

---

---

# 2021年2月期 第2四半期 決算説明会

---

---



2020年 10月13日  
J.フロント リテイリング株式会社  
代表執行役社長 好本 達也

くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。



J. FRONT RETAILING

このたびの新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、  
および関係者の皆様に謹んでお見舞い申し上げますとともに、  
医療従事者の皆様など感染拡大防止にご尽力いただいている  
すべての皆様に深く感謝申し上げます。

## 本日の内容

- I. 2020年度 上期業績概要
- II. 2020年度 下期・通期業績予想
- III. “完全復活”と“再成長”に向けて

# 2020年度 上期業績概要(IFRS)

# 連結業績P/L(IFRS)

- ▶ 新型コロナ影響により百貨店、パルコを中心に甚大な影響を及ぼし大幅減収
- ▶ 事業利益は2億円と僅かながら黒字も、営業損益は△200億円を超える大幅損失
- ▶ 中間配当は経営の安定をはかる観点から前年に比べ△9円減額の1株当たり9円

(単位:百万円、%)

2021年2月期 第2四半期	実績	対前年		対6月予想	
		増減高	増減率	増減高	増減率
総額売上高	319,589	△226,252	△41.5	7,589	2.4
売上収益	147,471	△78,193	△34.7	7,471	5.3
売上総利益	59,450	△45,209	△43.2	4,150	7.5
販売管理費	59,200	△21,715	△26.8	△4,100	△6.5
事業利益	250	△23,493	△98.9	8,250	—
その他営業収益	3,692	△405	△9.9	392	11.9
その他営業費用	24,579	21,913	821.9	△721	△2.8
営業利益	△20,637	△45,812	—	9,363	—
親会社の所有者に 帰属する当期利益	△16,311	△30,678	—	7,389	—
1株当たり配当(円)	(中間) 9	△9	—	—	—

- ▶ 百貨店事業は新型コロナ影響で1.5ヶ月休業、その後徐々に回復も厳しさ継続
- ▶ パルコ事業は休業影響や営業再開後も一部家賃減免継続、エンタメも苦戦
- ▶ 不動産事業は「GINZA SIX」など休業期間に応じた家賃減免措置実施が影響
- ▶ クレジット金融事業は来年1月カードリニューアルに伴う広告宣伝費などが増加

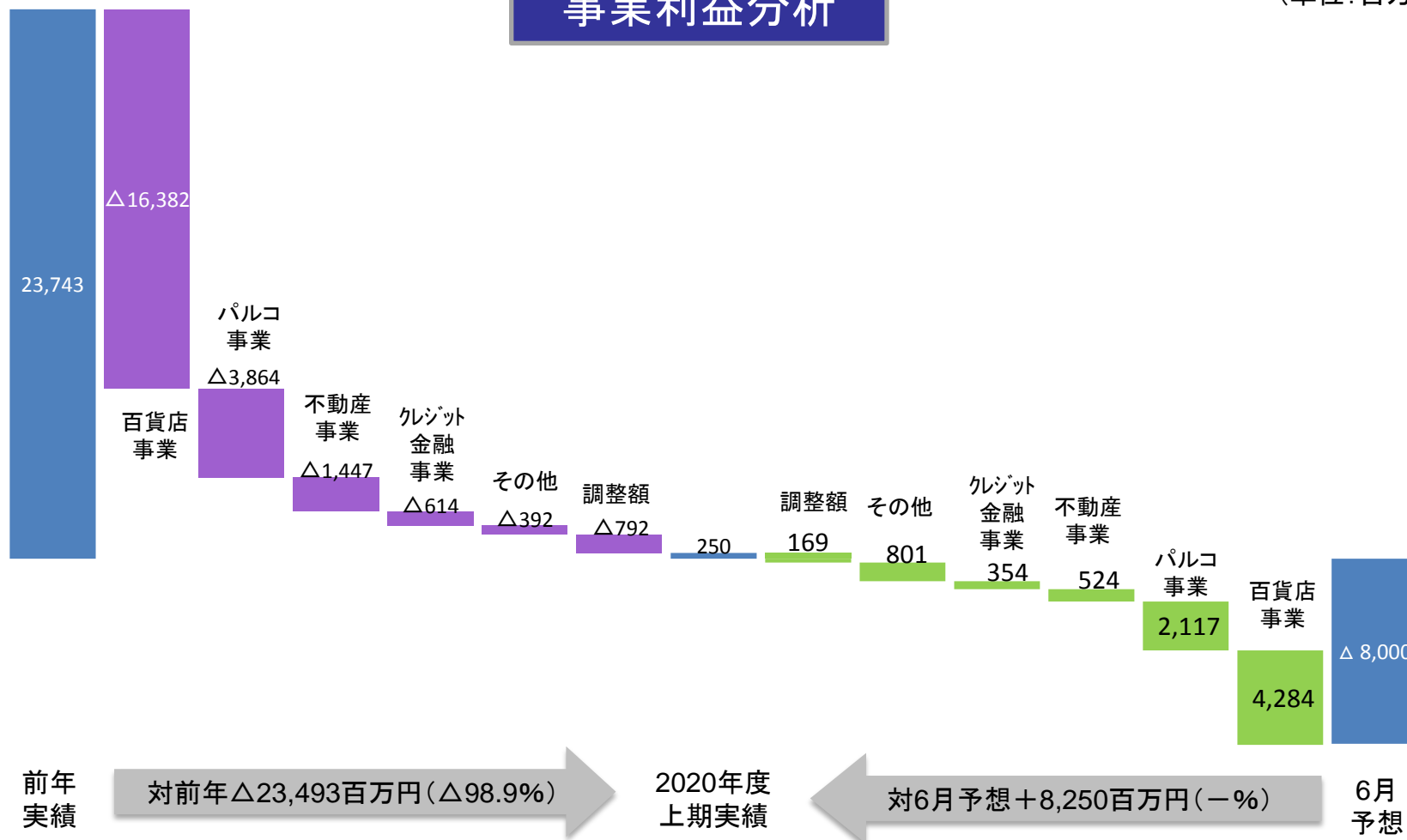
(単位:百万円、%)

2021年2月期 第2四半期	事業利益				営業利益			
	実績	対前年		対6月予想	実績	対前年		対6月予想
		増減高	増減率	増減高		増減高	増減率	増減高
百貨店事業	△4,416	△16,382	—	4,284	△21,357	△31,937	—	4,443
パルコ事業	1,517	△3,864	△71.8	2,117	△2,604	△8,469	—	2,696
不動産事業	1,924	△1,447	△42.9	524	1,634	△4,095	△71.5	634
クレジット金融事業	446	△614	△58.0	354	453	△636	△58.3	373
その他	1,701	△392	△18.7	801	1,150	△858	△42.7	730
合計	250	△23,493	△98.9	8,250	△20,637	△45,812	—	9,363

