

**2027年2月期 中間期
決算説明資料**

株式会社 三陽商会
2026年10月6日

1. 2027年2月期中間期 業績結果
2. 2027年2月期中間期 振り返り
3. 2027年2月期 通期計画
4. 資本戦略



連結PL：中間連結会計期間

売上高は259.5億円、営業損失5.0億円、純損失5.6億円

(単位:億円)	前年実績	本年計画 ¹	本年実績	前年差	計画差
売上高	270.4	257.0	259.5	-10.9	+2.5
売上総利益	163.7	157.0	156.7	-7.0	-0.3
販管費	165.9	161.0	161.7	-4.2	+0.7
営業利益	-2.1	-4.0	-5.0	-2.9	-1.0
経常利益	-1.5	-3.6	-4.2	-2.7	-0.6
純利益 ²	-3.0	-4.8	-5.6	-2.6	-0.8

連結PL：KPI

売上総利益率は前年差0.2pt減少の60.4%

営業利益率は前年差1.1pt減少の-1.9%

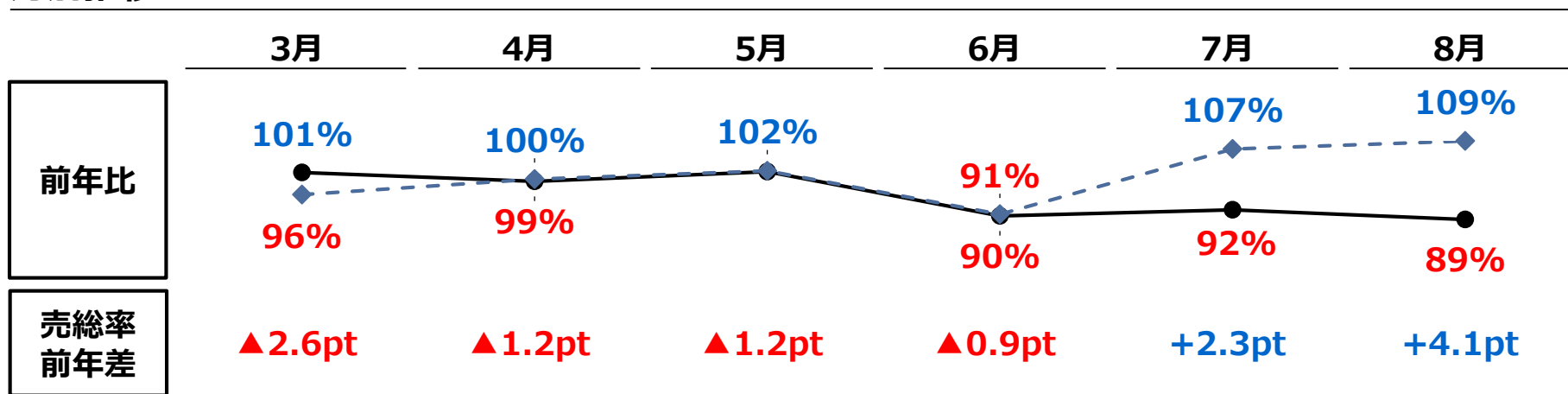
	前年実績	本年計画 ¹	本年実績	前年差	計画差
売上総利益率	60.6%	61.1%	60.4%	-0.2pt	-0.7pt
販管費率	61.3%	62.6%	62.3%	+1.0pt	-0.3pt
営業利益率	-0.8%	-1.6%	-1.9%	-1.1pt	-0.4pt
経常利益率	-0.6%	-1.4%	-1.6%	-1.1pt	-0.2pt
純利益率 ²	-1.1%	-1.9%	-2.1%	-1.0pt	-0.3pt

月別推移

売上高はQ1が前年比101%の一方、Q2は前年比91%、7月以降はKPIを大幅に改善
しかしながらプロパー販売不振による6月までの負け分を挽回するまでには至らず

月別推移

● 全社売上高 ◆ プロパー販売金額



- 内外の政治経済情勢の先行き不透明感や恒常的な物価上昇による消費者の生活防衛意識の高まりを受け、中高級品市場は総じて低調な推移が継続
 - 春夏物の立ち上がりが概ね順調に推移したこと、インバウンド売上回復等により、売場数減少の影響を受けつつも前年を上回る水準で推移
 - 一方、前期末に拡大した在庫の処分を進めたことによりプロパー販売比率が低下し、売総率は前年より悪化

- 特に春夏プロパー商戦最終盤の6月に天候不順が続いた影響で、市場全体が大きく低迷
 - プロパー販売不振により、6月単月の売上高は前年比90%に留まる
- 7月以降はKPI改善を最優先課題として、プロパー販売の徹底強化とセール販売を適正規模に抑制
 - 売上高は前年を下回ったものの、プロパー販売比率、売総率等KPIは大幅に改善

Q1/Q2

101%

91%

H1

96%

参考) 販管費実績の内訳

前期差で4.2億円の減少。売上連動の販売手数料減少を加味した実質前年差は-1.0億円
新ブランドローンチ/新規出店等の一過性支出を除く固定性経費は抑制を継続

単位:百万円	2026/2月期	2027/2月期	前期差
	H1	H1	
販売費	11,010	10,563	-447
社員人件費	2,284	2,282	-2
宣伝販促費	797	795	-3
設備費	788	784	-4
物流費	795	789	-6
管理費	914	960	46
販管費計	16,587	16,171	-416
販売手数料	5,813	5,500	-313
販売手数料除く販管費	10,774	10,671	-103

