



2009年度期末

# 株主 通信

[第3期]  
平成21年3月1日から  
平成22年2月28日まで

# 5



J.フロント リテイリング株式会社

証券コード：3086

# 経営統合が完了、新体制のもと 新百貨店モデルの確立へ

株主の皆さまには、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

デフレが進行し、個人消費の低迷が続く中、J.フロント リテイリング（JFR）グループは厳しい経営を強いられました。しかし、「新百貨店モデル」確立に向けた経営改革への取り組みが奏功し、当期純利益では2期ぶりに増益を達成いたしました。

また、今年3月には、大丸と松坂屋を統合した「大丸松坂屋百貨店」が発足、大丸と松坂屋の経営統合が完了いたしました。これに合わせ、奥田務をJFR代表取締役会長兼CEO、茶村俊一をJFR代表取締役社長、山本良一を大丸松坂屋百貨店代表取締役社長とする新体制がスタートいたしました。

新体制のもと、私たちが目指すのは、従来の百貨店のビジネスモデルの抜本的な再構築です。マーケットの変化に迅速に適合し、対象とするマーケットの拡大をはかることで、より多くのお客さまにわざわざ足を運んでいただけるような、魅力的で収益性の高い百貨店の創造に取り組んでまいります。

代表取締役会長 兼 最高経営責任者 (CEO) **奥田 務**      代表取締役社長 **茶村俊一**

代表取締役会長  
兼 最高経営責任者 (CEO)  
**奥田 務**

64年大丸入社。常務、社長を経て03年5月から大丸会長兼最高経営責任者（CEO）。07年9月よりJ.フロント リテイリング代表取締役社長兼CEO。10年3月、同社代表取締役会長兼CEOに就任。



代表取締役社長  
**茶村 俊一**

69年松坂屋入社。同社専務、松坂屋ホールディングス社長を経て、08年5月より松坂屋代表取締役社長。10年3月、J.フロント リテイリング代表取締役社長に就任。



当期の概況

## 純利益で2期ぶりの増益を達成

当期のJFRグループの連結業績は、売上高が9,825億円と、前期比では10.4%の減収ながら1月に公表いたしました予想比では1.1%の増収になりました。これは主として、百貨店事業を中心に商品構成や品揃えなどの見直しを進めた結果、第4四半期の売上高が予想よりも105億円増加したことによるものです。

これにより営業利益が185億円と、前期比では33.8%減ながら同予想比では26.4%増となる一方、当期純利益は81億円と、前期比で13.9%増、同予想比でも25.6%増となり、2期ぶりの増益を達成できました。これに伴い期末の1株当たり配当額も、予想より1円多い7円に増額させていただきました。

セグメント別では、百貨店事業が前期比9.0%の減収、39.9%の営業減益となりました。昨年11月にオープンした大丸心齋橋店北館が売上高をかさ上げしたものの、厳しい消費環境・競合状況が続いたことに加え、大丸梅田店などの関西基幹店が相次ぎ大規模な改装工事に入ったことが要因です。そのような中でも、お客さまの節約志向やカジュアル化などの価値観変化への対応、ヤングからアラウンド30といった新しい顧客層の開拓に取り組んだ結果、売上高の減少幅を最小限に止めることができました。

一方、スーパーマーケット事業は、既存店が苦戦したことから前期比5.7%の減収となりましたが、徹底した効率経営に取り組んだ結果、利益面では前期比29.3%の営業増益に転じました。

卸売事業は、化学品などの産業資材をはじめ全体的に厳しい状況が続き、前期比27.4%の減収、28.0%の営業減益でした。

その他事業は、建装事業の大幅減収の影響で11.6%の減収となりましたが、カード事業など8社が増益となり、9.6%の増益となりました。



大丸心齋橋店 (左 北館・右 本館)

Point 2

新百貨店モデル

“わざわざ足を運びたくなる”  
店づくりに向けて

JFRグループは、「新百貨店モデル」の確立に、全力を挙げ取り組んでおります。

「新百貨店モデル」とは、ひとこと言えば「お客さまがわざわざ足を運びたくなるような、魅力的で収益性の高い店舗を創造するための百貨店再生プログラム」のことです。従来のモデルと大きく異なる点はマーチャンダイジング（商品政策）中心の業務運営から、“マーケティングを基軸にした商業施設プロデュース型”に重点を移すことにあります。

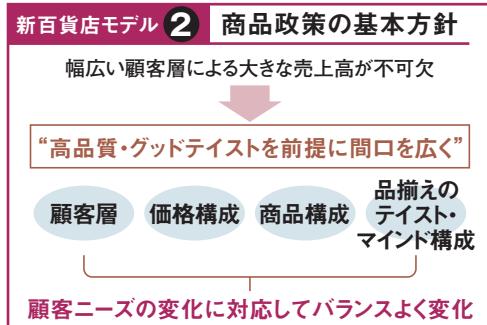
具体的には、店舗が立地する地域ごとにマーケティング調査を行い、それをもとにそれぞれの店舗やフロアのコネクトを明確にした上で、お取引先が主体となって売場運営を行う「ショップ運営売場」を中心に、自らが仕入と販売を行い在庫リスクも負う「自主運営売場」やサービス機能を効果的に組み合わせ、魅力的で経営効率の高い店舗やフロアを構築してまいります。

また、不動産コストの高い都市部に大規模な店舗を構築していることを考慮すると、経営上百貨店には幅広い顧

客層からの大きな売上高が不可欠となります。そのためには、バリエーションのある“百貨店としての”低価格な商品から高級品までを幅広く揃え、状況の変化に応じて、それぞれのウ

ェートを柔軟に変えていく必要があります。その点、JFRグループの都市部の主要店舗はほとんどが4~5万平米以上の広さを持つため、幅広い品揃えが可能です。また、在庫リスクのない「ショップ運営売場」を主軸とすることにより、市場の変化に柔軟に対応できることも強みであります。

加えて、店舗の差別化と競争力強化をはかるため、お客さまに“これが私の売場”と感じていただけるような、スペシャリティのある売場やゾーンを構築する必要があります。ターゲットを絞り込み、そのライフスタイルに特化した「ターゲット絞り込み型」や特定商品カテゴリーで圧倒的な品揃えを実現する「パワーカテゴリー型」を中心に、スペシャリティゾーンの開発を進めてまいります。



新百貨店モデル 1 自主運営売場とショップ運営売場

自主運営売場 (売上構成比:20%)	ショップ運営売場 (売上構成比:80%)
マーチャンダイジングを重視した小売業型を基本に運営	マーケティングを基軸にした商業施設プロデュース型を基本に運営

店舗・フロアゾーンのコンセプトに合わせて効果的に組み合わせ

顧客にとって魅力的で、経営的に効率の高い店づくりと運営



うふふガールズ

大丸心齋橋店北館  
「新百貨店モデル」の高い効果を確認

これらの取り組みを具体化したのが、昨年11月にオープンした大丸心齋橋店北館です。中でもヤングとアラウンド30の女性向けに値ごろ感のある多彩なショップを集めたスペシャリティゾーン「うふふガールズ」は、先述の「ターゲット絞り込み型」スペシャリティゾーンの典型。オープン以来強力な集客力を発揮し、「新百貨店モデル」の先駆けとして大きな手ごたえを感じています。

また、「うふふガールズ」にご来店されたお客さまの、化粧品や食品売場をはじめ既存の本館などへの買い回りも増えており、心齋橋店全館を合計した年齢層別お買上げ額は、18歳~24歳が118%増、25歳~34歳が27%増と、いずれも大幅な増加が確認できました（オープン~2月末までの間）。

私たちはこの成果を、全国の大丸や松坂屋の店舗にも広げていく方針です。既に、今年4月に改装オープンした大丸京都店には、京都版「うふふガールズ」をはじめ、複数のスペシャリティゾーンを開発、導入しました。今後は、大丸梅田店や神戸店、松坂屋名古屋店でも、各店の地域特性に合った売場展開を進めてまいります。



