



14時30分解禁

2026年7月 全国百貨店売上高概況

2026年8月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 889億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	5.1%（店舗数調整後／7か月連続プラス）
① 10都市（10地区）	6.5%（店舗数調整後／7か月連続プラス）
② 10都市以外（7地区）	0.3%（店舗数調整後／2か月ぶりプラス）
（2）国 内	3.2%（店舗数調整後／2か月ぶりプラス）
（3）インバウンド（免税売上）	25.5%（店舗数調整後／5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】

7月の売上高は5.1%増と前月から2.8ポイント伸長し、7か月連続で前年実績を上回った。国内、インバウンド共に、ラグジュアリーブランドや宝飾・時計等の高額品が引き続き好調に推移した。中旬以降の猛暑を背景に、衣料品や服飾雑貨等、夏物商材の動きが活発化した。下旬には夏休みや帰省に伴う手土産・旅行需要が高まったほか、各社企画のファミリーイベントや物産展等の食品催事も集客に寄与した。

インバウンド（免税売上）：売上高 506 億円（25.5%増/シェア 10.4%）と 5 か月連続のプラス。購買客数は 49.1 万人（3.0%増）と 9 か月ぶりに前年実績を上回った。円安を背景に高額品需要は旺盛で、客単価は前年を約 2 割上回った。国・地域別では、香港、韓国、台湾が高伸。中国は、売上高約 5%増、購買客数約 26%減。

国内市場：3.2%増（シェア 89.6%）となり、2 か月ぶりにプラス。10 都市は 4.1%増となり、8 地区（仙台、名古屋を除く）で前年実績を上回った。地方（10 都市以外の 7 地区）も 0.2%増と 2 か月ぶりにプラスに転じ、国内需要は堅調に推移。

都市（10 都市）【免税売上含む】：全地区プラス。国内、インバウンド共に好調に推移し、主要 5 品目全てプラス。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】：3 地区（関東、近畿、中国）プラス。主要 5 品目では身のまわり品、雑貨、家庭用品の 3 品目でプラス。

商品別：主要 5 品目全て前年実績を上回った。主力の衣料品は、接触冷感や UV カット等の高機能商品への需要が高く、T シャツ、カットソー、パンツ等が好調に推移。身のまわり品は、ラグジュアリーブランドのバッグ等が国内外共に好調だったほか、日傘、サンダル、帽子等の夏物商材も伸長。雑貨では高額時計が希少性や資産価値への評価を背景に、外商顧客や富裕層を中心に好調。化粧品では強い日差しや汗対策へのニーズから UV 関連商品が伸長。食料品は帰省や旅行に伴う手土産需要に支えられ、堅調に推移。

【要因・その他】

（1）天 候 ： 気象庁発表「7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かった北・東・西日本でかなり高かった。降水量は、中旬以降に低気圧や梅雨前線、湿った空気の影響を受けやすかった北日本日本海側と北日本太平洋側で多かった。一方、高気圧に覆われやすかった東・西日本日本海側、東・西日本太平洋側で少なかった。日照時間は、西日本日本海側ではかなり多かった。

（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 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100店舗）

①増加した：52店、②変化なし：19店、③減少した：29店

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

（6）総店舗面積 4,332,105㎡（前年同月比：-3.3%）

全国百貨店 売上高速報 2026年7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	488,901,057	100.0	5.1 (4.4)
10都市	385,436,087	78.8	6.5 (5.6)
札幌	13,935,036	2.9	6.0
仙台	6,346,952	1.3	0.0
東京	148,875,104	30.5	9.0
横浜	30,417,657	6.2	7.5
名古屋	32,006,288	6.5	0.5 (-9.0)
京都	22,719,853	4.6	8.6
大阪	87,402,865	17.9	4.1
神戸	14,453,901	3.0	9.3
広島	7,545,743	1.5	5.6
福岡	21,732,688	4.4	7.0
10都市以外の地区	103,464,970	21.2	0.3 (0.2)
東北	3,722,301	0.8	-5.3
関東	46,456,089	9.5	2.1
中部	5,663,647	1.2	-5.5
近畿	16,606,165	3.4	1.6
中国	7,985,343	1.6	2.0
四国	5,636,494	1.2	-3.5
九州	17,394,931	3.6	-2.0 (-2.2)

