



2008年 10月16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9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 (%)

	9月度
百貨店業	▲7.3
スーパーマーケット業	▲3.7
卸売業	9.5
その他事業	▲12.6
連結合計	▲6.9

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・ 9月の百貨店事業の売上高は、本年は前年に比べ土曜日、日曜日がそれぞれ▲1日減であったほか、前年の大丸東京店新店移転前「売りつくしセール」や、全店販促「大丸・松坂屋統合記念セール」などの反動も加わり、大丸直営店は対前年▲7.2%減、松坂屋直営店は曜日要因や前年の統合記念セールの反動のほか、システム統合による全店臨時休業日が1日発生したこともあり、同▲10.5%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▲7.3%減となった。
 店舗別では、閉店前の売りつくしセールの嵩上げ効果で好調な横浜松坂屋や今治大丸など、計3店舗が前年を上回った。

2) スーパーマーケット業

- ・ ピーコックストア（9月に大丸ピーコック、松坂屋ストア、横浜松坂屋ストア、野沢商事の4社が合併）は、システム統合に伴う旧松坂屋ストア各店舗の3日間休業の影響などもあり、対前年▲3.7%減であった。地区別では、関東地区は対前年▲5.2%減、関西地区は同▲2.1%減、中部地区は同1.1%増であった。

3) その他

- ・ 卸売業の大丸興業は、電子部品や農水畜産品が好調に推移し、対前年9.5%増であった。

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9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 (%)

	9月度	
	売上高	入店客数
心齋橋店	▲7.0	▲6.2
梅田店	▲10.6	▲2.5
東京店	▲20.9	▲2.7
ららぽーと横浜店	0.1	—
浦和パルコ店	—	—
京都店	▲3.9	▲7.3
山科店	▲4.4	—
神戸店	▲6.2	▲7.3
新長田店	▲6.6	—
須磨店	▲7.5	—
芦屋店	▲3.6	—
札幌店	▲2.5	1.0
直営12店舗計	▲7.2	▲3.6
除く浦和パルコ店	▲8.2	—
博多大丸	▲4.4	▲6.8
下関大丸	▲11.2	▲11.0
高知大丸	▲10.7	▲9.5
今治大丸	15.4	9.5
百貨店業合計	▲6.9	—
除く浦和パルコ店	▲7.7	—

(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 (%)

	9月度
紳士服・洋品	▲12.9
婦人服・洋品	▲8.9
子供服・洋品	2.1
その他の衣料品	▲22.6
衣料品計	▲9.9
身回品	▲15.3
家具	▲31.7
家電	▲35.7
その他の家庭用品	▲14.6
家庭用品計	▲20.7
生鮮	7.0
菓子	8.7
惣菜	0.8
その他食料品	2.2
食料品計	4.8
食堂・喫茶	3.8
化粧品	8.1
美術・宝飾・貴金属	▲15.8
その他雑貨	▲0.6
雑貨計	▲3.4
サービス	▲2.3
その他	▲34.4
合計	▲7.2

3. 売上高概況

本月も前月同様、前年の東京店売りつくしセールの影響が婦人・紳士の衣料品や身回品を中心に見られた。婦人服・洋品は、ネックウエアなどは活発に動いたものの、主力のニットやジャケットなど秋物衣料が不調であった。紳士服・洋品は、ビジネススーツやジャケットを中心に不振であった。身回品は、婦人靴、ハンドバッグともに苦戦した。食料品は、心齋橋店の「北海道物産展」など催事が牽引した。雑貨は、化粧品は東京店が8割増で牽引し好調に推移したものの、宝飾・美術品など高額品が不調であった。

2008年9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 (%)

	9月度	
	売上高	入店客数
名古屋店	▲9.6	▲15.3
上野店	▲9.8	▲10.2
静岡店	▲15.0	▲12.9
銀座店	▲2.0	36.8
高槻店	▲14.7	▲3.0
名古屋駅店	▲10.3	0.7
豊田店	▲13.8	▲3.5
岡崎店	▲21.0	▲14.5
直営8店舗計	▲10.5	▲4.9
横浜松坂屋	66.5	25.1
百貨店業合計	▲8.2	▲3.6

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	9月度
紳士服・洋品	▲8.9
婦人服・洋品	▲5.7
子供服・洋品	▲9.0
その他の衣料品	▲25.9
衣料品計	▲7.9
身回品	▲14.6
家具	6.4
家電	▲8.6
その他の家庭用品	▲13.8
家庭用品計	▲7.4
生鮮	▲11.4
菓子	▲16.8
惣菜	▲10.4
その他食料品	17.4
食料品計	▲9.0
食堂・喫茶	▲17.2
化粧品	▲10.1
美術・宝飾・貴金属	▲24.3
その他雑貨	▲49.5
雑貨計	▲22.9
サービス	▲29.4
その他	▲3.2
合計	▲10.5

(注) グループ内のシステム統合に伴い、2008年9月度から商品分類区分の変更を行っております。対前年増減率については、前年度実績を新しい商品分類区分により組み替えた数値と比較したものを掲載しております。

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、特選洋品、ヤングは好調なるも、プレタやミセスが苦戦し前年減となった。紳士服・洋品は、ヤングは堅調も、ビジネスウェア、スポーツウェアなど全般的に苦戦した。身回品は、アクセサリ、ハンドバッグともに不振であった。食料品は、銀座店改装効果による嵩上げはあったが、上野店や静岡店などの物産催事減の反動もあり前年を下回った。食堂・喫茶は前年名古屋店レストラン改装後の高伸の反動による減。雑貨は、美術・宝飾品の不振により大幅減となった。