



14時30分解禁

2026年4月 全国百貨店売上高概況

2026年5月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,421億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全国	5.2% (店舗数調整後/4か月連続プラス)
① 10都市(10地区)	6.9% (店舗数調整後/4か月連続プラス)
② 10都市以外(7地区)	-0.8% (店舗数調整後/6か月連続マイナス)
(2) 国内	3.7% (店舗数調整後/9か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	18.3% (店舗数調整後/2か月連続プラス) ※

※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】

4月の売上高は5.2%増となり、4か月連続で前年実績を上回った。インバウンド売上が二桁増と高伸した他、国内顧客売上も3.7%増と堅調に推移した。全国的に気温が高めに推移したことから、春物衣料品や雑貨が好調だった他、宝飾・時計等の高額商材の動きも活発だった。また、各社が実施した物産展や食品催事等の施策が奏功し、来店促進に寄与した。

インバウンド(免税売上)：円安基調が継続する中、購買単価の上昇が売上を牽引し、売上高520億円(18.3%増/シェア11.8%)と2か月連続プラス。購買客数は49.1万人(6.0%減/6か月連続)とマイナスも、減少幅は前月より6.3ポイント改善。中国は購買客数が約3割減も、売上高は約2%減まで回復。台湾、韓国、東南アジア等他国売上が伸長。

国内市場：3.7%増(シェア88.2%)と9か月連続プラス。10都市は5.1%増となり、仙台を除く9地区で前年実績を上回った。地方(10都市以外の7地区)は0.8%減と3か月連続マイナス。

都市(10都市) [免税売上含む]：10地区全地区プラス。身のまわり品、雑貨が二桁増と高伸。

地方(10都市以外の7地区) [免税売上含む]：関東、近畿の2地区で前年を上回ったが、衣料品や身のまわり品の動きが鈍く、6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、春物商材が堅調に推移し、婦人服ではブラウス、カットソーに加え、パンツやスカートも動きが見られた。身のまわり品は、ラグジュアリーブランドの靴、バッグが好調。雑貨は、株高や不動産価格上昇等を背景とした高額品需要の強さが継続し、9か月連続プラス。化粧品はインバウンド需要の回復に加え、春の行楽・新生活需要もあり、3か月ぶりにプラス転換。食料品は各種催事が堅調に推移し、国内顧客を中心とした来店増に寄与。

【要因・その他】

(1) 天候：気象庁発表「4月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇気温は、暖かい空気に覆われやすく、全国的にかなり高かった。全国的に天気は数日の周期で変化し、東日本太平洋側と西日本を中心に低気圧や前線の影響を受けやすかったため、曇りや雨の日が多かった。日照時間は、西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり少なく、東日本太平洋側では少なかった。

(2) 営業日数増減 29.9日(前年同月比 ±0.0日)

(3) 土・日・祝日の合計 9日(" ±0日)

(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：39店、②変化なし：24店、③減少した：35店

(5) 調査対象百貨店 68社 172店(本年3月対比：±0店)(前年同月比：-2社-6店)

(6) 総店舗面積 4,347,658㎡(前年同月比：-3.0%)



全国百貨店 売上高速報 2026年4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	442,155,456	100.0	5.2 (4.5)
10都市	349,894,303	79.1	6.9 (6.0)
札幌	11,630,144	2.6	5.8 (5.8)
仙台	5,510,281	1.2	0.4
東京	136,099,366	30.8	7.4
横浜	27,092,654	6.1	3.9
名古屋	30,233,050	6.8	6.9 (-3.1)
京都	21,686,596	4.9	7.2
大阪	79,563,649	18.0	7.1
神戸	12,279,149	2.8	7.9
広島	6,326,860	1.4	9.2
福岡	19,472,554	4.4	8.1
10都市以外の地区	92,261,153	20.9	-0.8 (-0.8)
東北	3,582,105	0.8	-5.0
関東	41,796,081	9.5	0.1
中部	5,228,139	1.2	-9.1
近畿	15,007,900	3.4	3.8
中国	6,787,204	1.5	-0.7
四国	5,017,635	1.1	-0.8
九州	14,842,089	3.4	-3.3 (-3.6)

