



14時30分解禁

2025年10月 全国百貨店売上高概況

2025年11月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,668億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	4.3%(3か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	5.5%(3か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	0.1%(2か月ぶりプラス)
(2) 国 内	3.9%(3か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	7.5%(8か月ぶりプラス)※

※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】

10月の売上高は4.3%増と3か月連続で前年実績を上回り、入店客数も2.2%増と2か月ぶりにプラス転換した。インバウンド売上が7.5%増と8か月ぶりにプラスとなった他、国内売上も好調に推移した。月下旬以降の気温低下に伴い秋冬物衣料品が好調に推移したことに加え、化粧品や時計・宝飾等の高額品を含む雑貨と身のまわり品が伸長し、全体を押し上げた。

インバウンド(免税売上)：国慶節休暇(10/1～10/8)による客数増もあり、売上高546億円(7.5%増/8か月ぶり/シェア11.7%)、購買客数56.4万人(8.9%増)と、共に10月として過去最高を記録。為替相場が円安基調に振れ、ラグジュアリーブランドのバッグ等、身のまわり品が好調に推移し、一般物品が5.5%増と8か月ぶりにプラス。化粧品、食料品を含む消耗品は19.1%増と二桁増。国別では、中国、台湾が売上、購買客数共にプラス。

国内市場：3.9%増(シェア88.3%)と3か月連続プラス。10都市は5.1%増(福岡を除く9地区プラス)と3か月連続増。地方(10都市以外の7地区)は4地区(関東、近畿、中国、四国)プラス。

都市(10都市) [免税売上含む]：全地区で対前年プラス。インバウンド需要と高付加価値商材等が牽引。

地方(10都市以外の7地区) [免税売上含む]：中国、四国など4地区で対前年プラス。美術・宝飾・貴金属は二桁増。都市と地方の差は、前月より3.0ポイント改善。

商品別：主要5品目は全て前年実績をクリア。主力の衣料品は、月前半は高気温で秋冬物衣料品が苦戦したが、後半はセーターや、コート等のアウターが稼働。身のまわり品はインバウンドや外商顧客等、国内外共に好調で9か月ぶりにプラス転換。化粧品はインバウンドで国内ブランドの複数買い等が見受けられた他、国内もスキンケア商品等人気で好調。食料品は価格高騰影響で生鮮食品は前年割れだが、菓子は国内外の手土産等ギフト需要増で伸長。秋の味覚を取り揃えた物産展等の食品催事は集客に寄与。おせちはWEBを中心に早期受注がスタートし、堅調な滑り出し。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「10月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、上旬は全国的にも高く、暖かい空気に覆われた西日本では上・中旬を中心にかなり高かった。下旬は北・東日本では寒気の影響で、平均気温がかなり低くなった。降水量は、東日本日本海側で多く、月間日照時間は平年を下回った所が多く、特に東日本太平洋側ではかなり少なかった。

(2) 営業日数増減 30.9日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(〃 ±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102店舗)

①増加した：45店、②変化なし：27店、③減少した：30店

(5) 調査対象百貨店 70社 176店(本年9月対比：±0店)(前年同月比：-2店)

(6) 総店舗面積 4,467,747㎡(前年同月比：-0.8%)



全国百貨店 売上高速報 2025年10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	466,875,874	100.0	4.3
10都市	366,596,702	78.5	5.5
札幌	13,109,203	2.8	1.7
仙台	5,987,052	1.3	0.7
東京	135,803,131	29.1	3.7
横浜	28,748,236	6.2	7.2
名古屋	35,194,891	7.5	8.2
京都	22,693,206	4.9	5.9
大阪	84,704,535	18.1	8.3
神戸	13,190,113	2.8	9.6
広島	6,545,095	1.4	1.1
福岡	20,621,240	4.4	1.2
10都市以外の地区	100,279,172	21.5	0.1
東北	4,208,672	0.9	-2.1
関東	45,095,714	9.7	0.2
中部	6,009,019	1.3	-3.2
近畿	15,436,843	3.3	1.9
中国	7,913,043	1.7	2.4
四国	5,468,484	1.2	2.3
九州	16,147,397	3.5	-1.6

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	466,875,874	100.0	4.3
紳士服・洋品	26,111,981	5.6	0.3
婦人服・洋品	94,839,579	20.3	3.9
子供服・洋品	6,453,023	1.4	1.2
その他衣料品	6,334,035	1.4	3.8
衣 料 品	133,738,618	28.6	3.0
身のまわり品	79,787,299	17.1	2.3
化粧品	39,673,384	8.5	2.4
美術・宝飾・貴金属	50,955,227	10.9	16.2
その他雑貨	13,399,612	2.9	17.0
雑 貨	104,028,223	22.3	10.6
家 具	3,845,654	0.8	3.0
家 電	1,366,380	0.3	-1.8
その他家庭用品	9,429,724	2.0	2.4
家 庭 用 品	14,641,758	3.1	2.2
生 鮮 食 品	16,632,620	3.6	-2.1
菓 子	32,071,831	6.9	6.2
惣 菜	28,615,762	6.1	1.7
その他食料品	30,662,304	6.6	0.9
食 料 品	107,982,517	23.1	2.1
食 堂 喫 茶	10,070,830	2.2	2.2
サ ー ビ ス	3,700,170	0.8	-12.2
そ の 他	12,926,459	2.8	10.0
商 品 券	4,395,688	0.9	-5.7

