



14時30分解禁

2026年5月 全国百貨店売上高概況

2026年6月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4,683億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	8.3%(店舗数調整後/5か月連続プラス)
①10都市(10地区)	9.8%(店舗数調整後/5か月連続プラス)
②10都市以外(7地区)	3.1%(店舗数調整後/7か月ぶりプラス)
(2) 国 内	7.4%(店舗数調整後/10か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	16.7%(店舗数調整後/3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】

5月の売上高は8.3%増と前月から3.1ポイント上昇し、5か月連続で前年実績を上回った。インバウンド売上が前月に続き二桁増と高伸したほか、国内顧客売上も7.4%増と好調に推移した。休日日数が前年より2日増加したことに加え、株高や円安等を背景に宝飾品や時計等の高額品が大きく伸長した。各社企画の物産展や海外催事等も集客に寄与した。

インバウンド(免税売上)：売上高496億円(16.7%増/シェア10.6%)と3か月連続のプラス。購買客数は50.3万人(6.3%減)と7か月連続でマイナス。中国を除く各国(香港、台湾、韓国、マレーシア、シンガポール)は売上・購買客数共に大幅に増加。中国は購買客数が約3割減、売上高は約5%減。免税売上全体の購買客単価は、円安基調や高額品の価格上昇等を背景に24.5%増(約98,000円)。

国内市場：7.4%増(シェア89.4%)と10か月連続プラス。10都市は8.8%増となり、全地区で前年実績を上回った。地方(10都市以外の7地区)も3.1%増と4か月ぶりにプラス。

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、雑貨は二桁増。

地方(10都市以外の7地区) [免税売上含む]：7か月ぶりに前年を上回り、プラスに転じた。

主要5品目中、衣料品を除く4品目で前年実績を上回った。

商品別：主要5品目全て前年を上回った。主力の衣料品は、気温上昇に伴いシャツ、カットソー、ブラウス等の夏物衣料が好調に推移。身のまわり品は、ラグジュアリーブランドのバッグや靴等が国内売上・インバウンド売上共に伸長したほか、晴雨兼用傘やサンダルも堅調。アクセサリは継続するブライダルニーズから好調。雑貨は宝飾品や時計等、高付加価値商材が引き続き売上全体を牽引。化粧品もインバウンド需要が寄与し2か月連続のプラス。ゴールデンウィーク期間は、物産展やファミリー向けイベント等の施策により幅広い顧客層が来店し、買い回りも見られた。

【要因・その他】

(1) 天 候：気象庁発表「5月の天候」の特徴は以下のとおり(一部抜粋)

◇北・東・西日本では、一時的に冷涼な空気の影響を受けた日もあったが、中旬を中心に暖かい空気に覆われやすく、月平均気温はかなり高かった。日照時間は、東・西日本日本海側でかなり多く、北日本日本海側と北・東・西日本太平洋側で多かった。月降水量は、東・西日本太平洋側と西日本日本海側で少なく、北・東日本日本海側で多かった。

(2) 営業日数増減 30.7日(前年同月比 -0.2日)

(3) 土・日・祝日の合計 13日(〃 土曜、日曜各1日増)

(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100店舗)

①増加した：58店、②変化なし：23店、③減少した：19店

(5) 調査対象百貨店 68社 172店(本年4月対比：±0店)(前年同月比：-2社-6店)

(6) 総店舗面積 4,348,210㎡(前年同月比：-3.0%)



全国百貨店 売上高速報 2026年5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	468,390,357	100.0	8.3 (7.5)
10都市	368,561,058	78.7	9.8 (8.8)
札幌	12,594,844	2.7	5.3
仙台	5,996,377	1.3	7.0
東京	142,567,307	30.4	10.9
横浜	29,005,144	6.2	8.6
名古屋	31,786,177	6.8	9.1 (-1.9)
京都	21,834,175	4.7	12.1
大阪	83,615,794	17.9	8.0
神戸	13,211,404	2.8	10.4
広島	6,803,273	1.5	14.3
福岡	21,146,563	4.5	12.5
10都市以外の地区	99,829,299	21.3	3.1 (3.1)
東北	3,846,989	0.8	-1.5
関東	46,073,329	9.8	3.7
中部	5,632,354	1.2	-1.4
近畿	15,864,004	3.4	5.5
中国	7,223,283	1.5	3.7
四国	5,117,814	1.1	3.4
九州	16,071,526	3.4	1.6 (1.3)

