



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 代表執行役社長 山本 良一
 お問合せ先 財務戦略統括部 IR推進部
 TEL 03-6895-0178

2019年5月度 J. フロント リテイリング 連結売上収益報告 (IFRS)

1. セグメント別売上収益 (売上高) (対前年増減率 : %)

	売上収益(IFRS)		(参考)総額売上高	
	5月度	3~5月累計	5月度	3~5月累計
百貨店事業	▲ 0.4	0.3	0.0 (0.8)	0.1 (0.8)
パルコ事業	3.7	0.3	5.8	5.4
不動産事業	3.9	6.7	3.7	6.3
クレジット金融事業	0.6	1.4	2.6	2.4
その他	24.7	7.6	23.2	5.7
連結合計	5.3	1.3	3.0	1.5

※注) 1. 当社は2017年3月から国際会計基準(IFRS)を任意適用いたしております。
 2. 総額売上高
 IFRS売上収益のうち百貨店事業と「その他(大丸興業)」の消化仕入取引を総額に、パルコ事業の純額取引をテナント取扱高(総額ベース)に置き換えて算出しております(なおパルコ事業では2017年度から日本基準の売上高を純額ベースで算出する方法に変更しております)。
 3. 大丸山科店は、2019年3月末日をもって営業を終了いたしました。
 4. 2018年3月から大丸神戸店の周辺店舗を順次不動産事業に移管しております。また、2019年3月20日から松坂屋名古屋店南館2階フロアを賃貸借契約に変更しております。百貨店事業の()内は、大丸山科店を除き、これらの影響を控除した実質の増減率を示しております。
 5. 錦糸町PARCOは2019年3月16日に開店いたしました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- ・ 気温の上昇に伴いワンピースなど夏のファッションに動きが見られたほか、化粧品、ラグジュアリーブランドが国内・訪日外国人需要とともに好調に推移し、宝飾品も売上を伸ばした。
- ・ 大丸松坂屋百貨店合計、百貨店事業合計ともに4ヶ月連続で前年実績を上回った。
- ・ 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年22.8%増(客数同14.1%増、客単価同7.6%増)であった。
- ・ なお、大丸松坂屋百貨店の6月度の売上は、16日までの累計で2%増、免税売上高は9%増で推移している。

2) パルコ事業

- ・ 専門店事業のヌーヴ・エイにおいて化粧品メーカーの購入個数制限による前年大量購入の反動影響などがあったものの、ショッピングセンター事業のパルコでは、気温の上昇に伴い、Tシャツやワンピース、リネン素材などの夏の衣料品がよく動いたことに加えて、ビアガーデンやエアコンを中心とした家電などの季節アイテムの貢献があった。また、ヒット作のあった映画や、大型連休に伴う旅行カウンターのほか一部店舗における食関連の好調が取扱高を押し上げた。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- ・ 不動産事業は、大丸神戸店周辺店舗からの移管や、BINO東洞院の開業などにより、家賃収入が増加した。
- ・ クレジット金融事業のJFRカードは、割賦販売利息が増加した。
- ・ その他は、J.フロント建装のホテル内装工事、百貨店改装工事や、JFR情報センターの百貨店システム開発等により増収した。

お問合せ先 J.フロント リテイリング株式会社 IR推進部・グループ広報推進部

TEL 03-6895-0178
 FAX 03-6674-7565

2019年5月度 百貨店事業 営業報告(日本基準)

1. 売上高および入店客数 (対前年増減率：%)

