



14時30分解禁

2026年3月 全国百貨店売上高概況

2026年4月24日

I. 概況

1. 売上高総額	5,071億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	3.2%(店舗数調整後/3か月連続プラス)
①10都市(10地区)	4.7%(店舗数調整後/3か月連続プラス)
②10都市以外(7地区)	-1.9%(店舗数調整後/5か月連続マイナス)
(2) 国 内	3.0%(店舗数調整後/8か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	5.2%(店舗数調整後/5か月ぶりプラス)※

※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】

3月の売上高は3.2%増となり、3か月連続で前年実績を上回った。土曜1日減等の影響で入店客数は4.9%減となったものの、春物衣料品や高付加価値商材が堅調に推移し、国内売上、インバウンド売上共にプラスとなった。各社実施の物産展や食料品催事、外商催事も売上増に寄与した。

インバウンド(免税売上)：円安基調を背景に購買単価が上昇し、売上高465億円(5.2%増/シェア9.2%)と5か月ぶりに前年を上回った。購買客数は45.3万人(12.3%減/5か月連続)と減少が続くが、前月より8.5ポイント改善。中国は訪日渡航自粛要請の影響で売上高は約2割減、購買客数は約4割減となった一方、台湾、韓国、東南アジア、米国等その他の地域の売上は増加。

国内市場：3.0%増(シェア90.8%)と8か月連続のプラス。10都市は4.6%増(仙台を除く9地区プラス)、地方(10都市以外の7地区)は1.9%減と2か月連続マイナス。

都市(10都市) [免税売上含む]：仙台を除く9地区で前年を上回った。名古屋は改装効果に加え、高額品の動きが活発で8か月連続プラス。

地方(10都市以外の7地区) [免税売上含む]：近畿、四国の2地区で前年を上回ったが、衣料品や食料品が苦戦し、5か月連続マイナス。

商品別：主要5品目全て前年を上回った。主力の衣料品は、春物アイテムが堅調に推移した他、新生活需要を背景にジャケットやパンツ、ブラウス等が動いた。身のまわり品は円安基調を受け、都市を中心にインバウンド需要が回復の兆し。アクセサリはブライダル需要に加え、入学・就職祝い等の需要が伸長。雑貨は時計・宝飾等高額品が引き続き好調に推移し売上を牽引。化粧品は前年の価格改定前需要の反動減もあり先月に続きマイナス。食料品は花見シーズンで弁当、惣菜、菓子等が活況だった他、地方物産展も好調。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「3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やすかったため、気温は北日本でかなり高く、東日本、西日本では高かった。降水量は低気圧の影響を受けにくかったため、北日本日本海側でかなり少なく、東日本日本海側で少なかった。日照時間は東・西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり多かった。

(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 10日(" 土曜1日減)

(4) 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98店舗)

①増加した：41店、②変化なし：25店、③減少した：32店

(5) 調査対象百貨店 68社 172店(本年2月対比：-1社-2店)(前年同月比：-2社-6店)

(6) 総店舗面積 4,373,303㎡(前年同月比：-2.8%)



全国百貨店 売上高速報 2026年3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	507,118,173	100.0	3.2 (2.4)
10都市	395,839,632	78.1	4.7 (3.7)
札幌	14,855,623	2.9	6.0
仙台	6,580,554	1.3	-0.4
東京	153,570,698	30.3	4.7
横浜	31,696,530	6.3	4.9
名古屋	35,343,166	7.0	8.3 (-3.2)
京都	24,213,694	4.8	4.5
大阪	86,657,872	17.1	4.4
神戸	13,716,146	2.7	3.1
広島	7,460,457	1.5	5.3
福岡	21,744,892	4.3	2.4
10都市以外の地区	111,278,541	21.9	-1.9 (-1.9)
東北	4,314,130	0.9	-5.8
関東	50,749,405	10.0	-1.8
中部	6,144,273	1.2	-6.9
近畿	18,480,197	3.6	1.8
中国	8,224,221	1.6	-3.1
四国	5,925,931	1.2	3.0
九州	17,440,384	3.4	-4.2 (-4.4)

