

## 2024年10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:%)

㈱ 高島屋 計	※1	+3.6	㈱ 高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+1.4
			㈱ 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2 +3.3

### 〔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	+3.6	+3.1	E C 店	+5.7	-
堺 店	△3.0	△0.1	㈱ 高島屋 各店 計	+3.0	△0.5
京 都 店	※3 +6.7	△1.7	岡 山 高 島 屋	△8.0	+3.3
泉 北 店	△4.6	△4.2	高 崎 高 島 屋	+0.4	+12.1
日 本 橋 店	+5.8	+0.2	㈱ 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+0.6	△1.7
横 浜 店	+2.3	+2.5	㈱ 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2 +2.7	△0.2
新 宿 店	+7.5	+3.0	法 人 事 業	+26.0	
玉 川 店	△10.3	△3.3	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△11.7	
大 宮 店	△8.2	△0.8			
柏 店	※4 △2.6	△10.2			

- ※1. ㈱高島屋の売上高は、㈱高島屋各店、法人事業、クロスメディア事業を含みます。
- ※2. 2024年7月に営業を終了した岐阜高島屋の前年実績を控除しています。
- ※3. 京都店は「洛西店」の売上高を含みます。
- ※4. 「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:%)

	㈱高島屋	㈱高島屋 および 国内百貨店子会社		㈱高島屋	㈱高島屋 および 国内百貨店子会社		㈱高島屋	㈱高島屋 および 国内百貨店子会社
衣料品	+2.1	△0.7	食料品	+1.6	△0.9	サービス	△13.3	△14.2
紳士服・洋品	△5.3	△6.8	生鮮食品	△5.1	△7.1	その他	+53.4	+49.4
婦人服・洋品	+5.5	+2.2	菓 子	+2.4	△0.2			
子供服・洋品	△2.7	△4.9	惣 菜	+1.4	△0.7	合 計	+3.6	+1.4
その他衣料品	△12.8	△14.1	そ の 他	+5.0	+1.5			
身のまわり品	+5.9	+4.4	食 堂 ・ 喫 茶	+4.2	+1.1			
家庭用品	△0.4	△3.2	雑 貨	+3.0	+1.2			
家 具	△26.8	△26.2	化 粧 品	+9.1	+6.4			
家 電	+19.2	+17.2	美 術 ・ 宝 飾 品 ・ 貴 金 属	△3.2	△4.0			
その他家庭用品	+8.2	+3.4	そ の 他	+2.5	△0.3			

- 百貨店売上高（※既存店対比）は前年比+0.6%（※+2.7%）と上回りました。  
 免税売上高は「国慶節」期間中の客数増加もあり、+35.1%（9月度+20.4%）で推移、全体を押し上げました。一方、免税を除いた店頭売上高は△3.6%（※△1.4%）と気温が高かったこともあり、婦人服、紳士服などの動きが弱く、前年実績を下回りました。  
 前年比  
 店頭売上高 +0.6%（※+2.7%）  
 免税売上高 +35.1%（※+35.1%）  
 免税を除いた店頭売上高 △3.6%（※△1.4%）
- 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りました。
- 11月の店頭売上高（14日までの累計 ※既存店対比）は、前年比+8.3%、免税売上高は、前年比+29.1%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+6.0%で推移しています。