



J. FRONT RETAILING

2017年5月16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 代表取締役社長
 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4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	
	4月度	3~4月度累計	4月度	3~4月度累計
百貨店事業	▲ 0.3	▲ 0.9	1.1	0.4
パルコ事業	2.2	▲ 2.5	▲ 0.3	▲ 3.3
不動産事業	78.9	41.8	71.6	37.7
クレジット金融事業	5.3	4.6	6.5	5.6
その他	18.3	26.0	6.4	11.3
連結合計	7.5	6.2	1.8	0.7

※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 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

- ・美術・宝飾品が対前年マイナスとなったものの、気温の上昇とともに婦人のシャツ、ブラウスなどが動いたことに加え、訪日外国人の活発な購買などにより化粧品、ラグジュアリーブランドが売上を伸ばした。

2) パルコ事業

- ・生活雑貨やキャラクター雑貨、化粧品が好調に推移したことに加え、食をテーマに強化した改装の奏功や集客型イベントのヒットなどによる売上の押し上げ効果があった。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- ・不動産事業は今月より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前年実績を上回った。
- ・その他では、卸売事業の大丸興業が電子デバイスの好調持続により、また建装事業のJ.フロント建装がGINZA SIX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 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4月度 百貨店事業 営業報告

1. 売上高および入店客数（対前年増減率：％）

	4月度		3～4月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	3.9	14.9	5.3	12.8
大丸 梅田店	▲1.4	2.5	▲1.2	3.6
大丸 東京店	7.2	7.4	5.0	6.0
大丸 浦和パルコ店	▲4.0	▲4.5	▲6.6	▲5.3
大丸 京都店	▲1.1	▲0.3	▲0.6	1.7
大丸 山科店	▲1.0	▲2.3	▲1.9	▲2.6
大丸 神戸店	1.9	1.1	▲0.1	2.2
大丸 須磨店	▲2.5	2.0	▲2.6	1.3
大丸 芦屋店	▲0.9	0.8	▲3.0	2.2
大丸 札幌店	5.2	2.6	3.8	2.7
松坂屋 名古屋店	▲3.2	▲2.4	▲1.1	▲1.2
松坂屋 上野店	▲1.9	0.7	▲6.4	▲2.2
松坂屋 静岡店	7.3	3.2	2.9	2.8
松坂屋 高槻店	0.5	▲0.7	0.3	▲0.9
松坂屋 豊田店	▲1.7	3.0	▲3.8	1.9
大丸松坂屋百貨店合計	1.2	3.2	0.7	3.2
博多大丸	2.8	▲1.3	▲0.0	▲1.9
下関大丸	▲2.2	1.7	▲4.4	▲2.8
高知大丸	▲7.7	▲6.2	▲6.0	▲5.6
百貨店事業合計	1.1	2.8	0.4	2.6

※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. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	4月度	3～4月度累計
紳士服・洋品	1.4	1.7
婦人服・洋品	1.9	0.9
子供服・洋品	▲2.6	▲2.3
その他の衣料品	▲5.8	▲4.8
衣料品計	1.3	0.6
身回品	▲4.7	▲4.2
化粧品	18.9	16.7
美術・宝飾・貴金属	▲5.4	▲5.2
その他雑貨	▲7.8	▲6.5
雑貨計	6.2	5.3
家具	12.2	6.4
家電	▲5.7	▲10.4
その他の家庭用品	0.9	▲1.0
家庭用品計	3.0	0.3
生鮮	▲1.0	▲3.0
菓子	2.7	3.7
惣菜	6.5	4.6
その他食料品	3.4	▲0.1
食料品計	3.3	2.1
食堂・喫茶	2.9	2.5
サービス	▲10.0	▲7.0
その他	▲15.8	▲13.2
合計	1.2	0.7

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、パンツやブルゾン、トレーナーなどが動いた。身回品は、紳士靴が好調であったものの、かばん・旅行用品が苦戦した。雑貨は、化粧品が訪日外国人客の増加による効果もあり好調を持続した。家庭用品は、高級家具やリフォームが伸ばした。食品は、心齋橋店・東京店における洋菓子の好調に加え、名古屋店での大型物産展催事の売上が牽引した。