

14時30分解禁

2026年8月 全国百貨店売上高概況

2026年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 221 億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	2.6%（店舗数調整後／8か月連続プラス）
① 10都市（10地区）	3.3%（店舗数調整後／8か月連続プラス）
② 10都市以外（7地区）	0.1%（店舗数調整後／2か月連続プラス）
（2）国 内	2.4%（店舗数調整後／2か月連続プラス）
（3）インバウンド（免税売上）	4.6%（店舗数調整後／6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】

8月の売上高は2.6%増と8か月連続で前年実績を上回った。豪雨や台風等による一部店舗の臨時休業や時短営業の影響で、入店客数は4.0%減だが、高額品が引き続き高い伸びを示し、売上全体を牽引した。衣料品は地域ごとの天候差により盛夏商材の動きにばらつきが見られた一方、食料品はお盆や夏休みの手土産需要等により全国的に堅調に推移した。

インバウンド（免税売上）：売上高461億円（4.6%増/シェア10.9%）と6か月連続のプラス。購買客数は44.7万人（9.5%減）と2か月ぶりにマイナス。円安を背景に高額品需要は堅調。10都市は好調を維持した一方、地方（10都市以外の7地区）は二桁減と苦戦。訪日客の国・地域別では、台湾、香港、韓国は引き続き伸長。中国は売上高約17%減、購買客数約37%減と売上高は前月のプラスからマイナスに転じ、購買客数の減少幅は拡大。

国内市場：2.4%増（シェア89.1%）となり、2か月連続プラス。10都市は3.1%増となり、大阪を除く9地区で前年実績を上回った。地方（10都市以外の7地区）も0.2%増。

都市（10都市）【免税売上含む】：大阪を除く9地区プラス。国内・インバウンド売上共に好調。

大阪は前年の万博関連需要の反動減や一部店舗の売場縮小影響により前年実績を下回った。

地方（10都市以外の7地区）【免税売上含む】：3地区（東北、関東、九州）プラス。お盆や夏休みの帰省客向け催事等の集客施策が奏功し、食料品はプラス。

商品別：主要5品目全て前年実績を上回った。衣料品は、地域ごとの天候差を受け、高温地域では盛夏商材、低温・雨天地域ではジャケットやカーディガン等の羽織り物が堅調。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に推移。雑貨は、宝飾時計が好調で客単価上昇にも寄与。食料品は、物価高の影響により日常需要は伸び悩んだものの、帰省土産需要や人が集まる機会の増加を背景に、菓子や惣菜は堅調に推移。その他食料品は、食品催事や和洋酒が好調で、食料品全体を下支え。お中元商戦は法人需要の減少や物価高、売場面積縮小等により会期全体で前年割れも、自家需要は堅調に推移。

【要因・その他】

（1）天 候：気象庁発表「8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たため西日本でかなり高く、酷暑日を観測した所もあった。東日本日本海側と東日本太平洋側の降水量は平年並だったが、13日から14日にかけて「令和8年8月千葉豪雨」が発生したほか、27日には秋雨前線や湿った空気の影響を受けた富山県と石川県で、29日から30日には福井県で、それぞれ記録的な大雨となった。

（2）営業日数増減 30.5日（前年同月比 -0.1日）

（3）土・日・祝日の合計 11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：43店、②変化なし：17店、③減少した：38店

（5）調査対象百貨店 68社 172店（本年7月対比：±0店）（前年同月比：-2社-6店）

（6）総店舗面積 4,332,069㎡（前年同月比：-3.6%）

全国百貨店 売上高速報 2026年8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	422,112,130	100.0	2.6 (2.0)
10都市	332,214,420	78.7	3.3 (2.5)
札幌	13,399,648	3.2	9.2
仙台	5,220,416	1.2	1.5
東京	125,021,840	29.6	5.7
横浜	26,219,488	6.2	2.3
名古屋	28,406,788	6.7	1.8 (-7.1)
京都	19,383,839	4.6	3.0
大阪	76,637,633	18.2	-1.4
神戸	12,341,635	2.9	6.8
広島	5,888,447	1.4	5.6
福岡	19,694,686	4.7	6.1
10都市以外の地区	89,897,710	21.3	0.1 (0.1)
東北	3,444,826	0.8	1.3
関東	40,743,361	9.7	1.2
中部	5,102,072	1.2	-3.6
近畿	15,152,835	3.6	-0.2
中国	6,974,364	1.7	-0.5
四国	4,294,509	1.0	-7.3
九州	14,185,743	3.4	1.0 (0.9)

