

2022年10月 東京地区百貨店売上高概況

2022年11月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 225億円余
2. 前年同月比（増減率）	17.0%（14か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭17.7%（92.2%）：非店頭9.1%（7.8%） （）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9月対比±0店）
5. 総店舗面積	758,082㎡（前年同月比：-5.6%）
6. 総従業員数	14,748人（前年同月比：-5.2%）
7. 3か月移動平均値	3-5月 33.1%、4-6月 34.3%、5-7月 30.2%、 6-8月 21.6%、7-9月 26.5%、8-10月 26.3%

[参考] 2021年10月の売上高増減率は4.9%

【特徴】

- (1) 10月の東京地区は、売上高17.0%増(14か月連続)、入店客数10.8%増(13か月連続)と、前年実績を上回った。外出機会の増加や旅行需要の高まりを受けて、物産催事や会員施策が奏功した他、高額商材の増勢が売上を牽引した。コロナ前との比較では、消費増税の影響があった2019年比では、売上高17.4%増、入店客数18.7%減となり、特殊要因のない2018年比では売上高4.9%減と、着実に回復傾向が続いている。
- (2) 商品別では、主要5品目では家庭用品を除く4品目がプラスとなった。主力の衣料品(18.4%増/13か月連続)は、外出機会の増加や気温低下、買い替え需要を背景に、紳士・婦人共にコートやジャケット等アウターが好調だった他、オケーションニーズでフォーマルにも動きが見られた。
- (3) 身のまわり品(43.5%増/14か月連続)は、ラグジュアリーブランドへの需要の強さに変化はなく、国内顧客の旺盛な消費意欲に加え、水際緩和と円安効果でインバウンド需要も復調し始めたことで、2018年実績も上回った。雑貨(14.6%増/14か月連続)は、時計・宝飾品等で一部価格改訂前の駆け込みも見られた。化粧品はリップやアイメイク等ポイントメイクアイテムが伸長した。
- (4) 食料品(6.8%増/14か月連続)は、手土産需要や改装効果等で菓子が二桁増と好調に推移し、2018年実績も上回った。また、人の集まりが増加したことで弁当等惣菜も堅調だった。おせちやクリスマスケーキの予約は順調な滑り出しを見せている。
- (5) 11月中間段階の商況は、前年比約13%増(11/16時点)で推移している。

【要因】

- (1) 営業日数増減 29.8日（前年同月比 -1.2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：1店、③減少した：1店
- (3) 10月歳時記（秋物商戦、秋の行楽）の売上（同上/有効回答数14店舗）
①増加した：4店、②変化なし：9店、③減少した：1店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年10月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	122,591,122	100.0	17.0
紳士服・洋品	10,515,280	8.6	19.6
婦人服・洋品	21,720,446	17.7	21.0
子供服・洋品	1,983,757	1.6	9.2
その他衣料品	1,756,867	1.4	-3.5
衣 料 品	35,976,350	29.3	18.4
身のまわり品	21,308,386	17.4	43.5
化粧品	9,285,736	7.6	12.4
美術・宝飾・貴金属	13,290,139	10.8	17.8
その他雑貨	4,128,220	3.4	10.0
雑 貨	26,704,095	21.8	14.6
家 具	1,305,183	1.1	-2.8
家 電	737,527	0.6	0.9
その他家庭用品	2,808,373	2.3	-7.4
家 庭 用 品	4,851,083	4.0	-5.0
生 鮮 食 品	3,356,196	2.7	-1.8
菓 子	7,480,431	6.1	13.9
惣 菜	7,535,993	6.1	6.2
その他食料品	9,109,846	7.4	5.1
食 料 品	27,482,466	22.4	6.8
食 堂 喫 茶	2,141,810	1.7	20.1
サ ー ビ ス	2,174,820	1.8	31.8
そ の 他	1,952,112	1.6	-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	1,455,946 千円	0.1
従 業 員 数	14,748 人	-5.2
店 舗 面 積	758,082 m ²	-5.6

営 業 日 数	29.8 日	前年	31.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は、家庭用品が7か月ぶりに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12か月連続、婦人服・洋品が14か月連続、美術・宝飾・貴金属が21か月連続でプラスとなった一方、家具が4か月ぶり、生鮮食品が3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	17.0	—	14か月連続プラス
紳士服・洋品	19.6	1.6	12か月連続プラス
婦人服・洋品	21.0	3.6	14か月連続プラス
子供服・洋品	9.2	0.2	4か月連続プラス
その他衣料品	-3.5	-0.1	8か月ぶりマイナス
衣料品	18.4	5.3	13か月連続プラス
身のまわり品	43.5	6.2	14か月連続プラス
化粧品	12.4	1.0	14か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	17.8	1.9	21か月連続プラス*
その他雑貨	10.0	0.4	8か月連続プラス*
雑貨	14.6	3.3	14か月連続プラス
家具	-2.8	-0.0	4か月ぶりマイナス
家電	0.9	0.0	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	-7.4	-0.2	3か月ぶりマイナス
家庭用品	-5.0	-0.2	7か月ぶりマイナス
生鮮食品	-1.8	-0.1	3か月ぶりマイナス*
菓子	13.9	0.9	20か月連続プラス*
惣菜	6.2	0.4	20か月連続プラス*
その他食料品	5.1	0.4	4か月連続プラス*
食料品	6.8	1.7	14か月連続プラス
食堂喫茶	20.1	0.3	8か月連続プラス
サービス	31.8	0.5	7か月連続プラス
その他	-2.0	-0.0	3か月ぶりマイナス
商品券	0.1	0.0	3か月連続プラス

(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>