



J.フロントリテイリング

2007年 12月17日

会社名 J.フロントリテイリング株式会社
 コード番号 3086
 代表者名 代表取締役社長兼最高経営責任者 奥田 務
 お問合せ先 経営計画本部 広報・IR部
 TEL 03-6895-0178

2007年11月度 J.フロントリテイリング 連結営業報告

1. セグメント別売上高対前年増減率 (%)

	11月度	9~11月度 累計
百貨店業	4.2	2.6
スーパーマーケット業	0.2	1.8
卸売業	▲14.6	▲16.2
その他事業	12.0	20.9
連結合計	2.3	1.7

(注) 当社は2007年9月3日設立のため、対前年増減率は、前年の大丸グループ、松坂屋グループの売上高を本年と同様の手続きにより集計した数値と比較して算出しております。

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・11月の百貨店事業の売上高は、土曜日が対前年▲1日減であったものの、大丸は11/6に新店として移転オープンした大丸東京店が大幅増で牽引するとともに、化粧品など雑貨やお歳暮ギフト早期受注が盛況な食料品が好調に推移し、大丸直営店合計は対前年5.4%増。
 一方、松坂屋は「中日ドラゴンズ日本一記念セール」による嵩上げ効果もあって、松坂屋直営店合計は同3.4%増となり、両社百貨店事業全体では同4.2%増となった。
- ・店別売上高は、大丸は新店移転効果で2割増（新店移転準備による閉鎖日を考慮した同日数比較では4割増）となった東京店など直営既存店10店舗のうち6店、また松坂屋は直営8店舗のうち5店が前年を上回った。

2) スーパーマーケット業

- ・大丸ピーコックは、3月にオープンした3店「三田伊皿子店」「東池袋店」「芝浦アイランド店」や11/9にオープンした「西梅田店」による嵩上げの一方、中野店閉鎖（8/26）や関西地区の一部店舗での周辺環境の悪化も加わり対前年▲0.5%減、地区別では関東地区が対前年▲0.5%減、関西地区は同▲2.2%減、百貨店向けが同4.6%増となった。
 一方、松坂屋ストアの3社（松坂屋ストア、野沢商事、横浜松坂屋ストア）は磯子店が対前年2割増で牽引し同2.9%増となり、スーパーマーケット事業合計では同0.2%増となった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、電子部品の前年特需の反動減などにより苦戦した。
- ・その他事業は、大丸東京新店をはじめ各種商業施設内装工事で大幅増の大丸装工など建装事業が牽引した。

お問い合わせ先	J.フロントリテイリング株式会社	広報・IR部
	TEL	03-6895-0178
	FAX	03-6674-7565

2007年11月度 大丸百貨店業 営業報告

1. 店舗別売上高対前年増減率 (%)

	11月度		9～11月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	0.9(0.5)	1.9	▲2.3(▲2.7)	▲1.0
梅田店	▲2.2(▲2.5)	0.0	▲2.7(▲3.0)	1.2
東京店	22.2(21.8)	76.1	33.5(33.3)	43.3
ららぽーと横浜店	—	—	—	—
浦和パルコ店	—	—	—	—
京都店	2.7(2.4)	▲0.8	1.1(0.8)	▲0.1
山科店	3.2(3.2)	—	3.4(3.4)	—
神戸店	2.1(1.8)	0.6	▲0.7(▲1.1)	0.3
新長田店	▲0.5(▲0.5)	—	1.4(1.4)	—
須磨店	▲4.2(▲4.2)	—	▲0.4(▲0.4)	—
芦屋店	▲0.5(▲0.5)	—	▲0.1(▲0.1)	—
札幌店	6.3(6.0)	4.7	2.5(2.2)	3.1
直営12店舗計	5.4(5.1)	16.8	4.8(4.4)	9.6
除くららぽーと横浜店 浦和パルコ店	3.7(3.4)	—	3.2(2.9)	—
博多大丸	4.8(4.8)	3.2	▲0.3(▲0.3)	3.2
下関大丸	▲1.9(▲1.9)	▲1.1	0.7(0.7)	3.4
高知大丸	▲2.1(▲2.3)	▲0.8	▲2.6(▲2.7)	▲3.0
今治大丸	▲1.9(▲1.9)	1.7	▲1.3(▲1.3)	▲3.5
百貨店業合計	4.8(4.5)	—	3.7(3.4)	—
除くららぽーと横浜店 浦和パルコ店	3.4(3.2)	—	2.5(2.2)	—

