



J. FRONT RETAILING

2026年7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)		(参考)総額売上高	
	6月度	上期累計	6月度	上期累計
百貨店事業	▲ 3.2	▲ 1.0	▲ 0.6	2.8
SC事業	6.2	4.8	3.7	7.4
デベロッパー事業	8.1	▲ 15.6	8.1	▲ 15.6
決済・金融事業	13.2	15.5	13.2	15.5
その他	▲ 1.9	1.8	0.1	3.7
連結合計	1.2	▲ 2.7	1.5	2.9

※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

- ・ 6月度の売上高は、外商売上、免税売上ともに好調に推移したものの、休日日数が対前年1日減だったことに加え、梅田店の売場面積縮小や、前年の万博会場売上の反動減などから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲1.3%減（除く梅田店 同2.6%増）となった。また、百貨店事業合計では同▲0.6%減（除く梅田店 同3.0%増）となった。
- ・ 6月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年23.2%増、客数同▲13.2%減、客単価同42.0%増（除く梅田店売上高同32.3%増、客数同0.5%増、客単価同31.6%増）となった。また、国内売上高は、対前年▲4.6%減（除く梅田店 同▲1.4%減）、店計（除く法人・本社等）では、対前年▲2.7%減（除く梅田店 同1.0%増）であった。
- ・ なお、7月度の大丸松坂屋百貨店の店計売上高（除く法人・本社等）は、梅田店の売場面積縮小のマイナス影響が続いているものの、免税売上が前年実績を大きく上回っていることなどから、14日までの累計で対前年4.5%増（除く梅田店 同9.5%増）で推移している。
- ・ 7月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年44.1%増、客数同▲2.5%減、客単価同47.8%増（除く梅田店売上高同55.2%増、客数同12.8%増、客単価同37.6%増）、また、店計国内売上高（除く法人・本社等）は、対前年▲0.8%減（除く梅田店同3.5%増）で推移している。

2) SC事業

- ・ 6月度のパルコ店舗テナント取扱高は、休日日数が対前年1日減だったことに加え、例年に比べて気温の低下や台風などの天候不順が重なったことなどから、15店舗中9店舗が前年実績を下回った。一方、6月11日に新規開業したHAERAが好調にスタートしたほか、渋谷PARCOの好調が持続したことなどもあり、全店計では対前年3.8%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、J. フロントプライムスペースが、施設事業では減収となったものの、百貨店内装工事やホテル内装工事の受注増などにより内装事業が増収となったほか、J. フロント都市開発も増収となった。
- ・ 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料が増加したことなどから、大幅な増収となった。
- ・ その他は、卸売業の大丸興業で、産業資材部門が好調に推移したものの、主力の電子デバイス部門やモビリティ部門が減収となったことなどから、全体でも減収となった。

【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	10.0	▲ 5.2	11.8	▲ 0.7
大丸 梅田店	▲ 41.8	▲ 18.3	▲ 36.5	▲ 8.9
大丸 東京店	3.4	▲ 2.5	8.0	2.4
大丸 京都店	11.4	▲ 4.7	7.6	▲ 2.1
大丸 神戸店	9.6	▲ 1.5	8.8	1.9
大丸 須磨店	▲ 0.9	▲ 2.4	1.0	▲ 2.7
大丸 芦屋店	▲ 3.4	▲ 3.5	▲ 6.1	▲ 3.5
大丸 札幌店	7.1	▲ 0.3	9.7	0.1
大丸 下関店	▲ 13.2	1.2	▲ 4.1	4.8
松坂屋 名古屋店	▲ 4.1	▲ 9.2	5.9	▲ 4.4
松坂屋 上野店	5.7	▲ 2.2	3.2	3.0
松坂屋 静岡店	▲ 3.2	▲ 7.0	4.3	0.1
松坂屋 高槻店	2.1	▲ 0.3	1.7	4.3
店 計	0.7	▲ 6.4	3.8	▲ 1.5
法人・本社等	▲ 33.3	－	▲ 21.1	－
大丸松坂屋百貨店合計	▲ 1.3	▲ 6.4	2.4	▲ 1.5
うち商品売上高	▲ 1.3	－	2.5	－
うち不動産賃貸収入	▲ 1.2	－	▲ 0.3	－
博多大丸	11.4	▲ 5.2	10.4	▲ 3.6
高知大丸	▲ 4.9	▲ 5.8	▲ 2.6	1.0
百貨店事業合計	▲ 0.6	▲ 6.3	2.8	▲ 1.6

