



J. FRONT RETAILING

2010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 代表取締役会長兼最高経営責任者
 奥田 務
 お問合せ先 経営計画事業統括部
 グループ広報・IR担当
 TEL 03-6895-0178

2010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	▲ 4.2 (▲ 1.8)	▲ 3.7 (▲ 1.6)
スーパーマーケット業	▲ 7.5	▲ 4.7
卸売業	▲ 6.3	▲ 12.8
その他事業	2.5	8.5
連結合計	▲ 4.7	▲ 3.9

(注)百貨店業合計の()内は、松坂屋岡崎店(2010年1月31日営業終了)、松坂屋名古屋駅店(2010年8月29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

- ・11月度の百貨店事業の売上高は、婦人・紳士コートやブーツ、ネックウェアなど、冬ものファッション衣料雑貨が堅調に推移したほか、催事の好調による嵩上げ効果があったものの、日曜日が対前年▲1日減であったことに、梅田店の大規模改修工事による影響（面積が対前年▲46%減）も加わり、大丸松坂屋百貨店直営店は対前年▲1.9%減、関係百貨店を加えた百貨店事業合計は同▲1.8%減となった。なお、本前年から梅田店を除くと、大丸松坂屋百貨店直営店は対前年 1.1%増、百貨店事業合計は同 0.8%増。

2) スーパーマーケット業

- ・ピーコックストアは、対前年二桁増となった上池袋店、泉北晴美台店をはじめ、経堂店や新神戸店など一部の店舗は好調を持続したものの、閉鎖店舗(常盤平店、茶山台店など計6店舗)の影響などにより対前年▲7.5%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲6.9%減、関西地区が同▲4.8%減、中部地区が同▲5.6%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や食品など全般に苦戦し、対前年▲6.3%減となった。
- ・その他事業は、大丸梅田店の改装工事などによりJ.フロント建装が好調であった。

お問合せ先	J.フロント リテイリング株式会社	グループ広報・IR担当
	TEL	03-6895-0178
	FAX	03-6674-7565

2010年11月度 百貨店業 営業報告

1. 売上高および入店客数（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
大丸 心齋橋店	▲0.8	▲0.7	15.6	40.9
大丸 梅田店	▲36.1	▲9.9	▲39.6	▲12.5
大丸 東京店	▲6.8	▲2.0	▲7.6	▲3.1
大丸 ららぽーと横浜店	▲4.7	-	▲0.7	-
大丸 浦和パルコ店	▲1.6	-	2.4	-
大丸 京都店	1.7	3.2	0.3	3.7
大丸 山科店	▲19.3	-	▲17.9	-
大丸 神戸店	1.5	1.0	▲2.7	▲0.3
大丸 新長田店	▲2.5	-	▲2.2	-
大丸 須磨店	15.8	-	9.1	-
大丸 芦屋店	0.4	-	▲0.9	-
大丸 札幌店	2.6	0.8	6.7	4.1
松坂屋 名古屋店	6.2	11.2	2.9	4.9
松坂屋 上野店	10.3	11.5	8.5	6.8
松坂屋 静岡店	0.6	3.2	▲0.8	2.1
松坂屋 銀座店	▲24.1	32.5	▲16.2	36.8
松坂屋 高槻店	▲19.1	8.1	▲20.4	7.5
松坂屋 豊田店	8.7	5.3	6.8	6.7
大丸松坂屋百貨店合計	▲1.9	2.1	▲1.6	5.9
博多大丸	0.2	▲1.9	▲1.4	▲2.4
下関大丸	▲3.4	▲6.3	▲2.6	▲3.0
高知大丸	▲4.2	▲4.0	▲2.4	▲1.5
百貨店事業合計	▲1.8	-	▲1.6	-

(注1) 合計の前年は、松坂屋岡崎店（2010年1月31日営業終了）、松坂屋名古屋店（2010年8月29日営業終了）を除く。

前年に松坂屋岡崎店、名古屋店を含めた11月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲4.7%減、百貨店事業合計 同▲4.2%減。

9～11月度累計の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲4.0%減、百貨店事業合計 同▲3.7%減。

(注2) 参考数値として、大丸松坂屋百貨店のうち11月度の増減率は、大丸合計 対前年▲4.5%減、松坂屋合計 同3.1%増。

9～11月度累計の増減率は、大丸合計 対前年▲2.9%減、松坂屋合計 同1.1%増。

(注3) 前年度まで高槻店に計上していた大阪法人外商統括部の売上は、本年度から心齋橋店に計上しています。また首都圏外商統合により、

東京店の個人・法人外商、銀座店の個人外商の売上は上野店に計上しています。なお、外商移管の影響を除いた増減率は、

11月度は、心齋橋店 対前年▲4.4%減、東京店 同▲2.8%減、上野店 同 2.3%増、銀座店 同▲14.5%減、高槻店 同11.1%増。

9～11月度累計は、心齋橋店 対前年11.4%増、東京店 同▲4.9%減、上野店 同 2.1%増、銀座店 同▲8.2%減、高槻店 同2.6%増。

2. 大丸松坂屋百貨店直営店 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	▲3.4	▲6.1
婦人服・洋品	0.2	0.8
子供服・洋品	▲6.0	▲2.4
その他の衣料品	▲6.0	▲7.5
衣料品計	▲1.1	▲1.0
身回品	▲3.8	▲5.3
化粧品	▲2.8	▲1.2
美術・宝飾・貴金属	▲3.7	▲3.6
その他雑貨	▲11.0	▲5.3
雑貨計	▲4.1	▲2.7
家具	▲7.4	▲5.7
家電	29.5	▲16.7
その他の家庭用品	2.3	4.6
家庭用品計	0.5	0.3
生鮮	0.3	0.1
菓子	▲3.1	▲2.5
惣菜	▲2.1	▲3.1
その他食料品	▲5.6	▲9.1
食料品計	▲2.8	▲3.5
食堂・喫茶	▲3.3	▲0.2
サービス	▲20.2	▲13.9
その他	4.3	13.7
合計	▲1.9	▲1.6

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、コートやネックウェアなど防寒衣料の好調に加え、松坂屋全店で開催したドラゴンズセールなどによる嵩上げ効果もあり前年を上回った。紳士服・洋品は、バーゲン催事は好調であったが定価商材が苦戦した。身回品は、婦人ブーツが売上を伸ばしたものの、アクセサリなどが梅田店の改装工事による面積減の影響もあり前年を下回った。雑貨は、化粧品、美術品が苦戦したが外商顧客中心に高級時計・宝飾品に動きが見られた。食料品は、生鮮食品が催事好調による嵩上げでプラスとなったが、全体では苦戦した。