

2007年 1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	3.6	1.3
スーパーマーケット業	2.8	0.8
卸売業	22.8	19.4
その他事業	1.5	2.2
連 結 合 計	0.3	1.5

(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	2.9	3.2	2.1	7.4
梅田店	4.0	3.1	1.0	2.5
東京店	2.8	6.8	1.2	2.8
京都店	4.3	2.2	2.0	2.9
山科店	1.9	-	0.2	-
神戸店	3.8	6.3	0.8	4.1
新長田店	2.8	-	0.4	-
須磨店	3.1	-	2.3	-
芦屋店	1.9	-	0.5	-
札幌店	2.5	5.1	6.0	5.4
直営10店舗計	2.9	2.0	0.7	1.2
博多大丸	6.0	2.3	2.9	1.6
下関大丸	5.8	6.0	4.3	5.0
高知大丸	7.6	4.2	5.3	3.0
今治大丸	4.8	3.6	5.4	6.9
百貨店業合計	3.6	-	1.3	-

(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	1.2
婦人服・洋品	5.4	2.2
子供服・洋品	5.5	1.4
その他の衣料品	4.6	6.6
衣料品計	4.7	2.2
身 回 品	2.9	1.6
家 具	4.6	6.9
家 電	3.4	5.1
その他の家庭用品	3.1	1.9
家庭用品計	1.2	0.1
生 鮮	12.5	9.2
菓 子	0.4	0.0
惣 菜	5.9	6.7
その他食料品	4.9	7.3
食料品計	0.9	1.2
食堂・喫茶	2.6	2.9
化粧品	1.3	1.2
美術・宝飾・貴金属	1.1	1.2
その他雑貨	6.6	6.0
雑 貨 計	2.0	1.0
サービ	2.5	5.0
そ の 他	18.8	14.2
合 計	2.9	0.7

(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

- ・ 12月の百貨店業の売上高は、前年が厳冬で衣料品を中心に前々年を大きく上回ったのに対して、本年は暖冬の影響から衣料品を中心に苦戦し、直営店は対前年 2.9%減、全体では同 3.6%減であった。
- ・ 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ったものの、その他店舗は苦戦した。
- ・ 婦人服・洋品は、ヤングアダルトファッションは堅調の一方、プレタポルテやミセスのウールコート、ジャケットなど冬物主力衣料をはじめ、ネックウエアや手袋、帽子など防寒アイテムの動きが鈍く苦戦した。紳士服・洋品は、催事やイージーオーダーなどに動きが見られたものの、主力のコートやニットなどが不振であった。身の回り品は、ショートブーツやハンドバッグが不調のほか、クリスマス商戦のアクセサリーも伸び悩んだ。食料品は、おせち料理受注などが好調に推移したものの、お歳暮ギフトの不振が響いた。雑貨は、絵画に動きが見られたものの全体では苦戦した。
- ・ 博多大丸は、衣料品の不振とともに、店外大型物産展の中止などの影響により食料品も苦戦した。下関大丸も、衣料品を中心に不調であった。

#### 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2.8%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3.3%増、関西地区は阪神地区店舗が牽引し同2.7%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22.8%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