



J. FRONT RETAILING

2011年 12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11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：％）

	11月度	9～11月度累計
百貨店業	1.0（1.6）	1.6（2.2）
スーパーマーケット業	▲ 5.6	▲ 6.4
卸売業	1.0	7.6
その他事業	▲ 17.5	▲ 7.0
連 結 合 計	▲ 0.1	0.9

（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

- ・11月度の百貨店事業の売上高は、中旬まで気温が平年を上回って推移したことにより、婦人・紳士コートやネックウェアなど防寒アイテムの動きが鈍かったものの、梅田店が引き続き大幅に売上を伸ばしたほか、ラグジュアリーブランドや美術・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2.6%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同1.6%増となった。なお大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに8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）の影響などもあり対前年 ▲5.6%減となった。地区別では、首都圏が対前年 ▲6.2%減、関西地区が同 ▲3.0%減、中部地区が同 ▲6.4%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1.0%増となった。
- ・その他事業は、J. フロント建装の前年梅田店改装工事の反動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11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：％）

	11月度		9～11月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	▲4.0	▲8.4	▲6.1	▲9.7
大丸 梅田店	84.7	107.8	90.2	112.3
大丸 東京店	0.3	▲1.4	▲0.3	▲0.5
大丸 ららぽーと横浜店	13.0	－	11.1	－
大丸 浦和パルコ店	▲0.2	－	▲1.0	－
大丸 京都店	▲1.8	0.8	▲1.0	▲1.5
大丸 山科店	3.1	－	▲1.8	－
大丸 神戸店	▲3.3	▲3.5	▲2.6	▲2.8
大丸 新長田店	▲0.2	－	▲2.5	－
大丸 須磨店	▲3.1	－	▲3.4	－
大丸 芦屋店	▲2.8	－	▲0.4	－
大丸 札幌店	5.7	5.6	3.5	4.3
松坂屋 名古屋店	▲3.4	▲1.3	▲0.4	0.7
松坂屋 上野店	▲3.0	▲6.5	▲0.6	▲1.8
松坂屋 静岡店	▲5.4	8.4	▲2.0	10.8
松坂屋 銀座店	▲8.5	▲10.6	▲12.5	▲13.0
松坂屋 高槻店	2.9	6.7	▲0.1	6.3
松坂屋 豊田店	▲0.4	0.9	1.7	▲0.3
大丸松坂屋百貨店合計	2.6	11.2	3.3	11.4
博多大丸	▲5.2	▲2.9	▲5.5	▲5.1
下関大丸	▲7.0	▲7.1	▲3.9	▲8.1
高知大丸	▲4.4	▲2.5	▲2.5	▲1.9
百貨店事業合計	1.6	－	2.2	－

（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11月度の博多大丸合計は対前年▲12.3%減、百貨店事業合計は同1.0%増。9～11月度累計は、博多大丸合計同▲12.1%減、百貨店事業合計同1.6%増。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	11月度	9～11月度累計
紳士服・洋品	1.5	4.7
婦人服・洋品	1.7	2.9
子供服・洋品	5.6	5.9
その他の衣料品	▲3.8	▲1.7
衣料品計	1.5	3.1
身 回 品	4.4	4.1
化粧品	3.8	1.4
美術・宝飾・貴金属	11.7	9.7
その他雑貨	▲8.9	▲8.4
雑 貨 計	6.0	4.0
家 具	▲4.5	▲5.4
家 電	▲31.5	▲18.1
その他の家庭用品	7.4	9.2
家庭用品計	1.8	3.8
生 鮮	0.1	▲1.6
菓 子	3.0	2.8
惣 菜	4.9	6.3
その他食料品	2.3	4.6
食料品計	2.6	3.1
食堂・喫茶	10.5	9.2
サービス	▲14.8	▲16.1
そ の 他	▲0.8	▲0.4
合 計	2.6	3.3

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、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好調を持続し、ラグジュアリーブランドも伸ばした。紳士服・洋品は、ニットやジャケットなどウォームビズ関連を中心に堅調であった。身回品は、婦人靴、アクセサリ、ハンドバッグなど全般的によく動いた。雑貨は、美術・宝飾がお得意様向け催事の押し上げにより2ヶ月連続で2桁増となったほか、化粧品も伸長した。食料品は、増床による大幅増が続く梅田店が牽引した。