



J. FRONT RETAILING

2016年3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

2016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	▲ 3.5	▲ 0.5
パルコ事業	▲ 1.6	0.7
卸売事業	0.3	▲ 12.8
クレジット事業	2.0	4.7
その他事業	20.8	11.4
連結合計	▲ 1.3	▲ 0.3

※注)大丸心斎橋店は、本館建替え工事のため売場面積が対前年▲約4割減になっています。

参考数値として心斎橋店の本年・前年実績を除いた2月度の売上は、百貨店事業合計対前年▲2.1%減。

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、バレンタイン商戦が好調に推移したほか、化粧品、美術品も売上を伸ばし、ラグジュアリーブランドも堅調であったものの、コートを中心としたファッション商品の動きが鈍かったことに、心斎橋店本館建替えによる面積減や名古屋店の改装工事によるマイナス影響も加わり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲3.5%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲3.5%減となった。

2) パルコ事業

- ・訪日外国人客増加の効果もありバッグや靴、化粧品などが前年を上回ったものの、池袋パルコ、浦和パルコなど11店舗で新たに休館日を設けたことや、改装工事による一時的な営業面積減の影響などにより、パルコ事業全体では対前年▲1.6%減となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、化学品・生活資材が堅調であったことから、対前年0.3%増となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、加盟店手数料や割賦販売手数料などが増加したことから、対前年2.0%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装が大丸松坂屋百貨店の売場改装に加え、ホテル、大型客船、商業施設などの内装工事の売上計上により好調であったことから、対前年20.8%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

2016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	▲13.8	▲39.5	1.0	▲10.5
大丸 梅田店	▲4.8	▲7.0	▲0.7	▲4.6
大丸 東京店	5.2	2.4	4.8	1.9
大丸 浦和パルコ店	▲14.0	▲14.9	▲9.4	▲9.8
大丸 京都店	▲2.2	▲1.1	▲0.4	▲1.6
大丸 山科店	▲6.4	▲7.1	▲3.8	▲4.0
大丸 神戸店	▲0.6	▲3.5	▲0.9	▲2.6
大丸 須磨店	▲6.4	▲1.9	▲4.9	▲3.2
大丸 芦屋店	▲1.7	5.9	▲2.5	4.0
大丸 札幌店	▲1.6	▲3.3	0.4	▲2.2
松坂屋 名古屋店	▲4.1	5.2	▲1.3	3.3
松坂屋 上野店	▲4.1	1.9	▲2.5	▲0.7
松坂屋 静岡店	2.6	1.1	▲2.6	▲1.5
松坂屋 高槻店	▲6.0	▲3.7	▲4.0	▲4.6
松坂屋 豊田店	▲0.5	▲1.9	▲0.5	2.1
大丸松坂屋百貨店合計	▲3.5	▲5.8	▲0.3	▲2.2
博多大丸	▲2.7	▲4.7	0.2	▲2.2
下関大丸	▲3.7	3.3	▲5.9	▲5.4
高知大丸	▲4.7	▲5.9	▲4.8	▲7.3
百貨店事業合計	▲3.5	▲5.4	▲0.5	▲2.4

※注)大丸心齋橋店は、本館建替え工事のため売場面積が対前年▲約4割減になっています。

参考数値として心齋橋店の本年・前年実績を除いた2月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲1.9%減、百貨店事業合計同▲2.1%減。

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	▲12.0	▲6.2
婦人服・洋品	▲6.5	▲2.7
子供服・洋品	1.6	1.0
その他の衣料品	▲6.9	▲7.2
衣料品計	▲6.9	▲3.3
身回品	▲6.9	▲0.6
化粧品	19.4	19.8
美術・宝飾・貴金属	▲3.3	9.9
その他雑貨	▲4.2	6.8
雑貨計	6.4	13.6
家具	▲13.4	▲6.9
家電	▲42.3	▲49.0
その他の家庭用品	▲13.3	▲8.8
家庭用品計	▲14.3	▲10.0
生鮮	▲3.8	▲3.1
菓子	▲1.9	0.7
惣菜	▲2.0	▲0.3
その他食料品	0.3	▲0.7
食料品計	▲1.9	▲0.6
食堂・喫茶	▲5.5	▲0.7
サービス	27.5	9.1
その他	2.1	▲0.8
合計	▲3.5	▲0.3

3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる面積減が影響し、商品別の対前年増減率は、雑貨を除きマイナスとなった。婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが前年を上回ったものの、スプリングコート、ニットなどの動きが鈍く苦戦した。紳士服・洋品は、ビジネススーツ、コートなどが不調であった。身回品は婦人靴、紳士靴やかばん・旅行用品が苦戦した。雑貨は、化粧品、美術品が引き続き好調を持続した。家庭用品は名古屋店での売場面積減が影響した。食料品は、バレンタインギフトが好調であったものの、心齋橋店での面積減の影響などにより前年を下回った。