



2016年7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6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：％）

	6月度	3～6月度累計
百貨店事業	▲ 6.8	▲ 6.9
パルコ事業	0.1	▲ 2.6
卸売事業	▲ 28.1	▲ 27.0
クレジット事業	4.0	4.1
その他事業	1.2	10.8
連結合計	▲ 6.2	▲ 6.0

※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6月度の売上は、百貨店事業合計対前年▲4.0%減。3～6月度累計は、百貨店事業合計対前年▲4.4%減。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・6月度の百貨店事業の売上高は、化粧品が好調に売上を伸ばしたほか、名古屋店のメンズ売場改装効果も寄与したものの、心齋橋店本館建替えによる面積減のマイナス影響が大きく、また盛夏もの婦人ファッションの動きが鈍かったことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲7.1%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲6.8%減となった。

2) パルコ事業

- ・衣料品の動きが鈍かったことや、前年に好調であった集客型イベントの反動減などが影響した一方、8月より一時休業する渋谷パルコのセールが好調に推移したことや、総合空間事業のパルコスペースシステムズの外部受注が増加したことなどにより、対前年0.1%増となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、食品・リテール事業が苦戦したほか、前年に大幅増となった電子デバイスの反動減も加わり、対前年▲28.1%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4.0%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装が大丸神戸店の売場改装に加え、ホテルの内装工事の売上計上により売上増となったことなどから、対前年1.2%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	

2016年6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：％）

	6月度		3～6月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲26.2	▲42.2	▲24.7	▲42.1
大丸 梅田店	▲4.0	▲3.4	▲4.2	▲3.3
大丸 東京店	3.2	3.8	2.9	3.5
大丸 浦和パルコ店	▲16.8	▲13.5	▲16.6	▲15.3
大丸 京都店	▲7.0	▲0.6	▲6.5	▲3.0
大丸 山科店	▲5.2	▲4.1	▲4.7	▲4.4
大丸 神戸店	▲2.4	▲2.9	▲4.1	▲4.2
大丸 須磨店	▲6.7	▲3.8	▲6.8	▲5.2
大丸 芦屋店	▲5.6	6.1	▲5.8	5.4
大丸 札幌店	▲3.1	▲2.4	▲3.6	▲4.1
松坂屋 名古屋店	▲5.3	0.9	▲5.8	0.2
松坂屋 上野店	▲6.9	▲3.7	▲3.2	▲3.9
松坂屋 静岡店	▲6.0	▲6.4	▲6.0	▲4.8
松坂屋 高槻店	▲8.5	▲6.1	▲7.9	▲6.9
松坂屋 豊田店	0.8	4.0	▲4.5	▲0.8
大丸松坂屋百貨店合計	▲7.1	▲5.9	▲6.9	▲6.5
博多大丸	▲3.6	▲3.2	▲6.2	▲4.3
下関大丸	▲8.9	▲6.6	▲7.5	▲9.0
高知大丸	▲3.4	▲7.1	▲6.3	▲9.0
百貨店事業合計	▲6.8	▲5.8	▲6.9	▲6.4

※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6月度の売上は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲3.9%減、百貨店事業合計同▲4.0%減。
3～6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▲4.4%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	6月度	3～6月度累計
紳士服・洋品	▲6.3	▲6.4
婦人服・洋品	▲6.5	▲8.3
子供服・洋品	▲5.9	▲2.8
その他の衣料品	▲14.9	▲15.1
衣料品計	▲6.8	▲7.8
身回品	▲13.0	▲11.9
化粧品	6.9	8.6
美術・宝飾・貴金属	▲14.7	▲13.4
その他雑貨	▲10.7	▲3.6
雑貨計	▲5.8	▲3.1
家具	▲15.4	▲20.9
家電	▲27.7	▲52.0
その他の家庭用品	▲13.6	▲13.9
家庭用品計	▲14.4	▲16.9
生鮮	▲6.3	▲4.2
菓子	▲3.2	▲3.4
惣菜	▲2.6	▲4.4
その他食料品	▲3.5	▲5.3
食料品計	▲3.7	▲4.2
食堂・喫茶	▲5.4	▲6.1
サービス	5.0	▲7.2
その他	▲13.3	▲1.5
合計	▲7.1	▲6.9

3. 売上高概況

心齋橋店本館建替えによる面積減などの影響により、売上高は前年を下回った。婦人服・洋品は、盛夏ものの動きが鈍かったことや、前年に訪日外国人売上が好調であっ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、紳士靴が好調であったものの、婦人靴などの動きが鈍かった。雑貨は、化粧品が好調を持続したが、時計・宝飾品が苦戦した。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。