



2010年度中間期

株主 通信

[第4期(中間)]
平成22年3月1日から
平成22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

新百貨店モデルを推進し、 3年ぶりの増益へ

株主の皆さまには、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

厳しい消費・競合環境が続く中、J.フロント リテイリンググループの2010年度上半期の決算は、各利益段階で増益を達成することができました。

大丸松坂屋百貨店の発足に伴う新体制がスタートしてから半年経過いたしました。この間の、「新百貨店モデル」確立に向けたさまざまな取り組みの成果が、今回の増益に結実したものと考えております。

今後につきましても、「お客様がわざわざ足を運びたくなるような、魅力的、かつ収益性の高い店舗」を創造するため、マーケット対応力をさらに強化するとともに、よりローコストな経営構造への転換を着実に進め、2010年度決算では、3年ぶりの営業増益達成を目指してまいります。皆さまには一層のご支援を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

代表取締役会長 兼 最高経営責任者 (CEO) **奥田 務** 代表取締役社長 **茶村 俊一**



代表取締役会長
兼 最高経営責任者 (CEO)
奥田 務

代表取締役社長
茶村 俊一

Point 1

当上半期の概況 各利益段階で増益を達成



新たなお客様からご支持をいただいた
大丸心齋橋店

J.フロント リテイリンググループの上半期連結業績は、6月発表の見通しに対して、売上高は4,666億円と0.1%の微増でしたが、コスト管理を徹底した結果、営業利益は22.6%増の13.5億円、経常利益は19.1%増の13.1億円、純利益は14.7%増の4.7億円と、それぞれ上回ることができました。この結果、前年同期比では、売上高は2.8%の減収ながらも減収率を大きく改善させるとともに、営業利益は、9.0%増の73億円、経常利益は4.5%増の82億円、純利益は17.2%増の36億円と、各利益段階で増益となりました。

セグメント別では、主力の百貨店事業において、売上高は前年同期比1.6%の減収となりましたが、営業利益は20.8%の増益となりました。今年3月に発足した大丸松坂屋百貨店では、お客様の価値観やライフスタイルの変化に対応し、対象顧客層の幅を広げるためにさまざまな施策を実行いたしました。その結果、北館オープンにより新たなお客様からご支持をいただいた大丸心齋橋店や、開業以来6年連続増収の大丸札幌店など5店舗の売上が前年を上回りました。全社の売上は、前年度に閉鎖した松坂屋岡崎店の影響に加え、大丸梅田店が、来春の増床オープンに向けた工事影響で、売場面積がほぼ半減したこともあり、1.3%と若干の減収となりました

が、売場運営体制の見直しによる人件費の削減をはじめ、広告宣伝費などあらゆる経費の削減に取り組んだ結果、営業利益は36.2%の増益となりました。

スーパーマーケット事業は、不採算店閉鎖の影響などにより、前年同期比3.5%の減収となりましたが、経費削減の取り組みを徹底した結果、0.4%の増益となりました。

卸売事業につきましては、新規商材の開発や新規販路の開拓等に取り組みましたが、全体として厳しい市場環境が続く中、前年同期比22.2%の減収、43.0%の減益となりました。

一方、その他事業では、建装事業、カード事業、人材派遣事業が好調で、前年同期比17.3%の増収、102.0%の増益となりました。



6年連続増収を達成した大丸札幌店

Point 2

新百貨店モデルのいま マーケット対応力の強化に向けて

J.フロント リテイリンググループはこの上半期も引き続き、百貨店再生に向けた「新百貨店モデル」の構築に取り組みました。

「新百貨店モデル」とは、「お客様がわざわざ足を運びたいような、魅力的、かつ収益性の高い店舗を創造するための百貨店再生プログラム」のことで、「新百貨店モデル」の最重要課題である「マーケット対応力の強化」につきましては、以下の4つに取り組んでいます。

1 マーケット変化への適合

「ライフスタイルのカジュアル化」「節約志向」「価格志向」という大きなマーケットの変化に適合するため、今の消費者が強く求められる、バリュー感のある低価格から中価格の商品の充実を進めています。その際には、「高感度・高品質・グッドテイスト」を商品政策の基本とし、単に価格が安いだけでなく、高品質・高感度で低価格の商品を供給できる取引先やショップを世界中から探し出して導入してまいります。

もちろん、百貨店に期待される高質・高級な商品の品揃えについても同時に維持・強化してまいります。当社が主力とする5万平方メートル超の大型都心店の特性を生かして「百貨店としての」低価格商品から高級品まで、バランス良い幅広い品揃えに取り組んでまいります。

2 対象マーケットの拡大

幅広い顧客層を対象に幅広く対応するため、これまでの中高年のお客様からのご支持を維持向上させることを大前提に、従来百貨店があまり力を入れて取り組んでこなかったヤング（18歳～24歳）とアラウンド30（25歳～34歳）向け売場の強化・充実を進めています。これらの売場を構築する際には、百貨店としての品質やグッドテイストを持ったブランドやショップを、百貨店ならではの

店舗環境・高質イメージ・行き届いたサービスを付加してご提供し、専門店や駅ビルと差別化を図っています。

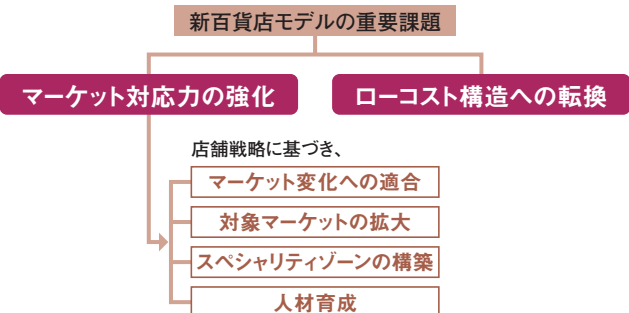
3 スペシャルティゾーンの構築

スペシャルティゾーンとは、対象となるお客様に「これは私のための売場だ」と感じていただける明確なコンセプトや高い専門性を持った、特徴ある編集売場のことで、これを戦略的にブランド化してお客様により認知していただくとともに、新たなお取引先の注目を集めて売場の新陳代謝を進め、さらに多くのお客様にご来店いただくという好循環を生み出してまいります。

このようなスペシャルティゾーンを店内に数多く配置し、他の百貨店や業態との差別化を図ることが、店舗の魅力化と競争力強化につながると考えております。

新百貨店モデルとは

お客様がわざわざ足を運びたいような、魅力的、かつ収益性の高い店舗を創造するための百貨店再生プログラム



4 人材育成

「新百貨店モデル」構築に不可欠な能力である「プロデュース力」と「コンサルティング力」の早期開発・定着に全力で取り組んでいます。新たなショップ・ブランドの発掘などを通じ魅力的な売場・店舗づくりを進める「プロデュース力」と、各ショップ・ブランドの運営状態や課題に応じ適切にサポートして売上の向上を図る「カウンセ