# セグメント情報<事業利益> (IFRS)

## 事業利益分析

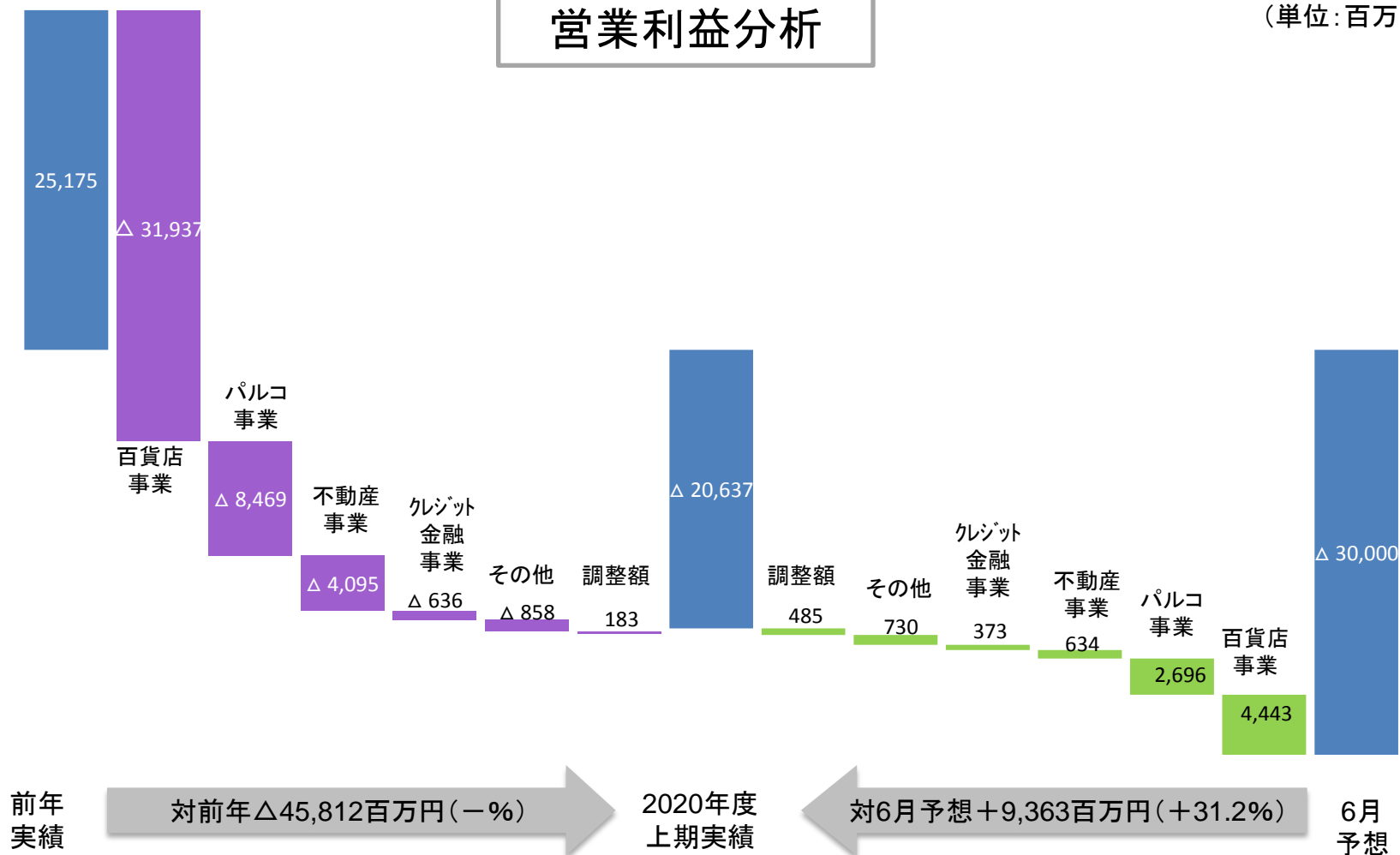
(単位:百万円)



# セグメント情報＜営業利益＞(IFRS)

## 営業利益分析

(単位:百万円)





# セグメント業績 ①百貨店事業(IFRS)

- ▶ 4月から5月にかけて1.5ヶ月に及ぶ休業を余儀なくされるなどの影響で大幅減
- ▶ 営業再開後6、7月で7割程度の水準まで回復も、8月一時感染再拡大で足踏み
- ▶ インバウンドは9割以上の減収が継続、国内富裕層は着実に回復の兆しも
- ▶ 6月予想比では、売上改善および広告宣伝費などさらなる販管費圧縮が奏功
- ▶ その他の営業収益に雇用調整助成金11億円、その他の営業費用に休業期間中の固定費振替80億円、店舗の減損損失97億円を計上

(単位:百万円、%)

2021年2月期 第2四半期	1Q		2Q		上期		
	実績	対前年 増減率	実績	対前年 増減率	実績	対前年 増減率	対6月予想 増減高
総額売上高	62,180	△64.9	127,609	△28.0	189,790	△46.5	3,790
売上収益	24,308	△63.2	45,794	△30.6	70,102	△46.9	102
販売管理費	17,733	△45.2	26,930	△19.1	44,663	△32.0	△3,237
事業利益	△4,870	—	454	△91.8	△4,416	—	4,284
営業利益	△23,156	—	1,798	△59.6	△21,357	—	4,443

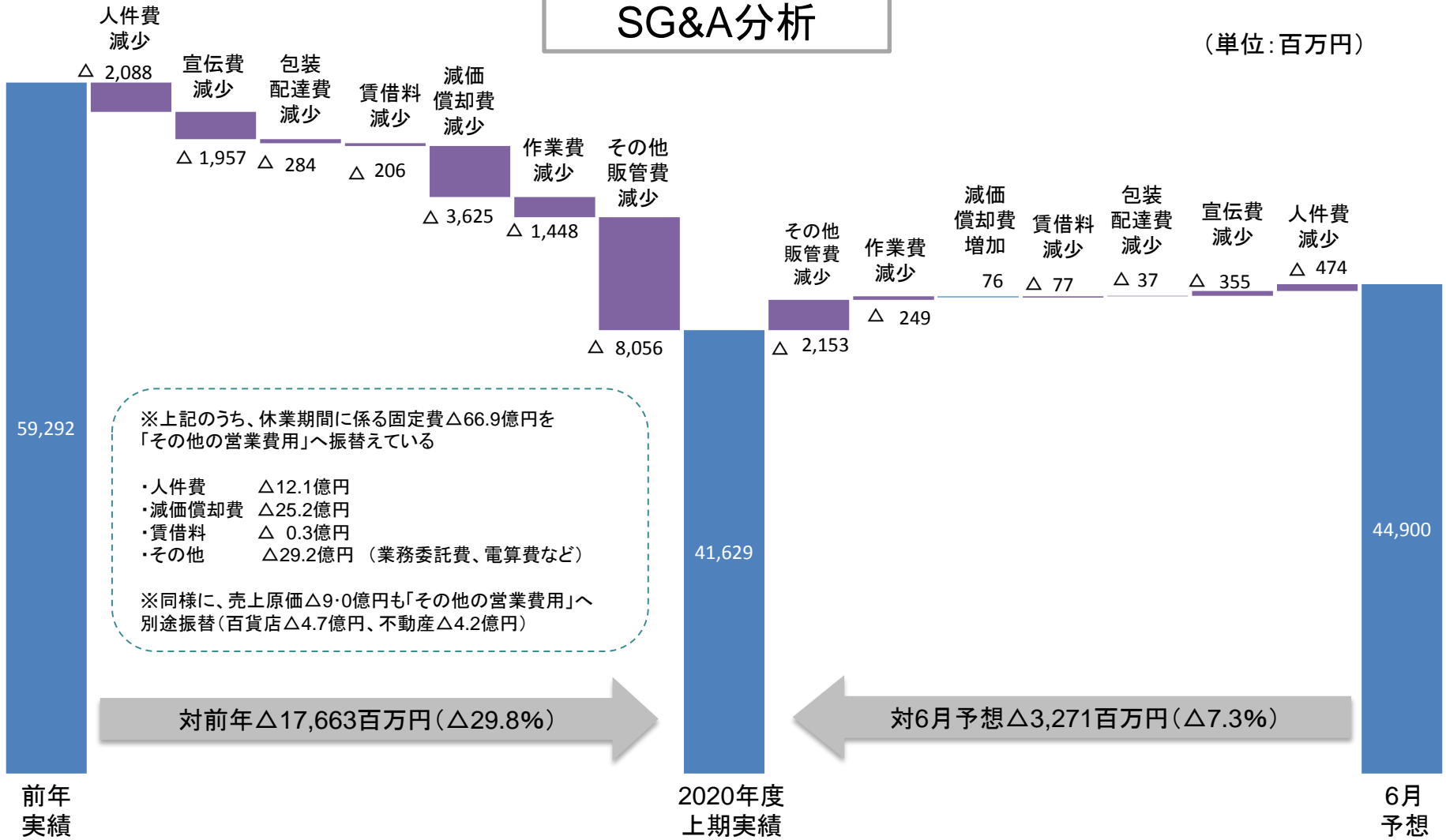
- ▶ 百貨店は東京店など都心店舗を中心に苦戦の一方、神戸店の回復が早い
- ▶ 事業利益、営業利益の予想に対する上振れは投資見直し等販管費削減が寄与
- ▶ その他の営業収益に雇用調整助成金11億円、その他の営業費用に休業期間中の固定費振替75億円、店舗の減損損失97億円を計上

