



2026年2月期
決算説明資料

株式会社 三陽商会
2026年4月14日



1. 2026年2月期 業績結果
2. 2026年2月期 振り返り
3. 2027年2月期 計画



連結PL：2026年2月期 実績¹

売上高は584.5億円、営業利益は13.0億円、当期純利益は41.1億円

(単位:億円)	前年実績	本年計画 ²	本年実績	前年差	計画差
売上高	605.3	583.0	584.5	-20.8	+1.5
売上総利益	378.1	356.0	356.0	-22.1	0
販管費	350.9	344.0	343.0	-8.0	-1.0
営業利益	27.2	12.0	13.0	-14.2	+1.0
経常利益	28.3	13.0	14.4	-13.9	+1.4
当期純利益	40.1	41.0	41.1	+1.1	+0.1

連結PL : KPI

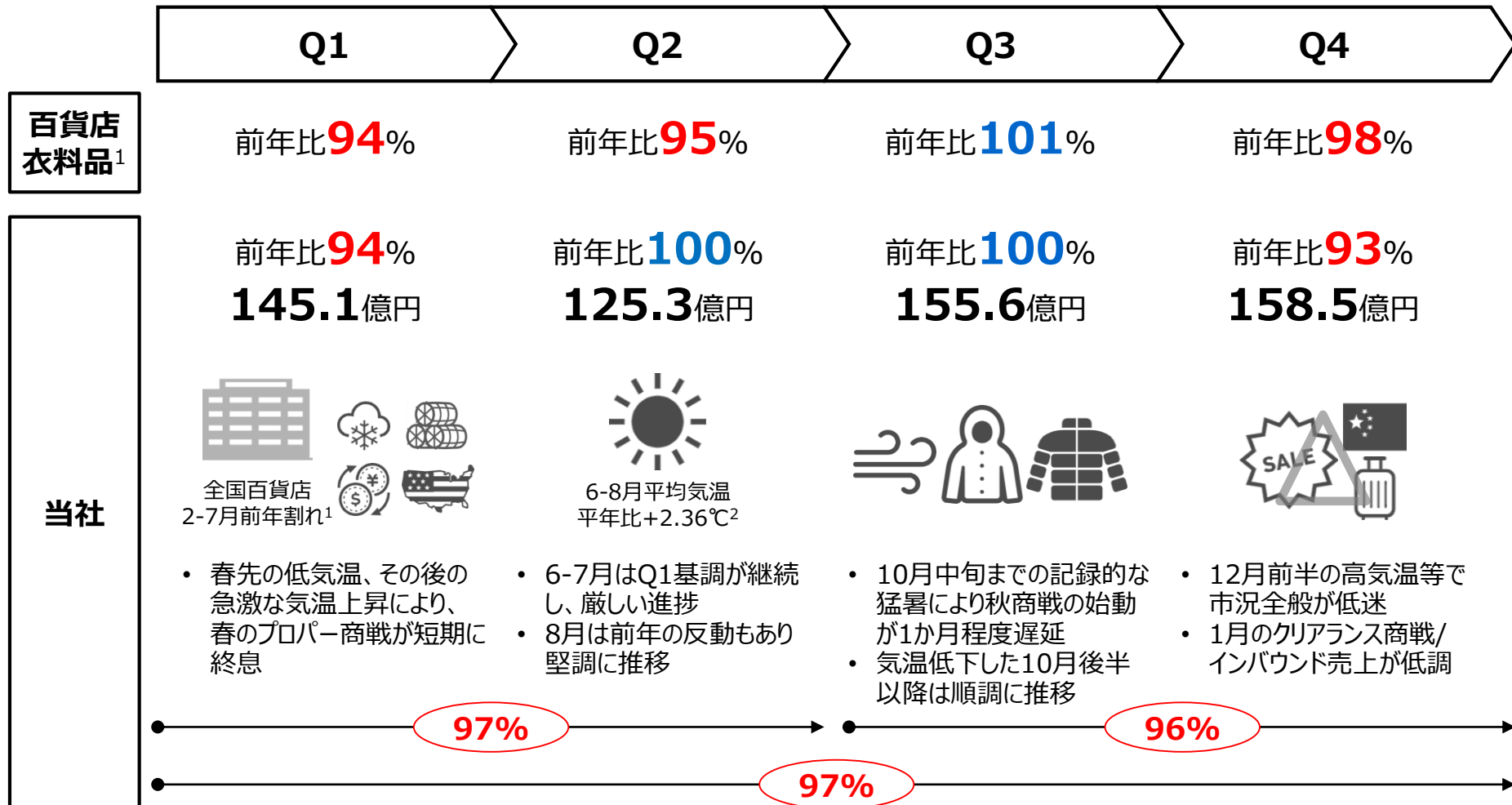
売上総利益率は前年差1.6ptの減少

営業利益率は計画達成も、前年差では2.3ptの低下

	前年実績	本年計画 ¹	本年実績	前年差	計画差
売上総利益率	62.5%	61.1%	60.9%	-1.6pt	-0.2pt
販管費率	58.0%	59.0%	58.7%	+0.7pt	-0.3pt
営業利益率	4.5%	2.1%	2.2%	-2.3pt	+0.2pt
経常利益率	4.7%	2.2%	2.5%	-2.2pt	+0.2pt
当期純利益率	6.6%	7.0%	7.0%	+0.4pt	0pt
ROE	10.0%	10.2%	10.3%	+0.3pt	+0.1pt

四半期別の売上高推移

イレギュラーな気象条件の影響に加え、国内外政治経済情勢の不透明感/物価上昇による消費マインドの低下/インバウンド売上不振等により百貨店アパレル市場も前比97%と低迷
当社もその影響を大きく受けた



参考) チャネル別売上実績

実店舗¹は前年比95%と苦戦。特に百貨店については一部百貨店の閉店/改装に伴う売場数減少を受け前年比92%。EC及びアウトレットはセール販売が伸長し、前年比108%

