



2018年2月期 第2四半期 決算説明会

J. FRONT RETAILING

10th
anniversary

2017年 10月11日

J.フロント リテイリング株式会社

取締役兼代表執行役社長

山本 良一

くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。

 J. FRONT RETAILING

本日の内容

- I. 2017年度 上期業績概要(IFRS)
- II. 2017年度 下期・通期業績予想(IFRS)
- III. 中期経営計画の進捗と今後の取り組み

2017年度 上期業績概要(IFRS)

2017年度上期 連結業績(IFRS)

- ▶ 都心を中心とした百貨店や不動産、卸売などの好調を背景に、増収・増益
- ▶ 4月予想に対し、営業利益、親会社の所有者に帰属する四半期利益とも上振れ
- ▶ 中間配当は、前年に比べ1株あたり普通配1円増配と記念配1円を加え16円

(単位:百万円、%)

2018年2月期 第2四半期	実績	対前年		対4月予想	
		増減高	増減率	増減高	増減率
売上収益	234,510	13,261	6.0	7,510	3.3
売上総利益	104,988	424	0.4	288	0.3
販売管理費	82,210	△253	△0.3	△1,590	△1.9
その他営業収益	5,686	3,993	235.8	3,286	136.9
その他営業費用	1,784	△516	△22.4	△516	△22.4
営業利益	26,680	5,186	24.1	5,680	27.0
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	16,315	2,466	17.8	3,515	27.5
総額売上高	558,304	5,247	0.9	4,804	0.9
事業利益	22,778	677	3.1	1,878	9.0
1株当たり配当(円)	(中間) 16	2	—	—	—

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

※本年中間配当はJ.フロントリテイリング設立10周年記念配当1円を含む

2017年度上期 セグメント情報(IFRS)

- ▶ 百貨店事業は都心を中心に訪日外国人観光客や国内富裕層の消費が活発
- ▶ パルコ事業は「渋谷パルコ」建替え影響等で減収、前年不動産売却益反動で減益
- ▶ 不動産事業はGINZA SIX開業効果、クレジット金融事業、その他も増収増益

(単位:百万円、%)

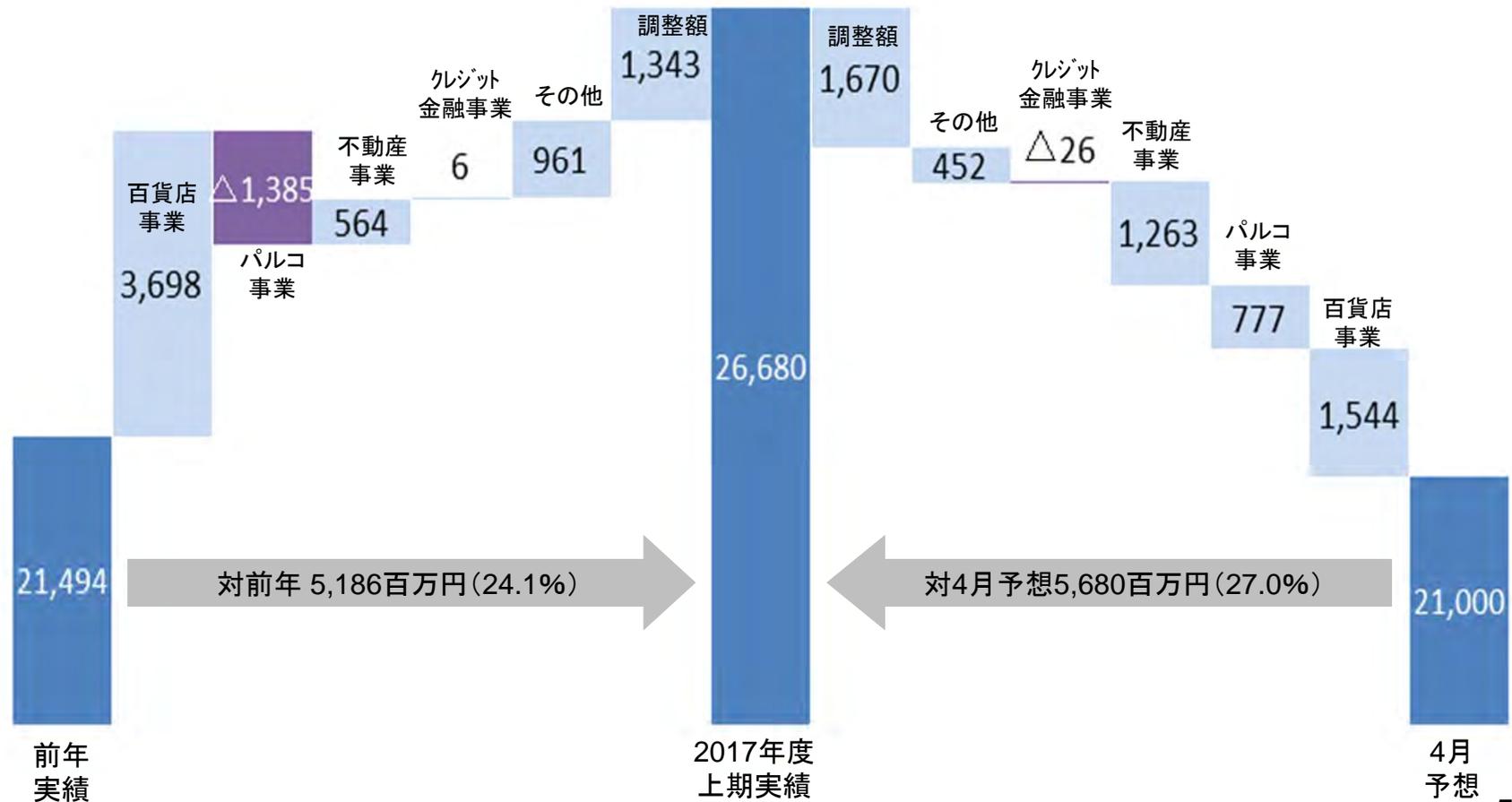
2018年2月期 第2四半期	売上収益				営業利益			
	実績	対前年		対4月予想	実績	対前年		対4月予想
		増減高	増減率	増減高		増減高	増減率	増減高
百貨店事業	132,293	1,192	0.9	293	12,904	3,698	40.2	1,544
パルコ事業	45,230	△1,938	△4.1	△270	6,677	△1,385	△17.2	777
不動産事業	5,849	3,341	133.2	350	1,663	564	51.3	1,263
クレジット金融事業	4,962	194	4.1	13	1,306	6	0.4	△26
その他	65,509	8,943	15.8	6,610	2,701	961	55.2	452

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度上期 セグメント情報(IFRS)

2017年度上期 連結 セグメント別営業利益増減分析

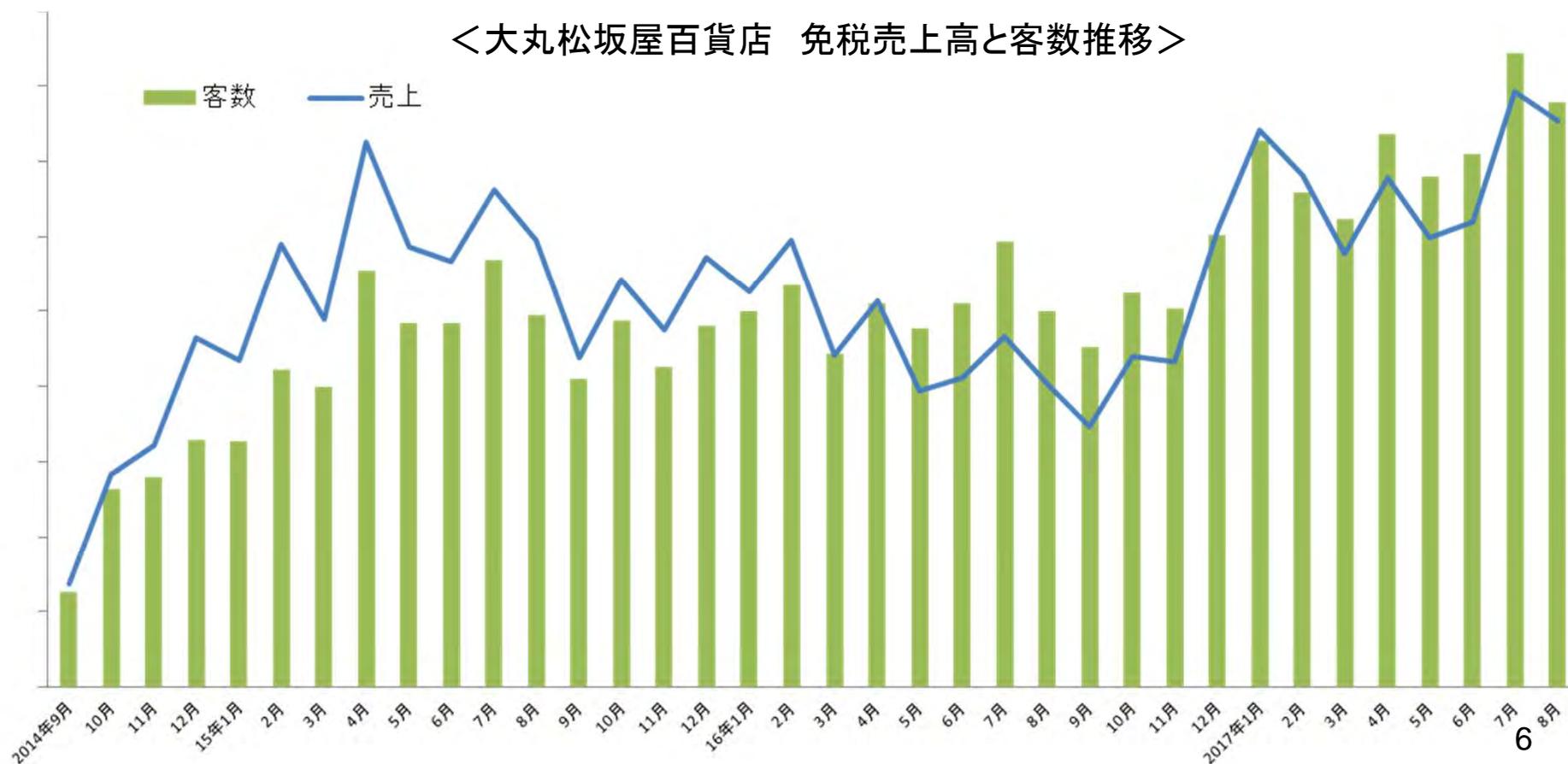
(単位:百万円)



※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度上期 大丸松坂屋百貨店

- ▶ インバウンド消費の指標となる「免税売上高」が伸張、上期200億円を突破
- ▶ 3、4月は客単価が前年を下回るも、5月以降は客単価も前年を上回る状況
- ▶ 上半期トータルでは対前年52.7%増、客単価は6.0%増、客数は44.1%増