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	507,118,173	100.0	3.2 (2.4)
紳士服・洋品	25,717,322	5.1	-0.6 (-1.3)
婦人服・洋品	94,185,813	18.6	3.6 (3.1)
子供服・洋品	11,539,071	2.3	-7.1 (-9.0)
その他衣料品	6,603,309	1.3	-4.0 (-6.0)
衣 料 品	138,045,515	27.2	1.4 (0.7)
身のまわり品	85,827,818	16.9	4.8 (4.5)
化粧品	49,837,606	9.8	-3.6 (-4.1)
美術・宝飾・貴金属	55,314,771	10.9	20.8 (20.4)
その他雑貨	13,378,393	2.6	-0.2 (-2.7)
雑 貨	118,530,770	23.4	6.9 (6.1)
家 具	6,047,387	1.2	12.3 (6.3)
家 電	2,033,411	0.4	13.0 (13.0)
その他家庭用品	11,071,776	2.2	-3.6 (-4.1)
家 庭 用 品	19,152,574	3.8	2.6 (0.6)
生 鮮 食 品	15,757,028	3.1	-3.1 (-3.7)
菓 子	46,223,441	9.1	2.9 (2.2)
惣 菜	25,583,116	5.0	0.6 (0.1)
その他食料品	29,386,458	5.8	-0.6 (-1.6)
食 料 品	116,950,043	23.1	0.7 (-0.0)
食 堂 喫 茶	10,332,353	2.0	-0.3 (-3.3)
サ ー ビ ス	4,147,172	0.8	-3.4 (-3.6)
そ の 他	14,131,928	2.8	8.1 (5.6)
商 品 券	5,428,335	1.1	-11.4 (-11.8)

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】

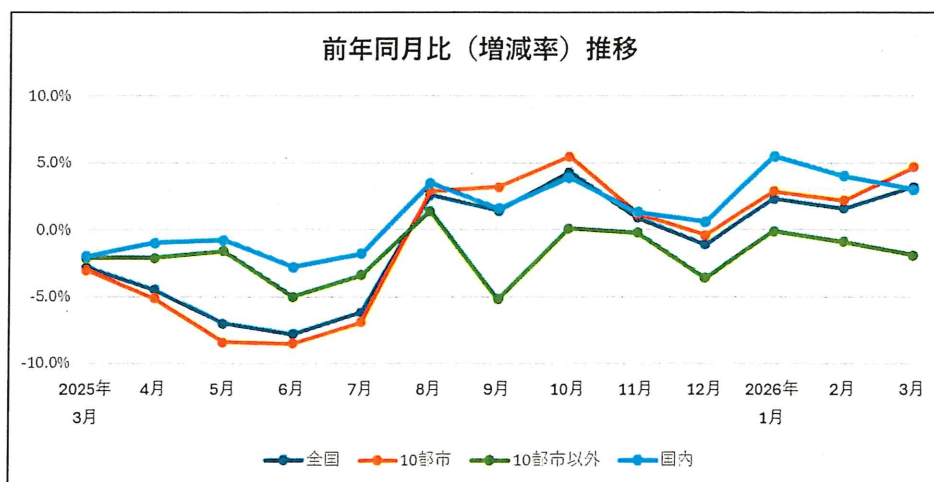
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	4.7	3.6	3か月連続プラス
札幌	6.0	0.2	5か月ぶりプラス
仙台	-0.4	-0.0	3か月ぶりマイナス
東京	4.7	1.4	3か月連続プラス
横浜	4.9	0.3	4か月連続プラス
名古屋	8.3	0.6	8か月連続プラス
京都	4.5	0.2	3か月連続プラス
大阪	4.4	0.7	2か月ぶりプラス
神戸	3.1	0.1	8か月連続プラス
広島	5.3	0.1	3か月連続プラス
福岡	2.4	0.1	3か月連続プラス
10都市以外の地区	-1.9	-0.4	5か月連続マイナス
東北	-5.8	-0.1	8か月連続マイナス*
関東	-1.8	-0.2	2か月連続マイナス
中部	-6.9	-0.1	2か月ぶりマイナス
近畿	1.8	0.1	2か月ぶりプラス
中国	-3.1	-0.1	4か月連続マイナス*
四国	3.0	0.0	3か月連続プラス
九州	-4.2	-0.2	7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 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	3月
全 国	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6	3.2
10 都 市	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2	4.7
10都市以外	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9	-1.9
国 内	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0	3.0