STRAIGHT NEWS  
大丸松坂屋百貨店が発足

株式会社大丸と株式会社松坂屋は3月1日をもって合併、「株式会社大丸松坂屋百貨店」となりました。当社グループではこれまで、1業種1社を基本に関連事業の再編・統合を行ってまいりましたが、今回、百貨店事業の統合をもって、グループ内での1業種1社体制が完成いたしました。

合併に伴い、大丸松坂屋百貨店は、百貨店経営に関わる全ての機能を保有した自己完結型組織となりました。一方、JFRは持株会社として、グループ全体の経営戦略の立案や経営資源配分、事業会社の経営管理や統制、グループ事業構造の変革などの機能を担います。

なお、皆さまにご愛顧いただいている「大丸」「松坂屋」の商号は、今後も変わらず維持してまいります。



# Point 3 3つの課題に取り組み、営業増益を目指す

2010年度も、引き続き百貨店業界にとっては厳しい年となることが予想されます。その中で、JFRグループを本格的な利益成長軌道に乗せるためには、従来の百貨店経営の修正や改善ではない、業態変革レベルの経営改革が求められます。そこで私たちは、新百貨店モデルの確立を含め、次の3つの課題に取り組んでまいります。

- 01 新百貨店モデルの確立
- 02 関連事業の収益力強化とグループ事業構造の変革
- 03 改革を推進する人材の育成

②については、これまでのように、経営資源のほとんどを百貨店に投入するのではなく、時代の変化に対応した柔軟な資源配分を行い、既存関連事業の強化をはかるとともに、成長分野（WEB通販等）への取り組みを強化いたします。

また、私たちが取り組んでいる改革には前例も教科書もなく、その成否は、ひとえにそれを実行する人材にかかっています。それぞれの分野で必要とされるプロフェッショナルな人材像を明確にし、その育成に取り組んでまいります。

2010年度は、これらの取り組みにより、連結売上高9,700億円（前期比1.3%減）、営業利益は3期ぶりの増益となる190億円（同2.2%増）を目指してまいります。

JFRグループは、企業価値の向上と持続的な成長を可能とする新しいビジネスモデルの確立に向け、新経営体制のもと一丸となって、スピードを第一に実行してまいります。

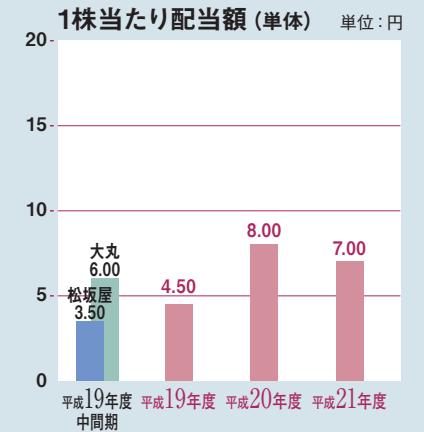
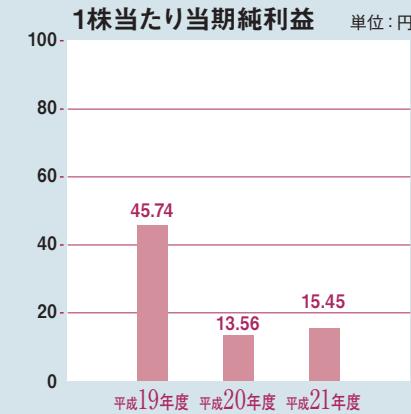
## 2010年度 連結業績見通し

売上高：9,700億円（前期比1.3%減）  
 営業利益：190億円（同2.2%増）  
 経常利益：188億円（同5.8%減）  
 当期純利益：92億円（同12.6%増）

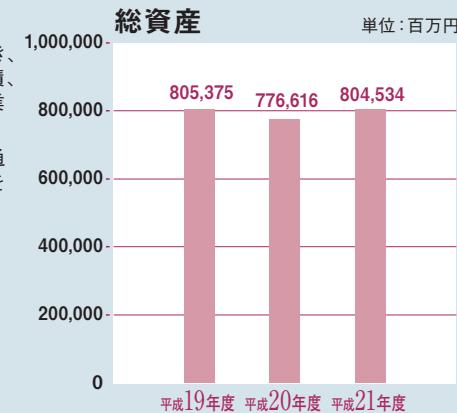


## 財務ハイライト (連結)

Financial Highlights



※1 企業結合に係る会計基準に基づき、大丸グループについては通期業績、松坂屋グループについては下期業績を連結しております。  
 ※2 松坂屋グループの業績について、通期の業績を連結した場合の数値を参考として記載しております。



# 当期の概況

JFR (平成21年3月1日から平成22年2月28日まで)

J.フロントリテイリング株式会社

## 経営成績

当連結会計年度の日本経済は、企業収益に回復の動きが見られましたが、デフレが進行し、雇用・所得環境の改善が進まない中、個人消費が伸び悩みなど、引き続き厳しい状況で推移いたしました。

百貨店業界では、業種・業態を超えての競争激化に加え、節約志向の一段の高まりをはじめ、消費者の価値観の激変などから、売上が前年実績を大きく下回り、店舗の閉鎖決定が相次ぐなど、極めて厳しい状況が続きました。

このような状況下、当社は従来の百貨店ビジネスモデルではこの激変の時代を乗り切れないとの認識のもと、事業再生を目指した「新百貨店モデル」構築を中心とする経営の構造改革に着手いたしました。その第一歩として、昨秋取得した大丸心齋橋店「北館」において、新しい店づくりをスタートさせました。

さらに、今後の経営基盤強化を図るため、大丸梅田店、大丸東京店などの既存店舗増床計画や銀座六丁目地区再開発計画などを推進する一方、松坂屋岡崎店を1月に閉鎖いたしました。また、JR名古屋駅前の再開発計画に伴い、松坂屋名古屋店の営業終了を決定いたしました。



このような経営の構造改革や経営基盤強化を加速させ、意思決定の迅速化と一層の経営の効率化を図るため、当初予定より前倒して、本年3月に百貨店事業の大丸、松坂屋を合併し、新社名を株式会社大丸松坂屋百貨店とする新体制を始動させました。

また、あらゆる経費の一層の効率化を目指して、外部委託業務の内製化をはじめ経費構造の更なる見直しとグループ全体のコストコントロール強化に徹底的に取り組み、人的生産性の向上に向けても、要員のスリム化と少数精鋭化を進め、組織・要員構造改革に全社を挙げて取り組みました。



大丸梅田店 増床完成予想図



大丸東京店



大丸心齋橋店



以上のような諸施策に加え、売上減少を最小限にとどめるための営業収益拡大策に全力で取り組みましたが、当期の連結業績は、百貨店事業を中心に売上が伸び悩み、売上高は10.4%減の9,825億33百万円となりました。損益面でも、販売費及び一般管理費の削減に努めましたが、営業利益は33.8%減の185億84百万円、経常利益は29.4%減の199億66百万円となりました。

一方、特別利益として固定資産売却益、投資有価証券売却益などを計上し、また、特別損失として大丸浦和パルコ店ほかの減損損失、松坂屋岡崎店ほかの事業整理損などを計上いたしました結果、当期純利益は13.9%増の81億67百万円となりました。

なお、中間配当は見送らせていただきましたが、期末配当金につきましては、1株につき7円とさせていただきます。

事業の種類別セグメントの業績は、以下のとおりであります。

## 百貨店事業

当事業では、従来の百貨店が抱えてきた「マーケット対応力の弱さ」と「高コスト・低収益構造」を克服するため、新しい百貨店業態への転換を目指した「新百貨店モデル」の構築に全力で取り組みました。11月にオープンした大丸心齋橋店「北館」では、マーケットの変化に機敏に対応するため、地下1階・地下2階にヤング層を対象としたレディースファッションフロア「うふふガールズ」を展開したほか、「アラサー」と呼ばれる30歳前後の方々を対象としたさまざまなセレクトショップや、消費者の関心が高まっている「コト消費」関連売場としての美と癒しをテーマとするショップ、ゴルフスクールなどを導入いたしました。オープンに際しては、ブログやフリーペーパーなどの新しいコミュニケーションツールを活用したプロモーションを実施いたしました。また、運営面では、徹底した少人数で売場運営を行うローコスト体制を構築いたしました。今後はこの「北館」の店づくりについて検証を重ね、完成度をさらに高めつつ、その成果を各店に広めてまいります。

