



J. FRONT RETAILING

2026年2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1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	
	1月度	下期累計	1月度	下期累計
百貨店事業	▲ 1.4	2.9	0.8	2.6
SC事業	7.2	4.8	6.0	7.4
デベロッパー事業	▲ 4.6	▲27.0	▲ 4.6	▲27.0
決済・金融事業	13.1	4.2	13.1	4.2
その他の	▲ 3.8	6.4	▲ 1.9	7.6
連結合計	0.4	▲ 1.1	2.3	2.4

※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

- 1月度の売上高は、訪日外国人売上が前年実績を大きく下回ったものの、初売りが好調にスタートしたほか、外商売上が好調を持続したことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年1.3%増、百貨店事業合計では同0.8%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲16.6%減(客数同▲20.5%減、客单価同4.8%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6.7%増であった。
- なお、大丸松坂屋百貨店の2月度の既存店売上(法人・本社等を除く)は、外商売上は好調に推移しているものの、春節期間の違いなどにより訪日外国人売上が前年実績を大きく下回っていることなどから、15日までの累計では対前年▲3.9%減(除く梅田店同▲2.5%減)で推移している。
- 2月度の免税売上高は対前年▲27.4%減(客数同▲28.1%減、客单価同0.9%増)、国内売上は同3.4%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、店舗の改裝効果などにより15店舗中14店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年5.6%増(既存店同7.2%増)となった。特に、新規大型キャラクターショップ等の改裝効果が持続している渋谷PARCOが対前年25.6%増、仙台PARCOが同15.6%増、札幌PARCOが同11.8%増と大幅に伸長した。また、吉祥寺PARCOは、旅行カウンターが引き続き好調だったことなどにより対前年10.0%増となった。
- 一方で、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、前年のグループ内大型工事受注の反動減などにより減収となった。J.フロント建設は、ラグジュアリーブランドの内装工事受注は好調を持続したものの、前年のホテル大型内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、ポイント費用が増加したものの、加盟店手数料が大幅に増収したことなどにより、全体でも増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が、電子デバイスやリテールビジネスは好調に推移したものの、自動車部品や産業資材の需要減などにより、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

2026年1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: %)

	1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	2.0	▲4.9	4.8	6.5
大丸 梅田店	▲12.3	▲3.8	▲1.4	5.4
大丸 東京店	4.8	5.4	2.8	5.1
大丸 京都店	5.0	▲3.5	▲0.9	▲1.8
大丸 神戸店	8.2	1.6	6.1	0.6
大丸 須磨店	2.4	1.5	2.3	3.2
大丸 芦屋店	▲6.8	▲0.9	3.7	0.1
大丸 札幌店	▲9.0	▲4.7	▲0.9	▲1.2
大丸 下関店	▲8.3	▲1.8	▲4.9	▲1.3
松坂屋 名古屋店	7.8	0.7	7.2	▲1.0
松坂屋 上野店	7.0	5.5	▲0.9	3.4
松坂屋 静岡店	0.4	0.2	▲1.1	▲3.1
松坂屋 高槻店	2.5	5.4	▲0.3	2.7
店 計	1.7	▲0.5	2.8	2.6
法人・本社等	▲8.0	-	26.7	-
大丸松坂屋百貨店合計	1.3	▲0.5	3.7	2.6
うち商品売上高	1.3	-	3.6	-
うち不動産賃貸収入	2.1	-	6.9	-
博多大丸	▲7.6	▲0.7	▲10.2	▲1.9
高知大丸	6.9	10.1	▲0.7	0.4
百貨店事業合計	0.8	▲0.5	2.6	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	
	1月度	下期累計
紳士服・洋品	▲8.3	▲4.2
婦人服・洋品	1.6	2.9
子供服・洋品	▲19.2	▲10.7
その他の衣料品	▲10.0	▲9.0
衣料品計	0.3	1.8
身回品	5.5	22.2
化粧品	1.5	5.2
美術・宝飾・貴金属	1.8	3.3
対前年▲3.9%減(うめだで推移)	4.7	2.3
雑貨計	1.8	4.1
家具	15.3	3.8
家電	▲31.8	▲17.5
その他の家庭用品	▲11.2	▲8.1
家庭用品計	▲7.1	▲5.9
生鮮	0.2	▲2.3
菓子	9.2	10.1
惣菜	1.6	0.9
その他食料品	2.6	0.4
食料品計	5.0	3.8
食堂・喫茶	▲3.5	1.5
サービス	34.0	25.1
その他	▲5.7	3.8
合計	1.3	3.6

3. 営業概況

- 婦人服・洋品は、一部のラグジュアリーブランドが、価格改定前の駆け込み需要などにより大きく売上を伸ばしたことなどから、対前年プラスとなった。紳士服・洋品は、コートやブルゾンなどの冬物衣料品の動きが鈍かったことなどから、前年実績を下回った。身回品では、アクセサリーが全体の売上を牽引した。雑貨では、化粧品や美術、宝飾品などで国内売上が好調に推移したことにより、全体でも対前年プラスとなった。食料品では、初売りの福袋や、新規にオープンしたショップが好調だった菓子が大きく売上を伸ばした。

2026年1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 : %)

	1月度	下期累計
札幌PARCO	11.8	6.2
仙台PARCO	15.6	13.1
浦和PARCO	4.9	7.3
池袋PARCO	1.5	4.0
PARCO_ya上野	4.5	16.6
ひばりが丘PARCO	5.3	3.4
吉祥寺PARCO	10.0	11.6
渋谷PARCO	25.6	26.9
錦糸町PARCO	7.8	7.0
調布PARCO	7.5	4.1
静岡PARCO	7.6	2.6
名古屋PARCO	7.5	9.8
心斎橋PARCO	▲11.8	0.8
広島PARCO	4.5	▲1.0
福岡PARCO	6.1	2.6
全店計	5.6	7.6
既存店計	7.2	8.7

※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	
	1月度	下期累計
衣料品	4.0	5.0
身回品	2.5	2.8
雑 貨	15.9	17.2
食 品	0.7	1.0
飲 食	▲2.7	▲0.5
その他の	3.4	11.2
合 計	5.6	7.6

3. 対前年▲3.9%減(うめだで推移している。

- 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14店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年5.6%増(既存店同7.2%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持続している渋谷PARCOが対前年25.6%増、仙台PARCOが同15.6%増、札幌PARCOが同11.8%増と大幅に伸長した。また、吉祥寺PARCOは、旅行カウンターが引き続き好調だったことなどにより対前年10.0%増となった。一方で、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、雑貨が、アニメやゲーム系キャラクター雑貨が好調だったことにより、渋谷PARCO、仙台PARCO、名古屋PARCOを中心に、対前年15.9%増と大幅に伸長した。また、衣料品は、渋谷PARCOの改装効果などにより、対前年4.0%増となった。