



J.フロントリテイリング

2007年 11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

2007年10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 (%)

	10月度	9~10月度 累計
百貨店業	1.1	1.8
スーパーマーケット業	1.1	2.7
卸売業	▲17.5	▲17.0
その他事業	40.4	33.9
連結合計	1.1	1.3

(注) 当社は2007年9月3日設立のため、対前年増減率は、前年の大丸グループ、松坂屋ホールディングスグループの売上高を本年と同様の手続きにより集計した数値と比較して算出しております。

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・10月の百貨店事業の売上高は、日曜日が対前年▲1日減であったほか、依然西日本を中心に気温が高めに推移したこともあり、婦人服が苦戦したものの、紳士服の催事や美術・宝飾品など雑貨に動きがあったほか、大丸東京店の新店移転前の売りつくしセールによる嵩上げや「大丸浦和パルコ店」の開店効果(10/10オープン)も加わり、大丸直営店合計は対前年6.1%増、一方、松坂屋は天候不順に前年大きな嵩上げがあった中日ドラゴンズリーグ優勝セールの反動なども加わり、松坂屋直営店は同▲5.3%減となり、百貨店事業全体では同1.1%増となった。
- ・店別売上高は、大丸は売りつくしセール効果で4割増となった東京店など直営既存店10店のうち不動産賃貸料収入を除くベースでは5店が前年を上回ったが、札幌店は前年の日本ハム優勝セールの反動や下旬の競合店改装などの影響により一時的に苦戦した。松坂屋は中日ドラゴンズ優勝セールの反動の影響もあり各店とも苦戦した。

2) スーパーマーケット業

- ・大丸ピーコックは、3月にオープンした3店「三田伊皿子店」「東池袋店」「芝浦アイランド店」による嵩上げの一方、日曜日▲1日減や中野店閉鎖(8/26)の影響もあり対前年0.4%増、地区別では関東地区が前記3店の出店効果もあり対前年0.7%増、関西地区は同▲0.1%減となった。一方、松坂屋ストアの3社(松坂屋ストア、野沢商事、横浜松坂屋ストア)は磯子店が対前年倍増で牽引し同2.4%増となり、スーパーマーケット事業合計では同1.1%増となった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、電子部品の前年特需の反動もあり、苦戦した。
- ・その他事業は、大丸東京新店工事などで受注が大幅増の大丸装工など建装事業が牽引した。

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

2007年10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 (%)

	10月度		9～10月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲2.2(▲2.6)	▲4.4	▲4.5(▲5.0)	▲2.4
梅田店	▲1.5(▲1.9)	▲0.1	▲3.0(▲3.3)	1.9
東京店	44.6(44.1)	23.2	40.4(39.9)	26.8
ららぽーと横浜店	—	—	—	—
浦和パルコ店	—	—	—	—
京都店	0.3(▲0.0)	▲1.6	0.1(▲0.2)	0.2
山科店	3.4(3.4)	—	3.5(3.5)	—
神戸店	▲1.4(▲1.7)	▲1.6	▲2.4(▲2.8)	0.1
新長田店	3.9(3.9)	—	2.5(2.5)	—
須磨店	2.5(2.5)	—	2.0(2.0)	—
芦屋店	2.3(2.3)	—	0.1(0.1)	—
札幌店	▲3.0(▲3.3)	▲2.1	0.7(0.3)	2.3
直営12店舗計	6.1(5.7)	3.3	4.4(4.0)	6.0
除くららぽーと横浜店 浦和パルコ店	4.1(3.7)	—	2.9(2.6)	—
博多大丸	▲3.0(▲3.0)	1.3	▲3.0(▲3.1)	3.3
下関大丸	2.7(2.6)	7.3	2.1(2.0)	5.8
高知大丸	▲4.1(▲4.2)	▲6.0	▲2.9(▲3.0)	▲4.0
今治大丸	0.9(0.9)	▲10.9	▲1.0(▲1.0)	▲5.7
百貨店業合計	4.3(4.0)	—	3.1(2.7)	—
除くららぽーと横浜店 浦和パルコ店	2.8(2.5)	—	1.9(1.6)	—

