

平成15年2月度 大丸営業報告

1. 2月度営業概況

- ・直営店全体の売上高は、対前年1.6%増であった。特に、現金売上、掛売上ともに対前年増となったのは、11月以来である。基幹5店舗の内、東京、京都、神戸の3店舗が前年を上回った。特に、京都店は、前年が改装工事中であったことの反動及び営業時間の延刻効果（1月から30分延長）もあって、対前年9.4%増と大きく伸びた。
- ・紳士服・洋品は、ヤングのキャラクター商品を中心に全体的に動きが良く、対前年10.7%増となった。
- ・婦人服・洋品は、値ごろ商品を充実させた特選ブランドが顧客から支持され好調な売れ行きとなるなど、全体としては、対前年3.1%増となった。
- ・身の回り品では、婦人靴が依然苦戦を続け、その他も全体的に動きが悪く、前年割れ（4.4%減）となった。
- ・食品は、菓子と生鮮が良く、菓子では、特にバレンタインデーのチョコレートが高級インポートブランドを中心に好調で、対前年11%強の伸びであった。
- ・サービスでは、貸衣装などブライダル関連が対前年で20%弱の高い伸びを示し、エステも好調を継続、全体として対前年16.8%増となった。

2. 2月度店舗別売上高対前年増減率（%）

店舗・地区	店舗売上			合計売上高	入店客数	営業日数 増減
	現金	掛	計			
心齋橋店	0.7	2.4	0.5	0.5	4.3	±0日
梅田店	1.0	2.4	1.3	1.3	2.3	±0日
大阪地区計			0.9	0.9		
東京店	3.6	7.6	3.5	3.5	0.9	±0日
京都店	11.6	3.6	9.4	9.4	1.8	±0日
山科店	0.1	10.7	0.4	0.4		±0日
京都地区計	10.5	3.6	8.6	8.6		
神戸店	1.1	3.2	0.9	0.9	3.8	±0日
新長田店	7.1	25.9	7.2	7.2		±0日
須磨店	3.7	9.7	4.0	4.0		±0日
芦屋店	7.4	1.6	6.9	6.9		±0日
神戸地区計	0.8	2.6	0.8	0.8		
全社合計	1.9	3.2	1.6	1.6	1.9	

前年と比較して土曜日・日曜・祝日は同日数

入店客数の計は基幹5店舗計

店舗売上計には、ロイヤリティ収益などが前年より大幅に減少した期末調整手数料収益が含まれている。

（手数料収益を除く店舗売上計は対前年2.0%増）

3. 下期累計（14年9月～15年2月）店舗別売上高対前年増減率（％）

店舗・地区	店舗売上			合計売上高	入店客数	営業日数 増減
	現金	掛	計			
心齋橋店	1.7	4.4	2.6	2.4	4.9	±0日
梅田店	4.3	6.8	4.5	4.5	4.1	±0日
大阪地区計			3.5	3.3		
東京店	1.9	1.8	1.9	1.9	0.7	±0日
京都店	0.3	2.0	0.7	0.7	2.3	±0日
山科店	0.5	8.9	0.4	0.4		±0日
京都地区計	0.3	1.9	0.7	0.7		
神戸店	1.5	1.2	1.5	1.5	1.5	±0日
新長田店	9.6	1.7	9.5	9.5		±0日
須磨店	34.6	35.1	34.5	34.5		+61日
芦屋店	31.1	38.9	31.8	31.8		+61日
神戸地区計	2.8	1.1	2.5	2.5		
全社合計	0.1	1.9	0.5	0.4	2.4	
既存7店舗計	1.6	2.4	1.8	1.8		

前年と比較して土曜日・日曜日・祝日は同日数

入店客数の計は基幹5店舗計

4. 2月度商品群別全社売上対前年増減率（％）

商品群	2月度	下期累計（9月～2月）	
	9店計	9店計	既存7店計
紳士服・洋品	10.7	0.4	0.6
婦人服・洋品	3.1	1.7	0.2
子供服・洋品	3.1	4.5	2.7
その他の衣料品	12.5	0.6	0.6
衣料品計	5.1	1.5	0.2
身の回り品	4.4	7.6	7.4
家具	1.7	16.4	16.4
家電	6.5	5.0	5.0
その他の家庭用品	4.9	4.8	6.8
家庭用品計	3.4	7.7	9.0
食料品	1.4	2.5	0.6
食堂・喫茶	1.9	3.6	5.4
雑貨	0.0	2.8	1.6
サービス	16.8	20.7	3.1
その他	20.6	10.2	10.9
合計	1.6	0.4	1.8

既存7店の単月度の売上は、ダイマル2店（須磨店、芦屋店）の大丸への統合（一昨年11月）から1巡しているため記載しておりません。

お問い合わせ先

株式会社大丸 グループ本社 広報・IR推進部

TEL (06) 6281-9002

FAX (06) 6245-1343

以上