2026年11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

２０２６年１０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	
	１０月度	下期累計	１０月度	下期累計
百　貨　店　事　業	2.1	0.1	1.8	0.6
Ｓ　Ｃ　事　業	11.7	10.9	10.2	10.9
デベロッパー事業	15.6	5.8	15.6	5.8
決済・金融事業	15.8	10.2	15.8	10.2
そ　の　他	▲ 14.7	▲ 11.5	▲ 12.3	▲ 9.5
連　結　合　計	1.2	▲ 1.1	3.5	2.6

※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。

２．事業別の概況

１）百貨店事業

・ １０月度の売上高は、前年の万博会場売上の反動減や梅田店の売場縮小によるマイナス影響が続いているものの、外商売上、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0.9%増（除く梅田店 同4.4%増）、百貨店事業合計では、同1.8%増（除く梅田店 同5.2%増）となった。

・ １０月度の免税売上高は、大丸松坂屋百貨店合計で、対前年15.7%増（除く梅田店同20.0%増）、客数同▲0.7%減（除く梅田店同7.3%増）、客単価同16.5%増（除く梅田店 同11.8%増）となった。また、国内売上高は、大丸松坂屋百貨店合計で対前年▲1.8%減（除く梅田店 同1.6%増）、店計（除く法人・本社等）では、対前年▲0.1%減（除く梅田店 同3.7%増）であった。

・ なお、１１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ほか、免税売上が前年実績を大きく下回っていることなどから、１５日までの累計で対前年▲5.7%減（除く梅田店 同▲3.2%減）で推移している。

・ １１月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲34.1%減（除く梅田店同 ▲32.1%減）、客数同▲30.2%減（除く梅田店同▲25.1%減）、客単価同▲5.5%減（除く梅田店 同▲9.4%減）、また、店計国内売上高（除く法人・本社等）は、対前年▲0.9%減（除く梅田店 同1.7%増）で推移している。

２）SC事業

・ １０月度のパルコ店舗テナント取扱高は、店舗の改装効果や訪日外国人客の取り込み効果、キャラクターショップやアニメ・ゲーム関連コンテンツの好調などが寄与し、１５店舗中１１店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年9.9%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.フロント都市開発が前年実績を上回ったほか、J.フロントプライムスペースでは、施設事業、内装事業ともに増収となったことなどから、全体でも大幅な増収となった。

・ 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増収となったものの、主力の電子デバイス部門の減収影響が大きく、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１０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：%）

	１０月度		下期累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸　心斎橋店	12.6	1.0	11.2	0.5
大丸　梅田店	▲ 38.8	▲ 20.9	▲ 38.5	▲ 18.6
大丸　東京店	8.6	▲ 1.3	9.3	1.4
大丸　京都店	11.1	2.6	10.6	3.8
大丸　神戸店	9.6	▲ 1.3	9.1	0.4
大丸　須磨店	4.8	▲ 1.2	4.8	▲ 0.5
大丸　芦屋店	9.3	3.8	10.2	5.9
大丸　札幌店	12.7	0.6	14.9	3.8
大丸　下関店	▲ 1.6	2.3	▲ 1.9	2.7
松坂屋　名古屋店	▲ 9.1	▲ 9.1	▲ 9.8	▲ 7.7
松坂屋　上野店	12.1	6.8	2.6	4.7
松坂屋　静岡店	0.4	1.9	2.1	0.7
松坂屋　高槻店	6.6	3.9	3.9	2.3
店　計	2.4	▲ 4.3	1.8	▲ 3.0
法人・本社等	▲ 26.6	－	▲ 33.2	－
大丸松坂屋百貨店合計	0.9	▲ 4.3	▲ 0.4	▲ 3.0
うち商品売上高	0.9	－	▲ 0.4	－
うち不動産賃貸収入	0.5	－	▲ 0.8	－
博多大丸	15.1	3.5	15.7	6.1
高知大丸	8.4	7.2	4.0	4.1
百貨店事業合計	1.8	▲ 3.8	0.6	▲ 2.4

