

1. 店舗別 売上高概況 (単位:%)

	売上高	入店客数
① 銀座本店	-0.9	-4.6
② 銀座店	-0.8	-8.6
③ 浅草店	-2.5	2.1

① 銀座本店 : 「銀座本店」の数値は「銀座店」と「浅草店」両店計の売上高対前年増減率を表記いたしております。
 ② 銀座店 : 「銀座店」のみの売上高対前年増減率を表記いたしております。
 ③ 浅草店 : 「浅草店」のみの売上高対前年増減率を表記いたしております。

2. 売上高対前年増減率推移 (単位:%)

	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
銀座本店	1.9	-1.5	-1.4	4.9	2.0	2.2	-0.4	-1.3	-1.2	17.2	-20.1	-0.9
松屋銀座	2.4	-1.2	-1.2	5.7	2.1	1.6	-0.2	-1.1	-0.6	18.4	-20.4	-0.8
松屋浅草	-4.3	-5.9	-5.7	-4.8	0.8	10.5	-1.9	-5.2	-8.8	-0.9	-15.0	-2.5

3. 店舗別商況

銀座店	11月の銀座店の売上高は、0.8%減と前年に僅かに下回りました。消費税率引上げ後の反動があった10月と比較すると、11月においても海外のラグジュアリーブランド等でその影響が継続した一方、ここ数年、訪日外国人による買上げが顕著だった化粧品においては、免税を除く売上高(国内のお客様の買上げ額)が前年ベースで復調・推移する等、アイテムによって増税後の回復進捗の差異が見られました。婦人衣料品においても、ボリュームゾーンを軸としたキャリアウェアはコート等の重衣料が苦戦し売上高が9.1%減に対し、国内外のデザイナーを軸とした高価格帯の婦人服は3.2%増になる等、強みとなる商品群は増税後等の影響も軽微に好調に推移しました。免税売上高につきましては、一部のラグジュアリーブランドにおける特注等が全体を牽引したため一般品の売上高は前年比3.1%増、一方、化粧品を軸とした消耗品につきましては約3割減となりました。なお、松屋は、11/3(日)に創業150周年を迎え「松屋の文化祭」(11/2~4)を開催、多くの来場者で賑わいました。来年の8月までを創業150周年記念の重点展開期間と位置づけ、今後も様々な来店促進策で顧客動員を図ってまいります。
浅草店	11月の浅草店は、主力の食品において鮮魚・青果の売上が鈍く、化粧品等も増税後の反動にて苦戦し、店全体としては売上高は前年を下回りました。

4. 商品別売上高対前年増減率 (単位:%)

	銀座本店	松屋銀座
紳士服・洋品	0.7	0.7
婦人服・洋品	-6.1	-6.2
子供服・洋品	-5.1	-5.1
呉服寝具他	286.8	299.9
衣料品計	8.0	8.3
身廻り品	0.1	0.0
雑貨	-20.6	-20.7
家具	-14.0	-14.0
家電	-2.2	-0.1
家庭用品	18.6	23.5
家庭用品計	-0.5	1.3
食料品	1.6	2.4
食堂・喫茶	3.0	3.0
サービス、その他	-12.4	-12.6
合計	-0.9	-0.8

※「2019年12月上報告」は、2020年1月6日(月)15時に開示を予定しております。

お問い合わせ先 株式会社 松屋 総務部 IR室
 TEL(03)3248-8311 / FAX(03)5550-9639