

---

---

# 2022年2月期第3四半期決算

---

---

<参考資料>

2021年 12月28日

くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。



J. FRONT RETAILING

# 2021年度3Q 連結業績(IFRS)

- ▶ 緊急事態宣言の解除以降、人流回復等により売上は改善基調
- ▶ コスト抑制も奏功し、3Q累計で営業黒字に転換、通期10月予想数値を据置き
- ▶ 翌年度の連結納税制度適用を見据え、3Q会計処理で税金費用△21億円減少

(単位:百万円、%)

| 2022年2月期              | 3Q<br>(9-11月度) |        |       | 3Q累計<br>(3-11月度) |         |       |
|-----------------------|----------------|--------|-------|------------------|---------|-------|
|                       | 実績             | 対前年    |       | 実績               | 対前年     |       |
|                       |                | 増減高    | 増減率   |                  | 増減高     | 増減率   |
| 総額売上高                 | 221,199        | 7,227  | 3.4   | 623,348          | 88,740  | 16.6  |
| 売上収益                  | 80,146         | △3,082 | △3.7  | 237,479          | 6,780   | 2.9   |
| 売上総利益                 | 38,224         | 826    | 2.2   | 107,918          | 11,069  | 11.4  |
| 販売管理費                 | 32,995         | △2,763 | △7.7  | 99,034           | 4,075   | 4.3   |
| 事業利益                  | 5,228          | 3,588  | 218.8 | 8,883            | 6,993   | 369.9 |
| その他の営業収益              | 1,330          | 151    | 12.7  | 2,987            | △1,884  | △38.7 |
| その他の営業費用              | 762            | 96     | 14.4  | 7,463            | △17,783 | △70.4 |
| 営業利益                  | 5,796          | 3,643  | 169.1 | 4,407            | 22,890  | —     |
| 親会社の所有者に<br>帰属する四半期利益 | 5,665          | 4,986  | 733.8 | 3,669            | 19,301  | —     |

# 2021年度3Q(9-11月度)セグメント情報(IFRS)

- ▶ 百貨店事業は高額品好調に加え、ボリューム回復とコスト圧縮で増益
- ▶ SC事業はヌーヴ・エイ譲渡で減収も、心斎橋PARCO開業効果やコスト減で増益
- ▶ デベロッパー事業は前年の心斎橋工事反動等で減収も、資産売却で増益
- ▶ 決済・金融事業は年会費収入増と加盟店取扱高の回復により増収増益

(単位:百万円、%)

