

# 2024年4月 全国百貨店売上高概況

2024年5月24日

## I. 概況

1. 売上高総額	4,441億円余
2. 前年同月比(増減率)	8.9%(店舗数調整後/26か月連続プラス)
3. 調査対象百貨店	71社 177店(2024年3月対比±0店)
4. 総店舗面積	4,609,642㎡(前年同月比:-2.8%)
5. 総従業員数	50,020人(前年同月比:-4.6%)
6. 3か月移動平均値 (店舗数調整後)	9-11月 7.5%、10-12月 6.2%、11-1月 6.5%、 12-2月 8.2%、1-3月 10.2%、2-4月 10.8%

[参考] 2023年4月の売上高増減率は8.6%(店舗数調整後)

### 【特徴】

4月の売上高は8.9%増と26か月連続のプラスとなった。コロナ前の2019年比でも2.0%増と、プラス基調は継続している。

円安効果などから増勢が続くインバウンドと、ラグジュアリーブランドを中心に高付加価値商材が牽引した他、月後半の気温上昇に伴い、初夏アイテムが好調に推移した。また、花見需要や、新型コロナ5類移行後初となるGWの前半戦では、各社が積極展開した催事などが寄与し、入店客数も2.4%増となった。

顧客別では、インバウンドが、円安効果と花見客の増加などから184.3%増の599億円(25か月連続/シェア13.5%)と、過去最高(2024年3月495億円)を更新、2019年比でも74.4%増と大幅に伸長した。購買客数も50.6万人(119.5%増)と、初めて50万人を超えた。国内市場は前年比0.7%減(26か月ぶり/シェア86.5%)とほぼ同水準だったが、2019年比では4.2%減となった。

地区別では、インバウンドと高額品が好調な都市(10都市/31か月連続/12.4%増)が8地区で前年実績を超え、好調を維持した。この内、4地区(大阪、京都、福岡、東京)では二桁増を記録した。一方、5地区で前年割れとなった地方(10都市以外の7地区/2.1%減)は、4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品目で前年をクリアした。この内、身のまわり品と雑貨は二桁増で、2019年比も超えた。ラグジュアリーブランドのバッグや時計、宝飾など高額商材や化粧品は引き続き国内外共に好調だった。主力の衣料品は、天候要因により、ジャケットやカーディガン、カットソーなどが動いた。食料品は、生鮮食料品の価格上昇の影響などから前年実績には届かなかったが、弁当や惣菜は、花見需要もあり堅調に推移した。

### 【要因】

(1) 天候： 気象庁発表「4月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、暖かい空気に覆われやすく、全国的にかなり高かった。降水量は、東・西日本太平洋側と西日本日本海側で多かった一方、低気圧の影響を受けにくかった北日本日本海側で少なかった。日照時間は、西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり少なかった一方、北日本日本海側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9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104店舗)

①増加した：49店、②変化なし：27店、③減少した：28店

(5) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数64店舗)

①増加した：19店、②変化なし：37店、③減少した：8店

# 全国百貨店 売上高速報 2024年4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>444,160,210</b>	<b>100.0</b>	<b>8.9 ( 8.6)</b>
<b>10都市</b>	<b>347,982,914</b>	<b>78.3</b>	<b>12.4</b>
札幌	11,390,672	2.6	5.9
仙台	5,614,778	1.3	-3.1
東京	135,233,992	30.4	10.8
横浜	26,383,219	5.9	3.1
名古屋	31,140,502	7.0	9.0
京都	21,737,381	4.9	19.7
大阪	79,559,774	17.9	23.3
神戸	11,101,766	2.5	6.2
広島	6,162,632	1.4	-13.8
福岡	19,658,198	4.4	17.7
<b>10都市以外の地区</b>	<b>96,177,296</b>	<b>21.7</b>	<b>-2.1 ( -3.0)</b>
東北	3,837,185	0.9	-7.9
関東	42,548,468	9.6	-3.0
中部	7,159,114	1.6	3.1 ( -3.9)
近畿	14,661,661	3.3	0.0
中国	7,167,297	1.6	-3.1 ( -7.5)
四国	5,038,885	1.1	-1.4
九州	15,764,686	3.5	-2.3

