



J.フロント リテイリング

2008年 5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

2008年4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（％）

	4 月度	3 ～ 4 月度 累計
百貨店業	▲5.2	▲2.4
スーパーマーケット業	▲0.8	▲0.1
卸売業	▲13.2	▲12.6
その他事業	▲3.1	3.6
連 結 合 計	▲5.4	▲3.1

(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

- ・4月の百貨店事業の売上高は、売場特価は活発に動いたものの、衣料品を中心とした定価商品の不調に、日曜日が対前年▲1日減であったことも加わり、大丸直営店は対前年▲4.8%減。松坂屋は曜日要因に加え、高額品の不調や外商部門での前年大口受注の反動減もあり、松坂屋直営店は同▲7.3%減。この結果、大丸・松坂屋両社百貨店事業全体では同▲5.2%減となった。

2) スーパーマーケット業

- ・大丸ピーコックは、新店「西梅田店」（前年11月開店）「新神戸駅前店」（2月）「新千里西町店」（3月）および小型新店舗「パサージュ青山店」「グランデュオ蒲田店」（いずれも4月）の嵩上げはあったものの、郊外店を中心に苦戦するとともに、中野店の一時閉鎖（前年8月末）の影響も加わり、対前年▲1.3%減、地区別では関東地区が同▲2.9%減、関西地区は同0.7%増であった。一方、松坂屋ストアは依然好調な磯子店が牽引し、松坂屋スーパーマーケット事業合計で同1.1%増となり、大丸・松坂屋両社スーパーマーケット事業合計では同▲0.8%減となった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、前年好調の反動が大きく、電子部品やアパレル向け商材などを中心に全般に苦戦した。

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

2008年4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（％）

	4月度		3～4月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲9.2(▲9.7)	▲3.6	▲5.4(▲5.8)	▲2.6
梅田店	▲5.8(▲6.2)	▲1.8	▲5.6(▲5.9)	▲2.1
東京店	8.6(8.2)	20.6	12.1(11.7)	32.0
ららぽーと横浜店	▲25.7(▲25.7)	—	▲15.1(▲15.1)	—
浦和パルコ店	—	—	—	—
京都店	▲6.5(▲6.8)	▲5.4	▲3.2(▲3.5)	▲3.7
山科店	▲2.0(▲2.0)	—	▲0.8(▲0.8)	—
神戸店	▲10.9(▲11.2)	▲5.9	▲4.8(▲5.2)	▲2.9
新長田店	▲7.3(▲7.3)	—	▲6.8(▲6.8)	—
須磨店	▲3.7(▲3.7)	—	▲0.3(▲0.3)	—
芦屋店	▲3.0(▲3.0)	—	▲0.9(▲1.0)	—
札幌店	▲2.1(▲2.4)	▲1.4	2.7(2.3)	1.3
直営12店舗計	▲4.8(▲5.1)	2.0	▲1.0(▲1.3)	5.4
除く浦和パルコ店	▲5.7(▲6.0)	—	▲1.9(▲2.3)	—
博多大丸	1.3(1.2)	5.8	▲2.6(▲2.6)	1.2
下関大丸	▲6.7(▲7.0)	▲7.2	▲3.0(▲3.2)	▲2.1
高知大丸	▲8.3(▲8.3)	▲8.4	▲4.5(▲4.6)	▲3.2
今治大丸	▲0.3(▲0.3)	▲4.5	▲1.8(▲1.8)	▲6.5
百貨店業合計	▲4.2(▲4.5)	—	▲1.4(▲1.7)	—
除く浦和パルコ店	▲4.9(▲5.2)	—	▲2.1(▲2.4)	—

- (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. 浦和パルコ店は2007年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（％）