(単位:百万円、%)

2021年2月期 第2四半期	大丸松坂屋百貨店 合計								
	百貨店			不動産					
	実績	対前年 増減率	対6月予想 増減高	実績	対前年 増減率	対6月予想 増減高	実績	対前年 増減率	対6月予想 増減高
総額売上高	172,573	△45.5	3,073	6,815	△23.2	315	179,276	△44.9	3,376
(うち不動産賃貸収入)	3,378	49.5	—	6,763	△22.8	—	10,049	△7.8	—
売上収益	64,110	△45.7	210	6,815	△22.7	315	70,833	△44.1	533
売上総利益	36,559	△47.2	959	3,431	△26.6	331	39,898	△46.0	1,298
販売管理費	40,232	△30.8	△3,068	1,506	15.5	△194	41,629	△29.8	△3,271
事業利益	△3,673	—	4,027	1,924	△42.9	524	△1,731	—	4,569
営業利益	△19,477	—	4,423	1,634	△71.5	634	△17,843	—	5,057
当期利益	-	-	-	-	-	-	△13,092	—	3,608

## 2020年度上期 SG&A分析

(単位:百万円)



※上記のうち、休業期間に係る固定費△66.9億円を「その他の営業費用」へ振替えている

- ・人件費 △12.1億円
- ・減価償却費 △25.2億円
- ・賃借料 △ 0.3億円
- ・その他 △29.2億円 (業務委託費、電算費など)

※同様に、売上原価△9.0億円も「その他の営業費用」へ別途振替(百貨店△4.7億円、不動産△4.2億円)

前年実績

2020年度上期実績

6月予想

# セグメント業績 ②パルコ事業(IFRS)

- ▶ コロナ禍による約2ヶ月に及ぶ店舗休業や、営業時間の短縮継続が大きく影響
- ▶ テナント家賃の条件緩和は休業期間中だけでなく営業再開後も一部継続
- ▶ エンタテインメントは予定されていた多くの興行開催を「3密」回避のため断念
- ▶ 6月予想比では、テナント家賃減免が想定よりも縮小するとともに販管費も圧縮
- ▶ その他の営業収益に雇用調整助成金3億円、その他の営業費用に休業期間中の固定費振替31億円、減損損失16億円を計上

(単位:百万円、%)

2021年2月期 第2四半期	1Q		2Q		上期		
	実績	対前年 増減率	実績	対前年 増減率	実績	対前年 増減率	対6月予想 増減高
総額売上高	29,229	△59.9	54,243	△20.7	83,472	△40.9	272
売上収益	12,132	△45.1	17,982	△16.7	30,115	△31.1	1,465
販売管理費	3,436	△29.0	4,247	△10.5	7,683	△19.8	△717
事業利益	443	△84.3	1,074	△58.1	1,517	△71.8	2,117
営業利益	△4,127	—	1,523	△38.0	△2,604	—	2,696

- ▶ 不動産：休業期間に応じた家賃減免措置実施や歩合賃料減も黒字を確保
- ▶ クレジット金融：大丸松坂屋百貨店取扱高減とともにカードリニューアル費用先行
- ▶ その他：ディンプルやJフロントフーズが商業施設の休業影響などで打撃

(単位：百万円、%)

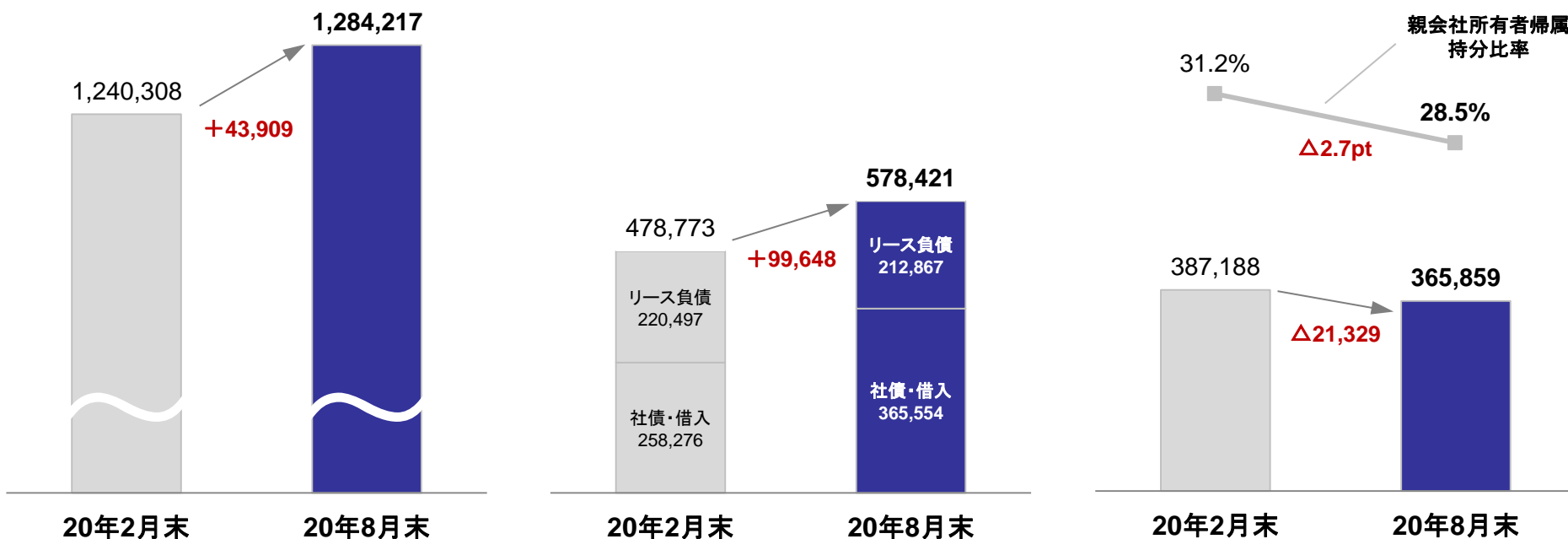
2021年 2月期 第2四半期	不動産事業			クレジット金融事業			その他		
	実績	対前年 増減率	対6月 予想 増減高	実績	対前年 増減率	対6月 予想 増減高	実績	対前年 増減率	対6月 予想 増減高
総額売上高	6,815	△23.2	315	5,212	△11.6	312	53,236	△10.9	1,236
売上収益	6,815	△22.7	315	4,593	△11.7	233	52,305	△6.9	7,105
販売管理費	1,506	15.5	△194	4,147	0.2	△121	11,231	△14.9	△169
事業利益	1,924	△42.9	524	446	△58.0	354	1,701	△18.7	801
営業利益	1,634	△71.5	634	453	△58.3	373	1,150	△42.7	730

- ▶ 資産合計はコロナ対策で現預金を確保したことなどにより、対前期439億円増加
- ▶ 有利子負債はコロナ対策資金の新規調達により対前期996億円増加
- ▶ 親会社所有者帰属持分比率は28.5%、対前期△2.7pt低下