	5月度		3~5月累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	10.0	5.4	9.9	3.1
大丸 梅田店	▲0.4	▲2.1	0.2	▲1.6
大丸 東京店	1.6	0.3	0.9	1.6
大丸 京都店	0.4	2.4	▲1.7	1.0
大丸 神戸店 ※2	0.3	3.0	▲2.0	0.6
大丸 須磨店	▲3.3	▲0.5	▲3.2	0.3
大丸 芦屋店 ※3	▲30.8	▲52.5	▲23.4	▲40.9
大丸 札幌店	1.9	0.1	0.6	0.1
松坂屋 名古屋店 ※4	3.9	7.5	2.0	5.6
松坂屋 上野店	▲12.1	1.7	0.0	▲0.3
松坂屋 静岡店	▲2.0	2.1	▲4.0	1.4
松坂屋 高槻店	2.0	▲0.4	▲2.0	▲1.1
松坂屋 豊田店	4.7	▲1.9	▲1.2	▲1.9
大丸松坂屋百貨店合計 ※5	1.2	▲0.3	1.0	▲0.3
博多大丸	▲1.2	▲0.3	0.3	1.6
下関大丸	▲4.8	▲5.0	▲1.9	▲5.9
高知大丸	▲3.4	3.7	▲4.3	2.2
百貨店事業合計 ※5	0.8	▲0.4	0.8	▲0.3

- ※注) 1. 大丸山科店は、2019年3月末日をもって営業を終了いたしました。
 2. 大丸神戸店は、2018年3月から周辺店舗のテナントを順次賃貸借契約に変更し、売上を不動産事業に移管しているため、「賃貸契約へ移管したテナントの前年売上実績を除いた実質の対前年増減率」で表示しております。
 前年に不動産事業への移管分を含めた5月度の売上は、対前年▲1.3%減。3~5月度累計は▲4.7%減。
 3. 大丸芦屋店は、2019年3月18日から売場面積が縮小しております。
 4. 松坂屋名古屋店は、2019年3月20日から南館2階フロアを賃貸借契約に変更しているため、南館2階の本年・前年実績を控除した実質の増減率を示しております。
 南館2階の本年・前年実績を控除しない松坂屋名古屋店の5月度の売上は、対前年2.9%増。3~5月度累計は1.0%増。
 5. 合計の増減率は、大丸山科店を除き、2、4の変更を含む実質の増減率です。山科店を含み、2、4の変更を含まない5月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計対前年0.3%増、百貨店事業合計同0.0%増。3~5月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計0.2%増、百貨店事業合計0.1%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月累計
紳士服・洋品	▲4.0	▲4.1
婦人服・洋品	▲0.4	▲1.4
子供服・洋品	▲6.6	▲9.3
その他の衣料品	▲9.5	▲10.5
衣料品計	▲1.6	▲2.7
身 回 品	▲6.6	▲6.0
化粧品	23.3	17.1
美術・宝飾・貴金属	9.1	1.2
その他雑貨	▲2.5	1.9
雑 貨 計	16.3	10.4
家 具	▲5.1	▲8.0
家 電	▲44.0	▲31.3
その他の家庭用品	▲6.9	▲4.6
家庭用品計	▲7.4	▲5.8
生 鮮	▲2.6	▲0.5
菓 子	0.9	1.7
惣 菜	0.3	1.0
その他食料品	▲2.8	▲2.1
食料品計	▲0.5	0.5
食堂・喫茶	5.4	2.2
サービス	23.8	18.0
そ の 他	▲25.0	2.3
合 計	0.9	0.5

※大丸山科店を除く。上記売上高には、大丸神戸店周辺店舗の不動産事業への移管分を含めております。松坂屋名古屋店においては、南館2階フロアの賃貸借契約への変更による影響を控除しない増減率を示しております。

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、ワンピースなど夏ものファッションに動きが見られたものの、トータルでは微減となった。紳士服・洋品は、Tシャツは好調だったものの、ビジネスウェアが苦戦した。身の回り品は、婦人パラソルやサングラスの売上は伸びたものの、靴が苦戦した。雑貨は、化粧品、美術、時計が前年を大きく上回った。家庭用品は、生活雑貨は堅調に推移したものの、食器・調理用品のマイナスが影響した。食料品は、連休期間中は入店客数の増加影響もあり、菓子などが好調だった。