

2003年11月17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 | 9.7 | 8.3 |
| スーパーマーケット業 | 4.8 | 2.9 |
| 卸 売 業 | 3.2 | 4.3 |
| その他事業 | 20.4 | 24.1 |
| 連結合計 | 4.8 | 3.5 |

(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 | 2.7 | 2.7 | 0.1 | 3.5 |
| 梅田店 | 2.7 | 1.9 | 2.9 | 2.4 |
| 東京店 | 2.5 | 3.7 | 1.5 | 1.8 |
| 京都店 | 7.0 | 12.3 | 1.8 | 4.2 |
| 山科店 | 4.1 | - | 2.8 | - |
| 神戸店 | 3.6 | 1.2 | 1.8 | 0.5 |
| 新長田店 | 6.7 | - | 8.0 | - |
| 須磨店 | 3.5 | - | 4.2 | - |
| 芦屋店 | 3.9 | - | 3.4 | - |
| 札幌店 | - | - | - | - |
| 直営10店舗計 | 11.9 | - | 10.4 | - |
| " 除く札幌店 | 2.6 | 1.0 | 0.8 | 1.5 |
| 博多大丸 | 6.5 | - | 2.2 | - |
| 下関大丸 | 7.9 | 5.5 | 0.9 | 1.0 |
| 高知大丸 | 8.9 | 12.6 | 3.3 | 10.1 |
| 今治大丸 | 3.6 | 0.2 | 1.5 | 1.5 |
| 百貨店業合計 | 9.7(2.9) | - | 8.3(1.1) | - |

(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)

| | 10 月 度 | | 9 ~ 10月 累 計 | |
|-----|--------|-------|-------------|-------|
| | 合計 | 入店客数 | 合計 | 入店客数 |
| 実 績 | 3,224 | 1,593 | 6,319 | 3,210 |

(注)・上期実績をみて下期目標値を、従来の173億円から185億円に上方修正。

(売上動向)

- ・10月は30億円の目標に対して3,224百万円で7.5%増。
- ・商品部別では、食料品が菓子・惣菜を中心に開店以来好調を持続。
 婦人雑貨(ロングブーツ)、紳士服飾(ヤグ、アット向けキャラクター)も動きが良かった。
- ・「阪神タイガースありがとうセール」(28~30日)で約1億円の売上高上げ効果があった。

3) 直営店 商品別売上高対前年増減率(%)

| | 10 月 度 | | 9 ~ 10 月 累 計 | |
|----------|--------|-------|--------------|-------|
| | 合計 | 除く札幌店 | 合計 | 除く札幌店 |
| 紳士服・洋品 | 14.2 | 6.7 | 11.8 | 4.1 |
| 婦人服・洋品 | 11.0 | 1.9 | 10.2 | 0.5 |
| 子供服・洋品 | 9.4 | 1.3 | 6.6 | 1.5 |
| その他の衣料品 | 9.2 | 2.8 | 8.5 | 2.1 |
| 衣料品計 | 11.5 | 2.9 | 10.3 | 1.2 |
| 身の回り品 | 8.5 | 1.9 | 9.7 | 0.8 |
| 家具 | 2.5 | 9.3 | 5.6 | 1.7 |
| 家電 | 21.7 | 21.7 | 20.9 | 20.9 |
| その他の家庭用品 | 12.3 | 6.4 | 7.5 | 1.4 |
| 家庭用品計 | 4.8 | 0.8 | 4.4 | 1.4 |
| 食料品 | 15.4 | 4.0 | 12.6 | 0.5 |
| 食堂・喫茶 | 17.2 | 6.6 | 17.8 | 6.5 |
| 雑貨 | 12.9 | 7.0 | 10.2 | 4.3 |
| サービス | 38.2 | 34.7 | 37.9 | 34.2 |
| その他 | 6.5 | 1.1 | 20.1 | 24.4 |
| 合計 | 11.9 | 2.6 | 10.4 | 0.8 |

3. 概況

1) 百貨店業

- ・10月の百貨店業全体の売上高は、対前年9.7%増、除く札幌店では、同2.9%増となった。
- ・主要5店舗の店別売上高は、東京店(対前年2.5%)以外全てが前年を上回った。
東京店は、前年の丸ビルオープン(9/6)効果の反動で入店客数が対前年3.7%となった。
- ・京都店は、10月10日の地下食品売場の改装オープンで売上高(対前年7.0%増)、入店客数(対前年12.3%増)とも大きな伸び。
- ・商品別では、非ウールコートを中心に紳士・婦人とも衣料品の動きが大変よかった。
また、大型の店外催しによって、美術、宝飾など雑貨の売上が大きく伸びた。

2) その他

- ・博多・高知大丸の両社ともに、ダイエーホークスのリーグ及び日本シリーズの優勝セールによる売上高の嵩上げ効果があり、前年を大きく上回った。
- ・下関大丸の対前年割れは、前年が全館改装グランドオープン月であったことの反動による。
- ・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4.8%であった。
関西地区(27店舗)の売上は対前年5.3%、関東地区(38店舗)は同4.5%であった。
10月1日に大阪府箕面市にカルフルがオープンし、千里地区の8店舗に影響がでた。
また、ダイエーと競合している店舗では、ダイエーホークスの優勝及び日本一セールの影響を受けた。
- ・卸売業の大丸興業売上高については、電子部品・釣具などが悪く、対前年3.2%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 |