また、全店舗では、消費のカジュアル化、低価格化に対応したブランドや商品を導入したほか、バーゲンセールなどの開催時期の前倒し・拡大など、これまでの施策の見直しを行いました。さらに、秋のシルバーウィークに開催したサンクスフェスティバルでは、総額1億円が当たる大抽選会や携帯電話で手軽に参加できるプレゼントキャンペーンを実施したほか、歳暮ギフト品の処分セールなど、話題性と集客力の高い販売促進活動をタイムリーに実施いたしました。



総額1億円プレゼント大抽選会  
(大丸神戸店)



大丸心斎橋店北館1階

以上のような施策に取り組みましたが、高額品やファッション商品の買い控えなどの影響により購買単価が下落し、既存店の売上は引き続き苦戦を余儀なくされました。この結果、売上高は、大丸心斎橋店「北館」のオープン、松坂屋岡崎店の閉店セールが寄与いたしましたが、9.0%減の7,609億19百万円、また営業利益は、販売費及び一般管理費の効率化に取り組みましたが、39.9%減の129億95百万円となりました。



ピーコックストア ニッケコルトンプラザ店

## スーパーマーケット事業

ピーコックストアは、地域のお客さまに支持される食品スーパーマーケットを目指して、食の安全・安心に加え、値ごろ感のあるプライベートブランド商品開発の促進や、「毎日がお買い得」などの新たな企画の拡大展開に努め、消費者の節約志向に応じた品揃えに取り組みました。



ピーコックストア 白楽六角橋店



ピーコックストアの  
店内用ポスター

さらに、5月にニッケコルトンプラザ店（千葉県市川市）、11月には白楽六角橋店（神奈川県横浜市）を新規オープンいたしましたが、厳しい売上状況の中、店舗閉鎖や地域間における競合激化の影響も加わり、売上高は5.7%減の1,232億58百万円となりました。

しかしながら、徹底したローコスト運営の視点で店舗業務を見直し、本部機能も集約化することで人的生産性の向上を図り、販売費及び一般管理費を大幅に圧縮した結果、営業利益は29.3%増の14億29百万円となりました。

## 卸売事業

大丸興業では、市場環境悪化により、化学品や金属・樹脂加工品の産業資材をはじめ全部門に亘り苦戦を呈した中、新規商材の開発や新たな販路の開拓に取り組みましたが、売上高は27.4%減の632億49百万円となりました。また、あらゆる経費の一層の合理化を図りましたが、営業利益は28.0%減の25億73百万円となりました。

## その他事業

その他事業では、建装事業の大幅な減収もあり、売上高は11.6%減の810億44百万円となりました。しかしながら、各社が販売費及び一般管理費の削減によって業績を下支えし、加えてクレジット事業においてはカード会員数の拡大が業績に大きく寄与したことから、営業利益は9.6%増の28億3百万円となりました。



DAIMARU CARD

マツザカヤカード

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	当期 (平成22年2月28日現在)	前期 (平成21年2月28日現在)	科目	当期 (平成22年2月28日現在)	前期 (平成21年2月28日現在)
<b>(資産の部)</b>			<b>(負債の部)</b>		
<b>流動資産</b>	<b>178,744</b>	<b>176,833</b>	<b>流動負債</b>	<b>263,109</b>	<b>274,228</b>
現金及び預金	44,103	32,858	支払手形及び買掛金	76,955	79,685
受取手形及び売掛金	59,598	62,137	短期借入金	46,324	42,556
有価証券	776	1,093	1年内償還予定の社債	5,000	14,000
たな卸資産	35,186	42,939	未払法人税等	2,972	3,563
繰延税金資産	13,295	10,993	前受金	27,610	29,232
その他	26,456	27,554	商品券	33,311	35,275
貸倒引当金	△673	△743	賞与引当金	6,979	7,735
<b>固定資産</b>	<b>625,790</b>	<b>599,782</b>	役員賞与引当金	221	185
<b>有形固定資産</b>	<b>499,571</b>	<b>467,173</b>	販売促進引当金	350	354
建物及び構築物	135,932	128,201	商品券等回収損失引当金	8,413	7,317
土地	358,177	334,271	事業整理損失引当金	1,641	2,679
建設仮勘定	2,870	2,362	その他	53,328	51,644
その他	2,591	2,338	<b>固定負債</b>	<b>217,918</b>	<b>186,118</b>
<b>無形固定資産</b>	<b>18,951</b>	<b>20,285</b>	社債	—	5,000
<b>投資その他の資産</b>	<b>107,267</b>	<b>112,323</b>	長期借入金	74,612	33,121
投資有価証券	28,405	34,031	繰延税金負債	98,331	98,072
長期貸付金	992	1,089	再評価に係る繰延税金負債	1,492	1,492
敷金及び保証金	51,420	50,048	退職給付引当金	32,002	34,422
繰延税金資産	11,215	12,263	役員退職慰労引当金	58	51
その他	18,074	17,251	負ののれん	5,761	8,086
貸倒引当金	△2,840	△2,360	その他	5,660	5,871
<b>資産合計</b>	<b>804,534</b>	<b>776,616</b>	<b>負債合計</b>	<b>481,028</b>	<b>460,347</b>
			<b>(純資産の部)</b>		
			<b>株主資本</b>	<b>315,231</b>	<b>308,987</b>
			資本金	30,000	30,000
			資本剰余金	209,636	209,657
			利益剰余金	81,585	75,310
			自己株式	△5,991	△5,980
			<b>評価・換算差額等</b>	<b>△736</b>	<b>△1,125</b>
			その他有価証券評価差額金	△676	△1,161
			繰延ヘッジ損益	△60	35
			<b>新株予約権</b>	<b>124</b>	<b>130</b>
			<b>少数株主持分</b>	<b>8,887</b>	<b>8,276</b>
			<b>純資産合計</b>	<b>323,506</b>	<b>316,268</b>
			<b>負債純資産合計</b>	<b>804,534</b>	<b>776,616</b>

Point 連結貸借対照表

資産合計は前期末と比べ279億18百万円の増加となりました。内訳としましては、流動資産は現金及び預金の増加により、19億11百万円増加、また、固定資産は大丸心斎橋店北館取得などに伴い有形固定資産が323億98百万円増加したことにより、合計では260億8百万円増加しております。

一方、負債合計も長期借入金を合わせた有利子負債が、大丸心斎橋店北館取得などの資金需要により312億60百万円増加したこと、206億81百万円の増加となりました。

Point 連結損益計算書

連結売上高は、9,825億33百万円で、対前期比10.4%の減収となりました。

売上総利益率は0.1ポイント低下。販売費及び一般管理費はコストの効率化を進め8.1%削減いたしました。営業利益は33.8%の減益となりました。

一方、当期純利益は、固定資産売却益の計上などによる特別利益の増加に加え、投資有価証券評価損など特別損失の減少により、13.9%の増益となりました。

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	当期 (平成21年3月1日から 平成22年2月28日まで)	前期 (平成20年3月1日から 平成21年2月28日まで)
<b>売上高</b>	<b>982,533</b>	<b>1,096,690</b>
<b>売上原価</b>	<b>742,321</b>	<b>827,407</b>
(売上総利益)	240,211	269,282
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>221,627</b>	<b>241,189</b>
<b>営業利益</b>	<b>18,584</b>	<b>28,092</b>
<b>営業外収益</b>	<b>7,899</b>	<b>7,891</b>
受取利息	254	276
受取配当金	502	634
債務勘定整理益	3,371	3,317
負ののれん償却額	2,326	2,336
持分法による投資利益	200	122
その他	1,245	1,204
<b>営業外費用</b>	<b>6,517</b>	<b>7,695</b>
支払利息	1,679	1,616
固定資産除却損	183	83
商品券等回収損失引当金繰入額	3,615	3,731
その他	1,039	2,263
<b>経常利益</b>	<b>19,966</b>	<b>28,289</b>
<b>特別利益</b>	<b>5,186</b>	<b>1,352</b>
固定資産売却益	3,134	—
投資有価証券売却益	970	1,352
関係会社株式売却益	57	—
事業整理損失引当金戻入額	938	—
その他	85	—
<b>特別損失</b>	<b>11,330</b>	<b>21,182</b>
固定資産売却損	—	43
固定資産処分損	1,195	1,622
投資有価証券評価損	1,800	9,833
たな卸資産評価損	665	—
関係会社株式売却損	—	28
減損損失	3,505	2,824
事業整理損	1,251	5,761
統合関連費用	—	721
不動産取得関連費用	1,822	—
その他	1,089	347
<b>税金等調整前当期純利益</b>	<b>13,822</b>	<b>8,459</b>
法人税、住民税及び事業税	4,807	5,812
過年度法人税等	1,598	—
法人税等調整額	△1,411	△5,275
少数株主利益	661	751
<b>当期純利益</b>	<b>8,167</b>	<b>7,170</b>

