

2005年 1月17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 奥田 務

2004年12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(%)

	12月 度	9~12月 累 計
百貨店業	2.4	3.1
スーパーマーケット業	1.2	0.6
卸 売 業	12.1	6.4
その他事業	10.1	14.6
連結合計	0.1	0.4

(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(%)

	12月 度		9~12月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	4.5	7.5	3.2	8.6
梅田店	3.2	3.9	3.0	3.5
東京店	7.2	0.9	3.8	2.7
京都店	2.7	4.1	0.4	2.8
山科店	3.0	-	3.0	-
神戸店	3.4	5.5	2.9	4.5
新長田店	9.3	-	7.8	-
須磨店	7.4	-	7.0	-
芦屋店	5.4	-	7.4	-
札幌店	17.8	6.2	8.7	1.5
直営10店舗計	1.6	0.9	2.0	2.5
博多大丸	3.6	1.4	7.2	6.7
下関大丸	8.3	4.6	8.3	6.8
高知大丸	7.3	5.3	6.1	6.5
今治大丸	1.8	13.4	3.7	11.0
百貨店業合計	2.4	-	3.1	-

(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店計である。

2) 直営店 商品別売上高対前年増減率(%)

	12月 度	9~12月 累 計
紳士服・洋品	2.6	2.3
婦人服・洋品	1.3	2.9
子供服・洋品	6.7	8.8
その他の衣料品	3.9	5.6
衣料品計	0.3	3.2
身の回り品	0.7	0.9
家具	3.3	7.4
家電	12.0	7.7
その他の家庭用品	0.4	2.7
家庭用品計	0.6	3.4
食 料 品	2.5	0.8
食堂・喫茶	4.9	6.3
雑 貨	0.4	2.7
サ ー ビ ス	8.4	5.2
そ の 他	39.9	20.5
合 計	1.6	2.0

3. 概況

1) 百貨店業

- ・ 12月の百貨店業の売上高は、暖冬で序盤からコートを中心とした防寒衣料・洋品が不振であったことが響き、終盤にクリスマス商戦の盛り上がりで追い込みをかけたものの及ばず、直営店では対前年 1.6%減、全体では同 2.4%減となった。
- ・ 直営店の店別売上高は、札幌店は対前年 17.8%の大幅増となり8ヶ月連続で前年クリア、また京都店も周辺店舗第1号にあたる「ルイ・ヴィトン」オープン(12/1)による嵩上げもあって前年を上回ったが、その他は下回った。
- ・ 商品別では、婦人服・洋品はウールコートを中心とした重衣料やマフラー、手袋など防寒アイテムは不振であったが、ジャケットやニットなどの動きが良く、さらに京都店の周辺店舗「ルイ・ヴィトン」開店効果も加わり前年を上回った。紳士服・洋品はキャラクターが好調な反面、コートやセーターなどが低調であった。身の回り品はパンプスやアクセサリなどが活発に動いたが、ブーツの不振をカバーするには至らなかった。食料品はおせちが大きく伸ばしたものの、歳暮ギフト受注の11月への前倒しが強まったことで苦戦した。
- ・ 博多大丸は同業他店やSCとの競合の影響が薄れてきたものの、冬物衣料が不振で対前年 3.6%減となった。下関大丸、高知大丸も冬物衣料や、歳暮ギフト受注の11月への前倒しによる食料品の不振が響いた。

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 1.2%減であった。新規店舗が1店オープン(12/4「三軒茶屋の杜店」)した関東地区は対前年 0.9%減、関西地区は同 1.9%減であった。
- ・ 卸売業の大丸興業の売上高は、電子部品や軽金属、畜産品などが好調で対前年 12.1%増となった。
- ・ その他事業では、建装事業の大丸装工や人材派遣業のディンプルなどが大幅増となった。

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