



14時30分解禁

2026年6月 全国百貨店売上高概況

2026年7月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4,687億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	2.3%（店舗数調整後／6か月連続プラス）
① 10都市（10地区）	4.0%（店舗数調整後／6か月連続プラス）
② 10都市以外（7地区）	－3.4%（店舗数調整後／2か月ぶりマイナス）
（2）国 内	－0.2%（店舗数調整後／11か月ぶりマイナス）
（3）インバウンド（免税売上）	29.8%（店舗数調整後／4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】

6月の売上高は2.3%増と、6か月連続で前年実績を上回った。休日1日減に加え、梅雨や台風等の天候影響による入店客数の減少（6.7%減）もあり、国内売上は0.2%減と11か月ぶりのマイナスとなったが、円安基調の継続を背景にインバウンド需要が拡大し、免税売上は二桁増と好調に推移した。ラグジュアリーブランドを中心に時計や宝飾等の高額品が引き続き堅調だった他、アニメや映画関連の文化催事や食品催事は新規顧客の来店増にも寄与した。

インバウンド（免税売上）：売上高509億円（29.8%増/シェア10.9%）と4か月連続のプラス。購買客数は49.8万人（0.5%減）と8か月連続でマイナスも減少幅は前月から5.8ポイント改善。中国の購買客数は約25%減だが、売上高は約16%増と7か月ぶりにプラス転換。東南アジアや欧米市場は売上、購買客数共に増加傾向継続。全体客単価は30.4%増。

国内市場：0.2%減（シェア89.1%）。10都市は0.8%増となり、7地区（札幌、仙台、横浜を除く）で前年実績を上回った。地方（10都市以外の7地区）は3.5%減と2か月ぶりマイナス。

都市（10都市） **【免税売上含む】：**仙台、横浜を除く8地区プラス。主要5品目では衣料品、身のまわり品、雑貨の3品目プラス。インバウンド売上は二桁増と好調。

地方（10都市以外の7地区） **【免税売上含む】：**全地区マイナス。主要5品目では雑貨のみプラス。主力の衣料品や食料品が低調。

商品別：主要5品目のうち、身のまわり品、雑貨の2品目で前年を上回った。主力の衣料品は、前年に比べ気温が低めに推移した影響で盛夏商品の動きが鈍く、5か月ぶりに前年割れとなった。身のまわり品は、ラグジュアリーブランドが堅調に推移。雑貨は宝飾品や時計等の高額品が株高を背景とした国内富裕層の旺盛な購買意欲に支えられた他、円安による訪日客需要も加わり好調。ボーナス支給時期に伴う自分へのご褒美需要も一部で見られた。食料品は物価上昇や入店客数減等から6か月ぶりに前年を下回った。中元商戦では、法人向けギフト需要は縮小傾向にある一方、自家需要は引き続き増加。

【要因・その他】

（1）天 候 ： 気象庁発表「6月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇気温は、中旬に暖かい空気に覆われやすかった北日本で高く、降水量は、低気圧や梅雨前線、上旬と下旬に日本付近を通過した台風第6号、第7号、第8号の影響で、北・東・西日本太平洋側でかなり多かった。日照時間は、移動性高気圧に覆われやすかった北日本日本海側でかなり多かった。

（2）営業日数増減 29.9日（前年同月比 +0.1日）

（3）土・日・祝日の合計 8日（ 〃 日曜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：14店、②変化なし：27店、③減少した：57店

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

（6）総店舗面積 4,332,018㎡（前年同月比：－3.3%）

全国百貨店 売上高速報 2026年6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	468,771,750	100.0	2.3 (1.6)
10都市	371,759,634	79.3	4.0 (3.0)
札幌	13,452,093	2.9	2.2
仙台	5,735,323	1.2	-3.2
東京	147,178,108	31.4	4.4
横浜	29,457,159	6.3	-0.5
名古屋	30,797,135	6.6	1.9 (-8.6)
京都	22,442,218	4.8	5.3
大阪	83,310,219	17.8	4.3
神戸	12,632,756	2.7	7.4
広島	6,671,687	1.4	7.4
福岡	20,082,936	4.3	8.6
10都市以外の地区	97,012,116	20.7	-3.4 (-3.4)
東北	3,666,679	0.8	-9.2
関東	45,648,542	9.7	-1.6
中部	5,374,912	1.1	-12.2
近畿	15,076,505	3.2	-1.4
中国	7,606,443	1.6	-3.8
四国	5,083,773	1.1	-6.7
九州	14,555,262	3.1	-4.2 (-4.5)

