
2025年2月期 第1四半期決算

<参考資料>

2024年 6月28日

くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。



J. FRONT RETAILING

<1Q決算サマリー>

◆ 堅調な国内売上に加え、インバウンド消費の好調が牽引し、
増収増益

◆ 1Q進捗を踏まえ、上期・年度業績予想を上方修正。

1Q実績を織り込み、2Q以降は4月公表の当初計画を据え置き

(単位：億円、%)

2024年度 (2025年2月期)	第2四半期 (累計) 予想	当初予想 (4月発表)	対当初予想		通期予想	当初予想 (4月発表)	対当初予想	
			増減高	増減率			増減高	増減率
総額売上高	5,960	5,810	150	2.6	12,150	12,000	150	1.3
売上収益	2,070	2,040	30	1.5	4,245	4,215	30	0.7
事業利益	295	255	40	15.7	485	445	40	9.0
営業利益	270	230	40	17.4	415	375	40	10.7
親会社の所有者に 帰属する 当期(四半期)利益	180	150	30	20.0	265	235	30	12.8

▶ 売上収益は、主力の百貨店事業のほかショッピングセンター事業、デベロッパー事業が増収

▶ 売上比例経費、人件費、投資費用などコスト増も、事業利益、営業利益、四半期利益ともに増益

(単位：百万円、%)

2024年度 (2025年2月期)	I Q (3-5月)	対前年	
		増減高	増減率
総額売上高	299,707	35,889	13.6
売上収益	101,469	8,013	8.6
売上総利益	53,294	7,463	16.3
販売管理費	36,891	891	2.5
事業利益	16,403	6,572	66.8
その他の営業収益	277	△784	△73.8
その他の営業費用	545	△178	△24.7
営業利益	16,136	5,967	58.7
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	11,316	4,919	76.9

(単位：百万円、%)

2024年度 (2025年2月期) 1Q (3-5月)	売上収益			事業利益			営業利益		
	実績	対前年		実績	対前年		実績	対前年	
		増減高	増減率		増減高	増減率		増減高	増減率
百貨店事業	62,606	8,445	15.6	10,623	5,764	118.6	10,386	5,882	130.6
SC(ショッピング センター) 事業	15,868	1,576	11.0	4,002	1,527	61.7	3,950	807	25.7
デベロッパー事業	16,726	207	1.3	1,638	241	17.2	1,632	4	0.3
決済・金融事業	3,188	△48	△1.5	386	△346	△47.2	344	△342	△49.8
その他	11,574	△1,846	△13.8	258	△218	△45.8	271	△432	△61.4
調整額	△8,494	△320	—	△505	△395	—	△449	47	—
合計	101,469	8,013	8.6	16,403	6,572	66.8	16,136	5,967	58.7

(注) 事業管理区分の見直しにより、(株)パルコデジタルマーケティングは、2024年3月1日付で「デベロッパー事業」から「SC(ショッピングセンター)事業」に移管したことに伴い、前年実績につきましては、2023年3月1日から移管されたものとみなし遡及修正しております。

- ▶ 基幹店を中心に、強化したラグジュアリーブランドや時計などが好調持続、免税売上高の伸長に加え、外商催事では過去最高売上を更新
- ▶ 売上比例経費、人件費などコスト増も、事業利益は前年に対し約2.2倍

(単位：百万円、%)

2024年度 (2025年2月期)	1Q(3-5月)		
	実績	対前年	
		増減高	増減率
総額売上高	197,240	27,548	16.2
売上収益	62,606	8,445	15.6
売上総利益	41,284	6,078	17.3
販売管理費	30,660	314	1.0
事業利益	10,623	5,764	118.6
その他の営業収益	75	△9	△10.7
その他の営業費用	312	△127	△29.0
営業利益	10,386	5,882	130.6

- ▶ 既存店合計は2019年度比で二桁増収。免税売上高は心齋橋店ほか各店で伸長。除く免税売上高は+3.6%増
- ▶ 名古屋店は本館婦人服フロアなど工事閉鎖影響も増収を維持

