

2025年10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	+6.6	株 高 島 屋 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計	+6.4

〔店舗・事業部別 概況〕

〔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	+12.2	+17.0	E	C	店	+17.1	-
堺		店	△2.7	△3.1	㈱ 高 島 屋 各 店 計			+8.5	+4.8
京	都	店	※2 +10.5	+1.6	岡 山 高 島 屋			+1.2	+2.5
泉	北	店	△3.3	△1.3	高 崎 高 島 屋			+5.0	△10.4
日	本	橋 店	+10.0	+3.5	㈱ 高 島 屋 各 店 お よ び 国 内 百 貨 店 子 会 社 計			+8.3	+4.5
横	浜	店	+6.2	+0.5	法 人 事 業			△26.5	
新	宿	店	+4.0	△1.7	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業			+0.5	
玉	川	店	+15.9	+11.3					
大	宮	店	+6.7	+4.5					
柏		店	※3 △0.7	+1.9					

※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〕

【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	+3.2	+3.1	食料品	+4.0	+3.9	サービス	+5.9	+5.9
紳士服・洋品	+3.2	+2.9	生鮮食品	△0.1	△0.1	その他	△32.0	△31.3
婦人服・洋品	+4.0	+3.9	菓 子	+6.1	+6.1			
子供服・洋品	△3.5	△3.4	惣 菜	+1.7	+1.6			
その他衣料品	△0.1	△0.4	そ の 他	+6.8	+6.4	合 計	+6.6	+6.4
身のまわり品	+11.7	+11.8	食堂・喫茶	+3.8	+3.7			
家庭用品	△5.5	△4.7	雑貨	+19.1	+18.0			
家 具	+13.2	+14.7	化 粧 品	+5.9	+5.4			
家 電	△24.2	△23.6	美術・宝飾品・貴金属	+35.1	+33.7			
その他家庭用品	△7.1	△6.8	そ の 他	+14.7	+14.6			

○百貨店売上高の前年比におきましては、店頭売上高+8.3%、免税売上高+15.4%、免税を除いた店頭売上高+7.1%となりました。

○国内顧客は、気温の低下にともない秋物衣料、雑貨等に動きがみられたことに加え、物産展等の催事も堅調に推移し、前年実績を上回りました。

インバウンド顧客は、「国慶節」期間等の客数増加に加え、化粧品、スポーツ、子供情報ホビーの他、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品の売上高も増大したことで客単価を押し上げ、前年実績を上回りました。

○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、通販カタログの受注が堅調に推移し、前年実績を上回りました。

○11月の店頭売上高(13日までの累計)は、前年比+2.0%、免税売上高は、前年比+1.0%、免税を除いた店頭売上高は、前年比+2.1%で推移しています。