販売費-4.5億円

- 売上連動の販売手数料は-3.1億円、不動産賃借料は+0.4億円
- FA¹給与は店舗数減少に伴うFA数適正化により1.7億円減少

管理費+0.5億円

- システム投資等により業務委託費が+0.6億円

宣伝販促費、設備費、物流費は単価上昇の影響を受けつつも、前年並の水準に抑制

1. ファッションアドバイザー

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

連結BS：中間連結会計期間

政策保有株式売却、自己株式取得、自己株式消却等により資本効率化を推進
前期差で自己資本は15.4億円減少、総資産は9.2億円減少

(単位:百万円)	2025/8/31	2026/8/31	増減
現金・預金	19,080	19,800	720
売掛金	2,794	2,471	-323
商品・製品	8,893	9,650	757
有形固定資産	9,436	9,267	-169
無形固定資産	2,603	2,494	-109
その他の資産 ¹	12,152	10,357	-1,795
資産合計	54,958	54,039	-919
買掛債務	3,902	4,090	188
借入金	6,895	7,220	325
その他の負債	5,598	5,704	106
負債合計	16,395	17,014	619
資本金	15,002	15,002	-
株主資本合計	32,653	31,568	-1,085
その他の包括利益等 ²	5,909	5,456	-453
純資産合計	38,562	37,024	-1,538
負債純資産合計	54,958	54,039	-919
参考) 自己資本	38,543	37,002	-1,541

現金・預金+7.2億円

- ・ 投資有価証券売却による増加
- ・ 株主配当、自己株式取得等により減少

商品・製品+7.6億円

- ・ 新ブランド・盛夏商材等の仕入に伴い当期品在庫が増加

その他の資産¹-18.0億円

- ・ 前期の投資有価証券売却等により減少

負債+6.2億円

- ・ 仕入増に伴い買掛債務が1.9億円増加
- ・ 前期借り換え時の借入増額により、借入金が3.3億円増加

純資産-15.4億円

- ・ 自己株式取得³及び自己株式消却等により株主資本が10.8億円減少
- ・ その他の包括利益累計額が4.5億円減少
 - － 前期の投資有価証券売却により、その他有価証券評価差額金が減少

1. 2027年2月期中間期 業績結果
2. 2027年2月期中間期 振り返り
3. 2027年2月期 通期計画
4. 資本戦略



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96%、前年差10.9億円の減少、当初計画¹に対しては16.5億円の未達

- Q1は春夏物の立ち上がりが概ね順調であったことや、インバウンド実績が回復したことにより、店舗減少影響を吸収し売上高は前年比101%
- Q2は6月は天候不順による市場低迷を受け苦戦、7月以降はKPI改善に向けてプロパー販売強化とセール販売抑制を推進したことにより、プロパー販売比率及び売総率は改善するも、売上高は前年比91%

売総率の改善



売総率60.4%、前年差0.2ptの低下、当初計画¹に対しては1.2ptの下振れ

- プロパー販売比率や平均売価は改善するも、リユース事業の拡大や新ブランドの先行投資に伴う原価負担増により、売総率は低下
 - プロパー販売比率は前年から1.7pt上昇し、61.4%
 - 平均売価は前年から100円上昇し、20,200円
 - 調達原価率は前年ほぼ横ばいを維持

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



売上進捗に応じて適切にコントロール

- ・ 前年差4.2億円減少。売上連動の販売手数料が3.1億円減少、その他は新ブランドローンチの一過性支出を含めて前年差1.0億円減少
 - － 販売手数料を除く販管費は当初計画¹から3.8億円抑制

インベントリー コントロール



8月末製品在庫²は前年同月比6.0億円増加の83.4億円

- ・ 繰越品は値引抑制により前年同月比1.7億円増加
- ・ 当期・翌期品は新ブランド/盛夏商材/エントリープライス商材等の仕入に伴い前年同月比4.3億円増加
 - － 当期・翌期品比率は79%（前年同月差-0.6pt）

財務改革



自己資本比率68.5%（前年同月差-1.7pt）

負債資本倍率（DER）0.20倍

- ・ 純資産：前年同月末386億円から370億円
- ・ 総資産：前年同月末550億円から540億円
- ・ 有利子負債：前年同月末69億円から72億円
- ・ キャッシュポジション：前年同月末191億円から198億円に増加

1. 2027年2月期中間期 業績結果

2. 2027年2月期中間期 振り返り

3. 2027年2月期 通期計画

- ・ 定量計画
- ・ 定性計画

4. 資本戦略



通期業績予想据え置きの背景

店頭販売額速報値では9月は好調に推移。第3四半期以降、本基調を維持することにより中間期の業績下振れを挽回することが可能と判断し、通期業績予想は維持

9月の店頭販売額前年比

全社	111%
ブランド別	
MACKINTOSH LONDON	117%
MACKINTOSH PHILOSOPHY	116%
Paul Stuart	108%
EPOCA	100%
婦人服 ¹	110%
コーポレート ²	134%
LOVELESS	127%
販路別	
百貨店	111%
直営店	123%
EC・通販	102%
アウトレット	119%