連結株主資本等変動計算書 (平成21年3月1日から平成22年2月28日まで)

(単位:百万円)

	株 主 資 本					評 価 ・ 換 算 差 額 等			新株 予約権	少数株主 持分	純資産 合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	評価・換算差額 等合計			
平成21年2月28日残高	30,000	209,657	75,310	△5,980	308,987	△1,161	35	△1,125	130	8,276	316,268
当期変動額											
剰余金の配当			△1,851		△1,851						△1,851
当期純利益			8,167		8,167						8,167
自己株式の取得				△52	△52						△52
自己株式の処分		△20		42	21						21
連結除外に伴う減少高			△41		△41						△41
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)						484	△95	388	△5	611	994
当期変動額合計	—	△20	6,274	△10	6,243	484	△95	388	△5	611	7,237
平成22年2月28日残高	30,000	209,636	81,585	△5,991	315,231	△676	△60	△736	124	8,887	323,506

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科 目	当 期	前 期
	(平成21年3月1日から 平成22年2月28日まで)	(平成20年3月1日から 平成21年2月28日まで)
営業活動による キャッシュ・フロー	22,996	22,686
投資活動による キャッシュ・フロー	△40,879	△11,676
財務活動による キャッシュ・フロー	29,212	△13,510
現金及び現金同等物に 係る換算差額	△121	△136
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	11,208	△2,636
現金及び現金同等物の 期首残高	32,307	34,944
現金及び現金同等物の 期末残高	43,515	32,307

Point 連結株主資本等変動計算書

純資産合計は前期末と比べ72億37百万円の増加となりました。主に「利益剰余金」の増加62億74百万円によるものであります。

Point 連結キャッシュ・フロー計算書

- **営業活動によるキャッシュ・フロー**  
主に在庫を圧縮(たな卸資産77億03百万円減)したことなどにより、前期に比べ3億10百万円増加の229億96百万円の収入となりました。
- **投資活動によるキャッシュ・フロー**  
保有株式・不動産の売却による収入162億98百万円があった一方、大丸心齋橋店北館など固定資産の取得による支出557億48百万円があったことにより408億79百万円の支出となりました。
- **財務活動によるキャッシュ・フロー**  
社債償還と固定資産の取得資金として、借入調達を474億50百万円実施したことにより、292億12百万円の収入となりました。

# 株主様ご優待制度のご案内

J.フロント リテイリング株式会社は、毎年2月末日現在で1,000株以上ご所有の株主の皆さまに対し、(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店(全国24店舗)でご利用いただける「J.フロントリテイリング株主様 お買い物ご優待カード」を5月中に発行いたします。

なお、毎年8月31日現在の新規株主の皆さまには、有効期間を12月1日から半年間、ご利用限度額を下表の半額に設定し、11月中に発行いたします。



01 優待 現金によるお買物が  
**10%OFF!**

ただし、税込1,000円未満のお買物については割引いたしません。また、一部割引対象外の商品がございます。

02 優待 大丸・松坂屋の各店ミュージアムなどに  
**無料入場!**

本カードのご提示により、ご本人およびご同伴者1名様に限り、(株)大丸松坂屋百貨店の有料文化催事へ無料でご入場いただけます。

ご利用限度額 (毎年6月1日から翌年5月31日まで)

2月末ご所有株式数	ご利用限度額 (税込値札価格)
1,000株以上 3,000株未満	100万円
3,000株以上 10,000株未満	単元株数(1,000株)ごとに50万円ずつ加算
10,000株以上	500万円(上限)

ご利用上のご注意

- 本カードは、お買い上げ時に売場係員にご提出いただきますと、以下の(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店における税込1,000円以上の現金による値札価格でのお買物に限り、上記のご利用限度額の範囲内でその10%を割引いたします。(ただし、フォーエバー-21は5%割引)  
-----  
(株)大丸松坂屋百貨店  
大丸心齋橋店、大丸梅田店、大丸東京都、大丸ららぽーと横浜店、大丸浦和パルク店、大丸京都店、大丸山科店、大丸神戸店、大丸新長田店、大丸須磨店、大丸芦屋店、大丸札幌店、松坂屋名古屋店、松坂屋名古屋駅前店、松坂屋豊田店、松坂屋高槻店、松坂屋上野店、松坂屋銀座店、松坂屋静岡店  
(株)博多大丸(福岡天神店、長崎店)、(株)下関大丸、(株)高知大丸、(株)鳥取大丸
- 本カードは、全国百貨店共通商品券(日本百貨店協会加盟店発行分)、百貨店ギフトカード、(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店が独自に発行する商品券・ギフトカード・商品お取替え券・友の会カードの通用店でのお買物に限り、現金によるお買物と同様にご利用いただけます。なお、他社発行クレジットギフト券によるお買物につきましては、(株)大丸松坂屋百貨店、(株)博多大丸および(株)下関大丸でのご利用時のみ、現金によるお買物と同様にご利用いただけます。
- 本カードは、(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店のお得意様口座、各種クレジットカード、通信販売・代金引換によるお買物およびそのご入金にはご利用いただけません。
- 本カードは、(株)大丸松坂屋百貨店および関係百貨店のお買物優待券、お買物優待制度、他の割引およびポイント付与制度との併用はできません。
- 本カードは、次のものについては割引いたしません。  
生鮮食品(海産物・精肉・青果)、書籍・CD類、たばこ、切手・印紙類、商品券類、各種商品引換券・ギフト券類、金・白金・銀の地金、貨幣類、各種送料・箱代・修理代、レストラン・喫茶、理容・美容室・エステティックなどの施術サービス、旅行代金、その他(ルイヴィトン、ティファニー、ブルガリ、カルティエ、エルメス、ロエベ、シャネル、ユニクロなど)特に各社が指定したものの。  
※なお、(株)博多大丸、(株)下関大丸、(株)高知大丸および(株)鳥取大丸では、上記に加え、「特価商品、食料品全般」については割引いたしません。
- 本カードは、他人に譲渡、売買、貸与等をされた場合は無効といたします。本カードは紛失されても再発行いたしません。また、法人株主様の他のご名義への分割書換発行はできませんので、なにとぞご了承くださいませ。



大丸ミュージアムKOBE 大丸神戸店9階

# Event Schedule

イベント スケジュール

## （大丸・松坂屋各店の 主なイベント

大丸・松坂屋の各店では各種イベントを開催し  
日常とは違った空間を演出することにより  
お買い物とはまた違った楽しみを  
皆さまにご提供いたします。



松坂屋美術館 松坂屋名古屋店南館7階

### 今後の展覧会スケジュール

2010年6月

高畑・宮崎アニメの秘密がわかる。  
スタジオジブリ・レイアウト展 (松坂屋美術館)  
4月29日(木・祝)→6月13日(日)

ミッフィー誕生55周年記念  
ゴーゴー・ミッフィー展 (大丸札幌店7階ホール)  
5月26日(水)→6月7日(月)

