



14時30分解禁

2025年9月 全国百貨店売上高概況

2025年10月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4,288億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全国	1.4%(2か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	3.2%(2か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	-5.2%(2か月ぶりマイナス)
(2) 国内	1.6%(2か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	-0.3%(7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】

9月の売上高は1.4%増と2か月連続で前年実績を上回った。休日1日減のマイナス影響があったものの、国内売上が好調に推移した他、インバウンド売上も前年並みの水準まで回復した。各社企画の物産展等の食品催事や外国展、外商顧客向けイベント等も奏功し、売上と集客に寄与した。

インバウンド(免税売上)：売上高396億円(0.3%減/シェア9.2%)と7か月連続のマイナスだが、マイナス幅は先月より4.4ポイント回復。化粧品を含む消耗品は2か月連続二桁増で推移。購買客数は46.3万人(2.8%増)で9月として過去最高を記録。中国、台湾は売上、購買客数共にプラス。大阪は万博開催影響もあり好調。

国内市場：1.6%増(シェア90.8%)と2か月連続プラス。10都市は3.7%増(5地区プラス/東京、横浜、名古屋、大阪、神戸)と2か月連続プラス。大阪は二桁増。地方(10都市以外の7地区)は5.2%減で7地区全てマイナス。

都市(10都市) [免税売上含む]：5地区(東京、横浜、名古屋、大阪、神戸)で対前年増。時計・宝飾等高額品好調で雑貨10.4%増と伸長。東京は一部店舗の改装影響が一巡し、8か月ぶりにプラス転換。大阪は万博の他、プロ野球の優勝セールも活況で9.1%増と伸長。

地方(10都市以外の7地区) [免税売上含む]：全地区マイナス。猛暑や大雨等の天候不順や、催事開催時期の期ずれ等もあり入店客数3.3%減。食料品3.6%減と4か月連続マイナス。

商品別：主要5品目のうち雑貨、食料品の2品目プラス。主力の衣料品は長引く残暑の影響で秋物季節商材の動きは鈍かったものの、中旬以降は気温低下により羽織物等も稼働。身のまわり品は外商顧客向け施策やインバウンドが回復傾向の店舗もあり堅調に推移。雑貨は、化粧品が国内外共に好調だった他、美術・宝飾・貴金属は10都市が売上を牽引し二桁増と好調。生鮮食品は価格高騰影響から依然低調。菓子は大阪が二桁増(23.9%増)と全体を押し上げ2か月連続プラス。

【要因・その他】

(1) 天候：気象庁発表「9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く、全国的にかなり高かった。日照時間は、高気圧に覆われて晴れた日が多かった北日本太平洋側でかなり多く、北・東日本日本海側と東・西日本太平洋側で多かった。降水量は、北・東日本日本海側と北日本太平洋側では多く、東日本太平洋側では少なかった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 +0.1日)

(3) 土・日・祝日の合計 10日(// 休日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104店舗)

①増加した：23店、②変化なし：28店、③減少した：53店

(5) 調査対象百貨店 70社 176店(本年8月対比：-2店)(前年同月比：-2店)

(6) 総店舗面積 4,464,610㎡(前年同月比：-1.1%)



全国百貨店 売上高速報 2025年9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	428,803,675	100.0	1.4
10都市	340,561,984	79.4	3.2
札幌	11,737,221	2.7	-2.6
仙台	5,015,331	1.2	-1.2
東京	128,991,135	30.1	2.5
横浜	27,054,974	6.3	4.2
名古屋	31,639,098	7.4	3.7
京都	19,780,805	4.6	-2.3
大阪	80,791,489	18.8	9.1
神戸	11,459,067	2.7	2.9
広島	5,957,551	1.4	-1.6
福岡	18,135,313	4.2	-4.2
10都市以外の地区	88,241,691	20.6	-5.2
東北	3,301,037	0.8	-8.4
関東	39,928,311	9.3	-4.6
中部	5,417,019	1.3	-1.7
近畿	14,355,039	3.3	-3.8
中国	6,847,772	1.6	-5.2
四国	4,557,501	1.1	-8.2
九州	13,835,012	3.2	-7.8

