



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

2017年1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：％）

	1月度	9～1月度累計
百貨店事業	0.7	▲ 3.5
パルコ事業	▲ 6.4	▲ 4.1
卸売事業	7.4	▲ 7.3
クレジット事業	6.0	4.4
その他事業	0.2	▲ 16.7
連結合計	▲ 0.6	▲ 4.3

※注)大丸心斎橋店は、2016年1月から本館建替え工事のため売場面積が工事開始前の約▲4割減となっています。
 参考数値として9～1月度累計の百貨店事業の売上は、心斎橋店の9～12月度合計の本年・前年度実績を除くと、対前年▲1.6%減。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- 一部店舗で中旬の降雪によるマイナス影響を受けたことに加え、気温が昨年より低く推移したことにより、婦人服の定価商品が苦戦したものの、クリアランスセールでコート、マフラーなどが活発に動くとともに、訪日外国人の購買が好調に推移したことなどにより、ラグジュアリーブランド、化粧品、宝飾品が売上を伸ばしたことから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年0.9%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同0.7%増となった。

2) パルコ事業

- 期間限定の集客型イベントがヒットしたほか、生活雑貨や家電、食品が好調に推移したものの、上旬の気温が高くコートなどの冬物衣料売上が伸び悩みセールが苦戦したことや、中旬の週末に一部店舗において降雪による影響を受けたことなどにより、対前年▲6.4%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を持続したことにより、対前年7.4%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の増加により、対前年6.0%増となった。
- その他事業は、J.フロント建装がギンザ・シックスやホテル内装工事の売上計上により二桁増となったことなどから、対前年0.2%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	

2017年1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：％）

	1月度		9～1月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	11.9	1.7	▲16.3	▲38.0
大丸 梅田店	▲0.2	2.0	▲1.8	0.5
大丸 東京店	2.4	3.6	2.1	2.2
大丸 浦和パルコ店	▲6.5	▲4.5	▲10.7	▲9.2
大丸 京都店	▲2.9	▲2.7	▲2.5	▲2.2
大丸 山科店	▲0.6	0.1	▲4.1	▲4.9
大丸 神戸店	▲2.3	▲0.9	▲2.1	▲2.1
大丸 須磨店	▲3.5	▲3.1	▲5.7	▲1.8
大丸 芦屋店	▲2.3	2.9	▲4.4	2.0
大丸 札幌店	6.8	0.4	1.5	0.1
松坂屋 名古屋店	▲1.2	▲6.5	▲1.7	▲2.5
松坂屋 上野店	▲3.2	▲4.8	▲2.0	▲5.0
松坂屋 静岡店	0.4	0.5	▲1.1	▲0.9
松坂屋 高槻店	▲4.0	▲1.8	▲4.2	▲2.4
松坂屋 豊田店	▲3.6	▲4.8	▲3.2	▲0.7
大丸松坂屋百貨店合計	0.9	▲0.2	▲3.2	▲4.6
博多大丸	1.3	1.5	▲5.2	▲5.9
下関大丸	▲2.9	▲0.2	▲7.3	▲4.2
高知大丸	▲5.1	▲10.7	▲5.9	▲8.9
百貨店事業合計	0.7	▲0.2	▲3.5	▲4.7

※注) 大丸心齋橋店は、2016年1月から本館建替え工事のため売場面積が工事開始前の約▲4割減となっています。

参考数値として9～1月度累計の売上は、心齋橋店の9～12月度合計の本年・前年度実績を除くと、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲1.0%減、百貨店事業合計同▲1.6%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	1月度		9～1月度累計	
	売上高	増減率	売上高	増減率
紳士服・洋品	3.7		▲0.5	
婦人服・洋品	2.0		▲1.1	
子供服・洋品	▲4.3		▲5.5	
その他の衣料品	▲6.3		▲12.5	
衣料品計	1.7		▲1.6	
身回品	▲5.5		▲11.6	
化粧品	15.7		8.7	
美術・宝飾・貴金属	3.2		▲14.4	
その他雑貨	▲8.0		▲11.2	
雑貨計	7.9		▲4.3	
家具	▲13.8		▲18.2	
家電	▲27.0		▲5.9	
その他の家庭用品	▲0.8		▲3.5	
家庭用品計	▲3.9		▲6.7	
生鮮	▲0.8		▲3.2	
菓子	3.0		▲2.2	
惣菜	▲11.0		▲5.0	
その他食料品	▲1.7		▲5.4	
食料品計	▲2.7		▲3.9	
食堂・喫茶	1.8		▲4.4	
サービス	▲2.0		▲1.4	
その他	8.2		14.9	
合計	0.9		▲3.2	

3. 売上高概況

婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが好調を持続したほか、マフラー、手袋などが好調であった。紳士服・洋品は、名古屋店の改装効果が持続し、全体を押し上げた。身回品は、紳士靴、かばん・旅行用品が好調であったものの、ハンドバッグ、婦人靴が苦戦した。雑貨は、化粧品が訪日外国人客の増加による効果もあり好調を持続したほか、時計など宝飾品も好調であった。家庭用品は、名古屋店の売場面積減が影響した。食品は、バレンタイン商戦が好調に推移しているものの、名古屋店、神戸店において大型催事を縮小したことなどが影響した。