



2026年6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

2026年5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	
	5月度	上期累計	5月度	上期累計
百貨店事業	▲ 7.4	▲ 0.3	1.1	4.0
SC事業	9.8	4.4	12.9	8.5
デベロッパー事業	▲ 32.0	▲ 21.8	▲ 32.0	▲ 21.8
決済・金融事業	13.5	16.2	13.5	16.2
その他	3.2	3.2	7.2	5.1
連結合計	▲ 12.1	▲ 3.9	1.0	3.3

※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

- 5月度の売上高は、休日日数が対前年2日増だったことに加え、外商売上、免税売上ともに前年実績を上回ったものの、梅田店の売場面積縮小によるマイナス影響のほか、前年の万博会場売上の反動減などから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲0.0%減(除く梅田店 同3.7%増)となった。なお、博多大丸が外商売上、免税売上ともに好調だったことにより、百貨店事業合計では同1.1%増(除く梅田店 同4.6%増)となった。
- 5月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年8.3%増、客数同▲19.5%減、客単価同34.5%増(除く梅田店 売上高同16.3%増、客数同▲6.9%減、客単価同24.9%増)となった。また、国内売上高は、対前年▲1.2%減(除く梅田店 同1.1%増)、店計(除く法人・本社等)では、対前年3.3%増(除く梅田店 同7.2%増)であった。
- なお、6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のマイナス影響が続いているものの、免税売上が前年実績を大きく上回っているほか、国内売上が堅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3.5%増(除く梅田店 同7.9%増)で推移している。
- 6月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年16.7%増、客数同▲12.9%減、客単価同34.0%増(除く梅田店 売上高同26.4%増、客数同2.0%増、客単価同24.0%増)、また、国内売上高は、対前年1.6%増(除く梅田店 同5.1%増)で推移している。

2) SC事業

- ゴールデンウィーク期間に開催したイベントや5月下旬に全店で開催した「PARCO MEMBERS DAYS」などが奏功し入館客数が増加したことに加え、休日日数が対前年2日増だったほか、気温が高く推移し夏物商品が好調に推移したことなどにより、全店計で対前年12.6%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.フロントプライムスペースが、前年のラグジュアリーブランド内装工事の大口受注の反動減などにより内装事業が減収となったほか、施設事業でも減収となり、デベロッパー事業全体で減収となった。
- 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料が増加したことなどから、大幅な増収となった。
- その他は、卸売業の大丸興業で、電子デバイス部門やモビリティ部門が減収となったものの、産業資材部門が好調だったほか、海外部門も大きく売上を伸ばしたことなどから、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

2026年5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：%)

	5月度		上期累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	13.0	2.9	12.4	0.9
大丸 梅田店	▲ 39.1	▲ 2.3	▲ 34.7	▲ 5.7
大丸 東京店	6.5	5.1	9.5	4.0
大丸 京都店	10.0	1.0	6.3	▲ 1.3
大丸 神戸店	11.2	5.2	8.6	3.0
大丸 須磨店	4.7	0.9	1.6	▲ 2.8
大丸 芦屋店	▲ 5.3	▲ 1.2	▲ 6.9	▲ 3.5
大丸 札幌店	9.8	4.1	10.6	0.3
大丸 下関店	4.1	10.2	▲ 1.1	5.9
松坂屋 名古屋店	4.5	▲ 0.5	9.4	▲ 2.9
松坂屋 上野店	0.4	8.5	2.3	4.7
松坂屋 静岡店	10.6	6.0	6.8	2.2
松坂屋 高槻店	2.5	8.8	1.6	5.8
店 計	4.0	2.6	4.9	0.0
法人・本社等	▲ 46.9	-	▲ 17.1	-
大丸松坂屋百貨店合計	▲ 0.0	2.6	3.6	0.0
うち商品売上高	0.1	-	3.8	-
うち不動産賃貸収入	▲ 2.4	-	▲ 0.0	-
博多大丸	19.0	▲ 0.7	10.1	▲ 3.1
高知大丸	▲ 0.7	1.8	▲ 1.9	2.7
百貨店事業合計	1.1	2.4	4.0	▲ 0.1

