J.フロント リテイリング株式会社

PRINTED WITH SOY INK
大豆油インキを使用しております。

2009年度中間期

株主通信

［第3期（中間）］
平成21年3月1日から
平成21年8月31日まで

4

J.フロント リテイリング株式会社
証券コード：3086

「新百貨店モデル」の確立で、厳しい競争を勝ち抜く

株主の皆さまには、ますますご清栄のこととお慶び申しあげます。

私たちJ.フロント リテイリング（JFR）グループは、当中間期、対前年同期比では減収減益を余儀なくされましたが、当初予想を上回る利益を確保することができました。これは、昨年から続く消費の冷え込みによる影響を大きく受けたものの、経営の効率化を加速し、事業ごとのコスト管理を徹底して行ってきたことによるものです。

国内消費が回復するまでには、まだしばらく時間がかかると思われます。そのような中でJFRグループは、皆さまのご期待にお応えするために、かねてからグループを挙げて推進している「新百貨店モデル」の一日も早い確立を目指してまいります。今後も業界の先陣を切って改革を進めてまいりますので、皆さまには一層のご支援を賜りますようお願い申しあげます。

代表取締役会長 岡田 邦彦　　代表取締役社長兼CEO 奥田 務

代表取締役会長
岡田 邦彦

代表取締役社長兼CEO
奥田 務

当中間期の概況

Point 1

減収減益ながら、利益面では当初予想を上回る

当中間期のJFRグループの連結業績は、売上高が4,798億円と、対前年同期比で13.3%の減収、対当初予想値比で1.1%のマイナスになりました。利益面では、営業利益が67億円で、対前年同期比53.9%の減益ながら対当初予想値比68.6%のプラス。純利益も31億円と、対前年同期比30.5%の減益ではあったものの対当初予想値比は、36.2%のプラスでした。

セグメント別に見ると、主力の百貨店事業が前年同期比で12.3%の減収、58.2%の減益となりました。消費マインドの冷え込みから低価格志向や節約志向が強まり、業際を超えた競合が進んだことが主な要因です。外需の急激な落ち込みによる地域製造業の経営不振、京阪神地区での新型インフルエンザ流行といった特殊要因も重なりました。

新型インフルエンザ流行も
特殊要因に

このような厳しい経営環境に対応するため、お客さまニーズの高い低価格帯の商品構成比率を高めるとともに、販売促進面では、催事や売場特価の強化を図るなど、売上強化策を実行しました。その一方で、人件費や広告宣伝費をはじめとする販売管理費の徹底削減に取り組んだ結果、利益水準は、当初予想より大幅に改善しました。

このほか、スーパーマーケット事業は、消費者の節約志向の高まりや大型店舗の立て替え閉鎖の影響などから対前年同期比5.7%の減収、26.4%の減益となりました。卸売事業も市況の悪化から対前年同期比24.6%の減収、21.2%の減益で、その他事業も対前年同期比19.6%の減収、21.4%の減益でした。

販促活動の一環として実施した
「総額1億円プレゼント大抽選会」
（大丸 東京店）

経営改革について

Point 2

“3つの課題”を解決し、魅力的で収益性の高い店舗へ

百貨店の業績不振の原因は、マクロ経済の悪化もさることながら、百貨店自らが長年に亘って抱える構造的課題「マーケット対応力の弱さと高コスト構造」にあります。この課題を解決するには、“業態変革”レベルの改革が必要です。そのため、JFRグループでは、百貨店事業の再生に向けた「新百貨店モデル」の確立に全力を挙げて取り組んでいます。

課題 1. マーケット対応力の強化

百貨店は、都心に家賃の高い大型店舗を構え、低益率の消化仕入れ取引が中心という特性から、宿命的に大きな売上高を必要とします。売上高確保のためには大衆性を重視し、幅広い顧客層の幅広いニーズに応えていかなければなりませんが、マーケット対応力や情報収集力の弱さから、カジュアル化、低価格化をはじめとするマーケット変化への対応が遅れています。

そのため、店舗ごとの地域市場分析を行い、各店舗の商圏にはどんな方がお住まいで、どんな産業があって、どんな競合店があるのかを、現在、徹底して調べ上げています。また、どのようなお客さまをターゲットとし、どのような商品やサービスを提供するのかといった店舗戦略立案・推進の権限を各店舗に委譲しました。

各店舗が分析結果をもとに店舗のコンセプトを明確化することで、競合店との差別化や、お客さまニーズの変化へのスピーディな対応を実現していきます。

その一例が、11月14日にオープンした大丸心斎橋店「北館」です。10代（後半）～30代の若い来街層が多いという心斎橋地区の特性を反映し、国内百貨店では最大規模の「アラウンド30」や「ヤング（18歳～24歳）」向け売場を展開しています（詳細は6ページからの特集をご覧ください）。

大丸心斎橋店「北館」
（完成予想図）

課題 2. ローコストオペレーションへの構造転換

今回の不況を通じて“合理的で賢い消費者”が増えています。カジュアルなライフスタイル、節約志向、身の丈消費を特徴とする方々です。百貨店も新たなニーズに対応し、中低価格品をより充実させる必要があります。

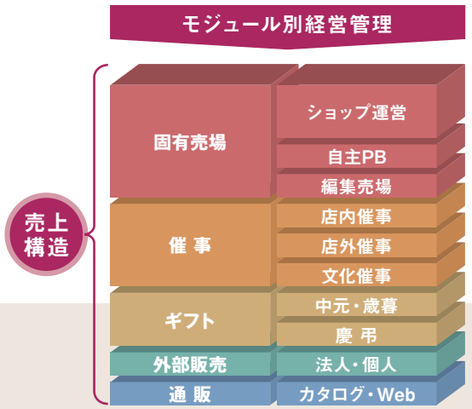
ただ、そのためには、低価格化を前提に確実に利益を上げられるローコストオペレーションの確立、言い換えれば、より少人数でより効率的な売場運営ができる体制づくりが不可欠です。

百貨店の売場には、自社で企画から仕入れ、販売までを行う「自主運営売場」と、お取引先に運営をまかせる「ショップ運営売場」があります。「自主運営」に必要なのは、差別化を実現できる仕入力と、それを売り切る販売力。「ショップ運営」では、魅力的なフロアを作り上げるプロデュース力と、売上と顧客サービスを向上させるための各ショップへのカウンセリング力です。このためには、各分野に秀でた人材を育成する事が不可欠です。

課題 3. モジュール別経営管理への取り組み

百貨店の売場は、その性質からいくつかの“モジュール（構成要素）”に分類することができます。常設の売場を中心とした「固有売場」、特設セールや文化催事などの「催事」、お中元・お歳暮といった「ギフト」などです。それぞれのモジュールは、お客さまニーズへの対応手段や収益構造が全く違います。また、モジュールの内容や組み合わせ方次第で、店舗のあり方や利益計画は変わってきます。

