
2026年3月期(25年度)
第3四半期 決算説明会

2026年2月6日(金)



三越伊勢丹ホールディングス

I : 2026年3月期 第3四半期実績

II : 2026年3月期 通期計画



I : 2026年3月期 第3四半期実績

II : 2026年3月期 通期計画

CFOの牧野より、第3四半期の実績並びに一部修正を行った通期計画についてご説明いたします。

1. 2026年3月期（25年度）第3四半期実績サマリー

人とデジタルで繋がる**国内識別顧客の売上高**が引き続き全体をけん引

海外顧客の購買客数は環境与件の影響を一定程度受けているが、**当社独自のCRM施策**（世界アプリ、海外外商）も奏功し、**客単価**は前年を上回って推移。**居住国・地域の多様化**も中長期でプラスに作用

第3四半期の営業利益は**四半期単位での過去最高**となる266億円
年間計画780億円に対しても概ね順調に進捗

当期純利益は、第3四半期における持分法投資利益の拡大を受け、**第3四半期終了時点での過去最高益**となる512億円を計上

まず実績のサマリーとして、国内の識別顧客の売上高が引き続き全体を牽引し、特に「ひととデジタルでつながる」取り組みが非常に効果的に寄与しております。

海外顧客については、特に客数面で一定程度、外部環境与件の影響を受けているものの、当社独自のCRM施策として世界アプリや海外外商も奏功し、客単価は前年を上回って推移しております。また居住地域の多様性が中長期的にプラスに作用すると考えています。

2. 2026年3月期（25年度）第3四半期連結実績

- ・第3四半期(10-12月)は国内顧客売上がけん引し、増収増益
- ・第3四半期(10-12月)の営業利益は四半期単位として過去最高の266億円を計上

(億円)	第3四半期累計 (4-12月)実績	前年比	前年差	(参考) 第3四半期(10-12月)実績		
				実績	前年比	前年差
総額売上高	9,606	98.2%	▲179	3,644	101.4%	+48
売上高	4,063	97.3%	▲111	1,524	99.4%	▲8
売上総利益	2,496	97.9%	▲53	935	100.3%	+2
販売管理費	1,915	98.2%	▲34	669	98.1%	▲13
営業利益	580	96.9%	▲18	266	106.2%	+15
経常利益	638	96.7%	▲22	307	112.4%	+33
当期純利益	512	110.3%	+47	218	103.8%	+8

※百貨店定借テナント売上・百貨店外MD扱い高を含む総取扱高は10,101億円

続いて、連結実績についてです。

第3四半期のみ（10月から12月）の実績では、総額売上高が前年比101.4%となり増収。販売管理費は前年差で13億円の削減ができております。その結果、営業利益は266億円とクォーター単位では過去最高の営業利益であった前年の251億円を上回る営業利益を上げることができております。

また、営業利益から経常利益にかけては、持分法適用会社の新光三越が保有している株式の評価替え等により持分法利益が堅調に推移したこともあり、増益幅が少し大きくなっています。

第3四半期までの累計実績では、総額売上高は第3四半期に少しもち直したものの、まだ若干のマイナス。販売管理費は前年差で34億円削減したことにより、営業利益は580億円と前年差▲18億円にまで縮小し前年実績に近づいてまいりました。

営業利益から経常利益の前年差が+58億円となっている点は、先ほどの持分法利益の増加に伴うものです。

当期純利益は前年比110%超の512億円となり、第3四半期までの累計として過去最高の当期利益を更新いたしました。

3. 国内主要百貨店総額売上高実績(店舗・各社別)

- ・三越伊勢丹は第3四半期も国内顧客売上高が引き続き牽引したことで、前年水準の累計売上を達成
- ・地域主要会社の売上トレンドも前年比97.0%と、上期(前年比95.9%)と比較し回復基調

(億円)	総額 売上高	前年比	前年差	総扱高※	(億円)	総額 売上高	前年比	前年差	総扱高※
伊勢丹新宿本店	3,111	98.8%	▲37	3,139	札幌丸井三越	443	95.9%	▲19	481
三越日本橋本店	1,267	103.3%	+40	1,354	仙台三越	189	95.6%	▲8	192
三越銀座店	912	98.3%	▲15	995	名古屋三越	451	94.8%	▲24	644
伊勢丹立川店	236	98.4%	▲3	238	新潟三越伊勢丹	258	100.3%	+0	261
伊勢丹浦和店	265	96.8%	▲8	268	岩田屋三越	988	97.9%	▲21	1,017
三越伊勢丹計	5,792	99.6%	▲25	5,996	地域主要5社計	2,331	97.0%	▲72	2,598