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなった。

その他の品目は婦人服・洋品が3か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子が8か月連続でプラスとなったが、紳士服・洋品、子供服・洋品が2か月ぶり、化粧品が2か月連続、生鮮食品が24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	3.2	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	-0.6	-0.0	2か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	3.6	0.7	3か月連続プラス
子供服・洋品	-7.1	-0.2	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-4.0	-0.1	2か月ぶりマイナス
衣料品	1.4	0.4	2か月連続プラス
身のまわり品	4.8	0.8	3か月連続プラス
化粧品	-3.6	-0.4	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	20.8	1.9	8か月連続プラス*
その他雑貨	-0.2	-0.0	11か月ぶりマイナス*
雑貨	6.9	1.6	8か月連続プラス
家具	12.3	0.1	5か月ぶりプラス
家電	13.0	0.0	6か月ぶりプラス
その他家庭用品	-3.6	-0.1	5か月連続マイナス
家庭用品	2.6	0.1	5か月ぶりプラス
生鮮食品	-3.1	-0.1	24か月連続マイナス*
菓子	2.9	0.3	8か月連続プラス*
惣菜	0.6	0.0	6か月連続プラス*
その他食料品	-0.6	-0.0	5か月連続マイナス*
食料品	0.7	0.2	3か月連続プラス
食堂喫茶	-0.3	-0.0	2か月ぶりマイナス
サービス	-3.4	-0.0	2か月ぶりマイナス
その他	8.1	0.2	4か月連続プラス
商品券	-11.4	-0.1	25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3月 東京地区百貨店売上高概況

2026年4月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 535億円余
2. 前年同月比(増減率)	4.7%(3か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭6.8%(92.9%) : 非店頭-17.4%(7.1%) ()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2月対比±0店) (前年同月比: ±0店)
5. 総店舗面積	673,962㎡ (前年同月比: 0.7%)
6. 総従業員数	12,122人 (前年同月比: -3.1%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 3.2%

[参考] 2025年3月の売上高増減率は-4.2%

【特徴】

3月の東京地区の売上高は4.7%増となり、3か月連続で前年実績を上回った。国内売上高が4.6%増と好調に推移したほか、インバウンド売上高も円安基調を追い風に5.4%増とプラスに転じた。高額品が引き続き売上を牽引したほか、各社実施の物産展や得意客向け優待施策等も集客と売上に寄与した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品(4.4%増)：寒暖差の大きい日が続いたことで、シャツやブラウス等の春物衣料に加え、ジャケットやブルゾン等、軽く羽織れるアウター類が伸長。端境期に対応可能なストールやスカーフ等、ネックアイテムも動きが見られた。卒入学のオケージョン需要でスーツ、パンツ、セットアップが伸長。新生活需要ではパジャマや枕等の寝装具が好調に推移。

身のまわり品(6.7%増)：一部ラグジュアリーブランドで価格改定前の駆込み需要があり、国内外共に好調に推移し、5か月ぶりにプラス転換。婦人靴、紳士靴は共にカジュアル化が進みスニーカー好調も、パンプスやビジネスシューズは不振。スーツケースは一部ブランドでインバウンド需要が回復。

