

2024年10月 全国百貨店売上高概況

2024年11月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,477億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	－0.7%（店舗数調整後／32か月ぶりマイナス）
①10都市（10地区）	0.5%（37か月連続プラス）
②10都市以外（7地区）	－4.8%（店舗数調整後／2か月ぶりマイナス）
（2）国 内	－3.8%（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）	32.3%（店舗数調整後／31か月連続プラス）※

〔参考〕2019年比（売上高増減率）は、19.2%（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】

10月は、売上高（0.7%減）、入店客数（0.6%減）共に前年実績に僅かに届かなかった。増勢が続くインバウンドと、ラグジュアリーブランドなどの身のまわり品や化粧品は伸長したものの、夏日が続く記録的な高温により秋冬物商材が苦戦した他、日曜日対前年1日減などもマイナス要因となった。

インバウンド（免税売上）：円安基調の中、国慶節休暇（10/1～10/7）による客数増もあり、売上高508億円（32.3%増/31か月連続/シェア11.4%）、購買客数51.8万人（41.3%増）と、共に10月として過去最高を記録。本年1～10月の売上高累計は5,347億円（104.3%増）となり、2か月を残す現段階で、調査開始（2014年10月）以来、初めて5,000億円突破。前年の年間売上高（2023年1～12月：3,484億円）との対比では53.5%増。

国内市場：身のまわり品や化粧品は好調だったが、天候要因から、衣料品を中心に秋冬アイテムの動きが鈍かった他、食料品も苦戦し、3か月ぶりにマイナス転換。

都市（10都市）：福岡、大阪など5地区で対前年プラスとなり、37か月連続増。インバウンド需要と高付加価値商材などが牽引。

地方（10都市以外の7地区）：全地区で前年割れし、2か月ぶりにマイナス転換。都市と地方の差は、前月より4.5ポイント拡大。

商品別：主要5品目のうち、身のまわり品と雑貨の2品目で前年実績をクリア。ラグジュアリーブランドのバッグ等革小物は引き続き伸長。化粧品はスキンケアやメイクアイテムの他、限定品の人気も高く国内外共に好調。主力の衣料品は、天候要因からコートなど重衣料の動きが鈍く苦戦。食料品は、価格高騰などの影響から前年割れだが、菓子がインバウンドやギフト需要で健闘した他、物産展等人気の食品催事も好調に推移。毎年、各社が趣向を凝らし展開しているおせちやクリスマスケーキの予約は、堅調な滑り出し。

【要因・その他】

- （1）天 候： 気象庁発表「10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かったため、全国的にかなり高かった。降水量は、低気圧や秋雨前線の影響を受けやすかった東・西日本日本海側と西日本太平洋側が多かった。日照時間は、北日本日本海側でかなり多かった。
- （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 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102店舗）
①増加した：37店、②変化なし：25店、③減少した：40店
- （5）調査対象百貨店 70社 178店（本年9月対比：±0店）（前年同月比：－2社－2店）
- （6）総店舗面積 4,503,473㎡（前年同月比：－3.7%）

全国百貨店 売上高速報 2024年10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 (%) ※
全 国	447,745,694	100.0	-0.7 (-1.2)
10都市	347,581,586	77.6	0.5
札幌	12,889,906	2.9	1.5
仙台	5,944,208	1.3	-5.3
東京	130,917,944	29.2	-1.1
横浜	26,810,363	6.0	-0.7
名古屋	32,519,880	7.3	-1.2
京都	21,430,493	4.8	1.3
大阪	78,194,940	17.5	4.2
神戸	12,030,153	2.7	1.9
広島	6,470,857	1.4	-6.2
福岡	20,372,842	4.6	4.4
10都市以外の地区	100,164,108	22.4	-4.8 (-6.7)
東北	4,301,029	1.0	-4.2
関東	45,019,026	10.1	-4.4
中部	6,210,432	1.4	-3.4 (-23.7)
近畿	15,149,444	3.4	-5.1
中国	7,728,596	1.7	-4.7 (-10.0)
四国	5,347,309	1.2	-6.0
九州	16,408,272	3.7	-5.9

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 (%) ※
総 額	447,745,694	100.0	-0.7 (-1.2)
紳士服・洋品	26,021,848	5.8	-8.1 (-8.6)
婦人服・洋品	91,290,781	20.4	-2.2 (-2.7)
子供服・洋品	6,374,097	1.4	-6.0 (-6.4)
その他衣料品	6,104,140	1.4	-14.2 (-14.5)
衣 料 品	129,790,866	29.0	-4.3 (-4.7)
身のまわり品	78,017,786	17.4	2.7 (2.4)
化粧品	38,747,914	8.7	7.9 (7.5)
美術・宝飾・貴金属	43,855,969	9.8	0.0 (-0.3)
その他雑貨	11,451,350	2.6	-9.2 (-9.5)
雑 貨	94,055,233	21.0	1.8 (1.5)
家 具	3,734,896	0.8	-9.5 (-10.0)
家 電	1,391,424	0.3	22.8 (22.3)
その他家庭用品	9,205,868	2.1	-3.5 (-4.8)
家 庭 用 品	14,332,188	3.2	-3.2 (-4.2)
生 鮮 食 品	16,996,029	3.8	-4.1 (-4.8)
菓 子	30,207,914	6.7	-0.1 (-0.6)
惣 菜	28,134,274	6.3	-2.5 (-3.2)
その他食料品	30,396,045	6.8	-2.0 (-3.0)
食 料 品	105,734,262	23.6	-2.0 (-2.7)
食 堂 喫 茶	9,853,105	2.2	-3.7 (-4.3)
サ ー ビ ス	4,216,110	0.9	15.9 (15.6)
そ の 他	11,746,144	2.6	12.4 (12.2)
商 品 券	4,661,461	1.0	-10.8 (-11.1)

