

2024年12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	+8.4	
(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 計		+6.3	
(株) 高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2	+8.1	

〔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		+5.6	+1.5	E C 店	+12.3	-	
堺 店		△0.2	△2.6	(株) 高島屋 各店 計	+8.4	△1.1	
京 都 店	※3	+12.8	△4.4	岡 山 高 島 屋	△2.6	△1.1	
泉 北 店		△2.5	△6.8	高 崎 高 島 屋	+3.4	△0.9	
日 本 橋 店		+15.4	+0.6	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+6.1	△2.3	
横 浜 店		+5.1	+0.3	(株) 高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計	※2	+8.0	△1.1
新 宿 店		+12.8	+4.5	法 人 事 業	+30.5		
玉 川 店		+9.6	△0.4	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△4.6		
大 宮 店		△1.2	+0.4				
柏 店	※4	△2.7	△9.1				

※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. 2024年7月に営業を終了した岐阜高島屋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
衣料品		+6.6	+4.3
紳士服・洋品		+8.0	+5.9
婦人服・洋品		+7.1	+4.7
子供服・洋品		△0.8	△2.6
その他衣料品		+3.0	+1.0
身のまわり品		+6.7	+5.6
家庭用品		+5.8	+2.9
家具		△20.3	△19.7
家電		+11.0	+8.2
その他家庭用品		+13.3	+9.1
食料品		+1.4	△1.0
生鮮食品		△1.4	△4.7
菓 子		+3.2	+0.7
惣 菜		+1.9	+0.5
そ の 他		△0.2	△3.6
食堂・喫茶		+1.6	△1.3
雑貨		+10.6	+8.6
化粧品		+11.2	+8.4
美術・宝飾品・貴金属		+8.9	+7.9
そ の 他		+14.8	+12.0
サービス		△6.8	△7.3
その他		+189.2	+183.7
合 計		+8.4	+6.3

○百貨店売上高 (※既存店対比)

	前年比
店頭売上高	+6.1% (※+8.0%)
免税売上高	+30.1% (※+30.1%)
免税を除いた店頭売上高	+3.5% (※+5.7%)

※上記の数値は、第3四半期決算に伴う売上高修正を反映しております。(11月度はマイナス、12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。
 12月度：店頭売上高+4.8% 免税を除いた店頭売上高+2.2%
 (11月度： " +8.0% " +5.6%)

○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は、通販カタログの計画的な部数、ページ数の削減影響により前年実績を下回りました。

○1月の店頭売上高 (14日までの累計 ※既存店対比) は、前年比+3.1%、免税売上高は、前年比+36.5%、免税を除いた店頭売上高は、前年比△0.7%で推移しています。

なお、当社はお取引先を含む従業員の就労環境の改善、働く場としての魅力向上による人材確保の観点から、元日に加え、1月2日も原則、休業日といたしました。上記の前年比は本年12日間【1月3日～14日】、前年13日間【1月2日～14日】の対比となります。