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	442,155,456	100.0	5.2 (4.5)
紳士服・洋品	23,465,862	5.3	0.7 (-0.1)
婦人服・洋品	85,179,715	19.3	4.3 (3.8)
子供服・洋品	8,853,679	2.0	-2.3 (-3.7)
その他衣料品	5,562,841	1.3	0.1 (-1.5)
衣 料 品	123,062,097	27.8	2.9 (2.2)
身のまわり品	78,511,512	17.8	9.5 (9.1)
化粧品	39,530,694	8.9	2.3 (1.8)
美術・宝飾・貴金属	52,238,680	11.8	19.6 (19.2)
その他雑貨	12,321,867	2.8	2.2 (0.2)
雑 貨	104,091,241	23.5	10.3 (9.6)
家具	3,361,495	0.8	-8.0 (-9.3)
家電	1,978,640	0.4	19.7 (19.7)
その他家庭用品	8,941,991	2.0	0.3 (-0.6)
家 庭 用 品	14,282,126	3.2	0.4 (-0.5)
生鮮食品	15,255,430	3.5	-1.9 (-2.5)
菓子	30,011,160	6.8	2.9 (2.1)
惣菜	24,332,626	5.5	1.1 (0.6)
その他食料品	26,729,804	6.0	0.0 (-0.8)
食 料 品	96,329,020	21.8	0.9 (0.2)
食堂 喫茶	9,309,228	2.1	-0.5 (-3.7)
サ ー ビ ス	4,196,196	0.9	9.1 (8.9)
そ の 他	12,374,036	2.8	6.0 (3.7)
商 品 券	4,583,907	1.0	-6.7 (-7.1)

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】

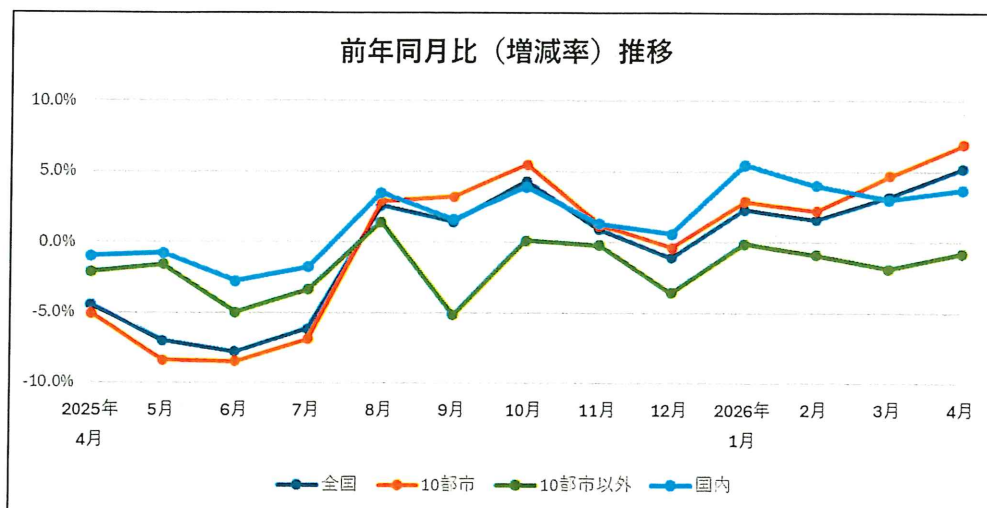
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	6.9	5.4	4か月連続プラス
札幌	5.8	0.2	2か月連続プラス
仙台	0.4	0.0	2か月ぶりプラス
東京	7.4	2.2	4か月連続プラス
横浜	3.9	0.2	5か月連続プラス
名古屋	6.9	0.5	9か月連続プラス
京都	7.2	0.3	4か月連続プラス
大阪	7.1	1.3	2か月連続プラス
神戸	7.9	0.2	9か月連続プラス
広島	9.2	0.1	4か月連続プラス
福岡	8.1	0.3	4か月連続プラス
10都市以外の地区	-0.8	-0.2	6か月連続マイナス
東北	-5.0	-0.0	9か月連続マイナス*
関東	0.1	0.0	3か月ぶりプラス
中部	-9.1	-0.1	2か月連続マイナス
近畿	3.8	0.1	2か月連続プラス
中国	-0.7	-0.0	5か月連続マイナス*
四国	-0.8	-0.0	4か月ぶりマイナス
九州	-3.3	-0.1	8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 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	4月
全 国	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6	3.2	5.2
10 都 市	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2	4.7	6.9
10 都 市 以 外	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9	-1.9	-0.8
国 内	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0	3.0	3.7