※百貨店定借テナント売上・百貨店外MD扱い高を含む総扱高

続いて、国内主要百貨店の総額売上高実績についてです。

まず、首都圏の(株)三越伊勢丹では、国内顧客売上高が非常に堅調に推移しています。第3四半期までの累計実績で国内顧客売上高は前年比104%。

なかでも、識別顧客は前年比107%、当社が重視するエムアイカードと三越伊勢丹アプリ両方をもつ「MI Wメンバー」、並びにKPIに掲げた「年間お買いあげ額300万円以上顧客」の売上高がともに前年比110%を超える推移であることから、顧客業プロセスが順調に進んでいる手応えを感じています。

店舗別では、三越日本橋本店が前年比103.3%と堅調に推移しております。

伊勢丹新宿本店は第3四半期までで少し前年には届いていなかったものの、本日2月6日(金)から開催している丹青会が非常に活況でございます。おそらく、この丹青会期間中に前年比を上回り、前年の年間総額売上高4,290億円を超えるペースになるのではないかと非常に楽しみにしております。

(株)三越伊勢丹全体の総額売上高は、第3四半期終了時点で前年比99.6%とだいぶ前年実績に近づいてきております。

地域百貨店につきましても、上期の総額売上高前年比96%程度のトレンドから第3四半期終了時点で97%へ上昇。先日開示しました1月売上速報ではほぼ100%と、徐々に数字が上がってきております。

4. 連結販売管理費増減

- ・物価影響による経費増(+22億円)に対し、人件費/地代家賃を中心に経費構造改革を推進したことで販売管理費は前年から34億円の削減を実施
- ・経費構造改革による年間削減計画▲65億円に対して順調に推移

(億円)	第3四半期 実績	前年増減	前年増減の内訳				
			経費 構造改革	売上連動	戦略経費	物価影響	その他
人件費	679	▲12	▲30			+17	
宣伝費	66	▲1	▲3				+2
地代家賃	223	▲13	▲15	+1			
業務委託費	205	▲11	▲2		+1	+3	▲14
減価償却費	170	+1	▲0		+2		
水光熱費	70	▲1	▲1			▲0	
その他	498	+4	▲4	▲3		+2	+10
合計	1,915	▲34	▲56	▲2	+3	+22	▲2

続いて、販売管理費でございます。

経費構造改革では物価影響等を織り込みながら、上期の▲37億円から約20億円積み増すことができ、順調に削減ができております。業務委託費とその他に少し大きな数字が出ておりますが科目振替の影響による部分が大きく、販売管理費トータルでは前年差34億円の削減であり、上期での前年差▲21億円からさらに13億円前年差を広げることができました。

第2四半期まで発生していた昨年度の中国事業（上海・天津）の営業終了に伴う経費の一巡効果がなくなった第3四半期においても、同様の経費削減が続いていることで一定の手応えを感じることができております。

5. セグメント別業績

- ・百貨店業 : 国内識別顧客売上の拡大と、海外識別顧客への取組により利益進捗は計画内で推移
- ・クレジット・金融業 : 前年度 第1四半期に発生した会計処理の変更影響(約5億円)を除く実質ベースでは増益
- ・不動産業 : 賃貸物件からの家賃収入増加に加え、建装事業も好調に推移

(億円)	総額売上高	前年比	売上高	営業利益	営業利益率	前年差
百貨店業	8,918	98.0%	3,360	474	5.3%	▲24
クレジット・ 金融・友の会業	286	102.7%	264	51	18.1%	▲3
不動産業	176	85.6%	176	28	16.3%	+2
その他※	225	111.6%	261	25	11.4%	+6
合計	9,606	98.2%	4,063	580	6.0%	▲18

