



J. FRONT RETAILING

2025年10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9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	
	9月度	下期累計	9月度	下期累計
百貨店事業	10.7	—	5.6	—
SC事業	3.1	—	6.9	—
デベロッパー事業	▲ 5.9	—	▲ 5.9	—
決済・金融事業	0.0	—	0.0	—
その他	35.3	—	35.7	—
連結合計	8.7	—	5.8	—

※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

- 9月度の売上高は、休日数が対前年▲1日のマイナス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、訪日外国人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7.7%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同5.6%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年11.5%増（客数同15.9%増、客単価同▲3.7%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7.2%増であった。
- なお大丸松坂屋百貨店の10月度の既存店売上（法人・本社等を除く）は、気温の低下に伴い秋物ファッションが動き、外商売上が好調を持続したことに加え、訪日外国人売上也国慶節期間を含め好調に推移したことなどから、14日までの累計で対前年7.3%増で推移している。
- 10月度の免税売上高は対前年20.5%増（客数同22.7%増、客単価同▲1.8%減）、国内売上は同5.0%増で推移している。

2) SC事業

- 店舗別では、訪日外国人客の取り込み強化や改装効果などにより、15店舗中11店舗が前年を上回り、全店計で7.3%増（既存店8.4%増）となった。特に、新規大型キャラクターショップ等の改装効果により、渋谷PARCOが22.6%増、名古屋PARCOが14.3%増、仙台PARCOが11.1%増の大幅伸長となった。
訪日外国人客の取り込みの効果が大きかったPARCO_ya上野は17.5%増、心斎橋PARCOが14.0%増となった。
一方、前年のポップアップショップの反動により、池袋、静岡、広島、福岡の各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、パルコスペースシステムズが増収となったものの、J.フロント建装が前年のホテル内装工事や百貨店改装工事の反動減などにより減収となり、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、新カード発行に伴い加盟店手数料が増加したことなどにより、微増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が電子デバイスの好調持続により増収となり、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9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：％）

	9 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	9.2	14.6	—	—
大丸 梅田店	12.3	13.4	—	—
大丸 東京店	▲0.3	2.7	—	—
大丸 京都店	▲4.9	▲6.1	—	—
大丸 神戸店	3.2	▲3.3	—	—
大丸 須磨店	▲9.1	2.6	—	—
大丸 芦屋店	2.4	0.5	—	—
大丸 札幌店	▲1.8	▲3.5	—	—
大丸 下関店	▲12.9	▲3.6	—	—
松坂屋 名古屋店	13.1	▲2.5	—	—
松坂屋 上野店	▲7.1	▲1.4	—	—
松坂屋 静岡店	▲14.2	▲7.8	—	—
松坂屋 高槻店	▲0.8	0.6	—	—
店 計	3.6	3.3	—	—
法人・本社等	108.3	—	—	—
大丸松坂屋百貨店合計	7.7	3.3	—	—
うち商品売上高	7.8	—	—	—
うち不動産賃貸収入	5.2	—	—	—
博多大丸	▲18.1	▲1.0	—	—
高知大丸	▲3.9	▲4.4	—	—
百貨店事業合計	5.6	3.0	—	—

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全 店 計	
	9 月 度	下 期 累 計
紳士服・洋品	▲5.4	—
婦人服・洋品	4.6	—
子供服・洋品	▲10.4	—
その他の衣料品	▲9.4	—
衣料品計	3.2	—
身 回 品	71.3	—
化粧品	11.4	—
美術・宝飾・貴金属	▲0.0	—
その他雑貨	9.9	—
雑 貨 計	5.6	—
家具	9.9	—
家電	▲21.7	—
その他の家庭用品	▲7.2	—
家庭用品計	▲3.9	—
生 鮮	▲2.7	—
菓 子	22.8	—
惣 菜	▲0.6	—
その他食料品	0.6	—
食料品計	7.8	—
食堂・喫茶	3.4	—
サービス	▲0.7	—
そ の 他	9.3	—
合 計	7.8	—

3. 営業概況

- 婦人服・洋品は、秋物ファッションの動きが鈍かったものの、ラグジュアリーブランドが好調に推移したことにより、前年実績を上回った。紳士服・洋品は、紳士雑貨が前年実績を上回ったものの、衣料品が伸び悩んだ。身回品では、婦人靴が不調であったものの、アクセサリが好調を持続した。雑貨では、化粧品が国内売上、訪日外国人売上ともに好調に推移した。食料品では生鮮食品が苦戦したものの菓子が売上を伸ばし、全体でも前年実績を上回った。

2025年9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：%)

	9 月 度	下 期 累 計
札幌PARCO	1.3	—
仙台PARCO	11.1	—
浦和PARCO	8.4	—
池袋PARCO	▲1.2	—
PARCO_ya上野	17.5	—
ひばりが丘PARCO	6.1	—
吉祥寺PARCO	7.1	—
渋谷PARCO	22.6	—
錦糸町PARCO	1.5	—
調布PARCO	2.8	—
静岡PARCO	▲3.4	—
名古屋PARCO	14.3	—
心斎橋PARCO	14.0	—
広島PARCO	▲3.8	—
福岡PARCO	▲1.6	—
全店計	7.3	—
既存店計	8.4	—

※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	
	9 月 度	下 期 累 計
衣料品	▲0.7	—
身回品	3.4	—
雑 貨	22.0	—
食 品	0.2	—
飲 食	0.2	—
その他	9.0	—
合 計	7.3	—

3. 営業概況

- ・ 店舗別では、訪日外国人客の取り込み強化や改装効果などにより、15店舗中11店舗が前年を上回り、全店計で7.3%増（既存店8.4%増）となった。特に、新規大型キャラクターショップ等の改装効果により渋谷PARCOが22.6%増、名古屋PARCOが14.3%増、仙台PARCOが11.1%増の大幅伸長となった。訪日外国人の客取り込みの効果が大きかったPARCO_ya上野は17.5%増、心斎橋PARCOが14.0%増となった。一方、前年のポップアップショップの反動により、池袋、静岡、広島、福岡の各PARCOは前年実績を下回った。
- ・ アイテム別では、雑貨が22.0%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を中心に伸長した。その他は、コンテンツのヒットによるシネマの伸長により、9.0%増と前年を大きく上回った。衣料品は、高い気温により秋物衣料品の動きが鈍く、▲0.7%減となった。