



J. FRONT RETAILING

2013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

## 2013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 |
|-------------|-------|------------|
| 百貨店事業       | 2.6   | 2.5        |
| パルコ事業       | —     | —          |
| スーパーマーケット事業 | ▲ 7.8 | ▲ 8.3      |
| 卸 売 事 業     | 40.1  | 27.8       |
| クレジット事業     | 4.7   | 4.4        |
| その他事業       | 0.2   | 16.1       |
| 連 結 合 計     | 34.7  | 31.8       |

（注）(株)パルコ及び同社の子会社5社の連結子会社化に伴い、2012年9月度からパルコ事業を新たに追加表示しています。  
 なお、連結合計からパルコ事業を除いた1月度の対前年増減率は2.3%増（パルコ事業は同▲1.9%減）、  
 連結合計からパルコ事業を除いた9～1月度累計の対前年増減率は3.2%増（パルコ事業は同0.7%増）。

### 2. 売上高概況

#### 1) 百貨店事業

- ・1月度の百貨店事業の売上高は、初売りの福袋が好調であったほか、クリアランスセールも堅調に推移し、ラグジュアリーブランドや美術宝飾品など高額品も売上を伸ばしたことに、東京店の増床(12年10月グランドオープン)による売上増効果も加わり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年3.1%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同2.6%増となった。なお大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに6ヶ月連続で前年実績を上回った。

#### 2) パルコ事業

- ・パルコは、初売りの福袋やグランバザールがともに好調に推移したが、1月中旬の関東地方における大雪影響により落ち込んだ売上を主力の衣料品が挽回しきれず、前年を下回った。パルコ事業合計では、対前年▲1.9%減となった。

#### 3) スーパーマーケット事業

- ・ピーコックストアは、主力の首都圏地区で競合店の開店、改装の影響が依然強く、対前年▲7.8%減となった。地区別では、首都圏が対前年▲8.6%減、関西地区が同▲6.9%減、中部地区が同▲7.9%減であった。

#### 4) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、食品、金属樹脂加工品などの好調により対前年40.1%増となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、加盟店手数料収入の増加やリボ払いを利用されるお客様の増加などが寄与し対前年4.7%増となった。
- ・その他事業は、カタログ事業が好調だったJFRオンラインなどが売上を伸ばした。

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

## 2013年1月度 百貨店事業 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           | ▲3.1       | 1.6        | ▲2.6       | 1.5        |
| 大丸 梅田店            | ▲4.1       | ▲3.8       | ▲0.3       | ▲0.5       |
| 大丸 東京店            | 32.7       | 32.8       | 34.0       | 43.2       |
| 大丸 ららぽーと横浜店       | 26.0       | 9.8        | 0.8        | ▲3.7       |
| 大丸 浦和パルコ店         | ▲1.4       | ▲0.9       | ▲0.1       | 0.8        |
| 大丸 京都店            | 1.0        | 2.4        | ▲0.5       | 1.3        |
| 大丸 山科店            | ▲0.6       | 0.3        | ▲0.5       | ▲0.4       |
| 大丸 神戸店            | 4.3        | 4.0        | 5.2        | 6.3        |
| 大丸 新長田店           | 120.3      | 28.5       | 34.4       | 3.5        |
| 大丸 須磨店            | ▲2.3       | ▲0.1       | 0.4        | 0.4        |
| 大丸 芦屋店            | ▲2.2       | ▲2.0       | ▲2.3       | ▲4.8       |
| 大丸 札幌店            | ▲0.5       | ▲1.1       | 1.0        | ▲0.5       |
| 松坂屋 名古屋店          | 0.4        | 10.5       | 1.5        | 18.4       |
| 松坂屋 上野店           | ▲1.9       | ▲1.3       | ▲3.0       | ▲2.3       |
| 松坂屋 静岡店           | 4.2        | 4.0        | ▲0.7       | 0.7        |
| 松坂屋 銀座店           | ▲12.4      | ▲19.8      | ▲9.0       | ▲15.9      |
| 松坂屋 高槻店           | 0.3        | ▲8.0       | ▲1.5       | ▲6.7       |
| 松坂屋 豊田店           | 4.1        | 2.7        | 2.0        | 2.8        |
| <b>大丸松坂屋百貨店合計</b> | <b>3.1</b> | <b>4.0</b> | <b>2.9</b> | <b>5.9</b> |
| 博多大丸              | 0.6        | ▲5.7       | ▲0.4       | ▲5.2       |
| 下関大丸              | ▲5.0       | ▲2.5       | ▲2.9       | ▲0.9       |
| 高知大丸              | ▲0.9       | ▲0.4       | ▲1.4       | ▲1.4       |
| <b>百貨店事業合計</b>    | <b>2.6</b> | <b>3.2</b> | <b>2.5</b> | <b>5.0</b> |

### 2. 大丸松坂屋百貨店 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    | 2.2   | 2.3        |
| 婦人服・洋品    | 5.1   | 6.3        |
| 子供服・洋品    | ▲1.4  | 0.4        |
| その他の衣料品   | 7.1   | 5.8        |
| 衣料品計      | 4.3   | 5.3        |
| 身 回 品     | ▲1.3  | ▲1.8       |
| 化粧品       | ▲0.3  | 3.5        |
| 美術・宝飾・貴金属 | 7.5   | 2.7        |
| その他雑貨     | ▲0.8  | 6.1        |
| 雑 貨 計     | 3.0   | 3.4        |
| 家 具       | ▲10.9 | ▲12.0      |
| 家 電       | 15.7  | 10.8       |
| その他の家庭用品  | 11.4  | 4.5        |
| 家庭用品計     | 5.5   | 0.6        |
| 生 鮮       | 0.2   | ▲1.6       |
| 菓 子       | 1.1   | 2.0        |
| 惣 菜       | 8.2   | 8.4        |
| その他食料品    | 6.1   | 0.7        |
| 食料品計      | 3.9   | 2.4        |
| 食堂・喫茶     | 0.8   | 4.4        |
| サービス      | ▲25.6 | ▲24.7      |
| そ の 他     | ▲1.3  | ▲1.5       |
| 合 計       | 3.1   | 2.9        |

### 3. 売上高概況

婦人服・洋品、紳士服・洋品は、クリアランスセールが堅調であったことに加え、ラグジュアリーブランドも売上を伸ばした。身回品は、ロングブーツが活発に動いた婦人靴は好調であったが、アクセサリーが伸び悩んだ。雑貨は、時計、宝飾品、美術品など高額品が好調を持続した。食料品は、増床した東京店や春の改装効果が持続する神戸店が牽引した。