そこで私たちは現在、これらのモジュールごとに、マーケット変化への対応力と収益力を高めることを目指しています。現在、計画や管理のための仕組みとシステムづくりに取り組んでおり、来年3月以降、これに基づく経営管理を行っていく計画です。



今後の展開

Point 3

新たなニーズに即応できる柔軟な経営構造を

この9月には、大丸と松坂屋の業務オペレーションの共通化と、婦人服、紳士服飾、食品の各商品統括部門の統合が完了しました。残る美術・呉服・宝飾部門などについても年度中に統合を終える予定です。これをもって、両社の業務統合は完成を見ることとなります。

そして来年3月には、統合の最終段階となる大丸と松坂屋の1社体制化も控えています。これが終われば両社は名実ともにひとつの百貨店となり、意思決定の迅速化や、社員間のコミュニケーションの促進も進みます。

一方、百貨店を取り巻く状況は依然として厳しく不透明なため、通期の連結業績見通しについては、売上高が9,870億円（前期比10.0%減）、営業利益147億円（同47.7%減）を見込んでいます。

09年度 連結業績見通し（09年10月修正分）

売　上　高：9,870億円（前期比10.0%減）
営 業 利 益：147億円（同47.7%減）
経 常 利 益：155億円（同45.2%減）
当期純利益：65億円（同9.3%減）

百貨店の長い歴史を振り返りますと、そのコアコンピタンスは「時代の変化への即応」であったと思います。

今、消費市場では、大きな流れとなった「ライフスタイルのカジュアル化」「節約志向」「価格と使用価値・効用のバランスの重視」などに代表される“合理的で賢い消費者”が急増しています。百貨店には、これまでの「高質」「高付加価値」「安全・安心・信頼」の追求に加えて、こうした消費動向の変化への積極的な対応が求められています。マーケット変化に即応できる柔軟な経営構造を確立するためにも、私たちはいま、改革をさらに加速していきます。

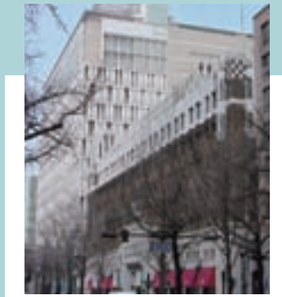
Grand Open

若者の街、心斎橋で
幅広い顧客層を開拓

DAIMARU

大丸 大阪・心斎橋店「北館」、オープン!!

今秋、大丸が取得した旧そごう心斎橋店跡を、大丸 大阪・心斎橋店「北館」として、11月14日に新しくオープンしました。今後は、当社が目指す「新百貨店モデル」のさきがけとして、より幅広いお客さまにご支持いただけるよう努力してまいります。



北館のオープンによって心斎橋店は、これまでの本館・南館と合わせ、売場面積7万7,490平方メートルの総合大型百貨店に生まれ変わりました。

ストアコンセプトは「エキサイティングな都心型ハイブリッドSC（ショッピングセンター）」。これまで得意としてきた中高年の高額所得者向け商品に加え、価格がこなれた20代～30代向けの品揃えを充実させ、多彩でいっそう楽しいショッピングをご提供しています。

また、ショップ運営の改革やローコスト運営の導入など、当社が目指す「新百貨店モデル」に向けて、先行して取り組んでいます。

こんな店です 新生・大丸 大阪・心斎橋店

心斎橋は大阪を代表する繁華街のひとつ。10代（後半）～30代の若い方が多い街です。ただ、心斎橋店のこれまでのお客さまは40代～60代の方が中心で、来街率が圧倒的に高いそれらの若い方を取り込めていませんでした。そこで、新たに北館を加えた新生・心斎橋店では、次の3つの方針でお客さまご満足度の向上とマーケットの拡大を図ります。

1. 新ターゲットは「アラウンド30」と「ヤング」

心斎橋に多く来られる、「アラウンド30（25歳～34歳）」「ヤング（18歳～24歳）」の方々に向けた売場を拡大。ヤングファッションや雑貨などを扱う、百貨店でも有数規模の売場を、北館の地下1、2階に展開したほか、「アラウンド30」向けのさまざまなセレクトショップもオープンしました。（一部は来春オープン予定）

2. これまでのお得意さま「40代～60代」にもいっそうのご満足を

2倍になった売場面積を活かして、以前からのお得意さまである「40代～60代」向けの商品も、ファッション分野を中心に大幅拡充。ご要望にいつでも応えられる品揃えで「お客さまご満足一番店」を目指します。

3. 「コト消費・ライフスタイル提案」のための商品・サービスも新たに

美や癒し、趣味の雑貨、スポーツなど、今までご期待に添え切れていなかった商品やサービスのカテゴリーを新たにご提供。商品構成の幅を広げ、“コト消費（娯楽や体験などへの消費）”へのニーズにもお応えしました。

関西初・百貨店初のブランドが多数「アラウンド30」「ヤング」に旬のファッションアイテムを

「エキサイティングな都心型ハイブリッドSC（ショッピングセンター）」をコンセプトに生まれ変わった大丸大阪・心斎橋店。ここでは新たに加わった北館をメインに、主な売場をご紹介します。

DAIMARU

Grand Open

北館

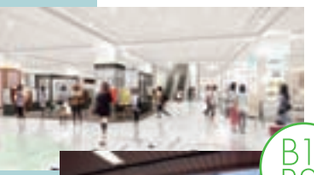
10代（後半）～30代に向けた、リーズナブルな商品を中心に。
スポーツや趣味の雑貨なども揃え、
ショッピングに多彩な楽しさを。

3~5F 「アラウンド30」のために高感度な品揃えを。

「アラウンド30」に対応したキャラクター性の高いレディスファッションを展開。
フレッシュケーキが人気のカフェやフルーツタルトのカフェも。

1F 海外プレステージブランドが一堂に。

エルメス、カルティエなどの海外プレステージ・ブランド・ブティックを取り揃え。
期間限定の特設提案ショップも。



B1F B2F 旬のファッションや雑貨をこなれた価格で。

10代後半から20代後半の女性に照準を合わせた婦人服・雑貨27ブランドを集積。
日本初となるファッションデザイナープロデュースのカフェも。

北館

R	屋上庭園
14F	多目的ホール
13F	レストラン
12F	趣味雑貨 書籍・文具
11F	ビューティ&リラクシング ブライダルサロン
10F	スポーツウェア・用品 旅行用品
9F	ベビー・こども服
8F	ゴルフワールド
7F	婦人服・雑貨<大きなサイズとミセス>
6F	婦人服・雑貨<キャリアとミセスと小さなサイズ>
5F	婦人服・雑貨<ヤングアダルト>
4F	婦人服・雑貨<ヤングアダルト>
3F	婦人服・雑貨<ヤングアダルト>・ハンドバッグ
2F	特設提案ショップ
1F	特選ブティック、特設提案ショップ
B1F	婦人服・雑貨<ヤング>
B2F	婦人服・雑貨<ヤング>