※その他セグメントの営業利益には、調整額を含む

こちらが実績の最後のページとなる、セグメント別の状況です。

全体で前年差▲18億円のなかで、百貨店業では▲24億円。クレジット・金融・友の会業では、前年第1四半期に（株）エムアイカードで金融会社特有のイレギュラーな会計処理の変更（営業利益影響額約5億）があったため、実質ベースでは増益と堅調に推移しています。

この後の通期計画でお話をしますが、この第4四半期に百貨店業の前年差マイナスをプラスに変える努力をしてみたいと思います。

I : 2026年3月期 第3四半期実績

II : 2026年3月期 通期計画

ここからは通期の計画でございます。

1. 2026年3月期（25年度）通期計画サマリー

売上高の中核となる**国内識別顧客の利用拡大・生涯顧客化のステップ**が順調に進捗。“**個客**”との繋がりが、**効率的な販管費コントロール**にも寄与

海外顧客売上高については、外部環境与件の影響を受けた**直近トレンド**が**年度内継続することを前提**に計画を見直し

一方で、アプリで拡大した顧客基盤を、当社独自のCRM施策に繋げ、**中期的な頻度・単価向上**を目指す

営業利益は5月に発表した**過去最高益780億円**の計画を維持
当期純利益は30億円積み増し、同じく**過去最高益650億円**を計画

売上の中核となる国内識別顧客の利用拡大・生涯顧客化という当社の個客業サイクルが順調に進捗しており、お客さまとのつながりを深めたことが効率的な販管費コントロールにも寄与しているという手応えをつかんでおります。

海外顧客売上高については、外部環境与件の影響を受けた直近トレンドが年度内継続することを前提に計画を修正しております。一方、世界アプリで拡大した顧客基盤を当社独自のCRM施策につなげ、中期的な頻度・単価の向上を目指してまいります。

今回、営業利益計画については期初開示の780億円を変更しておりません。営業利益より上の項目と経常利益以下の項目を一部修正しておりますので、お話をさせていただきます。

2. 2026年3月期（25年度）連結計画

- ・12月以降の海外顧客売上高などの状況を踏まえ、総額売上高の予測を修正
- ・販管費コントロールにより、営業利益は11月に公表した過去最高の780億円を維持
- ・経常利益は11月計画時より40億円の上方修正。当期純利益も30億円を積み増し、過去最高の650億円

(億円)	通期	前年比	前年差	11月計画差
総額売上高	13,000	99.7%	▲36	▲50
売上高	5,540	99.7%	▲15	▲20
売上総利益	3,360	99.5%	▲16	▲10
販売管理費	2,580	98.7%	▲33	▲10
営業利益	780	102.2%	+16	-
経常利益	810	91.9%	▲71	+40
当期純利益	650	123.1%	+121	+30

まず、営業利益から上のところですが、12月以降の海外顧客売上高の状況を踏まえ、総額売上高の計画を11月計画時点より50億円下げております。

これは、（株）三越伊勢丹の海外顧客売上計画を50億円下げたことによるものです。

それに伴い。売上総利益が▲10億円する一方、販管費コントロールが順調であることから販管費を10億円減額することで、営業利益780億円は当初計画のままとしております。