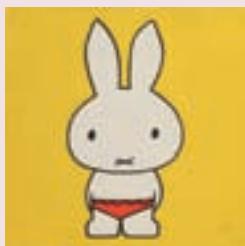
第35回記念 中日いけばな芸術展  
(松坂屋名古屋店本館7階大催事場)  
6月9日(水)→6月14日(月)

いけばな池坊展 (松坂屋静岡店本館8階大催事場)  
6月9日(水)→6月14日(月)

第32回 日本新工芸展 (松坂屋美術館)  
6月16日(水)→6月22日(火)

追悼 赤塚不二夫展 ～ギャグで駆け抜けた72年～  
(松坂屋名古屋店南館8階(マツザカヤホール))  
6月23日(水)→7月5日(月)

第45回 日春展 (松坂屋美術館)  
6月26日(土)→7月4日(日)



ゴーゴー・ミッフィー展  
『うさこちゃんとうみ』  
(原画) 1963年

Illustrations Dick Bruna © copyright Mercis bv, 1953-2010  
www.miffy.com



没後10年記念  
三岸節子展  
『花』1980年代

7月

いけばな新進作家展2010  
(大丸心齋橋店北館14階イベントホール)  
7月21日(水)→7月29日(木)

没後10年記念  
三岸節子展 (松坂屋美術館)  
7月7日(水)→8月1日(日)

岩合光昭写真展「ねこ」  
(松坂屋名古屋店本館7階大催事場)  
7月21日(水)→8月2日(月)

ミッフィー誕生55周年記念  
ゴーゴー・ミッフィー展 (大丸ミュージアムKOBE)  
7月21日(水)→8月4日(水)



岩合光昭写真展  
「ねこ」



8月

いもとうよこ絵本原画展 (大丸札幌店7階ホール)  
8月4日(水)→8月16日(月)

大昆虫展  
(松坂屋名古屋店南館8階(マツザカヤホール))  
8月4日(水)→8月24日(火)

ミッフィー誕生55周年記念  
ゴーゴー・ミッフィー展 (松坂屋美術館)  
8月7日(土)→9月5日(日)

今森光彦写真展 (大丸ミュージアムKYOTO)  
8月11日(水)→8月23日(月)

ピーターラビットの世界展 (松坂屋名古屋店本館7階大催事場)  
8月11日(水)→8月23日(月)

画集出版記念 ジミー大西 夢のかけら展  
—色彩の渦と創造の軌跡—  
(大丸心齋橋店北館14階イベントホール)  
8月18日(水)→8月30日(月)

9月

京都 細見美術館 琳派・若冲と雅の世界  
(大丸ミュージアムKOBE)  
9月1日(水)→9月13日(月)

帰ってきた江戸絵画  
ニューオーリンズ ギッター・コレクション展  
(松坂屋美術館)  
9月11日(土)→10月17日(日)

熊田千佳慕展  
(大丸心齋橋店北館14階イベントホール)  
9月15日(水)→9月27日(月)

棟方志功展 祈りと旅 (大丸ミュージアムKYOTO)  
9月15日(水)→9月27日(月)

第37回 深雪アートフラワー合同展 (入場無料)  
(大丸心齋橋店北館14階イベントホール)  
9月29日(水)→10月4日(月)

10月

木田安彦の世界  
「三十三間堂」展 (大丸ミュージアムKYOTO)  
10月6日(水)→10月18日(月)

いけばな龍生展 (上野店本館6階催事場)  
会期未定

再興第95回 院展  
(大丸心齋橋店北館14階イベントホール)  
10月13日(水)→10月19日(火)

兵庫県いけばな展 (大丸ミュージアムKOBE)  
10月14日(木)→10月19日(火)

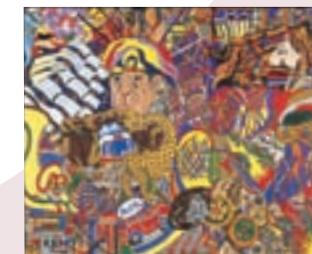
第44回 いけばな大阪展  
(大丸心齋橋店本館7階会場)  
10月21日(木)→10月26日(火)

ユニゾシア世界遺産 古代カルタゴとローマ展  
(松坂屋美術館)  
10月23日(土)→11月21日(日)

京都新世代いけばな展2010 (仮称)  
(大丸ミュージアムKYOTO)  
10月28日(木)→11月2日(火)

11月

アール・ヌーヴォーのポスター芸術展  
(松坂屋美術館)  
11月27日(土)→12月26日(日)



画集出版記念 ジミー大西 夢のかけら展  
LOVE (2008)  
©2008 JIMMY ONISHI/Pastel Art

ホームページの  
ご案内

大丸  
松坂屋

<http://www.daimaru.co.jp/museum/index.html>

<http://www.matsuzakaya.co.jp/> から各店のイベントカレンダーをご覧ください。

※松坂屋美術館の展覧会情報は専用ホームページをご覧ください。  
<http://www.matsuzakaya.co.jp/museum/museum.html>

※上記はいずれも予定です。

展覧会名称・会期・会場などは変更する場合がございます。

## 特集 新百貨店モデルへの取り組み ①

# 人気ブランド、コト消費… 新たなマーケット開拓を目指した “ハイブリッドな百貨店”

当社が取り組む百貨店改革「新百貨店モデル」。その先駆けが“ハイブリッドな百貨店”大丸心齋橋店です。これまでの百貨店では取り扱ってこなかったさまざまなブランドやショップを導入し、連日多くのお客さまにご来店いただいております。



大丸心齋橋店北館

## 10代後半～30代向けのリーズナブルな商品を充実

大丸心齋橋店では、従来よりも対象顧客層の幅を拡大。2倍になった売場面積を活かして、これまでのお得意さまである40代以上の方々に向けた品揃えを大幅に拡充したのに加え、心齋橋地区への来街率の高い10代後半～30代の方々に向けた品揃えも充実させました。

その代表が、北館地下1階～地下2階に配置したファッションフロア「うふふガールズ」。10代後半～20代前半の女性の声にお応えし、旬の人気ブランドショップを揃えました。価格帯も従来に比べリーズナブルで、多くのご支持をいただいております。

一方、1階～2階には、「ユナイテッドアローズ」をはじめとしたアROUND30向けのセレクトショップや海外ブランドを展開いたしました。

また上層階には、美と癒しをテーマとしたサロンや雑貨ショップ、シュミレーションゴルフやスクールを併設した「ゴルフワールド」を配置するなど、関心の高まる“コト消費”へのニーズにもお応えいたしました。

今までとはココが違う!

ufufugirls  
うふふガールズ

## 華やかさNo.1、 旬の27ブランドが勢ぞろい

「うふふガールズ」では、10代後半～20代前半の女性が自分のおこづかいでも手が届く価格帯の人気ブランド27店舗が出店しています。中には関西初、百貨店初のブランドも。キュートなスイーツが人気のカフェは、幅広い年齢層の方々からご支持をいただいております。



「うふふガールズ」の店内



百貨店初の出店となった人気ブランド「フリーズマート」



幅広い層のお客様に人気の「ジル スチュアート カフェ」

自分のスタイルを持つ

## セレクト系大人たちの楽園

北館1階～2階には、アROUND30向けのセレクトショップ5店舗がオープンいたしました。

中でも1階に展開する「豊かさ・上質感」がキーワードの人気セレクトショップ「ユナイテッドアローズ」は、メンズ・レディースのビジネスウエアからカジュアルウエア、デザイナーズコレクションまでをカバーした、大人のための幅広い品揃えが特徴の大型ショップです。

2階にはカジュアルティストを軸にした姉妹店「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」をショップ展開いたしております。



ユナイテッドアローズ



ビューティ&ユース  
ユナイテッドアローズ

フリーペーパー、ブログ…。広告・宣伝面でも独自の試み

北館オープンの際の広告・宣伝面でも、従来にはなかった販売促進策を導入いたしました。

これまでは新聞広告や折り込みチラシ、車内吊り広告といった媒体が中心でしたが、若い女性の目をとめるプロモーション手段として、「うふふガールズ」のブログを立ち上げ、最新の情報をインターネット上で発信いたしました。また、「うふふガールズ」を採り上げたフリーペーパーを制作し、不織布製のオリジナルバッグに入れて街頭で配布いたしました。

さらに北館オープン後には、14階の大丸心齋橋劇場で、人気モデルを招いてのファッションショー「うふふガールズコレクション」を開催。予想以上の多くの若いお客さまにご来店いただきました。



「うふふガールズ」ブログ



フリーペーパー  
「うふふガールズプレス」

今までとはココが違う!

