2014年2月期 第2四半期決算説明会

2013年 10月9日

J.フロント リテイリング株式会社

代表取締役社長
山本　良一

J. FRONT RETAILING

本日の内容

Ⅰ.　2013年度上期業績概要

Ⅱ.　2013年度下期･通期業績予想

Ⅲ.　2013年度目標達成に向けた取り組み

Ⅳ.　中期的成長に向けた取り組み

2013年度上期業績概要

2013年度上期　連結業績

J. FRONT RETAILING

- 売上、営業利益、経常利益、純利益ともに期初予想から上振れ
- 1Qにおいてピーコックストア株式売却益184億円を特別利益に計上
- 2QとしてJ.フロント設立以来最高の売上、営業利益、経常利益、純利益
- 中間配当は1株当たり0.5円増配となる5円

（単位：百万円）

2014年2月期 第2四半期	実績	対前年		対期初予想	
		増減高	増減率（%）	増減高	増減率（%）
売上高	558,693	101,571	22.2	8,693	1.6
営業利益	17,925	8,769	95.8	2,425	15.6
経常利益	16,893	5,886	53.5	3,193	23.3
純利益	20,464	16,559	424.0	464	2.3
＜参考＞除くパルコ・ピーコックストア（下表）					
売上高	427,567	20,798	5.1	10,067	2.4
営業利益	12,078	2,476	25.8	1,778	17.3
経常利益	11,149	1,267	12.8	2,449	28.1

2013年度上期　セグメント情報

J. FRONT RETAILING

- 百貨店事業は大丸松坂屋百貨店と博多大丸が好調に推移し、増収増益
- 昨年下期から新たなセグメントとして「パルコ事業」を追加
- 卸売事業、クレジット事業とも増収・増益
- その他事業は建装事業の前年大型改装工事計上の反動減などで減収も増益

（単位：百万円）

2014年2月期 第2四半期	売上高		営業利益	
	実績	対前年 増減率(%)	実績	対前年 増減率(%)
百貨店事業	373,864	4.4	8,685	33.9
パルコ事業	131,261	－	5,846	－
卸売事業	31,182	20.6	558	17.6
クレジット事業	4,370	4.3	1,452	25.4
その他事業	43,904	△4.7	1,541	6.4

2013年度上期　大丸松坂屋百貨店

J. FRONT RETAILING

- 基幹店競争力向上に向けた大型改装への取り組み
  - ・名古屋店　⇒　第Ⅱ期改装(食品フロアを全面改装)
- お客様の価値観、ライフスタイルの変化に対応したブランド入れ替え、品揃えの見直し、外商強化等を各店で実施

(単位:百万円)

2014年2月期 第2四半期	実績	対前年 増減高	対前年 増減率(%)
売上高	330,638	15,332	4.9
営業利益	7,527	2,011	36.5
経常利益	6,688	1,719	34.6
純利益	428	7	1.6

2013年上期基幹店 売上高対前年増減率(%)	
心斎橋店	△1.0
梅田店	△4.8
東京店	35.6
京都店	0.7
神戸店	1.7
札幌店	5.0
名古屋店	11.5
上野店	△1.6
銀座店	81.9

2013年度下期･通期業績予想

2013年度下期　連結業績見通し

J. FRONT RETAILING

- 売上、各利益ともに期初予想をほぼ据え置き
- ピーコックストアを除くベースでの売上は対前年2.4%増

（単位：百万円）

2014年2月期 下期	見通し	対前年		対期初予想	
		増減高	増減率 （%）	増減高	増減率 （%）
売上高	601,306	△34,328	△5.4	1,306	0.2
営業利益	24,574	2,873	13.2	74	0.3
経常利益	23,106	1,911	9.0	△194	△0.8
純利益	8,535	257	3.1	△465	△5.2

2014年2月期 下期	売上高		営業利益	
	実績	対前年 増減率(%)	実績	対前年 増減率(%)
百貨店事業	395,935	1.0	14,214	18.6
パルコ事業	140,338	1.8	6,153	4.3
卸売事業	36,817	7.3	1,341	20.0
クレジット事業	4,829	9.7	1,397	△22.0
その他事業	47,273	7.3	1,608	△7.8

