

2023年9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	+4.2	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+3.8
(株)高島屋 既存店計※2	+5.3	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+4.8

〔店舗・事業部別 概況〕

		(前年比 単位:%)	
	売上高	入店客数	
大阪店	+28.5	+23.9	(株)高島屋 各店 計
堺店	△0.8	+1.4	(株)高島屋 各店 既存店計※2
京都店※3	+18.2	+8.9	岡山高島屋
泉北店	△0.7	△1.3	岐阜高島屋
日本橋店	+14.3	+13.9	高崎高島屋
横浜店※4	+2.8	△14.2	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計
新宿店	+15.7	+15.9	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計※2
玉川店	+9.1	+4.0	法人事業
大宮店	△0.7	+11.9	クロスメディア事業
柏店※5	△3.5	△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. 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」の売上を含みます。また、9月からレストラン街の運営を子会社に移管したため、それを調整した実質では前年比+21.0%となります。

※4. 2023年2月に営業を終了した「タカシマヤ フードメゾン 新横浜店」の前年実績を除いた実質では、売上高前年比+5.2%、入店客数同+3.9%となります。

※5. 「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	+12.8	+12.3	サービス
紳士服・洋品	+12.5	+12.4	その他
婦人服・洋品	+16.1	+15.3	合計
子供服・洋品	△8.7	△8.6	+4.2
その他衣料品	+1.2	+0.4	+3.8
身のまわり品	+20.7	+17.3	
家庭用品	+4.1	+3.1	
家具	+11.4	+8.7	
家電	+19.1	+15.8	
その他家庭用品	△1.5	△1.4	
食料品	△19.3	△18.3	
生鮮食品	△14.9	△13.9	
菓子	△29.2	△28.2	
惣菜	△23.0	△21.8	
その他	+2.3	+1.2	
食堂・喫茶	△5.5	△3.9	
雑貨	+14.5	+14.7	
化粧品	+20.5	+19.9	
美術・宝飾品・貴金属	+15.3	+16.2	
その他	△10.1	△10.0	

○百貨店は、国内顧客・インバウンドとも好調に推移したことから、前年・2018年実績を上回りました。

なお、消費税増税（2019年10月）に伴う駆け込み需要の反動を受け、2019年比では下回りました。

	前年比	2019年度比	2018年度比
店頭売上高	+11.5%	△16.5%	+10.9%
免税売上高	+239.0%	+55.3%	+53.6%
免税を除いた店頭売上高	+3.5%	△20.7%	+7.5%

○法人事業部は、前年の大口受注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、売上高の計上方法変更等の影響を受け前年実績を下回りました。

○10月の店頭売上高（15日までの累計）は、前年比+13.3%（2018年比+14.5%）、免税売上高は前年比+276.2%（同+51.3%）、免税を除いた店頭売上高は前年比+4.1%（同+11.1%）で推移しています。