



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3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	
	3月度	累計	3月度	累計
百貨店事業	19.8	-	34.1	-
SC事業	1.5	-	12.7	-
デベロッパー事業	29.1	-	27.4	-
決済・金融事業	▲ 5.1	-	30.1	-
その他	5.2	-	2.7	-
連結合計	13.1	-	24.5	-

※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. 当社グループは、2021年度より「百貨店事業」、「SC事業」、「デベロッパー事業」、「決済・金融事業」を報告セグメントとします。従来のセグメントからの変更内容につきましては、P.4「<ご参考>報告セグメントの変更について」をご参照ください。  
 4. 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

- ・ コロナ禍における外出自粛の影響は残るものの、前年すでに感染症の拡大により売上が大きく落ち込んでいた反動もあり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年33.5%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同34.1%増となった。商品別では、ラグジュアリーブランドが、緊急事態宣言の解除された関西や名古屋の店舗を中心に売上を伸ばしたほか、高級時計や美術の高額品が好調であった。
- ・ 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年122.7%増(客数同▲64.1%減、客単価同520.0%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33.0%増であった。
- ・ なお大丸松坂屋百貨店の4月度の売上は、一部地域でまん延防止重点措置が適用されるなど、新型コロナウイルス感染症再拡大によるマイナス影響はあるものの、前年4月7日最初の緊急事態宣言が発出され、4月8日以降順次各地域の店舗の臨時休業や時間短縮を実施したことの反動から、14日までの累計で対前年109%増、免税売上高は同179%増、国内売上高は同108%増で推移している。

2) SC事業

- ・ ショッピングセンターPARCOでは、前年より休日が2日少なく、首都圏の緊急事態宣言が3月21日まで継続されたことによる苦戦はあったものの、前年に新型コロナウイルス感染症の拡大影響による一部店舗の営業時間短縮や臨時休業のほか外出自粛があったことの反動があり、前年を上回った。

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、ホテル工事の好調などにより牽引し、増収となった。
- ・ 決済・金融事業のJFRカードは、百貨店のカード取扱高が増加したものの、年会費収入の計上方法変更や、会員への新たなポイント付与による売上収益のマイナス影響から減収となった。
- ・ その他は、人材派遣業ディンプルで短期・長期派遣や受託業務の落ち込みにより減収したが、卸売業の大丸興業が、自動車部品の売上好調によりカバーし、全体で増収となった。

【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 FAX 03-6674-7565

## 2021年3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：%)

	3月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	61.3	25.2	-	-
大丸 梅田店	33.1	24.9	-	-
大丸 東京店	13.9	▲14.4	-	-
大丸 京都店	28.0	7.1	-	-
大丸 神戸店	43.9	18.2	-	-
大丸 須磨店	14.8	3.0	-	-
大丸 芦屋店	20.7	13.3	-	-
大丸 札幌店	54.3	34.1	-	-
大丸 下関店	42.6	35.3	-	-
松坂屋 名古屋店	34.6	16.5	-	-
松坂屋 上野店	25.1	2.6	-	-
松坂屋 静岡店	25.1	▲4.5	-	-
松坂屋 高槻店	2.1	21.0	-	-
松坂屋 豊田店	8.3	▲23.0	-	-
法人・本社等	11.7	-	-	-
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>33.5</b>	<b>11.6</b>	-	-
うち商品売上高 ※3	35.5	-	-	-
うち不動産賃貸収入 ※3	▲4.3	-	-	-
博多大丸	44.2	▲3.1	-	-
高知大丸	23.0	18.2	-	-
<b>百貨店事業合計</b>	<b>34.1</b>	<b>10.7</b>	-	-

- ※注) 1. 2021年度より、これまで各店の実績に含めていた法人外商売上や本社に帰属する収益を法人・本社等として開示します。対前年増減率は、前年実績を組み替えて算出しています。
2. 2021年度より、これまで不動産事業に含めていた不動産賃貸収入について、GINZA SIXは法人・本社等へ、百貨店周辺店舗等は各店へ含めています。対前年増減率は、前年実績を組み替えて算出しています。
3. 1、2に伴い、大丸松坂屋百貨店の売上高を、「商品売上高」と「不動産賃貸収入」に分けて開示します。「商品売上高」は、「2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高」の合計と一致します。

