

株式会社高島屋 2023年2月期 第1四半期決算説明会 質疑応答要旨

2022年6月30日（木）に開催した決算説明会での質疑応答での回答要旨です。

<国内百貨店>

国内百貨店について売上高及び利益は社内予算に対して上回っているのか、あるいは下回っているのか差し支えない範囲で教えてほしい。おそらく営業利益は上振れしていると思うが、その要因についても補足してほしい。また売上変動費の増加分に対しては、しっかりと構造改革の効果を積み増すことで、経費全体の抑制も進んでいるという理解で良いか。

- 社内予算に対して上回っている。売上については50億円強上回った。ただし、商品利益率は下回っており、増収分そのままの利益効果が出ているわけではない。
- 一方、営業費については目標以上に削減が進んでいる。3月の大阪店を皮切りに構造改革を断行しており、順調に進捗している。特に人件費と作業費の削減効果が大きい。

3～5月の売上が回復している中、高額品がけん引していることは把握しているが、衣料品等その他のカテゴリーでの変化について聞かせてほしい。

- まず顧客別では、富裕層が前年増減率で+30%強と、中間層の同+23%と比較して8ポイントほど上回っており、上位顧客が売上を下支えしている。
- 商品別では、特選・宝飾が売上をけん引しており、コロナ前の水準を上回っている。一方、衣料品や食品については前年から増収であるものの、特選・宝飾と比較すると伸び率は低い状況である。

インバウンドの状況について、第1四半期（1Q）の数字や、売れている商品やお客層層で特徴があれば教えてほしい。

- 1Qのインバウンド売上は前年増減率+48%（約1.5倍）であるが、実額としてはまだ30億円強にすぎない。2019年度と比較すると8割減少しており、これは当社が保守的に想定した水準と大きく変わらない。現時点では、商品やお客様において特徴的な動きはない。
- 国別では、コロナ前は中華圏（中国、香港、台湾）のシェアが8割以上を占めており、回復にはまだ時間がかかると見ている。今は、海外からのお客様が戻ってくる時に備えて、しっかりと準備しておく時期と捉えている。

コスト構造改革が順調に進んでいる印象をもったが、あらためて構造改革の背景について確認したい。また売上が順調に回復していった場合に、少し積極的な費用に投じていく可能性についてはどう考えているのか。

- コスト構造改革では、人件費や作業費が計画以上に削減できている。人件費では、自然減と採用抑制が計画通りに進み、かつ特別優遇制度を活用した自己都合退社が計画よりも増えている。
- 今後の売上回復に伴い、販売体制を強化していく必要性も出てくるかもしれない。その際には、必要に応じて臨時労働力や人材派遣等で人員を補充し、お客様への販売サービスにマイナス影響が出ないようにしていく。また宣伝費についても利益面での効果を見極めながら投下していく。営業費全体では、計画内に収まるようしっかりとコントロールしていく考えである。

<国内外グループ>

百貨店や国内外グループ会社の1Q実績について、予算に対する進捗を教えてください。

○国内百貨店と同様に国内グループ会社についても社内予算を上回った。海外百貨店については上海の営業状況など懸念事項はあるものの、シンガポールが海外全体の実績をけん引した。結果として、国内百貨店及び国内外グループ会社全体で1Q予算を上回った。

東神開発において、期初はコロナ影響による家賃減額等の影響についてかなり保守的な見通しであったが、1Qは状況が改善してきているという見方で良いのか。

○コロナ禍で傷んだテナントの経営状況は、すぐには回復しないと見ている。ただ1Qを見ると、百貨店同様、テナントの売上も回復してきており、それに伴う歩合家賃の増は、プラス要素である。

<資本政策>

タックスプランニングで営業CFを補うとあったが、5年間でどれぐらいの数字になるのか

- 将来の利益計画より計算される税額が、連結納税と産業競争力強化法の適用によって控除されるため、営業CFとして5年間で200億円弱の効果を想定している。
- 会計上の税効果としては120億円を想定するが、利益計画が上向いていくとその額も増えるため、今後の業績の好不調によって前後することもありうる。今期分としては、120億円のうち、20億円強と見ている。

以上