



J. FRONT RETAILING

2011年 3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

2011年2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：％）

	2月度	9～2月度累計
百貨店業	▲ 2.7 (▲ 1.2)	▲ 4.0 (▲ 1.8)
スーパーマーケット業	▲ 3.5	▲ 4.3
卸売業	8.8	▲ 5.0
その他事業	25.6	10.8
連結合計	▲ 2.4	▲ 3.8

(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

- ・2月度の百貨店事業の売上高は、気温の上昇に伴いスプリングコートやシャツ、ブラウスなど婦人服の春物定価商材が活発に動いたほか、バレンタイン商戦が好調であった食料品も堅調に推移したものの、梅田店の大規模改装工事の影響（面積が対前年▲40%減）が大きく、大丸松坂屋百貨店合計は対前年▲1.7%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計は同▲1.2%減となった。なお、本前年から梅田店を除くと、大丸松坂屋百貨店合計は対前年0.5%増、百貨店事業合計は同0.7%増。

2) スーパーマーケット業

- ・ピーコックストアは、売場改装効果が持続する藤沢トレアージュ白旗店、泉北晴美台店、高野台店をはじめ、1月にオープンした「ピーコックストア@中野マルイ」も好調に推移したものの、閉鎖店舗（多摩店、茶山台店など計5店舗）の影響などにより対前年▲3.5%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲2.2%減、関西地区が同▲3.8%減、中部地区が同▲6.7%減であった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、金属加工品や電子部品などの好調により、対前年8.8%増となった。
- ・その他事業は、大丸梅田店の改装工事受注などにより、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

2011年2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：％）

	2月度		9～2月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	1.7	▲2.9	8.1	15.1
大丸 梅田店	▲27.2	▲7.7	▲33.3	▲8.5
大丸 東京店	▲5.0	▲1.6	▲6.1	▲2.0
大丸 ららぽーと横浜店	2.2	-	1.1	-
大丸 浦和パルコ店	0.6	-	2.6	-
大丸 京都店	5.7	3.8	0.7	2.8
大丸 山科店	▲17.5	-	▲17.9	-
大丸 神戸店	▲1.2	0.2	▲1.4	0.2
大丸 新長田店	5.0	-	0.1	-
大丸 須磨店	2.4	-	7.7	-
大丸 芦屋店	1.7	-	▲0.1	-
大丸 札幌店	3.4	1.1	5.9	2.6
松坂屋 名古屋店	1.2	4.3	2.2	3.8
松坂屋 上野店	3.0	8.4	4.6	4.8
松坂屋 静岡店	4.2	1.8	0.8	1.9
松坂屋 銀座店	▲18.2	12.4	▲20.9	25.6
松坂屋 高槻店	▲11.3	4.0	▲18.8	6.6
松坂屋 豊田店	▲2.0	▲1.4	4.9	4.2
大丸松坂屋百貨店合計	▲1.7	0.3	▲1.9	3.1
博多大丸	2.8	▲3.7	▲1.1	▲3.1
下関大丸	1.2	▲3.3	▲1.8	▲2.0
高知大丸	0.7	1.9	▲1.6	▲0.5
百貨店事業合計	▲1.2	-	▲1.8	-

(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。

前年に名古屋店を含めた2月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲3.5%減、百貨店事業合計 同▲2.7%減。

前年に岡崎店、名古屋店を含めた9～2月度累計の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲4.4%減、百貨店事業合計 同▲4.0%減。

(注2) 参考数値として、大丸松坂屋百貨店のうち2月度の増減率は、大丸合計 対前年▲2.5%減、松坂屋合計 同▲0.3%減。

9～2月度累計の増減率は、大丸合計 対前年▲2.8%減、松坂屋合計 同▲0.1%減。

(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、2月度は、心齋橋店 対前年▲0.6%減、東京店 同▲2.4%減、上野店 同▲2.0%減、銀座店 同▲12.2%減、高槻店 同5.7%増。9～2月度累計は、心齋橋店 対前年4.8%増、東京店 同▲3.5%減、上野店 同▲1.2%減、銀座店 同▲12.9%減、高槻店 同2.5%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：％）

	2月度	9～2月度累計
紳士服・洋品	▲11.4	▲6.4
婦人服・洋品	▲0.7	▲0.4
子供服・洋品	▲3.9	▲3.8
その他の衣料品	2.7	▲7.6
衣料品計	▲2.5	▲2.0
身 回 品	▲7.6	▲5.2
化粧品	0.0	0.4
美術・宝飾・貴金属	▲8.9	▲4.7
その他雑貨	▲10.8	▲9.7
雑 貨 計	▲4.8	▲2.9
家 具	▲6.8	▲5.5
家 電	15.0	▲12.7
その他の家庭用品	2.6	2.3
家庭用品計	0.2	▲0.7
生 鮮	1.1	1.7
菓 子	▲0.3	▲0.6
惣 菜	0.3	▲1.2
その他食料品	2.5	▲5.0
食料品計	0.5	▲1.3
食堂・喫茶	3.9	0.1
サービス	▲15.0	▲12.3
そ の 他	6.7	5.7
合 計	▲1.7	▲1.9

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、春物衣料の出足が好調であったことに加え、ラグジュアリーブランドにも動きが見られたものの、梅田店の改装工事による面積減の影響などにより前年を下回った。紳士服・洋品は、プレタポルテ、キャラクターが不調であった。身回品は、婦人靴が好調を持続したものの、ハンドバッグなどが苦戦した。雑貨は、化粧品は堅調であったが、前年大口売上のあった美術品が苦戦した。食料品は、バレンタイン商戦が盛況であったほか催事も好調であった。