

## 2026年3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	+7.2	(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+7.1	
(株) 高島屋 既存店 計	※2	+8.5	(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2	+8.3

### 〔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		+7.8	+4.8	E C 店	-
京 都 店	※3	+8.8	△4.3	(株) 高島屋 各店 計	+8.0
泉 北 店		+5.0	+0.8	(株) 高島屋 各店 既存店 計	※2
日 本 橋 店		+18.9	+2.5	岡 山 高 島 屋	△1.7
横 浜 店		+7.3	△0.2	高 崎 高 島 屋	+8.1
新 宿 店		+7.9	+0.3	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+7.8
玉 川 店		+13.4	△3.7	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2
大 宮 店		+2.8	+0.2	法 人 事 業	△5.2
柏 店	※4	△1.2	+10.6	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△0.9

- ※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. 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:%)			
		(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	+5.1	+4.9	食料品	△1.1	△1.0
紳士服・洋品	+5.7	+5.1	生鮮食品	△6.4	△6.3
婦人服・洋品	+6.1	+5.9	菓 子	+0.8	+0.7
子供服・洋品	+0.8	+1.0	惣 菜	△2.3	△2.1
その他衣料品	△1.0	△1.0	そ の 他	+0.3	+0.5
身のまわり品	+19.9	+19.0	食堂・喫茶	+2.7	+2.6
家庭用品	△6.0	△5.6	雑貨	+10.8	+11.0
家 具	+5.7	+6.0	化 粧 品	△1.0	△1.2
家 電	△5.8	△5.4	美術・宝飾品・貴金属	+24.5	+25.6
その他家庭用品	△11.5	△11.2	そ の 他	+6.7	+6.7
サービス	+7.3	+7.3	合 計	+7.2	+7.1
その他	+2.2	+2.1			

○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+7.8%(※+9.1%)、免税売上高+6.9%、免税を除いた店頭売上高+7.9%(※+9.4%)となりました。

※上記の数値は、2025年度決算に伴う売上高修正を反映しております。(2月度はマイナス、3月度は同額プラスの売上高修正)

売上高修正を除く実質の前年比(既存店対比)は以下のとおりです。

2月度: 店頭売上高+2.1% 免税を除いた店頭売上高+4.8%

3月度: " +6.9% " +6.9%

○国内顧客は、春物衣料・雑貨に動きがみられたことや、食料品催事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」の影響がみられた一方で、その他の国が伸長し、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につきまして、主力である通販カタログ事業は堅調に推移したものの、その他事業が前年実績を下回ったことから、事業全体としても前年実績を下回りました。

○4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+6.4%、免税売上高+5.1%、免税を除いた店頭売上高+6.6%で推移しています。