

2023年10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（総額売上高）で開示しております。

〔売上高 総計〕

		(前年比 単位:%)	
(株)高島屋 計※1	+7.1	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+6.9
(株)高島屋 既存店計※2	+8.4	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+8.0

〔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	+26.9	+10.3	(株)高島屋 各店 計	+9.6	△1.9
堺 店	+0.9	△1.1	(株)高島屋 各店 既存店計※2	+11.0	+1.7
京 都 店※3	+20.1	+33.0	岡 山 高 島 屋	+7.0	+3.4
泉 北 店	△2.8	△5.0	岐 阜 高 島 屋	+10.5	+12.1
日 本 橋 店	+11.7	+8.7	高 崎 高 島 屋	△6.5	△6.1
横 浜 店※4	+0.8	△19.5	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+9.1	△1.7
新 宿 店	+0.9	+6.2	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+10.4	+1.7
玉 川 店	+7.4	+1.0	法 人 事 業	△19.4	
大 宮 店	△6.8	+3.8	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△20.8	
柏 店※5	△3.4	△1.0			

※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. 2023年1月に営業終了した立川店の前年実績を控除しています。

※3. 京都店は「洛西店」の売上を含みます。また、9月からレストラン街の運営を子会社に移管したため、それを調整した実質では前年比+22.9%となります。

※4. 2023年2月に営業を終了した「タカシマヤ フードメゾン 新横浜店」の前年実績を除いた実質では、売上高前年比+2.9%、入店客数同△1.3%となります。

※5. 「タカシマヤ フードメゾン おおたかの森店」の売上高と入店客数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		(株)高島屋	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社
衣料品	+8.0	+7.8	食料品	△2.8	△2.0
紳士服・洋品	+3.1	+3.2	生鮮食品	△1.6	△1.6
婦人服・洋品	+10.9	+10.9	菓 子	△1.5	△1.3
子供服・洋品	+8.1	+4.2	惣 菜	△3.7	△3.1
その他衣料品	△8.7	△8.9	そ の 他	△3.6	△1.7
身のまわり品	+17.3	+15.7	食堂・喫茶	△13.5	△12.4
家庭用品	+6.2	+5.8	雑貨	+13.3	+12.9
家 具	+28.3	+26.0	化 粧 品	+22.2	+20.9
家 電	△0.2	△1.7	美術・宝飾品・貴金属	+13.0	+12.6
その他家庭用品	△0.9	△0.3	そ の 他	△17.2	△16.7
			サ ー ビ ス	△37.5	△36.9
			そ の 他	+6.6	+6.0
			合 計	+7.1	+6.9

○百貨店は、国内顧客・インバウンドとも好調に推移したことから、前年・2018年実績を上回りました。

高額品が引き続き堅調に推移したことに加え、気温低下に伴い秋物衣料雑貨にも動きがありました。

	前年比	2019年度比	2018年度比
店頭売上高	+9.1%	+32.8% (※)	+6.8%
免税売上高	+164.7%	+74.3%	+44.9%
免税を除いた店頭売上高	+1.9%	+29.1% (※)	+3.5%

(※2019年10月 消費増税)

○法人事業部は、前年の大口受注反動により前年実績を下回りました。

クロスメディア事業は、売上高の計上方法変更等の影響もあり前年実績を下回りました。

○11月の店頭売上高（14日までの累計）は、前年比+5.2%（2018年比+8.8%）、免税売上高は前年比+107.6%（同+42.4%）、免税を除いた店頭売上高は前年比+0.0%（同+6.1%）で推移しています。