

# 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つたが、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つたため、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 4,461,235m<sup>2</sup> (前年同月比: -0.9%)

# 全国百貨店 売上高速報 2025年11月

第1表 地地区別売上高

地 区	売上高(千円)	構成比(%)	※店舗数調整後 ( )が調整前	
			対前年増減(-)率 (%) ※	
<b>全 国</b>	<b>521,408,673</b>	<b>100.0</b>	<b>0.9</b>	
<b>10都市</b>	<b>404,020,601</b>	<b>77.5</b>	<b>1.2</b>	
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	
<b>10都市以外の地区</b>	<b>117,388,072</b>	<b>22.5</b>	<b>-0.2</b>	
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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>521,408,673</b>	<b>100.0</b>	<b>0.9</b>
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
<b>衣 料 品</b>	<b>145,417,597</b>	<b>27.9</b>	<b>1.5</b>
<b>身 のまわり品</b>	<b>81,474,460</b>	<b>15.6</b>	<b>-2.0</b>
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
<b>雜 貨</b>	<b>109,903,997</b>	<b>21.1</b>	<b>4.2</b>
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
<b>家 庭 用 品</b>	<b>16,471,209</b>	<b>3.2</b>	<b>-4.3</b>
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
<b>食 料 品</b>	<b>142,396,431</b>	<b>27.3</b>	<b>0.5</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>10,413,334</b>	<b>2.0</b>	<b>1.2</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>4,883,787</b>	<b>0.9</b>	<b>8.4</b>
<b>そ の 他</b>	<b>10,447,858</b>	<b>2.0</b>	<b>-6.4</b>
<b>商 品 券</b>	<b>9,789,129</b>	<b>1.9</b>	<b>-6.7</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】

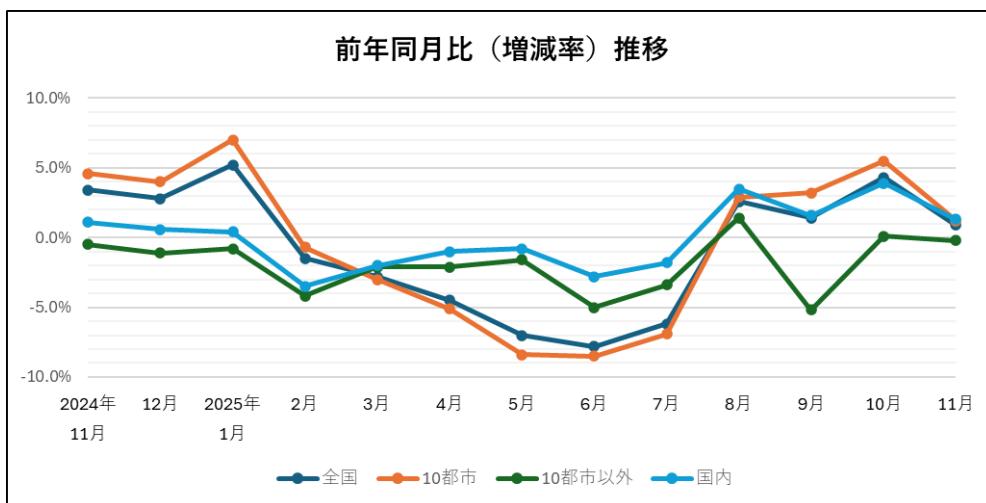
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>1.2</b>	<b>0.9</b>	<b>4か月連続プラス</b>
札幌	-1.1	-0.0	2か月ぶりマイナス
仙台	-4.3	-0.1	2か月ぶりマイナス
東京	-0.1	-0.0	3か月ぶりマイナス
横浜	-2.0	-0.1	4か月ぶりマイナス
名古屋	2.7	0.2	4か月連続プラス
京都	2.6	0.1	2か月連続プラス
大阪	4.1	0.7	4か月連続プラス
神戸	6.0	0.2	4か月連続プラス
広島	0.8	0.0	2か月連続プラス
福岡	0.2	0.0	2か月連続プラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-0.2</b>	<b>-0.0</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
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
<b>総額</b>	<b>0.9</b>	—	<b>4か月連続プラス</b>
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
<b>衣料品</b>	<b>1.5</b>	<b>0.4</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-2.0</b>	<b>-0.3</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
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*
<b>雑貨</b>	<b>4.2</b>	<b>0.9</b>	<b>4か月連続プラス</b>
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
<b>家庭用品</b>	<b>-4.3</b>	<b>-0.1</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
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*
<b>食料品</b>	<b>0.5</b>	<b>0.1</b>	<b>4か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>	<b>2か月連続プラス</b>
サービス	8.4	0.1	3か月ぶりプラス
<b>その他</b>	<b>-6.4</b>	<b>-0.1</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>-6.7</b>	<b>-0.1</b>	<b>21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 橋・青柳まで  
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>