.1
四国	4,575,299	1.2	9.3
九州	13,907,173	3.6	6.2

第2表 商品別売上高

商 品 別	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>381,315,435</b>	<b>100.0</b>	<b>20.2 ( 19.6)</b>
紳士服・洋品	19,149,874	5.0	17.0 ( 16.1)
婦人服・洋品	69,434,097	18.2	23.3 ( 22.2)
子供服・洋品	5,942,599	1.6	10.6 ( 10.1)
その他衣料品	6,350,622	1.7	3.9 ( 3.7)
<b>衣 料 品</b>	<b>100,877,192</b>	<b>26.5</b>	<b>19.8 ( 18.9)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>59,628,676</b>	<b>15.6</b>	<b>31.7 ( 31.4)</b>
化粧品	33,399,752	8.8	18.3 ( 18.2)
美術・宝飾・貴金属	38,563,553	10.1	26.3 ( 26.1)
その他雑貨	11,962,708	3.1	11.6 ( 11.4)
<b>雑 貨</b>	<b>83,926,013</b>	<b>22.0</b>	<b>20.8 ( 20.6)</b>
家具	4,099,463	1.1	3.2 ( 3.0)
家電	984,852	0.3	-12.3 ( -12.3)
その他家庭用品	9,262,130	2.4	7.8 ( 6.1)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>14,346,445</b>	<b>3.8</b>	<b>4.9 ( 3.7)</b>
生 鮮 食 品	17,121,968	4.5	-0.5 ( -1.8)
菓 子	28,331,868	7.4	28.8 ( 28.2)
惣 菜	26,467,587	6.9	16.7 ( 16.1)
その他食料品	29,216,993	7.7	14.4 ( 14.0)
<b>食 料 品</b>	<b>101,138,416</b>	<b>26.5</b>	<b>15.7 ( 15.0)</b>
食 堂 喫 茶	8,897,572	2.3	57.5 ( 56.3)
サ ー ビ ス	3,848,604	1.0	16.6 ( 16.1)
そ の 他	8,652,517	2.3	5.4 ( 5.4)
<b>商 品 券</b>	<b>5,069,959</b>	<b>1.3</b>	<b>-0.4 ( -0.5)</b>

注) 構成比は計算処理上必ずしも100%にはなりません。商品券は総額に含まれません。また、商品券の構成比は、総額に対する比率です。本統計には消費税は含まれておりません。

## Ⅱ. 地区別の動き

1. 10都市売上動向	24.6% (店舗数調整後/12か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	8.5% (店舗数調整後/6か月連続プラス)

### 【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>24.6</b>	<b>17.9</b>	<b>12か月連続プラス</b>
札幌	22.5	0.6	7か月連続プラス
仙台	17.4	0.2	7か月連続プラス
東京	27.0	8.0	13か月連続プラス
横浜	12.5	0.8	7か月連続プラス
名古屋	22.5	1.5	12か月連続プラス
京都	24.5	1.0	12か月連続プラス
大阪	31.4	4.3	12か月連続プラス
神戸	17.6	0.4	7か月連続プラス
広島	16.1	0.3	7か月連続プラス
福岡	20.2	0.7	12か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>8.5</b>	<b>2.3</b>	<b>6か月連続プラス</b>
北海道	20.4	0.0	5か月連続プラス*
東北	11.8	0.1	5か月連続プラス*
関東	8.8	1.1	7か月連続プラス
中部	12.4	0.2	6か月連続プラス
近畿	4.2	0.2	2か月連続プラス
中国	12.1	0.3	6か月連続プラス*
四国	9.3	0.1	2か月連続プラス
九州	6.2	0.3	2か月連続プラス*

(注) 北海道、東北、中国、九州については、2006年1月からそれぞれ札幌、仙台、広島、福岡を10都市に移行した。(2005年までは6大都市)

### Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は、全ての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20か月連続でプラスとなったほか、紳士服・洋品、婦人服・洋品が7か月連続でプラスとなった一方、家電が3か月ぶり、生鮮食品が2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
<b>総額</b>	<b>20.2</b>	<b>—</b>	<b>7か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	17.0	0.9	7か月連続プラス
婦人服・洋品	23.3	4.1	7か月連続プラス
子供服・洋品	10.6	0.2	2か月連続プラス
その他衣料品	3.9	0.1	6か月連続プラス
<b>衣料品</b>	<b>19.8</b>	<b>5.3</b>	<b>7か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>31.7</b>	<b>4.5</b>	<b>12か月連続プラス</b>
化粧品	18.3	1.6	7か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	26.3	2.5	20か月連続プラス*
その他雑貨	11.6	0.4	6か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>20.8</b>	<b>4.6</b>	<b>12か月連続プラス</b>
家具	3.2	0.0	6か月連続プラス
家電	-12.3	-0.0	3か月ぶりマイナス
その他家庭用品	7.8	0.2	2か月連続プラス
<b>家庭用品</b>	<b>4.9</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月連続プラス</b>
生鮮食品	-0.5	-0.0	2か月ぶりマイナス*
菓子	28.8	2.0	13か月連続プラス*
惣菜	16.7	1.2	13か月連続プラス*
その他食料品	14.4	1.2	2か月連続プラス*
<b>食料品</b>	<b>15.7</b>	<b>4.3</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>57.5</b>	<b>1.0</b>	<b>7か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>16.6</b>	<b>0.2</b>	<b>6か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>5.4</b>	<b>0.1</b>	<b>6か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-0.4</b>	<b>-0.0</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>