2012年11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１０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：%）

	１０月度	９～１０月度累計
百貨店事業	1.6	2.5
パルコ事業	―	―
ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ事業	▲9.8	▲9.2
卸 売 事 業	13.7	14.8
クレジット事業	3.3	4.0
その他事業	27.0	21.5
連　結　合　計	29.8	31.6

（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10月度の対前年増減率は1.7%増（パルコ事業は3.3%増）、
連結合計からパルコ事業を除いた9～10月度累計の対前年増減率は2.5%増（パルコ事業は2.3%増）。

２．売上高概況

１）百貨店事業

・10月度の百貨店事業の売上高は、休日が対前年▲2日減というマイナス条件があったものの、10月5日に増床グランドオープンした東京店が大きく売上を伸ばし牽引したほか、秋冬ものファッションも中旬以降の気温の低下に伴い活発に動き、ラグジュアリーブランドや美術宝飾品など高額品も引き続き好調に推移したことから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年2.5%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同1.6%増となった。なお大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに3ヶ月連続で前年実績を上回った。

２）パルコ事業

・パルコは、旬のファッションを導入した秋の改装が前月に引き続き全体を牽引した。また、残暑が長引く傾向を踏まえ、後ろ倒しで開催したハウスカードの5%オフ企画が奏功。気温低下によるアウターアイテムが活発に動いたことに加えて、秋物セールや渋谷店で開催した大型動員企画も売上に寄与し、パルコ事業合計では対前年3.3%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▲9.8%減となった。地区別では首都圏が対前年▲11.3%減、関西地区が同▲7.4%減、中部地区が同▲9.9%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13.7%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3.3%増となった。
・その他事業は、東京店増床に伴う改装工事などで大幅増となった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１０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：%）

	１０月度		１０月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	▲4.1	0.3	▲2.9	0.1
大丸 梅田店	3.5	1.6	5.2	2.6
大丸 東京店	44.5	61.7	39.6	52.8
大丸 ららぽーと横浜店	▲10.8	▲12.0	▲7.5	▲8.1
大丸 浦和パルコ店	▲0.5	0.1	0.6	1.0
大丸 京都店	▲0.5	1.7	▲0.6	1.3
大丸 山科店	▲1.2	▲0.5	▲2.6	▲1.5
大丸 神戸店	4.7	6.8	6.0	6.3
大丸 新長田店	4.4	▲4.8	0.9	▲3.7
大丸 須磨店	0.4	▲1.1	0.3	▲0.4
大丸 芦屋店	▲2.4	▲6.9	▲3.3	▲7.0
大丸 札幌店	3.9	▲0.2	0.1	▲1.0
松坂屋 名古屋店	▲2.0	19.9	1.5	23.0
松坂屋 上野店	▲7.2	▲4.2	▲4.9	▲3.2
松坂屋 静岡店	▲8.5	▲13.3	▲4.3	▲2.7
松坂屋 銀座店	▲15.2	▲19.4	▲10.8	▲15.3
松坂屋 高槻店	0.1	▲5.3	0.5	▲5.4
松坂屋 豊田店	▲6.1	▲0.1	▲0.8	2.4
大丸松坂屋百貨店合計	2.5	7.6	3.3	7.4
博多大丸	▲4.8	▲7.7	▲2.3	▲5.1
下関大丸	▲3.0	▲7.5	▲3.2	▲0.7
高知大丸	▲7.5	▲4.5	▲4.4	▲2.2
百貨店事業合計	1.6	－	2.5	－

２．大丸松坂屋百貨店　商品別売上高（対前年増減率：%）

	１０月度	１０月度累計
紳士服・洋品	▲1.6	0.5
婦人服・洋品	5.8	6.6
子供服・洋品	0.7	▲0.7
その他の衣料品	3.8	4.5
衣料品計	4.1	5.1
身 回 品	▲0.8	▲1.2
化粧品	5.6	6.8
美術･宝飾･貴金属	3.2	4.5
その他雑貨	9.9	4.1
雑 貨 計	4.9	5.5
家　具	▲12.1	▲13.5
家　電	10.4	11.5
その他の家庭用品	2.5	▲0.5
家庭用品計	▲0.9	▲3.3
生　鮮	▲3.8	▲3.0
菓　子	0.7	2.4
惣　菜	10.4	10.8
その他食料品	6.7	7.1
食料品計	3.7	4.5
食堂・喫茶	4.8	6.1
サービス	▲34.7	▲29.7
そ の 他	▲11.0	▲5.9
合　　計	2.5	3.3

３．売上高概況

婦人服･洋品は、10月5日に増床グランドオープンした東京店や、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た。紳士服･洋品は、セーター、カジュアルシャツの動きは良かったが、ブルゾン、コートは苦戦した。身回品は婦人靴は堅調であったが、バッグ、傘は苦戦した。雑貨は、化粧品、美術品、時計などが好調であった。食料品は、8月に増床オープンした東京店や、春の改装効果が続く神戸店が大きく売上を伸ばした。