



14時30分解禁

2025年11月 全国百貨店売上高概況

2025年12月25日

I. 概況

1. 売上高総額	5, 214 億円余
2. 前年同月比 (増減率)	
(1) 全 国	0.9% (4か月連続プラス)
① 10都市 (10地区)	1.2% (4か月連続プラス)
② 10都市以外 (7地区)	-0.2% (2か月ぶりマイナス)
(2) 国 内	1.3% (4か月連続プラス)
(3) インバウンド (免税売上)	-2.5% (2か月ぶりマイナス) ※

※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】

11月は、売上高 (0.9%増)、入店客数 (1.7%増) 共に前年実績を上回った。休日2日増に加え、国内売上が好調に推移した。気温の低下に伴い、コート等の冬物重衣料を中心に防寒商材が伸長し、売上構成比の高い衣料品が全体を牽引した他、時計、宝飾等高額品も各社企画の外商顧客向け催事等で好調に推移した。

インバウンド (免税売上) : 売上高 502 億円 (2.5%減/2か月ぶり/シェア 9.6%)、購買客数 50.8 万人 (2.2%減/4か月ぶり) と共にマイナス。高額品を含む一般物品がマイナスに転じたが、化粧品、食料品等の消耗品は4か月連続二桁増。国別では、売上、客数共に中国、台湾がプラスを維持している他、欧米諸国も伸長。香港、韓国は二桁減。

国内市場 : 1.3%増 (シェア 90.4%) と4か月連続プラス。10都市は 1.7%増 (札幌、仙台、横浜を除く7地区プラス)。地方 (10都市以外の7地区) は 0.1%減も3地区 (近畿、中国、四国) プラス。

都市 (10都市) [免税売上含む] : 6地区で対前年プラス。国内売上好調で衣料品、雑貨が伸長。

大阪、神戸はインバウンドも好調で美術・宝飾・貴金属は二桁増。

地方 (10都市以外の7地区) [免税売上含む] : 前年実績には僅かに届かなかったが、3地区でプラス。都市と地方の差は前月より 4.0 ポイント改善。大型クルーズ船の寄港地の店舗ではインバウンド需要も拡大。

商品別 : 主要5品目のうち、衣料品、雑貨、食料品の3品目で前年実績をクリア。主力の衣料品は、気温低下に伴い、コート、ブルゾン等冬物アウター類が紳士、婦人共に好調。身のまわり品は好不調に地域差があり、改装や催事効果が見られる店舗ではラグジュアリーブランドを中心に売上を伸ばした。雑貨は化粧品と美術・宝飾・貴金属が堅調に推移。食料品は引き続き生鮮食品が低調だが、菓子は手土産や、歳暮、クリスマス等ギフト需要増から4か月連続プラス。おせちやクリスマスケーキの予約も堅調。

【要 因・その他】

(1) 天 候 : 気象庁発表「11月の天候」の特徴は以下のとおり (一部抜粋)

◇東・西日本では、移動性高気圧に覆われやすく、低気圧や前線の影響を受けにくかったため、月間日照時間は、東日本日本海側ではかなり多く、月降水量は東日本太平洋側と西日本日本海側でかなり少なかった。北日本を中心に西高東低の冬型の気圧配置となり、上旬には急速に発達した低気圧の影響で、北日本を中心に記録的な大雨となった所があった。

(2) 営業日数増減 29.9日 (前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 12日 (〃 土曜・日曜各1日増)

(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98店舗)

①増加した: 40店、②変化なし: 28店、③減少した: 30店

(5) 調査対象百貨店 70社 176店 (本年10月対比: ±0店) (前年同月比: -2店)

(6) 総店舗面積 4,461,235㎡ (前年同月比: -0.9%)



全国百貨店 売上高速報 2025年11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	521,408,673	100.0	0.9
10都市	404,020,601	77.5	1.2
札幌	13,696,381	2.6	-1.1
仙台	6,540,248	1.3	-4.3
東京	155,861,967	29.9	-0.1
横浜	31,797,570	6.1	-2.0
名古屋	37,793,666	7.2	2.7
京都	24,661,630	4.7	2.6
大阪	90,128,187	17.3	4.1
神戸	13,700,060	2.6	6.0
広島	7,470,280	1.4	0.8
福岡	22,370,612	4.3	0.2
10都市以外の地区	117,388,072	22.5	-0.2
東北	4,346,207	0.8	-6.7
関東	53,389,044	10.2	-0.6
中部	6,364,361	1.2	-2.3
近畿	17,566,665	3.4	1.5
中国	9,120,959	1.7	1.6
四国	6,026,455	1.2	4.8
九州	20,574,381	3.9	-0.4

