



2017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部
 I R・グループ広報担当
 TEL 03-6895-0178

2017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	▲ 1.2	▲ 3.2
パルコ事業	▲ 2.1	▲ 3.8
卸売事業	6.4	▲ 5.4
クレジット事業	4.7	4.5
その他事業	▲ 4.5	▲ 13.8
連結合計	0.8	▲ 3.6

※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9～2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▲1.5%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、前年が閏年であったため営業日数が▲1日減、さらに休日数も▲1日減であったにもかかわらず、バレンタイン商戦が好調に推移したことや、化粧品、ラグジュアリーブランド、紳士服が売上を伸ばしたこと、マフラー、手袋など防寒雑貨が活発に動いたことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲0.5%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲1.2%減のマイナスにとどめた。

2) パルコ事業

- ・生活雑貨やインテリア、家電が好調であったものの、前年が閏年であったため営業日数が▲1日減、さらに休日数も▲1日減であったことに加え、ヒットアイテムがなかったことなどから春物衣料品の動きが鈍かったことが影響し、対前年▲2.1%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6.4%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4.7%増となった。
- ・その他事業は、JFRオンラインの苦戦により対前年▲4.5%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部
 I R・グループ広報担当
 TEL 03-6895-0178
 FAX 03-6674-7565

2017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	4.9	7.8	▲13.6	▲33.1
大丸 梅田店	▲2.9	4.4	▲2.0	1.1
大丸 東京店	3.5	2.4	2.3	2.3
大丸 浦和パルコ店	▲9.1	▲5.9	▲10.4	▲8.7
大丸 京都店	▲2.9	▲6.7	▲2.6	▲2.9
大丸 山科店	▲2.8	▲3.8	▲3.9	▲4.7
大丸 神戸店	▲6.2	▲7.2	▲2.7	▲2.9
大丸 須磨店	▲6.3	▲5.3	▲5.8	▲2.4
大丸 芦屋店	▲3.2	▲0.0	▲4.3	1.7
大丸 札幌店	4.0	2.8	1.9	0.5
松坂屋 名古屋店	1.1	▲4.2	▲1.3	▲2.8
松坂屋 上野店	▲0.6	▲6.2	▲1.8	▲5.2
松坂屋 静岡店	▲8.1	▲5.7	▲2.1	▲1.7
松坂屋 高槻店	▲1.8	▲4.2	▲3.9	▲2.7
松坂屋 豊田店	▲11.8	▲8.1	▲4.5	▲1.9
大丸松坂屋百貨店合計	▲0.5	▲0.3	▲2.9	▲3.9
博多大丸	▲6.5	▲6.7	▲5.4	▲6.0
下関大丸	▲6.2	▲4.9	▲7.1	▲4.4
高知大丸	▲4.0	▲7.6	▲5.6	▲8.7
百貨店事業合計	▲1.2	▲0.9	▲3.2	▲4.1

※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9～2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▲0.9%減、百貨店事業合計同▲1.5%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	5.8	0.2
婦人服・洋品	▲2.3	▲1.2
子供服・洋品	▲9.6	▲6.1
その他の衣料品	▲5.6	▲11.6
衣料品計	▲1.7	▲1.6
身回品	▲6.8	▲11.1
化粧品	17.0	10.1
美術・宝飾・貴金属	▲0.4	▲12.5
その他雑貨	▲9.3	▲11.0
雑貨計	7.3	▲2.6
家具	▲14.8	▲17.7
家電	▲2.0	▲5.4
その他の家庭用品	2.3	▲2.7
家庭用品計	▲1.6	▲6.0
生鮮	▲9.0	▲3.8
菓子	4.6	▲0.9
惣菜	▲7.8	▲5.4
その他食料品	▲12.4	▲6.2
食料品計	▲3.4	▲3.8
食堂・喫茶	▲0.4	▲3.8
サービス	▲7.1	▲2.3
その他	9.1	13.7
合計	▲0.5	▲2.9

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ものの、春物衣料品が苦戦した。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。家庭用品は、神戸店での改装工事に伴う売場移設が影響した。食品は、バレンタイン商戦が好調であったものの、大型催事の縮小などが影響した。