

# 2025年3月 全国百貨店売上高概況

2025年4月25日

## I. 概況

1. 売上高総額	4,953億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	-2.8%（店舗数調整後／2か月連続マイナス）
①10都市（10地区）	-3.0%（2か月連続マイナス）
②10都市以外（7地区）	-2.1%（店舗数調整後／6か月連続マイナス）
（2）国 内	-2.0%（店舗数調整後／2か月連続マイナス）
（3）インバウンド（免税売上）	-10.7%（店舗数調整後／36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】

3月は、売上高（2.8%減）、入店客数（2.6%減）共に前年を下回った。全国的に寒暖差の大きい不安定な天候要因から春物商材の動きが鈍かった他、免税売上高の低調も影響した。一方、主力の衣料品では下旬以降の気温上昇に伴って春物が動き始めると共に、卒入学等のオケーション需要も堅調に推移した。

**インバウンド（免税売上）**：花見シーズンを迎え、購買客数は51.5万人（13.4%増）と3月として過去最高を記録したが、円高傾向や世界的な景気後退懸念が、高額商材の買い控えなど訪日客の購買心理にも影響した結果、売上高442億円（10.7%減/シェア8.9%）と36か月ぶりにマイナス転換。化粧品は好調に推移。

**国内市場**：天候要因等から、入店客数減により2か月連続でマイナスだが、減少率は先月より1.5ポイント回復。

**都市（10都市）**：札幌、名古屋、神戸を除く7地区でマイナス。

**地方（10都市以外の7地区）**：東北、近畿を除く5地区でマイナス。10都市と地方の伸び率差は49か月ぶりに地方が都市を逆転。

**商品別**：主要5品目のうち、家庭用品を除く4品目で前年割れ。衣料品と身のまわり品は、ラグジュアリーブランドの一部価格改訂や春物の低調から2か月連続マイナス。食料品は価格高騰の影響で苦戦が続くが、物産展等の食品催事は盛況だった他、菓子ではホワイトデーや年度末の挨拶需要も見受けられた。雑貨は化粧品が国内外共に好調推移。美術・宝飾・貴金属（0.9%減）は僅かに前年割れだが、コロナ禍前の2019年比では二桁増（52.4%増）。下旬からの花見商戦では、弁当や惣菜、さくらモチーフの菓子等、各社工夫を凝らした企画を幅広く展開し堅調に推移。

### 【要因・その他】

- 天候**：気象庁発表「3月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）  
◇全国的に10日程度の周期で気温が大きく変動し、北日本、東日本、西日本では高かった。日照時間は東・西日本太平洋側と西日本日本海側で少なく、降水量は西日本日本海側で多かった。
- 営業日数増減** 31.0日（前年同月比 ±0.0日）
- 土・日・祝日の合計** 11日（ " ±0.0日）
- 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106店舗）  
①増加した：27店、②変化なし：29店、③減少した：50店
- 調査対象百貨店** 70社 179店（本年2月対比：±0店）（前年同月比：-1社+2店）
- 総店舗面積** 4,501,487㎡（前年同月比：-2.4%）

# 全国百貨店 売上高速報 2025年3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>495,322,512</b>	<b>100.0</b>	<b>-2.8 ( -3.1)</b>
<b>10都市</b>	<b>381,843,577</b>	<b>77.1</b>	<b>-3.0</b>
札幌	14,015,125	2.8	0.0
仙台	6,608,736	1.3	-0.4
東京	146,738,063	29.6	-4.2
横浜	30,201,723	6.1	-1.3
名古屋	36,495,808	7.4	0.8
京都	23,163,739	4.7	-3.1
大阪	82,981,299	16.8	-3.6
神戸	13,307,911	2.7	1.9
広島	7,087,753	1.4	-7.3
福岡	21,243,420	4.3	-5.9
<b>10都市以外の地区</b>	<b>113,478,935</b>	<b>22.9</b>	<b>-2.1 ( -3.1)</b>
東北	4,578,733	0.9	1.2
関東	51,668,212	10.4	-3.2
中部	6,599,335	1.3	-1.3 ( -16.3)
近畿	18,150,006	3.7	1.8
中国	8,483,166	1.7	-2.3
四国	5,750,826	1.2	-6.1
九州	18,248,657	3.7	-2.5

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>495,322,512</b>	<b>100.0</b>	<b>-2.8 ( -3.1)</b>
紳士服・洋品	26,045,333	5.3	-4.4 ( -4.7)
婦人服・洋品	91,345,237	18.4	-3.5 ( -3.7)
子供服・洋品	12,679,845	2.6	-4.1 ( -4.5)
その他衣料品	7,023,302	1.4	-0.7 ( -1.1)
<b>衣 料 品</b>	<b>137,093,717</b>	<b>27.7</b>	<b>-3.6 ( -3.9)</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>82,158,180</b>	<b>16.6</b>	<b>-8.9 ( -9.0)</b>
化粧品	51,973,694	10.5	1.4 ( 1.2)
美術・宝飾・貴金属	45,942,113	9.3	-0.9 ( -1.1)
その他雑貨	13,751,450	2.8	-6.0 ( -6.2)
<b>雑 貨</b>	<b>111,667,257</b>	<b>22.5</b>	<b>-0.5 ( -0.7)</b>
家具	5,688,713	1.1	5.3 ( 5.2)
家電	1,800,112	0.4	25.2 ( 24.6)
その他家庭用品	11,545,516	2.3	5.5 ( 4.6)
<b>家 庭 用 品</b>	<b>19,034,341</b>	<b>3.8</b>	<b>7.0 ( 6.4)</b>
生 鮮 食 品	16,368,214	3.3	-3.9 ( -4.2)
菓 子	45,213,191	9.1	-1.8 ( -2.1)
惣 菜	25,545,807	5.2	-2.6 ( -2.8)
その他食料品	29,876,672	6.0	-0.8 ( -1.1)
<b>食 料 品</b>	<b>117,003,884</b>	<b>23.6</b>	<b>-2.0 ( -2.3)</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>10,680,069</b>	<b>2.2</b>	<b>-5.3 ( -5.5)</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>4,303,267</b>	<b>0.9</b>	<b>5.2 ( 5.1)</b>
<b>そ の 他</b>	<b>13,381,797</b>	<b>2.7</b>	<b>6.8 ( 6.7)</b>
<b>商 品 券</b>	<b>6,151,213</b>	<b>1.2</b>	<b>-10.1 ( -10.3)</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】

