
2027年3月期(26年度) 第1四半期 決算説明会

2026年8月13日



三越伊勢丹ホールディングス

I : 2027年3月期(26年度) 第1四半期実績

II : 2027年3月期(26年度) 通期計画

I : 2027年3月期(26年度) 第1四半期実績

II : 2027年3月期(26年度) 通期計画

第1四半期の実績からご説明します。

1. 2027年3月期(26年度) 第1四半期実績サマリー

- ・人とデジタルの力による**識別顧客との関係性深化**により、国内顧客総額売上高は客単価の上昇を伴って堅調に推移
- ・海外顧客総額売上高は、**来訪元の多様化**で想定を上回る回復
世界の高感度上質市場の席捲に向けて、アプリや外商を通じた**海外顧客との繋がり**が順調に拡大
- ・総額売上高が伸長する中、計画通り**経費コントロール**を推進した結果、**第1四半期として過去最高の営業利益・当期純利益を達成**

第1四半期は、人とデジタルの力を融合させながら識別顧客との関係性を進化させることで、国内顧客の総額売上高は、単価の上昇を伴って堅調に推移しました。

海外顧客の総額売上高は、来訪元の多様化により想定を上回る回復を見せています。また、世界の高感度上質市場の席卷に向け、アプリや海外外商を通じた海外顧客とのつながりも順調に拡大しています。

このように総額売上高が伸長する中、計画通り経費コントロールを推進したことで、第1四半期として過去最高の営業利益、当期純利益を達成することができました。

2. 【連結実績】

- ・総額売上高：主力の国内百貨店事業において、**国内顧客・海外顧客ともに堅調に推移**
- ・販売管理費：物価上昇の影響を受けながらも継続的な経費コントロールにより
総額売上高の伸長率以下に抑制
- ・営業利益/当期純利益：第1四半期での**過去最高実績**を達成

(億円)	1Q(4月-6月) 実績	前年比	前年差
総扱売上高 (※)	3,305	106.5%	+203
総額売上高	3,207	106.5%	+195
売上高	1,289	103.8%	+47
売上総利益	814	105.8%	+44
販売管理費	625	102.0%	+12
営業利益	188	120.6%	+32
経常利益	199	116.7%	+28
親会社株主に帰属する当期純利益	223	118.5%	+34

※百貨店内定借テナントの扱い高を含む実績

それでは、具体的な数字をご説明します。

一番上にあります総扱売上高、総額売上高ともに前年比106.5%と堅調に推移しています。それにより、中段の売上総利益は前年差44億円のプラスとなりました。

一方、販管費を前年差12億円に抑えたことで、営業利益は前年差32億円増の188億円となり、一昨年に達成した第1四半期の過去最高営業利益を更新することができました。

経常利益は11億円のプラス、また当期純利益は、関係会社株式の売却に伴う特別利益なども含まれていますが、前年差34億円増の223億円となり、こちらも第1四半期としては過去最高の当期純利益を更新することができました。

3.【総額売上高】国内百貨店実績

- ・三越伊勢丹計、地域事業会社計ともに**増収**
- ・三越伊勢丹における**国内顧客総額売上高の安定成長**に加え、**海外顧客総額売上高が大幅伸長**

※7月（国内百貨店計 速報ベース）も国内顧客前年比103.6%、海外顧客前年比132.1%と堅調に推移

(億円)	1Q（4月-6月）		
	実績	前年比	前年差
三越伊勢丹計	1,957	107.8%	+141
（うち）国内顧客	1,621	105.6%	+85
（うち）海外顧客	336	119.8%	+55
地域事業会社計	864	102.3%	+19
（うち）国内顧客	778	99.8%	▲1
（うち）海外顧客	85	132.1%	+20
国内百貨店計	2,821	106.0%	+160
（うち）国内顧客	2,399	103.6%	+84
（うち）海外顧客	421※	122.1%	+76

※2026年度より海外顧客売上高を捕捉するシステムを変更しているため、2025年度の実績も新システムで抽出

こちらが国内主要百貨店の実績です。

最上段が首都圏にある三越伊勢丹です。国内顧客、海外顧客ともに、5月に開示した計画値を大きく上回り、三越伊勢丹計で107.8%となりました。

その下の地域事業会社を含めた国内百貨店計では、全体で106%と、5月に開示した104%を上回って推移しています。国内顧客が104%弱とほぼ計画通りだったのに対し、海外顧客は122%と大きく計画を上回ることができました。

