



J. FRONT RETAILING

2022年3月15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 IR推進部  
 TEL 03-6895-0178

## 2022年2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	
	2月度	9-2月累計	2月度	9-2月累計
百貨店事業	0.2	5.0	1.7 (2.9)	9.0 (9.7)
SC事業	▲21.1	▲19.7	▲5.7	▲0.4
デベロッパー事業	▲1.2	9.0	10.0	6.6
決済・金融事業	65.2	37.0	▲10.4	22.9
その他	▲2.2	▲8.8	▲7.9	▲8.8
連結合計	12.1	1.4	▲5.6	5.4

- ※注) 1. 当社は2017年3月から国際会計基準(IFRS)を任意適用しています。  
 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、「SC事業(パルコSC)」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います(なおパルコでは、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います)。  
 3. 当社グループは、2021年度より「百貨店事業」、「SC事業」、「デベロッパー事業」、「決済・金融事業」を報告セグメントとします。  
 4. 各セグメントの対前年増減率は、それぞれを構成する事業会社の単純合算により算出しており、セグメント内消去を含みません。  
 5. 松坂屋豊田店は、2021年9月末日をもって営業を終了しました。百貨店事業の( )内は、松坂屋豊田店の値を控除した増減率を示しております。  
 6. デベロッパー事業に含まれるJ.フロント建装において、今期より会計処理方法を変更しております。  
 7. 心斎橋PARCOは、2020年11月20日に開店しました。  
 8. 当社は、2021年6月30日付で(株)ヌーヴ・エイの全株式を譲渡しました。  
 9. (株)大丸松坂屋百貨店は、2021年9月1日付で(株)大丸松坂屋セールスアソシエイツを吸収合併しました。

### 2. 事業別の概況

#### 1) 百貨店事業

- 2月度の売上高は、新型コロナウイルス感染症の拡大や大丸札幌店において記録的な大雪の影響などを受けたものの、ラグジュアリーブランドや宝飾品が好調に推移し、大丸松坂屋百貨店合計(既存店)では対前年2.6%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計(既存店)では同2.9%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年20.2%増(客数同▲35.8%減、客単価同87.4%増)であった。  
\*注) 免税売上高の実績には、大丸心斎橋店の定期賃貸借テナントの免税売上は含みません。
- 大丸松坂屋百貨店の国内売上高(免税売上の本年・前年実績を除く)は対前年2.4%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の3月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、ラグジュアリーブランドや宝飾品の好調等により、14日までの累計で対前年4%増(対2019年度▲19%減、対2018年度▲20%減)、国内売上高は同4%増(対2019年度▲9%減、対2018年度▲11%減)で推移している。

#### 2) SC事業

- 2021年6月30日付で(株)ヌーヴ・エイの全株式を譲渡したことを主因に、SC事業の2月度の売上収益は対前年▲21.1%減、総額売上高は同▲5.7%減となった。
- パルコ店舗テナント取扱高は、ラグジュアリーブランドなどが好調に推移したことで健闘した店舗があったものの、厳しい寒さが続き衣料品が不振だったことや新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続してあったことなどにより、全店計で前年を下回った。

#### 3) デベロッパー事業、決済・金融事業、その他

- デベロッパー事業は、パルコスペースシステムズが増収となったものの、J.フロント建装が前年の大口プロジェクト受注の反動などから減収となり、トータルで減収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、年会費や金融・保険収益の増加等により、増収となった。
- その他は、人材派遣業のディンプルが増収となったものの、卸売業である大丸興業の海外子会社等で減収となり、トータルで減収となった。

【お問合せ先】 J.フロント リテイリング株式会社

・ IR推進部 TEL 03-6895-0178

・ グループ広報推進部 TEL 03-6895-0172 FAX 03-6674-7565

**2022年2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：%)

	2月度		9-2月累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	9.8	3.2	16.1	17.4
大丸 梅田店	▲3.6	▲0.8	6.4	14.2
大丸 東京店	10.4	11.3	16.3	20.9
大丸 京都店	3.0	0.9	3.1	2.9
大丸 神戸店	4.5	▲4.1	13.3	6.5
大丸 須磨店	▲8.8	11.2	▲13.6	8.0
大丸 芦屋店	5.2	4.7	8.5	15.5
大丸 札幌店	▲12.5	▲15.3	11.8	14.0
大丸 下関店	▲6.6	▲6.0	▲4.0	▲4.6
松坂屋 名古屋店	5.5	1.2	10.0	7.6
松坂屋 上野店	▲1.0	1.4	6.9	12.8
松坂屋 静岡店	13.0	3.7	13.7	14.7
松坂屋 高槻店	▲11.6	17.9	▲15.0	14.4
店 計	1.2	▲0.4	9.0	11.1
既存店計	2.5	1.0	9.8	12.3
法人・本社等	3.6	—	11.3	—
大丸松坂屋百貨店合計	1.4	▲0.4	9.1	11.1
うち商品売上高 ※3	1.1	—	9.2	—
うち不動産賃貸収入 ※3	7.4	—	7.5	—
既存店計	2.6	1.0	9.9	12.3
博多大丸	12.7	14.2	10.1	11.6
高知大丸	▲24.4	▲30.5	▲5.2	3.5
百貨店事業合計	1.7	0.0	9.0	11.1
既存店計	2.9	1.4	9.7	12.2

