

2017年12月度 百貨店事業 営業報告(日本基準)

1. 売上高および入店客数 (対前年増減率：%)

	12月度		9～12月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	10.4	32.7	18.6	32.0
大丸 梅田店	5.5	2.8	5.1	3.2
大丸 東京店	5.7	4.8	7.3	3.2
大丸 京都店	1.1	1.8	3.3	1.7
大丸 山科店	▲0.2	▲0.6	0.1	0.4
大丸 神戸店	1.3	4.5	0.8	▲1.2
大丸 須磨店	▲0.3	▲0.5	0.1	▲0.4
大丸 芦屋店	0.8	0.5	0.6	▲0.4
大丸 札幌店	7.6	0.6	6.1	▲0.1
松坂屋 名古屋店	▲1.2	▲4.2	0.6	▲5.1
松坂屋 上野店	1.4	43.8	▲2.1	29.8
松坂屋 静岡店	0.4	4.9	▲0.4	2.9
松坂屋 高槻店	1.2	1.9	▲0.2	▲1.1
松坂屋 豊田店	▲6.0	▲1.4	▲9.3	▲5.0
大丸松坂屋百貨店合計	3.2	5.7	4.4	4.0
博多大丸	2.4	0.0	3.7	0.9
下関大丸	▲3.1	▲3.1	▲3.6	▲3.7
高知大丸	▲5.3	▲1.0	▲2.2	▲2.3
百貨店事業合計	2.9	5.0	4.1	3.6

※1 当期より不動産事業を独立して管理することとしたため、従来売上高に含めていた不動産賃貸売上のうち、不動産事業に移管した金額を本年・前年度ともに控除しています。

※2 合計の前年は、大丸浦和パルコ店(2017年7月31日営業終了)を除く既存店ベース。

前年に大丸浦和パルコ店を含めた12月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年2.7%増、百貨店事業合計 同2.4%増。

同じく前年に大丸浦和パルコ店を含めた9～12月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年3.9%増、百貨店事業合計 同3.6%増。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	12月度	9～12月度累計
紳士服・洋品	3.6	5.0
婦人服・洋品	3.9	4.0
子供服・洋品	1.9	▲1.3
その他の衣料品	▲3.3	▲2.2
衣料品計	3.5	3.7
身回品	▲4.1	▲3.8
化粧品	30.5	38.0
美術・宝飾・貴金属	7.5	12.0
その他雑貨	▲13.4	▲14.2
雑貨計	15.9	22.0
家具	7.8	2.9
家電	▲26.0	▲28.0
その他の家庭用品	▲2.6	0.4
家庭用品計	▲1.3	0.2
生鮮	▲1.9	▲2.4
菓子	2.8	2.2
惣菜	4.5	2.5
その他食料品	▲1.4	▲1.8
食料品計	1.1	0.4
食堂・喫茶	0.9	1.2
サービス	▲3.0	1.2
その他	▲8.2	▲5.8
合計	3.2	4.4

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するとともに、コートが動いた。紳士服・洋品は、コートとブルゾンが好調であった。身回品は、婦人靴、かばん・旅行用品が苦戦した。雑貨は、高級時計が大幅増となったほか、化粧品が訪日外国人客・国内客ともに好調を持続した。家庭用品は、インテリア雑貨、食器・調理用品が苦戦した。食品は、名古屋店の大型物産展催事縮小の影響があったものの、洋菓子やおせち料理の好調に加え、上野フロンティアタワーの開業に伴い上野店において菓子・惣菜が伸びた。