また、欄外に※印で記載しておりますが、8月初旬に速報ベースの7月月報を開示しており、こちらも国内顧客が103.6%、海外顧客が132%強と、引き続き足元も堅調に推移しています。

4.【国内顧客動向】

- ・ **個客業プロセス活動が進展**し、各ステップにおける定量指標が順調に拡大
特に、**関係性の深い顧客への精度の高い提案が奏功**し、客単価の上昇を伴って売上高が拡大
(国内百貨店 国内顧客 総額売上高実績：前年比104%)

【個客業プロセス活動】

【集客・識別化】

・来店顧客の識別化の更なる進展

識別顧客数	849万人
前年比	109%

Wメンバー顧客数 (エムアイカード+MIアプリ)	100万人
前年比	116%

【利用拡大】

・マスから個へ、識別顧客への提案精度と幅の拡大

国内識別顧客売上高 前年比 (顧客KPI)	106%
国内識別顧客客単価 前年比	107%

グループ300万円以上購買顧客 売上高 前年比 (顧客KPI)	116%
------------------------------------	------

拠点ネットワーク※ 扱い高 前年比	108%
----------------------	------

※各店舗を起点に、商品・サービス・顧客をグループ横断でつなぐ仕組み

【生涯顧客化】

・ONEグループ外商化を推進

グループ外商 総扱い高 前年比	109%
--------------------	------

グループ1,000万円以上 購買顧客売上高 前年比	117%
------------------------------	------

次に、この売上を支える国内顧客・海外顧客の動向を、当社が取り組んでいる顧客業のプロセス活動に沿って、実際の定量的な数値でお示したのが本ページ、ならびに次のページです。

まず国内顧客です。

集客・識別化という点では、識別顧客数が約850万人と、前年から10%近く増加しています。また、アプリ経由のカード会員も増えたこと等で、カードとアプリの両方でつながるMIWメンバーのお客さまが100万人、前年比116%と数の面でも増えており、この方々の売上高も110%を超える推移となっています。

次に、利用拡大という点では、当社が今回の中期経営計画で顧客KPIとして掲げている国内の識別顧客売上高が、前年比106%と堅調に推移。また、グループ年間300万円以上購買顧客売上高も、継続して前年比110%を超えて推移している中で、第1四半期も前年比116%となりました。また、地域店のお客さまを首都圏店舗とつなぐ拠点ネットワークの取扱高も前年比108%となり、地域店売上高の5.5%程度まで増えています。

また、生涯顧客化という点では、今年度から始めたoneグループ外商化の中で、グループ外商全体の総扱高が前年比109%、またグループ1,000万円以上購買顧客売上高も前年比117%となっており、この顧客業プロセス活動が順調に推移していることが、好調な売上を維持できている要因だと捉えています。

5. 【海外顧客動向】

- ・ 外部環境に左右されづらい海外顧客基盤への転換を推進
- ・ **世界の高感度上質市場の席捲**に向け、アプリや外商による**海外顧客との繋がり**が順調に拡大
(国内百貨店 海外顧客 総額売上高実績：前年比122%)

【個客業プロセス活動】

【集客・識別化】

- ・ 海外顧客のアプリ会員化促進

海外アプリ会員数 ※	108万人
3月末時点差	+20万人

※海外顧客向けアプリ + WeChatの合計



※アプリ/画面はイメージとなります

【利用拡大】

- ・ 海外顧客向けアプリでのREWARDS導入等

海外アプリ会員 売上高 前年比	152%
海外アプリ会員 客単価 前年比	136%

【生涯顧客化】

- ・ 海外顧客向け外商サービスの強化

海外外商顧客 総扱い高 前年比	180%
海外外商顧客 客単価 前年比	132%



続いて同様の内容を、海外顧客についてご説明します。

海外顧客については、外部環境に左右されづらい海外顧客基盤への転換を始め、まだ緒に就いたところです。世界の高感度上質市場の席捲に向け、アプリや外商による海外顧客とのつながりが順調に拡大してきています。