コト消費 室内ゴルフからエステまで

モノを買うのではなく、有意義な体験にお金を使う“コト消費”。北館では、“コト消費”需要への対応を重視し、室内型ゴルフスクール、シミュレーションゴルフからリラクゼーション、エステティックまでのさまざまな体験型施設をご用意しております。



シミュレーションゴルフ1台と9打席を併設した「ゴルフプラザ アクティブ」



エステティックサロン「プリム/イーズ」

大丸京都店 第1期改装オープン

大丸京都店は、4月22日に第1期改装オープンいたしました。これまでのお得意さまである40代～60代の方々を大切にしながら、新たに20代～30代の方々にもご満足いただくため、お客さまの生活の価値観やライフスタイルの変化、地域の競合環境をふまえた、4つの「スペシャルティゾーン」を新たに構築いたしました。



京都店 うふふガールズ

① 大丸京都店版「うふふガールズ」(1階、2階)

昨年秋に大丸心齋橋店でデビューし、ご好評をいただいている「うふふガールズ」が大丸京都店にも誕生。地域の20代～30代の女性のお客さまにお応えするため、1階と2階にファッションと雑貨のブランドを集積いたしました。大丸心齋橋店と同じく、うふふガールズブログを開設し、新しいコミュニケーションツールで、最新の情報をご案内しております。

② 婦人靴と婦人洋品雑貨 (1階)

これまでも京都のお客さまから高いご支持をいただいている婦人靴売場を2階から1階へ移設・リニューアルいたしました。特に、年代を超えて高まりを見せているカジュアル志向にお応えするため、カジュアルシューズを集積し、バラエティ豊かに展開するゾーンを新設いたしました。また、13名のシューフィッターが、お客さまのご要望にキメ細かくお応えし、足のお悩み解決をお手伝いいたします。

この他、20代～30代の女性のお客さまに向けて、京都地区初出店ブランドをはじめ、トレンド性や話題性のある雑貨ショッ

③ インターナショナルブティック&サロン・ド・グウ (2階)

1階と3階に分散していた特選ブティックとサロン・ド・グウを2階に集めるとともに、若い世代からもご支持いただける新たな6ブランドを導入いたしました。また、ゆったりとした空間で「選ぶ楽しさ」「見る楽しさ」「そこに居る楽しさ」を感じただけのよう、各ブランドにくつろぎのスペースを設けたほか、京都ならではの上質な日本茶と和菓子をお楽しみいただける日本茶喫茶スペースも新設いたしました。

④ 食品フロア「大丸ごちばら館」(地下1階)

食品フロアでは、「京都ならではの本物」「鮮度」「できたて感」をキーワードとした新規ブランドやコーナーをオープンいたしました。中でも“京都ならではの”にこだわったのが、イートインコーナー「お取り寄せ庵 京都」。週替わりで京の有名老舗の味をお手ごろ価格で気軽にお楽しみいただけます。このほか、「老舗弁当コーナー」も新設し、日替わり老舗弁当の即売と予約を承っております。



イートインコーナー「お取り寄せ庵 京都」

## 百貨店初の試み 海外ファストファッション 「フォーエバー21」を導入

松坂屋銀座店は、人気のファストファッション「フォーエバー21」を百貨店で初めて導入いたしました。従来の枠にとらわれない店づくりを進め、他にもこれまで百貨店では取り扱ってこなかったタイプのブランドやショップの導入を進めております。



4月29日オープンしたフォーエバー21銀座店



人気のレディスファッションフロア

### アジア初の旗艦店、レディスからキッズまでをフルライン展開

松坂屋銀座店にオープンした「XXI at GINZA by FOREVER21 (フォーエバー21銀座店)」は、同店みゆき通り側1階～5階にまたがる売場面積3,071平方メートルの大型店で、1階～3階までは人気のレディスファッション、4階はメンズファッションと6歳～14歳向けのキッズファッション、5階はアクセサリー、ランジェリー、シューズと、フルラインで展開したアジア初の旗艦店です。

フォーエバー21はトレンドを取り入れた低価格商品という、従来の百貨店ではカバーし切れていなかったジャンルを扱っております。4月29日のオープン初日には開店前から長い行列ができました。



日本初上陸となるキッズファッションフロア

### その他の店舗への新百貨店モデルの拡大

新百貨店モデルの考え方に基づく品揃えで、2011年春増床オープン予定の大丸梅田店。従来重点を置いてきたファッションに加え、食品やリビング関連も拡充する予定です。

さらに大丸神戸店、松坂屋名古屋店、2012年夏頃に第2期オープン予定の大丸東京店など、順次基幹店舗の改装計画を進めてまいります。



パーフェクトスーツファクトリー プラチナ(大丸梅田店)



大丸梅田店 増床完成予想図

### STRAIGHT NEWS

#### 大丸心齋橋店の 株主総会中継会場を14階に変更

当社は今年の総会の大阪での同時中継特設会場を、従来の大丸心齋橋店7階ミュージアムから、同店北館14階の大丸心齋橋劇場とイベントホールに変更いたしました。

設置された大型スクリーンで、東京で行われている総会をリアルタイムでご覧いただきました。



大丸心齋橋劇場

### 大丸松坂屋百貨店の誕生を祝い、さまざまなイベントを実施

大丸と松坂屋の合併による新生・大丸松坂屋百貨店の誕生を記念し、合併当日の3月1日から約1ヶ月間、全24店舗で誕生記念企画を開催いたしました。

開催したのは、お買い得な商品を集めた「全館 春のザ・バーゲン」(3月1日～3月16日)、恒例の共同企画「春のサンクスフェスティバル」(3月17日～3月30日)など。

「全館 春のザ・バーゲン」は、百貨店としては異例の全館バーゲン。春物衣料をはじめ、日傘など夏に向けたUV対策商品、秋冬物までのオールシーズンアイテムをお値打ち価格でご提供いたしました。

一方、「春のサンクスフェスティバル」では、婦人服や食品などの限定商品をご提供したほか、大好評の「総額1億円プレゼント大抽選会」も引き続き実施。1万円のお買い上げごとに1回の抽選を行い、多数のお客さまにご参加いただきました。

### 多彩なペコちゃんを集めた「ペコちゃんギャラリー」が人気に

大丸松坂屋百貨店は「春のサンクスフェスティバル」の一環として、不二家とのコラボレーション企画「ペコちゃんギャラリー」を、大丸心斎橋店、松坂屋名古屋店、松坂屋銀座店の3店舗で実施いたしました。

呉服屋から百貨店に業態変更して100年を迎える松坂屋と、創業100周年を迎える不二家の「100周年どうし」のコラボ企画です。会場には、おなじみの「ペコちゃん人形」がさまざまなコスチュームを着て登場。中には、大丸松坂屋百貨店の新制服を着たペコちゃんや、過去に活躍した懐かしのペコちゃんもあり、お客さまの注目を浴びました。

また、3店舗以外でも今回のために開発した“桜”をモチーフにした新作スイーツやペコちゃんグッズなどの限定販売を行いました。



首都圏JR全線に掲出したポスター



「大抽選会」で配布したお買物券と参加賞

オープニングで行われたテープカット (松坂屋銀座店)



大丸松坂屋百貨店の新制服を着たペコちゃん



お客さまでにぎわう会場 (松坂屋名古屋店)



