



J. FRONT RETAILING

2019年4月15日

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3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	
	3月度	累計	3月度	累計
百貨店事業	0.7	-	0.3 (1.0)	-
パルコ事業	0.9	-	4.7	-
不動産事業	9.6	-	9.1	-
クレジット金融事業	1.1	-	2.2	-
その他	▲ 9.9	-	▲ 10.4	-
連結合計	▲ 1.6	-	0.3	-

- ※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. 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、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。
 4. 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

- 訪日外国人客による免税売上を含めたラグジュアリーブランド、化粧品が好調を持続したほか、ホワイトデー商戦も堅調に推移し、美術品も売上を大きく伸ばした。
 - 大丸松坂屋百貨店合計、百貨店事業合計ともに2ヶ月連続で前年実績を上回った。
 - 店舗別では、札幌店が6ヶ月連続で対前年プラスとなるなど、直営14店舗中7店舗と、博多大丸、下関大丸が前年実績を上回った。3月20日名古屋店南館2階にオープンした雑貨・フード・コスメの編集売場「KiKiYOCOCHO」は、オープン後の全店入店客数が2桁増となるなど、好調なスタートをきった。
 - 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年19.7%増(客数同13.3%増、客単価同5.6%増)であった。
- ・ なお、大丸松坂屋百貨店の4月度の売上は、14日までの累計で▲1%減、免税売上高は27%増で推移している。

2) パルコ事業

- 3月16日にオープンした錦糸町パルコが飲食ショップなどを中心に好スタートしたことや、ハウスカードの優待企画が奏功し、インテリア雑貨や大型家具などがよく動いたことに加え、化粧品の継続好調が売上に貢献した。

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移管した家賃収入などが加わった。
- クレジット金融事業のJFRカードは、割賦販売利息や金融・保険手数料などが増加した。
- その他は、人材派遣業のディンプルが堅調に推移したものの、建装事業における前年のホテル内装工事などの反動減や、卸売事業の苦戦が影響した。

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

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

2019年3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：%)

	3月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	10.6	3.2	-	-
大丸 梅田店	▲0.5	▲1.0	-	-
大丸 東京店	0.6	▲0.3	-	-
大丸 京都店	▲2.6	2.0	-	-
大丸 山科店	36.3	15.3	-	-
大丸 神戸店 ※1	▲5.2	▲0.9	-	-
大丸 須磨店	▲3.4	1.1	-	-
大丸 芦屋店 ※2	▲7.3	▲20.1	-	-
大丸 札幌店	0.0	0.6	-	-
松坂屋 名古屋店 ※3	0.9	4.4	-	-
松坂屋 上野店	9.7	▲4.6	-	-
松坂屋 静岡店	▲5.1	1.3	-	-
松坂屋 高槻店	▲4.3	▲1.6	-	-
松坂屋 豊田店	1.0	▲2.3	-	-
大丸松坂屋百貨店合計 ※4	1.1	▲0.1	-	-
博多大丸	1.2	3.1	-	-
下関大丸	0.9	▲4.5	-	-
高知大丸	▲6.5	2.5	-	-
百貨店事業合計 ※4	1.0	0.0	-	-

※注) 1. 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」で表示しています。
前年に不動産事業への移管分を含めた3月度の売上は、対前年▲9.4%減。
2. 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。
3. 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3月度の売上は、対前年▲0.3%減。
4. 合計の増減率は、1、3の変更を含む実質ベースの増減率です。1、3の変更を含まない増減率は、大丸松坂屋百貨店合計対前年0.3%増。百貨店事業合計同0.3%増。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	3月度	累計
紳士服・洋品	▲3.1	-
婦人服・洋品	▲1.5	-
子供服・洋品	▲10.5	-
その他の衣料品	▲8.1	-
衣料品計	▲2.8	-
身回り品	▲3.7	-
化粧品	11.9	-
美術・宝飾・貴金属	▲3.4	-
その他雑貨	6.8	-
雑貨計	6.4	-
家具	▲9.3	-
家電	▲33.3	-
その他の家庭用品	▲3.4	-
家庭用品計	▲5.2	-
生鮮	▲2.0	-
菓子	1.0	-
惣菜	▲0.9	-
その他食料品	1.2	-
食料品計	0.0	-
食堂・喫茶	0.5	-
サービス	12.4	-
その他	27.4	-
合計	0.3	-

※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います。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維持したものの、スプリングコート、ブラウスなど春物主力アイテムが不振であった。紳士服・洋品は、ジャケットやブルゾンが堅調に推移した一方で、スーツや紳士雑貨が伸び悩んだ。身の回り品は、婦人靴や旅行用品が苦戦した。雑貨は、化粧品や高級絵画が牽引した。家庭用品は前年の家具大口計上の反動減が影響した。食品は、ホワイトデー商戦が堅調に推移した菓子が前年を上回った。