- ※注) 1. 2021年度より、これまで各店の実績に含めていた法人外商売上や本社に帰属する収益を法人・本社等として開示します。  
 2. 2021年度より、これまで不動産事業に含めていた不動産賃貸収入について、GINZA SIXは法人・本社等へ、百貨店周辺店舗等は各店へ含めています。対前年増減率は、前年実績を組み替えて算出しています。  
 3. 1、2に伴い、大丸松坂屋百貨店の売上高を、「商品売上高」と「不動産賃貸収入」に分けて開示します。「商品売上高」は、「2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高」の合計と一致します。  
 4. 松坂屋豊田店は、2021年9月末日をもって営業を終了しました。  
 5. 既存店計には、松坂屋豊田店の値を含みません。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	2月度	9-2月累計
紳士服・洋品	▲4.7	6.6
婦人服・洋品	4.5	14.1
子供服・洋品	▲20.9	▲7.6
その他の衣料品	▲13.3	▲6.9
衣料品計	2.1	11.7
身 回 品	▲10.9	3.5
化粧品	2.3	4.2
美術・宝飾・貴金属	15.0	18.3
その他雑貨	▲11.4	1.3
雑 貨 計	8.0	11.1
家具	▲1.4	3.3
家電	▲50.2	▲53.5
その他の家庭用品	▲8.0	0.1
家庭用品計	▲7.1	▲0.2
生 鮮	▲10.4	▲5.1
菓 子	▲5.2	10.7
惣 菜	▲4.0	7.1
その他食料品	11.2	1.3
食料品計	▲2.8	4.8
食堂・喫茶	▲1.5	13.0
サービス	▲1.7	18.8
そ の 他	5.3	18.6
合 計	1.1	9.2

- ・ 婦人服・洋品はラグジュアリーブランドの好調により前年比増加基調を継続。雑貨では化粧品が、心齋橋店の好調などにより前年を上回ったほか、催事における大口計上もあり宝飾品が対前年2桁増となった。食料品は新型コロナウイルス感染症の拡大により、デイリー商材を中心に苦戦した。なお1月からスタートしたバレンタイン商戦は、店頭・オンライン売上ともに前年実績を上回り、堅調に推移した。

## 2022年2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：%)

	2月度	9-2月累計
札幌PARCO	▲8.0	3.3
仙台PARCO	▲13.6	0.4
新所沢PARCO	▲8.9	▲10.6
浦和PARCO	▲1.4	▲1.1
池袋PARCO	5.2	2.4
PARCO_ya上野 ※2	5.5	4.9
ひばりが丘PARCO	▲2.4	▲0.4
吉祥寺PARCO	▲1.0	2.7
渋谷PARCO	27.1	30.3
錦糸町PARCO	▲1.2	0.8
調布PARCO	▲2.2	▲0.3
津田沼PARCO	▲10.9	▲7.8
松本PARCO	▲13.1	▲4.8
静岡PARCO	4.7	▲1.1
名古屋PARCO	▲11.7	▲3.9
心齋橋PARCO	16.7	90.0
広島PARCO	▲13.2	1.0
福岡PARCO	▲0.3	6.6
全店計	▲0.9	5.2
既存店計 ※3	▲0.9	1.9

- ※注) 1. 心齋橋PARCOは、2020年11月20日に開店しました。  
 2. 当社は2021年度より報告セグメントを変更し、従来不動産事業に含めていた上野フロンティアタワーの地下1階及び映画館の実績をSC事業として管理することとし、PARCO\_ya上野の本年数値に含めています。  
 対前年増減率算出の基となる前年数値は前年に開示した値と異なり、地下1階及び映画館の値が含まれます。  
 3. 9~1月累計の既存店計には、心齋橋PARCOの値を含みません。

### 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	
	2月度	9-2月累計	2月度	9-2月累計
衣料品	▲4.7	4.6	▲4.7	2.0
身回品	▲5.6	3.5	▲5.6	▲0.6
雑貨	0.6	8.0	0.6	4.5
食品	0.2	4.2	0.2	3.2
飲食	8.0	14.4	8.0	5.2
その他	5.1	▲1.7	5.1	▲3.7
合計	▲0.9	5.2	▲0.9	1.9

※注) 既存店計の9~1月累計には、心齋橋PARCOの値を含みません。

### 3. 営業概況

- ・ 2月は、ラグジュアリーブランドなどが好調に推移したことで健闘した店舗があったものの、厳しい寒さが続き衣料品が不振だったことや新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続してあったことなどにより、全店計で前年を下回った。
- ・ アイテム別では、前年に比べ平均気温が低かった影響で春物商品の売上が伸び悩んだことなどにより衣料品が不振。一方、飲食が、前年の新型コロナウイルス感染症拡大に伴い発出されていた緊急事態宣言による営業時間短縮などの影響の反動があったほか、映画がヒット作に恵まれたことで前年を大きく上回った。  
 ※一部店舗にて時間を短縮して営業