

2006年 4月17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

2006年 3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(%)

	3 月 度
百貨店業	3.4
スーパーマーケット業	7.6
卸売業	11.5
その他事業	16.7(28.5)
連 結 合 計	4.0(4.1)

(注) 1. 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. ()内は、株式譲渡により2005年9月から連結除外した(株)アソシア(現(株)J P ロジサービス)を除いた実質の増減率である。

2. 百貨店業 売上高概況

1) 店舗別売上高対前年増減率(%)

	3 月 度	
	売上高	入店客数
心齋橋店	2.0	0.7
梅田店	5.3	3.9
東京店	2.9	7.7
京都店	0.3	2.2
山科店	1.2	-
神戸店	4.3	2.7
新長田店	11.7	-
須磨店	2.5	-
芦屋店	3.1	-
札幌店	9.4	9.4
直営10店舗計	3.6	4.2
博多大丸	6.5	1.9
下関大丸	2.0	1.0
高知大丸	2.1	1.2
今治大丸	4.3	-
百貨店業合計	3.4	-

(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(%)

	3 月 度
紳士服・洋品	2.6
婦人服・洋品	4.2
子供服・洋品	1.1
その他の衣料品	0.3
衣料品計	3.6
身 回 品	4.8
家 具	0.6
家 電	15.2
その他の家庭用品	0.0
家庭用品計	1.2
生 鮮	8.0
菓 子	5.8
惣 菜	3.9
その他食料品	14.6
食料品計	4.0
食堂・喫茶	1.0
化粧品	1.3
美術・宝飾・貴金属	4.1
その他雑貨	3.0
雑 貨 計	2.7
サービス	6.0
そ の 他	3.0
合 計	3.6

3. 概況

1) 百貨店業

- ・3月の百貨店業の売上高は、春物衣料品や食料品などの動きがよく、直営店は対前年3.6%増、全体では同3.4%増となった。これにより、百貨店業は11ヶ月連続、直営店合計では10ヶ月連続して前年を上回った。
- ・直営店の店別売上高は、札幌店が23ヶ月連続、神戸店は10ヶ月連続、東京店は5ヶ月連続、梅田店は4ヶ月連続、心齋橋店および京都店は2ヶ月連続で前年を上回った。梅田店、神戸店は婦人服を中心とした売場改装が奏功、新長田店も婦人・子供服から食料品までの大規模改装により2桁増となった。
- ・婦人服・洋品は、ヤングアダルトを中心にスプリングコートをはじめワンピース、ジャケットなど主力アイテムが活発に動くとともに、ホワイトデーギフト需要によりハンカチも大幅に伸ばした。紳士服・洋品はヤングアダルトキャラクターやプレタポルテが好調に推移した。身の回り品は、アクセサリやオープンパンプスがよく動いた。食料品はホワイトデーギフト需要や催事効果により好調に推移した(「生鮮」が大きくマイナスしているのは日配品等の売上が「その他食料品」に移った為)。雑貨は堅調な化粧品のほか、高級時計に動きがあった。
- ・博多大丸は、前年の地震の影響の反動に加えて、衣料品、食品とも好調に推移し対前年6.5%増、一方、下関大丸は、催事などの苦戦により同2.0%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、前年に実施された創業45周年記念販促の反動が大きく対前年7.6%減となった。地区別では、関東地区が対前年5.5%減、関西地区が同10.6%減となった。
- ・卸売業の大丸興業の売上高は、ホームセンター向け商材、電子部品、繊維製品、畜産品などが好調に推移し対前年11.5%増となった。
- ・その他事業では、建装事業が大幅に伸ばした。

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