



14時30分解禁

2025年3月 全国百貨店売上高概況

2025年4月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,953億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	-2.8%(店舗数調整後/2か月連続マイナス)
① 10都市(10地区)	-3.0%(2か月連続マイナス)
② 10都市以外(7地区)	-2.1%(店舗数調整後/6か月連続マイナス)
(2) 国 内	-2.0%(店舗数調整後/2か月連続マイナス)
(3) インバウンド(免税売上)	-10.7%(店舗数調整後/36か月ぶりマイナス)※

※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】

3月は、売上高(2.8%減)、入店客数(2.6%減)共に前年を下回った。全国的に寒暖差の大きい不安定な天候要因から春物商材の動きが鈍かった他、免税売上高の低調も影響した。一方、主力の衣料品では下旬以降の気温上昇に伴って春物が動き始めると共に、卒入学等のオケーション需要も堅調に推移した。

インバウンド(免税売上)：花見シーズンを迎え、購買客数は51.5万人(13.4%増)と3月として過去最高を記録したが、円高傾向や世界的な景気後退懸念が、高額商材の買い控えなど訪日客の購買心理にも影響した結果、売上高442億円(10.7%減/シェア8.9%)と36か月ぶりにマイナス転換。化粧品は好調に推移。

国内市場：天候要因等から、入店客数減により2か月連続でマイナスだが、減少率は先月より1.5ポイント回復。

都市(10都市)：札幌、名古屋、神戸を除く7地区でマイナス。

地方(10都市以外の7地区)：東北、近畿を除く5地区でマイナス。10都市と地方の伸び率差は49か月ぶりに地方が都市を逆転。

商品別：主要5品目のうち、家庭用品を除く4品目で前年割れ。衣料品と身のまわり品は、ラグジュアリーブランドの一部価格改訂や春物の低調から2か月連続マイナス。食料品は価格高騰の影響で苦戦が続くが、物産展等の食品催事は盛況だった他、菓子ではホワイトデーや年度末の挨拶需要も見受けられた。雑貨は化粧品が国内外共に好調推移。美術・宝飾・貴金属(0.9%減)は僅かに前年割れだが、コロナ禍前の2019年比では二桁増(52.4%増)。下旬からの花見商戦では、弁当や惣菜、さくらモチーフの菓子等、各社工夫を凝らした企画を幅広く展開し堅調に推移。

【要因・その他】

- (1) 天 候：気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇全国的に10日程度の周期で気温が大きく変動し、北日本、東日本、西日本では高かった。日照時間は東・西日本太平洋側と西日本日本海側で少なく、降水量は西日本日本海側で多かった。
- (2) 営業日数増減 31.0日(前年同月比 ±0.0日)
- (3) 土・日・祝日の合計 11日(〃 ±0.0日)
- (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106店舗)
①増加した：27店、②変化なし：29店、③減少した：50店
- (5) 調査対象百貨店 70社 179店(本年2月対比：±0店)(前年同月比：-1社+2店)
- (6) 総店舗面積 4,501,487㎡(前年同月比：-2.4%)



全国百貨店 売上高速報 2025年3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	495,322,512	100.0	-2.8 (-3.1)
10都市	381,843,577	77.1	-3.0
札幌	14,015,125	2.8	0.0
仙台	6,608,736	1.3	-0.4
東京	146,738,063	29.6	-4.2
横浜	30,201,723	6.1	-1.3
名古屋	36,495,808	7.4	0.8
京都	23,163,739	4.7	-3.1
大阪	82,981,299	16.8	-3.6
神戸	13,307,911	2.7	1.9
広島	7,087,753	1.4	-7.3
福岡	21,243,420	4.3	-5.9
10都市以外の地区	113,478,935	22.9	-2.1 (-3.1)
東北	4,578,733	0.9	1.2
関東	51,668,212	10.4	-3.2
中部	6,599,335	1.3	-1.3 (-16.3)
近畿	18,150,006	3.7	1.8
中国	8,483,166	1.7	-2.3
四国	5,750,826	1.2	-6.1
九州	18,248,657	3.7	-2.5

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	495,322,512	100.0	-2.8 (-3.1)
紳士服・洋品	26,045,333	5.3	-4.4 (-4.7)
婦人服・洋品	91,345,237	18.4	-3.5 (-3.7)
子供服・洋品	12,679,845	2.6	-4.1 (-4.5)
その他衣料品	7,023,302	1.4	-0.7 (-1.1)
衣 料 品	137,093,717	27.7	-3.6 (-3.9)
身のまわり品	82,158,180	16.6	-8.9 (-9.0)
化粧品	51,973,694	10.5	1.4 (1.2)
美術・宝飾・貴金属	45,942,113	9.3	-0.9 (-1.1)
その他雑貨	13,751,450	2.8	-6.0 (-6.2)
雑 貨	111,667,257	22.5	-0.5 (-0.7)
家 具	5,688,713	1.1	5.3 (5.2)
家 電	1,800,112	0.4	25.2 (24.6)
その他家庭用品	11,545,516	2.3	5.5 (4.6)
家 庭 用 品	19,034,341	3.8	7.0 (6.4)
生 鮮 食 品	16,368,214	3.3	-3.9 (-4.2)
菓 子	45,213,191	9.1	-1.8 (-2.1)
惣 菜	25,545,807	5.2	-2.6 (-2.8)
その他食料品	29,876,672	6.0	-0.8 (-1.1)
食 料 品	117,003,884	23.6	-2.0 (-2.3)
食 堂 喫 茶	10,680,069	2.2	-5.3 (-5.5)
サ ー ビ ス	4,303,267	0.9	5.2 (5.1)
そ の 他	13,381,797	2.7	6.8 (6.7)
商 品 券	6,151,213	1.2	-10.1 (-10.3)

