



14時30分解禁

2025年8月 全国百貨店売上高概況

2025年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 139 億円余
2. 前年同月比 (増減率)	
(1) 全 国	2.6% (7か月ぶりプラス)
① 10都市 (10地区)	2.9% (7か月ぶりプラス)
② 10都市以外 (7地区)	1.4% (11か月ぶりプラス)
(2) 国 内	3.5% (7か月ぶりプラス)
(3) インバウンド (免税売上)	-4.7% (6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】

8月の売上高は2.6%増と7か月ぶりに前年実績を上回った。前年の台風や大雨等による一部店舗の臨時休業・時短営業等マイナス影響の反動に加え、休日1日増のプラス与件から、入店客数も6.1%増(9か月ぶり)と前年を上回り、国内売上が好調に推移した。前年のインバウンド売上高増の反動影響も縮小。また、長引く残暑で盛夏商材が引き続き好調に推移した他、夏休みのファミリー向けイベントや物産展等の催事が奏功した。

インバウンド (免税売上) : 売上高 441 億円 (4.7%減/シェア 10.7%) と 6 か月連続のマイナス。為替相場が前年並みに推移し、前年 4 月からの円安による高伸反動影響が落ち着き、マイナス幅は先月より 31.6 ポイント回復。化粧品を含む消耗品は 4 か月ぶりにプラス転換し二桁増。購買客数は 49.4 万人 (8.9%増) で 8 月として過去最高を記録。中国、台湾の購買客数は二桁増。

国内市場 : 3.5%増 (シェア 89.3%) と 7 か月ぶりにプラス転換。10 都市 4.2%増 (8地区プラス/札幌、仙台、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、福岡)、地方 (10 都市以外の 7 地区) 1.4%増 (4地区プラス/関東、近畿、中国、四国) と共に改善。名古屋、大阪は二桁増。

都市 (10 都市) : 札幌、東京、広島を除く 7 地区プラス。時計・宝飾等高額品や化粧品が好調で雑貨 6.3%増。大阪は万博効果等もあり入店客数二桁増。

地方 (10 都市以外の 7 地区) : 東北、中部を除く 5 地区プラス。美術・宝飾・貴金属は 7.3%増と伸長。

商品別 : 主要 5 品目は、身のまわり品を除く 4 品目がプラス転換。各地で猛暑日が続く、衣料品は T シャツやカットソー等が好調に推移した他、洋品・雑貨は、日傘や帽子、サングラス等の盛夏商材が活況。化粧品は UV 関連商品が好調。夏休み、お盆期間中は帰省や旅行客で入店客数が増え、手土産等のギフト需要も高まり菓子は 5.1%増。客数増に伴い、レストランやビアガーデン等も好調で食堂喫茶は 4.4%増と 14 か月ぶりプラス。

【要 因・その他】

(1) 天 候 : 気象庁発表「8月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇気温は、北・東・西日本でかなり高く、統計を開始した 1898 年以降の 8 月として、2024 年の記録と並び、2 位タイの高温となった。降水量は、上旬後半から中旬はじめにかけては前線が本州付近に停滞し、東・西日本日本海側と九州南部を中心に、各地で線状降水帯が発生するなど、記録的な大雨となった所もあった。

(2) 営業日数増減 30.6 日 (前年同月比 +0.2 日)

(3) 土・日・祝日の合計 11 日 (" 日曜日 2 日増、祝日 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 102 店舗)

①増加した : 59 店、②変化なし : 22 店、③減少した : 21 店

(5) 調査対象百貨店 70 社 178 店 (本年 7 月対比 : ±0 店) (前年同月比 : -1 社+1 店)

(6) 総店舗面積 4,493,420 m² (前年同月比 : -0.8%)



