



2025年2月18日

各位

会社名 株式会社 高島屋
 代表者名 取締役社長 村田 善郎
 (コード番号 8233 東証プライム市場)
 問合せ先 広報・IR室長 黒須 修一郎
 (TEL. 03-3211-4111)

(訂正) 「2025年1月度 高島屋営業報告」の一部訂正について

2025年2月14日に公表いたしました「2025年1月度 高島屋営業報告」におきまして、前年比の一部に訂正すべき事項がありましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

記

1. 訂正の内容 (訂正箇所には下線を付しております。)

商品別売上高の前年比(%) ※合計の前年比は訂正なし

【訂正前】

	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	+6.6	+4.3	食料品	+1.4	<u>△1.0</u>	サービス	<u>△6.8</u>	<u>△7.3</u>
紳士服・洋品	+8.0	+5.9	生鮮食品	<u>△1.4</u>	<u>△4.7</u>	その他	<u>+189.2</u>	<u>+183.7</u>
婦人服・洋品	+7.1	+4.7	菓子	+3.2	+0.7			
子供服・洋品	<u>△0.8</u>	<u>△2.6</u>	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	<u>△0.2</u>	<u>△3.6</u>			
身のまわり品	+6.7	+5.6	食堂・喫茶	+1.6	<u>△1.3</u>			
家庭用品	+5.8	+2.9	雑貨	+10.6	+8.6			
家具	<u>△20.3</u>	<u>△19.7</u>	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			

【訂正後】

	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	+7.2	+4.4	食料品	+2.0	<u>△0.2</u>	サービス	<u>△0.7</u>	<u>△1.2</u>
紳士服・洋品	<u>△0.3</u>	<u>△2.1</u>	生鮮食品	<u>△2.8</u>	<u>△5.2</u>	その他	<u>+26.9</u>	<u>+24.4</u>
婦人服・洋品	+10.1	+6.8	菓子	+2.6	<u>△0.1</u>	合 計	+8.4	+6.3
子供服・洋品	+1.7	<u>△0.3</u>	惣菜	+1.6	+0.2			
その他衣料品	<u>△0.8</u>	<u>△1.1</u>	その他	+4.7	+2.3			
身のまわり品	+12.5	+11.6	食堂・喫茶	<u>△3.5</u>	<u>△6.5</u>			
家庭用品	+1.9	<u>△0.2</u>	雑貨	+16.0	+13.3			
家具	<u>△20.9</u>	<u>△21.1</u>	化粧品	+6.9	+4.2			
家電	+26.5	+25.1	美術・宝飾品・貴金属	+29.2	+27.1			
その他家庭用品	+6.5	+3.7	その他	+8.0	+5.3			

2. 訂正の理由

「2025年1月度 高島屋営業報告」公表後、記載内容に誤りがあることが判明しましたので、訂正いたします。

以上

【訂正前】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:%)	
株式会社高島屋 計	※1	+8.4	
株式会社高島屋 および 国内百貨店子会社 計		+6.3	
株式会社高島屋 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	株式会社高島屋 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	株式会社高島屋 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	株式会社高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2	+7.6
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. 株式会社高島屋の売上高は、株式会社高島屋各店、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:%)

		株式会社高島屋	株式会社高島屋 および 国内百貨店子会社			株式会社高島屋	株式会社高島屋 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
紳士服・洋品		+8.0	+5.9	生鮮食品		△1.4	△4.7
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
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
				サービス		△6.8	△7.3
				その他		+189.2	+183.7
				合計		+8.4	+6.3

○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、インパウンドが伸長、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。

【訂正後】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	+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	+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	+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	+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	△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	+7.2	+4.4	食料品	+2.0	△0.2	サービス	△0.7	△1.2
紳士服・洋品	△0.3	△2.1	生鮮食品	△2.8	△5.2	その他	+26.9	+24.4
婦人服・洋品	+10.1	+6.8	菓子	+2.6	△0.1	合計	+8.4	+6.3
子供服・洋品	+1.7	△0.3	惣菜	+1.6	+0.2			
その他衣料品	△0.8	△1.1	その他	+4.7	+2.3			
身のまわり品	+12.5	+11.6	食堂・喫茶	△3.5	△6.5			
家庭用品	+1.9	△0.2	雑貨	+16.0	+13.3			
家具	△20.9	△21.1	化粧品	+6.9	+4.2			
家電	+26.5	+25.1	美術・宝飾品・貴金属	+29.2	+27.1			
その他家庭用品	+6.5	+3.7	その他	+8.0	+5.3			

○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、インパウンドが伸長、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。