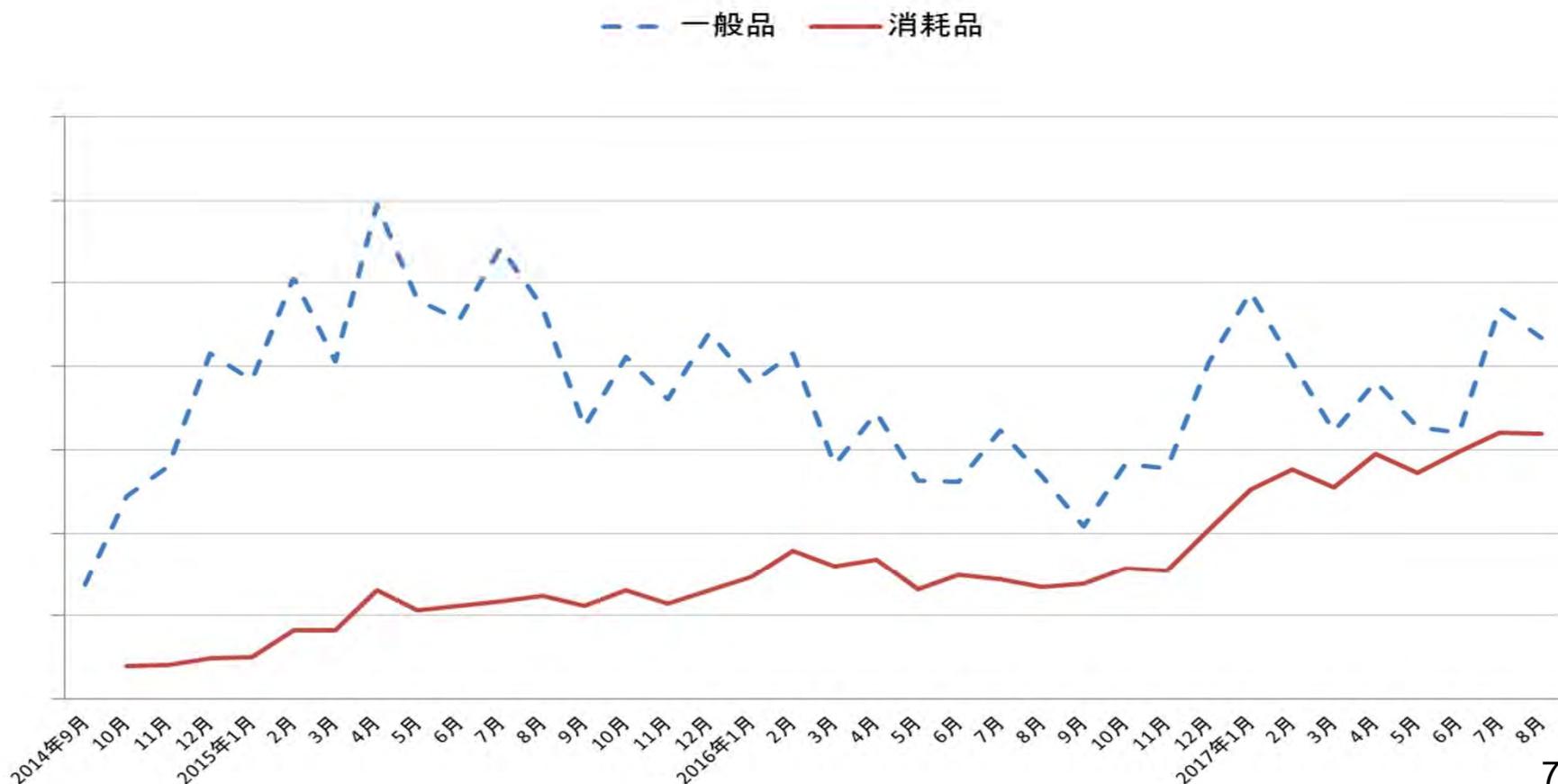


※総額売上高ベース

2017年度上期 大丸松坂屋百貨店

- ▶ インバウンド消費の国別売上高シェアでは中国のお客様購買が83.2%で圧倒的
- ▶ 商品別では化粧品を中心とする「消耗品」がほぼ倍増。「一般品」に迫る規模に

＜免税売上高における「一般品」と「消耗品」の売上高推移＞



※総額売上高ベース

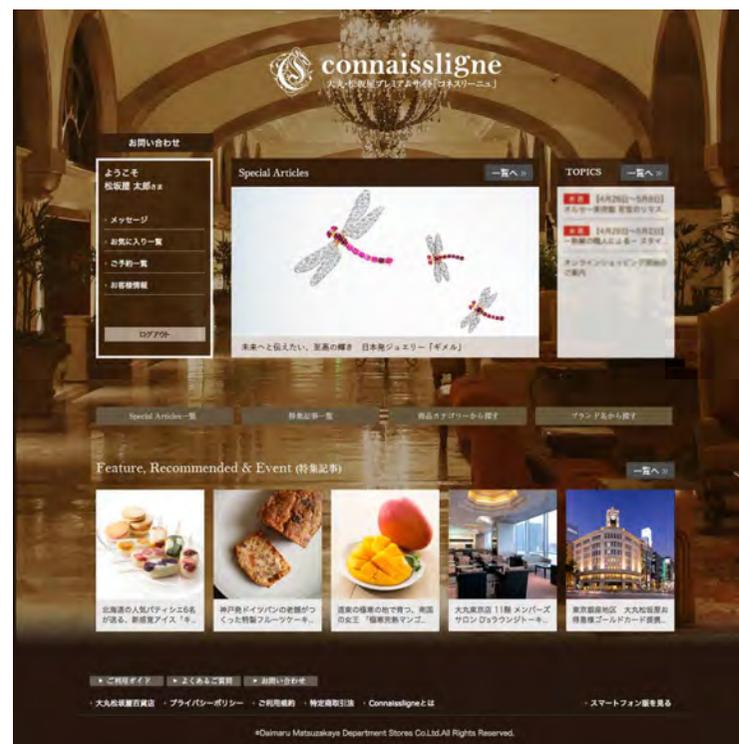
2017年度上期 大丸松坂屋百貨店

- ▶ 株価水準の安定を背景に、国内富裕層である外商顧客の購買が堅調に推移
- ▶ 基幹9店の掛売上は、上期トータルで対前年1.2%増、2Q単独1.9%増
- ▶ 新規外商カード顧客開拓も順調に推移、上期6,433件、年間13,000件ペース

外商顧客向け
「ゴールドカード」



外商顧客向けクローズドWEBサイト
「コネスリーニュ」



2017年度上期 大丸松坂屋百貨店

- ▶ 富裕層やインバウンドに特に強みのある心齋橋店が対前年10.8%の2桁増
- ▶ 東京店は国内外観光客やオフィスワーカー取り込みで12ヶ月連続増収を継続中
- ▶ ラグジュアリーと化粧品が全体を牽引。不動産は4/20「GINZA SIX」開業効果

2017年度上期 大丸松坂屋百貨店 主要店舗別総額売上高対前年増減率（単位：%）

2018年2月期 第2四半期	1Q	2Q	上半期
大丸心齋橋店	7.5	14.0	10.8
大丸梅田店	△0.9	2.7	1.0
大丸東京店	5.0	6.9	6.0
大丸京都店	△0.2	3.4	1.6
大丸神戸店	△1.1	△0.4	△0.8
大丸札幌店	3.5	4.9	4.2
松坂屋名古屋店	△2.3	△0.1	△1.2
松坂屋上野店	△5.2	△3.0	△4.1
松坂屋静岡店	3.7	△1.4	1.1
全店合計	0.7	2.9	1.8
不動産事業部	194.7	288.1	241.9

※各店舗の増減率は総額売上高ベース

2017年度上期 大丸松坂屋百貨店(IFRS)

- ▶ インバウンド消費や国内富裕層の購買が好調。4/20 GINZA SIX開業効果も
- ▶ コストはGINZA SIX開業に伴う宣伝広告費や作業費増も、全体でコントロール
- ▶ 資産効率向上等の観点から、都内に保有する遊休不動産2件を売却

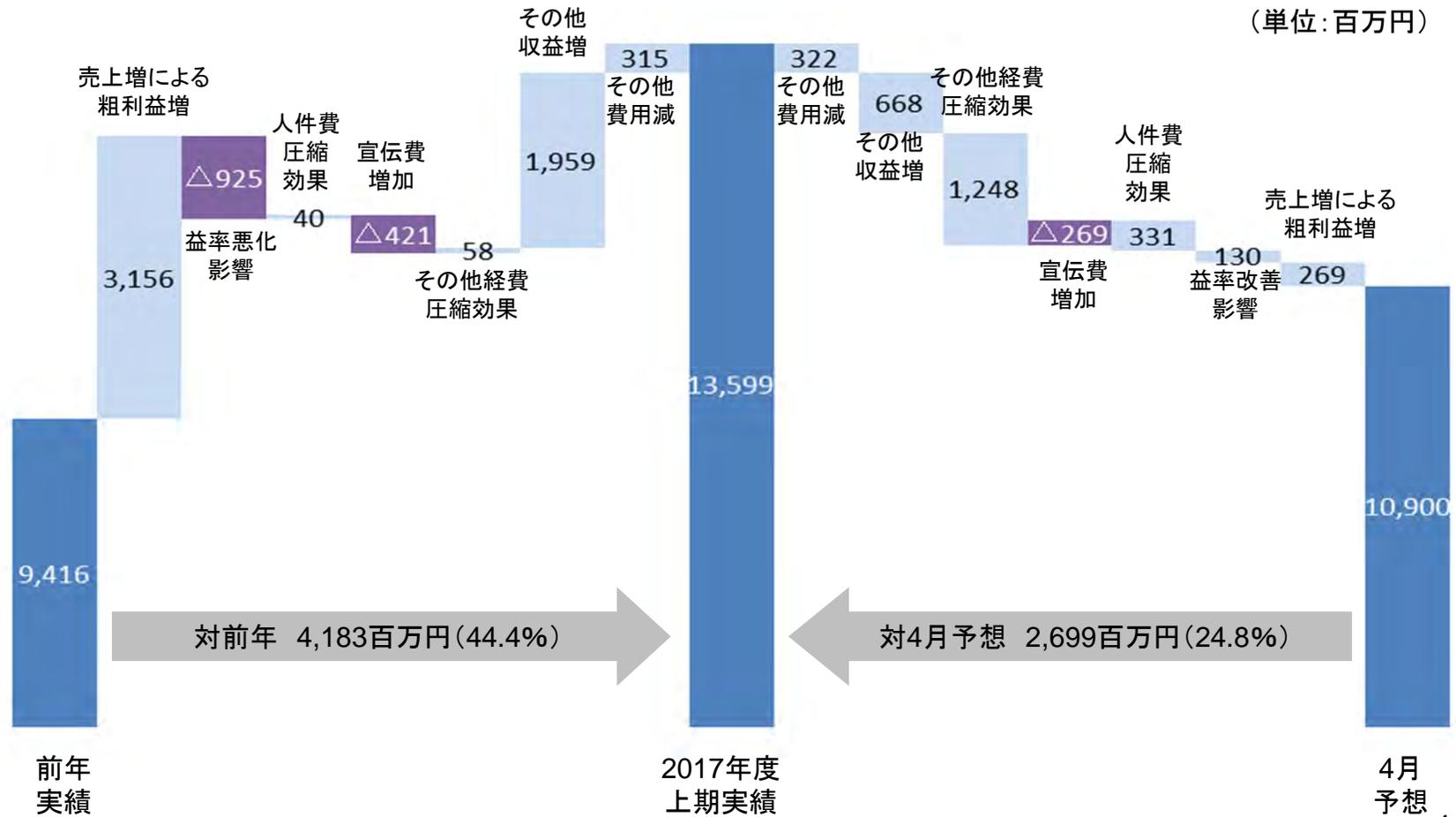
(単位:百万円、%)

