



J. FRONT RETAILING

2016年6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5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：％）

	5月度	3～5月度累計
百貨店事業	▲ 7.1	▲ 6.9
パルコ事業	▲ 1.6	▲ 3.4
卸売事業	▲ 26.9	▲ 26.6
クレジット事業	3.2	4.2
その他事業	25.5	13.3
連結合計	▲ 4.5	▲ 5.9

※注)大丸心斎橋店は、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。

参考数値として心斎橋店の本年・前年実績を除いた5月度の売上は、百貨店事業合計対前年▲4.2%減。3～5月度累計は、百貨店事業合計対前年▲4.5%減。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・5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により紳士服飾雑貨が堅調に推移し、化粧品も売上を伸ばしたほか、ゴールデンウィーク商戦も好調に推移したものの、心斎橋店本館建替えによる面積減の影響に、前年好調であった訪日外国人売上の反動減や、土曜日が対前年▲1日減となったことによるマイナス影響も加わり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲7.2%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲7.1%減となった。

2) パルコ事業

- ・月度後半に実施した顧客優待セールが好調に推移したものの、衣料品の動きが鈍かったことや、前年好調であったエンタテインメント事業の反動減などの影響により、対前年▲1.6%減となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、食品・リテール事業の苦戦により、対前年▲26.9%減となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、加盟店手数料、割賦販売手数料や年会費収入などが増加したことにより、対前年3.2%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装が松坂屋名古屋店の売場改装に加え、ホテル、大型客船などの内装工事の売上計上により大幅増となったことなどにより、対前年25.5%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

2016年5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：％）

	5月度		3～5月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲27.3	▲42.0	▲24.2	▲42.1
大丸 梅田店	▲5.3	▲2.9	▲4.3	▲3.3
大丸 東京店	4.1	6.3	2.8	3.4
大丸 浦和パルコ店	▲15.3	▲13.3	▲16.5	▲15.9
大丸 京都店	▲6.9	▲2.2	▲6.3	▲3.7
大丸 山科店	▲4.1	▲5.5	▲4.5	▲4.5
大丸 神戸店	▲3.5	▲4.9	▲4.7	▲4.5
大丸 須磨店	▲6.9	▲5.4	▲6.9	▲5.7
大丸 芦屋店	▲6.5	5.4	▲5.8	5.1
大丸 札幌店	▲5.4	▲5.6	▲3.8	▲4.6
松坂屋 名古屋店	▲5.2	▲1.4	▲5.9	▲0.0
松坂屋 上野店	▲3.1	▲5.2	▲2.0	▲4.0
松坂屋 静岡店	▲4.6	▲4.2	▲6.0	▲4.4
松坂屋 高槻店	▲4.0	▲5.1	▲7.7	▲7.1
松坂屋 豊田店	▲6.6	1.1	▲6.0	▲2.2
大丸松坂屋百貨店合計	▲7.2	▲6.0	▲6.8	▲6.6
博多大丸	▲6.7	▲5.8	▲7.0	▲4.6
下関大丸	▲2.5	▲5.0	▲7.0	▲9.7
高知大丸	▲8.3	▲10.8	▲7.2	▲9.6
百貨店事業合計	▲7.1	▲6.0	▲6.9	▲6.6

※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5月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲4.0%減、百貨店事業合計同▲4.2%減。
3～5月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲4.1%減、百貨店事業合計同▲4.5%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	5月度	3～5月度累計
紳士服・洋品	▲5.7	▲6.4
婦人服・洋品	▲9.0	▲8.8
子供服・洋品	▲7.5	▲2.2
その他の衣料品	▲15.5	▲15.1
衣料品計	▲8.6	▲8.2
身回品	▲12.3	▲11.6
化粧品	6.4	9.2
美術・宝飾・貴金属	▲11.7	▲13.0
その他雑貨	▲3.8	▲1.1
雑貨計	▲3.1	▲2.2
家具	▲26.2	▲22.7
家電	▲35.8	▲57.8
その他の家庭用品	▲15.0	▲14.0
家庭用品計	▲18.1	▲17.7
生鮮	▲4.8	▲3.3
菓子	▲5.3	▲3.5
惣菜	▲1.0	▲4.9
その他食料品	▲8.0	▲6.1
食料品計	▲4.4	▲4.4
食堂・喫茶	▲6.5	▲6.3
サービス	▲22.3	▲10.2
その他	6.1	2.4
合計	▲7.2	▲6.8

3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる面積減の影響などにより、売上高は前年を下回った。婦人服・洋品は、ワンピースやブラウスなどの不調に加え、前年に訪日外国人売上を伸ばしたラグジュアリーブランドの反動減などにより苦戦した。紳士服・洋品は、改装効果により名古屋店で売上を伸ばしたものの、心齋橋店での売場面積減が影響した。身回品はハンドバッグ、婦人靴などが不調であった。雑貨は、化粧品が好調を持続したものの、前年に訪日外国人売上を伸ばした時計・宝飾品の反動減などにより苦戦した。家庭用品は名古屋店、食料品は心齋橋店での売場面積減が影響した。