11F 仕事帰りのOLにリラクゼーションを。

癒しと美の雑貨ショップのほか、ヘアサロンやエステティックサロン、リラクゼーションサロンも。

8F 関西最大級のゴルフウェア・用品専門フロア

人気のゴルフスクールやシミュレーションゴルフも。

本館・南館

「アラウンド30」後半からハイミセスまでに、
エレガントさと優雅さを。
呉服や美術品、宝石の専門店も。

7F サービス施設を1ヶ所に集積。

カスタマーサロン、ギフトサロン、商品券売場を1ヶ所にまとめ、よりご利用しやすく。

本館

R	園芸・レストラン
8F	レストラン
7F	婦人服<ハイミセス>催場・カスタマーサロン
6F	紳士服<カジュアル>・メンズバッグ
5F	紳士服<ビジネス>・紳士洋品雑貨
4F	婦人服<ヤングアダルト>・婦人肌着
3F	婦人服<キャリア・ミセス>
2F	特選婦人服・洋品雑貨
中2F	(北側) ビューティアップテラス (南側) 喫茶
1F	婦人洋品雑貨
B1F	食 品
B2F	食 品

南館

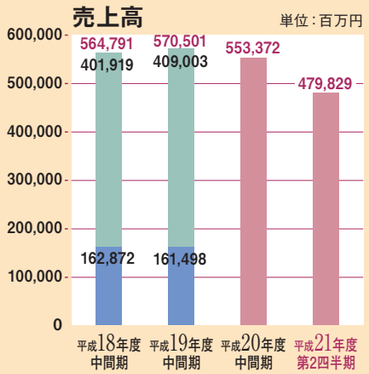
R	屋上
8F	美術
7F	食器・調理用品
6F	寝具・タオル
5F	家具・電気製品
4F	宝飾・時計
3F	呉服
2F	手芸用品
中2F	メガネ
1F	フラワーショップ メガネ
B1F	リラクシングガーデン 女性専用フロア

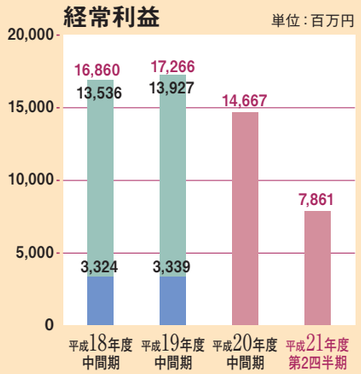
中2F 1F 40ブランドを取り揃えた、関西有数の化粧品フロア

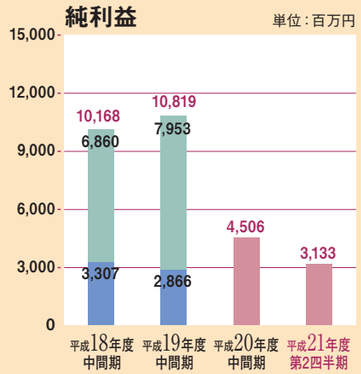
1,000平方メートルの広大な売場に、メイクアップコスメを充実。

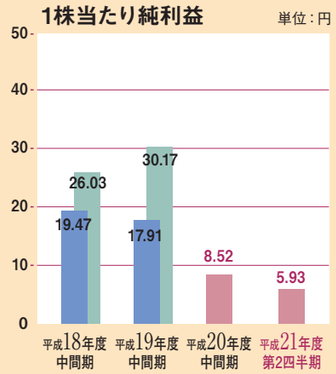
第2四半期（中間期）
財務ハイライト
（連結）

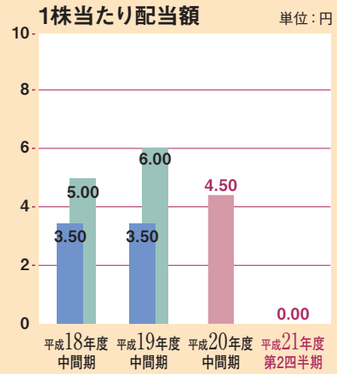
Financial Highlights

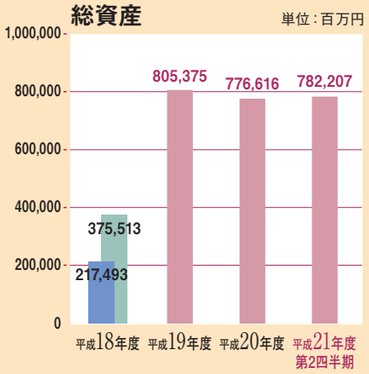


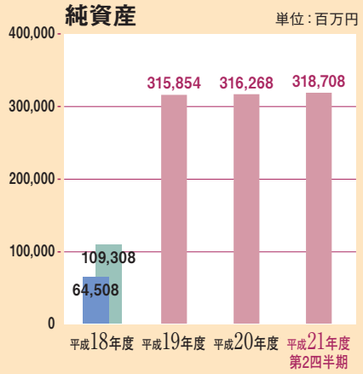












大丸　松坂屋　JFR

（松坂屋の平成19年度については、松坂屋HDの連結数値を記載）

※大丸の平成18年度の売上高につきましては、その他営業収入を含めて記載しております。

当中間期の概況

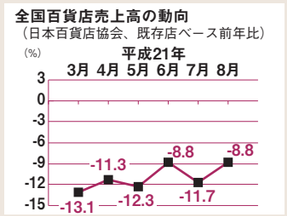
JFR（平成21年3月1日から平成21年8月31日まで）

J.フロント リテイリング株式会社

経営成績

当中間期の日本経済は、輸出や生産に持ち直しの動きが見られるものの、企業収益が低迷し、雇用・所得環境が一段と厳しさを増す中、個人消費も伸び悩むなど、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、消費市場の縮小、業種・業態を超えての競争激化、消費者の価値観の激変に加えて、景気悪化による節約志向の一段の高まりなどから、売上高は前年実績を大きく下回る極めて厳しい状況が続きました。



このような中、当社は百貨店事業において、これまでの延長ではこの激変の時代を乗り切れないとの認識の下、事業全体をマーケット志向に基づき一から見直し、時代に適合する新百貨店ビジネスモデルの構築に着手いたしました。具体的には、マーケット対応力強化とローコスト経営の両立を目指し、お客さまとの接点である店舗や売場に基点をおいた店舗戦略を策定、推進するとともに、マーケット変化に適合する業務運営の変革や役割分担の見直し、組織・人事制度の改革を進めてまいりました。