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	488,901,057	100.0	5.1 (4.4)
紳士服・洋品	21,357,859	4.4	1.6 (0.9)
婦人服・洋品	85,152,451	17.4	4.3 (3.8)
子供服・洋品	5,770,212	1.2	5.8 (4.7)
その他衣料品	6,543,014	1.3	4.7 (4.0)
衣 料 品	118,823,536	24.3	3.9 (3.3)
身のまわり品	83,155,594	17.0	10.1 (9.6)
化粧品	41,240,518	8.4	7.0 (6.6)
美術・宝飾・貴金属	57,546,301	11.8	16.7 (16.3)
その他雑貨	12,665,161	2.6	-1.1 (-3.1)
雑 貨	111,451,980	22.8	10.7 (10.1)
家 具	4,108,800	0.8	0.2 (-1.5)
家 電	1,964,131	0.4	30.1 (30.1)
その他家庭用品	9,783,120	2.0	0.0 (-0.9)
家 庭 用 品	15,856,051	3.2	3.0 (1.9)
生 鮮 食 品	21,075,810	4.3	-1.6 (-2.3)
菓 子	41,027,336	8.4	4.2 (3.3)
惣 菜	27,958,601	5.7	1.2 (0.7)
その他食料品	40,980,894	8.4	-3.4 (-4.3)
食 料 品	131,042,641	26.8	0.2 (-0.6)
食 堂 喫 茶	11,087,908	2.3	0.8 (-2.4)
サ ー ビ ス	3,974,827	0.8	7.9 (7.6)
そ の 他	13,508,520	2.8	0.4 (-2.0)
商 品 券	8,802,588	1.8	-7.2 (-7.6)

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】

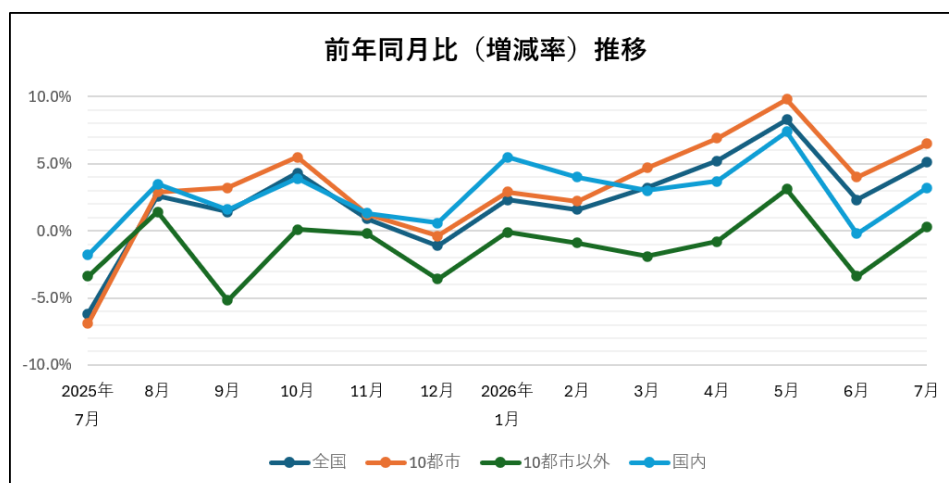
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	6.5	5.1	7か月連続プラス
札幌	6.0	0.2	5か月連続プラス
仙台	0.0	0.0	2か月ぶりプラス
東京	9.0	2.6	7か月連続プラス
横浜	7.5	0.5	2か月ぶりプラス
名古屋	0.5	0.0	12か月連続プラス
京都	8.6	0.4	7か月連続プラス
大阪	4.1	0.7	5か月連続プラス
神戸	9.3	0.3	12か月連続プラス
広島	5.6	0.1	7か月連続プラス
福岡	7.0	0.3	7か月連続プラス
10都市以外の地区	0.3	0.1	2か月ぶりプラス
東北	-5.3	-0.0	12か月連続マイナス*
関東	2.1	0.2	2か月ぶりプラス
中部	-5.5	-0.1	5か月連続マイナス
近畿	1.6	0.1	2か月ぶりプラス
中国	2.0	0.0	2か月ぶりプラス*
四国	-3.5	-0.0	2か月連続マイナス
九州	-2.0	-0.1	2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 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	7月
全 国	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6	3.2	5.2	8.3	2.3	5.1
10 都 市	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2	4.7	6.9	9.8	4.0	6.5
10 都市 以 外	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9	-1.9	-0.8	3.1	-3.4	0.3
国 内	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0	3.0	3.7	7.4	-0.2	3.2