2018年2月期 第2四半期	実績	対前年		対4月予想	
		増減高	増減率	増減高	増減率
売上収益	123,464	5,367	4.5	464	0.4
売上総利益	71,699	2,231	3.2	399	0.6
販売管理費	59,190	323	0.5	△1,310	△2.2
その他収益	2,068	1,959	—	668	47.7
その他費用	978	△315	△24.4	△322	△24.8
営業利益	13,599	4,183	44.4	2,699	24.8
当期利益	9,659	2,554	35.9	2,059	27.1
総額売上高	321,597	9,835	3.2	1,597	0.5
事業利益	12,509	1,909	18.0	1,709	15.8

10

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度上期 大丸松坂屋百貨店 要因別営業利益分析



※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度上期 連結業績(B/S、CF) (IFRS) J. FRONT RETAILING

- ▶ 自己資本は138億円増の3,824億円、自己資本比率は0.3ポイント増の37.0%
- ▶ 営業キャッシュフローは主に渋谷パルコ再開発保留床売却等で256億円増
- ▶ 投資キャッシュフローは子会社株式売却による収入などで38億円の支出減
- ▶ 財務キャッシュフローは社債発行の一方、CP償還など有利子負債を削減

<連結貸借対照表>

(単位:百万円)

2018年2月期 第2四半期	実績	対前年 増減高
総資産	1,034,346	29,277
有利子負債	200,868	△5,084
親会社の所有者に 帰属する持分	382,459	13,888
自己資本比率(%)	37.0	(率差) 0.3

<キャッシュフロー>

(単位:百万円)

2017年2月期 第2四半期	実績	対前年 増減高
営業キャッシュフロー	41,654	25,687
投資キャッシュフロー	△7,773	3,873
財務キャッシュフロー	△9,357	△7,535

2017年度 下期業績予想(IFRS)

地政学リスクへの懸念はあるも、世界経済は着実に回復

雇用・所得環境の改善を背景に、国内経済はゆるやかな回復傾向継続

社会保障費負担増など将来不安により、節約志向が継続

消費の二極化／都市と地方の格差

堅調な富裕層消費⇔ボリューム層消費低迷

訪日外国人観光客の増加継続・インバウンド消費再拡大

モノ消費からコト消費・体験型消費へのシフトの強まり

世界的なネット販売成長加速⇔欧米を中心とするリアル店舗の苦境

IoT時代の劇的な進展

2017年度下期 連結業績予想(IFRS)

- ▶ 売上収益は百貨店事業、不動産事業等で増収。一方、子会社事業譲渡影響も
- ▶ 営業利益は事業譲渡による販売管理費圧縮、投資の見直し等で増益
- ▶ 純利益は持分法損益の悪化等により減益

(単位:百万円、%)

2018年2月期 下期	見通し	対前年		対4月予想	
		増減高	増減率	増減高	増減率
売上収益	237,489	6,233	2.7	△4,511	△1.9
売上総利益	107,911	△91	△0.1	△2,389	△2.2
販売管理費	84,889	△315	△0.4	△1,011	△1.2
その他営業収益	1,313	△1,077	△45.1	13	0.9
その他営業費用	2,015	△2,940	△59.3	△185	△8.4
営業利益	22,319	2,087	10.3	△1,181	△5.0
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	12,184	△1,019	△7.7	△1,516	△11.1
総額売上高	583,695	2,411	0.4	△10,805	△1.8
事業利益	23,721	924	4.1	△1,379	△5.5

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度下期 セグメント情報予想(IFRS)

- ▶ 百貨店事業は基幹店すべてで増収を見込むも、地方店・郊外店は厳しさ継続
- ▶ パルコ事業は渋谷パルコ一時営業終了影響は一巡も、地方店は慎重に見直し
- ▶ 不動産事業はGINZA SIXフル稼働および「上野フロンティアタワー」11/4開業
- ▶ その他は子会社事業譲渡影響により減収も、不採算事業撤退効果加わり増益

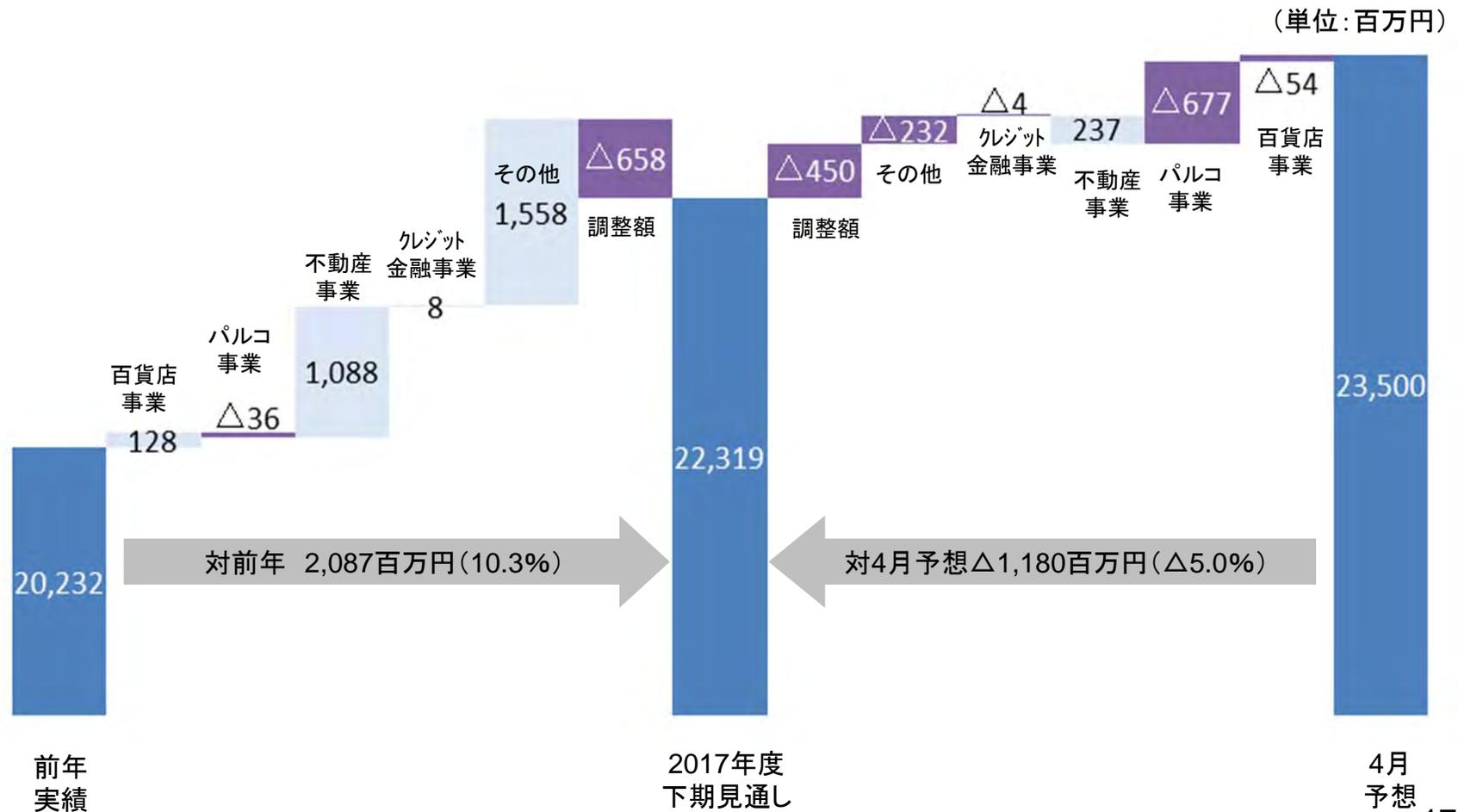
(単位:百万円、%)

2018年2月期 下期	売上収益				営業利益			
	見通し	対前年		対4月予想	見通し	対前年		対4月予想
		増減高	増減率	増減高		増減高	増減率	増減高
百貨店事業	140,606	3,475	2.5	2,007	13,145	128	1.0	△54
パルコ事業	48,769	2,158	4.6	△830	4,922	△36	△0.7	△677
不動産事業	7,050	4,554	182.4	50	336	1,088	—	237
クレジット金融事業	5,317	238	4.7	67	1,563	8	0.5	△4
その他	55,240	△2,778	△4.8	△5,560	2,798	1,558	125.6	△232

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度下期 セグメント情報(IFRS)

2017年度下期 連結 セグメント別営業利益増減分析



※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度 通期業績予想(IFRS)

2017年度通期 連結業績予想(IFRS)

- ▶ 売上収益は百貨店事業、不動産事業などすべての事業で増収見込み
- ▶ 営業利益は事業利益増、子会社株式売却益等に対4月予想45億円上方修正
- ▶ 1株当たり年間配当は普通配2円増配と記念配2円を加え、32円の予定

(単位:百万円、%)

2018年2月期 通期	見通し	対前年		対4月予想	
		増減高	増減率	増減高	増減率
売上収益	472,000	19,495	4.3	3,000	0.6
売上総利益	212,900	333	0.2	△2,100	△1.0
販売管理費	167,100	△568	△0.3	△2,600	△1.5
その他営業収益	7,000	2,916	71.4	3,300	89.2
その他営業費用	3,800	△3,455	△47.6	△700	△15.6
営業利益	49,000	7,273	17.4	4,500	10.1
親会社の所有者に 帰属する当期利益	28,500	1,448	5.4	2,000	7.5
総額売上高	1,142,000	7,658	0.7	△6,000	△0.5
事業利益	46,500	1,602	3.6	500	1.1
1株当たり配当(円)	(年間) 32	4	—	—	—

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

※本年年間配当はJ.フロントリテイリング設立10周年記念配当2円を含む

2017年度通期 セグメント情報予想(IFRS)

- ▶ 百貨店事業はインバウンドや富裕層購買が好調な都心店が牽引し増収・増益
- ▶ パルコ事業は新店開業も渋谷PARCO一時閉鎖影響や地方店苦戦を織り込む
- ▶ 不動産事業はGINZA SIX、上野フロンティアタワー開業効果により増収・増益
- ▶ その他は事業譲渡の影響あるも、好調な大丸興業や不採算撤退効果で増益

(単位:百万円、%)

