



14時30分解禁

2025年6月 全国百貨店売上高概況

2025年7月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,615億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	-7.8%(店舗数調整後/5か月連続マイナス)
① 10都市(10地区)	-8.5%(5か月連続マイナス)
② 10都市以外(7地区)	-5.0%(店舗数調整後/9か月連続マイナス)
(2) 国 内	-2.8%(店舗数調整後/5か月連続マイナス)
(3) インバウンド(免税売上)	-40.6%(店舗数調整後/4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】

6月の売上高は7.8%減(5か月連続)と前月(7.0%減)とほぼ同水準の業績推移となった。前年、高伸した免税売上(2024年6月:661億円)の反動の他、休日数減(土曜1日減)による入店客数減(2.0%減)も影響した。

インバウンド(免税売上)：円高傾向の定着により高額品の購買減少が継続しており、売上高392億円(40.6%減/シェア8.5%)と4か月連続マイナス。購買客数は50万人(13.8%減)で2か月連続マイナス。購買客数は香港、韓国が大幅減の一方、タイ、マレーシアは増加。購買単価は31.2%減と苦戦。

国内市場：先月まで回復傾向を示していたが、6月は2.8%減(シェア91.5%/5か月連続)と先月より2.0ポイントダウン。地方(10都市以外の7地区)は4.8%減と先月より3.6ポイントマイナス幅が拡大。札幌、京都、大阪の3地区はプラス。

都市(10都市)：全地区マイナス。福岡、東京、広島は二桁減。引き続き、前年免税売上の高伸影響が大都市店舗で目立つ。身のまわり品22.0%減。美術・宝飾・貴金属14.1%減。

地方(10都市以外の7地区)：全地区マイナス。入店客数は前年並み(0.6%増)も売上は先月より3.4ポイントダウン。

商品別：主要5品目全て前年割れ。特にラグジュアリーブランドのバッグ、財布、靴等の高額品を含む身のまわり品は前年免税売上高伸反動、並びに前年価格改定前の駆け込みもあり二桁減。月後半は高気温が続いたことで、サングラスや晴雨兼用傘等は好調。雑貨では、化粧品(6.3%減)はマイナスに転じたが、国内はUVケアやスキンケア商品等が堅調。食料品は価格高騰影響等で3か月ぶりにマイナスとなったが、菓子は国内外の手土産需要が好調で3か月連続プラス。中元商戦はギフト市場の縮小もあり、贈答品は件数が減少傾向も、自家需要は堅調。月後半からのクリアランスは夏物衣料を中心に好調な滑り出し。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、暖かい空気に覆われやすかったため、北・東・西日本ではかなり高く、1946年の統計開始以降、6月として1位の高温となった。月降水量は、西日本太平洋側で少なく、日照時間は、北日本太平洋側と東・西日本太平洋側でかなり多かった。

(2) 営業日数増減 29.8日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(〃 土曜1日減)

(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100店舗)

①増加した：31店、②変化なし：22店、③減少した：47店

(5) 調査対象百貨店 70社 178店(本年5月対比：±0店)(前年同月比：-1社+1店)

(6) 総店舗面積 4,481,054㎡(前年同月比：-2.8%)



全国百貨店 売上高速報 2025年6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	461,520,474	100.0	-7.8 (-8.0)
10都市	361,073,775	78.2	-8.5
札幌	13,165,976	2.9	-1.1
仙台	5,926,773	1.3	-3.4
東京	141,014,897	30.6	-10.6
横浜	29,607,282	6.4	-2.6
名古屋	33,687,449	7.3	-5.6
京都	21,311,597	4.6	-8.7
大阪	79,890,149	17.3	-6.7
神戸	11,761,152	2.5	-7.9
広島	6,209,466	1.3	-11.3
福岡	18,499,034	4.0	-18.1
10都市以外の地区	100,446,699	21.8	-5.0 (-6.2)
東北	4,037,199	0.9	-3.6
関東	46,397,944	10.1	-5.9
中部	6,123,913	1.3	-1.6 (-19.5)
近畿	15,286,341	3.3	-3.1
中国	7,906,205	1.7	-4.8
四国	5,447,829	1.2	-7.6
九州	15,247,268	3.3	-5.0

