



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 03-6865-7621

2023年1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	
	1月度	累計	1月度	累計
百貨店事業	14.1	8.2	20.2	12.7 (13.2)
SC事業	9.7	7.4	18.6	13.5
デベロッパー事業	15.9	15.8	15.9	15.8
決済・金融事業	▲ 3.4	8.7	▲ 3.4	8.7
その他	▲ 0.0	3.1	▲ 2.8	▲ 2.6
連結合計	11.3	8.9	18.2	12.3

- ※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㈱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

- 1月度の売上高は、初売りが堅調にスタートし、中旬以降の寒波により婦人・紳士コートが活発に動いたことに加え、ラグジュアリーブランド、美術宝飾品も好調を持続したことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年21.0%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同20.2%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640.6%増(客数同3363.8%増、客単価同▲78.6%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15.7%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の2月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、前年の感染症拡大の反動に加え、ラグジュアリーブランドやバレンタイン売上が好調に推移していることなどから、14日までの累計で対前年35.5%増(対2019年度15.5%増、対2018年度▲9.3%減)、国内売上高は同30.4%増(対2019年度15.2%増、対2018年度▲1.0%減)で推移している。
また免税売上高は対前年286%増(対2019年度19%増、対2018年度▲62%減)で推移している。

2) SC事業

- 1月度は、上旬の冬物セールが堅調に推移し、都市型店舗を中心に実施したアニメ系コンテンツショップやアーティストの展覧会なども好調だった。これらに加えて、全国旅行支援による観光需要の拡大やインバウンド需要の回復などの効果もあり、取扱高は全アイテムにわたって好調で、全店計は対前年18.8%増となった。
- 店舗別では18店舗中16店舗が前年実績を上回った。

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、J. フロント建装が、ラグジュアリーブランド関連工事とホテル内装工事の好調などにより大幅増収となったことから、全体でも増収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、ポイント費の売上修正が増加したことなどにより、減収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が、電子部品の復調などにより増収となったものの、㈱ディンプルを連結範囲から除外した影響により、トータルでは微減収となった。

【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 03-6865-7621
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6865-7616

2023年1月度 百貨店事業 営業報告(総額売上高)

1. 売上高および入店客数 (対前年増減率：%)

	1月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	27.5	62.5	26.8	40.9
大丸 梅田店	30.9	42.4	9.0	23.2
大丸 東京店	43.5	60.8	26.1	45.3
大丸 京都店	19.0	19.4	15.5	11.2
大丸 神戸店	3.8	12.8	8.6	5.2
大丸 須磨店	0.5	▲5.1	▲1.7	0.2
大丸 芦屋店	3.3	2.6	▲0.6	▲0.8
大丸 札幌店	28.6	35.2	17.3	20.7
大丸 下関店	▲1.4	0.4	▲2.1	▲3.8
松坂屋 名古屋店	22.1	19.9	10.5	10.2
松坂屋 上野店	15.9	22.4	8.7	11.8
松坂屋 静岡店	▲2.2	11.5	▲4.3	10.1
松坂屋 高槻店	5.1	11.2	0.9	7.0
店 計	21.0	31.3	13.1	19.3
既存店計	21.0	31.3	13.6	19.8
法人・本社等	22.6	-	21.9	-
大丸松坂屋百貨店合計	21.0	31.3	13.4	19.3
うち商品売上高	21.5	-	13.6	-
うち不動産賃貸収入	10.5	-	7.6	-
既存店計	21.0	31.3	13.9	19.8
博多大丸	13.8	29.2	7.6	15.2
高知大丸	2.5	13.4	▲3.7	5.5
百貨店事業合計	20.2	31.0	12.7	18.9
既存店計	20.2	31.0	13.2	19.4

※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	
	1月度	累計
紳士服・洋品	19.1	10.5
婦人服・洋品	21.1	20.2
子供服・洋品	12.8	3.1
その他の衣料品	5.2	1.6
衣料品計	20.2	17.9
身回品	17.3	8.2
化粧品	14.3	10.7
美術・宝飾・貴金属	40.8	18.8
その他雑貨	26.1	16.3
雑 貨 計	29.5	15.4
家具	3.6	5.5
家電	58.0	19.0
その他の家庭用品	5.1	▲3.0
家庭用品計	5.1	▲0.9
生 鮮	4.8	▲1.7
菓 子	25.3	12.3
惣 菜	16.6	5.9
その他食料品	12.3	2.7
食料品計	17.5	6.1
食堂・喫茶	41.2	26.7
サービス	20.3	10.7
そ の 他	12.9	▲3.7
合 計	21.0	13.1

3. 営業概況

- 婦人服・洋品では、クリアランスセールが堅調に推移したことに加え、中旬以降の寒波によりコートがよく動いた。紳士服・洋品ではジャケット、コートがよく動いたほか、アウトドア用品も好調であった。雑貨では化粧品が堅調に推移し、美術・宝飾品も好調を持続した。食料品ではおみやげ需要、バレンタインの好調などにより菓子が大きく伸ばしたほか、帰省需要やオフィスワーカーの増加などにより、惣菜も2桁増となった。

2023年1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：%)

	1月度	累計
札幌PARCO	42.4	29.4
仙台PARCO	7.5	8.7
新所沢PARCO	▲7.9	▲8.4
浦和PARCO	9.9	9.1
池袋PARCO	21.6	21.9
PARCO_ya上野	10.4	6.9
ひばりが丘PARCO	4.1	5.8
吉祥寺PARCO	8.3	5.1
渋谷PARCO	40.8	29.4
錦糸町PARCO	27.2	18.8
調布PARCO	7.9	8.1
津田沼PARCO	10.6	0.3
松本PARCO	8.0	2.7
静岡PARCO	▲0.5	▲1.4
名古屋PARCO	20.9	18.6
心斎橋PARCO	40.0	28.5
広島PARCO	24.9	5.4
福岡PARCO	25.0	13.4
全店計	18.8	13.6

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	1月度	累計
衣料品	15.9	9.6
身回品	20.1	12.7
雑貨	18.2	17.2
食品	5.9	3.6
飲食	42.3	32.5
その他	17.7	13.5
合計	18.8	13.6

3. 営業概況

- ・ 本年1月は、上旬の冬物セールが堅調に推移し、都市型店舗を中心に実施したアニメ系コンテンツショップやアーティストの展覧会なども好調だった。
- ・ これらに加えて、全国旅行支援による観光需要の拡大やインバウンド需要の回復などの効果もあり、取扱高は全アイテムにわたって好調で、全店計は対前年18.8%増となった。店舗別では18店舗中16店舗が前年実績を上回った。