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	468,771,750	100.0	2.3 (1.6)
紳士服・洋品	22,569,893	4.8	-6.1 (-6.7)
婦人服・洋品	85,020,623	18.1	1.9 (1.4)
子供服・洋品	5,222,343	1.1	-3.0 (-4.1)
その他衣料品	6,106,025	1.3	-0.8 (-4.0)
衣 料 品	118,918,884	25.4	-0.1 (-0.8)
身のまわり品	77,392,351	16.5	7.4 (6.9)
化粧品	39,744,028	8.5	1.8 (1.3)
美術・宝飾・貴金属	57,673,294	12.3	22.3 (21.9)
その他雑貨	11,294,494	2.4	-6.6 (-8.5)
雑 貨	108,711,816	23.2	10.6 (9.9)
家 具	3,656,173	0.8	1.6 (-1.2)
家 電	1,656,412	0.4	-12.4 (-12.4)
その他家庭用品	9,287,447	2.0	-1.5 (-2.2)
家 庭 用 品	14,600,032	3.1	-2.1 (-3.3)
生 鮮 食 品	19,347,452	4.1	-3.2 (-4.0)
菓 子	36,904,264	7.9	-1.6 (-2.5)
惣 菜	26,441,921	5.6	-1.1 (-1.5)
その他食料品	36,794,627	7.8	-4.3 (-4.9)
食 料 品	119,488,264	25.5	-2.6 (-3.3)
食 堂 喫 茶	9,350,146	2.0	-6.1 (-9.1)
サ ー ビ ス	3,642,521	0.8	-3.6 (-3.8)
そ の 他	16,667,736	3.6	-3.8 (-5.5)
商 品 券	8,255,453	1.8	-8.7 (-9.1)

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】

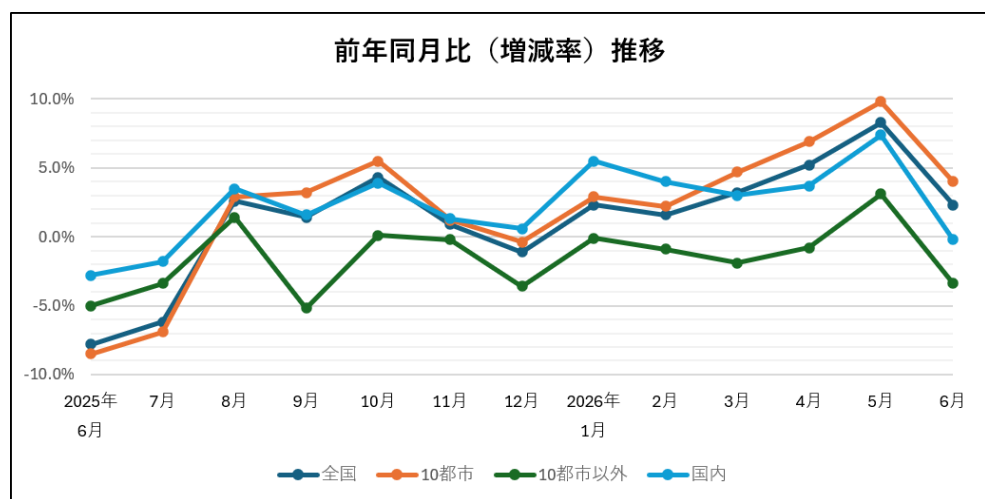
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	4.0	3.1	6か月連続プラス
札幌	2.2	0.1	4か月連続プラス
仙台	-3.2	-0.0	3か月ぶりマイナス
東京	4.4	1.3	6か月連続プラス
横浜	-0.5	-0.0	7か月ぶりマイナス
名古屋	1.9	0.1	11か月連続プラス
京都	5.3	0.2	6か月連続プラス
大阪	4.3	0.7	4か月連続プラス
神戸	7.4	0.2	11か月連続プラス
広島	7.4	0.1	6か月連続プラス
福岡	8.6	0.3	6か月連続プラス
10都市以外の地区	-3.4	-0.7	2か月ぶりマイナス
東北	-9.2	-0.1	11か月連続マイナス*
関東	-1.6	-0.2	3か月ぶりマイナス
中部	-12.2	-0.2	4か月連続マイナス
近畿	-1.4	-0.0	4か月ぶりマイナス
中国	-3.8	-0.1	2か月ぶりマイナス*
四国	-6.7	-0.1	2か月ぶりマイナス
九州	-4.2	-0.1	2か月ぶりマイナス