併せて、現下の厳しい消費環境に対処するため、お客さまの節約志向や価格志向に対応した魅力的な商品の充実に努めるとともに、集客力のある販売促進活動の強化を図るなど、営業収益拡大に全社を挙げて取り組んでまいりました。

また、今後の大阪地区での競争激化を踏まえ、大丸梅田店では2011年春増床オープンに向けた準備を進めるとともに、大丸心斎橋店では、そごう心斎橋店の店舗施設を取得し、新たなマーケットに対応する魅力的な店舗づくりを進め、11月14日に同店「北館」としてオープンいたしました。さらに、将来の成長に向けて、大丸東京店第2期増床計画や銀座六丁目地区再開発計画などの推進に取り組んでまいりました。

なお、今後の一層の経営基盤強化を図るため、松坂屋岡崎店の店舗閉鎖を決定いたしました。（店舗閉鎖予定日：2010年1月31日）

新たにオープンした
大丸心斎橋店「北館」（写真 奥）

一方、グループ全体の経費構造の抜本的見直しによる経費支出の徹底的な絞込みを実施するとともに、社外への委託業務の内製化や施設の効率活用・集約化など外部流出費用の圧縮を図り、さらなる経費削減に努めました。

人的生産性の向上を目指した取り組みといたしましては、退職者の補充採用を原則凍結するなど組織・要員のスリム化を図るとともに、新百貨店ビジネスモデルに適応する業務運営体制の確立と少数精鋭化を推進し、要員構造改革の実現を目指しております。

以上のような諸施策を実施いたしましたが、当中間期の連結業績は、売上高は13.3%減の4,798億29百万円、営業利益は53.9%減の67億45百万円、経常利益は46.4%減の78億61百万円、中間純利益は30.5%減の31億33百万円となりました。

なお、経営環境が極めて厳しい中、当中間期の業績及び今後の見通しを総合的に判断し、中間配当は見送らせていただきました。

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

当事業につきましては、近年の百貨店の業績不振の根本要因は、経済環境の急激な悪化以上に、百貨店が抱える構造的課題の「マーケット対応力の弱さ」と「高コスト・低収益構造」にあるとの判断から、これらを克服するために、「マーケティングを基軸にした商業施設としての店舗の魅力化」に重点をおいた「新百貨店ビジネスモデルの構築」に取り組んでまいりました。一方、直近の消費マインドの冷え込みや節約志向の一段の高まりによる大幅な売上の減少を食いとどめるべく、様々な施策にも全力を挙げて取り組みました。

まず、新百貨店ビジネスモデルの構築にあたっての取り組みといたしましては、地域におけるマーケット変化に適合するため、各店ごとにエリアマーケティングを実施し、各地域ごとのお客さまの特徴を量的に把握し、お客さまのニーズに応え、地域内の競合に打ち勝つための店舗戦略の策定と実行を進めました。当中間期は、大丸心斎橋店・神戸店、松坂屋名古屋店・上野店の4店舗で先行して策定し、順次他の店舗での取り組みを進めております。

また、マーケット対応力の強化とローコスト経営の両立を目指した「業務運営体制の革新」のため、仕入・販売業務について、主に取引先が行う「ショップ運営型」と百貨店自らが行う「自主運営型」とに分類し、それぞれに対応するオペレーション体制を構築しました。

さらに、これら業務運営体制の革新に伴い、要員構造を抜本的に見直すことにより、人的生産性の向上に取り組んでまいりました。

新百貨店ビジネスモデル店舗としての大丸心斎橋店「北館」につきましては、これまで取り込めていなかった同地区に来街する多くの「アラウンド30」（25歳～34歳）「ヤング」（18歳～24歳）に対応し、かつ、ショップ運営を中心とした新しい業務運営体制とローコスト運営を導入した店づくりを進めました。

なお、百貨店事業における意思決定の迅速化及び経営効率の一層の向上を図るための大丸と松坂屋の1社体制への移行に伴い、この9月には来年3月の移行に先駆け、さらなる商品力の強化と生産性の向上を目指し、大丸、松坂屋の婦人服・紳士服飾・食品のMD部門を統合いたしました。

一方、当面の業績確保の施策につきましては、消費者の低価格志向に対応するために、低価格帯商品の品揃えの充実と賑わい性を高め集客力のある販売促進活動に取り組みました。低価格帯商品の品揃えについては、紳士服や婦人雑貨を中心に、これまでの百貨店では取扱いの無かった価格競争力があるショップやブランド・商品を導入するとともに、プライベートブランドである紳士服の「トロージャン」、婦人服の「ソフール」などにも従来展開しなかった価格帯の商品を投入いたしました。また、販売促進活動におきましては、大丸・松坂屋共同企画「春のサンクスフェスティバル」の「総額1億円プレゼント大抽選会」や、各店の独自企画として、「季節外れの冬物バーゲン（上野店）」「均一価格で買える絵画催し（東京店）」など、従来の発想を転換し、新しい切り口で企画した催事を開催いたしました。このほか、衣料品や靴の引取りセールなど、これまでの百貨店には無い試みにも挑戦いたしました。これらの取り組みは多くのメディアにも取り上げられ、目標売上を上回り業績確保に寄与いたしました。

トロージャン売場＝松坂屋名古屋店

以上のような施策に取り組んでまいりましたが、5月の新型インフルエンザの流行による来店客数の大幅減少、加えて夏の天候不順の影響、高額品やファッション商品の買い控えの影響などにより、当事業の売上高は12.3%減の3,693億14百万円、営業利益は、58.2%減の47億31百万円となりました。

スーパーマーケット事業

ピーコックストアは、「旬・鮮度・価格」をキーワードに、お客さまから支持される食品スーパーマーケットを目指した取り組みを進めてまいりました。

具体的には、「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の開発や、生活必需品を対象に「毎日がお買い得」などの新たな企画による低価格商品の展開など、厳しい消費環境に対応した品揃えの充実を図りました。また、店舗運営面でも、マーケットや店舗形態に応じた効率的な仕組みづくりに取り組みました。

さらに、収益基盤の強化を図るため、4月に香里ヶ丘店（大阪府枚方市）をグランドオープン、5月には大型商業施設内にニッケコルトンプラザ店（千葉県市川市）を新規オープンいたしました。

以上のような施策に取り組みましたが、消費者の節約志向へ

ピーコックストア
香里ヶ丘店

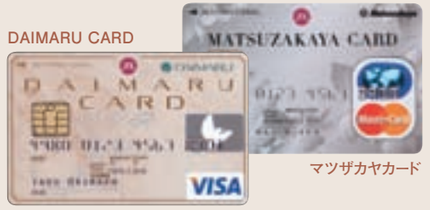
の強まりと同業他社との競合の激化、加えて店舗閉鎖の影響などから、当事業の売上高は5.7%減の617億30百万円、営業利益は26.4%減の4億69百万円となりました。

