

## 2023年5月 全国百貨店売上高概況

2023年6月23日

### I. 概況

1. 売上高総額	4,111億円余
2. 前年同月比(増減率)	6.3%(店舗数調整後/15か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	70社 181店(2023年4月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,745,275㎡(前年同月比:-3.0%)
5. 総従業員数	52,351人(前年同月比:-6.9%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	10-12月 6.2%、11-1月 7.1%、12-2月 11.2%、 1-3月 14.6%、2-4月 12.4%、3-5月 8.3%

[参考] 2022年5月の売上高増減率は57.8%(店舗数調整後)

### 【特徴】

5月の売上高は6.3%増、入店客数は4.5%増と、共に15か月連続のプラスとなった。新型コロナ5類移行による外出機運の高まりで人流が増加し、旅行やオケーション、ビジネス需要などから、衣料品や身のまわり品、化粧品が好調に推移した。高伸が続くインバウンドも売上を押し上げた。各社が企画した物産展や催事は活況で、GWを中心に多くのお客様で賑わい、売上と集客に寄与した。コロナ前の2019年比では売上高4.9%減、入店客数17.9%減と、それぞれ前月より改善(売上高1.4ポイント、入店客数1.8ポイント)しており、業績回復は一段と進んでいる。

顧客別では、インバウンドが円安と入国制限の終了などを背景に、249.1%増(217億円/14か月連続/シェア5.3%)と、前月より39.2ポイント上昇し、2019年比では32.2%減と前月より7.8ポイント改善した。国内市場も2.3%増(15か月連続/シェア94.7%)と好調に推移しており、2019年比は2.7%減と0.7ポイント改善している。

地区別では、インバウンド効果や株高などから、都市(10都市/8.5%増)が7地区で前年実績をクリアし20か月連続プラスとなったが、地方(10都市以外の7地区)は0.1%減と僅かに前年実績に届かず、5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。二桁伸びを示した身のまわり品(11.1%増)は、ラグジュアリーブランドを中心に、バッグや財布、靴が好調だった。衣料品は、気温上昇による季節需要の高まりから初夏商材が動いた。化粧品はマスクを外す機会が増え、メイクアイテムやUVケアが好調だった他、インバウンド需要もあり高い伸びを示した(15.8%増)。食料品は、催事や手土産、歳時記需要から、菓子、惣菜が好調で、共に21か月連続でプラスとなった。これから本格化する中元商戦では、ライフスタイルの変化を受け、新たな顧客ニーズに即し、各社とも趣向を凝らした商品提案を行っている。

### 【要因】

- (1) 天候：気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)  
◇気温は、北日本で高かった。降水量は北日本太平洋側でかなり少なかった一方、西日本日本海側でかなり多かった。日照時間は高気圧に覆われて晴れた日が多かったため、北・東日本日本海側と北・東・西日本太平洋側で多かった。
- (2) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 ±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 11日( 〃 日曜1日減)
- (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105店舗)  
①増加した：55店、②変化なし：28店、③減少した：22店
- (5) 5月歳時記(GW、母の日)の売上(同上/有効回答数74店舗)  
①増加した：24店、②変化なし：42店、③減少した：8店

# 全国百貨店 売上高速報 2023年5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>411,120,889</b>	<b>100.0</b>	<b>6.3 ( 5.9)</b>
<b>10都市</b>	<b>309,792,569</b>	<b>75.4</b>	<b>8.5 ( 8.3)</b>
札幌	11,070,807	2.7	5.6
仙台	5,343,062	1.3	-0.6
東京	120,548,531	29.3	8.0
横浜	25,688,729	6.2	-0.3
名古屋	28,922,413	7.0	9.1
京都	18,467,313	4.5	11.0
大阪	65,695,333	16.0	14.7
神戸	10,743,825	2.6	10.9
広島	6,558,418	1.6	-5.3 (-11.7)
福岡	16,754,138	4.1	11.0
<b>10都市以外の地区</b>	<b>101,328,320</b>	<b>24.6</b>	<b>-0.1 (-1.0)</b>
東北	4,001,341	1.0	-8.2
関東	45,275,538	11.0	-1.1 (-2.5)
中部	7,261,834	1.8	-1.6
近畿	15,251,553	3.7	3.4
中国	7,843,329	1.9	-1.6
四国	5,168,116	1.3	1.5
九州	16,526,609	4.0	3.0