リング力」は、お取引先が主体となって運営する「ショップ運営売場」の成功には欠かせません。一方、百貨店が自ら仕入と販売を行う「自主運営売場」に求められる「マーチャンダイジング力」についても、引き続き徹底強化を進めています。

新百貨店モデルの成果

Point 3 顧客層が拡大、好調の「うふふガールズ」は、来年大丸神戸店にも

新百貨店モデル構築に向けた取り組みは、徐々に成果を挙げつつあります。この上半期の大丸松坂屋百貨店の合計売上は、大丸梅田店の売場面積が半減するという厳しい条件ながら、5月と8月には前年同期比でプラスに転じ、総じて同業他社を上回る伸び率で推移いたしました。これは、大丸心斎橋店北館が加わったことや、各店で品揃えの価格帯拡大やヤング・アラウンド30への対応に取り組んだ成果であると考えております。

顧客属性の識別が可能な「ID顧客」の売上を見ると、ヤング・アラウンド30のお客様の売上が全社的に大きく増加しております。増床工事中の大丸梅田店を除くと、お買

い上げ額が前年同期比で11.9%、ヤングのお客様に限れば59.4%増加いたしました。

中でも「新百貨店モデル」構築のさきがけとなった大丸心斎橋店北館では、特に、スペシャルティゾーン「うふふガールズ」が好調で、お買い上げ額はヤングで前年同期比172.9%増、アラウンド30で58.5%増となりました。「うふふガールズ」というブランドは業界でも着実に浸透しつつあり、新規のお取引先からの売り込みや問い合わせも増えています。

また、大丸京都店では、京都版「うふふガールズ」をはじめとする4つのスペシャルティゾーンを4月に導入いたしました。その結果、新たに戦略ターゲットに設定した近隣OLのお客様のご来店が大幅に増加し、スペシャルティゾーンの売上も、好調に推移しています。

「うふふガールズ」については、この10月には松坂屋銀座店にも導入いたしました。来年1月には大丸神戸店にも新規導入する予定です。

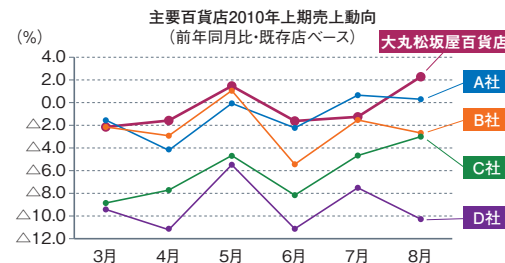
松坂屋銀座店



うふふガールズGINZA

マーケット対応力強化の取り組み成果

品揃えの価格帯拡大やヤング・アラウンド30への対応強化が徐々に奏功





今後の取り組み 営業増益の達成と 大阪梅田地区競合対応に向けて

2010年度下半期は、上半期以上に厳しい経営環境が予想されますが、通期の連結業績予想につきましては、売上高9,580億円（前期比2.5%減）、営業利益190億円（前期比2.2%増）といたしました。3年振りの営業増益を目指して、引き続き新百貨店モデルの確立に向け、グループ全社がスピードを上げて取り組み、具体的な成果を積み上げたいと考えております。

2010年度 連結業績見通し (2010年10月修正分)

売上高：**9,580**億円 (前期比2.5%減)
営業利益：**190**億円 (同2.2%増)
経常利益：**194**億円 (同2.8%減)
当期純利益：**97**億円 (同18.8%増)

さらに、来年度からはじまる、梅田地区競合激化への対応についても取り組んでまいります。2011年～2012年の間に、大阪梅田地区では、百貨店各店の売場面積が合計97,000平方メートル増加する見通しで、J.フロント リテイリンググループも、大丸梅田店を、来年度、従来の40,000平方メートルから64,000平方メートルに増床いたします。この結果、地区内はもちろん、京阪神各地域間の競合も大幅に激化することは必至です。

増床により生まれ変わる大丸梅田店は、梅田地区では2番目の規模の店舗となり、加えて大阪駅の環境が整備され利便性も格段に高まります。J.フロント リテイリンググループでは大丸梅田店を新百貨店モデルの現時点での集大成と位置付け、これまでの百貨店にないブランドやショップを導入するとともに、数多くのスペシャリティゾーンを構築いたします。

また、大阪ミナミ地区に位置する大丸心斎橋店はもちろん、大丸神戸店・大丸京都店へも梅田地区競合激化の影響が及ぶと予想されますが、それぞれの店舗において、既存顧客の維持、対応強化を前提に、店舗戦略の徹底と、新百貨店モデル確立への取り組みを強化いたします。

さらに、競合の影響を受けない松坂屋名古屋店、大丸札幌店、東京地区3店に加え、関連事業各社の競争力と収益力の強化に全力で取り組むなど、グループ一丸となって、梅田地区の大競合に対応してまいります。



大丸梅田店 増床完成予想図

2011年春、大丸梅田店は生まれ変わります。

増床後の大丸梅田店は、現状の1.6倍に拡大。品揃えの幅を拡げ、高感度でありながらデイリーニーズにも対応できる「都市型ライフスタイル百貨店」へ生まれ変わります。また、J.フロント リテイリンググループが推進する「新百貨店モデル」の現時点での集大成として、新たな店づくりを行います。

既に改装は始まっており、年内に続々と既存部分をオープンいたします。
新しく進化を始めた大丸梅田店に、どうぞご期待ください。

来街者の8割を占める 「働く人」をターゲットに

「梅田周辺で働くワークライフバランスを重視するスタイリッシュな大人」を重点ターゲットに設定。これまでのお客様を大切にしながら、今まで百貨店を利用できなかった新たな顧客層の開拓に取り組みます。

ショッピングの楽しさと 日常使いできる便利さを兼ね備えた 「高感度×デイリー」な店を目指して

開店以来培ってきたコンテンポラリーテイストをベースに、時代の感性を反映した高感度な商品や、旬やトレンド、話題性のある商品を充実させます。同時に、JR大阪駅に直結したターミナル立地を生かし、梅田周辺で働く人の身近でデイリーなニーズにも対応できる幅広い品揃えを実現します。