### 2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	3月度	累計
紳士服・洋品	24.6	-
婦人服・洋品	56.3	-
子供服・洋品	▲7.3	-
その他の衣料品	12.7	-
衣料品計	46.8	-
身 回 品	35.2	-
化粧品	14.4	-
美術・宝飾・貴金属	48.9	-
その他雑貨	14.7	-
雑 貨 計	28.8	-
家具	46.0	-
家電	▲35.9	-
その他の家庭用品	43.1	-
家庭用品計	42.4	-
生 鮮	18.2	-
菓 子	21.5	-
惣 菜	28.7	-
その他食料品	15.3	-
食料品計	21.6	-
食堂・喫茶	38.2	-
サービス	12.8	-
そ の 他	32.6	-
合 計	35.5	-

- 婦人服・洋品では、ラグジュアリーブランドが前々年比でも2桁増と大きく伸ばして牽引した。紳士服・洋品では、スポーツ・ゴルフ、身回品では、婦人カジュアルシューズが好調であった。雑貨では、美術で高額の絵画の動きが良かったほか、高級時計も好調であった。家庭用品ではダイニング・キッチン関連が好調であったが、ホビー雑貨は苦戦した。食料品では、ホワイトデー売上が前年を上回ったほか、緊急事態宣言解除後は、お花見などの需要により、対前年増率を伸ばした。

## 2021年3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：%)

	3月度	累計
札幌PARCO	32.7	-
仙台PARCO	▲5.7	-
新所沢PARCO	0.2	-
浦和PARCO	8.7	-
池袋PARCO	▲0.5	-
PARCO_ya上野 ※2	50.2	-
ひばりが丘PARCO	0.3	-
吉祥寺PARCO	▲4.0	-
渋谷PARCO	15.5	-
錦糸町PARCO	8.2	-
調布PARCO	6.7	-
津田沼PARCO	5.5	-
松本PARCO	23.8	-
静岡PARCO	14.3	-
名古屋PARCO	▲4.2	-
広島PARCO	1.6	-
福岡PARCO	7.7	-
全店計	13.3	-
既存店計 ※3	4.9	-

- ※注) 1.心齋橋PARCOは、2020年11月20日に開店しました。  
 2.当社は2021年度より報告セグメントを変更し、従来不動産事業に含めていた上野フロンティアタワーの地下1階及び映画館の実績をSC事業として管理することとしました。従って、PARCO\_ya上野の本年実績には地下1階及び映画館の実績が含まれますが、前年には含まれていません。  
 3.既存店計には、心齋橋PARCO、PARCO\_ya上野の地下1階及び映画館の値を含みません。

### 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	
	3月度	累計	3月度	累計
衣料品	13.2	-	6.8	-
身回品	15.1	-	3.9	-
雑貨	19.9	-	9.7	-
食品	4.5	-	2.4	-
飲食	9.4	-	▲3.2	-
その他	10.3	-	1.0	-
合計	13.3	-	4.9	-