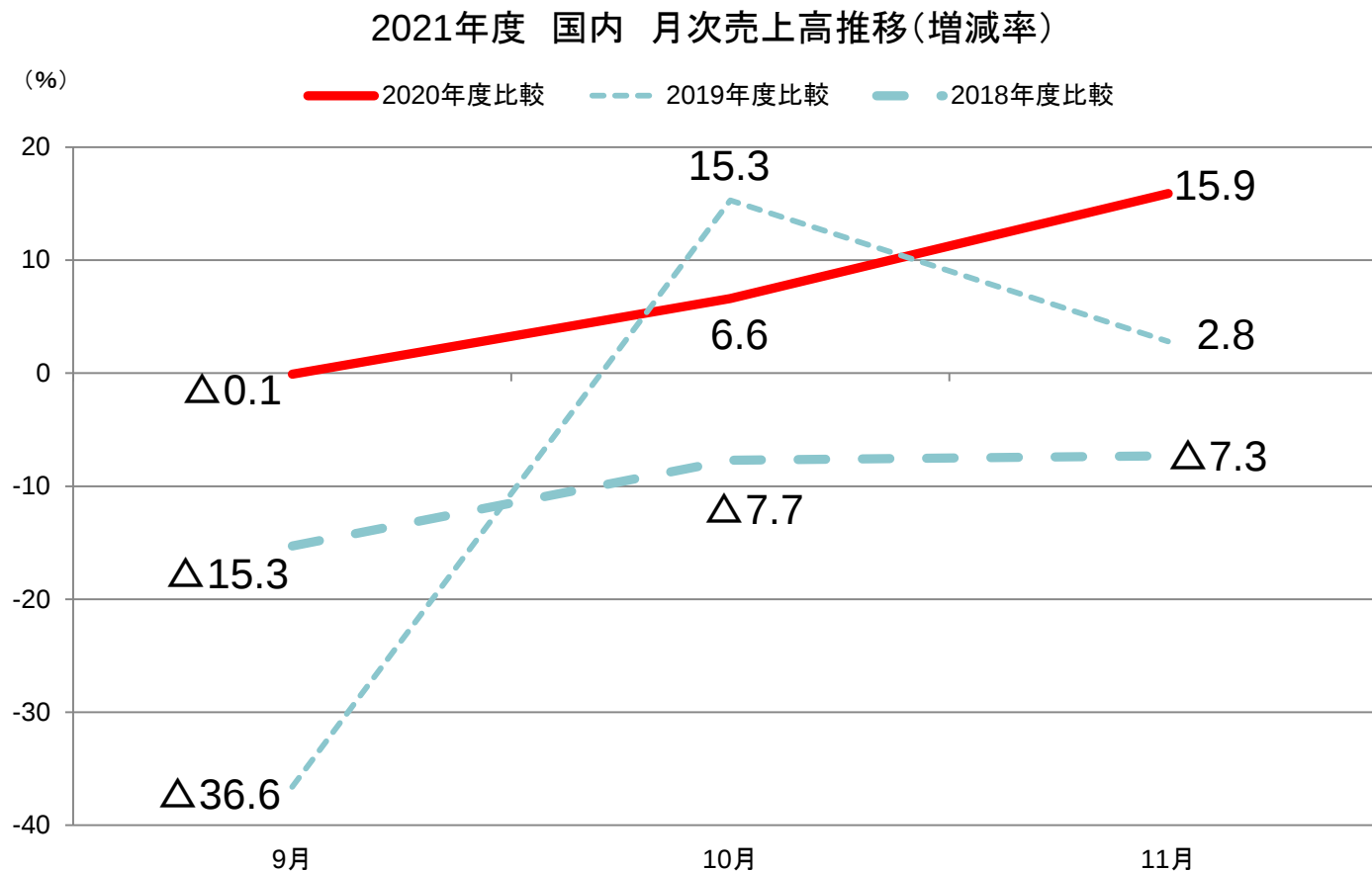
| 2022年2月期<br>3Q(9-11月度) | 売上収益   |        |       | 事業利益  |       |       | 営業利益  |       |       |
|------------------------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                        | 実績     | 対前年    |       | 実績    | 対前年   |       | 実績    | 対前年   |       |
|                        |        | 増減高    | 増減率   |       | 増減高   | 増減率   |       | 増減高   | 増減率   |
| 百貨店事業                  | 46,178 | 1,322  | 2.9   | 1,566 | 1,703 | —     | 1,757 | 1,565 | 813.1 |
| SC事業                   | 12,580 | △2,973 | △19.1 | 1,555 | 982   | 171.2 | 1,647 | 631   | 62.1  |
| デベロッパー事業               | 12,707 | △777   | △5.8  | 1,070 | 149   | 16.3  | 1,298 | 586   | 82.2  |
| 決済・金融事業                | 2,978  | 641    | 27.4  | 649   | 666   | —     | 664   | 664   | —     |
| その他                    | 14,446 | △2,172 | △13.1 | 322   | △222  | △40.9 | 328   | △348  | △51.5 |
| 調整額                    | △8,746 | 876    | —     | 64    | 308   | —     | 99    | 543   | —     |
| 合 計                    | 80,146 | △3,082 | △3.7  | 5,228 | 3,588 | 218.8 | 5,796 | 3,643 | 169.1 |

- ▶ 緊急事態宣言の解除以降、入店客数・売上ともに改善基調が持続
- ▶ 3Q(9-11月)は大幅増益、3Q累計では事業利益黒字に転換
- ▶ 売上増・コスト圧縮に加え、休業協力金3億円(その他収益)で増益

(単位:百万円、%)

| 2022年2月期 | 3Q(9-11月度) |       |       | 3Q累計(3-11月度) |         |       |
|----------|------------|-------|-------|--------------|---------|-------|
|          | 実績         | 対前年   |       | 実績           | 対前年     |       |
|          |            | 増減高   | 増減率   |              | 増減高     | 増減率   |
| 総額売上高    | 129,002    | 8,763 | 7.3   | 354,373      | 57,444  | 19.3  |
| 売上収益     | 42,353     | 1,418 | 3.5   | 121,627      | 12,444  | 11.4  |
| 売上総利益    | 27,167     | 1,431 | 5.6   | 75,045       | 10,845  | 16.9  |
| 販売管理費    | 25,353     | △228  | △0.9  | 73,686       | 7,401   | 11.2  |
| 事業利益     | 1,813      | 1,659 | —     | 1,359        | 3,443   | —     |
| その他の営業収益 | 689        | 370   | 115.9 | 1,672        | △958    | △36.4 |
| その他の営業費用 | 269        | 43    | 19.3  | 3,610        | △15,126 | △80.7 |
| 営業利益     | 2,233      | 1,986 | 801.6 | △578         | 17,613  | —     |