売上実績(単位:百万円)

	Q1	Q2	H1	Q3	Q4	H2	FY	構成比
百貨店	9,308	7,482	16,790	9,821	9,506	19,327	36,117	61.8%
直営店	815	728	1,544	943	984	1,928	3,471	5.9%
EC・通販	1,887	2,183	4,070	2,092	2,732	4,825	8,895	15.2%
アウトレット	1,834	1,833	3,667	1,968	2,212	4,180	7,847	13.4%
その他	663	308	971	732	414	1,147	2,118	3.6%
総計	14,508	12,534	27,042	15,557	15,849	31,406	58,448	100.0%

前年比

	Q1	Q2	H1	Q3	Q4	H2	FY
百貨店	90%	94%	92%	94%	91%	93%	92%
直営店	91%	96%	94%	102%	100%	101%	98%
EC・通販	109%	115%	112%	113%	101%	106%	108%
アウトレット	107%	117%	112%	111%	99%	104%	108%
その他	90%	90%	90%	117%	62%	89%	89%
総計	94%	100%	97%	100%	93%	96%	97%

参考) 販管費実績の内訳

前期差で8.0億円減少。売上連動の販売手数料減少を加味した実質前期差は+1.0億円
固定性経費の抑制継続

単位:百万円	2025/2月期	2026/2月期	前期差
販売費	23,988	23,011	-977
社員人件費	4,473	4,494	20
宣伝販促費	1,768	1,751	-17
設備費	1,367	1,568	201
物流費	1,342	1,366	25
管理費	2,154	2,107	-47
販管費計	35,092	34,297	-795
販売手数料	13,451	12,554	-897
販売手数料除く販管費	21,641	21,743	102