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、雑貨は二桁増となった。
 その他の品目は紳士服・洋品が2か月ぶり、化粧品が3か月ぶり、美術・宝飾・貴金属、菓子が9か月連続でプラスとなったが、子供服・洋品が2か月連続、生鮮食品が25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	5.2	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	0.7	0.0	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	4.3	0.8	4か月連続プラス
子供服・洋品	-2.3	-0.0	2か月連続マイナス
その他衣料品	0.1	0.0	2か月ぶりプラス
衣料品	2.9	0.8	3か月連続プラス
身のまわり品	9.5	1.6	4か月連続プラス
化粧品	2.3	0.2	3か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	19.6	2.0	9か月連続プラス*
その他雑貨	2.2	0.1	2か月ぶりプラス*
雑貨	10.3	2.3	9か月連続プラス
家具	-8.0	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	19.7	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	0.3	0.0	6か月ぶりプラス
家庭用品	0.4	0.0	2か月連続プラス
生鮮食品	-1.9	-0.1	25か月連続マイナス*
菓子	2.9	0.2	9か月連続プラス*
惣菜	1.1	0.1	7か月連続プラス*
その他食料品	0.0	-0.0	6か月連続マイナス*
食料品	0.9	0.2	4か月連続プラス
食堂喫茶	-0.5	-0.0	2か月連続マイナス
サービス	9.1	0.1	2か月ぶりプラス
その他	6.0	0.2	5か月連続プラス
商品券	-6.7	-0.1	26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4月 東京地区百貨店売上高概況

2026年5月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,360億円余
2. 前年同月比(増減率)	7.4%(4か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭8.4%(93.4%)：非店頭-5.1%(6.6%) ()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3月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	675,016㎡ (前年同月比：1.0%)
6. 総従業員数	12,300人 (前年同月比：-1.7%)
7. 3か月移動平均値	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%、2-4月 5.0%

[参考] 2025年4月の売上高増減率は-6.3%

【特徴】

4月の東京地区は売上高7.4%増(4か月連続)、入店客数1.7%増と前年実績を上回った。円安を背景にインバウンド売上高が14.8%増と二桁増で高伸したほか、国内売上高も6.2%増と幅広いカテゴリーで好調に推移した。ラグジュアリーブランドを中心とした高付加価値商材の伸長に加え、時計・宝飾等の高額品の好調が売上を牽引した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品(6.0%増)：月上旬は肌寒い日もあり、ジャケットやブルゾン等の羽織りアイテムが動いた。中旬以降は気温上昇からブラウス、カットソー等の春物衣料のほか、Tシャツ等の初夏物にも動きが見られた。行楽シーズン到来により、スポーツ・アウトドア関連商品も好調。

身のまわり品(8.6%増)：ラグジュアリーブランドの靴、バッグ等、高価格帯商品が好調に推移し2か月連続プラス。婦人靴はスニーカー等のカジュアルシューズが好調で、サンダル、ローファー、晴雨兼用パンプスも堅調。アクセサリはブライダル需要を受け好調。

