



J. FRONT RETAILING

2021年10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 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	▲ 3.0	-	▲ 0.8	-
SC事業	▲ 19.0	-	▲ 8.8	-
デベロッパー事業	7.7	-	7.9	-
決済・金融事業	27.9	-	55.3	-
その他	▲ 14.8	-	▲ 12.4	-
連結合計	▲ 5.9	-	▲ 1.9	-

※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. 各セグメントの対前年増減率は、それぞれを構成する事業会社の単純合算により算出しており、セグメント内消去を含みません。
 5. デベロッパー事業に含まれるJ. フロント建装において、今期より会計処理方法を変更しております。
 6. 心斎橋PARCOは、2020年11月20日に開店いたしました。
 7. 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。
 8. (株)大丸松坂屋百貨店は、2021年9月1日付で(株)大丸松坂屋セールスアソシエイツを吸収合併しました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- 9月度の売上高は、ラグジュアリーブランドや美術品が好調に推移したものの、主要都市において緊急事態宣言が継続されたことに伴う入店客数減少の影響もあり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年0.2%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲0.8%減となった。
- 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年54.3%増(客数同40.7%増、客単価同9.7%増)であった。
 *注) 免税売上高の本年実績には、大丸心斎橋店の定期賃貸借テナントの免税売上は含みません。
- 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▲0.1%減であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の10月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、緊急事態宣言の終了に伴う入店客数の増加等の影響により、14日までの累計で対前年10%増(対2019年4%増、対2018年▲21%減)、国内売上高は同8%増(対2019年18%増、対2018年▲11%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9月度の売上収益は対前年▲19.0%減となった。
- 9月は、緊急事態宣言が継続されたことで、ほとんどのパルコ店舗において8月に引き続き入場制限をするなどの影響があったため、前年を下回る結果となった。

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、J. フロント建装による受注増などを主因として、トータルで増収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、年会費や保険手数料の増加等により、増収となった。
- その他は、人材派遣業のディンプルが、受託業務や短期派遣の受注増により増収となったものの、卸売業の大丸興業において主力の電子デバイス事業が減収となったことなどから、トータルで減収となった。

【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 心斎橋店	11.1	2.8	-	-
大丸 梅田店	▲4.7	▲12.8	-	-
大丸 東京店	▲2.6	▲4.0	-	-
大丸 京都店	▲9.8	▲17.0	-	-
大丸 神戸店	1.3	▲10.5	-	-
大丸 須磨店	▲14.6	▲0.3	-	-
大丸 芦屋店	19.8	19.3	-	-
大丸 札幌店	▲10.8	▲10.4	-	-
大丸 下関店	▲9.3	▲13.7	-	-
松坂屋 名古屋店	1.2	▲13.1	-	-
松坂屋 上野店	1.2	1.9	-	-
松坂屋 静岡店	▲10.4	▲8.3	-	-
松坂屋 高槻店	▲13.1	6.3	-	-
松坂屋 豊田店	214.8	78.3	-	-
店 計	0.2	▲5.8	-	-
法人・本社等	▲1.2	-	-	-
大丸松坂屋百貨店合計	0.2	▲5.8	-	-
うち商品売上高 ※3	▲0.1	-	-	-
うち不動産賃貸収入 ※3	5.4	-	-	-
博多大丸	▲8.2	▲10.6	-	-
高知大丸	▲16.4	▲8.5	-	-
百貨店事業合計	▲0.8	▲6.1	-	-

- ※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商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。
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	
	9 月 度	累 計
紳士服・洋品	▲2.6	-
婦人服・洋品	4.8	-
子供服・洋品	▲23.6	-
その他の衣料品	▲13.3	-
衣料品計	2.4	-
身 回 品	▲12.4	-
化粧品	▲3.7	-
美術・宝飾・貴金属	2.1	-
その他雑貨	▲1.6	-
雑 貨 計	▲0.7	-
家具	▲7.5	-
家電	▲58.1	-
その他の家庭用品	0.6	-
家庭用品計	▲2.6	-
生 鮮	1.5	-
菓 子	▲4.0	-
惣 菜	5.3	-
その他食料品	▲7.0	-
食料品計	▲0.6	-
食堂・喫茶	▲26.5	-
サービス	2.5	-
そ の 他	29.8	-
合 計	▲0.1	-

- ・ 婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが引き続き牽引し、前年比増加。美術・宝飾・貴金属では、絵画が好調。食料品は、生鮮食品や、おせち売上が好調な惣菜が前年実績を上回った。しかし全体としては、主要都市において緊急事態宣言が継続されたことに伴う入店客数減少の影響により、対前年比▲0.1%の減少となった。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で売上が増加した。

2021年9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：%)

	9 月 度	累 計
札幌PARCO	▲10.4	-
仙台PARCO	▲19.3	-
新所沢PARCO	▲6.8	-
浦和PARCO	▲9.8	-
池袋PARCO	▲15.9	-
PARCO_ya上野 ※2	▲7.8	-
ひばりが丘PARCO	▲4.3	-
吉祥寺PARCO	1.9	-
渋谷PARCO	3.9	-
錦糸町PARCO	▲13.7	-
調布PARCO	▲6.7	-
津田沼PARCO	▲14.3	-
松本PARCO	▲12.7	-
静岡PARCO	▲13.6	-
名古屋PARCO	▲14.5	-
広島PARCO	▲13.3	-
福岡PARCO	▲6.4	-
全店計	▲4.3	-
既存店計 ※3	▲10.3	-

- ※注) 1. 心斎橋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、心斎橋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	
	9 月 度	累 計	9 月 度	累 計
衣料品	▲5.7	-	▲11.4	-
身回品	▲6.6	-	▲14.9	-
雑 貨	0.9	-	▲7.8	-
食 品	4.5	-	3.0	-
飲 食	▲13.5	-	▲20.6	-
その他	▲5.7	-	▲7.1	-
合 計	▲4.3	-	▲10.3	-

※注) 既存店計には、心斎橋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

- 9月は、緊急事態宣言が継続されたことで、ほとんどのパルコ店舗において8月に引き続き入場制限をするなどの影響があったため、前年を下回る結果となった。
- アイテム別では、衣料品が、9月上旬の気温低下により秋物のアウターなどが好調に推移するも、前年の大型衣料品店の室内着やマスクの売上が大きかったことの反動影響があり苦戦。飲食も継続して苦戦し、緊急事態宣言に伴う酒類提供自粛、営業時間の短縮、一部飲食テナントの休業による影響が主な要因であった。一方、食品は継続して堅調だった。

※ 一部店舗にて時間を短縮して営業