雑貨(7.4%増)：宝飾品や時計等の高額品が国内顧客を中心に高伸し、美術・宝飾・貴金属は27.3%増(8か月連続プラス)。化粧品は前年の価格改定前の駆込み需要の反動が一部ブランドで大きく影響したほか、インバウンド売上では購買点数の減少により売上が鈍化。

食料品(0.9%増)：ひな祭り、お彼岸、花見等春のイベント需要を背景に、菓子、弁当、惣菜等幅広い商品が動いた。生鮮食品は一部店舗の改装影響でマイナスが続いているが、改装要因を除くと堅調な推移を維持。

4月足元動向：国内外顧客共に堅調で、前年比8.9%増(4/16時点)。

【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(回答店舗数で見ると傾向値/前年同月比/有効回答数17店舗)
 - ①増加した：9店、②変化なし：4店、③減少した：4店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数7店舗)
 - ①増加した：1店、②変化なし：6店、③減少した：0店



東京地区百貨店 売上高速報 2026年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	153,570,698	100.0	4.7
紳士服・洋品	11,012,647	7.2	2.5
婦人服・洋品	26,273,140	17.1	8.4
子供服・洋品	3,353,962	2.2	-12.4
その他衣料品	1,542,887	1.0	-2.2
衣 料 品	42,182,636	27.5	4.4
身のまわり品	27,034,216	17.6	6.7
化粧品	16,095,840	10.5	-9.0
美術・宝飾・貴金属	20,101,281	13.1	27.3
その他雑貨	4,509,011	2.9	2.1
雑 貨	40,706,132	26.5	7.4
家 具	2,839,911	1.8	25.6
家 電	1,330,864	0.9	8.6
その他家庭用品	3,392,975	2.2	-7.8
家 庭 用 品	7,563,750	4.9	5.6
生 鮮 食 品	2,963,507	1.9	-5.7
菓 子	11,417,106	7.4	5.4
惣 菜	6,148,043	4.0	4.0
その他食料品	8,477,314	5.5	-4.5
食 料 品	29,005,970	18.9	0.9
食 堂 喫 茶	2,257,157	1.5	2.2
サ ー ビ ス	1,974,917	1.3	-9.5
そ の 他	2,845,920	1.9	1.6

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	1,377,069 千円	-9.0
従業員数	12,122 人	-3.1
店舗面積	673,962 m ²	0.7

営業日数	31.0 日	前年	31.0 日
------	--------	----	--------



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなった。

その他の品目は、紳士服・洋品が2か月連続、婦人服・洋品が7か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が8か月連続でプラスとなった一方、化粧品が2か月連続、生鮮食品が24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	4.7	—	3か月連続プラス
紳士服・洋品	2.5	0.2	2か月連続プラス
婦人服・洋品	8.4	1.4	7か月連続プラス
子供服・洋品	-12.4	-0.3	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-2.2	-0.0	2か月ぶりマイナス
衣料品	4.4	1.2	3か月連続プラス
身のまわり品	6.7	1.2	5か月ぶりプラス
化粧品	-9.0	-1.1	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	27.3	2.9	8か月連続プラス*
その他雑貨	2.1	0.1	7か月連続プラス*
雑貨	7.4	1.9	7か月連続プラス
家具	25.6	0.4	2か月ぶりプラス
家電	8.6	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-7.8	-0.2	5か月連続マイナス
家庭用品	5.6	0.3	5か月ぶりプラス
生鮮食品	-5.7	-0.1	24か月連続マイナス*
菓子	5.4	0.4	8か月連続プラス*
惣菜	4.0	0.2	8か月連続プラス*
その他食料品	-4.5	-0.3	7か月連続マイナス*
食料品	0.9	0.2	3か月連続プラス
食堂喫茶	2.2	0.0	6か月連続プラス
サービス	-9.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他	1.6	0.0	3か月ぶりプラス
商品券	-9.0	-0.1	25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>