プロセス図の集客・識別化という点では、海外顧客専用のアプリについて、一部WeChatもありますが、この会員数が3月末から20万人増加し、108万人と堅調に増えています。

その方々の利用拡大という点では、昨年秋からREWARDSという機能を導入する中で、海外アプリ会員の売上高が前年比152%となりました。当社でお買い上げいただき免税利用される海外顧客の概ね7割以上がアプリを保有している状況です。

また、生涯顧客化ということで、ここ数年開始している海外顧客専用の外商サービスも堅調に推移しており、前年比180%と伸長しています。このように海外顧客の顧客業プロセスについても順調に推移しています。

6.【総額売上高】国内主要百貨店実績(店舗・各社別)

- ・首都圏5店舗計は前年比**107.8%**。識別顧客を中心に、**基幹店が大きく伸長**
- ・地域主要5社計は前年比**103.2%**。海外顧客総額売上高が大きく伸長

(億円)	総扱 売上高 ※1	総額 売上高	前年比	前年差	(億円)	総扱 売上高 ※1	総額 売上高	前年比	前年差
伊勢丹新宿本店	1,070	1,069	110.0%	+97	札幌丸井三越	148	136	99.8%	▲0
三越日本橋本店	434	421	107.1%	+27	仙台三越	60	59	101.8%	+1
三越銀座店	335	309	106.2%	+18	名古屋三越 ※2	202	138	97.8%	▲3
伊勢丹立川店	73	72	97.4%	▲1	新潟三越伊勢丹	82	81	101.5%	+1
伊勢丹浦和店	84	83	99.7%	▲0	岩田屋三越	336	326	108.0%	+24
三越伊勢丹計	1,998	1,957	107.8%	+141	地域主要5社計	831	741	103.2%	+23

※1:百貨店内定借テナントの扱い高を含む実績

※2:リモデル改装による影響あり

こちらが当社の主要店舗の実績です。

左側の列が首都圏の三越伊勢丹で、その中でも、伊勢丹新宿本店が前年比110%、三越日本橋本店が前年比107%、三越銀座店が前年比106%と、首都圏の3つの基幹店が非常に好調に推移しています。

右側の地域百貨店主要5社の中では、地域店で最も規模の大きい福岡の岩田屋三越が前年比108%となりました。また、地域主要5社全体でみても、一部リモデルなどの影響はあるものの、前年比103%と堅調に推移することができました。

7.【販売管理費】連結増減

- ・物価上昇影響がありながら、継続的な経費構造改革推進で総額売上高の対前年伸長率以下に抑制
- ・経費構造改革は期初計画の通期▲33億円を上回るペース(第1四半期で約36%進捗)で推移

(億円)	1Q(4-6月) 実績	前年差	前年差の内訳					
			経費 構造改革	売上連動	戦略経費	物価影響	新規連結	その他
人件費	218	▲0	▲6			+5	+1	
宣伝費	19	+0	▲0	+0				
地代家賃	76	+0	▲2	+2			+0	
業務委託費	70	+1	▲3			+4		
減価償却費	57	▲0			+0			▲0
水光熱費	21	+0	▲0			+1		
その他	161	+10	▲0	+4	+4	+1	+0	+2
合計	625	+12	▲12	+6	+4	+11	+2	+1

こちらが第1四半期の連結販管費の増減です。

多少、物価上昇の影響などもありましたが、継続的な経費構造改革を推進した結果、総額売上高の前年伸長率以下に抑えることができました。経費構造改革による削減は期初においた年間計画33億円に対し12億円、36%の進捗と順調に推移しています。結果として第1四半期全体では625億円、前年差で12億円のプラスです。

主要な点をご説明します。

経費構造改革では、人件費や業務委託費削減の取り組みなどにより、12億円のマイナスとなりました。

売上連動の部分では、海外顧客の売上増に伴うカード手数料の増加などにより、その他の項目がやや増加しています。

戦略経費の部分では、現在、新宿店の地下1階を中心に大きなリニューアルを進めていること、また名古屋三越のリニューアルなどにより、戦略経費その他の項目が増加しています。

