

2024年12月 東京地区百貨店売上高概況

2025年1月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1,908億円余
2. 前年同月比(増減率)	1.6%(2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭0.9%(90.4%)：非店頭9.5%(9.6%) ()内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店 (2024年11月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	672,152㎡ (前年同月比：-9.7%)
6. 総従業員数	12,644人 (前年同月比：-7.2%)
7. 3か月移動平均値	5-7月 13.7%、6-8月 10.5%、7-9月 4.8%、 8-10月 1.4%、9-11月 0.5%、10-12月 1.2%

[参考] 2023年12月の売上高増減率は6.2%

【特徴】

12月の東京地区は、売上高1.6%増と2か月連続のプラスとなった。気温低下により冬物衣料や防寒アイテムが伸長した他、円安基調を背景に免税売上は増勢を強めた。クリスマスや年末商戦も賑わいを見せた。商品別では衣料品、身のまわり品、雑貨が前年比プラス。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(5.6%増)：11月下旬からの気温低下が12月も続き、紳士服、婦人服共にコート、ジャケット、ブルゾン、セーター等の重衣料が好調に推移し売上を牽引。防寒ニーズの高まりからストールやマフラー等の小物にも動き。

身のまわり品(0.3%増)：ラグジュアリーブランドが好調を継続。クリスマス需要を受け、アクセサリが伸長した他、年末年始の大型連休で旅行用品の需要も増加。

雑貨(5.0%増)：化粧品(14.0%増)はクリスマス限定アイテムやフレグランスが好調で、3か月連続二桁増。美術・宝飾・貴金属はインバウンド需要もありプラスを維持。

食料品(3.8%減)：クリスマス商戦は平日の曜日回りであったものの、当日需要が好調でケーキや惣菜が動いた他、年末商戦では菓子の贈答需要やおせち、オードブル等の惣菜も好調に推移したが、物価高の影響が大きく、食品全体では6か月連続マイナス。

年間売上高(2024年1月~12月)：前年比7.7%増(4年連続/1兆7,310億円)、2019年比8.6%増、2018年比7.3%増とコロナ前の実績を大幅に上回った。

1月足元動向：初売りも好調な滑り出しとなり、前年比3.7%増(1/16時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0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16店舗)
 - ①増加した：7店、②変化なし：3店、③減少した：6店
- (3) 12月歳時記(年末商戦(歳暮、クリスマス、年末年始商材))の売上(同上/有効回答数11店舗)
 - ①増加した：6店、②変化なし：5店、③減少した：0店

東京地区百貨店 売上高速報 2024年12月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	190,814,192	100.0	1.6
紳士服・洋品	13,510,507	7.1	4.7
婦人服・洋品	29,654,257	15.5	7.8
子供服・洋品	2,362,268	1.2	-3.5
その他衣料品	1,768,878	0.9	-7.9
衣 料 品	47,295,910	24.8	5.6
身のまわり品	31,471,225	16.5	0.3
化粧品	17,666,277	9.3	14.0
美術・宝飾・貴金属	19,952,883	10.5	3.8
その他雑貨	4,779,199	2.5	-15.7
雑 貨	42,398,359	22.2	5.0
家 具	1,511,674	0.8	-28.4
家 電	1,154,002	0.6	47.4
その他家庭用品	3,914,427	2.1	5.8
家 庭 用 品	6,580,103	3.4	-0.2
生 鮮 食 品	7,026,471	3.7	-3.7
菓 子	17,925,054	9.4	-2.4
惣 菜	13,667,279	7.2	-3.0
その他食料品	15,791,771	8.3	-5.9
食 料 品	54,410,575	28.5	-3.8
食 堂 喫 茶	2,378,192	1.2	-14.4
サ ー ビ ス	1,880,645	1.0	-4.4
そ の 他	4,399,183	2.3	32.9

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	2,989,564 千円	-12.2
従 業 員 数	12,644 人	-7.2
店 舗 面 積	672,152 m ²	-9.7

営 業 日 数	31.0 日	前 年	31.0 日
---------	--------	-----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨がプラスとなった一方、家庭用品、食料品がマイナスとなった。その他の品目は、婦人服・洋品が3か月連続、化粧品が40か月連続、家電が2か月ぶりにプラスとなったが、子供服・洋品が2か月ぶり、菓子、惣菜が6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	1.6	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	4.7	0.3	2か月連続プラス
婦人服・洋品	7.8	1.1	3か月連続プラス
子供服・洋品	-3.5	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-7.9	-0.1	2か月ぶりマイナス
衣料品	5.6	1.3	2か月連続プラス
身のまわり品	0.3	0.0	40か月連続プラス
化粧品	14.0	1.2	40か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	3.8	0.4	2か月連続プラス*
その他雑貨	-15.7	-0.5	4か月連続マイナス*
雑貨	5.0	1.1	2か月連続プラス
家具	-28.4	-0.3	3か月連続マイナス
家電	47.4	0.2	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	5.8	0.1	2か月連続プラス
家庭用品	-0.2	-0.0	3か月連続マイナス
生鮮食品	-3.7	-0.1	9か月連続マイナス*
菓子	-2.4	-0.2	6か月連続マイナス*
惣菜	-3.0	-0.2	6か月連続マイナス*
その他食料品	-5.9	-0.5	9か月連続マイナス*
食料品	-3.8	-1.1	6か月連続マイナス
食堂喫茶	-14.4	-0.2	6か月連続マイナス
サービス	-4.4	-0.0	3か月ぶりマイナス
その他	32.9	0.6	2か月ぶりプラス
商品券	-12.2	-0.2	10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>