



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  
 お問い合わせ先 財務戦略統括部 I R推進部  
 TEL 03-6895-0178

**2022年7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	
	7月度	3-7月累計	7月度	3-7月累計
百貨店事業	7.1	17.3	11.7 (13.2)	22.5 (23.9)
SC事業	10.8	▲3.9	10.1	13.4
デベロッパー事業	22.5	▲2.1	22.5	▲2.1
決済・金融事業	22.3	29.6	22.3	29.6
その他	▲6.7	▲12.2	▲11.7	▲12.5
連結合計	7.3	8.6	10.4	16.7

※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」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。  
 3. 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。  
 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。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。  
 5. 当社は、2021年6月30日付で㈱ヌーヴ・エイの全株式を譲渡しました。  
 6. (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。  
 7. 当社は、2022年2月28日付で㈱ディンプルの株式の90%を譲渡し、連結の範囲から除外しました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- 7月度の売上高は、新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴う外出自粛から、下旬に入店客数が減少したものの前年実績を上回り、大丸松坂屋百貨店合計(既存店)では対前年13.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計(既存店)では同13.2%増となった。
- 店舗別では、大丸神戸店と松坂屋名古屋店が2019年実績も上回った。
- 商品別では、ラグジュアリーブランドや宝飾品が引き続き全体を牽引したほか、猛暑影響や夏季休暇に向けた消費の動きが見られ、パラソルやキャリーケースなどが好調であった。
- 大丸松坂屋百貨店合計(既存店)の免税売上高は対前年439.9%増(客数同438.9%増、客単価同0.2%増)であった(2019年度比では▲75.5%減)。
- なお大丸松坂屋百貨店の8月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、前年同時期に感染者数拡大により東京、大阪などで緊急事態宣言が発出されていたことによる反動増に加え、ラグジュアリーブランド、宝飾品などの好調持続により、14日までの累計で、対前年21%増(対2019年▲19%減)、国内売上高は同18%増(対2019年▲14%減)で推移している。また免税売上高は対前年428%増(対2019年▲69%減)で推移している。

2) SC事業

- パルコ店舗テナント取扱高は、前月に引き続き新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況が落ち着いた影響により消費行動が活発になったことや、前年の主要なパルコ出店地域における緊急事態宣言およびまん延防止等重点措置の実施に伴う営業時間短縮や一部店舗の休業の反動などがあり、全店舗計で前年に比べ好調に推移した。

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、J. フロント建装が、百貨店の改装工事などにより大幅増収となったことにより、前年実績を大きく上回った。
- 決済・金融事業のJFRカードは、百貨店売上の回復や、年会費受入れの増加などにより増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が、電子デバイスの不調を自動車部品、産業資材がカバーし増収となったものの、(株)ディンプルを連結範囲から除外した影響により、トータルでは減収となった。

【お問合せ先】 J. フロント リテイリング株式会社  
 ・ I R推進部 TEL 03-6895-0178  
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6895-0172

## 2022年7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：%)

	7月度		3-7月累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	21.7	15.1	39.7	42.7
大丸 梅田店	▲12.8	2.1	23.7	30.9
大丸 東京店	26.1	49.9	40.9	56.9
大丸 京都店	11.7	14.4	18.0	23.9
大丸 神戸店	19.5	3.8	34.8	25.5
大丸 須磨店	▲12.5	3.2	▲6.1	11.0
大丸 芦屋店	▲1.1	2.0	2.8	8.8
大丸 札幌店	26.0	23.6	30.0	32.1
大丸 下関店	▲2.2	▲8.7	▲3.3	▲2.1
松坂屋 名古屋店	8.7	▲2.5	13.2	10.1
松坂屋 上野店	19.3	22.5	18.6	31.8
松坂屋 静岡店	9.5	17.3	8.8	23.0
松坂屋 高槻店	▲4.0	6.1	14.1	36.4
<b>店 計</b>	10.9	11.9	22.6	27.1
<b>既存店計</b>	12.6	13.9	24.2	29.4
法人・本社等	45.2	-	39.8	-
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	12.1	11.9	23.4	27.1
うち商品売上高	12.3	-	23.6	-
うち不動産賃貸収入	7.1	-	18.2	-
<b>既存店計</b>	13.7	13.9	24.9	29.4
博多大丸	7.9	19.0	17.1	27.1
高知大丸	5.6	8.5	1.6	12.6
<b>百貨店事業合計</b>	11.7	12.2	22.5	27.0
<b>既存店計</b>	13.2	14.2	23.9	29.1