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】

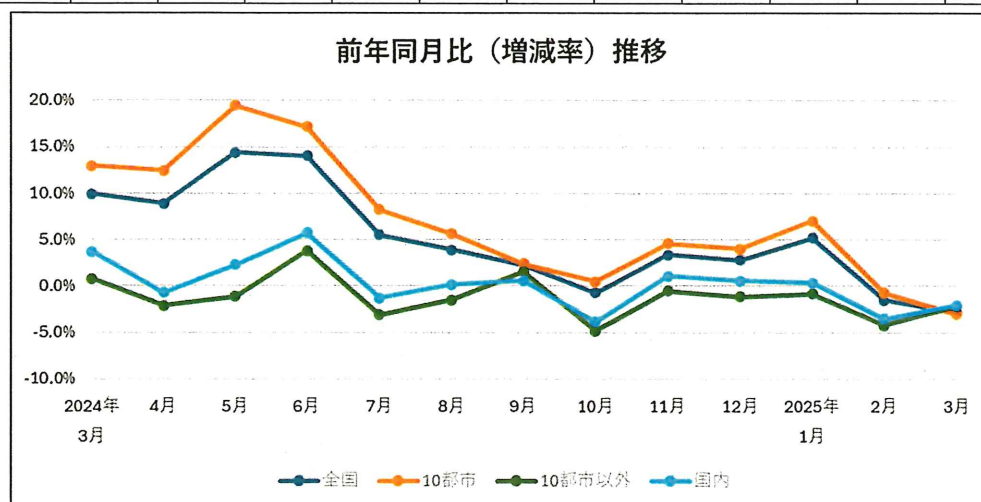
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	-3.0	-2.3	2か月連続マイナス
札幌	0.0	0.0	37か月連続プラス
仙台	-0.4	-0.0	4か月連続マイナス
東京	-4.2	-1.2	2か月連続マイナス
横浜	-1.3	-0.1	2か月連続マイナス
名古屋	0.8	0.1	5か月連続プラス
京都	-3.1	-0.1	2か月連続マイナス
大阪	-3.6	-0.6	42か月ぶりマイナス
神戸	1.9	0.0	37か月連続プラス
広島	-7.3	-0.1	19か月連続マイナス
福岡	-5.9	-0.3	2か月連続マイナス
10都市以外の地区	-2.1	-0.5	6か月連続マイナス
東北	1.2	0.0	4か月ぶりプラス*
関東	-3.2	-0.3	6か月連続マイナス
中部	-1.3	-0.0	2か月連続マイナス
近畿	1.8	0.1	3か月ぶりプラス
中国	-2.3	-0.0	9か月連続マイナス*
四国	-6.1	-0.1	6か月連続マイナス
九州	-2.5	-0.1	6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 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 1月	2月	3月
全 国	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8
10 都 市	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0
10都市以外	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1
国 内	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は家庭用品を除く4品目がマイナスとなった。

その他の品目は化粧品が37か月連続でプラスとなったほか、家具が6か月ぶりにプラスとなった一方、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属、菓子が2か月連続、惣菜が9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	-2.8	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-4.4	-0.2	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-3.5	-0.7	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-4.1	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-0.7	-0.0	2か月連続マイナス
衣料品	-3.6	-1.0	2か月連続マイナス
身のまわり品	-8.9	-1.6	2か月連続マイナス
化粧品	1.4	0.1	37か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-0.9	-0.1	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-6.0	-0.2	7か月連続マイナス*
雑貨	-0.5	-0.1	42か月ぶりマイナス
家具	5.3	0.1	6か月ぶりプラス
家電	25.2	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	5.5	0.1	2か月ぶりプラス
家庭用品	7.0	0.2	3か月ぶりプラス
生鮮食品	-3.9	-0.1	12か月連続マイナス*
菓子	-1.8	-0.2	2か月連続マイナス*
惣菜	-2.6	-0.1	9か月連続マイナス*
その他食料品	-0.8	-0.0	3か月ぶりマイナス*
食料品	-2.0	-0.5	9か月連続マイナス
食堂喫茶	-5.3	-0.1	9か月連続マイナス
サービス	5.2	0.0	3か月連続プラス
その他	6.8	0.2	4か月連続プラス
商品券	-10.1	-0.1	13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。



