

2026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: %)	
株式会社高島屋 計	※1 +3.9	株式会社高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+3.8
株式会社高島屋 既存店 計	※2 +5.9	株式会社高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2 +5.7

〔店舗・事業部別 概況〕

			売上高	入店客数				売上高	入店客数
大	阪	店	+0.4	△3.5	E C 店			+13.3	-
京	都	店	※3 +5.8	△11.7	㈱ 高 島 屋 各 店 計			+4.0	△5.9
泉	北	店	+7.7	+4.3	㈱ 高 島 屋 各 店 既 存 店 計			※2 +6.1	△1.1
日	本	橋 店	+8.4	+8.2	岡 山 高 島 屋			+0.9	+6.9
横	浜	店	+7.4	△2.2	高 崎 高 島 屋			+1.2	△4.3
新	宿	店	+10.9	△2.9	㈱ 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計			+3.9	△5.6
玉	川	店	+3.8	△0.2	㈱ 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 既 存 店 計			※2 +5.9	△0.9
大	宮	店	+1.9	△5.1	法 人 事 業			+3.1	
柏		店	※4 +2.1	+0.8	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業			△0.5	

※1. 株式会社高島屋の売上高は、株式会社高島屋各店、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、8月3日に営業を終了した「洛西店」の本年および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。
「洛西店」の本年および前年実績を控除した京都店単独の前年比は売上高+9.9%、入店客数△2.8%となります。
※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〕

	(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	+1.7	+1.6	食料品	△1.2	△1.0	サービス	△4.3	△4.2
紳士服・洋品	△8.7	△8.8	生鮮食品	△5.8	△5.4	その他	+7.6	+6.9
婦人服・洋品	+2.2	+2.0	菓 子	+3.2	+3.2			
子供服・洋品	+4.7	+6.7	惣 菜	△0.5	△0.3			
その他衣料品	+20.1	+19.8	そ の 他	△6.9	△6.5	合 計	+3.9	+3.8
身のまわり品	+13.3	+12.6	食堂・喫茶	△2.5	△2.5			
家庭用品	+0.8	+1.2	雑貨	+3.7	+3.8			
家 具	△57.8	△48.2	化 粧 品	+4.4	+4.2			
家 電	+50.5	+50.5	美術・宝飾品・貴金属	+4.3	+4.6			
その他家庭用品	△2.4	△2.6	そ の 他	△3.3	△3.1			

○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+3.9%(※+5.9%)、免税売上高+6.6%、免税を除いた店頭売上高+3.4%(※+5.8%)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、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、子供情報ホビー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】△6.8%【単価】+14.4%

○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につきましては、主力のカタログ事業における食料品・リビングが堅調に推移した一方、衣料品・雑貨を中心とするファッションが伸び悩んだことから、前年実績をわずかに下回りました。

○9月の百貨店売上高の前年比(14日までの累計 ※既存店対比)は、店頭売上高+4.3%、免税売上高+23.0% (【件数】+5.9%【単価】+16.1%)、免税を除いた店頭売上高+2.1%で推移しています。