



2015年3月16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 代表取締役社長 山本 良一
 お問合せ先 経営戦略統括部
 コーポレートガバナンス推進担当
 IR・グループ広報
 TEL 03-6895-0178

2015年2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：％）

	2月度	9～2月度累計
百貨店事業	1.6	▲ 0.9
パルコ事業	9.1	2.8
卸売事業	▲ 10.7	▲ 2.9
クレジット事業	1.4	1.5
その他事業	15.8	9.4
連結合計	5.4	0.7

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・2月度の百貨店事業の売上高は、訪日外国人売上が前年の約4.4倍と大幅に増加して牽引したほか、婦人・紳士ともにスプリングコートが活発に動くなど、春物ファッションが堅調に推移し、バレンタイン商戦も好調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。

2) パルコ事業

- ・バレンタイン企画が奏功し、雑貨など関連商品が前年を上回って好調に推移したほか、春節期間中の訪日外国人客数が増加し、バッグ、化粧品などがよく動いたことに加え、訪日外国人による売上構成比が高い渋谷店や、新館開業効果が持続する福岡店などが大幅に伸長したことから、パルコ事業全体では対前年9.1%増となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、食品・リテール事業、電子デバイスなどが好調を持続したものの、包装資材が苦戦したことから、対前年▲10.7%減となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、外部加盟店手数料収入の増加により、対前年1.4%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装がグループ内外の内装工事の売上計上により2桁増となったことや、今期よりフォーレストが加わったことなどから、対前年15.8%増となった。

お問合せ先	J.フロント リテイリング株式会社	コーポレートガバナンス推進担当 IR・グループ広報
TEL	03-6895-0178	
FAX	03-6674-7565	

2015年2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：％）

	2月度		9～2月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	11.2	▲3.3	1.0	▲6.8
大丸 梅田店	7.9	▲11.0	4.5	▲15.1
大丸 東京店	5.6	1.4	3.3	▲4.8
大丸 浦和パルコ店	▲5.2	▲0.6	▲6.6	▲3.6
大丸 京都店	1.2	▲5.4	1.2	▲7.8
大丸 山科店	▲1.8	▲2.5	▲5.4	▲6.2
大丸 神戸店	▲0.8	▲2.4	▲1.0	▲9.0
大丸 須磨店	▲4.8	▲10.8	▲5.8	▲13.2
大丸 芦屋店	▲3.7	▲7.7	▲4.7	▲9.5
大丸 札幌店	13.4	▲10.6	3.7	▲11.7
松坂屋 名古屋店	1.4	0.9	▲0.2	▲5.0
松坂屋 上野店	▲12.1	▲31.8	▲15.1	▲29.7
松坂屋 静岡店	▲9.6	▲6.6	▲4.9	▲5.0
松坂屋 高槻店	▲7.0	▲17.5	▲5.7	▲19.5
松坂屋 豊田店	0.3	7.4	▲2.9	▲1.6
大丸松坂屋百貨店合計	2.5	▲6.8	▲0.4	▲10.3
博多大丸	▲5.6	▲3.9	▲4.1	▲2.9
下関大丸	▲3.1	▲2.5	▲5.2	▲2.4
高知大丸	▲2.0	1.0	▲4.4	▲0.8
百貨店事業合計	1.6	▲6.4	▲0.9	▲9.5

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	2月度	9～2月度累計
紳士服・洋品	6.0	2.6
婦人服・洋品	3.0	▲0.1
子供服・洋品	8.2	▲0.1
その他の衣料品	▲22.2	▲13.8
衣料品計	2.4	▲0.3
身回品	▲4.7	▲5.3
化粧品	12.0	9.9
美術・宝飾・貴金属	12.1	7.0
その他雑貨	48.6	31.2
雑貨計	14.7	10.2
家具	▲36.5	▲21.3
家電	7.0	6.6
その他の家庭用品	▲2.2	▲5.7
家庭用品計	▲12.5	▲9.0
生鮮	1.8	▲2.5
菓子	1.7	▲1.0
惣菜	14.0	4.1
その他食料品	2.0	▲4.4
食料品計	4.6	▲0.8
食堂・喫茶	2.8	▲3.7
サービス	▲10.6	▲21.1
その他	▲7.7	▲4.3
合計	2.5	▲0.4

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが6か月連続で前年実績を上回ったほか、ミセス・ヤングともにスプリングコート、パンツなどの春物衣料がよく動いた。紳士服・洋品は、コート、ブルゾンなどの動きがよかった。身回品は、かばん・旅行用品、婦人靴などが好調であったものの、前年度に開催した「上野店南館建替えの売りつくしセール」の反動影響が見られた。雑貨は、時計が3割増となったほか、化粧品も2桁増となり好調を持続した。家庭用品は、家具・数物が前年度の駆け込み消費の反動によりマイナスとなった。食品は、バレンタイン商戦に加え、物産展催事の好調などによりプラスとなった。