



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 03-6865-7621

**2022年10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	
	10月度	累計	10月度	累計
百貨店事業	8.2	11.2	12.0	14.8 (16.3)
SC事業	9.7	7.3	14.6	16.5
デベロッパー事業	29.1	16.2	29.1	16.2
決済・金融事業	21.0	16.8	21.0	16.8
その他	7.5	1.4	▲ 0.4	▲ 5.3
連結合計	12.6	11.3	13.1	14.4

※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(株)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

- 10月度の売上高は、コートなど秋冬物ファッションが気温の低下に伴い売上を伸ばしたことに加え、入国制限の緩和や円安影響により免税売上が徐々に増加したこと、ラグジュアリーブランドが引き続き好調を持続したことなどから、大丸松坂屋百貨店合計(既存店)では対前年12.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計(既存店)では同12.0%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481.5%増(客数同1473.5%増、客単価同▲63.0%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9.3%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の11月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、ラグジュアリーブランド、美術宝飾品が大きく売上を伸ばしていることに加え、免税売上も前年の6倍となり好調に推移していることなどから、14日までの累計で、対前年15%増(対2019年11%増、対2018年▲0.9%減)、国内売上高は同11%増(対2019年17%増、対2018年5%増)で推移している。
- また免税売上高は対前年522%増(対2019年▲49%減、対2018年▲54%減)で推移している。

2) SC事業

- 10月度のパルコ店舗テナント取扱高は、新型コロナウイルス感染者数の減少や全国旅行支援などによる来店客数の増加、気温低下による衣料品の好調、入国制限の緩和によるインバウンド売上の拡大などにより、全店計で対前年14.3%増となった。

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、百貨店改装関連工事の好調により、前年実績を大きく上回ったほか、パルコスペースシステムズも増収となり、全体で大幅増収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料、年会費受入れの増加に加え、保険代理店手数料も大幅に増加したことなどから、対前年21.0%増となった。
- その他は、(株)ディンプルを連結範囲から除外したマイナス影響があったものの、卸売業の大丸興業が、自動車部品の好調に加え、不調であった電子デバイスの回復により大幅増収となったことにより、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 03-6865-7621  
 ・ グループ広報推進部 TEL 03-6865-7616

## 2022年10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：%)

	10月度		累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	24.8	36.3	24.4	37.5
大丸 梅田店	11.5	13.1	14.2	21.7
大丸 東京店	26.7	47.9	31.8	57.5
大丸 京都店	11.5	10.9	17.8	16.6
大丸 神戸店	9.6	2.6	12.8	9.7
大丸 須磨店	▲1.7	1.5	▲2.1	3.4
大丸 芦屋店	▲2.0	▲3.6	▲3.9	▲2.1
大丸 札幌店	10.3	17.1	20.6	28.0
大丸 下関店	▲1.3	0.9	▲0.8	▲1.3
松坂屋 名古屋店	12.6	3.4	14.5	11.6
松坂屋 上野店	7.2	8.7	10.5	14.5
松坂屋 静岡店	▲13.2	9.8	▲2.3	18.1
松坂屋 高槻店	0.1	6.0	0.8	6.8
<b>店 計</b>	12.6	16.3	14.8	21.3
<b>既存店計</b>	12.6	16.3	16.5	22.8
法人・本社等	17.3	-	29.7	-
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	12.7	16.3	15.3	21.3
うち商品売上高	13.0	-	15.8	-
うち不動産賃貸収入	4.5	-	3.9	-
<b>既存店計</b>	12.7	16.3	17.0	22.8
博多大丸	5.1	19.3	10.8	25.3
高知大丸	1.3	16.8	0.6	11.8
<b>百貨店事業合計</b>	12.0	16.5	14.8	21.5
<b>既存店計</b>	12.0	16.5	16.3	22.9

※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	
	10月度	累計
紳士服・洋品	12.4	13.2
婦人服・洋品	22.1	23.3
子供服・洋品	▲4.3	2.0
その他の衣料品	▲0.0	3.0
<b>衣料品計</b>	19.3	20.7
身 回 品	5.4	10.6
化粧品	5.9	11.6
美術・宝飾・貴金属	5.6	16.3
その他雑貨	15.4	13.8
<b>雑 貨 計</b>	6.3	14.2
家具	17.7	12.5
家電	33.7	19.4
その他の家庭用品	▲0.6	▲5.0
<b>家庭用品計</b>	4.2	▲0.6
生 鮮	▲6.9	▲4.2
菓 子	13.4	19.6
惣 菜	8.9	8.1
その他食料品	4.6	7.3
<b>食料品計</b>	7.1	9.4
食堂・喫茶	22.5	38.9
サービス	23.5	19.0
そ の 他	12.4	3.4
<b>合 計</b>	13.0	15.8

### 3. 営業概況

婦人服・洋品では、気温の低下に伴い、コート、ジャケットなどがよく動いたことに加え、ラグジュアリーブランドも対前年3割増と大きく伸ばした。紳士服・洋品でも、コート、セーターなどのアイテムが好調であった。身回品では、婦人靴が目線を上回って好調であったほか、かばん旅行用品も好調を持続した。雑貨では、化粧品のスキンケア用品の動きが活発であったほか、名古屋店の時計売場改装効果の持続などにより宝飾品も好調を持続した。食料品では、生鮮品などデイリー商品は苦戦したが、オフィスワーカーの出勤率向上により惣菜のランチ・中食需要の回復が見られた。

## 2022年10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：%)

	10月度	累計
札幌PARCO	33.5	30.3
仙台PARCO	11.9	22.8
新所沢PARCO	▲1.3	▲2.5
浦和PARCO	13.1	14.8
池袋PARCO	29.0	33.1
PARCO_ya上野	▲3.4	7.0
ひばりが丘PARCO	9.7	10.3
吉祥寺PARCO	6.8	8.3
渋谷PARCO	17.9	25.2
錦糸町PARCO	20.7	23.5
調布PARCO	13.6	13.8
津田沼PARCO	▲2.9	▲1.7
松本PARCO	1.8	7.2
静岡PARCO	3.9	3.0
名古屋PARCO	18.9	19.8
心斎橋PARCO	19.9	23.4
広島PARCO	5.0	8.1
福岡PARCO	17.7	18.0
全店計	14.3	17.0

### 2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	10月度	累計
衣料品	11.4	13.4
身回品	11.5	15.5
雑貨	18.6	20.5
食品	3.9	3.5
飲食	31.5	41.8
その他	14.1	15.7
合計	14.3	17.0

### 3. 営業概況

- ・ 本年10月は、新型コロナウイルス感染者数の減少や全国旅行支援などによる来店客数の増加、気温低下による衣料品の好調、入国制限の緩和によるインバウンド売上の拡大などにより、取扱高は全店計で対前年14.3%増となった。
- ・ アイテム別にみても、全てのアイテム区分で前年実績を上回り、特に衣料品・身の回り品・雑貨・飲食・サービスなどが対前年で10%以上伸長した。