資産合計

有利子負債

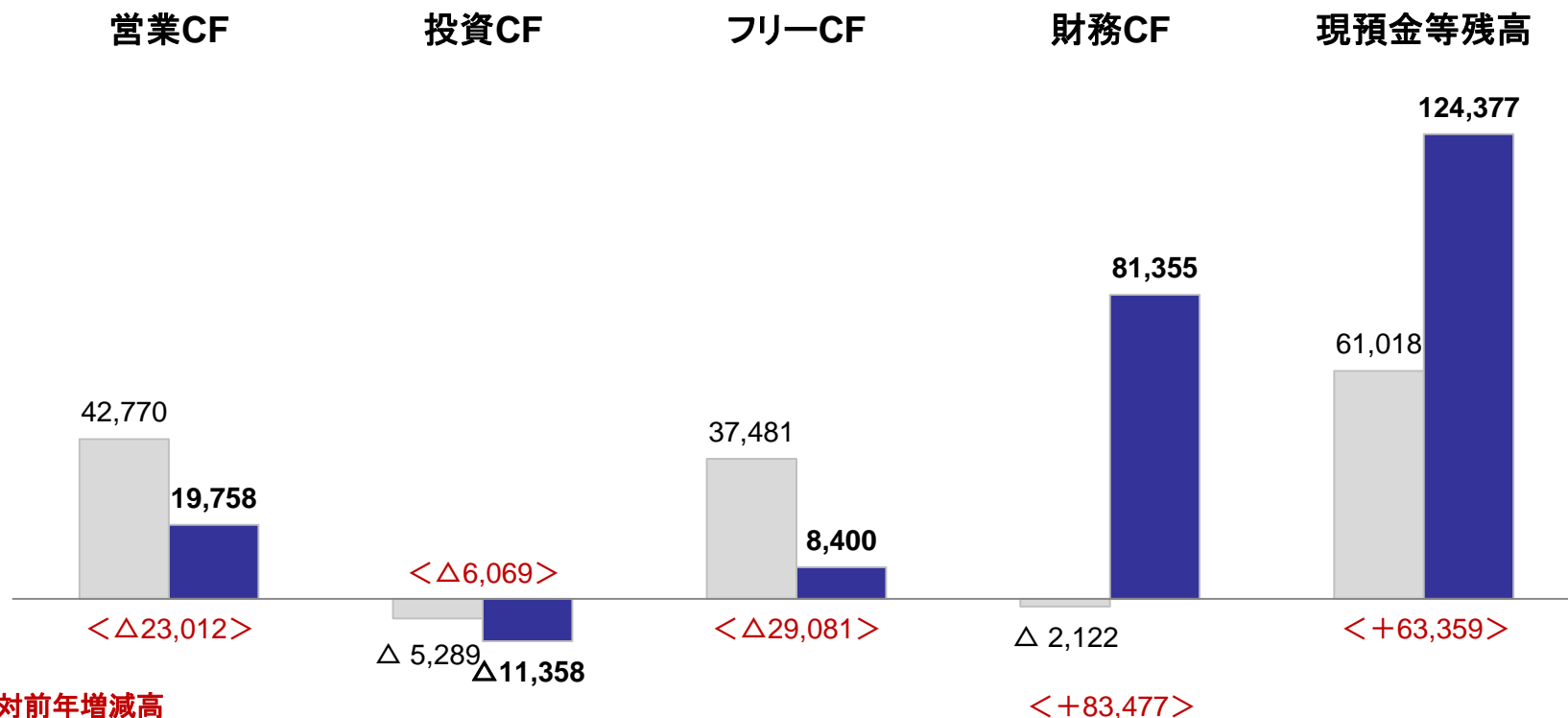
親会社の所有者に帰属する持分



(単位:百万円)

# 連結CF(IFRS)

- ▶ 営業CFは大幅減、投資CFは心齋橋北館以外の投資を当初計画より大幅抑制
- ▶ フリーキャッシュフローは84億円、対前年△290億円と大幅減もプラスを確保
- ▶ コロナ対策としてCP発行、銀行借入などにより十分な手許資金を確保
- ▶ コミットメントライン等、十分な調達枠も確保しており、当面の資金繰りに懸念なし



< >内対前年増減高

■ 20年2月期2Q実績 ■ 21年2月期2Q実績

(単位:百万円)

2020年度下期・通期  
業績予想



# 連結業績予想P/L(IFRS)

- ▶ 事業利益、営業利益、当期利益とも上期対6月予想上振れ分を通期予想に反映
- ▶ 下期は売上を慎重に見直すも販管費圧縮により各利益段階で6月予想を概ね維持
- ▶ 期末配当1株当たり18円、中間と合わせた年間配当は27円で前年に比べ△9円減額

(単位:百万円、%)

2021年2月期	下期			通期		
	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高
総額売上高	490,810	△16.5	△2,190	810,400	△28.5	5,400
売上収益	190,028	△25.5	△1,972	337,500	△29.8	5,500
売上総利益	79,149	△22.6	△2,351	138,600	△33.0	1,800
販売管理費	78,199	△3.1	△2,301	137,400	△15.0	△6,400
事業利益	949	△95.6	△51	1,200	△97.4	8,200
その他営業収益	807	△82.3	307	4,500	△48.1	700
その他営業費用	1,720	△84.5	220	26,300	91.4	△500
営業利益	37	△99.8	37	△20,600	—	9,400
親会社の所有者に 帰属する当期利益	△2,288	—	12	△18,600	—	7,400
1株当たり配当(円)	(期末) 18	(増減高) 0	0	(年間) 27	(増減高) △9	0

# セグメント業績(IFRS)

(単位:百万円、%)

2021年2月期	事業利益							
	下期予想	対前年		対6月予想 増減高	通期予想	対前年		対6月予想 増減高
		増減高	増減率			増減高	増減率	
百貨店事業	2,416	△12,078	△83.3	716	△2,000	△28,461	—	5,000
パルコ事業	△1,817	△5,017	—	△1,117	△300	△8,882	—	1,000
不動産事業	925	△67	△6.8	1,025	2,850	△1,514	△34.7	1,550
クレジット金融事業	△446	△1,286	—	△511	0	△1,901	—	△157
その他	648	△2,184	△77.1	98	2,350	△2,576	△52.3	900
合計	949	△20,670	△95.6	△51	1,200	△44,163	△97.4	8,200

2021年2月期	営業利益							
	下期予想	対前年		対6月予想 増減高	通期予想	対前年		対6月予想 増減高
		増減高	増減率			増減高	増減率	
百貨店事業	2,157	△4,888	△69.4	757	△19,200	△36,825	—	5,200
パルコ事業	△1,845	△6,802	—	△1,045	△4,450	△15,273	—	1,650
不動産事業	765	△231	△23.2	1,065	2,400	△4,325	△64.3	1,700
クレジット金融事業	△453	△1,272	—	△523	0	△1,908	—	△150
その他	649	△2,042	△75.9	109	1,800	△2,900	△61.7	840
合計	37	△15,074	△99.8	37	△20,600	△60,886	—	9,400

# セグメント業績 ①百貨店事業

- ▶ 足元の状況から下期売上を慎重に見直し、6月予想に比べ△59億円減額修正
- ▶ 下期もインバウンドの回復は上期同水準(実績7億円)と回復は厳しいとの想定
- ▶ 国内消費は富裕層が牽引するなかで年度後半にかけて徐々に回復の見込み
- ▶ 販管費をさらに圧縮することで事業利益、営業利益の黒字幅の拡大を見込む

2021年2月期	下期			通期		
	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高
総額売上高	303,809	△15.7	△5,991	493,600	△31.0	△2,200
売上収益	109,397	△17.0	△3,103	179,500	△31.9	△3,000
販売管理費	62,136	△2.1	△1,764	106,800	△17.3	△5,000
事業利益	2,416	△83.3	716	△2,000	—	5,000
営業利益	2,157	△69.4	757	△19,200	—	5,200

- ▶ 百貨店は売上を慎重に見直す一方、販管費をさらに圧縮することで利益増額
- ▶ 不動産事業は9月からパルコに移管も、GINZA SIXは大丸松坂屋百貨店で管理

(単位:百万円、%)

