

2023年12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〕

		(前年比 単位:%)	
(株)高島屋 計※1	+5.9	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 計	+5.3
(株)高島屋 既存店計※2	+7.3	(株)高島屋 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+6.6

〔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	+20.8	+10.9	(株)高島屋 各店 計	+8.3	+0.4
堺 店	△2.4	+0.7	(株)高島屋 各店 既存店計※2	+10.0	+3.9
京 都 店※3	+12.5	+31.1	岡 山 高 島 屋	+0.3	+5.7
泉 北 店	+0.2	△1.0	岐 阜 高 島 屋	△9.7	+8.2
日 本 橋 店	+7.8	+7.9	高 崎 高 島 屋	△2.0	+3.4
横 浜 店※4	+1.3	△12.9	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 計	+7.4	+0.6
新 宿 店	+4.3	+7.1	(株)高島屋 各店 および 国内百貨店子会社 既存店計※2	+9.0	+4.0
玉 川 店	+0.7	+3.7	法 人 事 業	△17.1	
大 宮 店	△10.1	+6.9	ク ロ ス メ デ ィ ア 事 業	△13.0	
柏 店※5	△0.6	△0.5			

※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. 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+14.8%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+3.7%、入店客数同+4.8%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	+12.5	+12.0	食料品	△2.7	△3.0
紳士服・洋品	+1.5	+1.7	生鮮食品	△3.6	△3.9
婦人服・洋品	+16.6	+15.9	菓 子	+1.5	+0.7
子供服・洋品	+12.6	+11.7	惣 菜	△1.9	△1.9
その他衣料品	+0.3	+0.3	そ の 他	△9.6	△9.4
身のまわり品	+16.0	+14.0	食堂・喫茶	△13.9	△12.3
家庭用品	△5.6	△5.6	雑貨	+9.7	+9.7
家 具	△4.4	△4.6	化 粧 品	+22.3	+21.6
家 電	△7.2	△6.0	美術・宝飾品・貴金属	+4.0	+3.7
その他家庭用品	△5.6	△5.8	そ の 他	△15.6	△15.1
			サ ー ビ ス	+2.6	+2.9
			そ の 他	+13.5	+12.8
			合 計	+5.9	+5.3

○百貨店（※既存店対比）は、前年比+9.0%、2018年比+5.7%と上回りました。

国内顧客は、年末年始の外出機会の増加に伴い、化粧品やジャケット、ワンピースなどに動きがありました。

また、インバウンドは高額品を中心に好調で、単月で過去最高を更新しました。

	前年比	2019年度比	2018年度比
店頭売上高	+7.4% (※+9.0%)	+7.5% (※+11.1%)	+2.2% (※+5.7%)
免税売上高	+111.2% (※+111.6%)	+90.4% (※+90.8%)	+64.2% (※+64.6%)
免税を除いた店頭売上高	+2.2% (※+3.8%)	+2.8% (※+6.5%)	△1.6% (※+1.9%)

○法人事業は前年の大口受注の反動、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。

○1月の店頭売上高（14日までの累計、既存店対比）は、前年比+9.0%（2019年1月比△1.0%）、免税売上高は前年比+105.1%（同+68.6%）、免税を除いた店頭売上高は前年比+3.6%（同△5.3%）で推移しています。

なお、店頭売上高の内、正価品はコートなどが堅調に推移し、前年比+12.6%、2019年1月比+27.8%と大きく伸長しております。