



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 IR推進部
 TEL 03-6895-0178

2020年6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 | |
|-----------|------------|-------|---------------|---------------|
| | 6月度 | 累計 | 6月度 | 累計 |
| 百貨店事業 | ▲31.2 | ▲55.3 | ▲29.0 (▲25.8) | ▲56.1 (▲53.5) |
| パルコ事業 | ▲11.2 | ▲37.2 | ▲15.4 | ▲49.7 |
| 不動産事業 | ▲4.7 | ▲29.8 | ▲4.6 | ▲30.2 |
| クレジット金融事業 | ▲3.4 | ▲15.4 | ▲2.4 | ▲15.8 |
| その他 | 8.4 | ▲4.6 | 3.9 | ▲6.8 |
| 連結合計 | ▲17.4 | ▲37.4 | ▲21.9 | ▲49.8 |

※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. 2019年9月20日に大丸心齋橋店本館がオープンしたことに伴い、大丸心齋橋店は従来と比較し、賃貸面積が拡大しております。
 4. 大丸山科店は、2019年3月末日をもって営業を終了いたしました。
 5. ㈱下関大丸は、2020年3月1日付で㈱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。
 6. 百貨店事業の()内は、大丸心齋橋店、大丸山科店を控除した増減率を示しております。
 7. 錦糸町PARCOは、2019年3月16日に開店いたしました。
 8. 渋谷PARCOは、2019年11月22日に建替えオープンいたしました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- ・ 14日までは短縮営業を継続したものの、土日営業を再開(※)したことに、15日以降はほぼ通常通りの営業時間としたことも加わり、対前年約3割の減少となり、前月よりもマイナス幅を縮小させた。※5月30日から土日営業を再開
- ・ 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年▲97.1%減(客数同▲99.2%減、客単価同+241.0%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▲20.6%減であった。
- ・ なお大丸松坂屋百貨店の7月度の売上は、前月と比較してターミナル駅の店舗にも緩やかな回復の兆しが見られ、14日までの累計で対前年▲29%減、免税売上高は同▲98%減、国内売上高は同▲23%減で推移している。

2) パルコ事業

- ・ PARCO各店は6月1日より全店で営業を再開し、5月よりマイナス幅は縮小。郊外店舗は概ね健闘したものの関東店舗を中心に10店舗が月を通して短縮営業であったことや3密回避などに対応した営業体制の縮小などにより苦戦。アイテム別では、自宅での生活を充実させるようなアイテムを中心に雑貨が好調も、営業体制の縮小や自粛の影響が継続している飲食や映画・旅行などのサービスが苦戦した。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- ・ 不動産事業は、売上高減に伴う歩合賃料の減少により減収となったが、前月比較では大幅に回復した。
- ・ クレジット金融事業のJFRカードも、百貨店取扱高の減少に伴い減収となったが、マイナス幅は縮小した。
- ・ その他は、電子デバイスが好調な卸売事業の大丸興業や、店舗改装などで受注増となった建装事業などが牽引し、トータルで増収となった。

【お問合せ先】 J.フロント リテイリング株式会社
 ・ IR推進部 TEL 03-6895-0178
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6895-0816

2020年6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：%)