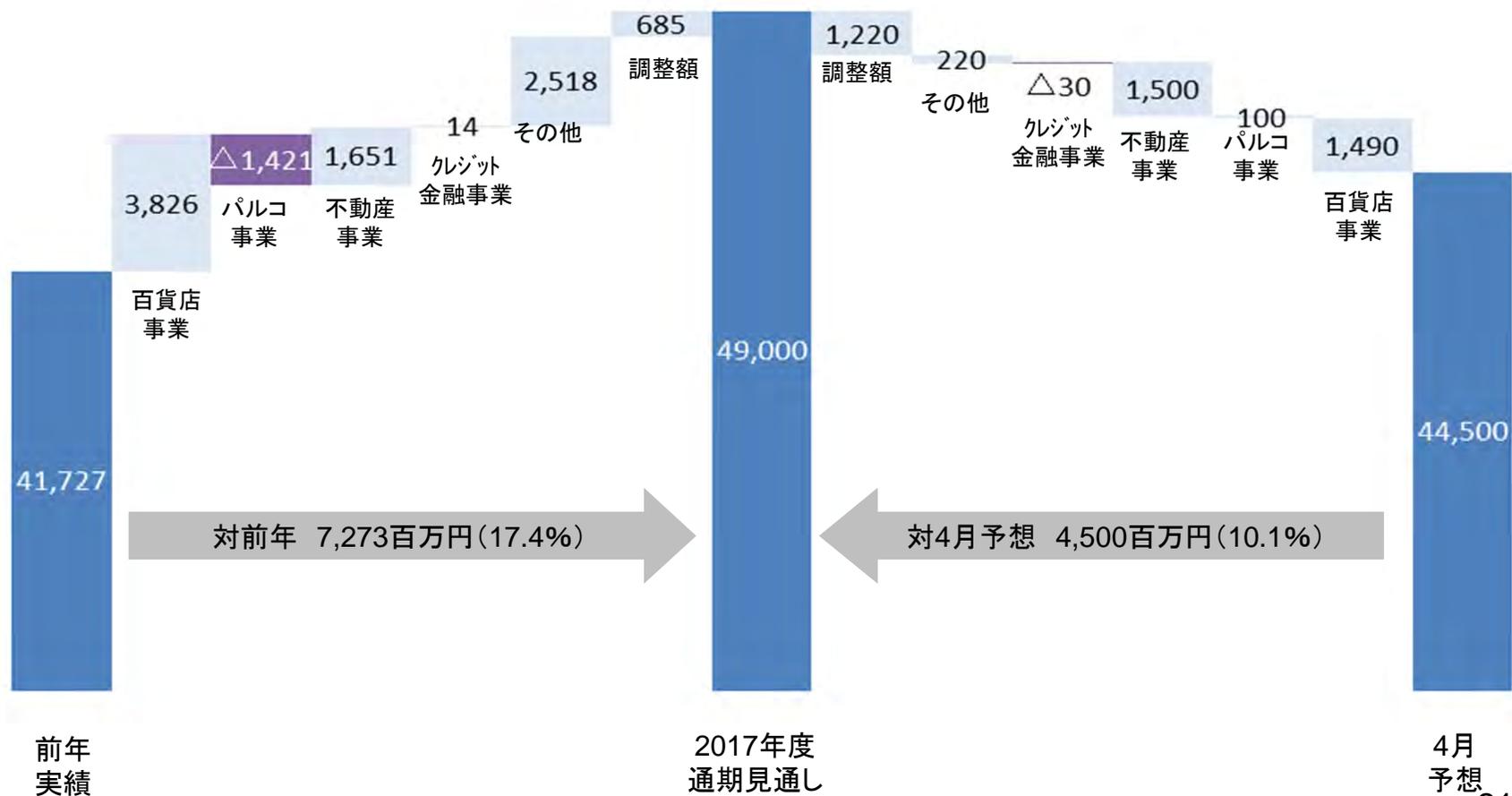
2018年2月期 通期	売上収益				営業利益			
	見通し	対前年		対4月予想	見通し	対前年		対4月予想
		増減高	増減率	増減高		増減高	増減率	増減高
百貨店事業	272,900	4,667	1.7	2,300	26,050	3,826	17.2	1,490
パルコ事業	94,000	220	0.2	△1,100	11,600	△1,421	△10.9	100
不動産事業	12,900	7,895	157.8	400	2,000	1,651	473.7	1,500
クレジット金融事業	10,280	432	4.4	80	2,870	14	0.5	△30
その他	120,750	6,165	5.4	1,050	5,500	2,518	84.5	220

※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度通期 セグメント情報

2017年度通期 連結 セグメント別営業利益増減分析

(単位:百万円)



※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017年度 連結業績予想(B/S、CF)(IFRS) J. FRONT RETAILING

- ▶ 自己資本は3,900億円、自己資本比率は37.7%の見通し
- ▶ 有利子負債は対前年△109億円圧縮し、1,950億円の見通し
- ▶ 営業キャッシュフローは営業利益の増、渋谷パルコの保留床売却代金受領などにより対前年165億円増の530億円の見込み
- ▶ フリーキャッシュフローは期初予想から改善し185億円のプラスとなる見通し

<連結貸借対照表>

(単位:百万円)

2018年 2月期	予想	対前年 増減高
総資産	1,035,000	29,931
有利子負債	195,000	△10,952
親会社の所有者に 帰属する持分	390,000	21,429
自己資本比率(%)	37.7	(率差) 1.0

<キャッシュフロー>

(単位:百万円)

2018年 2月期	予想	対前年 増減高
営業キャッシュフロー	53,000	16,592
投資キャッシュフロー	△34,500	△3,905
財務キャッシュフロー	△20,500	△18,403

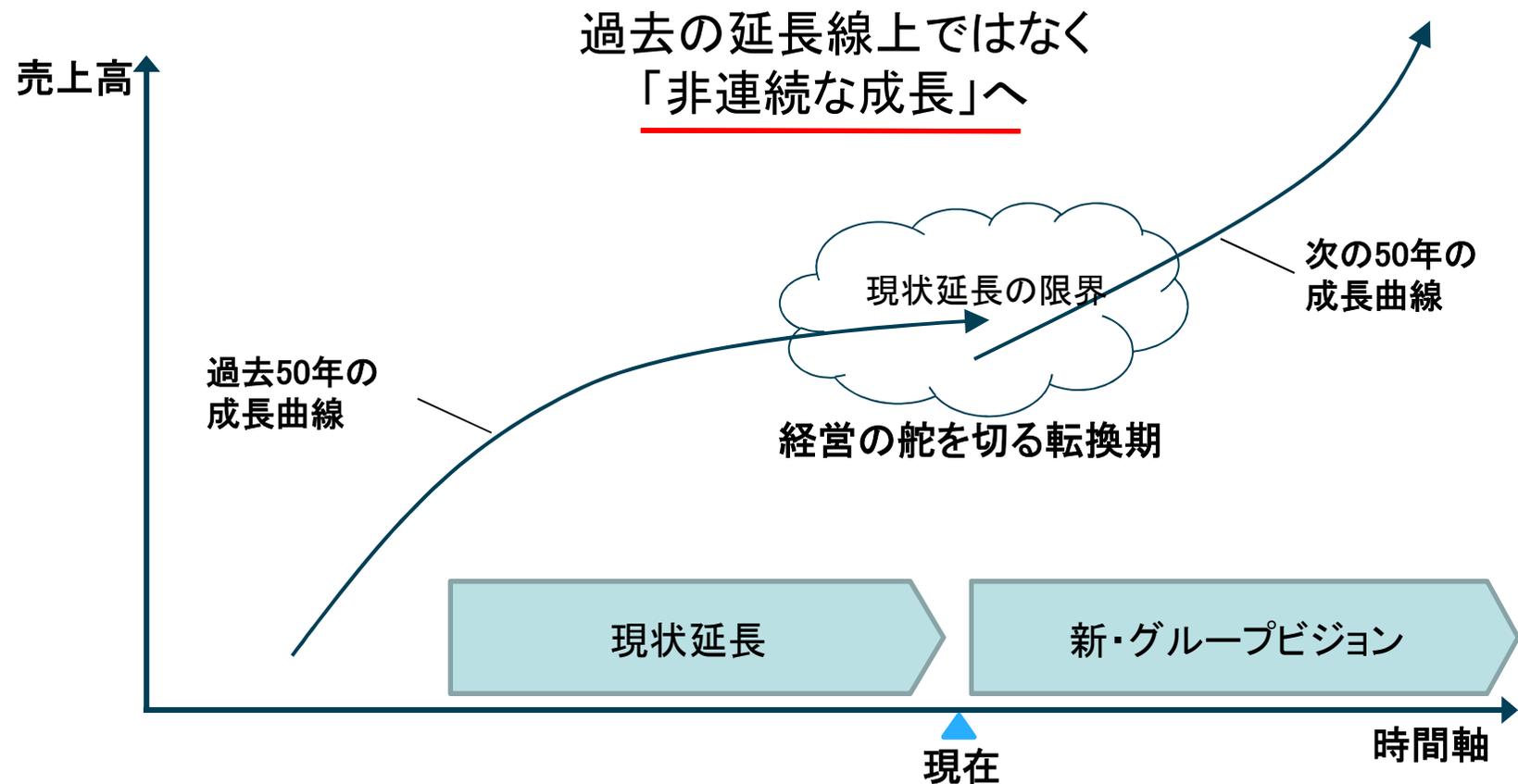
※前年度をIFRSベースに置き換えて増減高、増減率を算出

2017～2021年度中期経営計画
進捗と今後の取り組み

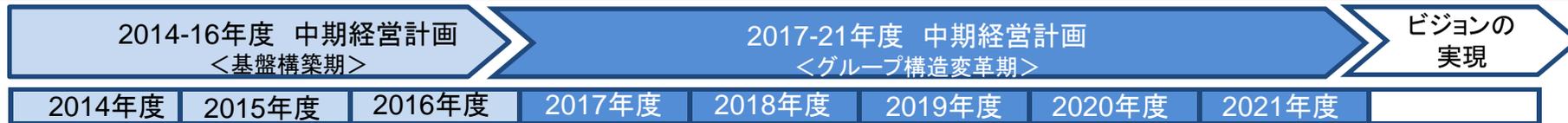
グループビジョン実現に向けて

新グループビジョン“くらしの「あたらしい幸せ」を發明する。”

2017年度からスタートした中期経営計画が
新たな“出発点”に



今中期計画期間は「グループ構造変革期」



小売業の枠を超えた

“マルチサービス・リテ일러”へ



アーバンドミナント戦略

- ▶ 前中期計画で着手した大型プロジェクトが新たな商業施設として順次開業
- ▶ 今中期計画の中で、街に新たな賑わいをもたらすとともに、収益にも大きく貢献



※写真はイメージです

GINZA SIX (ギンザ・シックス)

