



J. FRONT RETAILING

2021年2月15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 好本 達也
 お問合せ先 財務戦略統括部 I R推進部
 TEL 03-6895-0178

2021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	9~1月度累計	1月度	9~1月度累計
百貨店事業	▲40.1	▲30.5	▲34.7	▲24.8
パルコ事業	▲17.3	▲45.4	▲29.7	▲30.6
不動産事業	▲4.8	▲4.2	▲4.5	▲3.9
クレジット金融事業	▲33.8	▲19.5	▲13.3	▲5.4
その他	16.3	▲24.5	10.3	▲23.3
連結合計	▲28.1	▲32.9	▲30.5	▲26.0

- ※注) 1. 当社は2017年3月から国際会計基準(IFRS)を任意適用いたしております。
 2. 総額売上高はIFRS売上収益のうち百貨店事業と「その他(大丸興業)」の消化仕入取引を総額に、パルコ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おります(なおパルコ事業では2017年度から日本基準の売上高を純額ベースで算出する方法に変更しております)。
 3. 櫛下関大丸は、2020年3月1日付で櫛大丸松坂屋百貨店へ吸収合併され、屋号を「大丸下関店」に変更いたしました。
 4. 渋谷PARCOは、2019年11月22日に建替えオープンいたしました。パルコ事業の累計の前年実績には、渋谷再開発事業における保留床売却の売上が含まれております。
 5. 心斎橋PARCOは、2020年11月20日に開店いたしました。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- 新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、クリアランスセール等の分散開催など初売り体制の抜本的見直しを図った影響に加え、11都府県を対象に緊急事態宣言が発出され、外出の自粛により入店客数が大きく減少したことから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲33.3%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲34.7%減となった。
- 商品別では、ラグジュアリーブランドや高級時計において前年春節期間の反動減影響を受けたものの、いずれも国内売上が前年比2桁増であったほか、美術や家庭用品が引き続き堅調に推移した。
- 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年▲94.0%減(客数同▲99.1%減、客単価同566.1%増)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▲24.9%減であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の2月度の売上は、10都府県で緊急事態宣言が1ヶ月間延長され、引き続き外出の自粛により入店客数が大きく減少しているものの、高額品が好調に推移していることに加え、前年同時期に新型コロナウイルス感染症拡大の影響がすでに出ていることなどから、14日累計で対前年▲14%減、免税売上高は同▲77%減、国内売上高は▲11%減となり、マイナス幅は縮小傾向にある。

2) パルコ事業

- ショッピングセンターPARCOでは、大型雑貨など巣ごもり需要アイテムや食品は引き続き健闘したものの、年末からの外出自粛ムードやセール分散の影響もあり衣料品を中心に初売りが大きく苦戦。また、緊急事態宣言が発令された影響により、都市部立地の店舗を中心に苦戦が継続。

3) 不動産事業・クレジット金融事業・その他

- 不動産事業は、売上減に伴う歩合賃料等の減少を受け、減収となった。
- クレジット金融事業のJFRカードは、百貨店取扱高の減少に加え、年会費収入の計上方法変更によるマイナス影響を受け、減収となった。
- その他は、人材派遣業のディンプルが短期・長期派遣の減少を受け減収となったが、自動車部品・電子デバイスが好調であった大丸興業や、オフィス内装工事が堅調であったJ.フロント建装などがカバーし、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 03-6895-0178
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6895-0816

2021年1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：%)

	1月度		9~1月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲42.3	▲59.5	▲38.6	▲58.0
大丸 梅田店	▲50.9	▲55.2	▲33.0	▲44.8
大丸 東京店	▲53.3	▲65.6	▲40.1	▲56.8
大丸 京都店	▲29.6	▲42.7	▲19.8	▲32.4
大丸 神戸店	▲19.4	▲39.6	▲10.6	▲29.4
大丸 須磨店	▲14.6	▲22.9	▲7.0	▲17.7
大丸 芦屋店	1.0	84.8	▲5.4	58.0
大丸 札幌店	▲40.2	▲43.7	▲29.7	▲39.6
大丸 下関店 ※	-	-	-	-
松坂屋 名古屋店	▲23.1	▲47.3	▲15.1	▲36.2
松坂屋 上野店	▲25.9	▲49.6	▲24.4	▲38.4
松坂屋 静岡店	▲23.7	▲50.7	▲15.8	▲43.4
松坂屋 高槻店	▲23.6	▲16.5	▲17.7	▲7.4
松坂屋 豊田店	▲30.5	▲51.6	▲20.7	▲47.6
大丸松坂屋百貨店合計	▲33.3	▲47.8	▲23.6	▲39.9
(除く下関店)	▲34.5	▲49.2	▲25.0	▲41.5
博多大丸	▲39.5	▲58.2	▲21.5	▲45.8
高知大丸	▲27.3	▲47.2	▲21.4	▲39.0
百貨店事業合計	▲34.7	▲50.0	▲24.8	▲41.8