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】

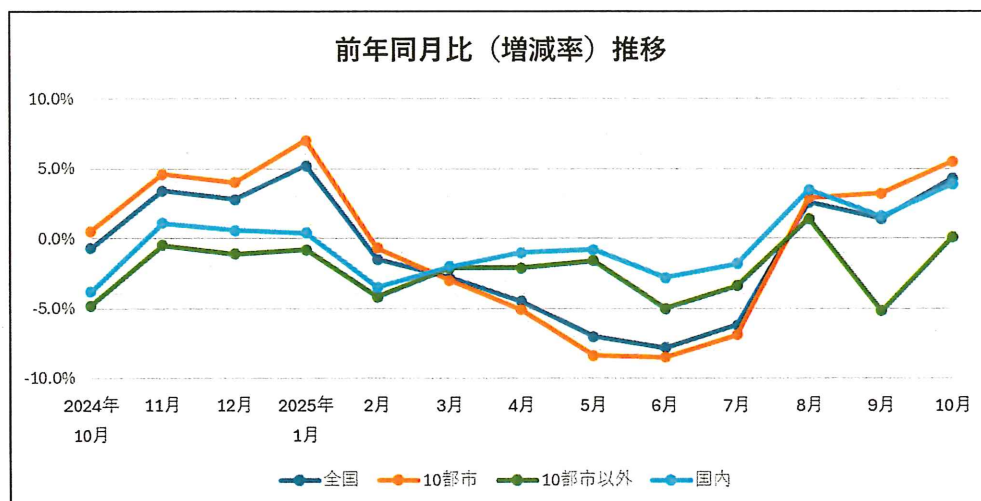
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	5.5	4.2	3か月連続プラス
札幌	1.7	0.0	7か月ぶりプラス
仙台	0.7	0.0	2か月ぶりプラス
東京	3.7	1.1	2か月連続プラス
横浜	7.2	0.4	3か月連続プラス
名古屋	8.2	0.6	3か月連続プラス
京都	5.9	0.3	2か月ぶりプラス
大阪	8.3	1.5	3か月連続プラス
神戸	9.6	0.3	3か月連続プラス
広島	1.1	0.0	26か月ぶりプラス
福岡	1.2	0.1	2か月ぶりプラス
10都市以外の地区	0.1	0.0	2か月ぶりプラス
東北	-2.1	-0.0	3か月連続マイナス*
関東	0.2	0.0	2か月ぶりプラス
中部	-3.2	-0.0	9か月連続マイナス
近畿	1.9	0.1	2か月ぶりプラス
中国	2.4	0.0	2か月ぶりプラス*
四国	2.3	0.0	2か月ぶりプラス
九州	-1.6	-0.1	2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 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	10月
全 国	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3
10 都 市	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5
10都市以外	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1
国 内	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなった。

その他の品目は紳士服・洋品が9か月ぶり、婦人服・洋品、子供服・洋品が2か月ぶりにプラスとなったほか、化粧品、美術・宝飾・貴金属、菓子が3か月連続でプラスとなった。一方、家電が11か月ぶり、生鮮食品が19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	4.3	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	0.3	0.0	9か月ぶりプラス
婦人服・洋品	3.9	0.8	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	1.2	0.0	2か月ぶりプラス
その他衣料品	3.8	0.1	3か月連続プラス
衣料品	3.0	0.9	2か月ぶりプラス
身のまわり品	2.3	0.4	9か月ぶりプラス
化粧品	2.4	0.2	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.2	1.6	3か月連続プラス*
その他雑貨	17.0	0.4	6か月連続プラス*
雑貨	10.6	2.2	3か月連続プラス
家具	3.0	0.0	7か月ぶりプラス
家電	-1.8	-0.0	11か月ぶりマイナス
その他家庭用品	2.4	0.0	2か月ぶりプラス
家庭用品	2.2	0.1	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-2.1	-0.1	19か月連続マイナス*
菓子	6.2	0.4	3か月連続プラス*
惣菜	1.7	0.1	2か月ぶりプラス*
その他食料品	0.9	0.1	3か月連続プラス*
食料品	2.1	0.5	3か月連続プラス
食堂喫茶	2.2	0.0	2か月ぶりプラス
サービス	-12.2	-0.1	2か月連続マイナス
その他	10.0	0.3	4か月ぶりプラス
商品券	-5.7	-0.1	20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10月 東京地区百貨店売上高概況

2025年11月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 358億円余
2. 前年同月比（増減率）	3.7%（2か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭5.4%（93.7%）：非店頭－16.4%（6.3%） （ ）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9月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	672,589㎡（前年同月比：0.1%）
6. 総従業員数	12,358人（前年同月比：－1.1%）
7. 3か月移動平均値	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%、8-10月 1.4%

