

2006年12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	1.7	0.2
スーパーマーケット業	1.9	0.0
卸売業	15.8	18.1
その他事業	0.5	2.5
連 結 合 計	3.1	2.4

(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(%)

	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	4.0	1.1	1.7	9.0
梅田店	1.4	1.1	0.3	2.2
東京店	1.0	0.2	0.5	1.2
京都店	0.3	3.3	1.0	3.1
山科店	0.0	-	1.1	-
神戸店	4.2	1.1	0.7	3.0
新長田店	2.1	-	0.9	-
須磨店	0.3	-	2.0	-
芦屋店	3.0	-	1.7	-
札幌店	7.4	7.1	7.7	5.5
直営10店舗計	2.5	1.4	0.4	0.9
博多大丸	1.9	1.4	1.3	1.3
下関大丸	0.6	4.3	3.6	4.6
高知大丸	4.0	2.7	4.2	2.5
今治大丸	0.1	6.3	5.6	8.3
百貨店業合計	1.7	-	0.2	-

(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	2.0	0.5
婦人服・洋品	1.7	1.0
子供服・洋品	3.3	0.4
その他の衣料品	2.6	7.6
衣料品計	1.6	1.1
身 回 品	5.9	3.9
家 具	12.0	7.9
家 電	11.4	5.6
その他の家庭用品	2.3	1.3
家庭用品計	4.1	0.7
生 鮮	8.2	7.0
菓 子	1.1	0.3
惣 菜	4.9	7.1
その他食料品	7.2	8.9
食料品計	1.6	2.4
食堂・喫茶	0.6	3.0
化粧品	5.4	2.3
美術・宝飾・貴金属	10.8	1.2
その他雑貨	3.2	5.7
雑 貨 計	6.1	0.5
サービズ	8.4	5.9
そ の 他	13.0	11.7
合 計	2.5	0.4

(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

- ・ 11月の百貨店業の売上高は、お得意様向け販促が奏功したこともあり、特選婦人服や紳士プレタポルテなど衣料品をはじめ美術・工芸品など高額品にも動きがあり、直営店是对前年2.5%増、全体では同1.7%増となった。
- ・ 直営店の店別売上高は、心齋橋店、梅田店、京都店、神戸店、札幌店など直営10店舗のうち7店舗が前年を上回った。なお、札幌店は31ヶ月連続。
- ・ 婦人服・洋品は、特選衣料雑貨が活発に動いたほか、ヤングアダルトファッションも堅調であった。紳士服・洋品は、プレタポルテやキャラクターなどが牽引した。身の回り品は、婦人ブーツやハンドバッグなどが好調に推移した。食料品は、お歳暮ギフトの早期受注が堅調であったほか、惣菜・ベーカリーなども好調を継続した。雑貨は、10月末に開催した大規模店外催事の商談が順調に成立していったこともあり、美術・工芸品が大幅増となったほか、化粧品にも動きがあった。
- ・ 博多大丸は、食料品などが好調に推移したものの、婦人・紳士ともに衣料品の苦戦が響いた。下関大丸は、食料品や婦人洋品が衣料品の苦戦をカバーし、全体では微増となった。

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1.9%増となった。地区別では、関東地区は自由が丘店などの都心店舗を中心に好調に推移し対前年2.1%増、また、関西地区は阪神地区店舗が牽引し同1.6%増となった。
- ・ 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依然として好調を継続し、対前年15.8%の大幅増となった。

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