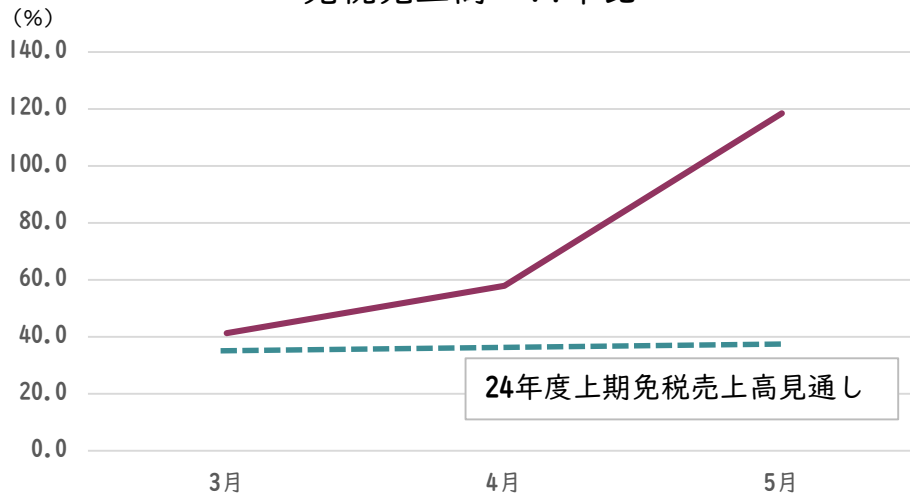
(増減率、%)

2024年度 1Q (3-5月)	対前年		対2019年	
	全体	除く免税売上	全体	除く免税売上
心齋橋店	44.7	0.1	27.2	23.9
梅田店	8.1	0.9	△11.4	△12.4
東京店	10.3	4.3	4.9	△2.4
京都店	27.5	0.7	23.6	△1.0
神戸店	10.5	1.7	26.5	17.5
札幌店	17.8	5.6	22.0	16.1
名古屋店	7.5	△0.0	11.3	6.4
直営店（既存店）合計※	15.9	1.8	11.5	3.6
免税売上	227.0	—	72.1	—

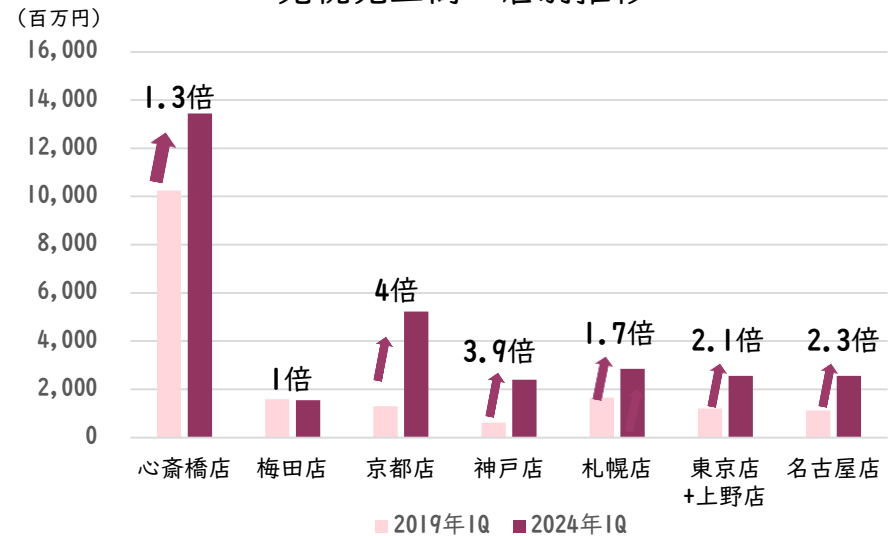
※対2019年比較では山科店、下関店、豊田店実績を除く

- ▶ 免税売上高は、当初計画を上回って好調に推移
- ▶ 関西地区のほか、名古屋、東京、札幌でも2019年度比で大幅伸長

免税売上高 19年比



免税売上高 店別推移



— 免税売上高 19年対比月別データ
 - - - 24年度上期免税売上高見通し (19年度対比伸び率)

- ▶ 対前年の増加要因は、主に人件費、売上比例経費の増加
- ▶ 対前年の減少要因は、主に広告宣伝費、租税公課の減少

(単位：百万円)

項目	2024年度 1Q	対前年 増減高	対前年 主な増減要因
人件費	7,613	394	
広告宣伝費	2,357	△143	【人件費】 ・ベースアップ、賞与増など +3.1億円
包装配達費	276	11	【広告宣伝費】 ・催事企画の時期変更 △1.3億円
減価償却費	5,150	△46	
作業費	2,580	△261	【その他】 ・売上比例経費 +5.4億円 ・修繕費、雑費 +2.4億円 ・業務委託費 +1.0億円
その他	9,791	311	・租税公課(前年の特殊要因の反動減) △5.8億円
販管費合計	27,769	266	