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	422,112,130	100.0	2.6 (2.0)
紳士服・洋品	16,848,903	4.0	-0.8 (-1.5)
婦人服・洋品	70,156,991	16.6	-0.1 (-0.5)
子供服・洋品	5,269,757	1.2	4.2 (3.6)
その他衣料品	5,909,016	1.4	15.0 (13.7)
衣 料 品	98,184,667	23.3	0.8 (0.3)
身のまわり品	71,618,902	17.0	2.0 (1.6)
化粧品	39,949,811	9.5	3.4 (2.9)
美術・宝飾・貴金属	50,556,724	12.0	12.8 (12.3)
その他雑貨	12,517,389	3.0	-6.3 (-7.9)
雑 貨	103,023,924	24.4	6.4 (5.7)
家 具	2,941,796	0.7	3.2 (1.5)
家 電	2,075,689	0.5	26.3 (26.3)
その他家庭用品	9,655,298	2.3	1.1 (0.7)
家 庭 用 品	14,672,783	3.5	4.5 (3.8)
生 鮮 食 品	16,962,625	4.0	-1.7 (-2.3)
菓 子	36,888,772	8.7	4.3 (3.6)
惣 菜	26,198,151	6.2	1.8 (1.3)
その他食料品	26,269,672	6.2	2.0 (1.5)
食 料 品	106,319,220	25.2	2.1 (1.5)
食 堂 喫 茶	11,455,338	2.7	-1.5 (-4.6)
サ ー ビ ス	4,747,656	1.1	-5.0 (-5.2)
そ の 他	12,089,640	2.9	0.3 (-1.8)
商 品 券	4,048,374	1.0	-8.8 (-9.0)

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】

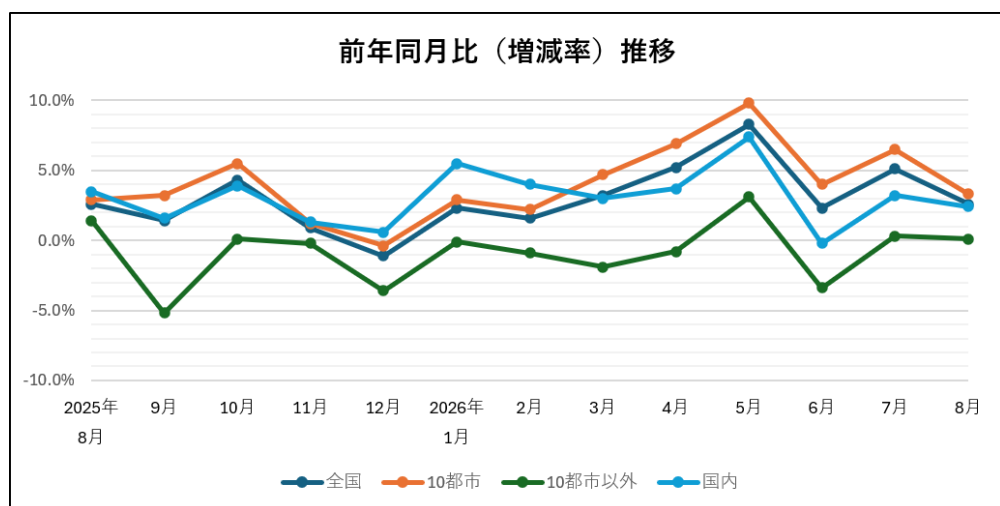
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	3.3	2.6	8か月連続プラス
札幌	9.2	0.3	6か月連続プラス
仙台	1.5	0.0	2か月連続プラス
東京	5.7	1.6	8か月連続プラス
横浜	2.3	0.1	2か月連続プラス
名古屋	1.8	0.1	13か月連続プラス
京都	3.0	0.1	8か月連続プラス
大阪	-1.4	-0.3	6か月ぶりマイナス
神戸	6.8	0.2	13か月連続プラス
広島	5.6	0.1	8か月連続プラス
福岡	6.1	0.3	8か月連続プラス
10都市以外の地区	0.1	0.0	2か月連続プラス
東北	1.3	0.0	13か月ぶりプラス*
関東	1.2	0.1	2か月連続プラス
中部	-3.6	-0.0	6か月連続マイナス
近畿	-0.2	-0.0	2か月ぶりマイナス
中国	-0.5	-0.0	2か月ぶりマイナス*
四国	-7.3	-0.1	3か月連続マイナス
九州	1.0	0.0	3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 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	8月
全 国	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6	3.2	5.2	8.3	2.3	5.1	2.6
10 都 市	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2	4.7	6.9	9.8	4.0	6.5	3.3
10都市以外	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9	-1.9	-0.8	3.1	-3.4	0.3	0.1
国 内	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0	3.0	3.7	7.4	-0.2	3.2	2.4