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	5月度	上期累計
紳士服・洋品	▲ 5.6	▲ 6.0
婦人服・用品	7.6	8.9
子供服・用品	▲ 15.6	▲ 13.8
その他の衣料品	▲ 3.1	▲ 4.4
衣 料 品 計	5.8	6.9
身 回 品 計	▲ 25.6	▲ 17.6
化粧品	4.2	4.4
美術・宝飾・貴金属	10.4	15.4
その他の雑貨	4.8	7.3
雑 貨 計	7.2	9.7
家具	18.4	15.4
家電	72.3	40.4
その他の家庭用品	▲ 11.5	▲ 1.7
家 庭 用 品 計	▲ 4.3	2.4
生鮮	▲ 2.9	▲ 1.4
菓子	▲ 4.4	1.1
惣菜	7.4	▲ 0.4
その他の食料品	▲ 5.3	▲ 0.3
食 料 品 計	▲ 0.7	0.1
食堂・喫茶	▲ 9.7	▲ 9.0
サービス	15.1	10.3
その他	▲ 42.1	▲ 8.1
合 計	0.1	3.8

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小の影響が続いたものの、ラグジュアリーブランドが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、気温の上昇に伴い、シャツなどの夏物衣料品が動いたものの、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小によるマイナス影響が大きかったことなどから、前年実績を下回った。身回品では、訪日外国人客数の減少によりアクセサリーが不振だったことなどから、全体で前年実績を大きく下回った。雑貨では、外商売上の好調により美術・宝飾品が大きく売上を伸ばしたほか、化粧品も売上を伸ばした。食料品では、物産展が好調だったものの、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小の影響が大きく、全体では対前年マイナスとなった。

2026年5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：%)

	5月度	上期累計
札幌PARCO	14.5	8.3
仙台PARCO	4.0	3.4
浦和PARCO	12.1	8.4
池袋PARCO	10.6	1.7
PARCO_ya上野	21.1	16.0
ひばりが丘PARCO	11.3	8.0
吉祥寺PARCO	11.0	8.5
渋谷PARCO	35.7	34.3
錦糸町PARCO	11.3	6.9
調布PARCO	8.4	5.2
静岡PARCO	5.7	4.1
名古屋PARCO	14.5	13.8
心齋橋PARCO	▲ 1.5	▲ 8.8
広島PARCO	8.6	4.6
福岡PARCO	5.7	5.5
全店計	12.6	9.1
既存店計	12.6	9.1

2. アイテム別テナント取扱高(対前年増減率：%)

	全店計	
	5月度	上期累計
衣料品	10.9	8.4
身回品	14.5	10.0
雑貨	18.8	13.3
食品	4.0	1.4
飲食	3.8	1.3
その他	12.1	10.6
合計	12.6	9.1

3. 営業概況

- ・ ゴールデンウィーク期間に開催したイベントや5月下旬に全店で開催した「PARCO MEMBERS DAYS」などが奏功し入館客数が増加したことに加え、休日日数が対前年2日増だったほか、気温が高く推移し夏物商品が好調に推移したことなどにより、全店計で対前年12.6%増となった。
- ・ 店舗別では、店舗の改装効果、訪日外国人客の取り込み効果などにより15店舗中14店舗が前年実績を上回った。特に、新規大型キャラクターショップなどの改装効果が持続している渋谷PARCOが対前年35.7%増、訪日外国人客の取り込み効果が持続しているPARCO_ya上野が同21.1%増となったほか、名古屋PARCOが同14.5%増、札幌PARCOが同14.5%増の大幅伸長となった。
- ・ アイテム別では渋谷PARCO、池袋PARCOを中心に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だったことなどにより、雑貨が対前年18.8%増となった。また、渋谷PARCO、PARCO_ya上野、心齋橋PARCOを中心に化粧品やシューズなどが好調だったことなどにより、身回品が対前年14.5%増となった。