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	428,803,675	100.0	1.4
紳士服・洋品	20,083,375	4.7	-1.4
婦人服・洋品	78,889,602	18.4	-0.1
子供服・洋品	5,460,474	1.3	-5.6
その他衣料品	6,115,975	1.4	3.8
衣 料 品	110,549,426	25.8	-0.4
身のまわり品	72,489,891	16.9	-1.3
化粧品	41,787,020	9.7	0.6
美術・宝飾・貴金属	51,487,686	12.0	11.6
その他雑貨	13,241,488	3.1	14.7
雑 貨	106,516,194	24.8	7.4
家 具	4,455,293	1.0	-1.5
家 電	1,477,058	0.3	8.9
その他家庭用品	9,131,915	2.1	-6.0
家 庭 用 品	15,064,266	3.5	-3.4
生 鮮 食 品	15,874,768	3.7	-2.8
菓 子	29,462,698	6.9	3.4
惣 菜	25,308,675	5.9	-0.4
その他食料品	28,387,971	6.6	1.4
食 料 品	99,034,112	23.1	0.8
食 堂 喫 茶	9,976,885	2.3	-2.3
サ ー ビ ス	3,474,458	0.8	-1.0
そ の 他	11,698,443	2.7	-0.1
商 品 券	4,044,168	0.9	-9.6

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】

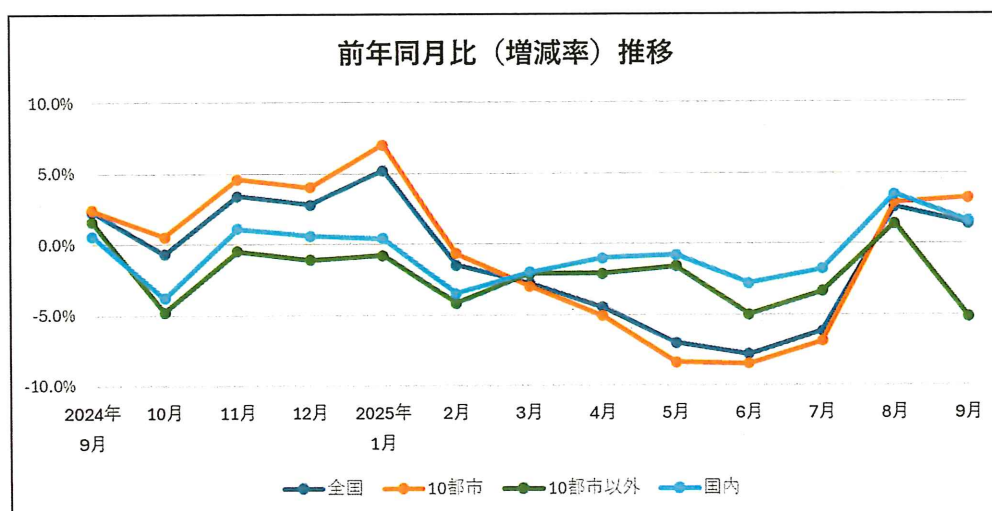
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	3.2	2.5	2か月連続プラス
札幌	-2.6	-0.1	6か月連続マイナス
仙台	-1.2	-0.0	2か月ぶりマイナス
東京	2.5	0.7	8か月ぶりプラス
横浜	4.2	0.3	2か月連続プラス
名古屋	3.7	0.3	2か月連続プラス
京都	-2.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
大阪	9.1	1.6	2か月連続プラス
神戸	2.9	0.1	2か月連続プラス
広島	-1.6	-0.0	25か月連続マイナス
福岡	-4.2	-0.2	2か月ぶりマイナス
10都市以外の地区	-5.2	-1.1	2か月ぶりマイナス
東北	-8.4	-0.1	2か月連続マイナス*
関東	-4.6	-0.5	2か月ぶりマイナス
中部	-1.7	-0.0	8か月連続マイナス
近畿	-3.8	-0.1	2か月ぶりマイナス
中国	-5.2	-0.1	2か月ぶりマイナス*
四国	-8.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
九州	-7.8	-0.3	2か月ぶりマイナス

