

2022年2月度 高島屋営業報告

〔売上高 総計〕

(前年比 単位:%)

(株)高島屋 計 ^{※1}	+4.3	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+3.8
------------------------	------	--------------------------	------

〔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	+7.9	+0.1	大宮店	△4.2	△7.3
堺店	△6.5	△2.5	柏店 ^{※2}	△4.9	△3.8
京都店 ^{※2}	△1.9	△4.7	(株)高島屋各店計	+2.9	△2.1
泉北店	△8.2	△8.8	岡山高島屋 ^{※3}	+3.8	△67.2
日本橋店	+4.3	+0.9	岐阜高島屋	△8.2	△13.1
横浜店 ^{※2}	+4.5	+5.7	高崎高島屋	△3.4	△6.8
新宿店	+10.4	△6.2	(株)高島屋各店および 国内百貨店子会社 計	+2.5	△5.9
玉川店	△1.5	△6.3	法人事業	+19.2	
立川店	+2.4	△8.5	クロスメディア事業	+1.7	

※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. 京都店は「洛西店」、柏店は「タカシマヤ フードメゾン おおたかの森店」、横浜店は「タカシマヤ フードメゾン 新横浜店」の売上高をそれぞれ含みます。

※3. 2021年2月に営業を終了した「タカシマヤ フードメゾン 岡山店」の売上を含む前年実績との対比です。

〔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		(株)高島屋	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社
衣料品	△4.0	△4.3	食料品	+12.9	+11.2	サービス	+15.9	+15.7
紳士服・洋品	△2.1	△2.0	生鮮食品	△0.3	△1.7	その他	△9.7	△9.5
婦人服・洋品	△3.1	△3.6	菓子	+17.0	+14.6			
子供服・洋品	△10.6	△11.0	惣菜	+17.8	+16.0	合計	+4.3	+3.8
その他衣料品	△9.8	△8.6	その他	+10.4	+9.8			
身のまわり品	+17.9	+16.7	食堂・喫茶	△2.0	△2.1			
家庭用品	△16.3	△14.1	雑貨	+1.1	+1.5			
家具	+3.1	+2.0	化粧品	+5.1	+4.6			
家電	+9.5	+10.0	美術・宝飾品・貴金属	+9.6	+10.6			
その他家庭用品	△27.8	△23.8	その他	△29.9	△29.6			

○百貨店は、依然新型コロナウイルスの影響を受けたものの、前年の緊急事態宣言による一部店舗の営業時間短縮や

外出自粛影響の反動に加え、高額品が引き続き好調に推移したことから、前年実績を上回りました。

店頭売上	前年比+2.5%	前々年比△5.9%
免税売上	前年比+9.3%	前々年比△42.0%
免税を除いた店頭売上	前年比+2.4%	前々年比△4.7%

○法人事業は大口計上により、前年を上回りました。

○3月の店頭売上は、14日までの累計で前年比+4.3%（2019年比△11.5%）、免税売上は前年比△11.5%（同△83.8%）、

免税を除いた店頭売上は前年比+4.6%（同△4.3%）で推移しています。