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7か月連続、美術・宝飾・貴金属が12か月連続でプラスとなったほか、紳士服・洋品、子供服・洋品、菓子、惣菜が2か月ぶりにプラスとなったが、生鮮食品が28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	5.1	—	7か月連続プラス
紳士服・洋品	1.6	0.1	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	4.3	0.8	7か月連続プラス
子供服・洋品	5.8	0.1	2か月ぶりプラス
その他衣料品	4.7	0.1	2か月ぶりプラス
衣料品	3.9	1.0	2か月ぶりプラス
身のまわり品	10.1	1.6	7か月連続プラス
化粧品	7.0	0.6	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	16.7	1.8	12か月連続プラス*
その他雑貨	-1.1	-0.0	2か月連続マイナス*
雑貨	10.7	2.3	12か月連続プラス
家具	0.2	0.0	3か月連続プラス
家電	30.1	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	0.0	-0.0	3か月連続マイナス
家庭用品	3.0	0.1	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-1.6	-0.1	28か月連続マイナス*
菓子	4.2	0.4	2か月ぶりプラス*
惣菜	1.2	0.1	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-3.4	-0.3	2か月連続マイナス*
食料品	0.2	0.0	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	0.8	0.0	2か月ぶりプラス
サービス	7.9	0.1	2か月ぶりプラス
その他	0.4	0.0	2か月ぶりプラス
商品券	-7.2	-0.1	29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7月 東京地区百貨店売上高概況

2026年8月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1,488億円余
2. 前年同月比（増減率）	9.0%（7か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭10.1%（92.8%）：非店頭－3.9%（7.2%） （ ）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6月対比±0店）（前年同月比：±0店）
5. 総店舗面積	675,671㎡（前年同月比：1.2%）
6. 総従業員数	12,234人（前年同月比：－1.3%）
7. 3か月移動平均値	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%、5-7月 8.0%

【参考】2025年7月の売上高増減率は－10.0%

【特徴】

7月の東京地区の売上高は9.0%増と、前月から4.6ポイント伸長し、7か月連続で前年実績を上回った。国内、インバウンド共に時計や宝飾品等の高額品が引き続き好調で、売上全体を牽引した。また、中旬以降の気温上昇を受けて夏物商材の動きが活発化した他、夏休み期間中のファミリー向けイベントや食品催事も集客に寄与した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品(9.0%増)：月上旬は夏物衣料の動きが鈍かったものの、中旬以降は気温上昇に伴い、Tシャツ、カットソー、ブラウス、サマーニット等が伸長。接触冷感や速乾素材を使用した機能性商品も好調。子供服はインバウンド需要やクリアランスが寄与し、二桁増。

身のまわり品(11.4%増)：ラグジュアリーブランドのバッグを中心に、国内外共に好調。特にインバウンド売上は円安を背景に高伸長。アクセサリーもブライダル需要に加え、訪日客に人気のブランドが好調に推移。