新生梅田店の3つのワールド

10階～15階 コト消費・時間消費「エンターテイメント&ファミリーワールド」

お客様が繰り返し立ち寄りたくなる、「コト消費・時間消費」のためのゾーン。カジュアル衣料やホビーズの大型専門店、人気のキャラクターショップやクッキングスタジオなど、話題性・専門性・目的性のある業態・店舗を導入いたします。

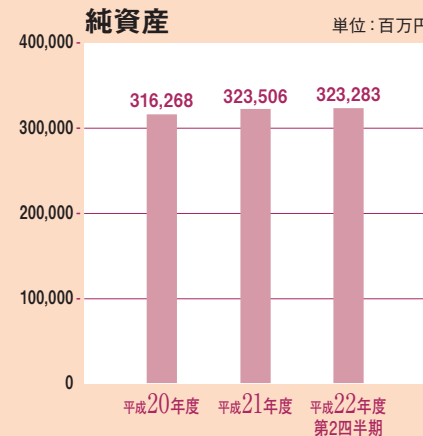
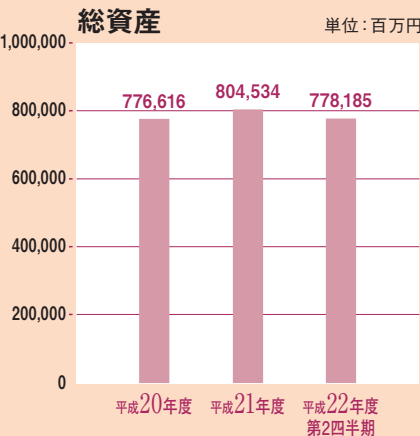
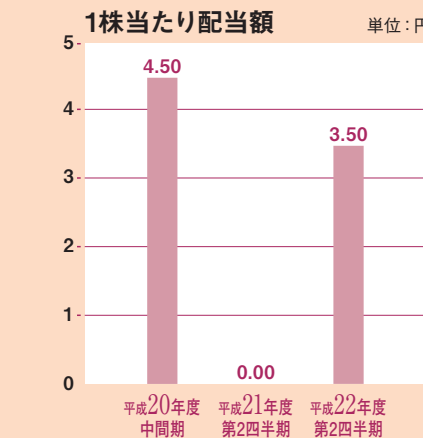
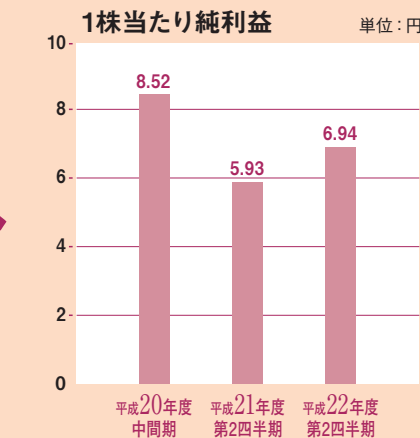
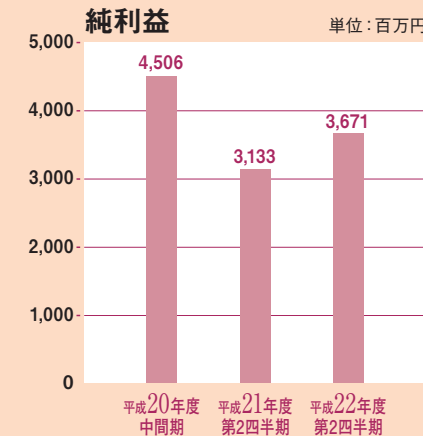
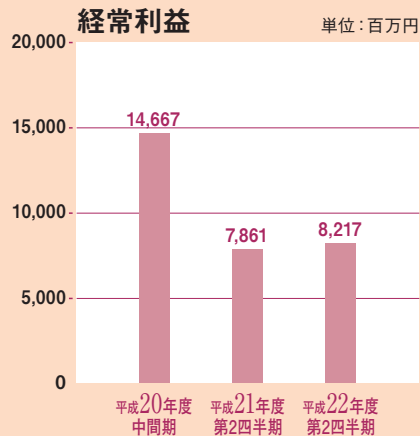
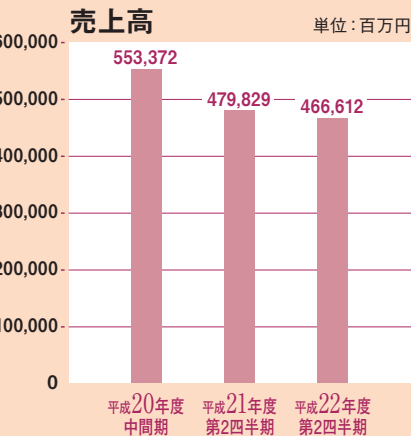
2階～9階 働く人のための高感度「ファッションワールド」

人気の「うふふガールズ」や、憧れのラグジュアリーブランドを多数導入。百貨店に期待されるファッションアイテムをさらに充実させ、時代の感性にマッチしたコンテンポラリーで高感度な売場を構築し、梅田周辺で働く人に圧倒的に支持されるゾーンを目指します。

地下2階～1階 毎日立ち寄りたくなる「フーズ&グッズワールド」

毎日の通勤や外出のついでにお買い物や済ませたいというお客様のご要望にお応えし、デイリーニーズの食品と雑貨の売場を大幅に拡大。見やすく買いやすい売場構成と「旬、トレンド、話題性」などを踏まえた高感度な品揃えや提案により、つつい毎日立ち寄りたくなるゾーンを目指します。





第2四半期 (中間期) 財務ハイライト (連結)

Financial Highlights

当中間期の概況

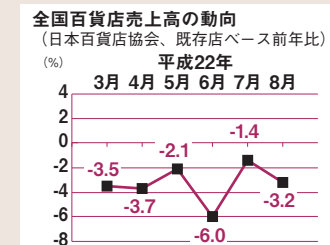
JFR (平成22年3月1日から平成22年8月31日まで)

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、企業収益が改善するなど持ち直しの動きが見られましたが、デフレが継続するなか、所得・雇用環境は依然として厳しく、また円高による先行き不透明感も広がるなど、力強さに欠ける状況で推移いたしました。

百貨店業界では、業種・業態間の熾烈な競争や消費者の節約志向の高まりに加えて、株価下落の影響もあり高額品の不振が続くなど、売上高は前年実績を下回る状況で推移いたしました。

