

三越伊勢丹ホールディングス
2026 年 3 月期 WEB 説明会 質疑応答要旨
日時：2026 年 5 月 13 日（水）15:00-16:00

Q. 今期計画について、トップラインは強気か保守的か。また経常減益の背景は？

A. 現・中計のトップラインは概ね 103-4%程度の成長を見込んでいる。その上で、今期の国内顧客・海外顧客のバランスについては、足元の状況を見て設定しており、4～5月の状況からは十分達成可能と見ている。

経費面は直近の中東情勢等の影響も踏まえ、上乘せすべき点は乗せている。営業利益から経常利益にかけては、新光三越に関するイレギュラーな利益が前年差の比較要因。持分比率の低下も踏まえた見立てであり、若干硬めに見ている。

Q. リモデルなどの各施策の効果は、今期計画に織り込んでいるか？

A. 売上高の計画には、伊勢丹新宿本店の地下洋菓子エリアなどのリモデルによるプラスも、工事による閉鎖影響のマイナスも一定程度織り込んでいる。

Q. 海外顧客の識別化は今後どの時間軸で進めるのか？

A. 下期に入ったタイミングで海外顧客の購買データを把握できる仕組みを構築し、どの情報が有効か AI を活用して分析していく。購買が 2 回目につながれば、情報提供を通じてコミュニケーションを本格化させていく。その第一歩が、下期の購買データの連携開始になる。

Q. 識別顧客売上高等の顧客 KPI が全体売上に比べて保守的に見えるが？また首都圏・地域で構成比や伸び率に差はあるか？

A. 顧客 KPI は、全体の売上高目標と比べてかなりコンサバに作っている。年間 300 万円以上購買のお客さまは首都圏の比重が高く、その伸びが高い状況。識別顧客数については、地域の伸び悩みもあったが、ベーシックカードやアプリ等で増加しつつあり、今後の上昇を期待している。

Q. 地域店舗では百貨店売場面積の適正化がまだ課題として残っているか？

A. 将来に向けては、地域店舗の活性化と最適化を進めていく。最適化には、百貨店売場のあり方の見直し、定借型への転換も含めて検討している。海外では、顧客を集められない店舗は契約等も踏まえて営業終了を進めた。顧客データを蓄積しグループに貢献できる拠点は適正化を行う方針。当社保有不動産については価値向上も含めて進めるが、最適化はまだ途上と考えている。

Q. 今期の経費構造改革について、期中に積み上がる可能性もあると見てよいか？

- A. 昨年度は中国の閉店やアルタ営業終了等で当初から見えていた削減額が大きい状況だった。今期の 33 億円は、要員最適化や不採算ビジネスユニットの見直し、業務委託費等の削減など、現時点で見えている確度の高いものを織り込んでいる。これに加え、期中に見直しを進めることで少しずつ積み上がっていく性質のものもある。

Q. 来期営業利益 815 億円の計画だが、27 年度 850 億円の見込みは？

- A. 850 億円は 3 カ年で示した目標として、しっかり達成したいと考えている。もちろんそこで止まるつもりはなく、さらに上を目指して取り組んでいく。

Q. 海外外商の売上高について、今後数年の成長の規模感や進捗の手応え、拡大に向けたボトルネックはあるか？

- A. 海外外商は「丁寧に進める」ことを最優先にしている。拙速に売上・利益・顧客数を追うと、せっかく集まり始めた良質なお客さま層に合わないサービス提供につながることを懸念している。そのため、口コミ等で良いお客さまに広がる形で、チームと提供価値を作り込んでいく方針。数字は結果論と捉えており、現時点では拡大の数値目標を前面に出す段階ではないと考えている。

Q. 金融事業の増益幅が大きい、その要因は？

- A. 主因は、これまで進めてきたファイナンス拡大の進捗に加え、グループ内外でのエムアイカード取扱高の増加に伴う手数料増を見込んでいる。
- 加えて、来年 2 月にはエムアイカードの制度変更も予定している。当年度への織り込みは 2 億円程度にとどめているが、翌年度以降の利益底上げ余地につながる施策と見ている。

以上