



2008年度中間期

株主 通信

[第2期(中間)]
平成20年3月1日から
平成20年8月31日まで



J.フロントリテイリング株式会社

証券コード:3086

たゆまぬ自己変革で海図なき航海に挑む。

株主の皆さまには、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

J.フロント リテイリング(JFR)グループが発足してから早くも1年が経過いたしました。お陰さまでグループの統合作業は、当初の計画通り順調に進んでおります。

一方、少子高齢化に伴う市場の縮小、業際を超えた競合が激化するなか、米国の金融市場の混乱に端を発した急激な経済の減速が加わり、百貨店業界を取り巻く環境は一段と厳しさと不透明感が増しております。

このような状況下、当グループは「お客様第一主義」の社是のもと、激変する経営環境に即応すべく「21世紀の新しい小売業のビジネスモデル」を創造し、経営ビジョンである「百貨店事業を核とした、質・量ともに日本を代表する小売業界のリーディングカンパニーの地位確立」に向け、全社一丸となって「変革への挑戦」を続けてまいります。

株主の皆さまには、なお一層のご支援ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役会長 岡田 邦彦

代表取締役社長兼CEO 奥田 務



代表取締役会長
岡田 邦彦

代表取締役社長兼CEO
奥田 務

グループ理念

私たちJFRグループは、

1. 時代の変化に即応した高質な商品・サービスを提供し、お客様の期待を超える満足の実現を目指します。
2. 公正で信頼される企業として、広く社会への貢献を通じグループの発展を目指します。



JFRマークについて

日の丸をモチーフにした円形の中に、社名「J.フロント リテイリング」の頭文字“JFR”で富士山を描きました。百貨店事業を核に、質量ともに日本を代表する小売業のリーディングカンパニーを目指す強い意志を表現しています。

Point 1

当中間期の概況 高額品やファッション関連に変調、減収減益に

当中間期のJFRグループの連結業績は、売上高が**5,533億円**（前年同期比**3.0%**減）、営業利益が**146億円**（同**13.8%**減）、中間純利益が**45億円**（同**58.3%**減）と、残念ながら減収減益に終わりました。金融危機や資源価格高騰などから来る市況低迷の影響により、得意とする高額商品や婦人服、紳士服の売上が予想以上に低迷したためです。

セグメント別の売上高と営業利益では、主力の百貨店事業が前年同期比で2.6%の減収、16.9%の減益となりました。大丸では、食品は好調だったものの、婦人服や紳士服の低迷から売上高が同1.5%減に。さらに利益率の高い衣料品の売上におけるシェアの低下により、売上総利益も大幅に低下しました。これに東京店・浦和パルコ店の出店費用などのコスト増が重なり、営業利益は同38.4%減となりました。

一方、松坂屋は、名古屋店や上野店といった主力店の苦戦で売上高こそ同4.9%減と振るわなかったものの、大丸流の営業改革を中心とした経営改革の効果で販管費の圧縮や売買益率の向上を実現。営業利益で同53.2%増と大幅増益を達成しています。

このほか、スーパーマーケット事業が同1.9%の減収、同19.3%の減益に。卸売事業は同5.1%の減収ながら同14.4%の増益、その他事業は同9.3%の減収、同22.3%の減益となりました。

なお、この9月には、今春策定した中長期プラン「フロンティア21」に基づき、スーパーマーケット事業などの1業種1社体制への移行を行っております。

（注）前年同期比は、前中間期の大丸グループと松坂屋グループの連結業績を合計した数値と比較したものです。

Point 2

見えてきたこと 急変する環境、課題はマーチャндаイジング力の強化と収益構造の抜本改革

百貨店業界を取り巻く環境は急速に変化しています。少子高齢化に伴う市場の縮小、消費者の価値観やライフスタイルの変化、業際を超えた競争の激化などの構造要因に加え、金融危機や物価上昇が消費マインドに急激な変化をもたらした結果、百貨店が得意とするファッション衣料や高額品の買い控えが起こっています。そのような状況下、私たちがなすべきことは何か。時代の変化に適合した、百貨店の新たな成長モデルの創出にほかなりません。



オペレーション再編が効果を表した婦人靴売場



得意分野の高額品売場にも変化の波が

また、最近では地域ごとのマーケットニーズが微妙に変化してきました。今まで一律に都市と地方とを大きくくりにしてマーケットを分析、捉えてきたやり方が、地域ごとの経済・社会の状況や人口動態に合わせて、きめ細かく対応する必要が出てきました。

もう一つは、高経費、低収益の経営構造です。生産性の高い組織や業務運営、効率的な人員配置や働き方、成果の上がる販売促進活動など、百貨店運営全般に関わる業務運営を抜本的に見直し、改善しなければなりません。

そのためには、私たちが抱える2つの課題を解決しなければなりません。

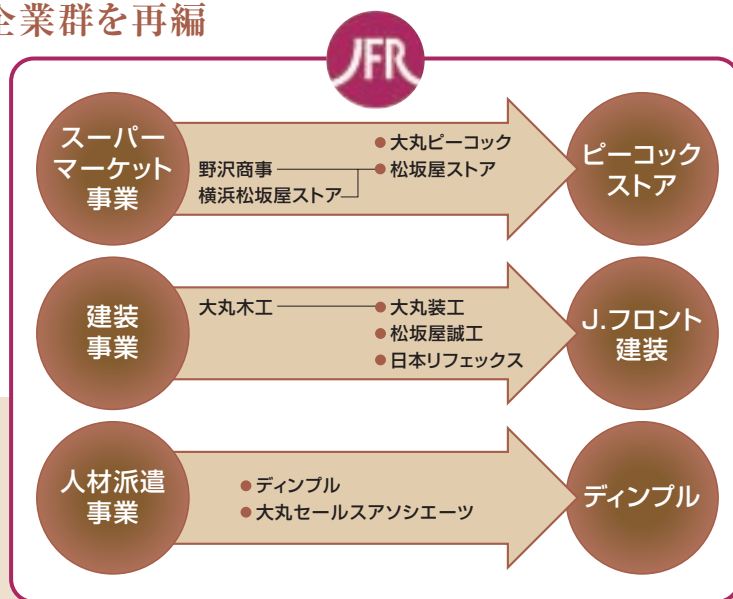
一つは、お客さまや市場の変化への対応力が弱く、遅いことです。社会や経済の変化に合わせて、お客さまや市場は時々刻々変化しますが、それに合わせて、また一歩先んじて、タイミングよく新しい商品や売場、サービスを提供していく力をまだまだ強めて行かなければなりません。

STRAIGHT NEWS

1業種1社体制に向け、傘下企業群を再編

当社はこのほど、スーパーマーケット、建装、人材派遣の3事業を手掛ける傘下企業群を再編、1業種1社体制へと移行しました。今春策定した中長期プラン「フロンティア21」に基づく経営統合の一環で、来春にはレストラン事業を手掛ける2社の統合も行います。

再編の対象となったのは、大丸ピーコック、松坂屋ストアなどスーパーマーケット4社、大丸装工、松坂屋誠工など建装4社、ディンプルなど人材派遣2社。最も規模の大きい会社を存続会社として合併や事業譲渡を行いました。統合後は、JFRのスーパーマーケット事業はピーコックストア（旧大丸ピーコック）、建装事業はJ.フロント建装（旧大丸装工）、人材派遣事業はディンプルが一手に引き受けています。



Point 3

今後の重要課題 マーケティング力の強化と権限・責任委譲で店舗の力を引き出す

そこで私たちは、マーケティング力の強化に基づく地域ごとの店舗営業力の強化を最重点課題として、業務運営体制の再構築に取り組むこととしました。具体的な内容は以下の通りです。

①各百貨店店舗への思い切った 権限・責任委譲

最近特に顕著な、地域ごとに異なるマーケット構造や特性の変化に対応するため、戦略の起点を各店舗と設定。地域ごとの各店舗が独自に競争力を強化して地域における小売業でのシェア拡大を目指すよう、権限委譲を強化します。JFRは中長期の戦略や新しい運営ノウハウの開発など、店舗ではできない役割を受け持ちます。

