

株式会社パルコ 店舗総合売上高報告(2006年9月)

『店舗総合売上高』とは店舗の総合的な販売力を表示するため、以下の各売上高を合計したものです。

テナント売上高 パルコ劇場等の売上高 固定賃料契約テナントの売上高

決算においては劇場等の売上高は「その他の売上高」に、固定賃料契約テナントの場合は売上高は計上せず

その賃料のみが「営業収入」に計上されております。

店舗別状況

(前年比%)

	当月
札幌	95.8
宇都宮	95.4
新所沢	103.4
池袋	110.3
渋谷	107.7
ひばりが丘	103.1
吉祥寺	100.9
調布	105.8
津田沼	105.8
千葉	91.7
厚木	104.4
松本	106.0
名古屋	103.8
大津	92.9
心齋橋	104.2
広島	109.1
大分	107.1
熊本	101.1
合計	102.9

アイテム別状況

(前年比%)

	当月
衣料品	104.0
身の回り	105.0
雑貨	100.5
飲食	100.4
食品	102.5
サービス・催事計	100.1
合計	102.9

岐阜店(8/20閉店)を除く既存店売上前年比は103.8%です。

当月の営業概況

【全体】

- 9月は秋の改装区画を中心とした新しいパルコの訴求により、秋物プロパーの実稼働を促進した。特に「秋のPARCOカードフェア」(5%OFF)が立ち上がり、改装店も出揃った中旬以降は各店における秋企画と連動し好調に推移した。
- 「WISHING FOR YOU.PARCO」と題しTVスポットを投下、「秋のPARCOカードフェア」と合わせて、各店では渋谷店の雑誌「グラマラス」とタイアップしたりニューアルキャンペーン、広島店は新館5周年祭、札幌店は「スペシャル2DAYS」を実施する等、プロパーの早期稼働を促進するための企画を推進。その結果、中旬以降ファッションが大きく動き、レディス・身の回りに加え、下旬からスタートした全店雑誌タイアップ「オトコラシサ」キャンペーン効果により、メンズも大きく伸長した。

売上前年比推移(全店計)

(%)

	3月	4月	5月	6月	7月	8月
全店計	104.8	100.7	99.5	102.0	103.2	103.8
	9月	10月	11月	12月	1月	2月
全店計	102.9	-	-	-	-	-