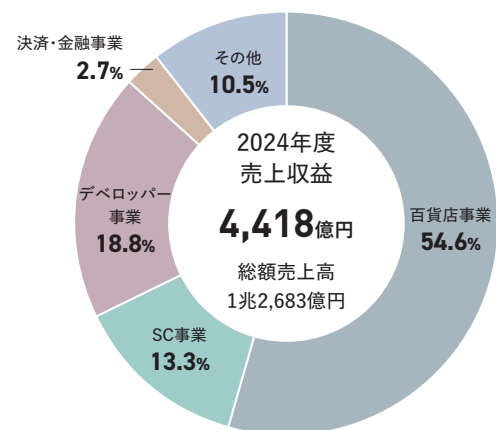
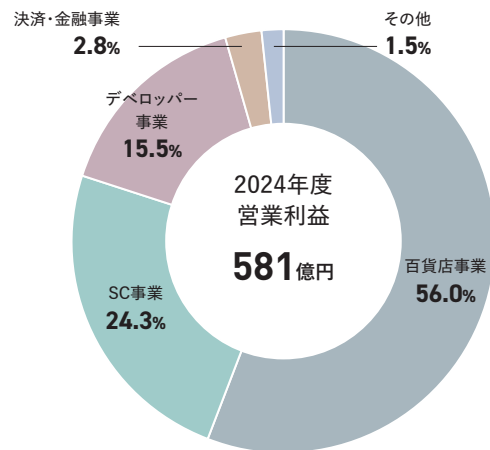


At a Glance

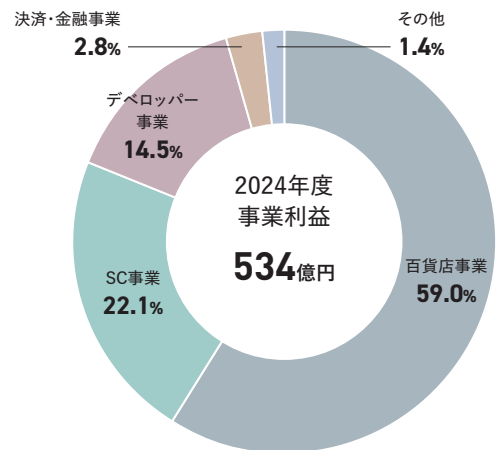
売上収益



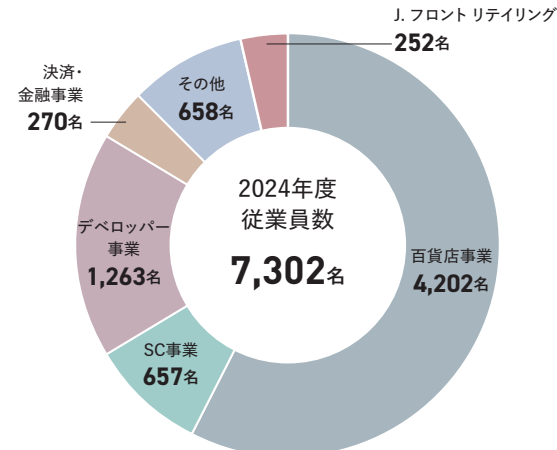
営業利益



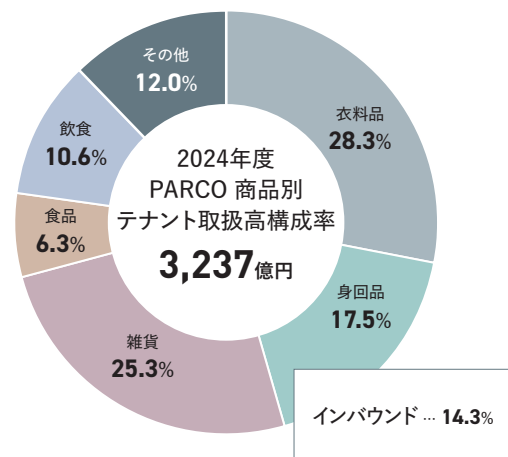
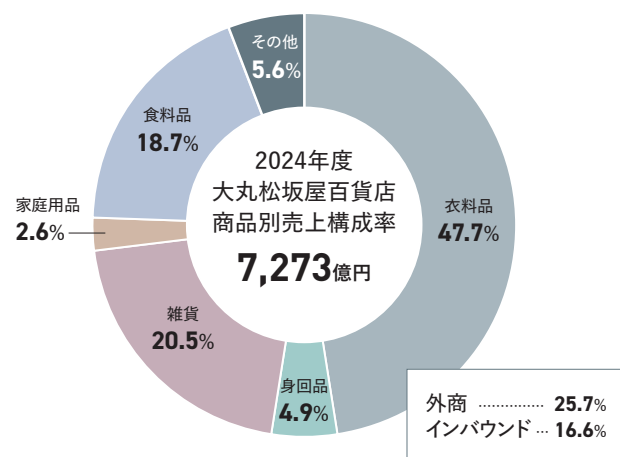
事業利益