卸売事業

大丸興業では、新規商材の開発や新たな販路の開拓にも努めましたが、市場環境の悪化による影響が大きく、電子部品やホームセンター向け商材、農水産品等が苦戦し、売上高は24.6%減の329億56百万円となりました。一方、収益構造の改善による売上総利益率の向上に努めるとともに、業務オペレーションの標準化・集約化による販売費及び一般管理費の一層の圧縮を図りましたが、営業利益は21.2%減の13億75百万円となりました。

その他事業

その他事業では、それぞれの事業分野で差別化、特徴化による収益力の強化に取り組むとともに販売費及び一般管理費の圧縮に努めました結果、クレジット事業は増収増益となりましたが、建装事業の大幅な減収減益もあり、売上高は19.6%減の376億15百万円、営業利益は21.4%減の9億46百万円となりました。



マツザカヤカード

連結貸借対照表

（単位:百万円）

科 目	当第2四半期連結会計期間末（平成21年8月31日）	前連結会計年度末（平成21年2月28日）
（資産の部）		
流動資産	**168,135**	**176,833**
現金及び預金	32,326	32,858
受取手形及び売掛金	58,879	62,137
有価証券	1,177	1,093
たな卸資産	38,173	42,939
繰延税金資産	14,179	10,993
その他	24,061	27,554
貸倒引当金	△663	△743
固定資産	**614,072**	**599,782**
有形固定資産	**487,875**	**467,173**
建物及び構築物（純額）	126,327	128,201
土地	341,889	334,271
建設仮勘定	17,275	2,362
その他（純額）	2,383	2,338
無形固定資産	**19,899**	**20,285**
その他	19,899	20,285
投資その他の資産	**106,297**	**112,323**
投資有価証券	30,113	34,031
長期貸付金	1,066	1,089
敷金及び保証金	49,545	50,048
繰延税金資産	11,461	12,263
その他	16,566	17,251
貸倒引当金	△2,455	△2,360
資産合計	**782,207**	**776,616**

科 目	当第2四半期連結会計期間末（平成21年8月31日）	前連結会計年度末（平成21年2月28日）
（負債の部）		
流動負債	**268,047**	**274,228**
支払手形及び買掛金	75,222	79,685
短期借入金	52,016	42,556
1年内償還予定の社債	9,000	14,000
未払法人税等	2,919	3,563
前受金	28,536	29,232
商品券	35,324	35,275
賞与引当金	6,939	7,735
役員賞与引当金	—	185
販売促進引当金	349	354
商品券等回収損失引当金	7,925	7,317
事業整理損失引当金	3,607	2,679
その他	46,207	51,644
固定負債	**195,451**	**186,118**
社債	5,000	5,000
長期借入金	43,533	33,121
繰延税金負債	99,083	98,072
退職給付引当金	33,720	34,422
役員退職慰労引当金	53	51
負ののれん	6,923	8,086
その他	7,136	7,364
負債合計	**463,499**	**460,347**
（純資産の部）		
株主資本	**310,254**	**308,987**
資本金	30,000	30,000
資本剰余金	209,637	209,657
利益剰余金	76,593	75,310
自己株式	△5,976	△5,980
評価・換算差額等	**△174**	**△1,125**
その他有価証券評価差額金	△135	△1,161
繰延ヘッジ損益	△38	35
新株予約権	**124**	**130**
少数株主持分	**8,503**	**8,276**
純資産合計	**318,708**	**316,268**
負債純資産合計	**782,207**	**776,616**

Point 連結貸借対照表

資産合計は前期末と比べ、55億91百万円の増加となりました。内訳としましては、流動資産は主に売掛債権やたな卸資産の減少により86億98百万円減少しました。一方、固定資産は、大丸の心斎橋店北館取得などにより142億90百万円の増加となりました。

負債合計は買掛金など支払債務が減少する一方で長短借入金が増加したことから、31億52百万円増加しました。

なお、有利子負債は1,095億49百万円で前期末と比べ148億72百万円増加、自己資本比率は、前期末と同じ39.6%となりました。

Point 連結損益計算書

連結売上高は4,798億29百万円で、対前年同期比13.3%の減収となりました。売上高総利益率は0.16ポイント低下。一方、販売費及び一般管理費は経費支出の徹底的な絞込みなどにより9.1%削減いたしましたが、営業利益は53.9%の減益となりました。

四半期純利益は、特別損失が前中間期に比べ大きく減少したものの、30.5%の減益となりました。

連結損益計算書

（単位:百万円）

科 目	当第2四半期連結累計期間（平成21年3月1日から平成21年8月31日まで）	前中間期（平成20年3月1日から平成20年8月31日まで）
売上高	**479,829**	**553,372**
売上原価	**362,005**	**416,587**
売上総利益	**117,824**	**136,784**
販売費及び一般管理費	**111,078**	**122,137**
営業利益	**6,745**	**14,647**
営業外収益	**4,210**	**4,173**
受取利息	113	132
受取配当金	358	446
債務勘定整理益	1,709	1,716
負ののれん償却額	1,163	1,173
持分法による投資利益	89	24
その他	775	680
営業外費用	**3,094**	**4,152**
支払利息	752	854
固定資産除却損	106	55
商品券等回収損失引当金繰入額	1,784	2,033
その他	451	1,208
経常利益	**7,861**	**14,667**
特別利益	**1,060**	**1,305**
固定資産売却益	5	—
投資有価証券売却益	956	1,305
その他	98	—
特別損失	**3,898**	**7,705**
固定資産処分損	373	648
投資有価証券評価損	341	173
関係会社株式売却損	—	28
たな卸資産評価損	665	—
減損損失	849	177
事業整理損	1,000	5,861
統合関連費用	—	510
その他	669	304
税金等調整前四半期（中間）純利益	**5,023**	**8,268**
法人税、住民税及び事業税	2,093	3,225
過年度法人税等	1,588	—
法人税等調整額	△2,082	224
少数株主利益	290	310
四半期（中間）純利益	**3,133**	**4,506**

四半期連結財務諸表 -JFR-

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位:百万円）

科目	当第2四半期連結累計期間（平成21年3月1日から平成21年8月31日まで）	前中間期（平成20年3月1日から平成20年8月31日まで）
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,456	21,546
投資活動によるキャッシュ・フロー	△20,076	△7,740
財務活動によるキャッシュ・フロー	12,905	△13,384
現金及び現金同等物に係る換算差額	△110	38
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△824	461
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四半期末（中間期末）残高	31,482	35,405

