

株式会社高島屋 2021年2月期決算説明会質疑応答要旨

2021年6月25日（金）に開催した決算説明会での質疑応答での回答要旨です。

<連結>

1Qの実績は想定より下回っているようだが、4月に開示した通期計画の達成に向けて、6月以降の全館営業再開で売上をしっかりととっていき考えか？それともコスト構造改革を一段と進めていくのか？

A：今後のコロナ影響についてはまだはっきりと見通すことはできず、第5波、第6波の可能性も想定しながら経営施策を立てていかなければならない。したがってトップラインを上げていくよう努める一方で、コスト構造改革を進めていくことにより、コロナの状況がどう変化しても通期計画を達成できる基盤をしっかりとつくっていくことが重要である。

利益は想定よりどれくらい下回ったのか、差し支えない範囲で教えてほしい。

A：現時点での具体的数字の回答は差し控えさせていただくが、コスト構造改革は順調に進んでいる。引き続き、通期計画の達成に努めていく。

特別損失（コロナ）の金額についてだが、連結は18億円であるのに対して、国内百貨店は20億円と大きくなっているのはなぜか？またセグメント間で連結消去の営業利益の金額が減少している理由について聞かせてほしい。

A：特別損失（コロナ）に振り替えるにあたり、グループ内での家賃などのやり取りを連結で消去したためである。同様に、セグメント間のご質問についても、消去が前年よりも少ないためである。

コスト構造改革についてだが、取り組みや成果を積みあげて、中長期的に波及させていく考えか？それとも本年度の計画達成に向けて粛々と進めているものなのか。

A：コスト構造改革は中長期的視点をもったうえで、本年度の計画達成に向けた取り組みを進めている。今期は業務の切り捨てや組織運営体制のシンプル化により、店頭や間接部門などの要員を2～30%程度効率化させている。並行して外部委託業務の内製化を進めており、資金が外部に流れることを避け、内部で還流する仕組みをつくっている。

<国内百貨店>

コロナ禍での生活が長期化する中で、顧客動向や商品動向に変化があれば聞かせてほしい。

A：お客様からも買物をしたいという思いが日に日に強まっているという声を聴く。ご自宅で過ごす時間が増える中で、生鮮三品が引き続き好調である。手土産需要が復調しつつあり、洋菓子の売上も回復してきている。巣ごもり需要を受け食器・家具・カーテンなど暮らしを彩るリビングアイテムも堅調である。高額品は、免税売上除きで前々年比に近づく売上を示すなど、好調に推移している。

外商など上位顧客の動向や今後の見通しについて聞かせてほしい。

A：中間層よりも、上位顧客のほうが動きは良い。たとえば外商のお客様の場合、定期的に海外旅行に行かれ消費されている方々の受け皿として、特選衣料雑貨や時計、宝飾品等の高額品の消費が堅調に推移している。外商の担当者もデジタルツールを活用しながら、お客様との関係性を強めている。今後こうした方々の消費は堅調に推移していくものとする。

<海外百貨店>

海外店舗の営業状況について聞かせてほしい。

A：海外の1Qは1～3月であり、シンガポールは減収減益、ホーチミン、バンコク、上海は増収増益であった。しかしながら4月以降については、上海は堅調な一方で、それ以外の3店舗は各国の営業制限の影響で厳しい状況が続いている。

<商業開発>

東神開発は家賃減額がある中で、比較的利益を確保できているように見えるが、その要因について教えてほしい。

A：1Qにおいて臨時休業をする中で、休業対象の施設が前年よりも少なかった。また専門店のテナントもできるだけ営業を継続したいという思いが強かったこともある。さらに昨年の緊急事態宣言下でコストをきめ細かく減らしていく経験が蓄積されており、コスト削減が進んだこともある。

以上