具体的には、各店舗が位置する商圈ごとにマーケットや顧客層を統計的に分析し、対象顧客層の再定義などを実施。各店舗はそれに基づいて顧客層ごとのニーズやウォンツに対応した商品・サービスを提供しつつ、独自の営業企画や販促活動で集客力向上と売上高の向上を目指すというものです。既に大丸の神戸店と心斎橋店、松坂屋の名古屋店と上野店の4店舗で、先行して取り組みを始めています。

②売場の運営形態を改編

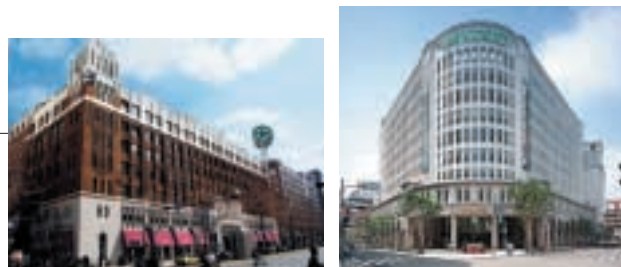
大丸では、第2次営業改革の定着に向け、売場運営形態オペレーションを改編します。売場の運営形態を「自主運営型」と「テナント運営型」の2つに集約。「自主運営型」では、私たちがサプライチェーン全体に責任を負う一方で、「テナント運営型」では、各テナントのマネジメントのサポートや利益管理に徹します。

さらに、「テナント運営型」売場でのMD統括本部と各店舗の役割分担を見直し、本部は商品戦略やブランド政策、取引先窓口の一元化と条件交渉、大型催事の計画など大枠のみを担当。日常の営業活動は各店舗に任せることで、スピード感のある売場運営を実現し、地域ごとの市場変化への対応力を高めます。

③“固定客”戦略を推進

顧客情報管理システムの統合や、大丸・松坂屋のカード共通化により、私たちは400万人を超える顧客情報を一元管理できるようになりました。これを有効活用し、個人売上の7割を占める固定客を増やすとともに、売上の拡大をも目指します。

大丸がカードを軸に組み立ててきたCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）のノウハウを松坂屋と共有するとともに、各店舗の「テナント運営型」の売場でのCRM活動を強化。11月から発行を始めた現金カード「マツザカヤMカード」の有効活用にも取り組みを強めます。



先行して権限委譲を始めた
大丸心斎橋店(左上)大丸神戸店(右上)
松坂屋名古屋店(左下)松坂屋上野店(右下)の4店舗

Point 4

通期、そしてその先へ 試行錯誤の末、見えてきた道

ただ、消費環境は現在、予想以上に悪化しつつあり、これらの取り組みをもってしても、減収減益となった当中間期よりさらに厳しい展開となることが予想されます。そこでやむを得ず、JFRグループの連結業績予想を、第1四半期当時のものから下方修正しました。

私たちが目指すのは、「21世紀における新しい日本の百貨店の成功モデルづくり」という、世界のどこにも参考書もない目標です。強いマーケティング機能と高効率な

オペレーション機能が両立できなければ、この目標は達成できません。しかし試行錯誤の末、目標への道筋はだんだん見えてきました。

来春の決算発表時には、新モデルの概要と、そこに到達するための「フロンティア21」の修正について、皆さまにご説明できるかと存じます。これからも、私たちJFRグループを暖かくお見守りください。

08年度 連結業績見通し(08年10月修正分)

売上高	●●●1兆1,270億円(前期比4.3%減)	経常利益	●●●317億円(同26.5%減)
営業利益	●●●●●●320億円(同24.9%減)	当期純利益	●●●145億円(同38.0%減)

STRAIGHT NEWS

株主総会を大阪と名古屋へ生中継

当社はより多くの株主さまに株主総会に“参加”していただけるよう、東京・九段会館で行った発足後最初の株主総会を、大阪と名古屋の特設会場へ同時生中継。各中継会場に集まった約1,500人の株主さまに、東京で行われている総会をリアルタイムでご覧いただきました。

大阪の会場は大丸心斎橋店7階ミュージアム、名古屋の会場は松坂屋名古屋店8階ホール。

中継会場からの議決権行使やご質問はお受けできませんでしたが、ご来場いただいた株主さまは、いづれも“生の迫力”に満足げな様子でした。当社は今後も、大阪・名古屋への生中継を続けていく方針です。



多くの株主さまに“ご参加”いただいた、株主総会のリアルタイム中継(写真は名古屋会場)

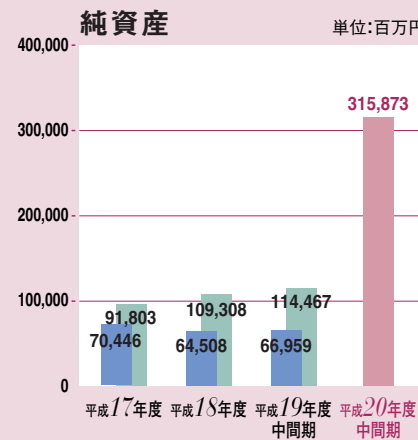
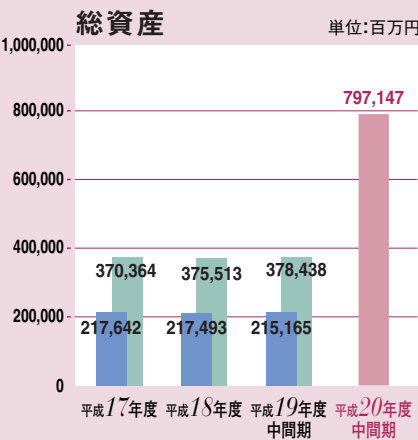
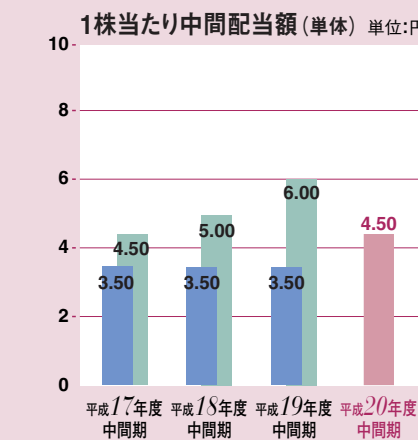
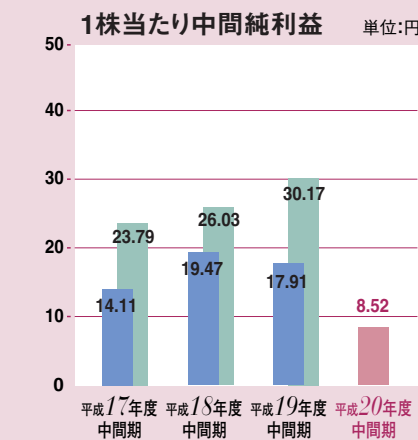
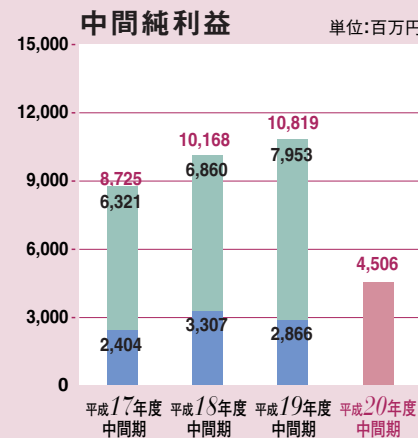
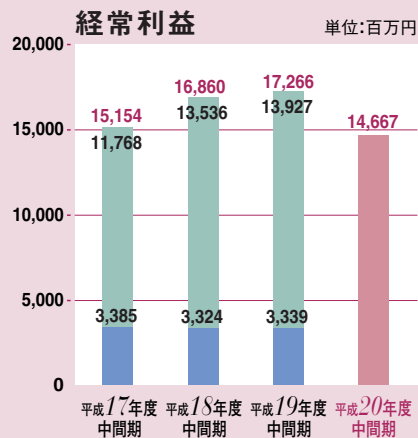
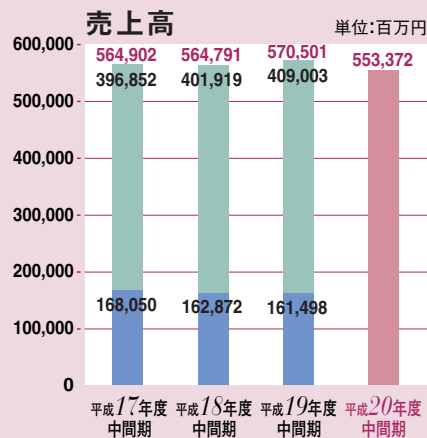
財務 ハイライト (連結)

