

2025年1月 全国百貨店売上高概況

2025年2月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,805億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	5.2%（店舗数調整後／3か月連続プラス）
①10都市（10地区）	7.0%（40か月連続プラス）
②10都市以外（7地区）	-0.8%（店舗数調整後／4か月連続マイナス）
（2）国 内	0.4%（店舗数調整後／3か月連続プラス）
（3）インバウンド（免税売上）	54.9%（店舗数調整後／34か月連続プラス）※

【参考】2024年1月の売上高増減率は、7.1%（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】

1月の売上高は前月より2.4ポイントアップ（5.2%増）し、3か月連続のプラスとなった。高付加価値商材と衣料品、春節を中心に活況だったインバウンドが牽引した。初商は、一部店舗で年始の休業日増による後ろ倒しを行ったものの、非常に盛況であった。食料品や衣料品、服飾雑貨などの福袋が人気だった他、クリアランスではプロパー品も好調に推移した。各社が企画した外商催事や物産展、食品関連催事も売上と集客に寄与した。

インバウンド（免税売上）：円安効果と春節休暇の前倒し（昨年2/10～2/17、本年1/28～2/4）などから、売上高619億円（54.9%増/34か月連続/シェア12.9%）、購買客数59.1万人（48.4%増）と、共に1月として過去最高。売上に占めるシェアは、前月より3.4ポイント拡大。

国内市場：ラグジュアリーブランドや、時計、美術・宝飾品などの高額品、衣料品が好調で、3か月連続プラス。

都市（10都市）：8地区で対前年プラス。高付加価値商材とインバウンド消費が牽引。婦人服・洋品、化粧品、美術・宝飾・貴金属、家電は二桁増。札幌は22.1%増と高伸。

地方（10都市以外の7地区）：中部地区を除く6地区でマイナスとなったが、前月より0.3ポイント改善。美術・宝飾・貴金属が健闘し、雑貨は前年実績を確保。

商品別：主要5品目のうち、衣料品、身のまわり品、雑貨の3品目で対前年プラス。コートなどの重衣料や防寒アイテム、ラグジュアリーブランドのバッグ、時計、宝飾品などの高額商材、化粧品が好調に推移。美術・宝飾・貴金属はオケージョンニーズもあり二桁増と高伸。化粧品は国内外共に好調で、一部価格改定前の駆け込み需要も見られた。食料品は価格高騰の影響を受け苦戦が続くが、菓子とその他食料品はプラス転換。バレンタイン商戦は、多様化する消費者ニーズに応え、毎年、各社が趣向を凝らして展開。WEB等の先行販売や自家需要、限定品、イトイン、関連イベントも人気で、好調な滑り出し。

【要因・その他】

- 天候**：気象庁発表「1月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）
◇気温は、北日本を中心に寒気の影響が弱く、暖かい空気が流れ込んだ時期もあったため、北日本でかなり高く、東日本で高かった。冬型の気圧配置が長続きせず、日照時間は、全国的に多く、降水量は、西日本日本海側でかなり少なかった。
- 営業日数増減** 29.7日（前年同月比 -0.1日）
- 土・日・祝日の合計** 10日（ // ±0.0日）
- 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103店舗）
①増加した：31店、②変化なし：25店、③減少した：47店
- 調査対象百貨店** 70社 179店（前年12月対比：+1店）（前年同月比：-2社-1店）
- 総店舗面積** 4,506,324㎡（前年同月比：-3.7%）

全国百貨店 売上高速報 2025年1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	480,587,320	100.0	5.2 (4.6)
10都市	377,280,042	78.5	7.0
札幌	16,405,071	3.4	22.1
仙台	6,255,358	1.3	-0.3
東京	142,836,563	29.7	5.5
横浜	28,844,295	6.0	3.2
名古屋	36,351,703	7.6	6.6
京都	22,822,286	4.7	12.2
大阪	83,131,944	17.3	8.9
神戸	12,152,387	2.5	4.2
広島	6,797,566	1.4	-2.7
福岡	21,682,869	4.5	7.3
10都市以外の地区	103,307,278	21.5	-0.8 (-3.2)
東北	3,891,370	0.8	-0.5
関東	47,516,003	9.9	-1.1
中部	6,068,043	1.3	9.5 (-20.3)
近畿	15,841,877	3.3	-1.3
中国	7,913,273	1.6	-1.6 (-7.3)
四国	5,585,616	1.2	-5.6
九州	16,491,096	3.4	-1.0

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	480,587,320	100.0	5.2 (4.6)
紳士服・洋品	28,158,085	5.9	3.7 (3.0)
婦人服・洋品	98,401,889	20.5	8.8 (8.2)
子供服・洋品	6,964,539	1.4	3.3 (2.7)
その他衣料品	7,024,867	1.5	4.6 (4.3)
衣 料 品	140,549,380	29.2	7.3 (6.6)
身のまわり品	88,025,756	18.3	7.0 (6.6)
化粧品	40,576,783	8.4	7.5 (7.1)
美術・宝飾・貴金属	47,876,277	10.0	16.0 (15.5)
その他雑貨	12,248,431	2.5	-7.6 (-7.8)
雑 貨	100,701,491	21.0	9.1 (8.7)
家具	3,526,267	0.7	-15.2 (-16.0)
家電	1,415,787	0.3	24.9 (24.4)
その他家庭用品	10,702,059	2.2	2.5 (0.6)
家 庭 用 品	15,644,113	3.3	-0.6 (-2.0)
生 鮮 食 品	16,060,031	3.3	-4.1 (-5.0)
菓 子	37,645,837	7.8	0.6 (-0.1)
惣 菜	24,387,922	5.1	-2.5 (-3.1)
その他食料品	32,228,553	6.7	1.7 (1.1)
食 料 品	110,322,343	23.0	-0.5 (-1.2)
食 堂 喫 茶	10,160,550	2.1	-4.2 (-4.9)
サ ー ビ ス	3,931,752	0.8	3.8 (3.6)
そ の 他	11,251,935	2.3	10.0 (9.5)
商 品 券	4,228,172	0.9	-3.5 (-3.9)