(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	468,390,357	100.0	8.3 (7.5)
紳士服・洋品	24,422,972	5.2	4.3 (3.6)
婦人服・洋品	87,017,285	18.6	6.3 (5.7)
子供服・洋品	7,474,896	1.6	5.2 (3.5)
その他衣料品	6,165,128	1.3	2.0 (-3.6)
衣 料 品	125,080,281	26.7	5.6 (4.7)
身のまわり品	85,964,394	18.4	16.6 (16.2)
化粧品	42,924,133	9.2	6.9 (6.4)
美術・宝飾・貴金属	58,527,879	12.5	19.6 (19.3)
その他雑貨	12,305,582	2.6	1.3 (-0.7)
雑 貨	113,757,594	24.3	12.4 (11.7)
家 具	3,709,682	0.8	4.3 (2.4)
家 電	2,231,579	0.5	24.6 (24.6)
その他家庭用品	9,430,549	2.0	-0.2 (-1.1)
家 庭 用 品	15,371,810	3.3	3.9 (2.8)
生 鮮 食 品	16,297,417	3.5	-0.2 (-0.9)
菓 子	31,505,663	6.7	2.4 (1.6)
惣 菜	26,046,420	5.6	3.5 (3.1)
その他食料品	28,901,376	6.2	1.5 (1.0)
食 料 品	102,750,876	21.9	2.0 (1.4)
食 堂 喫 茶	10,530,989	2.2	4.8 (1.3)
サ ー ビ ス	5,021,533	1.1	10.3 (10.0)
そ の 他	9,912,880	2.1	12.1 (8.6)
商 品 券	4,675,844	1.0	-5.9 (-6.3)

(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】

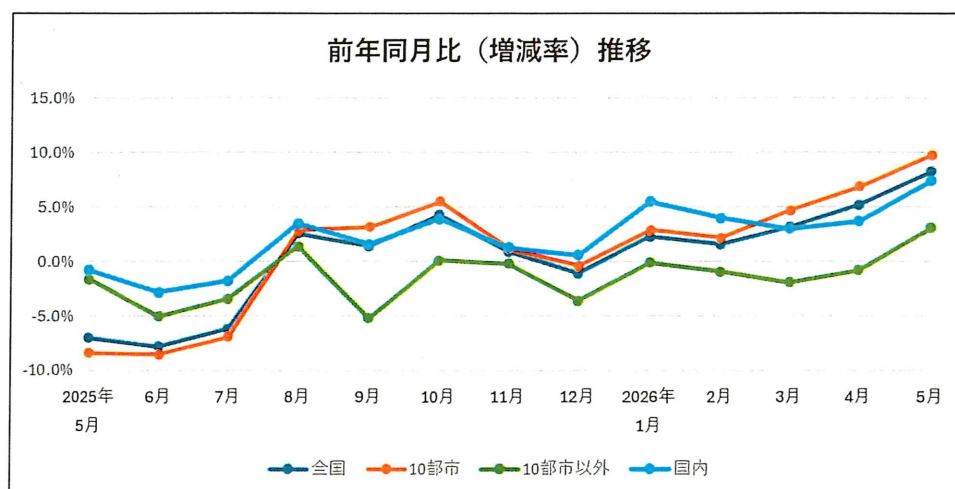
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	9.8	7.6	5か月連続プラス
札幌	5.3	0.1	3か月連続プラス
仙台	7.0	0.1	2か月連続プラス
東京	10.9	3.2	5か月連続プラス
横浜	8.6	0.5	6か月連続プラス
名古屋	9.1	0.6	10か月連続プラス
京都	12.1	0.5	5か月連続プラス
大阪	8.0	1.4	3か月連続プラス
神戸	10.4	0.3	10か月連続プラス
広島	14.3	0.2	5か月連続プラス
福岡	12.5	0.5	5か月連続プラス
10都市以外の地区	3.1	0.7	7か月ぶりプラス
東北	-1.5	-0.0	10か月連続マイナス*
関東	3.7	0.4	2か月連続プラス
中部	-1.4	-0.0	3か月連続マイナス
近畿	5.5	0.2	3か月連続プラス
中国	3.7	0.1	6か月ぶりプラス*
四国	3.4	0.0	2か月ぶりプラス
九州	1.6	0.1	9か月ぶりプラス

