

2025年1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	+8.4	㈱ 高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+6.3
			㈱ 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2 +8.0

〔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	+7.1	△2.4	E C 店	+16.9	-
堺 店	△0.9	△3.0	㈱ 高島屋 各店 計	+8.1	△4.1
京 都 店	※3 +18.4	△4.2	岡 山 高 島 屋	△8.2	△4.3
泉 北 店	△3.1	△9.1	高 崎 高 島 屋	+5.9	△1.9
日 本 橋 店	+10.4	△0.7	㈱ 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+5.8	△5.4
横 浜 店	+3.4	△3.4	㈱ 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2 +7.6	△4.1
新 宿 店	+14.5	△1.0	法 人 事 業	+24.9	
玉 川 店	+1.3	△2.6	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△15.1	
大 宮 店	△0.6	△4.7			
柏 店	※4 △3.4	△14.2			

- ※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」の売上高と入店客数をそれぞれ含みます。
 ※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	+6.6	+4.3	食料品	+1.4	△1.0	サービス	△6.8	△7.3
紳士服・洋品	+8.0	+5.9	生鮮食品	△1.4	△4.7	その他	+189.2	+183.7
婦人服・洋品	+7.1	+4.7	菓 子	+3.2	+0.7			
子供服・洋品	△0.8	△2.6	惣 菜	+1.9	+0.5	合 計	+8.4	+6.3
その他衣料品	+3.0	+1.0	そ の 他	△0.2	△3.6			
身のまわり品	+6.7	+5.6	食 堂 ・ 喫 茶	+1.6	△1.3			
家庭用品	+5.8	+2.9	雑 貨	+10.6	+8.6			
家 具	△20.3	△19.7	化 粧 品	+11.2	+8.4			
家 電	+11.0	+8.2	美 術 ・ 宝 飾 品 ・ 貴 金 属	+8.9	+7.9			
その他家庭用品	+13.3	+9.1	そ の 他	+14.8	+12.0			

○百貨店売上高の前年比(※既存店対比)におきまして、店頭売上高+5.8%(※+7.6%)、免税売上高+45.7%、免税を除いた店頭売上高+0.9%(※+2.9%)といずれも上回りました。

国内顧客では、紳士・婦人コートなど正価品が堅調に推移しました。また「春節」期間中の客数増加もあり、インバウンドが伸長、全体を押し上げました。

○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、衣料品などのファッションが堅調に推移し、想定を上回りました。

○2月の店頭売上高(13日までの累計 ※既存店対比)は、前年比+5.9%、免税売上高は、前年比+41.7%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+0.9%で推移しています。