(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 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	9月
全 国	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4
10 都 市	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2
10 都 市 以 外	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2
国 内	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は雑貨、食料品の2品目がプラスとなった。
その他の品目は化粧品、美術・宝飾・貴金属、菓子が2か月連続でプラスとなったが、紳士服・洋品が8か月連続、婦人服・洋品、子供服・洋品、惣菜が2か月ぶり、生鮮食品が18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	1.4	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	－1.4	－0.1	8か月連続マイナス
婦人服・洋品	－0.1	－0.0	2か月ぶりマイナス
子供服・洋品	－5.6	－0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	3.8	0.1	2か月連続プラス
衣料品	－0.4	－0.1	2か月ぶりマイナス
身のまわり品	－1.3	－0.2	8か月連続マイナス
化粧品	0.6	0.1	2か月連続プラス＊
美術・宝飾・貴金属	11.6	1.3	2か月連続プラス＊
その他雑貨	14.7	0.4	5か月連続プラス＊
雑貨	7.4	1.7	2か月連続プラス
家具	－1.5	－0.0	6か月連続マイナス
家電	8.9	0.0	10か月連続プラス
その他家庭用品	－6.0	－0.1	2か月ぶりマイナス
家庭用品	－3.4	－0.1	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	－2.8	－0.1	18か月連続マイナス＊
菓子	3.4	0.2	2か月連続プラス＊
惣菜	－0.4	－0.0	2か月ぶりマイナス＊
その他食料品	1.4	0.1	2か月連続プラス＊
食料品	0.8	0.2	2か月連続プラス
食堂喫茶	－2.3	－0.1	2か月ぶりマイナス
サービス	－1.0	－0.0	2か月ぶりマイナス
その他	－0.1	－0.0	3か月連続マイナス
商品券	－9.6	－0.1	19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9月 東京地区百貨店売上高概況

2025年10月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 289億円余
2. 前年同月比（増減率）	2.5%（8か月ぶりプラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭5.0%（93.0%）：非店頭－21.7%（7.0%） （ ）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8月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	671,365㎡（前年同月比：－0.1%）
6. 総従業員数	12,325人（前年同月比：－2.2%）
7. 3か月移動平均値	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%、7-9月 －3.7%

[参考] 2024年9月の売上高増減率は－0.6%

【特 徴】

9月の東京地区は、休日1日減や長引く残暑等の影響で、入店客数は1.4%減であったものの、売上高は各社の得意客向け催事の開催時期ずれや、一部店舗の改装工事影響が一巡したこと等で、2.5%増と8か月ぶりに前年実績を上回った。国内売上も、各社の販売・来店促進施策が奏功し、3.9%増とプラス転換した。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品（4.5%増）：主力の衣料品は、月前半は残暑影響で秋物商材の動きが鈍かったが、中旬以降は気温低下に伴い秋物が稼働し、紳士、婦人共に8か月ぶりプラス。紳士服は、暑さ影響でスーツ、ネクタイ、ワイシャツ等のビジネスアイテムは低調も、カットソー等カジュアル商材は好調。婦人服はブラウスや薄手のニット、軽めのアウター等秋物が好調。

身のまわり品（3.8%減）：各社の外商顧客向けイベント等が活況で婦人靴やハンドバッグ等が好調も、ラグジュアリーブランドはインバウンド低調で8か月連続減。アクセサリは堅調。