2013年度通期　連結業績見通し

J. FRONT RETAILING

- 売上、営業利益、経常利益、純利益はJ.フロント設立以来最高、ROEは8.2%の見通し
- 期末配当は1株当たり0.5円増配、年間では同1円増配の10円

（単位：百万円）

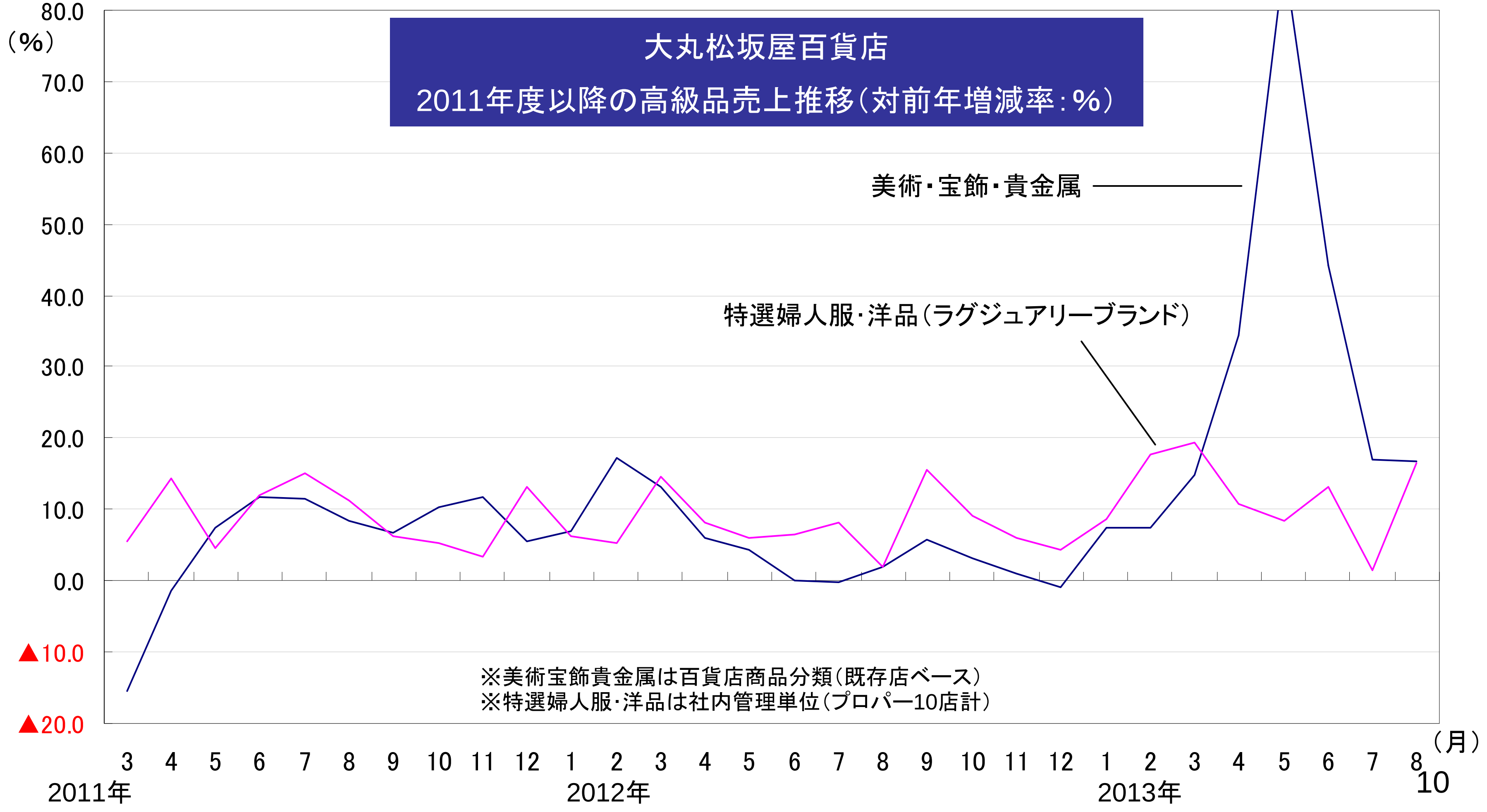
2014年2月期 通期	見通し	対前年		対期初予想	
		増減高	増減率（%）	増減高	増減率（%）
売上高	1,160,000	67,244	6.2	10,000	0.9
営業利益	42,500	11,643	37.7	2,500	6.3
経常利益	40,000	7,798	24.2	3,000	8.1
純利益	29,000	16,817	138.0	0	0.0

