2013年1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１２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：%）

	１２月度	９～１２月度累計
百貨店事業	0.6	2.4
パルコ事業	―	―
ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ事業	▲ 6.9	▲ 8.4
卸 売 事 業	39.0	25.9
クレジット事業	3.7	4.4
その他事業	6.4	19.8
連　結　合　計	26.5	31.2

（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12月度の対前年増減率は1.8%増（パルコ事業は同▲0.3%減）、
連結合計からパルコ事業を除いた9～12月度累計の対前年増減率は3.2%増（パルコ事業は同1.4%増）。

２．売上高概況

１）百貨店事業

・１２月度の百貨店事業の売上高は、マフラー、手袋、コートなど防寒アイテムが活発に動いたほか、ラグジュアリーブランドがクリスマス商戦で売上を伸ばし、お歳暮ギフト、おせちも堅調に推移したことに加え、１０月に増床グランドオープンした東京店が引き続き大きく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1.1%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同0.6%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）パルコ事業

・パルコ単体の売上高は、ギフト需要に合わせて全店で実施したクリスマス企画やハウスカード５%オフ企画により、コートなどの衣料品やバッグなどの身の回り品が良く動き対前年0.3%増となったものの、総合空間事業のパルコスペースシステムズが前年好調の反動でマイナスとなった影響により、パルコ事業合計では同▲0.3%減となった。

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▲6.9%減となったが、減少幅は2ヶ月連続で縮小した。地区別でも各地区で減少幅は縮小し、首都圏が対前年▲9.2%減、関西地区が同▲4.1%減、中部地区が同▲7.4%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39.0%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3.7%増となった。
・その他事業は、カタログ事業が好調だったＪＦＲオンラインなどが売上を伸ばした。

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１２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：%）

	１２月度		９～１２月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	▲2.7	2.2	▲2.5	1.4
大丸 梅田店	▲4.9	▲3.0	0.7	0.3
大丸 東京店	23.6	32.4	34.3	45.7
大丸 ららぽーと横浜店	▲3.0	▲5.2	▲5.5	▲7.2
大丸 浦和パルコ店	▲1.2	▲0.3	0.2	1.3
大丸 京都店	▲2.3	0.5	▲0.9	1.0
大丸 山科店	0.7	▲0.6	▲0.5	▲0.6
大丸 神戸店	2.8	5.4	5.5	6.9
大丸 新長田店	16.7	▲0.9	14.9	▲2.4
大丸 須磨店	▲0.1	1.5	1.0	0.5
大丸 芦屋店	▲3.0	▲2.6	▲2.4	▲5.4
大丸 札幌店	1.9	0.4	1.4	▲0.3
松坂屋 名古屋店	1.4	18.2	1.8	20.8
松坂屋 上野店	▲1.8	▲2.6	▲3.2	▲2.6
松坂屋 静岡店	▲2.5	1.5	▲1.9	▲0.2
松坂屋 銀座店	▲8.9	▲15.4	▲8.1	▲15.0
松坂屋 高槻店	▲2.2	▲6.6	▲2.0	▲6.4
松坂屋 豊田店	2.1	3.3	1.5	2.8
大丸松坂屋百貨店合計	1.1	4.2	2.9	6.4
博多大丸	▲1.7	▲4.9	▲0.6	▲5.1
下関大丸	▲6.3	▲3.4	▲2.3	▲0.5
高知大丸	▲2.4	▲3.5	▲1.5	▲1.7
百貨店事業合計	0.6	3.3	2.4	5.4

２．大丸松坂屋百貨店　商品別売上高（対前年増減率：%）

	１２月度	９～１２月度累計
紳士服・洋品	1.4	2.3
婦人服・洋品	4.1	6.6
子供服・洋品	0.2	1.0
その他の衣料品	5.1	5.4
衣料品計	3.5	5.5
身 回 品	▲4.5	▲2.0
化粧品	1.7	4.3
美術･宝飾･貴金属	▲0.8	1.8
その他雑貨	11.8	7.9
雑 貨 計	1.3	3.5
家　具	▲12.5	▲12.3
家　電	6.7	9.9
その他の家庭用品	3.6	3.0
家庭用品計	▲0.1	▲0.5
生　鮮	▲1.9	▲1.9
菓　子	0.7	2.1
惣　菜	4.7	8.4
その他食料品	▲3.1	▲0.3
食料品計	▲0.2	2.1
食堂・喫茶	3.6	5.4
サービス	▲22.4	▲24.5
そ の 他	5.6	▲1.5
合　　計	1.1	2.9

３．売上高概況

婦人服･洋品、紳士服･洋品は、マフラー、手袋、コートなど冬物衣料雑貨が活発に動いたことに加え、クリスマスギフト需要を取り込んだラグジュアリーブランドの好調もあり売上を伸ばした。身回品は、かばん･旅行用品は堅調であったが、婦人靴、紳士靴が伸び悩んだ。雑貨は、化粧品のほか、お得意様向け催事が盛況であった時計･宝飾品の売上が伸長した。食料品は、クリスマスケーキやおせち料理は売上を伸ばしたが、生鮮品や和洋酒は苦戦した。