売上連動の販売手数料9.0億円減少を加味した実質前期差は+1.0億円

販売費-9.8億円、うち販売手数料が-9.0億円、その他-0.8億円

- FA給与は店舗数減少に伴うFA数適正化により1.2億円低下

社員人件費+0.2億円

設備費+2.0億円

- THE SCOTCH HOUSEからBAKER STREETへのブランド切替に伴う改装
- 既存ブランドの新規出店及び売場改装

物流費+0.3億円

- 法改正に伴う運賃増も含めた輸送コストの上昇

連結BS

政策保有株式売却や自己株式取得等により資本効率化。政策保有株式の株価上昇に伴い有価証券評価差額が増加し、前期差で自己資本は16億円増加、総資産は29億円増加

(単位:百万円)	2025/2/28	2026/2/28	増減
現金・預金	23,714	23,992	278
売掛金	3,419	3,180	-239
商品・製品	9,070	9,291	220
有形固定資産	8,679	9,251	572
無形固定資産	2,752	2,718	-34
その他の資産 ¹	9,383	11,448	2,065
資産合計	57,017	59,880	2,862
買掛債務	5,382	4,701	-680
借入金	6,930	7,325	395
その他の負債	5,403	6,930	1,527
負債合計	17,715	18,956	1,240
資本金	15,002	15,002	-
株主資本合計	34,306	34,720	414
その他の包括利益等 ²	4,995	6,203	1,208
純資産合計	39,301	40,923	1,621
負債純資産合計	57,017	59,880	2,862
参考) 自己資本	39,283	40,903	1,620

現金・預金+2.8億円

- 営業キャッシュフロー黒字、投資有価証券売却による増加
- 自己株式取得、株主配当等により減少

商品・製品+2.2億円

- 売上不振により当期品が増加。インベントリーコントロールの徹底により、繰越在庫は減少

有形固定資産+5.7億円

- 本社隣地不動産の取得により増加

その他の資産+20.7億円

- 保有株式の株価上昇に伴い増加

純資産+16.2億円

- 株主資本が4.1億円増加
 - 投資有価証券売却による利益剰余金増加と自己株式取得による減少
- その他の包括利益累計額が12.1億円増加
 - その他有価証券評価差額金が増加

1. 2026年2月期 業績結果
2. 2026年2月期 振り返り
3. 2027年2月期 計画



重点施策の進捗状況と評価

重点施策

進捗状況と評価

売上高の確保



前年比97%、前年差20.8億円の減少

- ・イレギュラーな気象条件の影響に加え、国内外政治経済情勢の不透明感や物価上昇による消費マインドの低下、インバウンド売上不振等により、百貨店アパレル市場も前比97%と低迷
- ・百貨店売上比率が60%を超える当社はその影響を大きく受けた

粗利率の改善



粗利率は60.9%と前年差1.6pt悪化、計画¹に対しては0.2pt下振れ

- ・プロパー販売不振を補完する為、セール販売を強化したことにより、プロパー販売比率が低下し、粗利率も低下
 - プロパー販売比率は前年から4.9pt低下し、通期59.5% (上半期59.7%、下半期59.3%)
 - 平均売価は前年から800円低下し、23,000円 (上半期20,100円、下半期26,300円)
- ・一方、調達原価率はプロパー上代に対して前年差0.3pt低下

重点施策の進捗状況と評価

重点施策

進捗状況と評価

事業構造改革	販管費のコントロール 		2025/10/6公表の通期修正計画通りにコントロール <ul style="list-style-type: none"> 前年差8.0億円減少。売上連動による販売手数料9.0億円減少を除く実質前年差は1.0億円の増加も、計画比では0.6億円下回った
	インベントリーコントロール 		期末製品在庫¹は前年同月差1.6億円増加の81.8億円 <ul style="list-style-type: none"> 当期品及び翌期品が前年同月差で2.3億円増加 <ul style="list-style-type: none"> 特に不振であった春夏品が増加 秋冬品は前年を下回る推移 繰越在庫は消化促進に努めたことにより、0.7億円減少
	財務改革 		自己資本比率68.3%（前年同月差-0.6pt） 負債資本倍率（DER）0.18倍 <ul style="list-style-type: none"> 純資産：前年同月末393億円から409億円 総資産：前年同月末570億円から599億円 有利子負債：前年同月末69億円から73億円 キャッシュポジション：前年同月末237億円から240億円に増加

