

2026年2月 全国百貨店売上高概況

2026年3月24日

I. 概況

1. 売上高総額	4, 320億円余
2. 前年同月比（増減率）	
（1）全 国	1.6%（2か月連続プラス）
① 10都市（10地区）	2.2%（2か月連続プラス）
② 10都市以外（7地区）	-0.9%（4か月連続マイナス）
（2）国 内	4.0%（7か月連続プラス）
（3）インバウンド（免税売上）	-15.5%（4か月連続マイナス）※

※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】

2月の売上高は1.6%増となり、2か月連続で前年実績を上回った。国内顧客売上が好調に推移し、時計・宝飾品等の高額品が伸長したほか、中旬以降の気温上昇に伴い、春物商材の動きが活発化した。各社企画の外商顧客向け催事やバレンタイン商戦も好調で、売上増に寄与した。

インバウンド（免税売上）：中国の訪日渡航自粛要請の影響から、売上高453億円（15.5%減/4か月連続/シェア10.5%）、購買客数41.3万人（20.8%減/4か月連続）と共にマイナス。中国の売上は約4割減、購買客数は約5割減と減少傾向が継続。一方、台湾、タイ、マレーシア等、その他地域の訪日客は、売上・客数共に伸長。韓国は旧正月連休（ソルラル）もあり、売上、客数共に16か月ぶりにプラス転換。

国内市場：4.0%増（シェア89.5%）と7か月連続のプラス。10都市は5.6%増（10地区全てプラス）、地方（10都市以外の7地区）は0.8%減と2か月ぶりにマイナス。

都市（10都市） **【免税売上含む】**：札幌、大阪を除く8地区で対前年プラス。名古屋は一部店舗の閉店セールが活況で二桁増。大阪はインバウンド売上減の影響が大きくマイナス。

地方（10都市以外の7地区） **【免税売上含む】**：中部、四国の2地区で対前年プラス。中部は昨年2度の寒波等、悪天候影響による売上減の反動もありプラス。

商品別：主要5品目のうち、家庭用品を除く4品目で対前年プラス。主力の衣料品は、春物衣料に加え、卒入学等のオケーション需要やビジネス需要の高まりから、紳士・婦人・子供服共にプラスで推移。身のまわり品はラグジュアリーブランド等の高付加価値商材が外商催事等で伸長したほか、ブライダル需要でアクセサリも好調。雑貨は時計・宝飾品等高額品が株高等を背景に引き続き好調を維持。化粧品は前年の価格改定前需要の反動減のほか、免税売上不調で国内外共に苦戦。バレンタイン商戦は、限定品やイトイン等、各社趣向を凝らした展開で催事場、食品フロア、EC等で盛り上がりを見せた。

【要因・その他】

(1) **天候**：気象庁発表「2月の天候」の特徴は以下のとおり（一部抜粋）

◇暖かい空気に覆われ、月平均気温は北・東・西日本でかなり高かった。日照時間は北・東・西日本日本海側、西日本太平洋側で多かった。一方、上旬には一時的に強い冬型の気圧配置となり、東・西日本日本海側を中心に記録的な大雪となった。月降水量は東日本日本海側で少なく、北・西日本日本海側と北・東・西日本太平洋側では平年並だった。

(2) **営業日数増減** 27.7日（前年同月比 ±0.0日）

(3) **土・日・祝日の合計** 10日（ 〃 日曜1日増、祝日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101店舗）

①増加した：32店、②変化なし：24店、③減少した：45店

(5) **調査対象百貨店** 69社 174店（本年1月対比：-1社-2店）（前年同月比：-1社-5店）

(6) **総店舗面積** 4,438,991㎡（前年同月比：-1.4%）

全国百貨店 売上高速報 2026年2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	432,015,384	100.0	1.6 (1.5)
10都市	341,335,120	79.0	2.2 (2.2)
札幌	14,094,018	3.3	-1.2 (-1.2)
仙台	5,296,132	1.2	1.3
東京	132,630,988	30.7	3.0
横浜	24,863,393	5.8	1.8
名古屋	36,540,946	8.5	14.8
京都	19,357,251	4.5	2.1
大阪	72,127,885	16.7	-3.5
神戸	11,782,654	2.7	4.5
広島	5,893,486	1.4	2.4
福岡	18,748,367	4.3	0.2
10都市以外の地区	90,680,264	21.0	-0.9 (-0.9)
東北	3,768,250	0.9	-3.0
関東	41,267,436	9.6	-1.4
中部	5,451,966	1.3	4.6
近畿	14,548,120	3.4	-0.3
中国	6,982,760	1.6	-2.4
四国	4,760,595	1.1	3.8
九州	13,901,137	3.2	-2.2 (-2.5)