(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 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	5月
全 国	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6	3.2	5.2	8.3
10 都 市	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2	4.7	6.9	9.8
10都市以外	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9	-1.9	-0.8	3.1
国 内	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0	3.0	3.7	7.4





Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなり、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。
その他の品目は婦人服・洋品が5か月連続、化粧品が2か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子10か月連続、その他食料品が7か月ぶりにプラスとなったが、生鮮食品が26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	8.3	—	5か月連続プラス
紳士服・洋品	4.3	0.2	2か月連続プラス
婦人服・洋品	6.3	1.2	5か月連続プラス
子供服・洋品	5.2	0.1	3か月ぶりプラス
その他衣料品	2.0	0.0	2か月連続プラス
衣料品	5.6	1.5	4か月連続プラス
身のまわり品	16.6	2.8	5か月連続プラス
化粧品	6.9	0.6	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	19.6	2.2	10か月連続プラス*
その他雑貨	1.3	0.0	2か月連続プラス*
雑貨	12.4	2.9	10か月連続プラス
家具	4.3	0.0	2か月ぶりプラス
家電	24.6	0.1	3か月連続プラス
その他家庭用品	-0.2	-0.0	2か月ぶりマイナス
家庭用品	3.9	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	-0.2	-0.0	26か月連続マイナス*
菓子	2.4	0.2	10か月連続プラス*
惣菜	3.5	0.2	8か月連続プラス*
その他食料品	1.5	0.1	7か月ぶりプラス*
食料品	2.0	0.5	5か月連続プラス
食堂喫茶	4.8	0.1	3か月ぶりプラス
サービス	10.3	0.1	2か月連続プラス
その他	12.1	0.2	6か月連続プラス
商品券	-5.9	-0.1	27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5月 東京地区百貨店売上高概況

2026年6月25日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 425億円余
2. 前年同月比(増減率)	10.9%(5か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭 の増減	店頭11.4%(92.7%)：非店頭4.7%(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4月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	675,846㎡ (前年同月比：1.2%)
6. 総従業員数	12,281人 (前年同月比：-1.7%)
7. 3か月移動平均値	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%、3-5月 7.5%

[参考] 2025年5月の売上高増減率は-9.1%

【特 徴】

5月の東京地区の売上高は10.9%増と5か月連続でプラスとなった。株高や円安を背景に、ラグジュアリーブランドの靴やバッグ、時計、宝飾等の高額品が伸長し、国内顧客売上(10.1%増)、インバウンド売上(16.2%増)共に二桁増となった。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品(9.4%増)：月前半は寒暖差の影響により、ブラウス、シャツ、ブルゾン、ジャケット等、温度調節に適した羽織り物が動いた。月後半は真夏日を記録する日もあり、Tシャツやカットソー等、夏物衣料が伸長したほか、接触冷感やウォッシュابلといった機能性商品も好調。子供服はインバウンドに人気の日本ブランドを中心に伸長し、3か月ぶりにプラス転換。

身のまわり品(16.7%増)：ラグジュアリーブランドの靴やバッグ等の高付加価値商品が国内外共に好調に推移し、前月から8.1ポイント上昇。婦人靴ではパンプスは低調だが、スニーカー等のカジュアルシューズやサンダルが好調。アクセサリはブライダル関連や、訪日客による購買が寄与し、国内外ブランド共に堅調に推移。

