

# 2026年3月 東京地区百貨店売上高概況

2026年4月24日

## I. 概況

1. 売上高総額	1,535億円余
2. 前年同月比(増減率)	4.7%(3か月連続プラス)
3. 店頭・非店頭の増減	店頭6.8%(92.9%)：非店頭-17.4%(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2月対比±0店) (前年同月比：±0店)
5. 総店舗面積	673,962㎡ (前年同月比：0.7%)
6. 総従業員数	12,122人 (前年同月比：-3.1%)
7. 3か月移動平均値	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%、1-3月 3.2%

[参考] 2025年3月の売上高増減率は-4.2%

### 【特徴】

3月の東京地区の売上高は4.7%増となり、3か月連続で前年実績を上回った。国内売上高が4.6%増と好調に推移したほか、インバウンド売上高も円安基調を追い風に5.4%増とプラスに転じた。高額品が引き続き売上を牽引したほか、各社実施の物産展や得意客向け優待施策等も集客と売上に寄与した。具体的なアイテムの動向は以下のとおり。

**衣料品(4.4%増)：**寒暖差の大きい日が続いたことで、シャツやブラウス等の春物衣料に加え、ジャケットやブルゾン等、軽く羽織れるアウター類が伸長。端境期に対応可能なストールやスカーフ等、ネックアイテムも動きが見られた。卒入学のオケーション需要でスーツ、パンツ、セットアップが伸長。新生活需要ではパジャマや枕等の寝装具が好調に推移。

**身のまわり品(6.7%増)：**一部ラグジュアリーブランドで価格改定前の駆込み需要があり、国内外共に好調に推移し、5か月ぶりにプラス転換。婦人靴、紳士靴は共にカジュアル化が進みスニーカー好調も、パンプスやビジネスシューズは不振。スーツケースは一部ブランドでインバウンド需要が回復。

**雑貨(7.4%増)：**宝飾品や時計等の高額品が国内顧客を中心に高伸し、美術・宝飾・貴金属は27.3%増(8か月連続プラス)。化粧品は前年の価格改定前の駆込み需要の反動が一部ブランドで大きく影響したほか、インバウンド売上では購買点数の減少により売上が鈍化。

**食料品(0.9%増)：**ひな祭り、お彼岸、花見等春のイベント需要を背景に、菓子、弁当、惣菜等幅広い商品が動いた。生鮮食品は一部店舗の改装影響でマイナスが続いているが、改装要因を除くと堅調な推移を維持。

**4月足元動向：**国内外顧客共に堅調で、前年比8.9%増(4/16時点)。

### 【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：9店、②変化なし：4店、③減少した：4店
- (3) 3月歳時記(ホワイトデー、卒業・入学、新生活)の売上(同上/有効回答数7店舗)
  - ①増加した：1店、②変化なし：6店、③減少した：0店

## 東京地区百貨店 売上高速報 2026年3月

	売上高(千円)	構成比(%)	対前年増減(-)率(%)
<b>総 額</b>	<b>153,570,698</b>	<b>100.0</b>	<b>4.7</b>
紳士服・洋品	11,012,647	7.2	2.5
婦人服・洋品	26,273,140	17.1	8.4
子供服・洋品	3,353,962	2.2	-12.4
その他衣料品	1,542,887	1.0	-2.2
<b>衣 料 品</b>	<b>42,182,636</b>	<b>27.5</b>	<b>4.4</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>27,034,216</b>	<b>17.6</b>	<b>6.7</b>
化粧品	16,095,840	10.5	-9.0
美術・宝飾・貴金属	20,101,281	13.1	27.3
その他雑貨	4,509,011	2.9	2.1
<b>雑 貨</b>	<b>40,706,132</b>	<b>26.5</b>	<b>7.4</b>
家 具	2,839,911	1.8	25.6
家 電	1,330,864	0.9	8.6
その他家庭用品	3,392,975	2.2	-7.8
<b>家 庭 用 品</b>	<b>7,563,750</b>	<b>4.9</b>	<b>5.6</b>
生 鮮 食 品	2,963,507	1.9	-5.7
菓 子	11,417,106	7.4	5.4
惣 菜	6,148,043	4.0	4.0
その他食料品	8,477,314	5.5	-4.5
<b>食 料 品</b>	<b>29,005,970</b>	<b>18.9</b>	<b>0.9</b>
<b>食 堂 喫 茶</b>	<b>2,257,157</b>	<b>1.5</b>	<b>2.2</b>
<b>サ ー ビ ス</b>	<b>1,974,917</b>	<b>1.3</b>	<b>-9.5</b>
<b>そ の 他</b>	<b>2,845,920</b>	<b>1.9</b>	<b>1.6</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	1,377,069 千円	-9.0
従 業 員 数	12,122 人	-3.1
店 舗 面 積	673,962 m <sup>2</sup>	0.7

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った。

その他の品目は、紳士服・洋品が2か月連続、婦人服・洋品が7か月連続、美術・宝飾・貴金属、菓子、惣菜が8か月連続でプラスとなった一方、化粧品が2か月連続、生鮮食品が24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>4.7</b>	<b>—</b>	<b>3か月連続プラス</b>
紳士服・洋品	2.5	0.2	2か月連続プラス
婦人服・洋品	8.4	1.4	7か月連続プラス
子供服・洋品	-12.4	-0.3	2か月ぶりマイナス
その他衣料品	-2.2	-0.0	2か月ぶりマイナス
<b>衣料品</b>	<b>4.4</b>	<b>1.2</b>	<b>3か月連続プラス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>6.7</b>	<b>1.2</b>	<b>5か月ぶりプラス</b>
化粧品	-9.0	-1.1	2か月連続マイナス*
美術・宝飾・貴金属	27.3	2.9	8か月連続プラス*
その他雑貨	2.1	0.1	7か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>7.4</b>	<b>1.9</b>	<b>7か月連続プラス</b>
家具	25.6	0.4	2か月ぶりプラス
家電	8.6	0.1	2か月ぶりプラス
その他家庭用品	-7.8	-0.2	5か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>5.6</b>	<b>0.3</b>	<b>5か月ぶりプラス</b>
生鮮食品	-5.7	-0.1	24か月連続マイナス*
菓子	5.4	0.4	8か月連続プラス*
惣菜	4.0	0.2	8か月連続プラス*
その他食料品	-4.5	-0.3	7か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>0.9</b>	<b>0.2</b>	<b>3か月連続プラス</b>
<b>食堂喫茶</b>	<b>2.2</b>	<b>0.0</b>	<b>6か月連続プラス</b>
<b>サービス</b>	<b>-9.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>2か月ぶりマイナス</b>
<b>その他</b>	<b>1.6</b>	<b>0.0</b>	<b>3か月ぶりプラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-9.0</b>	<b>-0.1</b>	<b>25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>