### 世界の子どもたちにワクチンを届けよう！ ペットボトルキャップ回収キャンペーン

ペットボトルキャップを集めることで助けられる命があります。大丸松坂屋百貨店は、世界の子どもたちに感染症予防ワクチンを送るための「ペットボトルキャップ回収キャンペーン」を、昨年11月より実施しています。

店頭を設置したキャラクター「さくらパンダ」型の回収BOXに入れていただいたキャップは、NPO法人「Reライフスタイル」を通じてリサイクル協力会社に売却。その対価を、認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)」にワクチンの購入費用として使っていただくという社会貢献活動です。

贈ることができるワクチンの数量は、その種類(ポリオ、はしか、BCGなど)やキャップの時価にもよりますが、目安としては、ペットボトルキャップ約520個で1人の子どもにポリオワクチンを贈ることができます。既に3月現在で約238万個(ポリオワクチン換算で約4,600名分)を寄付しており、今後もこの活動に継続して取り組んでまいります。

ペットボトルキャップ回収BOX (松坂屋上野店)



### 百貨店初のキャラクター付きクレジットカード「DAIMARU」・「マツザカヤ」さくらパンダVISAが誕生

人気のオリジナルキャラクター「さくらパンダ」をデザインに使用した新しいクレジットカードが誕生いたしました。

カード発行会社のJFRカード(株)が、さくらパンダカードの年会費の一部などをNPO法人「J.posb(日本乳がんピンクリボン運動)」に寄付することで、社会貢献にご参加いただくしくみとなっております。その他の機能・特典などは従来の「DAIMARU」「マツザカヤ」カードと同様です。

「マツザカヤ」さくらパンダカード



「DAIMARU」さくらパンダカード



1 大丸心齋橋店  
〒542-8501  
大阪市中央区心齋橋筋一丁目7番1号  
TEL: (06) 6271-1231



2 大丸梅田店  
〒530-8202  
大阪市北区梅田三丁目1番1号  
TEL: (06) 6343-1231



3 大丸京都店  
〒600-8511  
京都市下京区四条通高倉西入立売西町79番地  
TEL: (075) 211-8111



4 大丸神戸店  
〒650-0037  
神戸市中央区明石町40番地  
TEL: (078) 331-8121



5 松坂屋高槻店  
〒569-8522  
大阪府高槻市  
紺屋町2番1号  
TEL: (072) 682-1111



6 大丸山科店  
〒607-8080  
京都市山科区  
竹鼻竹ノ街道町91番地  
TEL: (075) 255-7365



7 大丸新長田店  
〒653-0038  
神戸市長田区  
若松町五丁目5番1号  
TEL: (078) 643-2951



8 大丸須磨店  
〒654-0154  
神戸市須磨区  
中落合二丁目2番4号  
TEL: (078) 791-3111



9 大丸芦屋店  
〒659-0093  
芦屋市船戸町1番31号  
TEL: (0797) 34-2111



10 株式会社 博多大丸  
福岡天神店



11 株式会社 博多大丸  
長崎店



12 株式会社 下関大丸



13 株式会社 高知大丸



14 株式会社 鳥取大丸



15 大丸札幌店  
〒060-0005  
札幌市中央区北五条西四丁目7番地  
TEL: (011) 828-1111



16 大丸東京店  
〒100-6701  
東京都千代田区丸の内一丁目9番1号  
TEL: (03) 3212-8011



17 松坂屋上野店  
〒110-8503  
東京都台東区上野三丁目29番5号  
TEL: (03) 3832-1111



18 松坂屋銀座店  
〒104-8166  
東京都中央区銀座六丁目10番1号  
TEL: (03) 3572-1111



19 大丸ららぽーと横浜店  
〒224-0053  
神奈川県横浜市  
都筑区池辺町4035-1  
TEL: (045) 287-5000



20 大丸浦和パルコ店  
〒330-0055  
埼玉県さいたま市  
浦和区東高砂町11番1号  
TEL: (048) 615-6000



21 松坂屋静岡店  
〒420-8560  
静岡県葵区御幸町10番地の2  
TEL: (054) 254-1111



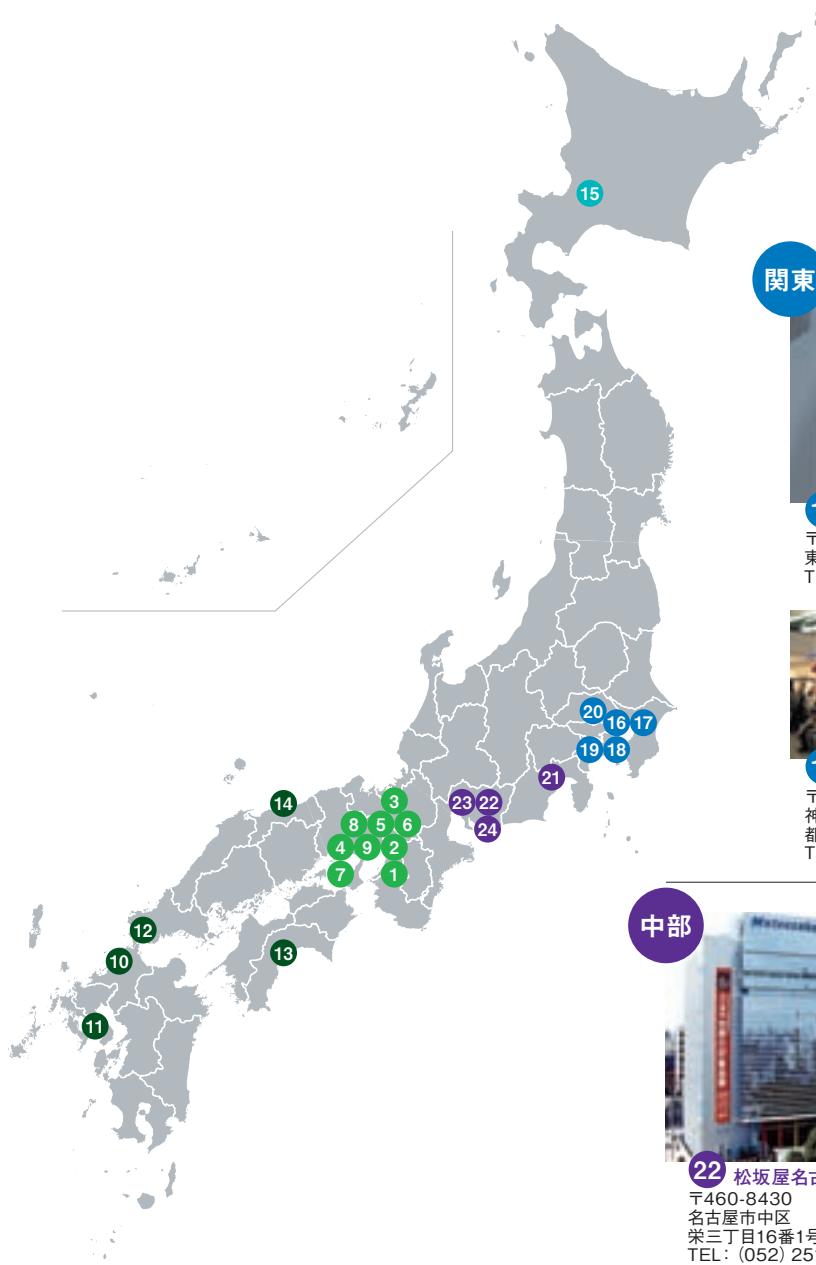
22 松坂屋名古屋店  
〒460-8430  
名古屋市中区  
栄三丁目16番1号  
TEL: (052) 251-1111



23 松坂屋名古屋駅店  
〒450-8502  
名古屋市中村区  
名駅一丁目1番2号  
TEL: (052) 561-1111



24 松坂屋豊田店  
〒471-8560  
愛知県豊田市  
西町六丁目85番地1  
TEL: (0565) 37-1111



スーパーマーケット事業

(平成22年4月末現在)

