



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 03-6865-7621

2022年11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	
	11月度	累計	11月度	累計
百貨店事業	5.5	9.1	8.7	12.5 (13.4)
SC事業	5.1	6.5	7.6	13.3
デベロッパー事業	5.9	12.4	5.9	12.4
決済・金融事業	9.0	14.0	9.0	14.0
その他	10.5	4.5	3.9	▲ 2.2
連結合計	6.4	9.6	8.1	12.1

※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. (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。
 6. 当社は、2022年2月28日付で(株)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

- 11月度の売上高は、ラグジュアリーブランド、美術宝飾品が大きく売上を伸ばしていることに加え、免税売上も前年の7倍となり好調に推移したことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年9.1%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同8.7%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625.8%増(客数同3162.6%増、客単価同▲77.8%減)であった。
- 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4.8%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の12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、宝飾品が引き続き好調に推移し、免税売上も前年の10倍超とさらに加速していることなどから、14日までの累計で、対前年9.1%増(対2019年▲0.0%減、対2018年▲5.3%減)、国内売上高は同5.1%増(対2019年4.0%増、対2018年▲1.4%減)で推移している。
- また免税売上高は対前年933%増(対2019年▲47%減、対2018年▲50%減)で推移している。

2) SC事業

- 11月度のパルコ店舗テナント取扱高は、行動制限解除により消費活動が活発化しており、飲食が対前年で21.0%増、旅行や映画などのサービス関連が対前年13.2%増となった。また、渋谷や心齋橋を中心にインバウンド客の取扱高が大幅に伸長した。一方で、全国的に気温が平年に比べ高かったため、冬物衣料の販売は伸び悩み、衣料品は対前年1.3%増にとどまった。全店計では、対前年7.1%増となった。

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、J.フロント建装が、百貨店改装関連工事の好調により、前年実績を大きく上回ったことから、全体でも増収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料、年会費受入れの増加や金融・保険収入の増加などにより、増収となった。
- その他は、(株)ディンプルを連結範囲から除外したマイナス影響があったものの、卸売業の大丸興業が、自動車部品の好調を主因として増収となったことから、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
 ・ I R推進部 TEL 03-6865-7621
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6865-7616

2022年11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：%)

	11月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	29.3	34.7	26.2	36.4
大丸 梅田店	2.9	15.1	10.0	19.2
大丸 東京店	16.2	35.7	25.5	49.0
大丸 京都店	8.9	3.0	14.4	11.5
大丸 神戸店	3.7	▲1.9	9.3	5.4
大丸 須磨店	▲4.1	0.1	▲2.7	2.3
大丸 芦屋店	▲4.2	▲3.5	▲4.0	▲2.6
大丸 札幌店	8.0	6.6	15.9	19.9
大丸 下関店	▲6.6	▲6.7	▲3.0	▲3.2
松坂屋 名古屋店	5.5	2.0	11.1	8.2
松坂屋 上野店	2.3	5.2	7.4	11.3
松坂屋 静岡店	▲6.6	8.8	▲3.9	14.7
松坂屋 高槻店	▲0.9	5.9	0.2	6.5
店 計	8.5	12.5	12.5	18.1
既存店計	8.5	12.5	13.5	19.0
法人・本社等	24.8	-	28.0	-
大丸松坂屋百貨店合計	9.1	12.5	13.0	18.1
うち商品売上高	9.1	-	13.3	-
うち不動産賃貸収入	7.1	-	5.0	-
既存店計	9.1	12.5	14.0	19.0
博多大丸	7.6	4.2	9.6	17.3
高知大丸	▲9.0	▲4.3	▲3.0	6.0
百貨店事業合計	8.7	11.8	12.5	17.9
既存店計	8.7	11.8	13.4	18.8

※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	
	11月度	累計
紳士服・洋品	4.5	9.6
婦人服・洋品	15.7	20.4
子供服・洋品	▲5.0	▲0.5
その他の衣料品	▲3.0	0.8
衣料品計	13.0	17.8
身 回 品	▲3.1	5.2
化粧品	3.8	8.6
美術・宝飾・貴金属	14.8	15.7
その他雑貨	14.1	13.9
雑 貨 計	10.1	12.7
家具	▲3.4	6.8
家電	4.6	13.5
その他の家庭用品	▲4.4	▲4.8
家庭用品計	▲4.1	▲1.9
生 鮮	▲2.2	▲3.5
菓 子	4.4	13.3
惣 菜	3.7	7.1
その他食料品	▲2.5	3.0
食料品計	1.4	6.6
食堂・喫茶	12.1	28.1
サービス	12.7	16.7
そ の 他	37.5	14.3
合 計	9.1	13.3

3. 営業概況

婦人服・洋品は、引き続きラグジュアリーブランドが大きく売上を伸ばし、牽引した。紳士服・洋品も高価格帯の商品が好調であった。身回品では婦人靴が苦戦したものの、ハンドバッグ、アクセサリは前年実績を上回った。雑貨では、美術が現代アートなどの絵画が売上を大きく伸ばしたほか、宝飾品も好調を持続した。食料品では、生鮮食品が苦戦したものの、菓子はおみやげ需要の回復等により、19年実績も上回った。

2022年11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：%)

	11月度	累計
札幌PARCO	21.1	26.9
仙台PARCO	▲1.2	13.6
新所沢PARCO	▲13.9	▲6.5
浦和PARCO	2.5	10.4
池袋PARCO	14.6	26.2
PARCO_ya上野	3.8	5.8
ひばりが丘PARCO	5.0	8.5
吉祥寺PARCO	▲3.9	4.1
渋谷PARCO	25.3	25.3
錦糸町PARCO	8.1	17.9
調布PARCO	1.6	9.3
津田沼PARCO	▲2.7	▲2.0
松本PARCO	▲6.6	2.3
静岡PARCO	▲5.8	▲0.1
名古屋PARCO	14.9	18.1
心齋橋PARCO	20.3	22.1
広島PARCO	▲5.6	3.2
福岡PARCO	5.9	13.5
全店計	7.1	13.4

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	11月度	累計
衣料品	1.3	8.9
身回品	6.4	12.2
雑貨	11.2	17.1
食品	2.1	3.0
飲食	21.0	33.9
その他	11.6	14.3
合計	7.1	13.4

3. 営業概況

- ・ 11月度の取扱高は、行動制限解除により消費活動が活発化しており、飲食が対前年で21.0%増、旅行や映画などのサービス関連が対前年13.2%増となった。また、渋谷や心齋橋を中心にインバウンド客の取扱高が大幅に伸長した。
- ・ 一方で、全国的に気温が平年に比べ高かったため、冬物衣料の販売は伸び悩み、衣料品は対前年1.3%増にとどまった。全店計では、対前年7.1%増となった。