2021年2月期 下期	大丸松坂屋百貨店 合計								
	百貨店			不動産					
	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高	予想	対前年 増減率	対6月予想 増減高
総額売上高	274,326	△14.8	△5,574	6,184	△31.0	△3,916	280,323	△15.3	△8,877
(うち不動産賃貸収入)	4,022	△10.8	—	6,137	△31.3	—	9,951	△25.3	—
売上収益	98,889	△16.4	△3,111	6,184	△31.1	△3,916	104,866	△17.5	△6,434
販売管理費	55,967	0.5	△1,533	793	△53.3	△307	56,670	△1.0	△1,430
事業利益	2,273	△83.6	773	375	△62.2	475	2,631	△82.3	1,231
営業利益	1,777	△74.5	577	465	△53.3	765	2,243	△71.8	1,343
当期利益	-	-	-	-	-	-	792	△82.8	992

# 大丸松坂屋百貨店 主要店舗別売上

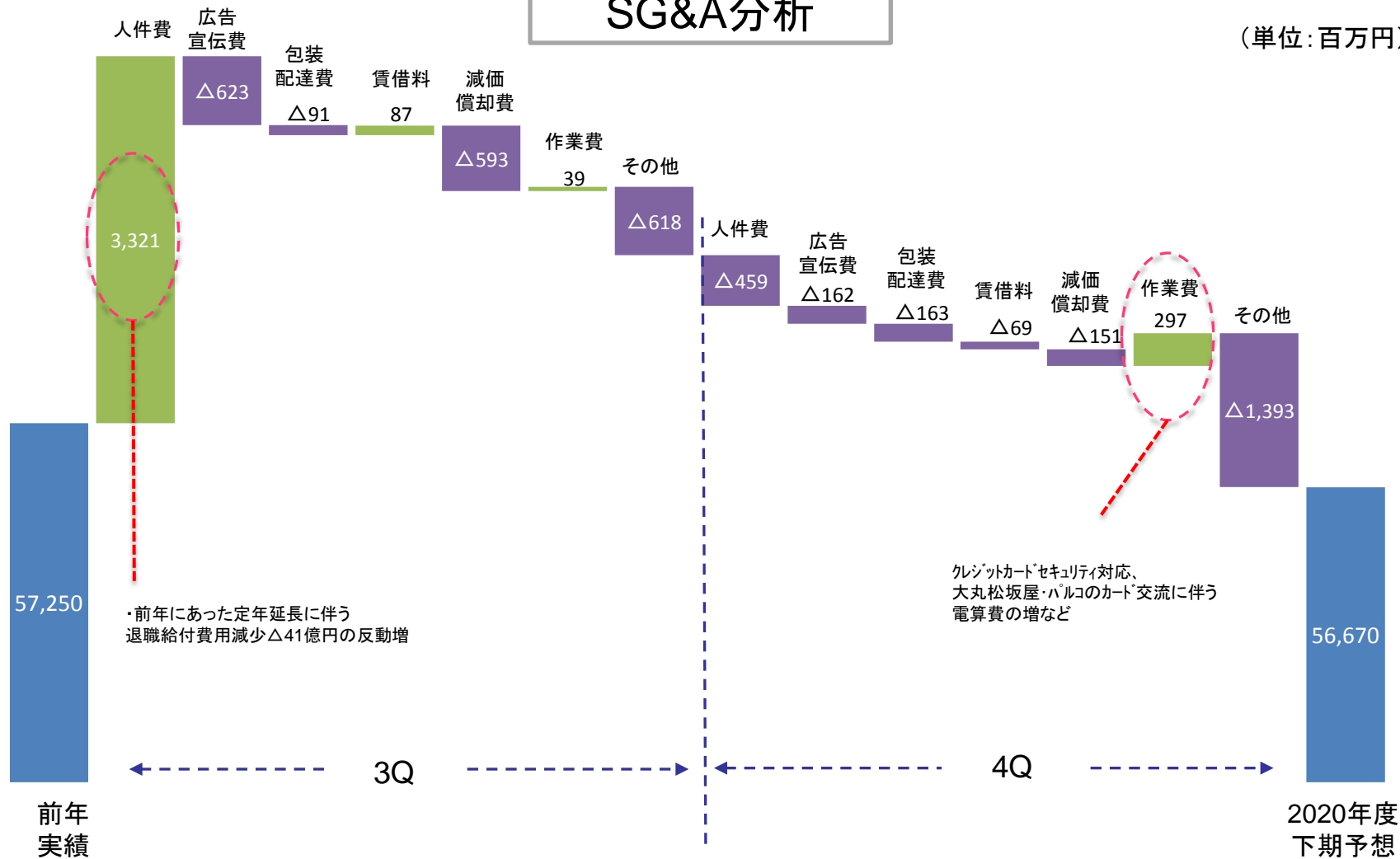
- ▶ 前年9月に消費増税前の駆け込み、10月にその反動減のため本年月次変動大
- ▶ 免税比率の高い心齋橋店や昼間人口の回復が遅れる東京店はより厳しい見通し
- ▶ 個人外商に力のある京都店、神戸店、名古屋店を中心に売上回復の牽引を期待

(対前年増減率、%)

2021年2月期	1Q 実績	2Q 実績	3Q 予想	4Q 予想	下期 予想
心齋橋店	△79.9	△52.2	△43.3	△23.5	△33.8
梅田店	△72.6	△28.3	△25.5	△14.7	△19.7
東京店	△76.0	△48.1	△36.6	△32.7	△34.6
京都店	△58.9	△24.4	△11.8	△3.5	△7.5
神戸店	△63.4	△10.5	△5.5	△2.8	△4.1
札幌店	△66.4	△25.8	△13.0	△15.1	△14.1
名古屋店	△58.7	△17.9	△13.6	△3.7	△8.5
直営計	△64.1	△26.9	△18.6	△11.3	△14.8

## 2020年度下期 SG&A分析

(単位: 百万円)



# セグメント業績 ②パルコ事業(IFRS)

- ▶ 前年11月開業の渋谷PARCOフル稼働、本年11月心齋橋PARCO開業の一方、前年渋谷PARCO保留床売却(217億円)の反動減あり
- ▶ 6月予想より売上収益改善を見込むもテナント家賃減免やエンタメ回復遅れを想定
- ▶ 期初未織り込みであった心齋橋北館資産のパルコへの移管に伴う不動産登録免許税発生や原価増加が影響

(単位:百万円、%)

2021年2月期	下期			通期		
	予想	対前年増減率	対6月予想増減高	予想	対前年増減率	対6月予想増減高
総額売上高	140,327	△17.3	1,327	223,800	△28.1	1,600
売上収益	41,884	△38.9	1,934	72,000	△35.8	3,400
販売管理費	10,016	△2.3	△321	17,700	△10.8	△1,037
事業利益	△1,817	—	△1,117	△300	—	1,000
営業利益	△1,845	—	△1,045	△4,450	—	1,650



心齋橋  
PARCO  
2020年11月  
オープン

## 新しい 都市型PARCO

新生・渋谷PARCOのエッセンス

モード / アニメ / NEW 飲食 / アート

百貨店のテーマ

ラグジュアリー / 高級飲食  
/ ゴルフ&スポーツ

大型専門店

シネマコンプレックス

多目的ホール・イベントスペース



## ③不動産事業、④クレジット金融事業、⑤その他(IFRS)

- ▶ 不動産：期初未織り込みであった心齋橋北館資産のパルコ移管に伴い原価圧縮
- ▶ クレジット金融：カードリニューアル費用増や期初未織り込みであった年会費収入計上方法変更が影響
- ▶ その他：前年心齋橋店本館工事の特需があったJフロント建装の反動減影響大

(単位：百万円、%)

