

2023年2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	+13.4	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+13.2
(株)高島屋 既存店計※2	+14.9	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+14.6

〔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	+22.8	+47.5	(株)高島屋 各店 計	+18.4	+14.1
堺 店	+8.3	+7.7	(株)高島屋 各店 既存店計※2	+20.2	+18.6
京 都 店※3	+19.8	+15.4	岡 山 高 島 屋	+8.9	+19.5
泉 北 店	+8.3	+4.3	岐 阜 高 島 屋	+12.2	+9.4
日 本 橋 店	+16.5	+24.9	高 崎 高 島 屋	+11.1	+15.3
横 浜 店※3	+19.8	+6.0	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+17.8	+14.2
新 宿 店	+35.2	+35.6	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+19.5	+18.5
玉 川 店	+13.1	+10.2	法 人 事 業	△23.3	
大 宮 店	+5.8	+7.6	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△9.8	
柏 店※3	+11.6	+12.2			

※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. 2023年1月に営業終了した立川店の前年実績を控除しています。

※3. 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。

〔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	+31.3	+30.4	食料品	△2.0	△1.1	サービス	△10.5	△10.5
紳士服・洋品	+31.6	+29.5	生鮮食品	△8.4	△8.0	その他	△4.8	△3.6
婦人服・洋品	+36.1	+35.1	菓 子	△0.5	+1.2			
子供服・洋品	+6.6	+7.1	惣 菜	△4.5	△4.0			
その他衣料品	+8.3	+8.4	そ の 他	+2.2	+2.2	合 計	+13.4	+13.2
身のまわり品	+23.8	+23.1	食堂・喫茶	+38.9	+38.5			
家庭用品	+5.6	+2.4	雑貨	+13.9	+13.8			
家 具	△10.9	△9.8	化粧品	+18.6	+18.2			
家 電	△8.1	△7.4	美術・宝飾品・貴金属	+8.1	+8.4			
その他家庭用品	+17.2	+10.0	そ の 他	+16.1	+15.5			

○百貨店は、前年度のまん延防止等重点措置の反動に加え、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品やインバウンドの売上高が好調を維持したことにより、前年実績を上回りました。

	前年比	2019年度(2020年2月)比	2018年度(2019年2月)比
店頭売上高	+17.8%	+10.9%	△2.6%
免税売上高	+243.6%	+99.3%	△40.1%
免税を除いた店頭売上高	+13.2%	+7.9%	+1.3%

○法人事業は前年の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、来店機会増加の反動により前年実績を下回りました。

○3月の店頭売上高は、14日までの累計で前年比+13.4%（2019年3月比+0.4%）、免税売上は前年比+286.4%（同△37.2%）、免税を除いた店頭売上は前年比+8.8%（同+4.1%）で推移しています。