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】

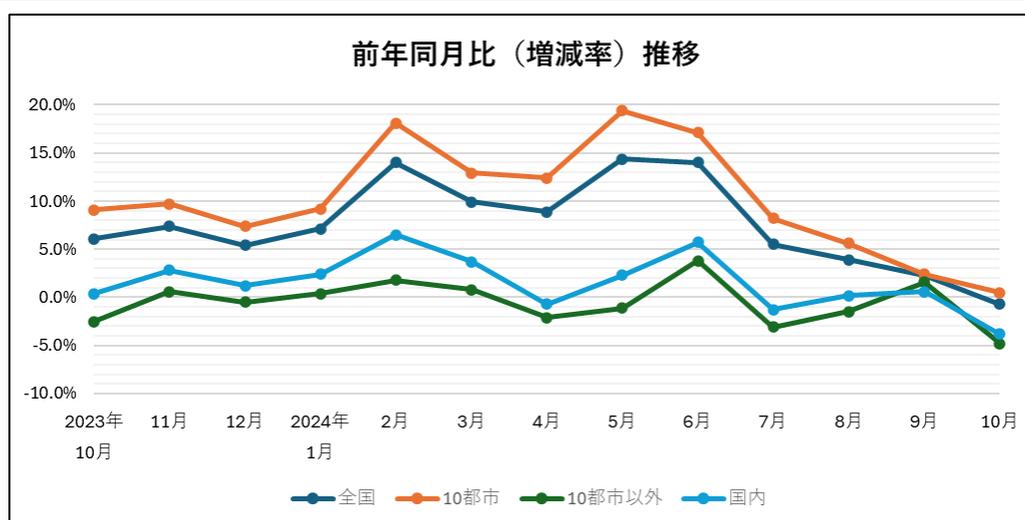
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	0.5	0.4	37か月連続プラス
札幌	1.5	0.0	32か月連続プラス
仙台	-5.3	-0.1	3か月ぶりマイナス
東京	-1.1	-0.3	2か月連続マイナス
横浜	-0.7	-0.0	12か月ぶりマイナス
名古屋	-1.2	-0.1	37か月ぶりマイナス
京都	1.3	0.1	37か月連続プラス
大阪	4.2	0.7	37か月連続プラス
神戸	1.9	0.0	32か月連続プラス
広島	-6.2	-0.1	14か月連続マイナス
福岡	4.4	0.2	37か月連続プラス
10都市以外の地区	-4.8	-1.1	2か月ぶりマイナス
東北	-4.2	-0.0	14か月連続マイナス*
関東	-4.4	-0.5	2か月ぶりマイナス
中部	-3.4	-0.0	3か月連続マイナス
近畿	-5.1	-0.2	3か月ぶりマイナス
中国	-4.7	-0.1	4か月連続マイナス*
四国	-6.0	-0.1	3か月ぶりマイナス
九州	-5.9	-0.2	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 10月	11月	12月	2024年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
全 国	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7
10 都 市	9.1	9.7	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5
10 都 市 以 外	-2.5	0.6	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8
国 内	0.4	2.8	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品、雑貨がプラスとなった一方、衣料品、家庭用品、食料品がマイナスとなった。その他の品目は化粧品が32か月連続でプラスとなったが、婦人服・洋品が32か月ぶり、生鮮食品が7か月連続、菓子が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
総額	-0.7	—	32か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-8.1	-0.5	3か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-2.2	-0.5	32か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-6.0	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-14.2	-0.2	4か月連続マイナス
衣料品	-4.3	-1.3	32か月ぶりマイナス
身のまわり品	2.7	0.4	37か月連続プラス
化粧品	7.9	0.6	32か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	0.0	-0.0	45か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-9.2	-0.3	2か月連続マイナス*
雑貨	1.8	0.4	37か月連続プラス
家具	-9.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	22.8	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	-3.5	-0.1	6か月ぶりマイナス
家庭用品	-3.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-4.1	-0.2	7か月連続マイナス*
菓子	-0.1	-0.0	2か月ぶりマイナス*
惣菜	-2.5	-0.2	4か月連続マイナス*
その他食料品	-2.0	-0.1	7か月連続マイナス*
食料品	-2.0	-0.5	4か月連続マイナス
食堂喫茶	-3.7	-0.1	4か月連続マイナス
サービス	15.9	0.1	3か月ぶりプラス
その他	12.4	0.3	31か月連続プラス
商品券	-10.8	-0.1	8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 橘・長柴 まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>