Financial
Highlights

● 大丸 ● 松坂屋 ● JFR

(株)松坂屋の平成19年度については、(株)松坂屋HDの連結数値を記載

※(株)大丸の平成18年度以前の売上高につきましては、その他営業収入を含めて記載しております。



当中間期の概況 JFR

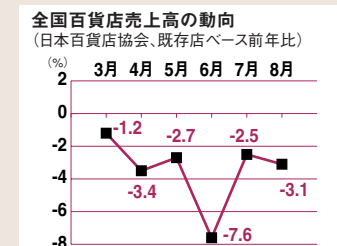
J.フロントリテイリング株式会社

経営成績

当中間期の日本経済は、米国経済の減速、原油高などを背景に輸出・生産が弱含みとなり、雇用・所得環境が厳しさを増すなか個人消費も伸び悩むなど、停滞色が強まりました。

百貨店業界では、業種・業態を超えた競争の激化に加え、消費者の購買意識の変化や節約志向の高まりなどから、売上高が前年実績を下回る状況が続きました。

このような状況のなか、当社はグループビジョンである「百貨店



事業を核とした、質・量ともに日本を代表する小売業界のリーディングカンパニーの地位確立」を目指し、3期9ヵ年の中長期プラン「フロンティア21」(2008~2016年度)《第1期(2008~2010年度)

「成長基盤の充実と整備」、第2期(2011~2013年度)「飛躍的成長」、第3期(2014~2016年度)「新たな事業展開による拡大・再成長」を策定いたしました。

第1期のスタートである当中間期の「成長基盤の充実と整備」の取り組みとしては、マーケティング・商品企画・営業企画などの政策立案機能や、財務・人事・広報などの本社機能を一元化したほか、業務運営の全ての基礎となる情報システムの統合を進め、計画どおり9月に完了させました。加えて、大丸・松坂屋のカード顧客の利便性向上のため、両社のカード利用の共通化を行いました。また、松坂屋では大丸のノウハウを順次導入し、売場運営の標準化や要員の効率的配置を中心とした「営業改革」に取り組み、先行する大丸では仕入機能と販売サービス機能の高度化を狙いと

した「第2次営業改革」の深耕に引き続き取り組んでまいりました。関連事業の1業種1社体制へ向けた再編・統合については、9月にスーパーマーケット事業4社、建築事業4社、人材派遣事業2社をそれぞれ1社に統合し、新たな体制での取り組みをスタートさせました。

一方、将来の成長に向けた取り組みとしては、2011年春の梅田店増床オープンに向けた具体的な店づくり計画の策定を進めたほか、銀座六丁目地区再開発計画では、都市計画提案に向けて地元並びに関係機関との協議を進め、当社グループの象徴となるフラッグシップストアの構築を目指し事業プランの策定に取り

組んでおります。また、浜松出店及び名古屋栄角地の再開発計画につきましても、早期実現を目指し、関係者間で協議を進めております。

なお、将来のグループ全体の収益構造や事業展開のあり方を見据えるなか、一層の経営基盤強化を図るため、横浜松坂屋と今治大丸の店舗閉鎖を決定いたしました。(店舗閉鎖日:横浜松坂屋 10月26日、今治大丸 12月末日(予定))

また、厳しい環境下での重要な経営課題であるローコスト化に向けた取り組みにつきましては、「業務手順の統一」「働き方の見直し」など大丸で培ったノウハウを松坂屋へ導入するとともに、両社で「一括発注の拡大」「施設の効率的活用」を進めるなど、一層のコスト効率向上を図ってまいりました。あわせて、松坂屋の経理・給与事務などの処理業務を当社の子会社である株式会社JFRオフィスサポートへ集約するなど、業務のシェアードサービス化を進めてまいりました。



大丸梅田店 増床完成予想図

人的生産性と企業活力の向上を目指した取り組みとしましては、本社機能の統合や営業改革の推進などにより少数精鋭化を進めております。また、社員一人ひとりの役割・職務と成果・貢献に応じた公正処遇を実現し意欲を高めるため、松坂屋の人事制度を大丸と同様の職務型制度へ改正、9月に移行いたしました。なお、人心の融合や人材の有効活用に向けては、経営統合時から実施している人材交流を9月にも拡大いたしております。

以上のような経営の諸施策を実施いたしましたものの、消費を取り巻く環境が一段と厳しさを増したこともあり、当中間連結会計期間の売上高は対前年同期比3.0%減の5,533億72百万円となり、また、損益面におきましても、販売費及び一般管理費の効率化に取り組みましたが、営業利益は13.8%減の146億47百万円、経常利益は15.0%減の146億67百万円、当中間純利益は58.3%減の45億6百万円となりました。

なお、中間配当金につきましては、期初の予想どおり1株につき4円50銭とさせていただきます。

事業の種類別セグメントの業績は、以下のとおりであります。

百貨店事業

百貨店事業につきましては、「フロンティア21」第1期のスタートとして、営業力・収益力強化のための基盤の充実と整備に取り組んでまいりました。当中間期は、「マーケット対応力の強化」「販売・サービス力の強化」「全国400万人超のカード顧客基盤の有効活用」「首都圏におけるプレゼンス向上」を重点施策として、これらへの取り組みを開始いたしました。

「マーケット対応力の強化」については、大丸・松坂屋のマーケティング機能を一元化したマーケティング企画推進室を新設するとともに、商品、顧客及び会計を中心とする経営情報システムを統合し、多様化し高度化するお客さまの変化に対応する基盤づくりに取り組みました。

「販売・サービス力の強化」については、大丸がこれまで培ってきた、お客さまに支持される販売員を養成するためのインストラクターである「サービス教育担当」の仕組みを松坂屋にも導入し、サービスの向上に取り組みました。

「カード顧客基盤の有効活用」については、利便性の向上によるカード会員のさらなる拡大を目指し、「DAIMARU CARD」と仕様を共通化した新クレジットカード「マツザカヤカード」を発行いたしました。これにより大丸・松坂屋のカード会員様は両社のいずれの店舗においても同じポイントサービスをご利用いただけるようになりました。今後はお買上情報を分析し活用することで、お客さまとのきめ細やかなコミュニケーションやニーズにあった品揃えを実現してまいります。



新マツザカヤカード

「首都圏におけるプレゼンス向上」を目指した取り組みでは、首都圏百貨店3店舗（大丸東京店、松坂屋上野店、同銀座店）初の共同イベント「夏の食品祭」を開催したほか、首都圏におけるカード会員獲得のための専任チームを編成し、各店と連動してカード会員開拓を行いました。また、周辺環境の変化に対応するべく銀座店の婦人雑貨・食品を中心としたリニューアルを実施し、9月23日にオープンいたしました。

以上の重点施策に加え、営業改革については、松坂屋では3月から名古屋店、上野店、静岡店の全売場で取り組みを開始し、これら店舗における業務の標準化と集約を進め、販売専心体制の確立と店頭販売力の強化に取り組みました。さらに、9月には同様の取り組みを全店舗に拡大展開いたしました。一方、大丸では「第2次営業改革」の検証を進め、高効率で収益性の高い新しい百貨店ビジネスモデルの構築に取り組みました。このほか、9月に松坂屋高槻店の外商部門を大丸心齋橋店へ移管統合し、外商営業力の強化と効率化を図りました。

以上のような施策に取り組んでまいりましたものの、当中間期の百貨店事業の売上高は、2.6%減の4,209億99百万円、また営業利益は、販売費及び一般管理費の効率化に取り組みましたが16.9%減の113億11百万円となりました。

