

2019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	+2.1	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社	+1.9
---------	------	------------------------	------

〔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	+7.3	+6.6	大 宮 店	△3.3	+1.2
堺 店	△6.9	△2.1	柏 店	+3.6	+4.7
京 都 店	+3.9	0.0	(株) 高 島 屋 国内百貨店13店舗	+1.8	+3.9
泉 北 店	+2.1	+0.2	岡 山 高 島 屋	+1.9	△1.4
日 本 橋 店	+0.5	+45.8	岐 阜 高 島 屋	△6.2	△3.5
横 浜 店	+0.1	△1.3	米 子 高 島 屋	+1.5	△16.1
港 南 台 店	△1.1	△4.0	高 崎 高 島 屋	+1.2	△3.3
新 宿 店	△1.4	△1.3	(株)高島屋国内百貨店 および 国内百貨店子会社17店舗	+1.6	+3.3
玉 川 店	△1.6	+0.0	法 人 事 業	+5.3	
立 川 店	△10.5	+10.1	クrossメディア事業	+5.6	

※京都店の売上高は「洛西店」を含みます。

横浜店の売上高は「タカシマヤフードメゾン 新横浜店」「タカシマヤ スタイルメゾン海老名店」を含みます。

柏店の売上高は「タカシマヤ フードメゾン おおたかの森店」、岡山店の売上高は「タカシマヤ フードメゾン 岡山店」を含みます。

※日本橋店は昨年9月からレストラン街の運営を子会社に移管したため、それらを調整した実質では前年比+3.2%となります。

〔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	+2.0	+1.5	食料品	+1.0	+1.0	サービス	△12.1	△12.1
紳士服・洋品	△5.3	△5.4	生鮮食品	△1.1	△1.6	その他	△3.3	△2.2
婦人服・洋品	+4.4	+3.8	菓 子	+4.6	+4.5			
子供服・洋品	△4.1	△4.5	惣 菜	△2.4	△2.3	合 計	+2.1	+1.9
その他衣料品	+6.7	+6.5	そ の 他	△0.2	+0.1			
身のまわり品	+0.2	+0.3	食堂・喫茶	△15.4	△14.1			
家庭用品	+3.3	+3.2	雑貨	+7.9	+7.2			
家 具	+50.8	+50.4	化粧品	+7.5	+6.7			
家 電	△6.3	△5.3	美術・宝飾品・貴金属	+11.6	+10.7			
その他家庭用品	△5.5	△5.7	そ の 他	+1.8	+1.8			

○百貨店は、ラグジュアリーブランドを中心とした高額品売上と免税売上が伸長したことなどにより、2カ月ぶりに前年を上回りました。なお、免税売上は前年比+8.6%となりました。

3月度の店頭売上は、14日までの累計が前年比△2.2%、免税売上は同+5.9%で推移しています。

○日本橋店・立川店・堺店・米子店は前年同月比で売場面積が縮小しております。

○日本橋高島屋S.C.の開業（昨年9月25日）効果もあり、日本橋店は入店客数が大きく伸長いたしました。

○法人事業、クロスメディア事業はともに前年比プラスとなりました。