



J. FRONT RETAILING

2011年 9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8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：％）

	8月度	3～8月度累計
百貨店業	▲ 3.8 (2.2)	▲ 2.1 (0.7)
スーパーマーケット業	▲ 5.6	▲ 3.3
卸売業	1.3	▲ 12.0
その他事業	▲ 25.3	1.2
連結合計	▲ 5.8	▲ 2.4

※注)百貨店業合計の()内は、松坂屋名古屋駅店(2010年8月29日営業終了)と、博多大丸長崎店(2011年7月31日営業終了)の8月度を除く。

2. 売上高概況

1) 百貨店業

- ・8月度の百貨店事業の売上高は、引き続き梅田店が大きく売上を伸ばし牽引したほか、ラグジュアリーブランドや美術・宝飾品など高額品が活発に動き、催事を中心に食料品も好調に推移したことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年3.2%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同2.2%増となった。なお、大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに5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、7月末に改装オープンしたニッケコルトンプラザ店や、改装効果が持続する藤沢トリアージュ白旗店、高野台店などが好調に推移したものの、閉鎖店舗（東池袋店、みさと店など計3店舗および1事業所）の影響などにより対前年 ▲5.6%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 ▲4.1%減、中部地区が同 ▲3.4%減であった。

3) その他

- ・卸売業の大丸興業は、化学品や電子デバイスの好調により対前年1.3%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8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：％）

	8月度		3～8月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲6.6	▲6.5	▲4.9	▲10.2
大丸 梅田店	89.7	148.7	55.7	110.3
大丸 東京店	▲4.0	▲4.8	▲10.3	▲11.6
大丸 ららぽーと横浜店	6.1	-	7.1	-
大丸 浦和パルコ店	2.1	-	0.2	-
大丸 京都店	▲1.4	0.4	▲1.5	▲2.1
大丸 山科店	▲19.1	-	▲16.7	-
大丸 神戸店	▲4.9	▲4.2	▲2.3	▲3.6
大丸 新長田店	1.2	-	▲0.3	-
大丸 須磨店	▲1.1	-	▲2.2	-
大丸 芦屋店	1.1	-	0.3	-
大丸 札幌店	0.4	1.6	3.0	2.4
松坂屋 名古屋店	4.6	9.2	2.5	4.9
松坂屋 上野店	2.8	▲0.9	▲2.9	▲6.3
松坂屋 静岡店	2.2	0.8	▲0.7	▲0.6
松坂屋 銀座店	▲19.7	▲19.8	▲23.2	▲22.1
松坂屋 高槻店	▲0.0	7.6	▲0.5	4.9
松坂屋 豊田店	▲1.2	▲4.4	1.8	0.5
大丸松坂屋百貨店合計	3.2	14.5	1.3	8.9
博多大丸	▲5.9	▲7.4	▲4.5	▲4.3
下関大丸	0.8	▲2.3	▲0.1	▲0.9
高知大丸	▲1.1	▲3.4	▲1.5	▲1.8
百貨店事業合計	2.2	-	0.7	-

※注）合計の前年は、松坂屋名古屋駅店（2010年8月29日営業終了）と、博多大丸長崎店（2011年7月31日営業終了）の8月度を除く。

前年に松坂屋名古屋駅店と博多大丸長崎店を含めた8月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲3.0%減、百貨店事業合計 同▲3.8%減。

前年に松坂屋名古屋駅店と博多大丸長崎店の8月度を含めた3～8月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲1.9%減、百貨店事業合計 同▲2.1%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	8月度	3～8月度累計
紳士服・洋品	▲3.0	▲0.4
婦人服・洋品	3.7	2.0
子供服・洋品	10.8	2.7
その他の衣料品	▲10.7	▲5.6
衣料品計	2.3	1.3
身 回 品	3.0	1.8
化粧品	▲4.2	▲1.4
美術・宝飾・貴金属	8.4	3.9
その他雑貨	▲12.2	▲10.3
雑 貨 計	▲0.1	0.1
家 具	▲2.5	▲0.0
家 電	▲8.1	▲18.7
その他の家庭用品	4.4	4.4
家庭用品計	1.6	2.0
生 鮮	1.4	▲0.5
菓 子	4.4	▲1.2
惣 菜	10.1	3.3
その他食料品	9.0	0.9
食料品計	6.1	0.5
食堂・喫茶	9.2	11.9
サービス	▲20.4	▲17.8
そ の 他	2.7	2.1
合 計	3.2	1.3

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが牽引するとともに、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売上を伸ばした。身回品は、夏物最終セールでサンダルやハンドバッグなどが活発に動いた。雑貨は、美術・宝飾などの高額品が外商中心に好調であった。食料品は、増床した梅田店が2.5倍増となったほか、解体セールなどの催事が盛況であった。