



2026年8月17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7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	
	7 月度	上期累計	7 月度	上期累計
百貨店事業	▲ 1.0	▲ 1.0	0.6	2.3
SC 事業	12.2	6.3	13.8	8.7
デベロッパー事業	▲ 0.1	▲ 13.1	▲ 0.1	▲ 13.1
決済・金融事業	12.2	14.8	12.2	14.8
その他	▲ 10.6	▲ 0.6	▲ 7.3	1.5
連結合計	▲ 0.9	▲ 2.3	3.4	3.0

※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

- 7 月度の売上高は、免税売上が好調に推移したものの、前年の万博関連売上の反動減や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▲0.2%減 (除く梅田店 同3.8%増) となった。また、百貨店事業合計では同0.6%増 (除く梅田店 同4.4%増) となった。
- 7 月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年22.3%増、客数同▲10.3%減、客単価同36.3%増 (除く梅田店 売上高同31.1%増、客数同3.3%増、客単価同26.9%増) となった。また、国内売上高は、対前年▲3.1%減 (除く梅田店 同0.4%増)、店計 (除く法人・本社等) では、対前年▲1.7%減 (除く梅田店 同2.2%増) であった。
- なお、8 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ことに加え、免税売上が前年実績を下回っているものの、外商売上が好調に推移していることなどから、16 日までの累計で対前年0.2%増 (除く梅田店 同5.5%増) で推移している。
- 8 月度の大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲13.8%減、客数同▲26.2%減、客単価同16.9%増 (除く梅田店 売上高同▲8.5%減、客数同▲15.3%減、客単価同8.0%増)、また、店計国内売上高 (除く法人・本社等) は、対前年2.7%増 (除く梅田店 同8.1%増) で推移している。

2) SC事業

- 7 月度のパルコ店舗テナント取扱高は、7 月中旬以降に気温が高く推移したことに加え、全店で開催したアニメコンテンツとのタイアップキャンペーンに各店独自の夏休み企画を掛け合わせることで企画インパクトを強化したことなどが奏功し、入館客数が増加したことなどから、全15店舗で前年実績を上回り、全店計で対前年13.6%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、百貨店やホテルの内装工事受注増などにより内装事業が増収となったものの、施設事業で大幅な減収となったことなどから、全体ではわずかに減収となった。
- 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、モビリティ部門や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が大幅な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7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：％）

	7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	9.9	▲ 3.1	11.4	▲ 1.2
大丸 梅田店	▲ 38.8	▲ 12.3	▲ 37.1	▲ 9.6
大丸 東京店	6.1	▲ 2.9	7.6	1.3
大丸 京都店	9.1	5.7	7.9	▲ 0.5
大丸 神戸店	11.4	0.5	9.4	1.6
大丸 須磨店	0.2	▲ 0.4	0.8	▲ 2.2
大丸 芦屋店	▲ 7.1	▲ 4.7	▲ 6.3	▲ 3.7
大丸 札幌店	11.6	2.3	10.1	0.6
大丸 下関店	0.8	0.7	▲ 2.8	3.9
松坂屋 名古屋店	▲ 5.8	▲ 0.2	3.2	▲ 3.5
松坂屋 上野店	2.7	7.8	3.0	4.0
松坂屋 静岡店	9.0	3.7	5.3	0.8
松坂屋 高槻店	3.4	0.7	2.0	3.5
店 計	1.2	▲ 2.3	3.3	▲ 1.7
法人・本社等	▲ 25.7	－	▲ 22.0	－
大丸松坂屋百貨店合計	▲ 0.2	▲ 2.3	1.8	▲ 1.7
うち商品売上高	▲ 0.4	－	1.8	－
うち不動産賃貸収入	4.4	－	0.6	－
博多大丸	12.1	2.6	10.8	▲ 2.3
高知大丸	1.8	▲ 0.5	▲ 1.7	0.7
百貨店事業合計	0.6	▲ 2.1	2.3	▲ 1.7

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	全店計	
	7月度	上期累計
紳士服・洋品	▲ 7.4	▲ 7.7
婦人服・用品	4.2	7.0
子供服・用品	▲ 3.0	▲ 12.9
その他の衣料品	5.8	▲ 0.8
衣 料 品 計	3.2	5.2
身 回 品 計	▲ 29.1	▲ 23.3
化粧品	9.2	6.0
美術・宝飾・貴金属	0.7	9.4
その他の雑貨	▲ 13.6	▲ 0.2
雑 貨 計	3.7	7.5
家具	34.3	16.8
家電	72.9	40.4
その他の家庭用品	▲ 5.1	▲ 2.3
家 庭 用 品 計	3.0	2.2
生鮮	▲ 3.0	▲ 2.5
菓子	▲ 0.8	▲ 1.2
惣菜	0.1	▲ 0.6
その他の食料品	0.6	▲ 0.4
食 料 品 計	▲ 0.7	▲ 1.1
食堂・喫茶	▲ 10.9	▲ 11.0
サービス	46.3	17.4
その他	▲ 12.2	▲ 7.0
合 計	▲ 0.4	1.8

3. 営業概況

- ・ 婦人服・洋品は、梅田店の売場面積縮小のマイナス影響は続いているものの、ラグジュアリーブランドが売上を伸ばしたほか、サマーニットやTシャツなどの盛夏商材も好調だったことなどから、対前年4.2%増となった。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▲7.4%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▲29.1%減となった。雑貨では、化粧品が好調に推移したことなどから、対前年3.7%増となった。食料品では、お中元ギフトのマーケット縮小により、菓子・生鮮が前年実績を下回ったことなどから、対前年▲0.7%減となった。

2026年7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	7月度	上期累計
札幌PARCO	7.6	7.8
仙台PARCO	7.1	2.8
浦和PARCO	5.1	5.7
池袋PARCO	5.6	1.1
PARCO_ya上野	20.2	14.6
ひばりが丘PARCO	6.0	4.6
吉祥寺PARCO	6.4	6.7
渋谷PARCO	29.6	31.7
錦糸町PARCO	10.0	5.4
調布PARCO	7.0	3.2
静岡PARCO	8.7	0.9
名古屋リージョン※	37.1	19.8
うち名古屋PARCO	10.7	9.8
心斎橋PARCO	3.5	▲ 5.8
広島PARCO	7.0	4.9
福岡PARCO	9.3	5.2
全店計	13.6	9.0
既存店計	13.6	9.0

※ 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	
	7月度	上期累計
衣 料 品	9.3	7.4
身 回 品	11.6	10.2
雑 貨	18.0	11.8
食 品	15.4	6.4
飲 食	19.0	6.3
そ の 他	9.5	7.9
合 計	13.6	9.0

3. 営業概況

- 7月度のパルコ店舗テナント取扱高は、7月中旬以降に気温が高く推移したことに加え、全店で開催したアニメコンテンツとのタイアップキャンペーンに各店独自の夏休み企画を掛け合わせることで企画インパクトを強化したことなどが奏功し、入館客数が増加したことなどから、全15店舗で前年実績を上回り、全店計で対前年13.6%増となった。
- 店舗別では、6月に新規開業したHAERAの好調が引き続き寄与した名古屋リージョンが対前年37.1%増、新規大型キャラクターショップなどの改装効果や訪日外国人の取り込み効果が持続している渋谷PARCOが同29.6%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20.2%増の大幅伸長となった。
- アイテム別では、新規開業した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19.0%増、食品が同15.4%増となった。
また、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、雑貨が同18.0%増となったほか、PARCO_ya上野、札幌PARCOを中心にシューズなどが好調だったことなどにより、身回品が同11.6%増となった。