

2025年12月 全国百貨店売上高概況

2026年1月23日

I. 概況

1. 売上高総額	6, 542億円余
2. 前年同月比（増減率）	
(1) 全 国	-1.1% (5か月ぶりマイナス)
① 10都市 (10地区)	-0.4% (5か月ぶりマイナス)
② 10都市以外 (7地区)	-3.6% (2か月連続マイナス)
(2) 国 内	0.6% (5か月連続プラス)
(3) インバウンド (免税売上)	-17.1% (2か月連続マイナス) ※

※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】

12月の売上高 (1.1%減) は、5か月ぶりに前年を下回った。休日数日曜1日減に加え、インバウンド売上が前年を大きく下回ったことが影響した。国内売上は宝飾、時計等の高額品が好調に推移し、5か月連続でプラスとなった。おせちやクリスマスケーキ等の季節商材も堅調だった他、長期連休となった年末商戦は食料品を中心に活況を呈した。

インバウンド (免税売上)：売上高 519億円 (17.1%減/2か月連続/シェア 7.9%)、購買客数 50.0万人 (16.7%減/2か月連続) と共にマイナス。国別では、中国は訪日渡航自粛要請も影響し、売上・客数共に約4割減少。台湾、タイ、マレーシアは伸長。

国内市場：0.6%増 (シェア 92.1%) と5か月連続でプラスを維持。10都市は1.9%増 (仙台、広島、福岡を除く7地区プラス)。地方 (10都市以外の7地区) は衣料品が振るわず3.5%減 (全地区マイナス) と苦戦。

都市 (10都市) [免税売上含む]：国内好調もインバウンド売上減をカバー出来ず5か月ぶりマイナス。3地区 (名古屋、横浜、神戸) 対前年プラス。美術・宝飾・貴金属は二桁増と伸長。

地方 (10都市以外の7地区) [免税売上含む]：全地区マイナスとなり2か月連続減。東北は地震による一部店舗の休業等もあり二桁減。金製品や時計好調で美術・宝飾・貴金属二桁増。

商品別：主要5品目のうち、雑貨のみ対前年プラス。衣料品は、平年に比べ気温が高く、冬物重衣料の動きは鈍かったが、ニット等今着られるアイテムは好調。時計は一部ブランドで価格改定前の駆込みが見られた。アクセサリーはシーズン需要もあり好調。食料品は価格高騰により生鮮食品は低調も、菓子や惣菜は好調に推移。

年間売上高 (2025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 6,754億円	5兆 1,087億円	5,667億円	購買客数	621.4万人
対前年比	1.5%減	0.1%減	12.7%減	対前年比	2.9%増

商品別では、化粧品や高額品を含む雑貨が前年実績を上回った。地区別では、5地区 (札幌、横浜、名古屋、大阪、神戸) で対前年プラス。インバウンドは、購買客数が過去最高を更新。

【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、冬型の気圧配置が長続きせず、低気圧に向かって南から暖かい空気が流れ込みやすかつたため、全国的に高かった。日照時間は、高気圧に覆われやすかつた西日本太平洋側でかなり多く、降水量は、北日本日本海側と北日本太平洋側で多かった一方、西日本日本海側と西日本太平洋側では少なかった。

(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 8日 (前年同月比日曜1日減)

(4) 入店客数増減 (有効回答店舗数 102店舗) ①増加:40店、②変化なし:25店、③減少:37店

(5) 調査対象百貨店 70社 176店 (2025年11月対比: ±0店) (前年同月比: -2店)

(6) 総店舗面積 4,458,175m² (前年同月比: -1.0%)

全国百貨店 売上高速報 2025年12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 (%) ※	
全 国	654,272,224	100.0	-1.1	
10都市	511,270,182	78.1	-0.4	
札幌	20,353,323	3.1	-1.6	
仙台	8,511,649	1.3	-4.6	
東京	190,465,394	29.1	-0.2	
横浜	41,462,714	6.3	3.8	
名古屋	49,124,881	7.5	4.1	
京都	31,263,312	4.8	-0.4	
大阪	113,446,853	17.3	-2.4	
神戸	19,020,482	2.9	1.9	
広島	9,680,905	1.5	-2.6	
福岡	27,940,669	4.3	-5.2	
10都市以外の地区	143,002,042	21.9	-3.6	
東北	4,785,508	0.7	-10.1	
関東	64,622,852	9.9	-3.2	
中部	8,688,563	1.3	-4.4	
近畿	23,145,932	3.5	-2.1	
中国	10,570,033	1.6	-3.2	
四国	7,389,561	1.1	-2.9	
九州	23,799,593	3.6	-5.0	

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	654,272,224	100.0	-1.1
紳士服・洋品	32,762,705	5.0	-7.4
婦人服・洋品	110,485,509	16.9	-3.1
子供服・洋品	7,444,207	1.1	-7.5
その他衣料品	7,005,121	1.1	-9.3
衣 料 品	157,697,542	24.1	-4.5
身のまわり品	99,264,902	15.2	-4.3
化粧品	52,946,977	8.1	-4.1
美術・宝飾・貴金属	64,786,808	9.9	12.2
その他雑貨	15,943,776	2.4	1.9
雜 貨	133,677,561	20.4	3.9
家 具	4,545,496	0.7	-1.6
家 電	1,621,913	0.2	-11.6
その他家庭用品	12,922,613	2.0	-3.5
家 庭 用 品	19,090,022	2.9	-3.8
生 鮮 食 品	34,965,903	5.3	-3.8
菓 子	70,287,597	10.7	2.8
惣 菜	50,506,612	7.7	0.1
その他食料品	52,183,823	8.0	-5.4
食 料 品	207,943,935	31.8	-1.2
食 堂 喫 茶	11,767,706	1.8	-0.2
サ ー ビ ス	4,217,051	0.6	2.3
そ の 他	20,613,505	3.2	14.7
商 品 券	12,155,422	1.9	-9.5

