

# 2024年7月 全国百貨店売上高概況

2024年8月23日

## I. 概況

1. 売上高総額	5,011億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	5.5%（店舗数調整後／29か月連続プラス）
①10都市（10地区）	8.2%（34か月連続プラス）
②10都市以外（7地区）	-3.1%（店舗数調整後／2か月ぶりマイナス）
（2）国 内	-1.3%（店舗数調整後／3か月ぶりマイナス）
（3）インバウンド（免税売上）	102.3%（店舗数調整後／28か月連続プラス）※

【参考】2019年比（売上高増減率）は、4.0%（店舗数調整後）

※インバウンド（免税売上）は、別紙「免税売上高・来店動向」参照

### 【特徴】

7月は売上高（5.5%増）、入店客数（2.3%増）共に29か月連続のプラス。コロナ前の2019年比でも売上高4.0%増と、好調を維持している。土曜・日曜各1日減やクリアランスの前倒し、猛暑や荒天による主要顧客層の外出自粛などマイナス要因も一部に見られたが、増勢が続くインバウンドと高付加価値商品が牽引した他、夏物衣料や服飾雑貨を中心に盛夏商材が好調だった。クリアランスでは実需品へのニーズが高く、プロパー品が健闘した。各社が企画した夏休みのファミリーイベントやアニメ展、物産展等食品催事や外国展などの各種施策も売上と集客に寄与した。中元商戦は自家需要等も好評で、堅調に推移している。

**インバウンド(免税売上)：**円安影響等から633億円(102.3%増/28か月連続/シェア12.6%)と調査開始以来3番目に高い数値。2019年比でも125.5%増と高伸。なお、1～7月累計では3,978億円(150.4%増)と、過去最高だった2023年年間売上(3,484億円)を既にクリア。購買客数は、過去最多の前月(57.9万人)に次ぐ57.1万人(77.1%増)。

**国内市場：**高額商材は好調だったが食料品が苦戦し1.3%減(シェア87.4%)と3か月ぶりにマイナス転換。2019年比では3.6%減。

**都市(10都市)：**インバウンドと高額消費が牽引し、8地区で前年実績をクリア。札幌、福岡、大阪の3地区では二桁増。福岡は前年の豪雨による時短営業等の反動もプラス要素。

**地方(10都市以外の7地区)：**6地区で前年に届かず、2か月ぶりにマイナス転換。中部地区は、閉店セールが活況だったこと等もあり二桁増。

**商品別：**主要5品目のうち4品目で前年実績をクリア。引き続き、ラグジュアリーブランドを中心としたバッグや財布等革小物、時計、美術・宝飾、化粧品などが国内外共に好調。また、天候要因からUV対策アイテムをはじめ季節商材も活況。食料品は価格高騰や一部青果の不作等もあり、2か月ぶりに前年割れ。

### 【要因・その他】

(1) 天 候 ： 気象庁発表「7月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇気温は、各地で記録的な高温となった日もあったことから、月平均気温は全国的にかなり高かった。降水量は東北地方では上旬後半と下旬に梅雨前線が停滞することが多く、25日頃は記録的な大雨となった所もあったため、月降水量は北日本日本海側でかなり多かった。日照時間は、北日本太平洋側、東日本太平洋側、西日本太平洋側で多かった。

(2) 営業日数増減 31.0日（前年同月比 ±0.0日）

(3) 土・日・祝日の合計 9日（ ” ” 土曜・日曜各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102店舗）