物価上昇の影響としては、従業員に対するベースアップなどの人的資本投資に加え、業務委託費では施設や警備などの経費が若干増加しており、これがプラス要因となっています。

新規連結では、この4月から新たな連結子会社となったフードクラフト(スーパーマーケット大野屋の営業譲渡を受けた会社)の経費が2億円増加していますが、これを上回る利益額が入っているため、ここに関しては若干のプラスです。

以上の結果、全体として12億円のプラスに抑えることができたと捉えています。

8. 【セグメント別実績】

- ・百貨店業 : 総額売上高の伸長と経費構造の適正化が奏功し、営業利益は30億円の増益
- ・クレジット・金融業 : エムアイカード会員の百貨店内利用および外部取扱高が拡大し増益
- ・不動産業 : 建装会社における大型案件の計上等により増益

(億円)	総額売上高	前年比	売上高	営業利益	前年差
百貨店業	2,965	106.2%	1,048	155	+30
クレジット・ 金融・友の会業	98	103.5%	88	20	+2
不動産業	70	140.7%	70	11	+3
その他	72	97.2%	82	2	▲3
合計	3,207	106.5%	1,289	188	+32

※その他セグメントの営業利益には、調整額を含む

続いて、第1四半期実績のセグメント別内訳です。

第1四半期の営業利益は32億円のプラスとご説明しましたが、その大半は百貨店業で、30億円のプラスとなっています。

クレジット・金融では、エムアイカードを中心に2億円のプラスとなりました。

不動産業については、昨年後半から建装の子会社であるIMPDが堅調な業績となっているため、3億円のプラスとなっています。

ここまでの第1四半期の実績です。

I : 2027年3月期(26年度) 第1四半期実績

II : 2027年3月期(26年度) 通期計画

続きまして、通期の計画についてご説明します。

1. 2027年3月期(26年度) 通期計画サマリー

- ・国内顧客・海外顧客ともに好調な7月までの上振れ分を加味し、国内百貨店総額売上高を期初計画より上方修正
- ・販売管理費は、第1四半期における順調なコントロールの進捗を反映し、期初計画よりさらに10億円削減で計画
- ・中期経営計画フェーズⅠ最終年度(27年度)の目標850億円を射程に入れる、営業利益840億円へ上方修正

今回、通期計画については一部上方修正を行っています。国内顧客、海外顧客ともに好調に推移した7月までの上振れ分を加味し、国内百貨店の総額売上高を期初計画から上方修正しました。

また、販売管理費については、第1四半期における順調なコントロールの進捗を反映し、期初計画から10億円削減しています。

その結果、営業利益については、もともと今回の中期経営計画フェーズ1の最終年度で掲げていた850億円を射程に捉える840億円へ上方修正しています。

2.【連結計画】

7月までの上振れ想定分を加味し、通期計画を**上方修正**

- ・総額売上高：**13,600億円**（期初計画差+100億円）
- ・営業利益：**840億円**（期初計画差+25億円） ・当期純利益：**630億円**（期初計画差+15億円）

（億円）	通期計画	前年比	前年差	期初計画差
総扱売上高	14,050	104.2%	+570	+100
総額売上高	13,600	104.7%	+604	+100
売上高	5,620	103.0%	+163	+20
売上総利益	3,460	102.8%	+93	+15
販売管理費	2,620	102.1%	+52	▲10
営業利益	840	105.0%	+39	+25
経常利益	830	95.9%	▲35	+30
親会社株主に帰属する当期純利益	630	82.8%	▲130（※）	+15

※前年度当期純利益には特殊与件を含む

具体的な数字についてご説明します。

百貨店の館全体の扱いも含めた総扱売上高、ならびに総額売上高は、ともに期初計画差で100億円増加しています。これに伴い、売上総利益は15億円のプラスとなりました。

一方で、販売管理費を期初計画から10億円減額した結果、営業利益は840億円となり、前年差でおおむね40億円増、期初計画差では25億円のプラスとしています。

経常利益は、期初計画差で30億円プラスの830億円、当期純利益は税金などを加味し、15億円プラスの630億円としています。

なお、当期純利益については、前年度実績に特殊要因として税効果会計における分類変更など、キャッシュを伴わない項目が一部含まれていましたので、前年差にはその影響が含まれているとご理解いただければと思います。

