



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2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：％）

	2月度	9～2月度累計
百貨店事業	5.1 (7.0) 注2	0.7 (3.3) 注2
パルコ事業	▲2.2	▲0.9
卸売事業	1.3	▲5.4
クレジット事業	17.6	15.3
その他事業	0.9	2.3
連結合計	▲6.9	▲7.5
(除くスーパーマーケット事業)	1.6 注1	0.1 注1

注1: 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。前年の連結合計からスーパーマーケット事業を除いた2月度の対前年増減率は1.6%増、9～2月度累計の対前年増減率は0.1%増となります。

注2: 百貨店事業の( )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)、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・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

- ・2月度の百貨店事業の売上高は、首都圏店舗を中心に大雪など荒天による入店客数減の影響を受けたものの、ラグジュアリーブランドや時計宝飾品が大きく売上を伸ばして牽引したほか、バレンタイン商戦も好調に推移するとともに、防寒雑貨やスプリングコートにも動きが見られたことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年7.4%増、関係百貨店を含む百貨店事業合計では同7.0%増となった。

2) パルコ事業

- ・バッグ、時計、家具、家電、家庭用品などが活発に動き、好調を持続したほか、バレンタイン関連商材や春物ファッションアイテムが順調に推移したものの、二度にわたる週末の降雪による入店客数減の影響が大きく、パルコ事業合計では対前年▲2.2%減となった。

3) その他

- ・卸売事業の大丸興業は、化学品のほか、畜産品・水産品などの食品が売上を伸ばし、対前年1.3%増となった。
- ・クレジット事業のJFRカードは、大丸松坂屋百貨店お得意様ゴールドカードのクレジットカード化に伴う手数料収入の大幅な増加が寄与し、対前年17.6%増となった。
- ・その他事業は、J.フロント建装、大丸コム開発などが売上を伸ばした。

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2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：％）

	2月度		9～2月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	11.0	1.8	3.5	▲2.9
大丸 梅田店	5.7	▲3.8	0.7	▲3.4
大丸 東京店	5.5	▲5.2	3.8	▲6.2
大丸 浦和パルコ店	1.5	▲1.2	1.9	2.8
大丸 京都店	4.3	▲1.5	0.9	▲2.2
大丸 山科店	0.9	▲0.9	▲0.6	▲0.8
大丸 神戸店	9.0	▲6.7	4.0	▲5.4
大丸 須磨店	0.6	▲2.1	4.7	0.5
大丸 芦屋店	1.3	▲0.5	0.7	▲0.1
大丸 札幌店	8.6	0.3	5.0	0.4
松坂屋 名古屋店	11.3	3.0	8.0	5.5
松坂屋 上野店	3.3	6.8	1.7	3.4
松坂屋 静岡店	10.7	9.3	3.5	3.8
松坂屋 高槻店	1.8	▲0.8	▲1.3	0.9
松坂屋 豊田店	▲2.2	0.8	▲0.8	2.2
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>7.4</b>	<b>▲1.2</b>	<b>3.7</b>	<b>▲1.6</b>
博多大丸	5.6	2.4	1.9	▲0.4
下関大丸	3.8	4.9	▲0.3	▲1.3
高知大丸	0.2	▲4.0	▲1.0	▲2.9
<b>百貨店事業合計</b>	<b>7.0</b>	<b>▲0.8</b>	<b>3.3</b>	<b>▲1.5</b>

(注)・合計は、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)、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・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。  
 ・前年に上記3店舗のうち銀座店を含めた2月度の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 5.2%増、百貨店事業合計 5.1%増、前年に上記3店舗を含めた9～2月度累計の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 0.7%増、百貨店事業合計 0.7%増となります。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	2月度	9～2月度累計
紳士服・洋品	1.9	▲0.3
婦人服・洋品	9.7	4.0
子供服・洋品	10.5	9.4
その他の衣料品	10.2	2.9
衣料品計	8.5	3.5
身回品	10.3	5.5
化粧品	15.4	3.5
美術・宝飾・貴金属	28.6	24.0
その他雑貨	▲0.1	4.7
雑貨計	20.0	13.0
家具	39.0	19.8
家電	▲22.8	▲15.2
その他の家庭用品	7.8	4.4
家庭用品計	14.4	6.9
生鮮	▲3.9	▲2.6
菓子	1.9	2.9
惣菜	▲5.5	0.9
その他食料品	9.9	2.5
食料品計	0.4	1.2
食堂・喫茶	▲3.7	▲2.8
サービス	15.6	21.9
その他	0.9	▲7.7
合計	7.4	3.7

(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)、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・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

・婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが大きく伸ばしたことに加え、スプリングコートなど春物衣料の一部にも動きが見られた。紳士服・洋品は、防寒雑貨とともに、ジャケット、スーツなどの春物衣料もよく動いた。身回品は、アクセサリが活発に動いたほか、婦人ブーツも好調であった。雑貨は、時計宝飾品などの高額品が好調を持続したほか、化粧品も売上を伸ばした。食料品は、上野店食品フロア改装工事に伴う売場閉鎖の影響があったものの、各店で開催したバレンタインギフトチョコレート商戦が盛況であったことからプラスとなった。