



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 経営戦略統括部
 IR・グループ広報推進部
 TEL 03-6895-0178

2018年1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	
	1月度	9~1月度累計	1月度	9~1月度累計
百貨店事業	0.8 (1.1)	3.5 (3.8)	1.1 (1.5)	3.1 (3.6)
パルコ事業	▲ 4.3	0.2	▲ 5.8	▲ 4.4
不動産事業	213.2	201.7	195.6	180.9
クレジット金融事業	1.1	2.7	2.5	3.8
その他	▲ 5.3	▲ 1.2	▲ 11.7	▲ 7.8
連結合計	0.5	3.3	▲ 1.7	0.3

- ※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 従来百貨店事業に含めていた不動産事業は、2017年度から独立したセグメントとして開示しています。またクレジット事業はクレジット金融事業とし、卸売事業、その他事業は「その他」に含めております。
 ※3 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)。
 ※4 大丸浦和パルコ店は7月31日の営業終了をもって閉店いたしました。百貨店事業の()内は、大丸浦和パルコ店を除く既存店ベースの数値。
 ※5 PARCO_ya(上野)は2017年11月4日に開店いたしました。大津PARCOは2017年8月31日の営業終了をもって閉店いたしました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- ・下旬の降雪や寒波によるマイナス影響があったものの、婦人・紳士ファッションの冬物定価商品がクリアランスセール以上に好調に推移し、化粧品、ラグジュアリーブランド、宝飾品も好調を持続した。
 なお百貨店事業合計は10ヶ月連続で前年実績を上回った。また大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、前年1月下旬から始まった春節期間が本年は2月中旬となる影響があったものの、対前年36%増(客数同39%増、客単価同▲2%減)となった。

2) パルコ事業

- ・パルコは、例年に比べ寒さが厳しかったことから手袋やストールなど雑貨が良く動いたものの、売上シェアの高いヤングレディスカジュアルを中心にセールが苦戦したことに加え、降雪の影響などから春物衣料品の動きが低調であった。また、パルコスペースシステムズにおける前年の大型内装・電気工事などの反動減があった。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- ・不動産事業は、GINZA SIX(ギンザ シックス)、上野フロンティアタワーの家賃収入が加わり大幅増となった。
- ・クレジット金融事業のJFRカードは、割賦販売手数料などが増加した。
- ・その他では、卸売事業の大丸興業が電子デバイスの好調を持続し、人材派遣業のディンプルが好調であったものの、株式譲渡した連結子会社の売上減が影響した。

お問合せ先	J.フロント リテイリング株式会社	IR・グループ広報推進部
TEL	03-6895-0178	
FAX	03-6674-7565	

2018年1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：%)

	1月度		9～1月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	12.7	20.1	17.5	29.5
大丸 梅田店	0.6	0.4	4.1	2.6
大丸 東京店	4.0	0.1	6.7	2.6
大丸 京都店	1.6	1.1	3.0	1.6
大丸 山科店	▲3.4	▲6.0	▲0.5	▲0.9
大丸 神戸店	1.1	▲2.1	0.9	▲1.4
大丸 須磨店	0.2	▲1.5	0.1	▲0.6
大丸 芦屋店	▲3.2	▲0.5	▲0.2	▲0.4
大丸 札幌店	1.9	▲1.0	5.2	▲0.3
松坂屋 名古屋店	1.7	▲2.9	0.8	▲4.7
松坂屋 上野店	▲4.9	40.5	▲2.6	32.0
松坂屋 静岡店	▲4.7	▲0.1	▲1.2	2.3
松坂屋 高槻店	▲2.7	▲1.8	▲0.7	▲1.3
松坂屋 豊田店	▲11.5	▲17.1	▲9.8	▲7.4
大丸松坂屋百貨店合計	2.0	2.2	4.0	3.7
博多大丸	▲1.5	▲1.9	2.7	0.3
下関大丸	▲5.1	▲10.0	▲3.9	▲5.1
高知大丸	▲5.0	2.1	▲2.8	▲1.3
百貨店事業合計	1.5	1.6	3.6	3.2

※1 当期より不動産事業を独立して管理することとしたため、従来売上高に含めていた不動産賃貸売上のうち、不動産事業に移管した金額を本年・前年度ともに控除しています。

※2 合計の前年は、大丸浦和パルコ店(2017年7月31日営業終了)を除く既存店ベース。

前年に大丸浦和パルコ店を含めた1月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年1.6%増、百貨店事業合計 同1.1%増。

同じく前年に大丸浦和パルコ店を含めた9～1月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年3.4%増、百貨店事業合計 同3.1%増。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	1月度	9～1月度累計
紳士服・洋品	1.9	4.3
婦人服・洋品	1.6	3.4
子供服・洋品	▲10.1	▲3.4
その他の衣料品	▲2.9	▲2.4
衣料品計	0.9	3.1
身回品	▲3.0	▲3.6
化粧品	31.1	36.6
美術・宝飾・貴金属	3.3	10.4
その他雑貨	▲22.4	▲15.7
雑貨計	15.1	20.7
家具	5.0	3.3
家電	▲13.2	▲26.1
その他の家庭用品	▲5.3	▲0.8
家庭用品計	▲3.6	▲0.6
生鮮	▲0.4	▲2.1
菓子	3.9	2.5
惣菜	▲0.1	2.1
その他食料品	1.7	▲1.3
食料品計	1.7	0.6
食堂・喫茶	▲0.9	0.8
サービス	13.6	3.3
その他	▲11.1	▲6.9
合計	2.0	4.0

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。紳士服・洋品は、ジャケットとブルゾンが好調であった。身回品は、婦人靴、かばん・旅行用品が苦戦した。雑貨は、化粧品が訪日外国人客・国内客ともに好調を持続したほか、高級時計が引き続き動いた。家庭用品は、リビング雑貨、食器・調理用品が苦戦した。食品は、菓子が上野フロンティアタワー開業に伴う集客効果などで好調であったほか、その他食料品が大型催事によって伸びた。