

2016年12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：％）

	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	▲17.3	▲45.6	▲21.0	▲44.0
大丸 梅田店	0.0	1.3	▲2.2	0.2
大丸 東京店	2.6	1.0	2.0	1.9
大丸 浦和パルコ店	▲4.2	▲2.9	▲11.7	▲10.3
大丸 京都店	0.4	▲0.3	▲2.4	▲2.0
大丸 山科店	▲4.0	▲3.8	▲4.9	▲6.1
大丸 神戸店	0.6	0.3	▲2.1	▲2.5
大丸 須磨店	▲4.8	▲1.3	▲6.2	▲1.5
大丸 芦屋店	▲5.3	1.9	▲4.9	1.8
大丸 札幌店	0.4	▲1.2	0.1	0.1
松坂屋 名古屋店	0.7	▲2.5	▲1.8	▲1.4
松坂屋 上野店	▲0.2	▲5.2	▲1.7	▲5.0
松坂屋 静岡店	▲0.4	3.0	▲1.4	▲1.3
松坂屋 高槻店	▲2.6	▲3.0	▲4.2	▲2.6
松坂屋 豊田店	▲1.7	▲2.7	▲3.1	0.4
大丸松坂屋百貨店合計	▲2.1	▲5.6	▲4.2	▲5.6
博多大丸	▲4.1	▲5.7	▲6.7	▲7.6
下関大丸	▲4.8	▲3.7	▲8.3	▲5.3
高知大丸	▲3.4	▲6.0	▲6.0	▲8.4
百貨店事業合計	▲2.3	▲5.6	▲4.5	▲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12月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年0.3%増、百貨店事業合計同▲0.2%減。9～12月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲1.5%減、百貨店事業合計同▲2.2%減。

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	▲1.6	▲1.7
婦人服・洋品	2.0	▲1.9
子供服・洋品	▲5.5	▲5.8
その他の衣料品	▲16.0	▲14.0
衣料品計	0.3	▲2.5
身回品	▲12.3	▲13.3
化粧品	11.1	7.0
美術・宝飾・貴金属	▲14.5	▲17.6
その他雑貨	▲7.1	▲12.0
雑貨計	▲4.0	▲6.8
家具	▲18.0	▲19.2
家電	▲8.3	▲1.7
その他の家庭用品	▲0.6	▲4.1
家庭用品計	▲4.2	▲7.3
生鮮	▲3.3	▲3.5
菓子	▲1.8	▲3.2
惣菜	▲1.0	▲3.8
その他食料品	▲6.9	▲6.1
食料品計	▲3.3	▲4.1
食堂・喫茶	▲4.3	▲5.9
サービス	18.5	▲1.2
その他	26.7	16.7
合計	▲2.1	▲4.2

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、合計では前年実績を下回った。婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが好調であった。紳士服・洋品は、名古屋店が改装効果により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、ハンドバッグが前年の心齋橋店売り納めセールの影響によりマイナスとなった。雑貨は、化粧品が好調を持続したものの、美術・宝飾・貴金属は、前年の心齋橋店売り納めセールの反動影響が大きく、マイナスとなった。家庭用品は、名古屋店、食品は、心齋橋店での売場面積減が影響した。なお、インバウンド売上は前年実績を上回った。