



J. FRONT RETAILING

2024年12月16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 小野 圭一
 お問合せ先 コーポレートコミュニケーション室
 TEL 03-6865-7621

2024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	下期累計	11月度	下期累計
百貨店事業	6.8	6.4	7.8	5.5
SC事業	16.3	11.3	13.2	11.0
デベロッパー事業	91.3	44.8	91.3	44.8
決済・金融事業	14.6	6.5	14.6	6.5
その他	38.5	12.4	36.9	12.0
連結合計	18.5	12.3	13.6	8.9

※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」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. 新所沢PARCOは、2024年2月末日をもって営業を終了しました。
 5. 事業管理区分の見直しにより、(株)パルコデジタルマーケティングは、2024年3月1日付で「デベロッパー事業」から「SC事業」に移管しております。また、2024年9月1日付のグループ内組織再編に伴い、(株)J.フロントONEパートナー（旧：(株)JFRサービス）の運営事業の一部を (株)パルコスペースシステムズ他へ継承いたしました。
 これらに伴い、前年実績は2023年3月1日から変更されたものとみなし遡及修正しております。

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、化粧品、宝飾品が引き続き好調に推移したことに加え、10月と比較して気温が低下したことにより秋冬物衣料品が活発に動いたことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年7.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同7.8%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年32.5%増（客数同42.2%増、客単価同▲6.8%減）となった。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4.6%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、気温の低下に伴い主力のコートに動きが見られ、ラグジュアリー、化粧品、宝飾品も好調を維持していることに加え、訪日外国人売上も上昇基調にあることなどから、15日までの累計で対前年10.2%増で推移している。
- 12月度の免税売上高は対前年31.0%増（客数同47.3%増、客単価同▲11.1%減）、国内売上は同7.7%増で推移している。

2) SC事業

- 訪日外国人取り込み強化、前年からの改装効果などにより全店計で12.2%増（既存店15.0%増）となった。
- 16店舗中13店舗が前年実績を上回った。特に訪日外国人客の取り込みの効果が大きかった心齋橋PARCOは53.3%増、札幌PARCOは23.4%増。新規大型キャラクターショップ等の改装効果により名古屋PARCOが27.6%増の大幅伸長となった。

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.フロント建装がホテル内装工事の好調、松坂屋名古屋店の改装工事の計上などにより大幅増収となり、全体でも大幅増収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料が増加したこと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好調により大幅増収となり、全体でも増収となった。

【お問合せ先】 J.フロントリテイリング株式会社 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

2024年11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：%)

	11月度		下期累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	8.9	16.1	5.2	13.4
大丸 梅田店	12.7	10.9	10.2	10.7
大丸 東京店	9.0	3.9	5.6	2.9
大丸 京都店	7.4	▲3.9	1.5	▲3.5
大丸 神戸店	10.4	4.5	5.8	3.7
大丸 須磨店	3.9	▲2.5	0.5	▲3.6
大丸 芦屋店	0.2	0.7	▲0.5	0.8
大丸 札幌店	8.4	4.9	9.2	1.8
大丸 下関店	▲10.7	▲0.0	▲7.2	1.4
松坂屋 名古屋店	7.1	2.4	1.0	1.5
松坂屋 上野店	7.6	6.5	9.5	5.6
松坂屋 静岡店	6.3	▲10.6	11.3	▲7.5
松坂屋 高槻店	3.9	3.2	0.3	2.8
店 計	8.4	5.2	5.0	4.3
法人・本社等	▲8.7	-	9.5	-
大丸松坂屋百貨店合計	7.7	5.2	5.2	4.3
うち商品売上高	8.1	-	5.2	-
うち不動産賃貸収入	▲1.3	-	5.8	-
博多大丸	9.6	8.9	10.1	10.2
高知大丸	2.2	▲0.6	▲1.0	▲3.0
百貨店事業合計	7.8	5.3	5.5	4.6

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	下期累計
紳士服・洋品	1.7	▲3.8
婦人服・洋品	7.4	2.8
子供服・洋品	1.1	▲1.7
その他の衣料品	▲19.3	▲17.4
衣料品計	6.2	1.7
身 回 品	7.7	4.8
化粧品	16.8	17.4
美術・宝飾・貴金属	22.9	15.0
その他雑貨	▲28.4	▲30.5
雑 貨 計	17.3	13.6
家具	▲7.4	▲6.4
家電	▲6.2	0.4
その他の家庭用品	▲0.4	3.7
家庭用品計	▲1.8	1.5
生 鮮	▲0.5	0.2
菓 子	4.4	3.7
惣 菜	4.2	2.5
その他食料品	10.0	2.7
食料品計	4.7	2.6
食堂・喫茶	7.7	6.2
サービス	15.5	26.9
そ の 他	9.7	35.2
合 計	8.1	5.2

3. 営業概況

- 婦人服・洋品では、ラグジュアリーブランドが好調を持続したことに加え、下旬にリニューアルオープンした松坂屋名古屋店で新たに構築した婦人ファッションフロアが新規顧客を増やすなど、好調に推移した。紳士服・洋品は、ジャケットが好調に推移したものの、コートが伸び悩んだことにより、対前年微増にとどまった。身回品では、アクセサリやハンドバッグが好調を持続した。雑貨では、気温の低下により高単価なスキンケア商品が動いたことなどにより化粧品が大きく売上を伸ばしたほか、美術・宝飾品も高い増率となった。食料品では、秋の行楽シーズンが後ずれしたことにより、菓子や惣菜が好調に推移した。

2024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	下期累計
札幌PARCO	23.4	18.3
仙台PARCO	4.0	5.4
浦和PARCO	10.7	12.3
池袋PARCO	12.1	14.2
PARCO_ya上野	10.6	12.1
ひばりが丘PARCO	▲6.4	▲7.4
吉祥寺PARCO	▲3.2	▲0.1
渋谷PARCO	11.5	17.1
錦糸町PARCO	11.7	8.3
調布PARCO	4.4	1.7
松本PARCO	▲27.8	▲28.4
静岡PARCO	15.3	21.1
名古屋PARCO	27.6	10.8
心齋橋PARCO	53.3	43.6
広島PARCO	8.1	4.5
福岡PARCO	11.0	10.7
全店計	12.2	10.4
既存店計	15.0	13.1

※注) 1. 新所沢PARCOは、2024年2月末日をもって営業を終了しました。

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	下期累計
衣料品	7.3	4.9
身回品	17.2	14.7
雑貨	19.3	19.2
食品	▲4.2	▲6.3
飲食	14.2	11.9
その他	12.4	9.5
合計	12.2	10.4

3. 営業概況

- ・ 訪日外国人取り込み強化、前年からの改装効果などにより全店計で12.2%増（既存店15.0%増）。16店舗中13店舗が前年を上回った。特に訪日外国人客の取り込みの効果が大きかった心齋橋PARCOは53.3%増、札幌PARCOは23.4%増、新規大型キャラクターショップ等の改装効果により名古屋PARCOが27.6%増の大幅伸長となった。
- ・ 食品を除き、前年実績を達成、特に雑貨が19.3%増、身回品が17.2%増と前年を大きく上回った。雑貨はアニメやゲーム系コンテンツのキャラクター雑貨が心齋橋PARCO、名古屋PARCO、渋谷PARCOを中心に好調。身回品はスニーカーを中心とした紳士靴や、宝飾・貴金属が牽引し好調。食品は新所沢PARCO閉館の影響が大きく▲4.2%減となった。