

会社名 株式会社 高 島 屋
代表者名 取締役社長 村田 善 郎
コード番号 8233
連絡先 広報・IR室長 大江 真理子
TEL. 03-3211-4111

2026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〕

(前年比 単位: %)

㈱ 高 島 屋 計	※1 +7.4	㈱ 高 島 屋 および 国内百貨店子会社 計	+7.2
㈱ 高 島 屋 既存店 計	※2 +8.7	㈱ 高 島 屋 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2 +8.5

〔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	+6.1	△0.1	E C 店	+12.7	-
京 都 店	※3 +17.4	+8.5	㈱ 高 島 屋 各 店 計	+8.5	△1.5
泉 北 店	+11.2	+6.9	㈱ 高 島 屋 各 店 既存店 計	※2 +10.0	+2.6
日 本 橋 店	+16.9	+9.6	岡 山 高 島 屋	+7.3	+3.0
横 浜 店	+6.8	+0.7	高 崎 高 島 屋	+0.7	△3.0
新 宿 店	+12.0	△1.7	㈱ 高 島 屋 各 店 および 国内百貨店子会社 計	+8.3	△1.4
玉 川 店	+3.0	△1.1	㈱ 高 島 屋 各 店 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2 +9.7	+2.5
大 宮 店	+7.5	+0.3	法 人 事 業	△6.1	
柏 店	※4 +2.1	+7.2	クロスメディア事業	△18.5	

※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. 本年1月7日に営業を終了した「堺店」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		㈱高島屋	㈱高島屋 および 国内百貨店子会社		㈱高島屋	㈱高島屋 および 国内百貨店子会社
衣料品	+5.1	+4.8	食料品	△0.3	△0.1	サービス	+18.6	+18.4
紳士服・洋品	+2.5	+2.2	生鮮食品	△3.0	△2.8	その他	+1.9	+1.9
婦人服・洋品	+5.0	+4.8	菓 子	+4.1	+4.3			
子供服・洋品	+14.0	+13.3	惣 菜	△2.4	△2.0			
その他衣料品	+3.5	+4.3	そ の 他	△2.0	△2.0	合 計	+7.4	+7.2
身のまわり品	+25.2	+24.3	食堂・喫茶	+2.5	+2.1			
家庭用品	+1.3	+1.8	雑貨	+3.4	+3.5			
家 具	+7.8	+9.1	化粧品	+7.2	+6.9			
家電	+14.3	+15.5	美術・宝飾品・貴金属	△1.4	△0.9			
その他家庭用品	△3.5	△3.6	そ の 他	+11.5	+11.6			

○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+8.3%(※+9.7%)、免税売上高+26.2%、免税を除いた店頭売上高+6.2% (※+7.7%)となりました。

○国内顧客については、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品のほか、夏物衣料(正価品)や食料品等も堅調に推移し、前年実績を上回りました。
インバウンド顧客についても、高額品に加え、化粧品やスポーツ関連商品等が伸長したことで前年実績を上回り、店頭売上高全体を押し上げました。

※インバウンド: 前年比【件数】+7.6%【単価】+17.4%

○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につきましては、ネット事業が堅調に推移したものの、主力のカatalog事業における一過性要因の影響により、前年実績を下回りました。

○8月の百貨店売上高の前年比(16日までの累計 ※既存店対比)は、店頭売上高+7.7%、免税売上高+10.9% (【件数】△6.6%【単価】+18.8%)、
免税を除いた店頭売上高+7.3%で推移しています。