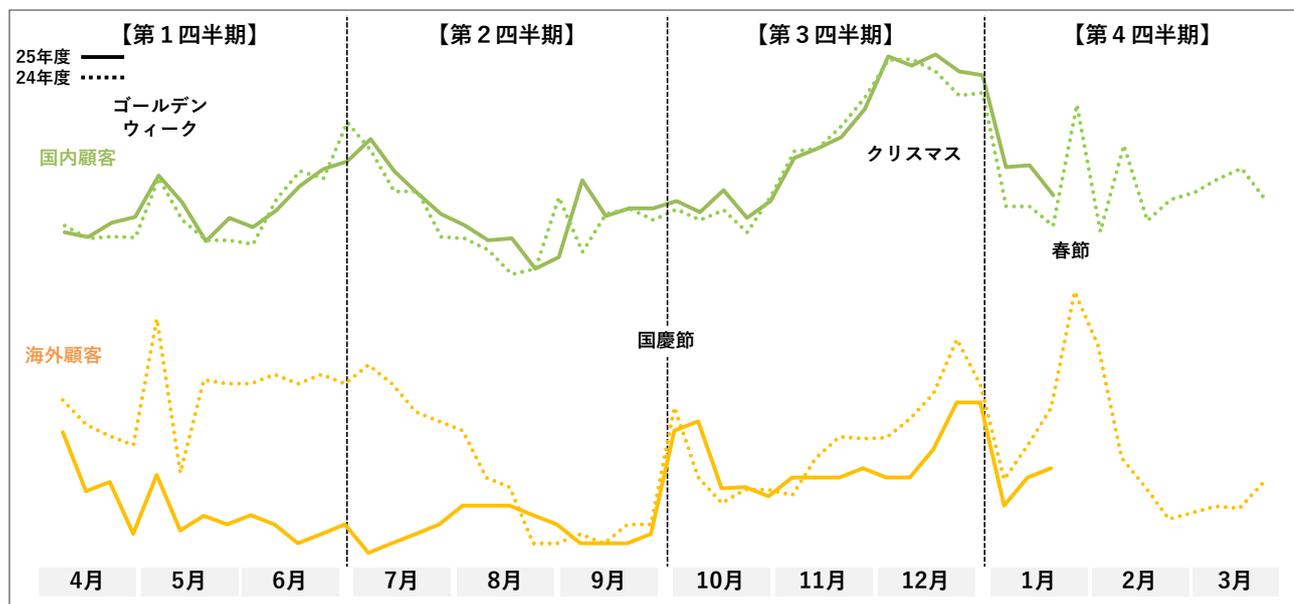
経常利益以下では、持分法利益の増加等の与件も加味し、経常利益を+40億円の810億円。

当期純利益は税を加味し+30億円の650億円と過去最高の当期利益を大幅に更新する計画に修正しております。

3. 国内百貨店 顧客セグメント別売上高概況

【国内顧客】 第3四半期まで堅調に推移。第4四半期も個客業プロセス活動を推進し、安定的成長を計画

【海外顧客】 直近は回復基調。アプリや海外外商による頻度・単価の向上により中期的な安定化を目指す



こちらのグラフは、国内・海外のお客さまの前年と本年度のトレンドを記したものでございます。前年の週ごとの売上推移を点線、本年度の推移を実践で表しております。丹青会の影響等もありますので、1月下旬までのところでご覧いただければと思います。

国内顧客は概ね前年をやや上回って推移していたなか、第3四半期後半ごろからは前年を大きく上回り、特に足元の1月が好調で確かな手応えを感じることができております。

一方、海外顧客は2024年4月から7月、8月ごろまでの伸びが為替等様々な影響により非常に高かった反動で、マイナスに推移するだろうと想定していたところ、上期は計画を若干下回る推移となりました。下期は当初前年並みからやや上回る計画としておりました。

実際11月中旬ごろまでは計画通りだったものの、外部環境与件の影響で11月後半以降前年を下回っていることも加味し、この後の計画の修正となっております。

4. 国内百貨店売上計画

- ・国内百貨店の総額売上高は外部環境与件を織り込み11,487億円（11月計画差▲50億円）に修正
- ・国内顧客売上高は個客業プロセス活動の推進により好調に推移しており、11月計画値を維持
- ・海外顧客売上高は訪日中国人の減少による影響を考慮し、下方修正（11月計画差▲50億円）

(億円)	4-12月(実績)			1-3月(見込)			通期(見込)			
	実績	前年比	前年差	計画	前年比	前年差	計画	前年比	前年差	11月 計画差
三越伊勢丹計	5,792	99.6%	▲25	2,007	103.7%	+72	7,800	100.6%	+47	▲50
（うち）国内顧客	4,959	103.5%	+167	1,720	106.3%	+101	6,680	104.2%	+269	-
（うち）海外顧客	833	81.2%	▲192	286	90.7%	▲29	1,120	83.5%	▲222	▲50
地域事業会社計	2,737	96.4%	▲102	949	102.4%	+22	3,687	97.9%	▲79	-
（うち）国内顧客	2,522	98.0%	▲50	880	105.4%	+45	3,403	99.9%	▲4	-
（うち）海外顧客	215	80.7%	▲51	68	74.8%	▲23	284	79.1%	▲74	-
国内百貨店計	8,530	98.5%	▲127	2,956	103.3%	+94	11,487	99.7%	▲32	▲50
（うち）国内顧客	7,481	101.6%	+117	2,601	106.0%	+147	10,083	102.7%	+264	-
（うち）海外顧客	1,048	81.1%	▲244	356	87.1%	▲52	1,404	82.5%	▲296	▲50

