

2005年9月14日

会社名 株式会社 高島屋  
 代表者名 代表取締役社長 鈴木 弘治  
 コード番号 8233

## 2005年8月度 高島屋営業報告

### 【総計】(前年対比、単位：%)

株高島屋計	分社4店含む実質
△2.4	△2.3

8月度は百貨店事業、広域事業ともに前年実績を下回り、分社4店含む実質では△2.3%となった。

※分社4店とは、関西地区の岡山高島屋・岐阜高島屋・米子高島屋、関東地区の高崎高島屋です。

### 【百貨店事業概況】(前年対比、単位：%)

分社4店除く	18店計
△2.1	△1.9

百貨店事業は、クリアランスセールや「クールビズ」関連商材、秋物商材等の販売促進策を積極的に展開し、売上増大を図ったが、日曜日の1日減少等の影響もあり、18店計では△1.9%と3か月ぶりに前年実績を下回った。地区別では関西地区が△3.0%、関東地区が△1.2%であった。

### 【店舗別概況】(前年対比、単位：%)

関西地区	大阪店(大阪店単店)	京都店	泉北店	岡山高島屋	岐阜高島屋	米子高島屋
売上高	△2.4 (△1.0)	△5.3	△0.0	+4.6	△10.6	△1.2
入店客数	△1.8	△7.5	△0.9	△3.0	△22.1	△4.7

関西地区合計	
分社3店除く	9店計
△3.2	△3.0

※大阪店の売上高には和歌山店・堺店の売上高を、京都店の売上高には洛西店の売上高をそれぞれ含みます。

※大阪店・京都店の入店客数はそれぞれ単店になります。

関東地区	東京店	横浜店	新宿店	玉川店	立川店	大宮店	柏店	高崎高島屋
売上高	△6.1	+2.3	△1.8	+0.8	△0.2	△9.9	△2.1	+4.0
入店客数	△12.8	△3.4	△2.3	+2.1	+2.6	△5.9	+0.9	△1.0

関東地区合計	
分社1店除く	9店計
△1.4	△1.2

※横浜店の売上高には港南台店の売上高を含みます。

※横浜店の入店客数は単店になります。

店別では、18店の中で横浜店・港南台店・玉川店・岡山店・高崎店の5店が前年実績をクリアした。横浜店・岡山店が4か月連続、玉川店・港南台店が2か月連続プラス。好調が続く高崎店は6か月連続で前年実績をクリアした。関西地区では大阪店、京都店は特選衣料雑貨の競合影響が大きく、また、岐阜店は10月1日の全館グランドリニューアルにともなう改装工事の影響により、前年実績に至らなかった。関東地区では、東京店は特選衣料雑貨や美術等が好調だったが、前年開催の催事の反動により入店客数が減少し、子供服・玩具、食料品等の低迷で前年実績には至らなかった。

### 【広域事業概況】(前年対比、単位：%)

	法人事業	通販事業	広域計
売上高	△9.3	△2.3	△7.7

法人事業は前年実績物件の中止や減少等により、前年実績を下回った。通販事業は婦人ファッション商材の伸び悩みや秋企画発行日の月末へのスレ等により前年実績には至らなかった。

### 【商品別概況(百貨店協会商品区分)】(前年対比、単位：%)

	分社4店除く	18店計
紳士服・洋品	△3.4	△3.5
婦人服・洋品	△3.6	△3.5
子供服・洋品	△9.9	△10.0
その他衣料品	△3.0	△1.6
衣料品計	△4.0	△3.9

	分社4店除く	18店計
身のまわり品	△4.1	△3.3
家具	△4.5	△4.0
家電	+15.4	+16.5
その他家庭用品	+2.5	+2.0
家庭用品計	+0.9	+0.7

	分社4店除く	18店計
食料品	+0.8	+0.7
食堂・喫茶	△5.9	△6.9
雑貨	△3.8	△3.4
サービス	△6.5	△4.4
その他	△7.9	△8.0
合計	△2.4	△2.3

### 〈当社分類による百貨店事業の商品別概況〉

紳士服(前年対比△2.9%)、紳士雑貨(同△5.9%)は前年実績を下回るものの、ワイシャツ等の「クールビズ」関連商材には引き続き、動きが見られた。婦人服(同△1.0%)はヤング・キャリアゾーンが堅調、アイテムではニット、ホトムスやカットソーが好評であった。婦人雑貨(同+0.6%)は盛夏商材に動きがあり、UV・スキンケア関連の化粧品、雨傘・パラソル、ハンドバッグ等が好評で前年実績をクリア。特選衣料雑貨(同△3.3%)は、関西地区が競合の影響を受け苦戦したものの関東地区では前年実績を上回った。その他、リビング(同△0.1%)は前年実績にわずかに届かず、美術(同+26.8%)、食料品(同+0.5%)は3か月連続で前年実績を上回った。