



2009年 6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

## 2009年5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 (%)

	5月度	3～5月度 累計
百貨店業	▲15.5 (▲13.9)	▲13.6 (▲12.1)
スーパーマーケット業	▲4.1	▲5.9
卸売業	▲28.0	▲22.4
その他事業	▲7.6	▲24.1
連結合計	▲14.9 (▲13.7)	▲14.0 (▲12.8)

(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

- 5月の百貨店事業の売上高は、衣料品・洋品雑貨を中心とした価格対応商品は好調を維持するとともに、催事で絵画などにも動きが見られたものの、後半に入って新型インフルエンザの影響により神戸・大阪地区を中心に入店客数が激減し、大丸直営店は対前年▲13.7%減、松坂屋直営店は同▲16.7%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▲13.9%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、新店効果(5/2「市川ニッケコルトン店」)の嵩上げ効果はあったものの、閉鎖店舗(成城、西船橋、六角橋)や既存店の苦戦などの影響もあり、対前年▲4.1%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲3.4%減、関西地区が同▲5.3%減、中部地区が同▲3.3%減であった。

#### 3) その他

- 卸売業の大丸興業は、金属樹脂加工品やホームセンター向け商材を中心に苦戦し、対前年▲28.0%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5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 (%)

	5月度		3~5月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲14.4	▲4.1	▲12.4	▲1.9
梅田店	▲16.3	7.7	▲14.3	12.0
東京店	▲9.0	▲5.8	▲8.2	▲8.0
ららぽーと横浜店	▲1.2	—	0.5	—
浦和パルコ店	▲4.7	—	▲6.7	—
京都店	▲15.5	▲7.6	▲13.7	▲5.7
山科店	▲13.4	—	▲8.5	—
神戸店	▲22.3	▲15.9	▲15.8	▲7.4
新長田店	▲17.4	—	▲11.9	—
須磨店	▲6.3	—	▲6.8	—
芦屋店	▲15.8	—	▲12.9	—
札幌店	2.0	0.4	▲2.5	▲0.2
直営12店舗計	▲13.7	▲3.5	▲11.6	▲1.9
博多大丸	▲8.4	▲5.0	▲9.2	▲6.7
下関大丸	▲4.7	▲0.3	▲7.6	▲5.3
高知大丸	▲9.6	▲6.2	▲10.7	▲6.9
百貨店業合計	▲12.6	—	▲11.2	—

(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5月度は対前年▲13.4%減、3~5月度累計は同▲12.0%減。

### 2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	5月度	3~5月度 累計
紳士服・洋品	▲21.6	▲18.3
婦人服・洋品	▲17.2	▲15.2
子供服・洋品	▲18.3	▲12.5
その他の衣料品	▲19.8	▲14.7
衣料品計	▲18.3	▲15.6
身回品	▲14.8	▲14.3
家具	▲16.6	▲17.7
家電	▲36.7	▲11.9
その他の家庭用品	▲11.0	▲7.8
家庭用品計	▲13.5	▲10.4
生鮮	▲6.9	▲4.4
菓子	▲6.1	▲1.8
惣菜	▲10.4	▲6.9
その他食料品	▲5.2	▲1.3
食料品計	▲7.3	▲3.6
食堂・喫茶	▲15.7	▲14.0
化粧品	▲9.1	▲6.1
美術・宝飾・貴金属	▲7.3	▲13.2
その他雑貨	▲9.1	▲10.5
雑貨計	▲8.4	▲9.5
サービス	▲4.3	▲4.8
その他	▲2.5	▲5.1
合計	▲13.7	▲11.6

### 3. 売上高概況

新型インフルエンザの影響は、特に神戸店・心齋橋店・梅田店で影響が大きく現れ、売上・入店客数が大幅減となった。

婦人服、紳士服とも強化拡大を図っている売場特価など価格対応商品は好調であったものの定価商品が不調であった。身回品は、婦人靴、ハンドバッグともに不振であった。食料品は、お取り寄せ企画など好調なイベントもあったものの、全体では入店客数減が大きく響いた。雑貨は、東京店の催事などを中心に絵画に動きが見られたものの、宝飾・貴金属、化粧品などが不調であった。

## 2009年5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 (%)

	5月度		3～5月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲18.4	▲6.5	▲15.5	▲7.1
上野店	▲19.2	0.3	▲13.5	▲0.2
静岡店	▲14.5	▲11.2	▲13.3	▲11.7
銀座店	▲9.0	18.2	▲4.6	22.1
高槻店	▲11.1	▲0.7	▲14.8	3.2
名古屋駅店	▲10.8	▲3.9	▲11.2	▲4.9
豊田店	▲12.6	▲5.1	▲14.7	▲4.9
岡崎店	▲12.8	▲7.4	▲16.2	▲8.7
直営8店舗計	▲16.7	▲2.3	▲14.0	▲2.1

(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、5月度は対前年▲19.7%減、3～5月累計は同▲16.8%減。

### 2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	5月度	3～5月度 累計
紳士服・洋品	▲17.5	▲16.5
婦人服・洋品	▲18.7	▲17.6
子供服・洋品	▲7.8	▲9.1
その他の衣料品	▲24.4	▲23.5
衣料品計	▲18.0	▲16.9
身回品	▲19.5	▲17.8
家具	17.2	7.4
家電	▲17.7	1.5
その他の家庭用品	▲13.3	▲13.6
家庭用品計	▲5.5	▲6.8
生鮮	▲6.8	▲16.0
菓子	▲13.8	▲10.2
惣菜	▲5.0	3.0
その他食料品	32.1	42.2
食料品計	▲3.4	▲1.8
食堂・喫茶	▲15.6	▲17.9
化粧品	▲10.1	▲8.9
美術・宝飾・貴金属	▲30.5	▲25.4
その他雑貨	▲43.4	▲42.6
雑貨計	▲25.9	▲22.1
サービス	▲14.8	▲18.9
その他	▲23.6	▲12.3
合計	▲16.7	▲14.0

(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

婦人服は、一部の売場特価は健闘したものの、名古屋店での催事の月ずれによる影響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、ゴールデンウィークの紳士服催事の不振やビジネスウェアの苦戦が続き低調だった。身回品は、上野店、高槻店で婦人靴・ハンドバッグ催事が好調だったものの、全体では苦戦。食料品は、昨秋の改装効果が続く銀座店は好調だったが、全店では前年割れとなった。雑貨は、化粧品が苦戦し、美術品、宝飾品など高額品が不調だった。その他は、上野店で前年大幅増となった法人外商受注の反動減が響いた。

(上野店は法人外商を除いた店頭ベースでは▲11.6%減)