

# 2022年11月 全国百貨店売上高概況

2022年12月23日

## I. 概況

1. 売上高総額	4,692億円余
2. 前年同月比(増減率)	4.5%(店舗数調整後/9か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	71社 185店 (2022年10月対比-1店)
4. 総店舗面積	4,840,472㎡ (前年同月比:-1.8%)
5. 総従業員数	54,500人 (前年同月比:-5.6%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	4-6月 26.3%、5-7月 22.0%、6-8月 14.7%、 7-9月 17.6%、8-10月 18.4%、9-11月 11.1%

[参考] 2021年11月の売上高増減率は8.1%(店舗数調整後)

### 【特徴】

11月の売上高は4.5%増、入店客数1.2%増と共に9か月連続プラスとなった。

中旬以降気温が高く推移したことと新型コロナ感染者数増加により、伸び率は前月より減少したが、引き続き活発だった高額消費と、前月の水際緩和で増勢に転じたインバウンドが牽引した。各社企画の外商催事や物産展など食品催事も好評だった。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3.0%減、特殊要因のない2018年比では8.8%減だったが、2018年実績を超える店舗もあり回復基調は続いている。

顧客別では、インバウンドが、円安と水際緩和から403.2%増(8か月連続/シェア3.7%)と、前月より68.0ポイント上昇した。コロナ前の2019年比では32.9%減と約7割まで戻っている。国内市場は1.4%増(9か月連続/シェア96.3%)とプラスを維持したが、2019年比では1.3%減と、コロナ前の水準には僅かに届かなかった。

地区別では、8地区で前年をクリアした大都市(10都市/7.0%増)が14か月連続増となったが、地方(10都市以外の地区/2.2%減)は7地区で前年割れし、8か月ぶりにマイナスに転じた。

商品別では、主要5品目のうち4品目で前年実績を超えた。増勢が続く高額品では、ラグジュアリーブランドの価格改定に伴う駆け込み購買やインバウンド需要も見られた。衣料品や服飾雑貨では、天候与件から季節商材は苦戦したが、ジャケット、トラベルバッグ、紳士・婦人靴が動いた。食料品は、生鮮食品が価格高騰や巣ごもり需要の反動から前年を下回ったが、菓子は手土産やお歳暮が好調で15か月連続増となった。おせち、クリスマスケーキ、福袋の予約は堅調に推移している。

物価高等厳しい消費環境の中、各社では、最需要期の年末商戦で業績回復を確かなものとするべく、感染防止に注力しつつも、様々な営業施策を展開している。

### 【要因】

- (1) 天候： 気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)  
◇寒気の影響が弱く、低気圧の前面で南から暖かい空気が流れ込んだ時期もあったため、月平均気温は全国的にかなり高かった。日照時間は高気圧に覆われやすかったため、北・東・西日本日本海側でかなり多かった。
- (2) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 -0.1日)
- (3) 土・日・祝日の合計 10日( // ±0.0日)
- (4) 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108店舗)  
①増加した：41店、②変化なし：27店、③減少した：40店
- (5) 11月歳時記(歳暮、七五三)の売上(同上/有効回答数73店舗)  
①増加した：6店、②変化なし：43店、③減少した：24店

# 全国百貨店 売上高速報 2022年11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>469,261,448</b>	<b>100.0</b>	<b>4.5 ( 4.3)</b>
<b>10都市</b>	<b>347,382,853</b>	<b>74.0</b>	<b>7.0 ( 6.9)</b>
札幌	11,590,383	2.5	2.2
仙台	6,328,904	1.3	-4.4
東京	138,545,118	29.5	7.8
横浜	30,034,911	6.4	1.1
名古屋	31,516,257	6.7	5.3
京都	20,341,621	4.3	6.4
大阪	70,741,626	15.1	13.3
神戸	10,983,385	2.3	3.3
広島	8,630,422	1.8	-2.2 (-7.0)
福岡	18,670,226	4.0	7.3
<b>10都市以外の地区</b>	<b>121,878,595</b>	<b>26.0</b>	<b>-2.2 (-2.3)</b>
北海道	940,507	0.2	3.1
東北	4,915,003	1.0	-5.9 (-8.3)
関東	54,834,673	11.7	-2.2
中部	8,302,713	1.8	-3.3
近畿	16,425,857	3.5	-1.3
中国	9,838,625	2.1	-1.0
四国	5,962,440	1.3	-4.7
九州	20,658,777	4.4	-1.2

