



J. FRONT RETAILING

2021年1月13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

2020年11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	
	11月度	9~11月度累計	11月度	9~11月度累計
百貨店事業	▲30.7	▲31.4	▲20.6	▲24.2
パルコ事業	▲20.0	▲56.5	▲18.7	▲35.0
不動産事業	▲1.4	▲4.8	▲1.1	▲4.7
クレジット金融事業	▲9.6	▲17.1	▲0.4	▲4.0
その他	▲10.7	▲34.3	▲11.2	▲32.1
連結合計	▲20.4	▲38.8	▲17.7	▲27.8

- ※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. 榎下関大丸は、2020年3月1日付で榎大丸松坂屋百貨店へ吸収合併され、屋号を「大丸下関店」に変更いたしました。
 4. 渋谷PARCOは、2019年11月22日に建替えオープンいたしました。パルコ事業の累計の前年実績には、渋谷再開発事業における保留床売却の売上が含まれております。
 5. 心齋橋PARCOは、2020年11月20日に開店いたしました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- ラグジュアリーブランドや美術宝飾品が引き続き好調に推移したものの、新型コロナウイルス感染症第3波の影響が拡大したことにより月後半に減速し、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲20.1%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲20.6%減となった。なお、家の中で過ごす時間を充実させたいというニーズから、おせちの予約承りは前年を上回る好調な推移を見せている。
- 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年▲95.9%減(客数同▲99.5%減、客単価同790.4%増)となった。
- 大丸松坂屋百貨店合計の国内売上高(免税売上高の本年・前年実績を除く)は対前年▲11.9%減であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の12月度の売上は、新型コロナウイルス感染症の再拡大により、外出自粛による入店客数減少傾向が継続していることから、14日累計で対前年▲18%減、免税売上高は同▲94%減、国内売上高は、同▲12%減で推移している。

2) パルコ事業

- ショッピングセンターPARCOでは、前年に比べ休日が1日多く、前年実施された消費増税の反動や、大型雑貨などで巣ごもり需要アイテムが引き続き好調だったものの、11月中旬から気温上昇などもあって冬物が伸び悩んだ。衣料品を中心に、新型コロナウイルス感染症拡大第3波の影響により都市型店舗を中心に基調がダウンして苦戦。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- 不動産事業は、売上減に伴う歩合賃料等の減少を受け、減収となった。
- クレジット金融事業のJFRカードは、百貨店取扱高の減少に加え、年会費収入の計上方法変更の影響等により、減収となった。
- その他は、電子デバイスや自動車部品が好調であった大丸興業が増収の一方、前年に大丸心齋橋店本館関連内装工事特需のあった反動減影響が大きいJ.フロント建装や、短期・長期派遣とも落ち込んだ人材派遣業ディンプルなどが苦戦し、全体で減収となった。

【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

2020年11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：%)

	11月度		9~11月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲28.4	▲55.3	▲39.7	▲58.9
大丸 梅田店	▲31.3	▲40.1	▲31.5	▲39.6
大丸 東京店	▲40.3	▲55.1	▲39.0	▲54.3
大丸 京都店	▲12.6	▲30.1	▲19.6	▲29.5
大丸 神戸店	▲1.1	▲22.8	▲9.5	▲25.7
大丸 須磨店	▲10.0	▲18.8	▲5.3	▲16.3
大丸 芦屋店	▲3.2	57.7	▲8.6	53.8
大丸 札幌店	▲35.1	▲48.1	▲25.7	▲37.3
大丸 下関店 ※	-	-	-	-
松坂屋 名古屋店	▲8.2	▲31.9	▲17.1	▲32.4
松坂屋 上野店	▲33.1	▲36.6	▲23.0	▲34.8
松坂屋 静岡店	▲11.2	▲44.4	▲15.9	▲42.2
松坂屋 高槻店	▲17.2	▲4.7	▲16.9	▲4.3
松坂屋 豊田店	▲21.0	▲46.7	▲19.7	▲47.5
大丸松坂屋百貨店合計	▲20.1	▲38.5	▲23.2	▲37.2
(除く下関店)	▲21.6	▲40.2	▲24.6	▲38.8
博多大丸	▲9.6	▲39.7	▲18.4	▲42.7
高知大丸	▲14.7	▲32.2	▲19.7	▲33.7
百貨店事業合計	▲20.6	▲40.0	▲24.2	▲39.0

