



14時30分解禁

2025年7月 全国百貨店売上高概況

2025年8月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,683億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	-6.2%(店舗数調整後/6か月連続マイナス)
① 10都市(10地区)	-6.9%(6か月連続マイナス)
② 10都市以外(7地区)	-3.4%(店舗数調整後/10か月連続マイナス)
(2) 国 内	-1.8%(店舗数調整後/6か月連続マイナス)
(3) インバウンド(免税売上)	-36.3%(店舗数調整後/5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】

7月の売上高は6.2%減(6か月連続)、入店客数1.7%減(8か月連続)と共に前年実績を下回った。前年、調査開始以来3番目に高い値を記録した免税売上(633億円)の高伸反動が大きく影響した。また、全国的に記録的な猛暑が続き、主要顧客層の入店客数減等マイナス要因も見られたが、夏物衣料や服飾雑貨等の盛夏商材が好調に推移し、前月より売上高は1.6ポイント、入店客数は0.3ポイント改善した。

インバウンド(免税売上)：7月の為替相場は多少円安に振れたものの、前年高伸反動から売上高403億円(36.3%減/シェア8.6%)と5か月連続マイナス。購買客数は47万人(16.7%減)で3か月連続マイナス。先月に続き、香港、韓国の購買客数の減少幅が大きい。中国、台湾は徐々に回復傾向。

国内市場：7月は1.8%減(シェア91.4%/6か月連続)と先月より1.0ポイント改善。10都市1.3%減、地方(10都市以外の7地区)3.2%減と共に先月よりマイナス幅は縮小。札幌、名古屋、大阪、東北の4地区プラス。

都市(10都市)：全地区マイナス。福岡、東京は二桁減。前年伸長した高額品の不調から身のまわり品17.6%減。夏休みの帰省やインバウンドの土産需要増等で、菓子は0.2%増。

地方(10都市以外の7地区)：東北を除く6地区マイナス。東北は一部店舗の閉店セールが活況だったこと等もあり、プラス転換。

商品別：主要5品目全て前年実績を下回った。昨年好調だったラグジュアリーブランドを含む身のまわり品が16.1%減と4か月連続二桁減。クリアランスは規模、売上共に減少傾向。晴天、高気温により日傘、帽子、サンダル等夏物商材のほか、化粧品ではUV対策アイテムも好調。中元商戦は自家需要堅調も、全体では微減。夏休み催事はアニメ等のポップカルチャーや体験型等、各社趣向を凝らした展開で集客、売上に寄与。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「7月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇太平洋高気圧が本州付近に張り出し、梅雨前線の活動が弱かったため、北・東・西日本では晴れて気温が高い日が多く、1946年の統計開始以降、それぞれ7月として1位の高温となった。降水量は北・東・西日本日本海側と北日本太平洋側でかなり少なく、東・西日本太平洋側では少なかった。日照時間は東・西日本日本海側では、7月として1位の多照。

(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 9日(〃 ±0.0日)

(4) 入店客数増減(回答店舗数で見える傾向値/前年同月比/有効回答数100店舗)

①増加した：41店、②変化なし：25店、③減少した：34店

(5) 調査対象百貨店 70社 178店(本年6月対比：±0店)(前年同月比：-1社+1店)

(6) 総店舗面積 4,482,071㎡(前年同月比：-1.9%)



全国百貨店 売上高速報 2025年7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	468,331,459	100.0	-6.2 (-6.6)
10都市	365,106,347	78.0	-6.9
札幌	13,144,199	2.8	-6.6
仙台	6,344,517	1.4	-3.9
東京	136,579,091	29.2	-10.0
横浜	28,294,932	6.0	-3.4
名古屋	35,182,638	7.5	-1.1
京都	20,914,896	4.5	-9.6
大阪	83,968,678	17.9	-4.1
神戸	13,223,769	2.8	-1.9
広島	7,146,443	1.5	-7.4
福岡	20,307,184	4.3	-11.5
10都市以外の地区	103,225,112	22.0	-3.4 (-5.3)
東北	3,929,063	0.8	0.7
関東	45,517,691	9.7	-3.9
中部	5,990,594	1.3	-5.3 (-29.1)
近畿	16,337,011	3.5	-1.3
中国	7,828,220	1.7	-5.1
四国	5,838,919	1.2	-2.2
九州	17,783,614	3.8	-4.0