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	521,408,673	100.0	0.9
紳士服・洋品	31,017,565	5.9	1.9
婦人服・洋品	100,956,361	19.4	2.0
子供服・洋品	6,428,907	1.2	-2.1
その他衣料品	7,014,764	1.3	-2.4
衣 料 品	145,417,597	27.9	1.5
身のまわり品	81,474,460	15.6	-2.0
化粧品	44,549,659	8.5	1.2
美術・宝飾・貴金属	52,127,988	10.0	6.7
その他雑貨	13,226,350	2.5	5.3
雑 貨	109,903,997	21.1	4.2
家 具	3,841,431	0.7	-6.9
家 電	1,785,325	0.3	-2.8
その他家庭用品	10,844,453	2.1	-3.6
家 庭 用 品	16,471,209	3.2	-4.3
生 鮮 食 品	23,767,355	4.6	-3.0
菓 子	43,740,440	8.4	3.8
惣 菜	30,762,245	5.9	1.5
その他食料品	44,126,391	8.5	-1.5
食 料 品	142,396,431	27.3	0.5
食 堂 喫 茶	10,413,334	2.0	1.2
サ ー ビ ス	4,883,787	0.9	8.4
そ の 他	10,447,858	2.0	-6.4
商 品 券	9,789,129	1.9	-6.7

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】

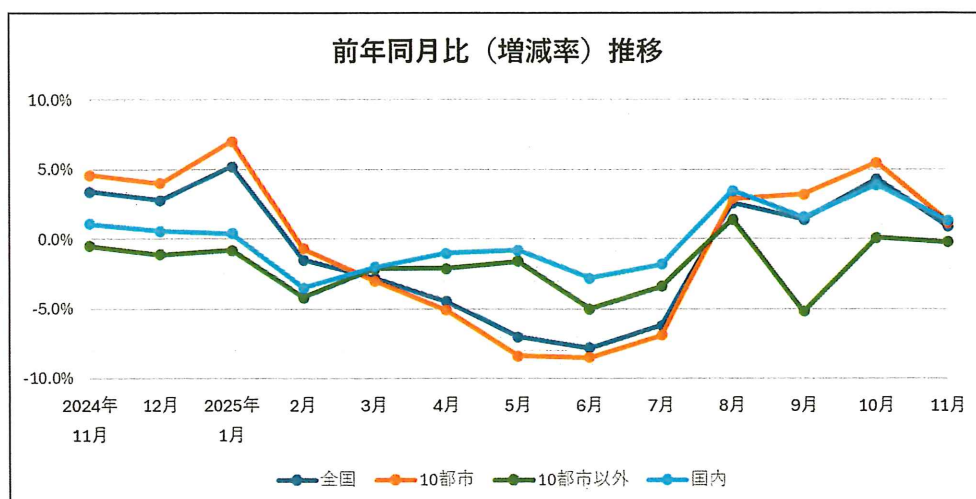
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	1.2	0.9	4か月連続プラス
札幌	-1.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
仙台	-4.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
東京	-0.1	-0.0	3か月ぶりマイナス
横浜	-2.0	-0.1	4か月ぶりマイナス
名古屋	2.7	0.2	4か月連続プラス
京都	2.6	0.1	2か月連続プラス
大阪	4.1	0.7	4か月連続プラス
神戸	6.0	0.2	4か月連続プラス
広島	0.8	0.0	2か月連続プラス
福岡	0.2	0.0	2か月連続プラス
10都市以外の地区	-0.2	-0.0	2か月ぶりマイナス
東北	-6.7	-0.1	4か月連続マイナス*
関東	-0.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
中部	-2.3	-0.0	10か月連続マイナス
近畿	1.5	0.0	2か月連続プラス
中国	1.6	0.0	2か月連続プラス*
四国	4.8	0.1	2か月連続プラス
九州	-0.4	-0.0	3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 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	11月
全 国	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9
10 都 市	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2
10都市以外	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2
国 内	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、雑貨、食料品の3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2か月連続、化粧品、美術・宝飾・貴金属、菓子が4か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品、家具が2か月ぶり、生鮮食品が20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	0.9	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	1.9	0.1	2か月連続プラス
婦人服・洋品	2.0	0.4	2か月連続プラス
子供服・洋品	-2.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-2.4	-0.0	4か月ぶりマイナス
衣料品	1.5	0.4	2か月連続プラス
身のまわり品	-2.0	-0.3	2か月ぶりマイナス
化粧品	1.2	0.1	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	6.7	0.6	4か月連続プラス*
その他雑貨	5.3	0.1	7か月連続プラス*
雑貨	4.2	0.9	4か月連続プラス
家具	-6.9	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	-2.8	-0.0	2か月連続マイナス
その他家庭用品	-3.6	-0.1	2か月ぶりマイナス
家庭用品	-4.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
生鮮食品	-3.0	-0.1	20か月連続マイナス*
菓子	3.8	0.3	4か月連続プラス*
惣菜	1.5	0.1	2か月連続プラス*
その他食料品	-1.5	-0.1	4か月ぶりマイナス*
食料品	0.5	0.1	4か月連続プラス
食堂喫茶	1.2	0.0	2か月連続プラス
サービス	8.4	0.1	3か月ぶりプラス
その他	-6.4	-0.1	2か月ぶりマイナス
商品券	-6.7	-0.1	21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11月 東京地区百貨店売上高概況