全国百貨店 売上高速報 2025年8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	413,971,703	100.0	2.6
10都市	324,135,380	78.3	2.9
札幌	12,276,242	3.0	-0.4
仙台	5,143,140	1.2	2.8
東京	118,285,958	28.6	-2.3
横浜	25,631,448	6.2	6.3
名古屋	30,575,162	7.4	8.3
京都	18,828,266	4.5	1.4
大阪	77,700,985	18.8	9.6
神戸	11,552,307	2.8	6.6
広島	5,575,062	1.3	-3.6
福岡	18,566,810	4.5	2.5
10都市以外の地区	89,836,323	21.7	1.4
東北	3,402,108	0.8	-3.1
関東	40,257,462	9.7	1.7
中部	5,294,191	1.3	-1.5
近畿	15,178,467	3.7	1.7
中国	7,008,264	1.7	3.3
四国	4,632,780	1.1	6.4
九州	14,063,051	3.4	0.1

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	413,971,703	100.0	2.6
紳士服・洋品	17,112,183	4.1	-2.0
婦人服・洋品	70,485,161	17.0	3.0
子供服・洋品	5,087,246	1.2	4.3
その他衣料品	5,197,471	1.3	0.1
衣 料 品	97,882,061	23.6	2.0
身のまわり品	70,470,826	17.0	-0.5
化粧品	38,811,999	9.4	6.1
美術・宝飾・貴金属	45,019,379	10.9	5.4
その他雑貨	13,597,106	3.3	7.6
雑 貨	97,428,484	23.5	6.0
家 具	2,897,733	0.7	-14.5
家 電	1,643,646	0.4	11.4
その他家庭用品	9,588,559	2.3	4.9
家 庭 用 品	14,129,938	3.4	0.9
生 鮮 食 品	17,363,507	4.2	-1.1
菓 子	35,623,302	8.6	5.1
惣 菜	25,858,389	6.2	3.9
その他食料品	25,879,976	6.3	1.1
食 料 品	104,725,174	25.3	2.7
食 堂 喫 茶	12,010,754	2.9	4.4
サ ー ビ ス	5,008,110	1.2	19.8
そ の 他	12,316,356	3.0	-6.5
商 品 券	4,444,439	1.1	-8.5

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】

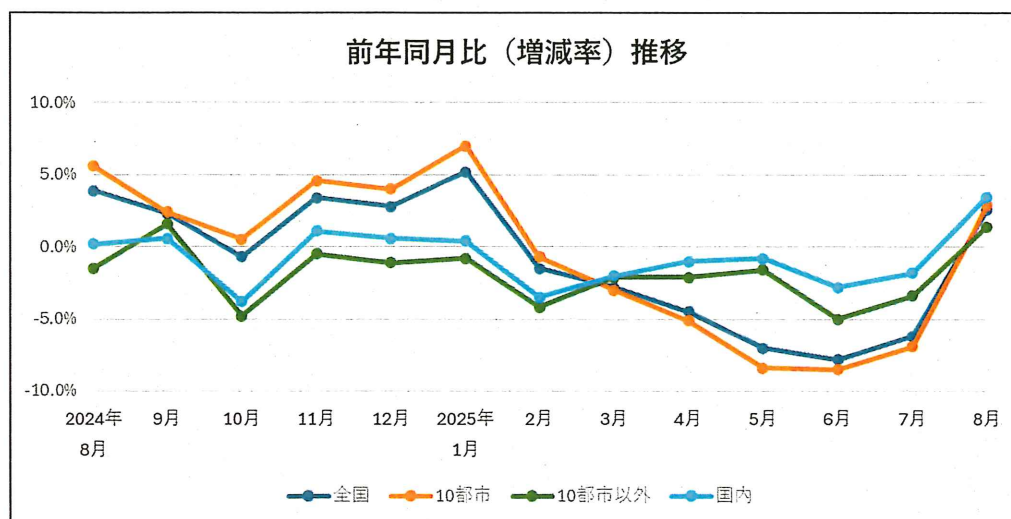
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	2.9	2.3	7か月ぶりプラス
札幌	-0.4	-0.0	5か月連続マイナス
仙台	2.8	0.0	3か月ぶりプラス
東京	-2.3	-0.7	7か月連続マイナス
横浜	6.3	0.4	7か月ぶりプラス
名古屋	8.3	0.6	4か月ぶりプラス
京都	1.4	0.1	7か月ぶりプラス
大阪	9.6	1.7	6か月ぶりプラス
神戸	6.6	0.2	4か月ぶりプラス
広島	-3.6	-0.1	24か月連続マイナス
福岡	2.5	0.1	7か月ぶりプラス
10都市以外の地区	1.4	0.3	11か月ぶりプラス
東北	-3.1	-0.0	2か月ぶりマイナス*
関東	1.7	0.2	11か月ぶりプラス
中部	-1.5	-0.0	7か月連続マイナス
近畿	1.7	0.1	3か月ぶりプラス
中国	3.3	0.1	14か月ぶりプラス*
四国	6.4	0.1	4か月ぶりプラス
九州	0.1	0.0	11か月ぶりプラス

