

2025年4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〕

株 高 島 屋 計	※1	△4.6
-----------	----	------

(前年比 単位: %)

株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	△6.1
株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 既 存 店 計	※2 △4.4

〔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	△14.2	+5.6	E C 店	+4.2	-
堺 店	△2.9	△1.9	株 高 島 屋 各 店 計	△5.1	+2.1
京 都 店	※3	△4.6	岡 山 高 島 屋	+1.5	+2.5
泉 北 店	△5.3	△3.4	高 崎 高 島 屋	+0.2	+4.4
日 本 橋 店	+2.1	+3.6	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	△6.6	+0.6
横 浜 店	△3.3	+3.0	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 既 存 店 計	※2	△4.8
新 宿 店	△5.0	+1.2	法 人 事 業	+4.9	
玉 川 店	+2.6	+11.2	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△6.7	
大 宮 店	+5.6	+3.6			
柏 店	※4	+0.1			
		△11.4			

※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. 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	△3.5	△5.0	食料品	+7.3	+4.3	サービス	△1.5	△2.0
紳士服・洋品	△8.5	△10.1	生鮮食品	+0.6	△1.6	その他	+13.0	+10.4
婦人服・洋品	△2.6	△3.9	菓 子	+7.4	+5.2			
子供服・洋品	+3.4	+0.1	惣 菜	+4.2	+2.6	合 計	△4.6	△6.1
その他衣料品	△7.7	△9.2	そ の 他	+14.4	+8.4			
身のまわり品	△16.1	△16.1	食堂・喫茶	+7.5	+4.0			
家庭用品	△9.5	△11.1	雑貨	△3.3	△5.1			
家 具	△31.0	△29.7	化 粧 品	+5.5	+3.4			
家 電	+28.3	+29.3	美術・宝飾品・貴金属	△11.9	△13.7			
その他家庭用品	△9.0	△12.6	そ の 他	△2.3	△4.3			

○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△6.6%(※△4.8%)、免税売上高△32.5%、免税を除いた店頭売上高△0.9%(※+1.4%)となりました。

○国内顧客売上高は、物産展等の食料品催事が堅調に推移したこともあり、既存店対比で前年実績を上回りました。

○免税売上高について、化粧品やスポーツ用品は前年からプラスとなりましたが、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品がマイナスとなった影響が大きく、前年実績を下回り、百貨店売上高全体の前年比を押し下げました。

○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や食料品が堅調に推移し、想定を上回りました。

○5月の店頭売上高(14日までの累計 ※既存店対比)は、前年比△4.3%、免税売上高は、前年比△44.4%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+5.3%で推移しています。