
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

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

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

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

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

			前年増減の内訳				
(億円)	第3四半期 実績	前年増減	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

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

I : 2026年3月期 第3四半期実績

II : 2026年3月期 通期計画

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

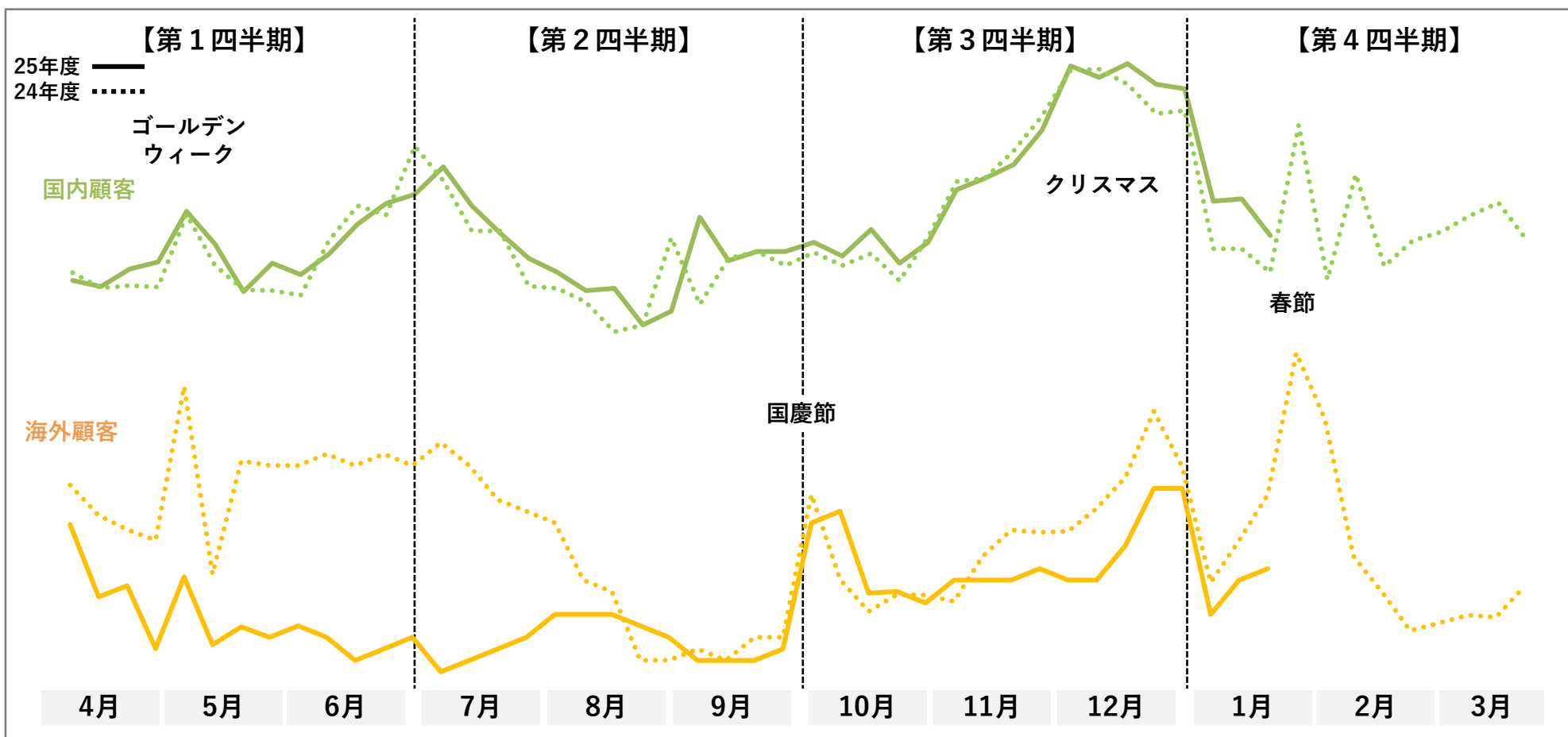
2. 2026年3月期（25年度）連結計画

- ・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

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



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

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

- ・ 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

- ・ 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)