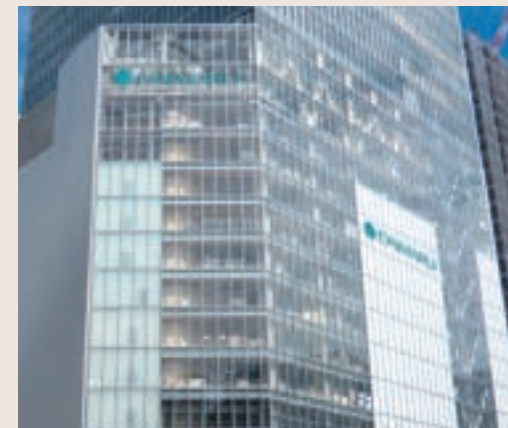


このような状況下、当社グループは、百貨店事業の再生を目指した「新百貨店モデル」の早期確立に取り組むとともに、グループの持続的な成長実現に向け、既存事業の見直し・強化、ウェブ通販

事業など成長分野への取り組み強化を図りました。

これらの取り組みを加速するため、3月に百貨店事業の大丸と松坂屋を合併し、グループ内の1業種1社体制を完成させました。この体制のもと、当社と各事業会社はそれぞれの役割を明確にして「意思決定の迅速化」を図るとともに、「生産性向上と経営の効率化」を追求し、より緊密な連携をとる新たなグループ経営をスタートさせました。

加えて、将来の経営基盤強化を図るため、来春オープンに向け最終段階に入っている大丸梅田店増床計画を着実に推進したほか、大丸東京店増床計画、銀座六丁目地区再開発計画などに取り組まれました。一方、JR名古屋駅前の再開発計画に伴い、



増床計画が進む大丸東京店

松坂屋名古屋駅店を8月29日に営業終了いたしました。

また、百貨店をはじめとするグループの事業構造変革に伴う組織・要員のスリム化、大丸と松坂屋の合併に伴う本社部門の少数精鋭化などを推進し人的生産性の向上を図るとともに、要員の再配置などによる外部委託業務の内製化や、発注・経費管理のグループ一元化をさらに強化し、あらゆる経費の効率化と削減を図りました。

以上のような諸施策に取り組まれた結果、当中間期の連結業績は、売上高は、2.8%減の4,666億12百万円となりましたが、損益面では、販売費及び一般管理費の圧縮により、営業利益は9.0%増の73億56百万円、経常利益は4.5%増の82億17百万円、純利益は17.2%増の36億71百万円となりました。

なお、中間配当につきましては、1株につき3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

当事業では、3月の大丸と松坂屋の合併を機に、これまで取り組んできた、強い競争力と高い収益力を持った新しい百貨店業態への転換を目指した「新百貨店モデル」確立の取り組みをさらに加速いたしました。

商品政策では、マーケット変化への適応と対象マーケットの拡大を進めるべく、今までの対象顧客層・商品構成・価格構成の見直しを実施し、カジュアル化や節約志向などの消費トレンドへの対応に取り組ましました。

具体的には、コンセプトやターゲットを明確にし、お客様がひと目で自分の価値観やライフスタイルに合っていると感じていただける「スペシャルティゾーン」の構築に取り組み、4月には大丸京都店



大丸京都店の「うふふガールズ」

において、大丸心斎橋店「北館」のヤングレディスファッション「うふふガールズ」を拡大展開したほか、婦人靴の「シンデレラアベニュー」などをオープンいたしました。

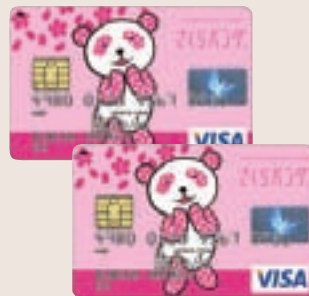
また松坂屋銀座店への「フォーエバー21」や大丸須磨店への「ユニクロ」の導入など、従来の百貨店の枠にとらわれない売場づくりと顧客層の拡大に取り組ましました。

固定客の拡大に向けては、「さくらパンダカード」の発行などにより、新規のカード会員開拓に積極的に取り組むとともに、タイムリーな情報提供が可能な携帯メールを今後の重要なコミュニケーションツールとして位置づけ、メール会員の拡大にも取り組みました。

業務運営では、売場運営を「ショップ運営」と「自主運営」の2つに区分し、それぞれの特性に合ったオペレーションシステムの確立とそれに基づく要員配置、人材育成などに取り組み、今まで以上に生産性の高い店舗運営が可能となりました。

以上のような取り組みに加え、全店舗で開催した「春のサンクスフェスティバル」の総額1億円プレゼント大抽選会や、中元ギフト品処分など、話題性の高い販売促進活動を実施いたしました結果、当事業の売上高は、大丸心斎橋店「北館」効果や松坂屋名古屋駅店の閉店セールが寄与いたしました。大丸梅田店増床工事に伴う売場縮小の影響などにより、1.6%減の3,633億75百万円となりました。一方、営業利益はオペレーションの効率化により販売費及び一般管理費の削減が進んだ結果、20.8%増の57億17百万円となりました。

DAIMARU CARD さくらパンダVISA



マンザカヤカード さくらパンダVISA

スーパーマーケット事業

誕生50周年を迎えたピーコックストアは、高質な食生活を提案するスーパーマーケットを目指し、食の安全・安心に値ごろ感を加味した生活必需品の拡充に取り組ましました。特に、素材・作り方や適量にこだわったオリジナル商品の開発に加え、誕生記念セールでの限定企画商品の提供など、消費者の節約志向に対応した品揃えを強化いたしました。

また、地域ごとのマーケット変化に対応するため、泉北晴美台店（3月）、上池台店（6月）の店舗改装を順次実施し、品揃えはもとより、見やすく買いやすい売場づくりや新たなサービスの充実に取り組ましました。

運営面では、店舗業務の効率化と物流のトータルコストを低減させるため、首都圏・関西地区とも6月に新物流センターを開設するなど、全社を挙げてオペレーション改革に取り組ましました。

以上のような施策に取り組ましましたが、既存店における競合激化や店舗閉鎖による影響などから、当事業の売上高は3.5%減の595億74百万円となりました。

一方、営業利益につきましては、本社・本部部門業務の効率化と店舗オペレーション改革で販売費及び一般管理費を圧縮した結果、0.4%増の4億70百万円となりました。

卸売事業

大丸興業は、金属樹脂加工品や食品分野で、海外拠点を活用した新規商材の開発に取り組み、新たな販路を開拓いたしました。商況全体では市場環境が依然厳しく、売上高は22.2%減の256億52百万円、営業利益は43.0%減の7億83百万円となりました。

その他事業

その他事業では、首都圏の営業強化で内装受注が回復基調にあるJ.フロント建装や、3月募集開始の「さくらパンダカード」の新規会員数が着実に伸びているJFRカードの増収増益もあり、売上高は17.3%増の441億15百万円、営業利益は102.0%増の19億11百万円となりました。



