

2026年5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 +10.4	(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+10.2
(株) 高島屋 既存店 計	※2 +11.7	(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2 +11.5

〔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	+11.9	+1.7	E C 店	+17.6	-
京 都 店	※3 +24.9	+7.4	(株) 高島屋 各店 計	+12.3	△0.4
泉 北 店	+10.2	+4.3	(株) 高島屋 各店 既存店 計	※2 +13.7	+3.7
日 本 橋 店	+13.0	+2.0	岡 山 高 島 屋	+5.4	+4.1
横 浜 店	+14.2	+2.4	高 崎 高 島 屋	+5.1	+2.9
新 宿 店	+10.7	+3.5	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+12.0	△0.3
玉 川 店	+8.5	+2.8	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店 計	※2 +13.4	+3.7
大 宮 店	+12.7	+6.9	法 人 事 業	△15.0	
柏 店	※4 +7.3	+7.6	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△2.2	

- ※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	+4.7	+4.6	食料品	△0.6	△0.7
紳士服・洋品	△0.2	+0.3	生鮮食品	△3.0	△2.5
婦人服・洋品	+5.0	+4.9	菓 子	+1.0	+1.2
子供服・洋品	+14.2	+14.2	惣 菜	△1.8	△1.5
その他衣料品	+7.3	+6.8	そ の 他	+0.2	△0.9
身のまわり品	+25.4	+25.1	食堂・喫茶	+10.1	+9.8
家庭用品	△2.3	△1.2	雑貨	+10.4	+9.9
家 具	+16.2	+19.0	化 粧 品	+7.2	+6.9
家 電	△26.5	△24.4	美術・宝飾品・貴金属	+14.8	+14.0
その他家庭用品	△1.0	△1.1	そ の 他	+5.5	+5.6
サービス	+5.7	+5.6	合 計	+10.4	+10.2
その他	△17.4	△16.6			

○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+12.0%(※+13.4%)、免税売上高+20.1%、免税を除いた店頭売上高+10.8%(※+12.4%)となりました。

○国内顧客は、気温の上昇にともない、夏物衣料・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、ラグジュアリーブランドを中心とする高額品が伸長し、全体を押し上げました。

○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は、食料品・リビングは堅調に推移したものの、主力のファッションが伸び悩んだ影響により、前年実績を下回りました。

○6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、天候影響があったものの、店頭売上高+7.4%、免税売上高+26.5%、免税を除いた店頭売上高+5.2%で推移しています。

※上記の数値は、第1四半期決算に伴う売上高修正を反映しております。(5月度はマイナス、6月度足元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。

5月度: 店頭売上高+12.1% 免税を除いた店頭売上高+11.0%

6月度: " +8.3% " +6.2%(14日までの累計)