2021年2月期		下期			通期		
		見通し	対前年 増減率	対6月予想 増減高	見通し	対前年 増減率	対6月予想 増減高
不動産事業	売上収益	8,984	0.3	△1,116	15,800	△11.2	△800
	事業利益	925	△6.8	1,025	2,850	△34.7	1,550
	営業利益	765	△23.2	1,065	2,400	△64.3	1,700
クレジット金融事業	売上収益	5,006	△9.3	△384	9,600	△10.4	△150
	事業利益	△446	—	△511	0	—	△157
	営業利益	△453	—	△523	0	—	△150
その他	売上収益	45,294	△32.5	△1,306	97,600	△20.8	5,800
	事業利益	648	△77.1	98	2,350	△52.3	900
	営業利益	649	△75.9	109	1,800	△61.7	840

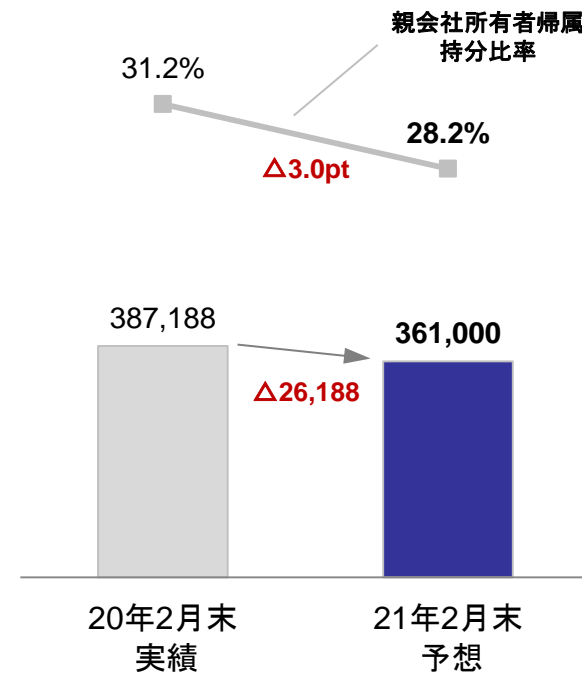
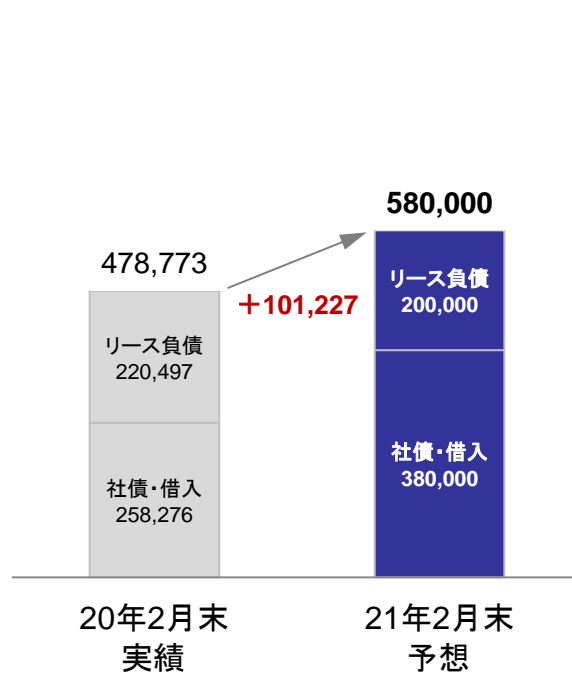
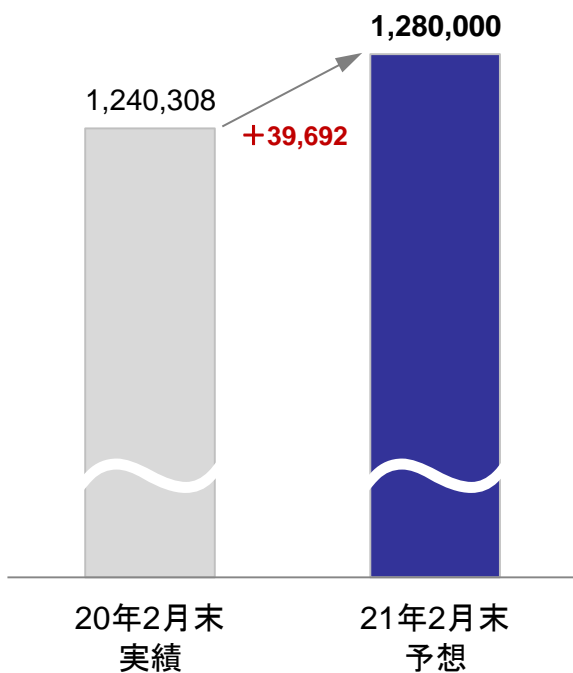
# 連結B/S予想(IFRS)

- ▶ 資産合計は現預金確保の継続などにより、対前年396億円増加
- ▶ 有利子負債はコロナ対策資金の新規調達により対前年1,012億円増加
- ▶ 親会社所有者帰属持分比率は28.2%、対前年△3.0pt低下

資産合計

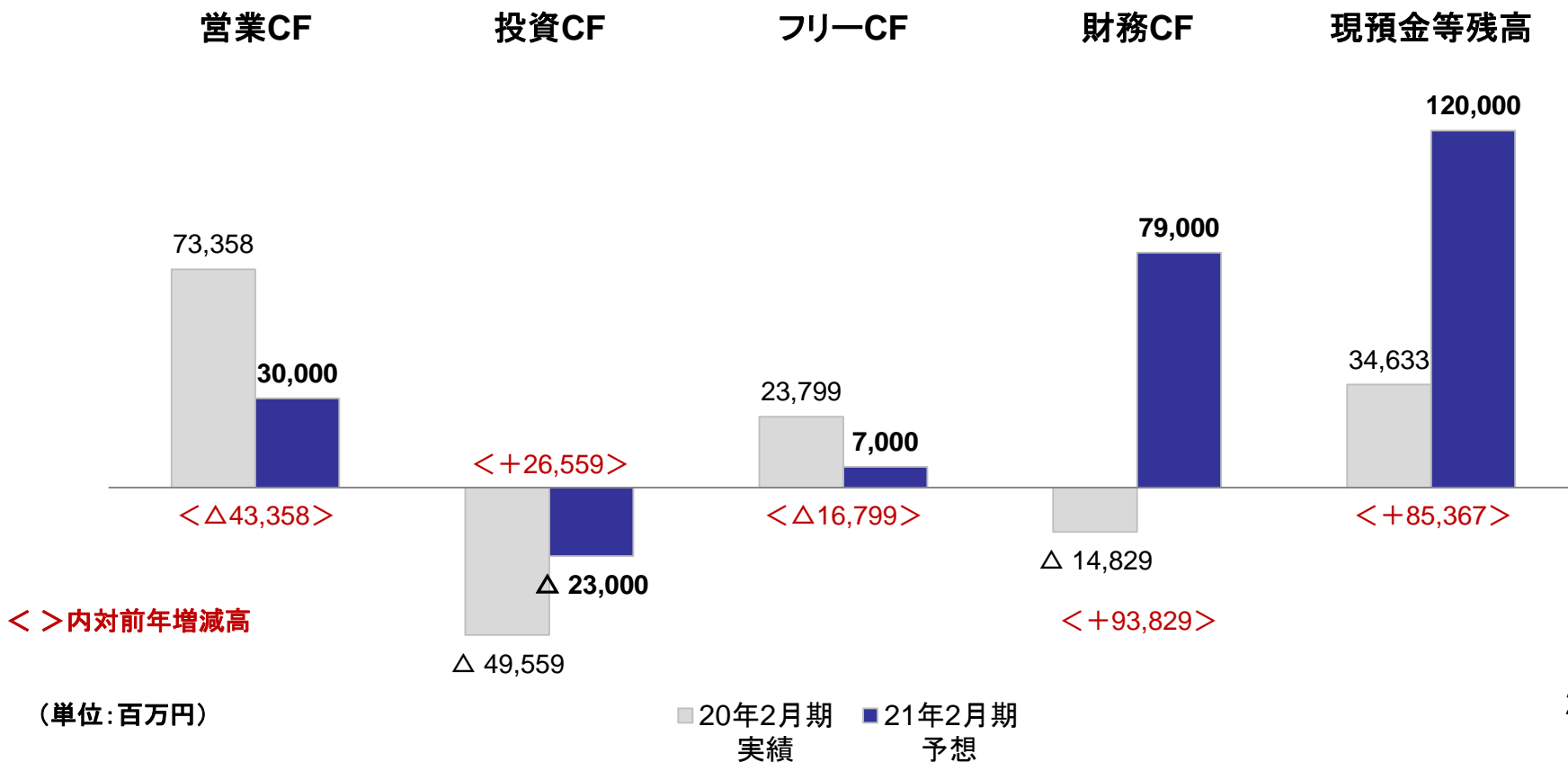
有利子負債

親会社の所有者に帰属する持分



# 連結CF予想(IFRS)

- ▶ 営業CFは大幅減、投資CFは当初計画からの見直しにより支出を大幅抑制
- ▶ フリーキャッシュフローは70億円、対前年△167億円と大幅減もプラスを確保
- ▶ コロナ影響が収束するまでの間、引き続き十分な手許資金を確保