スーパーマーケット事業

株式会社大丸ピーコック、株式会社松坂屋ストアをはじめとするスーパーマーケット事業4社は、9月の経営統合に向け、主要店舗の店長人材交流、POSをはじめとする情報システムの統合、及び仕入れルートの共通化や事務部門の業務見直しによる本社・本部の効率化等の準備を進めてまいりました。また、首都圏を中心に新業態の都市型小型店舗「エクセ ピーコック」を新規展開するとともに、都心店舗の大規模改装を行うなど事業拡大に努めてまいりました。

このような諸施策の実施に加え、「食の安全・安心」をキーワードにPB商品の開発及び商品調達力の強化によるMD力の向上、さらには商品管理の徹底など業務オペレーションの精度アップに取り組みましたが、消費者の節約志向や建て替えによる大型店舗閉鎖の影響もあり、スーパーマーケット事業の売上高は1.9%減の654億36百万円、営業利益は19.3%減の6億37百万円となりました。



エクセ ピーコック パサージュ青山店

卸売事業

大丸興業株式会社は、既存事業において提案型営業を積極展開し、新規商材の開発にも努めましたが、市場環境の悪化も

あり、産業資材、アパレルなどの分野が低調に推移した結果、売上高は5.1%減の437億33百万円となりました。しかしながら、収益構造の改善に努めるとともに、営業事務をはじめとする業務オペレーションの標準化・集約化及び経費の効率的な活用により販売費及び一般管理費の削減を図った結果、営業利益は14.4%増の17億46百万円となりました。

その他事業

その他事業では、それぞれの事業分野で競争力と収益力強化に取り組んでまいりましたものの、建装事業の株式会社大丸装工の減収もあり、売上高は9.3%減の467億90百万円となりました。また、販売費及び一般管理費の圧縮に努めましたが、クレジット事業のJFRカード株式会社が、マツザカヤカード発行に伴う一時的な費用負担増から大幅な減益となり、営業利益は22.3%減の12億4百万円となりました。

〔注〕「当中間期の概況」に記載の対前年同期比は、前中間期の大丸グループと松坂屋グループの連結業績を合計した数値と比較したものです。

通期の見通し

平成20年度通期の連結見通しにつきましては、売上高は対前期比4.3%減の1兆1,270億円、営業利益は24.9%減の320億円、経常利益は26.5%減の317億円、当期純利益は38.0%減の145億円を予想しております。

〔注〕「通期の見通し」に記載の対前期比は、平成19年3月1日から平成20年2月29日までの大丸グループ業績及び松坂屋グループ業績を連結した年間実質ベースの数値と比較したものです。

中間連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	当中間期 (平成20年8月31日現在)	前期 (平成20年2月29日現在)	科目	当中間期 (平成20年8月31日現在)	前期 (平成20年2月29日現在)
(資産の部)			(負債の部)		
流動資産	189,225	193,525	流動負債	280,506	278,259
現金及び預金	37,963	37,562	支払手形及び買掛金	94,780	89,956
受取手形及び売掛金	71,623	74,311	短期借入金	38,861	47,968
有価証券	1,114	1,531	1年内償還予定の社債	5,000	—
たな卸資産	43,135	45,154	未払法人税等	3,922	11,314
繰延税金資産	10,835	10,349	前受金	30,416	30,319
その他	25,276	25,400	商品券	37,510	36,844
貸倒引当金	△724	△784	賞与引当金	6,531	6,216
			役員賞与引当金	—	263
			販売促進引当金	1,495	1,999
			商品券等回収損失引当金	6,842	5,975
			事業整理損失引当金	4,030	—
			その他	51,116	47,400
固定資産	607,921	611,849	固定負債	200,767	211,260
有形固定資産	469,109	472,788	社債	14,000	19,000
建物及び構築物	131,213	133,810	長期借入金	34,495	36,073
土地	334,402	335,025	繰延税金負債	101,220	101,919
建設仮勘定	777	1,047	再評価に係る繰延税金負債	1,518	1,518
その他	2,715	2,904	退職給付引当金	35,346	36,143
			役員退職慰労引当金	62	206
無形固定資産	19,897	20,423	負ののれん	9,250	10,502
その他	19,897	20,423	その他	4,873	5,896
投資その他の資産	118,914	118,636	負債合計	481,273	489,520
投資有価証券	44,019	48,416			
長期貸付金	1,158	1,205	(純資産の部)		
敷金及び保証金	50,176	47,362	株主資本	308,625	306,753
繰延税金資産	9,896	10,008	資本金	30,000	30,000
その他	15,619	13,488	資本剰余金	209,751	209,787
貸倒引当金	△1,957	△1,843	利益剰余金	75,026	72,938
			自己株式	△6,152	△5,973
資産合計	797,147	805,375	評価・換算差額等	△868	1,069
			その他有価証券評価差額金	△875	1,098
			繰延ヘッジ損益	7	△29
			新株予約権	130	136
			少数株主持分	7,986	7,895
			純資産合計	315,873	315,854
			負債純資産合計	797,147	805,375

中間連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	当中間期 (平成20年3月1日から 平成20年8月31日まで)	前期 (平成19年3月1日から 平成20年2月29日まで)
売上高	553,372	1,016,402
売上原価	416,587	765,101
(売上総利益)	(136,784)	(251,301)
販売費及び一般管理費	122,137	211,583
営業利益	14,647	39,717
営業外収益	4,173	5,676
受取利息	132	270
受取配当金	446	372
債務勘定整理益	1,716	2,447
負ののれん償却額	1,173	1,199
持分法による投資利益	24	158
その他	680	1,228
営業外費用	4,152	5,582
支払利息	854	1,543
固定資産除却損	55	376
商品券等回収損失引当金繰入額	2,033	2,030
その他	1,208	1,631
経常利益	14,667	39,812
特別利益	1,305	6,126
固定資産売却益	—	3,827
投資有価証券売却益	1,305	32
移転補償金	—	2,083
その他	—	182
特別損失	7,705	10,624
固定資産売却損	—	274
固定資産処分損	648	3,900
投資有価証券評価損	173	362
関係会社株式評価損	—	100
関係会社株式売却損	28	—
減損損失	177	2,078
事業整理損	5,861	—
統合関連費用	510	—
商品券等回収損失引当金繰入額	—	2,572
販売促進引当金繰入額	—	407
新設店舗開設前費用	—	352
店舗移転費用	—	229
その他	304	346
税金等調整前中間(当期)純利益	8,268	35,314
法人税、住民税及び事業税	3,225	15,710
法人税等調整額	224	△1,756
少数株主利益	310	822
中間(当期)純利益	4,506	20,538

Point 中間連結貸借対照表

資産合計は前期末と比べ、82億28百万円の減少となりました。内訳としましては、流動資産は主に売掛債権の減少とたな卸資産の圧縮により43億円減少しております。また、固定資産は、建物、土地及び投資有価証券の減少などにより39億28百万円減少しております。

一方、負債合計は、横浜松坂屋、今治大丸に対する事業整理損失引当金を計上しましたが、借入金の返済などにより82億47百万円の減少となりました。なお、有利子負債は923億57百万円で、前期末と比べ106億85百万円削減しております。

Point 中間連結損益計算書

中間連結売上高は、対前年同期比3.0%減少となりました。

売上高総利益率は0.15ポイント改善し、販売費及び一般管理費は松坂屋を中心とした抜本的なコストの見直しにより0.8%削減いたしました。営業利益は13.8%の減益となりました。

中間純利益は、事業整理損の計上による特別損失の増加で58.3%の減益となりました。

(対前年同期比は、前中間期の丸グループと松坂屋グループの連結業績を合計した数値と比較したものです。)

中間連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	当中間期	前期
	(平成20年3月1日から平成20年8月31日まで)	(平成19年3月1日から平成20年2月29日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	21,546	27,796
投資活動によるキャッシュ・フロー	△7,740	5,792
財務活動によるキャッシュ・フロー	△13,384	△39,309
現金及び現金同等物に係る換算差額	38	△73
現金及び現金同等物の増減額	461	△5,794
現金及び現金同等物の期首残高	34,944	33,103
株式移転による現金及び現金同等物の増加額	—	7,634
現金及び現金同等物の中間期末(期末)残高	35,405	34,944

