
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 (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	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 帰属する四半期利益	5,665	4,986	733.8	3,669	19,301	—

- ▶ 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、%)

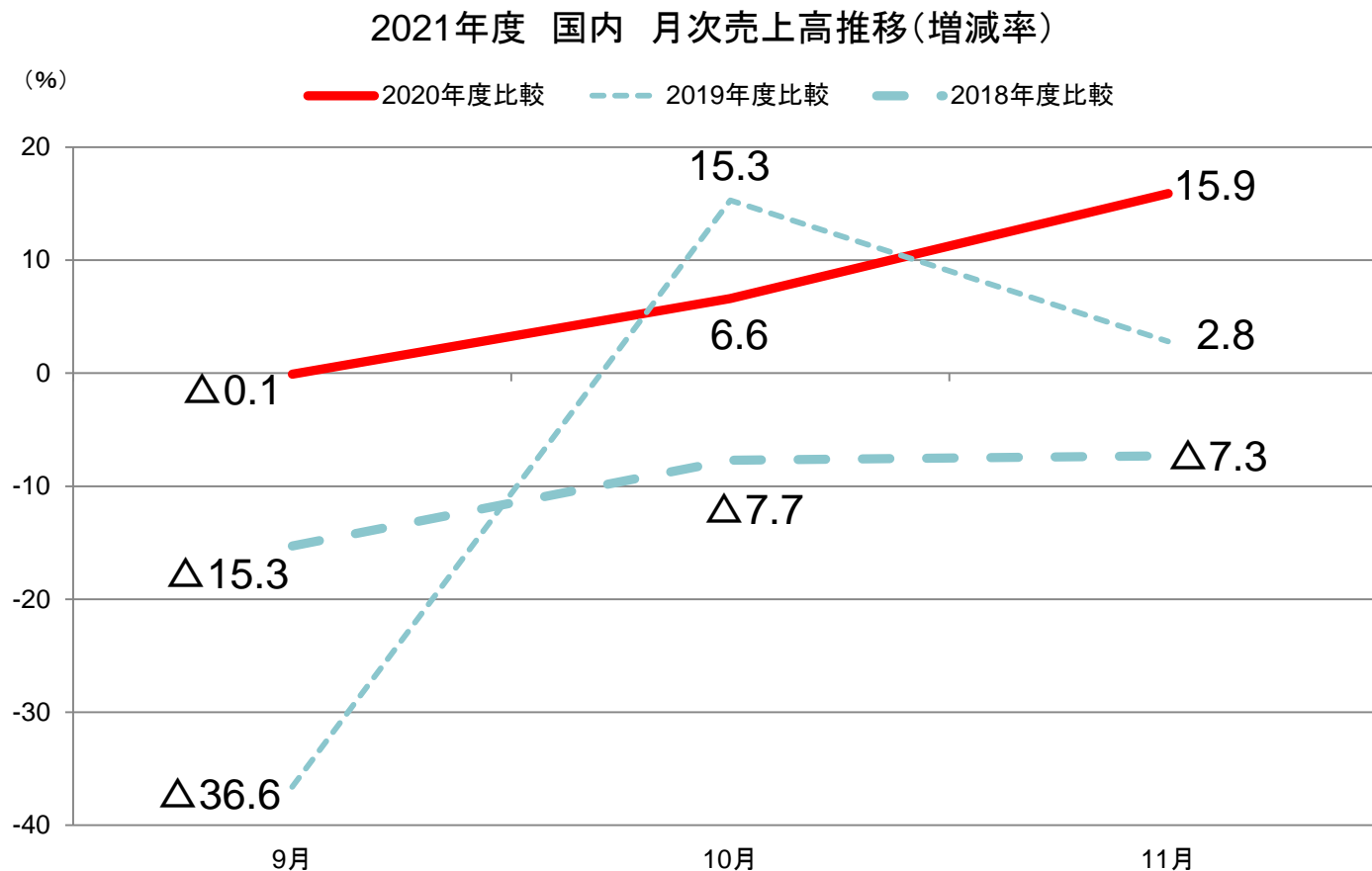
2022年2月期 3Q(9-11月度)	売上収益			事業利益			営業利益		
	実績	対前年		実績	対前年		実績	対前年	
		増減高	増減率		増減高	増減率		増減高	増減率
百貨店事業	46,178	1,322	2.9	1,566	1,703	—	1,757	1,565	813.1
SC事業	12,580	△2,973	△19.1	1,555	982	171.2	1,647	631	62.1
デベロッパー事業	12,707	△777	△5.8	1,070	149	16.3	1,298	586	82.2
決済・金融事業	2,978	641	27.4	649	666	—	664	664	—
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)

- ▶ 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 (3-11月)	3Q(9-11月)		3Q累計実績 (3-11月)
	実績	予想		実績	予想	
心齋橋店	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 3Q (9-11月度)	対前年 増減高	対19年 増減高	主な増減要因
人件費	6,723	1,297	4,589	【対前年】 ・大丸松坂屋セールスアソシエーツ吸収合併影響 人件費: +18億円増 その他: △18億円減 【対19年】 ・人件費: 19年退職給付制度改定に伴う費用減(△41億円) の反動増 ・広告宣伝費: デジタル化、効率化取り組み ・減価償却費: 投資効率化および不動産パルコ移管影響 ・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事業は心齋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 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、心齋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 (9-11月度)	3Q累計実績 (3-11月度)	3Q実績 (9-11月度)	3Q累計実績 (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
心齋橋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年度比較では心齋橋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 (3-5月度)	2Q (6-8月度)	上期	上期 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。