

2007年 3月16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2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(%)

	2 月 度	9 ~ 2 月 累 計
百貨店業	1.3	0.7
スーパーマーケット業	7.9	2.3
卸売業	15.0	19.8
その他事業	13.4	5.5
連 結 合 計	4.2	2.2

(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(%)

	2 月 度		9 ~ 2 月 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	0.1	1.0	1.6	5.4
梅田店	2.2	2.6	0.4	1.8
東京店	4.9	2.5	0.2	1.5
京都店	3.8	2.6	2.3	2.8
山科店	1.5	-	0.2	-
神戸店	5.7	0.9	0.3	3.6
新長田店	3.6	-	1.6	-
須磨店	5.8	-	2.6	-
芦屋店	0.2	-	0.7	-
札幌店	7.5	7.9	7.0	5.9
直営10店舗計	1.9	2.7	0.1	0.4
博多大丸	1.0	0.5	2.1	1.1
下関大丸	2.5	4.0	3.4	4.2
高知大丸	2.7	6.6	4.1	1.3
今治大丸	5.9	3.9	5.0	5.0
百貨店業合計	1.3	-	0.7	-

(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(%)

	2 月 度	9 ~ 2 月 累 計
紳士服・洋品	5.1	0.0
婦人服・洋品	0.7	1.8
子供服・洋品	1.4	0.3
その他の衣料品	4.3	5.6
衣料品計	0.3	1.5
身 回 品	4.6	2.7
家 具	2.7	5.6
家 電	4.8	0.4
その他の家庭用品	0.9	1.1
家庭用品計	0.4	0.8
生 鮮	8.1	8.9
菓 子	0.7	0.2
惣 菜	6.7	6.7
その他食料品	11.5	8.4
食料品計	2.0	1.5
食堂・喫茶	4.9	2.9
化粧品	3.5	1.7
美術・宝飾・貴金属	13.7	0.4
その他雑貨	5.8	6.2
雑 貨 計	6.1	0.1
サービズ	6.8	5.9
そ の 他	27.2	8.9
合 計	1.9	0.1

(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

- ・ 2月の百貨店業の売上高は、出足は低調であった春物衣料品が紳士服を中心に終盤に入って活発に動くとともに、婦人くつ・ハンドバッグなど身の回り品や宝飾品など雑貨に動きがあり、直営店は対前年1.9%増、全体では同1.3%増であった。
- ・ 直営店の店別売上高は、梅田店、東京店、神戸店、札幌店など10店うち6店が前年を上回った。札幌店は34ヶ月連続で対前年増。
- ・ 婦人服・洋品は、特選やヤングアダルトキャラクターなどが好調に推移したものの、プレタポルテの苦戦により全体では微減となった。紳士服・洋品は、ヤングアダルトキャラクターやプレタポルテ、ゴルフウエアが活発に動いた。身の回り品は、婦人くつやハンドバッグが牽引した。食料品は、バレンタインキャンペーンが盛況であったほか、惣菜、ベーカリーなども好調を継続した。雑貨は、大丸創業290年記念企画のビューティーアップフェスティバルが奏功したことにより化粧品が伸ばしたほか、絵画や宝飾品、時計などにも動きがあった。
- ・ 博多大丸は、婦人くつ・ハンドバッグ売場改装効果もあり終盤に追いつけたものの長崎店の不振が響いた。下関大丸は、婦人雑貨は好調に推移したものの衣料品の不調により苦戦した。

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、販促強化策が奏功したことや改装効果などにより対前年7.9%増となった。
地区別では、関東地区は桜新町店など39店舗うち14店舗が2桁増となり対前年7.8%増、関西地区でも27店舗うち11店舗が2桁増となり同8.9%増であった。
- ・ 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資材が依然好調を継続したことにより対前年15.0%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