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

64億56百万円の収入となりました。利益減に加え、期末日の曜日の関係で買掛金などの支払いが増加したため、前中間期に対して150億90百万円の減少となりました。

○投資活動によるキャッシュ・フロー

大丸心斎橋店北館など固定資産の取得により200億76百万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

長期借入金の新規調達などにより129億5百万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、大丸、松坂屋の各百貨店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。

優待 01

現金によるお買い物が 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。

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）

優待 02

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、大丸直営店、松坂屋の有料文化催事へ無料でご入場いただけます。

（博多（福岡天神・長崎）・下関・高知・鳥取の各大丸の有料文化催事には適用されません。）

ご利用上のご注意

1.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JFRグループ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。

「JFR（株）グループ百貨店」大　丸（心斎橋、梅田、東京、らら ぽーと横浜、浦和パルコ、京都、山科、神戸、新長田、須磨、芦屋、札幌）
松坂屋（名古屋、岡崎、名古屋駅、豊田、高槻、上野、銀座、静岡）
博多大丸（福岡天神、長崎）、下関大丸、高知大丸、鳥取大丸

2.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およびJFR（株）グループ百貨店が独自に発行する商品券・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、大丸直営店、松坂屋、博多大丸および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。
（その他の商品券、お買物券、商品お引換券、デビットカード等によるお買物にはご利用いただけませんのでご注意ください。）

3.本カードは、JFR（株）グループ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。

4.本カードは、JFR（株）グループ百貨店の他のお買物優待券、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。

5.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、シャネルなど）特に各社が指定したもの。
※なお、松坂屋では、上記に加え、「特に定めた催事、内覧会」においては割引いたしません。また、博多大丸、下関大丸、高知大丸および鳥取大丸では、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。

6.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。

Museum Guide ミュージアム ガイド

アートする百貨店 大丸ミュージアム

素晴らしいアートを、
より気軽に身近に楽しめる大丸ミュージアム。
ゆったりと贅沢なひとときを過ごしていただけるよう、
絵画を中心に、写真、デザイン、絵本原画など、
幅広い分野の話題性あふれる展覧会を開催しています。

各店ミュージアムのご案内

■大阪梅田店　15階（休館中）　■京都店　6階
■東京店　10階　■神戸店　9階
※大阪心斎橋店は北館14階または本館7階で、札幌店は7階ホールで開催

今後の展覧会スケジュール

2010年1月
- レオナール・フジタ展 よみがえる幻の壁画たち（神戸店）
  1月8日（金）→1月28日（木）
- 内藤ルネ展（東京店）
  1月27日（水）→2月8日（月）
- 藤山寛美と松竹新喜劇の世界〈仮称〉（心斎橋店北館14階）
  会期未定

2月
- のだめカンタービレ♪ワールド（神戸店）
  2月4日（木）→2月9日（火）
- キルトフェスティバルOSAKA2010（心斎橋店北館14階）
  2月10日（水）→2月16日（火）

3月
- いけばな女性作家展（心斎橋店本館7階）
  会期未定
- 第56回 日本伝統工芸展大阪展（心斎橋店北館14階）
  3月11日（木）→3月16日（火）
- It's a Rumic World 高橋留美子展（神戸店）
  3月17日（水）→3月31日（水）
- 金子みすゞ展〈仮称〉（心斎橋店北館14階）
  会期未定

レオナール・フジタ展
レオナール・フジタ ポートレート
1927年

4月
- いけばな神戸展（神戸店）
  4月8日（木）→4月13日（火）
- 花の万博の日本画展〈仮称〉（心斎橋店北館14階）
  4月14日（水）→4月26日（月）

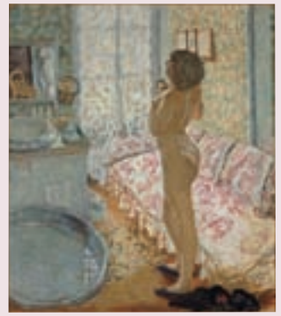
5月
- パリ展帰国記念 東方彩夢 森田りえ子展（京都店）
  5月12日（水）→5月24日（月）
- ミッフィー誕生55周年 GO GO MIFFY!! 「ゴーゴーミッフィー」展（札幌店）
  5月26日（水）→6月7日（月）

詳しくは次のホームページをご覧ください。http://www.daimaru.co.jp/museum/index.html
※上記の他、各店のスケジュールをホームページなどで随時告知いたします。次々と話題の展覧会を開催してまいりますので、ご期待ください。

※上記はいずれも予定です。

休日にはショッピングとアートを 松坂屋美術館

松坂屋美術館は、松坂屋名古屋店南館7階に設けられた、
ショッピングのついでに立ち寄れる美術館です。
絵画、工芸を中心に、国内外の作品を紹介する質の高い展覧会を
随時開催し、お買い物とはまた違った楽しみを
皆さまにご提供しています。



ベルギー近代絵画のあゆみ
ピエール・ボナール
《逆光の中の裸婦》
1908年頃　油彩、キャンバス

今後の展覧会スケジュール

開催中
- 中国・内モンゴル自治区博物館所蔵 チンギス・ハーンとモンゴルの至宝展
  10月31日（土）→12月6日（日）

2009年12月
- ベルギー王立美術館コレクション ベルギー近代絵画のあゆみ
  12月12日（土）→2月14日（日）

2010年2月
- 第54回 現代書道二十人展
  2月20日（土）→2月28日（日）

3月
- 近代日本の巨匠－文化勲章〈仮称〉
  3月6日（土）→4月11日（日）

4月
- 第65回 春の院展
  4月17日（土）→4月25日（日）
- 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
  4月29日（木・祝）→6月13日（日）

近代日本の巨匠－文化勲章
上村松園《鼓の音》

【主な文化催事】（松坂屋美術館以外）

- 生ける文化財展（日本人とともに生きた家畜たち）＜上野店南館7階＞2009年11月18日（水）→11月23日（月・祝）
- マツザカヤ ファンタスティッククリスマスイベント メイシーちゃんフェスティバル&チェブラーシカショップ＜名古屋店＞2009年11月18日（水）→11月30日（月）
- 名探偵コナン～巨大謎解き迷路に挑戦～＜名古屋店＞2009年12月23日（水・祝）→2010年1月5日（火）
- 第54回現代書道二十人展＜上野店本館6階＞2010年1月3日（日）→1月9日（土）
- 日本いけばな芸術中部展＜名古屋店＞2010年4月14日（水）→4月19日（月）
- 第35回 中日いけばな芸術展＜名古屋店＞2010年6月9日（水）→6月14日（月）