| | 6月度 | | 累計 | |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 売上高 | 入店客数 | 売上高 | 入店客数 |
| 大丸 心齋橋店 | ▲52.1 | ▲65.0 | ▲73.2 | ▲76.5 |
| 大丸 梅田店 | ▲31.9 | ▲43.5 | ▲62.7 | ▲67.4 |
| 大丸 東京店 | ▲50.1 | ▲68.0 | ▲69.6 | ▲74.6 |
| 大丸 京都店 | ▲28.1 | ▲39.5 | ▲51.0 | ▲55.8 |
| 大丸 神戸店 | ▲16.1 | ▲33.7 | ▲51.6 | ▲59.3 |
| 大丸 須磨店 | ▲5.0 | ▲23.8 | ▲29.2 | ▲34.1 |
| 大丸 芦屋店 | ▲22.5 | 29.2 | ▲50.9 | ▲22.2 |
| 大丸 札幌店 | ▲25.0 | ▲45.1 | ▲56.4 | ▲60.8 |
| 大丸 下関店 ※2 | - | - | - | - |
| 松坂屋 名古屋店 | ▲15.4 | ▲34.6 | ▲47.7 | ▲55.4 |
| 松坂屋 上野店 | ▲23.0 | ▲47.9 | ▲36.1 | ▲65.7 |
| 松坂屋 静岡店 | ▲18.8 | ▲50.8 | ▲44.7 | ▲57.3 |
| 松坂屋 高槻店 | ▲18.1 | ▲23.9 | ▲44.3 | ▲42.8 |
| 松坂屋 豊田店 | ▲12.9 | ▲44.1 | ▲40.9 | ▲51.5 |
| 大丸松坂屋百貨店合計 ※3 | ▲28.1 | ▲45.8 | ▲55.1 | ▲62.1 |
| (除く下関店) | ▲29.4 | ▲47.0 | ▲56.1 | ▲63.2 |
| (除く心齋橋店・下関店) ※4,5 | ▲25.8 | ▲45.0 | ▲53.2 | ▲61.7 |
| 博多大丸 | ▲26.6 | ▲51.5 | ▲58.1 | ▲66.0 |
| 高知大丸 | ▲17.1 | ▲42.5 | ▲46.6 | ▲58.9 |
| 百貨店事業合計 ※3 | ▲29.0 | ▲47.5 | ▲56.0 | ▲63.3 |
| (除く心齋橋店) ※4,5 | ▲25.8 | ▲45.8 | ▲53.5 | ▲62.1 |

※注) 1. 大丸山科店は、2019年3月末日をもって営業を終了いたしました。
 2. 榊下関大丸は、2020年3月1日付で榊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。
 3. 合計の増減率は、大丸山科店を除いております。
 大丸山科店を含む累計の増減率は、大丸松坂屋百貨店合計対前年▲55.2%減、百貨店事業合計同▲56.1%減。
 4. 2019年9月20日に大丸心齋橋店本館がオープンしたことに伴い、大丸心齋橋店は従来と比較し、賃貸面積が拡大しております。
 5. 合計から、大丸心齋橋店の本年・前年実績を控除した増減率を記載しております。

2. 大丸心齋橋店 取扱高 (対前年増減率：%)

| | 6月度 | 累計 |
|---------|-------|-------|
| 大丸 心齋橋店 | ▲43.5 | ▲68.5 |

※2019年10月より、総額売上高に加え、取扱高の対前年増減率を公表しております。取扱高は、商品売上高とテナント売上高を合計して算出しております。

3. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

| | 全店計 | | 除く心齋橋店 | |
|-----------|-------|-------|--------|-------|
| | 6月度 | 累計 | 6月度 | 累計 |
| 紳士服・洋品 | ▲25.8 | ▲59.2 | ▲20.6 | ▲56.2 |
| 婦人服・洋品 | ▲21.2 | ▲58.4 | ▲19.1 | ▲56.9 |
| 子供服・洋品 | ▲22.8 | ▲68.2 | ▲15.1 | ▲67.0 |
| その他の衣料品 | ▲26.9 | ▲57.9 | ▲23.4 | ▲56.3 |
| 衣料品計 | ▲22.3 | ▲59.1 | ▲19.3 | ▲57.4 |
| 身 回 品 | ▲37.6 | ▲65.6 | ▲36.3 | ▲64.7 |
| 化粧品 | ▲52.0 | ▲70.3 | ▲38.7 | ▲60.7 |
| 美術・宝飾・貴金属 | ▲38.0 | ▲57.4 | ▲35.7 | ▲56.4 |
| その他雑貨 | ▲24.1 | ▲52.7 | ▲24.6 | ▲53.0 |
| 雑 貨 計 | ▲45.1 | ▲64.9 | ▲36.4 | ▲58.4 |
| 家 具 | ▲43.2 | ▲51.4 | ▲41.8 | ▲51.3 |
| 家 電 | ▲4.3 | ▲42.6 | 5.7 | ▲40.4 |
| その他の家庭用品 | ▲28.9 | ▲57.0 | ▲18.8 | ▲50.6 |
| 家庭用品計 | ▲31.5 | ▲55.7 | ▲23.5 | ▲50.5 |
| 生 鮮 | ▲20.0 | ▲36.8 | ▲16.4 | ▲33.8 |
| 菓 子 | ▲31.7 | ▲52.4 | ▲29.7 | ▲51.0 |
| 惣 菜 | ▲27.2 | ▲51.4 | ▲25.0 | ▲50.1 |
| その他食料品 | ▲16.8 | ▲35.8 | ▲14.5 | ▲33.7 |
| 食料品計 | ▲25.1 | ▲46.6 | ▲22.7 | ▲44.9 |
| 食堂・喫茶 | ▲54.3 | ▲74.0 | ▲53.1 | ▲73.2 |
| サービス | ▲47.0 | ▲65.4 | ▲50.3 | ▲67.5 |
| そ の 他 | 16.1 | 22.8 | ▲4.5 | 14.7 |
| 合 計 | ▲29.4 | ▲56.1 | ▲25.8 | ▲53.2 |

