



J. FRONT RETAILING

2021年1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

2020年12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	
	12月度	9~12月度累計	12月度	9~12月度累計
百貨店事業	▲23.0	▲28.4	▲19.1	▲22.5
パルコ事業	▲10.5	▲49.3	▲17.7	▲30.7
不動産事業	▲1.8	▲4.0	▲1.1	▲3.8
クレジット金融事業	▲13.3	▲16.1	▲2.0	▲3.5
その他	▲13.8	▲30.1	▲13.3	▲28.2
連結合計	▲20.2	▲33.8	▲18.6	▲25.0

- ※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. 榊下関大丸は、2020年3月1日付で榊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の再拡大に伴う外出自粛影響を受け、11月と比べて改善は小幅に留まり、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲17.8%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲19.1%減となった。
- 商品別では、ラグジュアリーブランドや美術が前年実績を上回ったほか、宝飾や住文化用品が相対的に堅調であった。また、巣ごもり需要の高まりから広域配送可能な冷凍のクリスマスケーキやおせちの受注が伸長し、歳暮ギフトにおいては、海産物や鍋惣菜などの越年食材や、自宅用グルメカタログの受注が好調であった。
- 大丸松坂屋百貨店合計の免税売上高は対前年▲94.6%減(客数同▲99.3%減、客単価同635.3%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▲11.4%減であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の1月度の売上は、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の分散開催など初売り体制の抜本の見直しをはかった影響に加え、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ていることなどから、14日累計で対前年▲40%減、免税売上高は同▲95%減、国内売上高は同▲33%減で推移している。

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が引き続き好調だったものの、前年に比べ休日が1日少なかったことに加え11月から継続する新型コロナウイルス感染症拡大第3波の影響などにより広域商圏の超都心にある店舗を中心に基調がダウンして苦戦。

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や年会費収入の計上方法変更による影響を受けたことにより、減収となった。
- その他は、大丸興業が電子デバイスや自動車部品の好調により増収となった一方、J.フロント建装が前年の大丸心斎橋店本館関連の内装工事など百貨店改装工事が好調であったことの反動により減収したほか、人材派遣業ディンプルでも短期・長期派遣や受託業務が落ち込み、全体で減収となった。

【お問合せ先】 J.フロント リテイリング株式会社
 ・ I R推進部 TEL 03-6895-0178
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6895-0816

2020年12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：%)

	12月度		9~12月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲33.5	▲54.6	▲37.8	▲57.7
大丸 梅田店	▲24.2	▲48.6	▲28.8	▲42.3
大丸 東京店	▲32.7	▲55.7	▲37.0	▲54.7
大丸 京都店	▲13.6	▲30.9	▲17.5	▲29.9
大丸 神戸店	▲6.7	▲29.3	▲8.6	▲26.8
大丸 須磨店	▲5.6	▲17.0	▲5.4	▲16.5
大丸 芦屋店	▲3.6	49.2	▲6.6	52.4
大丸 札幌店	▲29.3	▲41.3	▲26.9	▲38.5
大丸 下関店 ※	-	-	-	-
松坂屋 名古屋店	▲5.7	▲35.5	▲13.4	▲33.3
松坂屋 上野店	▲25.8	▲37.1	▲24.1	▲35.5
松坂屋 静岡店	▲10.8	▲40.1	▲14.1	▲41.6
松坂屋 高槻店	▲15.2	▲7.8	▲16.3	▲5.3
松坂屋 豊田店	▲14.8	▲44.5	▲18.0	▲46.7
大丸松坂屋百貨店合計	▲17.8	▲39.9	▲21.4	▲38.0
(除く下関店)	▲19.3	▲41.4	▲22.8	▲39.6
博多大丸	▲15.8	▲42.8	▲17.5	▲42.7
高知大丸	▲20.6	▲43.5	▲20.0	▲36.7
百貨店事業合計	▲19.1	▲41.6	▲22.5	▲39.8