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	461,520,474	100.0	-7.8 (-8.0)
紳士服・洋品	24,203,452	5.2	-10.1 (-10.4)
婦人服・洋品	83,884,789	18.2	-8.9 (-9.2)
子供服・洋品	5,446,369	1.2	-9.4 (-9.7)
その他衣料品	6,362,248	1.4	-5.2 (-5.3)
衣 料 品	119,896,858	26.0	-9.0 (-9.2)
身のまわり品	72,381,963	15.7	-20.5 (-20.7)
化粧品	39,249,484	8.5	-6.3 (-6.5)
美術・宝飾・貴金属	47,315,754	10.3	-12.9 (-13.1)
その他雑貨	12,337,654	2.7	1.4 (1.2)
雑 貨	98,902,892	21.4	-8.7 (-8.9)
家 具	3,702,146	0.8	-5.2 (-5.6)
家 電	1,890,763	0.4	31.8 (31.2)
その他家庭用品	9,497,870	2.1	-5.8 (-6.9)
家 庭 用 品	15,090,779	3.3	-2.1 (-3.1)
生 鮮 食 品	20,145,125	4.4	-5.0 (-5.4)
菓 子	37,838,553	8.2	0.5 (0.1)
惣 菜	26,846,567	5.8	-2.2 (-2.5)
その他食料品	38,708,341	8.4	-2.1 (-2.4)
食 料 品	123,538,586	26.8	-1.8 (-2.2)
食 堂 喫 茶	10,280,624	2.2	-4.1 (-4.4)
サ ー ビ ス	3,785,222	0.8	-6.6 (-6.6)
そ の 他	17,643,550	3.8	33.8 (33.6)
商 品 券	9,083,529	2.0	-12.1 (-12.4)

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】

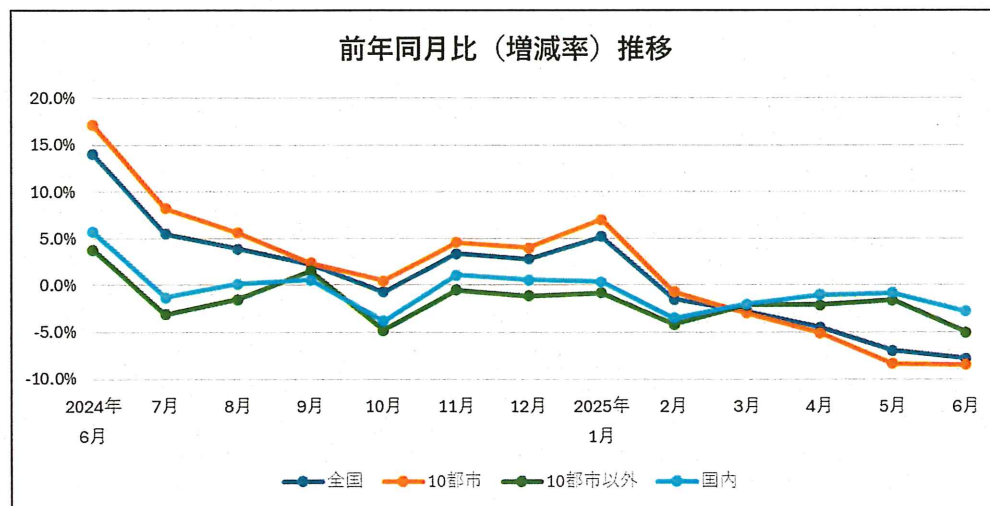
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	-8.5	-6.7	5か月連続マイナス
札幌	-1.1	-0.0	3か月連続マイナス
仙台	-3.4	-0.0	2か月ぶりマイナス
東京	-10.6	-3.4	5か月連続マイナス
横浜	-2.6	-0.2	5か月連続マイナス
名古屋	-5.6	-0.4	2か月連続マイナス
京都	-8.7	-0.4	5か月連続マイナス
大阪	-6.7	-1.1	4か月連続マイナス
神戸	-7.9	-0.2	2か月連続マイナス
広島	-11.3	-0.2	22か月連続マイナス
福岡	-18.1	-0.8	5か月連続マイナス
10都市以外の地区	-5.0	-1.1	9か月連続マイナス
東北	-3.6	-0.0	2か月ぶりマイナス*
関東	-5.9	-0.6	9か月連続マイナス
中部	-1.6	-0.0	5か月連続マイナス
近畿	-3.1	-0.1	2か月ぶりマイナス
中国	-4.8	-0.1	12か月連続マイナス*
四国	-7.6	-0.1	2か月連続マイナス
九州	-5.0	-0.2	9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 6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 1月	2月	3月	4月	5月	6月
全 国	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8
10 都 市	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5
10 都市 以 外	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0
国 内	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てマイナスとなった。