- ▶ 4/20、世界でも類を見ない革新的なラグジュアリーモール「GINZA SIX」が誕生



G S I X
GINZA SIX

アートを駆使した
斬新な
店舗環境づくり

ICTを活用した
顧客管理
顧客分析

フラッグシップ
ストア中心の
ブランド
ラインナップ

SNS拡散も意識した
話題性を呼ぶ
プロモーション手法

当社が今中期計画で取り組む「非連続な成長」に向けた象徴に

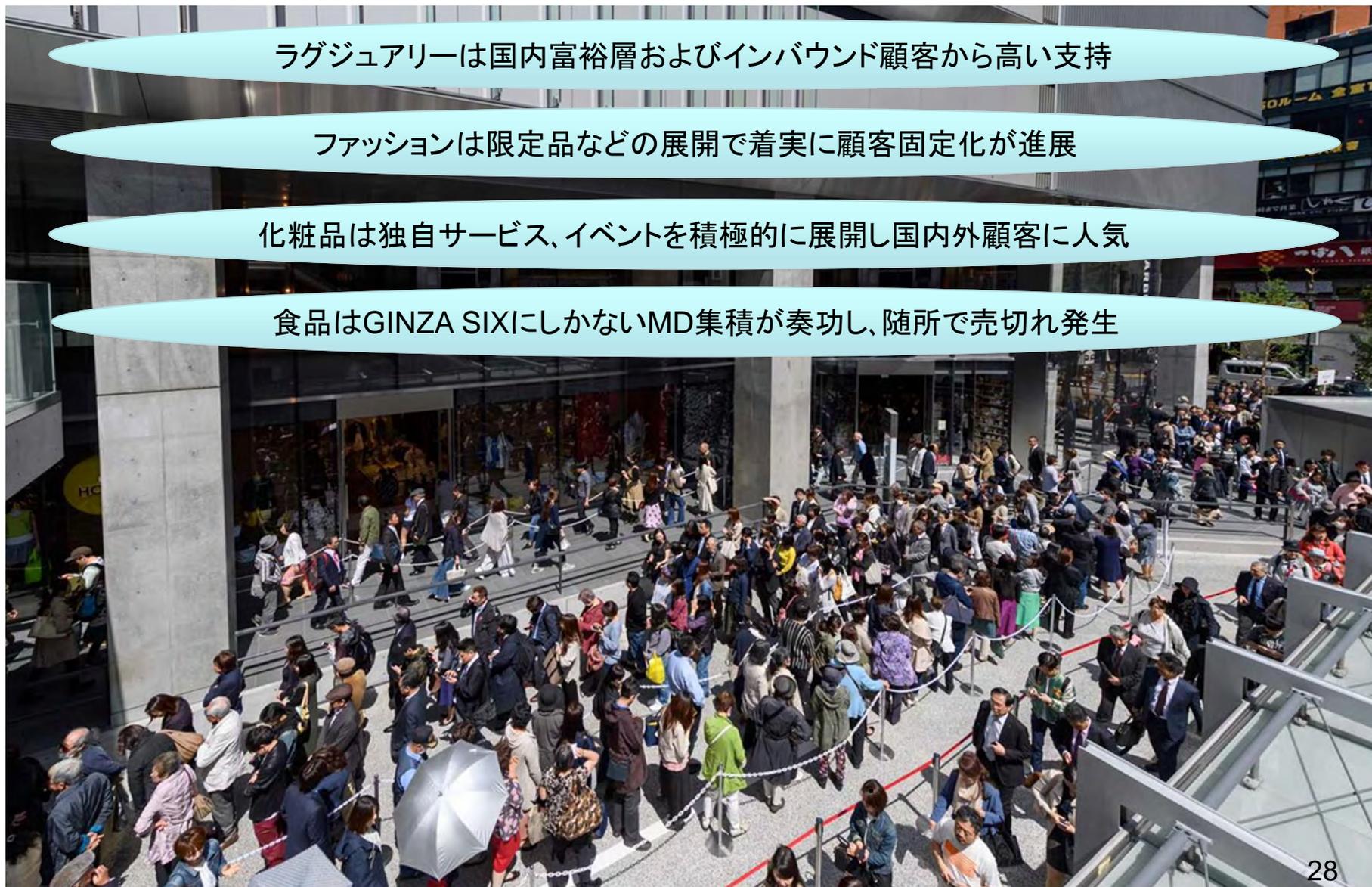
GINZA SIX 店頭動向

ラグジュアリーは国内富裕層およびインバウンド顧客から高い支持

ファッションは限定品などの展開で着実に顧客固定化が進展

化粧品は独自サービス、イベントを積極的に展開し国内外顧客に人気

食品はGINZA SIXにしかないMD集積が奏功し、随所で売切れ発生



メディア露出・SNS等での大きな反響

8,200

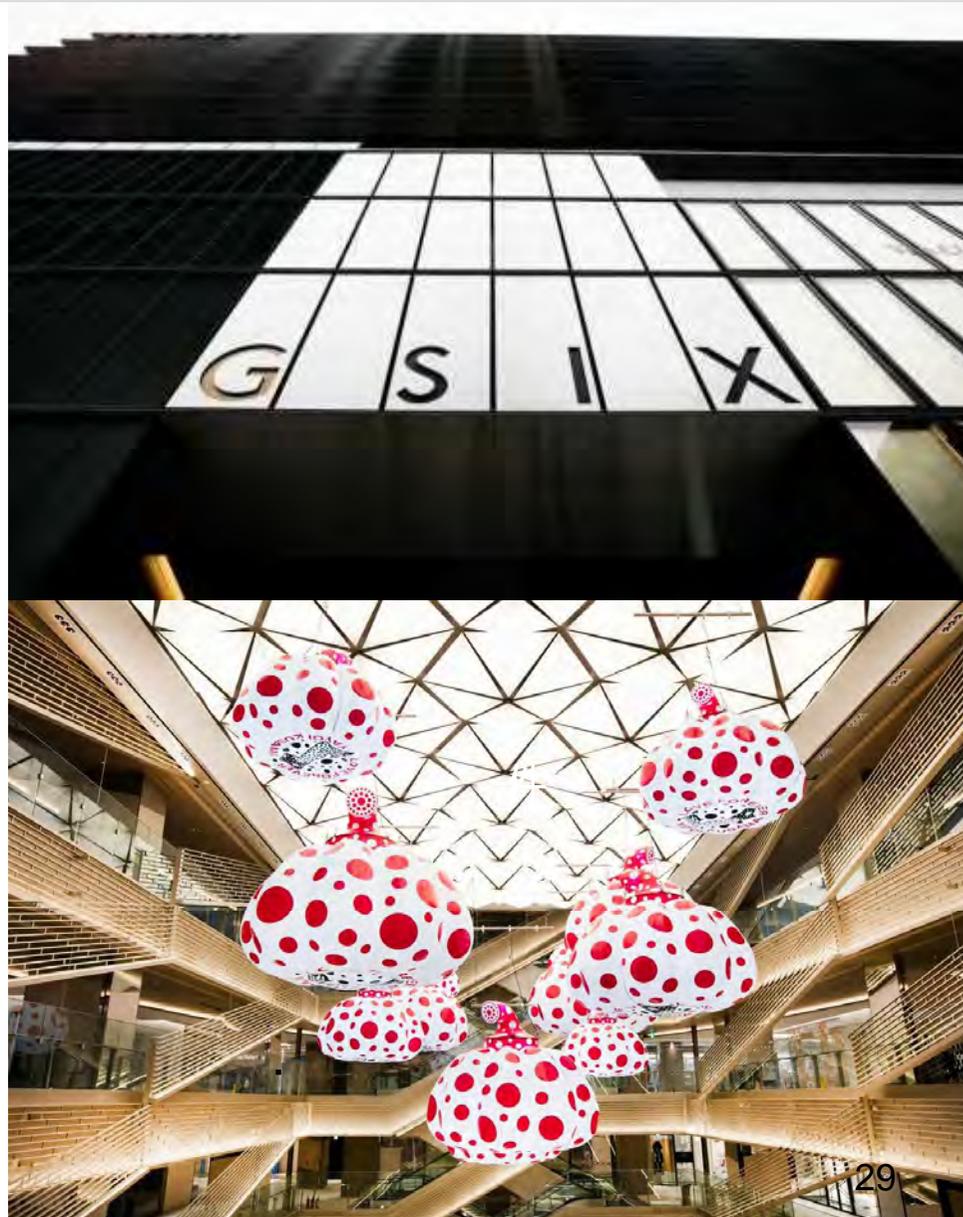
※4/1～4/23 メディア露出件数
(TV、新聞、雑誌、WEB)

3h40min

※4/1～4/23 TV放映時間

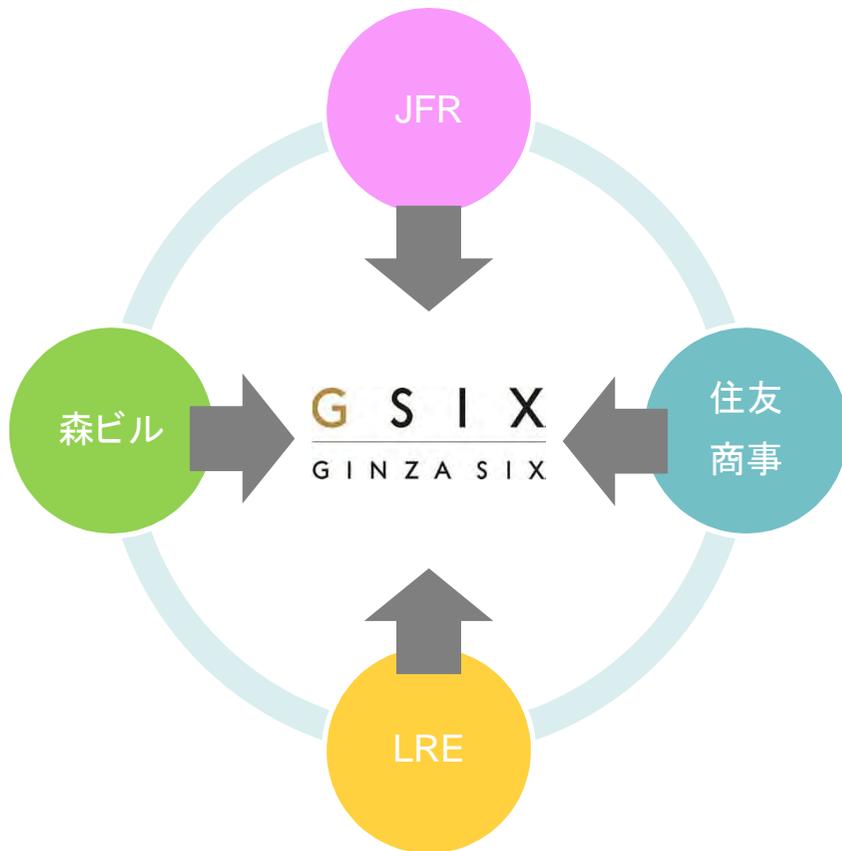
39,158

※4/24 21時現在インスタグラム投稿件数



GINZA SIXの成功要因(KFS)―①

企業を超えた取り組みによる
「異分子結合」



4社が「世界基準」の新たな価値創造を
目指すことを目標として共有

企業文化、カルチャーが異なる
4社の英知やエネルギーを結集

4社の化学反応により
「革新的なラグジュアリーモール」誕生

GINZA SIXの成功要因(KFS)―②

これまでの成功体験を捨てた
「非連続な取り組み」

ファサードを彩るメゾネット型式の
6ラグジュアリーブティック

アートでもてなす大胆な吹き抜けなど店舗空間の演出

百貨店の商品分類の枠を超えたフロア構成

スマホのアプリを軸とした顧客接点



特別な体験・価値を創造



GINZA SIXの初年度見込み

- ▶ GINZA SIX全体での初年度目標に向け、順調なペースで推移(売上・客数とも)
- ▶ 当社としての初年度営業利益は期初に設定した計画を大きく上回る見通し

