



2009年 8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

2009年7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 (%)

	7月度	3～7月度 累計
百貨店業	▲13.6 (▲11.9)	▲12.7 (▲11.1)
スーパーマーケット業	▲4.7	▲5.5
卸売業	▲29.0	▲24.9
その他事業	▲20.3	▲23.1
連結合計	▲14.6 (▲13.3)	▲13.6 (▲12.4)

(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

- 7月の百貨店事業の売上高は、クリアランスセールのみならず6月への一部前倒しに伴う反動減などにより、衣料品を中心に苦戦するとともに、ラグジュアリーブランドや宝飾品など高額品の不振に、西日本を中心とした天候不順の影響なども加わり、大丸直営店是对前年▲10.7%減、松坂屋直営店は同▲14.7%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▲11.9%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、千里地区大型店舗をはじめとする既存店の苦戦や、成城店・西船橋店などの閉鎖店舗の影響もあり、対前年▲4.7%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲3.6%減、関西地区が同▲6.2%減、中部地区が同▲4.9%減であった。

3) その他

- 卸売業の大丸興業は、電子部品や化学品・パッケージなどを中心に苦戦し、対前年▲29.0%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7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 (%)

	7月度		3~7月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲14.0	▲2.6	▲11.6	▲2.0
梅田店	▲9.3	19.1	▲12.0	14.2
東京店	▲8.0	1.2	▲7.9	▲5.6
ららぽーと横浜店	1.0	—	0.4	—
浦和パルコ店	4.4	—	▲4.3	—
京都店	▲13.6	▲5.0	▲13.2	▲5.7
山科店	▲6.4	—	▲7.2	—
神戸店	▲13.7	▲4.1	▲13.7	▲5.6
新長田店	▲8.9	—	▲9.2	—
須磨店	▲7.6	—	▲6.7	—
芦屋店	▲6.1	—	▲10.4	—
札幌店	▲3.6	▲0.9	▲2.6	▲0.9
直営12店舗計	▲10.7	2.1	▲10.6	▲0.8
博多大丸	▲9.5	▲8.9	▲9.0	▲7.0
下関大丸	▲10.0	▲6.7	▲7.0	▲4.5
高知大丸	▲8.3	▲8.7	▲9.7	▲7.0
百貨店業合計	▲10.4	—	▲10.2	—

(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7月度は対前年▲11.5%減、3~7月度累計は同▲11.1%減。

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	7月度	3~7月度 累計
紳士服・洋品	▲18.5	▲17.5
婦人服・洋品	▲14.9	▲14.0
子供服・洋品	▲12.7	▲11.8
その他の衣料品	▲15.9	▲14.2
衣料品計	▲15.6	▲14.6
身回品	▲10.9	▲12.9
家具	▲2.6	▲14.3
家電	▲29.3	▲7.4
その他の家庭用品	▲8.0	▲7.4
家庭用品計	▲7.3	▲9.1
生鮮	▲3.6	▲3.5
菓子	0.7	▲0.6
惣菜	▲3.6	▲6.3
その他食料品	▲4.8	▲1.7
食料品計	▲2.8	▲2.8
食堂・喫茶	▲11.4	▲13.1
化粧品	▲4.2	▲5.7
美術・宝飾・貴金属	▲19.4	▲15.4
その他雑貨	▲14.4	▲10.8
雑貨計	▲12.5	▲10.4
サービス	▲9.6	▲6.2
その他	▲8.2	▲4.6
合計	▲10.7	▲10.6

3. 売上高概況

婦人服、紳士服ともに、クリアランスセール of 6月への一部前倒しの反動や天候不順などの影響もあり苦戦した。身回品は、催事やイベント強化を図ったアクセサリーが伸ばしたものの、ハンドバッグや婦人靴の不調が響いた。食料品は、菓子や物産展などは好調に推移したものの、6月の早期受注好調の影響が出たお中元ギフト受注などその他が苦戦した。雑貨は、絵画催事に動きが見られたものの、宝飾・貴金属などの高額品を中心に全般に不振であった。

2009年7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 (%)

	7月度		3~7月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲13.0	▲4.2	▲13.4	▲6.6
上野店	▲13.6	▲2.4	▲12.2	0.5
静岡店	▲13.7	▲13.0	▲12.5	▲11.4
銀座店	▲18.5	14.7	▲7.1	21.1
高槻店	▲27.6	0.1	▲17.0	3.3
名古屋駅店	▲11.4	▲3.7	▲11.1	▲4.4
豊田店	▲18.8	▲4.4	▲16.0	▲5.4
岡崎店	▲23.4	▲3.7	▲18.7	▲7.4
直営8店舗計	▲14.7	▲2.5	▲13.0	▲1.8

(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、7月度は対前年▲17.8%減、3~7月累計は同▲15.9%減。

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	7月度	3~7月度 累計
紳士服・洋品	▲13.5	▲15.1
婦人服・洋品	▲16.1	▲15.8
子供服・洋品	▲14.2	▲9.2
その他の衣料品	▲28.3	▲22.3
衣料品計	▲16.6	▲15.6
身回品	▲11.3	▲16.1
家具	2.2	6.6
家電	22.3	6.7
その他の家庭用品	▲9.3	▲11.7
家庭用品計	▲4.0	▲5.2
生鮮	▲10.4	▲10.8
菓子	▲12.5	▲10.8
惣菜	▲39.4	▲16.5
その他食料品	16.9	31.1
食料品計	▲10.4	▲4.0
食堂・喫茶	▲17.4	▲17.7
化粧品	▲6.8	▲7.9
美術・宝飾・貴金属	▲26.1	▲25.3
その他雑貨	▲39.2	▲42.0
雑貨計	▲22.9	▲22.0
サービス	▲8.2	▲19.0
その他	▲18.7	▲11.5
合計	▲14.7	▲13.0

(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・紳士服ともに、クリアランスセールの一部6月前倒しに伴う反動減や天候不順の影響もあり、全般的に低調であった。身回品は、婦人靴の季節商品であるサンダルなどの動きが鈍く、ハンドバッグも苦戦した。家具・家庭用品は、名古屋店北館セールの6月前倒しの影響により前年を下回った。食料品は、お中元ギフトの6月早期受注増の反動減と外商ギフトの受注減により苦戦した。雑貨は、美術品・宝飾品などの高額品が不調であった。