



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6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 | |
|-----------|------------|--------|-------------|-------------|
| | 6月度 | 3~6月累計 | 6月度 | 3~6月累計 |
| 百貨店事業 | ▲ 2.8 | ▲ 0.5 | ▲ 0.4 (0.5) | ▲ 0.0 (0.7) |
| パルコ事業 | ▲ 8.1 | ▲ 1.8 | 0.5 | 4.2 |
| 不動産事業 | 3.4 | 5.9 | 3.1 | 5.5 |
| クレジット金融事業 | 1.3 | 1.4 | 2.3 | 2.4 |
| その他 | ▲ 8.9 | 3.3 | ▲ 8.8 | 1.9 |
| 連結合計 | ▲ 6.6 | ▲ 0.7 | ▲ 1.2 | 0.9 |

※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

- ・ 6月28日にスタート(一部店舗を除く)したクリアランスセール動きが鈍かったものの、化粧品が国内・訪日外国人需要とともに好調を持続したほか、ラグジュアリーブランド、美術宝飾品が売上を伸ばした。
- ・ 大丸松坂屋百貨店合計、百貨店事業合計ともに5ヶ月連続で前年実績を上回った。
- ・ 店舗別では、札幌店が9ヶ月連続、心齋橋店、東京店が5ヶ月連続、京都店、神戸店が2ヶ月連続で対前年プラスとなるなど直営5店舗と博多大丸が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12.1%増(客数同8.8%増、客単価同3.1%増)となった。
- ・ なお、大丸松坂屋百貨店の7月度の売上は、15日までの累計で▲2%減、免税売上高は12%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、水着やビアガーデンなどの季節アイテムが振るわなかったものの、梅雨寒や冷房対策として羽織ものなど一部の衣料品に動きがみられたほか、ヒット作のあった映画に加えて積極的に導入を進めている化粧品や食関連などが好調だった。一方、総合空間事業のパルコスペースシステムズにおいて前年大型受注の反動影響などがあった。

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、BIN0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、割賦販売利息や金融・保険手数料などが増加した。
- ・ その他は、大丸興業の電子デバイスやリテールビジネスが不調だった。

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6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：%)

| | 6月度 | | 3~6月累計 | |
|----------------------|------------|------------|------------|-------------|
| | 売上高 | 入店客数 | 売上高 | 入店客数 |
| 大丸 心齋橋店 | 1.0 | 7.1 | 7.6 | 4.1 |
| 大丸 梅田店 | ▲0.5 | 0.9 | 0.0 | ▲1.0 |
| 大丸 東京店 | 1.3 | ▲2.8 | 1.0 | 0.5 |
| 大丸 京都店 ※2 | 3.3 | 4.5 | ▲0.4 | 1.9 |
| 大丸 神戸店 ※2 | 2.0 | 1.5 | ▲1.0 | 0.8 |
| 大丸 須磨店 | ▲3.5 | ▲0.9 | ▲3.2 | 0.0 |
| 大丸 芦屋店 ※3 | ▲31.9 | ▲52.3 | ▲25.5 | ▲43.6 |
| 大丸 札幌店 | 1.4 | 2.1 | 0.8 | 0.6 |
| 松坂屋 名古屋店 ※4 | ▲0.8 | 8.9 | 1.3 | 6.4 |
| 松坂屋 上野店 | ▲0.1 | ▲1.2 | 0.0 | ▲0.5 |
| 松坂屋 静岡店 | ▲5.3 | 0.8 | ▲4.3 | 1.3 |
| 松坂屋 高槻店 | ▲1.7 | 3.4 | ▲1.9 | 0.0 |
| 松坂屋 豊田店 | ▲3.2 | 0.1 | ▲1.7 | ▲1.4 |
| 大丸松坂屋百貨店合計 ※5 | 0.2 | 0.1 | 0.8 | ▲0.2 |
| 博多大丸 | 5.4 | 0.6 | 1.5 | 1.3 |
| 下関大丸 | ▲1.2 | 0.6 | ▲1.7 | ▲4.5 |
| 高知大丸 | ▲4.0 | ▲7.9 | ▲4.2 | ▲0.1 |
| 百貨店事業合計 ※5 | 0.5 | 0.1 | 0.7 | ▲0.2 |

- ※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6月度の売上は、対前年2.3%増。3~6月度累計は同▲0.7%減。
 前年に不動産事業への移管分を含めた大丸神戸店の6月度の売上は、対前年0.4%増。3~6月度累計は同▲3.5%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6月度の売上は、対前年▲1.9%減。3~6月度累計は0.2%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6月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲0.8%減、百貨店事業合計同▲0.4%減。3~6月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計▲0.0%減、百貨店事業合計▲0.0%減。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

| | 6月度 | 3~6月累計 |
|-----------|-------------|------------|
| 紳士服・洋品 | 0.3 | ▲3.1 |
| 婦人服・洋品 | ▲0.1 | ▲1.1 |
| 子供服・洋品 | ▲6.8 | ▲8.9 |
| その他の衣料品 | ▲11.5 | ▲10.7 |
| 衣料品計 | ▲0.7 | ▲2.2 |
| 身回り品 | ▲1.5 | ▲4.9 |
| 化粧品 | 12.4 | 15.9 |
| 美術・宝飾・貴金属 | 7.6 | 2.9 |
| その他雑貨 | 3.1 | 2.2 |
| 雑貨計 | 10.0 | 10.3 |
| 家具 | ▲5.7 | ▲7.4 |
| 家電 | ▲16.7 | ▲28.7 |
| その他の家庭用品 | ▲2.7 | ▲4.1 |
| 家庭用品計 | ▲3.6 | ▲5.3 |
| 生鮮 | ▲2.1 | ▲0.9 |
| 菓子 | ▲1.0 | 1.1 |
| 惣菜 | ▲2.0 | 0.3 |
| その他食料品 | ▲4.8 | ▲2.9 |
| 食料品計 | ▲2.3 | ▲0.2 |
| 食堂・喫茶 | 6.9 | 3.3 |
| サービス | 13.7 | 16.9 |
| その他 | ▲36.7 | ▲9.0 |
| 合計 | ▲0.3 | 0.3 |

※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、ラグジュアリーが売上を伸ばし、ボリューム婦人服はワンピースやスカートが好調であったものの、クリアランスの立上がりりが低調であった。紳士服・洋品は、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、婦人スニーカーやパラソルが好調であったものの、ビジネスシーン向きの靴・かばんが苦戦した。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、宝飾も好調であった。家庭用品は、名古屋店の家具・理美容器具で前年好調の反動減があった。食料品は、お中元ギフトが不振であった。