



2008年 11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10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 (%)

	10月度	9~10月度 累計
百貨店業	▲8.9	▲8.2
スーパーマーケット業	0.0	▲1.9
卸売業	1.8	5.6
その他事業	▲34.3	▲24.7
連結合計	▲9.6	▲8.3

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・10月の百貨店事業の売上高は、食料品は好調であったものの、秋冬物衣料品や美術・宝飾品など高額品が不調であったことに、前年の大丸東京店新店移転前「売りつくしセール」の反動や恒例の外商超大型催事の不振も加わり、大丸直営店是对前年▲12.8%減（東京店を除くと同▲9.7%減）、松坂屋直営店は同▲7.7%減となり、この結果、大丸・松坂屋両百貨店事業全体では同▲8.9%減となった。店舗別では、閉店前の売りつくしセール効果により大幅増となった横浜松坂屋(10/26閉店)、今治大丸のほか、改装効果の持続により2割増の松坂屋銀座店など計4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、対前年0.0%増であった。地区別では、首都圏が対前年▲0.8%減、関西地区が同1.5%増、中部地区が同1.0%増であった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、電子部品が好調に推移し、対前年1.8%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装が前年の大丸東京新店関連内装工事受注の反動などにより大幅減となったことが影響した。

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

2008年10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 (%)

	10月度		9~10月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲11.5	3.1	▲9.4	▲1.7
梅田店	▲10.4	20.2	▲10.5	8.7
東京店	▲29.5	0.4	▲25.7	▲1.1
ららぽーと横浜店	5.4	—	2.7	—
浦和パルコ店	▲33.0	—	29.2	—
京都店	▲11.9	▲4.3	▲8.3	▲5.7
山科店	▲7.4	—	▲6.0	—
神戸店	▲10.4	3.4	▲8.5	▲2.0
新長田店	▲9.8	—	▲8.3	—
須磨店	▲5.8	—	▲6.6	—
芦屋店	▲5.6	—	▲4.7	—
札幌店	▲0.6	3.9	▲1.6	2.5
直営12店舗計	▲12.8	4.5	▲10.2	0.5
除く浦和パルコ店	▲12.5	—	▲10.5	—
博多大丸	▲4.2	▲0.2	▲4.3	▲3.5
下関大丸	▲7.1	▲7.3	▲9.0	▲9.1
高知大丸	▲8.4	▲7.5	▲9.4	▲8.5
今治大丸	21.7	9.3	18.7	9.4
百貨店業合計	▲11.0	—	▲9.2	—
除く浦和パルコ店	▲10.8	—	▲9.4	—

(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 (%)

	10月度	9~10月度 累計
紳士服・洋品	▲19.9	▲17.1
婦人服・洋品	▲15.2	▲12.3
子供服・洋品	▲9.1	▲4.3
その他の衣料品	▲16.0	▲19.0
衣料品計	▲16.0	▲13.3
身回品	▲17.9	▲16.7
家具	▲23.7	▲27.8
家電	▲5.6	▲16.1
その他の家庭用品	▲9.4	▲11.9
家庭用品計	▲12.9	▲16.7
生鮮	▲0.1	3.2
菓子	7.9	8.3
惣菜	▲5.8	▲2.8
その他食料品	▲7.2	▲3.0
食料品計	▲1.0	1.7
食堂・喫茶	11.4	7.5
化粧品	0.1	4.1
美術・宝飾・貴金属	▲37.4	▲28.7
その他雑貨	▲12.9	▲7.2
雑貨計	▲21.0	▲13.2
サービス	5.6	1.6
その他	▲0.1	▲20.2
合計	▲12.8	▲10.2

3. 売上高概況

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、身回品を中心に見られた。婦人服・洋品、紳士服・洋品ともに、オンワードフェスティバルなどで動きが見られたものの、全体ではジャケット、コートなど秋冬物衣料が全般に不調であった。身回品は、主力のブーツの動きが鈍く、ハンドバッグなども苦戦した。食料品は、洋菓子や催事が好調に推移したものの、前年10月に開店した大丸浦和パルコ店の反動減が響いた。雑貨は、化粧品は堅調であったものの、大型店外催事での宝飾・美術品など高額品受注が大幅減となった。

2008年10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 (%)

	10月度		9~10月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲10.0	▲0.4	▲9.8	▲8.1
上野店	▲4.7	5.9	▲7.2	▲2.3
静岡店	▲11.7	▲8.9	▲13.2	▲10.8
銀座店	21.8	65.3	10.7	51.0
高槻店	▲20.9	3.4	▲18.0	0.2
名古屋駅店	▲6.0	7.9	▲8.0	4.3
豊田店	▲4.2	6.2	▲8.6	1.4
岡崎店	▲8.1	9.1	▲14.4	▲2.6
直営8店舗計	▲7.7	7.7	▲9.0	1.3
横浜松坂屋	102.5	59.5	85.7	42.5
百貨店業合計	▲4.2	10.0	▲6.1	3.1

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	10月度	9~10月度 累計
紳士服・洋品	▲11.8	▲10.7
婦人服・洋品	▲11.8	▲8.9
子供服・洋品	▲10.1	▲9.6
その他の衣料品	▲16.8	▲21.0
衣料品計	▲12.1	▲10.2
身回品	▲7.9	▲11.3
家具	24.6	15.3
家電	▲36.2	▲25.0
その他の家庭用品	▲17.2	▲15.6
家庭用品計	▲7.4	▲7.4
生鮮	▲16.6	▲14.5
菓子	2.4	▲6.9
惣菜	26.6	8.1
その他食料品	45.3	31.0
食料品計	8.4	0.2
食堂・喫茶	▲8.5	▲13.1
化粧品	▲1.4	▲6.2
美術・宝飾・貴金属	▲23.5	▲23.9
その他雑貨	▲39.9	▲45.3
雑貨計	▲19.0	▲21.0
サービス	▲26.8	▲28.1
その他	0.8	▲1.2
合計	▲7.7	▲9.0

(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、紳士服・洋品ともにオンワードフェスティバルなどで動きが見られたものの、全体的に冬物衣料が振るわず、婦人服はミセスが特に低調で、紳士服はビジネスウェア、スポーツ・ゴルフウェアを中心に苦戦した。身回品は、銀座店の改装効果で婦人アクセサリが好調も、シーズンアイテムであるブーツの不振により婦人靴が苦戦した。食料品は、名古屋店、上野店などで北海道物産展が大幅増となったことや、銀座店改装効果も寄与し高伸した。雑貨は、宝飾・貴金属など高額品が不振であった。