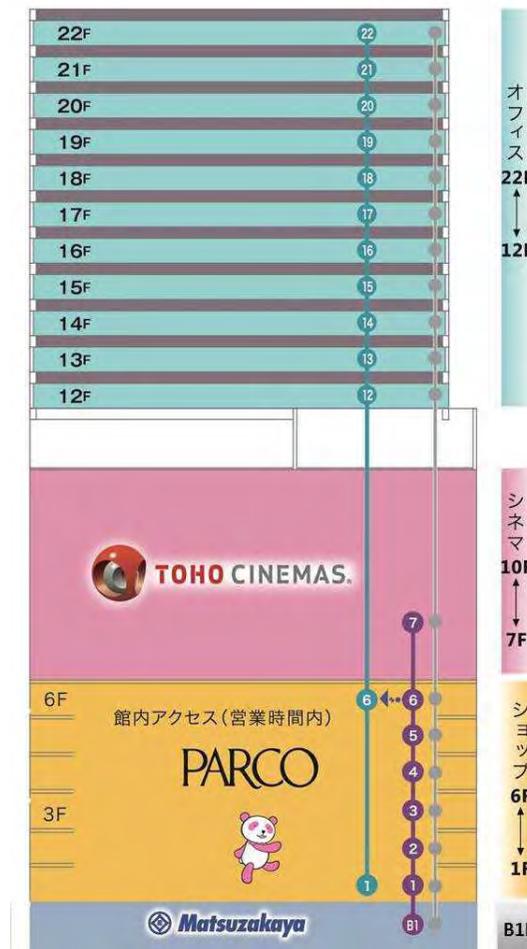


上野フロンティアタワー(松坂屋上野店南館建替え)

- ▶ 地上階にパルコとシネコン、オフィス、地階に百貨店を展開する複合商業ビル
- ▶ 新たな顧客層の掘り起こしを目指し2017年11月4日開業。投資額152億円



※写真はイメージです



新コンセプト店舗“PARCO_ya”（パルコヤ）

- ▶ あらゆる角度からのマーケティングに基づく、やや大人向けの68ショップを展開
- ▶ 1973年「渋谷PARCO」以来、PARCOとして44年ぶりの東京23区内新規出店
- ▶ 新しいコンセプトによる価値提案により、地域マーケットの掘り起こしに貢献

ちょっと上の、
おとなの、
パルコ。



上野
PARCO_ya

11.4 sat OPEN
松坂屋上野店隣り

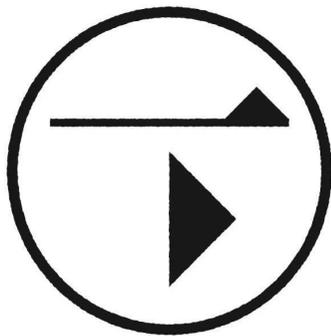


※写真はイメージです

“シタマチ・フロント”の街開き

- ▶ 上野地区のアーバンドミナント戦略が「シタマチ・フロント」の名のもとで本格化
- ▶ 現在のエリアが持つ魅力に加えて、新たな文化やライフスタイルを創造
- ▶ コミュニティサイト「上野が、すき」や近隣「おかちまちパンダ広場」と連動した情報発信・イベント開催により、地域の活性化に貢献

2017年11月4日、街開き。



シタマチ・フロント

SHITAMACHI.FRONT



新百貨店モデルの革新(心齋橋店本館建替え)

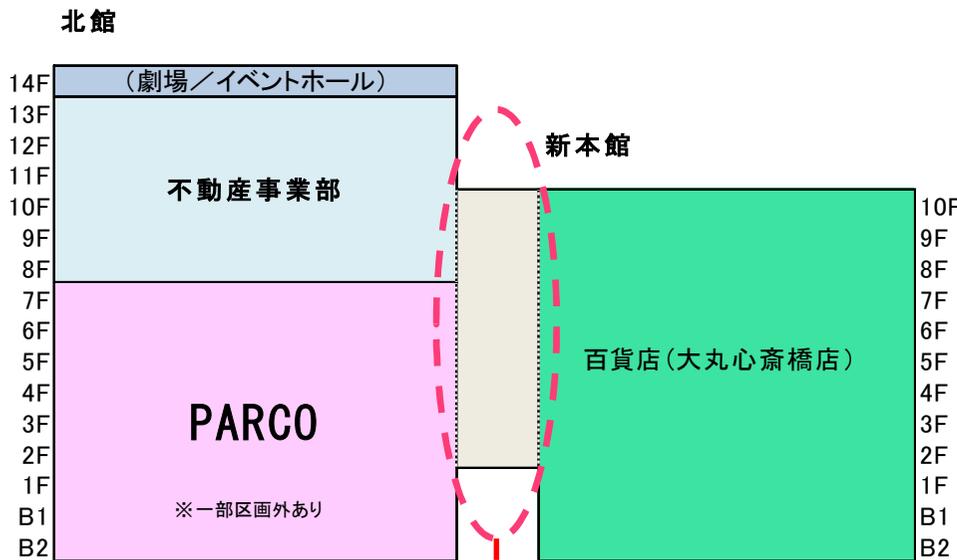
- ▶ 「新百貨店モデル」の革新を最も象徴するモデルとして、19年秋に開業予定
- ▶ 品揃え、サービス、店舗環境など、これまでに見たことのない未来形を提示
- ▶ 富裕層、インバウンドの強みを活かしつつリアル店舗ならではの付加価値創造



※写真はイメージです

北館大型テナントとして「PARCO」導入決定

- ▶ 新本館完成後、心齋橋店北館は「不動産賃貸型」へビジネスモデル転換
- ▶ 中核テナント「PARCO」はB2階～7階に展開。上層階は不動産事業部が運営
- ▶ PARCO業態として空白地帯の大阪への出店でアーバンドミナント戦略推進



新本館建替え後、北館と接続
(2021年春予定)

80,000m²を超えるハイブリッドな商業施設へ

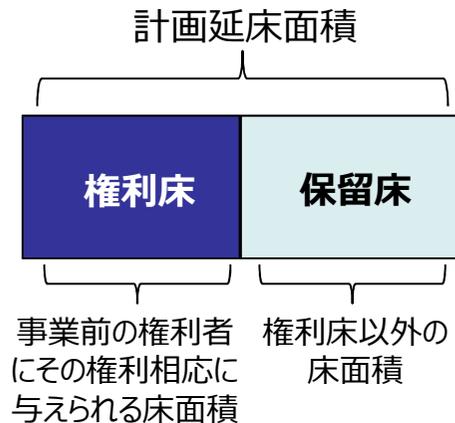
<心齋橋店周辺地区マップ>



「宇田川町14・15地区第一種市街地再開発事業」計画のスキーム

2015年12月

東京都が都市再生特別地区の都市計画を決定
→ 容積率増（許容延床面積増）



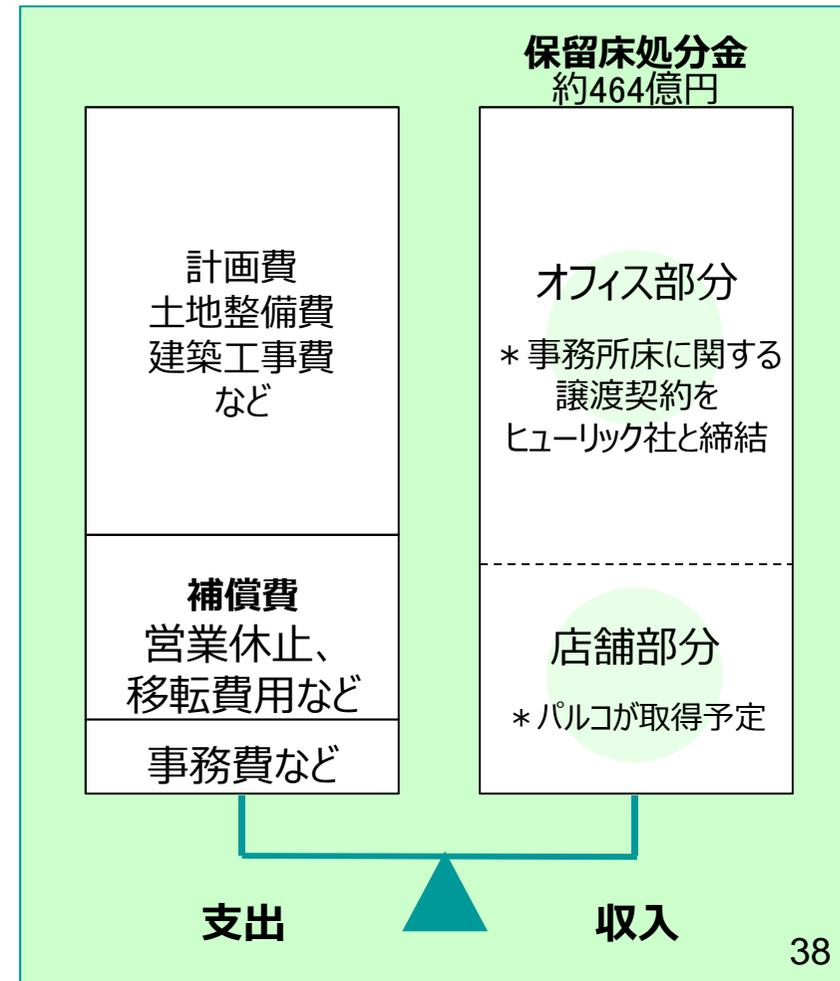
2016年8月

市街地再開発の事業施行認可

2017年5月

新築着工、事務所床に関する譲渡契約締結

宇田川町14・15地区第一種市街地再開発事業の収支



パルコ事業の革新—渋谷PARCO建替え

- ▶ パルコグループ独自性の原点「渋谷パルコ」建替えで次世代型商業空間を創造
- ▶ 複合型商業ビルならではの企業との接点拡大やテナントサービス進化を実現
- ▶ 様々な新しい取り組み成果・ノウハウを他店にも波及させ、ストアブランド進化



事業スケジュール

2015年	6月	東京都へ都市計画を提出
	12月	東京都が都市計画を決定
2016年	3月	組織改定にて「渋谷プロジェクト」が発足
	4月	現渋谷パルコパート1・3の一時営業休業時期を発表
	8月	東京都が事業施行を認可 現渋谷パルコパート1・3を建替えのため一時営業休業
	11月	権利変換計画認可
2017年	5月	新築工事着工、事務所床に関する譲渡契約締結
2019年	秋	新施設開業（予定）

