

2005年 7月15日

会社名 株式会社 大丸
 コード番号 8234
 代表者名 取締役会長兼最高経営責任者
 奥田 務

2005年 6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(%)

	6 月 度	3 ~ 6 月 累 計
百貨店業	3.3	0.3
スパーマーケット業	2.7	0.7
卸 売 業	3.1	2.9
その他事業	7.9	12.3
連結合計	2.5	0.7

(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(%)

	6 月 度		3 ~ 6 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	1.7	5.7	1.7	4.4
梅田店	2.5	1.3	1.1	1.9
東京店	1.3	10.4	1.6	3.4
京都店	3.9	8.8	2.7	8.1
山科店	4.1	-	0.6	-
神戸店	9.7	0.1	0.0	3.7
新長田店	4.3	-	7.5	-
須磨店	4.7	-	4.9	-
芦屋店	3.1	-	4.5	-
札幌店	6.9	5.2	5.1	5.4
直営10店舗計	3.0	0.6	0.1	1.1
博多大丸	6.8	13.7	1.1	11.6
下関大丸	2.6	0.2	1.4	1.6
高知大丸	1.7	7.9	2.1	5.6
今治大丸	1.2	-	2.4	-
百貨店業合計	3.3	-	0.3	-

(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(%)

	6 月 度	3 ~ 6 月 累 計
紳士服・洋品	8.3	1.7
婦人服・洋品	4.6	0.3
子供服・洋品	2.0	6.0
その他の衣料品	6.9	0.2
衣料品計	5.3	0.3
身の回り品	2.2	0.4
家具	1.6	1.1
家電	4.3	25.8
その他の家庭用品	4.7	1.1
家庭用品計	3.9	2.9
食 料 品	1.6	0.2
食堂・喫茶	0.0	2.3
雑 貨	0.7	1.5
サ ー ビ ス	6.4	3.3
そ の 他	20.8	10.2
合 計	3.0	0.1

3. 概況

1) 百貨店業

- ・6月の百貨店業の売上高は、天候に恵まれたことなどもあって夏物衣料を中心に活発に動き、直営店は対前年3.0%増、百貨店業全体では同3.3%増となった。
- ・直営店の店別売上高は、梅田店、東京店、京都店、神戸店、札幌店の主力5店舗が前年を上回った。札幌店は14ヶ月連続、京都店は7ヶ月連続、梅田店は2ヶ月連続。特に神戸店は固定客向け販促が奏功したこともあり大幅増となった。
- ・商品別では、婦人服・洋品は特選衣料からプレタポルテ、ヤングアダルトファッションまで夏物衣料が活発に動いた。紳士服・洋品はキャラクターが依然好調を維持したほか、「クールビズ」効果によりボタンドウンを中心としたワイシャツや関連アイテムのベルトなどが大幅に伸ばした。身の回り品は婦人靴や夏素材のハンドバッグが好調であった。食料品はお中元ギフトで早期優待受注の対象顧客を拡大したことが寄与した。サービスはエステティックが大幅増となった。
- ・博多大丸は食品改装(2月)効果の持続とともに、固定客向け販促や催事強化により対前年6.8%増、下関大丸はお中元ギフトの早期受注による嵩上げもあり同2.6%増となった。

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、対前年2.7%減であった。地区別では関東地区は三田伊皿子店の入居ビル建替えに伴う閉鎖の影響もあり同1.4%減、関西地区は大型店の千里大丸プラザ店が食品フロアを改装した千里阪急の影響を受けるなど、競合激化により同4.4%減となった。
- ・卸売業の大丸興業の売上高は、畜産品やホームセンター向け資材が好調に推移し、対前年3.1%増であった。
- ・その他事業では、クレジット業の大丸クレジットサービスや通信販売業の大丸ホームショッピング、飲食業のレストランピーコックなどが伸ばした。

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	