



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

**2018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	9月度
百貨店事業	▲ 2.4	▲ 2.6
パルコ事業	▲ 1.7	▲ 0.9
不動産事業	22.3	22.2
クレジット金融事業	3.1	3.5
その他	0.5	0.5
連結合計	▲ 1.7	▲ 1.9

- ※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 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、また、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 PARCO\_ya(上野)は2017年11月4日に開店いたしました。
- ※4 本年3月から百貨店事業の大丸神戸店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おります。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- ・ 上旬に台風21号や北海道胆振東部地震による店舗休業等の影響があったものの、月半ば以降は対前年休日増も寄与する中、ラグジュアリーブランドや化粧品が好調を維持し、月末近くには前年実績を上回るまで復調した。しかしながら、月末30日(日)の台風24号による店舗休業や営業時間の大幅短縮等の影響が大きかった。  
店舗別では、東京店が25ヶ月連続で対前年プラスとなるなど、直営14店舗中、4店舗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▲1.8%減(客数同15.0%増、客単価同▲14.6%減)、関西4店舗の免税売上高は、同▲10.3%減、札幌店は、同11.6%増であった。  
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、全店が対前年▲1%減(関西4店同0%増、札幌店同▲6%減)。また、免税売上高は、全店で同8%増(関西4店同12%増、札幌店同▲13%減)で推移している。

2) パルコ事業

- ・ 2度の大きな台風と一部店舗で地震の影響を受けたものの、積極的に導入している飲食と食物販の好調や集客型イベントのヒットに加え、ニット素材の羽織物や軽めのアウターなどの秋物衣料品が都心型店舗を中心に動いた。また、パルコスペースシステムズの前年大型内装・電気工事受注による反動影響があった。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- ・ 不動産事業は、上野フロンティアタワーや大丸神戸店周辺店舗からの移管分の家賃収入が加わった。
- ・ クレジット金融事業のJFRカードは、割賦販売手数料、加盟店手数料などが増加した。
- ・ その他では、建装事業のJ.フロント建装が好調であった。

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	

## 2018年9月度 百貨店事業 売上高報告（日本基準）

### 1. 売上高および入店客数（対前年増減率：％）

	9月度	
	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲9.5	▲0.7
大丸 梅田店	▲2.4	▲6.4
大丸 東京店	4.7	2.7
大丸 京都店	▲4.8	▲3.5
大丸 山科店	▲8.3	▲10.5
大丸 神戸店	▲0.4	▲1.5
大丸 須磨店	▲9.1	▲8.2
大丸 芦屋店	▲5.0	▲5.3
大丸 札幌店	▲8.1	▲8.5
松坂屋 名古屋店	0.2	10.5
松坂屋 上野店	7.7	27.3
松坂屋 静岡店	5.2	8.3
松坂屋 高槻店	▲8.3	▲7.8
松坂屋 豊田店	▲4.1	▲0.2
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>▲2.1</b>	<b>▲0.4</b>
博多大丸	3.1	3.1
下関大丸	0.3	1.7
高知大丸	▲6.1	0.2
<b>百貨店事業合計</b>	<b>▲1.8</b>	<b>▲0.2</b>

- ※1 本年3月から大丸神戸店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、神戸店の売上高は「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。参考数値として、前年に不動産事業への移管分を含めた9月度の大丸神戸店の売上は、対前年▲7.7%減。
- ※2 合計の前年は大丸神戸店周辺店舗の不動産事業への移管分を除く既存店ベース。前年に大丸神戸店周辺店舗の不動産事業への移管分を含めた9月度の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 対前年▲3.1%減、百貨店事業合計 同▲2.6%減。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	9月度
紳士服・洋品	▲0.0
婦人服・洋品	▲5.4
子供服・洋品	▲11.7
その他の衣料品	▲9.1
<b>衣料品計</b>	<b>▲5.0</b>
<b>身回品</b>	<b>▲8.9</b>
化粧品	4.0
美術・宝飾・貴金属	▲4.3
その他雑貨	11.0
<b>雑貨計</b>	<b>1.4</b>
家具	▲11.7
家電	▲23.5
その他の家庭用品	▲10.2
<b>家庭用品計</b>	<b>▲10.8</b>
生鮮	▲0.4
菓子	0.8
惣菜	2.2
その他食料品	▲3.4
<b>食料品計</b>	<b>0.4</b>
食堂・喫茶	▲5.3
サービス	▲3.9
その他	5.4
<b>合計</b>	<b>▲3.1</b>

### 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ものの、その他の婦人服が苦戦した。紳士服・洋品はスーツ、ジャケットが動いたものの洋品雑貨の動きが鈍かった。身回品は、婦人靴が苦戦した。雑貨は、高級時計が好調を持続するとともに、訪日外国人客を中心に化粧品が好調であった。家庭用品は、催事の縮小が影響したほか、ライフスタイル雑貨や食器調理用品などの動きが鈍かった。食品は、入店客数増に支えられた東京店、名古屋店で菓子が動き、大型催事により上野店、静岡店の惣菜が伸びた。