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は全てプラスとなった。

その他の品目は化粧品が5か月連続、美術・宝飾・貴金属が13か月連続、子供服・洋品、菓子、惣菜が2か月連続でプラスとなった一方、紳士服・洋品が2か月ぶり、婦人服・洋品が8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	2.6	—	8か月連続プラス
紳士服・洋品	－0.8	－0.0	2か月ぶりマイナス
婦人服・洋品	－0.1	－0.0	8か月ぶりマイナス
子供服・洋品	4.2	0.1	2か月連続プラス
その他衣料品	15.0	0.2	2か月連続プラス
衣料品	0.8	0.2	2か月連続プラス
身のまわり品	2.0	0.3	8か月連続プラス
化粧品	3.4	0.3	5か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	12.8	1.4	13か月連続プラス*
その他雑貨	－6.3	－0.2	3か月連続マイナス*
雑貨	6.4	1.5	13か月連続プラス
家具	3.2	0.0	4か月連続プラス
家電	26.3	0.1	2か月連続プラス
その他家庭用品	1.1	0.0	4か月ぶりプラス
家庭用品	4.5	0.2	2か月連続プラス
生鮮食品	－1.7	－0.1	29か月連続マイナス*
菓子	4.3	0.4	2か月連続プラス*
惣菜	1.8	0.1	2か月連続プラス*
その他食料品	2.0	0.1	3か月ぶりプラス*
食料品	2.1	0.5	2か月連続プラス
食堂喫茶	－1.5	－0.0	2か月ぶりマイナス
サービス	－5.0	－0.1	2か月ぶりマイナス
その他	0.3	0.0	2か月連続プラス
商品券	－8.8	－0.1	30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8月 東京地区百貨店売上高概況

2026年9月25日

I. 概況

1. 売上高総額	1, 250億円余
2. 前年同月比（増減率）	5.7%（8か月連続プラス）
3. 店頭・非店頭の増減	店頭6.0%（92.9%）：非店頭2.1%（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7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：0.8%）
6. 総従業員数	12,162人（前年同月比：-1.5%）
7. 3か月移動平均値	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%、6-8月 6.4%

【参考】2025年8月の売上高増減率は-2.3%

【特徴】

8月の東京地区の売上高は5.7%増と8か月連続で前年実績を上回った。国内・インバウンド売上共に伸長し、時計・宝飾等の高付加価値商材が引き続き売上を牽引したほか、食料品や衣料品も好調に推移した。物産展や海外展等の食品催事も来店動機となり、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(5.8%増)：低気温や雨天等の天候影響により盛夏商材の動きは鈍かった一方、気温差に対応可能なジャケット、薄手ニット、カーディガン等の羽織り物が好調に推移。その他衣料品(17.1%増)は一部寝具ブランドの価格改訂前の駆け込み需要があったほか、呉服が外商向け催事等で伸長。