ピーコックストア上池台店

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	当第2四半期 連結会計期末 (平成22年8月31日)	前連結 会計年度末 (平成22年2月28日)	科目	当第2四半期 連結会計期末 (平成22年8月31日)	前連結 会計年度末 (平成22年2月28日)
(資産の部)			(負債の部)		
流動資産	159,775	178,744	流動負債	252,775	263,109
現金及び預金	31,178	44,103	支払手形及び買掛金	76,210	76,955
受取手形及び売掛金	57,419	59,598	短期借入金	43,595	46,324
有価証券	1,183	776	1年内償還予定の社債	5,000	5,000
たな卸資産	30,886	35,186	未払法人税等	2,427	2,972
繰延税金資産	14,337	13,295	前受金	27,321	27,610
その他	25,303	26,456	商品券	33,204	33,311
貸倒引当金	△533	△673	賞与引当金	6,430	6,979
			役員賞与引当金	—	221
固定資産	618,410	625,790	販売促進引当金	333	350
有形固定資産	498,275	499,571	商品券等回収損失引当金	8,664	8,413
建物及び構築物(純額)	137,571	135,932	事業整理損失引当金	1,451	1,641
土地	356,316	358,177	その他	48,136	53,328
建設仮勘定	1,983	2,870	固定負債	202,126	217,918
その他(純額)	2,403	2,591	長期借入金	64,543	74,612
無形固定資産	19,075	18,951	繰延税金負債	95,726	98,331
その他	19,075	18,951	退職給付引当金	30,712	32,002
投資その他の資産	101,059	107,267	役員退職慰労引当金	61	58
投資有価証券	27,213	28,405	負ののれん	4,601	5,761
長期貸付金	1,019	992	その他	6,481	7,153
敷金及び保証金	49,330	51,420	負債合計	454,901	481,028
繰延税金資産	7,695	11,215	(純資産の部)		
その他	18,869	18,074	株主資本	315,216	315,231
貸倒引当金	△3,068	△2,840	資本金	30,000	30,000
資産合計	778,185	804,534	資本剰余金	209,606	209,636
			利益剰余金	81,555	81,585
			自己株式	△5,945	△5,991
			評価・換算差額等	△1,101	△736
			その他有価証券評価差額金	△1,061	△676
			繰延ヘッジ損益	△39	△60
			新株予約権	115	124
			少数株主持分	9,053	8,887
			純資産合計	323,283	323,506
			負債純資産合計	778,185	804,534

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	当第2四半期連結累計期間 (平成22年3月1日から 平成22年8月31日まで)	前第2四半期連結累計期間 (平成21年3月1日から 平成21年8月31日まで)
売上高	466,612	479,829
売上原価	354,187	362,005
売上総利益	112,425	117,824
販売費及び一般管理費	105,069	111,078
営業利益	7,356	6,745
営業外収益	3,828	4,210
受取利息	137	113
受取配当金	321	358
債務勘定整理益	1,708	1,709
負ののれん償却額	1,159	1,163
持分法による投資利益	123	89
その他	377	775
営業外費用	2,966	3,094
支払利息	889	752
固定資産除却損	113	106
商品券等回収損失引当金繰入額	1,579	1,784
その他	384	451
経常利益	8,217	7,861
特別利益	455	1,060
固定資産売却益	455	5
投資有価証券売却益	—	956
その他	—	98
特別損失	3,048	3,898
固定資産処分損	1,407	373
投資有価証券評価損	811	341
事業構造改善費用	702	—
たな卸資産評価損	—	665
減損損失	—	849
事業整理損	—	1,000
その他	126	669
税金等調整前四半期純利益	5,624	5,023
法人税、住民税及び事業税	1,759	2,093
過年度法人税等	—	1,588
法人税等調整額	△58	△2,082
少数株主利益	252	290
四半期純利益	3,671	3,133

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	当第2四半期連結累計期間 (平成22年3月1日から 平成22年8月31日まで)	前第2四半期連結累計期間 (平成21年3月1日から 平成21年8月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,387	6,456
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,339	△20,076
財務活動によるキャッシュ・フロー	△16,638	12,905
現金及び現金同等物に係る換算差額	△30	△110
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△12,620	△824
現金及び現金同等物の期首残高	43,515	32,307
現金及び現金同等物の四半期末残高	30,895	31,482

Point 連結貸借対照表

当第2四半期末の「資産合計」は7,781億85百万円で、主に現預金を圧縮して借入金の返済に充当したことなどにより、前期末に比べ263億49百万円の減少となりました。
また、「純資産合計」は3,232億83百万円で、株価下落に伴うその他有価証券評価差額金のマイナスにより前期末に比べ2億23百万円減少いたしましたが、自己資本比率につきましては、総資産の圧縮効果により、前期末に比べ1.3ポイントアップの40.4%となりました。

Point 連結損益計算書

連結売上高は、4,666億12百万円で、対前年同期比2.8%の減収となりましたが、運営コストの効率化と圧縮を図り、販売費及び一般管理費を5.4%削減できましたことから、営業利益は9.0%の増益となりました。
また、四半期純利益につきましても、特別損失の減少により、17.2%の増益となりました。

Point 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
主に利益や減価償却費の増加などにより、前年同期に比べ19億31百万円増加の83億87百万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
大丸心齋橋店北館購入代金の支出があった前年同期に比べ、「固定資産の取得による支出」が大幅に減少し、43億39百万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
借入金の返済と配当金の支払いにより、166億38百万円の支出となりました。



大丸ミュージアムKOBE 大丸神戸店9階

Event Schedule

イベント スケジュール

（大丸・松坂屋各店の 主なイベント

大丸・松坂屋の各店では各種イベントを開催し
日常とは違った空間を演出することにより
お買い物とはまた違った楽しみを
皆さまにご提供いたします。



松坂屋美術館 松坂屋名古屋店南館7階

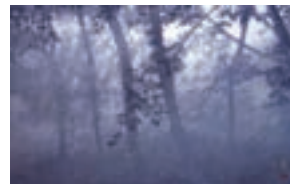
今後の展覧会スケジュール

- 2010年11月 没後80年 金子みすゞ展
～みんなちがって、みんないい。
(松坂屋名古屋店 本館7階大催事場)
11月25日(木)～12月6日(月)
チェコ国立プラハ工芸美術館、
チェコ国立モラヴィア・ギャラリー所蔵
アール・ヌーヴォーのポスター芸術展
～クリムト、ミュシャ、ロートレックなど～(松坂屋美術館)
11月27日(土)～12月26日(日)
- 12月 サンリオスペシャルコレクション展
いちごDAYS ～あの頃のわたしからの招待状～
(松坂屋名古屋店 本館7階大催事場)
12月23日(木)～1月10日(月)
赤塚不二夫展 ～ギャグで駆け抜けた72年～
(大丸札幌店 7階ホール)
12月27日(月)～1月5日(水)



