

2024 年度の 百貨店売上高 10 社中 4 社で増収

売上高合計(上位 10 社)は前年度比 1.3%増

九州・沖縄 百貨店経営業者の実態調査(2024 年度)



本件照会先

秋山進(調査担当)
帝国データバンク
福岡支店情報部
092-738-7779(直通)
tdb.fukuoka@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/11/28

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2024 年度の九州の百貨店売上高ランキングでは、岩田屋三越が首位となった。上位 10 社合計は 1,571 億1,200 万円で前年度比 1.3%増となり、微増ながら回復傾向を示した。消費マインドの持ち直しに加え、インバウンド需要の本格回復が追い風となり、特に福岡市内の百貨店はターミナル立地や都市部の人流回復の恩恵を受けて好調に推移した。観光客の増加や円安による訪日客の購買意欲の高まりも売上を押し上げた格好だ。

※帝国データバンク福岡支店では、企業概要データベース「COSMOS2」(約 150 万社収録)から、九州・沖縄地区(以下、九州)に本社を置き、「百貨店」を主業とする企業を抽出。売上高上位 10 社の 2024 年度(2024 年 4 月期～2025 年 3 月期)の業績や伸び率をまとめて、ここ数年の動向を追った(売上高には一部推定を含む)。本調査は 2024 年 11 月(2023 年度調査)に続く 7 回目。

売上高ランキング(2024 年度)

売上高ランキング 上位 10 社(2024 年度)

■九州の百貨店経営業者売上高ランキング(2024年度)

順位	商号	所在地	決算月		前年度比 伸び率
1(1)	☆(株)岩田屋三越	福岡市	3	41,834	6.6%
2(3)	☆(株)井筒屋	北九州市	2	18,660	▲1.5%
3(2)	☆(株)鶴屋百貨店	熊本市	2	18,540	▲3.2%
4(4)	☆(株)トキハ	大分市	2	17,673	2.9%
5(6)	☆(株)博多大丸	福岡市	2	17,098	8.6%
6(5)	☆(株)山形屋	鹿児島市	2	16,037	▲1.2%
7(7)	(株)宮崎山形屋	宮崎市	2	10,670	▲2.9%
8(8)	(株)浜屋百貨店	長崎市	2	9,708	▲5.4%
9(10)	☆(株)リウボウインダストリー	那覇市	2	5,500	10.6%
10(-)	(株)プラザハウス	沖縄市	8	1,392	▲0.4%
参考	博多阪急	福岡市	3	69,358	11.3%
参考	(株)佐賀玉屋	佐賀市	2	5,283	18.3%

※「博多阪急」は、(株)阪急阪神百貨店(大阪市)が運営している。

☆は「収益認識に関する会計基準」を適用。(株)佐賀玉屋は京都市に本店を移転した。

※()は2023年度の順位 ※トキハは未決算の為2023年度数字

2024 年度売上高(上位 10 社合計)は 10 社中 4 社が増収となり、前年度(8 社)より 4 社減少した。なお、7 社が「収益認識に関する会計基準」を適用している。

売上高ランキングは、(株)岩田屋三越(福岡市)が、前年度に引き続きトップとなった。同社は、福岡市・天神の岩田屋本店(本館・新館)、福岡三越、岩田屋久留米店の計 3 店舗を展開するほか、福岡市内および近郊地区にサテライト店「岩田屋サロン」を計 13 店舗出店している。一時は苦境に陥るも、2002 年に(株)伊勢丹(当時)と業務提携して以降は、熊本岩田屋、西新岩田屋(福岡市)を閉店する一方、資本関係を強化。2009 年 10 月には株式交換により(株)三越伊勢丹ホールディングスの 100%出資子会社となった経緯がある。百貨店経営部門は国内需要の堅調な推移とインバウンド需要の回復に加えて、高額衣料品や宝飾品、時計の販売が好調であり、韓国の若年層に人気のブランドも売上に寄与した。顧客体験の向上やイベント、プロモーションによって来店回数が増加し、売上高は前年度比 6.6%増の 418 億 3400 万円(旧基準 1,329 億円)となった。

2 位には、井筒屋(株)(北九州市)が2年ぶりに返り咲いた。北九州都心の小倉本店(本館・新館)のほか、16 店舗のサテライトショップを展開している。北九州市を代表する企業の一社で、2001 年 10 月には閉店した「黒崎そごう」跡地に黒崎店(2020 年 8 月閉店)を移転するなど、地元経済の重要な役割を担っている。2024 年度は中期3ヵ年経営計画の最終年度となっており、従来型の規模や量を追求する事業モデルから脱却し、既存の店舗価値向上と売場活性化を図った。インバウンドの恩恵は少なかったものの、デジタル推進として 2024 年4月に「井筒屋アプリ」を導入し、効果的な営業施策を図った。ただし、主要顧客の高齢化に加え、近時では競合他社の外商部門の北九州商圈への進出の影響も受けたようで、売上高は前年度比 1.5%減となる 186 億 6000 万円となった。