PEACOCK STORES LTD. 株式会社ピーコックストア

**京都府** (2事業所)  
【百貨店事業所】  
大丸京都店  
大丸山科店

**奈良県** (1店舗)  
【大丸ピーコック】  
北大和真弓店

**大阪府** (17店舗、2事業所)  
【大丸ピーコック】  
千里大丸プラザ店  
津雲台店  
北千里店  
中宮店  
松が丘店  
松原店  
星田店  
千里南町プラザ店  
山田店  
千里山店  
箕面桜ヶ丘店  
箕面外院店  
西梅田店  
新千里西町店  
堂島クロスウォーク店  
【ピーコックストア】  
香里ヶ丘店  
泉北晴美台店  
【百貨店事業所】  
大丸神戸店  
大丸須磨店  
大丸芦屋店

**兵庫県** (11店舗、3事業所)  
【大丸ピーコック】  
明舞店  
高倉台店  
狩場台店  
芦屋南宮店  
甲子園店  
甲東園店  
武庫之荘店  
武庫南宮店  
芦屋川西店  
宝塚中山店  
新神戸店  
【百貨店事業所】  
大丸神戸店  
大丸須磨店  
大丸芦屋店

**愛知県** (8店舗)  
【マツザカヤストア】  
本山店  
月見ヶ丘店  
藤が野店  
菱野店  
本郷店  
平針店  
三好店  
千代田店

**神奈川県** (8店舗)  
【大丸ピーコック】  
藤沢店  
横浜橋店  
藤沢トリアージュ白旗店  
【マツザカヤストア】  
片倉町店  
本郷台店  
磯子店  
【ピーコックストア】  
洋光台店  
白楽六角橋店

**千葉県** (5店舗)  
【大丸ピーコック】  
袖が浦店  
新浦安店  
【ピーコックストア】  
ニッケコルトンプラザ店

**埼玉県** (1店舗)  
【大丸ピーコック】  
みさと店

**東京23区** (33店舗)  
【大丸ピーコック】  
青山店  
高輪魚籃坂店  
目白店  
自由が丘店  
阿佐谷店  
下北澤店  
恵比寿店  
久我山店  
高田馬場店  
麻布十番店  
井荻店  
経堂店  
都立家政店  
桜新町店  
高野台店  
上池台店  
文京グリーンコート店  
三田伊皿子店  
石川台店  
三軒茶屋の杜店  
トルナーレ日本橋浜町店  
代官山ピーコック店  
東池袋店  
芝浦アイランド店  
大丸東京ストア  
神田妻恋坂店  
【マツザカヤストア】  
竹ノ塚店  
恵比寿南店  
高島平店  
大島店  
【エクセピーコック】  
グランデュオ蒲田店  
【ピーコックストア】  
上池袋店  
グランパーク田町店



ピーコックストア洋光台店

※建て替えのため閉鎖  
大丸ピーコック中野店 (2010年冬再開予定)

東京市部 (6店舗)

【大丸ピーコック】  
多摩店  
国立さくら通り店  
東小金井店  
玉川上水店  
花小金井店  
国立弁天通り店

その他の事業

(平成22年4月末現在)

大丸興業株式会社  
株式会社J.フロント建築  
JFRカード株式会社  
株式会社大丸ホームショッピング

株式会社J.フロントフーズ  
株式会社ディンプル  
株式会社大丸コム開発  
株式会社消費科学研究所

株式会社JFR情報センター  
株式会社JFRオフィスサポート  
株式会社JFRサービス  
株式会社セントラルパークビル

株式会社エンゼルパーク  
株式会社大丸友の会  
株式会社マツザカヤ友の会

会社の概要

(平成22年5月1日現在)

商号：J.フロントリテイリング株式会社  
本社所在地：東京都中央区銀座六丁目10番1号  
設立：平成19年9月3日  
事業内容：百貨店業等の事業を行う子会社及びグループ会社の経営計画・管理並びにそれに付帯する業務

資本金：300億円  
発行可能株式総数：2,000,000,000株  
発行済株式の総数：536,238,328株

役員

取締役会長 (代表取締役) 兼最高経営責任者	奥田 務	株式会社大阪証券取引所社外取締役 株式会社りそなホールディングス社外取締役
取締役社長 (代表取締役)	茶村 俊一	株式会社白洋舎社外取締役
取締役相談役	岡田 邦彦	株式会社御園座社外取締役 中部日本放送株式会社社外取締役
取締役 兼専務執行役員	山本 良一	株式会社大丸松坂屋百貨店代表取締役社長
取締役 兼常務執行役員	都島 敏明	社長特命事項担当
取締役 兼常務執行役員	塚田 博人	経営計画事業統括部長
取締役 兼常務執行役員	小島喜代三	社長特命事項担当
取締役	高山 剛	大同特殊鋼株式会社相談役
取締役	竹内 功夫	オーミケンシ株式会社社外取締役
監査役	古田 武	株式会社カネカ相談役
監査役	清水 定彦	東邦瓦斯株式会社特別顧問
監査役	鶴田 六郎	弁護士 駿河台大学法科大学院教授 帝国ビストンリング株式会社社外取締役
監査役(常勤)	城戸 敏雄	
監査役(常勤)	中村 順司	
執行役員	松田 伸治	経営計画事業統括部部長開発事業担当
執行役員	榎本 朋彦	経営計画事業統括部部長通販事業担当
執行役員	平山誠一郎	経営計画事業統括部グループ組織要員政策担当 兼株式会社大丸松坂屋百貨店執行役員業務本部人事部長
執行役員	林 俊保	業務統括部長
執行役員	土井 和夫	業務統括部グループコスト政策担当 兼株式会社大丸松坂屋百貨店執行役員業務本部コスト構造改革推進部長
執行役員	山川 浩司	社長特命事項担当

(注)1.取締役高山剛、竹内功夫の両氏は、社外取締役であります。  
2.監査役古田武、清水定彦、鶴田六郎の3氏は、社外監査役であります。

# 株式情報

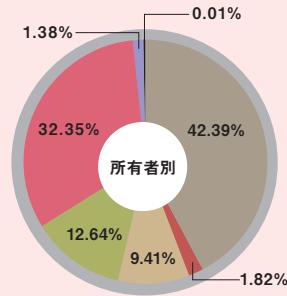
(平成22年2月28日現在)

## 株式の状況

発行可能株式総数	2,000,000,000株
発行済株式の総数	536,238,328株
株主数	72,436名

大株主	所有株数(千株)	持株比率(%)
1 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	35,070	6.54
2 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	33,188	6.18
3 日本生命保険相互会社	28,906	5.39
4 株式会社三菱東京UFJ銀行	14,291	2.66
5 J.フロントリテイリング 共栄持株会	13,756	2.56
6 第一生命保険相互会社	11,564	2.15
7 東京海上日動火災保険株式会社	8,369	1.56
8 J.フロント リテイリング 従業員持株会	7,932	1.47
9 J.フロント リテイリング株式会社	7,397	1.37
10 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (住友信託銀行再信託分・株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	6,409	1.19

所有者別分布状況	株主数(名)	株式数(千株)	百分率(%)
政府・地方公共団体	1	27	0.01
金融機関	87	227,344	42.39
金融商品取引業者	45	9,733	1.82
その他の法人	849	50,476	9.41
外国法人等	359	67,770	12.64
個人・その他	71,094	173,488	32.35
自己名義株式	1	7,397	1.38



# 株主メモ

剰余金の配当の基準日：期末2月末日 中間8月31日

定時株主総会の基準日：2月末日

定時株主総会：5月中に開催

公告方法：電子公告をもって行います。ただし、事故やその他のやむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。  
(登記ホームページ <http://www.j-front-retailing.com/>)

株主名簿管理人：三菱UFJ信託銀行株式会社

特別口座の口座管理機関

同 連絡先：三菱UFJ信託銀行株式会社証券代行部  
〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号  
(電話料無料) (0120)232-711

## (ご注意)

- 株主様の住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にでもお取次ぎいたします。

当社ホームページアドレス：<http://www.j-front-retailing.com/>

より詳細な開示情報や最新の企業情報をご覧いただくことができます。

