



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  
 グループ広報・IR担当  
 TEL 03-6895-0178

**2014年4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：％）

	4月度	3～4月度累計
百貨店事業	▲ 18.5 ( ▲15.2 )	8.2 ( 11.2 )
パルコ事業	▲ 5.0	4.2
卸売事業	▲ 0.4	1.0
クレジット事業	7.9	26.2
その他事業	3.1	36.2
連結合計	▲ 12.5	9.0

(注)百貨店事業合計の( )内は、松坂屋銀座店(銀座再開発・建替えのため2013年6月30日一旦営業終了)を除く既存店ベース。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・4月度の百貨店事業の売上高は、宝飾品やラグジュアリーブランドなどを中心に消費増税前の駆け込み消費の反動減影響が出たことにより、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲15.3%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲15.2%減となった。月初2週間は対前年約2割減であったが、第3週は約1割減、第4週は1桁減と、マイナス幅は週を追うごとに縮小した。

2) パルコ事業

- ・初夏もののファッションアイテムや、アウトドア、スポーツ用品などに回復の動きが見られたほか、周年祭や文化イベントなどの販促策も奏功したものの、前半の消費増税前の駆け込み消費の反動減影響をカバーするには至らず、対前年▲5.0%減となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、食品や金属・自動車などが売上を伸ばしたものの、包装資材などが苦戦し、対前年▲0.4%減となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、大丸松坂屋百貨店のお得意様ゴールドカードのクレジット化による手数料収入の増加や、リボ払いを利用されるお客様の増加などが寄与し、対前年7.9%増となった。
- ・その他事業は、今期よりフォーレストが加わったことにより、対前年3.1%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	グループ広報・IR担当
	TEL	03-6895-0178
	FAX	03-6674-7565

## 2014年4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：％）

	4月度		3～4月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲13.9	▲5.4	12.5	▲1.0
大丸 梅田店	▲15.0	▲4.1	5.4	▲1.8
大丸 東京店	▲3.7	▲1.6	11.5	▲0.2
大丸 浦和パルコ店	▲7.8	▲1.9	▲1.9	▲0.7
大丸 京都店	▲16.8	▲5.0	12.4	▲0.4
大丸 山科店	▲6.1	▲6.2	▲1.3	▲4.7
大丸 神戸店	▲18.1	▲7.1	14.7	▲2.3
大丸 須磨店	▲11.4	▲2.4	▲2.0	▲2.2
大丸 芦屋店	▲8.9	▲0.5	1.0	0.1
大丸 札幌店	▲14.2	▲8.8	6.0	▲4.4
松坂屋 名古屋店	▲18.2	▲11.7	21.8	▲4.3
松坂屋 上野店	▲22.4	▲4.1	3.4	0.6
松坂屋 静岡店	▲19.2	2.5	17.3	8.8
松坂屋 高槻店	▲13.2	▲3.6	3.6	▲0.7
松坂屋 豊田店	▲15.7	▲0.6	2.8	1.8
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>▲15.3</b>	<b>▲4.8</b>	<b>11.7</b>	<b>▲1.4</b>
博多大丸	▲13.2	▲5.9	11.4	▲0.6
下関大丸	▲15.9	6.1	1.4	9.9
高知大丸	▲19.4	▲9.2	0.6	▲2.8
<b>百貨店事業合計</b>	<b>▲15.2</b>	<b>▲4.7</b>	<b>11.2</b>	<b>▲1.0</b>

(注)合計は、松坂屋銀座店(銀座再開発・建替えのため2013年6月30日一旦営業終了)を除く既存店ベース。

前年に松坂屋銀座店を含めた4月度売上高の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲19.0%減、百貨店事業合計 同▲18.5%減。

前年に松坂屋銀座店を含めた3～4月度累計売上高の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年8.4%増、百貨店事業合計 同8.2%増。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	4月度	3～4月度累計
紳士服・洋品	▲13.1	4.7
婦人服・洋品	▲17.4	10.7
子供服・洋品	▲21.5	4.9
その他の衣料品	▲38.6	25.3
衣料品計	▲17.8	9.9
身回品	▲10.8	8.6
化粧品	▲24.7	25.4
美術・宝飾・貴金属	▲36.9	62.6
その他雑貨	4.7	13.8
雑貨計	▲28.0	41.6
家具	▲27.3	51.5
家電	▲13.4	9.1
その他の家庭用品	▲18.2	12.3
家庭用品計	▲20.1	20.8
生鮮	▲7.0	▲1.2
菓子	▲2.8	2.7
惣菜	1.0	1.7
その他食料品	▲9.9	9.9
食料品計	▲3.9	3.0
食堂・喫茶	▲8.3	▲4.5
サービス	▲17.9	▲4.9
その他	▲16.5	5.7
合計	▲15.3	11.7

(注)松坂屋銀座店(銀座再開発・建替えのため2013年6月30日一旦営業終了)を除く既存店ベース。

### 3. 売上高概況

時計・宝飾品、絵画、ラグジュアリーブランドなど、3月に売上を大きく伸ばした商品部門ほど駆け込み消費による反動減影響が大きかったが、減少率は週を追うごとに縮小していった。特に、婦人服・洋品、紳士服・洋品、身回品などにおいては、月初に2割～4割減であったが、第4週には1桁減まで回復した。なお3～4月度累計の商品別売上高増減率は、ほぼすべての部門でプラスとなった。