



2009年 5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

**2009年4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 (%)

	4月度	3~4月度 累計
百貨店業	▲11.7 (▲10.2)	▲12.7 (▲11.2)
スーパーマーケット業	▲5.8	▲6.9
卸売業	▲16.2	▲19.5
その他事業	▲29.1	▲31.2
連結合計	▲12.6	▲13.5

(注)百貨店業合計の( )内は横浜松坂屋(08年10月26日百貨店営業終了)および今治大丸(08年12月31日営業終了)を除く既存店ベース。

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・4月の百貨店事業の売上高は、婦人・紳士服とも売場特価や低価格品など価格対応商品は好調に推移したものの衣料品全般では不調、宝飾・貴金属など高額品も不振であったため、大丸直営店は前年▲8.7%減、松坂屋直営店は同▲11.9%減となり、大丸・松坂屋両百貨店事業合計では、既存店ベースで同▲10.2%減となった。

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、価格対応強化をはかったものの、競争激化により全般に苦戦し、対前年▲5.8%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲6.5%減、関西地区が同▲5.1%減、中部地区が同▲2.6%減であった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、ホームセンター向け商材は好調に推移したものの、化学品・パッケージや農水畜産品などが苦戦し、対前年▲16.2%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

## 2009年4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 (%)

	4月度		3~4月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲10.6	▲1.7	▲11.5	▲0.9
梅田店	▲12.9	15.6	▲13.4	14.1
東京店	▲8.4	▲8.4	▲7.8	▲9.0
ららぽーと横浜店	2.7	—	1.3	—
浦和パルコ店	▲8.9	—	▲7.7	—
京都店	▲11.2	▲3.6	▲12.8	▲4.8
山科店	▲6.3	—	▲5.9	—
神戸店	▲7.4	▲1.6	▲12.7	▲2.8
新長田店	▲7.4	—	▲9.1	—
須磨店	▲6.0	—	▲7.1	—
芦屋店	▲9.2	—	▲11.4	—
札幌店	▲0.2	2.0	▲4.6	▲0.6
直営12店舗計	▲8.7	0.0	▲10.6	▲1.1
博多大丸	▲13.8	▲12.4	▲9.6	▲7.6
下関大丸	▲7.0	▲5.7	▲8.8	▲7.6
高知大丸	▲11.9	▲6.2	▲11.2	▲7.2
百貨店業合計	▲9.4	—	▲10.4	—

(注) 百貨店業合計は今治大丸(08年12月31日営業終了)を除く。今治大丸を含めた百貨店業売上高は4月度は対前年▲10.3%減、3~4月度累計は同▲11.3%減。

### 2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	4月度	3~4月度 累計
紳士服・洋品	▲15.2	▲16.5
婦人服・洋品	▲10.7	▲14.2
子供服・洋品	▲8.9	▲10.3
その他の衣料品	▲9.4	▲12.2
衣料品計	▲11.5	▲14.4
身回品	▲9.5	▲14.1
家具	▲13.4	▲18.3
家電	▲7.4	0.9
その他の家庭用品	▲0.9	▲6.3
家庭用品計	▲4.1	▲8.9
生鮮	▲4.6	▲3.1
菓子	▲2.9	0.2
惣菜	▲7.7	▲5.2
その他食料品	▲0.1	0.5
食料品計	▲4.0	▲1.8
食堂・喫茶	▲10.9	▲13.2
化粧品	▲1.5	▲4.5
美術・宝飾・貴金属	▲11.1	▲16.0
その他雑貨	▲10.5	▲11.1
雑貨計	▲6.7	▲10.1
サービス	▲3.7	▲5.0
その他	▲12.5	▲6.3
合計	▲8.7	▲10.6

### 3. 売上高概況

婦人・紳士とも春もののマークダウンや売場特価など価格対応商品は好調に推移したものの、定価商品が不調であった。身回品は、婦人カジュアルシューズやサンダルなどに動きが見られたものの、ハンドバッグが不振であった。食料品は、ワインフェアなど一部催事に動きが見られたものの、全体では惣菜を中心に苦戦した。雑貨は、化粧品が比較的健闘したものの、宝飾・貴金属など高額品を中心に不調であった。

## 2009年4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 (%)

	4月度		3~4月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲14.3	▲9.6	▲14.1	▲7.4
上野店	▲11.4	3.8	▲10.5	▲0.5
静岡店	▲8.0	▲14.9	▲12.7	▲11.9
銀座店	2.1	26.1	▲2.4	24.1
高槻店	▲15.7	4.6	▲16.4	5.2
名古屋駅店	▲9.1	▲3.5	▲11.4	▲5.4
豊田店	▲11.0	▲2.2	▲15.6	▲4.8
岡崎店	▲16.4	▲4.5	▲17.8	▲9.3
直営8店舗計	▲11.9	▲1.4	▲12.7	▲2.0

(注) 横浜松坂屋は08年10月26日に百貨店事業営業を終了、09年1月1日に(株)松坂屋と合併。  
 横浜松坂屋を含めた百貨店業売上高は、4月度は対前年▲14.7%減、3~4月累計は同▲15.4%減。

### 2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	4月度	3~4月度 累計
紳士服・洋品	▲15.2	▲16.0
婦人服・洋品	▲15.1	▲17.1
子供服・洋品	▲11.3	▲9.5
その他の衣料品	▲22.3	▲23.1
衣料品計	▲15.3	▲16.4
身回品	▲12.1	▲16.9
家具	0.7	3.3
家電	17.5	11.7
その他の家庭用品	▲12.8	▲13.7
家庭用品計	▲7.3	▲7.4
生鮮	▲11.7	▲19.8
菓子	▲11.6	▲8.8
惣菜	▲2.7	6.9
その他食料品	38.2	48.1
食料品計	▲2.9	▲1.1
食堂・喫茶	▲17.8	▲19.0
化粧品	0.4	▲8.4
美術・宝飾・貴金属	▲27.0	▲22.8
その他雑貨	▲40.3	▲42.3
雑貨計	▲20.6	▲20.3
サービス	▲23.5	▲21.8
その他	▲2.1	▲5.3
合計	▲11.9	▲12.7

(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、春ものマークダウンは好調だったが、定価商品やラグジュアリーブランドの不振が響き、苦戦した。紳士服は廉売催事は健闘したものの、ビジネススーツなどが依然として不調であった。身回品は、婦人靴のバーゲンなどが好調だった上野店は売上を伸ばしたが、他店は低調であった。食料品は、改装効果が持続する銀座店は好調であったものの、全店では前年を若干下回った。雑貨は、化粧品は健闘したが、美術・宝飾品などの高額品は苦戦した。