

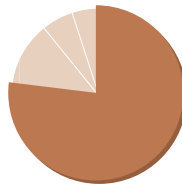
At a Glance

売上高および営業利益

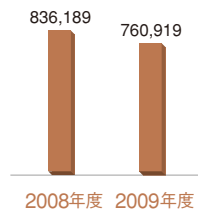
- 売上高構成比は各セグメント間の取引を消去した外部顧客に対する売上高の比率です。
- 売上高、営業利益は、各セグメント間の取引を含みます。

百貨店事業

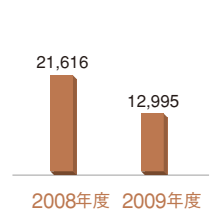
売上高構成比



売上高(百万円)

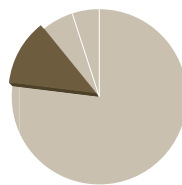


営業利益(百万円)

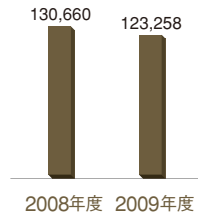


スーパーマーケット事業

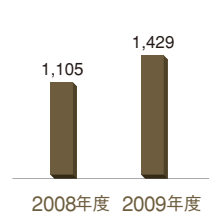
売上高構成比



売上高(百万円)

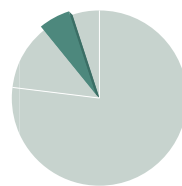


営業利益(百万円)

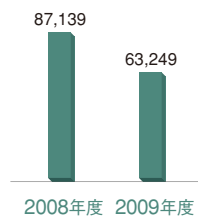


卸売事業

売上高構成比



売上高(百万円)

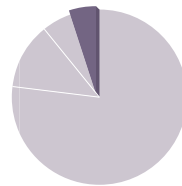


営業利益(百万円)

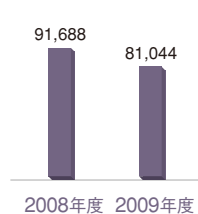


その他事業

売上高構成比



売上高(百万円)



営業利益(百万円)



百貨店事業

2009年度の概況

2009年度は、節約志向や価格志向、カジュアル化の進展など、お客様の価値観の変化に対応するとともに、対象顧客の幅を広げるため、従来の百貨店では取り扱っていなかった新規取引先ブランドの積極的な導入をはじめ、売場特価や話題催事の拡大展開を図るなど、売上の減少幅を最小限に止めるために様々な施策を実行しました。一方、経費についても全社を挙げて一層の削減を進めました。

大丸単体では、昨年11月に新百貨店モデル確立を目指した大丸心齋橋店「北館」オープンによりヤングやアラウンド30の新しい顧客層の開拓で成果を上げつつある心齋橋店や、2003年の開業以来6年連続で増収を続ける札幌店、さらに2月単月でプラスに転じた東京店など、一部では明るい兆しも見られましたが、梅田店・京都店などの関西基幹店舗で改装工事に伴う売場環境や周辺環境悪化の影響も受け、売上が落ち込むなど、売上総利益は前年より103億円の減少(対前年8.8%減)となりました。一方、経費面では、施設費を中心に心齋橋店北館関連費用が15億円増加しましたが、売場運営体制の見直しによる人件費、広告宣伝費などあらゆる費目で削減に取り組んだ結果、販売管理費は前年より50億円減少(対前年4.7%減)しました。しかしながら、売上減による売上総利益の減少幅が大きく、営業利益は51億円(対前年51.0%減)となりました。

一方、松坂屋は、2009年下期から組織や業務運営体制が大丸と共通化されるなど、大丸・松坂屋の1社化を視野に入れた経営改革への本格的な取り組みが進みました。その結果、経営の効率化とローコスト化が進み、販売管理費が前年に比べ51億円(対前年8.9%減)削減されましたが、旗艦店舗の名古屋店や法人外商部門などを中心とする売上低迷の影響が大きく、売上総利益が74億円(対前年11.5%減)減少し、営業利益は35億円(対前年38.7%減)となりました。

このように、大丸、松坂屋がともに苦戦するとともに、博多大丸などの関係百貨店も減収・減益、さらに前年度に閉鎖した横浜松坂屋・今治大丸2店舗(横浜松坂屋08年10月26日閉店、今治大丸08年12月31日閉店)の影響も加わり、百貨店事業全体では売上高は7,609億円(対前年9.0%減)、営業利益は129億円(対前年39.9%減)となりました。