3.【総額売上高】国内百貨店

- ・第1四半期実績と足元7月の好調なトレンドを反映させ、国内百貨店計の総額売上高を
前年比104.6%に上方修正。うち海外顧客総額売上高は、前年比108.0%で計画

(億円)	上期			下期			通期		
	計画	前年比	前年差	計画	前年比	前年差	計画	前年比	前年差
三越伊勢丹計	3,869	108.1%	+290	4,445	104.5%	+192	8,314	106.2%	+482
(うち)国内顧客	3,247	106.8%	+205	3,802	105.1%	+184	7,050	105.9%	+389
(うち)海外顧客	621	115.8%	+84	642	101.2%	+7	1,264	107.9%	+92
地域事業会社計	1,717	101.5%	+25	1,994	100.8%	+15	3,711	101.1%	+41
(うち)国内顧客	1,559	100.0%	+0	1,815	100.8%	+15	3,375	100.5%	+15
(うち)海外顧客	157	119.6%	+25	179	100.3%	+0	336	108.5%	+26
国内百貨店計	5,586	106.0%	+315	6,439	103.3%	+208	12,025	104.6%	+523
(うち)国内顧客	4,807	104.5%	+205	5,617	103.7%	+199	10,424	104.0%	+405
(うち)海外顧客	778	116.5%	+110	821	101.0%	+8	1,600	108.0%	+118

※2026年度より海外顧客売上高を捕捉するシステムを変更しているため、2025年度の実績も新システムで抽出

今回の総額売上高100億円の上方修正をどこで積み上げたのかについてご説明します。

今回の上方修正については基本的に先ほどご説明した第1四半期の実績と、別途開示している7月百貨店事業の好調なトレンドを反映し、総額売上高を見直しています。見直した部分のほとんどは、上期の三越伊勢丹および地域事業会社における海外顧客売上です。5月の開示と比べて、三越伊勢丹で約70億円強、地域事業会社で20億円、合計92億円を上期の海外顧客売上に上乗せしています。

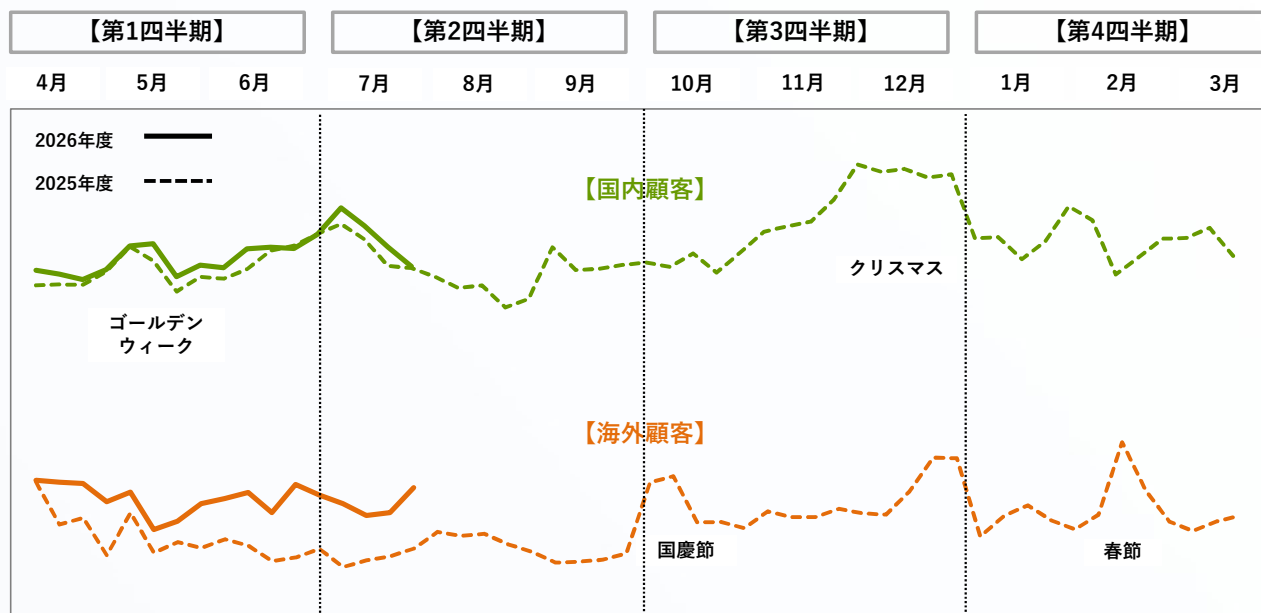
7月までの実績を踏まえ国内顧客売上も若干見直していますが、基本的には7月までの好調な海外顧客売上を上期に反映した内容です。