2027年2月期計画：連結PL

下半期は売上高340.5億円、コア営業利益28.0億円、営業利益26.0億円、純利益45.8億円を計画。通期計画の達成を目指す

(単位:億円)	上半期	下半期	通期	
	実績	計画	計画	前年比
売上高	259.5	340.5	600.0	103%
売上総利益	156.7	215.3	372.0	105%
販管費	161.7	189.3	351.0	102%
コア営業利益 ¹	-5.0	28.0	23.0	-
営業利益	-5.0	26.0	21.0	162%
経常利益	-4.2	24.2	20.0	139%
純利益 ²	-5.6	45.8	40.2	98%

2027年2月期計画：KPI

下半期は売上総利益率63.2%、コア営業利益率8.2%、営業利益率7.6%を計画

	上半期	下半期	通期	
	実績	計画	計画	前年差
売上総利益率	60.4%	63.2%	62.0%	+1.1pt
販管費率	62.3%	55.6%	58.5%	-0.2pt
コア営業利益率 ¹	-1.9%	8.2%	3.8%	-
営業利益率	-1.9%	7.6%	3.5%	+1.3pt
経常利益率	-1.6%	7.1%	3.3%	+0.9pt
純利益率 ²	-2.1%	13.4%	6.7%	-0.3pt
ROE ²			10.0%	-0.3pt

2027年2月期計画：売総率の改善

調達原価率適正化、プロパー販売比率改善、インベントリーコントロール強化等を継続推進
2027年2月期通期では当初計画通り売総率62.0%の達成を目指す

2027/2月期

定量目標：売総率62.0%（前年差+1.1pt）

定性方針

具体的施策

調達原価率 の適正化

- ・ 主要仕入先との取り組み強化によるSCM最適化
- ・ 直買・直輸入の拡充
- ・ 素材ソーシングの多様化、素材の共通化
- ・ 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適正化

プロパー販売比率 の改善

- ・ プロパー販売比率：上半期実績61.4%（前年差+1.7pt）、下半期は販路に応じた戦略商材投入等により61.9%（前年差+2.6pt）を計画。通期計画61.7%（前年差+2.2pt）の達成を目指す
 - － 品番削減/MD集約、MDサイクル短縮化による期中対応力・実需対応力の強化
 - － エントリープライス商材、チャネル別戦略商材の拡充による価格戦略の強化

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190億円を計画するも、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
- ・ 繰越在庫の徹底処理方針を堅持しつつ、新ブランド含めた戦略的な当期品在庫の積み増しにより、2027/2月期末の製品在庫¹は84億円（前年差+3億円）を計画

今後の目指すべき方向性

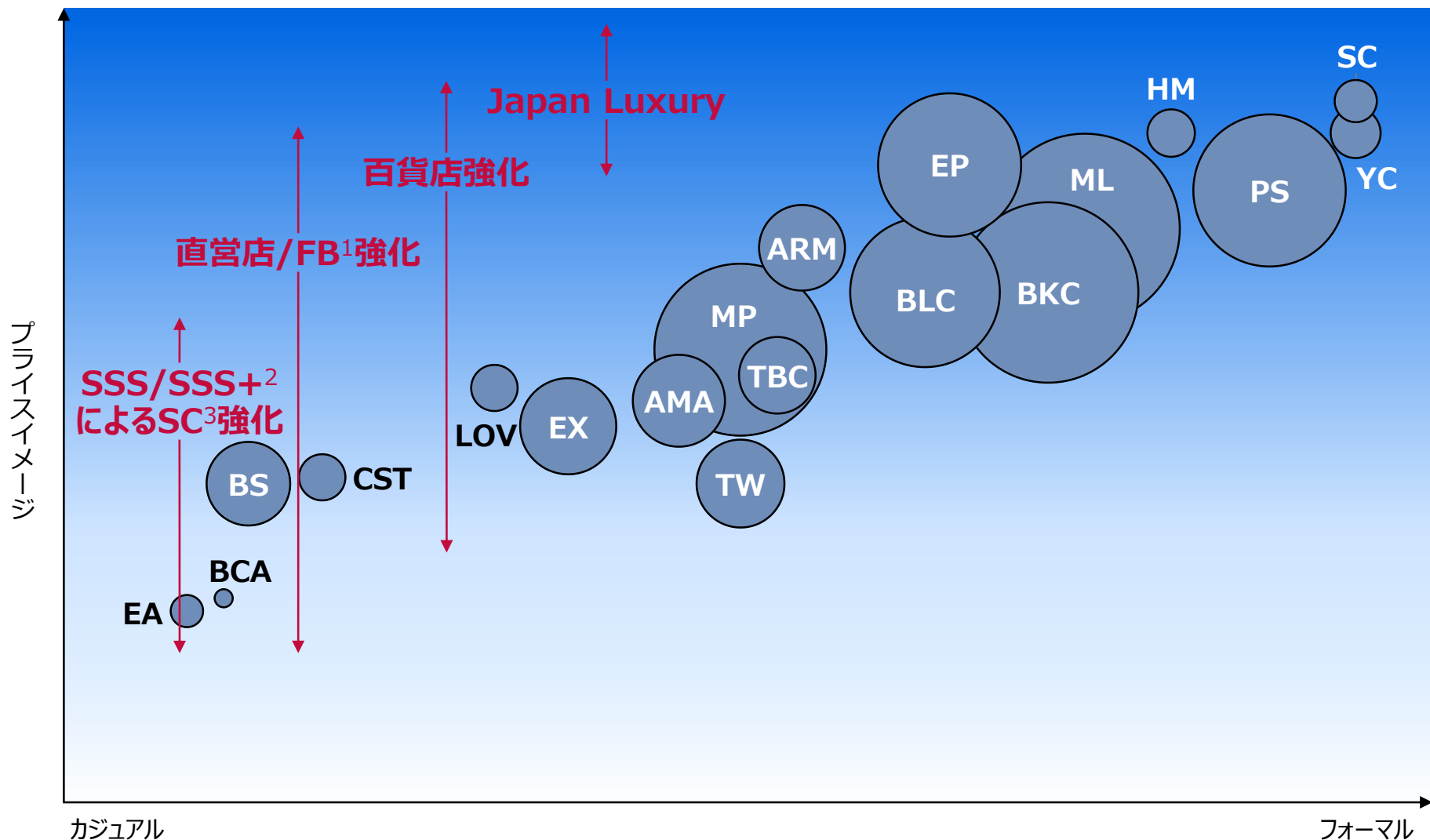
- ラグジュアリー市場への参入
- ミドル市場への参入
- 百貨店以外の販路での売上拡大、特にEC売上の抜本拡大