[参考] 2024年10月の売上高増減率は－1.1%

【特徴】

10月の東京地区は、売上高3.7%増、入店客数2.8%増と共に前年実績を上回った。下旬以降の気温低下に伴い、秋冬物衣料品が好調に推移した他、宝飾、時計等の高額品が伸長した。国内売上も活況を呈し、4.5%増と前月より0.6ポイント伸び幅を広げた。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(3.1%増)：主力の衣料品は、気温低下に伴い、紳士服・婦人服共にニット、コート、ジャケット、ブルゾン等の冬物衣料品が好調に推移した他、マフラー等首回りの防寒アイテムも稼働。婦人服や子供服では七五三やお受験等のオケーション需要も見られた。リカバリーウェアは好調継続。

身のまわり品(0.5%増)：国慶節休暇(10/1～10/8)や円安基調の中、インバウンド需要が復調の兆しを見せ、ラグジュアリーブランドのハンドバッグ等が伸長し、9か月ぶりにプラス転換。行楽需要からカジュアルシューズや軽量バッグ等も好調。

雑貨(11.0%増)：化粧品は一部ブランドで価格改定前の駆け込みが見られた他、スキンケア商品やホリデー限定商品等、国内外共に好調に推移したが、改装工事影響等もあり、0.6%減と僅かに前年に届かなかった。美術・宝飾・貴金属は高額品好調で2か月連続二桁増。

食料品(3.6%増)：生鮮食品は品目によるばらつきが見られるものの全体としてはマイナス基調が継続。菓子はギフト需要に加えて、新店オープン等の改装効果もあり8.3%増と高伸。ECを中心にスタートしたおせちやクリスマスケーキの予約は、原材料費高騰等により商品単価は上昇傾向も、各社の多彩な商品展開や販促策により順調な滑り出し。

11月足元動向：前年比1.6%増(11/18時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0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：9店、②変化なし：3店、③減少した：5店
- (3) 10月歳時記（秋物商戦、秋の行楽）の売上（同上／有効回答数12店舗）
 - ①増加した：4店、②変化なし：8店、③減少した：0店



東京地区百貨店 売上高速報 2025年10月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	135,803,131	100.0	3.7
紳士服・洋品	10,825,824	8.0	1.6
婦人服・洋品	24,582,126	18.1	4.3
子供服・洋品	2,028,972	1.5	0.8
その他衣料品	1,405,900	1.0	-1.4
衣 料 品	38,842,822	28.6	3.1
身のまわり品	24,935,889	18.4	0.5
化粧品	12,264,867	9.0	-0.6
美術・宝飾・貴金属	17,415,775	12.8	21.2
その他雑貨	4,289,802	3.2	9.9
雑 貨	33,970,444	25.0	11.0
家 具	1,234,786	0.9	-4.1
家 電	926,868	0.7	0.1
その他家庭用品	2,960,037	2.2	6.0
家 庭 用 品	5,121,691	3.8	2.3
生 鮮 食 品	3,098,799	2.3	-3.8
菓 子	8,280,298	6.1	8.3
惣 菜	7,431,310	5.5	6.4
その他食料品	8,082,306	6.0	-0.3
食 料 品	26,892,713	19.8	3.6
食 堂 喫 茶	2,155,091	1.6	4.8
サ ー ビ ス	1,611,041	1.2	-24.4
そ の 他	2,273,440	1.7	-14.4

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	1,137,679 千円	-2.5
従 業 員 数	12,358 人	-1.1
店 舗 面 積	672,589 m ²	0.1

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2か月連続でプラスとなったほか、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が3か月連続でプラスとなった。一方、化粧品が3か月ぶり、生鮮食品が19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	3.7	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	1.6	0.1	2か月連続プラス
婦人服・洋品	4.3	0.8	2か月連続プラス
子供服・洋品	0.8	0.0	2か月ぶりプラス
その他衣料品	-1.4	-0.0	11か月連続マイナス
衣料品	3.1	0.9	2か月連続プラス
身のまわり品	0.5	0.1	9か月ぶりプラス
化粧品	-0.6	-0.1	3か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	21.2	2.3	3か月連続プラス*
その他雑貨	9.9	0.3	2か月連続プラス*
雑貨	11.0	2.6	2か月連続プラス
家具	-4.1	-0.0	7か月連続マイナス
家電	0.1	0.0	11か月連続プラス
その他家庭用品	6.0	0.1	3か月連続プラス
家庭用品	2.3	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-3.8	-0.1	19か月連続マイナス*
菓子	8.3	0.5	3か月連続プラス*
惣菜	6.4	0.3	3か月連続プラス*
その他食料品	-0.3	-0.0	2か月連続マイナス*
食料品	3.6	0.7	3か月連続プラス
食堂喫茶	4.8	0.1	16か月ぶりプラス
サービス	-24.4	-0.4	2か月連続マイナス
その他	-14.4	-0.3	4か月連続マイナス
商品券	-2.5	-0.0	20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>