



J. FRONT RETAILING

2026年1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12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	
	12月度	下期累計	12月度	下期累計
百貨店事業	▲ 3.7	3.9	▲ 2.0	3.1
SC事業	5.9	4.2	5.0	7.7
デベロッパー事業	▲ 41.4	▲ 31.6	▲ 41.4	▲ 31.6
決済・金融事業	▲ 1.6	2.2	▲ 1.6	2.2
その他	▲ 6.0	9.1	▲ 3.6	10.2
連結合計	▲ 7.7	▲ 1.5	▲ 2.0	2.5

※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

- 12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、訪日外国人売上が前年を大きく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、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▲16.8%減（客数同▲18.8%減、客単価同2.4%増）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1.7%増であった。
- なお、大丸松坂屋百貨店の1月度の既存店売上（法人・本社等を除く）は、初売りは好調にスタートしたものの、休日数が対前年1日減だったことに加え、訪日外国人売上が前年を大きく下回っていることなどから、14日までの累計では対前年▲0.6%減で推移している。
- 1月度の免税売上高は対前年▲13.0%減（客数同▲26.5%減、客単価同18.3%増）、国内売上は同2.2%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、店舗の改装効果などにより15店舗中9店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年4.6%増（既存店同5.6%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が大きかった渋谷PARCOが対前年29.4%増、仙台PARCOが同11.4%増の大幅伸長となった。また、訪日外国人売上の増加により、PARCO_上野が対前年13.0%増、旅行カウンターが好調だった吉祥寺PARCOは同11.9%増となった。一方、心斎橋PARCOは訪日外国人売上の減少などにより、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、前年の外部大型工事受注の反動減などにより減収となった。J.フロント建装は、ラグジュアリーブランドの内装工事が前年実績を上回ったものの、前年のホテル内装工事や百貨店改装工事受注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、加盟店手数料は増収となったものの、ポイント費用が増加したことなどにより、全体では減収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が、自動車部品が減収となったほか、電子デバイスでも大幅減収となったことなどにより、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

2025年12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：％）

	12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	▲6.8	▲3.8	5.6	9.4
大丸 梅田店	▲8.3	▲3.7	0.9	7.4
大丸 東京店	0.4	4.5	2.4	5.0
大丸 京都店	▲6.2	▲2.0	▲2.3	▲1.4
大丸 神戸店	4.3	0.3	5.6	0.4
大丸 須磨店	11.2	▲2.9	2.3	3.6
大丸 芦屋店	8.3	▲0.5	5.9	0.4
大丸 札幌店	1.4	▲1.0	1.5	▲0.4
大丸 下関店	▲5.7	▲1.3	▲4.2	▲1.1
松坂屋 名古屋店	3.4	▲3.9	7.1	▲1.4
松坂屋 上野店	▲1.3	3.6	▲2.5	2.9
松坂屋 静岡店	2.5	▲4.2	▲1.5	▲3.8
松坂屋 高槻店	▲1.9	2.2	▲0.9	2.1
店 計	▲0.8	▲0.9	3.1	3.4
法人・本社等	▲8.8	－	36.1	－
大丸松坂屋百貨店合計	▲1.1	▲0.9	4.2	3.4
うち商品売上高	▲1.2	－	4.1	－
うち不動産賃貸収入	0.8	－	8.2	－
博多大丸	▲13.0	▲5.3	▲10.7	▲2.2
高知大丸	▲4.3	▲2.2	▲2.4	▲1.8
百貨店事業合計	▲2.0	▲1.2	3.1	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	
	12月度	下期累計
紳士服・洋品	▲10.8	▲3.2
婦人服・洋品	▲3.7	3.2
子供服・洋品	▲16.5	▲8.9
その他の衣料品	▲10.2	▲8.7
衣料品計	▲4.7	2.2
身 回 品	3.2	26.4
化粧品	▲4.0	6.1
美術・宝飾・貴金属	10.1	3.6
その他雑貨	▲2.6	1.7
雑 貨 計	2.9	4.7
家具	2.5	1.6
家電	1.0	▲14.5
その他の家庭用品	▲6.0	▲7.3
家庭用品計	▲4.4	▲5.6
生鮮	▲3.1	▲2.6
菓 子	4.6	10.3
惣 菜	▲0.2	0.8
その他食料品	▲1.5	▲0.0
食料品計	0.7	3.6
食堂・喫茶	▲1.0	2.7
サービス	81.6	23.0
そ の 他	0.0	6.1
合 計	▲1.2	4.1

3. 営業概況

- 婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが前年を下回ったほか、名古屋店の前年の改装効果の反動などから、対前年マイナスとなった。紳士服・洋品は、主力のブルゾン、セーター、ジャケットなどの動きが鈍かったことなどにより、前年実績を下回った。身回品では、アクセサリ、ハンドバッグ、婦人靴などが好調に推移した。雑貨では、訪日外国人客数の減少により化粧品が前年実績を下回ったものの、美術・宝飾品が大きく売り上げを伸ばしたことなどにより、全体では対前年プラスとなった。食料品では、お歳暮ギフトや年末年始のおみやげ需要などにより、菓子が大きく売上を伸ばした。

2025年12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：%)

	12月度	下期累計
札幌PARCO	8.0	4.6
仙台PARCO	11.4	12.5
浦和PARCO	4.0	7.8
池袋PARCO	5.1	4.5
PARCO_ya上野	13.0	19.9
ひばりが丘PARCO	▲1.6	2.9
吉祥寺PARCO	11.9	12.0
渋谷PARCO	29.4	27.2
錦糸町PARCO	2.9	6.8
調布PARCO	▲1.8	3.4
静岡PARCO	▲3.4	1.5
名古屋PARCO	4.0	10.4
心斎橋PARCO	▲7.9	3.9
広島PARCO	▲4.6	▲2.2
福岡PARCO	▲0.5	1.8
全店計	4.6	8.0
既存店計	5.6	9.0

※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	
	12月度	下期累計
衣料品	2.1	5.2
身回品	▲0.7	2.9
雑 貨	11.7	17.5
食 品	0.7	1.0
飲 食	▲2.9	0.1
その他	14.3	12.9
合 計	4.6	8.0

3. 営業概況

- ・ 店舗別では、訪日外国人客の取り込み強化、店舗の改装効果などにより15店舗中9店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年4.6%増（既存店同5.6%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が大きかった渋谷PARCOが対前年29.4%増、仙台PARCOが同11.4%増の大幅伸長となった。また、訪日外国人売上の増加により、PARCO_ya上野が対前年13.0%増、旅行カウンターが好調だった吉祥寺PARCOは同11.9%増となった。一方、心斎橋PARCOは訪日外国人売上の減少などにより、前年実績を下回った。
- ・ アイテム別では、アニメやゲーム系コンテンツのキャラクター雑貨が好調を持続したことなどから、雑貨が対前年11.7%増となったほか、その他では、シネマ・劇場が伸長し、対前年14.3%増と前年実績を大きく上回った。飲食では、前年のポップアップショップ好調の反動や、改装に伴う一部休業影響により対前年▲2.9%減となった。