

# 2026年1月 東京地区百貨店売上高概況

2026年2月25日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,456億円余
2. 前年同月比(増減率)	2.0%(3か月ぶりプラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭3.7%(93.8%)：非店頭-17.9%(6.2%) ( )内は店頭・非店頭の構成比
4. 調査対象百貨店	12社 22店 (2025年12月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	674,116㎡ (前年同月比：0.3%)
6. 総従業員数	12,234人 (前年同月比：-2.9%)
7. 3か月移動平均値	6-8月 -8.1%、7-9月 -3.7%、8-10月 1.4%、 9-11月 1.9%、10-12月 0.9%、11-1月 0.5%

[参考] 2025年1月の売上高増減率は5.5%

### 【特徴】

1月の東京地区は、売上高2.0%増と3か月ぶりに前年実績を上回った。インバウンド売上は中国の渡航自粛影響や春節期間のズレ等から二桁減となったが、国内顧客売上が6.0%増と好調に推移し、免税売上のマイナス分を補った。ラグジュアリーブランドや時計、宝飾品等の高額品が高伸し、売上全体を牽引した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

**衣料品(1.0%増)**：婦人服はコートやセーター等の冬物商材が好調に推移。紳士服はスーツ等ビジネスアイテムが買い替えニーズが弱く低調。クリアランスは規模縮小傾向もあり、セール商品は振るわなかったが、プロパー商品は堅調。初商の福袋は、実需重視で寝装具やパジャマ等が好調。

**身のまわり品(4.7%減)**：ラグジュアリーブランドの一部ブランドで価格改定前の駆込み需要があり、国内顧客を中心に伸長。婦人靴はブーツ低調も、長く履けるスニーカー等のカジュアルシューズは好調。

**雑貨(9.0%増)**：宝飾品、時計等高額品や化粧品の一部ブランドの価格改定前の駆込み需要により雑貨全体で9.0%増と高伸。美術・宝飾・貴金属は二桁増(16.3%増)。化粧品は国内顧客売上が好調に推移し4か月ぶりにプラス転換。

**食料品(4.1%増)**：初商の福袋や年始の手土産、バレンタイン催事等が盛況で3か月ぶりに前年実績クリア。年々展開時期が早まるバレンタイン商戦は、ECのほか、店頭での限定品販売やイトイン等の各社施策が奏功し、菓子全体の売上を押し上げ。

**2月足元動向**：前年比4.8%増(2/17時点)で推移。

### 【要因】

- (1) 営業日数増減 29.6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16店舗)
  - ①増加した：8店、②変化なし：3店、③減少した：5店
- (3) 1月歳時記(初売り、クリアランス)の売上(同上/有効回答数11店舗)
  - ①増加した：5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1月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>145,685,536</b>	<b>100.0</b>	<b>2.0</b>
紳士服・洋品	11,024,969	7.6	-3.3
婦人服・洋品	26,568,381	18.2	3.6
子供服・洋品	2,240,740	1.5	-1.8
その他衣料品	1,572,229	1.1	-5.5
<b>衣 料 品</b>	<b>41,406,319</b>	<b>28.4</b>	<b>1.0</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>26,249,978</b>	<b>18.0</b>	<b>-4.7</b>
化粧品	13,073,276	9.0	0.9
美術・宝飾・貴金属	20,290,986	13.9	16.3
その他雑貨	3,989,925	2.7	3.5
<b>雑 貨</b>	<b>37,354,187</b>	<b>25.6</b>	<b>9.0</b>
家 具	1,171,521	0.8	2.6
家 電	989,684	0.7	5.1
その他家庭用品	3,268,798	2.2	-4.0
<b>家 庭 用 品</b>	<b>5,430,003</b>	<b>3.7</b>	<b>-1.1</b>
生 鮮 食 品	2,943,247	2.0	-4.2
菓 子	10,203,824	7.0	11.8
惣 菜	6,219,643	4.3	5.6
その他食料品	9,798,014	6.7	-1.3
<b>食 料 品</b>	<b>29,164,728</b>	<b>20.0</b>	<b>4.1</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>2,112,081</b>	<b>1.4</b>	<b>3.1</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,682,420</b>	<b>1.2</b>	<b>-16.1</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,285,820</b>	<b>1.6</b>	<b>-7.9</b>

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	925,616 千円	-3.9
従 業 員 数	12,234 人	-2.9
店 舗 面 積	674,116 m <sup>2</sup>	0.3

営 業 日 数	29.6 日	前年	29.6 日
---------	--------	----	--------

## Ⅱ. 商品別の動き

主要5品目は衣料品、雑貨、食料品の3品目がプラスとなった。  
 その他の品目は、婦人服・洋品が5か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が6か月連続、化粧品が4か月ぶりにプラスとなった一方、紳士服・洋品が2か月連続、生鮮食品が22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
<b>総額</b>	<b>2.0</b>	<b>—</b>	<b>3か月ぶりプラス</b>
紳士服・洋品	-3.3	-0.3	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	3.6	0.7	5か月連続プラス
子供服・洋品	-1.8	-0.0	3か月連続マイナス
その他衣料品	-5.5	-0.1	14か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>1.0</b>	<b>0.3</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>-4.7</b>	<b>-0.9</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
化粧品	0.9	0.1	4か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	16.3	2.0	6か月連続プラス*
その他雑貨	3.5	0.1	5か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>9.0</b>	<b>2.2</b>	<b>5か月連続プラス</b>
家具	2.6	0.0	2か月連続プラス
家電	5.1	0.0	3か月ぶりプラス
その他家庭用品	-4.0	-0.1	3か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-1.1</b>	<b>-0.0</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-4.2	-0.1	22か月連続マイナス*
菓子	11.8	0.8	6か月連続プラス*
惣菜	5.6	0.2	6か月連続プラス*
その他食料品	-1.3	-0.1	5か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>4.1</b>	<b>0.8</b>	<b>3か月ぶりプラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>3.1</b>	<b>0.0</b>	<b>4か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>-16.1</b>	<b>-0.2</b>	<b>3か月ぶりマイナス</b>
<b>その他</b>	<b>-7.9</b>	<b>-0.1</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>商品券</b>	<b>-3.9</b>	<b>-0.0</b>	<b>23か月連続マイナス</b>

(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>