

2006年 6月16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

2006年 5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(%)

	5 月 度	3 ~ 5 月 累 計
百貨店業	0.6	0.8
スーパーマーケット業	1.9	4.1
卸売業	11.5	11.0
その他事業	11.7 (1.6)	3.2 (7.5)
連 結 合 計	0.9 (0.7)	1.5 (1.7)

(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、2005年9月から連結除外した㈱アソシア(現㈱)Pロジサービスを除いた実質の増減率。

2. 百貨店業 売上高概況

1) 店舗別売上高対前年増減率(%)

	5 月 度		3 ~ 5 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	2.5	4.1	1.2	1.2
梅田店	2.2	2.1	1.0	0.2
東京店	1.1	4.4	0.6	0.7
京都店	2.7	5.5	1.3	2.1
山科店	0.9	-	0.3	-
神戸店	0.5	0.3	2.0	0.4
新長田店	0.4	-	4.0	-
須磨店	5.2	-	2.8	-
芦屋店	2.4	-	1.6	-
札幌店	6.4	1.7	7.0	3.2
直営10店舗計	0.4	0.8	1.3	1.0
博多大丸	3.1	6.1	0.6	2.1
下関大丸	6.1	5.4	3.0	1.0
高知大丸	5.5	3.7	3.0	0.9
今治大丸	6.6	-	4.3	-
百貨店業合計	0.6	-	0.8	-

(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(%)

	5 月 度	3 ~ 5 月 累 計
紳士服・洋品	3.7	2.1
婦人服・洋品	1.1	0.4
子供服・洋品	0.6	0.5
その他の衣料品	7.2	3.3
衣料品計	0.3	0.5
身 回 品	1.5	1.8
家 具	1.1	0.3
家 電	49.8	28.4
その他の家庭用品	6.6	3.3
家庭用品計	6.4	3.6
生 鮮	6.1	6.5
菓 子	1.0	3.1
惣 菜	2.4	3.4
その他食料品	11.1	13.2
食料品計	1.7	2.9
食堂・喫茶	1.5	0.2
化粧品	1.0	1.5
美術・宝飾・貴金属	3.9	0.3
その他雑貨	1.8	2.2
雑 貨 計	1.8	1.1
サ ー ビ ス	6.9	6.0
そ の 他	16.3	9.2
合 計	0.4	1.3

(注) 2006年3月から「日配品」の売上を「生鮮」から「その他食料品」に移動。

3. 概況

1) 百貨店業

- ・5月の百貨店業の売上高は、前年に比べ日曜日が1日少なく、また雨天日数も大幅に増加したものの、紳士服や食料品を中心に堅調に推移し、直営店は対前年0.4%増となった。一方、関係百貨店は全般に苦戦したことから、全体では同0.6%減となった。
- ・直営店の店別売上高は、心齋橋店、東京店、神戸店、札幌店など直営10店舗うち6店が前年を上回った。札幌店は25ヶ月連続、神戸店は12ヶ月連続。
- ・婦人服・洋品は、ワンピースなど活発に動いたアイテムもあったものの、天候不順の影響が大きく苦戦した。紳士服・洋品は、キャラクターやオーダースーツが好調に推移したほかワイシャツなども活発に動いた。身の回り品は、ハンドバッグの催事効果が全体の嵩上げに寄与した。家電は、健康器具や液晶TVなどの催事が奏功した。食料品は、和洋酒や生鮮三品が好調に推移した。
- ・博多大丸は、高級時計などに動きがあったものの、全体では衣料品を中心に苦戦し対前年3.1%減、下関大丸は衣料品、食品など全般に不振で同6.1%減となった。

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1.9%減となった。地区別では、関東地区は郊外店の苦戦が響き対前年1.5%減、関西地区は旗艦店の千里大丸プラザの食料品売場見直しにより改善傾向が見られるものの同2.1%減となった。
- ・卸売業の大丸興業の売上高は、好調を継続する電子部品やホームセンター向け商材などが牽引し対前年11.5%増となった。
- ・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、調整後のその他事業の実質売上高は対前年1.6%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