



2009年 1月15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12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 (%)

	12月度	9~12月度 累計
百貨店業	▲11.2	▲9.9
スーパーマーケット業	▲1.5	▲0.7
卸売業	3.1	4.1
その他事業	▲11.1	▲22.0
連結合計	▲9.9	▲9.2

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・12月の百貨店事業の売上高は、前年に比べ土曜日、日曜日がそれぞれ▲1日減であったことに加え、主力のコートなど冬物重衣料や宝飾・美術品など高額品の不振、ラグジュアリーブランド品のクリスマス商戦が低調であったことなどが響き、大丸直営店是对前年▲9.7%減、松坂屋直営店は同▲13.5%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大幅増となった今治大丸(08年12月31日閉店)のほか、改装効果が持続する松坂屋銀座店など計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(08年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)による嵩上げはあったものの、既存店の苦戦が響き、対前年▲1.5%減であった。地区別では、首都圏が対前年▲2.3%減、関西地区が同▲1.0%減、中部地区が同2.6%増であった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、電子部品や食品などが好調に推移し、対前年3.1%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装や通販事業の大丸ホームショッピングなどの不調が響いた。

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12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 (%)

	12月度		9~12月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲9.1	▲3.0	▲10.1	▲1.7
梅田店	▲12.3	11.3	▲10.1	12.3
東京店	▲12.0	▲15.1	▲17.8	▲12.1
ららぽーと横浜店	5.9	—	6.7	—
浦和パルコ店	▲9.7	—	▲0.6	—
京都店	▲10.6	▲2.6	▲9.5	▲4.1
山科店	▲2.3	—	▲3.0	—
神戸店	▲12.9	▲2.7	▲10.3	▲1.2
新長田店	▲5.1	—	▲6.1	—
須磨店	▲4.0	—	▲5.1	—
芦屋店	▲3.9	—	▲5.0	—
札幌店	▲1.8	0.2	▲0.8	1.8
直営12店舗計	▲9.7	▲3.2	▲9.6	▲1.8
博多大丸	▲6.2	▲3.1	▲5.2	▲2.7
下関大丸	▲11.0	▲5.5	▲8.4	▲6.7
高知大丸	▲12.4	▲6.8	▲8.5	▲6.1
今治大丸	28.4	40.9	25.0	22.2
百貨店業合計	▲8.9	—	▲8.7	—

### 2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	12月度	9~12月度 累計
紳士服・洋品	▲20.1	▲17.4
婦人服・洋品	▲14.9	▲13.3
子供服・洋品	▲14.9	▲8.5
その他の衣料品	▲14.1	▲15.7
衣料品計	▲16.0	▲14.1
身回品	▲11.7	▲13.2
家具	▲20.5	▲24.0
家電	▲13.4	▲19.9
その他の家庭用品	▲12.7	▲11.8
家庭用品計	▲14.5	▲15.4
生鮮	▲2.3	▲0.7
菓子	2.4	5.1
惣菜	8.4	▲0.5
その他食料品	▲3.0	▲0.8
食料品計	1.0	0.9
食堂・喫茶	▲13.7	▲3.5
化粧品	▲1.6	1.3
美術・宝飾・貴金属	▲19.3	▲24.8
その他雑貨	▲14.2	▲8.0
雑貨計	▲11.4	▲12.0
サービス	▲5.8	▲2.8
その他	▲0.7	▲13.8
合計	▲9.7	▲9.6

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品、紳士服・洋品とも、強化展開した売場特価は大幅に伸ばしたものの、定価が低調に推移し、主力のラグジュアリーブランドやコートなどを中心に全般に不振であった。身回品は、アクセサリーのクリスマス需要が盛り上がり、婦人靴やハンドバッグも苦戦した。食料品は、クリスマスケーキやおせち受注、惣菜が好調であった。雑貨は、宝飾・美術品など高額品を中心に不振であった。

## 2008年12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 (%)

	12月度		9~12月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲15.5	▲5.1	▲13.9	▲8.1
上野店	▲8.2	▲1.3	▲9.4	▲2.6
静岡店	▲12.0	▲10.2	▲13.5	▲10.1
銀座店	1.0	43.6	5.3	48.7
高槻店	▲26.5	6.6	▲23.4	2.7
名古屋駅店	▲9.4	8.0	▲10.2	5.2
豊田店	▲18.2	▲3.8	▲13.1	▲0.9
岡崎店	▲18.7	▲3.7	▲16.7	▲2.4
直営8店舗計	▲13.5	2.8	▲12.4	1.5
横浜松坂屋	▲94.9	▲100.0	▲17.0	▲31.7
百貨店業合計	▲15.8	▲1.7	▲12.5	0.1

(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 (%)

	12月度	9~12月度 累計
紳士服・洋品	▲19.7	▲16.0
婦人服・洋品	▲17.3	▲13.8
子供服・洋品	▲14.3	▲11.1
その他の衣料品	▲22.1	▲23.6
衣料品計	▲17.9	▲14.8
身回品	▲12.8	▲14.6
家具	12.1	12.3
家電	▲17.9	▲30.5
その他の家庭用品	▲9.3	▲14.7
家庭用品計	▲4.1	▲8.2
生鮮	4.2	▲5.4
菓子	▲7.0	▲8.8
惣菜	▲38.0	▲21.8
その他食料品	20.0	18.8
食料品計	▲7.1	▲6.0
食堂・喫茶	▲11.8	▲11.6
化粧品	▲8.9	▲6.0
美術・宝飾・貴金属	▲30.9	▲26.5
その他雑貨	▲44.1	▲45.6
雑貨計	▲27.3	▲23.0
サービス	▲26.0	▲23.2
その他	▲7.0	▲4.5
合計	▲13.5	▲12.4

(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

婦人服は、ミセス・ヤングともコートなど冬物衣料の苦戦が続き、ラグジュアリーブランドの不振も響いた。紳士服は、特にコート、ビジネススーツなどの重衣料が苦戦した。身回品は、銀座店のアクセサリー・婦人靴などは改装効果の持続で好調も、その他の店舗は低調であった。食料品は、おせち、クリスマスケーキは堅調であったが、外商のお歳暮ギフトが苦戦した。雑貨は、美術・宝飾・貴金属などの高額品が不振であった。