こちらが今回修正しました、国内百貨店の売上計画です。

国内百貨店売上計画の修正については、（株）三越伊勢丹の海外顧客売上を50億円下げたことが全体感でございます。この1月から3月国内百貨店計は2,956億円と前年比103.3%であり、この水準を達成できるかが一つのポイントかと思えます。

前年1月末に開催した丹青会が、本年は本日2月6日（金）から開催しているため月ズレ影響があるものの、この与件を除いた実質の1月実績は国内百貨店計の計画、前年比103.3%に対して前年比107%と好調に推移しています。

海外顧客売上については、1月から3月の修正後計画は356億円、前年比87%と見込んでいます。1月時点で130億円が実績として入っているため、残りは225億円。変動与件はありますが、全体としてはそれほど大きな数字ではないと捉えています。

5. 海外顧客の取り組みと実績について

- ・海外顧客売上高の安定化に向けた顧客基盤構築は、世界アプリと海外外商の両輪で拡大中
- ・世界アプリ会員数は現状で約70万人。REWARDS機能の開始により客単価が向上

	世界アプリ (海外顧客向けアプリ)	海外外商
取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリの利便性をフックにした獲得施策の実施 ・REWARDS機能（クーポンなど）の開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外外商体制の本格稼働 ・国内外商催事に海外外商顧客を動員（丹青会・逸品会）
実績	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリ会員数：約70万人 ※世界アプリおよびWeChatの合計（2025年3月末～12月末の実績） ・客単価の向上 世界アプリ対象国：開始前比較109% WeChat対象国：開始前比較105% ※25年11月REWARDS機能開始前後の比較 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外外商顧客総扱い高：前年比144% ※海外顧客売上高：前年比81%（2025年4月～12月実績） ・国内外商催事売上高：前年比109% ※秋の丹青会・逸品会実績合計

ここで中長期を見据えた海外顧客施策として、当社独自の取り組みについてお話をさせていただきます。

海外顧客売上高の安定化・固定化に向けて世界アプリと海外外商を両輪で進めています。

世界アプリは2025年3月末から取り組みを進めており、最初はアプリを入れていただくところからスタートし、今後3ステップほどで段階的に国内顧客向けアプリに近い機能を拡充させていきます。この第3四半期にクーポン機能（REWARDS）を一部開始しました。

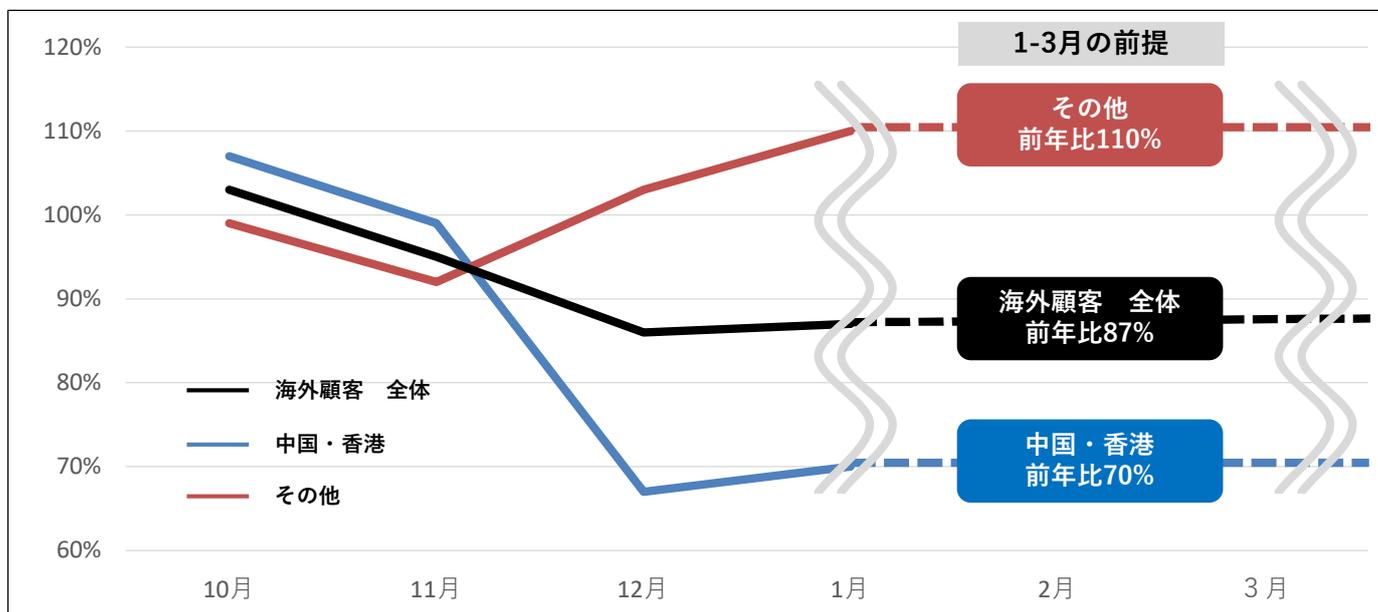
世界アプリの会員数は順調に推移をし、当社独自の世界アプリおよび中国・香港向けWeChat合計で70万人となっております。11月・12月にWeChatの方がやや落ちたものの、概ね順調に伸長していると考えております。