Point 中間連結キャッシュ・フロー計算書

- ◎営業活動によるキャッシュ・フロー
税金等調整前中間純利益82億68百万円に加え、売上債権の減少や仕入債務の増加などにより215億46百万円の収入となりました。
- ◎投資活動によるキャッシュ・フロー
百貨店業では、大丸梅田店の増床投資、博多大丸の改装投資、スーパーマーケット業ではピーコックストアの出店投資などにより77億40百万円の支出となりました。
- ◎財務活動によるキャッシュ・フロー
借入金の返済や配当金の支払いなどにより、133億84百万円の支出となりました。

Point 中間連結株主資本等変動計算書

純資産合計は前期末と比べ、19百万円の増加となりました。内訳としましては、中間純利益45億6百万円、配当金の支払い23億80百万円の増減要素に加え、期末株価の下落により、その他有価証券評価差額金が19億74百万円減少しております。

中間連結株主資本等変動計算書 (平成20年3月1日から平成20年8月31日まで)

	株主資本				株主資本合計	評価・換算差額等			新株予約権	少数株主 持分	純資産 合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式		その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	評価・換算差額 等合計			
平成20年2月29日残高(百万円)	30,000	209,787	72,938	△5,973	306,753	1,098	△29	1,069	136	7,895	315,854
中間連結会計期間中の変動額											
剰余金の配当			△2,380		△2,380						△2,380
中間純利益			4,506		4,506						4,506
自己株式の取得				△295	△295						△295
自己株式の処分		△36		116	80						80
持分法適用関連会社の減少			△38		△38						△38
株主資本以外の項目の 中間連結会計期間中の変動額(純額)						△1,974	36	△1,937	△5	91	△1,852
中間連結会計期間中の変動額合計(百万円)	—	△36	2,087	△179	1,871	△1,974	36	△1,937	△5	91	19
平成20年8月31日残高(百万円)	30,000	209,751	75,026	△6,152	308,625	△875	7	△868	130	7,986	315,873

株主様ご優待制度のご案内

J.フロント リテイリング株式会社は、毎年2月末日現在で1,000株以上ご所有の株主の皆さまに対し、大丸、松坂屋の各百貨店でご利用いただける「J.フロント リテイリング株主様 お買い物ご優待カード」を5月中旬に発行いたします。

なお、毎年8月31日現在の新規株主の皆さまには、有効期限を12月1日から半年間、ご利用限度額を下表の半額に設定し、11月中旬に発行いたします。



優待

現金によるお買い物が
10%OFF!

ただし、税込1,000円未満のお買物については割引いたしません。また、一部割引対象外の商品がございます。

ご利用限度額 (毎年6月1日から翌年5月31日まで)

2月末ご所有株式数	ご利用限度額 (税込札価格)
1,000株以上 3,000株未満	100万円
3,000株以上 10,000株未満	単元株数(1,000株)ごとに50万円ずつ加算
10,000株以上	500万円(上限)

優待

大丸・松坂屋の各店ミュージアムなどに
無料入場!

本カードのご提示により、ご本人およびご同伴者1名様に限り、大丸直営店、松坂屋の有料文化催事へ無料でご入場いただけます。

(博多(福岡天神・長崎)・下関・高知・鳥取・今治の各大丸の有料文化催事には適用されません)

ご利用上のご注意

- 本カードは、お買い上げ時に売場係員にご提出いただけますと、以下のJFR(株)グループ百貨店における税込1,000円以上の現金による値札価格でのお買物に限り、上記のご利用限度額の範囲内でその10%を割引いたします。
「JFR(株)グループ百貨店」 大丸直営店(心斎橋、梅田、東京、ららぽーと横浜、浦和、パルコ、京都、山科、神戸、新長田、須磨、芦屋、札幌)、博多大丸(福岡天神、長崎)、下関大丸、高知大丸、鳥取大丸、今治大丸、松坂屋(名古屋、岡崎、名古屋駅、豊田、高槻、上野、銀座、静岡)
- 本カードは、全国百貨店共通商品券(日本百貨店協会加盟店発行分)、百貨店ギフトカードおよびJFR(株)グループ百貨店が独自に発行する商品券・商品お替え券・友の会カードの通用店でのお買物に限り、現金によるお買物と同様にご利用いただけます。なお、他社発行クレジットギフト券によるお買物につきましては、大丸直営店、博多大丸および下関大丸でのご利用時のみ、現金によるお買物と同様にご利用いただけます。
(その他の商品券、お買物券、商品お引換券、デビットカード等によるお買物にはご利用いただけませんのでご注意ください。)
- 本カードは、JFR(株)グループ百貨店のお得意様口座、各種クレジットカード、通信販売・代金引換によるお買物およびそのご入金にはご利用いただけません。
- 本カードは、JFR(株)グループ百貨店の他のお買物優待券、お買物優待制度、他の割引およびポイント付与制度との併用はできません。
- 本カードは、次のものについては割引いたしません。
生鮮食品(海産物・精肉・青果)、書籍・CD類、たばこ、切手・印紙類、商品券類、各種商品引換券・ギフト券類、金・白金・銀の地金、貨幣類、各種送料・箱代・修理代、レストラン・喫茶、理容・美容室・エステティックなどの施術サービス、旅行代金、その他(ルイヴィトン、ティファニー、ブルガリ、カルティエ、エルメス、ロエベ、シャネルなど)特に各社が指定したものを。
※なお、松坂屋では、上記に加え、「特に定めた催事、内覧会」においては割引いたしません。また、博多大丸、下関大丸、高知大丸、鳥取大丸および今治大丸では、上記に加え、「特価商品、食料品全般」については割引いたしません。
- 本カードは、他人に譲渡、売買、貸与等をされた場合は無効といたします。本カードは紛失されても再発行いたしません。また、法人株主様の他のご名義への分割書換発行はできませんので、なにとぞご了承くださいませ。

Museum Guide

ミュージアム ガイド

アートする百貨店 大丸ミュージアム

素晴らしいアートを
より気軽に身近に楽しめる大丸ミュージアム。
ゆったりと贅沢なひとときを過ごしていただけるよう
絵画を中心に、写真、デザイン、絵本原画など
幅広い分野の話題性あふれる展覧会を開催しています。

各店ミュージアムのご案内

- 大阪心斎橋店 本館7階 ■京都店 6階(平成21年秋まで改装により休館)
- 大阪梅田店 15階 ■神戸店 9階(平成23年春まで改装により休館)
- 東京店 10階 ※札幌店は7階ホールで開催

今後の展覧会スケジュール

- 2009年 1月 白洲次郎と白洲正子展～動乱の時代を美しく生きる～
(神戸店) 1月28日(水)→2月9日(月)
- 2月 21世紀の大発見 よみがえる黄金文明展
～ブルガリアに眠る古代トラキアの秘宝～
(東京店) 1月29日(木)→2月15日(日)
- キルトフェスティバル(心斎橋店) 2/4(水)→9(月)
- 3月 いけばな女性作家展(心斎橋店) 3月5日(木)→10日(火)
- ジョアン・ミロ展(東京店) 3月5日(木)→22日(日)
(神戸店) 3月25日(水)→4月13日(月)
- ムーミンの世界展(心斎橋店) 3月25日(水)→4月5日(日)
(東京店) 4月29日(水・祝)→5月18日(月)
- 4月 東本願寺展(札幌店) 4月8日(水)→20日(月)
- 第20回日本陶芸展(東京店) 4月9日(木)→20日(月)
(心斎橋店) 5月14日(木)→18日(月)
- いけばな神戸展(神戸店) 4月16日(木)→21日(火)
- 5月 第44回日春展(心斎橋店) 5月7日(木)→12日(火)
- エリック・カール原画展(札幌店) 5月13日(水)→25日(月)
- 現代書作家展(神戸店) 5月14日(木)→19日(火)