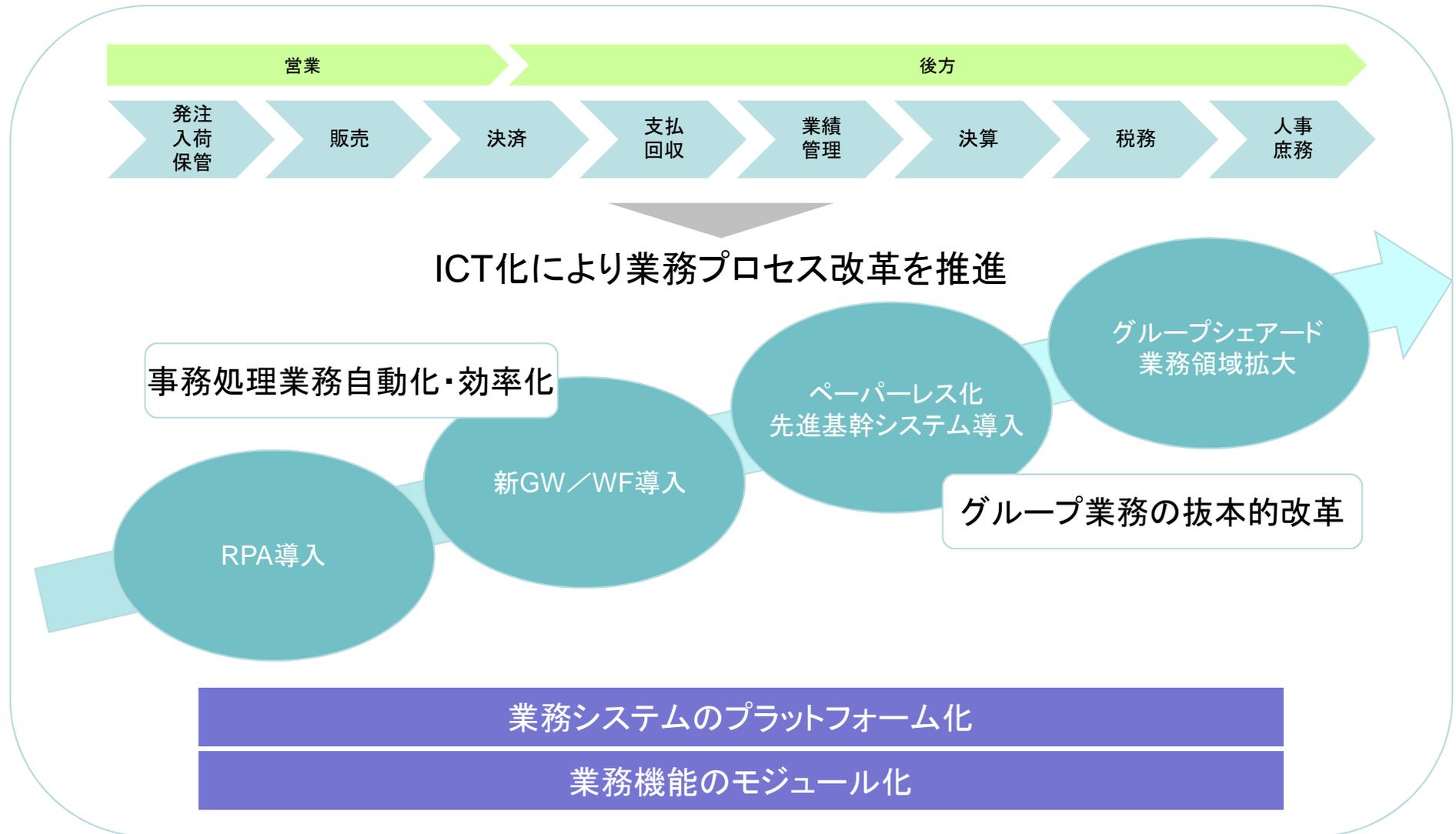
計画概要	
敷地面積	約5,380㎡
延床面積	約63,830㎡
建物規模	地上18階、地下3階
投資額	約214億円

パルコ事業の革新—商業不動産プロデュース

- ▶ パルコやZERO GATEに加え、新たな業態開発により成長性ある都市部深耕
- ▶ 大丸心齋橋店北館内への出店計画を決定。8件の計画案件が進行中
- ▶ 将来を見極めたスクラップ&ビルドを積極推進。収益性向上への取り組み強化



ICT戦略—業務オペレーションの刷新

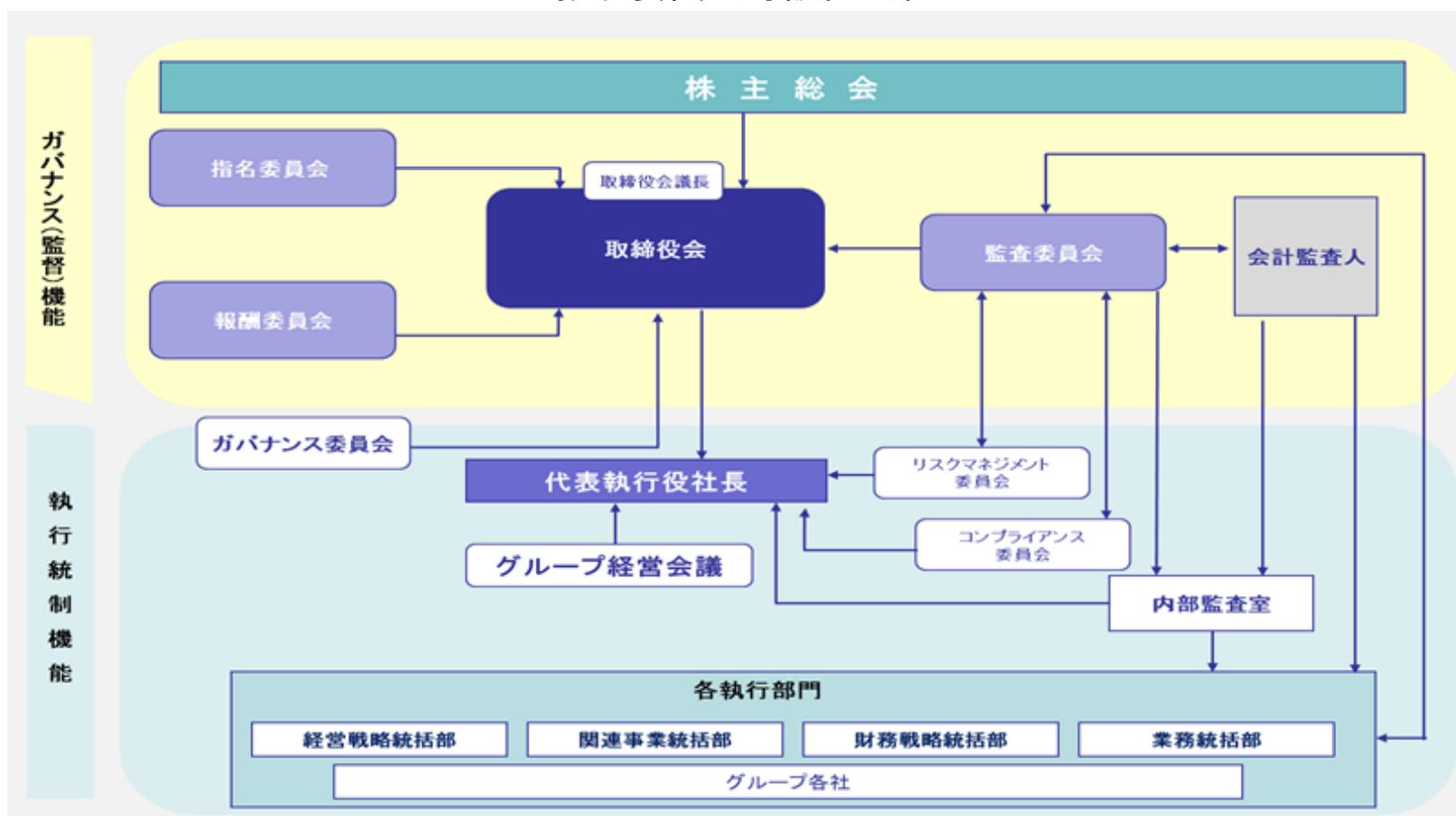


ペーパーレス化を軸とした業務フレームの抜本的見直しで「働き方改革」実現

機関設計の変更

- ▶ 本年5月定時株主総会での決議を経て、「指名委員会等設置会社」へ移行
- ▶ 「指名」「監査」「報酬」の法定3委員会を置き、経営の透明性・客観性を向上
- ▶ 「監督」と「執行」の分離をはかることにより、経営の意思決定を一層迅速化

＜指名委員会等設置会社＞



<役員報酬の基本方針>

報酬構成
基本:賞与:PS
1:0.6:0.6

インセンティブ
短期=賞与
中長期=株式

株式保有
3年間継続保有

※非執行取締役(社内・社外)はインセンティブなし

【株式対価報酬制度の導入】

執行役および
主要事業会社執行役員

連結業績達成度に
連動する制度

非執行取締役

予め決められた数の
株式を交付する制度

株主の皆様と利害を共有するなかで中期計画を着実に遂行・推進

▶ 第10期 定時株主総会において、定款の一部「議決権の代理行使」を変更

(議決権の代理行使)

第18条 株主は、当会社の議決権を有する他の株主1名を代理人として、その議決権を行使することができる。前項の規定にかかわらず、取締役会において定める株式取扱規程に定めるところにより、信託銀行等の名義で株式を保有し自己名義で保有していない機関投資家は、株主総会に出席してその議決権を代理行使することができる。

株主または代理人は、株主総会ごとに代理権を証明する書面を当会社に提出しなければならない。

実質株主の株主総会への出席および議決権の代理行使が可能に

グローバル機関投資家の総会出席について

高い法的安定性による運用を実現

2021年度 経営数値目標(IFRS)

<財務戦略構造図>



営業利益 **560億円**

(対2016年度比+142億円)

