

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 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	3.6	2.3
スーパーマーケット業	1.1	0.3
卸 売 業	0.6	5.7
その他事業	11.4(1.9)	10.1(0.1)
連結合計	2.4(2.6)	2.2(2.3)

(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)アジアを除いた実質の増減である。(株式譲渡により(株)アジ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(%)

	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	2.3	1.5	4.6	6.6
梅田店	0.0	0.7	0.6	0.2
東京店	7.1	13.0	0.4	7.9
京都店	5.3	0.4	3.6	0.2
山科店	1.1	-	0.6	-
神戸店	3.1	1.1	2.1	0.3
新長田店	1.5	-	4.3	-
須磨店	0.7	-	0.2	-
芦屋店	3.0	-	6.2	-
札幌店	12.3	8.5	10.6	9.4
直営10店舗計	3.8	3.7	3.0	4.2
博多大丸	3.4	10.1	0.1	11.5
下関大丸	5.1	5.5	1.3	0.3
高知大丸	0.8	4.2	2.5	2.6
今治大丸	4.0	-	1.3	-
百貨店業合計	3.6	-	2.3	-

(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店計である。

2) 直営店 商品別売上高対前年増減率(%)

	11 月 度	9 ~ 11 月 累 計
紳士服・洋品	10.6	6.8
婦人服・洋品	6.7	5.0
子供服・洋品	2.3	5.6
その他の衣料品	0.7	0.2
衣料品計	7.0	4.7
身 回 品	2.2	0.6
家具	4.6	1.0
家電	28.6	0.7
その他の家庭用品	2.4	1.5
家庭用品計	4.6	1.2
生鮮	4.1	3.0
菓子	3.6	2.8
惣菜	4.3	4.6
その他食料品	1.6	1.5
食料品計	3.2	3.0
食堂・喫茶	3.2	4.6
化粧品	8.2	6.8
美術・宝飾・貴金属	1.1	0.4
その他雑貨	0.1	1.5
雑貨計	3.8	2.2
サービス	5.5	6.3
そ の 他	6.1	13.0
合 計	3.8	3.0

3. 概況

1) 百貨店業

- ・ 11月の百貨店業の売上高は、婦人、紳士のコートなど冬物衣料品が活発に動くとともにお歳暮ギフトも好調に推移し、直営店は対前年3.8%増、全体では同3.6%増となった。
- ・ 直営店の店別売上高は、2桁増が続く札幌店をはじめ、心斎橋店、東京店、京都店、神戸店など計7店が前年を上回った。札幌店は19ヶ月連続、京都店は12ヶ月連続、神戸店は6ヶ月連続。心斎橋店もそごうが開店した9月以降3ヶ月連続で前年を上回った。
- ・ 婦人服・洋品は気温の低下とともにコートを中心にジャケット、ニットなど冬物衣料品が活発に動き、ファーなどのネックウエアも好調に推移した。紳士服・洋品はキャラクターブランドが牽引した。食料品はお歳暮ギフトの早期優待受注が押し上げた。雑貨は化粧品が好調のほか、引き続き高級時計に動きがあった。
- ・ 博多大丸は固定客向け販促やお歳暮ギフトの早期優待受注が奏功し対前年3.4%増、下関大丸は創業55周年記念催事などの嵩上げがあり同5.1%増となった。

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、対前年1.1%増となった。地区別では、関東地区は「トルナーレ日本橋浜町店」(9/21)と「代官山ピーコック」(11/23)の新店効果による嵩上げがあり対前年3.0%増、関西地区は千里、甲子園地区の競合激化により同2.1%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、繊維製品などは好調であったが電子部品や畜産品が不調で全体では対前年0.6%減となった。
- ・ その他事業の売上高が大幅減となっているのは、アソシアの株式譲渡に伴い同社売上高を連結から除外したためであり、調整後のその他事業の実質売上高は対前年1.9%減である。

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