身のまわり品(1.1%増)：国内・インバウンド売上共に、ラグジュアリーブランドのハンドバッグ等が引き続き好調に推移。スーツケースや婦人アクセサリーは旅行需要や訪日客需要を背景に伸長。

雑貨(10.3%増)：時計は外商向け催事等を中心に高伸。インバウンド需要も底堅く、美術・宝飾・貴金属全体で18.0%増と二桁増。化粧品は秋を意識したメイクアップ商品やスキンケア商品等が好調に推移。

食料品(7.1%増)：天候不順や価格高騰の影響により生鮮食品は僅かに前年を下回ったが、夏休みやお盆等の需要を背景に、菓子・惣菜は和洋菓子や弁当を中心に好調に推移。その他食料品では、物産展等の食品催事が賑わいを見せたほか、帰省や贈答需要により和洋酒が堅調に推移。

9月足元動向：前年比12.2%増(9/16時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 30.8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18店舗）
①増加した：8店、②変化なし：2店、③減少した：8店
- (3) 8月歳時記（夏休み、お盆）の売上（同上／有効回答数9店舗）
①増加した：1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8月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	125,021,840	100.0	5.7
紳士服・洋品	7,155,153	5.7	3.5
婦人服・洋品	18,429,466	14.7	5.6
子供服・洋品	1,555,560	1.2	8.9
その他衣料品	1,401,377	1.1	17.1
衣 料 品	28,541,556	22.8	5.8
身のまわり品	22,615,171	18.1	1.1
化粧品	12,528,255	10.0	4.6
美術・宝飾・貴金属	17,815,015	14.2	18.0
その他雑貨	4,267,043	3.4	-0.6
雑 貨	34,610,313	27.7	10.3
家 具	750,133	0.6	-7.9
家 電	1,572,248	1.3	23.7
その他家庭用品	2,764,723	2.2	-2.7
家 庭 用 品	5,087,104	4.1	3.3
生 鮮 食 品	3,138,385	2.5	-0.1
菓 子	9,221,382	7.4	12.7
惣 菜	6,518,953	5.2	7.8
その他食料品	8,228,519	6.6	3.4
食 料 品	27,107,239	21.7	7.1
食 堂 喫 茶	2,442,549	2.0	0.9
サ ー ビ ス	2,605,756	2.1	-8.4
そ の 他	2,012,152	1.6	-1.3

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	905,037 千円	-11.1
従 業 員 数	12,162 人	-1.5
店 舗 面 積	675,671 m ²	0.8

営 業 日 数	30.8 日	前 年	30.8 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12か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子が13か月連続、化粧品が5か月連続でプラスとなったが、家具が4か月ぶり、生鮮食品が3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	5.7	—	8か月連続プラス
紳士服・洋品	3.5	0.2	2か月連続プラス
婦人服・洋品	5.6	0.8	12か月連続プラス
子供服・洋品	8.9	0.1	4か月連続プラス
その他衣料品	17.1	0.2	5か月連続プラス
衣料品	5.8	1.3	8か月連続プラス
身のまわり品	1.1	0.2	6か月連続プラス
化粧品	4.6	0.5	5か月連続プラス*
美術・宝飾・貴金属	18.0	2.3	13か月連続プラス*
その他雑貨	-0.6	-0.0	12か月ぶりマイナス*
雑貨	10.3	2.7	12か月連続プラス
家具	-7.9	-0.1	4か月ぶりマイナス
家電	23.7	0.3	2か月連続プラス
その他家庭用品	-2.7	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	3.3	0.1	2か月連続プラス
生鮮食品	-0.1	-0.0	3か月連続マイナス*
菓子	12.7	0.9	13か月連続プラス*
惣菜	7.8	0.4	2か月連続プラス*
その他食料品	3.4	0.2	3か月ぶりプラス*
食料品	7.1	1.5	2か月連続プラス
食堂喫茶	0.9	0.0	2か月連続プラス
サービス	-8.4	-0.2	2か月ぶりマイナス
その他	-1.3	-0.0	5か月連続マイナス
商品券	-11.1	-0.1	30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>