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>469,261,448</b>	<b>100.0</b>	<b>4.5 ( 4.3)</b>
紳士服・洋品	27,611,968	5.9	-1.3 (-1.3)
婦人服・洋品	84,725,132	18.1	5.5 ( 5.4)
子供服・洋品	6,351,904	1.4	-5.9 (-6.1)
その他衣料品	7,158,483	1.5	-10.5 (-10.7)
<b>衣 料 品</b>	<b>125,847,487</b>	<b>26.8</b>	<b>2.3 ( 2.2)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>67,956,539</b>	<b>14.5</b>	<b>13.6 ( 13.5)</b>
化粧品	33,922,950	7.2	3.6 ( 3.6)
美術・宝飾・貴金属	42,665,172	9.1	15.7 ( 15.7)
その他雑貨	13,666,313	2.9	4.5 ( 4.3)
<b>雑 貨</b>	<b>90,254,435</b>	<b>19.2</b>	<b>9.1 ( 9.1)</b>
家具	4,190,994	0.9	-7.1 (-7.3)
家電	2,333,407	0.5	11.5 ( 11.5)
その他家庭用品	10,651,987	2.3	-7.4 (-7.5)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>17,176,388</b>	<b>3.7</b>	<b>-5.2 (-5.3)</b>
生 鮮 食 品	25,394,968	5.4	-2.4 (-3.1)
菓 子	40,260,761	8.6	2.9 ( 2.8)
惣 菜	30,216,240	6.4	1.4 ( 1.2)
その他食料品	46,933,159	10.0	-0.2 (-0.3)
<b>食 料 品</b>	<b>142,805,128</b>	<b>30.4</b>	<b>0.6 ( 0.3)</b>
食 堂 喫 茶	9,578,173	2.0	4.3 ( 4.0)
サ ー ビ ス	3,976,449	0.8	1.8 ( 1.5)
<b>そ の 他</b>	<b>11,666,849</b>	<b>2.5</b>	<b>12.3 ( 12.2)</b>
<b>商 品 券</b>	<b>12,098,375</b>	<b>2.6</b>	<b>-6.4 (-6.5)</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	7.0% (店舗数調整後/14か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	-2.2% (店舗数調整後/8か月ぶりマイナス)

### 【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>7.0</b>	<b>5.1</b>	<b>14か月連続プラス</b>
札幌	2.2	0.1	9か月連続プラス
仙台	-4.4	-0.1	9か月ぶりマイナス
東京	7.8	2.2	15か月連続プラス
横浜	1.1	0.1	9か月連続プラス
名古屋	5.3	0.4	14か月連続プラス
京都	6.4	0.3	14か月連続プラス
大阪	13.3	1.8	14か月連続プラス
神戸	3.3	0.1	9か月連続プラス
広島	-2.2	-0.0	9か月ぶりマイナス
福岡	7.3	0.3	14か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-2.2</b>	<b>-0.6</b>	<b>8か月ぶりマイナス</b>
北海道	3.1	0.0	7か月連続プラス*
東北	-5.9	-0.1	7か月ぶりマイナス*
関東	-2.2	-0.3	9か月ぶりマイナス
中部	-3.3	-0.1	8か月ぶりマイナス
近畿	-1.3	-0.0	4か月ぶりマイナス
中国	-1.0	-0.0	8か月ぶりマイナス*
四国	-4.7	-0.1	4か月ぶりマイナス
九州	-1.2	-0.1	4か月ぶりマイナス

(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、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、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15か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が9か月ぶり、子供服・洋品が4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>4.5</b>	<b>—</b>	<b>9か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	-1.3	-0.1	9か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	5.5	1.0	9か月連続プラス
子供服・洋品	-5.9	-0.1	4か月ぶりマイナス
その他衣料品	-10.5	-0.2	2か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>2.3</b>	<b>0.6</b>	<b>9か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>13.6</b>	<b>1.8</b>	<b>14か月連続プラス</b>
化粧品	3.6	0.3	9か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	15.7	1.3	22か月連続プラス*
その他雑貨	4.5	0.1	8か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>9.1</b>	<b>1.7</b>	<b>14か月連続プラス</b>
家具	-7.1	-0.1	2か月連続マイナス
家電	11.5	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	-7.4	-0.2	2か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-5.2</b>	<b>-0.2</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-2.4	-0.1	3か月連続マイナス*
菓子	2.9	0.3	15か月連続プラス*
惣菜	1.4	0.1	15か月連続プラス*
その他食料品	-0.2	-0.0	4か月ぶりマイナス*
<b>食料品</b>	<b>0.6</b>	<b>0.2</b>	<b>4か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>4.3</b>	<b>0.1</b>	<b>9か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>1.8</b>	<b>0.0</b>	<b>8か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>12.3</b>	<b>0.3</b>	<b>8か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-6.4</b>	<b>-0.2</b>	<b>6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>