雑貨(16.9%増)：高級時計や宝飾品が国内、インバウンド共に増勢を維持し、売上を牽引。化粧品は、インバウンド需要の活況が継続している他、国内はUVケア商品やスキンケア関連商品、フレグランス等が好調。

食料品(2.2%増)：国内、インバウンド共に手土産需要の高まりから菓子が好調に推移。中でも果実を使用した涼感のある商品が伸長。花火大会等の夏季イベントや土用の丑の日需要により、弁当や惣菜も堅調に推移。

8月足元動向：前年比8.0%増(8/17時点)で推移。

【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：7店、②変化なし：3店、③減少した：7店
- (3) 7月歳時記（中元、クリアランス、夏休み）の売上（同上／有効回答数11店舗）
①増加した：3店、②変化なし：6店、③減少した：2店

東京地区百貨店 売上高速報 2026年7月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	148,875,104	100.0	9.0
紳士服・洋品	9,131,906	6.1	6.5
婦人服・洋品	23,700,537	15.9	9.9
子供服・洋品	1,803,704	1.2	14.0
その他衣料品	1,678,330	1.1	4.9
衣 料 品	36,314,477	24.4	9.0
身のまわり品	27,190,387	18.3	11.4
化粧品	13,527,663	9.1	10.6
美術・宝飾・貴金属	20,720,720	13.9	24.2
その他雑貨	4,288,094	2.9	6.1
雑 貨	38,536,477	25.9	16.9
家 具	1,345,740	0.9	0.5
家 電	1,351,005	0.9	29.0
その他家庭用品	2,905,841	2.0	-1.4
家 庭 用 品	5,602,586	3.8	5.0
生 鮮 食 品	4,127,506	2.8	-0.7
菓 子	11,518,117	7.7	8.2
惣 菜	7,111,470	4.8	4.0
その他食料品	11,611,072	7.8	-3.2
食 料 品	34,368,165	23.1	2.2
食 堂 喫 茶	2,452,303	1.6	3.2
サ ー ビ ス	1,753,301	1.2	4.7
そ の 他	2,657,408	1.8	-7.2

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	1,899,812 千円	-3.4
従 業 員 数	12,234 人	-1.3
店 舗 面 積	675,671 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、美術・宝飾・貴金属、菓子が12か月連続、化粧品が4か月連続でプラスとなったほか、紳士服・洋品、惣菜が2か月ぶりにプラスとなったが、生鮮食品、その他食料品が2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	9.0	—	7か月連続プラス
紳士服・洋品	6.5	0.4	2か月ぶりプラス
婦人服・洋品	9.9	1.6	11か月連続プラス
子供服・洋品	14.0	0.2	3か月連続プラス
その他衣料品	4.9	0.1	4か月連続プラス
衣料品	9.0	2.2	7か月連続プラス
身のまわり品	11.4	2.0	5か月連続プラス
化粧品	10.6	0.9	4か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	24.2	3.0	12か月連続プラス*
その他雑貨	6.1	0.2	11か月連続プラス*
雑貨	16.9	4.1	11か月連続プラス
家具	0.5	0.0	3か月連続プラス
家電	29.0	0.2	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-1.4	-0.0	3か月連続マイナス
家庭用品	5.0	0.2	2か月ぶりプラス
生鮮食品	-0.7	-0.0	2か月連続マイナス*
菓子	8.2	0.6	12か月連続プラス*
惣菜	4.0	0.2	2か月ぶりプラス*
その他食料品	-3.2	-0.3	2か月連続マイナス*
食料品	2.2	0.5	2か月ぶりプラス
食堂喫茶	3.2	0.1	2か月ぶりプラス
サービス	4.7	0.1	2か月ぶりプラス
その他	-7.2	-0.2	4か月連続マイナス
商品券	-3.4	-0.0	29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>