雑貨(16.7%増)：時計、宝飾等高額品が、訪日客や外商顧客からの高い需要を背景に大きく伸長し売上全体を牽引。化粧品は、国内外各種ブランドにおいてインバウンド需要が底堅く、引き続きプラスを維持。国内顧客売上は気温上昇に伴いスキンケアやUV関連商品に動き。

食料品(3.4%増)：GW期間中は行楽及び家庭内消費の高まりを受け、弁当や惣菜等が伸長したほか、物産展等食品催事も売上を下支え。菓子は手土産のほか、母の日商戦ではケーキ等洋菓子を中心に動き。ECを中心にスタートした中元商戦は概ね前年並みで推移。

6月足元動向：前年比7.9%増(6/18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(回答店舗数で見る傾向値/前年同月比/有効回答数17店舗)
 - ①増加した：13店、②変化なし：1店、③減少した：3店
- (3) 5月歳時記(GW、母の日)の売上(同上/有効回答数8店舗)
 - ①増加した：2店、②変化なし：5店、③減少した：1店



東京地区百貨店 売上高速報 2026年5月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	142,567,307	100.0	10.9
紳士服・洋品	10,378,105	7.3	5.8
婦人服・洋品	23,427,941	16.4	11.3
子供服・洋品	2,321,321	1.6	8.8
その他衣料品	1,538,614	1.1	8.4
衣 料 品	37,665,981	26.4	9.4
身のまわり品	27,329,124	19.2	16.7
化粧品	13,553,993	9.5	8.9
美術・宝飾・貴金属	21,928,839	15.4	22.9
その他雑貨	4,277,093	3.0	13.3
雑 貨	39,759,925	27.9	16.7
家 具	1,278,220	0.9	5.0
家 電	1,655,624	1.2	17.8
その他家庭用品	2,769,421	1.9	-4.5
家 庭 用 品	5,703,265	4.0	3.3
生 鮮 食 品	3,143,590	2.2	1.7
菓 子	8,337,413	5.8	5.5
惣 菜	6,369,731	4.5	3.4
その他食料品	8,367,997	5.9	1.9
食 料 品	26,218,731	18.4	3.4
食 堂 喫 茶	2,302,252	1.6	6.3
サ ー ビ ス	2,859,248	2.0	16.8
そ の 他	728,781	0.5	-36.2

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	1,136,895 千円	-6.0
従 業 員 数	12,281 人	-1.7
店 舗 面 積	675,846 m ²	1.2

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り、身のまわり品、雑貨は二桁増となった。
その他の品目は、婦人服・洋品が9か月連続、化粧品が2か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が10か月連続、生鮮食品が26か月ぶりにプラスとなった。

【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	10.9	—	5か月連続プラス
紳士服・洋品	5.8	0.4	4か月連続プラス
婦人服・洋品	11.3	1.8	9か月連続プラス
子供服・洋品	8.8	0.1	3か月ぶりプラス
その他衣料品	8.4	0.1	2か月連続プラス
衣料品	9.4	2.5	5か月連続プラス
身のまわり品	16.7	3.0	3か月連続プラス
化粧品	8.9	0.9	2か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	22.9	3.2	10か月連続プラス*
その他雑貨	13.3	0.4	9か月連続プラス*
雑貨	16.7	4.4	9か月連続プラス
家具	5.0	0.0	2か月ぶりプラス
家電	17.8	0.2	3か月連続プラス
その他家庭用品	-4.5	-0.1	2か月ぶりマイナス
家庭用品	3.3	0.1	3か月連続プラス
生鮮食品	1.7	0.0	26か月ぶりプラス*
菓子	5.5	0.3	10か月連続プラス*
惣菜	3.4	0.2	10か月連続プラス*
その他食料品	1.9	0.1	9か月ぶりプラス*
食料品	3.4	0.7	5か月連続プラス
食堂喫茶	6.3	0.1	8か月連続プラス
サービス	16.8	0.3	2か月連続プラス
その他	-36.2	-0.3	2か月連続マイナス
商品券	-6.0	-0.1	27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>