



J. FRONT RETAILING

2026年4月15日

会社名
コード番号
代表者名
お問合せ先
TEL

J. フロント リテイリング株式会社
3086
代表執行役社長 小 野 圭 一
コーポレートコミュニケーション室
03-6865-7621

2026年3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	
	3 月度	上期累計	3 月度	上期累計
百貨店事業	3.3	—	4.9	—
SC 事業	1.9	—	6.7	—
デベロッパー事業	▲ 12.4	—	▲ 12.4	—
決済・金融事業	19.0	—	19.0	—
その他	0.1	—	1.5	—
連結合計	▲ 0.7	—	3.9	—

※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。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- ・ 3 月度の売上高は、梅田店が大型改装により売場面積を縮小していることや、休日日数が対前年▲ 1 日減などの影響があったものの、外商売上が好調を持続したことに加え、免税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5.4%増、百貨店事業合計では同4.9%増となった。
- ・ 3 月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年10.2%増（客数同▲18.0%減、客単価同34.4%増）となった。また、国内売上高（除く免税売上の本年・前年実績）は、対前年4.2%増であった。
- ・ なお、大丸松坂屋百貨店の4 月度の店計売上高（除く法人・本社等）は、3 月度に引き続き、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小のマイナス影響はあるものの、外商売上が好調を持続していることに加え、免税売上が前年実績を上回っていることなどから、14 日までの累計で対前年9.1%増（除く梅田店同13.9%増）で推移している。
- ・ 4 月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年16.3%増（客数同▲21.7%減、客単価同48.6%増）、国内売上高（除く免税売上の本年・前年実績）は、対前年7.7%増で推移している。

2) SC事業

- ・ 店舗別では、店舗の改装効果、訪日外国人客の取り込み効果などにより15店舗中13店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年7.5%増となった。特に、新規大型キャラクターショップなどの改装効果が持続している渋谷PARCOが対前年38.7%増、名古屋PARCOが同19.8%増、訪日外国人客の取り込み効果が大きかったPARCO_ya上野が同13.8%増の大幅伸長となった。一方、店舗の改装に伴う一部休業影響などにより、池袋PARCO、心斎橋PARCOは前年実績を下回った。

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. フロントプライムスペースが、前年の百貨店内装工事やホテル内装工事受注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、ポイント費用が増加したものの、加盟店手数料が大幅に増収となったことなどから増収となった。
- ・ その他は、卸売業の大丸興業が、自動車部品や産業資材の需要減により減収となったものの、主力の電子デバイス部門が好調だったことなどにより、売上収益は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

2026年3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：％）

	3 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	8.5	0.5	—	—
大丸 梅田店	▲ 26.4	▲ 7.0	—	—
大丸 東京店	8.3	3.0	—	—
大丸 京都店	0.9	▲ 3.1	—	—
大丸 神戸店	4.1	2.0	—	—
大丸 須磨店	0.3	▲ 6.4	—	—
大丸 芦屋店	▲ 6.1	▲ 4.2	—	—
大丸 札幌店	13.0	▲ 2.3	—	—
大丸 下関店	▲ 4.1	2.0	—	—
松坂屋 名古屋店	14.9	▲ 2.3	—	—
松坂屋 上野店	▲ 0.0	3.8	—	—
松坂屋 静岡店	5.6	1.2	—	—
松坂屋 高槻店	2.0	3.9	—	—
店 計	5.0	▲ 1.2	—	—
法人・本社等	12.1	—	—	—
大丸松坂屋百貨店合計	5.4	▲ 1.2	—	—
うち商品売上高	5.6	—	—	—
うち不動産賃貸収入	0.6	—	—	—
博多大丸	▲ 2.0	▲ 3.2	—	—
高知大丸	1.6	5.1	—	—
百貨店事業合計	4.9	▲ 1.2	—	—

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全店計	
	3 月 度	上 期 累 計
紳士服・洋品	▲ 7.8	—
婦人服・用品	8.4	—
子供服・用品	▲ 11.6	—
その他の衣料品	▲ 10.0	—
衣 料 品 計	6.3	—
身 回 品 計	▲ 9.0	—
化粧品	3.2	—
美術・宝飾・貴金属	22.1	—
その他の雑貨	3.2	—
雑 貨 計	11.5	—
家具	11.1	—
家電	60.6	—
その他の家庭用品	1.4	—
家 庭 用 品 計	3.9	—
生鮮	▲ 1.8	—
菓子	5.9	—
惣菜	▲ 3.2	—
その他の食料品	3.1	—
食 料 品 計	2.1	—
食堂・喫茶	▲ 5.2	—
サービス	20.2	—
その他	7.9	—
合 計	5.6	—

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小による影響があったものの、外商顧客向け催事の好調などによりラグジュアリーブランドが大きく売上を伸ばしたことなどから、対前年プラスとなった。紳士服・洋品は、例年と比較して気温が低かったことによりジャケットなどのアウターアイテムが売上を伸ばしたものの、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小によるマイナス影響が大きかったことなどから、前年実績を下回った。身回品では、訪日外国人客の減少などにより、アクセサリーやハンドバッグが伸び悩んだ。雑貨では、外商売上の好調により美術・宝飾品が大きく売上を伸ばしたほか、化粧品も好調に推移した。食料品では、ホワイトデーやお花見需要などにより、菓子が大きく売上を伸ばした。

2026年3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：％）

	3 月 度	上 期 累 計
札幌PARCO	4.9	—
仙台PARCO	6.0	—
浦和PARCO	4.5	—
池袋PARCO	▲ 10.0	—
PARCO_ya上野	13.8	—
ひばりが丘PARCO	6.4	—
吉祥寺PARCO	5.6	—
渋谷PARCO	38.7	—
錦糸町PARCO	4.2	—
調布PARCO	0.8	—
静岡PARCO	3.4	—
名古屋PARCO	19.8	—
心斎橋PARCO	▲ 12.9	—
広島PARCO	2.2	—
福岡PARCO	4.7	—
全店計	7.5	—
既存店計	7.5	—

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：％)

	全店計	
	3 月 度	上 期 累 計
衣 料 品	7.3	—
身 回 品	5.6	—
雑 貨	12.9	—
食 品	▲ 1.0	—
飲 食	1.6	—
そ の 他	8.2	—
合 計	7.5	—

3. 営業概況

- ・ 店舗別では、店舗の改装効果、訪日外国人客の取り込み効果などにより15店舗中13店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年7.5%増となった。特に、新規大型キャラクターショップなどの改装効果が持続している渋谷PARCOが対前年38.7%増、名古屋PARCOが同19.8%増、訪日外国人客の取り込み効果が大きかったPARCO_ya上野が同13.8%増の大幅伸長となった。一方、店舗の改装に伴う一部休業影響などにより、池袋PARCO、心斎橋PARCOは前年実績を下回った。
- ・ アイテム別では、渋谷PARCOの改装効果が持続していることなどにより、衣料品は対前年7.3%増となった。渋谷PARCO、名古屋PARCOを中心にアニメやゲーム系コンテンツのキャラクター雑貨が引き続き好調だったことなどにより、雑貨が対前年12.9%増の大幅伸長となった。また、ブランドリユースショップ、金券ショップが好調だったことなどにより、その他は対前年8.2%増となった。