ブランドポジショニング

TIMELESS WORK.

ほんとうにいいものをつくらう。

SANYO



1. ファッションビル 2. それぞれSANYO Style STORE、SANYO Style STORE PLUSの略 3. ショッピングセンター

SC: SANYOCOAT, YC: 三陽山長, PS: Paul Stuart, HM: HANAE MORI, ML: MACKINTOSH LONDON, EP: EPOCA/EPOCA UOMO, BKC: BLACK LABEL CRESTBRIDGE
BLC: BLUE LABEL CRESTBRIDGE, ARM: AUREME, MP: MACKINTOSH PHILOSOPHY, TBC: TO BE CHIC, AMA: AMACA, TW: TRANS WORK, EX: EVEX by KRIZIA
LOV: LOVELESS, BS: BAKER STREET, CST: CAST:, BCA: BIANCA, EA: ECOALF

参考) チャネル別売上高

ショップ複合化の影響を除いても百貨店の売場数減少傾向は今後も継続する見込みであることを踏まえ、直営店の売場数増加、EC強化を図る

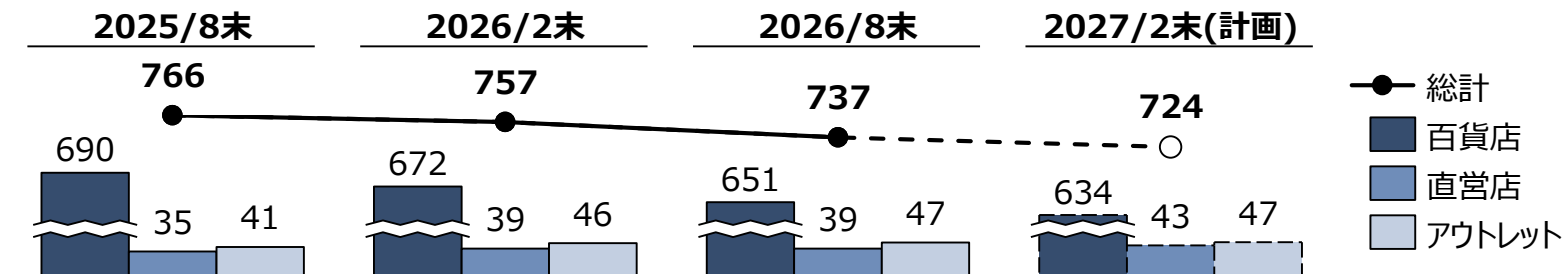
売上高実績

(単位:百万円)	Q1	Q2	H1	構成比
百貨店	8,898	6,743	15,641	60%
直営店	846	673	1,520	6%
EC・通販	2,178	1,958	4,136	16%
アウトレット	1,934	1,718	3,652	14%
その他	738	267	1,004	4%
総計	14,594	11,359	25,953	100%

売上高前年比

	Q1	Q2	H1
百貨店	96%	90%	93%
直営店	104%	92%	98%
EC・通販	115%	90%	102%
アウトレット	105%	94%	100%
その他	111%	87%	103%
総計	101%	91%	96%

売場数推移



創業以来培ってきた「用の美」をベースに、三陽の名を冠したブランド/頂上商品を
“Japan Luxury”として、そのストーリーと共に訴求

用の美

- 柳宗悦が民藝運動の中で提唱した、日用の生活道具や雑器の中にこそ真の美しさが宿るという思想
- 当社の社是「真・善・美」の根源であり、創業者の吉原信之が「技術者集団の手と工程を踏まえた既製服は工芸品、即ち、用と美の世界」であるとして深く共感

創業以来培ってきた「用の美」をベースにした、SANYOCOAT/青森ダウン/福島ジャケット/三陽山長/
HANAЕ MORI/既存ブランドのラグジュアリーライン立ち上げ等を、“Japan Luxury”として、その
ストーリーと共に訴求強化

- モノ作りの美意識を追求し、単なる衣料品/靴に留まらず、唯一無二の価値を提供
- 国内は百貨店外商ルートを通じて、海外は輸出によってそれぞれ市場拡大
- M&Aによるブランドの更なる追加も視野



