2012年10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

２０１２年９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：%）

	９月度
百貨店事業	3.7
パルコ事業	ー
ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ事業	▲8.4
卸 売 事 業	16.1
クレジット事業	4.9
その他事業	15.3
連　結　合　計	33.7

（注）㈱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対前年増減率は3.5%増、
パルコ事業の対前年増減率は1.3%増。

２．売上高概況

１）百貨店事業

・9月度の百貨店事業の売上高は、気温が平年を上回って推移したことにより、秋物ファッションが伸び悩んだものの、10月5日のグランドオープンに向けて順次増床部分をオープンさせている東京店が大きく売上を伸ばし、ラグジュアリーブランドや美術宝飾品など高額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4.2%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同3.7%になるなど、2ヶ月連続で前年実績を上回った。

２）パルコ事業

・パルコは、中旬までは厳しい残暑により、主力ファッションの秋物の動きが鈍く客単価が伸び悩み、婦人服を中心とした衣料品が苦戦したが、改装推進による効果や、ハウスカードホルダーを対象としたキャンペーンの取り組みが奏功した結果、下旬からは客数を伸ばすことができ、パルコ事業合計では対前年1.3%増となった。

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▲8.4%減となったが、減少率は2ヶ月連続で縮小した。地区別では首都圏が対前年▲9.6%減、関西地区が同▲5.7%減、中部地区が同▲11.8%減であった。

４）その他

・卸売事業の大丸興業は、金属樹脂加工品、食品などの好調により対前年16.1%増となった。
・クレジット事業のＪＦＲカードは、加盟店手数料収入などが順調に伸び対前年4.9%増となった。
・その他の事業は、百貨店やホテルの改装工事が好調であったJ.フロント建装が牽引した。

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

２０１２年９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：%）

	９月度	
	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	▲1.5	▲0.2
大丸 梅田店	7.2	3.6
大丸 東京店	33.7	43.3
大丸 ららぽーと横浜店	▲3.9	▲3.9
大丸 浦和パルコ店	1.8	2.0
大丸 京都店	▲0.7	1.0
大丸 山科店	▲4.0	▲2.4
大丸 神戸店	7.5	5.7
大丸 新長田店	▲2.7	▲2.4
大丸 須磨店	0.3	0.2
大丸 芦屋店	▲4.4	▲7.0
大丸 札幌店	▲4.0	▲1.9
松坂屋 名古屋店	5.9	26.3
松坂屋 上野店	▲2.2	▲2.1
松坂屋 静岡店	0.8	10.9
松坂屋 銀座店	▲5.9	▲10.8
松坂屋 高槻店	0.9	▲5.4
松坂屋 豊田店	6.2	5.1
大丸松坂屋百貨店合計	4.2	7.2
博多大丸	0.6	▲2.4
下関大丸	▲3.5	7.1
高知大丸	▲0.5	0.5
百貨店事業合計	3.7	－

２．大丸松坂屋百貨店　商品別売上高（対前年増減率：%）

	９月度
紳士服・洋品	4.0
婦人服・洋品	7.5
子供服・洋品	▲2.6
その他の衣料品	5.5
衣料品計	6.4
身 回 品	▲1.7
化粧品	8.0
美術･宝飾･貴金属	5.8
その他雑貨	▲2.4
雑 貨 計	6.1
家　具	▲15.1
家　電	12.5
その他の家庭用品	▲3.9
家庭用品計	▲6.0
生　鮮	▲2.2
菓　子	4.4
惣　菜	11.3
その他食料品	7.5
食料品計	5.5
食堂・喫茶	7.5
サービス	▲23.6
そ の 他	▲0.1
合　　計	4.2

３．売上高概況

婦人服･洋品は、秋冬ファッション商品の動きが伸び悩んだものの、9月3日に増床部のファッションフロアをオープンした東京店をはじめ、主要店舗でラグジュアリーブランドが大きく売上を伸ばし全体を牽引した。紳士服･洋品は、セーター、スーツなどの動きが良かった。身回品はアクセサリー､ハンドバッグは堅調であったが、婦人靴が苦戦した。雑貨は、化粧品、宝飾品が好調であった。食料品は、8月に食料品売場を増床オープンした東京店や、改装効果が続く神戸店が大きく売上を伸ばした。