

2025年2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	+1.1	
㈱ 高島屋 および 国内百貨店子会社 計		△1.0	
㈱ 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2	+0.7	

〔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	△2.2	E C 店	+27.9	-
堺 店		△5.3	△5.5	㈱ 高島屋 各店 計	△0.1	△3.4
京 都 店	※3	△2.9	△4.2	岡 山 高 島 屋	△10.9	△3.4
泉 北 店		△6.6	△7.6	高 崎 高 島 屋	△3.8	△5.0
日 本 橋 店		+8.1	+1.2	㈱ 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	△2.3	△4.7
横 浜 店		△1.9	△1.5	㈱ 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2	△0.5
新 宿 店		+5.3	+0.6	法 人 事 業	+29.4	
玉 川 店		+3.8	+1.4	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△11.6	
大 宮 店		△4.6	+2.9			
柏 店	※4	△7.2	△17.9			

- ※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
衣料品		+0.8	△1.8
紳士服・洋品		+0.5	△1.4
婦人服・洋品		+2.1	△0.7
子供服・洋品		△5.0	△7.1
その他衣料品		△12.1	△14.8
身のまわり品		+0.5	△0.2
家庭用品		+1.8	△0.9
家 具		△77.0	△68.4
家 電		+13.9	+13.1
その他家庭用品		+12.1	+7.6
食料品		+2.2	△0.5
生鮮食品		△3.5	△5.9
菓 子		+0.6	△2.9
惣 菜		+0.9	△0.7
そ の 他		+9.3	+6.8
食堂・喫茶		△0.5	△3.7
雑貨		△0.2	△2.2
化 粧 品		+13.0	+9.8
美術・宝飾品・貴金属		△16.3	△17.2
そ の 他		△3.5	△5.7
サービス		△10.8	△11.1
その他		+8.7	+7.8
合 計		+1.1	△1.0

- 百貨店売上高の前年比(※既存店対比)におきましては、店頭売上高△2.3%(※△0.5%)、免税売上高+11.4%、免税を除いた店頭売上高△4.5%(※△2.5%)となりました。
- 国内顧客売上高は、前年の「閏年」反動に加え、気温が低かったこともあり、紳士服、婦人服など春物の動きが弱く、前年実績を下回りました。
- 免税売上高は、2月度における「春節」日数減(前年増減△4日間)の影響がありましたが、前年実績を上回りました。
- なお、本年1月28日～2月4日、前年2月10日～2月17日の「春節」期間対比では前年比+28.4%となりました。
- 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。
- 3月の店頭売上高(13日までの累計 ※既存店対比)は、前年比△0.6%、免税売上高は、前年比△9.4%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+0.5%で推移しています。