



J. FRONT RETAILING

2016年8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7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：％）

	7月度	3～7月度累計
百貨店事業	▲ 2.7	▲ 5.9
パルコ事業	3.9	▲ 1.2
卸売事業	▲ 28.0	▲ 27.3
クレジット事業	6.4	4.6
その他事業	4.0	9.5
連結合計	▲ 2.2	▲ 5.1

※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7月度の売上は、百貨店事業合計対前年▲0.2%減。3～7月度累計は、百貨店事業合計対前年▲3.4%減。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・7月度の百貨店事業の売上高は、クリアランスセールが好調に推移したことにより、婦人服、ハンドバッグ、紳士服飾雑貨などが売上を伸ばし、化粧品も好調を持続したものの、心齋橋店本館建替え工事に伴う面積減の影響が大きく、また前年大きく売上を伸ばした訪日外国人売上の反動減もあり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲3.1%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲2.7%減となった。

2) パルコ事業

- ・セールが堅調に推移したことに加え、7月1日にオープンした仙台パルコ2が身の回り品や飲食、食品を中心に好調なスタートを切ったことや、8月から一時休業する渋谷パルコで実施した休業前セールなどが売上増に寄与し、対前年3.9%増となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、前年に大幅増となった電子デバイスの反動減に食品・リテール事業の苦戦も加わり、対前年▲28.0%減となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、加盟店手数料、割賦販売手数料や年会費収入などが増加したことにより、対前年6.4%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、ホテル内装工事などの売上計上により二桁増となったことなどから、対前年4.0%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7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：％）

	7月度		3～7月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲20.1	▲40.5	▲23.6	▲41.8
大丸 梅田店	3.6	3.5	▲2.3	▲1.9
大丸 東京店	4.2	2.8	3.2	3.4
大丸 浦和パルコ店	▲15.4	▲14.2	▲16.3	▲15.1
大丸 京都店	0.9	2.5	▲4.8	▲1.8
大丸 山科店	▲2.3	▲3.2	▲4.1	▲4.2
大丸 神戸店	1.0	3.5	▲2.9	▲2.6
大丸 須磨店	▲0.4	0.8	▲5.4	▲4.0
大丸 芦屋店	▲3.2	9.9	▲5.2	6.3
大丸 札幌店	▲0.2	▲3.6	▲2.9	▲4.0
松坂屋 名古屋店	▲5.6	4.3	▲5.7	1.1
松坂屋 上野店	0.6	0.8	▲2.3	▲3.0
松坂屋 静岡店	0.3	▲1.0	▲4.6	▲4.0
松坂屋 高槻店	0.5	▲1.3	▲5.9	▲5.7
松坂屋 豊田店	1.7	3.5	▲3.1	0.1
大丸松坂屋百貨店合計	▲3.1	▲3.1	▲6.0	▲5.8
博多大丸	1.8	1.6	▲4.2	▲3.0
下関大丸	▲3.1	▲3.1	▲6.4	▲7.9
高知大丸	▲3.4	▲2.0	▲5.7	▲7.7
百貨店事業合計	▲2.7	▲2.8	▲5.9	▲5.7

※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7月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲0.2%減、百貨店事業合計同▲0.2%減。
3～7月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲3.2%減、百貨店事業合計同▲3.4%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	7月度	3～7月度累計
紳士服・洋品	1.6	▲4.8
婦人服・洋品	▲3.6	▲7.3
子供服・洋品	▲4.9	▲3.1
その他の衣料品	▲11.3	▲14.1
衣料品計	▲3.2	▲6.9
身回品	▲2.8	▲9.9
化粧品	11.9	9.3
美術・宝飾・貴金属	▲10.8	▲12.8
その他雑貨	▲10.7	▲5.1
雑貨計	▲2.0	▲2.9
家具	▲9.2	▲18.4
家電	▲10.0	▲46.2
その他の家庭用品	▲6.5	▲12.2
家庭用品計	▲7.1	▲14.8
生鮮	▲3.6	▲4.0
菓子	▲0.3	▲2.6
惣菜	0.2	▲3.4
その他食料品	▲6.3	▲5.7
食料品計	▲2.9	▲3.8
食堂・喫茶	▲2.5	▲5.3
サービス	4.8	▲4.9
その他	▲3.8	▲2.0
合計	▲3.1	▲6.0

3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる面積減などの影響により、売上高は前年を下回った。婦人服・洋品は、セールによる押し上げ効果があったものの心齋橋店の売場面積減、インバウンド売上減などの影響により対前年ではマイナスとなった。紳士服・洋品は、名古屋店の改装効果に加え、セールも好調に推移したことにより、売上は前年を上回った。身回品は、紳士靴、婦人靴、かばん・旅行用品が売上を伸ばし、心齋橋店を除く売上は対前年プラスとなった。雑貨は、化粧品が好調を持続したものの、時計・宝飾品が苦戦した。家庭用品は名古屋店、食料品は心齋橋店で売場面積減が影響した。