注) 2023年2月より、北海道の1店舗を地区区分10都市の札幌に合算しております。

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>411,120,889</b>	<b>100.0</b>	<b>6.3 ( 5.9)</b>
紳士服・洋品	23,668,843	5.8	3.7 ( 3.4)
婦人服・洋品	76,414,158	18.6	8.1 ( 7.8)
子供服・洋品	7,481,021	1.8	-4.1 (-4.5)
その他衣料品	6,522,164	1.6	-4.6 (-5.0)
<b>衣 料 品</b>	<b>114,086,186</b>	<b>27.8</b>	<b>5.5 ( 5.2)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>69,179,143</b>	<b>16.8</b>	<b>11.1 ( 10.5)</b>
化粧品	34,552,711	8.4	15.8 ( 15.4)
美術・宝飾・貴金属	37,967,875	9.2	0.9 ( 0.9)
その他雑貨	11,952,166	2.9	2.7 ( 2.3)
<b>雑 貨</b>	<b>84,472,752</b>	<b>20.5</b>	<b>6.8 ( 6.6)</b>
家 具	3,611,206	0.9	-3.9 (-4.5)
家 電	1,655,456	0.4	23.0 ( 23.0)
その他家庭用品	9,732,104	2.4	-2.4 (-2.7)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>14,998,766</b>	<b>3.6</b>	<b>-0.5 (-0.9)</b>
生 鮮 食 品	17,591,276	4.3	1.7 ( 0.5)
菓 子	30,188,808	7.3	8.9 ( 8.5)
惣 菜	25,902,637	6.3	2.6 ( 2.3)
その他食料品	29,244,826	7.1	1.2 ( 0.6)
<b>食 料 品</b>	<b>102,927,547</b>	<b>25.0</b>	<b>3.8 ( 3.2)</b>
食 堂 喫 茶	10,609,049	2.6	10.6 ( 10.3)
サ ー ビ ス	4,124,018	1.0	-4.3 (-4.7)
そ の 他	10,723,428	2.6	17.4 ( 17.1)
<b>商 品 券</b>	<b>5,788,514</b>	<b>1.4</b>	<b>-6.7 (-7.2)</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	8.5% (店舗数調整後/20か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	-0.1% (店舗数調整後/5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>8.5</b>	<b>6.3</b>	<b>20か月連続プラス</b>
札幌	5.6	0.2	15か月連続プラス
仙台	-0.6	-0.0	6か月ぶりマイナス
東京	8.0	2.3	21か月連続プラス
横浜	-0.3	-0.0	15か月ぶりマイナス
名古屋	9.1	0.6	20か月連続プラス
京都	11.0	0.5	20か月連続プラス
大阪	14.7	2.2	20か月連続プラス
神戸	10.9	0.3	15か月連続プラス
広島	-5.3	-0.1	5か月ぶりマイナス
福岡	11.0	0.4	20か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.0</b>	<b>5か月ぶりマイナス</b>
東北	-8.2	-0.1	2か月ぶりマイナス*
関東	-1.1	-0.1	5か月ぶりマイナス
中部	-1.6	-0.0	5か月ぶりマイナス
近畿	3.4	0.1	6か月連続プラス
中国	-1.6	-0.0	5か月ぶりマイナス*
四国	1.5	0.0	2か月ぶりプラス
九州	3.0	0.1	5か月連続プラス

(注1) 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)

(注2) 2023年2月より、北海道の1店舗を地区区分10都市の札幌に合算した。

### 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、婦人服・洋品が15か月連続、菓子、惣菜が21か月連続でプラスとなったほか、生鮮食品が3か月ぶりにプラスとなった一方、子供服・洋品が3か月連続、家具が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
<b>総額</b>	<b>6.3</b>	<b>—</b>	<b>15か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	3.7	0.2	6か月連続プラス
婦人服・洋品	8.1	1.5	15か月連続プラス
子供服・洋品	-4.1	-0.1	3か月連続マイナス
その他衣料品	-4.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
<b>衣料品</b>	<b>5.5</b>	<b>1.5</b>	<b>15か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>11.1</b>	<b>1.8</b>	<b>20か月連続プラス</b>
化粧品	15.8	1.2	15か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	0.9	0.1	28か月連続プラス*
その他雑貨	2.7	0.1	14か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>6.8</b>	<b>1.4</b>	<b>20か月連続プラス</b>
家具	-3.9	-0.0	2か月連続マイナス
家電	23.0	0.1	8か月連続プラス
その他家庭用品	-2.4	-0.1	3か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-0.5</b>	<b>-0.0</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	1.7	0.1	3か月ぶりプラス*
菓子	8.9	0.6	21か月連続プラス*
惣菜	2.6	0.2	21か月連続プラス*
その他食料品	1.2	0.1	5か月連続プラス*
<b>食料品</b>	<b>3.8</b>	<b>1.0</b>	<b>10か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>10.6</b>	<b>0.3</b>	<b>15か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>-4.3</b>	<b>-0.0</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
<b>その他</b>	<b>17.4</b>	<b>0.4</b>	<b>14か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-6.7</b>	<b>-0.1</b>	<b>3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>