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】

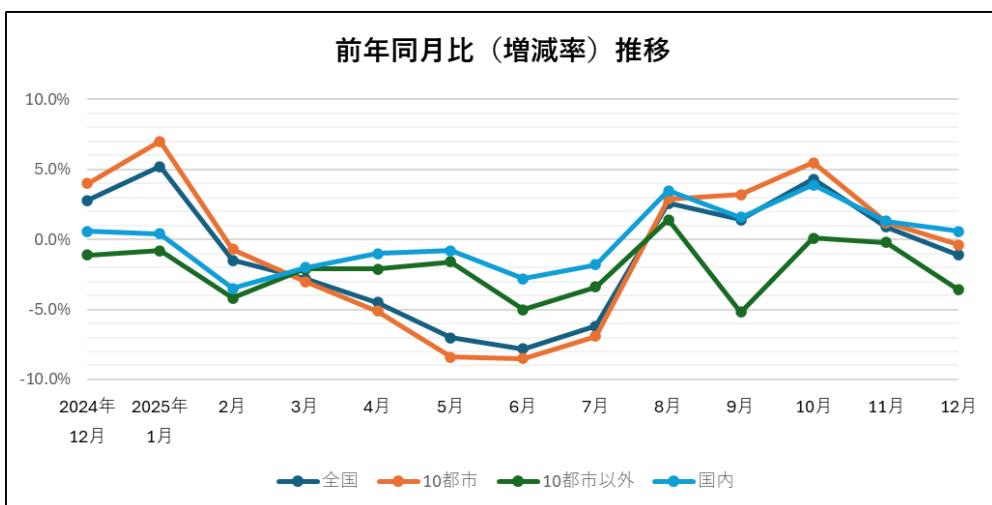
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	-0.4	-0.3	5か月ぶりマイナス
札幌	-1.6	-0.0	2か月連続マイナス
仙台	-4.6	-0.1	2か月連続マイナス
東京	-0.2	-0.1	2か月連続マイナス
横浜	3.8	0.2	2か月ぶりプラス
名古屋	4.1	0.3	5か月連続プラス
京都	-0.4	-0.0	3か月ぶりマイナス
大阪	-2.4	-0.4	5か月ぶりマイナス
神戸	1.9	0.1	5か月連続プラス
広島	-2.6	-0.0	3か月ぶりマイナス
福岡	-5.2	-0.2	3か月ぶりマイナス
10都市以外の地区	-3.6	-0.8	2か月連続マイナス
東北	-10.1	-0.1	5か月連続マイナス*
関東	-3.2	-0.3	2か月連続マイナス
中部	-4.4	-0.1	11か月連続マイナス
近畿	-2.1	-0.1	3か月ぶりマイナス
中国	-3.2	-0.1	3か月ぶりマイナス*
四国	-2.9	-0.0	3か月ぶりマイナス
九州	-5.0	-0.2	4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 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	12月
全 国	2.8	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1
10 都 市	4.0	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4
10都市 以外	-1.1	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6
国 内	0.6	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6



III. 商品別の動き

主要5品目は雑貨がプラスとなり、その他4品目がマイナスとなった。
その他の品目は美術・宝飾・貴金属、菓子が5か月連続、惣菜が3か月連続でプラスとなつたが、紳士服・洋品、婦人服・洋品が3か月ぶり、化粧品が5か月ぶり、生鮮食品が21か月連続でマイナスとなつた。

【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	-1.1	-	5か月ぶりマイナス
紳士服・洋品	-7.4	-0.4	3か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	-3.1	-0.5	3か月ぶりマイナス
子供服・洋品	-7.5	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	-9.3	-0.1	2か月連続マイナス
衣料品	-4.5	-1.1	3か月ぶりマイナス
身のまわり品	-4.3	-0.7	2か月連続マイナス
化粧品	-4.1	-0.3	5か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	12.2	1.1	5か月連続プラス*
その他雑貨	1.9	0.0	8か月連続プラス*
雑貨	3.9	0.8	5か月連続プラス
家具	-1.6	-0.0	2か月連続マイナス
家電	-11.6	-0.0	3か月連続マイナス
その他家庭用品	-3.5	-0.1	2か月連続マイナス
家庭用品	-3.8	-0.1	2か月連続マイナス
生鮮食品	-3.8	-0.2	21か月連続マイナス*
菓子	2.8	0.3	5か月連続プラス*
惣菜	0.1	0.0	3か月連続プラス*
その他食料品	-5.4	-0.5	2か月連続マイナス*
食料品	-1.2	-0.4	5か月ぶりマイナス
食堂喫茶	-0.2	-0.0	3か月ぶりマイナス
サービス	2.3	0.0	2か月連続プラス
その他	14.7	0.4	2か月ぶりプラス
商品券	-9.5	-0.2	22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・青柳まで
TEL 03-3272-1666 ホームページアドレス <http://www.depart.or.jp>