

2023年1月 東京地区百貨店売上高概況

2023年2月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 268億円余
2. 前年同月比（増減率）	19.6% (17か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭	店頭21.8% (91.6%) : 非店頭0.3% (8.4%) () 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12月対比±0店)
5. 総店舗面積	758,201m ² (前年同月比: -5.5%)
6. 総従業員数	14,429人 (前年同月比: -5.2%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 21.6%、7-9月 26.5%、8-10月 26.3%、 9-11月 16.2%、10-12月 10.3%、11-1月 11.0%

[参考] 2022年1月の売上高増減率は23.9%

【特徴】

- (1) 1月の東京地区は、売上高19.6%増、入店客数14.2%増と共に二桁の伸びとなつた。前年のまん延防止等重点措置の反動に加え、天候与件や高額品の高伸、初商の好調等で大幅増となった。コロナ前との比較では、2020年比では売上高1.9%減、2019年比では売上高4.2%減と、着実に回復傾向を示している。
- (2) 商品別では、主要5品目全てが二桁増となった。主力の衣料品(20.0%増/16か月連続)は、気温低下でコート等防寒商材が好調だった他、成人式等のオケージョンアイテムにも動きが見られた。クリアランスではセールアイテムに限らず、プロパー商材も良く動き、幅広い選択肢の中から欲しいものを購入する選好消費の傾向が見受けられた。
- (3) 身のまわり品(34.0%増/17か月連続)は、引き続き好調なラグジュアリーブランドでは、急増するインバウンド需要が更に売上を押し上げた。雑貨(21.7%増/17か月連続)は高額品の好調に加え、化粧品も一部ブランドにおいて価格改訂前の駆け込みがあったが、アイテム別の動向変化では、マスク着用緩和の流れを受け、口紅等リップアイテムに需要が戻ってきた。
- (4) 食料品(11.9%増/17か月連続)は、年始の食料品福袋が人気だった他、帰省やお年賀、インバウンド需要で菓子も好調に推移した。また、各社が企画した物産展等催事も集客増に寄与した他、バレンタイン商戦では限定品をECで先行販売する等、堅調なスタートを切った。
- (5) 2月中間段階の商況は、前年比29.1%増(2/16時点)で推移している。2020年比では約7%増、2019年比では約6%減で推移しており、回復基調は続いている。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.1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: 16店、②変化なし: 0店、③減少した: 2店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上 (同上/有効回答数14店舗)
①増加した: 8店、②変化なし: 6店、③減少した: 0店

東京地区百貨店 売上高速報 2023年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総額	126,841,052	100.0	19.6
紳士服・洋品	10,701,773	8.4	23.5
婦人服・洋品	21,275,543	16.8	19.2
子供服・洋品	1,931,081	1.5	22.1
その他衣料品	1,768,956	1.4	8.8
衣料品	35,677,353	28.1	20.0
身のまわり品	23,239,307	18.3	34.0
化粧品	9,346,352	7.4	11.4
美術・宝飾・貴金属	14,070,662	11.1	35.0
その他雑貨	4,379,792	3.5	8.7
雑貨	27,796,806	21.9	21.7
家具	1,420,521	1.1	36.2
家電	983,944	0.8	8.8
その他家庭用品	2,948,249	2.3	6.9
家庭用品	5,352,714	4.2	13.8
生鮮食品	3,116,812	2.5	-1.4
菓子	8,662,181	6.8	15.6
惣菜	6,217,435	4.9	9.6
その他食料品	10,698,656	8.4	14.8
食料品	28,695,084	22.6	11.9
食堂喫茶	2,230,433	1.8	36.4
サービス	1,832,650	1.4	-3.6
その他	2,016,705	1.6	-10.3

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	1,116,822 千円	-0.4
従業員数	14,429 人	-5.2
店舗面積	758,201 m ²	-5.5

営業日数	30.1 日	前年	30.1 日
------	--------	----	--------

II. 商品別の動き

主要5品目は、全て二桁増となった。

その他の品目は、化粧品が17か月連続、美術・宝飾・貴金属が24か月連続、菓子、惣菜が23か月連続でプラスとなった一方、生鮮食品が4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	19.6	—	17か月連続プラス
紳士服・洋品	23.5	1.9	15か月連続プラス
婦人服・洋品	19.2	3.2	17か月連続プラス
子供服・洋品	22.1	0.3	7か月連続プラス
その他衣料品	8.8	0.1	4か月ぶりプラス
衣料品	20.0	5.6	16か月連続プラス
身のまわり品	34.0	5.6	17か月連続プラス
化粧品	11.4	0.9	17か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	35.0	3.4	24か月連続プラス*
その他雑貨	8.7	0.3	11か月連続プラス*
雑貨	21.7	4.7	17か月連続プラス
家具	36.2	0.4	2か月連続プラス
家電	8.8	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	6.9	0.2	4か月ぶりプラス
家庭用品	13.8	0.6	4か月ぶりプラス
生鮮食品	-1.4	-0.0	4か月連続マイナス*
菓子	15.6	1.1	23か月連続プラス*
惣菜	9.6	0.5	23か月連続プラス*
その他食料品	14.8	1.3	7か月連続プラス*
食料品	11.9	2.9	17か月連続プラス
食堂喫茶	36.4	0.6	11か月連続プラス
サービス	-3.6	-0.1	10か月ぶりマイナス
その他	-10.3	-0.2	4か月連続マイナス
商品券	-0.4	-0.0	3か月連続マイナス

(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 橋・長柴まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>