雑貨（10.7%増）：化粧品は国内外共に好調で2.0%増。季節の変わり目に合わせた美容液やクリームその他、フレグランスも好調に推移。美術・宝飾・貴金属は、一部ブランドの価格改定前の駆け込み需要が見られた他、宝飾はインバウンド需要も回復傾向。金製品は相場高騰影響もあり引き続き好調。雑貨全体で二桁増と7か月ぶりにプラス転換。

食料品（0.0%増）：生鮮食品は5.1%減とマイナス基調継続も、秋刀魚やブドウ等、秋の食材は好調に推移。菓子は食品催事や改装、お彼岸等の季節需要もあり2か月連続プラス。惣菜は行楽シーズンや敬老の日等、人の集まる機会増で弁当や寿司等が好調。

10月足元動向：前年比3.3%増（10/17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：5店、②変化なし：3店、③減少した：8店
- (3) 9月歳時記（敬老の日、彼岸）の売上（同上／有効回答数11店舗）
①増加した：2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9月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	128,991,135	100.0	2.5
紳士服・洋品	8,967,027	7.0	5.0
婦人服・洋品	21,822,159	16.9	5.4
子供服・洋品	1,700,586	1.3	-1.6
その他衣料品	1,327,241	1.0	-3.6
衣 料 品	33,817,013	26.2	4.5
身のまわり品	22,469,822	17.4	-3.8
化粧品	12,869,086	10.0	2.0
美術・宝飾・貴金属	19,136,875	14.8	19.9
その他雑貨	4,001,609	3.1	1.2
雑 貨	36,007,570	27.9	10.7
家 具	1,674,937	1.3	-1.2
家 電	1,033,167	0.8	14.7
その他家庭用品	3,158,222	2.4	0.6
家 庭 用 品	5,866,326	4.5	2.3
生 鮮 食 品	2,989,369	2.3	-5.1
菓 子	7,411,379	5.7	3.2
惣 菜	6,310,791	4.9	3.0
その他食料品	8,321,073	6.5	-2.9
食 料 品	25,032,612	19.4	0.0
食 堂 喫 茶	2,102,955	1.6	-1.2
サ ー ビ ス	1,492,457	1.2	-2.8
そ の 他	2,202,380	1.7	-30.6

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	1,015,279 千円	-7.7
従 業 員 数	12,325 人	-2.2
店 舗 面 積	671,365 m ²	-0.1

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、紳士服・洋品、婦人服・洋品が8か月ぶりにプラスとなったほか、化粧品、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が2か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品が2か月ぶり、生鮮食品が18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	2.5	—	8か月ぶりプラス
紳士服・洋品	5.0	0.3	8か月ぶりプラス
婦人服・洋品	5.4	0.9	8か月ぶりプラス
子供服・洋品	−1.6	−0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	−3.6	−0.0	10か月連続マイナス
衣料品	4.5	1.2	8か月ぶりプラス
身のまわり品	−3.8	−0.7	8か月連続マイナス
化粧品	2.0	0.2	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	19.9	2.5	2か月連続プラス*
その他雑貨	1.2	0.0	13か月ぶりプラス*
雑貨	10.7	2.8	7か月ぶりプラス
家具	−1.2	−0.0	6か月連続マイナス
家電	14.7	0.1	10か月連続プラス
その他家庭用品	0.6	0.0	2か月連続プラス
家庭用品	2.3	0.1	2か月連続プラス
生鮮食品	−5.1	−0.1	18か月連続マイナス*
菓子	3.2	0.2	2か月連続プラス*
惣菜	3.0	0.1	2か月連続プラス*
その他食料品	−2.9	−0.2	2か月ぶりマイナス*
食料品	0.0	0.0	2か月連続プラス
食堂喫茶	−1.2	−0.0	15か月連続マイナス
サービス	−2.8	−0.0	2か月ぶりマイナス
その他	−30.6	−0.8	3か月連続マイナス
商品券	−7.7	−0.1	19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>