21世紀の大発見
よみがえる黄金文明展
「トラキア王の黄金のマスク」
写真:N. Genov



キルトフェスティバル
「メダリオンキルト」

詳しくは次のホームページをご覧ください。 <http://www.daimaru.co.jp/museum/index.html>

※上記の他、各店のスケジュールをホームページなどで随時告知いたします。次々と話題の展覧会を開催してまいりますので、ご期待ください。

休日にはショッピングとアートを 松坂屋美術館

松坂屋美術館は、松坂屋名古屋店南館7階に設けられた
ショッピングのついでに立ち寄れる美術館です。
絵画、工芸を中心に、国内外の作品の質の高い企画展を
随時開催し、お買い物とはまた違った楽しみを
皆さまにご提供しています。



イタリア美術とナポレオン
「聖母子と天使」1467～70年
サンドロ・ボッティチェリ
フェッシュ美術館蔵
Photo: Jean-François Paccosi



追悼 片岡球子展
「富士に献花」1990年制作

今後の展覧会スケジュール

- 2008年 11月 イタリア美術とナポレオン
11月22日(土)→12月24日(水)
- 2009年 1月 大三国志展
～悠久の大地と人間のロマン～
1月2日(金)→2月1日(日)
- 2月 第53回 現代書道二十人展
2月7日(土)→2月15日(日)
- 川端康成生誕110年
川端康成コレクション展
2月19日(木)→3月15日(日)
- 3月 追悼 片岡球子展
3月20日(金・祝)→4月12日(日)
- 4月 第64回 春の院展
4月18日(土)→4月26日(日)
- 迷宮への招待 エッシャー展
4月29日(水・祝)→5月19日(火)
- 5月 第44回 日春展
5月23日(土)→5月31日(日)

【主な文化催事】(松坂屋美術館以外)

- 2008年
- ロバートサブダ&マシューラインハート POP-UP絵本ミュージアム
11/19(水)→12/1(月) <名古屋店>
 - 水森亜土展 11/19(水)→11/25(火) <静岡店>
 - 天才からくり師の世界展 12/18(木)→12/30(火) <名古屋店>
 - ロバートサブダ しかけ絵本の世界展 12/27(土)→1/6(火) <静岡店>
- 2009年
- 第53回 現代書道二十人展 1/2(金)→1/8(木) <上野店>
 - 第48回 いけばな協会展 3/11(水)→3/16(月) <上野店>
 - ターシャ・チューダー展 3/12(木)→3/17(火) <名古屋店>
 - 第34回 中日いけばな芸術展 5/13(水)→5/18(月) <名古屋店>

※上記の他、各店の文化催事の情報はホームページなどで告知いたします。
次々と話題の催しを開催してまいりますので、ご期待ください。

松坂屋銀座店をリニューアル、新生「ピーコックストア」も オープン

新たな商品提案に向け、ストアイメージの一新を図る

JFRグループはこのほど、松坂屋銀座店の大幅改装を行う一方で、新基軸の食品スーパー「ピーコックストア」の展開を始めました。激変する市場環境に対応し、お客さまのご支持を獲得するため、これまでとは違った商品提案を積極的に行っています。

「働く30代女性」をターゲットに加え、「銀座らしさ」の提案を

松坂屋は9月、銀座店をリニューアルオープンしました。従来、55～64歳の方々と考えていた主要顧客層に、30代の働く女性を追加。デイリーニーズに応えつつ、日常のささやかなぜいたく＝「小バレ」ニーズにも対応できる、銀座らしさを前面に押し出した品揃えをご提供しています。

新しいストアコンセプトは「銀座をこよなく愛するミセスと、銀座で働く女性のためのzakkaとfoodsを重点化したスペシャリティストア」。婦人靴やアクセサリなど婦人雑貨の売場面積を銀座地区最大級に拡大したほか、ランチやスイーツといった“デバ地下グルメ”の品揃えを充実させました。また、集客力を見込める核テナントとして、地下2階のワンフロアに「MUJI」を招聘しました。

JFRは関西や中部では業界トップシェアを確保しているものの、国内最大の消費地である首都圏ではまだ5番手。今後、飛躍的發展を遂げるには、首都圏でのプレゼンス強化が不可欠です。しかし、これまでの銀座店の売上は、首都圏最大級の商業地区にある割には物足りないものでした。



従来の3倍に面積を拡大、3,000足を揃えた婦人靴売場(2階)

そこでJFRは、就業者・来街者ともに30代の女性が多いという銀座の特性に注目。この層にアピールできるマーチャンドライジング戦略を大胆に取り入れ、ストアイメージの一新を図りました。

なお、このリニューアルは、JFR発足に伴い新設された「首都圏百貨店戦略推進室」などが初めて手掛けた改装プロジェクトです。2013年に予定している、銀座店の再開発に向けた“前哨戦”という意味も持ちます。



フレンチ、和食から各種スイーツまでをふんだんに取り揃えた“デバ地下”(地下1階)



リニューアルオープンを果たした松坂屋銀座店

大丸ピーコックと松坂屋ストアのノウハウを融合

大丸ピーコック、松坂屋ストアをはじめとするJFRグループのスーパーマーケット事業4社が統合したピーコックストアは、統合後の第1号店として、改装した「ピーコックストア洋光台店」(横浜市磯子区)を、第2号店に「上池袋店」(東京都豊島区)を相次ぎオープンしました。同時に、統合で強化された仕入れ・物流力を活かし、新たに値ごろ感があり厳選したプライベートブランド商品を提供しています。

「食の安全・安心」をキーワードに、百貨店発の高質でおしゃれな基本路線は継承しながらも、鮮度と価格にこだわった地域密着型の食品スーパーを目指してまいります。



ピーコックストア洋光台店

来店時、お得な情報を携帯メールに「MyDAIMARUメール」が好評

DAIMARUCARD・大丸Dカード会員のお客さまのご来店時に、お得な情報を携帯メールでお知らせする「MyDAIMARUメール」が、大丸各店で好評を博しています。

店内端末「MMS(マルチメディアステーション)」に会員カードを入れると、店内のお得情報をお客さまに携帯メールでお届けするサービスです。売場から集めた色々な、お得情報と顧客属性(年齢・性別・購買履歴)とを結びつけ、それぞれの顧客の購買意欲を喚起する情報をMMS利用後、5分以内に携帯メールでお届けしています。

大丸では、DAIMARUCARD・大丸Dカード会員のお客さまがご来店の際にMMSをご利用いただくと、来店ポイントを差し上げています。ただ、ポイントだけでは購入にまで至らないケースも多く、店内の買い回りを促す「+αのおすすめ」が必要でした。今のところ評判は上々で、近く松坂屋でも展開したいと考えています。

大丸では、DAIMARUCARD・大丸Dカード会員のお客さまがご来店の際にMMSをご利用いただくと、来店ポイントを差し上げています。ただ、ポイントだけでは購入にまで至らないケースも多く、店内の買い回りを促す「+αのおすすめ」が必要でした。今のところ評判は上々で、近く松坂屋でも展開したいと考えています。



店内端末「MMS(マルチメディアステーション)」



携帯電話に届いたお知らせメール

Topics トピックス



皆川明さんの手によるJFRオリジナルパターン



統合1周年を記念し、秋のサンクスフェスティバルを開催

大丸と松坂屋は、J.フロント リテイリング誕生1周年を祝う共同企画催事「秋のサンクスフェスティバル」を、9月23日から2週間にわたり全国の全26店舗で実施しました。

統合によるスケールメリットを活かし、両社のバイヤーが共同で商品開発に取り組んだもの。お買い得価格の衣料品から土にまでこだわった野菜まで、JFRならではの多彩な商品をご提供しました。

中でも人気を集めたのが、JFRグループの新たなコレクションライン「CV by レベッカテイラー」。お客さまからアンケートなどを通じて寄せられたリクエストを実現しようというもので、初回となる今回は、お客さまの間で人気が高かった世界的デザイナー、レベッカテイラーさんに、カジュアルウェアなど約50アイテムを制作していただきました。

