



## 2016年1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：％）

	1月度		9～1月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲22.4	▲40.0	3.6	▲5.0
大丸 梅田店	▲1.6	▲4.1	▲0.1	▲4.2
大丸 東京店	5.0	3.1	4.8	1.8
大丸 浦和パルコ店	▲14.3	▲14.8	▲8.5	▲8.8
大丸 京都店	1.9	0.7	▲0.1	▲1.7
大丸 山科店	▲6.9	▲5.5	▲3.3	▲3.4
大丸 神戸店	▲3.8	▲3.0	▲0.9	▲2.5
大丸 須磨店	▲4.2	▲1.4	▲4.6	▲3.4
大丸 芦屋店	▲1.5	4.7	▲2.7	3.6
大丸 札幌店	2.0	▲0.1	0.7	▲2.0
松坂屋 名古屋店	▲2.5	4.3	▲0.9	3.0
松坂屋 上野店	▲0.8	▲3.3	▲2.2	▲1.2
松坂屋 静岡店	▲2.0	▲1.4	▲3.4	▲2.0
松坂屋 高槻店	▲3.8	▲4.7	▲3.6	▲4.8
松坂屋 豊田店	▲3.5	▲0.2	▲0.6	2.9
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>▲3.3</b>	<b>▲5.0</b>	<b>0.2</b>	<b>▲1.6</b>
博多大丸	▲2.6	▲2.9	0.6	▲1.7
下関大丸	▲8.1	▲9.5	▲6.3	▲7.2
高知大丸	▲7.2	▲9.0	▲4.8	▲7.5
<b>百貨店事業合計</b>	<b>▲3.5</b>	<b>▲5.0</b>	<b>0.0</b>	<b>▲1.8</b>

※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1月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲0.7%減、百貨店事業合計同▲1.2%減。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	1月度	9～1月度累計
紳士服・洋品	▲9.6	▲5.5
婦人服・洋品	▲5.6	▲2.1
子供服・洋品	3.9	0.9
その他の衣料品	▲14.0	▲7.3
衣料品計	▲6.1	▲2.7
身回品	▲4.0	0.3
化粧品	26.2	19.9
美術・宝飾・貴金属	▲6.2	12.3
その他雑貨	2.1	8.7
雑貨計	7.7	15.0
家具	▲21.7	▲5.7
家電	▲54.6	▲50.0
その他の家庭用品	▲8.3	▲8.0
家庭用品計	▲13.0	▲9.3
生鮮	▲5.6	▲3.0
菓子	0.9	1.3
惣菜	▲2.9	▲0.0
その他食料品	0.5	▲0.8
食料品計	▲1.4	▲0.4
食堂・喫茶	▲4.1	0.2
サービス	8.5	6.0
その他	0.8	▲1.5
<b>合計</b>	<b>▲3.3</b>	<b>0.2</b>

### 3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる面積減が影響し、商品別の対前年増減率は、雑貨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好調を持続したものの、コート、ニットなどが苦戦した。紳士服・洋品は、スーツ、ワイシャツなどが好調であったものの、コート、ブルゾンなどが不調であった。身回品は婦人靴、紳士靴が苦戦した。雑貨は、化粧品、美術品が引き続き好調を持続した。家庭用品は名古屋店での売場面積減、食料品は心齋橋店での売場面積減がそれぞれ影響した。