また、11月末から海外顧客向けに様々な特典を付したクーポン機能のテストトライを一部実施しております。クーポン機能だけの影響ではないと思いますが、足元で客単価が伸びていることが見て取れます。

海外外商は、昨年4月から正式に部として本格稼働という体制をとってまいりました。第3四半期までの累計で、海外外商顧客総取扱い高は前年比144%と非常に好調に推移しています。10月・11月・12月がそれぞれ前年の2倍超の売上となっており、海外外商の取り組みは国を超えて今後大きな期待が持てるのではないかと考えております。

6. 海外顧客売上高計画の前提

- ・第3Q(10-12月)の海外顧客売上高は前年比94%(うち中国・香港89%、その他98%)
- ・第4Q(1-3月)の海外顧客売上高計画356億円は、1月のトレンドが3月まで継続することを前提に計画



続いて、第4四半期の海外顧客売上高の見方についてです。

第3四半期の海外顧客売上は前年比94%、うち中国・香港のお客さまが前年比89%、そのほかの国・地域のお客さまが前年比98%でした。

1月の年初から1月下旬までの海外顧客売上トレンドでは、前年比約87%で推移しています。そのなかで、中国・香港を除く国・地域では、特に台湾、タイ、アメリカ等が前年比110%弱と非常に堅調に推移している一方、中国・香港は第3四半期より若干下がり前年比70%弱程度でした。このトレンドが2月・3月も続く前提で、第4四半期の海外顧客売上高計画の356億円を組み立てています。

海外顧客売上全体の計画では、2月・3月で残り225億円。その内訳は、中国・香港を除くその他の国・地域（赤線）が55%程度。中国・香港（青線）が45%程度（春節時はシェアがやや高くなる）と、100億円ほどですので、仮に今のトレンドが若干下振れする程度であれば、全体への影響はさほど大きくないと捉えております。

7. 連結販売管理費増減

- ・“百貨店の科学”の推進により、売上高進捗に応じた機動的な販管費コントロールを実施
- ・販売管理費は11月計画からさらに▲10億円を削減し、2,580億円を計画

(億円)	通期計画	前年増減	前年増減の内訳				
			経費 構造改革	売上連動	戦略経費	物価影響	その他
人件費	921	▲15	▲37			+22	
宣伝費	93	▲1	▲3				+2
地代家賃	306	▲14	▲16	+2			
業務委託費	275	▲8	▲3		+1	+4	▲11
減価償却費	225	▲1	▲0		+2		▲3
水光熱費	91	▲2	▲2				
その他	669	+8	▲6	▲3		+4	+14
合計	2,580	▲33	▲68	▲1	+3	+31	+2

こちらが年間の販売管理費の増減計画でございます。

経費構造改革は第3四半期までの56億円に対して積み増しをして、通期で68億円の計画。一方で、物価影響やその他で多少の余裕を見ている分もありますが、必要なところを積み増すなかで、トータルの前年増減は33億円の減少でしたので、そういった面ではこの第4四半期は若干余裕をもった計画かと思えます。このあたりは売上進捗を見ながら、必要に応じてブレーキをかけることも検討しております。