赤塚不二夫展
©フジオ・プロ

- 2011年1月 第55回 現代書道二十人展
(松坂屋上野店 本館6階催事場)
1月2日(日)～1月8日(土)
手塚雄二 ～一瞬と永遠のはざままで～
(松坂屋美術館)
1月2日(日)～1月23日(日)
第44回 現代京都書作家展
(大丸ミュージアムKYOTO (大丸京都店6階))
1月12日(水)～1月18日(火)
近代日本絵画のあゆみ ～ウッドワン美術館所蔵～
(大丸ミュージアムKOBE (大丸神戸店9階))
1月12日(水)～1月24日(月)
赤塚不二夫展 ～ギャグで駆け抜けた72年～
(大丸心斎橋店 北館14階イベントホール)
1月12日(水)～1月24日(月)
第55回 現代書道二十人展 (松坂屋美術館)
1月29日(土)～2月6日(日)
アートアクアリウム展
(大丸ミュージアムKOBE (大丸神戸店9階))
1月29日(土)～2月14日(月)



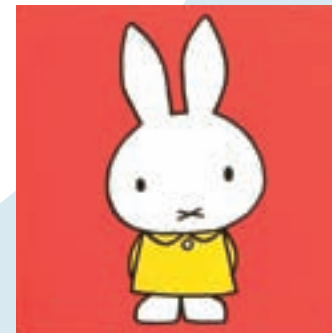
手塚雄二
《雨明》
2010 ©Yuji Tezuka

- 2月 生誕120年記念 堂本印象展 (松坂屋美術館)
2月9日(水)～2月27日(日)
- 3月 第44回 いけばな女性作家展
(大丸心斎橋店 本館7階会場)
3月3日(木)～3月8日(火)
松坂屋創業400周年・松坂屋美術館開館20周年記念
松坂屋コレクション 一技を極め、美を装う—
(松坂屋美術館)
3月5日(土)～4月10日(日)
第57回 日本伝統工芸展大阪展 ※入場無料
(大丸心斎橋店 北館14階イベントホール)
3月10日(木)～3月15日(火)
没後80年 金子みすゞ展
～みんなちがって、みんないい。
(大丸ミュージアムKYOTO (大丸京都店6階))
3月16日(水)～3月28日(月)
第62回 華道京展
(大丸ミュージアムKYOTO (大丸京都店6階))
3月31日(木)～4月5日(火)



松坂屋コレクション
緋緋子地梅に本模様 打掛
(江戸時代後期)

- 4月 素朴絵画の世界 アンドレ・ボーシャン展
(大丸ミュージアムKYOTO (大丸京都店6階))
4月13日(水)～4月25日(月)
第66回 春の院展 (松坂屋美術館)
4月16日(土)～4月24日(日)
いわさきちひろ展 (仮称) (松坂屋美術館)
4月27日(水)～5月17日(火)
- 5月 第45回 日本伝統工芸染織展
(大丸ミュージアムKYOTO (大丸京都店6階))
5月11日(水)～5月16日(月)
第46回 日春展 (日展日本画部春季展) ※入場無料
(大丸心斎橋店 北館14階イベントホール)
5月13日(金)～5月19日(木)
第46回 日春展 (日展日本画部春季展)
(松坂屋美術館)
5月21日(土)～5月29日(日)
ゴーゴー・ミッフィー展
(大丸ミュージアムUMEDA (大丸梅田店15階))
5月予定 (会期未定)



miffy

ゴーゴー・ミッフィー展

「うさこちゃんとうどうぶつえん」
(原画) 1963年

Illustrations Dick Bruna
© copyright Mercis bv, 1953-2010
www.miffy.com

ホームページの
ご案内

大丸
松坂屋

<http://www.daimaru.co.jp/museum/index.html>

<http://www.matsuzakaya.co.jp/> から各店のイベントカレンダーをご覧ください。

※松坂屋美術館の展覧会情報は専用ホームページをご覧ください。
<http://www.matsuzakaya.co.jp/museum/museum.html>

※上記はいずれも予定です。

展覧会名称・会期・会場などは変更する場合がございます。

社会貢献を意識した新ビジネス「ソーシャルネット」を立ち上げ

大丸松坂屋百貨店はこのほど、ご不要になったブランド品の買取や販売を行う新サイト「ソーシャルネット」を立ち上げました。環境にやさしい循環（リユース）と、売買代金の一部の寄付とを組み合わせた新しい形態のビジネスで、持続的な社会貢献を実現する社会的基盤となることを目指しております。

「ソーシャルネット」でお手持ちの商品を売却、あるいはこのサイトで商品を購入されると、売買それぞれの代金の5%が、お客様ご指定の支援先団体・プロジェクト（10月31日現在で8カテゴリー・25団体）に寄付されるという仕組みです。



ソーシャルネットのホームページ
<http://jfr-socialnet.com/>

具体的な仕組み

売って寄付する

- 1 「ソーシャルネット」上で会員登録の上、「買取（BUY）申込」をクリックいただくと、商品送付用梱包キットがお手元に届きます。
- 2 キットで商品を梱包し、送料大丸松坂屋百貨店負担でソーシャルネットカスタマーセンターまでお送り下さい。
- 3 専門スタッフが商品の鑑定・査定を行い、その金額をEメールにてお知らせいたします。
- 4 査定金額にご納得いただければ、サイト上の「マイページ」で「承諾」をお選び下さい。ご登録口座にその金額をお振込みいたします。見送られる場合、宅配便にて商品をご返却いたします。
- 5 買取金額（税込）の2.5%を寄付金として承り、大丸松坂屋百貨店がさらに2.5%を加算してご指定の団体に寄付いたします。「寄付をしない」選択も可能です。

買って寄付する

「ソーシャルネット」で商品をお買い上げいただき、寄付をご選択されると、商品代に加えて商品代（税込）の2.5%を寄付金として承り、大丸松坂屋百貨店が同額を加えてご指定の団体に寄付いたします。なお、お客様のご都合による返品交換は原則的にお断りしております。

Topics

トピックス

松坂屋銀座店に「うふふガールズGINZA」がオープン

大丸松坂屋百貨店は10月22日、松坂屋銀座店に、ヤング～アラウンド30の女性のためのスペシャルティゾーン*「うふふガールズGINZA」をオープンいたしました。大丸心齋橋店北館と大丸京都店に続く3例目で、首都圏では初の展開となります。

