



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

2013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	7.4 (8.7)	5.1 (6.5)
パルコ事業	—	—
卸売事業	39.0	31.5
クレジット事業	4.5	3.8
その他事業	▲17.5	▲8.1
連結合計	23.5	23.1

(注)2012年9月度からパルコ事業を新たに追加表示し、2013年3月度からスーパーマーケット事業を除外しました。
 なお連結合計からパルコ事業及びスーパーマーケット事業を除いた5月度の対前年増減率は7.2%増（パルコ事業の対前年増減率は▲2.5%減）、
 連結合計からパルコ事業及びスーパーマーケット事業を除いた3～5月度累計の対前年増減率は5.6%増（パルコ事業の対前年増減率は0.9%増）。
 百貨店事業合計の（ ）内は大丸ららぽーと横浜店、大丸新長田店（いずれも2013年1月31日営業終了）を除く既存店ベース。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

・5月度の百貨店事業の売上高は、高級時計、宝飾品やラグジュアリーブランドなどが大幅増となったほか、パラソル、サングラスなど初夏もののシーズンアイテムが活発に動くとともに、銀座店の売りつくしセール（銀座地区再開発・建替えのため6月30日閉店）による嵩上げ効果もあり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年9.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同8.7%増となった。なお大丸松坂屋百貨店、百貨店事業ともに10ヶ月連続で前年実績を上回った。

2) パルコ事業

・パルコ単体の売上高は、下旬から気温が前年を上回り夏物衣料が好調に推移したことに加え、カード顧客向け優待企画「パーティセール」の開催による嵩上げも加わり対前年0.8%増となったものの、パルコスペースシステムズのセグメント内取引比率の上昇により、パルコ事業合計では対前年▲2.5%減となった。

3) その他

・卸売事業の大丸興業は、食品部門で農水産品が大きく売上を伸ばしたほか、ソフトビジネス部門では調理用品、アパレル、包装資材が好調で対前年39.0%増と大幅に売上を伸ばした。
 ・クレジット事業のJFRカードは、加盟店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4.5%増となった。
 ・その他事業は、J.フロント建装の前年大型工事売上計上の反動減の影響が大きく、対前年マイナスとなった。

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

2013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	2.3	▲1.0	0.5	▲0.8
大丸 梅田店	▲7.1	▲4.6	▲4.9	▲4.3
大丸 東京店	38.3	36.5	34.7	34.5
大丸 浦和パルコ店	7.5	9.7	3.9	6.2
大丸 京都店	3.2	3.9	0.2	2.8
大丸 山科店	2.9	2.5	1.6	3.0
大丸 神戸店	▲1.8	▲11.7	3.4	▲4.8
大丸 須磨店	3.0	0.0	5.4	1.0
大丸 芦屋店	1.0	0.0	▲0.1	▲0.6
大丸 札幌店	3.9	3.9	5.4	4.3
松坂屋 名古屋店	24.7	▲5.1	13.3	8.4
松坂屋 上野店	▲2.2	▲0.5	▲2.0	▲3.0
松坂屋 静岡店	3.6	2.9	2.9	2.7
松坂屋 銀座店	138.4	▲1.7	103.4	▲12.5
松坂屋 高槻店	0.1	4.9	▲0.3	2.3
松坂屋 豊田店	5.8	2.9	4.9	3.9
大丸松坂屋百貨店合計	9.7	3.1	7.3	4.1
博多大丸	1.8	▲2.5	0.4	▲3.6
下関大丸	1.4	4.1	▲1.3	1.1
高知大丸	▲0.7	▲4.0	0.3	▲5.0
百貨店事業合計	8.7	2.7	6.5	3.5

(注)大丸ららぽーと横浜店、大丸新長田店(いずれも2013年1月31日営業終了)を除く既存店ベース。

前年に上記2店舗を含めた5月度の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 8.2%増、百貨店事業合計 7.4%増。

前年に上記2店舗を含めた3～5月度累計の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 5.8%増、百貨店事業合計 5.1%増。

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	5.5	6.2
婦人服・洋品	7.5	7.2
子供服・洋品	2.4	3.1
その他の衣料品	6.9	7.2
衣料品計	6.8	6.7
身回品	9.7	9.5
化粧品	0.7	▲0.9
美術・宝飾・貴金属	87.2	48.0
その他雑貨	28.8	19.3
雑貨計	44.3	22.7
家具	25.9	16.7
家電	21.9	14.3
その他の家庭用品	▲2.0	1.1
家庭用品計	5.3	5.2
生鮮	▲2.7	▲2.0
菓子	4.1	4.2
惣菜	9.3	9.4
その他食料品	2.6	3.7
食料品計	3.9	4.3
食堂・喫茶	3.7	3.1
サービス	3.1	3.2
その他	▲13.4	▲7.8
合計	9.7	7.3

(注)大丸ららぽーと横浜店、大丸新長田店(いずれも2013年1月31日営業終了)を除く既存店ベース。

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ほか、増床した東京店の売上が倍増となった。紳士服・洋品は、ジャケット、パンツ、シャツなどが良く動いた。身回品は、ハンドバッグ、カバン・旅行用品などが活発に動いたほか、売りつくしセールが好調な銀座店の売上増も寄与した。雑貨は、宝飾品、時計などの高額品が活発に動いたことに加え、銀座店で開催した「絵画売りつくし」が好調で売上を押し上げた。食品は、大型改装が進行中の名古屋店や、昨年秋に増床した東京店などが牽引した。