



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9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	
	9月度	累計	9月度	累計
百貨店事業	31.1	-	29.8 (30.9)	-
パルコ事業	8.5	-	11.0	-
不動産事業	5.7	-	5.1	-
クレジット金融事業	16.2	-	18.8	-
その他	49.5	-	40.5	-
連結合計	30.1	-	25.8	-

- ※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

- 消費増税を控え、宝飾品、ラグジュアリーブランドなど高額品や、化粧品を中心に大幅に売上を伸ばし、月末が近づくにつれて婦人雑貨、紳士服飾、リビング関連でも売上の伸長が見られた。
- 店舗別では、直営13店舗中12店舗と、関係百貨店3店舗が前年実績を上回った。
- 9月20日に本館を建て替えグランドオープンした心齋橋店では、強化したラグジュアリーブランドや化粧品を中心に売上を伸ばし、フードホールやジャパンポップカルチャーをはじめ新たに構築したフロアが人気を集めている。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年19.3%増(客数同9.4%増、客単価同9.0%増)となった。
- なお、大丸松坂屋百貨店の10月度の売上は、14日までの累計で▲24%減、免税売上高は▲15%減で推移している。

2) パルコ事業

- ショッピングセンター事業のパルコでは、前年同月に比べて土曜日が1日少なかったものの、一部のアイテムで消費税増税前の駆け込み需要があり、化粧品やコンタクトレンズなど身の回り品や食品をはじめとするデイリーアイテムに加えて、時計や家電など的高額商品の売上が大幅に伸長した。また、月の後半にはダウン素材のアウターなど衣料品にも動きがみられたほか、カード優待企画や野球優勝セールが奏功した。

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、加盟店手数料や割賦販売利息などが増加した。
- その他は、建装事業のJ.フロント建装が大丸心齋橋店新本館の内装工事により売上を大幅に伸ばした。

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9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：%)

	9月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店 ※1	48.8	25.3	-	-
大丸 梅田店	19.7	10.0	-	-
大丸 京都店	13.8	▲3.1	-	-
大丸 京都店 ※3	40.2	11.2	-	-
大丸 神戸店 ※3	40.8	11.4	-	-
大丸 須磨店	7.4	8.1	-	-
大丸 芦屋店 ※4	▲28.3	▲52.7	-	-
大丸 札幌店	34.7	16.2	-	-
松坂屋 名古屋店 ※5	44.2	1.9	-	-
松坂屋 上野店	19.3	1.0	-	-
松坂屋 静岡店	23.8	5.3	-	-
松坂屋 高槻店	15.8	12.6	-	-
松坂屋 豊田店	19.1	13.3	-	-
大丸松坂屋百貨店合計 ※6	32.8	6.0	-	-
博多大丸	16.7	0.3	-	-
下関大丸	10.5	4.7	-	-
高知大丸	21.7	3.9	-	-
百貨店事業合計 ※6	30.9	5.6	-	-

- ※注) 1. 2019年9月20日に大丸心齋橋店新本館がオープンしたことに伴い、大丸心齋橋店北館は2019年9月28日をもって一時休館しております。これにより、大丸心齋橋店は従来と比較し、賃貸面積が拡大しております。
2. 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。
3. 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、不動産事業へ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9月度の売上は、対前年38.9%増。前年に不動産事業への移管分を含めた大丸神戸店の9月度の売上は、対前年38.7%増。
4. 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。
5. 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9月度の売上は、対前年42.7%増。
6. 合計の増減率は、大丸山科店を除き、3、5の変更を含む実質の増減率です。山科店を含み、3、5の変更を含まない9月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計対前年31.4%増、百貨店事業合計同29.8%増。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	9月度	累計
紳士服・洋品	13.3	-
婦人服・洋品	34.8	-
子供服・洋品	19.2	-
その他の衣料品	52.7	-
衣料品計	31.5	-
身回り品	22.7	-
化粧品	51.0	-
美術・宝飾・貴金属	130.3	-
その他雑貨	18.8	-
雑貨計	77.3	-
家具	91.7	-
家電	18.7	-
その他の家庭用品	22.6	-
家庭用品計	35.6	-
生鮮	▲3.2	-
菓子	0.2	-
惣菜	▲9.0	-
その他食料品	5.3	-
食料品計	▲2.7	-
食堂・喫茶	4.8	-
サービス	50.1	-
その他	14.7	-
合計	32.2	-

- ※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

消費増税を控え、各商品分野で売上増加が見られた。婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが約7割増となったほか、ボリューム婦人服においても秋冬物のコートやワンピースなどが売上を伸ばした。紳士服・洋品は、コートやジャケット、ブルゾンなどの主力アイテムが好調であった。身の回り品は、アクセサリが活発に動いたほか、婦人・紳士共に靴や靴も好調であった。雑貨は、時計・宝石・美術の高額品が倍増、また、化粧品も5割増となった。家庭用品は、家具や寝具などが大きく伸ばした。食料品は、菓子が好調だったものの、食料品合計では大型催事の月ずれがマイナス影響した。