*スペシャルティゾーン：対象とするお客様の価値観やライフスタイルに合致するブランド・サービスを集積し、ひと目で“私の売場だ”と感じていただける特徴性を持ったゾーン・フロア。



話題のショップを集めた「うふふガールズGINZA」

銀座店1～2階フロアの約1,000平方メートルに、スイート系カジュアルブランドを中心とした10ブランドを展開いたしました。大丸松坂屋百貨店は百貨店事業の再生に向け、「スペシャルティゾーン」を核とした魅力的な店舗づくりを推進する「新百貨店モデル」の確立に取り組んでおり、「うふふガールズGINZA」もその一環でございます。

銀座店では、人気ファストファッション「フォーエバー21」などを導入した今年4月以降、これまであまりご利用いただけなかった20～30代女性に、ご来店いただいております。「うふふガールズGINZA」の導入でこのような新しいお客様に向けた品揃えをさらに強化し、銀座地区の他の百貨店との差別化を図ってまいります。

「うふふガールズGINZA」の主なショップ

●ジュエリウム 日本初

カジュアルウェア専門店チェーン「ポイント」の新ブランド1号店です。アメリカ西海岸テイストをキーワードに、洗練された品質・デザインの商品をリーズナブルな価格でお届けいたします。



ジュエリウム

●ルーミーズ 首都圏初

「ROYAL PARTY」「Spiral Girl」「MiiA」の3ブランドを展開するセレクトショップです。時代感に合ったクロスメディアやスタイリッシュなイベントなど、五感に訴える試みや仕掛けを満載しております。



ルーミーズ

●ピサリア 百貨店初

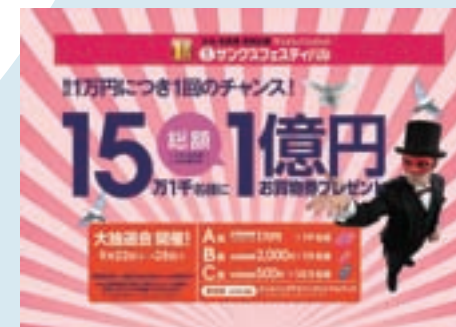
“フランス生まれの女の子が東京で着るおしゃれなカジュアルスタイル服”をリーズナブル価格で提案いたします。



ピサリア

秋のサンクスフェスティバルを開催

大丸松坂屋百貨店は、恒例の販促企画「秋のサンクスフェスティバル」を9月15日から10月5日までの21日間、全国の丸と松坂屋で開催いたしました。1万円のお買い上げごとに1回、15万1千名様に総額1億円分の商品券が当たる抽選にチャレンジしていただける大人気イベント「総額1億円プレゼント大抽選会」が引き続き人気となり、多くのお客様にご参加いただきました。また、高さ約2メートルの“お菓子の家”などが展示された「東ハトお菓子フェスタ2010」、人気ブランドの期間限定ショップも登場した「『サンエー・インターナショナル』女子祭」など、さまざまなタイアップイベントも開催、お客様の話題となりました。



「総額1億円プレゼント大抽選会」ポスター

関西



1 大丸心齋橋店
〒542-8501
大阪市中央区心齋橋筋一丁目7番1号
TEL: (06) 6271-1231



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



3 大丸京都店
〒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



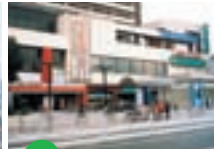
4 大丸神戸店
〒650-0037
神戸市中央区明石町40番地
TEL: (078) 331-8121