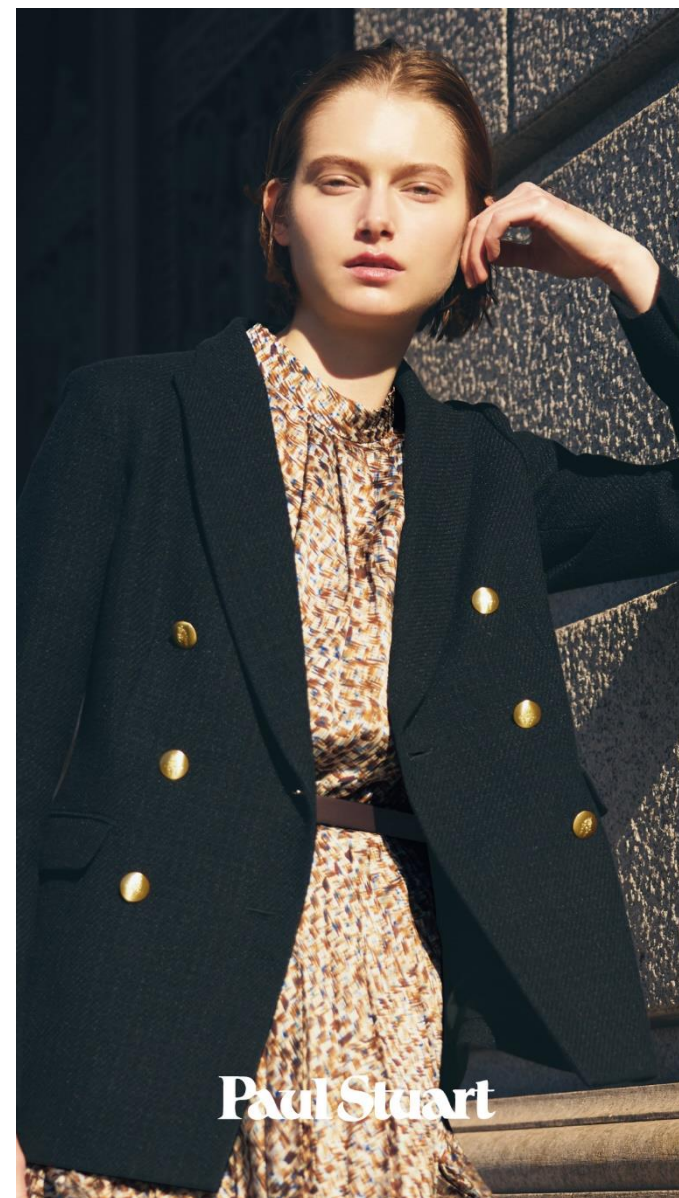
1. 原材料・仕掛品等を含まない製品のための在庫

売上高不振の要因分析

2026年2月期の売上高計画及びKPI目標未達成の元となった売上高不振の要因を分析



1. 2026年2月期 業績結果
2. 2026年2月期 振り返り
3. 2027年2月期 計画



連結PL：2027年2月期 計画

売上高600億円、コア営業利益23億円、当期純利益40.2億円を計画

(単位:億円)	前年実績	本年計画	前年差	前年比
売上高	584.5	600.0	+15.5	103%
売上総利益	356.0	372.0	+16.0	105%
販管費	343.0	351.0	+8.0	102%
コア営業利益 ¹	-	23.0	-	-
営業利益	13.0	21.0	+8.0	162%
経常利益	14.4	20.0	+5.6	139%
当期純利益 ²	41.1	40.2	-0.9	98%

