



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
 I R・グループ広報
 TEL 03-6895-0178

2015年3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：％）

	3月度	対前々年 増減率
百貨店事業	▲ 22.9	2.5
パルコ事業	▲ 4.3	7.2
卸売事業	13.3	16.1
クレジット事業	▲ 17.5	19.2
その他事業	▲ 22.0	35.4
連結合計	▲ 17.4	6.5

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・3月度の百貨店事業の売上高は、前年消費増税前の駆け込み需要により大幅に売上を伸ばした（大丸松坂屋百貨店合計36.2%増、百貨店事業合計35.1%増）ことによる反動減影響に加え、休日が対前年▲2日減となったマイナス影響もあったものの、宝飾品やラグジュアリーブランドが大幅に前々年実績を上回って推移したことなどにより、大丸松坂屋百貨店合計では▲23.0%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲22.9%減のマイナスにとどまった。

2) パルコ事業

- ・前年消費増税前の駆け込み需要の反動により、家具・家電などの雑貨や身回品が売上を落としたほか、休日が対前年▲2日減となったことによるマイナス影響があったものの、3月に開業した福岡パルコ増床部、名古屋パルコmidi（ミディ）が好調なスタートを切ったことに加え、渋谷パルコ・札幌パルコなどの店舗では、訪日外国人による売上の押し上げ効果も見られたことから、パルコ事業全体では対前年▲4.3%減にとどまった。なお前々年実績と比較したパルコの店舗総合売上高は対前々年2.9%増、既存店ベースでは同0.6%増となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、電子デバイス、金属・自動車事業が大幅に売上を伸ばし、対前年13.3%増となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、外部加盟店手数料収入が増加したものの、グループ内取扱手数料率の見直しにより、対前年▲17.5%減となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装の前年大型改装工事売上計上の反動減の影響により、対前年マイナスとなった。

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 I R・グループ広報
	TEL	03-6895-0178
	FAX	03-6674-7565

2015年3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：％）

	3月度		対前々年 増減率	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲18.1	▲8.3	11.7	▲5.6
大丸 梅田店	▲16.4	▲17.7	4.0	▲17.5
大丸 東京店	▲10.0	▲4.1	12.5	▲3.2
大丸 浦和パルコ店	▲9.3	▲3.4	▲6.2	▲2.9
大丸 京都店	▲24.4	▲14.1	5.4	▲10.7
大丸 山科店	▲11.1	▲8.4	▲8.2	▲11.5
大丸 神戸店	▲25.3	▲14.4	7.8	▲12.9
大丸 須磨店	▲16.3	▲14.0	▲10.5	▲15.7
大丸 芦屋店	▲11.6	▲11.2	▲2.3	▲10.6
大丸 札幌店	▲15.2	▲13.9	4.6	▲14.4
松坂屋 名古屋店	▲32.6	▲14.1	5.9	▲12.0
松坂屋 上野店	▲32.2	▲29.8	▲12.2	▲26.4
松坂屋 静岡店	▲32.3	▲14.9	0.5	▲2.9
松坂屋 高槻店	▲19.2	▲20.3	▲3.7	▲18.7
松坂屋 豊田店	▲17.4	▲1.1	▲2.0	2.6
大丸松坂屋百貨店合計	▲23.0	▲12.9	4.9	▲11.5
博多大丸	▲22.5	▲7.3	4.2	▲3.4
下関大丸	▲23.1	▲17.1	▲10.7	▲6.6
高知大丸	▲22.0	▲8.6	▲9.2	▲6.9
百貨店事業合計	▲22.9	▲12.7	4.1	▲10.8

(注) 大丸松坂屋百貨店合計及び百貨店事業合計の対前々年増減率は、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・建替えのため2013年6月末日閉店)を除く既存店ベース。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	3月度	対前々年 増減率
紳士服・洋品	▲14.5	4.6
婦人服・洋品	▲25.1	2.0
子供服・洋品	▲13.4	5.9
その他衣料品	▲47.8	▲2.2
衣料品計	▲23.9	2.6
身 回 品	▲21.9	▲1.5
化粧品	▲23.6	32.9
美術・宝飾・貴金属	▲45.9	44.4
その他雑貨	15.1	40.1
雑 貨 計	▲34.2	38.8
家 具	▲59.6	▲7.6
家 電	▲28.4	▲9.9
その他家庭用品	▲29.0	▲1.2
家庭用品計	▲38.4	▲3.0
生 鮮	▲6.7	▲2.8
菓 子	▲3.6	2.5
惣 菜	▲2.9	▲0.7
その他食料品	▲16.2	11.3
食料品計	▲6.3	2.1
食堂・喫茶	▲5.0	▲6.1
サービス	▲12.3	▲6.0
そ の 他	▲30.0	▲8.9
合 計	▲23.0	4.9

(注) 大丸松坂屋百貨店合計及び百貨店事業合計の対前々年増減率は、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・建替えのため2013年6月末日閉店)を除く既存店ベース。

3. 売上高概況

- 前年消費増税前の駆け込み需要の反動減により、商品別の対前年増減率は、その他雑貨を除きマイナスとなったものの、対前々年との比較では、婦人服・洋品、紳士服・洋品などの衣料品（対前々年増減率2.6%増）、雑貨（同38.8%増）、食料品（同2.1%増）など、売上構成比の約8割を占める部門で前々年実績を上回った。特に雑貨部門は、化粧品（同32.9%増）、美術宝飾貴金属（同44.4%増）は大幅な増加率となった。