2010年度の見通し

2010年3月1日に大丸と松坂屋が合併し、一社化した「大丸松坂屋百貨店」は、2009年11月にオープンした心齋橋店北館売上の3月～10月までの8ヶ月分がフルに寄与することや、京都店の婦人服と婦人雑貨を中心とした4月22日の第1期改装オープン効果を見込んでいます。一方で、2011年春に大規模増床予定の梅田店改装工事の進行に伴い、本年の売場閉鎖のピーク時には売場面積が半減するなど、梅田店売上への影響が非常に大きいことに加え、1月に閉鎖した岡崎店と本年8月末に終了予定の名古屋駅店のマイナス影響などを織り込みました。

一方、経費については、新百貨店モデル構築の基盤となる要員構造改革や経費構造改革への取り組みにより、人件費などを中心に対前年で102億円の削減を行う一方、心齋橋店北館の8か月分の増加や梅田店、京都店改装などによる施設費を中心とした増加要素73億円などがあり、販売管理費の削減は29億円にとどまることから、営業利益は90億円(対前年4.2%増)の見通しです。

これらの取り組みに関係百貨店などを加えた2010年度の百貨店事業の営業利益はほぼ横ばいの130億円の見通しです。



大丸心齋橋店

スーパーマーケット事業

2009年度の概況

スーパーマーケット事業は首都圏、関西地区および中部地区を中心に90店舗(2010年5月現在)を展開し、地域のお客様に支持される食品スーパーマーケットを目指して、食の安全・安心に加え、値ごろ感のあるプライベートブランド商品開発の促進や「毎日がお買い得」などの新たな拡大展開に努め、お客様の期待に応える品揃えの充実に取り組んでいます。

2009年度は、5月にニッケコルトンプラザ店(千葉県市川市)、11月には白楽六角橋店(神奈川県横浜市)を新規オープンしたほか、大規模なリニューアルを実施したグランパーク田町店(東京都港区)や自由が丘店(東京都目黒区)など好調に推移した店舗もありましたが、全体としては厳しい消費環境の中、店舗閉鎖や地域間における競争激化の影響などにより、売上高は1,232億円(対前年5.7%減)となりました。

しかしながら、徹底したローコスト運営の視点で店舗業務を見直し、本部機能も集約化することで人的生産性の向上を図り、販売費及び一般管理費を大幅に圧縮した結果、営業利益は14億円(対前年29.3%増)となりました。



ニッケコルトンプラザ店

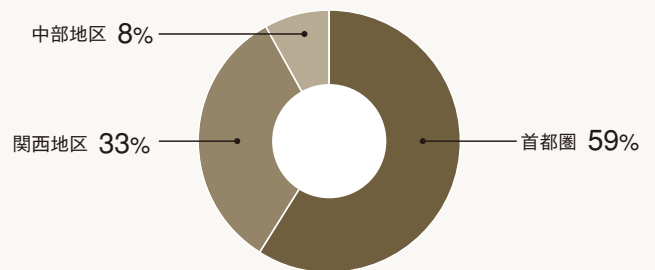


プライベートブランド「ピーコックチョイス」

2010年度の見通し

2010年度は、新規出店を中野店の1店舗にとどめ、不採算店舗の閉鎖や競争環境の厳しさを織り込むことから減収を予想しますが、オペレーションの効率化などコスト構造改革を進めながら経費管理を徹底して行うことにより営業利益は14億円(対前年0.8%増)を見込んでいます。

地区別売上高構成比(2009年度)



■ 店舗所在地一覧 (2010年5月現在)

首都圏(53店舗)

■ 大丸ピーコック

青山店
袖が浦店
高輪魚籃坂店
目白店
自由が丘店
阿佐谷店
下北澤店
藤沢店
みさと店
恵比寿店
多摩店
国立さくら通り店
横浜橋山店
久我山店
高田馬場店
麻布十番店
井荻店
経堂店
新浦安店
都立家政店
桜新町店
高野台店
東小金井店
上池台店
文京グリーンコート店
三田伊皿子店

玉川上水店
石川台店
花小金井店
国立弁天通り店
藤沢トリアージュ白旗店
三軒茶屋の杜店
トルナーレ日本橋浜町店
代官山ピーコック
東池袋店
芝浦アイランド店
大丸東京ストア
神田妻恋坂店

■ マツザカヤストア
竹ノ塚店
恵比寿南店
高島平店
常盤平店
豊四季店
大島店
片倉町店
本郷台店
磯子店

関西地区(29店舗)

■ 大丸ピーコック

千里大丸プラザ
津雲台店
北千里店
明舞店
中宮店
高倉台店
松が丘店
狩場台店
塚原店
星田店
千里南町プラザ店
芦屋南宮店
甲子園店
甲東園店
山田店
武庫之荘店
千里山店