2014年2月期 通期	売上高		営業利益	
	実績	対前年増減率(%)	実績	対前年増減率(%)
百貨店事業	769,800	2.6	22,900	23.9
パルコ事業	271,600	97.0	12,000	103.5
卸売事業	68,000	13.0	1,900	19.3
クレジット事業	9,200	7.1	2,850	△3.4
その他事業	91,177	1.2	3,150	△1.4

2013年度目標達成に向けた取り組み

高級品売上高推移

- 現在、高級品の需要が非常に旺盛
- 大丸松坂屋百貨店13年度上期ラグジュアリーブランド売上高対前年11.4%増、美術・宝飾・貴金属同36.9%増



旺盛な高級品需要の背景

消費行動は、2011年3月の大震災をきっかけに少しずつ変化

「いまの生活の質を充実向上させたい」

「本質的な価値が高いものにはお金を惜しまない」

資産として価値が高いもの、子や孫に引き継ぐことができるものへの需要の高まり

富裕層の変化に対応した品揃えの強化

J. FRONT RETAILING

梅田店

＜2011年＞

・増床時にラグジュアリー、時計売場拡大

東京店

＜2012年＞

・これまでなかったラグジュアリーブランドを新規導入

名古屋店

＜2012年＞

・強みのラグジュアリーゾーンを質・量ともさらに強化

神戸店

＜2013年＞

・「エルメス」ブティックを本館2階から1階へ移設し、
面積を1.5倍に拡大

外商対応の強化

2013年度　外商新規口座獲得目標10,000件

2013年上期　外商口座獲得実績　4,100件

外商カードの「クレジット化」を実施（9月～）

【クレジットカード化の狙い】

- ・お客様の利便性向上
- ・審査能力の抜本的向上

40～50代の新・富裕層を新たな外商顧客に

東京店第Ⅱ期増床

J. FRONT RETAILING

2012年10月5日 「増床グランドオープン」（46,000㎡・従来の1.4倍）

「東京の"今"がそろっている百貨店」をコンセプトに幅広いお客様にアプローチ

2012年9月~2013年8月売上高　657億円 （対前年34.6%増・対目標17億円増）

＜収益性向上のポイント＞

益率の比較的低い増床部分での集客効果による
益率の高い既存部分の売上が増加

売場面積が40%増加したにもかかわらず
人員は増やさず高効率な運営体制を構築

営業利益も想定を上回って推移

名古屋店食品改装

2013年3月～6月（第Ⅱ期）　食品フロア改装（6/19グランドオープン）

名古屋随一のフードゾーン〝ごちそうパラダイス〟の構築

2013年度上期の食品売上は対前年11.7%増

食品売場の集客力により、特に婦人雑貨など昨年改装した売場が好調に推移

名古屋店　ーその他の好調要因

J. FRONT RETAILING

顧客の幅の拡大

「ポケモンセンター」導入効果により

お子様連れのお客様のご来店が顕著に増加

子供服　対前年19.6%増

富裕層への圧倒的な強み

高額品売上が大幅に伸長

ラグジュアリーブランド　対前年12.7%増

美術宝飾貴金属　対前年54.9%増

2013年度上期売上は、面積増がないにもかかわらず対前年11.5%増

京阪神地区競合対策

J. FRONT RETAILING

京阪神地区競合激化が進行

【2012年11月】「うめだ阪急」増床オープン
↓
【2013年 4月】「グランフロント大阪」オープン
↓
【2013年 6月】「あべのハルカス」部分オープン

神戸店・京都店はほとんど影響なし

心斎橋店・梅田店2店合計の影響は想定内

ブランド入れ替えや販促強化で心斎橋店・梅田店も増加基調へ

自主事業の取り組み

2013年度上期の成果

新たな商品の導入、シーズン別の商品編集や

完全買取商品の拡大などを実施

売上高対前年4.9%増

売買益率対前年0.1ポイントアップ

新たな取り組み

独自編集の雑貨セレクトショップ

"Woop woop!" の新規展開

（3月）大丸心斎橋店・梅田店・札幌店

（9月）池袋パルコ・福岡パルコ

（10月）松坂屋名古屋店

生産性と効率性の向上

グループレベルで運営コストの見直し、削減と組織・要員構造改革を推進

グループ総人員	11,600名　・　対13年2月末比較△3,220名減 （除くピーコックストア同△150名減）
大丸松坂屋百貨店	3,160名　・　対13年2月末比較△327名減

