



J. FRONT RETAILING

2025年9月16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 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

2025年8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	
	8月度	上期累計	8月度	上期累計
百貨店事業	9.7	1.7	7.0	▲1.3
SC事業	9.2	4.1	13.4	6.2
デベロッパー事業	▲3.3	12.8	▲3.3	12.8
決済・金融事業	11.7	2.0	11.7	2.0
その他	14.8	30.0	15.0	29.4
連結合計	7.4	5.0	8.1	2.0

※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. 松本PARCOは、2025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

- 8月度の売上高は、8月後半も高い気温が続いたことにより、ブラウスなどの衣料品を中心に盛夏商品が好調だったことに加え、訪日外国人売上が前年実績を上回ったことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年8.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同7.0%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年6.5%増（客数同25.0%増、客単価同▲14.7%減）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6.6%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の9月度の既存店売上（法人・本社等を除く）は、外商売上が好調を持続していることに加え、訪日外国人売上が前年実績を上回っていることなどにより、15日までの累計で対前年7.4%増で推移している。
- 9月度の免税売上高は対前年10.4%増（客数同14.5%増、客単価同▲3.6%減）、国内売上は同7.0%増で推移している。

2) SC事業

- 店舗別では、訪日外国人取り込み強化、改装効果、夏休み需要に合わせた全店営業企画の実施などにより、全店舗が前年を上回り、全店計で13.4%増（既存店14.6%増）となった。特に、新規大型キャラクターショップ等の改装効果により名古屋PARCOが32.4%増、仙台PARCOが23.2%増と大幅伸長した。訪日外国人客の取り込みの効果が大きかったPARCO_ya上野は24.8%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、パルコスペースシステムズが大型改修工事などにより増収となったものの、J.フロント建装が前年のホテル内装工事や百貨店改装工事の反動減などにより、全体でも減収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、ポイント費用の会計処理方法の変更による前年の反動増に加え、加盟店手数料の増加などにより増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業で、自動車部品が減収となったものの、電子デバイスが好調を持続したことなどにより増収となり、全体でも増収となった。

【お問合せ先】 J.フロントリテイリング株式会社 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

2025年8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：％）

	8月度		上期累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	11.0	18.2	▲5.2	8.5
大丸 梅田店	27.6	18.6	12.7	13.2
大丸 東京店	6.3	11.4	▲2.9	1.6
大丸 京都店	▲3.9	3.4	▲12.4	▲1.6
大丸 神戸店	8.4	5.7	0.2	▲1.2
大丸 須磨店	▲5.9	7.7	▲1.7	5.7
大丸 芦屋店	1.0	0.1	3.9	▲0.9
大丸 札幌店	▲0.7	1.1	▲1.3	1.8
大丸 下関店	▲9.0	8.8	▲9.4	1.5
松坂屋 名古屋店	6.6	4.3	0.8	▲1.9
松坂屋 上野店	▲0.3	10.1	▲0.8	5.3
松坂屋 静岡店	7.2	4.7	1.5	▲5.2
松坂屋 高槻店	5.5	10.1	▲0.4	4.1
店 計	6.6	10.2	▲1.6	4.0
法人・本社等	62.4	－	41.5	－
大丸松坂屋百貨店合計	8.7	10.2	0.2	4.0
うち商品売上高	8.8	－	0.1	－
うち不動産賃貸収入	6.4	－	1.0	－
博多大丸	▲13.4	8.7	▲19.0	▲0.4
高知大丸	4.3	10.8	▲2.9	▲0.8
百貨店事業合計	7.0	10.1	▲1.3	3.7

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全店計	
	8月度	上期累計
紳士服・洋品	2.8	▲5.8
婦人服・洋品	7.3	▲6.4
子供服・洋品	▲5.1	▲9.6
その他の衣料品	▲12.6	▲16.3
衣料品計	6.4	▲6.5
身 回 品	58.0	28.3
化粧品	17.9	7.0
美術・宝飾・貴金属	▲7.2	▲0.7
その他雑貨	3.7	▲14.9
雑 貨 計	3.4	2.1
家具	▲5.5	▲1.9
家電	30.5	▲2.1
その他の家庭用品	12.7	3.5
家庭用品計	8.5	2.3
生 鮮	0.2	▲1.5
菓 子	15.0	10.2
惣 菜	7.3	3.5
その他食料品	▲3.5	▲0.5
食料品計	7.6	4.6
食堂・喫茶	12.5	4.5
サービス	▲3.2	9.0
そ の 他	15.0	13.5
合 計	8.8	0.1

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、8月後半も高い気温が続いたことにより、ブラウスなどの盛夏商材がよく動いたほか、名古屋店の婦人服フロアの改装効果が持続したことなどにより、対前年プラスとなった。紳士服・洋品は、特価商品が好調に推移した。身回品では、アクセサリやハンドバッグが大きく売上を伸ばしたほか、婦人洋品、婦人靴なども堅調に推移し、全体でも大幅な売上増となった。雑貨では、訪日外国人客数の増加により化粧品が大きく売上を伸ばした。食料品では、夏休みでの旅行客増加などにより、惣菜が売上を牽引し、全体でも対前年プラスとなった。

2025年8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：%)

	8 月 度	上 期 累 計
札幌PARCO	8.8	9.6
仙台PARCO	23.2	12.3
浦和PARCO	9.7	4.8
池袋PARCO	7.6	▲0.3
PARCO_ya上野	24.8	18.8
ひばりが丘PARCO	7.1	4.8
吉祥寺PARCO	12.1	7.7
渋谷PARCO	19.3	4.1
錦糸町PARCO	8.2	6.2
調布PARCO	5.5	2.9
静岡PARCO	0.3	0.8
名古屋PARCO	32.4	17.9
心齋橋PARCO	14.5	9.7
広島PARCO	2.7	0.5
福岡PARCO	13.7	6.9
全店計	13.4	6.2
既存店計	14.6	7.2

※注) 1. 松本PARCOは、2025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、松本PARCOの前年実績を含みません。

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	8 月 度	上 期 累 計
衣料品	8.5	1.5
身回品	12.0	2.8
雑 貨	22.5	14.8
食 品	3.7	4.2
飲 食	5.9	4.7
その他	16.9	6.3
合 計	13.4	6.2

3. 営業概況

- ・ 店舗別では、訪日外国人取り込み強化、改装効果、夏休み需要に合わせた全店営業企画の実施などにより全店舗が前年を上回り、全店計で13.4%増（既存店14.6%増）となった。
特に、新規大型キャラクターショップ等の改装効果により名古屋PARCOが32.4%増、仙台PARCOが23.2%増と大幅伸長した。訪日外国人客の取り込みの効果が大きかったPARCO_ya上野は24.8%増となった。
- ・ アイテム別では、雑貨が22.5%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の好調により名古屋PARCO、渋谷PARCO、心齋橋PARCOを中心に伸長した。
その他はポップアップストアや旅行カウンターの伸長により16.9%増と前年を大きく上回った。
身回品は渋谷PARCO、名古屋PARCOの改装効果により、バッグや紳士靴のカテゴリーが伸長したことなどから、12.0%増と前年を大きく上回った。