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	468,331,459	100.0	-6.2 (-6.6)
紳士服・洋品	21,162,577	4.5	-8.4 (-8.9)
婦人服・洋品	82,060,832	17.5	-6.1 (-6.6)
子供服・洋品	5,509,445	1.2	-3.8 (-4.5)
その他衣料品	6,292,847	1.3	-11.0 (-11.4)
衣 料 品	115,025,701	24.6	-6.7 (-7.2)
身のまわり品	75,850,762	16.2	-16.1 (-16.4)
化粧品	38,691,033	8.3	-3.2 (-3.5)
美術・宝飾・貴金属	49,464,929	10.6	-3.6 (-4.0)
その他雑貨	13,067,048	2.8	2.4 (2.1)
雑 貨	101,223,010	21.6	-2.8 (-3.1)
家 具	4,172,533	0.9	-5.8 (-6.4)
家 電	1,509,523	0.3	15.4 (14.9)
その他家庭用品	9,875,528	2.1	-4.2 (-6.0)
家 庭 用 品	15,557,584	3.3	-3.1 (-4.4)
生 鮮 食 品	21,578,831	4.6	-4.6 (-5.0)
菓 子	39,699,704	8.5	-0.4 (-0.9)
惣 菜	27,755,016	5.9	-1.9 (-2.3)
その他食料品	42,804,316	9.1	-3.4 (-3.8)
食 料 品	131,837,867	28.2	-2.4 (-2.8)
食 堂 喫 茶	11,361,507	2.4	-2.4 (-2.8)
サ ー ビ ス	3,692,537	0.8	-19.6 (-19.6)
そ の 他	13,782,491	2.9	-0.8 (-0.9)
商 品 券	9,515,546	2.0	-10.1 (-10.4)

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】

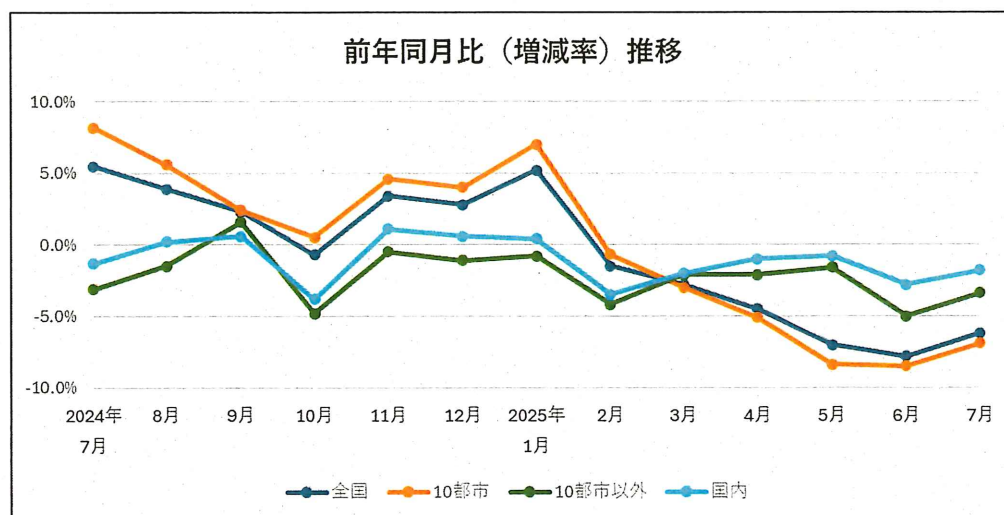
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	-6.9	-5.4	6か月連続マイナス
札幌	-6.6	-0.2	4か月連続マイナス
仙台	-3.9	-0.1	2か月連続マイナス
東京	-10.0	-3.0	6か月連続マイナス
横浜	-3.4	-0.2	6か月連続マイナス
名古屋	-1.1	-0.1	3か月連続マイナス
京都	-9.6	-0.4	6か月連続マイナス
大阪	-4.1	-0.7	5か月連続マイナス
神戸	-1.9	-0.1	3か月連続マイナス
広島	-7.4	-0.1	23か月連続マイナス
福岡	-11.5	-0.5	6か月連続マイナス
10都市以外の地区	-3.4	-0.7	10か月連続マイナス
東北	0.7	0.0	2か月ぶりプラス*
関東	-3.9	-0.4	10か月連続マイナス
中部	-5.3	-0.1	6か月連続マイナス
近畿	-1.3	-0.0	2か月連続マイナス
中国	-5.1	-0.1	13か月連続マイナス*
四国	-2.2	-0.0	3か月連続マイナス
九州	-4.0	-0.1	10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 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	7月
全 国	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2
10 都 市	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9
10 都市 以 外	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4
国 内	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てマイナスとなった。