- ▶ 免税除く国内売上は、入店客数とともに大きく改善
- ▶ ラグジュアリー・高額品は好調も、ボリューム消費の回復は緩やか
- ▶ 増税影響等のない2018年度比較では△7%台まで回復



※既存店ベース比較

(2019年度比較では下関店、豊田店を除く、2018年度比較では山科店、下関店、豊田店を除く)

# 大丸松坂屋百貨店 主要店舗別売上実績

- ▶ 直営店(既存店)は着実に改善するも、対予想では若干未達
- ▶ 外商など固定客に強みを持つ神戸店、名古屋店は想定を上回る推移
- ▶ 回復が遅れていた東京店、梅田店も、足元では鉄道乗降客増等で改善

(増減率、%)

| 2022年2月期 | 2020年度比較  |      |                   | 2019年度比較  |       |                   |
|----------|-----------|------|-------------------|-----------|-------|-------------------|
|          | 3Q(9-11月) |      | 3Q累計実績<br>(3-11月) | 3Q(9-11月) |       | 3Q累計実績<br>(3-11月) |
|          | 実績        | 予想   |                   | 実績        | 予想    |                   |
| 心斎橋店     | 13.1      | 28.7 | 36.0              | △31.5     | △21.5 | △43.2             |
| 梅田店      | 3.8       | 7.9  | 8.8               | △28.9     | △26.0 | △39.2             |
| 東京店      | 9.5       | 11.7 | 22.9              | △33.3     | △31.9 | △44.3             |
| 京都店      | 1.1       | 6.7  | 14.1              | △18.7     | △13.9 | △24.8             |
| 神戸店      | 10.8      | △1.7 | 21.1              | 0.4       | △9.3  | △12.3             |
| 札幌店      | 14.0      | 18.0 | 22.2              | △15.3     | △12.3 | △25.9             |
| 名古屋店     | 6.4       | 5.0  | 23.2              | △11.7     | △12.7 | △14.7             |
| 直営店 合計   | 7.3       | 8.5  | 19.9              | △18.9     | △17.7 | △28.2             |

※合計は既存店ベース(2019年度比較では下関店、豊田店実績を除く)

- ▶ 子会社の吸収合併影響で、人件費増も業務委託費減
- ▶ 売上増による変動費増も、構造改革・経費管理の徹底で対前年で減少
- ▶ 対19年は特殊要因(△41億)の反動影響を除き、実質△42億円の圧縮

(単位:百万円)

| 項目    | 2022年2月期<br>3Q<br>(9-11月度) | 対前年<br>増減高 | 対19年<br>増減高 | 主な増減要因                                                                                                                                                                                                           |
|-------|----------------------------|------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 人件費   | 6,723                      | 1,297      | 4,589       | <b>【対前年】</b><br>・大丸松坂屋セールスアソシエーツ吸収合併影響<br>人件費: +18億円増    その他: △18億円減<br><br><b>【対19年】</b><br>・人件費: 19年退職給付制度改定に伴う費用減(△41億円)<br>の反動増<br>・広告宣伝費: デジタル化、効率化取り組み<br>・減価償却費: 投資効率化および不動産パルコ移管影響<br>・その他: 管理可能経費減、手数料減 |
| 広告宣伝費 | 2,086                      | 0          | △874        |                                                                                                                                                                                                                  |
| 包装配達費 | 336                        | △12        | △151        |                                                                                                                                                                                                                  |
| 賃借料   | 72                         | 46         | △5          |                                                                                                                                                                                                                  |
| 減価償却費 | 5,367                      | △31        | △376        |                                                                                                                                                                                                                  |
| 作業費   | 2,712                      | △43        | △212        |                                                                                                                                                                                                                  |
| その他   | 8,053                      | △1,485     | △3,105      |                                                                                                                                                                                                                  |
| 販管費合計 | 25,353                     | △228       | △132        |                                                                                                                                                                                                                  |

実質△42億円

- ▶ SC事業は心斎橋開業効果で前年収益確保、コスト圧縮(原価・販管費)で増益
- ▶ デベロッパー事業は前年移管関連費用の反動減、および一部資産売却で増益
- ▶ パルコ単体として事業利益、営業利益それぞれ大幅増益