①増加した：36店、②変化なし：23店、③減少した：43店

(5) 調査対象百貨店 71社 177店（本年6月対比：±0店）（前年同月比：+1社-4店）

(6) 総店舗面積 4,571,107㎡（前年同月比：-3.5%）

# 全国百貨店 売上高速報 2024年7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>501,176,942</b>	<b>100.0</b>	<b>5.5 ( 5.3)</b>
<b>10都市</b>	<b>392,150,088</b>	<b>78.2</b>	<b>8.2</b>
札幌	14,072,412	2.8	14.2
仙台	6,605,359	1.3	-0.4
東京	151,738,902	30.3	8.3
横浜	29,297,032	5.8	2.8
名古屋	35,556,868	7.1	7.0
京都	23,147,488	4.6	9.8
大阪	87,569,403	17.5	11.6
神戸	13,484,011	2.7	7.5
広島	7,720,533	1.5	-15.0
福岡	22,958,080	4.6	12.8
<b>10都市以外の地区</b>	<b>109,026,854</b>	<b>21.8</b>	<b>-3.1 ( -3.9)</b>
東北	3,903,545	0.8	-12.2
関東	47,378,729	9.5	-4.3
中部	8,446,438	1.7	12.0 ( 5.2)
近畿	16,546,414	3.3	-2.5
中国	8,253,003	1.6	-3.2 ( -7.8)
四国	5,969,564	1.2	-6.5
九州	18,529,161	3.7	-3.6

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>501,176,942</b>	<b>100.0</b>	<b>5.5 ( 5.3)</b>
紳士服・洋品	23,229,987	4.6	-1.4 ( -1.6)
婦人服・洋品	87,817,638	17.5	7.7 ( 7.5)
子供服・洋品	5,771,907	1.2	-6.5 ( -6.6)
その他衣料品	7,099,741	1.4	-1.6 ( -1.7)
<b>衣 料 品</b>	<b>123,919,273</b>	<b>24.7</b>	<b>4.6 ( 4.4)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>90,720,319</b>	<b>18.1</b>	<b>17.0 ( 16.9)</b>
化粧品	40,089,766	8.0	12.4 ( 12.2)
美術・宝飾・貴金属	51,550,174	10.3	16.1 ( 16.0)
その他雑貨	12,797,608	2.6	-3.5 ( -3.5)
<b>雑 貨</b>	<b>104,437,548</b>	<b>20.8</b>	<b>11.9 ( 11.8)</b>
家 具	4,457,559	0.9	-0.2 ( -0.3)
家 電	1,314,054	0.3	-0.1 ( -0.1)
その他家庭用品	10,502,504	2.1	0.6 ( 0.1)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>16,274,117</b>	<b>3.2</b>	<b>0.3 ( -0.0)</b>
生 鮮 食 品	22,703,289	4.5	-6.1 ( -6.6)
菓 子	40,059,298	8.0	-2.0 ( -2.2)
惣 菜	28,404,779	5.7	-3.5 ( -3.7)
その他食料品	44,479,241	8.9	-5.5 ( -5.8)
<b>食 料 品</b>	<b>135,646,607</b>	<b>27.1</b>	<b>-4.2 ( -4.4)</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>11,683,176</b>	<b>2.3</b>	<b>-2.7 ( -3.1)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>4,593,183</b>	<b>0.9</b>	<b>21.9 ( 21.7)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>13,902,719</b>	<b>2.8</b>	<b>15.5 ( 15.3)</b>
<b>商 品 券</b>	<b>10,615,491</b>	<b>2.1</b>	<b>-7.8 ( -8.0)</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

