

2026年1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	+5.5	(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+5.3	
(株) 高島屋 既存店 計	※2	+6.1	(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2	+5.8

〔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		+8.2	+6.0	E C 店	-	
堺 店		△44.4	△65.7	(株) 高島屋 各店 計	+7.0	
京 都 店	※3	+1.6	+0.2	(株) 高島屋 各店 既存店 計	※2	+7.6
泉 北 店		+2.5	+5.7	岡 山 高 島 屋	△1.5	△0.8
日 本 橋 店		+15.9	+1.8	高 崎 高 島 屋	+1.5	△0.6
横 浜 店		+8.2	+2.9	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+6.7	+1.3
新 宿 店		+2.0	+1.3	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2	+7.3
玉 川 店		+16.0	+7.7	法 人 事 業	△21.8	
大 宮 店		+12.8	+11.3	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	+14.2	
柏 店	※4	+2.2	+8.2			

- ※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」の本年・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	+3.8	+3.7	食料品	+2.2	+2.4
紳士服・洋品	+1.4	+1.2	生鮮食品	△4.7	△4.5
婦人服・洋品	+5.5	+5.3	菓 子	+23.0	+22.6
子供服・洋品	△2.7	△2.4	惣 菜	+2.0	+1.9
その他衣料品	△5.5	△4.6	そ の 他	△25.8	△24.4
身のまわり品	+16.5	+15.5	食堂・喫茶	+4.7	+4.7
家庭用品	△10.7	△10.5	雑貨	+4.8	+4.5
家 具	+3.3	+2.2	化 粧 品	+0.8	+0.6
家 電	△26.3	△25.4	美術・宝飾品・貴金属	+9.3	+9.0
その他家庭用品	△11.8	△11.4	そ の 他	+2.9	+2.7
サービス	+9.3	+9.4	合 計	+5.5	+5.3
その他	△15.5	△15.4			

○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+6.7%(※+7.3%)、免税売上高△18.9%、免税を除いた店頭売上高+11.2%(※+12.0%)となりました。

○国内顧客は、気温の低下にともないコートなどの冬物衣料(正価品)に動きがみられたことや、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。

○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衣料品、食料品を中心に堅調に推移し、前年実績を上回りました。

○2月の百貨店売上高の前年比(15日までの累計 ※既存店対比)は、店頭売上高△1.2%、免税売上高△28.6%、免税を除いた店頭売上高+4.1%で推移しています。

インバウンド顧客は、「春節」期間のズレ等の影響もあり、前年実績を下回っています。一方、国内顧客については、天候の影響(降雪)がありましたが、前年実績を上回る堅調な推移となっています。