



14時30分解禁

2026年2月 全国百貨店売上高概況

2026年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4,320億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	1.6%(2か月連続プラス)
①10都市(10地区)	2.2%(2か月連続プラス)
②10都市以外(7地区)	-0.9%(4か月連続マイナス)
(2) 国 内	4.0%(7か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	-15.5%(4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】

2月の売上高は1.6%増となり、2か月連続で前年実績を上回った。国内顧客売上が好調に推移し、時計・宝飾品等の高額品が伸長したほか、中旬以降の気温上昇に伴い、春物商材の動きが活発化した。各社企画の外商顧客向け催事やバレンタイン商戦も好調で、売上増に寄与した。

インバウンド(免税売上)：中国の訪日渡航自粛要請の影響から、売上高453億円(15.5%減/4か月連続/シェア10.5%)、購買客数41.3万人(20.8%減/4か月連続)と共にマイナス。中国の売上は約4割減、購買客数は約5割減と減少傾向が継続。一方、台湾、タイ、マレーシア等、その他地域の訪日客は、売上・客数共に伸長。韓国は旧正月連休(ソルラル)もあり、売上、客数共に16か月ぶりにプラス転換。

国内市場：4.0%増(シェア89.5%)と7か月連続のプラス。10都市は5.6%増(10地区全てプラス)、地方(10都市以外の7地区)は0.8%減と2か月ぶりにマイナス。

都市(10都市) [免税売上含む]：札幌、大阪を除く8地区で対前年プラス。名古屋は一部店舗の閉店セールが活況で二桁増。大阪はインバウンド売上減の影響が大きくマイナス。

地方(10都市以外の7地区) [免税売上含む]：中部、四国の2地区で対前年プラス。中部は昨年2度の寒波等、悪天候影響による売上減の反動もありプラス。

商品別：主要5品目のうち、家庭用品を除く4品目で対前年プラス。主力の衣料品は、春物衣料に加え、卒入学等のオケージョン需要やビジネス需要の高まりから、紳士・婦人・子供服共にプラスで推移。身のまわり品はラグジュアリーブランド等の高付加価値商材が外商催事等で伸長したほか、ブライダル需要でアクセサリも好調。雑貨は時計・宝飾等高額品が株高等を背景に引き続き好調を維持。化粧品は前年の価格改定前需要の反動減のほか、免税売上不調で国内外共に苦戦。バレンタイン商戦は、限定品やイトイン等、各社趣向を凝らした展開で催事場、食品フロア、EC等で盛り上がりを見せた。

【要因・その他】

- 天 候**：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)
◇暖かい空気に覆われ、月平均気温は北・東・西日本でかなり高かった。日照時間は北・東・西日本日本海側、西日本太平洋側で多かった。一方、上旬には一時的に強い冬型の気圧配置となり、東・西日本日本海側を中心に記録的な大雪となった。月降水量は東日本日本海側で少なく、北・西日本日本海側と北・東・西日本太平洋側では平年並だった。
- 営業日数増減** 27.7日(前年同月比 ±0.0日)
- 土・日・祝日の合計** 10日(" 日曜1日増、祝日1日減)
- 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101店舗)
①増加した：32店、②変化なし：24店、③減少した：45店
- 調査対象百貨店** 69社 174店(本年1月対比：-1社-2店) (前年同月比：-1社-5店)
- 総店舗面積** 4,438,991㎡(前年同月比：-1.4%)



全国百貨店 売上高速報 2026年2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(%) ※
全国	432,015,384	100.0	1.6 (1.5)
10都市	341,335,120	79.0	2.2 (2.2)
札幌	14,094,018	3.3	-1.2 (-1.2)
仙台	5,296,132	1.2	1.3
東京	132,630,988	30.7	3.0
横浜	24,863,393	5.8	1.8
名古屋	36,540,946	8.5	14.8
京都	19,357,251	4.5	2.1
大阪	72,127,885	16.7	-3.5
神戸	11,782,654	2.7	4.5
広島	5,893,486	1.4	2.4
福岡	18,748,367	4.3	0.2
10都市以外の地区	90,680,264	21.0	-0.9 (-0.9)
東北	3,768,250	0.9	-3.0
関東	41,267,436	9.6	-1.4
中部	5,451,966	1.3	4.6
近畿	14,548,120	3.4	-0.3
中国	6,982,760	1.6	-2.4
四国	4,760,595	1.1	3.8
九州	13,901,137	3.2	-2.2 (-2.5)