2013年度末　グループ総人員予想　11,500名　・　対13年8月末比較△110名減

グループと社会との関わり

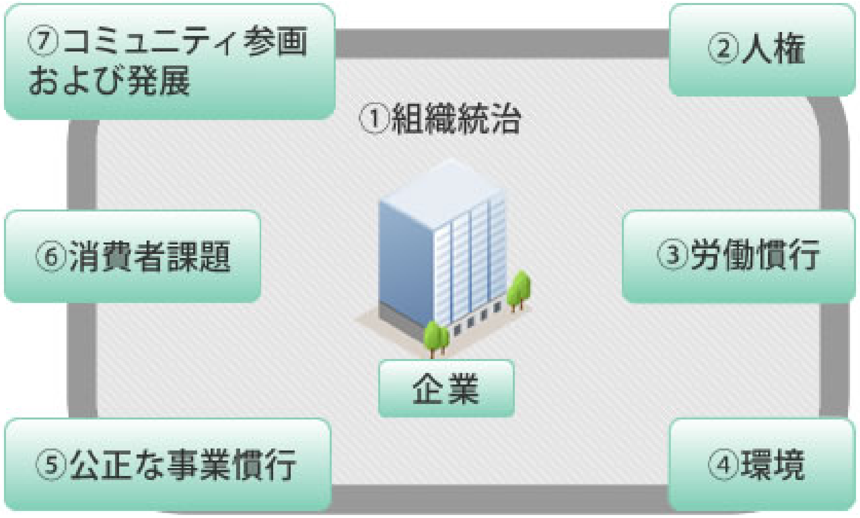
J.FRONT RETAILING

J.フロントリテイリングの前身「大丸」と「松坂屋」の社訓

「先義後利」（大丸）

「人の利するところにおいて、われも利する」（松坂屋）

歴史ある社訓を踏まえながら、国際標準規格ISO26000に則った7つの課題に取り組む



公正で信頼される、社会にとってなくてはならぬ企業として成長

女性の活用･登用への積極的な取り組み

J. FRONT RETAILING

女性が働きやすい環境、出産後も仕事を継続できる環境の整備

・出産に関する制度・・・産前･産後休業、妊婦保護休職、配偶者出産休暇

・育児に関する制度・・・育児休職、育児勤務、育児支援休暇、子の看護休暇

性別・年齢を問わない適材適所の人材配置・昇進

・大丸松坂屋百貨店では直営15店舗中4店舗の店長が女性、うち3名は執行役員

「ピンクリボンキャンペーン2013」(10/2～10/31)

