



2008年 7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

2008年6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 (%)

	6月度	3～6月度 累計
百貨店業	▲5.4	▲3.0
スーパーマーケット業	▲4.1	▲1.3
卸売業	▲0.3	▲8.6
その他事業	▲1.6	▲1.0
連結合計	▲4.6	▲3.2

(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

- 6月の百貨店事業の売上高は、お中元ギフト商戦が堅調に推移したものの、前年は6/30にスタートしたクリアランスセールの主力ブランドが本年は7/1の立上りとなったこともあり、婦人・紳士ともに衣料品が苦戦し、大丸直営店は対前年▲3.3%減、松坂屋直営店は同▲9.4%減となり、この結果、大丸・松坂屋両社百貨店事業全体では同▲5.4%減となった。

2) スーパーマーケット業

- 大丸ピーコックは、新店「西梅田店」(前年11月開店)「新神戸駅前店」(2月)「新千里西町店」(3月)「堂島クロスウォーク店」(5月)および小型新店舗「エクセ青山」「エクセ蒲田」(いずれも4月)開店による嵩上げはあったものの、「中野店」(前年8月末)、「六角橋店」(5月末)の閉鎖の影響もあり▲4.1%減、地区別では関東地区が同▲2.0%減、関西地区は大型の香里店の建替工事(駐車場閉鎖や店舗環境の悪化)、千里地区(5店舗)での公団マンションの大規模建替による住民の一時的移転、その他の地区での競合店出店などの影響もあり同▲8.4%減であった。一方、松坂屋ストアは依然好調な磯子店が牽引し、松坂屋スーパーマーケット事業合計で同1.4%増となり、大丸・松坂屋両社スーパーマーケット事業合計では同▲4.1%減となった。

3) その他

- 卸売業の大丸興業は、電子部品が好調に推移したものの、アパレル向け商材やホームセンター向け商材の苦戦などもあり、対前年▲0.3%の微減となった。

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

2008年6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 (%)

	6月度		3～6月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲3.4	▲3.3	▲6.1	▲2.4
梅田店	▲9.2	▲1.1	▲5.4	▲0.5
東京店	7.3	16.1	9.8	25.1
ららぽーと横浜店	8.2	—	▲8.5	—
浦和パルコ店	—	—	—	—
京都店	▲2.9	▲2.4	▲3.0	▲3.2
山科店	▲1.4	—	▲0.5	—
神戸店	▲9.5	▲6.6	▲5.2	▲2.6
新長田店	▲7.2	—	▲4.8	—
須磨店	▲0.4	—	▲1.0	—
芦屋店	▲2.1	—	▲1.6	—
札幌店	▲5.4	1.1	0.4	1.6
直営12店舗計	▲3.3	2.0	▲1.6	4.6
除く浦和パルコ店	▲4.2	—	▲2.5	—
博多大丸	▲2.7	▲3.0	▲2.2	0.2
下関大丸	▲6.5	▲5.9	▲4.7	▲4.7
高知大丸	▲8.1	▲5.6	▲6.0	▲4.6
今治大丸	▲11.1	▲11.0	▲4.1	▲9.0
百貨店業合計	▲3.5	—	▲1.9	—
除く浦和パルコ店	▲4.2	—	▲2.7	—

(注) 浦和パルコ店は2007年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 (%)

	6月度	3～6月度 累計
紳士服・洋品	▲17.1	▲9.9
婦人服・洋品	▲10.5	▲6.2
子供服・洋品	▲19.8	▲7.6
その他の衣料品	▲10.1	2.8
衣料品計	▲12.3	▲6.7
身回品	▲4.3	▲3.2
家具	▲8.7	▲13.3
家電	23.5	▲11.8
その他の家庭用品	▲0.5	▲1.4
家庭用品計	▲1.2	▲5.1
生鮮	10.6	10.3
菓子	7.1	6.6
惣菜	3.3	2.5
その他食料品	1.5	3.3
食料品計	5.0	5.5
食堂・喫茶	7.3	16.7
化粧品	7.0	7.2
美術・宝飾・貴金属	11.5	1.2
その他雑貨	▲3.0	▲4.4
雑貨計	7.4	3.0
サービス	2.8	4.8
その他	▲11.1	▲6.9
合計	▲3.3	▲1.6

3. 売上高概況

婦人服・洋品、紳士服・洋品とも、前年は6/30にスタートしたクリアランスセールの主カブランドの立上り日が本年は7月にずれ込んだ影響もあり、苦戦した。身回品は、アクセサリーが好調に推移したものの、その他が不調であった。食料品は、お中元ギフト早期受注が奏功したほか、菓子・惣菜・生鮮食品など全般に好調であった。雑貨は、好調を継続する化粧品のほか、美術・宝飾品に動きがあった。

2008年6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 (%)

	6月度		3～6月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲10.9	▲10.0	▲4.7	▲4.9
上野店	▲8.7	▲5.0	▲5.8	▲6.6
静岡店	▲11.9	▲5.4	▲6.4	▲1.1
銀座店	▲9.9	▲6.2	▲4.2	▲2.3
高槻店	1.1	2.6	▲2.0	3.5
名古屋駅前店	▲7.0	4.8	▲2.7	8.4
豊田店	▲3.4	3.2	▲4.0	3.6
岡崎店	▲11.3	▲5.0	▲10.9	▲4.5
直営8店舗計	▲9.4	▲3.6	▲4.9	▲1.0
横浜松坂屋	▲8.6	▲0.6	▲7.1	▲5.8
百貨店業合計	▲9.3	▲3.5	▲5.0	▲1.2

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	6月度	3～6月度 累計
紳士服・洋品	▲13.9	▲7.8
婦人服・洋品	▲13.0	▲8.0
子供服・洋品	▲25.5	▲5.2
その他の衣料品	▲17.4	▲4.9
衣料品計	▲14.3	▲7.4
身回品	▲13.3	▲2.1
家具	3.8	▲6.6
家電	▲38.8	▲33.2
その他の家庭用品	▲14.2	▲6.3
家庭用品計	▲11.3	▲8.6
生鮮	0.3	0.0
菓子	3.5	2.5
惣菜	▲4.8	▲2.0
その他食料品	▲15.6	▲22.4
食料品計	▲5.3	▲5.6
食堂・喫茶	▲14.7	13.7
化粧品	1.7	0.4
美術・宝飾・貴金属	▲19.0	▲13.4
その他雑貨	22.6	12.0
雑貨計	▲0.1	▲0.8
サービス	6.1	▲2.0
その他	▲37.3	17.3
合計	▲9.4	▲4.9

3. 売上高概況

婦人服・洋品、紳士服・洋品および子供服・洋品は、主カブランドのクリアランススタート日の月ずれの影響などで前年を大きく下回った。身回品は、特選ジュエリーなど高額品が不調だった。食料品は、昨年法人外商大口受注の反動により対前年減となった。食堂・喫茶は、改装オープン効果で高伸した昨年の反動減。雑貨は、美術・宝飾・貴金属などが苦戦したが、その他雑貨が法人外商の大口受注とともに、スポーツ用品・ウェアも堅調に推移したこともあり、対前年微減となった。