その他の品目はその他雑貨が3か月連続、家電が8か月連続でプラスとなったが、化粧品が2か月連続、美術・宝飾・貴金属が6か月連続、菓子が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	-6.2	—	6か月連続マイナス
紳士服・洋品	-8.4	-0.4	6か月連続マイナス
婦人服・洋品	-6.1	-1.1	6か月連続マイナス
子供服・洋品	-3.8	-0.0	6か月連続マイナス
その他衣料品	-11.0	-0.2	2か月連続マイナス
衣料品	-6.7	-1.7	6か月連続マイナス
身のまわり品	-16.1	-2.9	6か月連続マイナス
化粧品	-3.2	-0.3	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-3.6	-0.4	6か月連続マイナス*
その他雑貨	2.4	0.1	3か月連続プラス*
雑貨	-2.8	-0.6	5か月連続マイナス
家具	-5.8	-0.1	4か月連続マイナス
家電	15.4	0.0	8か月連続プラス
その他家庭用品	-4.2	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-3.1	-0.1	4か月連続マイナス
生鮮食品	-4.6	-0.2	16か月連続マイナス*
菓子	-0.4	-0.0	4か月ぶりマイナス*
惣菜	-1.9	-0.1	2か月連続マイナス*
その他食料品	-3.4	-0.3	2か月連続マイナス*
食料品	-2.4	-0.7	2か月連続マイナス
食堂喫茶	-2.4	-0.1	13か月連続マイナス
サービス	-19.6	-0.2	2か月連続マイナス
その他	-0.8	-0.0	2か月ぶりマイナス
商品券	-10.1	-0.2	17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7月 東京地区百貨店売上高概況

2025年8月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 365億円余
2. 前年同月比（増減率）	-10.0%（6か月連続マイナス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭-9.3%（91.8%）：非店頭-17.2%（8.2%） （ ）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6月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	667,660㎡（前年同月比：-5.2%）
6. 総従業員数	12,394人（前年同月比：-6.5%）
7. 3か月移動平均値	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%、5-7月 -9.9%

【参考】2024年7月の売上高増減率は8.3%

【特徴】

7月の東京地区は、売上高（10.0%減）、入店客数（12.2%減）共に前年を下回った。前年免税売上の高伸反動の他、一部店舗の改装工事等が影響した。国内は各社、外商顧客やハウスカード会員向け優待施策等を実施し、4.2%減と前月より0.5ポイント改善。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品（7.6%減）：主力の衣料品は、婦人服ではブラウス、カットソー等が好調だった他、シアーや麻等の薄手の涼感素材が稼働。紳士服はビジネスアイテム苦戦で二桁減。洋品は猛暑対策から帽子、UV手袋、ハンカチ等引き続き好調。クリアランスは昨年はインバウンド需要も見られたが、本年は訪日客数減で低調。国内客のセールへの消費意欲も低い。

身のまわり品（20.7%減）：ラグジュアリーブランドのバッグ、財布、靴等は、前年インバウンドの高伸反動で苦戦。猛暑対策の晴雨兼用傘は女性用の他、男性用も伸長。スーツケース等のトラベルバッグはインバウンド減少で低調。

雑貨（6.0%減）：全体ではマイナスだが、前月より8.5ポイント回復。化粧品はインバウンド減少もUV関連商品やボディケア、フレグランス等の品目は堅調。美術・宝飾・貴金属（4.0%減）は、一部金取扱いブランドの価格改定前の駆け込み需要もあり、金製品好調。