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】

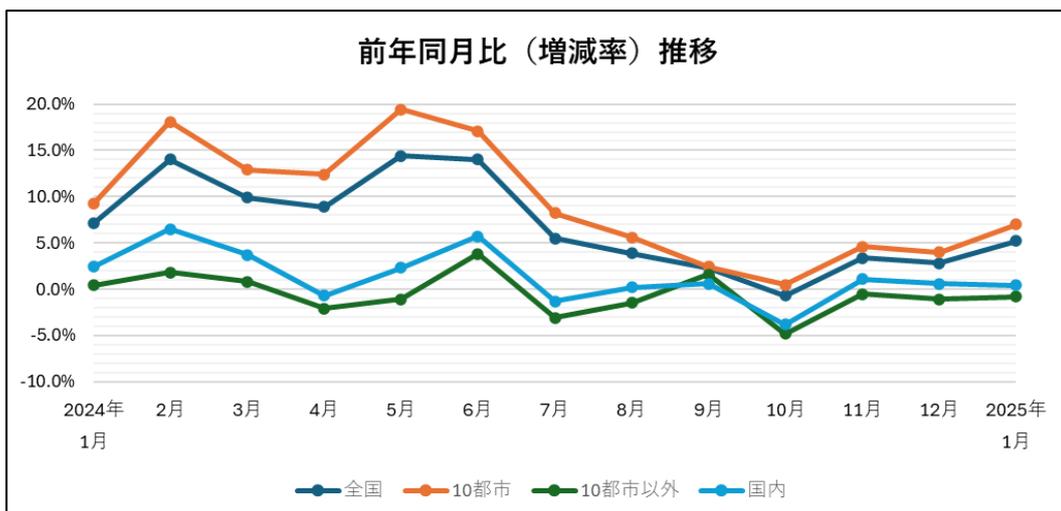
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	7.0	5.4	40か月連続プラス
札幌	22.1	0.6	35か月連続プラス
仙台	-0.3	-0.0	2か月連続マイナス
東京	5.5	1.6	3か月連続プラス
横浜	3.2	0.2	3か月連続プラス
名古屋	6.6	0.5	3か月連続プラス
京都	12.2	0.5	40か月連続プラス
大阪	8.9	1.5	40か月連続プラス
神戸	4.2	0.1	35か月連続プラス
広島	-2.7	-0.0	17か月連続マイナス
福岡	7.3	0.3	40か月連続プラス
10都市以外の地区	-0.8	-0.2	4か月連続マイナス
東北	-0.5	-0.0	2か月連続マイナス*
関東	-1.1	-0.1	4か月連続マイナス
中部	9.5	0.1	6か月ぶりプラス
近畿	-1.3	-0.0	3か月ぶりマイナス
中国	-1.6	-0.0	7か月連続マイナス*
四国	-5.6	-0.1	4か月連続マイナス
九州	-1.0	-0.0	4か月連続マイナス

(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】

	2024年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 1月
全 国	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2
10 都 市	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0
10 都 市 以 外	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8
国 内	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4



Ⅲ. 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。その他の品目は紳士服・洋品、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属が3か月連続でプラスとなったほか、菓子が2か月ぶりにプラスとなった一方、生鮮食品が10か月連続、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	5.2	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	3.7	0.2	3か月連続プラス
婦人服・洋品	8.8	1.7	3か月連続プラス
子供服・洋品	3.3	0.0	2か月ぶりプラス
その他衣料品	4.6	0.1	2か月連続プラス
衣料品	7.3	2.1	3か月連続プラス
身のまわり品	7.0	1.3	40か月連続プラス
化粧品	7.5	0.6	35か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.0	1.4	3か月連続プラス*
その他雑貨	-7.6	-0.2	5か月連続マイナス*
雑貨	9.1	1.8	40か月連続プラス
家具	-15.2	-0.1	4か月連続マイナス
家電	24.9	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	2.5	0.1	3か月連続プラス
家庭用品	-0.6	-0.0	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-4.1	-0.1	10か月連続マイナス*
菓子	0.6	0.0	2か月ぶりプラス*
惣菜	-2.5	-0.1	7か月連続マイナス*
その他食料品	1.7	0.1	10か月ぶりプラス*
食料品	-0.5	-0.1	7か月連続マイナス
食堂喫茶	-4.2	-0.1	7か月連続マイナス
サービス	3.8	0.0	2か月ぶりプラス
その他	10.0	0.2	2か月連続プラス
商品券	-3.5	-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>