

# 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）
①10都市（10地区）	－0.4%（5か月ぶりマイナス）
②10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け込みが見られた。アクセサリ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ったため、全国的に高かった。日照時間は、高気圧に覆われやすかっ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 4,458,175㎡（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>654,272,224</b>	<b>100.0</b>	<b>-1.1</b>
<b>10都市</b>	<b>511,270,182</b>	<b>78.1</b>	<b>-0.4</b>
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
<b>10都市以外の地区</b>	<b>143,002,042</b>	<b>21.9</b>	<b>-3.6</b>
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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>654,272,224</b>	<b>100.0</b>	<b>-1.1</b>
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
<b>衣 料 品</b>	<b>157,697,542</b>	<b>24.1</b>	<b>-4.5</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>99,264,902</b>	<b>15.2</b>	<b>-4.3</b>
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
<b>雑 貨</b>	<b>133,677,561</b>	<b>20.4</b>	<b>3.9</b>
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
<b>家 庭 用 品</b>	<b>19,090,022</b>	<b>2.9</b>	<b>-3.8</b>
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
<b>食 料 品</b>	<b>207,943,935</b>	<b>31.8</b>	<b>-1.2</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>11,767,706</b>	<b>1.8</b>	<b>-0.2</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>4,217,051</b>	<b>0.6</b>	<b>2.3</b>
<b>そ の 他</b>	<b>20,613,505</b>	<b>3.2</b>	<b>14.7</b>
<b>商 品 券</b>	<b>12,155,422</b>	<b>1.9</b>	<b>-9.5</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】

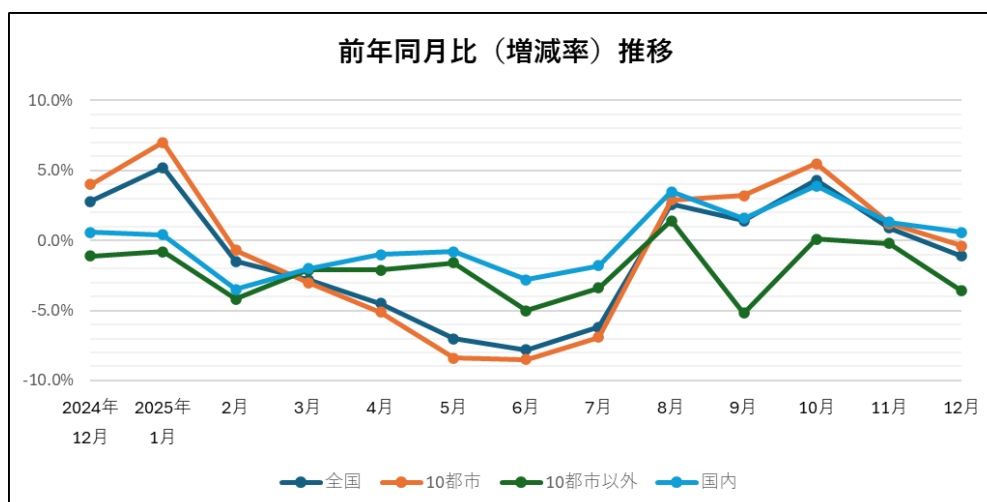
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>-0.4</b>	<b>-0.3</b>	<b>5か月ぶりマイナス</b>
札幌	-1.6	-0.0	2か月連続マイナス
仙台	-4.6	-0.1	2か月連続マイナス
東京	-0.2	-0.1	2か月連続マイナス
横浜	3.8	0.2	2か月ぶりプラス
名古屋	4.1	0.3	5か月連続プラス
京都	-0.4	-0.0	3か月ぶりマイナス
大阪	-2.4	-0.4	5か月ぶりマイナス
神戸	1.9	0.1	5か月連続プラス
広島	-2.6	-0.0	3か月ぶりマイナス
福岡	-5.2	-0.2	3か月ぶりマイナス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-3.6</b>	<b>-0.8</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
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ったが、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>-1.1</b>	<b>-</b>	<b>5か月ぶりマイナス</b>
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
<b>衣料品</b>	<b>-4.5</b>	<b>-1.1</b>	<b>3か月ぶりマイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-4.3</b>	<b>-0.7</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
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*
<b>雑貨</b>	<b>3.9</b>	<b>0.8</b>	<b>5か月連続プラス</b>
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
<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	-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*
<b>食料品</b>	<b>-1.2</b>	<b>-0.4</b>	<b>5か月ぶりマイナス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>-0.2</b>	<b>-0.0</b>	<b>3か月ぶりマイナス</b>
<b>サービス</b>	<b>2.3</b>	<b>0.0</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>その他</b>	<b>14.7</b>	<b>0.4</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-9.5</b>	<b>-0.2</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>