連結PL : KPI

コア営業利益率3.8%、ROE 10.0%を計画

	前年実績	本年計画	前年差
売上総利益率	60.9%	62.0%	+1.1pt
販管費率	58.7%	58.5%	-0.2pt
コア営業利益率 ¹	-	3.8%	-
営業利益率	2.2%	3.5%	+1.3pt
経常利益率	2.5%	3.3%	+0.9pt
当期純利益率 ²	7.0%	6.7%	-0.3pt
ROE ²	10.3%	10.0%	-0.3pt

売上高回復の為の施策

11頁に記載した前期不振要因を克服する為の施策を実行

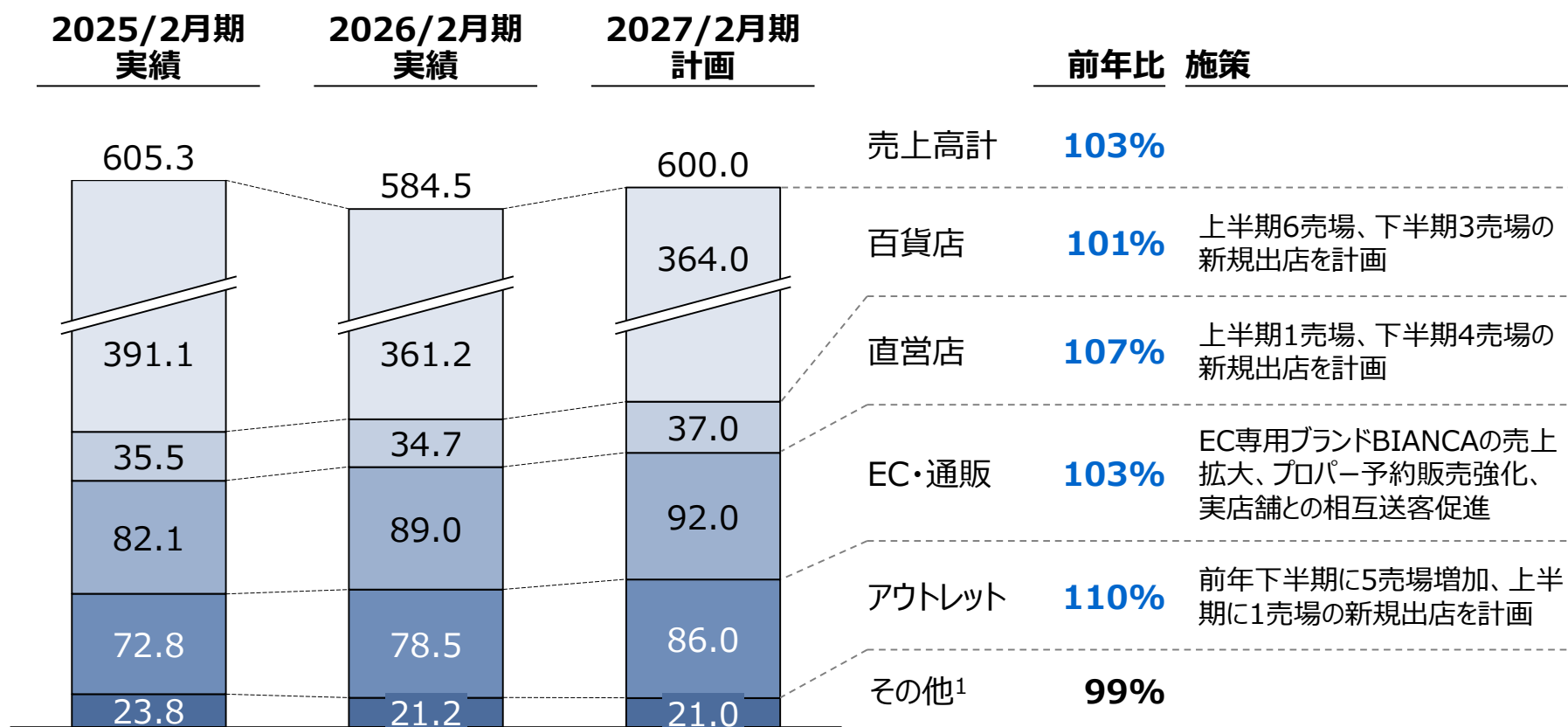
外的 要因	気象条件	<ul style="list-style-type: none"> MDサイクル短縮化、中軽衣料の強化
	市場環境	<ul style="list-style-type: none"> エントリープライス商品の積極投入も含めた価格戦略の見直し
内的 要因	① ブランド軸	<ul style="list-style-type: none"> BLUE LABEL CRESTBRIDGE：新ディレクター起用、前年踏襲型MDからの脱却 BLACK LABEL CRESTBRIDGE：オーセンティック・プリティッシュ・トラッドブランドとして再構築、コアカテゴリーであるスーツの徹底強化 BLUE/BLACK共通：売上比率の高いアウトレット強化策として商品流動効率化/専用商材拡充 BAKER STREET：価格戦略見直し、上質さと値ごろ感を兼ね備えた大人カジュアルブランドとしての認知獲得とフリー客売上の抜本拡大 婦人服：AMACA成功モデルの横展開、SANYO Style STOREの多店舗化
	② 商品軸	<ul style="list-style-type: none"> スーツ：スーツ比率が低下しているMACKINTOSH LONDONやBLACK LABEL CRESTBRIDGEのスーツ強化及びその為のエントリープライス拡充、スーツ店頭VM強化 洋品：全ブランドにおいて商品差別化と併行してエントリープライス商品を積極投入、上代戦略の抜本修正
	③ 顧客軸	<ul style="list-style-type: none"> フリー客対策：SMS¹会員化の促進、エントリープライス商品拡充、デジタル施策の強化、VM強化によるショップの魅力向上、接客力改善による店舗でのコミュニケーション強化 顧客対策：SMS会員サービスの積極活用、SMS会員ステージの上昇促進、新規SMS会員のF2転換²促進
	④ チャネル軸	<ul style="list-style-type: none"> 積極的な出店攻勢、既存店の坪効率改善 <ul style="list-style-type: none"> - SANYO Style STOREやEPOCA THE SHOP等の編集型複合ショップ出店強化 百貨店以外販路開拓の促進 <ul style="list-style-type: none"> - SANYO Style STORE+の商業施設への出店強化、 - AUREMEを始めとする新ブランドローンチによる百貨店以外販路への出店強化

