



14時30分解禁

2025年4月 全国百貨店売上高概況

2025年5月23日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 232億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	－4.5%（店舗数調整後／3か月連続マイナス）
①10都市（10地区）	－5.1%（3か月連続マイナス）
②10都市以外（7地区）	－2.1%（店舗数調整後／7か月連続マイナス）
（2）国 内	－1.0%（店舗数調整後／3か月連続マイナス）
（3）インバウンド（免税売上）	－26.7%（店舗数調整後／2か月連続マイナス）※

※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】

4月の売上高は4.5%減と3か月連続のマイナスとなった。前年高伸した免税売上の反動影響に加え、円高傾向の加速により、免税売上高が二桁減と苦戦した。入店客数は1.0%減と僅かに前年に届かなかったが、食品物産展やGW前半のファミリー向け催事等は好調に推移。
インバウンド（免税売上）：購買客数は52.1万人（3.1%増）と4月として過去最高を記録したが、売上高439億円（26.7%減/シェア10.4%）と2か月連続のマイナス。高額品等の一般物品の低調により購買単価が減少。化粧品等の消耗品は引き続き好調に推移。4/13からの大阪・関西万博開幕後はメインのアジア圏の他、欧米や中東等からの来店も増加。

国内市場：1.0%減と前月よりも減少率は1.0ポイント改善。5地区（札幌、名古屋、大阪、神戸、四国）でプラス。

都市（10都市）：名古屋、神戸を除く8地区でマイナス。前年免税売上大幅増の反動減が影響。

地方（10都市以外の7地区）：四国を除く6地区でマイナスとなり7か月連続減。入店客数は前年同水準だが、買上率の低下により購買客数減。

商品別：主要5品目のうち、食料品を除く4品目で前年割れ。衣料品は不安定な天候から前半は苦戦したが、月後半の気温上昇に伴い、カットソーやカーディガン等、夏まで使える初夏物が稼働。身のまわり品はラグジュアリーブランドのバッグや靴がインバウンドや富裕層の慎重な購入姿勢から苦戦したが、アクセサリは好調。雑貨は化粧品（3.8%増）が一部価格改定前の駆け込み需要等もあり、国内外共に好調に推移。食料品は価格高騰影響は継続しているものの、菓子が手土産需要増等で1.6%増、その他食料品が物産展等の好調もあり3.6%増とプラス転換。食料品全体でも10か月ぶりに前年実績を上回った。

【要因・その他】

（1）天 候：気象庁発表「4月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇全国的に天気は数日の周期で変わったが、気温は、本州付近に暖かい空気が流れ込みやすかったため、北・東・西日本で高かった。低気圧の影響を受けやすかった北日本日本海側と北日本太平洋側では降水量がかなり多く、記録的な寡照となった。一方、西日本日本海側と西日本太平洋側では月間日照時間は多かった。

（2）営業日数増減 29.9日（前年同月比 ±0.0日）

（3）土・日・祝日の合計 9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107店舗）

①増加した：39店、②変化なし：29店、③減少した：39店

（5）調査対象百貨店 70社 178店（本年3月対比：－1店）（前年同月比：－1社＋1店）

（6）総店舗面積 4,483,430㎡（前年同月比：－2.7%）



全国百貨店 売上高速報 2025年4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	423,233,647	100.0	-4.5 (-4.7)
10都市	330,205,524	78.0	-5.1
札幌	10,989,138	2.6	-3.5
仙台	5,488,535	1.3	-2.2
東京	126,750,240	29.9	-6.3
横浜	26,069,838	6.2	-1.2
名古屋	31,204,797	7.4	0.2
京都	20,226,238	4.8	-7.0
大阪	74,280,734	17.6	-6.6
神戸	11,385,191	2.7	2.6
広島	5,795,534	1.4	-6.0
福岡	18,015,279	4.3	-8.4
10都市以外の地区	93,028,123	22.0	-2.1 (-3.3)
東北	3,771,674	0.9	-1.7
関東	41,752,380	9.9	-1.9
中部	5,749,964	1.4	-3.8 (-19.7)
近畿	14,457,423	3.4	-1.4
中国	6,836,277	1.6	-4.6
四国	5,058,104	1.2	0.4
九州	15,402,301	3.6	-2.3