“完全復活”と“再成長”に向けて

コロナといかに共存していくか

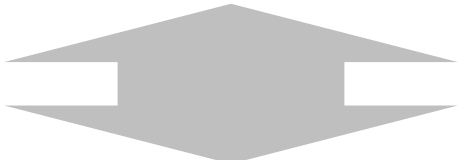
コロナを契機とした消費行動・消費に対する価値観の変化

飛躍的に社会に浸透したデジタル化への対応

店舗“プライムロケーション”という付加価値維持・向上への懸念



対応を誤れば企業存続の危機に及びうることは明らか



マインドセットを変え、  
大胆な経営改革を推し進める“最大の好機”

～ グループが“完全復活”を果たし、  
“再成長”を実現していくために ～

経営構造改革

デジタル・トランスフォーメーション(DX)

パルコとのシナジー本格創出

時間軸を明確にして計画化し、  
「やり切る」ことがコロナ禍を生き抜く必須条件

## 構造としての「固定費」の圧縮

いかに損益分岐点を下げるか



ビジネスモデル転換加速による組織・要員構造改革の実行

百貨店  
ハイブリッドモデルの  
拡張展開

パルコ、関連事業での  
抜本的な  
原価・経費削減

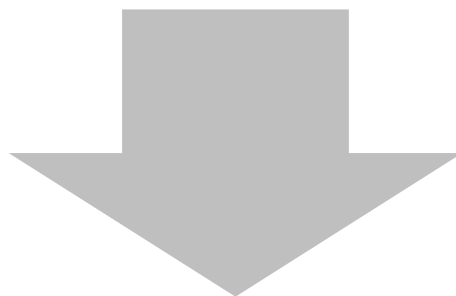
デジタル基盤拡充による  
働き方・組織改革  
本格化

仕組みを変えた抜本的な生産性向上  
(収益改善効果:100億円以上)

不採算店舗・事業の厳格な見極め

グループ事業再編／事業の入れ替え

- ▶ 事業の縮小あるいは撤退への判断を一層迅速化
- ▶ グループ事業の統合・集約による経営効率向上

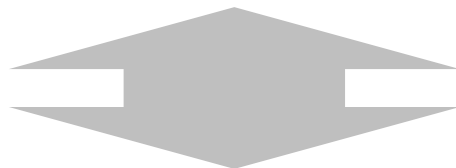


これらの取り組みにより  
構造改革、ポートフォリオ改革を果敢に実行



## DXを通じた新たなビジネスモデルへ転換

消費の二極化はより先鋭化し、デジタルシフトが一気に進展



対処療法でオンライン取引拡大やデジタル化を進めるだけでは  
お客様のご期待に応えることは困難



当社グループの強みであるリアルで培った  
「顧客基盤」と「コンテンツ開発力」をデジタル活用で進化

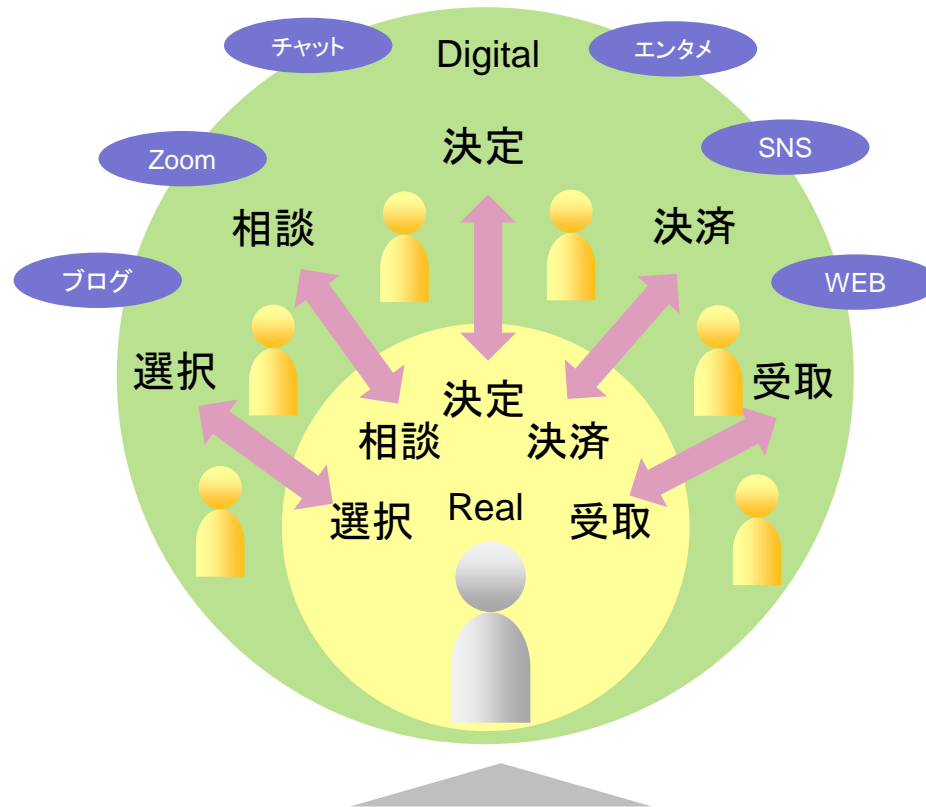


リアルとデジタルを融合させた  
新たな「体験の場」を創造することが重要

## リアルとデジタルを融合させた新たな「体験の場」の創造

お客様と売場を“体温”でつなぐ  
デジタル・プラットフォームの構築

リアルの体験価値をデジタルに再現



「時間」と「場所」の制約からの脱却

## 大丸松坂屋百貨店のOMO

- ▶ オンラインでもオフラインでも販売員のサービスが受けられる体制を整備
- ▶ 各ショップのブログ活用を通じてお客様にショッピングいただける仕組みを構築
- ▶ 化粧品ではより独自性あるOMOショッピングによる顧客体験を21年度にも実現

## パルコのOMO

- ▶ リアル店舗の発信力を起点に、マルチECプラットフォームとの相互送客
- ▶ テナント自社EC含めリアルチャネルとWEBチャネルをパルコポイントでつなぐ
- ▶ すでにパルコの強みのエンタテインメントはオンラインでの体験が可能に

## 顧客基盤の可視化による顧客理解の深化

<J.フロントリテイリンググループ>

DAIMARU

Matsuzakaya

PARCO

購買データ・行動ログ

データを活用した  
新たな価値創造

マーケティング・CRM

統合顧客データベース  
(LTS - Hub)