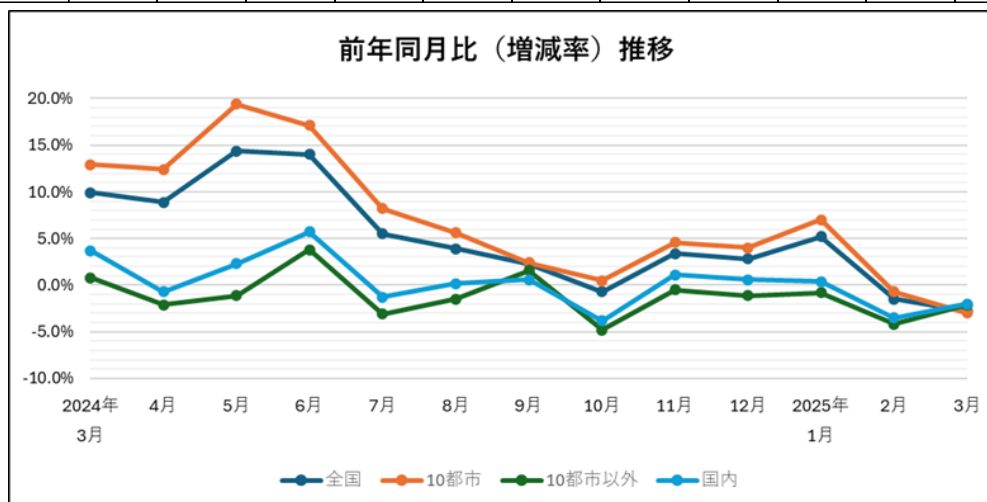
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>-3.0</b>	<b>-2.3</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
札幌	0.0	0.0	37か月連続プラス
仙台	-0.4	-0.0	4か月連続マイナス
東京	-4.2	-1.2	2か月連続マイナス
横浜	-1.3	-0.1	2か月連続マイナス
名古屋	0.8	0.1	5か月連続プラス
京都	-3.1	-0.1	2か月連続マイナス
大阪	-3.6	-0.6	42か月ぶりマイナス
神戸	1.9	0.0	37か月連続プラス
広島	-7.3	-0.1	19か月連続マイナス
福岡	-5.9	-0.3	2か月連続マイナス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-2.1</b>	<b>-0.5</b>	<b>6か月連続マイナス</b>
東北	1.2	0.0	4か月ぶりプラス*
関東	-3.2	-0.3	6か月連続マイナス
中部	-1.3	-0.0	2か月連続マイナス
近畿	1.8	0.1	3か月ぶりプラス
中国	-2.3	-0.0	9か月連続マイナス*
四国	-6.1	-0.1	6か月連続マイナス
九州	-2.5	-0.1	6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 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	3月
全 国	9.9	8.9	14.4	14.0	5.5	3.9	2.3	-0.7	3.4	2.8	5.2	-1.5	-2.8
10 都 市	12.9	12.4	19.4	17.1	8.2	5.6	2.4	0.5	4.6	4.0	7.0	-0.7	-3.0
10 都 市 以 外	0.8	-2.1	-1.1	3.8	-3.1	-1.5	1.6	-4.8	-0.5	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1
国 内	3.7	-0.7	2.3	5.7	-1.3	0.2	0.6	-3.8	1.1	0.6	0.4	-3.5	-2.0



### Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は家庭用品を除く4品目がマイナスとなった。  
 その他の品目は化粧品が37か月連続でプラスとなったほか、家具が6か月ぶりにプラスとなった一方、婦人服・洋品、美術・宝飾・貴金属、菓子が2か月連続、惣菜が9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か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	-4.4	-0.2	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	-3.5	-0.7	2か月連続マイナス
子供服・洋品	-4.1	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-0.7	-0.0	2か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-3.6</b>	<b>-1.0</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-8.9</b>	<b>-1.6</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
化粧品	1.4	0.1	37か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	-0.9	-0.1	2か月連続マイナス*
その他雑貨	-6.0	-0.2	7か月連続マイナス*
<b>雑貨</b>	<b>-0.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>42か月ぶりマイナス</b>
家具	5.3	0.1	6か月ぶりプラス
家電	25.2	0.1	4か月連続プラス
その他家庭用品	5.5	0.1	2か月ぶりプラス
<b>家庭用品</b>	<b>7.0</b>	<b>0.2</b>	<b>3か月ぶりプラス</b>
生鮮食品	-3.9	-0.1	12か月連続マイナス*
菓子	-1.8	-0.2	2か月連続マイナス*
惣菜	-2.6	-0.1	9か月連続マイナス*
その他食料品	-0.8	-0.0	3か月ぶりマイナス*
<b>食料品</b>	<b>-2.0</b>	<b>-0.5</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-5.3</b>	<b>-0.1</b>	<b>9か月連続マイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>5.2</b>	<b>0.0</b>	<b>3か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>6.8</b>	<b>0.2</b>	<b>4か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-10.1</b>	<b>-0.1</b>	<b>13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・青柳 まで  
 TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>