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	423,233,647	100.0	-4.5 (-4.7)
紳士服・洋品	23,487,652	5.5	-9.3 (-9.5)
婦人服・洋品	82,038,603	19.4	-5.3 (-5.4)
子供服・洋品	9,193,765	2.2	-2.0 (-2.3)
その他衣料品	5,644,808	1.3	-4.9 (-5.0)
衣 料 品	120,364,828	28.4	-5.8 (-6.0)
身のまわり品	71,948,292	17.0	-14.1 (-14.2)
化粧品	38,825,975	9.2	3.8 (3.6)
美術・宝飾・貴金属	43,839,978	10.4	-3.2 (-3.4)
その他雑貨	12,301,154	2.9	-4.8 (-4.9)
雑 貨	94,967,107	22.4	-0.7 (-0.9)
家 具	3,706,995	0.9	-9.8 (-9.9)
家 電	1,652,475	0.4	6.5 (6.0)
その他家庭用品	8,997,511	2.1	-1.1 (-2.0)
家 庭 用 品	14,356,981	3.4	-2.7 (-3.3)
生 鮮 食 品	15,650,126	3.7	-1.8 (-2.0)
菓 子	29,390,924	6.9	1.6 (1.4)
惣 菜	24,175,720	5.7	-0.7 (-0.9)
その他食料品	26,934,525	6.4	3.6 (2.6)
食 料 品	96,151,295	22.7	1.0 (0.6)
食 堂 喫 茶	9,662,740	2.3	-3.5 (-3.8)
サ ー ビ ス	3,854,644	0.9	-4.7 (-4.7)
そ の 他	11,927,760	2.8	0.6 (0.5)
商 品 券	4,951,925	1.2	-6.9 (-7.2)