(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 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	8月
全 国	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6
10 都 市	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9
10都市以外	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4
国 内	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品を除く4品目がプラスとなった。
その他の品目は婦人服・洋品、子供服・洋品、美術・宝飾・貴金属が7か月ぶりにプラスとなったほか、菓子が2か月ぶり、惣菜が3か月ぶりにプラスとなった。一方、紳士服・洋品が7か月連続、生鮮食品が17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	2.6	—	7か月ぶりプラス
紳士服・洋品	－2.0	－0.1	7か月連続マイナス
婦人服・洋品	3.0	0.5	7か月ぶりプラス
子供服・洋品	4.3	0.1	7か月ぶりプラス
その他衣料品	0.1	0.0	3か月ぶりプラス
衣料品	2.0	0.5	7か月ぶりプラス
身のまわり品	－0.5	－0.1	7か月連続マイナス
化粧品	6.1	0.5	3か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	5.4	0.6	7か月ぶりプラス*
その他雑貨	7.6	0.2	4か月連続プラス*
雑貨	6.0	1.4	6か月ぶりプラス
家具	－14.5	－0.1	5か月連続マイナス
家電	11.4	0.0	9か月連続プラス
その他家庭用品	4.9	0.1	5か月ぶりプラス
家庭用品	0.9	0.0	5か月ぶりプラス
生鮮食品	－1.1	－0.0	17か月連続マイナス*
菓子	5.1	0.4	2か月ぶりプラス*
惣菜	3.9	0.2	3か月ぶりプラス*
その他食料品	1.1	0.1	3か月ぶりプラス*
食料品	2.7	0.7	3か月ぶりプラス
食堂喫茶	4.4	0.1	14か月ぶりプラス
サービス	19.8	0.2	3か月ぶりプラス
その他	－6.5	－0.2	2か月連続マイナス
商品券	－8.5	－0.1	18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8月 東京地区百貨店売上高概況

2025年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 182億円余
2. 前年同月比(増減率)	-2.3%(7か月連続マイナス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭0.3%(92.7%) : 非店頭-26.1%(7.3%) ()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7月対比±0店) (前年同月比: ±0店)
5. 総店舗面積	670,542㎡ (前年同月比: -0.4%)
6. 総従業員数	12,353人 (前年同月比: -6.4%)
7. 3か月移動平均値	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%、6-8月 -8.1%

[参考] 2024年8月の売上高増減率は6.6%

【特徴】

8月の東京地区は、売上高(2.3%減)、入店客数(5.6%減)共に前年を下回った。一部店舗の改装工事等が影響したが、インバウンド売上のマイナス幅が縮小し、前月より売上は7.7ポイント、客数は6.6ポイント改善。国内売上は、外商顧客向け催事が活況で、1.1%減と前月より3.1ポイント回復。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(4.0%減) : 主力の衣料品は、高気温が続き秋物の動きは鈍かったが、秋色夏素材の晩夏のセールアイテムが好調。婦人服は透け感のあるシアー素材の羽織やブラウス、カットソー等、今買って秋まで着られる端境期商品が高稼働。紳士服は、ポロシャツやTシャツ等の夏物衣料が好調で、紳士・婦人共に接触冷感や撥水等の機能性素材商品が人気。リカバリーウェアは引き続き好調。

身のまわり品(3.6%減) : ラグジュアリーブランドはインバウンドの高額品離れもあり低調だったが、国内の外商顧客向け催事では富裕層の購買意欲を捉え堅調に推移し、17.1ポイント改善。婦人靴はカジュアル傾向が浸透しスニーカーが好調。サンダルも堅調に推移。

