



J. フロント リテイリング

2009年 2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1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（％）

	1 月度	9 ～ 1 月度 累計
百貨店業	▲10.9	▲10.1
スーパーマーケット業	▲0.1	▲0.6
卸 売 業	▲10.3	1.7
その他事業	▲27.3	▲22.9
連 結 合 計	▲11.8	▲9.7

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・ 1月の百貨店事業の売上高は、食料品を中心とする「ギフト処分セール」などの催事や福袋の低価格で実用的ななどが活発に動いたものの、主力のクリアランスセールが婦人・紳士服ともに苦戦するとともに、高額品の動きも鈍く、大丸直営店は対前年▲7.4％減、松坂屋直営店は同▲12.1％減となり、この結果、大丸・松坂屋両百貨店事業全体では同▲10.9％減となった。店舗別では、大丸札幌店と大丸ららぽーと横浜店の2店舗が前年を上回った。

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、価格志向の強まりによる競争激化で既存店が苦戦したものの、新店効果(新店7、閉店1)や一部店舗の改装効果による嵩上げもあり、全体では対前年▲0.1％の微減となった。地区別では、首都圏が対前年▲0.9％減、関西地区が同1.3％増、中部地区が同0.8％増であった。

3) その他

- ・ 卸売業の大丸興業は、食品は好調に推移したものの、電子や化学品・パッケージなどの不調が響き、対前年▲10.3％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1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（％）

	1月度		9～1月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心斎橋店	▲10.1	▲1.2	▲10.1	▲1.6
梅田店	▲6.5	11.8	▲9.4	12.2
東京店	▲6.8	▲13.3	▲16.0	▲12.3
ららぽーと横浜店	5.6	—	6.5	—
浦和パルコ店	▲8.7	—	▲2.3	—
京都店	▲8.5	▲4.6	▲9.3	▲4.2
山科店	▲2.4	—	▲2.9	—
神戸店	▲10.8	▲1.5	▲10.4	▲1.3
新長田店	▲10.2	—	▲6.8	—
須磨店	▲4.9	—	▲5.1	—
芦屋店	▲6.8	—	▲5.4	—
札幌店	0.7	1.4	▲0.5	1.7
直営12店舗計	▲7.4	▲1.9	▲9.2	▲1.8
博多大丸	▲13.9	▲7.2	▲7.0	▲3.6
下関大丸	▲8.9	▲4.7	▲8.5	▲6.3
高知大丸	▲9.1	▲5.5	▲8.6	▲6.0
百貨店業合計	▲8.4	—	▲8.9	—

（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1月度は対前年▲9.3%減、9～1月度累計は同▲8.8%減。

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率（％）

	1月度	9～1月度 累計
紳士服・洋品	▲13.0	▲16.5
婦人服・洋品	▲11.7	▲12.9
子供服・洋品	▲8.7	▲8.5
その他の衣料品	▲4.8	▲13.6
衣料品計	▲11.6	▲13.6
身回品	▲8.7	▲12.3
家具	▲4.6	▲20.6
家電	▲34.6	▲21.8
その他の家庭用品	▲1.2	▲10.0
家庭用品計	▲3.6	▲13.4
生鮮	1.6	▲0.4
菓子	3.2	4.8
惣菜	▲1.1	▲0.6
その他食料品	13.9	0.9
食料品計	3.9	1.4
食堂・喫茶	▲13.3	▲5.5
化粧品	▲0.1	1.0
美術・宝飾・貴金属	▲8.7	▲22.8
その他雑貨	▲12.7	▲8.9
雑貨計	▲5.5	▲11.0
サービス	▲6.1	▲3.4
その他	6.2	▲10.7
合計	▲7.4	▲9.2

3. 売上高概況

婦人・紳士の衣料品から身回品まで、福袋やクリアランスセールでも低価格志向が強まり、全般に苦戦するとともに、ラグジュアリーブランドなども不調であった。食料品は、「ギフト処分セール」や物産展などの催事が牽引した。雑貨は、化粧品がほぼ前年並みで推移したものの、宝飾・美術品など高額品が不振であった。

2009年1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（％）

	1 月度		9 ～ 1 月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲14.5	▲0.6	▲14.0	▲6.5
上野店	▲4.0	2.3	▲8.4	▲0.8
静岡店	▲17.1	▲11.7	▲14.2	▲10.5
銀座店	▲5.9	33.6	3.0	45.7
高槻店	▲13.1	4.7	▲21.5	3.1
名古屋駅店	▲10.8	6.4	▲10.3	5.4
豊田店	▲14.1	▲3.1	▲13.3	▲1.4
岡崎店	▲14.5	▲6.1	▲16.3	▲3.0
直営8店舗計	▲12.1	2.8	▲12.3	1.9

（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㈱松坂屋と合併。

横浜松坂屋を含めた百貨店業売上高は、1月度は対前年▲14.5%減、9～1月度累計は同▲12.9%減。

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率（％）

	1 月度	9 ～ 1 月度 累計
紳士服・洋品	▲15.0	▲15.7
婦人服・洋品	▲16.1	▲14.3
子供服・洋品	▲11.1	▲11.1
その他の衣料品	▲19.5	▲22.8
衣料品計	▲15.8	▲15.0
身 回 品	▲13.8	▲14.5
家 具	8.3	11.6
家 電	▲15.3	▲28.4
その他の家庭用品	▲10.5	▲13.9
家庭用品計	▲5.3	▲7.7
生 鮮	▲6.1	▲5.5
菓 子	▲12.3	▲9.4
惣 菜	▲4.3	▲19.5
その他食料品	26.1	19.7
食料品計	▲1.7	▲5.4
食堂・喫茶	▲11.7	▲11.6
化粧品	▲6.7	▲6.1
美術・宝飾・貴金属	▲35.3	▲27.8
その他雑貨	▲38.4	▲44.1
雑 貨 計	▲28.0	▲23.8
サービス	▲42.9	▲26.9
そ の 他	9.1	▲2.0
合 計	▲12.1	▲12.3

（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

衣料品は、クリアランスセールが全般的に低調に推移するなか婦人・紳士ともに苦戦し、ラグジュアリーブランドの不振も影響した。身回品は、改装効果で堅調な銀座店を除く全店で苦戦。食料品は、食品廉売催事で上野店、改装効果で銀座店が好調だったが、全店では前年を下回った。雑貨は、美術品・宝飾品など高額品の苦戦が響いた。