



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8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	
	8月度	3~8月累計	8月度	3~8月累計
百貨店事業	▲ 2.1	▲ 1.9	▲ 1.2 (▲0.3)	▲ 1.0 (▲0.2)
パルコ事業	9.2	▲ 1.1	5.3	3.0
不動産事業	4.3	5.2	4.1	4.9
クレジット金融事業	3.0	1.5	3.6	2.4
その他	▲ 15.6	▲ 1.5	▲ 17.0	▲ 2.6
連結合計	4.0	▲ 0.7	▲ 1.4	▲ 0.2

※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. 大丸京都店、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、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

- ・ 美術宝飾品、化粧品、ラグジュアリーブランドが好調に売上を伸ばしたほか、紳士服飾も堅調に推移したものの、台風10号により一部店舗が休業となるなどのマイナス影響が大きかったことに加え、婦人ファッション、食品も苦戦した。
- ・ 店舗別では、心齋橋店が7ヶ月連続で前年実績を上回るなど、直営5店舗と博多大丸、高知大丸が前年実績を上回った。
- ・ 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲2.4%減(客数同▲4.3%減、客単価同1.9%増)となった。
- ・ なお、大丸松坂屋百貨店の9月度の売上は、16日までの累計で14%増、免税売上高は18%増で推移している。

2) パルコ事業

- ・ ショッピングセンター事業のパルコでは、一部店舗において台風による休業の影響があったものの、前年同月に比べて休日が2日多かったことや、気温の上昇に伴いセール商材に加えて盛夏商品や秋色夏素材のプロパー商品のほか、ビアガーデンや家電が稼動した。また、食関連や化粧品アイテムの好調による売上への押し上げ効果があった。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- ・ 不動産事業は、大丸神戸店周辺店舗からの移管や、GINZA SIX、BINO東洞院の家賃収入増があった。
- ・ クレジット金融事業のJFRカードは、割賦販売利息や金融・保険手数料、加盟店手数料などが増加した。
- ・ その他は、卸売事業の大丸興業が自動車部の新規受注により増収したものの、建装事業のJ.フロント建装で前年大口受注の反動があった。

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8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：%)

	8月度		3~8月累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	3.2	1.1	5.8	3.2
大丸 梅田店	▲2.9	▲2.3	▲0.4	▲1.2
大丸 東京店	0.2	▲2.3	0.1	▲0.6
大丸 京都店 ※2	2.2	0.7	0.0	1.5
大丸 神戸店 ※2	▲2.4	▲1.8	▲1.7	0.5
大丸 須磨店	▲4.0	▲3.0	▲3.9	▲0.4
大丸 芦屋店 ※3	▲29.8	▲53.3	▲27.1	▲47.0
大丸 札幌店	1.0	0.8	0.3	0.4
松坂屋 名古屋店 ※4	3.7	▲3.4	▲0.1	2.8
松坂屋 上野店	▲12.5	▲0.6	▲3.8	▲1.0
松坂屋 静岡店	▲0.6	0.6	▲4.3	0.6
松坂屋 高槻店	▲5.9	0.9	▲3.1	▲0.4
松坂屋 豊田店	▲2.2	5.9	▲3.0	▲0.1
大丸松坂屋百貨店合計 ※5	▲0.5	▲2.7	▲0.2	▲1.1
博多大丸	2.4	▲6.0	1.1	▲0.7
下関大丸	▲3.4	▲8.0	▲2.9	▲5.4
高知大丸	2.1	0.5	▲4.0	▲0.6
百貨店事業合計 ※5	▲0.3	▲3.0	▲0.2	▲1.2

- ※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. 大丸京都店、神戸店は、「不動産事業へ移管した周辺店舗テナントの前年実績を除く実質の増減率」を表記しております(京都店は2019年6月から、不動産事業に移管したテナントの前年実績を控除しております)。前年に不動産事業への移管分を含めた大丸京都店の8月度の売上は、対前年1.7%増。3~8月度累計は同▲0.4%減。前年に不動産事業への移管分を含めた大丸神戸店の8月度の売上は、対前年▲3.8%減。3~8月度累計は同▲3.8%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8月度の売上は、対前年2.6%増。3~8月度累計は▲1.1%減。
 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8月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲1.5%減、百貨店事業合計同▲1.2%減。3~8月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計▲1.1%減、百貨店事業合計▲1.0%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	8月度	3~8月累計
紳士服・洋品	4.2	▲2.9
婦人服・洋品	▲2.4	▲1.8
子供服・洋品	▲6.4	▲9.3
その他の衣料品	0.8	▲9.3
衣料品計	▲1.6	▲2.7
身 回 品	▲5.8	▲5.5
化粧品	6.9	13.5
美術・宝飾・貴金属	10.6	3.2
その他雑貨	18.3	5.1
雑 貨 計	9.2	9.1
家 具	0.1	▲6.7
家 電	▲75.2	▲44.5
その他の家庭用品	▲1.2	▲3.8
家庭用品計	▲4.7	▲5.3
生 鮮	▲4.7	▲2.3
菓 子	▲2.0	0.3
惣 菜	▲2.8	▲0.5
その他食料品	▲7.6	▲5.8
食料品計	▲3.8	▲1.7
食堂・喫茶	▲3.3	0.8
サービス	15.1	15.9
そ の 他	▲17.1	▲12.5
合 計	▲0.8	▲0.7

- ※大丸山科店を除く。上記売上高には、大丸京都店、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。松坂屋名古屋店南館2階フロアにおいては、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に売上を伸ばしたものの、ボリューム婦人服は特価品の動きが鈍かった。紳士服・洋品は、秋物のジャケットやスラックス・パンツが好調であった。身の回り品は、パラソルや雨傘、トラベルバッグに動きが見られたものの、婦人・紳士靴が苦戦した。雑貨は、美術が心齋橋店の店内催事「北館一時休館前の売り納め」影響で大きく伸ばしたほか、化粧品、時計も好調であった。家庭用品は、ライフスタイル雑貨は好調であったものの、家具・敷物が苦戦した。食料品は、洋菓子が好調であったものの、和菓子やその他食料品が苦戦した。