

2004年8月16日

会社名 株式会社 大丸
 コード番号 8234
 代表者名 取締役会長 奥田 務

2004年7月度 大丸 連結営業報告

1. セグメント別売上高対前年増減率(%)

	7 月 度	3 ~ 7 月 累 計
百貨店業	1.2	2.7
スーパーマーケット業	1.1	2.2
卸 売 業	3.4	1.4
その他事業	9.9	3.4
連結合計	0.5	1.8

(注) 売上高にはその他営業収入を含めていない。また、各事業の売上高には連結会社間の売上高を含む。

2. 百貨店業 売上高概況

1) 店舗別売上高対前年増減率(%)

	7 月 度		3 ~ 7 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	2.4	0.3	3.0	4.1
梅田店	0.2	1.3	3.0	4.1
東京店	4.2	2.6	3.3	0.9
京都店	1.6	11.4	0.7	11.9
山科店	2.1	-	2.4	-
神戸店	0.9	1.6	0.4	0.9
新長田店	13.4	-	10.5	-
須磨店	5.3	-	5.0	-
芦屋店	3.9	-	2.9	-
札幌店	12.3	1.0	1.7	24.0
直営10店舗計	0.1	2.0	1.6	4.8
博多大丸	5.2	1.5	7.3	1.3
下関大丸	4.4	2.3	6.6	4.3
高知大丸	4.5	5.2	4.7	3.1
今治大丸	2.7	7.4	3.9	5.9
百貨店業合計	1.2	-	2.7	-

(注) 直営店の入店客数合計の対前年増減率は、心齋橋、梅田、東京、京都、神戸、札幌の6店計である。

2) 直営店 商品別売上高対前年増減率(%)

	7 月 度	3 ~ 7 月 累 計
紳士服・洋品	0.2	2.7
婦人服・洋品	2.9	1.0
子供服・洋品	1.0	3.8
その他の衣料品	1.2	3.2
衣料品計	1.8	1.6
身の回り品	1.5	2.3
家具	7.5	3.6
家電	25.7	34.8
その他の家庭用品	1.9	6.2
家庭用品計	2.5	3.5
食 料 品	3.2	0.5
食堂・喫茶	1.8	8.4
雑 貨	0.3	0.1
サ ー ビ ス	5.9	1.2
そ の 他	10.9	0.0
合 計	0.1	1.6

3. 概況

1) 百貨店業

- ・7月の百貨店業の売上高は、前半は6月のクリアランス待ちの反動もあって同セールが盛況であったが、猛暑のため初秋物の動きが鈍く、さらに月末の台風の影響もあって、対前年 1.2%減となった。
- ・直営店の店別売上高は、札幌店は12.3%増と3ヶ月連続で前年を上回ったほか、京都店、神戸店も堅調に推移したが、その他は前年を下回り、直営店合計では 0.1%の微減となった。
札幌店は婦人・紳士服を中心に動きが活発で、衣料品全体で対前年2桁増となるなど店売上を牽引した。
- ・商品別では、クリアランスを中心に婦人服・洋品が好調に推移。特に、猛暑関連商品のパラソル、帽子、サングラスなどは2桁増であった。また、これまで不振であったサンダル、ミュールも活発に動いた。家電はオリンピックを直前に控え、薄型デジタルテレビが依然好調であったが、その他の家具、家庭用品は不調であった。食料品は、中元ギフトの早期受注によって、6月への売上シフトが強まったこともあって前年を下回った。
- ・博多大丸は店頭ギフトは好調に推移した。しかし、同業他店や郊外SCとの競合状況は、やや薄まってきたものの依然厳しく、売上高は対前年 5.2%減となった。

2) その他

- ・スーパーマーケット業の大丸ピーコックの売上高は、猛暑関連商品（アイスcream、飲料、ビールなど）が好調で、関東地区が対前年3.3%増となった。関西地区は、依然厳しい競合状況が続いており、対前年 1.3%となり、全体では同1.1%増となった。
- ・卸売業の大丸興業の売上高は、畜産品や繊維製品、生活資材などが大きく伸び対前年3.4%増となった。

お問い合わせ先	株式会社 大丸グループ本社	広報・IR部
	TEL	06-6281-9002
	FAX	06-6245-1343