

2025年1月 東京地区百貨店売上高概況

2025年2月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,428億円余
2. 前年同月比（増減率）	5.5%（3か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭5.3%（92.3%）：非店頭8.6%（7.7%） （ ）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12月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	672,127㎡（前年同月比：-9.7%）
6. 総従業員数	12,596人（前年同月比：-6.9%）
7. 3か月移動平均値	6-8月 10.5%、7-9月 4.8%、8-10月 1.4%、 9-11月 0.5%、10-12月 1.1%、11-1月 3.1%

[参考] 2024年1月の売上高増減率は6.7%

【特徴】

1月の東京地区は、営業日数減(-0.4日:年始の休業日増)の影響で、入店客数は11.4%減であったものの、売上高は初商や春節による免税売上伸長が牽引し、5.5%増と3か月連続のプラスとなった。重衣料・防寒アイテムや高付加価値商材が好調だったほか、各社企画の催事や得意客向けイベントも奏功した。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(10.2%増)：コート、ブルゾン、ジャケット等の重衣料やセーター、マフラー等の防寒アイテムが好調に推移。初商やクリアランスではまとめ買いは減少傾向にある半面、必需品や欲しいものをセール、プロパーを問わず購入する動きが顕著に見られた。子供服・洋品はインバウンド需要が高く、二桁増(12.5%増)と2か月ぶりにプラス転換。

身のまわり品(9.7%増)：ラグジュアリーブランドが好調継続で41か月連続プラス。春節効果でブランドの新作やスーツケース等の旅行用品も高稼働。婦人靴ではカジュアルシューズやスニーカーが国内外共に人気。

雑貨(9.3%増)：美術・宝飾・貴金属(15.2%増)は、時計や宝飾等の高額商材が伸長。一部ブランドの価格改訂前の駆け込み需要やインバウンド需要もあり高伸。化粧品は、当月末の春節開始前から早期訪日客の旺盛な購買もあり、引き続き活況。

食料品(3.9%減)：価格高騰から7か月連続マイナスで苦戦が続くが、初商では食品福袋が開店直後に完売するなど好調だったほか、バレンタイン催事では自家需要の高まりを受けた各社のイートイン強化策により、集客、売上共に好調に推移。

2月足元動向：前年比3.3%増(2/17時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 29.6日（前年同月比 -0.4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：5店、②変化なし：2店、③減少した：9店
- (3) 1月歳時記（初売り、クリアランス）の売上（同上／有効回答数10店舗）
 - ①増加した：5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 2025年1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	142,836,563	100.0	5.5
紳士服・洋品	11,396,138	8.0	6.8
婦人服・洋品	25,637,263	17.9	12.5
子供服・洋品	2,282,790	1.6	12.5
その他衣料品	1,664,380	1.2	-1.5
衣 料 品	40,980,571	28.7	10.2
身のまわり品	27,553,351	19.3	9.7
化粧品	12,962,224	9.1	9.0
美術・宝飾・貴金属	17,451,071	12.2	15.2
その他雑貨	3,855,456	2.7	-10.6
雑 貨	34,268,751	24.0	9.3
家 具	1,141,471	0.8	-35.9
家 電	941,833	0.7	26.2
その他家庭用品	3,406,452	2.4	5.2
家 庭 用 品	5,489,756	3.8	-4.8
生 鮮 食 品	3,070,986	2.1	-4.2
菓 子	9,127,438	6.4	-2.1
惣 菜	5,887,545	4.1	-6.4
その他食料品	9,922,728	6.9	-3.9
食 料 品	28,008,697	19.6	-3.9
食 堂 喫 茶	2,047,732	1.4	-15.7
サ ー ビ ス	2,004,493	1.4	1.0
そ の 他	2,483,212	1.7	5.5

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	1,008,952 千円	-1.2
従業員数	12,596 人	-6.9
店舗面積	672,127 m ²	-9.7

営業日数	29.6 日	前年	30.0 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が、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4か月連続、美術・宝飾・貴金属が3か月連続でプラスとなり、共に二桁増となった一方、生鮮食品が10か月連続、菓子、惣菜が7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	5.5	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	6.8	0.5	3か月連続プラス
婦人服・洋品	12.5	2.1	4か月連続プラス
子供服・洋品	12.5	0.2	2か月ぶりプラス
その他衣料品	-1.5	-0.0	2か月連続マイナス
衣料品	10.2	2.8	3か月連続プラス
身のまわり品	9.7	1.8	41か月連続プラス
化粧品	9.0	0.8	41か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	15.2	1.7	3か月連続プラス*
その他雑貨	-10.6	-0.3	5か月連続マイナス*
雑貨	9.3	2.2	3か月連続プラス
家具	-35.9	-0.5	4か月連続マイナス
家電	26.2	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	5.2	0.1	3か月連続プラス
家庭用品	-4.8	-0.2	4か月連続マイナス
生鮮食品	-4.2	-0.1	10か月連続マイナス*
菓子	-2.1	-0.1	7か月連続マイナス*
惣菜	-6.4	-0.3	7か月連続マイナス*
その他食料品	-3.9	-0.3	10か月連続マイナス*
食料品	-3.9	-0.8	7か月連続マイナス
食堂喫茶	-15.7	-0.3	7か月連続マイナス
サービス	1.0	0.0	2か月ぶりプラス
その他	5.5	0.1	2か月連続プラス
商品券	-1.2	-0.0	11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>