- ▶ テナント取扱高の伸長に伴う賃料収入増などで売上収益が増加
- ▶ 事業利益は増収効果に加え、原価・経費コントロールなどで増益。
- ▶ 営業利益においても前年の保有資産の売却益影響を吸収し増益

(単位：百万円、%)

2024年度 (2025年2月期)	1Q(3-5月)		
	実績	対前年	
		増減高	増減率
総額売上高	80,003	10,381	14.9
売上収益	15,868	1,576	11.0
売上総利益	6,461	1,611	33.2
販売管理費	2,459	85	3.6
事業利益	4,002	1,527	61.7
その他の営業収益	101	△717	△87.6
その他の営業費用	153	3	1.7
営業利益	3,950	807	25.7

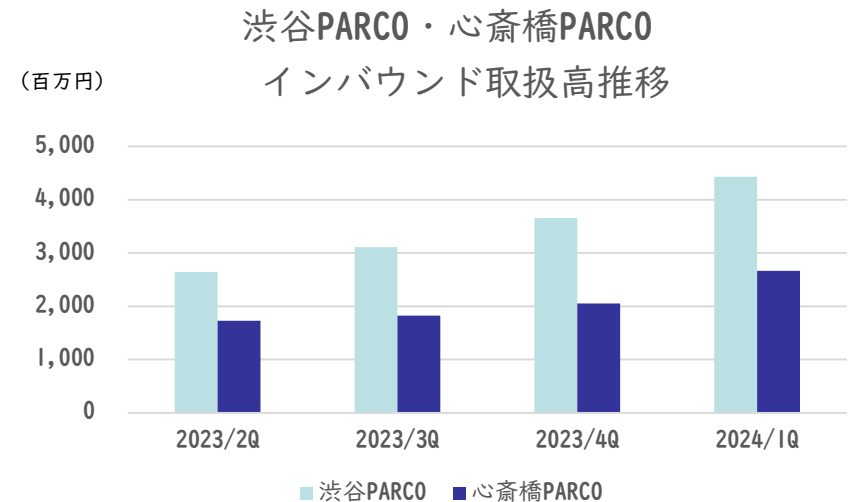
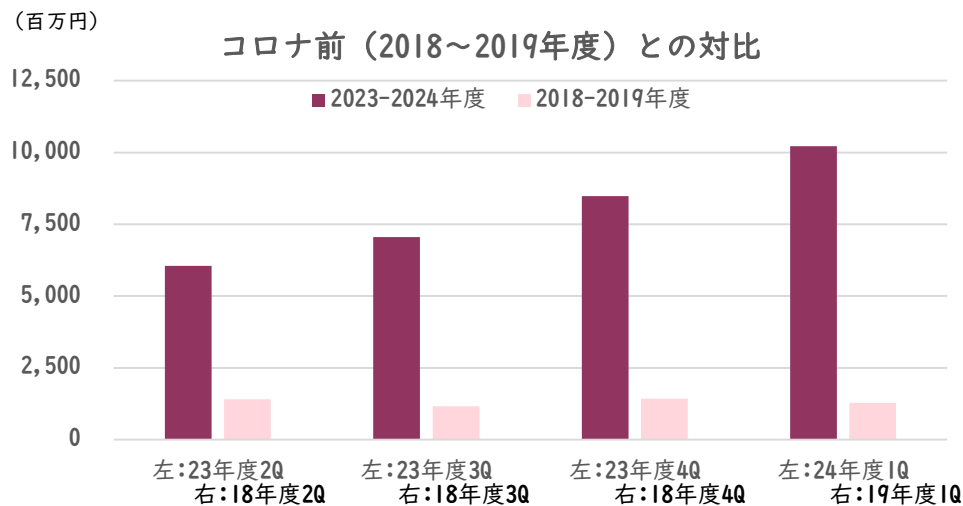
- ▶ 渋谷・心齋橋PARCOはインバウンド需要増の効果もあり、大きく伸長
- ▶ 2019年度対比で全店計+17.9%、既存店+0.4%（前年1Qは同△10.7%）と上昇基調