☆全国の大丸・松坂屋　全19店舗で開催中☆

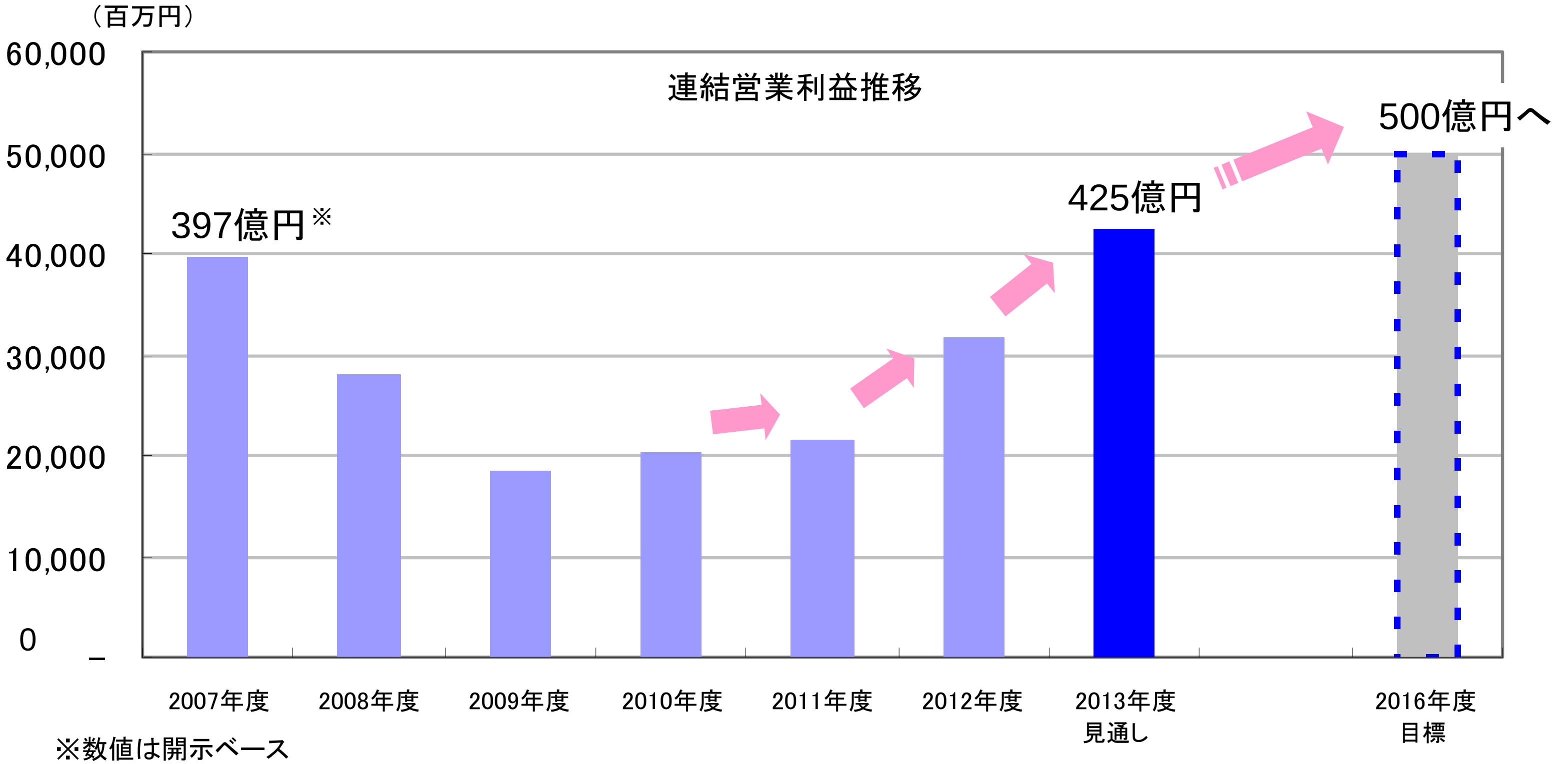
中期的成長に向けた取り組み

中期的成長に向けて

2013年度はJ.フロント設立以来の最高益達成へ

次期中期計画(2014～2016年度)で営業利益500億円達成へ

その先のROE8%達成に向けた成長戦略構築へ



※数値は開示ベース

グループの中期的な成長の方向性

J. FRONT RETAILING

「都市」が持つポテンシャルの高まりに注目

全国的には人口減少は進行 ↓

⇕

「都市」にはシニアや子育て世代など近年著しく増加 ↑

▼

「都市」に必要とされる機能が高度化・多様化・複雑化

＝

ビジネスチャンスの到来

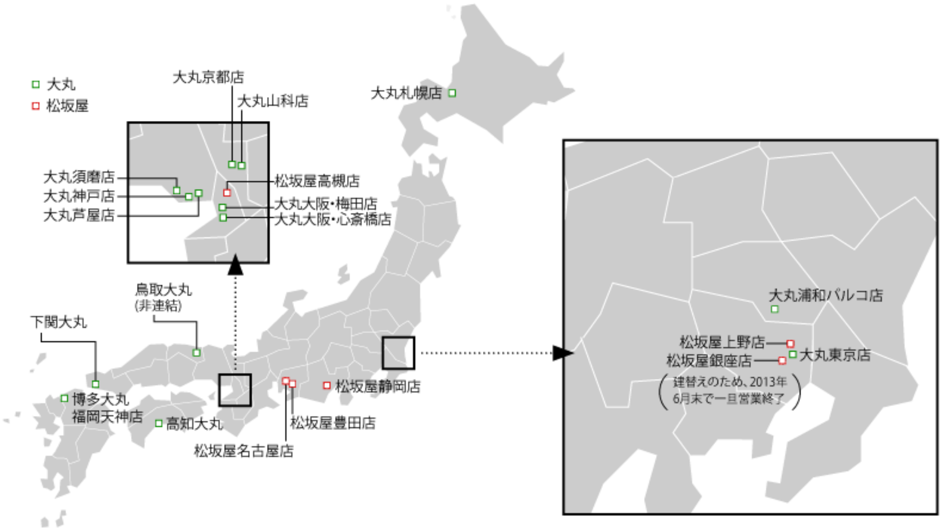
「都市」に強みを持つグループ

J. FRONT RETAILING

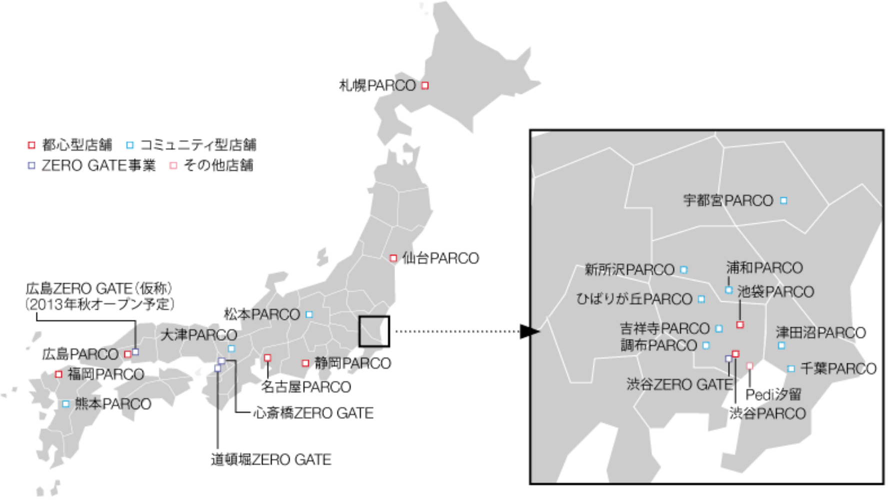
百貨店事業、パルコ事業を中心に経営資源は「都市」に集中

経営資源のフル活用による「都市」のニーズへの対応強化

大丸・松坂屋　店舗配置図



パルコ　店舗配置図



「都市」への視野の拡大

J. FRONT RETAILING

＜現在の重点取り組み施策＞

"百貨店に求められているものは何か" を追求

対象顧客層の拡大・品揃えの幅の拡大・価格の幅の拡大

＜視野を拡大した今後の中期的な課題＞

"「都市」に求められているのは何か" を追求

百貨店だけでなく、パルコをはじめグループ企業、さらには外部も巻き込んだ取り組み

＋

リアル店舗とネット間をシームレスに行き来する「オムニチャネル」化の推進