2025年12月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 558億円余
2. 前年同月比（増減率）	-0.1%（3か月ぶりマイナス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭2.3%（92.0%）：非店頭-21.3%（8.0%） （ ）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10月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	672,447㎡（前年同月比：0.0%）
6. 総従業員数	12,329人（前年同月比：-1.2%）
7. 3か月移動平均値	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%、9-11月 1.9%

[参考] 2024年11月の売上高増減率は2.7%

【特徴】

11月の東京地区は、売上高0.1%減と僅かに前年を下回った。入店客数は改装効果等から3.5%増と伸長。気温の低下と共にコートやニット等、冬物衣料が好調に推移した。国内売上は0.9%増と3か月連続増。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

衣料品(0.2%増)：主力の衣料品は、紳士服・婦人服共にコート等アウター類が本格稼働し、コートは、ウール、非ウール共に伸長。紳士服はスーツやジャケット等、ビジネスアイテムも好調。洋品では、婦人のマフラー等首回りのアイテムにも動きが見られた。

身のまわり品(4.1%減)：ラグジュアリーブランドは国内売上が好調もインバウンドは低調。アクセサリはホリデーシーズンを前に国内ブランドがプレゼント需要増で好調。

雑貨(4.5%増)：化粧品はメイクアップやスキンケアの他、クリスマスコフレ等、幅広いアイテムの購買が見られた他、宝飾や時計は外商顧客向け催事等で伸長。

食料品(0.2%減)：生鮮食品は価格高騰や売場改装工事中等によりマイナスが継続。菓子は秋冬の旬素材を使用した和洋菓子が人気の他、クリスマスケーキの予約は、カットケーキや冷凍ケーキの需要増。歳暮は、店頭は縮小傾向によりややマイナス、ECは割引特典や自家需要増等もあり好調に推移し、全体では微減。

12月足元動向：前年比0.1%増(12/18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17店舗）
 - ①増加した：8店、②変化なし：4店、③減少した：5店
- (3) 11月歳時記（歳暮、七五三）の売上（同上／有効回答数10店舗）
 - ①増加した：1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11月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	155,861,967	100.0	-0.1
紳士服・洋品	12,233,138	7.8	1.2
婦人服・洋品	26,416,011	16.9	0.5
子供服・洋品	1,939,133	1.2	-2.8
その他衣料品	1,697,041	1.1	-6.7
衣 料 品	42,285,323	27.1	0.2
身のまわり品	25,023,628	16.1	-4.1
化粧品	13,684,736	8.8	-0.6
美術・宝飾・貴金属	18,079,628	11.6	7.4
その他雑貨	4,535,029	2.9	9.9
雑 貨	36,299,393	23.3	4.5
家 具	1,284,224	0.8	-7.2
家 電	1,189,182	0.8	-2.1
その他家庭用品	3,206,126	2.1	-5.2
家 庭 用 品	5,679,532	3.6	-5.0
生 鮮 食 品	4,915,821	3.2	-5.1
菓 子	12,774,810	8.2	3.3
惣 菜	8,437,052	5.4	4.7
その他食料品	13,856,075	8.9	-4.1
食 料 品	39,983,758	25.7	-0.2
食 堂 喫 茶	2,200,906	1.4	3.9
サ ー ビ ス	2,742,084	1.8	15.7
そ の 他	1,647,343	1.1	-33.1

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	2,420,842 千円	-6.5
従 業 員 数	12,329 人	-1.2
店 舗 面 積	672,447 m ²	0.0

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、雑貨の2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3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4か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品が2か月ぶり、化粧品が2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	-0.1	—	3か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	1.2	0.1	3か月連続プラス
婦人服・洋品	0.5	0.1	3か月連続プラス
子供服・洋品	-2.8	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-6.7	-0.1	12か月連続マイナス
衣料品	0.2	0.1	3か月連続プラス
身のまわり品	-4.1	-0.7	2か月ぶりマイナス
化粧品	-0.6	-0.1	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	7.4	0.8	4か月連続プラス*
その他雑貨	9.9	0.3	3か月連続プラス*
雑貨	4.5	1.0	3か月連続プラス
家具	-7.2	-0.1	8か月連続マイナス
家電	-2.1	-0.0	12か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-5.2	-0.1	4か月ぶりマイナス
家庭用品	-5.0	-0.2	4か月ぶりマイナス
生鮮食品	-5.1	-0.2	20か月連続マイナス*
菓子	3.3	0.3	4か月連続プラス*
惣菜	4.7	0.2	4か月連続プラス*
その他食料品	-4.1	-0.4	3か月連続マイナス*
食料品	-0.2	-0.0	4か月ぶりマイナス
食堂喫茶	3.9	0.1	2か月連続プラス
サービス	15.7	0.2	3か月ぶりプラス
その他	-33.1	-0.5	5か月連続マイナス
商品券	-6.5	-0.1	21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>