

2007年 2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

## 2007年1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(%)

	1 月 度	9 ~ 1 月 累 計
百貨店業	0.6	1.0
スーパーマーケット業	3.5	1.3
卸売業	27.3	20.6
その他事業	8.2	3.3
連 結 合 計	3.2	1.9

(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(%)

	1 月 度		9 ~ 1 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	0.4	1.2	1.8	6.2
梅田店	0.0	2.9	0.8	2.6
東京店	0.0	0.3	1.0	2.2
京都店	1.8	2.9	2.0	2.9
山科店	0.4	-	0.1	-
神戸店	0.8	3.8	0.5	4.0
新長田店	8.9	-	1.3	-
須磨店	1.2	-	2.1	-
芦屋店	1.6	-	0.7	-
札幌店	10.4	6.4	6.9	5.6
直営10店舗計	0.9	0.4	0.4	0.9
博多大丸	0.4	0.3	2.3	1.2
下関大丸	0.6	1.3	3.6	4.2
高知大丸	3.6	1.5	5.0	2.6
今治大丸	2.5	1.2	4.8	5.2
百貨店業合計	0.6	-	1.0	-

(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(%)

	1 月 度	9 ~ 1 月 累 計
紳士服・洋品	1.5	0.6
婦人服・洋品	1.2	2.0
子供服・洋品	1.9	0.6
その他の衣料品	2.8	5.8
衣料品計	0.6	1.8
身 回 品	6.1	2.5
家 具	3.6	6.2
家 電	36.4	0.0
その他の家庭用品	2.4	1.2
家庭用品計	4.2	0.8
生 鮮	7.9	9.0
菓 子	0.5	0.1
惣 菜	6.5	6.7
その他食料品	14.9	8.1
食料品計	3.0	1.4
食堂・喫茶	1.1	2.5
化粧品	2.3	1.3
美術・宝飾・貴金属	3.1	1.5
その他雑貨	7.1	6.2
雑 貨 計	1.7	1.1
サービ	9.1	5.7
そ の 他	16.4	14.5
合 計	0.9	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

- ・ 1月の百貨店業の売上高は、暖冬の影響もあり婦人ウールコートなど防寒アイテムが苦戦したものの、婦人くつやハンドバッグなどが好調のほか紳士服や食料品が堅調であったこともあり直営店は対前年0.9%増、全体では同0.6%増であった。
- ・ 直営店の店別売上高は、好調な札幌店が3ヶ月連続で前年を上回るなど直営店10店のうち6店が前年を上回った。
- ・ 婦人服・洋品は、ヤングアダルトファッションはクリアランスセールを中心に好調に推移する一方、プレタポルテやミセスの冬物衣料をはじめ、ネックウエアや手袋など防寒アイテムの動きがクリアランス後も鈍く苦戦した。紳士服・洋品は、キャラクターが堅調であったほかプレタポルテやイージーオーダーなどが伸ばした。身の回り品は、婦人ブーツやハンドバッグが牽引した。食料品は、菓子や和洋酒、惣菜などが好調に推移した。雑貨は、化粧品や時計に動きが見られたものの、絵画などが不調であった。
- ・ 博多大丸は、婦人雑貨や食料品が好調に推移し、婦人服の不調をカバーした。下関大丸は、婦人雑貨や紳士服、食料品などは前年を上回ったものの、婦人服の不調が響き微減となった。

#### 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3.5%増となった。地区別では、関東地区は2桁増の下北沢店や桜新町店をはじめ全般に好調に推移し対前年3.6%増、関西地区は阪神・千里地区店舗が牽引し同3.8%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維持し、対前年27.3%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