



J. FRONT RETAILING

2011年 11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10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：％）

	10月度	9～10月度累計
百貨店業	2.8 ( 3.5 )	1.9 ( 2.6 )
スーパーマーケット業	▲ 6.0	▲ 6.7
卸売業	17.1	11.2
その他事業	▲ 2.0	0.8
連結合計	2.4	1.4

(注) 百貨店業合計の ( ) 内は博多大丸長崎店(2011年7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

- ・10月度の百貨店事業の売上高は、梅田店が前年の2倍増と大きく伸ばし牽引したほか、婦人のニット、コートや紳士のウォームビズ関連商品など、秋冬物ファッション衣料雑貨が活発に動き、ラグジュアリーブランドや絵画・時計など高額品も好調に推移したことから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年4.3%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同3.5%増となった。なお大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに7ヶ月連続で前年実績を上回った。

#### 2) スーパーマーケット業

- ・ピーコックストアは、改装効果が持続するニッケコルトンプラザ店や藤沢トレアージュ白旗店、白楽六角橋店などが好調に推移したものの、閉鎖店舗(みさと店、片倉町店など計3店舗および1事業所)の影響などにより対前年 ▲6.0%減となった。地区別では、首都圏が対前年 ▲6.5%減、関西地区が同 ▲3.2%減、中部地区が同 ▲5.4%減であった。

#### 3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、金属樹脂加工品や電子デバイスの好調により対前年17.1%増となった。
- ・その他事業は、J. フロント建装の前年大口計上の反動などによりマイナスとなった。

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10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：％）

	10月度		9～10月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲7.4	▲11.2	▲7.3	▲10.3
大丸 梅田店	107.5	105.3	93.2	114.5
大丸 東京店	1.1	1.1	▲0.6	0.0
大丸 ららぽーと横浜店	12.0	-	10.3	-
大丸 浦和パルコ店	▲4.2	-	▲1.4	-
大丸 京都店	0.5	▲2.7	▲0.6	▲2.6
大丸 山科店	▲6.3	-	▲4.2	-
大丸 神戸店	0.7	1.6	▲2.1	▲2.4
大丸 新長田店	▲2.9	-	▲3.6	-
大丸 須磨店	▲2.7	-	▲3.5	-
大丸 芦屋店	0.8	-	0.9	-
大丸 札幌店	▲0.0	2.3	2.5	3.7
松坂屋 名古屋店	0.3	▲1.8	1.3	1.8
松坂屋 上野店	1.7	▲0.2	1.0	0.6
松坂屋 静岡店	▲0.3	19.0	▲0.3	12.0
松坂屋 銀座店	▲10.0	▲9.6	▲14.5	▲14.2
松坂屋 高槻店	0.5	7.1	▲1.7	6.1
松坂屋 豊田店	▲0.1	▲2.9	2.8	▲0.9
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>4.3</b>	<b>11.2</b>	<b>3.6</b>	<b>11.5</b>
博多大丸	▲3.9	▲4.3	▲5.6	▲6.1
下関大丸	3.0	▲2.3	▲2.4	▲8.6
高知大丸	▲2.5	▲1.9	▲1.6	▲1.7
<b>百貨店事業合計</b>	<b>3.5</b>	<b>-</b>	<b>2.6</b>	<b>-</b>

（注）博多大丸および百貨店事業合計の前年は、博多大丸長崎店（2011年7月31日営業終了）を除く。

前年に博多大丸長崎店を含めた10月度の博多大丸合計は対前年▲10.2%減、百貨店事業合計は同2.8%増。9～10月度累計は、博多大丸合計同▲12.0%減、百貨店事業合計同1.9%増。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	10月度	9～10月度累計
紳士服・洋品	8.2	6.9
婦人服・洋品	5.2	3.5
子供服・洋品	8.4	6.0
その他の衣料品	1.7	▲0.5
<b>衣料品計</b>	<b>5.7</b>	<b>4.0</b>
身回品	6.4	3.9
化粧品	0.5	0.0
美術・宝飾・貴金属	10.3	8.6
その他雑貨	▲8.7	▲8.1
<b>雑貨計</b>	<b>3.7</b>	<b>2.9</b>
家具	▲6.1	▲6.0
家電	0.3	▲7.9
その他の家庭用品	11.9	10.1
<b>家庭用品計</b>	<b>6.4</b>	<b>4.9</b>
生鮮	▲7.1	▲2.5
菓子	4.1	2.7
惣菜	5.1	6.9
その他食料品	3.6	6.6
<b>食料品計</b>	<b>1.8</b>	<b>3.4</b>
食堂・喫茶	10.7	8.6
サービス	▲11.1	▲16.8
その他	▲3.9	▲0.1
<b>合計</b>	<b>4.3</b>	<b>3.6</b>

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが好調に推移するとともに、梅田店増床効果などによりヤング・ヤングアダルトファッションが伸ばした。紳士服・洋品は、セーターやジャケットなどのウォームビズ関連アイテムが牽引した。身回品は、婦人ショートブーツやアクセサリーなどが活発に動いた。雑貨は、美術・宝飾品などの高額品がお得意様向け催事の盛況により2桁増となった。食料品は、増床した梅田店が2.6倍増と好調を持続した。