



14時30分解禁

## 2026年1月 全国百貨店売上高概況

2026年2月25日

### I. 概況

1. 売上高総額	4,915億円余
2. 前年同月比(増減率)	
(1) 全 国	2.3%(2か月ぶりプラス)
① 10都市(10地区)	2.9%(2か月ぶりプラス)
② 10都市以外(7地区)	-0.1%(3か月連続マイナス)
(2) 国 内	5.5%(6か月連続プラス)
(3) インバウンド(免税売上)	-19.1%(3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】

1月は売上高(2.3%増/2か月ぶり)、入店客数(1.6%増/4か月連続)共に前年実績を上回った。国内顧客売上が好調に推移し、インバウンド売上の減少分をカバーした。ラグジュアリーブランドや時計、宝飾品等が売上を牽引したほか、各社企画の外商顧客向け催事やイベントも売上と集客に寄与した。初商は本年も一部店舗で年始の休業日増による後ろ倒しを実施したが、食料品を中心に盛況だった。

**インバウンド(免税売上)**：春節休暇の月ズレ(昨年1/28~2/4、本年2/15~2/23)や、中国の訪日渡航自粛要請による航空便数減少等から、売上高501億円(19.1%減/3か月連続/シェア10.2%)、購買客数46.8万人(21.0%減/3か月連続)と共にマイナス。

**国内市場**：ラグジュアリーブランドや宝飾品等の高額品好調で前月より4.9ポイントアップし、5.5%増(シェア89.8%)と6か月連続のプラス。10都市は7.2%増(札幌、広島を除く8地区プラス)、地方(10都市以外の7地区)も0.1%増と3か月ぶりにプラス転換。

**都市(10都市)** **[免税売上含む]**：9地区で対前年プラス。高付加価値商材や婦人服・洋品、菓子が好調に推移。札幌は前年高伸反動影響によりマイナス。

**地方(10都市以外の7地区)** **[免税売上含む]**：関東、近畿、四国の3地区で対前年プラス。美術・宝飾・貴金属は二桁増。

**商品別**：主要5品目のうち、身のまわり品、雑貨、食料品の3品目で対前年プラス。主力の衣料品は、紳士服、子供服は苦戦も、婦人服は気温低下に伴いコート等重衣料やニットやセータ等防寒アイテムが稼働。時計、宝飾品は一部ブランドの価格改定前の駆け込み需要もあり好調に推移。化粧品も同様に一部ブランドで価格改定前の駆け込みが見られた。食料品では生鮮食品が22か月連続減と苦戦が続くが、菓子は手土産のほか、月中旬からのバレンタイン催事が活況で高伸。

#### 【要因・その他】

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

◇上旬と下旬は冬型の気圧配置となりやすく、北・東・西日本日本海側を中心に大雪となった所があった。平均気温は、北日本では低く、東日本、西日本では平年並だった。降水量は、北・東日本日本海側でかなり多かった一方、東・西日本太平洋側、西日本日本海側はかなり少なかった。日照時間は、東・西日本太平洋側、西日本日本海側でかなり多かった。

(2) **営業日数増減** 29.4日(前年同月比 -0.3日)

(3) **土・日・祝日の合計** 11日( " 土曜1日増)

(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102店舗)

①増加した：39店、②変化なし：29店、③減少した：34店

(5) **調査対象百貨店** 70社 176店(前年12月対比：±0店)(前年同月比：-3店)

(6) **総店舗面積** 4,462,043㎡(前年同月比：-1.0%)



## 全国百貨店 売上高速報 2026年1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 (%) ※
<b>全国</b>	<b>491,589,346</b>	<b>100.0</b>	<b>2.3</b>
<b>10都市</b>	<b>388,350,976</b>	<b>79.0</b>	<b>2.9</b>
札幌	14,887,595	3.0	-9.3
仙台	6,375,076	1.3	1.9
東京	145,685,536	29.6	2.0
横浜	31,146,423	6.3	8.0
名古屋	39,232,993	8.0	7.9
京都	23,269,498	4.7	2.0
大阪	86,059,625	17.5	3.5
神戸	13,080,607	2.7	7.6
広島	6,804,169	1.4	0.1
福岡	21,809,454	4.4	0.6
<b>10都市以外の地区</b>	<b>103,238,370</b>	<b>21.0</b>	<b>-0.1</b>
東北	3,653,920	0.7	-6.1
関東	48,017,078	9.8	1.1
中部	5,550,520	1.1	-8.5
近畿	16,229,451	3.3	2.4
中国	7,872,890	1.6	-0.5
四国	5,892,107	1.2	5.5
九州	16,022,404	3.3	-2.8