(単位: 百万円、%)

| 2022年2月期<br>3Q(9-11月度) | SC事業   |      |       | デベロッパー事業 |      |       | パルコ合計  |       |       |
|------------------------|--------|------|-------|----------|------|-------|--------|-------|-------|
|                        | 実績     | 対前年  |       | 実績       | 対前年  |       | 実績     | 対前年   |       |
|                        |        | 増減高  | 増減率   |          | 増減高  | 増減率   |        | 増減高   | 増減率   |
| 総額売上高                  | 55,528 | 397  | 0.7   | 2,081    | 80   | 4.0   | 57,610 | 477   | 0.8   |
| 営業収益                   | 12,563 | 174  | 1.4   | 2,081    | 80   | 4.0   | 14,644 | 254   | 1.8   |
| 営業原価                   | 9,157  | △153 | △1.6  | 871      | △250 | △22.3 | 10,028 | △403  | △3.9  |
| 営業総利益                  | 3,406  | 328  | 10.6  | 1,210    | 330  | 37.4  | 4,616  | 657   | 16.6  |
| 販売管理費                  | 1,849  | △504 | △21.4 | 611      | 102  | 20.0  | 2,460  | △403  | △14.1 |
| 事業利益                   | 1,556  | 831  | 114.7 | 598      | 227  | 61.4  | 2,155  | 1,059 | 96.7  |
| その他の営業収益               | 304    | △228 | △42.8 | 476      | 457  | —     | 781    | 229   | 41.5  |
| その他の営業費用               | 212    | 26   | 14.2  | 31       | △236 | △88.4 | 243    | △211  | △46.3 |
| 営業利益                   | 1,648  | 577  | 53.9  | 1,044    | 922  | 752.2 | 2,692  | 1,498 | 125.5 |

# PARCO 主要店舗別テナント取扱高実績

- ▶ 渋谷、心斎橋は新店効果の発揮により、取扱高は堅調
- ▶ 既存店は10月以降回復基調にあるも、非物販などが苦戦
- ▶ 都心型店舗の浦和、池袋、一部改装休業中の名古屋など順次フロア改編  
(増減率、%)

| 2022年2月期 | 2020年度比較         |                    | 2019年度比較         |                    |
|----------|------------------|--------------------|------------------|--------------------|
|          | 3Q実績<br>(9-11月度) | 3Q累計実績<br>(3-11月度) | 3Q実績<br>(9-11月度) | 3Q累計実績<br>(3-11月度) |
| 仙台PARCO  | △6.9             | 9.4                | △20.0            | △28.3              |
| 浦和PARCO  | △6.6             | 13.4               | △14.2            | △14.9              |
| 池袋PARCO  | △7.5             | 12.4               | △33.8            | △41.9              |
| 渋谷PARCO  | 11.1             | 40.3               | 113.3            | 308.8              |
| 名古屋PARCO | △8.4             | 13.3               | △31.4            | △33.6              |
| 心斎橋PARCO | 349.5            | —                  | —                | —                  |
| 広島PARCO  | △5.4             | 5.5                | △21.3            | △29.3              |
| 福岡PARCO  | △0.9             | 19.2               | △15.3            | △24.9              |
| 合計       | 0.6              | 20.5               | △12.4            | △19.0              |
| 既存店      | △4.7             | 13.4               | △22.7            | △28.4              |

※既存店: 2020年度比較では心斎橋PARCO、PARCO\_ya上野の地下1階及び映画館の実績を除く

2019年度比較では上記に加え渋谷PARCO、宇都宮PARCO、熊本PARCOの実績を除く

# Appendix



## 大丸松坂屋百貨店実績

(大丸松坂屋セールスアソシエイツ吸収合併に伴う遡及修正)



▶ 上期影響は総額売上高＋1.4億円、事業利益△0.6億円、営業利益＋1.9億円

▶ 下期以降影響なし

(単位:百万円)

| 2022年2月期 | 1Q<br>(3-5月度) | 2Q<br>(6-8月度) | 上期      | 上期<br>遡及修正前 | 影響額 |
|----------|---------------|---------------|---------|-------------|-----|
| 総額売上高    | 103,889       | 121,628       | 225,517 | 225,371     | 147 |
| 売上収益     | 36,335        | 43,084        | 79,420  | 79,273      | 147 |
| 売上総利益    | 22,248        | 25,616        | 47,864  | 47,878      | △13 |
| 販売管理費    | 22,725        | 25,653        | 48,379  | 48,332      | 47  |
| 事業利益     | △477          | △37           | △514    | △454        | △60 |
| その他の営業収益 | 342           | 891           | 1,233   | 982         | 250 |
| その他の営業費用 | 3,081         | 257           | 3,339   | 3,340       | △1  |
| 営業利益     | △3,216        | 595           | △2,620  | △2,812      | 191 |

Website

<https://www.j-front-retailing.com>

くらしの  
「あたらしい幸せ」を  
発明する。



**J. FRONT RETAILING**

本資料における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されております。従いまして、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。