期間中に店内を飾ったのは、デザイナーの皆川明さんの手による、「&」をモチーフにしたJFRオリジナルパターン(柄)。このパターンは今後も、店内装飾や販促ツールなどに使っていきます。

首都圏3店舗共同企画「夏の食品祭 ディスカバリー北海道」を開催

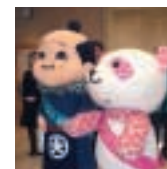


上野・銀座松坂屋、大丸東京店のJFRグループ首都圏3店舗は7月23日から7日間、共同企画「夏の食品祭 ディスカバリー北海道」を開催しました。

首都圏3店舗の力を結集し、北海の恵み、選りすぐりの海の幸などをふんだんに取り揃え、希少性の高いこだわり生鮮品のほか、

を開催

栄養豊富なアロニアや、ルバーブ、ハスカップといった珍しい野菜を使った限定スイーツなども販売し、好評を博しました。また、共同での折り込みチラシ作成や、3店舗間を巡廻する松坂屋・大丸カード会員様限定「松坂屋・大丸シャトルバス」の運行など、3店舗の連携を活かした特色ある販促企画を打ち出しました。



「さくらパンダ」のピンバッジをチャリティ販売 売上の一部をユニセフに寄付

大丸と松坂屋はCSR活動の一環として、上野松坂屋のマスコットキャラクター「さくらパンダ」のピンバッジを販売。売上1点につき50円を、財団法人「日本ユニセフ協会」に寄付しました。

販売を行ったのは、松坂屋全9店舗、大丸6店舗(心斎橋、梅田、神戸、京都、東京、札幌)。お客さまには大変好評で、一部店舗ではバッジに品切れが出るほどでした。なお、バッジの販売は現在も、上野店とウェブサイトで引き続き行われております。

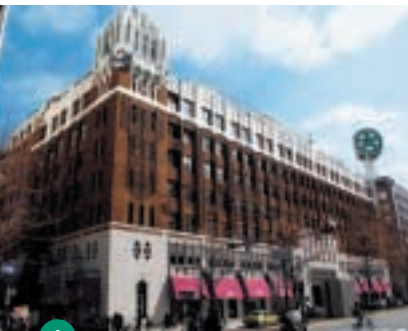
横浜松坂屋144年の歴史に幕閉店セールを実施

横浜松坂屋は10月26日、144年の歴史に幕を閉じました。96日間にわたり行われた閉店セールには、地元・伊勢佐木町などから多くのお客さまが来訪。1864年創業の野澤屋呉服店以来続いてきた老舗との別れを惜しんでいました。



セール期間中には、1階から4階のファッションフロアをメインに、「創業144年」にちなんで1,440円のお買い得商品や、ご愛顧への感謝を込めた3,900(サンキュー)円のお値打ち商品などを幅広く展開。伊勢佐木町の歴史を紹介する写真展やポスター展なども開催したほか、7階のお好み食堂では、生パチマグロの漬けを白飯にのせた20年前の人気メニュー「あずま井」が好評を博しました。





1 大阪・心斎橋店
〒542-8501
大阪市中央区心斎橋筋一丁目7番1号
TEL: (06) 6271-1231



2 大阪・梅田店
〒530-8202
大阪市北区梅田三丁目1番1号
TEL: (06) 6343-1231



3 東京店
〒100-6701
東京都千代田区丸の内一丁目9番1号
TEL: (03) 3212-8011



4 京都店
〒600-8511
京都市下京区四条通高倉西入立売西町79番地
TEL: (075) 211-8111



5 神戸店
〒650-0037
神戸市中央区明石町40番地
TEL: (078) 331-8121



6 札幌店
〒060-0005
札幌市中央区北五条西四丁目7番地
TEL: (011) 828-1111



7 山科店
〒607-8080
京都市山科区
竹鼻竹ノ街道町91番地
TEL: (075) 255-7365



8 新長田店
〒653-0038
神戸市長田区
若松町五丁目5番1号
TEL: (078) 643-2951



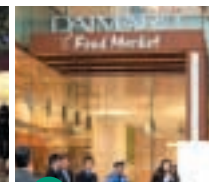
9 須磨店
〒654-0154
神戸市須磨区
中落合二丁目2番4号
TEL: (078) 791-3111



10 芦屋店
〒659-0093
芦屋市船戸町1番31号
TEL: (0797) 34-2111



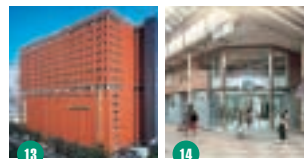
11 ららぽーと横浜店
〒224-0053
神奈川県横浜市
都筑区池辺町4035-1
TEL: (045) -287-5000



12 浦和バルコ店
〒330-0055
埼玉県さいたま市
浦和区東高砂町11番1号
TEL: (048) 615-6000



13 株式会社 博多大丸 福岡天神店



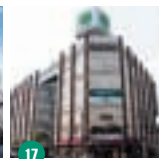
14 株式会社 博多大丸 長崎店



15 株式会社 下関大丸



16 株式会社 高知大丸



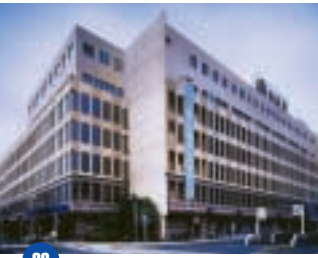
17 株式会社 今治大丸



18 株式会社 鳥取大丸



19 名古屋店
〒460-8430
名古屋市中区栄三丁目16番1号
TEL: (052) 251-1111



20 岡崎店
〒444-8515
愛知県岡崎市康生通西三丁目15番地の4
TEL: (0564) 23-1111



21 名古屋駅店
〒450-8502
名古屋市中村区名駅一丁目1番2号
TEL: (052) 561-1111



22 豊田店
〒471-8560
愛知県豊田市西町六丁目85番地1
TEL: (0565) 37-1111



23 高槻店
〒569-8522
大阪府高槻市紺屋町2番1号
TEL: (072) 682-1111



24 上野店
〒110-8503
東京都台東区上野三丁目29番5号
TEL: (03) 3832-1111



25 銀座店
〒104-8166
東京都中央区銀座六丁目10番1号
TEL: (03) 3572-1111



26 静岡店
〒420-8560
静岡県葵区御幸町10番地の2
TEL: (054) 254-1111

スーパーマーケット事業

(平成20年10月末現在)

PEACOCK STORES LTD. 株式会社ピーコックストア

- 京都府 (2事業所)
 - 【百貨店営業部】大丸京都店 大丸山科店
- 奈良県 (1店舗)
 - 【大丸ピーコック】北大和真弓店
- 愛知県 (8店舗)
 - 【マツザカヤストア】本山店 月見ヶ丘店 藤が丘店 菱野店 本平針店 三好店 千代田店
- 大阪府 (18店舗、2事業所)
 - 【大丸ピーコック】千里大丸プラザ 香里店 津雲台店 北千里店 中宮店 茶山台店 晴美台店 松が丘店 塚原店 星田店 千里南町プラザ店 山田店 千里山店 箕面桜ヶ丘店 箕面外院店 西梅田店 新千里西町店 堂島クロスウォーク店
 - 【百貨店営業部】大丸神戸店 大丸須磨店 大丸芦屋店
- 兵庫県 (12店舗、3事業所)
 - 【大丸ピーコック】明倉台店 高倉台店 名谷店 狩場台店 狩屋南宮店 甲子園店 甲東園店 武庫之荘店 甲南店 芦屋川西店 宝塚中山店 新神戸店
 - 【百貨店営業部】大丸神戸店 大丸須磨店 大丸芦屋店



ピーコックストア洋光台店



千葉県 (5店舗)

- 【大丸ピーコック】袖が浦店 新浦安店 西船橋店
- 【マツザカヤストア】豊四季店 常盤平店

埼玉県 (1店舗)

- 【大丸ピーコック】みさと店

東京23区 (35店舗)

