



J. FRONT RETAILING

2017年9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 経営戦略統括部
 コーポレートガバナンス推進部
 IR・グループ広報担当
 TEL 03-6895-0178

2017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月度累計	8月度	3~8月度累計
百貨店事業	2.3 (2.7)	0.9 (0.9)	3.1 (3.6)	1.6 (1.7)
パルコ事業	1.4	▲ 4.1	▲ 3.7	▲ 6.0
不動産事業	145.7	121.5	140.0	113.9
クレジット金融事業	6.5	4.1	7.4	5.1
その他	41.5	14.1	28.0	3.8
連結合計	18.7	6.0	6.8	0.9

※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 仙台PARCO2は2016年7月1日に開店いたしました。渋谷PARCO パート1・パート3は2016年8月7日の営業終了をもって一時休業しております。千葉PARCOは2016年11月30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

- 化粧品、ラグジュアリーブランド、美術宝飾品が大きく売上を伸ばしたほか、紳士服飾も堅調に推移した。なお百貨店事業合計は5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(確定値)は、対前年87%増(客数同55%増、客単価同20%増)となった。

2) パルコ事業

- 天候不順により水着をはじめとするレジャーアイテムやビアガーデンが苦戦したものの、物販やカフェを併設した集客型イベントのヒットによる売上の押し上げ効果があったことや、化粧品や雑貨のキャラクターグッズなどの売上が好調であった。中旬以降は、秋色のスカートやブラウス、羽織物などの初秋物の衣料品が良く動いた。

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)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、加盟店手数料や割賦販売手数料の増加により好調を継続した。
- 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継続した。また人材派遣業のディンプルが外部売上の伸びにより好調を継続した。

お問合せ先 J.フロント リテイリング株式会社 コーポレートガバナンス推進部
 IR・グループ広報担当

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

2017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月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	20.5	22.1	10.8	15.3
大丸 梅田店	0.1	▲1.5	1.0	1.5
大丸 東京店	9.4	5.5	6.0	4.5
大丸 京都店	4.5	1.5	1.6	0.5
大丸 山科店	▲1.8	▲0.7	▲1.4	▲1.2
大丸 神戸店	0.4	▲1.4	▲0.8	0.2
大丸 須磨店	▲3.5	1.7	▲2.5	0.7
大丸 芦屋店	0.7	0.8	▲1.2	0.7
大丸 札幌店	7.7	3.5	4.2	2.2
松坂屋 名古屋店	1.3	▲2.8	▲1.2	▲3.5
松坂屋 上野店	▲5.0	2.6	▲4.1	▲0.9
松坂屋 静岡店	▲5.0	0.0	1.1	2.9
松坂屋 高槻店	1.9	0.4	0.0	▲1.7
松坂屋 豊田店	▲8.9	▲6.1	▲6.1	▲0.8
大丸松坂屋百貨店合計	4.3	2.5	1.9	2.2
博多大丸	▲0.6	▲4.6	1.2	▲2.0
下関大丸	▲4.2	▲6.6	▲5.0	▲3.7
高知大丸	▲2.3	▲3.0	▲2.1	▲4.0
百貨店事業合計	3.6	1.7	1.7	1.7

※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8月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年3.7%増、百貨店事業合計 同3.1%増。

前年に大丸浦和パルコ店の8月度を含めた3～8月度累計は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年1.8%増、百貨店事業合計 同1.6%増。

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月度累計
紳士服・洋品	1.3	▲0.3
婦人服・洋品	5.0	2.3
子供服・洋品	1.2	▲2.7
その他の衣料品	▲2.8	▲3.6
衣料品計	4.0	1.3
身回品	▲0.7	▲3.7
化粧品	31.6	24.3
美術・宝飾・貴金属	16.8	3.4
その他雑貨	▲1.2	▲7.0
雑貨計	21.8	12.2
家具	0.0	1.8
家電	▲25.5	▲14.7
その他の家庭用品	4.3	0.8
家庭用品計	2.6	0.6
生鮮	▲1.3	▲3.0
菓子	▲0.7	2.1
惣菜	▲0.0	1.3
その他食料品	▲4.6	▲3.1
食料品計	▲0.9	▲0.2
食堂・喫茶	2.2	2.2
サービス	▲0.5	▲3.1
その他	▲15.1	▲4.7
合計	4.3	1.9

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、Tシャツ・ポロシャツなどのカジュアルアイテムやワイシャツが動いた。身回品は、かばん・旅行用品が好調であったものの婦人靴が苦戦した。雑貨は、美術品や高級時計が動いたほか、化粧品が訪日外国人客に加え国内客による購買も好調を持続した。家庭用品は、生活雑貨が好調を持続した。食品は、洋菓子や飲食が堅調であったものの、大型催事の縮小が影響した。