百貨店以外を主販路とする新ブランドAUREMEにより、直営店/FB¹出店を強化



AUREME NEWoMan新宿

新ブランドAUREMEによる百貨店以外の販路への出店強化と新たな顧客層の開拓

- 9/10、NEWoMan新宿に1号店をオープン
- 5年後に10店舗、売上高20億円規模を視野
- 公式Instagram : @aureme_official

基幹ブランドの旗艦店出店

- 現在旗艦店を持たない MACKINTOSH LONDON、等

ブランドの世界観を体現した空間作り、直営店に相応しい接客サービス
限定商材の展開、顧客イベントの実施等により、ブランド価値の向上を図る

SSS/SSS+によるSC強化

複合型ショップであるSANYO Style STORE/SANYO Style STORE PLUSの出店により、ユーザビリティ向上/売場効率改善/SC¹への出店を加速



SANYO Style STORE 大丸東京



SANYO Style STORE PLUS イオンモール岡崎

複合型ショップ出店拡大によるユーザビリティ向上と売場効率改善の両立

- 当社婦人服ブランド商品を1売場に集約しての幅広い商品ラインナップの提供
 - 店舗試着サービスTRY & PICKを通じて、当社他ブランド商品も取り寄せ可能
- 坪当たり売上高の向上、FA²販売体制の最適化

百貨店向けSANYO Style STOREは今期中に18売場にまで拡大予定

- 現在は16売場
 - 本年は4/24に大丸京都、9/9に大丸福岡天神にオープン
- 今期中に東武宇都宮/鶴屋に出店予定

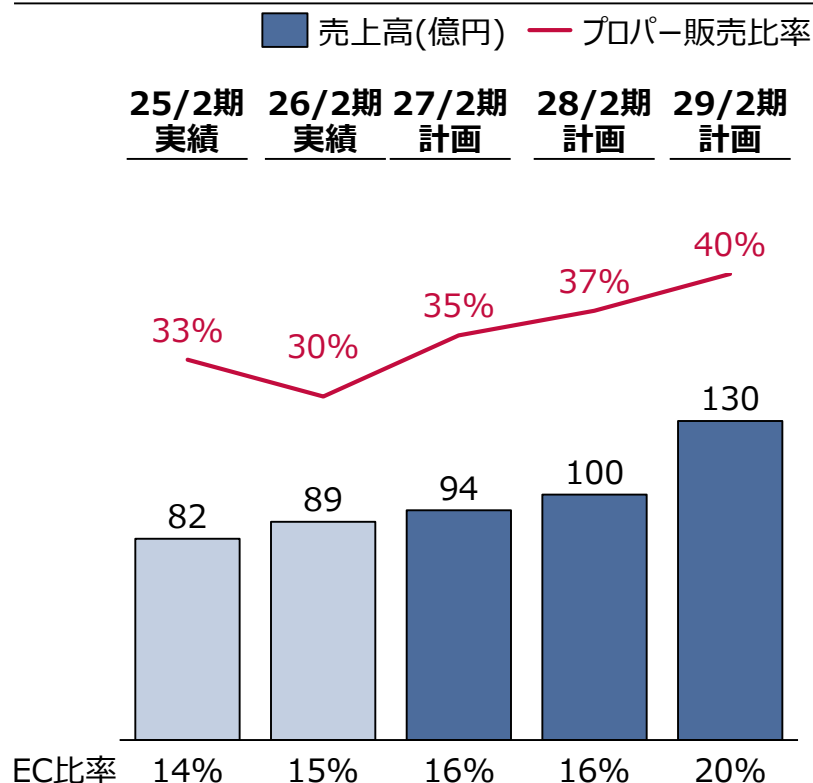
SC等の商業施設向け新業態店舗SANYO Style STORE PLUSは今期中に4売場に拡大予定

- 既存店である柳ヶ瀬岐阜に加え、9/16にイオンモール岡崎をオープン、2026/11にイオンモール京都桂川/伊達をそれぞれ出店予定
- 品質を維持しながら価格帯を調整した、新ライン Le Jourを展開

EC強化

EC強化の為の抜本改善を行い、2029年2月期にはECにおけるプロパー販売比率40%
EC比率20%を目指す

KPI改善計画



具体的改善施策

新規顧客獲得偏重
から顧客基盤拡大
への転換

- ・ CRM¹強化によるアクティブ会員数拡大/育成
- ・ 外部ECの新規顧客獲得チャネルとしての活用
- ・ ユーザー数拡大を持続的成長の源泉として位置付け

商品販売型ECから
情報・体験提供型
ECへの転換

- ・ OMO²によるEC・実店舗相互補完情報提供
- ・ プロパー販売促進の為のコンテンツ強化
 - － スタイリング提案型コンテンツ
 - － スタッフコーディネート強化
- ・ 他社製品を含む新規商材の取り扱い