■ エクセピーコック

グランデュオ蒲田店

■ ビーコックストア

白楽六角橋店

グランパーク田町店
上池袋店
洋光台店
ニッケコルトンプラザ店

※建て替えのため閉鎖中
大丸ピーコック中野店
(2010年冬再オープン予定)

中部地区(8店舗)

■ マツザカヤストア

本山店
月見ヶ丘店
藤が丘店
菱野店
本郷店
平針店
三好店
千代田店

箕面桜ヶ丘店
甲南店
芦屋川西店
北大和真弓店
宝塚中山店
箕面外院店
西梅田店
新神戸店
新千里西町店
堂島クロスウォーク店

■ ビーコックストア

香里ヶ丘店
東北晴美台店

卸売事業

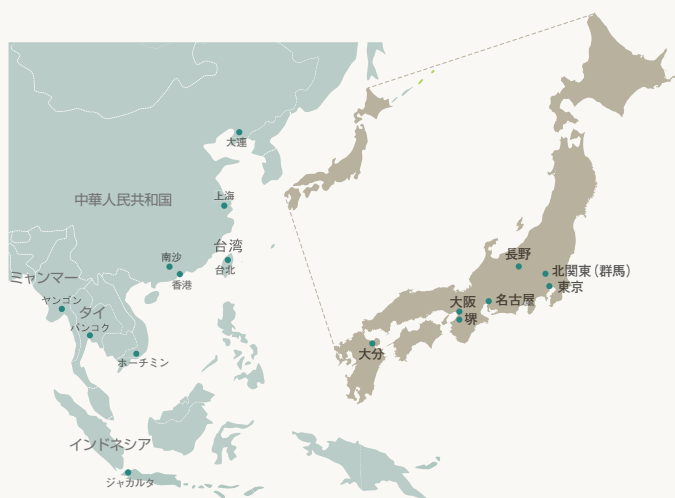
2009年度の概況

卸売事業の大丸興業(株)は、電子部品、食品、包装資材、化学品、金属・樹脂加工品、住宅・建築資材、繊維製品、釣竿などを取り扱い、日本、中国、アセアンの三極市場でのビジネスを中心に、国内外16の営業拠点を有しながら、工業原料や小売商材の調達からアフターケアに至るまでのあらゆる業務を通じてお客様にソリューションを提供しています。

2009年度は、商環境悪化により、化学品や金属・樹脂加工品の産業資材など全般に亘り苦戦する中、マーケットニーズの変化に対応すべく新規商材の開発や新たな販路の開拓に取り組みましたが、売上高は632億円(対前年27.4%減)となりました。また、あらゆる経費の一層の合理化を図りましたが、営業利益は25億円(対前年28.0%減)となりました。

2010年度の見通し

2010年度は、J.フロント リテイリンググループが取り組むリテールソリューションへの貢献をはじめ、中国ビジネスの多様化と付加価値拡大、アセアンビジネスの拡大など営業強化に取り組むとともに、商材や事業の新規開発を行う各ビジネスユニットの再編・強化を行うことにより減収幅の縮小を図る一方、労務構成の改善等による人件費圧縮などコストコントロールの徹底を行うことにより営業利益は25億円(対前年0.3%増)を見込んでいます。



その他事業

2009年度の概況

その他事業で主なものとしては、建築事業、クレジット事業などがあります。

2009年度は建築事業の(株)J.フロント 建装が景気後退による企業業績悪化に伴う設備投資の抑制や個人消費の冷え込みによる建築物着工件数の減少などで大幅な減収となったことなどが響き、その他事業の売上高は810億円(対前年11.6%減)となりました。

一方、クレジット事業のJFRカード(株)は115万口座にまで会員数の拡大が図られたことや前年度の新規カード発行に伴う一時経費が一巡したことなどにより大幅増益となるなど計8社で増益となったことにより営業利益は28億円(対前年9.6%増)となりました。

2010年度の見通し

2010年度は、建築事業の(株)J.フロント 建装がJ.フロント リテイリンググループ百貨店の大丸京都店や大丸梅田店の大型改装工事などの受注により大幅な増収・増益への転換が見込めるほか、クレジット事業のJFRカード(株)が既存カードの活性化とともに百貨店系カードでは初めてのキャラクターカードである「さくらパンダカード」の発行なども加え営業基盤の拡充を図り増収・増益を見込んでいます。こうした取り組みにより、その他事業全体の営業利益は33億円(対前年18.8%増)の見通しです。



シェラトングランドトーキョーベイ
(チャペル)



ホテルグランヴィア大阪



新千歳空港ANAラウンジ



福岡空港ANAラウンジ