

2018年6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：%)

	6月度		3～6月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	12.2	16.9	13.7	18.6
大丸 梅田店	4.4	▲1.0	4.2	0.0
大丸 東京店	5.3	2.2	3.8	▲1.6
大丸 京都店	2.2	0.3	2.9	1.4
大丸 山科店	▲2.0	▲2.6	▲2.3	▲2.2
大丸 神戸店 (※)	6.7	▲1.8	3.9	▲3.1
大丸 須磨店	▲2.4	▲2.8	▲3.9	▲3.9
大丸 芦屋店	▲0.0	▲2.9	▲1.0	▲2.3
大丸 札幌店	7.2	4.3	5.7	1.4
松坂屋 名古屋店	4.8	5.2	2.8	0.6
松坂屋 上野店	2.2	32.5	5.2	33.5
松坂屋 静岡店	2.1	1.8	▲1.9	2.5
松坂屋 高槻店	▲5.2	▲3.2	▲3.2	▲2.1
松坂屋 豊田店	▲1.4	▲3.4	▲7.0	▲3.6
大丸松坂屋百貨店合計	5.3	3.4	4.4	2.3
博多大丸	2.7	3.1	1.9	0.3
下関大丸	▲2.4	3.4	▲1.9	9.0
高知大丸	▲4.2	7.0	▲3.1	▲0.5
百貨店事業合計	4.8	3.5	4.0	2.3

- ※1 本年3月から大丸神戸店周辺店舗のテナントを順次賃貸借契約に変更し、売上を不動産事業に移管しているため、神戸店の売上高は「賃貸契約へ移管したテナントの前年売上実績を除いた実質の対前年増減率」で表示しています。参考数値として、前年に不動産事業への移管分を含めた6月度の大丸神戸店の売上は、対前年▲0.3%減、同じく3～6月度累計では対前年▲1.5%減。
- ※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)と大丸神戸店周辺店舗の不動産事業への移管分を除く既存店ベース。前年に大丸浦和パルコ店と大丸神戸店周辺店舗の不動産事業への移管分を含めた6月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年4.0%増、百貨店事業合計 3.7%増。同じく3～6月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年3.3%増、百貨店事業合計 同3.0%増。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	6月度	3～6月度累計
紳士服・洋品	7.2	3.3
婦人服・洋品	3.2	1.8
子供服・洋品	6.1	▲0.4
その他の衣料品	▲1.5	▲3.1
衣料品計	3.8	1.7
身回品	3.5	▲0.6
化粧品	23.4	29.9
美術・宝飾・貴金属	9.6	14.1
その他雑貨	▲1.0	▲3.3
雑貨計	15.9	21.0
家具	▲5.0	▲4.2
家電	▲32.8	▲4.5
その他の家庭用品	▲6.6	▲3.0
家庭用品計	▲6.8	▲3.2
生鮮	▲2.8	▲1.0
菓子	▲0.0	▲0.8
惣菜	2.1	▲0.5
その他食料品	▲4.1	▲2.6
食料品計	▲0.9	▲1.1
食堂・喫茶	▲6.3	▲3.4
サービス	6.5	0.2
その他	10.5	0.9
合計	4.5	3.8

※ 合計の前年は、大丸浦和パルコ店を除き、大丸神戸店周辺店舗の不動産事業への移管分を含めています。

3. 売上高概況

衣料品全体にクリアランスの前倒しスタートが寄与したことに加え、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。紳士服・洋品は、ジャケット、Tシャツなどが動いた。身回品は、ハンドバッグ、紳士革小物・旅行用品などが伸びた。雑貨は、化粧品、高級時計が好調を持続した。家庭用品は、食器調理用品、ライフスタイル雑貨の動きが鈍かった。食品は、上野フロンティアタワーの集客効果により上野店の洋菓子や惣菜が好調に推移したものの、上野店、静岡店の大型催事縮小の影響があった。食堂・喫茶は、名古屋店のレストラン改装工事による面積減が影響した。