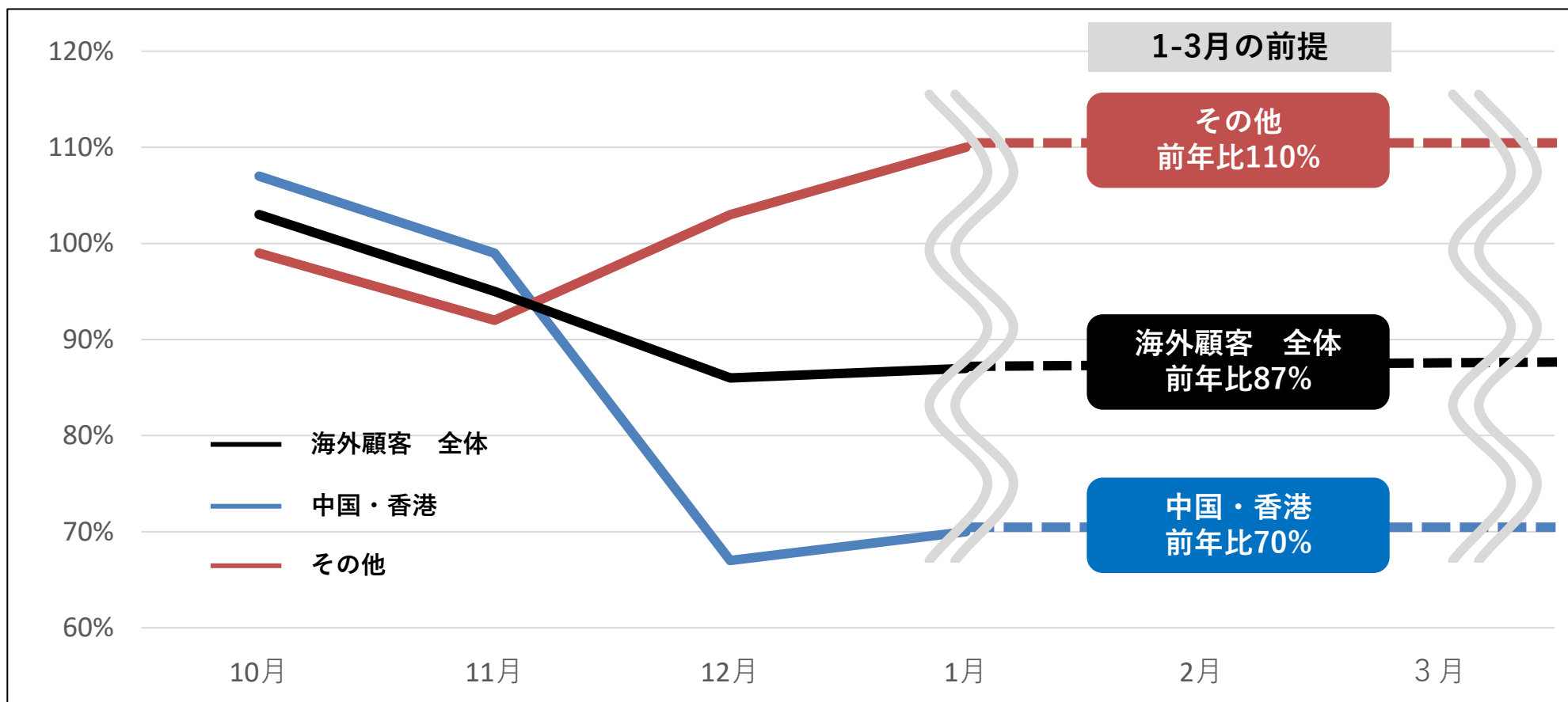
実 績

- ・ 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

- ・ 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

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



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

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

9. 株主還元（増配および自己株式取得）

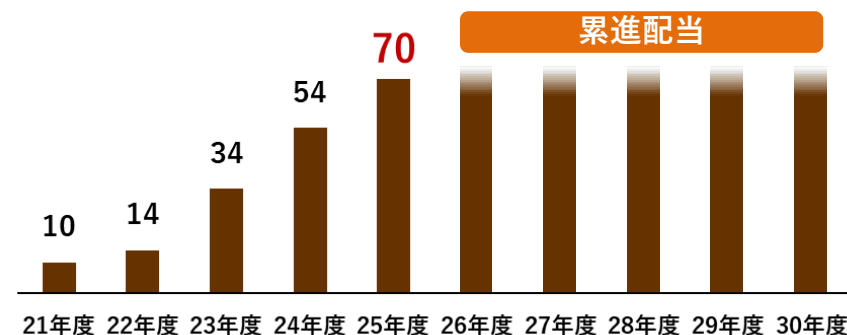
今期の業績予想や財務状況等を勘案し、本日新たに、株主還元政策を公表

- 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

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。