

2025年8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 高 島 屋 計	+1.1	株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+1.1
	※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	+8.6	+19.7	E C 店	+14.6	-
堺 店	△3.9	△1.8	株 高 島 屋 各 店 計	+5.2	+5.7
京 都 店	※2 +4.7	+5.3	岡 山 高 島 屋	+5.9	+5.5
泉 北 店	+1.0	△0.3	高 崎 高 島 屋	△0.8	+4.0
日 本 橋 店	+8.0	△5.5	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+5.1	+5.7
横 浜 店	+6.2	+9.1	法 人 事 業	△34.4	
新 宿 店	△3.2	+1.6	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△20.2	
玉 川 店	+5.7	+10.8			
大 宮 店	+13.7	+3.9			
柏 店	※3 +2.7	△10.4			

※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. 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。
 ※3. 「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		
衣料品	+5.1	+4.8	食料品	+7.8	+7.8
紳士服・洋品	+4.4	+1.4	生鮮食品	+2.7	+2.5
婦人服・洋品	+5.8	+5.9	菓 子	+11.1	+11.0
子供服・洋品	+10.8	+9.8	惣 菜	+9.7	+9.6
その他衣料品	△8.9	△8.6	そ の 他	+3.5	+3.8
身のまわり品	+1.3	+1.2	食 堂 ・ 喫 茶	+13.5	+13.2
家庭用品	+1.4	+1.6	雑 貨	+8.1	+8.2
家 具	△16.6	△18.6	化 粧 品	+7.7	+7.3
家 電	△9.6	△8.8	美 術 ・ 宝 飾 品 ・ 貴 金 属	+9.4	+10.0
その他家庭用品	+6.1	+6.7	そ の 他	+4.9	+5.2
			サ ー ビ ス	+20.3	+20.1
			そ の 他	△70.0	△68.7
			合 計	+1.1	+1.1

- 百貨店売上高の前年比におきましては、店頭売上高+5.1%、免税売上高△9.8%、免税を除いた店頭売上高+7.8%となりました。
- 国内顧客は、新規催事の開催にともなう入店客数の増加もあり、食料品、夏物衣料・雑貨等が堅調に推移、前年実績を上回りました。
 インバウンド顧客について、化粧品、婦人服、スポーツ用品等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。
 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りました。
- 9月の店頭売上高(15日までの累計)は、前年比+6.5%、免税売上高は、前年比△3.4%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+7.8%で推移しています。