- 【大丸ピーコック】青山店 高輪魚籃坂店 目白店 自由が丘店 阿佐谷店 下北澤店 恵比寿店 久我山店 高田馬場店 麻布十番店 井荻店 経堂店 都立家政店 桜新町店 高野台店 グランパーク田町店 上池台店 文京グリーンコート店 三田伊皿子店
- 石川台店 成城店 三軒茶屋の杜店 トルナー日本橋浜町店 代官山ピーコック 東池袋店 芝浦アイランド店 大丸東京ストア 神田妻恋坂店
- 【マツザカヤストア】竹の塚店 恵比寿南店 大島店 高島平店
- 【エクセピーコック】パサーージュ青山店 グランデュオ蒲田店
- 【ピーコックストア】上池袋店

※建て替えのため閉鎖
大丸ピーコック六角橋店 (2009年秋再開予定)
大丸ピーコック中野店 (2010年春再開予定)

東京市部 (6店舗)

- 【大丸ピーコック】玉川上水店 多摩店 国立さくら通り店 東小金井店
- 玉川上水店 花小金井店 国立弁天通り店

その他の事業

(平成20年10月末現在)

- 大丸興業株式会社
- 株式会社J.フロント建築
- 株式会社DHJ
- JFRカード株式会社
- 株式会社大丸ホームショッピング

- 株式会社レストランピーコック
- 松栄食品株式会社
- 株式会社ディンプル
- 栄印刷株式会社
- 株式会社大丸コム開発

- 有限会社常磐商会
- 株式会社消費科学研究所
- 株式会社JFR情報センター
- 株式会社JFRオフィスサポート
- 株式会社大丸リース&サービス

- 松坂サービス株式会社
- 株式会社セントラルパークビル
- 株式会社エンゼルパーク
- 株式会社大丸友の会
- 株式会社マツザカヤ友の会

会社の概要

(平成20年11月1日現在)

商号：J.フロントリテイリング株式会社
本社所在地：東京都中央区銀座六丁目10番1号
設立：平成19年9月3日
事業内容：百貨店業等の事業を行う子会社及びグループ会社の経営計画・管理並びにそれに付帯する業務

資本金：300億円
発行可能株式総数：2,000,000,000株
発行済株式の総数：536,238,328株

役員

取締役会長 (代表取締役)	岡田 邦彦	株式会社松坂屋代表取締役会長 株式会社御園座取締役 中部日本放送株式会社取締役
取締役社長 (代表取締役) 兼最高経営責任者	奥田 務	百貨店事業政策部長 株式会社大丸代表取締役会長 株式会社大阪証券取引所取締役 株式会社リそなホールディングス取締役
取締役	山本 良一	営業改革・外商改革推進担当 株式会社大丸代表取締役社長 株式会社松坂屋取締役
取締役	茶村 俊一	銀座再開担当 株式会社松坂屋代表取締役社長 株式会社大丸取締役 株式会社白洋舎取締役
取締役役員	都島 敏明	業務本部長
取締役役員	小島喜代三	関連事業政策部長
取締役役員	塚田 博人	経営計画本部長兼銀座再開副担当
取締役	高山 剛	大同特殊鋼株式会社代表取締役会長
取締役	竹内 功夫	オーミケンシ株式会社取締役
監査役	古田 武	株式会社大丸監査役 株式会社カネカ相談役
監査役	清水 定彦	東邦瓦斯株式会社特別顧問 中部日本放送株式会社取締役
監査役	鶴田 六郎	弁護士 千葉大学法科大学院教授 帝国ビストンリング株式会社取締役
監査役(常勤)	城戸 敏雄	
監査役(常勤)	中村 順司	
(注) 1. 取締役高山剛、竹内功夫の両氏は、社外取締役であります。 2. 監査役古田武、清水定彦、鶴田六郎の3氏は、社外監査役であります。		
執行役員	松田 伸治	銀座出店計画室長 兼経営計画本部開発事業部長
執行役員	山川 浩司	業務本部総務部長
執行役員	平山誠一郎	業務本部人事部長
執行役員	土井 和夫	業務本部コスト構造改革推進部長
執行役員	原田 隆晴	百貨店事業政策部副部長 兼MD統括部長兼首都圏百貨店戦略推進室長
執行役員	榎本 朋彦	百貨店事業政策部営業企画推進室長

株式情報

(平成20年8月31日現在)

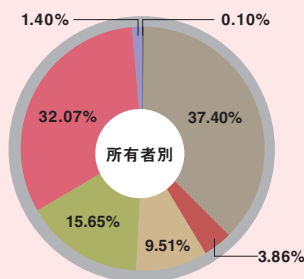
株式の状況

発行可能株式総数 2,000,000,000株
 発行済株式の総数 536,238,328株
 株主数 70,536名

大株主	所有株数(千株)	持株比率(%)
1 日本生命保険相互会社	28,906	5.39
2 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	21,200	3.95
3 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	20,707	3.86
4 株式会社三菱東京UFJ銀行	17,903	3.33
5 野村證券株式会社	14,579	2.71
6 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	13,034	2.43
7 第一生命保険相互会社	11,564	2.15
8 モルガンスタンレーアンドカンパニーインク	9,382	1.74
9 東京海上日動火災保険株式会社	8,369	1.56
10 大丸共栄持株会	8,207	1.53

所有者別分布状況	株主数(名)	株式数(千株)	百分率(%)
政府・地方公共団体	1	563	0.10
金融機関	95	200,553	37.40
金融商品取引業者*	62	20,720	3.86
その他の法人	852	51,015	9.51
外国法人等	333	83,919	15.65
個人・その他	69,192	171,981	32.07
自己名義株式	1	7,484	1.40

*金融商品取引業者(旧:証券会社)



株主メモ

剰余金の配当の基準日：期末2月末日 中間8月31日

定時株主総会の基準日：2月末日

定時株主総会：5月中旬に開催

公告方法：電子公告をもって行います。ただし、事故やその他のやむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。(登記ホームページ <http://www.j-front-retailing.com/>)

株主名簿管理人事務取扱場所：三菱UFJ信託銀行株式会社 本店
 (お問合せ先) 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 (電話料無料) (0120) 232-711

同 取 次 所：三菱UFJ信託銀行株式会社及び野村證券株式会社の全国本支店
 株式関係のお手続き用紙のご請求は、次の三菱UFJ信託銀行の電話及びインターネットでも24時間承っております。(電話料無料) (0120) 244-479
 ホームページアドレス <http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

(ご注意) 株主名簿管理人の「取次所」の定めについて
 株券電子化後、株主さまの各種お手続きは、原則として口座を開設されている証券会社経由で行っていただくこととなるため、株主名簿管理人の「取次所」は、株券電子化の実施時をもって廃止いたします。
 なお、未受領の配当金のお支払いにつきましては、引き続き株主名簿管理人である三菱UFJ信託銀行の本支店でお支払いいたします。

※ 株券電子化前後における単元未満株式買取・買増ご請求受付停止期間について
 ①単元未満株式買取請求…平成21年 1月 5日(月)から平成21年1月25日(日)まで
 ②単元未満株式買増請求…平成20年12月12日(金)から平成21年1月25日(日)まで

〈お 願 い〉

住所変更、改印など届出事項に変更がある場合には、お手数ですが、速やかに変更の手続きをお願いいたします。必要書類等の詳細は上記事務取扱場所までお問い合わせください。

株券の電子化 もうお手続きはお済みですか？

株券を証券会社に預けている場合

▼ **手続き不要です**
 (株券電子化後も自由に売却できます)

株券を自宅や貸金庫等ご本人で管理している場合

▼ **株券の名義がご本人**
 ▼ 株主の権利は自動的に確保されます (発行会社が特別口座を開設)
 ▼ このままでは株券電子化後売却はできません

▼ **株券の名義がご本人以外**
 ▼ 株主としての権利を失うおそれがあります
早急に名義書換を!

株式を売却するには証券会社に口座を開設し、株式の振替手続きが必要です。特別口座(信託銀行等) **振替** 取引口座(証券会社)

〈株券電子化に関するご質問・ご相談は〉

日本証券業協会 証券決済制度改革推進センター
 株券電子化コールセンター TEL **0120-77-0915** (通話料無料 平日・土曜/9:00~17:00)