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 (%) ※
<b>総 額</b>	<b>491,589,346</b>	<b>100.0</b>	<b>2.3</b>
紳士服・洋品	27,279,966	5.5	-3.1
婦人服・洋品	98,555,482	20.0	0.2
子供服・洋品	6,717,738	1.4	-3.5
その他衣料品	6,360,138	1.3	-9.5
<b>衣 料 品</b>	<b>138,913,324</b>	<b>28.3</b>	<b>-1.2</b>
身のまわり品	88,364,271	18.0	0.4
化粧品	40,638,228	8.3	0.2
美術・宝飾・貴金属	56,331,135	11.5	17.7
その他雑貨	12,712,660	2.6	3.8
<b>雑 貨</b>	<b>109,682,023</b>	<b>22.3</b>	<b>8.9</b>
家具	3,459,752	0.7	-1.9
家電	1,403,581	0.3	-0.9
その他家庭用品	10,238,634	2.1	-4.3
<b>家 庭 用 品</b>	<b>15,101,967</b>	<b>3.1</b>	<b>-3.5</b>
生鮮食品	15,869,648	3.2	-1.2
菓子	41,144,663	8.4	9.3
惣菜	24,854,587	5.1	1.9
その他食料品	31,974,936	6.5	-0.8
<b>食 料 品</b>	<b>113,843,834</b>	<b>23.2</b>	<b>3.2</b>
食堂 喫茶	10,128,762	2.1	-0.3
サ ー ビ ス	3,608,566	0.7	-8.2
そ の 他	11,946,599	2.4	6.2
<b>商 品 券</b>	<b>3,801,632</b>	<b>0.8</b>	<b>-9.1</b>

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】

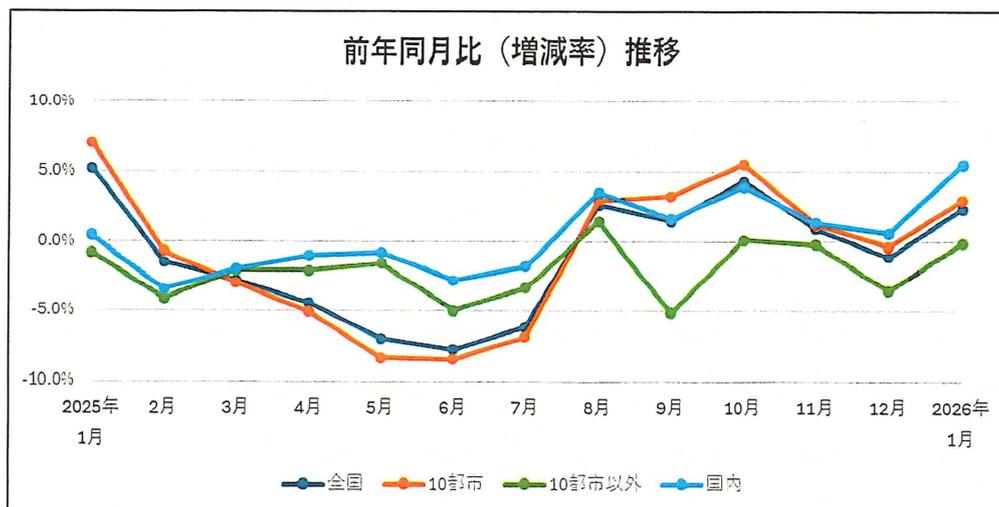
地区	売上前年比 (増減率)	寄与度	トレンド
<b>10都市</b>	<b>2.9</b>	<b>2.3</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
札幌	-9.3	-0.3	3か月連続マイナス
仙台	1.9	0.0	3か月ぶりプラス
東京	2.0	0.6	3か月ぶりプラス
横浜	8.0	0.5	2か月連続プラス
名古屋	7.9	0.6	6か月連続プラス
京都	2.0	0.1	2か月ぶりプラス
大阪	3.5	0.6	2か月ぶりプラス
神戸	7.6	0.2	6か月連続プラス
広島	0.1	0.0	2か月ぶりプラス
福岡	0.6	0.0	2か月ぶりプラス
<b>10都市以外の地区</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.0</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
東北	-6.1	-0.0	6か月連続マイナス*
関東	1.1	0.1	3か月ぶりプラス
中部	-8.5	-0.1	12か月連続マイナス
近畿	2.4	0.1	2か月ぶりプラス
中国	-0.5	-0.0	2か月連続マイナス*
四国	5.5	0.1	2か月ぶりプラス
九州	-2.8	-0.1	5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 1月	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
全 国	5.2	-1.5	-2.8	-4.5	-7.0	-7.8	-6.2	2.6	1.4	4.3	0.9	-1.1	2.3
10 都 市	7.0	-0.7	-3.0	-5.1	-8.4	-8.5	-6.9	2.9	3.2	5.5	1.2	-0.4	2.9
10都市以外	-0.8	-4.2	-2.1	-2.1	-1.6	-5.0	-3.4	1.4	-5.2	0.1	-0.2	-3.6	-0.1
国 内	0.4	-3.5	-2.0	-1.0	-0.8	-2.8	-1.8	3.5	1.6	3.9	1.3	0.6	5.5