（増減率、%）

2024年度 (2025年2月期)	対前年	対2019年
	1Q	1Q
札幌PARCO	25.7	8.2
池袋PARCO	19.4	0.8
渋谷PARCO	41.7	—
名古屋PARCO	20.3	△4.1
心齋橋PARCO	47.6	—
福岡PARCO	12.2	11.5
全店合計	14.8	17.9
既存店合計※	17.9	0.4

※既存店：前年比較では新所沢PARCO、2019年比較では渋谷PARCO、心齋橋PARCO、宇都宮PARCO、熊本PARCO、津田沼PARCO、新所沢PARCOの実績を除く

- ▶ 渋谷PARCO・心齋橋PARCOを中心にインバウンド取扱高(3~5月)は2019年度1Qの約8倍に大幅伸長
- ▶ 東アジアをはじめ各国への情報発信、販促施策などを引き続き強化



（注）インバウンド取扱高は、海外発行クレジットカードと中国系モバイル決済手段の合計により算出しております。

- ▶ J. フロント建装のホテル内装工事事業の好調持続などにより増収
- ▶ 営業利益は前年の不動産所有持分の売却益影響を吸収し増益

(単位：百万円、%)

2024年度 (2025年2月期)	1Q(3-5月)		
	実績	対前年	
		増減高	増減率
総額売上高	16,726	207	1.3
売上収益	16,726	207	1.3
売上総利益	3,272	204	6.6
販売管理費	1,633	△37	△2.2
事業利益	1,638	241	17.2
その他の営業収益	9	△222	△95.7
その他の営業費用	15	15	-
営業利益	1,632	4	0.3

- ▶ 売上収益は取扱高増も、ポイント費の増加などにより微減
- ▶ グループカード集約に向けた投資費用などにより減益

(単位：百万円、%)

2024年度 (2025年2月期)	1Q(3-5月)		
	実績	対前年	
		増減高	増減率
総額売上高	3,188	△48	△1.5
売上収益	3,188	△48	△1.5
売上総利益	3,188	△48	△1.5
販売管理費	2,801	297	11.8
事業利益	386	△346	△47.2
その他の営業収益	12	△0	△3.5
その他の営業費用	54	△4	△7.3
営業利益	344	△342	△49.8

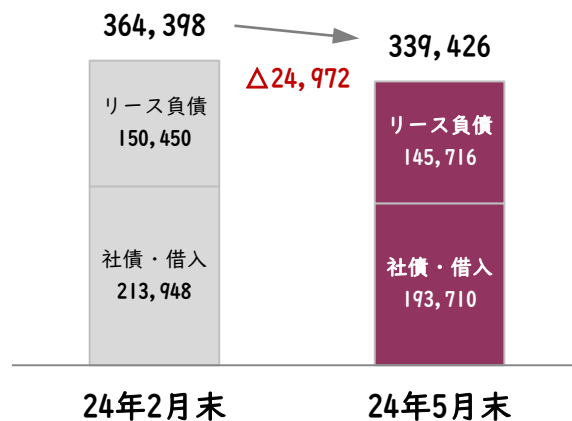
- ▶ 資産合計は手許現預金の圧縮などにより、対前期末△161億円減少
- ▶ 有利子負債は社債の償還などにより、対前期末△249億円削減

(単位：百万円)

