

# 2024年12月 全国百貨店売上高概況

2025年1月24日

## I. 概況

1. 売上高総額	6,616億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	2.8%（店舗数調整後／2か月連続プラス）
①10都市（10地区）	4.0%（39か月連続プラス）
②10都市以外（7地区）	-1.1%（店舗数調整後／3か月連続マイナス）
（2）国 内	0.6%（店舗数調整後／2か月連続プラス）
（3）インバウンド（免税売上）	31.1%（店舗数調整後／33か月連続プラス）※

【参考】2019年比（売上高増減率）は、6.2%（店舗数調整後）

※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】

12月の売上高（2.8%増）は、2か月連続のプラスとなった。インバウンドと、宝飾品等高額商材や化粧品が高伸した他、気温低下に伴う冬物需要の高まりから、主力の衣料品が伸長した。外商催事や物産展など各社のイベント施策も奏功し、年末商戦は活況を呈した。季節商材のおせちやクリスマスケーキも好調に推移した。

**インバウンド（免税売上）**：円安傾向が進む中、売上高625億円（31.1%増/33か月連続/シェア9.5%）、購買客数59.9万人（36.6%増）と、共に12月として過去最高。購買客数は、調査開始（2014年10月）以来、過去最多（2024年6月：57.9万人）を更新。

**国内市場**：2か月連続で前年実績を確保。売上に占めるシェアは90.5%と前月より0.5ポイント拡大。高付加価値商材と、冬物衣料や防寒アイテムが好調。

**都市（10都市）**：8地区で対前年プラス。インバウンド需要とラグジュアリーブランド等高額商品、衣料品が牽引。美術・宝飾・貴金属と化粧品は二桁増と伸長。

**地方（10都市以外の7地区）**：近畿地区を除く6地区でマイナスとなり3か月連続減。身のまわり品と食料品は苦戦したが、衣料品と雑貨は前年実績を超えた。

**商品別**：主要5品目のうち、衣料品、身のまわり品、雑貨、家庭用品の4品目で対前年プラス。衣料品は、天候要因等により、重衣料や防寒アイテムが好調。時計など宝飾品やアクセサリーも伸長した他、化粧品ではクリスマスコフレ、フレグランスが好調。食料品は物価高の影響もあり、生鮮食品のマイナスが大きく影響した。

**年間売上高（2024年1月～12月）**：

	合計	国内	インバウンド		免税・購買客数
売上高	5兆7,722億円	5兆1,234億円	6,487億円	購買客数	603.7万人
対前年比	6.8%増	1.4%増	85.9%増	対前年比	74.3%増
2019年比	3.6%増	2.0%減	87.7%増		

商品別では、高付加価値商材が高伸。主要5品目のシェアは、5年ぶりに衣料品が食料品を上回った。インバウンドは、売上高、購買客数共に過去最高を大幅に更新。

### 【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「12月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇気温は、寒気の影響を受けやすかったため、北日本で低かった。降水量は、東日本日本海側でかなり多く、北日本日本海側で多かった。日照時間は、東日本日本海側でかなり少なかった一方、北・東日本太平洋側でかなり多かった。

(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（前年同月比土曜1日減）

(4) 入店客数増減（有効回答店舗数102店舗）①増加:37店、②変化なし:29店、③減少:36店

(5) 調査対象百貨店 70社 178店（本年11月対比:±0店）（前年同月比:−2社−2店）

(6) 総店舗面積 4,504,575㎡（前年同月比:−3.7%）

# 全国百貨店 売上高速報 2024年12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 (%) ※
<b>全 国</b>	<b>661,610,542</b>	<b>100.0</b>	<b>2.8 ( 2.3)</b>
<b>10都市</b>	<b>513,249,754</b>	<b>77.6</b>	<b>4.0</b>
札幌	20,675,046	3.1	8.7
仙台	8,919,264	1.3	-1.6
東京	190,814,192	28.8	1.6
横浜	39,958,499	6.0	2.5
名古屋	47,168,487	7.1	3.7
京都	31,378,948	4.7	7.4
大阪	116,247,399	17.6	8.3
神戸	18,673,447	2.8	3.8
広島	9,942,145	1.5	-3.4
福岡	29,472,327	4.5	4.0
<b>10都市以外の地区</b>	<b>148,360,788</b>	<b>22.4</b>	<b>-1.1 ( -3.1)</b>
東北	5,323,567	0.8	-2.8
関東	66,744,815	10.1	-1.6
中部	9,089,953	1.4	-4.3 ( -24.1)
近畿	23,633,685	3.6	3.6
中国	10,921,438	1.7	-1.8 ( -7.1)
四国	7,607,788	1.1	-4.3
九州	25,039,542	3.8	-0.8