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	432,015,384	100.0	1.6 (1.5)
紳士服・洋品	20,522,721	4.8	3.5 (3.5)
婦人服・洋品	78,159,685	18.1	1.1 (1.1)
子供服・洋品	6,150,622	1.4	0.6 (0.6)
その他衣料品	4,983,336	1.2	3.0 (3.0)
衣料品	109,816,364	25.4	1.6 (1.6)
身のまわり品	69,958,802	16.2	0.4 (0.4)
化粧品	36,981,883	8.6	-10.0 (-10.0)
美術・宝飾・貴金属	49,849,694	11.5	18.0 (18.0)
その他雑貨	11,111,595	2.6	1.1 (1.1)
雑貨	97,943,172	22.7	3.9 (3.8)
家具	2,630,624	0.6	-17.1 (-17.1)
家電	1,391,299	0.3	-10.8 (-10.8)
その他家庭用品	8,180,051	1.9	-3.3 (-3.3)
家庭用品	12,201,974	2.8	-7.5 (-7.5)
生鮮食品	14,572,744	3.4	-1.4 (-1.4)
菓子	49,124,609	11.4	6.3 (6.3)
惣菜	22,881,231	5.3	2.0 (2.0)
その他食料品	29,272,037	6.8	-7.4 (-7.4)
食料品	115,850,621	26.8	0.7 (0.7)
食堂 喫茶	9,253,588	2.1	0.0 (0.0)
サービス	4,672,692	1.1	25.5 (25.5)
その他	12,318,171	2.9	1.6 (1.6)
商品券	3,648,475	0.8	-8.1 (-8.1)

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】

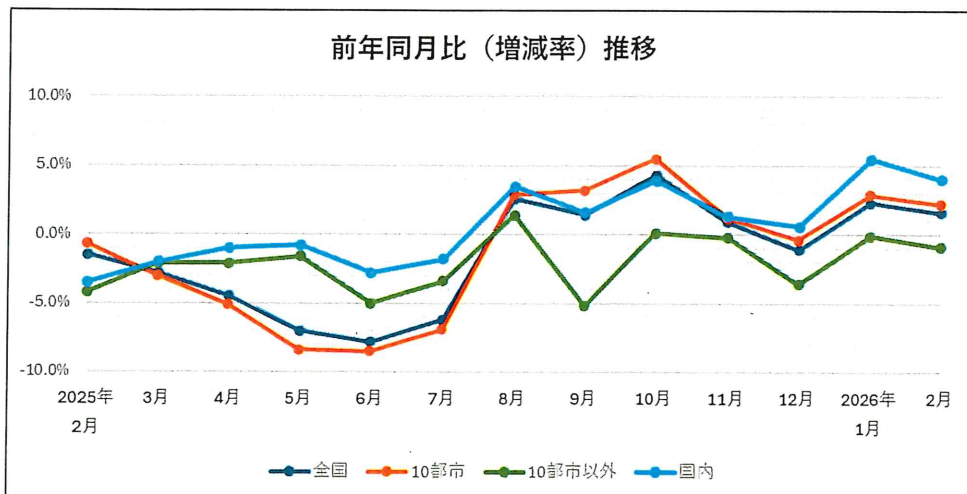
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	2.2	1.7	2か月連続プラス
札幌	-1.2	-0.0	4か月連続マイナス
仙台	1.3	0.0	2か月連続プラス
東京	3.0	0.9	2か月連続プラス
横浜	1.8	0.1	3か月連続プラス
名古屋	14.8	1.1	7か月連続プラス
京都	2.1	0.1	2か月連続プラス
大阪	-3.5	-0.6	2か月ぶりマイナス
神戸	4.5	0.1	7か月連続プラス
広島	2.4	0.0	2か月連続プラス
福岡	0.2	0.0	2か月連続プラス
10都市以外の地区	-0.9	-0.2	4か月連続マイナス
東北	-3.0	-0.0	7か月連続マイナス*
関東	-1.4	-0.1	2か月ぶりマイナス
中部	4.6	0.1	13か月ぶりプラス
近畿	-0.3	-0.0	2か月ぶりマイナス
中国	-2.4	-0.0	3か月連続マイナス*
四国	3.8	0.0	2か月連続プラス
九州	-2.2	-0.1	6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】

