

2025年2月 全国百貨店売上高概況

2025年3月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 254億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	－1.5%（店舗数調整後／4か月ぶりマイナス）
①10都市（10地区）	－0.7%（41か月ぶりマイナス）
②10都市以外（7地区）	－4.2%（店舗数調整後／5か月連続マイナス）
（2）国 内	－3.5%（店舗数調整後／4か月ぶりマイナス）
（3）インバウンド（免税売上）	14.5%（店舗数調整後／35か月連続プラス）※

※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】

2月の売上高は、前年閏年による営業日数減に加え、降雪や寒波等天候要因による入店客数減等も響き、4か月ぶりにマイナス（1.5%減）に転じた。

衣料品や服飾雑貨は、天候与件等から春物商材の動きが鈍かったが、卒入学等のオケーション需要は堅調に推移した。インバウンドは、春節休暇の前倒し（昨年2/10～2/17、本年1/28～2/4）にもかかわらず前年実績を超え好調が続いている。バレンタイン商戦は、豊富な商品展開や関連イベント、SNSを活用した施策等も奏功し活況を呈した。

インバウンド（免税売上）：為替相場の円高傾向に加え、春節休暇の前倒しというマイナス要素もあったが、売上高538億円（14.5%増/35か月連続/シェア12.6%）、購買客数54.1万人（29.0%増）と、共に2月として過去最高。中国本土の購買客数と売上が伸長。

国内市場：閏年影響と天候要因等から、4か月ぶりマイナス。

都市（10都市）：札幌、大阪、神戸、名古屋を除く6地区でマイナス。インバウンドは活況。化粧品は二桁増で、美術・宝飾・貴金属もプラス。

地方（10都市以外の7地区）：全地区でマイナス。大雪など悪天候による交通機関の運休・遅延、主要顧客層の外出自粛等の入店客数減が影響。

商品別：主要5品目のうち、雑貨を除く4品目で前年割れ。衣料品と身のまわり品は、天候要因から季節商材の動きが鈍かった他、外商催事の月ズレなどもありマイナス。食料品は物価高や客数減もあり苦戦したが、バレンタイン商戦は、自家需要や関連スイーツ、イーテイン等も人気で盛況。雑貨（2.3%増）は前年実績をクリア。美術・宝飾・貴金属は前年に僅かに届かなかったが、国内外共に好調だった化粧品が牽引。限定品や新作が好評だった他、一部価格改定前の駆け込み需要も見られた。

【要因・その他】

(1) 天 候： 気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇強い寒気の影響を受けたため、西日本では気温がかなり低く、降水量は北・東日本日本海側で多く、降雪量は東日本日本海側でかなり多かった。また、高気圧に覆われやすかったため、東日本太平洋側では日照時間がかなり多かった。

(2) 営業日数増減 27.7日（前年同月比 －0.8日）

(3) 土・日・祝日の合計 10日（ ” ±0.0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105店舗）

①増加した：35店、②変化なし：20店、③減少した：50店

(5) 調査対象百貨店 70社 179店（本年1月対比：±0店）（前年同月比：－1社＋2店）

(6) 総店舗面積 4,500,935㎡（前年同月比：－2.5%）

全国百貨店 売上高速報 2025年2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	425,448,014	100.0	-1.5 (-1.7)
10都市	333,917,875	78.5	-0.7
札幌	14,266,918	3.4	6.1
仙台	5,226,070	1.2	-4.9
東京	128,731,564	30.3	-2.3
横浜	24,426,842	5.7	-2.6
名古屋	31,832,108	7.5	0.2
京都	18,956,785	4.5	-1.1
大阪	74,731,112	17.6	2.2
神戸	11,275,966	2.7	0.7
広島	5,754,792	1.4	-7.9
福岡	18,715,718	4.4	-2.3
10都市以外の地区	91,530,139	21.5	-4.2 (-5.2)
東北	3,885,195	0.9	-2.9
関東	41,856,136	9.8	-2.0
中部	5,212,011	1.2	-13.6 (-25.5)
近畿	14,585,559	3.4	-1.7
中国	7,152,567	1.7	-9.6
四国	4,585,774	1.1	-2.8
九州	14,252,897	3.4	-7.1

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	425,448,014	100.0	-1.5 (-1.7)
紳士服・洋品	19,835,632	4.7	-2.1 (-2.3)
婦人服・洋品	77,325,661	18.2	-1.9 (-2.1)
子供服・洋品	6,112,964	1.4	-4.1 (-4.4)
その他衣料品	4,838,021	1.1	-7.8 (-7.8)
衣 料 品	108,112,278	25.4	-2.3 (-2.5)
身のまわり品	69,654,627	16.4	-4.3 (-4.5)
化粧品	41,074,161	9.7	9.3 (9.0)
美術・宝飾・貴金属	42,246,128	9.9	-0.7 (-0.9)
その他雑貨	10,994,920	2.6	-8.7 (-8.8)
雑 貨	94,315,209	22.2	2.3 (2.1)
家 具	3,172,050	0.7	-2.8 (-3.0)
家 電	1,560,483	0.4	11.1 (10.5)
その他家庭用品	8,463,448	2.0	-1.8 (-2.5)
家 庭 用 品	13,195,981	3.1	-0.7 (-1.2)
生 鮮 食 品	14,782,912	3.5	-6.7 (-6.9)
菓 子	46,231,245	10.9	-1.8 (-2.2)
惣 菜	22,428,948	5.3	-5.7 (-5.9)
その他食料品	31,620,531	7.4	0.2 (-0.1)
食 料 品	115,063,636	27.0	-2.7 (-3.0)
食 堂 喫 茶	9,253,205	2.2	-6.1 (-6.3)
サ ー ビ ス	3,724,446	0.9	0.5 (0.5)
そ の 他	12,128,632	2.9	8.9 (8.8)
商 品 券	3,970,106	0.9	-12.6 (-12.8)