- (注) 1. 2007年5月度より、その他営業収入(不動産賃貸料収入)を売上高に含めている。
 2. () 内数値は、不動産賃貸収入を除く従来ベースでの対前年増減額
 3. ららぽーと横浜店は2007年3月15日に、また浦和パルコ店は10月10日にオープンした。

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	10月度	9～10月度 累計
紳士服・洋品	2.8	0.6
婦人服・洋品	0.3	▲0.0
子供服・洋品	▲6.3	▲10.4
その他の衣料品	17.2	15.3
衣料品計	1.2	0.3
身回り品	0.4	▲1.6
家具	8.6	13.0
家電	2.3	0.1
その他の家庭用品	12.2	12.9
家庭用品計	10.2	11.8
生鮮	18.8	15.5
菓子	6.0	6.9
惣菜	12.7	10.3
その他食料品	13.2	10.5
食料品計	12.0	10.4
食堂・喫茶	▲1.8	3.1
化粧品	5.9	5.1
美術・宝飾・貴金属	48.4	23.6
その他雑貨	2.9	1.0
雑貨計	23.9	12.6
サービス	▲3.0	▲0.1
その他	57.8(▲11.4)	89.6(20.5)
合計	6.1(5.7)	4.4(4.0)

- (注) 2007年3月から「ティファニー」の売上を「身回り品」から「婦人服・洋品」に移動。

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ワンピースは好調であったものの主力のジャケット、ニットなどが不調であった。紳士服・洋品は、催事が大幅増のほかスポーツファッションが活発に動いた。身の回り品は、売りつくしセールで好調な東京店が倍増で牽引した。食料品は、食品専門大店の2号店として開店(10/10)した浦和パルコ店の嵩上げ効果も加わり大幅増となった。雑貨は、化粧品が好調のほか美術・宝飾品に動きがあった。

2007年10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 (%)

	10月度		9～10月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲5.2	▲11.4	0.0	▲4.3
岡崎店	▲7.6	▲7.5	▲4.5	▲7.2
名古屋駅店	▲7.5	▲2.7	▲2.8	1.1
豊田店	▲6.6	▲5.8	▲3.1	▲1.9
高槻店	▲8.9	0.8	▲6.9	4.7
上野店	▲3.3	▲2.2	0.2	1.5
銀座店	▲9.5	▲13.8	▲5.6	▲9.1
静岡店	▲3.7	1.2	1.5	2.4
直営8店舗計	▲5.3	▲5.5	▲0.8	▲1.1
横浜松坂屋	0.9	0.0	0.8	▲0.6
百貨店業合計	▲5.2	▲5.3	▲0.8	▲1.1

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	10月度	9～10月度 累計
紳士服・洋品	▲9.5	▲4.9
婦人服・洋品	▲9.9	▲5.7
子供服・洋品	▲4.6	▲3.3
その他の衣料品	4.5	17.2
衣料品計	▲8.2	▲3.3
身回品	▲8.2	0.7
家具	▲5.7	5.8
家電	21.2	24.3
その他の家庭用品	▲14.8	▲13.2
家庭用品計	▲9.2	▲5.1
生鮮	1.1	2.3
菓子	▲1.9	0.2
惣菜	2.9	5.3
その他食料品	▲2.2	4.0
食料品計	0.1	2.7
食堂・喫茶	5.7	9.0
化粧品	▲3.8	7.3
美術・宝飾・貴金属	▲0.2	6.1
その他雑貨	1.5	▲4.3
雑貨計	▲0.2	2.1
サービス	3.7	1.5
その他	▲13.1	▲13.0
合計	▲5.3	▲0.8

3. 売上高概況

- ・日曜日対前年△1日減と昨年全店で実施した中日ドラゴンズ優勝記念セールの反動および天候不順の影響等により、直営全店で前年を下回った。
- ・名古屋店は外商部門は好調だったものの、昨年の「中日ドラゴンズ優勝記念セール」の反動と婦人服の苦戦などにより前年を下回った。
- ・上野店は宝飾部門など堅調であったが、婦人服など苦戦し前年を下回った。
- ・静岡店は、衣料品が伸び悩み前年を下回った。
- ・銀座店は、近隣商業施設の新規オープンの影響等により入店客数が減少となり、売上も前年を下回った。