



国内百貨店事業 売上

店名	前年比	4月-2月 累計
伊勢丹新宿本店 店頭	89.6%	96.8%
三越日本橋本店 店頭	84.1%	94.7%
三越銀座店	63.8%	95.2%
伊勢丹立川店	98.4%	99.1%
伊勢丹浦和店	95.5%	96.9%

会社名	前年比	4月-2月 累計
札幌丸井三越	75.1%	97.4%
函館丸井今井	90.3%	106.3%
仙台三越	95.4%	95.0%
新潟三越伊勢丹	109.1%	98.9%
静岡伊勢丹	96.4%	95.3%
名古屋三越	91.0%	97.3%
広島三越	96.1%	99.2%
高松三越	92.4%	96.7%
松山三越	89.2%	92.5%
岩田屋三越	82.6%	93.6%

三越伊勢丹 計	80.0%	94.4%
三越伊勢丹 既存店計※	84.7%	96.1%

国内グループ百貨店 計	88.5%	96.1%
-------------	-------	-------

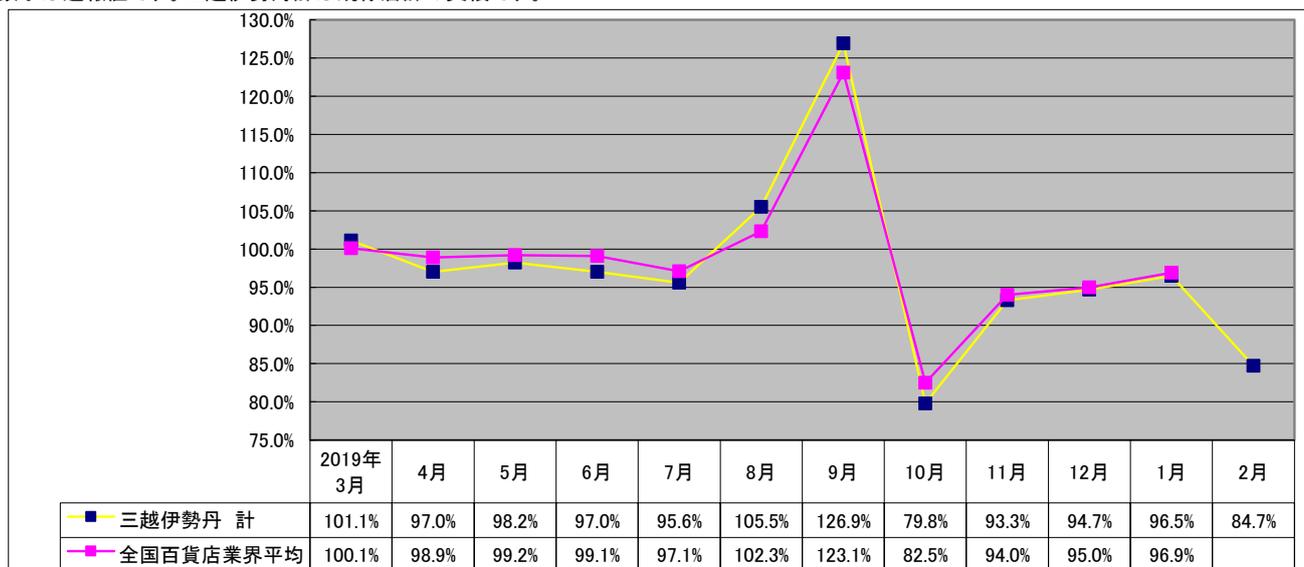
※2019年9月末日営業終了した伊勢丹相模原店・伊勢丹府中店の実績除く

国内百貨店 計	83.6%	95.1%
国内百貨店 既存店計※	86.4%	96.1%

※2019年9月末日営業終了した伊勢丹相模原店・伊勢丹府中店の実績除く

過去1年間の月別売上高(前年比)推移 [三越伊勢丹・全国百貨店業界平均]

数字は速報値です。三越伊勢丹計は既存店計の実績です。



概況

- 全国的に新型コロナウイルスの感染拡大による不安が広がり、入店客数の減少や消費マインドへのマイナス影響がみられ、首都圏三越伊勢丹(既存店)と国内百貨店(既存店)ともに、売上は5か月連続で前年実績を下回った。
- 基幹3店の売上がインバウンド売上の落ち込み等の影響により苦戦する中、新宿店のバレンタイン催事やワインに特化した催事のような、ターゲットが明確な企画・店頭でしか体験できない企画に対する反響は高かった。
- インバウンド売上に関しては、新型コロナウイルスの影響による訪日客数減と、春節の時期ずれ(本年1月、昨年2月)のマイナス反動が重なり、グループ百貨店の全店舗で前年割れとなった。