※上記の他、各店の文化催事の情報は
ホームページなどで告知いたします。
次々と話題の催しを開催してまいりますので、
ご期待ください。

展覧会名称・会場など変更の可能性がございます。

Topics トピックス

「東京 GREAT CITY BEER」を発売

大丸と松坂屋の東京地区3店舗（大丸東京店、松坂屋上野店、松坂屋銀座店）では、それぞれの所在地にちなんだ「東京GREAT CITY BEER」全3種を発売。帰省や旅行のお土産として好評を博しています。

国内外のビールコンテストで数々の受賞歴を誇る木内酒造合資会社に製造を依頼。パッケージには、それぞれの店舗所在地にちなんだイラストを、人気イラストレーターの藤原ヒロユキさんに描いていただきました。合計で年間1万本の売上を見込んでいます。

<<<丸の内 アーバン・アンバー
イギリス伝統の「アンバー・エール」スタイル。ホップの苦味とモルトの香ばしさとの調和が魅力。

上野 アーティスティック・ヴァイツェン>>>
ドイツ・バイエルン地方に伝わる「ヴァイツェン」スタイル。バナナのようなフルーティさと、香辛料「クローブ」にも似たフレーバーが特徴。

<<<銀座 ロマンティック・ホワイト
ベルギー発祥の「ホワイトエール」スタイル。甘いオレンジの香りと香辛料「コリアンダー」のスパイシーな刺激が個性的。

秋のサンクスフェスティバルを開催

大丸と松坂屋は9月16日から29日までの2週間、共同企画「秋のサンクスフェスティバル」を開催しました。目玉企画は、春に続いての「総額1億円プレゼント大抽選会」。他にも、様々な“おトク”を用意し、日ごろのご愛顧に感謝の意を捧げました。

お買い物税込1万円ごとに1回チャレンジしていただける「大抽選会」は、今回も空クジはなし。1等にお買物券1万円を1千名様分、他にも5千円券、5百円券や参加賞などを用意しました。対象お買い上げ期間を前回の倍の2週間に延長し、当選者数も10倍の10万人に拡大したところ、前回春の倍、約30万人の方にご参加いただきました。

このほか、お買い物の有無にかかわらず携帯電話からお気軽にご参加いただけ、人気の「TOKYOスイーツ」などを合計1千名様にプレゼントする「サンクス★プレゼント」なども実施。一部店舗では、ポーターサービスやレストラン利用時の駐車場利用無料の時間延長など、お買い物をより楽しんでいただける「プラスワンサービス」もご提供しました。

首都圏JR全線に掲出したポスター

10周年を迎えた「カスタマーズ・ビュー」を刷新

お客さまの声を活かしたオリジナル商品企画「カスタマーズ・ビュー」を刷新。いっそうのお客さまご満足を目指し、Webアンケートを通じて商品化をご支持いただいた婦人服や雑貨などの販売を始めました。

ご意見の投函など、従来からの店頭でのご意見収集に加え、大丸・松坂屋のWeb会員さまにアンケートを実施し、約4,000名にお答えいただきました。企画した商品のうち、「あったらいいのに」というご支持を30%以上得たものを「カスタマーズ・ビュー商品」として各店舗に展開しました。さらに、カスタマーズ・ビュー商品をお買い上げくださった皆さまには、QRコード付きのカードを配布。携帯電話から手軽にご意見やご要望をお寄せいただけるようにしました。

今回発売した商品は、ジャケットの中にすっきり着られて暖かい「吸湿発熱カットソー」、防水加工で濡れた折り畳み傘をそのまま入れられる「高機能ビジネスバッグ」など18種類。今後も随時、商品点数を拡大していきます。

また、業際を超えた競争において百貨店業態の差別化のポイントとなってくる「サービス」部分でのカスタマーズ・ビュー活動についても、店舗特性に合わせいっそうの強化を図っていきます。

メンズバッグ
（撥水ポケット付き高機能ビジネスバッグ）

レディスカットソー
（ソフール・吸湿発熱カットソー）

松坂屋名古屋店を改装、特選婦人服と婦人靴売場を再編

松坂屋は9月、名古屋店の改装を行い、31のブランドを新たに導入しました。「アラフィフ（50歳前後）」「アラサー（30歳前後）」世代へ向けた婦人服・雑貨の新規ブランドの導入と婦人靴売場にファッションのカジュアル化や節約志向に対応したブランドの導入を行い、品揃えの幅を拡充しました。

アラフィフ、アラサーに向けたブランドを導入

本館2階の特選サロンに、ファッションへの消費意欲が旺盛なアラフィフに向けたエレガンス系インポートプレタブランド**「エスカーダ」「クリスセリーン」「チヴィディーニ」「ランセル」**を導入しました。また、自分消費が盛んで積極的なアラサーに向けて、オリジナリティあふれるフランスのブランド**「クーカイ」**（南館2階）などを新たに加えています。

本館2階特選サロン「エスカーダ」

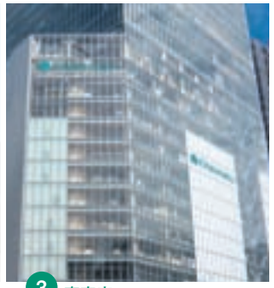
日本最大級の婦人靴売場を再編

南館地下2階シューズメッセージにバッグとのトータルコーディネートが楽しめる**「カンペール」「コールハーン」**の2ショップがオープン、さらに履き心地重視のカジュアルコンフォートゾーンも充実させました。この他、低価格商品を取り揃えた、4ブランドを新たに導入しました。

