

2015年7月15日

会社名 株式会社 高島屋  
 代表者名 取締役社長 木本 茂  
 コード番号 8233  
 連絡先 広報・IR室長 加藤 ナナ  
 TEL. 03-3211-4111

## 2015年6月度 高島屋営業報告

### 総 計

(前年比 単位:%)

(株)高島屋	+2.9
(株)高島屋および国内百貨店子会社	+2.6

(前年比 単位:%)

百貨店	(株)高島屋 13店舗	+1.4
	(株)高島屋および国内百貨店子会社 17店舗	+1.2
法 人 事 業		+23.2
クロスメディア事業		+24.2

○百貨店は、好調なインバウンド消費や株価上昇に伴う

資産効果等により高額品を中心に売上を伸ばし、

3ヵ月連続の前年比プラスとなりました。

なお、2013年6月度との比較では、クリアランスセール

開始時期の違いもあり、前々年実績に届きませんでした。

○法人事業およびクロスメディア事業も、3ヵ月連続で

前年実績を上回りました。

※高島屋単体13店舗は、大阪店・堺店・京都店・洛西店・泉北店・日本橋店・横浜店・港南台店・新宿店・玉川店・立川店・大宮店・柏店の13店舗です。

※国内百貨店子会社は、岡山高島屋・岐阜高島屋・米子高島屋、高崎高島屋の4店舗です。

※2014年8月末に営業を終了した和歌山店を除いた既存店ベース

### 百貨店 店舗別概況

関西地区	大阪店		京都店		泉北店	岡山高島屋	岐阜高島屋	米子高島屋	関西地区		全 体	
	単独		単独						単体5店	8店計	単体13店	17店計
売上高	+9.0	+7.5	+2.2	+1.3	△6.0	△0.6	△3.9	+1.4	+4.0	+3.2	+1.4	+1.2
入店客数	△1.1	△1.1	△0.7	△3.1	△4.3	+143.8	△4.0	+4.2	△2.1	+6.0	△1.5	+1.5

※大阪店の売上高・入店客数は堺店を、京都店の売上高・入店客数は洛西店を含みます。

※岡山店の売上高・入店客数は「タカシマヤフードメゾン 岡山店」を含みます。

関東地区	日本橋店	横浜店		新宿店	玉川店	立川店	大宮店	柏店	高崎高島屋	関東地区	
		単独								単体8店	9店計
売上高	+0.2	△1.4	△1.3	+5.9	△0.2	△3.0	△0.6	△4.0	+0.1	△0.0	△0.0
入店客数	△2.3	△4.6	△1.3	△2.5	+4.1	△4.6	△0.5	△2.7	△4.4	△1.2	△1.3

※横浜店の売上高・入店客数は港南台店と「タカシマヤフードメゾン 新横浜店」を含みます。

※柏店の売上高・入店客数は「タカシマヤフードメゾン おおたかの森店」を含みます。

### 【商品別概況】

	(株)高島屋		(株)高島屋		(株)高島屋	
	(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	△7.6	△7.7	+1.7	+1.9	+0.1	+0.3
紳士服・洋品	△7.5	△7.7	生鮮食品	△1.6	△1.3	
婦人服・洋品	△8.2	△8.4	菓 子	+4.0	+4.1	
子供服・洋品	△13.5	△14.0	惣 菜	+2.1	+2.2	
その他衣料品	+2.9	+4.7	そ の 他	+1.8	+2.0	
身のまわり品	+6.5	+5.7	食堂・喫茶	△1.7	△1.9	
家庭用品	+10.8	+9.8	雑貨	+25.9	+24.8	
家 具	+25.0	+24.2	化粧品	+29.0	+26.4	
家 電	+18.2	+17.0	美術・宝飾品・貴金属	+33.6	+33.1	
その他家庭用品	+6.0	+5.1	そ の 他	+3.5	+3.4	
サービス			合 計	+2.9	+2.6	
その他						

【参考】2014年8月末に営業を終了した和歌山店を含む売上高 (前年比 単位:%)

大阪店	+5.2	百貨店 単体13店	+1.0	(株)高島屋	+2.5
		百貨店 計	+0.8	(株)高島屋および国内百貨店子会社	+2.2