

2016年8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：％）

| | 8月度 | | 3～8月度累計 | |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 売上高 | 入店客数 | 売上高 | 入店客数 |
| 大丸 心齋橋店 | ▲25.5 | ▲43.6 | ▲23.8 | ▲42.1 |
| 大丸 梅田店 | ▲4.1 | ▲0.8 | ▲2.6 | ▲1.7 |
| 大丸 東京店 | ▲3.2 | ▲0.9 | 2.2 | 2.6 |
| 大丸 浦和パルコ店 | ▲19.6 | ▲17.7 | ▲16.9 | ▲15.6 |
| 大丸 京都店 | ▲6.9 | ▲3.1 | ▲5.1 | ▲2.0 |
| 大丸 山科店 | ▲3.6 | ▲4.0 | ▲4.0 | ▲4.1 |
| 大丸 神戸店 | ▲6.9 | ▲5.2 | ▲3.5 | ▲3.0 |
| 大丸 須磨店 | ▲6.7 | ▲3.1 | ▲5.6 | ▲3.8 |
| 大丸 芦屋店 | ▲3.0 | 8.9 | ▲4.8 | 6.8 |
| 大丸 札幌店 | ▲7.3 | ▲5.9 | ▲3.6 | ▲4.3 |
| 松坂屋 名古屋店 | ▲3.3 | 0.4 | ▲5.4 | 1.0 |
| 松坂屋 上野店 | 2.0 | ▲4.5 | ▲1.7 | ▲3.2 |
| 松坂屋 静岡店 | 0.8 | ▲2.6 | ▲3.8 | ▲3.8 |
| 松坂屋 高槻店 | ▲4.7 | ▲6.3 | ▲5.7 | ▲5.8 |
| 松坂屋 豊田店 | ▲3.3 | 3.3 | ▲3.2 | 0.7 |
| 大丸松坂屋百貨店合計 | ▲7.3 | ▲6.9 | ▲6.2 | ▲6.0 |
| 博多大丸 | ▲6.2 | 0.7 | ▲4.6 | ▲2.4 |
| 下関大丸 | ▲7.9 | ▲2.8 | ▲6.7 | ▲7.0 |
| 高知大丸 | ▲9.3 | ▲10.1 | ▲6.2 | ▲8.1 |
| 百貨店事業合計 | ▲7.3 | ▲6.4 | ▲6.1 | ▲5.8 |

※注)大丸心齋橋店は、本館建替え工事のため売場面積が対前年約▲4割減になっています。

参考数値として心齋橋店の本年・前年実績を除いた8月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲4.5%減、百貨店事業合計同▲4.8%減。
3～8月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲3.4%減、百貨店事業合計同▲3.6%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

| | 8月度 | 3～8月度累計 |
|--------------|--------------|--------------|
| 紳士服・洋品 | ▲9.8 | ▲5.4 |
| 婦人服・洋品 | ▲9.6 | ▲7.6 |
| 子供服・洋品 | ▲13.8 | ▲4.3 |
| その他の衣料品 | ▲12.0 | ▲13.8 |
| 衣料品計 | ▲9.9 | ▲7.3 |
| 身回品 | ▲13.4 | ▲10.4 |
| 化粧品 | ▲1.9 | 7.3 |
| 美術・宝飾・貴金属 | ▲2.6 | ▲11.4 |
| その他雑貨 | ▲19.6 | ▲8.0 |
| 雑貨計 | ▲4.5 | ▲3.1 |
| 家具 | ▲18.5 | ▲18.4 |
| 家電 | ▲18.7 | ▲43.3 |
| その他の家庭用品 | ▲12.7 | ▲12.2 |
| 家庭用品計 | ▲14.2 | ▲14.7 |
| 生鮮 | ▲7.2 | ▲4.4 |
| 菓子 | ▲3.0 | ▲2.7 |
| 惣菜 | ▲3.6 | ▲3.4 |
| その他食料品 | ▲11.0 | ▲6.5 |
| 食料品計 | ▲5.7 | ▲4.1 |
| 食堂・喫茶 | ▲7.6 | ▲5.7 |
| サービス | ▲8.1 | ▲5.7 |
| その他 | 14.7 | 0.7 |
| 合計 | ▲7.3 | ▲6.2 |

3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる売場面積の減少などが影響し、商品別の対前年増減率は、その他を除きマイナスとなった。婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが前年度に大幅増となった反動の影響が大きく、マイナスとなった。紳士服・洋品は、4月に売場改装を実施した名古屋店が好調を持続したものの、カジュアル衣料の苦戦が影響した。身回品は、婦人靴、アクセサリが苦戦した。雑貨は、美術品、宝飾品が好調であったものの、時計が苦戦した。家庭用品は、名古屋店、食料品は、心齋橋店の売場面積減が影響した。