

2015年10月度 百貨店事業 営業報告

1. 売上高および入店客数（対前年増減率：％）

	10月度		9～10月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	18.6	9.4	14.5	4.9
大丸 梅田店	1.5	▲0.9	4.5	▲1.8
大丸 東京店	5.9	1.0	6.7	2.7
大丸 浦和パルコ店	▲4.4	▲4.5	▲2.6	▲2.9
大丸 京都店	3.8	▲1.3	1.2	▲2.6
大丸 山科店	▲2.6	▲3.7	▲2.0	▲3.3
大丸 神戸店	4.9	2.5	4.2	0.8
大丸 須磨店	0.7	1.0	▲2.1	▲2.1
大丸 芦屋店	▲0.0	4.1	▲2.0	3.5
大丸 札幌店	4.0	▲3.3	2.2	▲2.9
松坂屋 名古屋店	0.5	2.0	1.7	0.2
松坂屋 上野店	1.4	3.0	▲2.6	0.1
松坂屋 静岡店	6.2	3.7	▲2.9	▲0.7
松坂屋 高槻店	0.1	▲2.5	▲2.7	▲4.3
松坂屋 豊田店	3.1	5.2	2.6	4.4
大丸松坂屋百貨店合計	4.9	1.2	3.8	0.1
博多大丸	5.6	▲0.0	5.9	0.1
下関大丸	▲3.8	▲1.9	▲5.4	▲5.8
高知大丸	▲2.0	▲2.3	▲0.5	▲2.9
百貨店事業合計	4.6	1.0	3.7	▲0.1

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	10月度	9～10月度累計
紳士服・洋品	1.8	▲0.2
婦人服・洋品	5.7	2.6
子供服・洋品	7.3	4.2
その他の衣料品	▲3.6	▲4.5
衣料品計	4.7	2.0
身回品	3.2	3.3
化粧品	27.1	23.0
美術・宝飾・貴金属	20.8	21.8
その他雑貨	18.7	17.6
雑貨計	23.2	21.8
家具	2.4	4.7
家電	▲46.4	▲40.0
その他の家庭用品	▲9.0	▲7.3
家庭用品計	▲8.2	▲6.2
生鮮	1.2	▲1.0
菓子	1.4	1.3
惣菜	▲4.4	0.4
その他食料品	1.6	1.8
食料品計	▲0.6	0.7
食堂・喫茶	4.7	3.4
サービス	9.0	9.3
その他	▲7.5	▲6.8
合計	4.9	3.8

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが好調を持続したほか、心齋橋店で開催中の売り納めセールの影響効果なども寄与した。紳士服・洋品は、ネクタイ、ワイシャツなどの洋品雑貨が好調であった。身回品は、婦人アクセサリ、紳士靴、かばん・旅行用品などが好調であった。雑貨は、訪日外国人客の増加などにより化粧品が2割増となったほか、時計、美術品も好調を持続した。家庭用品は、名古屋店第3期改装による売場面積の減少が影響した。食料品は、名古屋店の大型物産展催事の開催月変更による影響が大きく、マイナスとなった。