食料品（3.7%減）：生鮮食品は価格高止まり影響から6.5%減と16か月連続減。惣菜は、土用の丑の日が7月に2回（7/19・31）あり、うなぎが好調。中元商戦はEC好調も店頭縮小傾向で、全体ではほぼ前年並みで推移。ビアガーデンは暑さを楽しむ顧客増で活況。

8月足元動向：免税売上のマイナス幅が縮小したことに加え、国内も徐々に回復傾向にあり、前年比1.8%増（8/18時点）で推移。

【要因】

- 営業日数増減 31.0日（前年同月比 ±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16店舗）
 - 増加した：6店、②変化なし：2店、③減少した：8店
- 7月歳時記（中元、クリアランス、夏休み）の売上（同上／有効回答数11店舗）
 - 増加した：2店、②変化なし：4店、③減少した：5店



東京地区百貨店 売上高速報 2025年7月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	136,579,091	100.0	-10.0
紳士服・洋品	8,571,309	6.3	-10.4
婦人服・洋品	21,567,594	15.8	-6.1
子供服・洋品	1,581,646	1.2	-6.2
その他衣料品	1,599,246	1.2	-12.6
衣 料 品	33,319,795	24.4	-7.6
身のまわり品	24,404,466	17.9	-20.7
化粧品	12,235,938	9.0	-5.9
美術・宝飾・貴金属	16,689,934	12.2	-4.0
その他雑貨	4,043,173	3.0	-13.6
雑 貨	32,969,045	24.1	-6.0
家 具	1,339,631	1.0	-17.8
家 電	1,047,076	0.8	25.7
その他家庭用品	2,947,438	2.2	-8.4
家 庭 用 品	5,334,145	3.9	-6.1
生 鮮 食 品	4,157,897	3.0	-6.5
菓 子	10,643,446	7.8	-3.9
惣 菜	6,838,201	5.0	-3.8
その他食料品	11,997,763	8.8	-2.5
食 料 品	33,637,307	24.6	-3.7
食 堂 喫 茶	2,375,895	1.7	-12.3
サ ー ビ ス	1,675,322	1.2	-34.8
そ の 他	2,863,116	2.1	-27.8

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	1,966,007 千円	-10.3
従 業 員 数	12,394 人	-6.5
店 舗 面 積	667,660 m ²	-5.2

営 業 日 数	31.0 日	前年	31.0 日
---------	--------	----	--------



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は全てマイナスとなった。

その他の品目は、家電が8か月連続でプラスとなったが、紳士服・洋品、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属が6か月連続、生鮮食品が16か月連続、菓子、惣菜が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	-10.0	—	6か月連続マイナス
紳士服・洋品	-10.4	-0.7	6か月連続マイナス
婦人服・洋品	-6.1	-0.9	6か月連続マイナス
子供服・洋品	-6.2	-0.1	6か月連続マイナス
その他衣料品	-12.6	-0.2	8か月連続マイナス
衣料品	-7.6	-1.8	6か月連続マイナス
身のまわり品	-20.7	-4.2	6か月連続マイナス
化粧品	-5.9	-0.5	3か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	-4.0	-0.5	6か月連続マイナス*
その他雑貨	-13.6	-0.4	11か月連続マイナス*
雑貨	-6.0	-1.4	5か月連続マイナス
家具	-17.8	-0.2	4か月連続マイナス
家電	25.7	0.1	8か月連続プラス
その他家庭用品	-8.4	-0.2	4か月連続マイナス
家庭用品	-6.1	-0.2	3か月ぶりマイナス
生鮮食品	-6.5	-0.2	16か月連続マイナス*
菓子	-3.9	-0.3	13か月連続マイナス*
惣菜	-3.8	-0.2	13か月連続マイナス*
その他食料品	-2.5	-0.2	3か月連続マイナス*
食料品	-3.7	-0.9	13か月連続マイナス
食堂喫茶	-12.3	-0.2	13か月連続マイナス
サービス	-34.8	-0.6	2か月連続マイナス
その他	-27.8	-0.7	2か月ぶりマイナス
商品券	-10.3	-0.1	17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>