※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	
	12月度	9~12月度累計
紳士服・洋品	▲21.0	▲21.7
婦人服・洋品	▲13.2	▲16.3
子供服・洋品	▲26.0	▲27.7
その他の衣料品	▲11.4	▲23.1
衣料品計	▲14.9	▲17.8
身 回 品	▲31.4	▲31.9
化粧品	▲47.0	▲50.4
美術・宝飾・貴金属	▲7.7	▲14.7
その他雑貨	▲26.0	▲27.0
雑 貨 計	▲30.7	▲35.3
家 具	▲12.0	▲22.0
家 電	▲9.9	▲3.7
その他の家庭用品	▲13.3	▲19.1
家庭用品計	▲13.0	▲19.4
生 鮮	▲6.7	▲9.6
菓 子	▲18.7	▲20.8
惣 菜	▲9.9	▲14.3
その他食料品	▲13.1	▲13.5
食料品計	▲12.8	▲15.3
食堂・喫茶	▲48.3	▲41.5
サービス	▲40.6	▲37.7
そ の 他	▲32.4	▲25.1
合 計	▲19.3	▲22.8

※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・洋品は、ラグジュアリーブランドが前年実績を上回ったものの、コート、ニットなど主力アイテムが苦戦した。紳士服・洋品ではスポーツ・ゴルフ用品が堅調であったものの、スーツ、紳士雑貨は不調であった。身回品では婦人靴、バッグともに入店客数減少の影響により苦戦した。雑貨では化粧品がインバウンド売上消失により大きくマイナスしたが、美術は前年実績を上回り、宝飾品も堅調であった。家庭用品は巣ごもり消費を受け、比較的マイナス幅が小さかった。食料品は全般に入店客数減少の影響を受けたものの、おせちが大きく伸ばした。

2020年12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：%)

	12月度	9～12月度累計
札幌PARCO	▲34.3	▲29.0
仙台PARCO	▲24.3	▲17.4
新所沢PARCO	▲5.3	▲7.7
浦和PARCO	▲5.7	▲7.5
池袋PARCO	▲29.5	▲28.8
PARCO_ya上野	▲26.5	▲25.4
ひばりが丘PARCO	▲8.9	▲12.2
吉祥寺PARCO	▲26.6	▲30.2
渋谷PARCO	▲47.5	11.0
錦糸町PARCO	▲11.2	▲10.7
調布PARCO	▲10.5	▲10.0
津田沼PARCO	▲11.0	▲12.8
松本PARCO	▲15.6	▲18.4
静岡PARCO	▲16.9	▲16.0
名古屋PARCO	▲28.4	▲26.1
広島PARCO	▲32.4	▲21.6
福岡PARCO	▲16.3	▲15.1
全店計	▲18.9	▲15.3
既存店計 ※4	▲23.0	▲18.5

- ※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. 12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。
 9～12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	
	12月度	9～12月度累計	12月度	9～12月度累計
衣料品	▲23.2	▲17.4	▲25.9	▲20.0
身回品	▲16.7	▲17.9	▲23.5	▲21.1
雑貨	▲5.7	▲1.9	▲13.7	▲3.8
食品	0.9	0.5	▲0.1	▲0.1
飲食	▲29.2	▲16.9	▲31.8	▲22.0
その他	▲34.6	▲32.1	▲35.8	▲37.6
合計	▲18.9	▲15.3	▲23.0	▲18.5

3. 営業概況

- ・前年に比べ休日数が1日少なかったことに加え11月から継続する新型コロナウイルス感染症拡大第3波の影響などにより広域商圈の超都心にある店舗を中心に基調がダウンして苦戦。
- ・アイテム別では、家電や書籍など巣ごもり需要アイテムや食品が引き続き好調だったものの、衣料品が継続して苦戦しているのに加え、下旬の新型コロナウイルス感染者数の急増に伴い、「Go Toトラベル」停止や時短営業要請により旅行や飲食、また時計・バッグ革小物・宝飾品など例年クリスマスギフト需要のあるアイテムも基調ダウン。

※ 6店舗が月を通して短縮営業、11店舗が12月通常営業（一部ショップを除く）。