



2026年3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2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	
	2月度	下期累計	2月度	下期累計
百貨店事業	▲ 4.6	1.8	▲ 0.4	2.2
SC事業	3.7	4.6	4.9	7.0
デベロッパー事業	▲ 24.7	▲ 26.5	▲ 24.7	▲ 26.5
決済・金融事業	▲ 0.0	3.6	▲ 0.0	3.6
その他	▲ 16.9	2.0	▲ 14.8	3.4
連結合計	▲ 13.2	▲ 3.2	▲ 3.9	1.5

※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。  
 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

- ・ 2月度の売上高は、外商売上が好調を持続したほか、気温上昇に伴い春物衣料品が動くなど国内売上が好調だったものの、訪日外国人売上が前年実績を大きく下回ったことや、梅田店が大型改装により売場面積を縮小していることなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年▲0.1%減、百貨店事業合計では同▲0.4%減となった。
- ・ 大丸松坂屋百貨店の免税売上高は、対前年▲16.5%減(客数同▲27.4%減、客単価同15.1%増)となった。大丸松坂屋百貨店の国内売上高(除く免税売上の本年・前年実績)は対前年4.2%増であった。
- ・ なお、大丸松坂屋百貨店の3月度の店計売上高(除く法人・本社等)は、梅田店の大型改装に伴う売場面積縮小のマイナス影響はあるものの、外商売上の好調持続などにより国内売上が堅調に推移していることに加え、訪日外国人売上が前年実績を大きく上回っていることなどから、15日までの累計で対前年8.4%増(除く梅田店同11.0%増)で推移している。
- ・ 3月度の免税売上高は対前年17.3%増(客数同▲11.2%減、客単価同32.0%増)、国内売上は同6.9%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、店舗の改装効果などにより15店舗中12店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年5.2%増、既存店計で同7.2%増となった。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32.6%増、仙台PARCOが同19.7%増、名古屋PARCOが同11.0%増の大幅伸長となった。また、旅行カウンターが引き続き好調だったことなどにより、吉祥寺PARCOは対前年13.8%増の大幅伸長となった。一方、店舗の改装に伴う一部休業影響などにより、心齋橋PARCO、池袋PARCOは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、グループ内改装工事受注の増などにより増収となったものの、J.フロント建装が、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ったほか、J.フロント都市開発が前年の不動産売却の反動により減収となり、全体でも減収となった。
- ・ 決済・金融事業のJFRカードは、加盟店手数料が増収となったものの、ポイント費用も増加したことなどから、全体ではわずかながら減収となった。
- ・ その他は、卸売業の大丸興業が、主力の電子デバイス部門が前年の大口受注の反動減のほか、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2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：%)

	2月度		下期累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	▲ 9.7	▲ 9.7	2.5	3.8
大丸 梅田店	▲ 15.1	▲ 9.3	▲ 3.4	3.0
大丸 東京店	▲ 0.5	3.2	2.3	4.8
大丸 京都店	1.7	▲ 1.0	▲ 0.6	▲ 1.7
大丸 神戸店	8.2	▲ 1.8	6.4	0.2
大丸 須磨店	2.5	1.0	2.3	2.8
大丸 芦屋店	▲ 6.9	▲ 3.4	2.2	▲ 0.4
大丸 札幌店	1.6	▲ 2.5	▲ 0.5	▲ 1.4
大丸 下関店	▲ 6.8	▲ 4.0	▲ 5.2	▲ 1.7
松坂屋 名古屋店	7.7	▲ 2.4	7.3	▲ 1.2
松坂屋 上野店	▲ 2.2	▲ 2.2	▲ 1.1	2.5
松坂屋 静岡店	4.8	▲ 4.9	▲ 0.3	▲ 3.4
松坂屋 高槻店	4.9	0.6	0.5	2.4
店 計	▲ 0.1	▲ 3.4	2.4	1.7
法人・本社等	▲ 1.5	-	21.2	-
<b>大丸松坂屋百貨店合計</b>	<b>▲ 0.1</b>	<b>▲ 3.4</b>	<b>3.1</b>	<b>1.7</b>
うち商品売上高	▲ 0.4	-	3.0	-
うち不動産賃貸収入	6.5	-	6.9	-
博多大丸	▲ 2.6	▲ 3.5	▲ 9.1	▲ 2.1
高知大丸	▲ 4.9	0.0	▲ 1.4	0.4
<b>百貨店事業合計</b>	<b>▲ 0.4</b>	<b>▲ 3.4</b>	<b>2.2</b>	<b>1.4</b>