※総額売上高ベース。上記売上高は、大丸山科店・大丸下関店を除いております。

4. 売上高概況

- ・ 14日までは短縮営業を継続したものの、土日営業を再開(※)したことに、15日以降はほぼ通常通りの営業時間としたことも加わり、対前年約3割の減少となり、前月よりもマイナス幅を縮小させた。

※5月30日から土日営業を再開

- ・ 郊外店舗は生活圏での買物利用により回復基調を見せた。
- ・ 商品別では、改装店舗を中心として婦人服特選ブランドが好調となった。セールは上旬からの分散開催となったが、集客の減少によりマイナスとなった。

2020年6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：%)

| | 6月度 | 累計 |
|------------|-------|-------|
| 札幌PARCO | ▲30.5 | ▲63.7 |
| 仙台PARCO | ▲20.3 | ▲51.6 |
| 新所沢PARCO | 3.2 | ▲43.1 |
| 浦和PARCO | ▲3.6 | ▲44.0 |
| 池袋PARCO | ▲29.7 | ▲66.0 |
| PARCO_ya上野 | ▲33.1 | ▲66.4 |
| ひばりが丘PARCO | 5.0 | ▲43.7 |
| 吉祥寺PARCO | ▲25.5 | ▲63.0 |
| 錦糸町PARCO | ▲13.6 | ▲56.3 |
| 調布PARCO | 2.7 | ▲43.5 |
| 津田沼PARCO | ▲11.8 | ▲49.2 |
| 松本PARCO | ▲16.6 | ▲45.9 |
| 静岡PARCO | ▲27.7 | ▲49.2 |
| 名古屋PARCO | ▲30.0 | ▲56.0 |
| 広島PARCO | ▲16.6 | ▲49.7 |
| 福岡PARCO | ▲22.8 | ▲54.5 |
| 全店計 | ▲14.9 | ▲51.9 |
| 既存店計 ※4 | ▲18.2 | ▲53.2 |

- ※注) 1. 渋谷PARCO本館は、2019年11月22日に開店いたしました。
 2. 宇都宮PARCOは、2019年5月31日に閉店いたしました。
 3. 熊本PARCOは、2020年2月29日に閉店いたしました。
 4. 既存店計には、渋谷PARCO本館、宇都宮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 | |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| | 6月度 | 累計 | 6月度 | 累計 |
| 衣料品 | ▲9.8 | ▲54.7 | ▲13.7 | ▲56.0 |
| 身回品 | ▲10.7 | ▲52.8 | ▲12.4 | ▲53.1 |
| 雑貨 | 10.8 | ▲42.0 | 4.7 | ▲44.3 |
| 食品 | ▲2.2 | ▲14.1 | ▲2.4 | ▲14.3 |
| 飲食 | ▲36.1 | ▲59.8 | ▲41.1 | ▲62.9 |
| その他 | ▲57.9 | ▲71.9 | ▲58.8 | ▲72.6 |
| 合計 | ▲14.9 | ▲51.9 | ▲18.2 | ▲53.2 |

3. 営業概況

- PARCO各店は6月1日より全店で営業を再開し、5月よりマイナス幅は縮小。郊外店舗は概ね健闘したものの関東店舗を中心に10店舗が月を通して短縮営業であったことや3密回避などに対応した営業体制の縮小などにより苦戦。
- アイテム別では、家電やインテリアなど巣ごもり需要アイテムを中心に雑貨が好調も、短縮営業の影響が大きく3密回避営業を行った飲食に加え、営業再開後も営業体制を縮小している映画や外出自粛の影響がより大きい旅行などのサービスが苦戦した。

* 関東店舗を中心に10店舗が月を通して短縮営業。2店舗が6月1日より通常営業（一部ショップを除く）。5店舗が下旬より通常営業（一部ショップを除く）。