データ蓄積・分析・フィードバック

## デジタルによる業務オペレーション再構築

RPAによりバックオフィスの事務処理効率化を実施

次は、店頭業務を含めたペーパーレス化のフェーズへ



伝票およびそれに伴う配送・保管倉庫コストの圧縮

業務フロー刷新による抜本的な要員構造改革実現

システム大幅改修に向けたプロジェクトを立ち上げ  
業務オペレーションのDXに向けた取り組みを加速

## 心齋橋PARCOを基点とした新たな取り組み拡大



取引先チャネルの相互活用  
パルコ独自のコンテンツの百貨店への展開

店舗の魅力化とブランド力強化

## 不動産事業移管によるノウハウ、リソース集約

多様な用途取り組みによる  
不動産ポートフォリオ変革

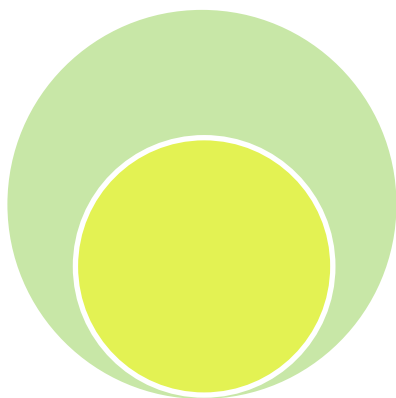
準都心立地開発

東名阪＋福岡立地の  
複合開発PJ検討

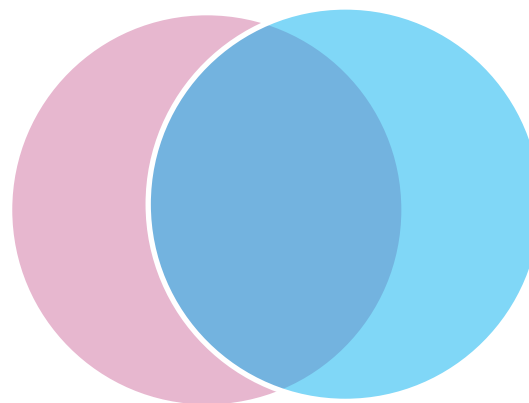
循環型投資スキーム活用の検討

デベロッパー事業としての発展・成長へ

リアルとデジタルの  
融合



パルコとグループの  
融合



先行きが読みにくい時代への  
“変化対応力”を高めた強靱なポートフォリオの構築

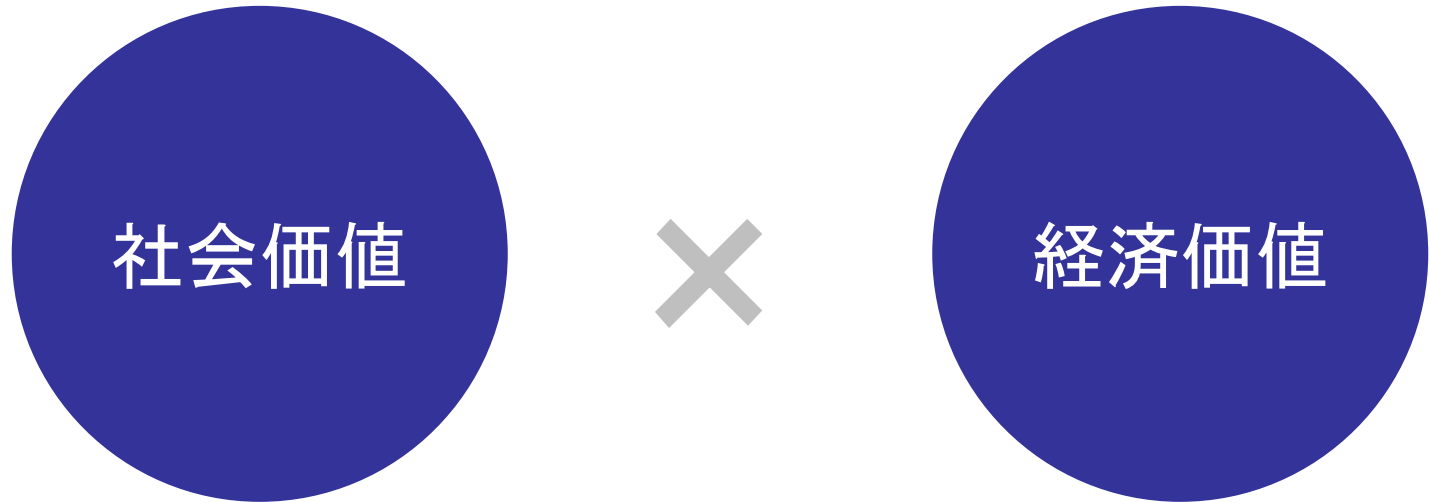


## “完全復活”と“再成長”に向け 10年後のあるべき姿と中期3ヵ年経営計画を策定



具体的な取り組み詳細は  
2021年4月開催の「決算説明会」で発表予定

社は「先義後利」の実践＝CSV



お客様の变化、社会の変化に向き合い、  
最適な「解」を探し、提供し続けることが重要

“くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。”の実現へ

# <ご参考> デジタル活用施策事例リンク集



- ① 大丸松坂屋百貨店 お得意様限定「SK-II」  
ウェビナー Movie  
<https://youtu.be/Rf0IRYhdU5s>

9/26(土) 17:00~18:00  
8/21新発売のSK-II「スキンパー」を特設  
サイトにお客様をお招きしてご紹介。



- ⑤ PARCOオンライン商店街でのLIVEコース  
Website  
<https://parco.jp/onlinemarket/>

ショップスタッフや各業界で活躍する著名なスペシャリストによるライブ配信によるLIVEコース。  
接客のプロによる商品解説とチャット機能による双方向のコミュニケーションを体験いただきながら購入が可能。



- ② 大丸松坂屋百貨店 お得意様リモート販売  
「ミュゼール・ブランド家具フェア」 Movie  
<https://www.connaisslignee.com/topics/preview?id=eyJpZCI6NTQ0L0JtY2RlIjojZlJhZnQifQ==>

7/23(木)~8/2(日)「ミュゼール」インテリア  
コーディネーターとテクノジストレーナーに  
よるマシン紹介動画を配信。



- ⑥ PARCO MUSEUM TOKYO ONLINE GALLERY  
Website  
<https://art.parco.jp/museumtokyo/detail/?id=425>

リアルでの展覧会開催に並行して、会場の様子を3D  
ビューでWebサイトから鑑賞できるオンライン展示を併催。  
あたかも実際に展示会場に居るような鑑賞体験を楽しむ  
ことができます。



- ③ 大丸松坂屋百貨店 北海DO the LIVE!  
Movie  
<https://youtu.be/tMj4EqvUuYw>

7/30(木)19:00~20:00 本田バイヤーをイン  
フルエンサーとして、お得な北海道グルメ  
(4種)のライブショッピングを実施。



- ⑦ 渋谷PARCO 吹抜空間でのXRアート作品展示  
Movie  
<https://youtu.be/iGGYJtG8hTM>

XR(VR/AR/MR)コンテンツを募るグローバルアワード  
「NEWVIEW AWARDS」関連作品を常設展示。  
お客様のスマートフォンでいつでも不思議なアート体験  
をお楽しみいただけます。



- ④ 大丸松坂屋百貨店 Think LOCAL  
「地産市場」 Website  
[https://dmdepart.jp/think\\_local/](https://dmdepart.jp/think_local/)

9/2(水)から立ち上げたThink LOCAL活動に  
おいて、各地の「名産・名品」を販売するオン  
ラインショッピングサイトを「地産市場」とし  
て開設。



- ⑧ 渋谷PARCO XRミュージックアート展示イベント  
Movie  
<https://www.youtube.com/watch?v=7aiZhw3gC0>

10/3(土)、10/4(日)開催  
5G環境下のバーチャル空間で繰り広げられるさまざま  
なアートやMUSICライブを体験できるヴァーチャルイベ  
ントを開催。  
ご自身のスマートフォンや会場で貸与される5G専用端  
末で体験型のコンテンツをお楽しみいただきました。

<https://www.j-front-retailing.com>

くらしの  
「あたらしい幸せ」を  
発明する。



**J. FRONT RETAILING**

本資料における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されております。従いまして、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。