LTV³の最大化

- ・ パーソナライズドアプローチ強化
 - － AIリコメンド活用
 - － 顧客ごとに最適化したアプローチ
- ・ EC独自の限定商材（サイズ等）の開発

投資計画

- ・ 27/2期：ARM⁴独立サイト、AI機能強化
- ・ 28/2期：プラットフォーム化、EC基盤再構築
- ・ 29/2期：EC在庫連携高度化、OMO拡充

顧客資産経営への転換によるECの持続的成長を実現

中計に掲げたその他の重点成長戦略の進捗状況

複数案件が進捗中

	進捗状況	重点成長戦略				
		Japan Luxury	領域拡張	海外展開	直営強化	EC強化
SANYOCOAT の海外展開	- J∞QUALITYとの取り組みにより、伊展示会 Pitti Imagine Uomoへ出展 - 香港百貨店Lane Crawford等から受注 - 伊CARUSOとはコラボレーショントレンチコートを8/20より販売中	✓		✓		
HANAE MORI	2027年にHANAE MORIをローンチ予定	✓				
AUREME のローンチ	2026/9に百貨店以外を主販路とするAUREMEをローンチ 9/10にNEWoMan新宿に1号店をオープン				✓	✓
BIANCAの展開	2025/3よりEC専用ブランドとしてBIANCAを展開中					✓
M&A	- Task Forceを組成し、継続検討中 2026/10に専任部署として新規事業開発部を新設し、実行を加速	✓	✓	✓	✓	✓

1. 2027年2月期中間期 業績結果

2. 2027年2月期中間期 振り返り

3. 2027年2月期 通期計画

4. 資本戦略

- PBR改善計画
- ネットキャッシュ・アロケーション
- 配当計画



PBR改善計画：現状分析・課題・解決策

再掲

PBR改善計画を継続推進。各種施策実行による株主資本コストを上回るROEの維持・更なる向上、IR活動の更なる強化、中期経営計画の実行により、PBRの更なる改善を図る