※注) 1. 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。  
2. 既存店計には、松坂屋豊田店の前年実績値を含みません。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	7月度	3-7月累計
紳士服・洋品	5.9	22.6
婦人服・洋品	26.2	38.3
子供服・洋品	▲5.2	5.1
その他の衣料品	3.2	20.1
<b>衣料品計</b>	21.9	34.7
<b>身 回 品</b>	7.1	30.0
化粧品	12.3	15.5
美術・宝飾・貴金属	19.0	25.8
その他雑貨	7.3	14.5
<b>雑 貨 計</b>	15.7	20.7
家具	▲4.3	11.5
家電	0.9	3.7
その他の家庭用品	▲17.4	▲1.9
<b>家庭用品計</b>	▲14.4	1.2
生 鮮	▲4.3	▲6.4
菓 子	7.5	17.8
惣 菜	0.9	10.2
その他食料品	▲1.7	1.0
<b>食料品計</b>	1.0	7.4
食堂・喫茶	26.9	56.2
サービス	12.5	37.9
そ の 他	23.8	14.7
<b>合 計</b>	12.3	23.6

### 3. 営業概況

婦人服・洋品はワンピース、ブラウスなどの定価商品が好調であったほか、ラグジュアリーブランドが大きく伸ばして牽引した。紳士服・洋品では、スーツ、アウトドア用品が好調であった。身回品では夏季休暇に向けた需要などによりスーツケース、キャリーケースが大きく伸ばしたほか、猛暑によりパラソルがよく動いた。雑貨では名古屋店時計売場の改装効果もあり宝飾品が大きく伸ばし、化粧品ではリップアイテムの回復傾向が見られた。食料品ではお中元ギフトが低調であったものの、菓子は好調を持続した。

## 2022年7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：%)

	7月度	3-7月累計
札幌PARCO	17.4	13.5
仙台PARCO	7.1	19.6
新所沢PARCO	▲6.1	▲6.4
浦和PARCO	11.9	7.4
池袋PARCO	23.9	35.2
PARCO_ya上野	19.6	41.6
ひばりが丘PARCO	5.1	15.1
吉祥寺PARCO	9.7	20.4
渋谷PARCO	21.3	41.3
錦糸町PARCO	20.5	30.3
調布PARCO	12.8	19.2
津田沼PARCO	2.8	▲5.0
松本PARCO	▲2.3	▲5.6
静岡PARCO	1.9	1.1
名古屋PARCO	5.9	16.3
心斎橋PARCO	3.1	30.6
広島PARCO	6.2	14.1
福岡PARCO	▲0.7	8.6
全店計	9.4	16.9

### 2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	7月度	3-7月累計
衣料品	7.3	15.7
身回品	6.9	16.6
雑貨	8.6	14.7
食品	4.5	5.2
飲食	31.4	41.4
その他	7.3	16.8
合計	9.4	16.9

### 3. 営業概況

- ・7月は、月後半に新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響により消費行動がやや低迷したものの、月前半に開催した例年のセールが衣料品を中心に好調だったことなどにより、月を通して全店舗計で前年を上回った。
- ・アイテム別では、郊外店舗の食品スーパーマーケットを中心に食品と、6月から継続して猛暑影響によりエアコンなどが売れた家電製品やアニメ・ゲーム系コンテンツのショップが売上をけん引した雑貨が、前年に加え2019年度に対しても上回り好調だった。