

2025年7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	△5.2
-----------	----	------

(前年比 単位: %)

株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	△7.8
株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 既 存 店 計	※2 △5.1

〔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	△4.0	+7.2	E C 店	+7.5	-
堺 店	△4.8	△2.8	株 高 島 屋 各 店 計	△3.9	+0.0
京 都 店	※3	△1.4	岡 山 高 島 屋	△5.7	+2.2
泉 北 店	△2.7	△2.0	高 崎 高 島 屋	+1.1	△0.9
日 本 橋 店	△1.4	△1.8	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	△6.7	△2.2
横 浜 店	△4.0	+0.1	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 既 存 店 計	※2	+0.0
新 宿 店	△8.2	△0.0	法 人 事 業	△27.8	
玉 川 店	+4.7	+7.5	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	+1.4	
大 宮 店	△0.7	+1.0			
柏 店	※4	△16.0			

※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31日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	△0.5	△3.9	食料品	+0.3	△2.6	サービス	+16.5	+15.9
紳士服・洋品	△7.5	△11.5	生鮮食品	△2.9	△5.4	その他	△49.4	△48.7
婦人服・洋品	+1.2	△1.9	菓 子	+1.7	△1.4			
子供服・洋品	+1.3	△3.2	惣 菜	+1.4	△0.9	合 計	△5.2	△7.8
その他衣料品	△5.0	△8.0	そ の 他	△0.6	△4.1			
身のまわり品	△17.0	△17.8	食堂・喫茶	+7.1	+3.1			
家庭用品	△5.4	△10.7	雑貨	+5.5	+1.7			
家 具	+2.9	△2.3	化 粧 品	△0.5	△2.6			
家 電	△14.0	△15.3	美術・宝飾品・貴金属	+11.1	+5.8			
その他家庭用品	△6.9	△13.0	そ の 他	+8.0	+3.5			

○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△6.7%(※△3.8%)、免税売上高△33.0%、免税を除いた店頭売上高△2.1% (※+1.5%)となりました。

○国内顧客は、夏物衣料・雑貨に加え、宝飾品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。

インバウンド顧客は、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、店頭売上高全体を押し下げました。

○法人事業は、前年における大口受注の反動により前年実績を下回りましたが、想定通りに推移しております。

クロスメディア事業は、衣料品・生活雑貨が堅調に推移し、前年実績を上回りました。

○8月の店頭売上高(14日までの累計 ※既存店対比)は、前年比+1.1%、免税売上高は、前年比△17.1%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+4.2%で推移しています。