	2025年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月
全 国	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6
10 都 市	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2
10都市以外	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9
国 内	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は家庭用品を除く4品目がプラスとなった。
 その他の品目は紳士服・洋品が3か月ぶり、子供服・洋品が4か月ぶり、美術・宝飾・貴金属、菓子が7か月連続でプラスとなったが、化粧品が2か月ぶり、生鮮食品が23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
総額	1.6	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	3.5	0.2	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	1.1	0.2	2か月連続プラス
子供服・洋品	0.6	0.0	4か月ぶりプラス
その他衣料品	3.0	0.0	4か月ぶりプラス
衣料品	1.6	0.4	3か月ぶりプラス
身のまわり品	0.4	0.1	2か月連続プラス
化粧品	-10.0	-1.0	2か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	18.0	1.8	7か月連続プラス*
その他雑貨	1.1	0.0	10か月連続プラス*
雑貨	3.9	0.9	7か月連続プラス
家具	-17.1	-0.1	4か月連続マイナス
家電	-10.8	-0.0	5か月連続マイナス
その他家庭用品	-3.3	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-7.5	-0.2	4か月連続マイナス
生鮮食品	-1.4	-0.0	23か月連続マイナス*
菓子	6.3	0.7	7か月連続プラス*
惣菜	2.0	0.1	5か月連続プラス*
その他食料品	-7.4	-0.6	4か月連続マイナス*
食料品	0.7	0.2	2か月連続プラス
食堂喫茶	0.0	0.0	3か月ぶりプラス
サービス	25.5	0.2	2か月ぶりプラス
その他	1.6	0.0	3か月連続プラス
商品券	-8.1	-0.1	24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。



2026年2月 東京地区百貨店売上高概況

2026年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 326億円余
2. 前年同月比（増減率）	3.0%（2か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭5.5%（92.7%）：非店頭-20.3%（7.3%） （ ）内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店（本年1月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	674,263㎡（前年同月比：0.8%）
6. 総従業員数	12,186人（前年同月比：-2.7%）
7. 3か月移動平均値	7-9月 -3.7%、8-10月 1.4%、9-11月 1.9%、 10-12月 0.9%、11-1月 0.5%、12-2月 1.4%

[参考] 2025年2月の売上高増減率は-2.3%

【特徴】

2月の東京地区の売上高は3.0%増となり、2か月連続で前年実績を上回った。各社企業の外商顧客向け催事が活況で、宝飾、時計等の高額品が伸長し、国内顧客売上は5.5%増と好調に推移した。免税売上は、中国の訪日渡航自粛影響があるものの、台湾、韓国、タイ等、他地域の需要が好調で、前月からのマイナス幅を8.6ポイント縮小した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品(4.4%増)：月前半と後半の寒暖差が大きく、前半はコートやブルゾン、セーター等、冬物衣料が動き、後半は気温上昇により春物衣料が動いた。気温差に対応可能なスカーフやマフラーも好調。卒入学シーズンのオケーション需要やビジネスの買い替え需要が高まり、スーツやジャケット、ワンピース等のアイテムも堅調に推移。