従業員数

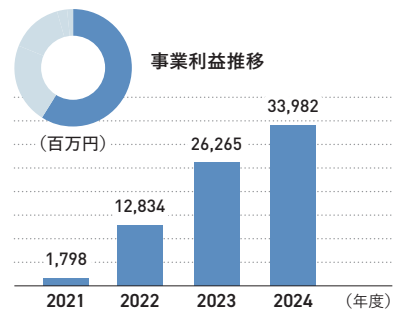


売上高／取扱高構成率（商品別・外商・インバウンド）



セグメント別業績

百貨店事業



北海道・札幌から東京、名古屋、京都、大阪、神戸、九州・博多まで、全国主要都市に大丸、松坂屋屋号の百貨店を15店舗、ラグジュアリーモールのGINZA SIXを展開しています。

2024年度は、主に高質・高揚消費層へのコンテンツの拡充に向けた改装効果や、訪日外国人観光客による売上の伸長などにより、売上高は大幅な増収となりました。

店舗別では、インバウンド売上が好調な大丸心斎橋店・京都店に加え、戦略改装を実施してきた大丸神戸店・札幌店、またターミナル店舗の大丸東京店など、主要店舗の好調が業績を牽引しました。

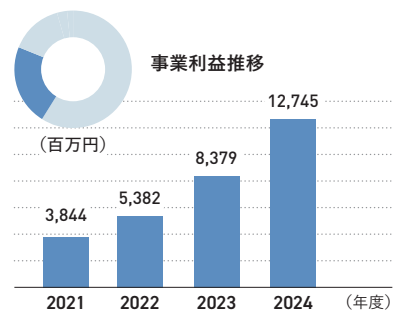
松坂屋名古屋店では大規模改装を推進しており、昨年11月より順次オープンを迎えていま

す。今回のリニューアルはリアル店舗ならではの「体験価値の向上」、「次世代顧客の獲得」に向け、ラグジュアリーブランドの拡充に加え、ファッション・アート・お酒・美や健康など、次世代のマーケットニーズを捉えたコンテンツを拡充しました。大丸梅田店では同店が入居する「サウスゲートビルディング」の大規模リニューアル計画を他社と共同で発表しました。

このほか、お客様との強固な関係性を構築すべく、大丸・松坂屋アプリを改修するなど、メディア機能の強化をはかりました。

以上のような諸施策に取り組みました結果、売上収益は263,643百万円（対前年10.3%増）の増収となりました。事業利益は33,982百万円（対前年30.2%増）の大幅な増益となりました。

SC事業



北海道・札幌から仙台、東京、名古屋、大阪、九州・博多まで全国主要都市にショッピングセンターPARCOを15店舗展開しています。また、映画や演劇などをプロデュースするエンタテインメント事業も営んでいます。

2024年度は、リテール事業の深化に向けてパルコ独自のブランド価値、来店価値の向上をはかるため、MZ世代や海外顧客からの支持拡大に向けた戦略改装を実施しました。

名古屋PARCOでは、東海エリア随一の洗練されたファッションと多彩なエンタテインメントをテーマとしたリニューアル、仙台PARCOでは、ファッションやエンタテインメントの強化、広島PARCOではエリア唯一のショップ誘致を目的とした戦略改装を行いました。

また訪日外国人観光客への情報発信強化や

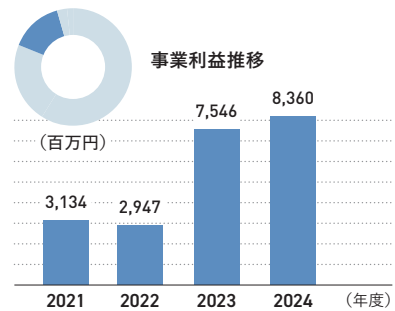
アジアを中心とする海外企業との提携など関係強化に取り組み、渋谷PARCO・心斎橋PARCOではインバウンド取扱高が大幅に伸長し業績を牽引しました。

文化事業では、演劇が復調し、音楽は渋谷クアトロが好調、コラボレーションカフェは人気漫画のライセンスを活用した事業開発が奏功しました。

また韓国の大手百貨店「現代（ヒュンダイ）百貨店」と戦略的協業に関する基本合意を4月に締結し、渋谷PARCOでポップアップイベントを開催しMZ世代を中心に新たな顧客層を集客しました。

