

2006年11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

2006年10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(%)

	10月 度	9～10月 累計
百貨店業	2.7	1.3
スーパーマーケット業	1.5	0.9
卸売業	21.9	19.3
その他事業	7.7	4.4
連 結 合 計	1.3	2.0

(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(%)

	10月 度		9～10月 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	5.0	4.1	5.4	12.3
梅田店	4.1	4.8	0.3	2.8
東京店	1.1	3.3	0.2	1.9
京都店	3.2	1.7	1.8	3.1
山科店	1.1	-	1.7	-
神戸店	4.9	5.7	1.3	4.0
新長田店	0.7	-	0.2	-
須磨店	5.0	-	3.0	-
芦屋店	0.2	-	0.9	-
札幌店	8.2	6.7	7.8	4.7
直営10店舗計	2.6	1.4	0.9	2.0
博多大丸	0.4	0.6	1.0	1.3
下関大丸	9.3	9.1	5.8	4.7
高知大丸	5.9	4.2	4.4	2.3
今治大丸	13.1	9.0	8.6	9.1
百貨店業合計	2.7	-	1.3	-

(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店舗である。

2) 直営店 商品別売上高対前年増減率(%)

	10月 度	9～10月 累計
紳士服・洋品	5.7	2.2
婦人服・洋品	3.7	2.3
子供服・洋品	4.2	1.1
その他の衣料品	13.7	10.2
衣料品計	4.5	2.5
身 回 品	0.3	2.9
家 具	7.0	5.7
家 電	0.3	3.9
その他の家庭用品	6.6	3.5
家庭用品計	2.6	1.1
生 鮮	5.6	5.7
菓 子	2.7	0.2
惣 菜	10.3	8.6
その他食料品	11.5	11.6
食料品計	4.7	3.2
食堂・喫茶	2.8	4.1
化粧品	0.9	0.6
美術・宝飾・貴金属	14.4	6.6
その他雑貨	6.8	7.2
雑 貨 計	8.1	3.8
サービ	3.9	4.6
そ の 他	13.3	11.0
合 計	2.6	0.9

(注) 2006年3月から「日配品」の売上を「生鮮」から「その他食料品」に移動。

3. 概況

1) 百貨店業

- ・10月の百貨店業の売上高は、土曜日が対前年 1日減であるとともに、当社店舗が集中する関西・西日本を中心に例年になく気温の高い日が続いたこともあり、婦人服を中心に秋冬物衣料品が苦戦し、直営店は対前年 2.6%減、全体では同 2.7%減となった。
- ・直営店の店別売上高は、札幌店が30ヶ月連続で前年を上回ったほか、山科店、芦屋店が堅調であったものの、その他の店舗は苦戦した。
- ・婦人服・洋品は、この時期の主力アイテムであるジャケットやスカートを中心に苦戦した。紳士服・洋品は、プレタポルテやオーダーが好調に推移したものの、催事の不調や前年大幅に伸ばしたユニフォームの反動などが響いた。身の回り品は、婦人ブーツやハンドバッグが牽引した。食料品は、盛況であった全社企画の「大食品祭」が全体を押し上げた。雑貨は、恒例の大規模店外催事が月末開催となったことによる一部商談のずれ込みなどもあり、宝飾・美術品などが不振であった。
- ・博多大丸は、不調の衣料品を婦人洋品や食料品などがカバーし、全体では微増となった。下関大丸は、天候要因のほか店外催事の開催時期のずれ込みにより、衣料品が不振のほか、宝飾・美術品の催事が不調であった。

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 1.5%減となった。地区別では、関東地区は前年11月に開店した代官山ピーコックの嵩上げ効果はあるものの、既存店の不振により地区全体では対前年 0.1%の微減、また、関西地区は郊外小型店舗を中心に苦戦し、同 3.6%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商材などが依然として好調を維持し、対前年 21.9%の大幅増となった。

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