

2022年11月 東京地区百貨店売上高概況

2022年12月23日

I. 概況

1. 売上高総額	1,385億円余
2. 前年同月比(増減率)	7.8%(15か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭8.3%(90.6%)：非店頭3.5%(9.4%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 23店 (2022年10月対比-1店)
5. 総店舗面積	758,082㎡ (前年同月比：-5.6%)
6. 総従業員数	14,693人 (前年同月比：-4.8%)
7. 3か月移動平均値	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%、9-11月 16.2%

[参考] 2021年11月の売上高増減率は10.0%

【特徴】

- (1) 11月の東京地区は、売上高は7.8%増(15か月連続)と前年実績を上回った。引き続き活況な高額消費が売上を牽引した他、水際緩和によるインバウンド売上も復調してきた。コロナ前との比較では、消費増税の反動が残る2019年比では、売上高2.6%減、特殊要因のない2018年比では売上高7.2%減だが、2018年実績を上回る店舗もあり、着実に回復基調は続いている。
- (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(5.5%増/14か月連続)は、月後半に気温が高く推移した影響から、ウール素材のコート等、重衣料の動きは鈍かったものの、非ウール素材のコートやジャケット、ブルゾン、ジレ等の軽アウター類や、手袋やマフラー、帽子等の冬小物は堅調だった。
- (3) 身のまわり品(25.5%増/15か月連続)は、訪日需要を含め増勢が続くラグジュアリーブランドでは、ブーツやブランドのアイコンバッグ等が好調だった他、旅行需要でスーツケースやトラベルバッグ、カジュアルシューズ等も動いた。雑貨(11.0%増/15か月連続)は、時計・宝飾で一部価格改訂前の駆け込み需要が見られた。化粧品は、クリスマスコフレ等の限定品やフレグランス商品を中心に堅調に推移した。
- (4) 食料品(2.0%増/15か月連続)は、菓子が手土産やお歳暮、自家需要等、ニーズの拡大を受け引き続き好調で、2018年実績も上回った。クリスマスケーキ、おせちの予約は店頭・EC共に比較的堅調に推移している。
- (5) 12月中間段階の商況は、前年比6.7%増(12/15時点)で推移している。2019年比では約2%減で推移しており、コロナ禍前の水準にほぼ並びつつある。

【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：12店、②変化なし：4店、③減少した：2店
- (3) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数11店舗)
①増加した：3店、②変化なし：4店、③減少した：4店

東京地区百貨店 売上高速報 2022年11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	138,545,118	100.0	7.8
紳士服・洋品	10,116,456	7.3	3.9
婦人服・洋品	20,911,098	15.1	8.6
子供服・洋品	1,759,514	1.3	4.9
その他衣料品	1,538,088	1.1	-18.3
衣 料 品	34,325,156	24.8	5.5
身のまわり品	21,504,711	15.5	25.5
化粧品	10,318,425	7.4	3.7
美術・宝飾・貴金属	14,737,084	10.6	18.5
その他雑貨	4,756,295	3.4	6.2
雑 貨	29,811,804	21.5	11.0
家 具	1,305,044	0.9	-1.5
家 電	1,958,219	1.4	14.0
その他家庭用品	3,054,949	2.2	-8.3
家 庭 用 品	6,318,212	4.6	-0.9
生 鮮 食 品	5,174,084	3.7	-4.6
菓 子	11,415,862	8.2	5.1
惣 菜	8,101,073	5.8	0.6
その他食料品	14,912,470	10.8	2.9
食 料 品	39,603,489	28.6	2.0
食 堂 喫 茶	2,094,819	1.5	4.1
サ ー ビ ス	1,973,892	1.4	7.5
そ の 他	2,913,035	2.1	-1.1

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	3,030,827 千円	-6.7
従 業 員 数	14,693 人	-4.8
店 舗 面 積	758,082 m ²	-5.6

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、家庭用品を除く4品目でプラスとなった。
 その他の品目は、化粧品が15か月連続、美術・宝飾・貴金属が22か月連続でプラスとなったほか、菓子、惣菜が21か月連続でプラスとなったが、家具と生鮮食品が2か月連続でマイナスとなった。

【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	7.8	—	15か月連続プラス
紳士服・洋品	3.9	0.3	13か月連続プラス
婦人服・洋品	8.6	1.3	15か月連続プラス
子供服・洋品	4.9	0.1	5か月連続プラス
その他衣料品	-18.3	-0.3	2か月連続マイナス
衣料品	5.5	1.4	14か月連続プラス
身のまわり品	25.5	3.4	15か月連続プラス
化粧品	3.7	0.3	15か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	18.5	1.8	22か月連続プラス*
その他雑貨	6.2	0.2	9か月連続プラス*
雑貨	11.0	2.3	15か月連続プラス
家具	-1.5	-0.0	2か月連続マイナス
家電	14.0	0.2	2か月連続プラス
その他家庭用品	-8.3	-0.2	2か月連続マイナス
家庭用品	-0.9	-0.0	2か月連続マイナス
生鮮食品	-4.6	-0.2	2か月連続マイナス*
菓子	5.1	0.4	21か月連続プラス*
惣菜	0.6	0.0	21か月連続プラス*
その他食料品	2.9	0.3	5か月連続プラス*
食料品	2.0	0.6	15か月連続プラス
食堂喫茶	4.1	0.1	9か月連続プラス
サービス	7.5	0.1	8か月連続プラス
その他	-1.1	-0.0	2か月連続マイナス
商品券	-6.7	-0.2	4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>