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>444,160,210</b>	<b>100.0</b>	<b>8.9 ( 8.6)</b>
紳士服・洋品	25,964,502	5.8	5.6 ( 5.3)
婦人服・洋品	86,767,091	19.5	9.2 ( 9.0)
子供服・洋品	9,410,463	2.1	-5.6 ( -5.7)
その他衣料品	5,944,203	1.3	-6.6 ( -7.1)
<b>衣 料 品</b>	<b>128,086,259</b>	<b>28.8</b>	<b>6.4 ( 6.2)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>83,856,283</b>	<b>18.9</b>	<b>23.3 ( 23.1)</b>
化粧品	37,476,952	8.4	14.6 ( 14.4)
美術・宝飾・貴金属	45,388,132	10.2	20.3 ( 20.2)
その他雑貨	12,938,380	2.9	0.7 ( 0.6)
<b>雑 貨</b>	<b>95,803,464</b>	<b>21.6</b>	<b>15.0 ( 14.9)</b>
家具	4,115,497	0.9	5.4 ( 5.3)
家電	1,558,809	0.4	8.8 ( 8.6)
その他家庭用品	9,180,190	2.1	-2.2 ( -2.6)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>14,854,496</b>	<b>3.3</b>	<b>0.9 ( 0.6)</b>
生 鮮 食 品	15,975,085	3.6	-2.3 ( -2.8)
菓 子	28,997,001	6.5	-0.3 ( -0.6)
惣 菜	24,388,659	5.5	0.3 ( -0.2)
その他食料品	26,245,246	5.9	-3.0 ( -3.3)
<b>食 料 品</b>	<b>95,605,991</b>	<b>21.5</b>	<b>-1.3 ( -1.6)</b>
食 堂 喫 茶	10,040,209	2.3	1.0 ( 0.6)
サ ー ビ ス	4,046,731	0.9	2.3 ( 2.2)
そ の 他	11,866,777	2.7	9.9 ( 9.8)
<b>商 品 券</b>	<b>5,333,350</b>	<b>1.2</b>	<b>-10.0 ( -10.2)</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	12.4% (31か月連続プラス)
2. 10都市以外の地区売上動向	-2.1% (店舗数調整後/4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>12.4</b>	<b>9.4</b>	<b>31か月連続プラス</b>
札幌	5.9	0.2	26か月連続プラス
仙台	-3.1	-0.0	7か月ぶりマイナス
東京	10.8	3.2	32か月連続プラス
横浜	3.1	0.2	6か月連続プラス
名古屋	9.0	0.6	31か月連続プラス
京都	19.7	0.9	31か月連続プラス
大阪	23.3	3.7	31か月連続プラス
神戸	6.2	0.2	26か月連続プラス
広島	-13.8	-0.2	8か月連続マイナス
福岡	17.7	0.7	31か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-2.1</b>	<b>-0.5</b>	<b>4か月ぶりマイナス</b>
東北	-7.9	-0.1	8か月連続マイナス*
関東	-3.0	-0.3	3か月ぶりマイナス
中部	3.1	0.1	7か月連続プラス
近畿	0.0	0.0	10か月連続プラス
中国	-3.1	-0.1	4か月ぶりマイナス*
四国	-1.4	-0.0	5か月ぶりマイナス
九州	-2.3	-0.1	4か月ぶりマイナス

(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品目は食料品を除く4品目でプラスとなり、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。その他の品目は、化粧品が26か月連続、美術・宝飾・貴金属が39か月連続でプラスとなったほか、家電が4か月ぶりにプラスとなった一方、生鮮食品が4か月ぶり、菓子が32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>8.9</b>	<b>—</b>	<b>26か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	5.6	0.3	3か月連続プラス
婦人服・洋品	9.2	1.8	26か月連続プラス
子供服・洋品	-5.6	-0.1	4か月連続マイナス
その他衣料品	-6.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
<b>衣料品</b>	<b>6.4</b>	<b>1.9</b>	<b>26か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>23.3</b>	<b>3.9</b>	<b>31か月連続プラス</b>
化粧品	14.6	1.2	26か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	20.3	1.9	39か月連続プラス*
その他雑貨	0.7	0.0	3か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>15.0</b>	<b>3.1</b>	<b>31か月連続プラス</b>
家具	5.4	0.1	2か月連続プラス
家電	8.8	0.0	4か月ぶりプラス
その他家庭用品	-2.2	-0.1	4か月ぶりマイナス
<b>家庭用品</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>2か月連続プラス</b>
生鮮食品	-2.3	-0.1	4か月ぶりマイナス*
菓子	-0.3	-0.0	32か月ぶりマイナス*
惣菜	0.3	0.0	4か月連続プラス*
その他食料品	-3.0	-0.2	4か月ぶりマイナス*
<b>食料品</b>	<b>-1.3</b>	<b>-0.3</b>	<b>4か月ぶりマイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>1.0</b>	<b>0.0</b>	<b>26か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>2.3</b>	<b>0.0</b>	<b>4か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>9.9</b>	<b>0.3</b>	<b>25か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-10.0</b>	<b>-0.1</b>	<b>2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>