雑貨(14.2%増)：時計・宝飾等高額品が引き続き売上を牽引。化粧品は一部ブランドで前年価格改定前の駆け込み需要の反動減が見られたものの、インバウンド回復や新生活需要により全体では堅調。UV対策需要の高まりからサングラスにも動き。

食料品(1.5%増)：花見や行楽需要を背景に、弁当、惣菜、菓子等幅広い商品が動き、4か月連続プラス。菓子はギフト需要で和洋菓子共に好調。各社実施の物産展や海外展、食品催事は集客に寄与。

5月足元動向：国内外顧客共に堅調で、前年比10.4%増(5/17時点)。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.0日(前年同月比 ±0.0日)
- (2) 入店客数増減(回答店舗数で見る傾向値/前年同月比/有効回答数17店舗)
 - ①増加した：6店、②変化なし：4店、③減少した：7店
- (3) 4月歳時記(春物商戦、GW)の売上(同上/有効回答数9店舗)
 - ①増加した：2店、②変化なし：6店、③減少した：1店



東京地区百貨店 売上高速報 2026年4月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	136,099,366	100.0	7.4
紳士服・洋品	10,001,518	7.3	2.9
婦人服・洋品	23,467,667	17.2	8.6
子供服・洋品	2,901,549	2.1	-3.0
その他衣料品	1,374,473	1.0	6.1
衣 料 品	37,745,207	27.7	6.0
身のまわり品	25,285,007	18.6	8.6
化粧品	12,620,361	9.3	1.9
美術・宝飾・貴金属	19,181,212	14.1	25.3
その他雑貨	4,440,137	3.3	10.0
雑 貨	36,241,710	26.6	14.2
家具	1,110,990	0.8	-10.2
家電	1,459,558	1.1	25.9
その他家庭用品	2,843,556	2.1	2.7
家庭用品	5,414,104	4.0	4.8
生鮮食品	2,879,705	2.1	-1.6
菓子	7,851,725	5.8	5.0
惣菜	5,877,463	4.3	2.4
その他食料品	8,165,693	6.0	-1.1
食 料 品	24,774,586	18.2	1.5
食堂 喫茶	2,100,059	1.5	0.8
サービス	2,232,561	1.6	16.4
そ の 他	2,306,132	1.7	-9.6

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	1,080,786 千円	-12.7
従業員数	12,300 人	-1.7
店舗面積	675,016 m ²	1.0

営業日数	30.0 日	前年	30.0 日
------	--------	----	--------



Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、雑貨は二桁増となった。
その他の品目は、婦人服・洋品が8か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が9か月連続、化粧品が3か月ぶりにプラスとなったが、子供服・洋品が2か月連続、生鮮食品が25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	7.4	—	4か月連続プラス
紳士服・洋品	2.9	0.2	3か月連続プラス
婦人服・洋品	8.6	1.5	8か月連続プラス
子供服・洋品	-3.0	-0.1	2か月連続マイナス
その他衣料品	6.1	0.1	2か月ぶりプラス
衣料品	6.0	1.7	4か月連続プラス
身のまわり品	8.6	1.6	2か月連続プラス
化粧品	1.9	0.2	3か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	25.3	3.1	9か月連続プラス*
その他雑貨	10.0	0.3	8か月連続プラス*
雑貨	14.2	3.6	8か月連続プラス
家具	-10.2	-0.1	2か月ぶりマイナス
家電	25.9	0.2	2か月連続プラス
その他家庭用品	2.7	0.1	6か月ぶりプラス
家庭用品	4.8	0.2	2か月連続プラス
生鮮食品	-1.6	-0.0	25か月連続マイナス*
菓子	5.0	0.3	9か月連続プラス*
惣菜	2.4	0.1	9か月連続プラス*
その他食料品	-1.1	-0.1	8か月連続マイナス*
食料品	1.5	0.3	4か月連続プラス
食堂喫茶	0.8	0.0	7か月連続プラス
サービス	16.4	0.2	2か月ぶりプラス
その他	-9.6	-0.2	2か月ぶりマイナス
商品券	-12.7	-0.1	26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>