



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 好本 達也
 お問合せ先 財務戦略統括部 I R推進部
 TEL 03-6895-0178

2021年7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	
	7月度	累計	7月度	累計
百貨店事業	1.3	21.0	7.9	35.8
SC事業	▲15.8	22.3	7.4	42.6
デベロッパー事業	▲2.3	▲5.1	1.4	▲4.1
決済・金融事業	8.3	8.7	23.0	34.4
その他	16.1	19.8	12.3	14.2
連結合計	▲1.1	6.1	7.3	32.0

※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. 総額売上高は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. 当社グループは、2021年度より「百貨店事業」、「SC事業」、「デベロッパー事業」、「決済・金融事業」を報告セグメントとします。
 4. 心齋橋PARCOは、2020年11月20日に開店いたしました。
 5. 当社は、2021年6月30日付で(株)ヌーヴ・エイの全株式を譲渡しました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- 7月度の売上高は、ラグジュアリーブランドや宝飾品が引き続き好調であったほか、イエナカ食として惣菜や菓子も相対的に堅調であったことから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年8.5%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同7.9%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年84.2%増(客数同▲33.3%減、客単価同176.2%増)であった。
*注) 免税売上高の本年実績には、大丸心齋橋店の定期賃貸借テナントの免税売上は含まれておりません。
- 大丸松坂屋百貨店の国内売上高(免税売上上の本年・前年実績を除く)は対前年8.3%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の8月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、ラグジュアリーブランドが好調を持続した一方、美術宝飾品などは減少し、15日までの累計で対前年▲1%減(対前々年▲32%減)、国内売上高は同▲2%減(対前々年▲25%減)で推移している。

2) SC事業

- 2021年6月30日付で(株)ヌーヴ・エイの全株式を譲渡したことを主因に、SC事業の7月の売上収益は前年比▲15.8%となった。
- なお、パルコ店舗のテナント取扱高は、前年に比べ休日数が1日多かったことや梅雨明けが前年より18日早かったことに加え、猛暑やオリンピックに伴う商品需要があったことなどにより、前年を上回った。

3) デベロッパー事業、決済・金融事業、その他

- デベロッパー事業は、パルコスペースシステムズは増収となったものの、J.フロント建装が、前年の大口売上の反動減などから減収となったことを主因に、トータルで減収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、百貨店取扱高の増加等により、増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が自動車部品や海外の好調などにより増収となったほか、人材派遣業のディンプルも、受託業務や短期派遣の受注が引き続き好調に推移しており、全体で増収となった。

【お問合せ先】 J.フロント リテイリング株式会社
 ・ I R推進部 TEL 03-6895-0178
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6895-0816 FAX 03-6674-7565

2021年7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：％）

	7月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	27.1	37.0	63.6	51.7
大丸 梅田店	▲0.6	15.1	18.2	33.1
大丸 東京店	11.9	27.6	44.6	44.2
大丸 京都店	5.4	10.3	31.5	23.7
大丸 神戸店	9.1	8.8	39.9	34.2
大丸 須磨店	▲0.4	18.9	9.5	19.1
大丸 芦屋店	12.0	20.4	48.9	52.9
大丸 札幌店	1.5	11.0	39.0	36.9
大丸 下関店	▲4.4	5.9	20.4	32.5
松坂屋 名古屋店	13.0	11.9	42.0	33.9
松坂屋 上野店	5.9	14.0	40.1	45.0
松坂屋 静岡店	▲1.1	17.6	28.5	33.1
松坂屋 高槻店	▲22.4	35.0	▲4.1	32.3
松坂屋 豊田店	39.7	35.0	31.9	20.7
店 計	8.6	17.6	37.6	35.7
法人・本社等	5.7	-	3.0	-
大丸松坂屋百貨店合計	8.5	17.6	35.5	35.7
うち商品売上高 ※3	8.6	-	36.0	-
うち不動産賃貸収入 ※3	5.0	-	24.2	-
博多大丸	4.9	3.7	42.7	31.3
高知大丸	▲11.4	1.7	26.1	41.3
百貨店事業合計	7.9	16.6	35.8	35.5