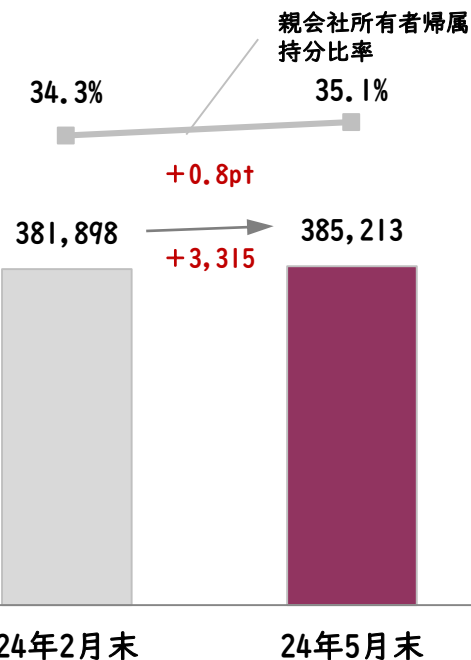
資産合計



有利子負債

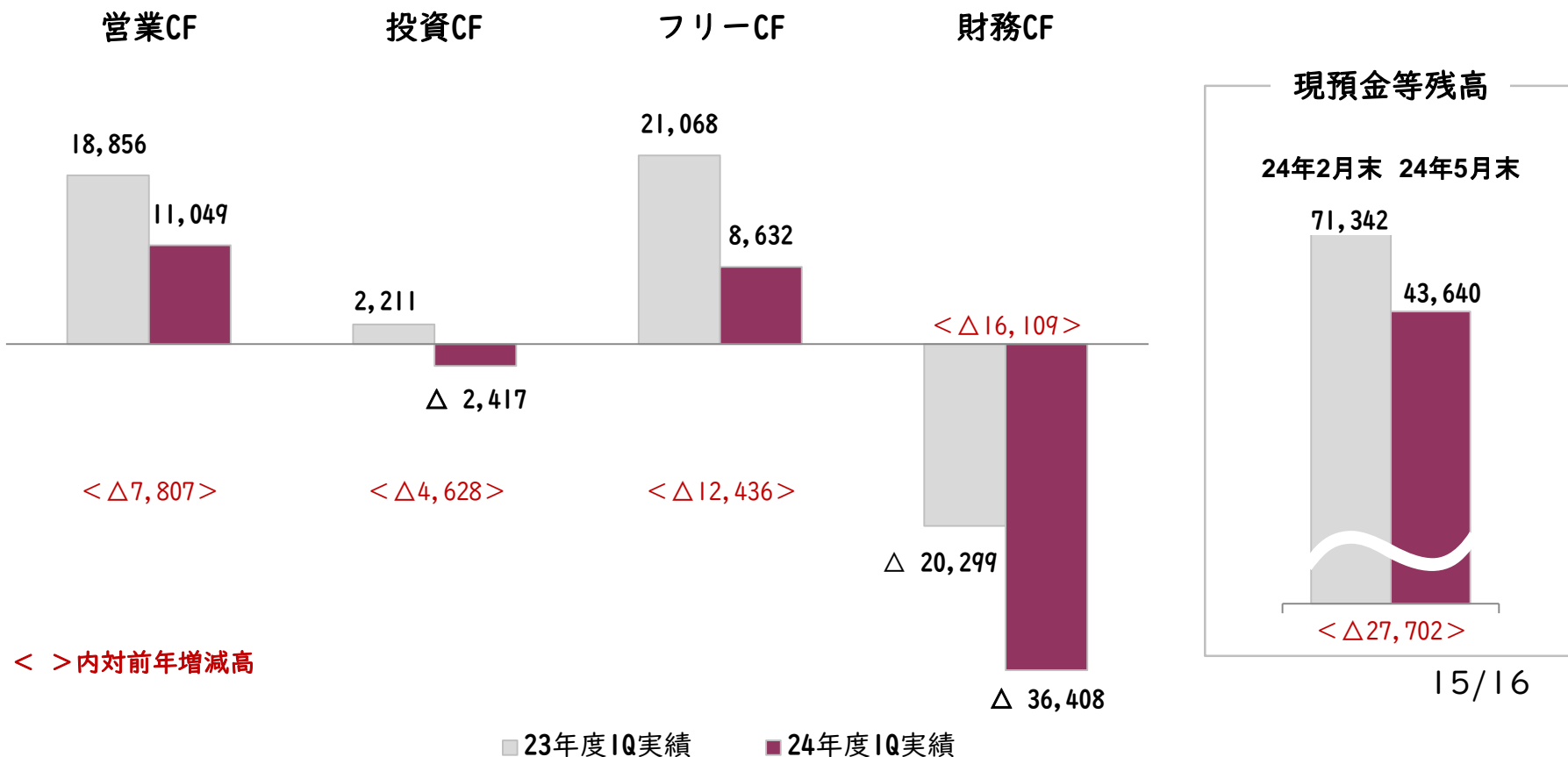


親会社の所有者に帰属する持分



- ▶ 営業CFは利益増の一方、運転資金の増などにより、対前年△78億円減少
- ▶ 投資CFは前年の投資不動産売却の反動などにより、対前年△46億円支出増
- ▶ 財務CFは社債の償還や自己株式取得などにより、対前年△161億円支出増

(単位：百万円)



Website

<https://www.j-front-retailing.com>

くらしの
「あたらしい幸せ」を
発明する。



J. FRONT RETAILING

本資料における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されております。従いまして、様々な要因の変化により実際の業績は見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。