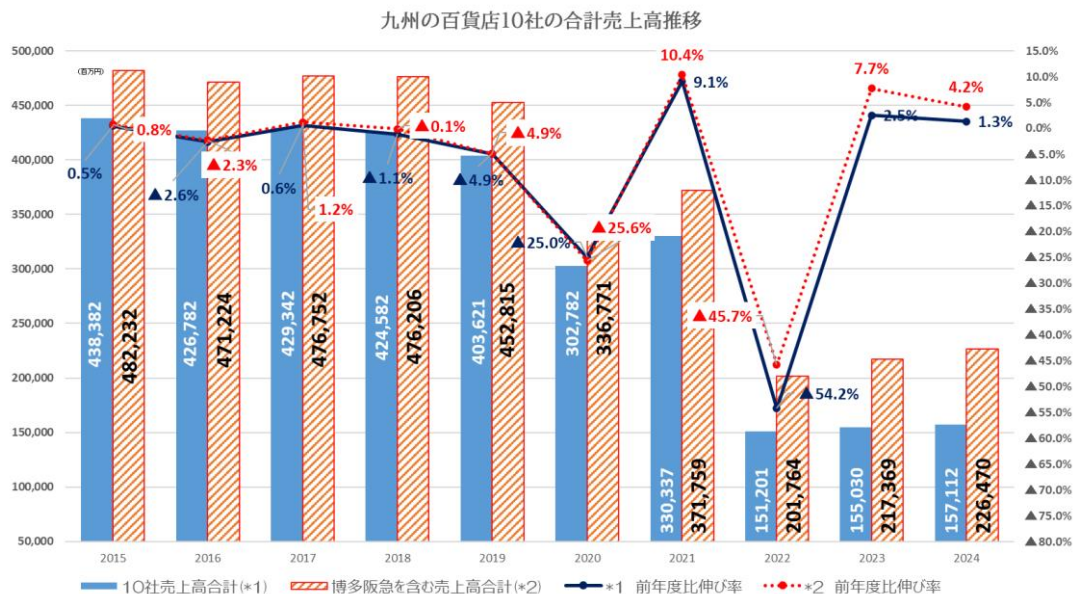
3 位は(株)鶴屋百貨店(熊本市)。前年度の 2 位からダウンとなった。熊本市の繁華街で本館・東館・WI NG館のほか、「New-S」、外商出張所を併設したサテライト店舗などを県内で展開している。2015 年 2 月に競合する「県民百貨店」が閉店したことで、当地における唯一の百貨店となった。2024 年度は、引き続き市街地での人流回復がみられ、世界的な半導体メーカーであるTSMCの熊本進出を契機として直行便の開通に伴い台湾からの来客数が増加傾向にあった。円安による海外高級ブランド品の販売単価が上昇し、部門別では時計宝飾、美術品、化粧品などの雑貨部門が前期比増となった。また、飲食需要も堅調で食堂・喫茶部門の売上も前期実績を上回った。一方で、物価高騰により消費者の節約志向が根強く、暖冬による冬物衣料の苦戦などの影響で、衣料品部門や身の回り品部門の売上が減少した。食料品部門や家庭用品部門の売上も伸び悩み、年売上高は前年度比 3.2%減となる 185 億 4000 万円となった。

参考値だが、エイチ・ツー・オーリテイリング(株)(大阪市、東証プライム)傘下の(株)阪急阪神百貨店(大阪市、東証スタンダード)が展開する「博多阪急」は、「収益認識に関する会計基準」を適用していない売上高であるが、前年比 11.3%増を確保した。「佐賀玉屋」も店舗改装などの効果から 18.3%増となった。

合計売上高の推移

九州に本店を置く百貨店上位 10 社の 2024 年度の売り上げ動向をみると、前年度比 1.3%増の 1,571 億 1,200 万円で、博多阪急を含む合計は同 4.2%増の 2,264 億 4,700 万円となり、双方とも 2 年連続の増加となった。郊外型大型商業施設等との競合により苦戦を強いられる企業が散見されたが、2024 年度はコロナ禍からの正常化が一段と進み、国内外ともに買い物需要が堅調に推移した。特に、円安基調が続いたことでインバウンドの購買意欲が高まり、海外高級ブランドや化粧品など高付加価値商品の販売が伸長した。また、地域イベントの本格再開や交通網の回復により、人流が安定的に戻ったことで来店客数も増加傾向となった。こうした追い風が重なったことが、2024 年度の増収につながったとみられる。

合計売上高の推移 (2024 年度)



まとめ

¹九州・沖縄地区（以下、九州）の百貨店売上高をみると、2024 年度（2024 年 4 月～2025 年 3 月）は約 4,640 億 6,173 万円と、前年度比 3.6%増加した。

九州の百貨店経営業者の売上高ランキング（2024 年度）でも、(株)岩田屋三越がトップとなったほか、上位 10 社の売上動向を見ると、1,571 億1,200 万円で前年度比 1.3%増、博多阪急を含む合計は 2,264 億 7,000 万円で同 4.2%増と、百貨店業界はコロナ禍での最悪期を脱しつつある。2024 年度は消費マインドの改善とインバウンド需要の本格回復が追い風となった。特に福岡市内の百貨店（岩田屋三越、博多大丸、博多阪急）は、ターミナル立地や都市部の人流回復の恩恵を受け、軒並み売上を伸ばした。観光客の増加や円安効果による訪日客の購買意欲の高まりも業績を押し上げた。

しかし一方で、福岡市以外の地域では減収に転じた百貨店も多く、地域間で明暗が分かれる結果となった。人口減少や郊外型商業施設との競合に加え、人流回復が都市部ほど力強くなかったことが影響し、地方都市の百貨店では客足の戻りが限定的であった。催事の再開や観光需要の回復といったプラス要因が十分に波及せず、地域によっては前年を下回る売上となったケースもみられる。

今後は、地域ごとの差異に応じた戦略が求められる。福岡市内のような都市型百貨店は強みを活かしつつ、地方の百貨店では、地域の特産品や観光資源を生かした独自企画の強化や、地域住民に根ざした商品政策を進める必要がある。また、EC や SNS、メールマガジン、地域限定クーポンなどのデジタル活用により、顧客との関係性を深め、店舗への来店動機を高める取り組みが欠かせない。

¹ 日本百貨店協会の資料