

## 2024年6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	+17.3	株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+17.2
-----------------	-------	------------------------------------	-------

### 〔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	+25.8	+5.5	E C 店	+11.2	-
堺 店	△0.9	+0.9	株 高 島 屋 各 店 計	+16.9	+8.9
京 都 店 ※2	+23.9	+28.9	岡 山 高 島 屋	+0.2	+5.3
泉 北 店	+2.0	+1.8	岐 阜 高 島 屋	+44.2	+28.9
日 本 橋 店	+18.8	+4.3	高 崎 高 島 屋	+12.0	+8.9
横 浜 店	+10.5	+7.8	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+16.8	+9.1
新 宿 店	+22.3	+14.2	法 人 事 業	+36.0	
玉 川 店	+8.2	+6.2	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△10.7	
大 宮 店	△0.9	+7.2			
柏 店 ※3	+1.0	+6.1			

※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+26.6%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	+15.9	+15.4	食料品	+4.3	+4.3	サービス	+4.6	+4.9
紳士服・洋品	+9.7	+10.3	生鮮食品	+0.3	+0.2	その他	+21.5	+20.6
婦人服・洋品	+18.3	+17.5	菓 子	+7.9	+7.7			
子供服・洋品	+17.4	+17.7	惣 菜	+6.9	+7.3	合 計	+17.3	+17.2
その他衣料品	+4.1	+4.6	そ の 他	+0.7	+0.8			
身のまわり品	+37.9	+37.2	食 堂 ・ 喫 茶	△9.8	△7.4			
家庭用品	+10.8	+12.2	雑 貨	+25.1	+25.6			
家 具	△4.9	△2.8	化 粧 品	+21.6	+21.3			
家 電	+37.0	+37.2	美 術 ・ 宝 飾 品 ・ 貴 金 属	+31.7	+33.4			
その他家庭用品	+11.2	+12.8	そ の 他	+11.7	+11.5			

○百貨店売上高（※既存店対比）は、前年比+16.8%、2019年比+20.6%、2018年比+21.7%といずれも上回りました。国内顧客は、梅雨に入ったことで晴雨兼用傘や、寒暖差対応のジャケットなどに動きが見られました。また、インバウンドは、引き続きラグジュアリーブランドを中心とする高額品が伸長し、全体を押し上げました。

	前年比	2019年比	2018年比
店頭売上高	+16.8%	+16.9% (※+20.6%)	+17.7% (※+21.7%)
免税売上高	+119.6%	+158.3% (※+158.8%)	+137.2% (※+138.2%)
免税を除いた店頭売上高	+7.8%	+6.5% (※+10.1%)	+8.0% (※+12.0%)

○法人事業は、受注が堅調に推移したことにより、前年実績を上回りました。クロスメディア事業は、通販カタログの計画的な部数、ページ数の削減影響により前年実績を下回ったものの、想定内で推移しました。○7月の店頭売上高（15日までの累計）は、前年比+9.2%、免税売上高は、前年比+89.6%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+1.8%で推移しています。