### 【地区別売上前年比の寄与度とトレンド】

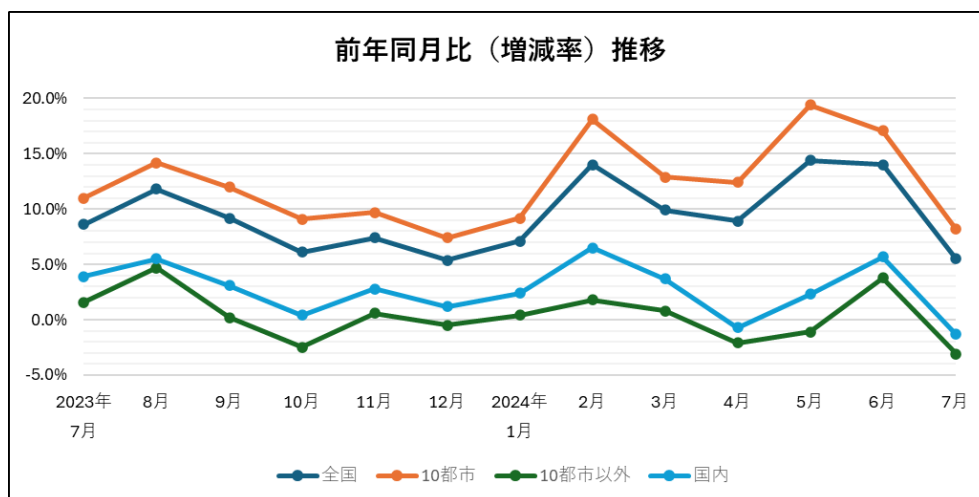
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>8.2</b>	<b>6.3</b>	<b>34か月連続プラス</b>
札幌	14.2	0.4	29か月連続プラス
仙台	-0.4	-0.0	3か月ぶりマイナス
東京	8.3	2.4	35か月連続プラス
横浜	2.8	0.2	9か月連続プラス
名古屋	7.0	0.5	34か月連続プラス
京都	9.8	0.4	34か月連続プラス
大阪	11.6	1.9	34か月連続プラス
神戸	7.5	0.2	29か月連続プラス
広島	-15.0	-0.3	11か月連続マイナス
福岡	12.8	0.5	34か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-3.1</b>	<b>-0.7</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
東北	-12.2	-0.1	11か月連続マイナス*
関東	-4.3	-0.4	3か月ぶりマイナス
中部	12.0	0.2	2か月連続プラス
近畿	-2.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
中国	-3.2	-0.1	2か月ぶりマイナス*
四国	-6.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
九州	-3.6	-0.1	2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。

### 【前年同月比(増減率)推移】

	2023年 7月	8月	9月	10月	11月	12月	2024年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
全 国	8.6	11.8	9.2	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5
10 都 市	11.0	14.2	12.0	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2
10 都 市 以 外	1.6	4.7	0.2	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1
国 内	3.9	5.5	3.1	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3



### 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、婦人服・洋品、化粧品が29か月連続、美術・宝飾・貴金属が42か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が6か月ぶり、菓子、惣菜が2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>5.5</b>	<b>—</b>	<b>29か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	-1.4	-0.1	6か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	7.7	1.3	29か月連続プラス
子供服・洋品	-6.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-1.6	-0.0	2か月ぶりマイナス
<b>衣料品</b>	<b>4.6</b>	<b>1.1</b>	<b>29か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>17.0</b>	<b>2.8</b>	<b>34か月連続プラス</b>
化粧品	12.4	0.9	29か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.1	1.5	42か月連続プラス*
その他雑貨	-3.5	-0.1	6か月ぶりマイナス*
<b>雑貨</b>	<b>11.9</b>	<b>2.3</b>	<b>34か月連続プラス</b>
家具	-0.2	-0.0	5か月ぶりマイナス
家電	-0.1	-0.0	4か月ぶりマイナス
その他家庭用品	0.6	0.0	3か月連続プラス
<b>家庭用品</b>	<b>0.3</b>	<b>0.0</b>	<b>5か月連続プラス</b>
生鮮食品	-6.1	-0.3	4か月連続マイナス*
菓子	-2.0	-0.2	2か月ぶりマイナス*
惣菜	-3.5	-0.2	2か月ぶりマイナス*
その他食料品	-5.5	-0.5	4か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-4.2</b>	<b>-1.2</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.1</b>	<b>29か月ぶりマイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>21.9</b>	<b>0.2</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>15.5</b>	<b>0.4</b>	<b>28か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-7.8</b>	<b>-0.2</b>	<b>4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>