現状分析¹と課題

PBR

- PBRは2026/2月期に1倍を超過

2024/2期	2025/2期	2026/2期
0.72倍	0.75倍	1.08倍

ROE

- ROEも10%水準を維持

2024/2期	2025/2期	2026/2期
7.2%	10.0%	10.3%

解決策

理論

具体的施策

PBR
の改善

=

ROE
の改善

×

PER
の向上

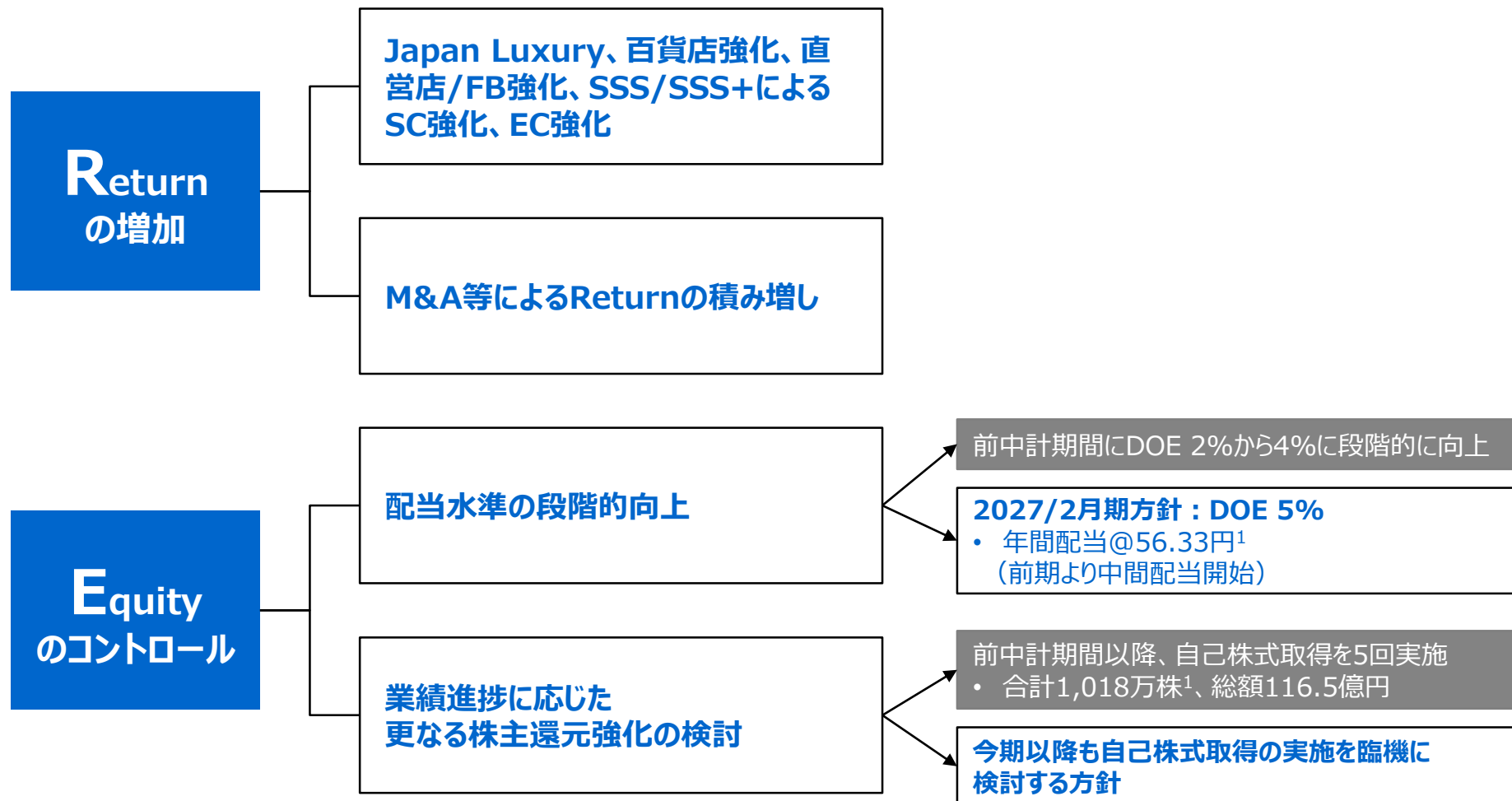
株主資本コストを上回るROEの達成

IR活動の更なる強化

中期経営計画の実行

PBR改善計画：ROEの改善

中期経営計画に則ったReturnの増加、Equityのコントロールにより、持続的にROE 10%を達成出来る経営基盤の確立を目指す



1. 遡及的に2026/9/1実施の株式分割を反映し、少数点以下第3位で四捨五入した数値

事業成長に加え、IR/SR活動を更に強化することによりPBRの改善を促進

IR/SR活動 の基盤整備

IR/SR専任部署の新設

- 2022/3に専任部署としてIR部（現IR・広報戦略部）を新設

2024/3にIRサイトを含むコーポレートサイトを大規模改修済み

- 株主/投資家に向けた開示を拡充
- 英文開示を強化



改修後の現コーポレートサイト

IR/SR活動 の更なる強化

市場との対話 の推進

サステナビリティ情報の発信強化

- 上記コーポレートサイト改修により大幅改善

積極的なIR/SR活動の実施による、投資家 期待値ギャップの解消

対話内容を適時に取締役会にフィードバックし 全社の方針/戦略に反映させる循環を促進

- 中期経営計画の内容や株主優待制度の拡充等の施策に迅速に反映

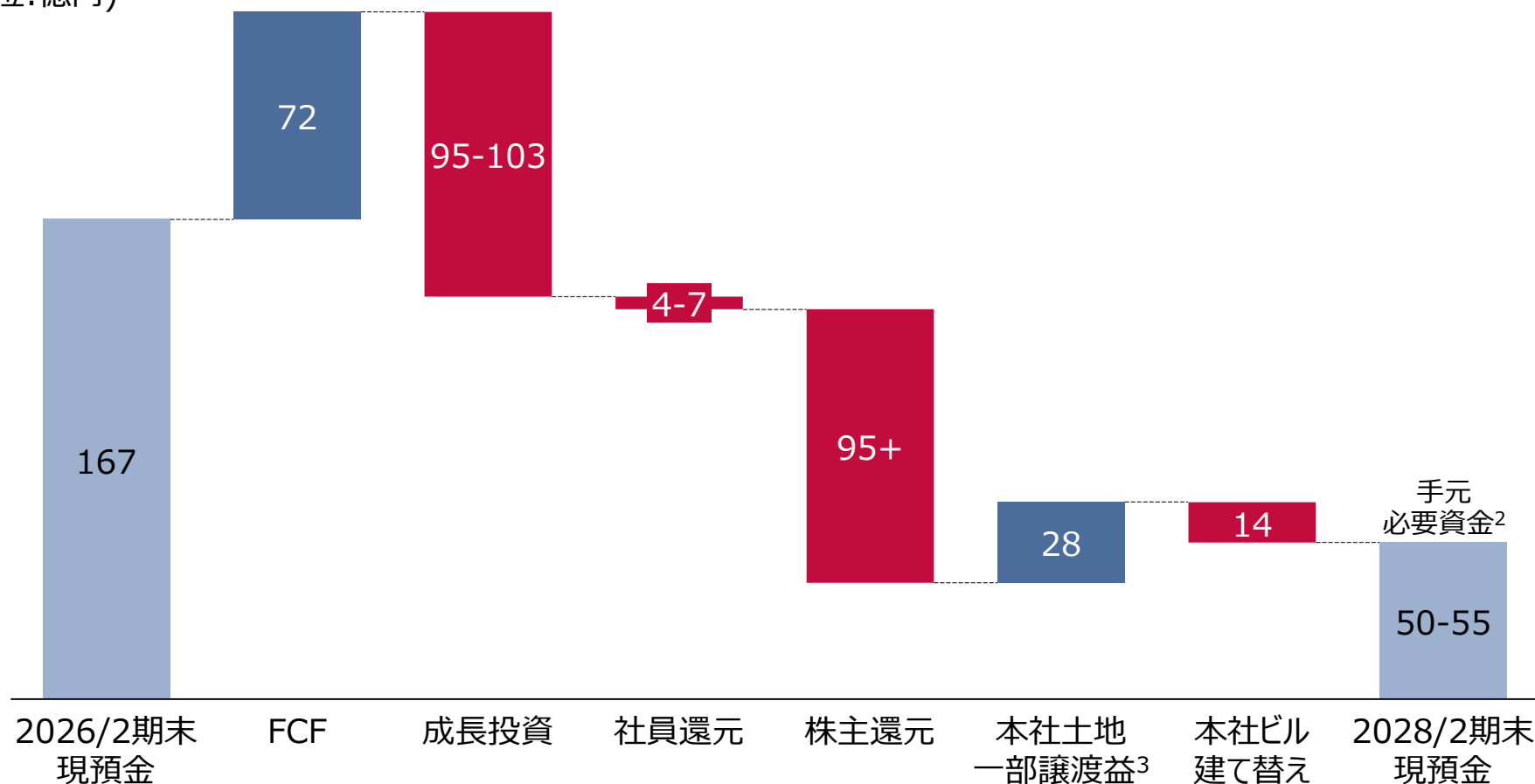


「株主との対話の進捗状況」の開示

ネットキャッシュ・アロケーション：2028年2月期までの計画

中期経営計画及びPBR改善計画に基づき、成長投資と社員還元/株主還元の強化を通じ資本効率を向上させ、ネットキャッシュ¹水準を適正化

(単位:億円)



