

2025年10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	+12.2	大 宮 店	+6.9
堺 店	△2.7	柏 店	※2 △0.5
京 都 店	※1 +10.4	E C 店	+17.2
泉 北 店	△3.3	(株)高島屋各店計	+8.6
日 本 橋 店	+9.9	岡 山 高 島 屋	+1.5
横 浜 店	+6.4	高 崎 高 島 屋	+5.1
新 宿 店	+4.1	国 内 百 貨 店 計	+8.3
玉 川 店	+15.8		

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+8.3%、免税売上高+15.4%、免税を除いた店頭売上高+7.2%となりました。

○国内顧客は、気温の低下にともない秋物衣料、雑貨等に動きがみられたことに加え、物産展等の催事も堅調に推移し、前年実績を上回りました。

インバウンド顧客は、「国慶節」期間等の客数増加に加え、化粧品、スポーツ、子供情報ホビーの他、ラグジュアリーブランドをはじめとする高額品の売上高も増大したことで客単価を押し上げ、前年実績を上回りました。

○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、大宮店、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、紳士雑貨、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、食堂が前年実績を上回りました。