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高 (対前年増減率：%)

	全店計	
	2月度	下期累計
紳士服・洋品	▲ 3.8	▲ 4.1
婦人服・用品	0.9	2.6
子供服・用品	▲ 12.3	▲ 10.9
その他の衣料品	2.2	▲ 7.6
衣 料 品 計	0.4	1.6
身 回 品 計	4.5	19.7
化粧品	▲ 14.3	1.9
美術・宝飾・貴金属	8.4	4.1
その他の雑貨	6.6	2.8
雑 貨 計	▲ 2.9	3.0
家具	6.1	4.2
家電	54.6	▲ 8.2
その他の家庭用品	▲ 11.4	▲ 8.5
家 庭 用 品 計	▲ 6.8	▲ 6.0
生鮮	1.8	▲ 1.8
菓子	5.1	9.2
惣菜	0.4	0.8
その他の食料品	▲ 3.0	▲ 0.1
食 料 品 計	2.5	3.6
食堂・喫茶	▲ 2.4	0.9
サービス	29.6	25.8
その他	▲ 12.9	▲ 0.1
合 計	▲ 0.4	3.0

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によるマイナス影響があったものの、外商顧客向け催事の好調などによりラグジュアリーブランドが売上を伸ばしたほか、気温上昇に伴い春物衣料品が動いたことなどから、対前年プラスとなった。紳士服・洋品は、ブルゾンなどの春物衣料品が動き始めたものの、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く、前年実績を下回った。身回品では、婦人靴やハンドバッグが好調に推移した。雑貨では、外商売上の好調により美術・宝飾品が売上を伸ばしたものの、訪日外国人の減少により化粧品が前年実績を下回ったことなどから、全体でも対前年マイナスとなった。食料品では、バレンタイン商戦が好調に推移し、菓子が大きく売上を伸ばした。

## 2026年2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. 売上高および入店客数 (対前年増減率：%)

	2月度	下期累計
札幌PARCO	8.4	6.6
仙台PARCO	19.7	14.0
浦和PARCO	5.1	6.9
池袋PARCO	▲ 8.1	2.3
PARCO_ya上野	6.2	14.9
ひばりが丘PARCO	6.3	3.8
吉祥寺PARCO	13.8	11.9
渋谷PARCO	32.6	27.7
錦糸町PARCO	6.9	7.0
調布PARCO	4.3	4.2
静岡PARCO	▲ 0.1	2.3
名古屋PARCO	11.0	10.0
心齋橋PARCO	▲ 15.9	▲ 1.7
広島PARCO	8.9	0.2
福岡PARCO	7.2	3.3
<b>全店計</b>	<b>5.2</b>	<b>7.2</b>
<b>既存店計</b>	<b>7.2</b>	<b>8.4</b>

※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	
	2月度	下期累計
衣料品	6.4	5.2
身回品	4.2	3.0
雑貨	17.6	17.2
食品	▲ 1.9	0.5
飲食	▲ 2.6	▲ 0.8
その他	▲ 9.1	7.8
<b>合計</b>	<b>5.2</b>	<b>7.2</b>

### 3. 営業概況

- ・ 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12店舗が前年実績を上回り、全店計で対前年5.2%増、既存店計で同7.2%増となった。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32.6%増、仙台PARCOが同19.7%増、名古屋PARCOが同11.0%増の大幅伸長となった。また、旅行カウンターが引き続き好調だったことなどにより、吉祥寺PARCOは対前年13.8%増の大幅伸長となった。一方、店舗の改装に伴う一部休業影響などにより、心齋橋PARCO、池袋PARCOは前年実績を下回った。
- ・ アイテム別では、雑貨が、渋谷PARCO、仙台PARCO、名古屋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引き続き好調だったことなどにより、対前年17.6%増の大幅伸長となった。また、衣料品は、渋谷PARCOの改装効果が持続していることなどにより、対前年6.4%増となった。一方、その他は、前年に好調だった期間限定の展覧会を含むイベントショップの反動減により、前年実績を下回った。