キャッシュの使途

キャッシュは成長投資/社員還元/株主還元の強化に積極的に活用

(単位:億円)

成長投資

ブランド成長投資

- ブランド価値向上の為に店舗/システム/マーケティングへの投資強化

16

自社工場のSS¹青森工場リノベーション

- 開発力/生産効率改善

20

新たな成長戦略

- Japan Luxury/領域拡張/海外展開/直営店強化、等

3+

M&A

- 新たな商標権取得等
- 企業価値向上に資するM&A案件への積極対応

56+

社員還元

処遇改善

- 業績改善に伴うベア実施、賞与/インセンティブ増額

人的資本への投資強化

- 幹部候補人材の外部研修への参加や社員への研修強化等による人材育成
- 人員構成/人員配置の最適化等による人事インフラ整備

4-7

株主還元

資本効率の向上

- 2027/2期より中計期間中の配当方針はDOE 5%

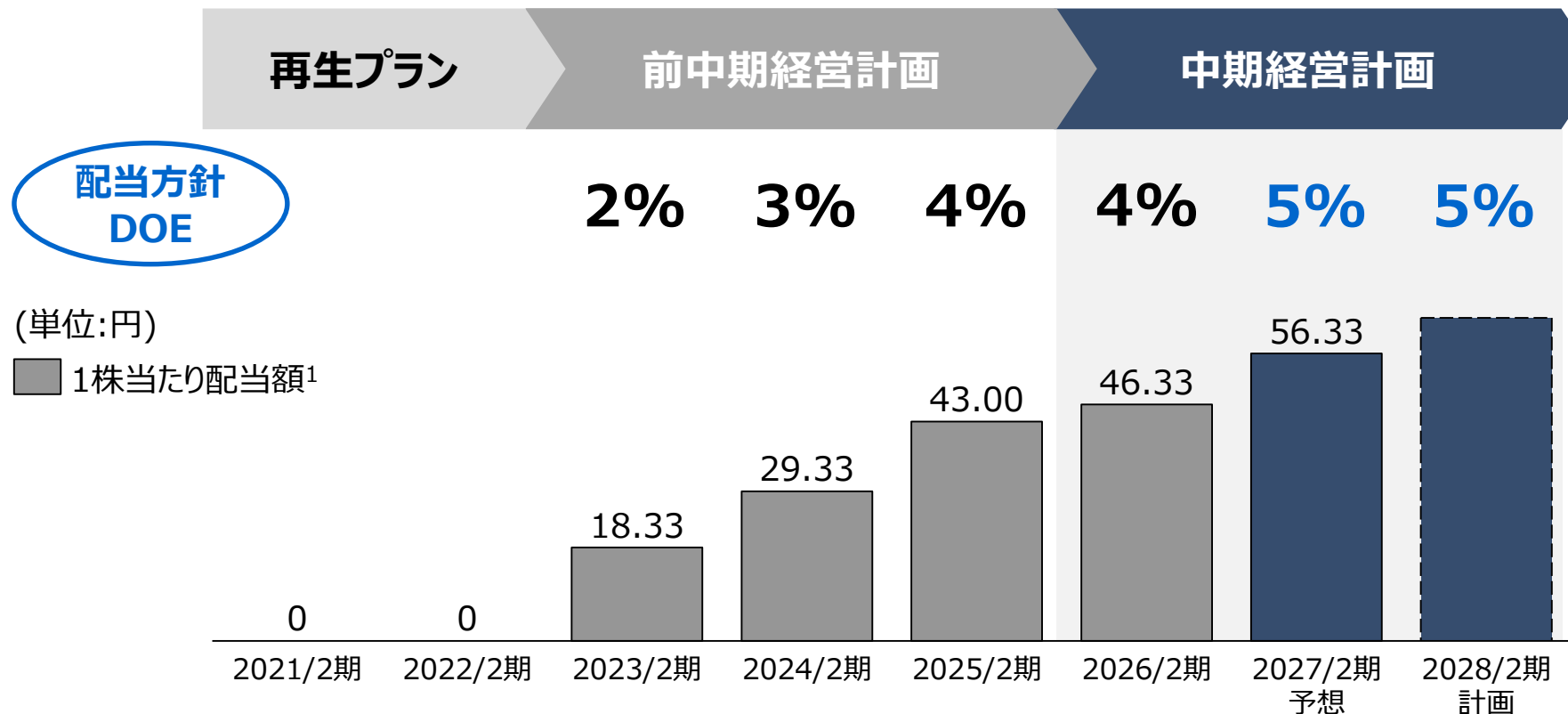
業績進捗に応じた更なる株主還元強化

- 今中計期間中に自己株式約565万株²取得済み
- 2026/8/31より株主優待制度を拡充済み
- 2026/9/1に株式3分割を実行済み

95+

配当計画

株主還元強化方針に基づき、2027年2月期より配当方針はDOE 5%
2027年2月期の1株当たり配当額¹は56.33円（前年差+10円）を予想



2026年2月期から中間配当を開始
2027年2月期は中間25.33円、期末予想31.00円、年間予想56.33円

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