



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

**2015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	21.7	▲ 6.7
パルコ事業	11.0	2.2
卸売事業	26.6	20.2
クレジット事業	3.4	▲ 8.6
その他事業	▲ 1.9	▲ 14.0
連 結 合 計	16.6	▲ 4.3

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、前年消費増税直後の買い控えがあったことの反動により、宝飾品が前年の倍増、ラグジュアリーブランド、化粧品が約7割増となるなど大きく売上を伸ばし、訪日外国人売上も前年の4倍超となるなど、引き続き好調を維持したことから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年23.0%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同21.7%増となった。

2) パルコ事業

- ・前年消費増税直後の買い控えの反動により、化粧品、家具、家電などが好調だったほか、訪日外国人による売上の押し上げ効果もあり、バッグを中心とした身回品や雑貨が大幅に伸長した。また総合空間事業・パルコスペースシステムズによる外部商業施設内装工事の売上増加に、専門店事業・ヌーヴ・エイの既存店売上の好調や、新規出店による売上増なども加わったことから、パルコ事業全体では対前年11.0%増となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、電子デバイス、食品・リテール事業が大幅に売上を伸ばし、対前年26.6%増となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、割賦販売手数料や、カード会員数の増加による年会費収入が増加したことなどから、対前年3.4%増となった。
- ・その他事業は、人材派遣業のディンプルや、通信販売業のフォーレストなどが好調であったものの、J.フロント建装が前年の大型内装工事売上計上の反動により、対前年▲1.9%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	

## 2015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	44.8	▲1.7	4.7	▲5.3
大丸 梅田店	29.3	▲12.7	1.4	▲15.4
大丸 東京店	13.8	▲5.8	▲0.3	▲4.9
大丸 浦和パルコ店	▲0.6	▲0.2	▲5.4	▲1.9
大丸 京都店	23.0	▲7.6	▲7.5	▲11.1
大丸 山科店	▲4.6	▲6.9	▲8.1	▲7.7
大丸 神戸店	16.6	▲7.2	▲11.1	▲11.3
大丸 須磨店	5.2	▲10.5	▲6.8	▲12.3
大丸 芦屋店	2.5	▲9.7	▲5.4	▲10.5
大丸 札幌店	18.1	▲8.5	▲2.7	▲11.5
松坂屋 名古屋店	33.5	0.9	▲11.8	▲7.5
松坂屋 上野店	3.8	▲23.7	▲18.6	▲27.1
松坂屋 静岡店	22.4	▲0.4	▲14.9	▲8.6
松坂屋 高槻店	6.6	▲18.0	▲8.8	▲19.2
松坂屋 豊田店	16.6	0.8	▲4.5	▲0.2
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>23.0</b>	<b>▲7.8</b>	<b>▲6.4</b>	<b>▲10.6</b>
博多大丸	13.4	▲3.7	▲9.0	▲5.7
下関大丸	7.9	▲7.1	▲11.3	▲13.0
高知大丸	12.8	4.5	▲9.7	▲3.5
<b>百貨店事業合計</b>	<b>21.7</b>	<b>▲7.4</b>	<b>▲6.7</b>	<b>▲10.3</b>

### 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	17.7	▲1.2
婦人服・洋品	24.4	▲7.5
子供服・洋品	20.7	▲3.3
その他の衣料品	41.4	▲26.3
衣料品計	23.5	▲7.1
身 回 品	11.6	▲8.8
化粧品	68.7	3.7
美術・宝飾・貴金属	102.5	▲16.5
その他雑貨	44.1	27.5
雑 貨 計	79.7	▲5.3
家 具	30.6	▲38.2
家 電	55.8	0.3
その他の家庭用品	26.8	▲10.0
家庭用品計	28.9	▲17.4
生 鮮	6.0	▲1.0
菓 子	2.3	▲1.4
惣 菜	8.8	2.5
その他食料品	6.7	▲5.8
食料品計	5.7	▲1.1
食堂・喫茶	2.6	▲1.6
サービス	13.0	▲1.8
そ の 他	16.4	▲10.7
合 計	23.0	▲6.4

### 3. 売上高概況

4月度商品別売上高の対前年増減率は、全ての部門でプラスとなった。婦人服・洋品は、上・中旬はジャケット・ブルゾン、下旬はニット、パンツなどがよく動き、ラグジュアリーブランドは対前年7割超の売上増となった。紳士服・洋品は、ジャケット、スラックスに加え、スポーツファッションも好調であった。身回品は、婦人・紳士靴のほか、雨傘、ハンカチなどの婦人洋品も活発に動いた。雑貨は、時計が対前年2.6倍、宝石は倍増となり、化粧品も好調を続けた。家庭用品は、家具・敷物に加え、食器・調理用品も売上を伸ばした。食品は、新ブランドの導入（札幌店）や、大型物産展催事の開催日数増（名古屋店）による押し上げ効果などがあった。