※注) 下関大丸は、2020年3月1日付で松坂屋百貨店へ吸収合併され、屋号を「大丸下関店」に変更いたしました。

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	9~1月度累計
紳士服・洋品	▲41.0	▲25.7
婦人服・洋品	▲30.7	▲19.2
子供服・洋品	▲43.6	▲31.2
その他の衣料品	▲28.2	▲24.1
衣料品計	▲32.8	▲20.9
身回品	▲50.5	▲36.0
化粧品	▲56.2	▲51.5
美術・宝飾・貴金属	▲16.3	▲14.9
その他雑貨	▲41.1	▲29.5
雑貨計	▲42.1	▲36.5
家具	▲3.9	▲19.4
家電	▲21.4	▲6.3
その他の家庭用品	▲28.2	▲20.8
家庭用品計	▲24.0	▲20.3
生鮮	▲18.1	▲10.6
菓子	▲30.4	▲22.5
惣菜	▲28.8	▲16.4
その他食料品	▲20.7	▲14.5
食料品計	▲26.3	▲17.0
食堂・喫茶	▲58.4	▲44.9
サービス	▲47.0	▲39.6
その他	▲8.4	▲21.9
合計	▲34.5	▲25.0

※総売上高ベース。上記売上高は、大丸下関店を除いております。

- 婦人服・洋品、紳士服・洋品、身回品は、いずれも三密を避けるための初売り体制の抜本的見直しにより、クリアランスセールが苦戦した。ラグジュアリーブランドは国内売上が対前年2桁増となり、堅調に推移した。雑貨では、化粧品がインパウンド売上消失により引き続き苦戦したものの、美術の高額絵画は堅調であった。家庭用品では、菓ごもり消費を受け、高級食器や寝具が好調であったものの、ボリューム商品は低調であった。食料品は入店客数の減少により苦戦したが、バレンタインのオンライン受注は前年の約3倍となり、好調に推移した。

2021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	9~1月度累計
札幌PARCO	▲38.5	▲31.0
仙台PARCO	▲33.1	▲20.7
新所沢PARCO	▲10.5	▲8.2
浦和PARCO	▲16.5	▲9.2
池袋PARCO	▲45.7	▲32.0
PARCO_ya上野	▲41.2	▲28.6
ひばりが丘PARCO	▲13.8	▲12.5
吉祥寺PARCO	▲34.2	▲31.0
渋谷PARCO	▲53.7	▲7.9
錦糸町PARCO	▲28.0	▲14.2
調布PARCO	▲18.8	▲11.7
津田沼PARCO	▲21.3	▲14.4
松本PARCO	▲32.8	▲21.4
静岡PARCO	▲25.5	▲18.0
名古屋PARCO	▲39.4	▲28.7
広島PARCO	▲39.9	▲25.3
福岡PARCO	▲39.6	▲20.2
全店計	▲30.2	▲18.4
既存店計 ※4	▲33.6	▲21.1

- ※注) 1. 渋谷PARCO本館は、2019年11月22日に開店いたしました。
 2. 熊本PARCOは、2020年2月29日に開店いたしました。
 3. 心齋橋PARCOは、2020年11月20日に開店いたしました。
 4. 1月度の既存店計には、心齋橋PARCO、熊本PARCOの値を含んでおりません。
 9~1月度累計の既存店計には、渋谷PARCO本館、心齋橋PARCO、熊本PARCOの値を含んでおりません。

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計		既存店計	
	1月度	9~1月度累計	1月度	9~1月度累計
衣料品	▲38.5	▲21.9	▲41.2	▲24.2
身回品	▲31.7	▲20.7	▲35.8	▲24.1
雑貨	▲9.1	▲3.3	▲16.1	▲4.5
食品	▲1.5	0.1	▲2.6	▲0.6
飲食	▲40.0	▲21.9	▲43.1	▲25.8
その他	▲42.6	▲34.0	▲43.8	▲38.6
合計	▲30.2	▲18.4	▲33.6	▲21.1

3. 営業概況

- ・年末からの外出自粛ムードに加え、福袋の縮小やセール分散もあり初売りが大きく苦戦。2週目以降も緊急事態宣言発令の影響により、都市部立地の店舗を中心に苦戦が継続。
- ・アイテム別では、先月に引き続いて家電・書籍・雑貨総合などを中心に巣ごもり需要のある雑貨や郊外店舗の食品スーパーが売上を牽引し食品は健闘するも、セール不振により衣料品や身の回り品が大きく基調ダウンしたほか、緊急事態宣言を受け、旅行は臨時休業対応、飲食は営業時間短縮となった影響で、ともに大きく苦戦。

※ 13店舗が政府の緊急事態宣言および自治体の要請などに伴い短縮営業、5店舗が通常営業（一部ショップを除く）。