下期については、5月開示時点では海外顧客売上を前年割れと見ていましたが、足元のトレンドを踏まえると前年割れはないと判断し、若干引き上げた数値としています。

その結果、通期の売上全体では国内百貨店で100億円強のプラスとなり、そのほぼすべてが海外顧客売上によるものとして、通期計画の売上を修正しています。

4.【総額売上高】国内百貨店（国内顧客・海外顧客別）

- ・国内顧客：年間を通して安定した伸長を計画（前年比104.0%）
- ・海外顧客：7月までの好調トレンドを加味して計画（前年比108.0%）



国内顧客と海外顧客の売上トレンドについてご説明します。

こちらのグラフでは週ごとの売上推移について、点線を前年、実線を本年として示しています。

上段の国内顧客については、おおむね104%のトレンドで前年を上回って推移しています。

一方、海外顧客については昨年第1四半期に売上が一昨年に比べて減少した反動もあり、4月以降足元まで順調に推移していることを示したグラフとなっています。

5.【販売管理費】連結増減

- ・経費構造改革の推進で**通期41億円（期初計画差+8億円）**の削減を計画
通期の販売管理費合計は**2,620億円（期初計画差▲10億円）**で計画

(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	新規連結	その他
人件費	913	▲6	▲30			+18	+5	
宣伝費	94	+6	▲0	+6				
地代家賃	305	+1	▲3	+3			+2	
業務委託費	286	+11	▲7		+2	+16		
減価償却費	234	+5			+5			
水光熱費	98	+8	▲0			+8		
その他	690	+27	▲1	+10	+12	+1	+2	+4
合計	2,620	+52	▲41	+19	+19	+43	+9	+4

連結PLの販売管理費増減についてご説明します。

通期計画については先ほどご説明した通り5月時点では2,630億円、前年に対してプラス62億円としていましたが、今回10億円削減しプラス52億円としています。

主な要因は、経費構造改革の削減効果を33億円から41億円へ積み増していることです。その他の項目についても、物価影響などが第1四半期において想定ほど上昇しなかったことを含め、若干見直しています。

経費については宣伝費などこの先戦略的に増加させていく部分や、水道光熱費など各経費項目においてインフレ影響を織り込んでいますので、そうした影響が想定ほど大きくなければまだここから多少下がる可能性があると思込んでいます。

6.【セグメント別計画】

- ・百貨店業：識別顧客を中心とした売上高伸長と、経費構造改革の順調な進捗を踏まえ、営業利益の**通期計画を25億円上方修正**
- ・クレジット・金融業：順調に進捗しており、通期の計画値を据え置き
- ・不動産業：第1四半期は増益も、コスト増加の可能性を踏まえて通期の計画値は据え置き

(億円)	総額売上高	前年比	売上高	営業利益		
				計画値	前年差	期初計画差
百貨店業	12,550	104.1%	4,560	690	+34	+25
クレジット・金融・友の会業	390	102.4%	365	70	+6	±0
不動産業	308	113.3%	308	43	▲3	±0
その他	352	120.9%	387	37	+2	±0
合計	13,600	104.7%	5,620	840	+39	+25