## Ⅲ. 商品別の動き

主要5品目は身のまわり品、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、化粧品が2か月ぶり、美術・宝飾・貴金属、菓子が6か月連続で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>2.3</b>	<b>—</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
紳士服・洋品	-3.1	-0.2	2か月連続マイナス
婦人服・洋品	0.2	0.0	2か月ぶりプラス
子供服・洋品	-3.5	-0.1	3か月連続マイナス
その他衣料品	-9.5	-0.1	3か月連続マイナス
<b>衣料品</b>	<b>-1.2</b>	<b>-0.3</b>	<b>2か月連続マイナス</b>
<b>身のまわり品</b>	<b>0.4</b>	<b>0.1</b>	<b>3か月ぶりプラス</b>
化粧品	0.2	0.0	2か月ぶりプラス*
美術・宝飾・貴金属	17.7	1.8	6か月連続プラス*
その他雑貨	3.8	0.1	9か月連続プラス*
<b>雑貨</b>	<b>8.9</b>	<b>1.9</b>	<b>6か月連続プラス</b>
家具	-1.9	-0.0	3か月連続マイナス
家電	-0.9	-0.0	4か月連続マイナス
その他家庭用品	-4.3	-0.1	3か月連続マイナス
<b>家庭用品</b>	<b>-3.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>3か月連続マイナス</b>
生鮮食品	-1.2	-0.0	22か月連続マイナス*
菓子	9.3	0.7	6か月連続プラス*
惣菜	1.9	0.1	4か月連続プラス*
その他食料品	-0.8	-0.1	3か月連続マイナス*
<b>食料品</b>	<b>3.2</b>	<b>0.7</b>	<b>2か月ぶりプラス</b>
食堂喫茶	-0.3	-0.0	2か月連続マイナス
サービス	-8.2	-0.1	3か月ぶりマイナス
<b>その他</b>	<b>6.2</b>	<b>0.1</b>	<b>2か月連続プラス</b>
<b>商品券</b>	<b>-9.1</b>	<b>-0.1</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。



## 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け込み需要があり、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け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>
食 堂 喫 茶	2,112,081	1.4	3.1
サ ー ビ ス	1,682,420	1.2	-16.1
<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>
身のまわり品	-4.7	-0.9	3か月連続マイナス
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>
食堂喫茶	3.1	0.0	4か月連続プラス
サービス	-16.1	-0.2	3か月ぶりマイナス
<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>