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】

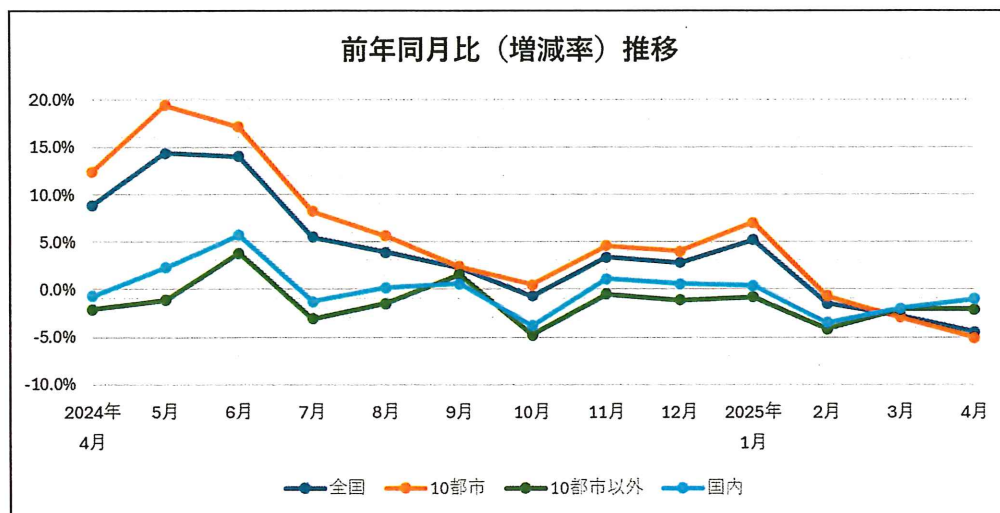
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	-5.1	-4.0	3か月連続マイナス
札幌	-3.5	-0.1	38か月ぶりマイナス
仙台	-2.2	-0.0	5か月連続マイナス
東京	-6.3	-1.9	3か月連続マイナス
横浜	-1.2	-0.1	3か月連続マイナス
名古屋	0.2	0.0	6か月連続プラス
京都	-7.0	-0.3	3か月連続マイナス
大阪	-6.6	-1.2	2か月連続マイナス
神戸	2.6	0.1	38か月連続プラス
広島	-6.0	-0.1	20か月連続マイナス
福岡	-8.4	-0.4	3か月連続マイナス
10都市以外の地区	-2.1	-0.4	7か月連続マイナス
東北	-1.7	-0.0	2か月ぶりマイナス*
関東	-1.9	-0.2	7か月連続マイナス
中部	-3.8	-0.1	3か月連続マイナス
近畿	-1.4	-0.0	2か月ぶりマイナス
中国	-4.6	-0.1	10か月連続マイナス*
四国	0.4	0.0	7か月ぶりプラス
九州	-2.3	-0.1	7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 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	4月
全 国	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5
10 都 市	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1
10都市以外	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1
国 内	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は食料品を除く4品目がマイナスとなった。
その他の品目は化粧品が38か月連続でプラスとなったほか、菓子が3か月ぶりにプラスとなった一方、紳士服・洋品、婦人服・洋品が3か月連続、生鮮食品が13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	-4.5	—	3か月連続マイナス
紳士服・洋品	-9.3	-0.5	3か月連続マイナス
婦人服・洋品	-5.3	-1.0	3か月連続マイナス
子供服・洋品	-2.0	-0.0	3か月連続マイナス
その他衣料品	-4.9	-0.1	3か月連続マイナス
衣料品	-5.8	-1.7	3か月連続マイナス
身のまわり品	-14.1	-2.7	3か月連続マイナス
化粧品	3.8	0.3	38か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-3.2	-0.3	3か月連続マイナス*
その他雑貨	-4.8	-0.1	8か月連続マイナス*
雑貨	-0.7	-0.1	2か月連続マイナス
家具	-9.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	6.5	0.0	5か月連続プラス
その他家庭用品	-1.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-2.7	-0.1	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-1.8	-0.1	13か月連続マイナス*
菓子	1.6	0.1	3か月ぶりプラス*
惣菜	-0.7	-0.0	10か月連続マイナス*
その他食料品	3.6	0.2	2か月ぶりプラス*
食料品	1.0	0.2	10か月ぶりプラス
食堂喫茶	-3.5	-0.1	10か月連続マイナス
サービス	-4.7	-0.0	4か月ぶりマイナス
その他	0.6	0.0	5か月連続プラス
商品券	-6.9	-0.1	14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4月 東京地区百貨店売上高概況

2025年5月23日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 267億円余
2. 前年同月比（増減率）	－6.3%（3か月連続マイナス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭－6.1%（92.6%）：非店頭－8.3%（7.4%） （ ）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3月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	668,299㎡（前年同月比：－10.0%）
6. 総従業員数	12,514人（前年同月比：－6.1%）
7. 3か月移動平均値	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%、2-4月 －4.3%

[参考] 2024年4月の売上高増減率は10.8%

【特 徴】

4月の東京地区は、売上高（6.3%減）、入店客数（8.3%減）共に前年を下回った。前年の免税売上高伸の反動減が大きく影響し、高付加価値商材の売上が減少した他、不安定な天候要因により、ファッション関連が苦戦した。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品（5.6%減）：月初は低気温や不安定な天候から春物商材の動きが鈍かったが、中旬以降は気温上昇に伴い、Tシャツやカットソー等の初夏物が稼働。ビジネス関連は仕事着のカジュアル化が進み、スーツ、ジャケットは紳士・婦人共に苦戦。

身のまわり品（15.3%減）：為替影響や訪日客の購買傾向の変化もあり、ラグジュアリーブランドのバッグ、靴等が低調で二桁減。これまで好調だったスーツケースも免税不調で売上減。アクセサリは先月に続き好調に推移。

雑貨（4.0%減）：化粧品は一部ブランドの価格改訂前の駆け込み需要もあり、5.4%増と好調。インバウンドの購買傾向もライン使いが浸透し高単価で推移。美術・宝飾・貴金属は、一部価格改訂前の駆け込みが見られた他、時計は資産性商材への関心の高さもあり堅調。