※注) 既存店計には、心齋橋PARCO、PARCO\_ya上野の地下1階及び映画館の値を含みません。

### 3. 営業概況

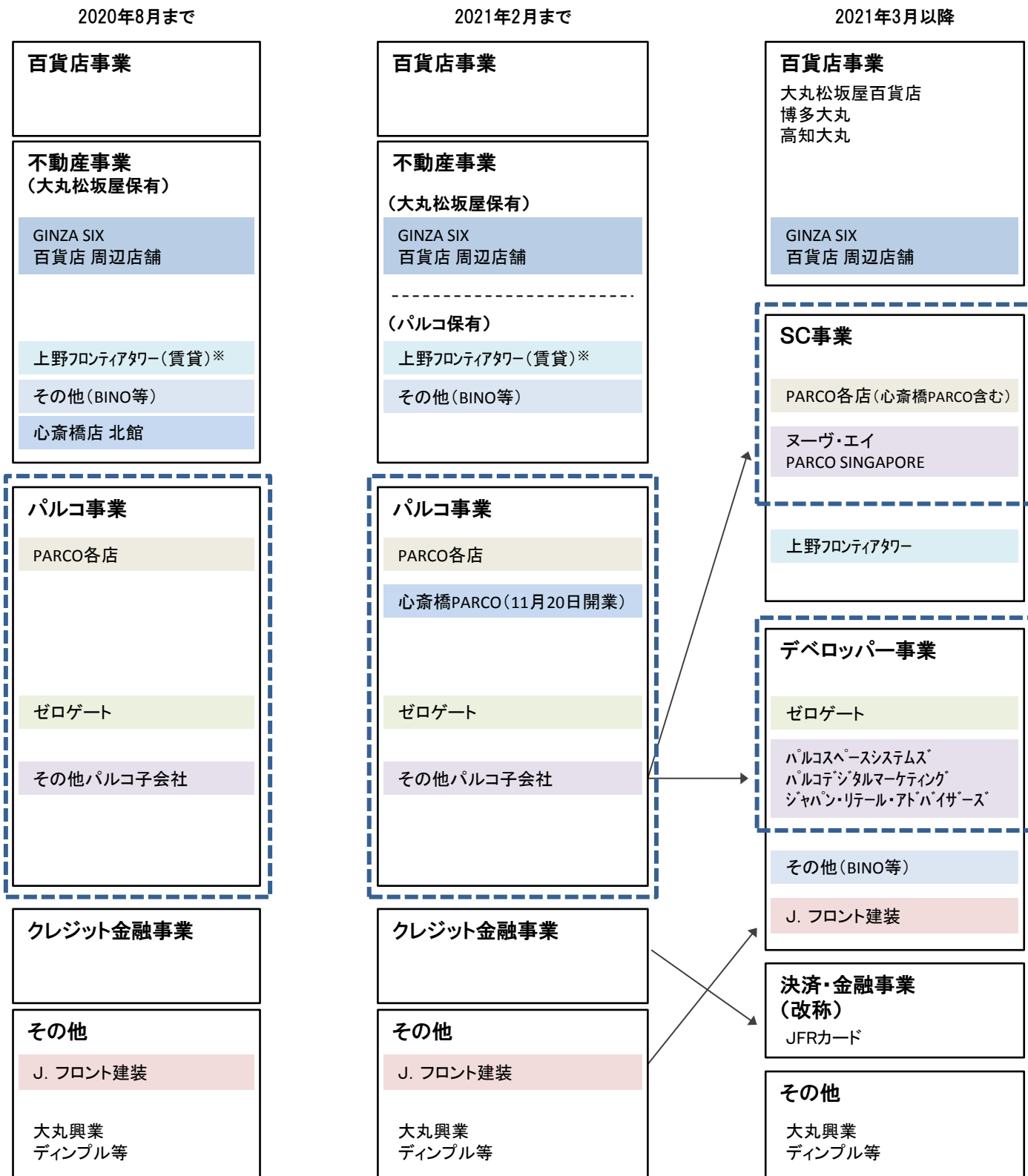
- ・前年より休日が2日少なく、首都圏の緊急事態宣言が3月21日まで継続されたことによる苦戦はあったものの、前年に新型コロナウイルス感染症の拡大影響による一部店舗の営業時間短縮や臨時休業のほか、外出自粛があったことの反動があり、前年を上回った。
- ・アイテム別では、前年の落ち込みの反動などにより、衣料品や身の回り品、雑貨が前年を上回り健闘。映画は回復傾向がみられるものの、飲食は短縮営業の継続などにより、旅行は臨時休業などにより、引き続き苦戦した。

※ 一部店舗にて時間を短縮して営業

## <ご参考> 報告セグメントの変更について

- ・当社グループは、2022年2月期から「百貨店事業」、「SC(ショッピングセンター)事業」、「デベロッパー事業」、「決済・金融事業」を報告セグメントとします。
- ・2021年2月期及び2022年2月期における当社グループの報告セグメントと、主要な子会社、不動産物件の分類の変更は下図の通りであります。

(注) 下図のうち、    の囲みは、従来までのパルコ事業の範囲を示しています。



※ 2021年2月までの「上野フロンティアタワー(賃貸)」には、PARCO\_ya上野に対する(株)パルコからの不動産賃貸収入を含みます。