



J. FRONT RETAILING

2026年9月15日

会社名
コード番号
代表者名
お問合せ先
TEL

J. フロント リテイリング株式会社
3086
代表執行役社長 小 野 圭 一
コーポレートコミュニケーション室
03-6865-7621

2026年8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	
	8月度	上期累計	8月度	上期累計
百貨店事業	▲ 0.3	▲ 0.9	▲ 0.8	1.8
SC事業	11.8	7.2	9.2	8.8
デベロッパー事業	▲ 1.5	▲ 11.2	▲ 1.5	▲ 11.2
決済・金融事業	▲ 13.2	9.2	▲ 13.2	9.2
その他	▲ 15.5	▲ 2.8	▲ 13.3	▲ 0.6
連結合計	▲ 5.3	▲ 2.8	0.1	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。

2. 事業別の概況

1) 百貨店事業

- 8月度の売上高は、外商売上が好調に推移したものの、免税売上が前年実績を下回ったほか、前年の万博会場売上の梅田店の売場縮小によるマイナス影響が続いていることなどから、大丸松坂屋百貨店合計では、対前年▲1.9%減（除く梅田店 同2.7%増）、百貨店事業合計では、同▲0.8%減（除く梅田店 同3.6%増）となった。
- 8月度の免税売上高は、大丸松坂屋百貨店合計で、対前年▲0.9%減（除く梅田店同5.3%増）、客数同▲22.1%減（除く梅田店 同▲10.8%減）、客単価同27.2%増（除く梅田店 同18.0%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▲2.1%減（除く梅田店 同2.3%増）、店計（除く法人・本社等）では、対前年▲0.2%減（除く梅田店 同4.7%増）であった。
- なお、9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などのマイナス影響が続いているものの、免税売上が好調に推移していることなどから、14日までの累計で対前年1.0%増（除く梅田店 同4.8%増）で推移している。
- 9月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年36.9%増（除く梅田店同 43.6%増）、客数同1.8%増（除く梅田店同12.2%増）、客単価同34.5%増（除く梅田店 同27.9%増）、また、店計国内売上高（除く法人・本社等）は、対前年▲4.9%減（除く梅田店 同▲1.6%減）で推移している。

2) SC事業

- 8月度のパルコ店舗テナント取扱高は、7月から引き続き各店独自の夏休み企画の展開を強化したことなどが奏功し、入館客数が増加したことに加え、店舗の改装効果や訪日外国人客の取り込み効果などにより、15店舗中13店舗で前年実績を上回り、全店計で対前年8.6%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. フロント都市開発で増収となったほか、J. フロントプライムスペースでは、施設事業で増収となったものの、内装事業で減収となったことなどから、全体では減収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料が増加したものの、ポイント費用が増加したことなどから、減収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業で、産業資材部門が好調に推移したものの、主力の電子デバイス部門のほか、モビリティ部門が減収となったことなどから、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8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：％）

	8 月 度		上 期 累 計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心斎橋店	2.1	▲ 7.1	9.8	▲ 2.3
大丸 梅田店	▲ 45.9	▲ 16.8	▲ 38.6	▲ 11.0
大丸 東京店	3.1	▲ 2.7	6.9	0.6
大丸 京都店	9.0	▲ 3.1	8.1	▲ 0.9
大丸 神戸店	8.6	1.4	9.3	1.6
大丸 須磨店	3.3	▲ 0.8	1.2	▲ 1.9
大丸 芦屋店	▲ 1.3	0.3	▲ 5.5	▲ 3.1
大丸 札幌店	15.4	4.6	11.0	1.3
大丸 下関店	0.0	▲ 2.2	▲ 2.4	2.6
松坂屋 名古屋店	▲ 3.0	▲ 3.2	2.3	▲ 3.5
松坂屋 上野店	7.9	2.2	3.8	3.7
松坂屋 静岡店	▲ 0.3	1.1	4.5	0.9
松坂屋 高槻店	▲ 1.6	▲ 2.7	1.4	2.4
店 計	▲ 0.3	▲ 4.8	2.7	▲ 2.3
法人・本社等	▲ 28.6	-	▲ 23.0	-
大丸松坂屋百貨店合計	▲ 1.9	▲ 4.8	1.2	▲ 2.3
うち商品売上高	▲ 2.0	-	1.2	-
うち不動産賃貸収入	▲ 0.7	-	0.4	-
博多大丸	16.1	2.3	11.7	▲ 1.4
高知大丸	▲ 1.0	▲ 1.4	▲ 1.6	0.3
百貨店事業合計	▲ 0.8	▲ 4.4	1.8	▲ 2.2