その他の品目は菓子が3か月連続でプラスとなったが、化粧品が40か月ぶり、紳士服・洋品、婦人服・洋品が5か月連続、生鮮食品が15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	-7.8	—	5か月連続マイナス
紳士服・洋品	-10.1	-0.5	5か月連続マイナス
婦人服・洋品	-8.9	-1.6	5か月連続マイナス
子供服・洋品	-9.4	-0.1	5か月連続マイナス
その他衣料品	-5.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
衣料品	-9.0	-2.4	5か月連続マイナス
身のまわり品	-20.5	-3.7	5か月連続マイナス
化粧品	-6.3	-0.5	40か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	-12.9	-1.4	5か月連続マイナス*
その他雑貨	1.4	0.0	2か月連続プラス*
雑貨	-8.7	-1.9	4か月連続マイナス
家具	-5.2	-0.0	3か月連続マイナス
家電	31.8	0.1	7か月連続プラス
その他家庭用品	-5.8	-0.1	3か月連続マイナス
家庭用品	-2.1	-0.1	3か月連続マイナス
生鮮食品	-5.0	-0.2	15か月連続マイナス*
菓子	0.5	0.0	3か月連続プラス*
惣菜	-2.2	-0.1	2か月ぶりマイナス*
その他食料品	-2.1	-0.2	3か月ぶりマイナス*
食料品	-1.8	-0.5	3か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-4.1	-0.1	12か月連続マイナス
サービス	-6.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他	33.8	0.9	2か月ぶりプラス
商品券	-12.1	-0.3	16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6月 東京地区百貨店売上高概況

2025年7月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,410億円余
2. 前年同月比(増減率)	-10.6%(5か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭-11.4%(90.9%)：非店頭-2.8%(9.1%) ()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5月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	665,976㎡ (前年同月比：-10.3%)
6. 総従業員数	12,434人 (前年同月比：-6.6%)
7. 3か月移動平均値	11-1月 3.1%、12-2月 1.7%、1-3月 -0.4%、 2-4月 -4.3%、3-5月 -6.5%、4-6月 -8.8%

[参考] 2024年6月の売上高増減率は16.0%

【特徴】

6月の東京地区は、売上高(10.6%減)、入店客数(11.7%減)共に前年を下回った。5月同様、前年免税売上の高伸反動の他、休日一日減、一部店舗の改装工事等が影響した。インバウンドも売上、購買客数共にマイナスとなった。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(10.7%減)：主力の衣料品は、中旬以降の気温上昇に伴い、婦人服ではカットソー、ブラウス等のトップスが好調だった他、洋品では帽子やUV手袋等、紫外線対策アイテムやハンカチが稼働した。紳士服では、父の日ギフトでリカバリーウェア等の機能性商品が好調。6月後半からスタートしたクリアランスでは、セール品よりプロパー品が高稼働。

身のまわり品(20.8%減)：ラグジュアリーブランドの高付加価値商材はインバウンド不調で苦戦が続くが、日傘やサングラス等の夏物商材は好調。婦人靴ではスニーカーやサンダルが好調に推移した他、旅行ニーズの高まりから国内ブランドのハンドバッグや旅行鞆が伸長。