「都市」による中期的な成長戦略

都市のニーズへの積極的な対応

↓

都市の発展への貢献

↓

都市の発展による収益の上がるビジネスモデル構築

松坂屋上野店「南館」建て替え計画

J. FRONT RETAILING

松坂屋上野店「南館」を商業･オフィス複合高層ビルに建て替え

【延床面積】 約42,000㎡

【階別構成】

地下1階　:大丸松坂屋百貨店食品ﾌﾛｱ
1～6階　:パルコ
7～10階　:シネマコンプレックス
12～22階 :オフィス

【総事業額】 約200億円

（松坂屋上野店本館改装関連工事を含む）

2017年秋に開業を予定

銀座6丁目再開発計画

松坂屋銀座店跡地を含む銀座6丁目の2街区一体開発

規　　模　　：　【土地面積】9,080㎡（うち大丸松坂屋百貨店所有割合は約65%）
【建物延床面積】147,600㎡
【階別構成】地上13階～地下6階　うち店舗は地上6階～地下2階

スケジュール　：　2013年7月から解体着手、2017年完成予定

「世界の銀座」にふさわしい、情報発信をリードする新しい商業施設を開発

ROE向上と株主還元への取り組み

リターンの拡大再生産

百貨店ビジネスモデル革新

海外事業

再開発、新規出店

M&A、事業の入れ替え

積極的な株主還元

利益水準をにらんだ
持続的増配

2013年度1株当たり10円配当予定

（3年連続増配）

ROE向上へ

Website	http://www.j-front-retailing.com
facebook	http://www.facebook.com/J.FrontRetailing

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。