	4月度	3～4月度 累計
紳士服・洋品	▲11.7	▲7.7
婦人服・洋品	▲9.9	▲4.8
子供服・洋品	▲10.3	▲4.5
その他の衣料品	5.9	3.2
衣料品計	▲9.7	▲5.0
身回品	▲7.9	▲3.9
家具	▲20.6	▲14.6
家電	▲31.6	▲28.7
その他の家庭用品	▲6.7	▲2.6
家庭用品計	▲11.6	▲7.4
生鮮	6.5	8.5
菓子	0.9	5.5
惣菜	▲0.7	1.2
その他食料品	2.4	3.7
食料品計	1.9	4.6
食堂・喫茶	17.8	24.3
化粧品	4.8	7.5
美術・宝飾・貴金属	▲1.9	▲1.8
その他雑貨	▲5.5	▲6.0
雑貨計	0.5	1.5
サービス	▲0.5	3.4
その他	50.4(▲1.6)	53.0(▲3.4)
合計	▲4.8(▲5.1)	▲1.0(▲1.3)

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ブラウスやストールなど好調アイテムがあったものの、主力のジャケットやスカート、パンツの不調が響いた。紳士服・洋品は、スポーツファッションは好調を継続したもののビジネスやキャラクターが苦戦した。身回品は、ハンドバッグや高価格帯のアクセサリなどを中心に不振であった。食料品は、浦和店の嵩上げ効果により伸ばした。雑貨は、化粧品は好調を継続したものの、高級時計や美術品が不調であった。

2008年4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（％）

	4 月度		3～4 月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲7.9	▲5.9	▲3.4	▲3.5
上野店	▲9.0	▲6.6	▲9.3	▲9.2
静岡店	▲6.1	3.1	▲3.7	▲0.2
銀座店	▲4.5	▲0.4	▲1.6	▲2.2
高槻店	▲3.2	3.9	1.0	3.5
名古屋駅店	▲2.5	9.0	1.0	11.7
豊田店	▲6.9	2.2	▲2.9	3.8
岡崎店	▲11.7	▲8.5	▲9.4	▲3.4
直営8店舗計	▲7.3	▲0.6	▲4.4	▲0.5
横浜松坂屋	▲6.3	▲3.2	▲6.1	▲4.6
百貨店業合計	▲7.3	▲0.7	▲4.5	▲0.7

2. 直営店 商品別売上高対前年増減率（％）

	4 月度	3～4 月度 累計
紳士服・洋品	▲8.5	▲5.6
婦人服・洋品	▲11.3	▲6.9
子供服・洋品	▲3.2	▲1.1
その他の衣料品	▲12.2	▲5.1
衣料品計	▲10.2	▲5.9
身 回 品	▲2.4	0.8
家 具	▲8.2	▲7.1
家 電	▲40.5	▲36.9
その他の家庭用品	▲14.7	▲15.3
家庭用品計	▲15.1	▲14.7
生 鮮	3.8	5.6
菓 子	▲0.4	2.6
惣 菜	▲1.1	▲0.9
その他食料品	▲32.1	▲33.3
食料品計	▲8.3	▲6.5
食堂・喫茶	28.1	27.3
化粧品	1.4	3.8
美術・宝飾・貴金属	▲7.8	▲11.8
その他雑貨	3.9	10.6
雑 貨 計	▲1.7	0.0
サービス	▲14.5	▲6.5
そ の 他	44.5	43.2
合 計	▲7.3	▲4.4

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ヤング・ミセスともに低調で、昨年改装した名古屋店ラグジュアリーブランドの売上反動減の影響もあり苦戦した。紳士服・洋品は、特にビジネス関連が不振であった。家庭用品は、家電、その他の家庭用品とも、前年の大口受注の反動により不調であった。食料品は、店頭は堅調であったが、前年の法人外商大口受注の反動もあり苦戦した。食堂・喫茶は、昨年改装した名古屋店本館レストランが好調を持続し、11ヶ月連続で前年を大幅に上回った。雑貨は、化粧品は好調であったが、美術・宝飾・貴金属の店頭販売が不振であった。