

2016年9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：％）

	9月度	
	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲22.7	▲42.0
大丸 梅田店	▲7.1	▲3.9
大丸 東京店	0.8	1.7
大丸 浦和パルコ店	▲16.0	▲12.6
大丸 京都店	▲6.0	▲4.9
大丸 山科店	▲8.0	▲7.4
大丸 神戸店	▲3.9	▲5.4
大丸 須磨店	▲9.3	▲2.8
大丸 芦屋店	▲5.0	2.2
大丸 札幌店	0.7	▲0.7
松坂屋 名古屋店	▲11.3	▲4.3
松坂屋 上野店	3.7	▲6.8
松坂屋 静岡店	▲3.8	▲6.4
松坂屋 高槻店	▲7.3	▲2.8
松坂屋 豊田店	▲6.7	8.2
大丸松坂屋百貨店合計	▲7.3	▲6.9
博多大丸	▲14.0	▲11.4
下関大丸	▲10.9	▲6.9
高知大丸	▲10.3	▲9.6
百貨店事業合計	▲7.9	▲7.2

※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9月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲5.0%減、百貨店事業合計同▲6.0%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	9月度
紳士服・洋品	▲3.4
婦人服・洋品	▲6.4
子供服・洋品	▲7.9
その他の衣料品	▲9.8
衣料品計	▲6.2
身回品	▲14.8
化粧品	7.2
美術・宝飾・貴金属	▲17.8
その他雑貨	▲20.4
雑貨計	▲7.1
家具	▲27.1
家電	▲8.3
その他の家庭用品	▲8.5
家庭用品計	▲12.9
生鮮	▲7.2
菓子	▲6.5
惣菜	▲13.7
その他食料品	▲5.8
食料品計	▲8.8
食堂・喫茶	▲7.2
サービス	▲9.4
その他	20.3
合計	▲7.3

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、売上高は前年実績を下回った。婦人服・洋品は、ジャケット・ニットなど秋物衣料が苦戦した。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、心齋橋店の売場面積減が影響した。身回品は婦人靴、ハンドバッグが苦戦した。雑貨は化粧品が好調を持続したものの、美術・宝飾が前年度に大幅増となった反動影響が大きく、マイナスとなった。家庭用品は名古屋店の売場面積減が影響した。食品は名古屋店の大型物産展催事の会期が後ろ倒しとなり、9月の開催日数が減少したことが影響した。