

2025年7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	△3.8	大 宮 店	△0.2
堺 店	△4.8	柏 店	※2 △0.1
京 都 店	※1 △9.1	E C 店	+7.5
泉 北 店	△2.7	(株) 高 島 屋 各 店 計	△3.8
日 本 橋 店	△1.4	岡 山 高 島 屋	△5.2
横 浜 店	△3.8	高 崎 高 島 屋	+1.3
新 宿 店	△8.2	国 内 百 貨 店 計	△6.6
玉 川 店	+4.9	国 内 百 貨 店 既 存 店 計	※3 △3.7

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31日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△6.6%(※△3.7%)、免税売上高△33.0%、免税を除いた店頭売上高△2.0%(※+1.6%)となりました。

○国内顧客は、夏物衣料・雑貨に加え、宝飾品が堅調に推移したこともあり、既存店対比で前年実績を上回りました。

インバウンド顧客は、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品がマイナスとなった影響が大きく、前年実績を下回り、店頭売上高全体を押し下げました。

○店舗別売上高は、玉川店、EC店、高崎店が前年実績を上回りました。

○商品別売上高(当社分類)は、宝飾品、食堂が前年実績を上回りました。

以 上