



2016年11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10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：％）

	10月度	9～10月度累計
百貨店事業	▲ 5.0	▲ 6.4
パルコ事業	▲ 0.8	▲ 3.5
卸売事業	▲ 16.9	▲ 17.9
クレジット事業	2.7	4.4
その他事業	▲ 19.6	▲ 12.9
連結合計	▲ 5.8	▲ 6.7

※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10月度の売上は、百貨店事業合計対前年▲1.9%減。
 9～10月度累計は、百貨店事業合計対前年▲3.8%減。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

・10月度の百貨店事業の売上高は、名古屋店のメンズ売場改装効果の持続により紳士服飾が好調に推移したほか、化粧品も売上を伸ばしたものの、月前半気温が昨年より高く推移したことにより、秋冬物婦人ファッションの動きが鈍かったことに、心齋橋店本館建替え工事による売場面積減と、前年好調であった心齋橋店本館建替え前の売り納めセールとの反動減も加わり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲4.7%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲5.0%減となった。

2) パルコ事業

・化粧品、靴、時計のほか、家電や雑貨、飲食が好調であったものの、秋冬物衣料は、上旬の気温が高く動きが鈍かったことに加え、ヒットアイテムに恵まれず、対前年マイナスとなったことから、パルコ事業全体では対前年▲0.8%減となった。

3) その他

・卸売事業の大丸興業は、電子デバイスが好調であったものの、食料品が苦戦したことから、対前年▲16.9%減となった。
 ・クレジット事業のJFRカードは、割賦販売手数料や年会費収入などの増加により、対前年2.7%増となった。
 ・その他事業は、人材派遣業のディンプルが好調であったものの、前年大幅に増加したJ.フロント建装の反動減などにより、対前年▲19.6%減となった。

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10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：％）

	10月度		9～10月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲26.1	▲44.3	▲24.6	▲43.2
大丸 梅田店	0.2	2.6	▲3.3	▲0.7
大丸 東京店	0.2	4.2	0.5	2.9
大丸 浦和パルコ店	▲14.1	▲13.4	▲15.0	▲13.0
大丸 京都店	▲2.3	▲0.1	▲4.0	▲2.5
大丸 山科店	▲2.7	▲5.5	▲5.3	▲6.4
大丸 神戸店	▲3.9	▲2.5	▲3.9	▲4.0
大丸 須磨店	▲8.4	▲1.8	▲8.8	▲2.3
大丸 芦屋店	▲3.7	2.3	▲4.3	2.3
大丸 札幌店	0.2	2.8	0.5	1.1
松坂屋 名古屋店	2.3	6.1	▲4.3	1.0
松坂屋 上野店	▲3.8	▲5.8	▲0.5	▲6.3
松坂屋 静岡店	▲5.1	▲4.5	▲4.5	▲5.4
松坂屋 高槻店	▲4.6	▲2.6	▲5.9	▲2.7
松坂屋 豊田店	0.1	0.7	▲3.0	4.3
大丸松坂屋百貨店合計	▲4.7	▲4.0	▲5.9	▲5.4
博多大丸	▲7.1	▲8.2	▲10.3	▲9.8
下関大丸	▲10.7	▲4.3	▲10.8	▲5.6
高知大丸	▲3.7	▲9.9	▲6.8	▲9.8
百貨店事業合計	▲5.0	▲4.4	▲6.4	▲5.8

※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10月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲1.1%減、百貨店事業合計同▲1.9%減。

9～10月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲2.9%減、百貨店事業合計同▲3.8%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	10月度	9～10月度累計
紳士服・洋品	▲0.2	▲1.5
婦人服・洋品	▲4.3	▲5.3
子供服・洋品	▲3.4	▲5.5
その他の衣料品	▲15.0	▲12.6
衣料品計	▲3.9	▲5.0
身回品	▲13.0	▲13.8
化粧品	4.4	5.7
美術・宝飾・貴金属	▲20.5	▲19.3
その他雑貨	▲14.7	▲17.5
雑貨計	▲9.3	▲8.3
家具	▲16.9	▲22.0
家電	6.7	▲1.5
その他の家庭用品	1.1	▲3.6
家庭用品計	▲3.0	▲7.9
生鮮	▲2.6	▲4.9
菓子	▲2.9	▲4.7
惣菜	▲0.6	▲7.0
その他食料品	▲6.5	▲6.2
食料品計	▲2.8	▲5.7
食堂・喫茶	▲4.7	▲6.0
サービス	0.5	▲4.4
その他	18.2	19.2
合計	▲4.7	▲5.9

3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる売場面積の減少などが影響し、売上高は前年実績を下回った。婦人服・洋品は、コートなどの秋冬物衣料が苦戦した。紳士服・洋品は、名古屋店が改装効果により好調を持続したものの、心齋橋店の売場面積減が影響した。身回品は、婦人靴、ハンドバッグが前年の心齋橋店売り納めセールの影響によりマイナスとなった。雑貨は、化粧品が好調を持続したものの、美術は前年の心齋橋店売り納めセールの反動によりマイナスとなった。家庭用品は、名古屋店、食品は、心齋橋店での売場面積減が影響した。