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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>661,610,542</b>	<b>100.0</b>	<b>2.8 ( 2.3)</b>
紳士服・洋品	35,376,070	5.3	5.3 ( 4.8)
婦人服・洋品	113,978,085	17.2	6.6 ( 6.1)
子供服・洋品	8,043,609	1.2	-0.7 ( -1.2)
その他衣料品	7,725,217	1.2	1.5 ( 1.1)
<b>衣 料 品</b>	<b>165,122,981</b>	<b>25.0</b>	<b>5.7 ( 5.2)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>103,736,965</b>	<b>15.7</b>	<b>1.3 ( 1.1)</b>
化粧品	55,221,112	8.3	10.9 ( 10.5)
美術・宝飾・貴金属	57,756,088	8.7	9.5 ( 9.2)
その他雑貨	15,642,357	2.4	-7.5 ( -7.8)
<b>雑 貨</b>	<b>128,619,557</b>	<b>19.4</b>	<b>7.7 ( 7.3)</b>
家 具	4,619,257	0.7	-8.9 ( -9.4)
家 電	1,834,509	0.3	39.6 ( 38.9)
その他家庭用品	13,396,313	2.0	0.2 ( -1.1)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>19,850,079</b>	<b>3.0</b>	<b>0.5 ( -0.6)</b>
生 鮮 食 品	36,352,455	5.5	-3.4 ( -4.3)
菓 子	68,387,270	10.3	-0.6 ( -1.2)
惣 菜	50,468,059	7.6	-1.0 ( -1.6)
その他食料品	55,184,446	8.3	-4.4 ( -5.0)
<b>食 料 品</b>	<b>210,392,230</b>	<b>31.8</b>	<b>-2.2 ( -2.9)</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>11,788,423</b>	<b>1.8</b>	<b>-3.1 ( -3.7)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>4,122,712</b>	<b>0.6</b>	<b>-1.1 ( -1.3)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>17,977,595</b>	<b>2.7</b>	<b>28.0 ( 27.8)</b>
<b>商 品 券</b>	<b>13,436,721</b>	<b>2.0</b>	<b>-8.4 ( -8.9)</b>

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】

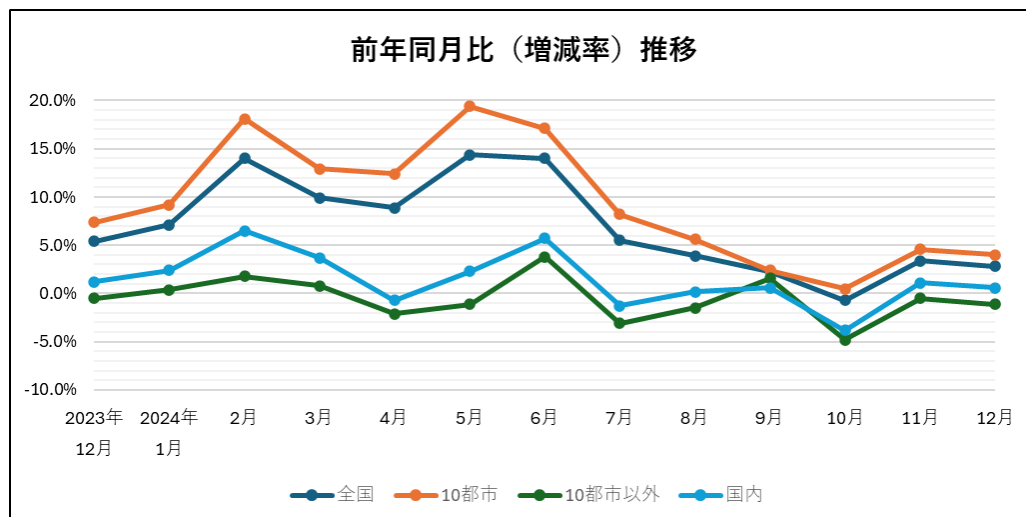
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>4.0</b>	<b>3.1</b>	<b>39か月連続プラス</b>
札幌	8.7	0.3	34か月連続プラス
仙台	-1.6	-0.0	2か月ぶりマイナス
東京	1.6	0.5	2か月連続プラス
横浜	2.5	0.2	2か月連続プラス
名古屋	3.7	0.3	2か月連続プラス
京都	7.4	0.3	39か月連続プラス
大阪	8.3	1.4	39か月連続プラス
神戸	3.8	0.1	34か月連続プラス
広島	-3.4	-0.1	16か月連続マイナス
福岡	4.0	0.2	39か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-1.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
東北	-2.8	-0.0	2か月ぶりマイナス*
関東	-1.6	-0.2	3か月連続マイナス
中部	-4.3	-0.1	5か月連続マイナス
近畿	3.6	0.1	2か月連続プラス
中国	-1.8	-0.0	6か月連続マイナス*
四国	-4.3	-0.1	3か月連続マイナス
九州	-0.8	-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】

	2023年 12月	2024年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全 国	5.4	7.1	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8
10 都 市	7.4	9.2	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0
10 都 市 以 外	-0.5	0.4	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1
国 内	1.2	2.4	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6



### Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は食料品を除く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2か月連続でプラスとなったほか、化粧品が34か月連続、家電が2か月ぶりにプラスとなった一方、菓子が2か月ぶり、惣菜が6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
<b>総額</b>	<b>2.8</b>	<b>—</b>	<b>2か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	5.3	0.3	2か月連続プラス
婦人服・洋品	6.6	1.1	2か月連続プラス
子供服・洋品	-0.7	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	1.5	0.0	6か月ぶりプラス
<b>衣料品</b>	<b>5.7</b>	<b>1.4</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>1.3</b>	<b>0.2</b>	<b>39か月連続プラス</b>
化粧品	10.9	0.8	34か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	9.5	0.8	2か月連続プラス*
その他雑貨	-7.5	-0.2	4か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>7.7</b>	<b>1.4</b>	<b>39か月連続プラス</b>
家具	-8.9	-0.1	3か月連続マイナス
家電	39.6	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	0.2	0.0	2か月連続プラス
<b>家庭用品</b>	<b>0.5</b>	<b>0.0</b>	<b>3か月ぶりプラス</b>
生鮮食品	-3.4	-0.2	9か月連続マイナス*
菓子	-0.6	-0.1	2か月ぶりマイナス*
惣菜	-1.0	-0.1	6か月連続マイナス*
その他食料品	-4.4	-0.4	9か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>-2.2</b>	<b>-0.7</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-3.1</b>	<b>-0.1</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>-1.1</b>	<b>-0.0</b>	<b>3か月ぶりマイナス</b>
<b>その他</b>	<b>28.0</b>	<b>0.6</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-8.4</b>	<b>-0.2</b>	<b>10か月連続マイナス</b>

(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・長柴 まで  
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>