- ※注）1. 2021年度より、これまで各店の実績に含めていた法人外売上や本社に帰属する収益を法人・本社等として開示します。対前年増減率は、前年実績を組み替えて算出しています。
2. 2021年度より、これまで不動産事業に含めていた不動産賃貸収入について、GINZA SIXは法人・本社等へ、百貨店周辺店舗等は各店へ含めています。対前年増減率は、前年実績を組み替えて算出しています。
3. 1、2に伴い、大丸松坂屋百貨店の売上高を、「商品売上高」と「不動産賃貸収入」に分けて開示します。「商品売上高」は、「2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高」の合計と一致します。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全店計	
	7月度	累計
紳士服・洋品	5.6	30.5
婦人服・洋品	15.4	54.4
子供服・洋品	▲10.2	0.1
その他の衣料品	0.7	17.1
衣料品計	12.6	47.1
身 回 品	▲2.3	25.1
化粧品	0.0	30.0
美術・宝飾・貴金属	34.7	75.6
その他雑貨	▲11.1	16.6
雑 貨 計	16.0	48.6
家具	20.9	47.2
家電	▲49.8	▲40.0
その他の家庭用品	8.0	36.1
家庭用品計	9.6	37.0
生 鮮	▲2.4	14.7
菓 子	7.6	31.0
惣 菜	11.5	39.9
その他食料品	▲2.6	11.7
食料品計	2.9	24.7
食堂・喫茶	8.5	36.1
サービス	33.3	42.7
そ の 他	▲1.1	▲18.6
合 計	8.6	36.0

- 7月度の売上高は、ラグジュアリーブランドや宝飾品が引き続き好調であったほか、イェナカ食として惣菜や菓子も相対的に堅調であった。紳士服・用品ではスポーツ・ゴルフ関連が好調。美術・宝飾品では催事に伴う絵画や時計の大口計上があった。なお、松坂屋豊田店では、閉店セール開催により多くのカテゴリーで売上が増加した。

2021年7月度 パルコ店舗 テナント取扱高報告

※「テナント取扱高」とは、パルコ店舗におけるテナント取扱高(売上)の合計値で、前年の値も同じ基準で集計いたしております。

1. 店舗別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	7月度	累計
札幌PARCO	▲4.1	39.6
仙台PARCO	8.1	29.2
新所沢PARCO	▲5.8	28.8
浦和PARCO	▲1.6	38.9
池袋PARCO	11.8	43.0
PARCO_ya上野 ※2	40.1	92.8
ひばりが丘PARCO	▲5.7	18.8
吉祥寺PARCO	5.1	34.4
渋谷PARCO	66.1	89.6
錦糸町PARCO	▲1.0	36.4
調布PARCO	▲3.2	22.0
津田沼PARCO	▲5.0	39.4
松本PARCO	6.3	34.4
静岡PARCO	0.9	34.9
名古屋PARCO	3.1	30.4
広島PARCO	2.2	20.4
福岡PARCO	14.8	44.8
全店計	14.6	45.7
既存店計 ※3	5.9	36.4

- ※注) 1. 心齋橋PARCOは、2020年11月20日に開店しました。
 2. 当社は2021年度より報告セグメントを変更し、従来不動産事業に含めていた上野フロンティアタワーの地下1階及び映画館の実績をSC事業として管理することとしました。従って、PARCO_ya上野の本年実績には地下1階及び映画館の実績が含まれますが、前年には含まれていません。
 3. 既存店計には、心齋橋PARCO、PARCO_ya上野の地下1階及び映画館の値を含みません。

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計		既存店計	
	7月度	累計	7月度	累計
衣料品	8.1	41.8	1.8	35.1
身回品	6.4	41.1	▲3.8	29.0
雑貨	16.5	52.8	5.3	40.8
食品	2.5	14.4	0.5	12.5
飲食	25.3	59.9	12.1	45.2
その他	57.6	88.1	45.4	74.7
合計	14.6	45.7	5.9	36.4

※注) 既存店計には、心齋橋PARCO、PARCO_ya上野の地下1階及び映画館の値を含みません。

3. 営業概況

- ・前年に比べ休日数が1日多かったことや梅雨明けが前年より18日早かったことに加え、猛暑やオリンピックに伴う商品需要があったことなどにより、前年を上回った。
- ・アイテム別では、猛暑による夏物の稼働により衣料品が堅調。雑貨は、インテリアや楽器などは前年に新型コロナウイルス感染症拡大に伴う巣ごもり需要が大きかったことによる反動で苦戦するも、猛暑によるエアコン需要やオリンピック鑑賞のためのテレビ需要などで家電が売上が牽引し、19年度対比でも上回り、好調。前年新型コロナウイルス感染症拡大に伴い大きく苦戦した飲食や旅行、映画は、回復基調で前年を上回った。

※ 一部店舗にて時間を短縮して営業