

2019年6月度 高島屋営業報告

〔売上高 総計〕

(前年比 単位:%)

株 高 島 屋	+1.5	株高島屋 および 国内百貨店子会社	+1.4
---------	------	----------------------	------

〔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	+5.0	+16.4	大 宮 店	△5.1	△2.5
堺 店	△9.1	+0.4	柏 店	△2.0	+0.5
京 都 店	+1.3	+2.6	株 高 島 屋 国内百貨店13店舗	+0.7	+4.2
泉 北 店	+3.2	+0.7	岡 山 高 島 屋	+4.2	△0.5
日 本 橋 店	+1.8	+28.6	岐 阜 高 島 屋	△0.5	△7.7
横 浜 店	△0.4	△1.7	米 子 高 島 屋	△5.9	△3.6
港 南 台 店	+0.1	+0.7	高 崎 高 島 屋	△0.9	△5.2
新 宿 店	△1.8	△4.4	株高島屋国内百貨店 および 国内百貨店子会社 17店舗	+0.7	+3.6
玉 川 店	+0.8	+0.6	法 人 事 業	+17.9	
立 川 店	△10.8	+9.0	クrossメディア事業	+0.8	

※株高島屋の売上高は、株高島屋国内百貨店13店舗、法人事業、クrossメディア事業を含みます。

京都店の売上高は「洛西店」、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」、
 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+4.1%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	+0.9	+0.8	食料品	△0.4	△0.2	サービス	+1.9	+2.8
紳士服・洋品	△0.0	△0.1	生鮮食品	△1.0	△1.0	その他	+17.8	+17.5
婦人服・洋品	+1.1	+0.9	菓 子	+3.2	+3.3			
子供服・洋品	△2.0	△1.8	惣 菜	+3.3	+3.5			
その他衣料品	+5.9	+4.9	そ の 他	△5.2	△4.8	合 計	+1.5	+1.4
身のまわり品	+6.5	+6.1	食堂・喫茶	△13.4	△12.6			
家庭用品	△2.1	△1.8	雑貨	+2.6	+2.3			
家 具	△8.3	△6.0	化粧品	+2.6	+2.5			
家 電	+131.4	+126.9	美術・宝飾品・貴金属	+6.8	+6.0			
その他家庭用品	△12.6	△12.0	そ の 他	△10.3	△10.0			

○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が引き続き伸長したほか、クリアランスセールが昨年より1日早い
 28日(金)にスタートしたことなどから、前年実績を上回りました。なお、免税売上は前年比△8.2%となりました。

7月度の店頭売上は、15日までの累計が前年比+1.6%、免税売上は同△4.2%で推移しています。

○日本橋店・立川店・堺店は、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。

○法人事業は、大口受注の影響により大きく売上を伸ばしました。