



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 コーポレートコミュニケーション室  
 TEL 03-6865-7621

**2023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        | 累計   | 2月度       | 累計          |
| 百貨店事業    | 17.9       | 9.5  | 26.4      | 14.5 (14.9) |
| SC事業     | 7.4        | 7.4  | 32.6      | 16.0        |
| デベロッパー事業 | 18.2       | 16.3 | 18.2      | 16.3        |
| 決済・金融事業  | 4.5        | 8.1  | 4.5       | 8.1         |
| その他      | ▲0.0       | 2.6  | ▲0.6      | ▲2.2        |
| 連結合計     | 12.7       | 9.4  | 24.9      | 14.0        |

※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

- ・ 2月度の売上高は、前年感染者数拡大により多くの都道府県でまん延防止重点措置が適用されていたことの影響に加え、人流の回復により高額品だけでなくファッション商品全般にも活発な動きが見られたこと、バレンタイン商戦も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26.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同26.4%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341.2%増(客数同4211.1%増、客単価同▲89.8%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21.7%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、入店客数の回復に伴い春物ファッション・雑貨が活発に動き、ラグジュアリーブランド、美術宝飾品も好調を維持していることなどから、14日までの累計で対前年24.0%増(対2019年度0.5%増、対2018年度▲0.1%減)、国内売上高は同18.7%増(対2019年度8.4%増、対2018年度5.5%増)で推移している。また免税売上高は対前年524%増(対2019年度▲56%減、対2018年度▲49%減)で推移している。

2) SC事業

- ・ 2月度は、都心店舗を中心に春物ファッションの早期展開を行ったことにより衣料品が好調に推移したほか、アニメやキャラクターなどのコンテンツを中心としたイベントのヒット、インバウンド客の大幅増加、前年のまん延防止重点措置の適用の影響もあり、全てのアイテムで取扱高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、ホテル内装工事や百貨店改装関連工事の好調により大幅増収となり、全体でも増収となった。
- ・ 決済・金融事業のJFRカードは、百貨店の売上回復を主因として増収となった。
- ・ 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  
 コーポレートコミュニケーション室  
 IR推進担当 TEL 03-6865-7621  
 グループ広報担当 TEL 03-6865-7616

## 2023年2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：%)

|                   | 2月度  |      | 累計   |      |
|-------------------|------|------|------|------|
|                   | 売上高  | 入店客数 | 売上高  | 入店客数 |
| 大丸 心齋橋店           | 36.4 | 74.8 | 28.1 | 45.7 |
| 大丸 梅田店            | 41.0 | 61.5 | 12.5 | 28.2 |
| 大丸 東京店            | 58.5 | 80.3 | 30.0 | 50.1 |
| 大丸 京都店            | 21.0 | 23.0 | 16.2 | 12.9 |
| 大丸 神戸店            | 15.4 | 22.7 | 9.5  | 7.7  |
| 大丸 須磨店            | 1.7  | 0.3  | ▲1.2 | 0.2  |
| 大丸 芦屋店            | 0.7  | 2.4  | ▲0.4 | ▲0.3 |
| 大丸 札幌店            | 53.1 | 63.7 | 21.6 | 26.1 |
| 大丸 下関店            | 18.0 | 15.3 | 0.7  | ▲1.0 |
| 松坂屋 名古屋店          | 20.3 | 28.2 | 11.8 | 12.6 |
| 松坂屋 上野店           | 20.6 | 37.2 | 10.3 | 15.4 |
| 松坂屋 静岡店           | ▲1.3 | 20.5 | ▲3.9 | 11.6 |
| 松坂屋 高槻店           | 5.5  | 11.3 | 1.5  | 7.7  |
| <b>店 計</b>        | 28.6 | 44.6 | 15.0 | 22.8 |
| <b>既存店計</b>       | 28.6 | 44.6 | 15.5 | 23.3 |
| 法人・本社等            | ▲0.6 | -    | 17.1 | -    |
| <b>大丸松坂屋百貨店合計</b> | 26.7 | 44.6 | 15.1 | 22.8 |
| うち商品売上高           | 27.3 | -    | 15.4 | -    |
| うち不動産賃貸収入         | 13.1 | -    | 8.4  | -    |
| <b>既存店計</b>       | 26.7 | 44.6 | 15.6 | 23.3 |
| 博多大丸              | 21.9 | 27.6 | 9.4  | 17.0 |
| 高知大丸              | 28.8 | 35.6 | ▲0.2 | 9.2  |
| <b>百貨店事業合計</b>    | 26.4 | 43.4 | 14.5 | 22.3 |
| <b>既存店計</b>       | 26.4 | 43.4 | 14.9 | 22.7 |