２．大丸松坂屋百貨店　商品別売上高（対前年増減率：%）

	全店計	
	１０月度	下期累計
紳士服・洋品	▲ 4.9	▲ 4.1
婦人服・用品	0.8	▲ 0.1
子供服・用品	▲ 13.7	▲ 12.2
その他の衣料品	4.5	1.5
衣　料　品　計	0.0	▲ 0.7
身　回　品　計	▲ 28.8	▲ 34.9
化粧品	20.6	14.8
美術・宝飾・貴金属	15.0	10.3
その他の雑貨	▲ 20.5	▲ 21.6
雑　貨　計	16.5	11.4
家具	38.6	38.6
家電	72.3	39.7
その他の家庭用品	4.3	5.2
家　庭　用　品　計	12.7	13.2
生鮮	▲ 4.4	▲ 1.7
菓子	▲ 2.6	▲ 5.5
惣菜	▲ 0.9	1.4
その他の食料品	0.4	▲ 0.2
食　料　品　計	▲ 1.8	▲ 2.0
食堂・喫茶	▲ 13.2	▲ 13.1
サービス	▲ 30.3	▲ 11.8
その他	▲ 2.0	16.9
合　計	0.9	▲ 0.4

３．営業概況

・婦人服・洋品は、梅田店の大型改装に伴う面積縮小のマイナス影響が続いているものの、ラグジュアリーブランドが好調だったことなどから、対前年0.8%増となった。紳士服・洋品は、梅田店の売場面積縮小によるマイナス影響が大きく対前年▲4.9%減となった。身回品では、ハンドバッグや婦人靴などで梅田店や名古屋店の売場縮小のマイナス影響が大きく、対前年▲28.8%減となった。雑貨では、訪日外国人客を中心に化粧品が前年実績を大きく上回ったほか、国内でも外商顧客向け催事の好調により時計が大きく売上を伸ばしたことなどから、全体では対前年16.5%増となった。食料品では、一部店舗では物産展が好調に推移したものの、全店的に入店客数が前年実績を下回ったことなどから、対前年▲1.8%減となった。

２０２６年１０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	１０月度	下期累計
札幌PARCO	16.8	16.8
仙台PARCO	5.3	5.5
浦和PARCO	▲ 1.5	0.9
池袋PARCO	19.6	15.9
PARCO_ya上野	16.0	14.7
ひばりが丘PARCO	1.7	▲ 0.7
吉祥寺PARCO	12.7	15.8
渋谷PARCO	5.6	4.8
錦糸町PARCO	3.3	5.3
調布PARCO	▲ 2.4	3.3
静岡PARCO	▲ 8.6	▲ 6.1
名古屋リージョン※	31.7	35.1
うち名古屋PARCO	10.3	12.9
心斎橋PARCO	14.1	11.1
広島PARCO	11.8	14.0
福岡PARCO	▲ 2.5	2.8
全店計	9.9	10.6
既存店計	9.9	10.6

※ 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	
	１０月度	下期累計
衣　料　品	3.0	7.3
身　回　品	15.3	12.4
雑　　貨	16.3	13.5
食　　品	11.5	12.8
飲　　食	15.8	16.9
そ　の　他	▲ 1.3	3.2
合　　計	9.9	10.6

３．営業概況

・ １０月度のパルコ店舗テナント取扱高は、店舗の改装効果や訪日外国人客の取り込み効果、キャラクターショップやアニメ・ゲーム関連コンテンツの好調などが寄与し、１５店舗中１１店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年9.9%増となった。

・ 店舗別では、６月に新規開業したHAERAの好調が継続したことに加え、改装効果によりキャラクターショップやアニメ・ゲーム関連コンテンツなどが好調だった名古屋リージョンが対前年31.7%増となった。また、新規大型キャラクターショップなどが好調だった池袋PARCOが同19.6%増、訪日外国人客の取り込み効果によりシューズなどが好調だった札幌PARCOが同16.8%増、PARCO_ya上野が同16.0%増、改装効果に加え訪日外国人客の取り込み効果が大きかった心斎橋PARCOが同14.1%増となったほか、吉祥寺PARCOが同12.7%増、広島PARCOが同11.8%増となり、大幅伸長となった。

・ アイテム別では、HAERAにおけるレストランおよび食品物販の好調が継続したことなどにより、飲食が対前年15.8%増、食品が同11.5%増となった。また、池袋PARCO、名古屋リージョンを中心に、改装効果によりキャラクターショップやアニメ・ゲーム関連コンテンツが好調だったことなどにより、雑貨が対前年16.3%増となった。心斎橋PARCOや札幌PARCOを中心に、訪日外国人客の取り込み効果によりシューズなどが好調だったことなどにより、身回品が対前年15.3%増となった。