以上のような諸施策に取り組みました結果、売上収益は64,418百万円（対前年9.7%増）の増収となりました。事業利益は12,745百万円（対前年51.3%増）の大幅な増益となりました。

デベロッパー事業



不動産賃貸物件の開発および建築内装事業を営んでいます。名古屋・栄地区や大阪・心斎橋地区、福岡・博多地区などで大型開発案件が進行しています。

2024年度は、主にJ.フロント都市開発株式会社において保有物件の売却益を計上したほか、株式会社J.フロント建築におけるホテル内装工事の受注増加などが牽引し、増収増益となりました。

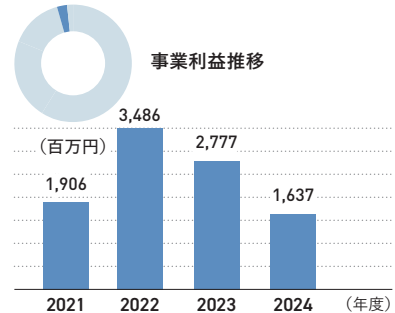
重点戦略では、7つの重点都市開発において、2026年度竣工・開業予定である「ザ・ランドマーク名古屋栄」ならびに「（仮称）心斎橋プロジェクト」を着実に推進しました。また、新たに心斎橋ビルを取得する特定目的会社への出資を

決定しました。「（仮称）天神二丁目南ブロック駅前東西街区プロジェクト」では、地区計画および市街地再開発事業の都市計画決定を踏まえ、グループ横断的に計画を推進してまいります。

このほか、グループのビルマネジメント事業の再編強化に向け、9月に株式会社J.フロントONEパートナー（旧：株式会社JFRサービス）のビルマネジメント事業を株式会社パルコススペースシステムズへ移管しました。

以上のような諸施策に取り組みました結果、売上収益は90,658百万円（対前年11.5%増）の増収となりました。事業利益は8,360百万円（対前年7.4%増）の増益となりました。

決済・金融事業



大丸松坂屋カード、大丸松坂屋お得意様ゴールドカードをはじめ、新たにGINZA SIXカード、PARCOカード、博多大丸カードの発行も順次開始しています。近年は保険など金融商品の取り扱いにも取り組んでいます。

2024年度は、重点戦略の推進として百貨店事業との協業によるカード会員の拡大および利用促進をはかりました。また、新たな顧客基盤の拡大に向け、グループ内カード集約の取り組みとして、新GINZA SIXカード、新PARCOカードの発行を開始しました。加盟店事業では、重点エリアを中心に外部加盟店を開拓したほか、グルー

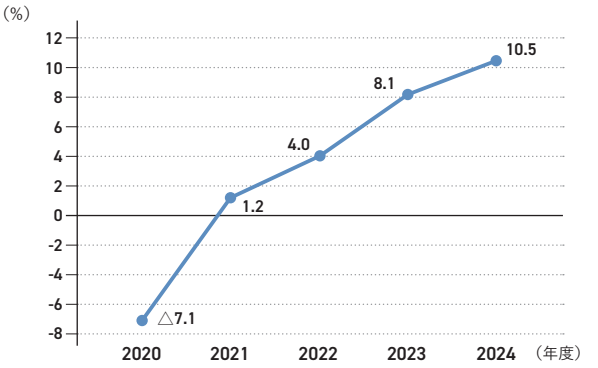
プ商業施設のアクワイアリングの拡大に取り組みました。

また、業界課題である不正利用対策の強化に向け、オンラインサービスへの多要素認証導入、ワンタイムパスワード導入等を実施しました。

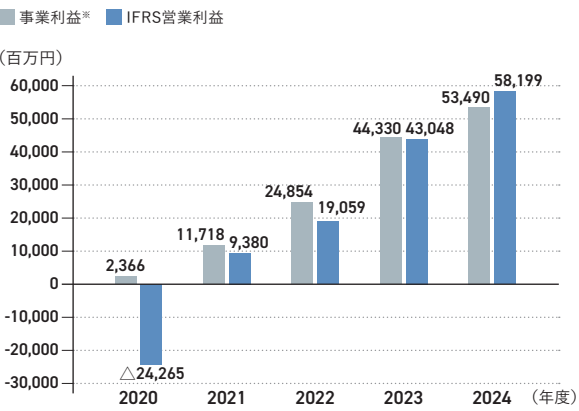
以上のような諸施策に取り組みました結果、売上収益は取扱高増などにより加盟店手数料が増加した一方、ポイント費の増加などもあり13,135百万円（対前年0.1%増）となりました。販管費は、グループ内カード集約に向けた投資費用や人件費などが増加し、事業利益は1,637百万円（対前年41.0%減）の減益となりました。