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全 店 計	
	8 月 度	上 期 累 計
紳士服・洋品	▲ 9.1	▲ 7.9
婦人服・用品	▲ 1.7	5.6
子供服・用品	3.7	▲ 10.3
その他の衣料品	8.9	0.6
衣 料 品 計	▲ 2.0	4.0
身 回 品 計	▲ 33.0	▲ 25.0
化粧品	3.2	5.5
美術・宝飾・貴金属	12.3	9.9
その他の雑貨	▲ 14.3	▲ 3.0
雑 貨 計	7.0	7.4
家具	33.7	19.4
家電	38.9	40.1
その他の家庭用品	11.3	▲ 0.1
家 庭 用 品 計	16.2	4.4
生鮮	▲ 4.6	▲ 2.9
菓子	▲ 2.3	▲ 1.3
惣菜	▲ 3.1	▲ 1.0
その他の食料品	0.2	▲ 0.3
食 料 品 計	▲ 2.5	▲ 1.3
食堂・喫茶	▲ 14.7	▲ 11.6
サービス	18.2	17.6
その他	2.3	▲ 5.7
合 計	▲ 2.0	1.2

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、ラグジュアリーブランドが好調に推移したものの、梅田店の婦人服売場や名古屋店の婦人洋品売場の改装に伴う面積縮小のマイナス影響が大きかったことなどから、対前年▲1.7%減となった。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に加え、夏のクリアランスセールの規模縮小などにより、対前年▲9.1%減となった。身回品では、梅田店のほか名古屋店の売場縮小のマイナス影響が大きく、対前年▲33.0%減となった。雑貨では、外商売上の好調により宝飾品が前年実績を大きく上回ったことなどから、全体では対前年7.0%増となった。食料品では、台風影響やお中元ギフトのマーケット縮小などにより、対前年▲2.5%減となった。

2026年8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	8月度	上期累計
札幌PARCO	18.7	9.6
仙台PARCO	1.2	2.5
浦和PARCO	3.7	5.3
池袋PARCO	5.1	1.8
PARCO_ya上野	10.0	13.8
ひばりが丘PARCO	2.5	4.3
吉祥寺PARCO	4.6	6.3
渋谷PARCO	15.1	28.6
錦糸町PARCO	3.9	5.2
調布PARCO	6.3	3.7
静岡PARCO	▲ 6.4	▲ 0.5
名古屋リージョン※ うち名古屋PARCO	22.0 0.1	20.2 8.0
心斎橋PARCO	6.3	▲ 3.6
広島PARCO	15.9	6.7
福岡PARCO	▲ 1.2	4.0
全店計	8.6	8.9
既存店計	8.6	8.9

※ 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	
	8月度	上期累計
衣料品	6.9	7.3
身回品	5.8	9.4
雑貨	11.1	11.7
食品	12.6	7.5
飲食	15.3	8.0
その他	2.6	6.8
合計	8.6	8.9

3. 営業概況

- ・ 8月度のパルコ店舗テナント取扱高は、7月から引き続き各店独自の夏休み企画の展開を強化したことなどが奏功し、入館客数が増加したことに加え、店舗の改装効果や訪日外国人客の取り込み効果などにより、15店舗中13店舗で前年実績を上回り、全店計で対前年8.6%増となった。
- ・ 店舗別では、6月に新規開業したHAERAの好調が持続した名古屋リージョンが対前年22.0%増、キャラクターショップやシューズなどが好調だった札幌PARCOが同18.7%増、新規改装効果に加えキャラクターショップなどが好調だった広島PARCOが同15.9%増、アニメ・ゲーム関連コンテンツやPARCO劇場の公演売上が好調だった渋谷PARCOが同15.1%増となったほか、PARCO_ya上野が同10.0%増の大幅伸長となった。
- ・ アイテム別では、HAERAにおいてレストランや食品物販が好調だったことなどにより、飲食が対前年15.3%増、食品が同12.6%増となった。また、渋谷PARCOや池袋PARCOを中心にアニメ・ゲーム関連コンテンツのキャラクター雑貨が好調だったことなどにより、雑貨が同11.1%増となった。