2027年2月期計画：売上高の確保

百貨店は前年までの出退店の影響を含めて前年比101%、その他のチャネルは新規出店をドライバーとして、前年差16億円の増収を計画

売上高の計画

(単位:億円)



2027年2月期計画：粗利率の改善

調達原価率抑制、インベントリーコントロール強化、プロパー販売比率改善等の施策を継続推進。2027年2月期は粗利率62.0%を目指す

2027/2月期

定量目標：粗利率62.0%（前年差+1.1pt）

定性方針

具体的施策

調達原価率の抑制

- 主要仕入先との取り組み強化によるSCM最適化
- 直貿・直輸入の拡充
- 素材ソーシングの多様化
- 商品力強化を通じた売価上昇、商品の価値と価格のバランスポイントの引き上げ

インベントリー コントロールの強化

- 仕入20%プール運用による過剰仕入の抑制、売れ筋商材のQR対応
 - 2027/2月期の仕入は184.3億円を計画するも、状況に応じて柔軟に対応
 - MDサイクル短縮化、QR体制構築による在庫回転率向上
- 製品在庫¹は2026/2月期末81.8億円に対して、2027/2月期末73.3億円を計画

プロパー販売比率 の改善

- プロパー販売比率：2026/2月期実績59.5%に対し、2027/2月期は64.2%を計画
 - インベントリーコントロール強化及びMDサイクル短縮化による実需対応力の強化
 - 更なる品番削減/MD集約と期中対応力の強化
 - エントリープライス商材拡充により価格戦略を強化