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】

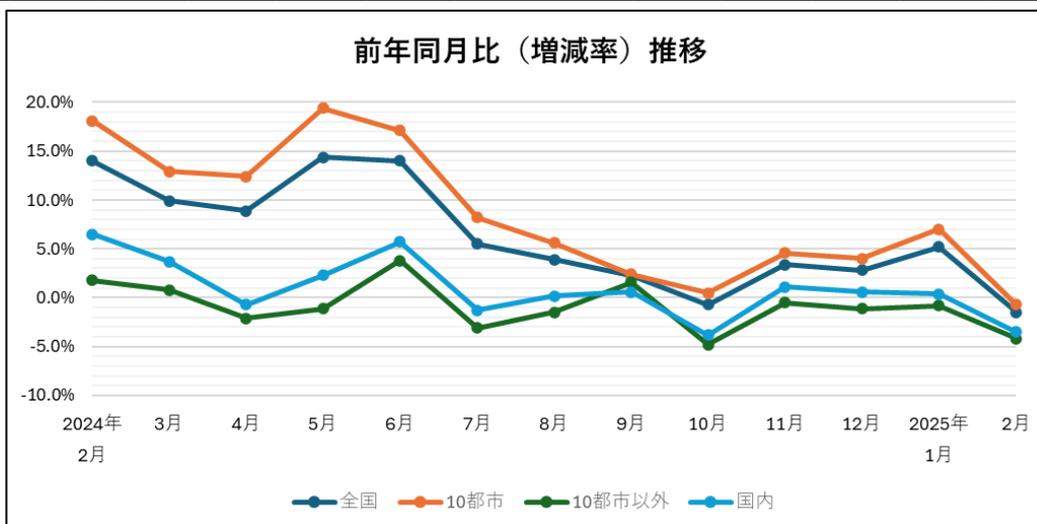
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	-0.7	-0.6	41か月ぶりマイナス
札幌	6.1	0.2	36か月連続プラス
仙台	-4.9	-0.1	3か月連続マイナス
東京	-2.3	-0.7	4か月ぶりマイナス
横浜	-2.6	-0.1	4か月ぶりマイナス
名古屋	0.2	0.0	4か月連続プラス
京都	-1.1	-0.0	41か月ぶりマイナス
大阪	2.2	0.4	41か月連続プラス
神戸	0.7	0.0	36か月連続プラス
広島	-7.9	-0.1	18か月連続マイナス
福岡	-2.3	-0.1	41か月ぶりマイナス
10都市以外の地区	-4.2	-0.9	5か月連続マイナス
東北	-2.9	-0.0	3か月連続マイナス*
関東	-2.0	-0.2	5か月連続マイナス
中部	-13.6	-0.2	2か月ぶりマイナス
近畿	-1.7	-0.1	2か月連続マイナス
中国	-9.6	-0.2	8か月連続マイナス*
四国	-2.8	-0.0	5か月連続マイナス
九州	-7.1	-0.3	5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 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 1月	2月
全 国	14.0	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5
10 都 市	18.1	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7
10 都 市 以 外	1.8	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2
国 内	6.5	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は雑貨を除く4品目がマイナスとなった。
 その他の品目は化粧品が36か月連続でプラスとなったが、紳士服・洋品、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属が4か月ぶりにマイナスとなったほか、生鮮食品が11か月連続、菓子が2か月ぶりにマイナスとなった。

【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	-1.5	—	4か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-2.1	-0.1	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-1.9	-0.3	4か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-4.1	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-7.8	-0.1	3か月ぶりマイナス
衣料品	-2.3	-0.6	4か月ぶりマイナス
身のまわり品	-4.3	-0.7	41か月ぶりマイナス
化粧品	9.3	0.8	36か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-0.7	-0.1	4か月ぶりマイナス*
その他雑貨	-8.7	-0.2	6か月連続マイナス*
雑貨	2.3	0.5	41か月連続プラス
家具	-2.8	-0.0	5か月連続マイナス
家電	11.1	0.0	3か月連続プラス
その他家庭用品	-1.8	-0.0	4か月ぶりマイナス
家庭用品	-0.7	-0.0	2か月連続マイナス
生鮮食品	-6.7	-0.2	11か月連続マイナス*
菓子	-1.8	-0.2	2か月ぶりマイナス*
惣菜	-5.7	-0.3	8か月連続マイナス*
その他食料品	0.2	0.0	2か月連続プラス*
食料品	-2.7	-0.7	8か月連続マイナス
食堂喫茶	-6.1	-0.1	8か月連続マイナス
サービス	0.5	0.0	2か月連続プラス
その他	8.9	0.2	3か月連続プラス
商品券	-12.6	-0.1	12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・長柴 まで
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>