身のまわり品(2.4%減)：ラグジュアリーブランドのバッグ、靴等は免税売上の減少が響き、全体で4か月連続のマイナス。婦人靴はパンプスが不調だった一方、スニーカー等カジュアルシューズは好調。紳士靴も同様に、ビジネスよりカジュアルシューズが伸長。

雑貨(8.1%増)：宝飾品や時計、絵画等の高額品が高伸し、美術・宝飾・貴金属は3か月連続の二桁増(24.2%増)。化粧品はインバウンド需要低迷により苦戦。

食料品(1.5%増)：菓子が全体の売上を牽引。バレンタイン商戦では、各社が展開面積や取扱ブランドを拡大する等、取り組みを強化し売上伸長。自家需要の高まりも続き、客単価が増加。

3月足元動向：前年比8.6%増(3/18時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.8日（前年同月比 +0.1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：4店、②変化なし：3店、③減少した：10店
- (3) 2月歳時記（節分、バレンタインデー）の売上（同上／有効回答数8店舗）
 - ①増加した：3店、②変化なし：4店、③減少した：1店



東京地区百貨店 売上高速報 2026年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	132,630,988	100.0	3.0
紳士服・洋品	9,158,211	6.9	10.6
婦人服・洋品	21,409,136	16.1	1.3
子供服・洋品	2,459,521	1.9	6.1
その他衣料品	1,299,639	1.0	12.9
衣 料 品	34,326,507	25.9	4.4
身のまわり品	22,153,050	16.7	-2.4
化粧品	12,259,162	9.2	-8.4
美術・宝飾・貴金属	19,156,480	14.4	24.2
その他雑貨	3,915,108	3.0	0.8
雑 貨	35,330,750	26.6	8.1
家 具	867,368	0.7	-18.9
家 電	923,736	0.7	-17.1
その他家庭用品	2,781,297	2.1	-4.3
家 庭 用 品	4,572,401	3.4	-10.2
生 鮮 食 品	2,714,538	2.0	-4.4
菓 子	11,868,459	8.9	10.0
惣 菜	5,552,377	4.2	5.6
その他食料品	8,088,220	6.1	-9.4
食 料 品	28,223,594	21.3	1.5
食 堂 喫 茶	1,951,057	1.5	2.0
サ ー ビ ス	2,914,768	2.2	46.0
そ の 他	3,158,861	2.4	-13.0

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(%)

商品券	918,630 千円	-6.1
従業員数	12,186 人	-2.7
店舗面積	674,263 m ²	0.8

営業日数	27.8 日	前年	27.7 日
------	--------	----	--------



Ⅱ. 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・洋品が3か月ぶり、子供服・洋品が4か月ぶり、美術・宝飾・
 貴金属、菓子、惣菜が7か月連続でプラスとなったが、化粧品が2か月ぶり、生鮮食品
 が23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
総額	3.0	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	10.6	0.7	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	1.3	0.2	6か月連続プラス
子供服・洋品	6.1	0.1	4か月ぶりプラス
その他衣料品	12.9	0.1	15か月ぶりプラス
衣料品	4.4	1.1	2か月連続プラス
身のまわり品	-2.4	-0.4	4か月連続マイナス
化粧品	-8.4	-0.9	2か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	24.2	2.9	7か月連続プラス*
その他雑貨	0.8	0.0	6か月連続プラス*
雑貨	8.1	2.0	6か月連続プラス
家具	-18.9	-0.2	3か月ぶりマイナス
家電	-17.1	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-4.3	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-10.2	-0.4	4か月連続マイナス
生鮮食品	-4.4	-0.1	23か月連続マイナス*
菓子	10.0	0.8	7か月連続プラス*
惣菜	5.6	0.2	7か月連続プラス*
その他食料品	-9.4	-0.7	6か月連続マイナス*
食料品	1.5	0.3	2か月連続プラス
食堂喫茶	2.0	0.0	5か月連続プラス
サービス	46.0	0.7	2か月ぶりプラス
その他	-13.0	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-6.1	-0.0	24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>