2025年3月 東京地区百貨店売上高概況

2025年4月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 467億円余
2. 前年同月比(増減率)	-4.2%(2か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭-5.7%(91.0%):非店頭14.6%(9.0%) ()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2月対比±0店) (前年同月比:±0店)
5. 総店舗面積	669, 177m ² (前年同月比:-9.9%)
6. 総従業員数	12, 505人 (前年同月比:-7.2%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 -0.4%

[参考] 2024年3月の売上高増減率は10.9%

【特徴】

3月の東京地区は、降雪や気温乱高下等の不安定な天候要因による客数減(10.6%減)に加えて、免税売上の低調も影響し、売上高は4.2%減と2か月連続のマイナスとなった。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(4.6%減)：月前半は気温低下で春物商品の動きが鈍かったが、中旬以降の気温上昇に伴い、婦人服・洋品ではカットソーやブラウス、ワンピース等が稼働。その他、ギフト需要でハンカチやスカーフ等も好調。ビジネス用途のメンズウェアはカジュアル化が進み単品買いが目立つ。

身のまわり品(9.6%減)：ラグジュアリーブランドのバッグや財布が免税売上の低調から苦戦した一方、アクセサリは、卒入学、ブライダル等のオケーション需要や、限定商品を展開したブランドもあり好調。

雑貨(2.8%減)：化粧品は4月以降の価格改訂前の駆け込み需要もあり、0.5%増と好調。国内・免税共にスキンケアやメイクアップ商品等幅広く稼働。美術・宝飾・貴金属は、売場改装等の影響で2.7%減と2か月連続マイナスだが、時計や金製品等は好調。

食料品(4.4%減)：引き続き価格高騰の影響や入店客数減で9か月連続マイナス。菓子はホワイトデーや送別ギフトの需要もあり好調。月下旬からの花見需要では弁当、惣菜、寿司等が伸長した他、月を通して物産展等の食品催事は盛況。

4月足元動向：円高基調が続き免税売上が減少傾向にあることから、前年比8.2%減(4/17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17店舗)
 - ①増加した:5店、②変化なし:1店、③減少した:11店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数12店舗)
 - ①増加した:2店、②変化なし:7店、③減少した:3店



東京地区百貨店 売上高速報 2025年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	146,738,063	100.0	-4.2
紳士服・洋品	10,742,906	7.3	-6.0
婦人服・洋品	24,243,223	16.5	-3.2
子供服・洋品	3,828,836	2.6	-9.9
その他衣料品	1,576,893	1.1	-3.3
衣 料 品	40,391,858	27.5	-4.6
身のまわり品	25,338,541	17.3	-9.6
化粧品	17,694,480	12.1	0.5
美術・宝飾・貴金属	15,786,331	10.8	-2.7
その他雑貨	4,414,192	3.0	-14.4
雑 貨	37,895,003	25.8	-2.8
家 具	2,261,108	1.5	11.6
家 電	1,225,355	0.8	45.9
その他家庭用品	3,679,033	2.5	8.5
家 庭 用 品	7,165,496	4.9	14.5
生 鮮 食 品	3,141,539	2.1	-2.1
菓 子	10,827,919	7.4	-5.6
惣 菜	5,912,562	4.0	-6.7
その他食料品	8,873,723	6.0	-2.2
食 料 品	28,755,743	19.6	-4.4
食 堂 喫 茶	2,207,637	1.5	-15.6
サ ー ビ ス	2,181,364	1.5	8.7
そ の 他	2,802,421	1.9	1.7

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	1,512,881 千円	-8.4
従 業 員 数	12,505 人	-7.2
店 舗 面 積	669,177 m ²	-9.9

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



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は家庭用品を除く4品目がマイナスとなった。
その他の品目は、化粧品が43か月連続、家具が6か月ぶりにプラスとなった一方、紳士服・洋品、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属が2か月連続、生鮮食品が12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	-4.2	—	2か月連続マイナス
紳士服・洋品	-6.0	-0.4	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-3.2	-0.5	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-9.9	-0.3	2か月連続マイナス
その他衣料品	-3.3	-0.0	4か月連続マイナス
衣料品	-4.6	-1.3	2か月連続マイナス
身のまわり品	-9.6	-1.8	2か月連続マイナス
化粧品	0.5	0.1	43か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-2.7	-0.3	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-14.4	-0.5	7か月連続マイナス*
雑貨	-2.8	-0.7	5か月ぶりマイナス
家具	11.6	0.2	6か月ぶりプラス
家電	45.9	0.3	4か月連続プラス
その他家庭用品	8.5	0.2	5か月連続プラス
家庭用品	14.5	0.6	2か月連続プラス
生鮮食品	-2.1	-0.0	12か月連続マイナス*
菓子	-5.6	-0.4	9か月連続マイナス*
惣菜	-6.7	-0.3	9か月連続マイナス*
その他食料品	-2.2	-0.1	12か月連続マイナス*
食料品	-4.4	-0.9	9か月連続マイナス
食堂喫茶	-15.6	-0.3	9か月連続マイナス
サービス	8.7	0.1	3か月連続プラス
その他	1.7	0.0	4か月連続プラス
商品券	-8.4	-0.1	13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・青柳 まで
EL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>