5 松坂屋高槻店
〒569-8522
大阪府高槻市
紺屋町2番1号
TEL: (072) 682-1111



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



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



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



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

中国
四国
九州



10 株式会社 博多大丸 福岡天神店



11 株式会社 博多大丸 長崎店



12 株式会社 下関大丸 福岡天神店



13 株式会社 高知大丸



14 株式会社 鳥取大丸

北海道



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



関東



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



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



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



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



20 大丸浦和パルコ店
〒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



21 松坂屋静岡店
〒420-8560
静岡市葵区御幸町10番地の2
TEL: (054) 254-1111

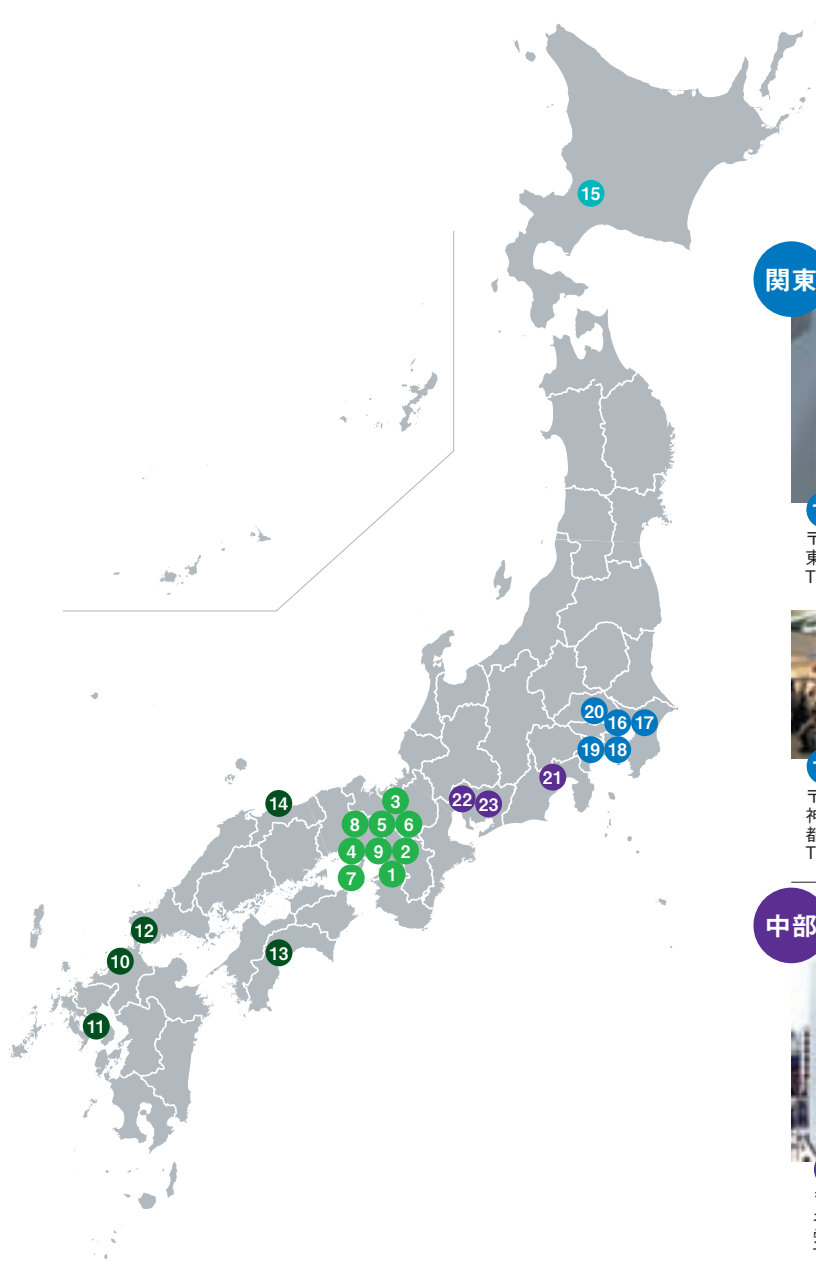
中部



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



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



スーパーマーケット事業

(平成22年10月末現在)

PEACOCK STORES LTD. 株式会社ピーコックストア



ピーコックストア 洋光台店

※建て替えのため閉鎖
大丸ピーコック中野店 (2011年冬再開予定)

東京市部 (5店舗)

【大丸ピーコック】
玉川上水店
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22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
JFRカード株式会社
株式会社大丸ホームショッピング

株式会社ディンプル
株式会社J.フロントフーズ
株式会社大丸コム開発
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JFRサービス
株式会社JFRコンサルティング

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
株式会社大丸松坂屋友の会

会社の概要

(平成22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) 兼最高経営責任者	奥田 務	株式会社大阪証券取引所社外取締役 株式会社リソナホールディングス社外取締役
取締役社長 (代表取締役)	茶村 俊一	株式会社白洋舎社外取締役
取締役	山本 良一	株式会社大丸松坂屋百貨店代表取締役社長
取締役 兼常務執行役員	塚田 博人	経営計画事業統括部長
取締役 兼執行役員	林 俊保	業務統括部長
取締役	高山 剛	大同特殊鋼株式会社相談役
取締役	竹内 功夫	オーメケンシ株式会社社外取締役
監査役	古田 武	
監査役	清水 定彦	東邦瓦斯株式会社特別顧問
監査役	鶴田 六郎	弁護士 駿河台大学法科大学院教授 帝国ビストンリング株式会社社外取締役 株式会社三菱ケミカルホールディングス社外監査役
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	斎藤 賀大	経営計画事業統括部長経営企画担当
執行役員	阪下 正敏	経営計画事業統括部長グループシステム戦略担当 兼株式会社大丸松坂屋百貨店執行役員業務本部システム企画部長 兼株式会社JFR情報センター代表取締役社長
執行役員	松田 伸治	経営計画事業統括部長開発事業担当
執行役員	清水三樹夫	経営計画事業統括部長関連事業担当
執行役員	榎本 朋彦	経営計画事業統括部長通販事業担当 兼株式会社大丸ホームショッピング代表取締役社長
執行役員	平山誠一郎	経営計画事業統括部長グループ組織要員政策担当 兼株式会社大丸松坂屋百貨店執行役員業務本部人事部長
執行役員	土井 和夫	業務統括部グループコスト政策担当 兼株式会社大丸松坂屋百貨店執行役員業務本部コスト構造改革推進部長 兼株式会社JFRコンサルティング代表取締役社長
執行役員	小澤 雅	業務統括部財務部長

株式情報・株主メモ

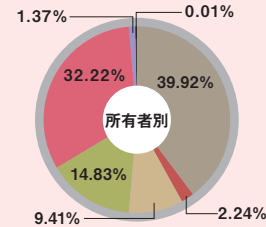
(平成22年8月31日現在)

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	72,336名

大株主	所有株数(千株)	持株比率(%)
1 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	32,283	6.02
2 日本生命保険相互会社	28,906	5.39
3 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	27,297	5.09
4 株式会社三菱東京UFJ銀行	14,291	2.66
5 J.フロントリテイリング 共栄持株会	13,859	2.58
6 第一生命保険株式会社	11,564	2.15
7 東京海上日動火災保険株式会社	8,369	1.56
8 J.フロントリテイリング 従業員持株会	7,828	1.45
9 J.フロントリテイリング 株式会社	7,354	1.37
10 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (住友信託銀行再信託分・株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	6,409	1.19

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	27	0.01
金融機関	87	214,097	39.92
金融商品取引業者	53	11,990	2.24
その他の法人	846	50,457	9.41
外国法人等	357	79,524	14.83
個人・その他	70,991	172,786	32.22
自己名義株式	1	7,354	1.37



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
特別口座の口座管理機関：三菱UFJ信託銀行株式会社

同 連 絡 先：三菱UFJ信託銀行株式会社証券代行部
〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号
(電話料無料) (0120)232-711

(ご注意)

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

当社ホームページアドレス：<http://www.j-front-retailing.com/>

より詳細な開示情報や最新の企業情報をご覧ください。

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、(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店(全国23店舗)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、有効期間を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月中に発行いたします。



01 優待 現金によるお買物が
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(税込値札価格)
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)

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きますと、以下の(株)大丸松坂屋百貨店および関係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。(ただし、フォーエバー21は5%割引)

(株)大丸松坂屋百貨店
大丸心斎橋店、大丸梅田店、大丸東京店、大丸ららぽーと横浜店、大丸浦和バルコ店、大丸京都店、大丸山科店、大丸神戸店、大丸新長田店、大丸須磨店、大丸芦屋店、大丸札幌店、松坂屋名古屋店、松坂屋豊田店、松坂屋高槻店、松坂屋上野店、松坂屋銀座店、松坂屋静岡店
(株)博多大丸(福岡天神店、長崎店)、(株)下関大丸、(株)高知大丸、(株)鳥取大丸
- 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、(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店が独自に発行する商品券・ギフトカード・商品お取替え券・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、(株)大丸松坂屋百貨店、(株)博多大丸および(株)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。)

02 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、(株)大丸松坂屋百貨店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・鳥取の各大丸の有料文化催事には適用されません。)

- 本カードは、(株)大丸松坂屋百貨店および関係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入金にはご利用いただけません。
- 本カードは、(株)大丸松坂屋百貨店および関係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、ユニクロなど)特に各社が指定したものの。
※なお、(株)博多大丸、(株)下関大丸、(株)高知大丸および(株)鳥取大丸では、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。