食料品（0.9%減）：継続的な価格高騰影響で0.9%減と前年に僅かに届かなかったが、先月より3.5ポイント改善。特に各社企画の物産展や外国展等の食品催事が好調だったほか、自家・ギフト共に和洋酒の需要増により、その他食料品は1.6%増と13か月ぶりにプラス転換。菓子はGWの手土産需要もあり和洋菓子共に堅調に推移し、先月より3.8ポイント改善。

5月足元動向：前年高伸した免税売上の反動影響から前年比10.2%減（5/18時点）で推移。

【要 因】

- (1) 営業日数増減 30.0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：10店、②変化なし：3店、③減少した：4店
- (3) 4月歳時記（春物商戦、GW）の売上（同上／有効回答数10店舗）
 - ①増加した：1店、②変化なし：6店、③減少した：3店



東京地区百貨店 売上高速報 2025年4月

	売上高(千円)	構成比 (%)	対前年増減(-)率 (%)
総 額	126,750,240	100.0	-6.3
紳士服・洋品	9,717,058	7.7	-8.4
婦人服・洋品	21,608,623	17.0	-4.4
子供服・洋品	2,989,871	2.4	-2.9
その他衣料品	1,295,877	1.0	-9.4
衣 料 品	35,611,429	28.1	-5.6
身のまわり品	23,284,252	18.4	-15.3
化粧品	12,386,382	9.8	5.4
美術・宝飾・貴金属	15,313,281	12.1	-7.0
その他雑貨	4,035,333	3.2	-17.0
雑 貨	31,734,996	25.0	-4.0
家 具	1,237,029	1.0	-13.2
家 電	1,159,738	0.9	1.0
その他家庭用品	2,768,175	2.2	-4.9
家 庭 用 品	5,164,942	4.1	-5.8
生 鮮 食 品	2,927,750	2.3	-1.7
菓 子	7,478,192	5.9	-1.8
惣 菜	5,742,479	4.5	-2.9
その他食料品	8,254,483	6.5	1.6
食 料 品	24,402,904	19.3	-0.9
食 堂 喫 茶	2,082,848	1.6	-12.8
サ ー ビ ス	1,917,467	1.5	-5.9
そ の 他	2,551,402	2.0	5.9

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	1,256,458 千円	-5.0
従 業 員 数	12,514 人	-6.1
店 舗 面 積	668,299 m ²	-10.0

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は全てマイナスとなった。

その他の品目は、化粧品が4か月連続、その他食料品が13か月ぶりにプラスとなったが、美術・宝飾・貴金属が3か月連続、菓子、惣菜が10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	-6.3	-	3か月連続マイナス
紳士服・洋品	-8.4	-0.7	3か月連続マイナス
婦人服・洋品	-4.4	-0.7	3か月連続マイナス
子供服・洋品	-2.9	-0.1	3か月連続マイナス
その他衣料品	-9.4	-0.1	5か月連続マイナス
衣料品	-5.6	-1.6	3か月連続マイナス
身のまわり品	-15.3	-3.1	3か月連続マイナス
化粧品	5.4	0.5	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-7.0	-0.8	3か月連続マイナス*
その他雑貨	-17.0	-0.6	8か月連続マイナス*
雑貨	-4.0	-1.0	2か月連続マイナス
家具	-13.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	1.0	0.0	5か月連続プラス
その他家庭用品	-4.9	-0.1	6か月ぶりマイナス
家庭用品	-5.8	-0.2	3か月ぶりマイナス
生鮮食品	-1.7	-0.0	13か月連続マイナス*
菓子	-1.8	-0.1	10か月連続マイナス*
惣菜	-2.9	-0.1	10か月連続マイナス*
その他食料品	1.6	0.1	13か月ぶりプラス*
食料品	-0.9	-0.2	10か月連続マイナス
食堂喫茶	-12.8	-0.2	10か月連続マイナス
サービス	-5.9	-0.1	4か月ぶりマイナス
その他	5.9	0.1	5か月連続プラス
商品券	-5.0	-0.0	14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
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>