- (注) 1. 2007年5月度より、その他営業収入(不動産賃貸料収入)を売上高に含めている。
 2. () 内数値は、不動産賃貸収入を除く従来ベースでの対前年増減額
 3. ららぽーと横浜店は2007年3月15日に、また浦和パルコ店は10月10日にオープンした。

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	11月度	9～11月度 累計
紳士服・洋品	0.5	0.5
婦人服・洋品	3.0	1.0
子供服・洋品	▲1.3	▲7.3
その他の衣料品	6.6	12.1
衣料品計	2.4	1.0
身回品	▲5.4	▲2.8
家具	▲10.4	4.6
家電	40.5	8.8
その他の家庭用品	6.9	10.6
家庭用品計	3.6	8.8
生鮮	16.1	15.8
菓子	14.4	10.0
惣菜	9.9	10.2
その他食料品	1.5	5.0
食料品計	9.4	9.9
食堂・喫茶	26.5	10.9
化粧品	14.2	8.3
美術・宝飾・貴金属	9.3	18.6
その他雑貨	▲8.9	▲2.7
雑貨計	8.5	11.2
サービス	12.1	4.2
その他	103.3(38.3)	94.4(26.7)
合計	5.4(5.1)	4.8(4.4)

- (注) 2007年3月から「ティファニー」の売上を「身回品」から「婦人服・洋品」に移動。

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ワンピースが活発に動き、主力のコートが後半の気温の低下とともにようやく動きを見せたものの、前半の不調が響いた。紳士服・洋品は、キャラクターやスポーツファッション、催事が好調に推移した。身の回り品は、アクセサリやショートブーツに動きがあった。食料品は、食品専門大店2店舗による嵩上げに加え、お歳暮ギフト早期受注も盛況であったこともあり、既存店すべてで前年を上回った。雑貨は、化粧品が東京新店で倍増となったほか、宝飾・時計にも動きがあった。

2007年11月度 松坂屋 百貨店業 営業報告

1. 店舗別売上高対前年増減率 (%)

	11月度		9~11月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	4.4	0.9	1.6	▲2.6
岡崎店	▲0.6	▲4.6	▲3.0	▲6.2
名古屋駅店	12.6	10.1	2.4	4.0
豊田店	7.0	4.4	0.4	0.2
高槻店	4.5	5.7	▲2.8	5.0
上野店	3.4	5.5	1.4	2.8
銀座店	▲1.9	▲3.9	▲4.3	▲7.5
静岡店	▲2.3	3.2	0.1	2.7
直営8店舗計	3.4	3.5	0.7	0.4
横浜松坂屋	▲10.3	▲2.1	▲3.7	▲1.1
百貨店業合計	2.9	3.2	0.6	0.4

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	11月度	9~11月度 累計
紳士服・洋品	7.6	0.1
婦人服・洋品	▲1.9	▲4.5
子供服・洋品	5.6	▲0.3
その他の衣料品	▲6.7	8.7
衣料品計	▲0.1	▲2.2
身回品	4.3	1.9
家具	0.4	3.8
家電	3.4	15.1
その他の家庭用品	5.8	▲7.5
家庭用品計	3.8	▲2.1
生鮮	6.3	3.8
菓子	6.5	2.5
惣菜	3.5	4.4
その他食料品	15.0	10.3
食料品計	8.0	5.1
食堂・喫茶	18.8	12.0
化粧品	6.0	6.8
美術・宝飾・貴金属	▲3.1	2.6
その他雑貨	9.4	0.6
雑貨計	3.6	2.6
サービス	▲0.1	1.0
その他	▲2.4	▲9.7
合計	3.4	0.7

3. 売上高概況

全店で開催の中日ドラゴンズ日本一記念セールと歳暮早期受注好調により、売上高・入店客数とも前年を上回った。紳士服は名古屋店、上野店の会場催事が好調。婦人服は、ワンピースが好調な反面ジャケットが苦戦し、天候の影響でウールコートも伸び悩んだ。食料品は、ドラゴンズセールの集客効果が売上増に貢献し、レストランも大幅増となった。