8. セグメント別計画

- ・百貨店業 : 外部環境与件による影響を一定程度読み込むが、販管費コントロールを強化し増益
- ・クレジット・金融業 : ラインナップを拡充したカード事業の好調を中心に増収増益を計画
- ・不動産業 : 賃貸物件からの家賃収入増加と建装事業の好調を反映し、前年度から増益を計画

(億円)	総額売上高	前年比	売上高	営業利益	営業利益率	前年差
百貨店業	12,060	99.7%	4,580	649	5.4%	+3
クレジット・金融・友の会業	384	103.9%	354	62	16.1%	+4
不動産業	283	95.8%	283	39	13.8%	+2
その他※	273	100.5%	323	30	11.0%	+6
合計	13,000	99.7%	5,540	780	6.0%	+16

※その他セグメントの営業利益には、調整額を含む

こちらが業績についての最後のページとなりますセグメント別の通期計画です。

不動産業およびその他は、多少のデコヒコはありますが、第3四半期までの前年差をそのまま据え置いております。

クレジット・金融・友の会業は、前年第4四半期に（株）エムアイカード社でベーシックカード導入等により販管費をかけていた反動もありますので、11月の第2四半期決算で開示した年間営業利益計画66億円に向けて、順調に推移していると捉えております。

百貨店業について、海外百貨店は12月まで順調に推移しています。首都圏の（株）三越伊勢丹並びに地域百貨店が、この第4四半期で前年に対してしっかり利益を積み増し、セグメントをプラスに転じさせることで、全体の営業利益計画780億円を達成してまいりたいと考えております。

9. 株主還元 (増配および自己株式取得)

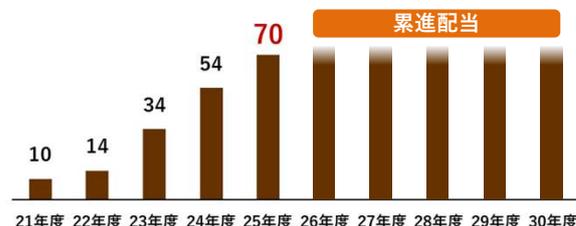
今期の業績予想や財務状況等を勘案し、本日新たに、株主還元政策を公表

- ① 期末配当予想を5円増額し40円に修正 (25年度の年間配当予想は70円となり、前期から16円の増配)
- ② 300億円を上限とする自己株式取得枠を決議 (今回取得する自己株式については、全株式を消却)

1. 2025年度 期末配当の増配について

	中間 (実績)	期末	年間
今回修正予想	30円	40円	70円
前回予想 (2025年11月13日)		35円	65円

<1株当たり配当金の推移>



2. 自己株式の取得および消却について

取得	取得する株式の総数	18百万株 (上限) ※ 発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 5.1%
	株式の取得価額の総額	300億円 (上限)
	取得期間	2026年2月9日～2027年2月8日*
消却	消却する株式の数	今回取得する自己株式の全株式数
	消却予定日	2027年2月26日

* 取得枠300億円のうち、2026年4月1日以降に取得した金額は、2026年度の総還元性向に含める

最後に、株主還元についてです。

今期業績予想の修正や一部新光三越の株式売却によるキャッシュイン等を勘案し、本日新たな株主還元策を公表させていただきました。一つ目は、期末配当予想を5円増配して40円に修正。前年から年間で16円の増配でございます。配当については、2030年度までの累進配当を掲げるなかで、今後の利益に対する手応えもつかみながら今回の増配であると受け取っていただければと思います。

あわせて、300億円を上限とする自己株式の取得枠を本日の取締役会で決議しております。取得期間は2月9日(月)から1年間とし、取得後は全株を償却する方針で開示しております。

私からの説明は以上でございます。

本資料における情報の中には、将来の見通しに関する事項が含まれる場合があります。この事項は、当社が開示時点で入手可能な情報に基づき合理的に判断した予想であり、様々なリスクや不確実性を含んでおります。従って、実際の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の要因により見通しと異なる可能性があります。