



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7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	
	7月度	上期累計	7月度	上期累計
百貨店事業	9.3	14.8	10.0	15.6
SC事業	13.0	12.1	12.5	15.5
デベロッパー事業	73.3	13.2	73.3	13.2
決済・金融事業	▲ 8.7	▲ 2.1	▲ 8.7	▲ 2.1
その他	▲ 9.3	▲ 15.9	▲ 9.4	▲ 15.8
連結合計	14.3	10.4	12.2	14.1

- ※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。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- 7月度の売上高は、休日が対前年▲2日だったことによるマイナス影響があったものの、ラグジュアリーブランドや化粧品が引き続き好調を持続したことに加え、気温の上昇に伴いサマーニットやカットソーなどの夏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10.0%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同10.0%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年109.9%増(客数同81.9%増、客単価同15.4%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0.7%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の8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、化粧品、美術・宝飾品が対前年2桁増と伸長していることなどから、14日までの累計で対前年7.9%増で推移している。
- 8月度の免税売上高は対前年51.9%増(客数同47.3%増、客単価同3.1%増)、国内売上は同2.2%増で推移している。

2) SC事業

- 休日が対前年▲2日だったことによるマイナス影響があったものの、訪日外国人客の取り込み強化、前年からの改装効果などにより、全店で11.5%増(既存店14.3%増)となり、16店舗中12店舗が前年実績を上回った。特に訪日外国人客取り込みの効果が大きかった心齋橋PARCOは49.8%増、渋谷PARCOは32.4%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、百貨店改装工事の好調により増収となったことに加え、J.フロント都市開発における不動産売却収入の計上もあり、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ものの、ポイント費用の増加などにより減収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が、産業資材が好調であったものの、自動車部品などの不調により減収となり、全体でも減収となった。

【お問合せ先】 J.フロントリテイリング株式会社 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7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：%)

	7月度		上期累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	18.4	18.6	36.2	25.7
大丸 梅田店	7.3	5.2	9.2	5.3
大丸 東京店	7.4	▲2.8	10.5	2.1
大丸 京都店	12.3	▲1.9	24.0	0.8
大丸 神戸店	7.5	4.1	10.4	4.5
大丸 須磨店	▲1.8	▲2.5	▲1.3	▲1.6
大丸 芦屋店	▲3.0	3.2	▲0.2	4.7
大丸 札幌店	24.9	0.6	20.9	▲0.1
大丸 下関店	▲6.6	▲2.3	▲4.6	▲2.0
松坂屋 名古屋店	2.2	0.8	7.8	5.2
松坂屋 上野店	6.5	4.3	7.4	6.0
松坂屋 静岡店	▲1.4	▲5.9	1.2	▲0.2
松坂屋 高槻店	▲2.3	0.9	1.5	6.1
店 計	9.5	2.7	15.1	5.3
法人・本社等	27.2	-	28.9	-
大丸松坂屋百貨店合計	10.0	2.7	15.6	5.3
うち商品売上高	9.7	-	15.4	-
うち不動産賃貸収入	18.6	-	21.2	-
博多大丸	11.6	11.2	18.8	7.5
高知大丸	▲0.7	▲6.9	1.3	▲1.6
百貨店事業合計	10.0	3.1	15.6	5.4

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	7月度	上期累計
紳士服・洋品	▲6.7	0.0
婦人服・洋品	18.4	25.4
子供服・洋品	▲3.4	1.1
その他の衣料品	▲16.9	▲10.9
衣料品計	14.6	21.3
身 回 品	2.8	7.2
化粧品	20.1	26.3
美術・宝飾・貴金属	16.5	20.7
その他雑貨	▲23.7	▲18.6
雑 貨 計	15.7	20.6
家具	▲19.3	▲12.0
家電	▲4.4	2.5
その他の家庭用品	11.8	9.6
家庭用品計	3.6	3.9
生 鮮	▲4.2	▲0.9
菓 子	0.5	1.9
惣 菜	▲0.8	3.0
その他食料品	▲5.6	▲5.3
食料品計	▲2.3	0.3
食堂・喫茶	4.4	6.5
サービス	34.0	9.8
そ の 他	40.2	29.1
合 計	9.7	15.4

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが引き続き売上を牽引したほか、気温の上昇に伴い夏物衣料品が活発に動いた。紳士服・洋品は、ジャケットやアウトドア商品などの好調により対前年プラスとなった。身回品では、セール比率の低いアクセサリーやハンドバッグが、インバウンド需要もあり、好調を持続した。雑貨では、化粧品で日焼け止めや化粧水などのスキンケア商品がよく動いたほか、美術・宝飾品も好調を持続した。食料品では、お中元ギフトが対前年マイナスとなり、全体でも前年実績を下回った。

2024年7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：%)

	7月度	上期累計
札幌PARCO	19.8	25.2
仙台PARCO	▲0.5	7.0
浦和PARCO	6.9	12.9
池袋PARCO	17.3	18.1
PARCO_ya上野	7.2	7.8
ひばりが丘PARCO	▲9.7	▲6.1
吉祥寺PARCO	▲0.6	2.0
渋谷PARCO	32.4	41.3
錦糸町PARCO	4.7	9.9
調布PARCO	0.6	3.0
松本PARCO	▲30.4	▲25.0
静岡PARCO	2.2	4.1
名古屋PARCO	11.1	19.2
心齋橋PARCO	49.8	52.8
広島PARCO	8.8	8.4
福岡PARCO	15.2	14.1
全店計	11.5	15.2
既存店計	14.3	18.3

※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. 既存店計には、新所沢PARCOの前年実績値を含みません。

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	7月度	上期累計
衣料品	5.1	9.2
身回品	11.9	16.9
雑貨	21.9	28.1
食品	▲6.8	▲5.8
飲食	8.0	9.9
その他	20.9	21.7
合計	11.5	15.2

3. 営業概況

- ・ 休日が対前年▲2日だったことによるマイナス影響があったものの、訪日外国人客の取り込み強化、前年からの改装効果などにより、全店で11.5%増(既存店14.3%増)。16店舗中12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49.8%増、渋谷PARCOは32.4%増の大幅伸長となった。
- ・ アイテム別では、雑貨については、21.9%増と前年を大きく上回り、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、池袋PARCO、渋谷PARCOを中心に好調だった。その他については、期間限定の展覧会も含めたイベントショップがヒットコンテンツに恵まれ好調だった。食品については新所沢PARCO閉館の影響が大きく▲6.8%。