



J.フロントリテイリング

2010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

## 2010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	▲1.4	▲6.5
スーパーマーケット業	▲5.5	▲6.4
卸売業	▲30.6	▲30.4
その他事業	▲5.8	▲10.7
連結合計	▲3.9	▲8.7

### 2. 売上高概況

#### 1) 百貨店業

- ・1月の百貨店事業の売上高は、クリアランスセールスの12月への一部前倒しの影響もあり、序盤は苦戦したものの大丸心齋橋店北館(09年11月オープン)効果をはじめ、カード顧客向け販促強化策や松坂屋岡崎店閉店セールによる押し上げなどもあり、大丸直営店是对前年0.1%増、関係百貨店を含めると同▲0.5%減、松坂屋直営店は同▲3.3%減と減少幅を縮小させた。この結果、百貨店事業全体では同▲1.4%減となった。

店舗別では、大丸は、北館がオープンした心齋橋店のほか、札幌店が5ヶ月連続、ららぽーと横浜店が2ヶ月連続で前年を上回った。松坂屋は、旗艦店の名古屋店が前月に引き続き減少幅を縮小させるとともに、上野店が催事や売場特価など価格対応施策の強化により、法人外商部門を除いた店頭ベースでは対前年▲1.1%減と健闘、また岡崎店が閉店セール効果(10年1月31日閉店)により、およそ3倍増となった。

#### 2) スーパーマーケット業

- ・ピーコックストアは、自由が丘店や青山店、グランパーク田町店、上池袋店、東小金井店など一部店舗は好調であったものの、関西地区旗艦店や中部地区既存店などを中心に苦戦するとともに、閉鎖店舗の影響などもあり、対前年▲5.5%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲4.5%減、関西地区が同▲6.6%減、中部地区が同▲8.8%減であった。

#### 3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、電子部品やホームセンター向け商材などを中心に苦戦し、対前年▲30.6%減となった。

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

## 2010年1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 (%)

	1月度		9~1月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
心齋橋店	24.0	73.3	8.5	46.5
梅田店	▲9.5	▲0.7	▲10.0	▲0.4
東京店	▲1.0	0.7	▲4.0	▲1.3
ららぽーと横浜店	1.5	—	▲0.1	—
浦和パルコ店	▲0.7	—	▲3.1	—
京都店	▲7.3	▲1.7	▲8.9	▲2.9
山科店	▲4.0	—	▲4.5	—
神戸店	▲5.3	▲2.8	▲8.4	▲5.1
新長田店	▲2.2	—	▲4.2	—
須磨店	▲6.2	—	▲6.8	—
芦屋店	▲6.3	—	▲6.8	—
札幌店	6.2	3.5	4.4	0.4
直営12店舗計	0.1	9.5	▲3.6	4.5
博多大丸	▲2.0	0.1	▲4.4	▲2.2
下関大丸	▲4.8	▲7.9	▲5.8	▲5.8
高知大丸	▲4.1	▲4.2	▲5.8	▲5.7
百貨店業合計	▲0.5	—	▲3.8	—

### 2. 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	▲5.7	▲9.9
婦人服・洋品	1.9	▲1.7
子供服・洋品	▲3.1	▲8.4
その他の衣料品	▲2.0	▲4.8
衣料品計	▲0.0	▲3.8
身回品	0.4	▲3.3
家具	1.5	1.8
家電	41.3	▲8.5
その他の家庭用品	0.8	▲5.2
家庭用品計	2.2	▲3.7
生鮮	▲2.6	▲2.8
菓子	1.1	▲0.2
惣菜	▲4.4	▲5.1
その他食料品	▲0.7	▲2.4
食料品計	▲1.5	▲2.5
食堂・喫茶	▲1.1	▲5.0
化粧品	7.5	1.5
美術・宝飾・貴金属	4.8	▲5.8
その他雑貨	▲10.5	▲19.4
雑貨計	3.6	▲4.3
サービス	▲37.8	▲37.1
その他	39.9	25.7
合計	0.1	▲3.6

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品は、クリアランスセールの前月への一部前倒しの影響は見られたものの、心齋橋店北館効果などにより伸ばした。紳士服・洋品は、ヤングアダルトファッションを中心に苦戦した。身回品は、売場特価を中心に活発に動いたアクセサリーが牽引した。食料品は、菓子が堅調であったほか、各店で展開した「ギフト処分セール」が盛況であった。雑貨は、化粧品が好調を持続したほか、外商販売で高級絵画に動きが見られた。

## 2010年1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 (%)

	1月度		9～1月度 累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
名古屋店	▲4.8	▲5.3	▲8.5	▲4.5
上野店	▲11.5	3.3	▲11.0	1.6
静岡店	▲8.7	▲10.9	▲10.7	▲11.4
銀座店	▲3.1	▲2.1	▲10.9	▲11.7
高槻店	▲15.6	2.1	▲2.9	3.6
名古屋駅店	▲12.1	▲2.7	▲9.4	▲2.4
豊田店	▲7.6	▲1.7	▲11.2	▲6.3
岡崎店	215.5	128.9	65.9	33.0
直営8店舗計	▲3.3	▲0.8	▲7.8	▲3.4

### 2. 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	▲1.3	▲10.0
婦人服・洋品	1.1	▲7.5
子供服・洋品	▲17.7	▲14.4
その他の衣料品	21.7	▲3.6
衣料品計	0.5	▲8.1
身回品	▲12.3	▲19.1
家具	▲2.6	▲8.5
家電	▲21.6	▲0.6
その他の家庭用品	▲8.0	▲6.8
家庭用品計	▲6.8	▲7.1
生鮮	3.9	2.4
菓子	▲2.0	▲5.9
惣菜	0.3	▲2.5
その他食料品	2.3	▲0.6
食料品計	0.7	▲2.0
食堂・喫茶	▲9.0	▲11.3
化粧品	0.9	▲7.8
美術・宝飾・貴金属	5.9	▲6.0
その他雑貨	7.2	1.1
雑貨計	4.3	▲6.0
サービス	18.7	11.8
その他	▲23.0	▲12.6
合計	▲3.3	▲7.8

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品は、特選洋品雑貨が好調だったことや岡崎店の閉店セールによる嵩上げもあり、前年を上回った。紳士服・洋品は、大幅増となった岡崎店の閉店セールが牽引しマイナス幅を縮小させた。身回品は、ハンドバッグ等のクリアランスは好調だったものの、その他の商品が苦戦した。食料品は、「ギフト処分セール」が全店で好調だったことなどにより前年を上回った。雑貨は、化粧品が堅調だったことに加え、外商顧客中心に時計・絵画など高額品に動きが見られたため好調だった。  
(上野店は法人外商を除くと対前年▲1.1%減)