

2026年2月 東京地区百貨店売上高概況

2026年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	1,326億円余
2. 前年同月比(増減率)	3.0%(2か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭5.5%(92.7%)：非店頭-20.3%(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1月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	674,263㎡ (前年同月比：0.8%)
6. 総従業員数	12,186人 (前年同月比：-2.7%)
7. 3か月移動平均値	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%、12-2月 1.4%

[参考] 2025年2月の売上高増減率は-2.3%

【特徴】

2月の東京地区の売上高は3.0%増となり、2か月連続で前年実績を上回った。各社企画の外商顧客向け催事が活況で、宝飾、時計等の高額品が伸長し、国内顧客売上は5.5%増と好調に推移した。免税売上は、中国の訪日渡航自粛影響があるものの、台湾、韓国、タイ等、他地域の需要が好調で、前月からのマイナス幅を8.6ポイント縮小した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

衣料品(4.4%増)：月前半と後半の寒暖差が大きく、前半はコートやブルゾン、セーター等、冬物衣料が動き、後半は気温上昇により春物衣料が動いた。気温差に対応可能なスカーフやマフラーも好調。卒入学シーズンのオケーション需要やビジネスの買い替え需要が高まり、スーツやジャケット、ワンピース等のアイテムも堅調に推移。

身のまわり品(2.4%減)：ラグジュアリーブランドのバッグ、靴等は免税売上の減少が響き、全体で4か月連続のマイナス。婦人靴はパンプスが不調だった一方、スニーカー等カジュアルシューズは好調。紳士靴も同様に、ビジネスよりカジュアルシューズが伸長。

雑貨(8.1%増)：宝飾品や時計、絵画等の高額品が高伸し、美術・宝飾・貴金属は3か月連続の二桁増(24.2%増)。化粧品はインバウンド需要低迷により苦戦。

食料品(1.5%増)：菓子が全体の売上を牽引。バレンタイン商戦では、各社が展開面積や取扱ブランドを拡大する等、取り組みを強化し売上伸長。自家需要の高まりも続き、客単価が増加。

3月足元動向：前年比8.6%増(3/18時点)で推移。

【要因】

- (1) 営業日数増減 27.8日(前年同月比 +0.1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：4店、②変化なし：3店、③減少した：10店
- (3) 2月歳時記(節分、バレンタインデー)の売上(同上/有効回答数8店舗)
 - ①増加した：3店、②変化なし：4店、③減少した：1店

東京地区百貨店 売上高速報 2026年2月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
総 額	132,630,988	100.0	3.0
紳士服・洋品	9,158,211	6.9	10.6
婦人服・洋品	21,409,136	16.1	1.3
子供服・洋品	2,459,521	1.9	6.1
その他衣料品	1,299,639	1.0	12.9
衣 料 品	34,326,507	25.9	4.4
身のまわり品	22,153,050	16.7	-2.4
化粧品	12,259,162	9.2	-8.4
美術・宝飾・貴金属	19,156,480	14.4	24.2
その他雑貨	3,915,108	3.0	0.8
雑 貨	35,330,750	26.6	8.1
家具	867,368	0.7	-18.9
家電	923,736	0.7	-17.1
その他家庭用品	2,781,297	2.1	-4.3
家庭用品	4,572,401	3.4	-10.2
生鮮食品	2,714,538	2.0	-4.4
菓子	11,868,459	8.9	10.0
惣菜	5,552,377	4.2	5.6
その他食料品	8,088,220	6.1	-9.4
食 料 品	28,223,594	21.3	1.5
食堂 喫茶	1,951,057	1.5	2.0
サービ	2,914,768	2.2	46.0
そ の 他	3,158,861	2.4	-13.0

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	918,630 千円	-6.1
従業員数	12,186 人	-2.7
店舗面積	674,263 m ²	0.8

営業日数	27.8 日	前年	27.7 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、紳士服・洋品が3か月ぶり、子供服・洋品が4か月ぶり、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が7か月連続でプラスとなったが、化粧品が2か月ぶり、生鮮食品が23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	3.0	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	10.6	0.7	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	1.3	0.2	6か月連続プラス
子供服・洋品	6.1	0.1	4か月ぶりプラス
その他衣料品	12.9	0.1	15か月ぶりプラス
衣料品	4.4	1.1	2か月連続プラス
身のまわり品	-2.4	-0.4	4か月連続マイナス
化粧品	-8.4	-0.9	2か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	24.2	2.9	7か月連続プラス*
その他雑貨	0.8	0.0	6か月連続プラス*
雑貨	8.1	2.0	6か月連続プラス
家具	-18.9	-0.2	3か月ぶりマイナス
家電	-17.1	-0.1	2か月ぶりマイナス
その他家庭用品	-4.3	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-10.2	-0.4	4か月連続マイナス
生鮮食品	-4.4	-0.1	23か月連続マイナス*
菓子	10.0	0.8	7か月連続プラス*
惣菜	5.6	0.2	7か月連続プラス*
その他食料品	-9.4	-0.7	6か月連続マイナス*
食料品	1.5	0.3	2か月連続プラス
食堂喫茶	2.0	0.0	5か月連続プラス
サービス	46.0	0.7	2か月ぶりプラス
その他	-13.0	-0.4	2か月連続マイナス
商品券	-6.1	-0.0	24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>