



2008年 12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	▲11.2	▲9.3
スーパーマーケット業	2.6	▲0.4
卸売業	2.4	4.5
その他事業	▲26.2	▲25.3
連結合計	▲9.8	▲8.8

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・11月の百貨店事業の売上高は、強化展開した売場特価は好調に推移したものの、主力のコートを中心に婦人・紳士服ともに動きが鈍く、また外商ウエイトの高い大丸心齋橋店・京都店・神戸店や松坂屋名古屋店を中心とする特選衣料雑貨、美術・宝飾品など高額品の不振に、前年11月に移転オープンした大丸東京店の開店景気の反動減や、前年同月に松坂屋全店で開催した「中日ドラゴンズ日本一セール」の反動減も加わり、大丸直営店は対前年▲8.5%減、松坂屋直営店は同▲16.6%減となり、この結果、大丸・松坂屋両百貨店事業全体では同▲11.2%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対前年3割増となった今治大丸のほか、大丸札幌店、松坂屋銀座店など計5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、新店効果(新店8店、閉店1店)による嵩上げおよび既存店改装効果などもあり、対前年2.6%増であった。地区別では、首都圏が対前年1.9%増、関西地区が同3.9%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2.4%増となった。
- ・その他事業は、主にJ.フロント建装による前年の大丸東京店関連内装工事受注の反動減が影響した。

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	▲12.3	▲0.2	▲10.6	▲1.2
梅田店	▲7.0	20.5	▲9.2	12.6
東京店	▲9.3	▲24.7	▲20.0	▲10.9
ららぽーと横浜店	16.1	—	7.2	—
浦和パルコ店	▲23.8	—	4.3	—
京都店	▲10.1	▲2.6	▲9.0	▲4.7
山科店	1.6	—	▲3.3	—
神戸店	▲10.2	2.3	▲9.1	▲0.6
新長田店	▲3.6	—	▲6.5	—
須磨店	▲3.9	—	▲5.6	—
芦屋店	▲7.1	—	▲5.6	—
札幌店	2.1	2.5	▲0.3	2.5
直営12店舗計	▲8.5	▲4.1	▲9.6	▲1.2
博多大丸	▲5.6	▲0.4	▲4.8	▲2.5
下関大丸	▲4.1	▲3.5	▲7.3	▲7.3
高知大丸	▲1.4	▲0.3	▲6.6	▲5.8
今治大丸	30.9	24.1	23.1	14.0
百貨店業合計	▲7.5	—	▲8.5	—

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	▲15.0	▲16.2
婦人服・洋品	▲13.3	▲12.7
子供服・洋品	▲8.3	▲5.7
その他の衣料品	▲11.6	▲16.5
衣料品計	▲13.4	▲13.3
身回品	▲7.8	▲13.9
家具	▲19.6	▲25.3
家電	▲37.9	▲22.2
その他の家庭用品	▲10.5	▲11.4
家庭用品計	▲14.1	▲15.8
生鮮	▲2.7	0.2
菓子	4.6	6.7
惣菜	▲7.2	▲4.5
その他食料品	2.9	0.5
食料品計	▲0.1	0.8
食堂・喫茶	▲9.8	0.9
化粧品	▲0.1	2.5
美術・宝飾・貴金属	▲24.0	▲27.2
その他雑貨	▲1.0	▲5.0
雑貨計	▲10.4	▲12.2
サービス	▲7.0	▲1.7
その他	▲13.2	▲17.6
合計	▲8.5	▲9.6

3. 売上高概況

婦人服・洋品、紳士服・洋品とも、売場特価は大幅増となったものの、主力のコートが不調であるとともに、高額品の特選衣料雑貨が不振であった。身回品は、主力のブーツを中心に動きが鈍く、アクセサリー、ハンドバッグも苦戦した。食料品は、前年10月に開店した大丸浦和パルコ店オープン景気の反動減の影響により微減（大丸浦和パルコ店を除くと対前年0.7%増）であった。雑貨は、宝飾・美術品など高額品が大幅減となった。

2008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	▲18.7	▲11.1	▲13.1	▲9.1
上野店	▲14.2	▲4.6	▲9.9	▲3.1
静岡店	▲15.9	▲8.6	▲14.2	▲10.1
銀座店	1.8	50.0	7.2	50.7
高槻店	▲27.9	3.5	▲21.8	1.3
名古屋駅店	▲14.7	3.8	▲10.5	4.1
豊田店	▲14.0	▲2.0	▲10.6	0.2
岡崎店	▲17.6	▲0.7	▲15.7	▲1.9
直営8店舗計	▲16.6	0.3	▲11.9	1.0
横浜松坂屋	▲94.0	▲100.0	17.7	▲5.0
百貨店業合計	▲19.1	▲3.9	▲10.9	0.7

(注) 横浜松坂屋(10/26閉店)は、不動産賃貸料収入を計上しております。

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	▲19.5	▲14.5
婦人服・洋品	▲19.6	▲12.6
子供服・洋品	▲10.1	▲9.8
その他の衣料品	▲29.5	▲24.1
衣料品計	▲19.8	▲13.6
身回品	▲23.0	▲15.3
家具	7.3	12.4
家電	▲48.6	▲35.1
その他の家庭用品	▲19.7	▲17.1
家庭用品計	▲14.5	▲10.0
生鮮	▲9.9	▲12.6
菓子	▲13.7	▲10.1
惣菜	▲26.7	▲7.7
その他食料品	8.5	17.5
食料品計	▲11.1	▲5.1
食堂・喫茶	▲8.1	▲11.5
化粧品	▲2.5	▲4.9
美術・宝飾・貴金属	▲23.6	▲23.8
その他雑貨	▲47.9	▲46.2
雑貨計	▲20.3	▲20.7
サービス	▲11.7	▲31.5
その他	▲8.6	▲2.9
合計	▲16.6	▲11.9

(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

前年の中日ドラゴンズ日本一セールスの反動による売上減に加え、婦人服・紳士服は、コートなど冬物重衣料の苦戦、特選衣料雑貨の不振が響いた。身回品は、特に前年大きく売上を伸ばしたブーツの反動減が影響した。食料品は、お歳暮ギフト受注は比較的健闘したものの、一般的に店頭や催事が苦戦した。雑貨は、宝飾・貴金属など高額品が不振だった。