

2025年8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	+10.9	大 宮 店	+8.4
堺 店	△3.9	柏 店	※2 +4.8
京 都 店	※1 +2.2	E C 店	+15.3
泉 北 店	+1.3	(株) 高 島 屋 各 店 計	+6.6
日 本 橋 店	+9.4	岡 山 高 島 屋	+9.4
横 浜 店	+8.7	高 崎 高 島 屋	+4.1
新 宿 店	△1.4	国 内 百 貨 店 計	+6.6
玉 川 店	+10.3		

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。

■ 概況

○前年比におきましては、店頭売上高+6.6%、免税売上高△9.8%、免税を除いた店頭売上高+9.3%となりました。

○国内顧客は、新規催事の開催にともなう入店客数の増加もあり、食料品、夏物衣料・雑貨等が堅調に推移、前年実績を上回りました。

インバウンド顧客について、化粧品、婦人服、スポーツ用品等は前年からプラスとなりましたが、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、前年実績を下回りました。

○店舗別売上高は、大坂店、京都店、泉北店、日本橋店、横浜店、玉川店、大宮店、柏店、EC店、岡山店、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、紳士服、婦人服、婦人雑貨、特選衣料雑貨、宝飾品、呉服、子供情報ホビー、スポーツ、リビング、美術、食料品、食堂、サービスが前年実績を上回りました。

以 上