



## 2016年11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：％）

	11月度		9～11月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲20.1	▲43.5	▲22.9	▲43.3
大丸 梅田店	▲3.6	0.4	▲3.4	▲0.3
大丸 東京店	3.8	0.9	1.7	2.3
大丸 浦和パルコ店	▲15.5	▲12.3	▲15.2	▲12.8
大丸 京都店	▲3.8	▲3.2	▲3.9	▲2.7
大丸 山科店	▲5.8	▲8.0	▲5.5	▲7.0
大丸 神戸店	▲2.7	▲3.0	▲3.4	▲3.6
大丸 須磨店	▲3.6	▲0.3	▲7.0	▲1.6
大丸 芦屋店	▲5.5	0.8	▲4.7	1.8
大丸 札幌店	▲0.9	▲0.4	▲0.0	0.6
松坂屋 名古屋店	▲0.8	▲4.7	▲3.1	▲1.0
松坂屋 上野店	▲5.7	▲2.2	▲2.5	▲4.9
松坂屋 静岡店	2.4	1.8	▲2.0	▲3.0
松坂屋 高槻店	▲3.4	▲1.6	▲5.1	▲2.4
松坂屋 豊田店	▲5.3	▲3.9	▲3.8	1.6
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>▲4.4</b>	<b>▲5.9</b>	<b>▲5.4</b>	<b>▲5.6</b>
博多大丸	▲4.1	▲5.5	▲8.2	▲8.4
下関大丸	▲8.6	▲6.9	▲10.1	▲6.0
高知大丸	▲8.9	▲8.8	▲7.5	▲9.4
<b>百貨店事業合計</b>	<b>▲4.5</b>	<b>▲6.0</b>	<b>▲5.7</b>	<b>▲5.8</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11月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲1.7%減、百貨店事業合計同▲2.2%減。  
9～11月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲2.5%減、百貨店事業合計同▲3.3%減。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	11月度	9～11月度累計
紳士服・洋品	▲1.9	▲1.7
婦人服・洋品	▲0.1	▲3.5
子供服・洋品	▲7.0	▲6.0
その他の衣料品	▲14.4	▲13.2
衣料品計	▲1.3	▲3.7
身回品	▲13.8	▲13.8
化粧品	4.6	5.3
美術・宝飾・貴金属	▲18.9	▲19.1
その他雑貨	▲7.2	▲14.1
雑貨計	▲8.0	▲8.2
家具	▲14.7	▲19.7
家電	5.5	0.7
その他の家庭用品	▲9.7	▲5.8
家庭用品計	▲10.4	▲8.8
生鮮	▲1.7	▲3.7
菓子	▲4.1	▲4.5
惣菜	▲3.1	▲5.9
その他食料品	▲3.6	▲5.1
食料品計	▲3.3	▲4.9
食堂・喫茶	▲7.7	▲6.5
サービス	▲11.6	▲6.9
その他	3.4	12.4
合計	▲4.4	▲5.4

### 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、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のほか、コートなどの婦人服が月初から好調に推移したものの、中旬以降は、ジャケット、ニットなどが伸び悩んだ。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。