

2005年 11月15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 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	0.8	1.6
スーパーマーケット業	1.5	1.0
卸売業	8.8	9.2
その他事業	10.0(0.6)	9.2(1.3)
連結合計	1.0(1.2)	2.0(2.2)

(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)アシアを除いた実質の増減である。(株式譲渡により(株)アシアは連結から除外した。)

### 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	0.7	3.0	6.2	10.4
梅田店	2.2	0.7	0.9	0.1
東京店	5.5	8.4	4.5	5.6
京都店	3.5	1.4	2.7	0.5
山科店	0.1	-	0.4	-
神戸店	2.3	1.5	1.5	0.1
新長田店	5.0	-	5.9	-
須磨店	0.7	-	0.0	-
芦屋店	1.5	-	8.2	-
札幌店	12.0	11.0	9.8	9.8
直営10店舗計	1.9	3.7	2.5	4.5
博多大丸	3.9	10.6	1.5	12.2
下関大丸	1.3	0.3	0.5	2.2
高知大丸	4.0	1.5	3.4	1.7
今治大丸	6.5	-	0.1	-
百貨店業合計	0.8	-	1.6	-

(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店舗計である。

#### 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	3.5	4.5
婦人服・洋品	3.7	4.3
子供服・洋品	7.2	7.2
その他の衣料品	1.5	0.7
衣料品計	3.0	3.6
身 回 品	0.1	0.1
家具	2.9	0.9
家電	19.1	14.8
その他の家庭用品	1.9	1.0
家庭用品計	0.4	0.7
生鮮	0.0	2.0
菓子	0.7	2.3
惣菜	3.9	4.9
その他食料品	0.0	1.3
食料品計	1.3	2.7
食堂・喫茶	4.5	5.2
化粧品	4.2	6.0
美術・宝飾・貴金属	0.2	1.1
その他雑貨	1.2	2.2
雑貨計	1.5	1.4
サービス	2.0	6.7
そ の 他	8.6	16.3
合 計	1.9	2.5

### 3. 概況

#### 1) 百貨店業

- ・ 10月の百貨店業の売上高は、婦人、紳士ともに秋物衣料品が好調に推移し、定価売上が9月に引き続き順調であった一方で、阪神タイガース応援感謝セールによる嵩上げ効果もあり、直営店は対前年1.9%増、全体では同0.8%増となった。
- ・ 直営店の店別売上高は、2桁増となった札幌店をはじめ、心斎橋店、梅田店、京都店、神戸店など計6店が前年を上回った。札幌店は18ヶ月連続、京都店は11ヶ月連続、神戸店は5ヶ月連続。心斎橋店は前月のそごう開店に伴う動員効果は沈静化したものの2ヶ月連続で前年クリア。一方、東京店は前年の開店50周年記念販促による嵩上げ効果の反動減が響いた。
- ・ 婦人服・紳士服ともにベルベット素材やベロア素材などのジャケットを中心に秋物衣料品が活発に動いた。身の回り品はブーツやハンドバッグが堅調であったが全体では微減となった。食料品は惣菜、洋菓子が牽引した。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。
- ・ 博多大丸は上旬から気温が高めに推移したこともあり衣料品を中心に苦戦した。下関大丸は催事強化等により後半は盛り返したものの前半の衣料品の不振が響いた。

#### 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9月にオープンした「トルナーレ日本橋浜町店」の新店効果が持続し対前年0.3%増、関西地区は千里、甲子園地区の競合激化により同3.1%減であった。
- ・ 卸売業の大丸興業の売上高は、ホームセンター向け商材、菓子メーカー向けパッケージ、繊維製品、畜産品などが好調に推移し対前年8.8%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