



J. FRONT RETAILING

2025年4月15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	▲ 0.6	—	▲ 2.0	—
SC 事業	3.4	—	5.5	—
デベロッパー事業	0.4	—	0.4	—
決済・金融事業	▲ 1.5	—	▲ 1.5	—
その他	39.3	—	38.3	—
連結合計	0.9	—	0.6	—

※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

- 3 月度の売上高は、化粧品、アクセサリなどが好調に推移したものの、気温の寒暖差が大きかったことにより春物衣料品の動きが鈍かったことに加え、ラグジュアリーブランドなども前年実績を下回ったことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲1.1%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲2.0%減となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲4.0%減 (客数同29.1%増、客単価同▲25.6%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▲0.7%減であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の4 月度の既存店売上 (法人・本社等を除く) は、訪日外国人客の増加により化粧品が好調に推移したものの、春物ファッションの動きが鈍かったことなどから、14日までの累計で対前年▲3.7%減で推移している。
- 4 月度の免税売上高は対前年▲9.1%減 (客数同17.6%増、客単価同▲22.7%減)、国内売上は同▲2.5%減で推移している。

2) SC事業

- 店舗別では、訪日外国人取り込み強化、前年からの改装効果などにより15店舗中13店舗が前年を上回り、全店計で5.5%増 (既存店6.5%増) となった。特に訪日外国人客の取り込みの効果が大きかった心斎橋PARCOは22.0%増、札幌PARCOは17.9%増、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13.6%増の大幅伸長となった。また、改装による一部休業影響により池袋PARCO▲3.8%減、渋谷PARCO▲1.1%減となった。
- アイテム別では、全アイテムで前年を達成、特に雑貨が11.1%増、その他が9.5%増と前年を大きく上回った。雑貨は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心斎橋PARCO、名古屋PARCO、仙台PARCOを中心に伸長した。その他は期間限定の展覧会も含めたイベントショップでコンテンツがヒットし好調に推移した。

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. フロント建装が前年の大口工事の反動により減収となったものの、パルコスペースシステムズが増収となり、全体でも増収となった。
- 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電子デバイスの好調により大幅増収となり、全体でも大幅な増収となった。

【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	▲4.5	5.2	-	-
大丸 梅田店	6.7	4.5	-	-
大丸 東京店	▲3.3	▲4.1	-	-
大丸 京都店	▲8.8	▲3.9	-	-
大丸 神戸店	2.6	▲5.2	-	-
大丸 須磨店	▲3.3	8.7	-	-
大丸 芦屋店	1.0	▲1.7	-	-
大丸 札幌店	0.7	2.7	-	-
大丸 下関店	▲12.8	▲4.3	-	-
松坂屋 名古屋店	▲1.5	▲2.7	-	-
松坂屋 上野店	1.5	1.5	-	-
松坂屋 静岡店	1.2	▲13.2	-	-
松坂屋 高槻店	▲1.0	1.2	-	-
店 計	▲1.5	0.0	-	-
法人・本社等	7.3	-	-	-
大丸松坂屋百貨店合計	▲1.1	0.0	-	-
うち商品売上高	▲1.4	-	-	-
うち不動産賃貸収入	5.7	-	-	-
博多大丸	▲12.8	▲3.7	-	-
高知大丸	▲1.8	▲3.9	-	-
百貨店事業合計	▲2.0	▲0.2	-	-

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	▲5.2	-
婦人服・洋品	▲4.1	-
子供服・洋品	▲13.7	-
その他の衣料品	▲15.2	-
衣料品計	▲4.5	-
身 回 品	5.1	-
化粧品	8.1	-
美術・宝飾・貴金属	▲3.3	-
その他雑貨	▲39.2	-
雑 貨 計	0.4	-
家具	▲4.6	-
家電	12.4	-
その他の家庭用品	5.9	-
家庭用品計	3.6	-
生 鮮	▲1.0	-
菓 子	0.4	-
惣 菜	▲0.7	-
その他食料品	0.2	-
食料品計	▲0.1	-
食堂・喫茶	0.8	-
サービス	9.7	-
そ の 他	10.3	-
合 計	▲1.4	-

3. 営業概況

- 婦人服・洋品は、これまで好調を持続してきたラグジュアリーブランドが前年実績を下回ったことなどから、全体でも対前年マイナスとなった。紳士服・洋品は、平年より高い気温によりポロシャツやTシャツに動きが見られたものの、スーツなどの不調により対前年マイナスとなった。身回品では、インバウンド需要が高いアクセサリーが好調を持続したほか、スニーカーが売上を伸ばした。雑貨では、訪日外国人客数の増加に伴い、化粧品が好調を持続した。食料品では、不安定な天候により入店客数が伸び悩んだことに加え、食品値上げの影響を受けた生鮮・惣菜が苦戦したことにより、全体では対前年マイナスとなった。

2025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	17.9	－
仙台PARCO	2.5	－
浦和PARCO	1.2	－
池袋PARCO	▲3.8	－
PARCO_ya上野	10.6	－
ひばりが丘PARCO	2.2	－
吉祥寺PARCO	5.5	－
渋谷PARCO	▲1.1	－
錦糸町PARCO	6.1	－
調布PARCO	2.4	－
静岡PARCO	13.7	－
名古屋PARCO	13.6	－
心斎橋PARCO	22.0	－
広島PARCO	6.2	－
福岡PARCO	7.7	－
全店計	5.5	－
既存店計	6.5	－

※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	
	3 月 度	上 期 累 計
衣料品	1.7	－
身回品	3.1	－
雑 貨	11.1	－
食 品	4.0	－
飲 食	2.0	－
その他	9.5	－
合 計	5.5	－

3. 営業概況

- ・ 店舗別では、訪日外国人取り込み強化、前年からの改装効果などにより15店舗中13店舗が前年を上回り、全店計で5.5%増（既存店6.5%増）（既存店6.5%増）となった。特に訪日外国人客の取り込みの効果が大きかった心斎橋PARCOは22.0%増、札幌PARCOは17.9%増、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13.6%増の大幅伸長となった。また、改装による一部休業影響により池袋PARCO▲3.8%減、渋谷PARCO▲1.1%減となった。
- ・ アイテム別では、全アイテムで前年を達成、特に雑貨が11.1%増、その他が9.5%増と前年を大きく上回った。雑貨では、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心斎橋PARCO、名古屋PARCO、仙台PARCOを中心に伸長した。その他では、期間限定の展覧会も含めたイベントショップでコンテンツがヒットし好調に推移した。