南館地下2階「コールハーン」

1 大阪・心斎橋店
〒542-8501
大阪市中央区心斎橋筋一丁目7番1号
TEL：(06) 6271-1231

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



3 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

4 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

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

6 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

7 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

8 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

9 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

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

11 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

12 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

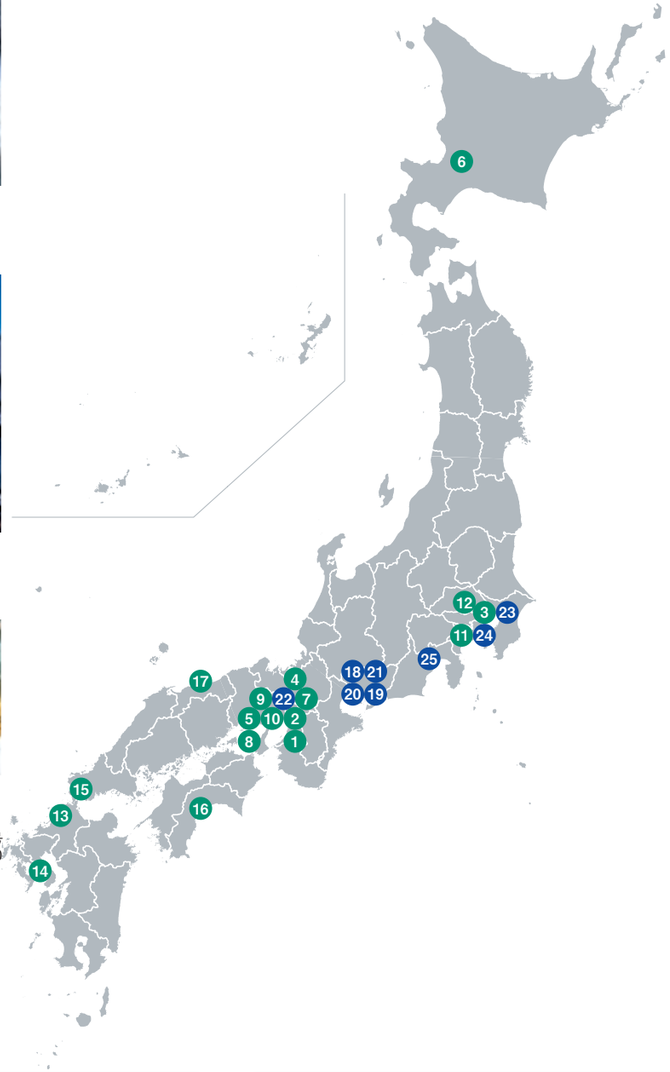
13 株式会社 博多大丸
福岡天神店

14 株式会社 博多大丸
長崎店

15 株式会社 下関大丸

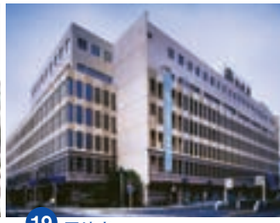
16 株式会社 高知大丸

17 株式会社 鳥取大丸



JFR network
ネットワーク

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



19 岡崎店
〒444-8515
愛知県岡崎市康生通西三丁目15番地の4
TEL：(0564) 23-1111

20 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

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

22 高槻店
〒569-8522
大阪府高槻市紺屋町2番1号
TEL：(072) 682-1111

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

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

25 静岡店
〒420-8560
静岡市葵区御幸町10番地の2
TEL：(054) 254-1111

JFR network ネットワーク

スーパーマーケット事業

（平成21年10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

兵庫県（12店舗、3事業所）
【大丸ピーコック】
明舞店
高倉台店
名谷店
狩場台店
芦屋南宮店
甲子園店
甲東園店
武庫之荘店
甲南店
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

大阪府（18店舗、2事業所）
【大丸ピーコック】
千里大丸プラザ
津雲台店
北千里店
中宮店
茶山台店
晴美台店
松が丘店
塚原店
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
【百貨店事業所】
大丸心斎橋店
大丸梅田店

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

神奈川県（7店舗）
【大丸ピーコック】
藤沢店
横浜橋店
藤沢トレアージュ白旗店
【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

ピーコックストア洋光台店

千葉県（5店舗）
【大丸ピーコック】
袖ヶ浦店
新浦安店
【ピーコックストア】
ニッケコルトンプラザ店
【マツザカヤストア】
常盤平店
豊四季店

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
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

※建て替えのため閉鎖
大丸ピーコック六角橋店（2009年11月再開予定）
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21年10月末現在）

大丸興業株式会社
株式会社J.フロント建装
株式会社DHJ
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
栄印刷株式会社
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
株式会社大丸リース＆サービス
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

DAIMARU

Matsuzakaya

会社の概要

（平成21年11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）	岡田　邦彦	株式会社松坂屋代表取締役会長 株式会社御園座取締役 中部日本放送株式会社取締役
取締役社長（代表取締役）兼最高経営責任者	奥田　務	百貨店事業政策部長 株式会社大丸代表取締役会長 株式会社大阪証券取引所取締役 株式会社りそなホールディングス取締役
取締役	山本　良一	営業改革推進担当 株式会社大丸代表取締役社長 株式会社松坂屋取締役
取締役	茶村　俊一	銀座再開発担当 株式会社松坂屋代表取締役社長 株式会社大丸取締役 株式会社白洋舎取締役
取締役専務執行役員	都島　敏明	業務本部長
取締役常務執行役員	小島喜代三	関連事業政策部長
取締役常務執行役員	塚田　博人	経営計画本部長兼銀座再開発副担当
取締役	髙山　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取締役
監査役	古田　武	株式会社大丸監査役 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 帝国ピストンリング株式会社取締役
監査役（常勤）	城戸　敏雄	
監査役（常勤）	中村　順司	

（注）1.取締役髙山剛、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。

執行役員	山川　浩司	CSR推進室長
執行役員	松田　伸治	銀座出店計画室長兼経営計画本部開発事業部長 兼株式会社松坂屋執行役員名古屋駅新店計画室長
執行役員	平山誠一郎	業務本部人事部長
執行役員	土井　和夫	業務本部コスト構造改革推進部長
執行役員	末松　純夫	百貨店事業政策部副部長 外商改革推進担当
執行役員	原田　隆晴	百貨店事業政策部副部長 兼MD戦略推進部長兼首都圏百貨店戦略推進室長
執行役員	榎本　朋彦	百貨店事業政策部営業企画推進室長
執行役員	樋口　雅一	百貨店事業政策部MD戦略推進部第2MD推進部長
執行役員	中井　千尋	百貨店事業政策部MD戦略推進部第3MD推進部長
執行役員	井出陽一郎	百貨店事業政策部MD戦略推進部第4MD推進部長

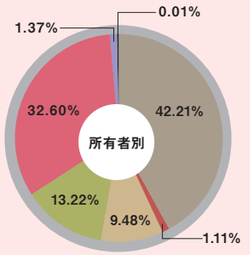
株式情報 （平成21年8月31日現在）

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	72,202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）	33,546	6.25
2	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口4G）	32,031	5.97
3	日本生命保険相互会社	28,906	5.39
4	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	27,620	5.15
5	株式会社三菱東京ＵＦＪ銀行	14,291	2.66
6	第一生命保険相互会社	11,564	2.15
7	大丸共栄持株会	8,835	1.64
8	東京海上日動火災保険株式会社	8,369	1.56
9	J.フロント リテイリング 従業員持株会	8,095	1.50
10	J.フロント リテイリング株式会社	7,364	1.37

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	79	226,318	42.21
金融商品取引業者	44	5,965	1.11
その他の法人	852	50,841	9.48
外国法人等	396	70,905	13.22
個人・その他	70,829	174,815	32.60
自己名義株式	1	7,364	1.37



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 特別口座の口座管理機関：三菱UFJ信託銀行株式会社

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）
1.株主様の住所変更、買取請求その他各種お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。
2.特別口座に記録された株式に関する各種お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て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。