



J. FRONT RETAILING

2011年 2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

## 2011年1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：％）

	1月度	9～1月度累計
百貨店業	▲ 6.3 (▲ 3.1)	▲ 4.2 (▲ 1.9)
スーパーマーケット業	▲ 3.8	▲ 4.4
卸売業	4.4	▲ 7.0
その他事業	4.3	5.4
連結合計	▲ 5.0	▲ 4.1

(注)百貨店業合計の( )内は、松坂屋岡崎店(2010年1月31日営業終了)、松坂屋名古屋駅店(2010年8月29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

- ・1月度の百貨店事業の売上高は、婦人コートやマフラー、手袋など防寒アイテムを中心にクリアランスセールが堅調に推移したほか、松坂屋全店で実施した「松坂屋創業400周年記念大感謝祭」による嵩上げ効果があったものの、梅田店の大規模改装工事による影響(面積が対前年▲43%減)に、一部地域の積雪・降雪の影響も加わり、大丸松坂屋百貨店合計は対前年▲3.3%減、関係百貨店を加えた百貨店事業合計は同▲3.1%減となった。なお、本前年から梅田店を除くと、大丸松坂屋百貨店合計は対前年▲0.1%減、百貨店事業合計は同▲0.4%減。

#### 2) スーパーマーケット業

- ・ピーコックストアは、1月28日(金)にオープンした「ピーコックストア@中野マルイ」をはじめ、売場改装効果が持続する藤沢トレアージュ白旗店、泉北晴美台店、高野台店などが好調に推移したものの、閉鎖店舗(茶山台店、多摩店など計5店舗)の影響などにより対前年▲3.8%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲2.9%減、関西地区が同▲3.9%減、中部地区が同▲6.2%減であった。

#### 3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、金属加工品や電子部品などの好調により対前年4.4%増となった。
- ・その他事業は、カード会員拡大により伸ばしたJFRカードや人材派遣のディンプルが好調であった。

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

## 2011年1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：％）

	1月度		9～1月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	3.6	1.2	9.1	18.9
大丸 梅田店	▲35.6	▲8.9	▲34.2	▲8.6
大丸 東京店	▲3.9	▲0.5	▲6.3	▲2.1
大丸 ららぽーと横浜店	4.7	-	0.9	-
大丸 浦和パルコ店	2.8	-	2.9	-
大丸 京都店	▲0.8	0.4	▲0.1	2.6
大丸 山科店	▲20.9	-	▲18.0	-
大丸 神戸店	1.3	1.4	▲1.4	0.2
大丸 新長田店	2.4	-	▲0.6	-
大丸 須磨店	6.6	-	8.6	-
大丸 芦屋店	1.5	-	▲0.3	-
大丸 札幌店	3.1	0.7	6.3	2.8
松坂屋 名古屋店	0.5	▲0.2	2.4	3.7
松坂屋 上野店	▲1.3	1.1	4.8	4.2
松坂屋 静岡店	2.6	1.3	0.2	1.9
松坂屋 銀座店	▲24.6	16.8	▲21.3	28.0
松坂屋 高槻店	▲10.8	8.6	▲19.9	7.1
松坂屋 豊田店	3.4	1.2	6.2	5.2
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>▲3.3</b>	<b>0.2</b>	<b>▲1.9</b>	<b>3.7</b>
博多大丸	▲1.8	▲3.4	▲1.8	▲3.0
下関大丸	▲3.9	▲2.6	▲2.3	▲1.8
高知大丸	▲0.6	▲0.4	▲1.9	▲0.9
<b>百貨店事業合計</b>	<b>▲3.1</b>	<b>-</b>	<b>▲1.9</b>	<b>-</b>

(注1) 合計の前年は、松坂屋岡崎店（2010年1月31日営業終了）、松坂屋名古屋店（2010年8月29日営業終了）を除く。

前年に松坂屋岡崎店、名古屋店を含めた1月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲7.0%減、百貨店事業合計 同▲6.3%減。

9～1月度累計の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲4.6%減、百貨店事業合計 同▲4.2%減。

(注2) 参考数値として、大丸松坂屋百貨店のうち1月度の増減率は、大丸合計 対前年▲4.1%減、松坂屋合計 同▲1.8%減。

9～1月度累計の増減率は、大丸合計 対前年▲2.8%減、松坂屋合計 同▲0.0%減。

(注3) 前年度まで高槻店に計上していた大阪法人外商統括部の売上は、本年度から心齋橋店に計上しています。また首都圏外商統合により、

東京店の個人・法人外商、銀座店の個人外商の売上は上野店に計上しています。なお、外商移管の影響を除いた増減率は、

1月度は、心齋橋店 対前年1.5%増、東京店 同▲2.0%減、上野店 同▲5.2%減、銀座店 同▲19.4%減、高槻店 同4.5%増。

9～1月度累計は、心齋橋店 対前年5.7%増、東京店 同▲3.7%減、上野店 同▲1.1%減、銀座店 同▲13.0%減、高槻店 同2.0%増。

### 2. 大丸松坂屋百貨店直営店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	1月度	9～1月度累計
紳士服・洋品	▲5.4	▲5.7
婦人服・洋品	▲3.9	▲0.4
子供服・洋品	▲8.9	▲3.7
その他の衣料品	▲11.8	▲9.1
衣料品計	▲4.8	▲2.0
身回品	▲4.5	▲4.9
化粧品	2.0	0.5
美術・宝飾・貴金属	▲4.3	▲4.1
その他雑貨	▲11.1	▲9.5
雑貨計	▲2.4	▲2.6
家具	▲3.9	▲5.3
家電	▲20.7	▲16.3
その他の家庭用品	1.0	2.2
家庭用品計	▲1.3	▲0.9
生鮮	5.1	1.8
菓子	0.4	▲0.7
惣菜	0.8	▲1.4
その他食料品	▲4.3	▲5.7
食料品計	0.3	▲1.6
食堂・喫茶	▲0.5	▲0.6
サービス	▲5.7	▲11.8
その他	▲6.9	5.5
合計	▲3.3	▲1.9

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品は、気温の低下とともにウールコートや厚手のストールなどの防寒衣料がよく動き、クリアランスセールは一般的に堅調であったものの、梅田店の改装工事による面積減の影響などにより、前年を下回った。紳士服・洋品は、マフラーなどの防寒アイテムは好調も、スーツ、ネクタイなどのビジネス関連が苦戦した。身回品は、婦人ブーツが伸ばしたものの、ハンドバッグなどの不調が響いた。雑貨は、化粧品が好調を持続し、外商顧客中心に高級時計や宝飾品などの高額品にも動きが見られた。食料品は、各店で開催した「ギフト処分セール」の好調による嵩上げ効果もあり前年を上回った。