2027年2月期計画：販管費のコントロール

前期差8.1億円増加。うち売上連動の販売手数料の増加を除く実質前期差は+5.6億円
新ブランド/出店・環境改善/システム投資に加え、引き続き社員還元を強化

過去の実績 vs 2027/2月期計画

(単位:億円)

2025/2月期 実績	2026/2月期 実績	2027/2月期 計画	前年差	施策
350.9	343.0	351.0		
239.9	230.1	234.2	+8.1	販管費計
44.7	44.9	46.4	+4.1	販売費
17.7	17.5	18.0	+1.5	社員人件費
13.7	15.7	15.2	+0.5	宣伝販促費
13.4	13.7	18.0	-0.5	設備費
21.5	21.1	15.2	+1.5	物流費
		15.1	+1.0	管理費
		22.1		

販売費：売上連動の販売手数料が増加（前年差+2.5億円）、直営店売上増に伴う不動産賃借料等、変動費の増加（前年差+1.5億円）

社員人件費：社員還元強化、ベア実施等

宣伝販促費：新ブランドのローンチ

設備費：前期ブランド切替の反動減

物流費：輸送コストの上昇

管理費：システム投資、等

販売費：FA経費、販売手数料、不動産賃借料等 設備費：売場設営費、減価償却費、リース料、修繕費、水道光熱費等
社員人件費：社員給与、法定福利厚生費等 物流費：荷造運送費、物流委託費 管理費：業務委託費、旅費交通費、通信費、雑費等

本社土地一部譲渡及び本社ビル建て替え

本社土地 一部譲渡

4/3公表の通り、当社は固定資産（本社ビルの土地の一部）の譲渡を決定済み。譲渡益は2028年2月期連結決算に特別利益として計上する予定。

- 資産の名称：本社ビルの土地の一部（723.21m²）
 - ① 東京都新宿区四谷本塩町14番7の一部
 - ② 東京都新宿区四谷本塩町14番18
- 譲渡益：28億円（予定）
- 引渡期日：2027年8月（予定）

本社ビル 建て替えによる 人的資本への 投資強化

上記譲渡対象以外の当社敷地内において、本社ビル建て替えを行う予定。これに伴う販管費が一時的に発生する見込み。従って、営業利益とは別に、これらの影響を除く営業利益を「コア営業利益」として表記する。

- 譲渡益は特別利益として計上する一方、仮移転に伴う費用等は販管費として計上される予定である為、営業利益の減少要因。
- 仮移転に伴う費用等については、現時点の概算費用を営業利益算出時に反映。

本社ビル建て替えは、当社の人的資本への投資強化方針に基づき実行するものであり、従業員の労働環境の改善、働き方改革の推進等を通じ、更なる業務の効率化及び生産性の向上を図るもの。これらは当社の持続可能な長期的成長に資するものだと考えている。

- 本件の詳細については、決定次第、速やかに開示予定。

免責事項

本資料は、株式会社三陽商会及び関係会社の財務情報・経営情報等の提供を目的としており、如何なる表明・保証を行うものではなく、投資勧誘を目的としたものではありません。実際に投資を行う場合は、本資料の掲載内容に依拠した判断はお控え頂き、ご自身の判断により行って戴けますようお願い致します。

本資料掲載の情報は過去の事実以外に当社の将来の見通しを含み、諸処の社会的事情や経済的事情により変動する可能性があります。本資料の情報を使用されたことにより生じる如何なる損害についても当社が責任を負うものではありません。

本資料に掲載された将来の見通しについて、新たな情報や将来の事象に起因し修正し公表する義務を負いません。

本資料においては、当社が証券取引所などに開示している情報を全ては含んでおらず、開示内容と異なる表現を採用している場合があります。掲載内容を予告無しに削除又は変更する場合があります。

本資料の掲載内容には細心の注意を払っておりますが、掲載内容に誤りが生じた場合や第三者によるデータの改竄、データダウンロードなどによって生じる障害などについて、当社は理由を問わず一切の責任を負いません。

TIMELESS WORK.

ほんとうにいいものをつくろう。

SANYO