財務・非財務ハイライト

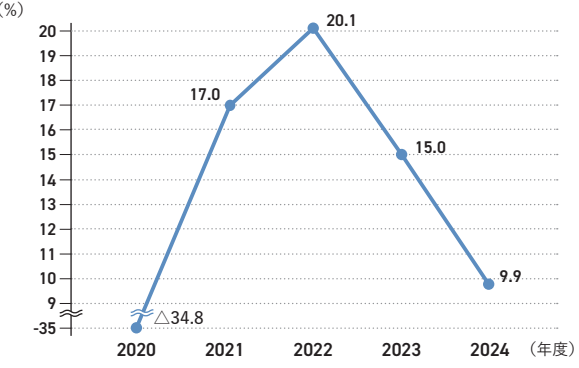
▶ ROE



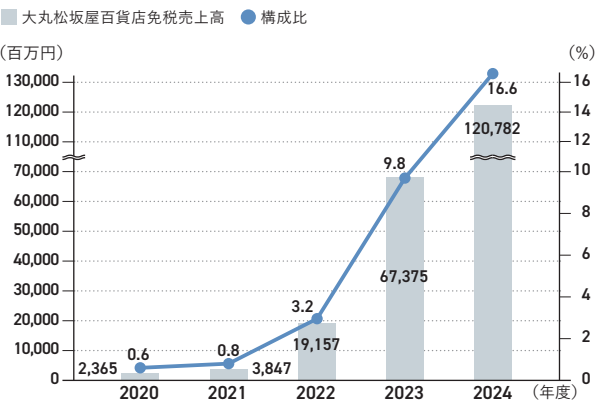
▶ 連結事業利益/IFRS営業利益



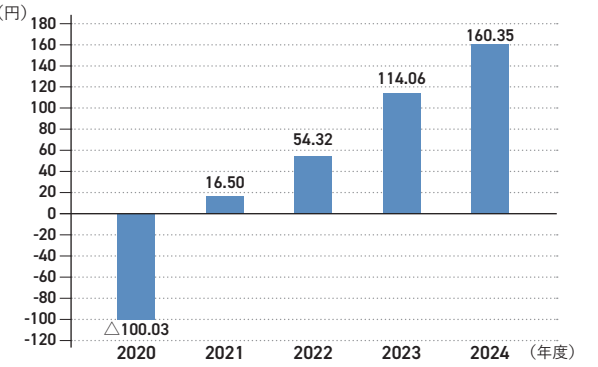
▶ 大丸松坂屋百貨店既存店売上(対前年増減率)



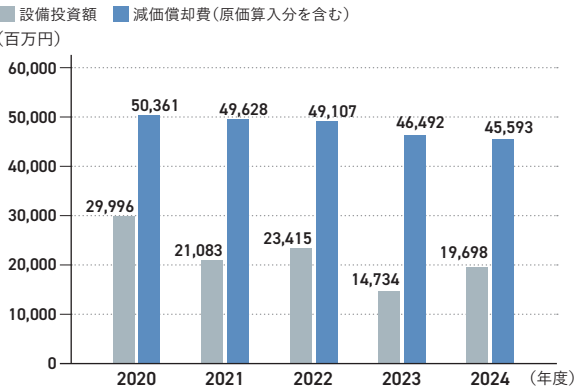
▶ 大丸松坂屋百貨店免税売上高と構成比



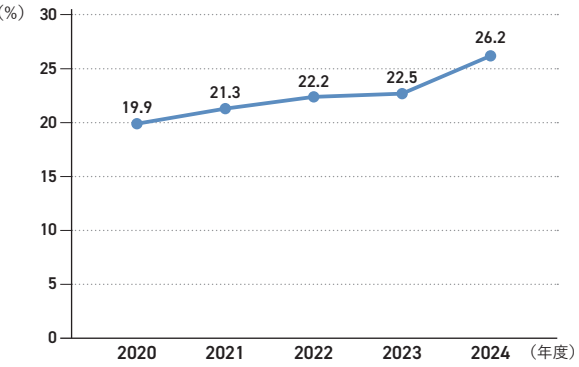
▶ EPS



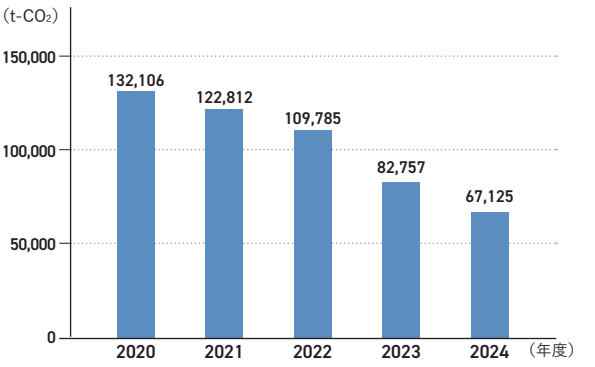
▶ 設備投資額・減価償却費(原価参入分を含む)