雑貨(0.5%減) : 化粧品は国内外共に好調で0.7%増。UV関連商品や月後半からは秋の新作アイテムも稼働。美術・宝飾・貴金属(0.7%増)は、前月に続き金製品が好調な他、宝飾では一部価格改定前の駆け込みも見受けられた。

食料品(3.1%増) : 生鮮食品は価格高騰や青果の不作等もありマイナス継続。菓子(3.2%増)は夏休みやお盆で人が集まる機会が増加し、帰省土産が好調。同様に弁当や寿司、惣菜も好調。各社企画の食品催事も奏功し、食料品全体の売上を押し上げた。

9月足元動向 : 前年比6.8%増(9/18時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.8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: 8店、②変化なし: 3店、③減少した: 5店
- (3) 8月歳時記(夏休み、お盆)の売上(同上/有効回答数11店舗)
 - ①増加した: 4店、②変化なし: 6店、③減少した: 1店



東京地区百貨店 売上高速報 2025年8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	118,285,958	100.0	-2.3
紳士服・洋品	6,913,582	5.8	-9.8
婦人服・洋品	17,447,758	14.8	-2.3
子供服・洋品	1,428,795	1.2	2.5
その他衣料品	1,196,286	1.0	-1.5
衣 料 品	26,986,421	22.8	-4.0
身のまわり品	22,376,169	18.9	-3.6
化粧品	11,977,348	10.1	0.7
美術・宝飾・貴金属	15,099,921	12.8	0.7
その他雑貨	4,293,510	3.6	-7.6
雑 貨	31,370,779	26.5	-0.5
家 具	814,789	0.7	-17.3
家 電	1,270,770	1.1	17.6
その他家庭用品	2,841,327	2.4	3.1
家 庭 用 品	4,926,886	4.2	2.1
生 鮮 食 品	3,141,266	2.7	-2.7
菓 子	8,179,476	6.9	3.2
惣 菜	6,045,347	5.1	6.4
その他食料品	7,954,410	6.7	2.8
食 料 品	25,320,499	21.4	3.1
食 堂 喫 茶	2,420,455	2.0	-2.7
サ ー ビ ス	2,845,230	2.4	31.7
そ の 他	2,039,519	1.7	-50.9

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	1,018,564 千円	-3.7
従 業 員 数	12,353 人	-6.4
店 舗 面 積	670,542 m ²	-0.4

営 業 日 数	30.8 日	前年	30.8 日
---------	--------	----	--------



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は家庭用品、食料品の2品目がプラスとなった。

その他の品目は、子供服・洋品、美術・宝飾・貴金属が7か月ぶりにプラスとなったほか、化粧品が4か月ぶり、菓子、惣菜が14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7か月連続、生鮮食品が17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	-2.3	—	7か月連続マイナス
紳士服・洋品	-9.8	-0.6	7か月連続マイナス
婦人服・洋品	-2.3	-0.3	7か月連続マイナス
子供服・洋品	2.5	0.0	7か月ぶりプラス
その他衣料品	-1.5	-0.0	9か月連続マイナス
衣料品	-4.0	-0.9	7か月連続マイナス
身のまわり品	-3.6	-0.7	7か月連続マイナス
化粧品	0.7	0.1	4か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	0.7	0.1	7か月ぶりプラス*
その他雑貨	-7.6	-0.3	12か月連続マイナス*
雑貨	-0.5	-0.1	6か月連続マイナス
家具	-17.3	-0.1	5か月連続マイナス
家電	17.6	0.2	9か月連続プラス
その他家庭用品	3.1	0.1	5か月ぶりプラス
家庭用品	2.1	0.1	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-2.7	-0.1	17か月連続マイナス*
菓子	3.2	0.2	14か月ぶりプラス*
惣菜	6.4	0.3	14か月ぶりプラス*
その他食料品	2.8	0.2	4か月ぶりプラス*
食料品	3.1	0.6	14か月ぶりプラス
食堂喫茶	-2.7	-0.1	14か月連続マイナス
サービス	31.7	0.6	3か月ぶりプラス
その他	-50.9	-1.7	2か月連続マイナス
商品券	-3.7	-0.0	18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>