

2024年3月度 高島屋営業報告

2022年3月から「収益認識に関する会計基準」を適用しておりますが、営業報告で開示する売上高につきましては、従来の基準（総額売上高）で開示しております。

〔売上高 総計〕

(前年比 単位:%)

株 高 島 屋 計 ※1	+17.7	株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+16.8
-----------------	-------	------------------------------------	-------

〔店舗・事業部別 概況〕

(前年比 単位:%)

	売上高	入店客数		売上高	入店客数
大 阪 店	+36.2	+14.2	株 高 島 屋 各 店 計	+21.2	+8.2
堺 店	+0.4	+0.7	岡 山 高 島 屋	△5.4	+5.6
京 都 店 ※2	+27.6	+28.8	岐 阜 高 島 屋	+7.7	+4.2
泉 北 店	+1.2	△2.8	高 崎 高 島 屋	+10.4	+10.0
日 本 橋 店	+23.6	+4.8	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+20.0	+8.1
横 浜 店	+14.0	+3.7	法 人 事 業	△18.4	
新 宿 店	+16.0	+7.6	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△21.3	
玉 川 店	+20.6	+5.6			
大 宮 店	+1.3	+14.1			
柏 店 ※3	+3.9	△0.5			

※1. 株高島屋の売上高は、株高島屋各店、法人事業、クロスメディア事業を含みます。

※2. 京都店は「洛西店」の売上を含みます。また、2023年9月からレストラン街の運営を子会社に移管したため、それを調整した実質では前年比+30.9%となります。

※3. 「タカシマヤ フードメゾン おおたかの森店」の売上高と入店客数をそれぞれ含みます。

〔商品別売上高〕

(前年比 単位:%)

	株高島屋	株高島屋 および 国内百貨店子会社		株高島屋	株高島屋 および 国内百貨店子会社		株高島屋	株高島屋 および 国内百貨店子会社
衣料品	+12.1	+10.9	食料品	+4.5	+4.6	サービス	△2.2	△1.8
紳士服・洋品	+5.3	+6.4	生鮮食品	+1.9	+1.8	その他	△6.7	△6.7
婦人服・洋品	+12.0	+10.4	菓 子	+5.1	+5.0			
子供服・洋品	+29.9	+24.9	惣 菜	+2.0	+2.5	合 計	+17.7	+16.8
その他衣料品	+5.6	+8.3	そ の 他	+8.1	+8.3			
身のまわり品	+39.0	+36.1	食 堂 ・ 喫 茶	△15.5	△14.0			
家庭用品	+2.3	+2.9	雑 貨	+35.0	+34.0			
家 具	+30.5	+30.0	化 粧 品	+31.8	+31.2			
家 電	△30.2	△29.5	美 術 ・ 宝 飾 品 ・ 貴 金 属	+60.5	+58.5			
その他家庭用品	△0.3	+0.5	そ の 他	△21.2	△20.9			

○百貨店売上高（※既存店対比）は、前年比+20.0%、2019年比+16.4%、2018年比+18.2%といずれも上回りました。

国内顧客は、スカーフなどの春物雑貨や卒入入学式をはじめとするオケージョン対応の衣料品（ワンピースなど）が堅調に推移しました。

また、インバウンドは、ラグジュアリーブランドを中心とする高額品が売上高を押し上げ、単月としては過去最高を更新しました。

	前年比	2019年比	2018年比
店頭売上高	+20.0%	+13.2% (※+16.4%)	+14.6% (※+18.2%)
免税売上高	+168.8%	+63.8% (※+64.3%)	+75.8% (※+76.5%)
免税を除いた店頭売上高	+11.2%	+8.4% (※+11.7%)	+9.2% (※+12.8%)

○法人事業は、前年の大口受注の反動等もあり、前年実績を下回りました。

クロスメディア事業は、売上高の計上方法変更等の影響により、前年実績を下回りました。

○4月の店頭売上高（14日までの累計）は、前年比+13.9%、免税売上高は、前年比+167.9%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+1.5%で推移しています。