※その他セグメントの営業利益には、調整額を含む

セグメント別の通期営業利益計画です。

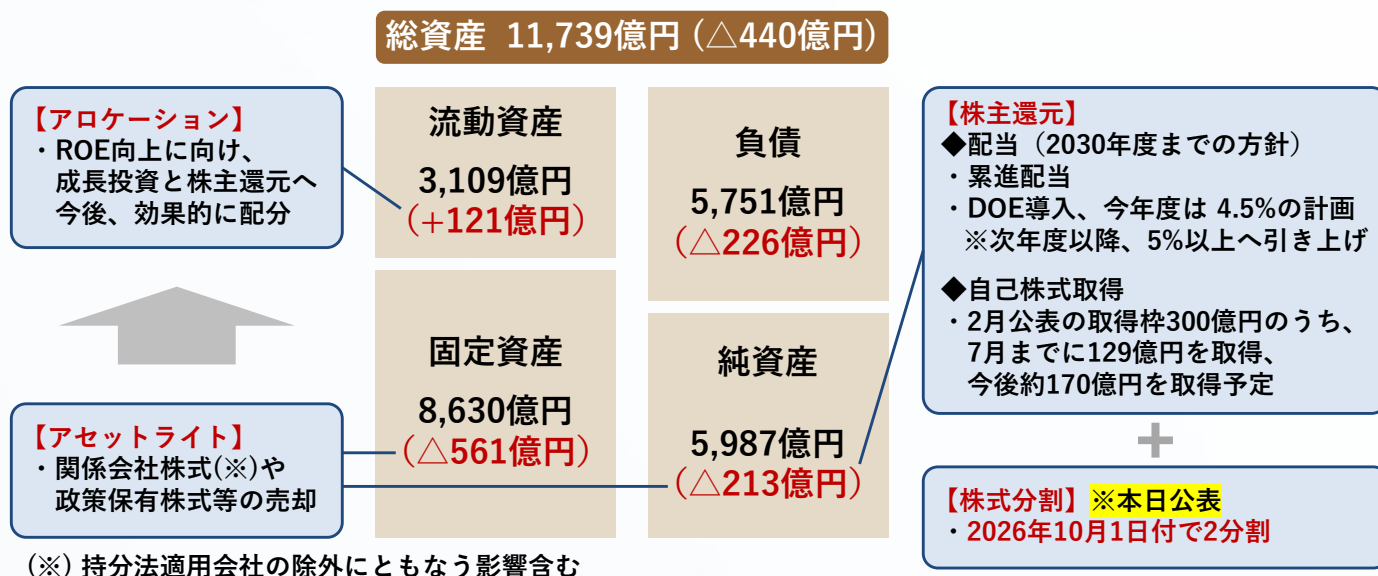
今回、営業利益を815億円から840億円へ、25億円上方修正していますが、これはすべて百貨店セグメントの営業利益の上方修正によるものです。

先ほど、クレジット、金融、不動産の各セグメントについては第1四半期で若干のプラスが出ているとご説明しましたが、これらの計画値については特に変更せず840億円を組み立てています。

7.【資本政策の進捗】

- ・持続的なROE 10%超の実現に向け、利益水準とBSのバランスを意識した資本政策を推進
※ 第1四半期時点における、2026年度の連結ROE予想は10.3%
- ・適切にアセットライト化を進めながら、成長投資と株主還元へ効果的にキャッシュを配分

2026年6月時点のバランスシート概要 ※ カッコ内は2026年3月差



最後に、バランスシートならびに株主還元についてご説明します。

持続的なROE10%超の実現に向けて、今後も利益水準とバランスシートを意識した資本政策を推進していきます。現時点における今期の連結ROE予想は、当期純利益の若干の上方修正により、10.1%から10.3%へと少し上がっています。

期初から後発事象として開示していましたが、今回関係会社株式の売却を行い適切なアセットライト化を進めるとともに、一部の政策保有株式の売却を進める中で固定資産が減少しています。このキャッシュを活用し、今後も成長投資と株主還元へ効果的に配分していきたいと考えています。

また、すでに5月に開示しておりますが株主還元については2030年度までの累進配当を掲げており、DOEは今年度4.5%、来年度以降は5%超への引き上げを予定しています。さらに、2月に公表した自己株式の取得については取得枠300億円のうち、7月までに129億円を取得しており、今後170億円の取得を予定しています。

加えて、本日別途開示していますが、10月1日付で株式の2分割を実施することといたしました。投資単位の水準を引き下げ株主の裾野を広げることで、ファン株主を増やし企業価値の向上につなげていきたいという考えのもと、今回の株式分割を実施しています。

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。