



J. FRONT RETAILING

2010年 6月17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 代表取締役会長兼最高経営責任者
 奥田 務
 お問合せ先 経営計画事業統括部
 グループ広報・IR担当
 TEL 03-6895-0178

2010年5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：％）

	5月度	累計
百貨店業	0.3 (0.9)	▲1.7 (▲1.2)
スーパーマーケット業	▲6.2	▲3.2
卸売業	▲28.3	▲23.4
その他事業	7.4	11.4
連結合計	▲2.9	▲3.3

(注) 百貨店業合計の()内は松坂屋岡崎店(10年1月31日営業終了)を除く既存店ベース。

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・5月度の百貨店事業の売上は、梅田店の大規模改装工事による売場面積大幅減の影響はあったものの、固定客向け販促強化などにより、初夏もの婦人服、洋品雑貨や食料品を中心に好調に推移し、大丸松坂屋百貨店直営店は対前年1.4%増、関係百貨店を加えた百貨店事業合計は同0.9%増となった。

2) スーパーマーケット業

- ・ピーコックストアは、自由が丘店、上池袋店、東小金井店、新神戸店、泉北晴美台店などが好調を維持したものの、前年市川ニッケコルトン店オープンの反動減や閉鎖店舗（茶山台店・名谷店）の影響もあり、全体としては対前年▲6.2%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲5.5%減、関西地区が同▲7.1%減、中部地区が同▲9.4%減であった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、ホームセンター向け商材やアパレルなど全般に苦戦し、対前年▲28.3%減となった。
- ・その他事業は、大丸京都店改装工事受注などにより好調であった J.フロント建装が牽引した。

お問合せ先	J.フロント リテイリング株式会社	グループ広報・IR担当
	TEL	03-6895-0178
	FAX	03-6674-7565

2010年5月度 百貨店業 営業報告

1. 売上高および入店客数（対前年増減率：％）

	5月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	25.7	85.4	24.7	80.1
大丸 梅田店	▲27.5	▲2.4	▲22.9	▲3.3
大丸 東京店	▲8.5	▲2.7	▲6.7	▲0.5
大丸 ららぽーと横浜店	▲0.7	-	▲2.6	-
大丸 浦和パルコ店	▲5.3	-	▲2.5	-
大丸 京都店	1.5	10.0	▲0.7	6.5
大丸 山科店	▲2.7	-	▲3.4	-
大丸 神戸店	8.2	14.8	▲2.0	6.3
大丸 新長田店	1.0	-	▲1.5	-
大丸 須磨店	3.8	-	3.0	-
大丸 芦屋店	1.3	-	▲0.8	-
大丸 札幌店	6.3	4.0	6.5	4.3
松坂屋 名古屋店	0.7	▲1.3	▲2.3	▲1.5
松坂屋 上野店	▲3.0	4.1	▲0.2	5.2
松坂屋 静岡店	▲0.4	▲0.8	▲6.0	▲4.8
松坂屋 銀座店	4.6	80.2	▲5.9	29.1
松坂屋 高槻店	▲22.2	14.3	▲21.6	8.9
松坂屋 名古屋駅店	38.2	13.2	13.7	6.3
松坂屋 豊田店	▲1.3	0.5	▲1.9	▲0.9
大丸松坂屋百貨店合計	1.4	13.2	▲0.8	9.5
博多大丸	▲1.0	▲2.6	▲2.3	0.4
下関大丸	▲6.3	▲9.8	▲6.4	▲6.3
高知大丸	▲4.1	▲1.7	▲5.4	▲2.9
百貨店事業合計	0.9	-	▲1.2	-

(注1) 松坂屋岡崎店（2010年1月31日営業終了）は除く。

松坂屋岡崎店を含めた売上高は、5月度は直営店合計対前年0.8%増、百貨店事業合計同0.3%増。

3～5月度累計は、直営店合計対前年▲1.4%減、百貨店事業合計同▲1.7%減。

(注2) 参考数値として、大丸松坂屋百貨店のうち大丸合計は対前年2.0%増、松坂屋合計は同0.4%増。

3～5月度累計は、大丸合計対前年0.3%増、松坂屋合計同▲2.7%減。

(注3) 2010年3月から、大阪法人外商は高槻店から心齋橋店へ移管、また、東京店の個人・法人外商および銀座店の個人外商は上野店に移管。

なお、外商移管の影響を除いた売上は、心齋橋店が対前年20.6%増、東京店 同▲3.5%減、上野店 同▲9.3%減、銀座店 同11.2%増、高槻店 同▲0.2%減。累計の売上は、心齋橋店が対前年20.0%増、東京店 同▲2.8%減、上野店 同▲5.7%減、銀座店 同0.8%増、高槻店 同▲1.5%減。

2. 大丸松坂屋百貨店直営店 商品別売上高対前年増減率（％）

	5月度	累計
紳士服・洋品	▲5.2	▲7.9
婦人服・洋品	7.7	3.3
子供服・洋品	3.6	▲2.4
その他の衣料品	▲9.2	▲7.2
衣料品計	4.1	0.3
身回品	▲0.8	▲3.5
化粧品	4.9	2.2
美術・宝飾・貴金属	2.0	0.0
その他雑貨	▲20.8	▲19.3
雑貨計	0.5	▲1.4
家具	▲3.9	▲2.7
家電	21.6	▲13.6
その他の家庭用品	▲0.2	▲1.5
家庭用品計	▲0.3	▲2.4
生鮮	2.0	3.1
菓子	3.9	0.7
惣菜	▲0.4	▲2.0
その他食料品	▲1.5	▲3.9
食料品計	1.3	▲0.4
食堂・喫茶	▲3.3	▲5.7
サービス	▲35.0	▲38.7
その他	▲0.6	6.8
合計	1.4	▲0.8

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、シャツ、ブラウスなど初夏ものの動きが良く、心齋橋店北館開設や京都店改装効果によるヤング・ヤングアダルトファッションの押し上げもあり好調であった。紳士服・洋品は、カジュアルウェアは好調であったものの、ビジネスウェアが苦戦した。身回品は、アクセサリが売場特価中心に好調であったものの、梅田店改装工事の影響もあり婦人靴、ハンドバッグが苦戦した。食料品は、京都店、銀座店の改装による集客効果に加え、神戸店など昨年のインフルエンザの反動増もあり好調であった。雑貨は化粧品が好調を持続し、名古屋店で開催された高級時計の催事が盛況であったことも寄与し前年を上回った。