

# 2025年12月 東京地区百貨店売上高概況

2026年1月23日

## I. 概況

1. 売上高総額	1, 904億円余
2. 前年同月比（増減率）	-0.2%（2か月連続マイナス）
3. 店頭・非店頭	店頭1.6%（92.1%）：非店頭-17.1%（7.9%） ( ) 内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店（2025年11月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	673,454m <sup>2</sup> （前年同月比：0.2%）
6. 総従業員数	12,287人（前年同月比：-2.8%）
7. 3か月移動平均値	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%、10-12月 0.9%

[参考] 2024年12月の売上高増減率は1.6%

### 【特徴】

12月の東京地区は、売上高0.2%減と2か月連続のマイナスとなった。インバウンド売上は中国の訪日渡航自粛要請影響から苦戦したが、国内売上は2.4%増と4か月連続のプラスとなった。宝飾や時計等の高額品が好調に推移した他、クリスマスや年末商戦は食料品を中心に活況を呈した。具体的なアイテムの動向は以下の通り。

**衣料品（1.1%減）**：平年に比べ気温が高く推移したため、ウールコートやダウンコート等の冬物重衣料は動きが鈍かったが、非ウールコートやジャケット、ニット等は高稼働。ストールやマフラー等の防寒商材も伸長。

**身のまわり品（6.6%減）**：インバウンドニーズ減から2か月連続のマイナス。アクセサリーはクリスマスやボーナス需要により好調。年末年始の旅行需要を受けトラベル関連も稼働。

**雑貨（4.4%増）**：化粧品はインバウンド需要減の影響が大きかったが、国内客はクリスマス関連のコフレやフレグランスが好調。美術・宝飾・貴金属（13.9%増）は、一部ブランドで価格改定前の駆込みが見られた他、クリスマス、ボーナス需要で贈答・自家需要共に好調。

**食料品（0.0%減）**：クリスマス商戦は平日の曜日回りであったものの、当日需要が活況でカットケーキやオードブル等惣菜が伸長。おせちはECを中心に堅調に推移。歳暮はビールの供給減に代わり、コーヒーや菓子が伸長。

**年間売上高（2025年1月～12月）**：前年比2.9%減（1兆6,806億円）と5年ぶりに前年実績を下回った。2019年比（5.4%増）、2018年比（4.2%増）ではコロナ前の実績を上回った。

**1月足元動向**：初売りも好調な滑り出しとなり、前年比7.4%増（1/18時点）で推移。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 31.0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：7店、②変化なし：4店、③減少した：6店
- (3) 12月歳時記（年末商戦（歳暮、クリスマス、年末年始商材））の売上（同上／有効回答数11店舗）  
①増加した：2店、②変化なし：7店、③減少した：2店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2025年12月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総額</b>	<b>190,465,394</b>	<b>100.0</b>	<b>-0.2</b>
紳士服・洋品	13,193,099	6.9	-2.3
婦人服・洋品	29,752,609	15.6	0.3
子供服・洋品	2,180,242	1.1	-7.7
その他衣料品	1,664,144	0.9	-5.9
<b>衣料品</b>	<b>46,790,094</b>	<b>24.6</b>	<b>-1.1</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>29,394,633</b>	<b>15.4</b>	<b>-6.6</b>
化粧品	16,695,301	8.8	-5.5
美術・宝飾・貴金属	22,727,609	11.9	13.9
その他雑貨	4,857,969	2.6	1.6
<b>雑貨</b>	<b>44,280,879</b>	<b>23.2</b>	<b>4.4</b>
家具	1,593,561	0.8	5.4
家電	997,347	0.5	-13.6
その他家庭用品	3,738,928	2.0	-4.5
<b>家庭用品</b>	<b>6,329,836</b>	<b>3.3</b>	<b>-3.8</b>
生鮮食品	6,557,148	3.4	-6.7
菓子	18,799,146	9.9	4.9
惣菜	14,102,445	7.4	3.2
その他食料品	14,925,892	7.8	-5.5
<b>食料品</b>	<b>54,384,631</b>	<b>28.6</b>	<b>0.0</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>2,466,560</b>	<b>1.3</b>	<b>3.7</b>
<b>サービス</b>	<b>1,895,306</b>	<b>1.0</b>	<b>0.8</b>
<b>その他</b>	<b>4,923,455</b>	<b>2.6</b>	<b>11.9</b>

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(%)

<b>商品券</b>	<b>2,711,216 千円</b>	<b>-9.3</b>
<b>従業員数</b>	<b>12,287 人</b>	<b>-2.8</b>
<b>店舗面積</b>	<b>673,454 m<sup>2</sup></b>	<b>0.2</b>

<b>営業日数</b>	<b>31.0 日</b>	<b>前年</b>	<b>31.0 日</b>
-------------	---------------	-----------	---------------

## II. 商品別の動き

主要5品目は雑貨がプラスとなったが、その他4品目はマイナスとなった。  
 その他の品目は、婦人服・洋品が4か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が5か月連続でプラスとなったが、紳士服・洋品が4か月ぶり、化粧品が3か月連続、生鮮食品が21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>−0.2</b>	—	<b>2か月連続マイナス</b>
紳士服・洋品	−2.3	−0.2	4か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	0.3	0.1	4か月連続プラス
子供服・洋品	−7.7	−0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	−5.9	−0.1	13か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>−1.1</b>	<b>−0.3</b>	<b>4か月ぶりマイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>−6.6</b>	<b>−1.1</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
化粧品	−5.5	−0.5	3か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	13.9	1.5	5か月連続プラス*
その他雑貨	1.6	0.0	4か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>4.4</b>	<b>1.0</b>	<b>4か月連続プラス</b>
家具	5.4	0.0	9か月ぶりプラス
家電	−13.6	−0.1	2か月連続マイナス
その他家庭用品	−4.5	−0.1	2か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>−3.8</b>	<b>−0.1</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
生鮮食品	−6.7	−0.2	21か月連続マイナス*
菓子	4.9	0.5	5か月連続プラス*
惣菜	3.2	0.2	5か月連続プラス*
その他食料品	−5.5	−0.5	4か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>0.0</b>	<b>−0.0</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>3.7</b>	<b>0.0</b>	<b>3か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>0.8</b>	<b>0.0</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>11.9</b>	<b>0.3</b>	<b>6か月ぶりプラス</b>
<b>商品券</b>	<b>−9.3</b>	<b>−0.1</b>	<b>22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>