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	▲ 13.0	▲ 7.8
婦人服・用品	4.1	7.7
子供服・用品	▲ 20.3	▲ 15.3
その他の衣料品	2.6	▲ 2.7
衣 料 品 計	2.0	5.7
身 回 品 計	▲ 31.7	▲ 21.6
化粧品	7.8	5.2
美術・宝飾・貴金属	4.0	12.0
その他の雑貨	▲ 5.6	3.8
雑 貨 計	5.3	8.5
家具	5.1	12.7
家電	15.2	33.7
その他の家庭用品	▲ 0.9	▲ 1.5
家 庭 用 品 計	0.6	2.0
生鮮	▲ 4.7	▲ 2.3
菓子	▲ 8.9	▲ 1.3
惣菜	▲ 2.3	▲ 0.8
その他の食料品	▲ 2.7	▲ 1.0
食 料 品 計	▲ 5.4	▲ 1.2
食堂・喫茶	▲ 17.1	▲ 11.0
サービス	6.4	9.3
その他	4.7	▲ 5.8
合 計	▲ 1.3	2.5

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、梅田店の大型改装に伴い売場面積が縮小しているものの、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4.1%増となった。紳士服・洋品は、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に加え、夏のクリアランスセール of 規模縮小などにより、対前年▲13.0%減となった。
- ・ 身回品では、梅田店のほか名古屋店の大型改装による売場縮小 of マイナス影響が大きく、対前年▲31.7%減となった。
- ・ 雑貨では、外商売上の好調持続などにより時計が大きく売上を伸ばしたほか、化粧品も好調に推移し、対前年5.3%増となった。
- ・ 食料品では、6月前半と後半の台風影響により入店客数が減少したことなどから、対前年▲5.4%減となった。

2026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しています。

1. 店舗別テナント取扱高(対前年増減率：%)

テナント取扱高	6月度	上期累計
札幌PARCO	6.5	7.9
仙台PARCO	▲ 3.7	1.6
浦和PARCO	▲ 2.0	5.8
池袋PARCO	▲ 5.0	▲ 0.1
PARCO_ya上野	4.7	13.1
ひばりが丘PARCO	▲ 6.7	4.3
吉祥寺PARCO	1.4	6.8
渋谷PARCO	25.7	32.2
錦糸町PARCO	▲ 3.5	4.3
調布PARCO	▲ 7.0	2.2
静岡PARCO	▲ 15.7	▲ 1.0
名古屋リージョン※ うち名古屋PARCO	20.3 ▲ 3.1	15.5 9.6
心斎橋PARCO	▲ 6.1	▲ 8.1
広島PARCO	3.5	4.4
福岡PARCO	▲ 0.2	4.2
全店計	3.8	7.8
既存店計	3.8	7.8

※ 名古屋リージョンには、名古屋PARCOのテナント取扱高および2026年6月11日に開業しましたHAERAの取扱高を含んでいます。

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	2.2	6.9
身回品	9.1	9.8
雑貨	1.1	10.2
食品	13.9	4.3
飲食	7.7	2.9
その他	▲ 2.1	7.4
合計	3.8	7.8

3. 営業概況

- ・ 6月度のパルコ店舗テナント取扱高は、休日日数が対前年1日減だったことに加え、例年に比べて気温の低下や台風などの天候不順が重なったことなどから、15店舗中9店舗が前年実績を下回った。一方、6月11日に新規開業したHAERAが好調にスタートしたほか、渋谷PARCOの好調が持続したことなどもあり、全店計では対前年3.8%増となった。
- ・ 店舗別では、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25.7%増となったほか、HAERAが好調にスタートしたことなどから、名古屋PARCOを含む名古屋リージョンが同20.3%増の大幅伸長となった。
- ・ アイテム別では、HAERAにおいて食品物販が好調だったことなどにより、食品が対前年13.9%増となった。また、渋谷PARCO、PARCO_ya上野、心斎橋PARCOを中心にシューズが好調だったことなどにより、身回品が同9.1%増となった。一方、旅行カウンターの取扱高減少や映画館における前年のヒット作品の反動減などにより、その他は同▲2.1%減となった。