J. FRONT RETAILING
2025年7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６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)

	６月度	上期累計
百貨店事業	▲ 1.4	0.8
ＳＣ事業	3.4	4.4
デベロッパー事業	23.5	34.5
決済・金融事業	▲ 1.6	▲1.5
その他	32.3	37.7
連結合計	5.0	8.1

(参考)総額売上高

６月度	上期累計
▲ 4.6	▲3.0
4.5	5.6
23.5	34.5
▲ 1.6	▲1.5
31.5	36.9
▲ 0.2	1.9

※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。
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

・ ６月度の売上高は、外商売上が好調を持続したものの、休日数が対前年▲１日減だったことに加え、ラグジュアリーブランド、婦人服等が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▲2.6%減、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同▲4.6%減となった。

・ 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲31.1%減（客数同▲0.6%減、客単価同▲30.7%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3.3%増であった。

・ なお大丸松坂屋百貨店の７月度の既存店売上（法人・本社等を除く）は、猛暑でパラソル、サングラスなどがよく動いているものの、免税売上の大幅な減少を主因に、14日までの累計で対前年▲8.0%減で推移している。

・ ７月度の免税売上高は対前年▲40.1%減（客数同▲10.0%減、客単価同▲33.5%減）、国内売上は同▲0.9%減で推移している。

２）SC事業

・ 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12店舗が前年実績を上回り、全店計で4.3%増（既存店5.2%増）。特に訪日外国人客の取り込み効果が大きかったPARCO_ya上野は23.1%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19.6%増、仙台PARCOが13.7%増の大幅伸長となった。
一方、キャラクター雑貨は継続して好調だったものの、一部ラグジュアリーブランド取扱高の減少や、前年のポップアップショップの反動もあり、渋谷PARCOは▲1.5%減、心斎橋PARCOは▲1.5%減。広島PARCOも前年のポップアップショップの反動があり、▲4.7%減。

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.フロント建装がラグジュアリーブランド内装工事の好調などにより増収となったほか、パルコスペースシステムズも大幅増収となり、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６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：%）

	６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	▲6.7	4.5	▲8.6	6.7
大丸 梅田店	10.0	18.5	10.5	12.1
大丸 東京店	▲5.5	▲0.9	▲5.3	▲2.3
大丸 京都店	▲14.8	▲3.6	▲14.1	▲1.8
大丸 神戸店	▲8.5	▲6.7	▲1.0	▲3.8
大丸 須磨店	▲3.1	4.4	▲4.0	5.0
大丸 芦屋店	▲1.2	▲0.3	0.3	▲1.5
大丸 札幌店	▲0.7	▲1.6	▲0.1	2.3
大丸 下関店	▲6.9	▲1.1	▲9.9	▲2.3
松坂屋 名古屋店	▲2.3	▲6.6	▲1.0	▲2.3
松坂屋 上野店	▲0.5	6.1	0.9	4.5
松坂屋 静岡店	▲0.5	▲6.4	0.7	▲8.0
松坂屋 高槻店	▲5.5	2.2	▲1.9	1.8
店　計	▲4.5	2.6	▲3.3	2.4
法人・本社等	46.8	－	36.2	－
大丸松坂屋百貨店合計	▲2.6	2.6	▲1.6	2.4
うち商品売上高	▲2.6	－	▲1.7	－
うち不動産賃貸収入	▲3.0	－	0.7	－
博多大丸	▲29.3	▲2.4	▲20.7	▲1.3
高知大丸	▲2.7	▲4.5	▲1.8	▲4.0
百貨店事業合計	▲4.6	2.2	▲3.0	2.1

２．大丸松坂屋百貨店　商品別売上高（対前年増減率：%）

	全店計	
	６月度	上期累計
紳士服・洋品	▲10.0	▲7.0
婦人服・洋品	▲10.9	▲8.9
子供服・洋品	▲15.4	▲10.3
その他の衣料品	▲19.6	▲17.4
衣料品計	▲11.0	▲8.9
身　回　品	30.5	21.4
化粧品	▲1.5	5.8
美術･宝飾･貴金属	5.8	▲0.0
その他雑貨	▲3.0	▲23.6
雑　貨　計	2.3	1.6
家具	1.0	▲0.6
家電	▲12.7	▲7.7
その他の家庭用品	▲4.1	1.9
家庭用品計	▲3.0	1.2
生　鮮	▲2.7	▲0.9
菓　子	13.9	10.1
惣　菜	3.1	2.6
その他食料品	▲5.5	▲0.5
食料品計	4.4	4.6
食堂・喫茶	2.0	2.9
サービス	18.9	19.2
そ の 他	7.2	14.7
合　　計	▲2.6	▲1.7

３．営業概況

・ 婦人服・洋品は、ジャケット、ブラウスなどのアイテムに動きがみられたものの、訪日外国人によるラグジュアリーブランド売上の大幅減により、対前年マイナスとなった。紳士服・洋品は、スポーツ・ゴルフ用品、カジュアルウェアなど全般に不調であった。身回品ではアクセサリーが好調であった。雑貨では、外商催事の好調もあり、美術・宝飾品が売上を伸ばした。食料品では菓子、ベーカリーなどが好調であった。

２０２５年６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：％)

	６月度	上期累計
札幌PARCO	3.7	9.8
仙台PARCO	13.7	8.7
浦和PARCO	5.2	3.1
池袋PARCO	2.5	▲0.7
PARCO_ya上野	23.1	17.1
ひばりが丘PARCO	4.0	4.6
吉祥寺PARCO	6.1	6.8
渋谷PARCO	▲1.5	1.0
錦糸町PARCO	5.3	6.2
調布PARCO	3.9	2.5
静岡PARCO	4.5	2.1
名古屋PARCO	19.6	15.8
心斎橋PARCO	▲1.5	11.8
広島PARCO	▲4.7	1.2
福岡PARCO	5.9	8.2
全店計	4.3	5.5
既存店計	5.2	6.4

※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	
	６月度	上期累計
衣料品	▲2.1	0.9
身回品	▲3.3	1.3
雑　貨	17.5	13.9
食　品	2.5	4.9
飲　食	4.8	5.9
その他	4.8	4.7
合　計	4.3	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12店舗が前年実績を上回り、全店計で4.3%増（既存店5.2%増）。特に訪日外国人客の取り込み効果が大きかったPARCO_ya上野は23.1%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19.6%増、仙台PARCOが13.7%増の大幅伸長。キャラクター雑貨は継続して好調だったものの、一部ラグジュアリーブランド取扱高の減少や、前年のポップアップショップの反動もあり、渋谷PARCOは▲1.5%減、心斎橋PARCOは▲1.5%減。広島PARCOも前年のポップアップショップの反動があり、▲4.7%減。

・ アイテム別では、雑貨が17.5%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、心斎橋PARCO、仙台PARCOを中心に伸長。
身回品はスニーカーを中心とした紳士靴が好調継続も、宝飾・貴金属についてラグジュアリーブランド取扱高の減少が大きく▲3.3%減。衣料品についてもラグジュアリーブランド取扱高の減少による影響が大きく、▲2.1%減となった。