

2025年2月 東京地区百貨店売上高概況

2025年3月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,287億円余
2. 前年同月比（増減率）	-2.3%（4か月ぶりマイナス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-3.3%（90.5%）：非店頭8.2%（9.5%） （ ）内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店（本年1月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	669,046㎡（前年同月比：-9.9%）
6. 総従業員数	12,524人（前年同月比：-7.6%）
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 1.7%

【参考】2024年2月の売上高増減率は18.5%

【特徴】

2月の東京地区は、前年閏年による営業日数減(-1.0日)や、気温低下で春物衣料が低調に推移したことなどから、売上高は4か月ぶりにマイナス(2.3%減)に転じた。免税売上は春節期間の会期ズレ(本年1/28~2/4、昨年2/10~2/17)があったものの、前年同月比で2桁増、春節期間対比では3~4割増と高伸した。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(1.8%減)：天候要因から春物衣料の動きが鈍かった一方、手袋やストール、マフラー等の冬物洋品は伸長。バレンタインや卒業・送別等のオケーション需要からハンカチも好調。婦人服ではセットアップより単品で着回しがきくジャケットやワンピースに動き。

身のまわり品(5.8%減)：得意客向け催事の月ズレ等もありマイナス。スニーカー等のカジュアルシューズが好調に推移したほか、春色・春素材のパンプスにも動き。

雑貨(0.5%増)：化粧品はインバウンド需要が牽引し11.5%増と二桁の伸び。スキンケアや各ブランドの春の新作が高稼働。美術・宝飾・貴金属は、昨年一部ブランドの価格改訂前駆け込み需要の反動等で4か月ぶりにマイナス(2.6%減)。

食料品(4.9%減)：食品価格の継続的な引上げが影響して、8か月連続マイナスと苦戦。バレンタイン商戦は、自家需要の伸びを背景に、各社イートイン強化やパティシエ招致等展開方法に工夫を凝らし好調推移。

3月足元動向：降雪等不安定な天候要因や、春節から桜の季節まで需要の谷間にあるインバウンドの低調から、前年比8.7%減(3/18時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.7日（前年同月比 -1.0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17店舗）
 - ①増加した：7店、②変化なし：5店、③減少した：5店
- (3) 2歳時記（節分、バレンタインデー）の売上（同上／有効回答数11店舗）
 - ①増加した：5店、②変化なし：5店、③減少した：1店

東京地区百貨店 売上高速報 2025年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	128,731,564	100.0	-2.3
紳士服・洋品	8,282,026	6.4	-2.8
婦人服・洋品	21,142,118	16.4	-0.6
子供服・洋品	2,318,229	1.8	-4.4
その他衣料品	1,151,303	0.9	-9.6
衣 料 品	32,893,676	25.6	-1.8
身のまわり品	22,690,233	17.6	-5.8
化粧品	13,382,595	10.4	11.5
美術・宝飾・貴金属	15,429,797	12.0	-2.6
その他雑貨	3,885,960	3.0	-17.3
雑 貨	32,698,352	25.4	0.5
家 具	1,070,088	0.8	-14.0
家 電	1,114,059	0.9	17.5
その他家庭用品	2,905,735	2.3	5.1
家 庭 用 品	5,089,882	4.0	2.7
生 鮮 食 品	2,838,832	2.2	-5.7
菓 子	10,790,586	8.4	-4.0
惣 菜	5,256,286	4.1	-8.1
その他食料品	8,931,099	6.9	-3.8
食 料 品	27,816,803	21.6	-4.9
食 堂 喫 茶	1,913,621	1.5	-16.5
サ ー ビ ス	1,996,364	1.6	1.6
そ の 他	3,632,633	2.8	14.7

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	978,313 千円	-14.1
従業員数	12,524 人	-7.6
店舗面積	669,046 m ²	-9.9

営業日数	27.7 日	前年	28.7 日
------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は雑貨、家庭用品がプラスとなったが、衣料品、身のまわり品、食料品がマイナスとなった。その他の品目は、化粧品が42か月連続、家電が3か月連続でプラスとなったが、紳士服・洋品が4か月ぶり、婦人服・洋品が5か月ぶり、美術・宝飾・貴金属が4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	-2.3	—	4か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-2.8	-0.2	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-0.6	-0.1	5か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-4.4	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-9.6	-0.1	3か月連続マイナス
衣料品	-1.8	-0.4	4か月ぶりマイナス
身のまわり品	-5.8	-1.1	42か月ぶりマイナス
化粧品	11.5	1.0	42か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-2.6	-0.3	4か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-17.3	-0.6	6か月連続マイナス*
雑貨	0.5	0.1	4か月連続プラス
家具	-14.0	-0.1	5か月連続マイナス
家電	17.5	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	5.1	0.1	4か月連続プラス
家庭用品	2.7	0.1	5か月ぶりプラス
生鮮食品	-5.7	-0.1	11か月連続マイナス*
菓子	-4.0	-0.3	8か月連続マイナス*
惣菜	-8.1	-0.4	8か月連続マイナス*
その他食料品	-3.8	-0.3	11か月連続マイナス*
食料品	-4.9	-1.1	8か月連続マイナス
食堂喫茶	-16.5	-0.3	8か月連続マイナス
サービス	1.6	0.0	2か月連続プラス
その他	14.7	0.4	3か月連続プラス
商品券	-14.1	-0.1	12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>