(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 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	6月
全 国	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6	3.2	5.2	8.3	2.3
10 都 市	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2	4.7	6.9	9.8	4.0
10 都 市 以 外	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9	-1.9	-0.8	3.1	-3.4
国 内	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0	3.0	3.7	7.4	-0.2



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品、雑貨の2品目がプラスとなった。
その他の品目は婦人服・洋品が6か月連続、化粧品が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が11か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が3か月ぶり、生鮮食品が27か月連続、菓子が11か月ぶり、惣菜が9か月ぶりにマイナスとなった。

【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	2.3	—	6か月連続プラス
紳士服・洋品	－6.1	－0.3	3か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	1.9	0.4	6か月連続プラス
子供服・洋品	－3.0	－0.0	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	－0.8	－0.0	3か月ぶりマイナス
衣料品	－0.1	－0.0	5か月ぶりマイナス
身のまわり品	7.4	1.2	6か月連続プラス
化粧品	1.8	0.2	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	22.3	2.3	11か月連続プラス*
その他雑貨	－6.6	－0.2	3か月ぶりマイナス*
雑貨	10.6	2.3	11か月連続プラス
家具	1.6	0.0	2か月連続プラス
家電	－12.4	－0.1	4か月ぶりマイナス
その他家庭用品	－1.5	－0.0	2か月連続マイナス
家庭用品	－2.1	－0.1	4か月ぶりマイナス
生鮮食品	－3.2	－0.1	27か月連続マイナス*
菓子	－1.6	－0.1	11か月ぶりマイナス*
惣菜	－1.1	－0.1	9か月ぶりマイナス*
その他食料品	－4.3	－0.4	2か月ぶりマイナス*
食料品	－2.6	－0.7	6か月ぶりマイナス
食堂喫茶	－6.1	－0.1	2か月ぶりマイナス
サービス	－3.6	－0.0	3か月ぶりマイナス
その他	－3.8	－0.1	7か月ぶりマイナス
商品券	－8.7	－0.2	28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6月 東京地区百貨店売上高概況

2026年7月24日

I. 概 況

1. 売上高総額	1, 471 億円余
2. 前年同月比（増減率）	4.4%（6か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭5.6%（92.0%）：非店頭－8.3%（8.0%） （ ）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5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：1.5%）
6. 総従業員数	12,262人（前年同月比：－1.4%）
7. 3か月移動平均値	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%、4-6月 7.5%

〔参考〕2025年6月の売上高増減率は－10.6%

【特 徴】

6月の東京地区の売上高は4.4%増と6か月連続でプラスとなった。長雨や台風等の天候不順の影響により入店客数は1.4%減と前年を下回ったものの、時計や宝飾品等の高額品が国内外共に好調を維持し、売上全体を牽引した。インバウンド売上高は、中国の売上がプラスに転じた他、その他の国・地域も伸長し二桁増となった。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品（3.8%増）：例年に比べ降雨日が多く、月前半は気温も低めに推移したため、盛夏商材は苦戦した。一方、寒暖差に対応できるアイテムは堅調に推移。月後半は気温上昇に伴い、Tシャツやカットソー等が動いた。子供服はインバウンド需要にも支えられ好調。クリアランスは開始時期の天候不順の影響もあり、立ち上がりは鈍かった。

身のまわり品（5.0%増）：ラグジュアリーブランドを中心に高付加価値商品が堅調に推移。外商顧客に加え、訪日客需要も下支えた。婦人靴はサンダル等夏物商材は苦戦したが、梅雨対策のレインシューズや、スニーカー等のカジュアルシューズは好調。

