

2005年 9月16日

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

2005年 8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(%)

	8 月 度	3 ~ 8 月 累 計
百貨店業	2.7	0.4
スパーマーケット業	3.6	0.7
卸 売 業	9.3	2.8
その他事業	2.6	6.9
連結合計	1.6	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(%)

	8 月 度		3 ~ 8 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	4.0	8.7	1.8	6.3
梅田店	5.6	4.1	0.0	0.7
東京店	1.6	4.6	1.1	4.3
京都店	4.9	2.4	3.0	5.0
山科店	0.9	-	0.2	-
神戸店	2.1	1.6	0.3	3.3
新長田店	1.9	-	5.9	-
須磨店	1.3	-	3.9	-
芦屋店	3.6	-	3.3	-
札幌店	6.1	8.1	6.5	6.6
直営10店舗計	2.2	2.0	0.5	0.3
博多大丸	6.9	20.0	0.8	13.7
下関大丸	0.6	0.3	1.3	1.1
高知大丸	0.2	0.8	1.1	4.2
今治大丸	1.3	-	2.5	-
百貨店業合計	2.7	-	0.4	-

(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(%)

	8 月 度	3 ~ 8 月 累 計
紳士服・洋品	6.6	2.8
婦人服・洋品	5.1	1.5
子供服・洋品	6.8	6.1
その他の衣料品	0.3	0.0
衣料品計	4.6	1.3
身の回り品	0.4	0.0
家具	16.8	4.9
家電	28.6	26.4
その他の家庭用品	0.3	1.5
家庭用品計	7.2	4.1
食 料 品	1.1	0.4
食堂・喫茶	0.6	1.6
雑 貨	4.6	2.3
サ ー ビ ス	3.5	2.4
そ の 他	2.4	4.8
合 計	2.2	0.5

3. 概況

1) 百貨店業

- ・ 8月の百貨店業の売上高は、日曜日が対前年 1日減という営業条件ではあったが、婦人・紳士ともに衣料品を中心に活発に動き、直営店は対前年 2.2%増、百貨店業全体では同 2.7%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、山科店、芦屋店の計 7店舗が前年を上回った。札幌店は 16ヶ月連続、京都店は 9ヶ月連続、梅田店は 4ヶ月連続。心齋橋店は B1F・B2Fの食品をはじめ婦人服など売場の改装工事に伴う売場閉鎖と入店客数の減少が響いた。
- ・ 商品別では、婦人服・洋品はジャケットなど秋物も順調に動き始めたほか、パラソル、帽子など UV 関連商品もよく動いた。紳士服・洋品はキャラクターやブレタポルテを中心に秋物の動きが堅調であったほかクールビズ効果の持続もありボタンダウンなど既成ワイシャツが好調に推移した。食料品は心齋橋店食品フロア改装工事に伴う売場閉鎖の影響があったものの、京都店、札幌店など他の主力店の高上げが寄与した。雑貨は好調を継続する化粧品のほか、高級時計に動きがあった。
- ・ 博多大丸は婦人・紳士ともに衣料品が好調のほか、食品フロア改装効果の持続もあり対前年 6.9%増、また下関大丸、高知大丸もそれぞれ前年を上回った。

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 3.6%減であった。地区別では関東地区は店舗入居ビルの建替え工事に伴う 1店閉鎖(三田伊皿子店)の影響もあり対前年 2.3%減、関西地区は主力店のある千里地区の競合激化などにより同 4.8%減となった。
- ・ 卸売業の大丸興業の売上高は、電子部品やホームセンター向け資材などが好調で対前年 9.3%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