

2006年 8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

2006年 7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(%)

	7 月 度	3 ~ 7 月 累 計
百貨店業	0.2	0.1
スーパーマーケット業	0.3	1.7
卸売業	2.2	8.1
その他事業	20.9 (5.6)	8.0 (6.3)
連 結 合 計	0.3 (0.5)	1.0 (1.2)

(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、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(%)

	7 月 度		3 ~ 7 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	4.2	0.5	1.5	1.0
梅田店	2.9	2.1	0.6	0.7
東京店	0.6	8.8	0.3	3.1
京都店	3.6	2.2	2.1	2.4
山科店	0.2	-	0.2	-
神戸店	1.7	3.0	0.5	0.5
新長田店	1.9	-	2.1	-
須磨店	3.4	-	3.0	-
芦屋店	0.1	-	2.0	-
札幌店	8.3	3.3	6.6	3.4
直営10店舗計	0.1	1.6	0.5	0.0
博多大丸	0.2	3.7	0.7	3.4
下関大丸	5.0	5.0	3.4	2.5
高知大丸	2.6	1.6	2.2	1.0
今治大丸	1.8	-	3.4	-
百貨店業合計	0.2	-	0.1	-

(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(%)

	7 月 度	3 ~ 7 月 累 計
紳士服・洋品	2.3	1.9
婦人服・洋品	0.9	0.7
子供服・洋品	1.2	0.5
その他の衣料品	4.5	4.1
衣料品計	0.4	0.3
身 回 品	1.2	1.2
家 具	2.7	0.6
家 電	17.6	17.5
その他の家庭用品	1.9	1.1
家庭用品計	0.3	1.5
生 鮮	6.6	7.0
菓 子	0.9	1.8
惣 菜	5.6	4.3
その他食料品	7.0	6.9
食料品計	2.1	1.9
食堂・喫茶	3.6	1.4
化粧品	0.8	1.1
美術・宝飾・貴金属	4.5	0.4
その他雑貨	1.0	1.0
雑 貨 計	2.7	0.4
サ ー ビ ス	3.8	5.2
そ の 他	33.5	7.4
合 計	0.1	0.5

(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

- ・7月の百貨店業の売上高は、前半はクリアランスセールが紳士服や婦人雑貨を中心に好調に推移したものの、長引く梅雨の影響により中旬以降に失速し、直営店是对前年 0.1%減、全体では同 0.2%減となった。
- ・直営店の店別売上高は、心齋橋店、札幌店など直営10店舗うち3店が前年を上回った。なお札幌店は27ヶ月連続。
- ・婦人服・洋品は、前半はクリアランスセールが好調に推移したものの、中旬以降は雨天日が続いたことにより苦戦した。紳士服・洋品は、キャラクターやプレタポルテのクリアランスセールなどが牽引した。身の回り品は、婦人くつ、ハンドバッグなどが活発に動いた。雑貨は、宝飾品や時計などが低調であった。食料品は、惣菜、ベーカリーなどが好調に推移した。
- ・博多大丸は、直営店と同様、天候不順の影響により衣料品は苦戦したものの、美術・宝飾品などの雑貨が活発に動き、全体では微増となった。高知大丸は、下旬に実施した大スケールの全館催事が奏功した。

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0.3%増となった。地区別では、関東地区は前年5月に建替え工事のため一時閉鎖した三田伊皿子店の影響が一巡し対前年2.0%増、一方、関西地区は5月に食料品売場を改装した千里大丸プラザは好調を持続するものの郊外店の不振が響き同 0.8%減となった。
- ・卸売業の大丸興業の売上高は、電子部品やホームセンター向け商材などが大幅増で牽引し対前年2.2%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5.6%増である。

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