

2003年12月16日

会社名 株式会社 大丸  
 コード番号 8 2 3 4  
 代表者名 取締役会長 奥田 務

## 2003年11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(%)

	11 月 度	9 ~ 11月 累 計
百貨店業	4.4	6.9
スーパーマーケット業	2.2	2.6
卸売業	7.0	5.2
その他事業	32.4	27.3
連結合計	0.2	2.3

(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(%)

	11 月 度		9 ~ 11月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	0.0	0.9	0.0	2.1
梅田店	4.5	5.0	0.1	0.2
東京店	6.2	5.2	3.3	2.9
京都店	0.0	4.1	1.2	4.2
山科店	1.7	-	2.4	-
神戸店	1.2	1.9	1.6	0.3
新長田店	8.0	-	8.0	-
須磨店	1.9	-	3.3	-
芦屋店	1.4	-	2.7	-
札幌店	-	-	-	-
直営10店舗計	6.5	-	8.9	-
" 除く札幌店	1.4	2.2	0.1	0.3
博多大丸	4.6	-	0.1	-
下関大丸	5.0	0.4	1.1	0.5
高知大丸	4.7	7.9	3.8	9.4
今治大丸	2.9	1.9	2.0	0.4
百貨店業合計	4.4(1.8)	-	6.9(0.0)	-

(注)・博多大丸は本年3月より長崎大丸を統合したため、対前年増減率は長崎大丸分を含む。  
 ・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、神戸の5店計である。  
 ・百貨店合計売上高の( )内数値は、除く札幌店の既存店対前年増減率。

#### 2) 札幌店(単位:百万円、千人)

	11 月 度		9 ~ 11月 累 計	
	合計	入店客数	合計	入店客数
実 績	3,160	1,580	9,480	4,790

(注)・中間期決算発表時に、下期目標値を、従来の173億円から185億円に上方修正。

#### (売上動向)

- ・11月は32億円の目標に対して3,160百万円で40百万円の未達。  
 9~11月累計では、上方修正した目標を380百万円(4.2%増)上回っている。
- ・商品部別では、気温が高かったためコートをはじめ重衣料の動きが悪かった。

3) 直営店 商品別売上高対前年増減率(%)

	11月 度		9～11月 累 計	
	合計	除く札幌店	合計	除く札幌店
紳士服・洋品	2.6	8.8	5.7	1.3
婦人服・洋品	3.2	5.4	7.8	1.5
子供服・洋品	5.5	2.4	6.2	1.8
その他の衣料品	1.0	4.7	5.8	0.3
衣料品計	1.8	6.1	7.2	1.4
身の回り品	9.8	1.4	9.7	1.0
家具	17.8	10.0	9.8	2.3
家電	7.8	7.8	17.1	17.1
その他の家庭用品	7.5	2.7	7.5	1.9
家庭用品計	9.1	3.8	6.1	0.5
食 料 品	11.1	4.7	11.9	2.6
食堂・喫茶	15.9	7.2	17.2	6.7
雑 貨	5.7	0.4	8.6	2.6
サ ー ビ ス	45.5	42.2	40.5	37.0
そ の 他	5.2	1.3	13.4	18.2
合 計	6.5	1.4	8.9	0.1

3. 概況

1) 百貨店業

- ・11月の百貨店業全体の売上高は、対前年4.4%増、除く札幌店では、同 1.8%となった。
- ・主要5店舗の店別売上高は、東京店(対前年 6.2%)と梅田店(同 4.5%)が前年割れ、心齋橋店と京都店は共に前年並み、神戸店(対前年 1.2%増)は前年を上回った。  
東京店は、前年の丸ビルオープン(9/6)効果の反動、梅田店は、9、10月の阪神優勝セール  
の反動もあり、それぞれ入店客数が前年割れとなった。
- ・商品別では、かってない高気温の影響でコートをはじめ重衣料の動きが大変悪かった。  
食料品は、早期受注ギフトが好調で対前年4.7%増、また家庭用品も、5月オープンの家具ショールム  
「ミゼ・イル」の売上増効果もあって対前年で3.8%増となった。しかし、既存店合計売上高は  
衣料品のマイナスをカバーしきれず、対前年 1.4%と前年割れになった。

2) その他

- ・関係百貨店各社も高気温の影響で重衣料を中心に動きが悪く、不振であった。  
ただ、高知大丸は食品売場の改装(5/31)以来入店客数が好調で(対前年7.9%増)、  
衣料品売上の不振を他の商品でカバーし、前年を上回った(対前年4.7%増)。
- ・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 2.2%であった。  
関西地区(27店舗)の売上は対前年 4.5%、関東地区(38店舗)は同 0.7%であった。  
関西地区では、商圈内にカルフルをはじめ関西スーパー、コーヨーなどが相次いでオープンし、  
競合が非常に厳しくなっている。
- ・卸売業の大丸興業売上高については、電子部品の低迷や前年の札幌店向け建設資材受注分を  
補えなかったことなどから対前年 7.0%であった。

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