※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  |      |
|-----------|------|------|
|           | 2月度  | 累計   |
| 紳士服・洋品    | 34.3 | 12.8 |
| 婦人服・洋品    | 33.2 | 21.7 |
| 子供服・洋品    | 21.4 | 5.2  |
| その他の衣料品   | 17.6 | 3.5  |
| 衣料品計      | 32.7 | 19.5 |
| 身回品       | 44.9 | 12.0 |
| 化粧品       | 24.6 | 12.6 |
| 美術・宝飾・貴金属 | 23.1 | 19.6 |
| その他雑貨     | 48.3 | 20.3 |
| 雑貨計       | 25.0 | 16.8 |
| 家具        | 16.6 | 7.0  |
| 家電        | 35.8 | 21.0 |
| その他の家庭用品  | 3.1  | ▲2.2 |
| 家庭用品計     | 6.8  | 0.1  |
| 生 鮮       | 4.0  | ▲1.1 |
| 菓 子       | 37.1 | 16.2 |
| 惣 菜       | 22.1 | 7.6  |
| その他食料品    | 8.9  | 3.6  |
| 食料品計      | 23.6 | 8.3  |
| 食堂・喫茶     | 69.6 | 32.0 |
| サービス      | 58.2 | 15.8 |
| そ の 他     | ▲8.9 | 12.0 |
| 合 計       | 27.3 | 15.4 |

### 3. 営業概況

- 婦人服・洋品はジャケット、コートなどの実需アイテムがよく動くとともに、ラグジュアリーブランドも好調を持続した。身回品では手袋、マフラーなど防寒アイテムの動きが鈍かったものの、ハンドバッグ、アクセサリーが好調に推移した。雑貨では美術宝飾品が好調を持続するとともに、化粧品でもメイクアップブランドを中心に回復傾向が見られた。食料品ではバレンタイン商戦が店頭を中心に売上を伸ばし、神戸店で実施した北海道展も好調であった。

## 2023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  | 累計   |
|------------|------|------|
| 札幌PARCO    | 68.5 | 34.0 |
| 仙台PARCO    | 41.1 | 12.4 |
| 新所沢PARCO   | ▲2.7 | ▲7.6 |
| 浦和PARCO    | 20.2 | 10.6 |
| 池袋PARCO    | 36.9 | 23.7 |
| PARCO_ya上野 | 25.1 | 9.3  |
| ひばりが丘PARCO | 12.4 | 6.7  |
| 吉祥寺PARCO   | 37.2 | 9.4  |
| 渋谷PARCO    | 35.9 | 30.4 |
| 錦糸町PARCO   | 33.2 | 20.8 |
| 調布PARCO    | 18.3 | 9.5  |
| 津田沼PARCO   | 87.5 | 12.1 |
| 松本PARCO    | 3.0  | 2.7  |
| 静岡PARCO    | ▲8.1 | ▲2.4 |
| 名古屋PARCO   | 41.2 | 21.2 |
| 心斎橋PARCO   | 37.9 | 29.8 |
| 広島PARCO    | 24.7 | 7.6  |
| 福岡PARCO    | 48.6 | 17.6 |
| 全店計        | 32.8 | 16.1 |

### 2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

|     | 全店計  |      |
|-----|------|------|
|     | 2月度  | 累計   |
| 衣料品 | 36.5 | 12.5 |
| 身回品 | 38.6 | 15.9 |
| 雑貨  | 21.6 | 17.9 |
| 食品  | 8.5  | 4.4  |
| 飲食  | 56.2 | 35.8 |
| その他 | 43.9 | 18.0 |
| 合計  | 32.8 | 16.1 |

### 3. 営業概況

- 2月度は、都心店舗を中心に春物ファッションの早期展開を行ったことにより衣料品が好調に推移したほか、アニメやキャラクターなどのコンテンツを中心としたイベントのヒット、インバウンド客の大幅増加、前年のまん延防止重点措置の適用の反動もあり、全てのアイテムで取扱高が前年実績を上回った。