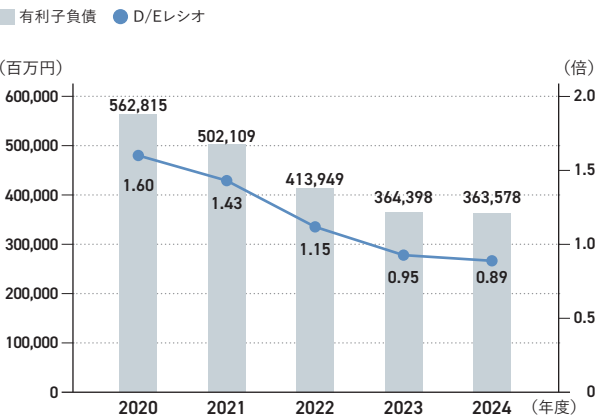
▶ 女性管理職比率(連結)



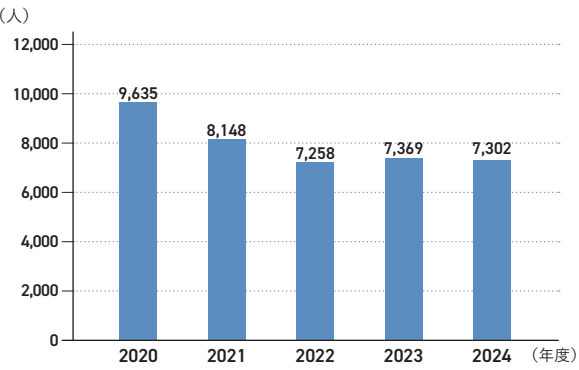
▶ Scope1・2 温室効果ガス排出量(連結)



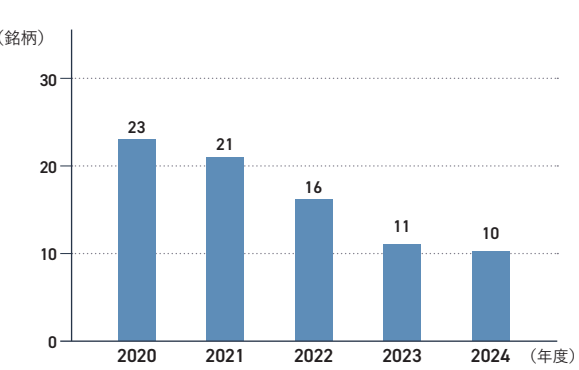
▶ 有利子負債とD/Eレシオ



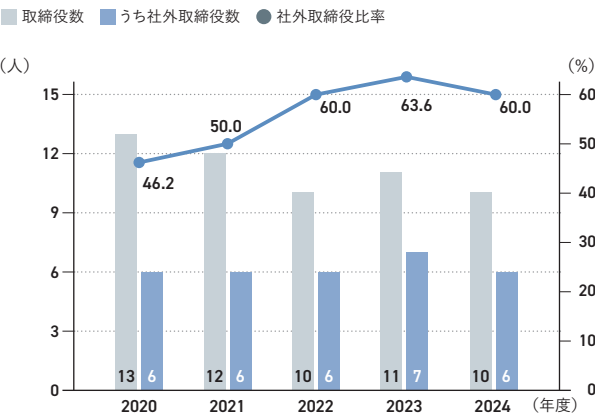
▶ 連結従業員数



▶ 政策保有株式 期末銘柄数



▶ 取締役数と社外取締役数、社外取締役比率



※2017年度から国際会計基準(IFRS)を適用しています。
※2019年度からIFRS16号を適用しています。これに伴い、オペレーティング・リース契約が新たに使用権資産・リース負債として計上されることになるため、設備投資額や減価償却費、有利子負債などに大きな変動が生じています。

※山科店は2019年3月31日に営業終了
※下関店は2020年3月から直営店化((株)下関大丸を(株)大丸松坂屋百貨店に吸収合併)
※豊田店は2021年9月30日に営業終了