

2022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（総売上高）で開示しております。

〔売上高 総計〕

(株)高島屋 計 ※1	+	24.1	(前年比 単位:%)	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+	23.6
-------------	---	------	------------	--------------------------	---	------

〔店舗・事業部別 概況〕

			(前年比 単位:%)				
		売上高	入店客数				
大阪店	+	26.7	+48.2	大宮店	+	8.4	+2.0
堺店	+	7.8	+7.0	柏店 ※2	+	10.6	+8.9
京都店 ※2	+	18.8	+10.9	(株)高島屋 各店計	+	20.3	+17.9
泉北店	+	5.0	+2.3	岡山高島屋	+	12.1	+17.1
日本橋店	+	19.9	+26.3	岐阜高島屋	+	30.6	+18.0
横浜店 ※2	+	18.0	+21.9	高崎高島屋	+	13.2	+16.9
新宿店	+	39.4	+25.2	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+	20.1	+17.8
玉川店	+	6.2	+4.4	法人事業	+	91.3	
立川店	+	0.4	△5.9	クロスメディア事業	△	10.8	

※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. 京都店は「洛西店」、柏店は「タカシマヤ フードメゾン おおたかの森店」、横浜店は「タカシマヤ フードメゾン 新横浜店」の売上高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	+	17.0	+16.7	食料品	+	25.9	+24.7		
紳士服・洋品	+	14.8	+14.5	生鮮食品	+	6.8	+6.0		
婦人服・洋品	+	22.0	+21.7	菓子	+	52.9	+51.1		
子供服・洋品	+	4.8	+4.7	惣菜	+	33.0	+32.2		
その他衣料品	△	8.7	△8.4	その他	△	1.1	△0.8		
身のまわり品	+	44.9	+44.4	食堂・喫茶	+	51.8	+51.3		
家庭用品	+	8.7	+8.4	雑貨	+	17.2	+17.3		
家具	+	4.6	+3.7	化粧品	+	19.0	+18.3		
家電	+	27.8	+37.1	美術・宝飾品・貴金属	+	14.8	+15.8		
その他家庭用品	+	7.7	+6.5	その他	+	20.1	+19.3		
						サービス	+	14.2	+13.9
						その他	+	5.0	+4.8
						合計	+	24.1	+23.6

○9月度の店頭売上は、緊急事態宣言に伴い売上が減少した前年の反動に加え、高額品が好調であったことから、前年実績を上回りました。

店頭売上	前年比	+20.1%	2019年比	△25.1%	2018年比	△0.5%
免税売上	前年比	+153.0%	2019年比	△54.2%	2018年比	△54.7%
免税を除いた店頭売上	前年比	+17.9%	2019年比	△23.4%	2018年比	+3.9%

※2019年比に同年10月の消費増税の影響が生じるため、2018年比を記載しております。

○法人事業は大口受注により、前年を上回りました。クロスメディア事業は、店頭回帰により前年を下回りました。

○10月の店頭売上は、13日までの累計で前年比+22.0%（2019年比41.8%）、免税売上は前年比+145.4%（同△59.0%）、免税を除いた店頭売上は前年比+20.0%（同54.3%）で推移しています。