

2024年11月度 高島屋店頭売上速報

■ 国内百貨店売上高 (前年比 単位: %)

大 阪 店	+9.3	大 宮 店	△4.0
堺 店	△0.9	柏 店	※2 +0.9
京 都 店	※1 +9.0	E C 店	+13.2
泉 北 店	△1.1	(株) 高 島 屋 各 店 計	+8.4
日 本 橋 店	+12.1	岡 山 高 島 屋	△1.7
横 浜 店	+9.0	高 崎 高 島 屋	△1.2
新 宿 店	+10.3	国 内 百 貨 店 計	+5.8
玉 川 店	+2.8	国 内 百 貨 店 既 存 店 計	※3 +8.0

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、店頭売上速報で開示する国内百貨店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。

※1 京都店は「洛西店」の売上高を含みます。

※2 「タカシマヤ フードメゾン おおたかの森店」の売上高を含みます。

※3 2024年7月に営業を終了した岐阜高島屋の前年実績を控除しています。

■ 概況

○前年比(※既存店対比)におきましては、店頭売上高+5.8%(※+8.0%)、免税売上高+29.9%、免税を除いた店頭売上高+3.3%(※+5.6%)といずれも上回りました。

国内顧客は、気温の低下に伴いコートやマフラー、ストールなどの防寒アイテムに動きが見られ、インバウンドは、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品や化粧品が堅調に推移しました。

○店舗別売上高は、大阪店、京都店、日本橋店、横浜店、新宿店、玉川店、柏店、EC店が前年実績を上回りました。

○商品別売上高(当社分類)は、紳士服、紳士雑貨、婦人服、婦人雑貨、特選衣料雑貨、宝飾品、呉服、スポーツ、リビング、美術、食堂が前年実績を上回りました。

以 上