雑貨(14.5%減)：化粧品はインバウンドが伸びず8.5%減と2か月連続マイナス。個別アイテムではポイントメイクは苦戦も、UVケア商品、クレンジング等スキンケア商品やフレグランスは好調。美術・宝飾・貴金属(18.1%減)は5か月連続マイナス。

食料品(4.4%減)：価格高騰影響から生鮮食品はマイナスが長引いているが、各社、物産催事や菓子催事等、趣向を凝らした企画を展開し催事等は好調。中元商戦では店頭からECへの誘導を強化する企業が増えた他、自家需要商品の拡充でECは好調。

7月足元動向：免税売上の反動影響が続き、前年比14.8%減(7/17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16店舗)
 - ①増加した：4店、②変化なし：3店、③減少した：9店
- (3) 6月歳時記(父の日、中元)の売上(同上/有効回答数12店舗)
 - ①増加した：1店、②変化なし：4店、③減少した：7店



東京地区百貨店 売上高速報 2025年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	141,014,897	100.0	-10.6
紳士服・洋品	10,070,648	7.1	-9.1
婦人服・洋品	21,519,831	15.3	-10.6
子供服・洋品	1,531,846	1.1	-18.3
その他衣料品	1,632,168	1.2	-12.9
衣 料 品	34,754,493	24.6	-10.7
身のまわり品	23,847,753	16.9	-20.8
化粧品	12,349,372	8.8	-8.5
美術・宝飾・貴金属	16,085,954	11.4	-18.1
その他雑貨	3,683,204	2.6	-16.6
雑 貨	32,118,530	22.8	-14.5
家 具	1,257,245	0.9	-2.4
家 電	1,405,701	1.0	49.1
その他家庭用品	2,916,901	2.1	-12.6
家 庭 用 品	5,579,847	4.0	0.2
生 鮮 食 品	4,401,409	3.1	-7.4
菓 子	10,984,923	7.8	-5.2
惣 菜	6,954,420	4.9	-4.5
その他食料品	13,378,560	9.5	-2.8
食 料 品	35,719,312	25.3	-4.4
食 堂 喫 茶	2,207,768	1.6	-14.9
サ ー ビ ス	1,695,938	1.2	-14.9
そ の 他	5,091,256	3.6	37.5

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	2,283,967 千円	-15.9
従 業 員 数	12,434 人	-6.6
店 舗 面 積	665,976 m ²	-10.3

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、家電が7か月連続でプラスとなったが、化粧品が2か月連続、紳士服・洋品、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属が5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	-10.6	—	5か月連続マイナス
紳士服・洋品	-9.1	-0.6	5か月連続マイナス
婦人服・洋品	-10.6	-1.6	5か月連続マイナス
子供服・洋品	-18.3	-0.2	5か月連続マイナス
その他衣料品	-12.9	-0.2	7か月連続マイナス
衣料品	-10.7	-2.6	5か月連続マイナス
身のまわり品	-20.8	-4.0	5か月連続マイナス
化粧品	-8.5	-0.7	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-18.1	-2.3	5か月連続マイナス*
その他雑貨	-16.6	-0.5	10か月連続マイナス*
雑貨	-14.5	-3.4	4か月連続マイナス
家具	-2.4	-0.0	3か月連続マイナス
家電	49.1	0.3	7か月連続プラス
その他家庭用品	-12.6	-0.3	3か月連続マイナス
家庭用品	0.2	0.0	2か月連続プラス
生鮮食品	-7.4	-0.2	15か月連続マイナス*
菓子	-5.2	-0.4	12か月連続マイナス*
惣菜	-4.5	-0.2	12か月連続マイナス*
その他食料品	-2.8	-0.2	2か月連続マイナス*
食料品	-4.4	-1.0	12か月連続マイナス
食堂喫茶	-14.9	-0.2	12か月連続マイナス
サービス	-14.9	-0.2	2か月ぶりマイナス
その他	37.5	0.9	2か月ぶりプラス
商品券	-15.9	-0.3	16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>