



2025年12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11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	
	11月度	下期累計	11月度	下期累計
百貨店事業	4.3	8.3	3.7	5.8
SC事業	0.0	3.6	7.5	8.8
デベロッパー事業	▲47.9	▲28.4	▲47.9	▲28.4
決済・金融事業	1.4	3.7	1.4	3.7
その他	5.4	15.2	5.7	15.8
連結合計	▲7.0	1.5	0.7	4.6

※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。
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

- 11月度の売上高は、休日数が対前年2日増だったことに加え、訪日外国人売上や外商売上が好調を持続したほか、気温の低下に伴い冬物衣料品が活発に動いたことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年4.5%増、百貨店事業合計では同3.7%増となった。
- 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年13.3%増（客数同9.9%増、客単価同3.1%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2.7%増であった。
- なお、大丸松坂屋百貨店の12月度の既存店売上（法人・本社等を除く）は、外商売上が好調を持続していることなどから、14日までの累計で対前年1.6%増で推移している。
- 12月度の免税売上高は対前年▲9.4%減（客数同▲13.6%減、客単価同4.8%増）、国内売上は同3.2%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効果や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9.0%増（既存店計同9.9%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が対前年28.3%増、仙台PARCOが同14.7%増、名古屋PARCOが同12.6%増となったほか、訪日外国人客の取り込み効果が大きかったPARCO_上野が対前年25.8%増、旅行カウンターが好調だった吉祥寺PARCOが同14.8%増となった。
広島PARCOは、前年のポップアップショップの反動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減収となったほか、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、増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業が、自動車部品が大幅減収となったものの、電子デバイスが増収となったことなどにより、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11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：％）

	11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	14.3	11.4	11.7	15.0
大丸 梅田店	▲1.1	4.8	6.0	11.9
大丸 東京店	3.8	6.5	3.4	5.3
大丸 京都店	0.7	0.0	▲0.2	▲1.2
大丸 神戸店	6.1	1.0	6.3	0.4
大丸 須磨店	2.3	7.5	▲3.1	6.5
大丸 芦屋店	7.8	▲0.2	4.3	0.7
大丸 札幌店	1.7	0.9	1.6	▲0.1
大丸 下関店	2.4	▲0.5	▲3.3	▲1.1
松坂屋 名古屋店	2.0	0.8	9.0	▲0.2
松坂屋 上野店	▲1.0	5.4	▲3.3	2.6
松坂屋 静岡店	3.5	▲0.9	▲3.5	▲3.6
松坂屋 高槻店	0.7	2.6	▲0.5	2.0
店 計	4.2	4.2	5.2	5.2
法人・本社等	11.9	－	58.0	－
大丸松坂屋百貨店合計	4.5	4.2	7.1	5.2
うち商品売上高	4.0	－	6.9	－
うち不動産賃貸収入	17.6	－	11.1	－
博多大丸	▲6.7	▲3.6	▲9.5	▲0.8
高知大丸	3.4	7.4	▲1.2	▲1.7
百貨店事業合計	3.7	3.8	5.8	4.8

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全店計	
	11月度	下期累計
紳士服・洋品	3.0	0.3
婦人服・洋品	4.7	6.5
子供服・洋品	▲2.3	▲5.3
その他の衣料品	▲2.4	▲8.1
衣料品計	4.3	5.5
身 回 品	6.8	37.6
化粧品	9.9	10.8
美術・宝飾・貴金属	0.2	0.9
その他雑貨	▲2.6	3.8
雑 貨 計	4.5	5.5
家具	▲5.9	1.3
家電	▲14.7	▲19.8
その他の家庭用品	▲5.1	▲7.9
家庭用品計	▲5.3	▲6.2
生鮮	▲1.8	▲2.1
菓 子	8.1	14.9
惣 菜	2.9	1.6
その他食料品	▲1.1	1.4
食料品計	3.3	6.0
食堂・喫茶	1.9	4.2
サービス	3.9	7.6
そ の 他	4.5	9.1
合 計	4.0	6.9

3. 営業概況

- 婦人服・洋品は、平年に比べて気温が低かったことにより冬物衣料品が動いたほか、ラグジュアリーブランドが好調を持続したことなどから、対前年プラスとなった。紳士服・洋品は、婦人服と同様に、気温の低下によりコートやブルゾンなどの防寒衣料が大きく動いたことなどから、前年実績を上回った。身回品では、訪日外国人客数の増加に伴い、アクセサリー、ハンドバッグなどが好調に推移した。雑貨では、化粧品が引き続き売上を牽引したほか、外商顧客向け催事で宝飾品が好調だったことにより、全体でも対前年プラスとなった。食料品では、お歳暮ギフト需要により菓子が大きく売上を伸ばした。

2025年11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：%)

	11月度	下期累計
札幌PARCO	3.7	3.0
仙台PARCO	14.7	12.9
浦和PARCO	8.7	9.4
池袋PARCO	3.0	4.3
PARCO_ya上野	25.8	22.9
ひばりが丘PARCO	3.8	4.7
吉祥寺PARCO	14.8	12.0
渋谷PARCO	28.3	26.3
錦糸町PARCO	8.4	8.5
調布PARCO	4.1	5.7
静岡PARCO	7.7	3.6
名古屋PARCO	12.6	13.2
心斎橋PARCO	0.5	8.9
広島PARCO	▲0.3	▲1.2
福岡PARCO	5.4	2.8
全店計	9.0	9.5
既存店計	9.9	10.5

※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	
	11月度	下期累計
衣料品	9.3	6.6
身回品	3.5	4.5
雑 貨	17.2	19.8
食 品	1.6	1.2
飲 食	0.8	1.2
その他	9.6	12.3
合 計	9.0	9.5

3. 営業概況

- ・ 店舗別では、訪日外国人客の取り込み効果や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9.0%増（既存店計同9.9%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が対前年28.3%増、仙台PARCOが同14.7%増、名古屋PARCOが同12.6%増の大幅伸長となった。また、訪日外国人客の取り込み効果が大きかったPARCO_ya上野が対前年25.8%増、旅行カウンターが好調だった吉祥寺PARCOが同14.8%増となった。広島PARCOは、前年のポップアップショップの反動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などが好調に推移し、雑貨が対前年17.2%増と前年実績を大きく上回った。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、対前年9.6%増となった。衣料品は、訪日外国人客の取り込み効果などにより、対前年9.3%増となった。