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	432,015,384	100.0	1.6 (1.5)
紳士服・洋品	20,522,721	4.8	3.5 (3.5)
婦人服・洋品	78,159,685	18.1	1.1 (1.1)
子供服・洋品	6,150,622	1.4	0.6 (0.6)
その他衣料品	4,983,336	1.2	3.0 (3.0)
衣 料 品	109,816,364	25.4	1.6 (1.6)
身のまわり品	69,958,802	16.2	0.4 (0.4)
化粧品	36,981,883	8.6	-10.0 (-10.0)
美術・宝飾・貴金属	49,849,694	11.5	18.0 (18.0)
その他雑貨	11,111,595	2.6	1.1 (1.1)
雑 貨	97,943,172	22.7	3.9 (3.8)
家具	2,630,624	0.6	-17.1 (-17.1)
家電	1,391,299	0.3	-10.8 (-10.8)
その他家庭用品	8,180,051	1.9	-3.3 (-3.3)
家 庭 用 品	12,201,974	2.8	-7.5 (-7.5)
生 鮮 食 品	14,572,744	3.4	-1.4 (-1.4)
菓 子	49,124,609	11.4	6.3 (6.3)
惣 菜	22,881,231	5.3	2.0 (2.0)
その他食料品	29,272,037	6.8	-7.4 (-7.4)
食 料 品	115,850,621	26.8	0.7 (0.7)
食 堂 喫 茶	9,253,588	2.1	0.0 (0.0)
サ ー ビ ス	4,672,692	1.1	25.5 (25.5)
そ の 他	12,318,171	2.9	1.6 (1.6)
商 品 券	3,648,475	0.8	-8.1 (-8.1)

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】

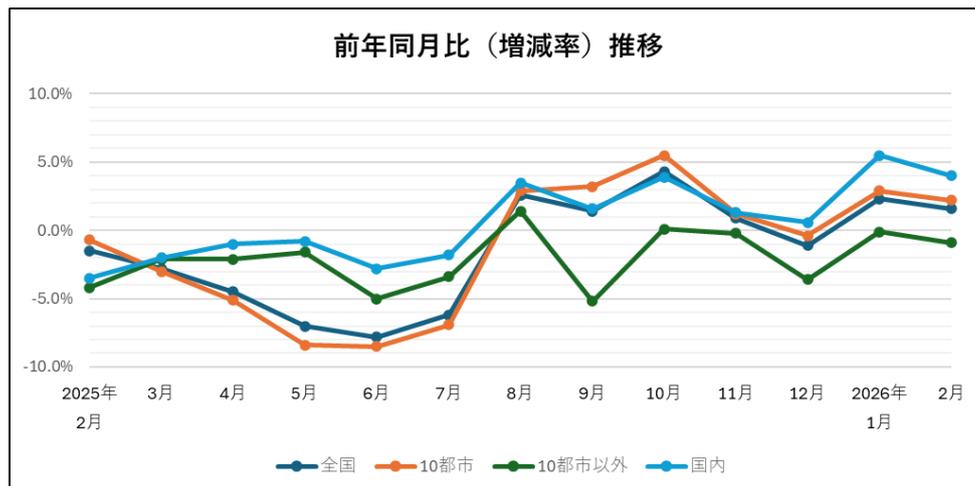
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
10都市	2.2	1.7	2か月連続プラス
札幌	-1.2	-0.0	4か月連続マイナス
仙台	1.3	0.0	2か月連続プラス
東京	3.0	0.9	2か月連続プラス
横浜	1.8	0.1	3か月連続プラス
名古屋	14.8	1.1	7か月連続プラス
京都	2.1	0.1	2か月連続プラス
大阪	-3.5	-0.6	2か月ぶりマイナス
神戸	4.5	0.1	7か月連続プラス
広島	2.4	0.0	2か月連続プラス
福岡	0.2	0.0	2か月連続プラス
10都市以外の地区	-0.9	-0.2	4か月連続マイナス
東北	-3.0	-0.0	7か月連続マイナス*
関東	-1.4	-0.1	2か月ぶりマイナス
中部	4.6	0.1	13か月ぶりプラス
近畿	-0.3	-0.0	2か月ぶりマイナス
中国	-2.4	-0.0	3か月連続マイナス*
四国	3.8	0.0	2か月連続プラス
九州	-2.2	-0.1	6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 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月
全 国	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3	1.6
10 都 市	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9	2.2
10 都 市 以 外	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1	-0.9
国 内	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5	4.0



Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は家庭用品を除く4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	1.6	—	2か月連続プラス
紳士服・洋品	3.5	0.2	3か月ぶりプラス
婦人服・洋品	1.1	0.2	2か月連続プラス
子供服・洋品	0.6	0.0	4か月ぶりプラス
その他衣料品	3.0	0.0	4か月ぶりプラス
衣料品	1.6	0.4	3か月ぶりプラス
身のまわり品	0.4	0.1	2か月連続プラス
化粧品	-10.0	-1.0	2か月ぶりマイナス*
美術・宝飾・貴金属	18.0	1.8	7か月連続プラス*
その他雑貨	1.1	0.0	10か月連続プラス*
雑貨	3.9	0.9	7か月連続プラス
家具	-17.1	-0.1	4か月連続マイナス
家電	-10.8	-0.0	5か月連続マイナス
その他家庭用品	-3.3	-0.1	4か月連続マイナス
家庭用品	-7.5	-0.2	4か月連続マイナス
生鮮食品	-1.4	-0.0	23か月連続マイナス*
菓子	6.3	0.7	7か月連続プラス*
惣菜	2.0	0.1	5か月連続プラス*
その他食料品	-7.4	-0.6	4か月連続マイナス*
食料品	0.7	0.2	2か月連続プラス
食堂喫茶	0.0	0.0	3か月ぶりプラス
サービス	25.5	0.2	2か月ぶりプラス
その他	1.6	0.0	3か月連続プラス
商品券	-8.1	-0.1	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>