2012年12月14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１１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：%）

	１１月度	９～１１月度累計
百貨店事業	5.1	3.4
パルコ事業	―	―
ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ事業	▲ 8.5	▲ 8.9
卸 売 事 業	34.8	21.5
クレジット事業	5.7	4.6
その他事業	31.0	25.1
連　結　合　計	37.2	33.5

（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11月度の対前年増減率は6.4%増（パルコ事業は1.8%増）、
連結合計からパルコ事業を除いた9～11月度累計の対前年増減率は3.9%増（パルコ事業は2.1%増）。

２．売上高概況

１）百貨店事業

・11月度の百貨店事業の売上高は、休日が対前年▲1日減であったものの、月初からの気温低下により婦人･紳士コート、ニットや手袋、マフラーなど冬物のファッション衣料雑貨が活発に動いたことに加え、前月増床グランドオープンした東京店が引き続き大幅に売上を伸ばしたことなどから､大丸松坂屋百貨店合計では対前年5.1%増､関係百貨店を含めた百貨店事業合計でも同5.1%増となった。なお大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに4ヶ月連続で前年実績を上回った。

２）パルコ事業

・パルコは、月初からの気温低下により、コートやダウンジャケットを中心とした冬物ファッション衣料の販売が好調に推移した。また、前月に引き続き改装効果による売上増に加え、例年11月下旬に実施しているハウスカードホルダーへの顧客優待セールも前年を上回り､全体の底上げに寄与した。パルコ事業合計では対前年1.8%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▲8.5%減となったが、減少率は前月から縮小した。地区別では首都圏が対前年▲10.5%減、関西地区が同▲4.9%減、中部地区が同▲10.1%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34.8%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5.7%増となった。
・その他事業は、東京店増床に伴う改装工事計上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１１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：%）

	１１月度		９～１１月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	▲1.4	3.3	▲2.4	1.1
大丸 梅田店	0.6	▲0.1	3.6	1.7
大丸 東京店	40.2	47.4	39.8	51.0
大丸 ららぽーと横浜店	▲6.0	▲7.7	▲7.0	▲8.0
大丸 浦和パルコ店	1.9	3.8	1.0	1.9
大丸 京都店	0.8	0.9	▲0.1	1.2
大丸 山科店	1.4	1.2	▲1.2	▲0.6
大丸 神戸店	8.8	10.3	7.0	7.6
大丸 新長田店	38.4	▲1.5	13.8	▲2.9
大丸 須磨店	4.2	1.3	1.7	0.2
大丸 芦屋店	0.8	▲5.6	▲2.0	▲6.5
大丸 札幌店	3.5	0.2	1.2	▲0.6
松坂屋 名古屋店	2.8	19.4	1.9	21.8
松坂屋 上野店	▲2.7	▲1.3	▲4.0	▲2.6
松坂屋 静岡店	4.0	3.1	▲1.6	▲0.8
松坂屋 銀座店	▲2.0	▲14.1	▲7.8	▲14.9
松坂屋 高槻店	▲6.0	▲8.4	▲1.9	▲6.4
松坂屋 豊田店	5.0	3.1	1.2	2.6
大丸松坂屋百貨店合計	5.1	7.2	3.9	7.3
博多大丸	5.0	▲5.4	0.1	▲5.2
下関大丸	6.2	4.0	▲0.3	0.8
高知大丸	6.3	2.0	▲1.0	▲0.8
百貨店事業合計	5.1	6.3	3.4	6.3

２．大丸松坂屋百貨店　商品別売上高（対前年増減率：%）

	１１月度	９～１１月度累計
紳士服・洋品	6.2	2.7
婦人服・洋品	9.9	7.7
子供服・洋品	5.7	1.4
その他の衣料品	7.6	5.6
衣料品計	8.9	6.4
身 回 品	0.2	▲0.7
化粧品	3.0	5.4
美術･宝飾･貴金属	1.0	3.2
その他雑貨	9.8	6.1
雑 貨 計	2.6	4.5
家　具	▲9.9	▲12.2
家　電	12.1	11.7
その他の家庭用品	8.9	2.7
家庭用品計	4.0	▲0.8
生　鮮	0.1	▲1.9
菓　子	4.7	3.2
惣　菜	11.8	11.1
その他食料品	▲1.4	3.3
食料品計	3.6	4.2
食堂・喫茶	5.9	6.1
サービス	▲16.6	▲25.2
そ の 他	▲2.6	▲4.7
合　　計	5.1	3.9

３．売上高概況

婦人服･洋品、紳士服･洋品は、コートやセーター、手袋やマフラーなど冬物のファッション衣料雑貨が活発に動いたことに加え、東京店の増床効果もあり大きく売上を伸ばした。身回品は、ブーツやハンドバッグなどが良く動いた。雑貨は、化粧品、時計などが好調であった。食料品は、東京店や春の改装効果が続く神戸店が牽引した。