

2025年12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	+3.4 ※1	株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計 +3.2

〔店舗・事業部別 概況〕

				(前年比 単位:%)
大 阪 店	+3.5	+2.2	E C 店	+10.8
堺 店	+24.2	+6.4	株 高 島 屋 各 店 計	+4.3
京 都 店	※2 +7.5	+1.2	岡 山 高 島 屋	△1.1
泉 北 店	△1.5	+3.1	高 崎 高 島 屋	△0.1
日 本 橋 店	+2.8	+2.7	株 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+4.1
横 浜 店	+5.7	+1.2	法 人 事 業	△18.5
新 宿 店	+0.4	△3.0	クロスメディア事業	+4.2
玉 川 店	+7.6	+7.1		
大 宮 店	△1.5	+0.5		
柏 店	※3 △0.8	+2.3		

※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〕

	(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	△1.2	△1.2	食料品	+0.5	+0.3	サービス	+10.9	+10.9
紳士服・洋品	△2.4	△2.9	生鮮食品	△1.4	△1.7	その他	+21.8	+21.3
婦人服・洋品	△0.0	+0.0	菓子	+4.7	+4.5			
子供服・洋品	△2.0	△2.0	惣菜	+0.8	+0.8			
その他衣料品	△13.1	△12.5	その他	△5.9	△6.0			
身のまわり品	+5.1	+4.8	食堂・喫茶	+4.6	+4.5			
家庭用品	△4.0	△3.9	雑貨	+10.9	+10.6			
家 具	+17.5	+15.7	化粧品	△0.6	△0.7			
家 電	△31.4	△29.9	美術・宝飾品・貴金属	+28.2	+28.2			
その他家庭用品	△3.8	△3.6	その 他	+2.6	+2.7			

○百貨店売上高の前年比におきましては、店頭売上高+4.1%、免税売上高△11.1%、免税を除いた店頭売上高+6.1%となりました。

○国内顧客は、気温の低下にともない冬物衣料・雑貨に動きがみられたことや、年末にかけ食料品が堅調に推移したことで前年実績を上回りました。

インバウンド顧客については、中国による「訪日自粛要請」の影響等もあり、前年実績を下回りました。

※上記の数値は、第3四半期決算に伴う売上高修正を反映しております。(11月度はマイナス、12月度は同額プラスの修正)

売上高修正を除く実質の前年比は以下のとおりです。

11月度: 店頭売上高+3.5% 免税を除いた店頭売上高+4.4%

12月度: " +2.5% " +4.2%

○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、通販カタログの受注が「おせち」を中心に堅調に推移したことで、前年実績を上回りました。

○1月の店頭売上高(14日までの累計 ※既存店対比)は、前年比+2.0%、免税売上高は、前年比△20.2%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+5.5%で推移しています。