



JFR J.フロントリテイリング

2008年 8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7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 (%)

	7月度	3～7月度 累計
百貨店業	▲2.4	▲2.9
スーパーマーケット業	▲4.4	▲1.9
卸売業	2.7	▲6.2
その他事業	▲9.2	▲2.7
連結合計	▲2.4	▲3.0

(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

- ・7月の百貨店事業の売上高は、本年は前年に比べ日曜日が▲1日減であったことをはじめ、クリアランスセールが後半に失速したこと、宝飾・美術品など高額品の不調などにより、大丸直営店は対前年▲1.4%減、松坂屋直営店も同▲5.4%減となり、この結果、大丸・松坂屋両社百貨店事業全体では同▲2.4%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)「堂島クロスウォーク店」(5月)「神田妻恋坂店」(6/30)および小型新店舗「エクセ青山」「エクセ蒲田」(いずれも4月)開店による嵩上げはあったものの、「中野店」(前年8月末)、「六角橋店」(5月末)の一時閉鎖の影響もあり▲4.8%減、地区別では関東地区が同▲6.5%減、関西地区は同▲2.3%減であった。  
 一方、松坂屋ストアは、海産物・日配品の苦戦などにより松坂屋スーパーマーケット事業合計で同▲1.9%減となり、大丸・松坂屋両社スーパーマーケット事業合計では同▲4.4%減となった。

#### 3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、電子部品が牽引し、対前年2.7%増となった。

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7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 (%)

	7月度		3～7月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	▲8.6	▲1.1	▲6.7	▲2.1
梅田店	▲3.1	3.8	▲4.9	0.4
東京店	11.5	14.8	10.1	23.0
ららぽーと横浜店	1.4	—	▲6.8	—
浦和パルコ店	—	—	—	—
京都店	▲5.2	▲3.1	▲3.5	▲3.2
山科店	0.0	—	▲0.4	—
神戸店	▲4.9	▲1.4	▲5.1	▲2.4
新長田店	▲2.4	—	▲4.3	—
須磨店	▲4.5	—	▲1.7	—
芦屋店	▲3.5	—	▲2.1	—
札幌店	9.4	6.2	2.3	2.5
直営12店舗計	▲1.4	4.3	▲1.5	4.5
除く浦和パルコ店	▲2.1	—	▲2.4	—
博多大丸	1.4	2.2	▲1.4	0.6
下関大丸	▲5.0	▲7.4	▲4.7	▲5.2
高知大丸	▲4.5	▲3.3	▲5.7	▲4.3
今治大丸	▲4.5	▲8.0	▲4.2	▲8.8
百貨店業合計	▲1.3	—	▲1.8	—
除く浦和パルコ店	▲1.9	—	▲2.5	—

(注) 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 (%)

	7月度	3～7月度 累計
紳士服・洋品	▲3.2	▲8.6
婦人服・洋品	▲3.7	▲5.6
子供服・洋品	▲1.7	▲6.5
その他の衣料品	▲6.5	0.3
衣料品計	▲3.7	▲6.0
身回品	0.5	▲2.4
家具	▲9.3	▲12.3
家電	7.4	▲8.9
その他の家庭用品	▲0.7	▲1.2
家庭用品計	▲3.0	▲4.6
生鮮	1.7	8.6
菓子	7.0	6.7
惣菜	2.7	2.5
その他食料品	▲5.1	0.7
食料品計	1.0	4.4
食堂・喫茶	10.6	15.4
化粧品	9.3	7.6
美術・宝飾・貴金属	▲11.5	▲2.2
その他雑貨	▲1.2	▲3.8
雑貨計	▲2.5	1.8
サービス	2.9	4.4
その他	▲4.0	▲6.4
合計	▲1.4	▲1.5

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品は、パラソルやストール、サングラスなどは活発に動いたものの、主力の婦人服が不調であった。紳士服・洋品は、ポロシャツなどカジュアルウエアは好調に推移したものの、全体では苦戦した。身回品は、パンプスなど婦人靴が好調であった。食料品は、催事企画効果もあり、菓子を中心に堅調であった。雑貨は、化粧品は好調を持続したものの、宝飾・美術品など高額品の不振が響いた。

## 2008年7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 (%)

	7月度		3~7月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲6.4	▲4.0	▲5.1	▲4.7
上野店	▲6.2	4.4	▲5.8	▲4.5
静岡店	▲8.6	0.4	▲6.9	▲0.8
銀座店	▲0.1	1.9	▲3.2	▲1.4
高槻店	4.5	8.7	▲0.4	4.6
名古屋駅前店	▲0.6	11.0	▲2.2	9.0
豊田店	▲6.2	1.5	▲4.5	3.1
岡崎店	▲10.8	▲4.5	▲10.8	▲4.5
直営8店舗計	▲5.4	2.7	▲5.1	▲0.2
横浜松坂屋	24.7	14.5	▲0.5	▲1.8
百貨店業合計	▲4.6	3.2	▲4.9	▲0.3

### 2. 直営店 商品別売上高対前年増減率 (%)

	7月度	3~7月度 累計
紳士服・洋品	▲4.6	▲7.1
婦人服・洋品	▲4.0	▲7.1
子供服・洋品	4.7	▲3.9
その他の衣料品	▲16.2	▲7.4
衣料品計	▲4.9	▲6.9
身回品	▲6.2	▲3.1
家具	▲1.1	▲5.4
家電	▲6.2	▲28.8
その他の家庭用品	▲9.4	▲6.8
家庭用品計	▲6.1	▲8.2
生鮮	▲5.4	▲1.6
菓子	1.9	2.3
惣菜	▲6.5	▲3.5
その他食料品	▲14.0	▲18.9
食料品計	▲7.3	▲6.2
食堂・喫茶	▲7.6	8.1
化粧品	▲3.2	▲0.3
美術・宝飾・貴金属	▲11.2	▲12.8
その他雑貨	10.2	11.6
雑貨計	▲2.3	▲1.2
サービス	▲8.6	▲3.3
その他	▲2.4	12.8
合計	▲5.4	▲5.1

### 3. 売上高概況

紳士服・洋品、婦人服・洋品ともクリアランスセールが低調に推移し前年を下回った。その他の衣料品は、前年大口受注の反動減。食料品は、生鮮・惣菜などお中元ギフトの苦戦と法人外商の大口受注減の影響もあり対前年マイナスとなった。食堂・喫茶は、昨年6月に改装オープンした名古屋店本館レストランが高伸した反動による減。美術・宝飾・貴金属は、高額宝飾品などが不調であった。その他雑貨は、法人外商の大口受注により対前年大幅増となった。