雑貨（15.7%増）：高級時計や宝飾品等の高額品が引き続き売上を牽引。化粧品は、国内・インバウンド共に堅調。時計、化粧品共に日本製商品が訪日客から高い支持を集め好調。

食料品（1.7%減）：来店客数の減少や物価上昇の影響もあり、6か月ぶりにマイナス。菓子は和菓子が好調に推移。中元商戦は店頭展開の縮小傾向が続くものの、自家需要は堅調。

7月足元動向：高額品や免税売上の好調が継続しており、前年比12.2%増（7/16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：1店、②変化なし：3店、③減少した：13店
- (3) 6月歳時記（父の日、中元）の売上（同上／有効回答数12店舗）
 - ①増加した：2店、②変化なし：7店、③減少した：3店

東京地区百貨店 売上高速報 2026年6月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	147,178,108	100.0	4.4
紳士服・洋品	9,590,320	6.5	-4.8
婦人服・洋品	23,220,463	15.8	7.9
子供服・洋品	1,619,372	1.1	5.7
その他衣料品	1,641,681	1.1	0.6
衣 料 品	36,071,836	24.5	3.8
身のまわり品	25,046,955	17.0	5.0
化粧品	12,713,482	8.6	2.9
美術・宝飾・貴金属	20,644,361	14.0	28.3
その他雑貨	3,802,264	2.6	3.2
雑 貨	37,160,107	25.2	15.7
家 具	1,266,948	0.9	0.8
家 電	1,101,571	0.7	-21.6
その他家庭用品	2,860,098	1.9	-1.9
家 庭 用 品	5,228,617	3.6	-6.3
生 鮮 食 品	4,251,919	2.9	-3.4
菓 子	11,265,217	7.7	2.6
惣 菜	6,926,013	4.7	-0.4
その他食料品	12,664,172	8.6	-5.3
食 料 品	35,107,321	23.9	-1.7
食 堂 喫 茶	2,110,662	1.4	-4.4
サ ー ビ ス	1,596,850	1.1	-5.8
そ の 他	4,855,760	3.3	-4.6

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	2,176,827 千円	-4.7
従 業 員 数	12,262 人	-1.4
店 舗 面 積	675,846 m ²	1.5

営 業 日 数	30.0 日	前年	30.0 日
---------	--------	----	--------

Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、身のまわり品、雑貨の3品目がプラスとなった。
その他の品目は、婦人服・洋品が10か月連続、化粧品が3か月連続、美術・宝飾・貴金属が11か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が5か月ぶり、生鮮食品が2か月ぶり、惣菜が11か月ぶりにマイナスとなった。

【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	4.4	—	6か月連続プラス
紳士服・洋品	－4.8	－0.3	5か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	7.9	1.2	10か月連続プラス
子供服・洋品	5.7	0.1	2か月連続プラス
その他衣料品	0.6	0.0	3か月連続プラス
衣料品	3.8	0.9	6か月連続プラス
身のまわり品	5.0	0.9	4か月連続プラス
化粧品	2.9	0.3	3か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	28.3	3.2	11か月連続プラス*
その他雑貨	3.2	0.1	10か月連続プラス*
雑貨	15.7	3.6	10か月連続プラス
家具	0.8	0.0	2か月連続プラス
家電	－21.6	－0.2	4か月ぶりマイナス
その他家庭用品	－1.9	－0.0	2か月連続マイナス
家庭用品	－6.3	－0.2	4か月ぶりマイナス
生鮮食品	－3.4	－0.1	2か月ぶりマイナス*
菓子	2.6	0.2	11か月連続プラス*
惣菜	－0.4	－0.0	11か月ぶりマイナス*
その他食料品	－5.3	－0.5	2か月ぶりマイナス*
食料品	－1.7	－0.4	6か月ぶりマイナス
食堂喫茶	－4.4	－0.1	9か月ぶりマイナス
サービス	－5.8	－0.1	3か月ぶりマイナス
その他	－4.6	－0.2	3か月連続マイナス
商品券	－4.7	－0.1	28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>