営業利益率 **10%**

連結ROE **8.0%以上**

当社がROE目標を8%とした背景

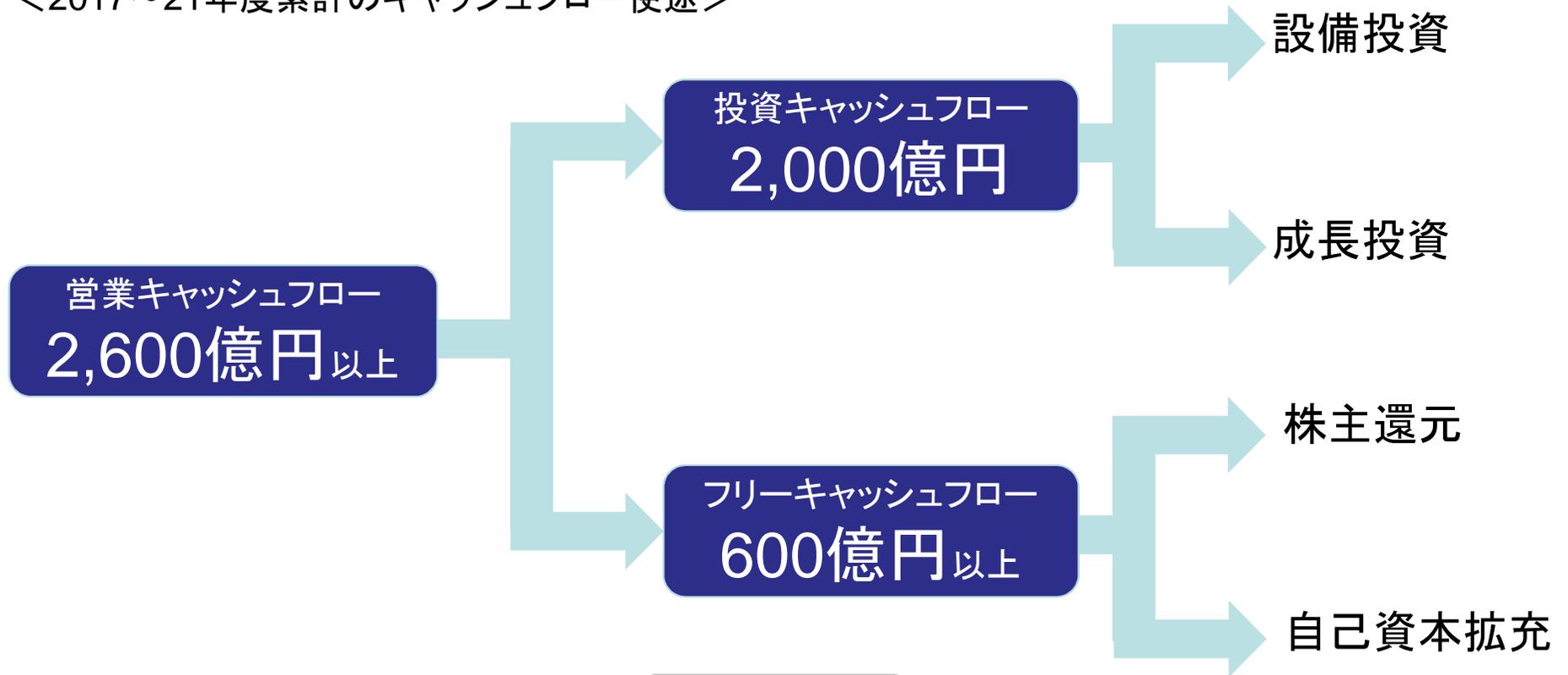
2021年度
ROE目標

当社が認識する
株主資本コスト

8.0%以上 > 6~7%

成長に向けた戦略投資と株主還元

＜2017～21年度累計のキャッシュフロー使途＞

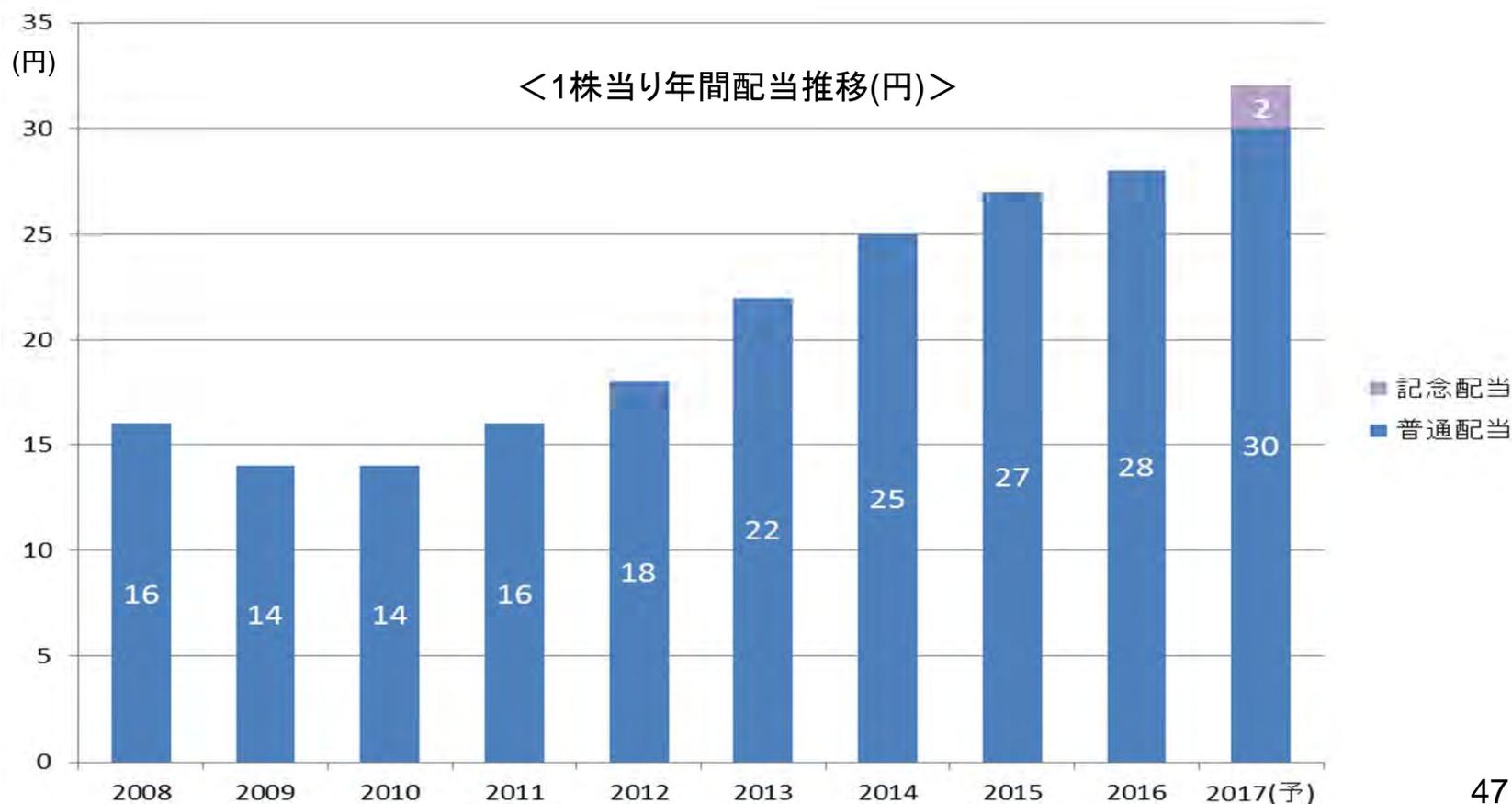


戦略投資の実施と株主還元充実、自己資本拡充の
バランスを踏まえた資本政策を実施

ROE8%を継続的に達成できる経営体質の実現

株主還元方針

- ▶ 業績に応じた利益配分を基本に、配当性向30%以上をめどに継続的に実施
- ▶ 2018年2月期は前年に比べ普通配2円増配、記念配2円実施、7年連続増配
- ▶ 戦略投資や財務状況などを総合的に勘案しながら自己株買いも適宜実施



※1株あたり年間配当金は株式併合後換算により記載

<百貨店のあるべき姿への課題(一例)>

ネットが台頭する中でのリアル店舗の存在価値

過度に婦人服に依存した売場構成の見直し

高年齢層のシェアが高い顧客構成の最適化

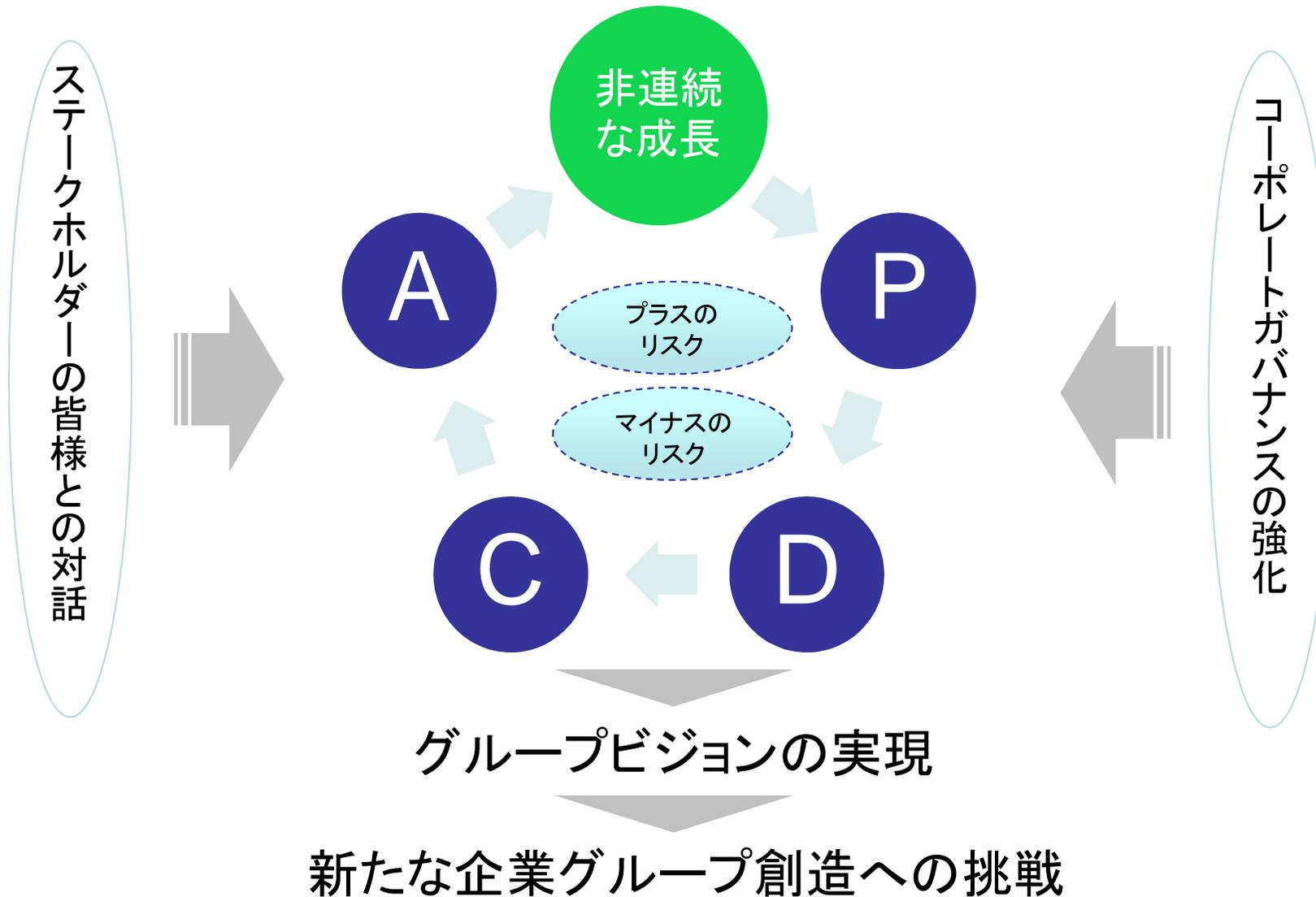
ICTへの対応の遅れ

百貨店は今、かつてない「大転換期」に

ビジネスモデルの転換とポートフォリオ変革が急務

グループ内外の多様性を高度に発揮した
「異分子結合」が不可欠

プラスのリスクにも、マイナスのリスクにも向き合った経営の舵取り



Website

<http://www.j-front-retailing.com>

facebook

<http://www.facebook.com/J.FrontRetailing>

くらしの
「あたらしい幸せ」を
発明する。



J. FRONT RETAILING

本資料における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されております。従いまして、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。