※注) 下関大丸は、2020年3月1日付で松坂屋百貨店へ吸収合併され、屋号を「大丸下関店」に変更いたしました。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	11月度	9~11月度累計
紳士服・洋品	▲23.5	▲21.9
婦人服・洋品	▲11.2	▲17.6
子供服・洋品	▲28.6	▲28.4
その他の衣料品	▲18.4	▲27.1
衣料品計	▲14.3	▲19.0
身 回 品	▲32.6	▲32.1
化粧品	▲48.1	▲51.7
美術・宝飾・貴金属	12.0	▲17.3
その他雑貨	▲26.4	▲27.4
雑 貨 計	▲27.5	▲37.1
家 具	▲3.7	▲25.5
家 電	10.2	▲1.5
その他の家庭用品	▲17.8	▲21.8
家庭用品計	▲14.6	▲22.3
生 鮮	▲13.4	▲12.4
菓 子	▲25.0	▲22.6
惣 菜	▲30.9	▲17.8
その他食料品	▲14.6	▲13.9
食料品計	▲21.7	▲17.7
食堂・喫茶	▲42.3	▲38.8
サービス	▲23.8	▲36.7
そ の 他	▲41.3	▲21.4
合 計	▲21.6	▲24.6

※総売上高ベース。上記売上高は、大丸下関店を除いております。

- ・ 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、ボリューム婦人服は中旬以降の新型コロナウイルス感染者数増加の影響に加え、気温の上昇により、コートなど防寒衣料も苦戦した。紳士服・洋品はベターゾーンの衣料が健闘したものの、紳士雑貨の動きが鈍かった。雑貨は、美術が絵画の高額品受注等により9割増と大きく伸ばしたほか、時計も好調であった。家庭用品はベッドなどの家具が堅調であった。食料品は中旬以降の入店客数減少が大きく影響した。

2020年11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：%)

	11月度	9~11月度累計
札幌PARCO	▲31.3	▲26.8
仙台PARCO	▲15.5	▲14.1
新所沢PARCO	▲2.5	▲8.6
浦和PARCO	▲5.5	▲8.2
池袋PARCO	▲26.5	▲28.5
PARCO_ya上野	▲24.3	▲24.9
ひばりが丘PARCO	▲7.7	▲13.4
吉祥寺PARCO	▲25.2	▲31.6
錦糸町PARCO	▲13.4	▲10.5
調布PARCO	▲11.4	▲9.7
津田沼PARCO	▲9.3	▲13.4
松本PARCO	▲19.3	▲19.5
静岡PARCO	▲15.3	▲15.6
名古屋PARCO	▲26.0	▲25.0
広島PARCO	▲14.5	▲16.8
福岡PARCO	▲9.4	▲14.6
全店計	▲13.5	▲13.7
既存店計 ※4	▲16.4	▲17.8

- ※注) 1. 渋谷PARCO本館は、2019年11月22日に開店いたしました。
 2. 熊本PARCOは、2020年2月29日に閉店いたしました。
 3. 心斎橋PARCOは、2020年11月20日に開店いたしました。
 4. 既存店計には、渋谷PARCO本館、心斎橋PARCO、熊本PARCOの値を含んでおりません。

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	
	11月度	9~11月度累計	11月度	9~11月度累計
衣料品	▲18.5	▲14.7	▲20.7	▲18.2
身回品	▲16.4	▲18.4	▲17.5	▲20.5
雑貨	1.7	▲0.1	1.4	▲4.4
食品	0.0	0.3	▲0.8	▲0.1
飲食	▲14.2	▲11.3	▲19.4	▲19.6
その他	▲22.8	▲31.1	▲31.2	▲37.7
合計	▲13.5	▲13.7	▲16.4	▲17.8

3. 営業概況

- ・前年に比べ休日が1日多く、前年実施された消費増税の反動や巣ごもり需要のあった商品が好調だったものの、11月中旬から新型コロナウイルス感染症拡大第3波の影響により都市型PARCOを中心に基調ダウン。
- ・アイテム別では、家電・楽器・インテリアなどが好調だったものの、11月中旬以降、衣料品は気温上昇などにより冬物が伸び悩み苦戦、飲食はコロナ感染再拡大による客数減少により基調ダウン。

※ 6店舗が月を通して短縮営業、11店舗が11月通常営業（一部ショップを除く）。