

2021年2月度 高島屋営業報告

〔売上高 総計〕

(株)高島屋 計 ^{※1}	△4.1	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	△4.7
(株)高島屋 既存店計 ^{※2}	△2.8	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計 ^{※3}	△3.0

〔店舗・事業部別 概況〕

	売上高	入店客数		売上高	入店客数
大阪店	△4.3	△34.3	柏店 ^{※4}	△8.2	△12.6
堺店	△10.0	△9.9	(株)高島屋 各店 計	△7.8	△23.7
京都店 ^{※4}	△4.7	△21.2	(株)高島屋 各店 既存店計 ^{※2}	△6.5	△21.9
泉北店	△4.3	△9.1	岡山高島屋 ^{※4}	△7.7	△21.1
日本橋店	△11.6	△24.5	岐阜高島屋	△6.0	△10.8
横浜店 ^{※5}	△5.0	△23.3	高崎高島屋	△1.3	△13.8
新宿店	△9.2	△33.4	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	△8.2	△23.6
玉川店	△2.1	△9.2	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計 ^{※3}	△6.4	△21.6
立川店	△5.2	△9.6	法人事業	+39.3	
大宮店	△21.8	△21.0	クロスメディア事業	+32.5	

- ※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. 2020年8月に営業終了した港南台店の前年実績を控除しています。
 ※3. 2020年3月に全株式を譲渡した米子高島屋および2020年8月に営業終了した港南台店の前年実績を控除しています。
 ※4. 京都店の売上高は「洛西店」、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」、岡山高島屋の売上高は「タカシマヤ フードメゾン 岡山店」を含みます。
 ※5. 横浜店の売上高は「タカシマヤ フードメゾン 新横浜店」を含みます。
 横浜店の前年比は2020年2月に営業を終了した「タカシマヤ スタイルメゾン」の売上を含む前年実績との対比です。

〔商品別売上高〕

	(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	△5.8	△6.9	食料品	△7.3	△8.2	サービス	△11.4	△12.6
紳士服・洋品	△20.9	△21.6	生鮮食品	△6.7	△7.7	その他	+42.1	+37.1
婦人服・洋品	△1.2	△2.5	菓子	△11.9	△11.6			
子供服・洋品	△5.2	△5.8	惣菜	△4.0	△4.6	合計	△4.1	△4.7
その他衣料品	△10.7	△11.4	その他	△3.1	△6.1			
身のまわり品	△2.4	△1.0	食堂・喫茶	△25.3	△25.7			
家庭用品	+13.5	+13.0	雑貨	△7.9	△8.4			
家具	△9.2	△8.4	化粧品	△23.0	△22.8			
家電	+24.3	+24.3	美術・宝飾品・貴金属	+3.8	+3.7			
その他家庭用品	+19.5	+18.3	その他	+25.5	+24.3			

- 百貨店は、緊急事態宣言発出に伴う外出自粛傾向が継続し、一部店舗で営業時間の短縮を行ったことに加え、前年がうるう年で本年の営業日数が1日少なかったことなどから、前年実績を下回りました。
 なお、前年2月には新型コロナウイルス感染拡大の影響が発生していたため、マイナス幅は縮小しました。
 免税売上は前年比△46.9%、免税を除いた店頭売上は同△6.9%（既存店計△5.0%）となりました。
 なお、対前々年比では、店頭売上は△19.4%（既存店計△17.9%）、免税を除いた店頭売上は△12.6%（同△10.8%）となりました。
- 店舗別売上は、全店が前年実績を下回りました。
 ○法人事業は大口受注により、クロスメディア事業はバレンタイン商材の好調などにより、前年実績を上回りました。
 ○3月度の店頭売上は、前年には新型コロナウイルスの影響が発生していたため14日までの累計が前年比+19.3%（前々年比△20.0%）、免税売上は前年比+106.4%（前々年比△81.6%）、免税を除いた店頭売上は前年比+18.4%（前々年比△14.3%）で推移しています。

以上