

---


# 2018年2月期 第2四半期決算説明会



2017年10月10日

---

# 目次

- 
- 1. 2018年2月期第2四半期実績**
  2. 高島屋グループ成長戦略と進捗
  3. 2018年2月期計画

# 連結業績

- 営業収益は国内百貨店の好調に加え、タカシマヤ ベトナムの寄与等により増収、計画も超過
- 営業利益・経常利益・純利益は増収を主因に増益・計画達成

(単位：億円)	第2四半期累計	前年比		計画比*	
営業収益	4,530	+ 97	+2.2%	+ 50	+1.1%
販売管理費	1,214	+ 15	+1.2%	△ 1	△0.1%
営業利益	139	+ 1	+0.8%	+ 6	+4.5%
経常利益	156	+ 6	+3.9%	+ 9	+6.4%
純利益	90	+ 5	+6.3%	+ 22	+32.5%

# 国内百貨店業績

- 営業収益は好調なインバウンド需要と底堅い国内消費に支えられ増収および計画超過
- 営業利益・経常利益・純利益は、増収により増益・計画達成

(単位：億円)	第2四半期累計	前年比		計画比*	
営業収益	3,743	+ 97	+2.7%	+ 116	+3.2%
売上高	3,674	+ 81	+2.3%	+ 114	+3.2%
商品利益率	24.13%	△ 0.24		△ 0.06	
販売管理費	909	+ 19	+2.2%	+ 20	+2.3%
営業利益	46	+ 7	+19.2%	+ 7	+16.8%
経常利益	75	+ 6	+9.2%	+ 9	+13.6%
純利益	45	+ 3	+6.1%	+ 20	+80.1%

# 国内百貨店販売管理費

- 人件費は社会保険料増等により前年比+3億円も計画達成
- 宣伝費はポイント費増も広告費等の削減を進め前年比△4億円
- 総務費・庶務費は変動費増と単価増等により前年比+3億円
- 経理費は新宿店賃貸スペース変更+17億円を除き実質前年同水準

(単位：億円)	第2四半期累計	前年比		計画比*	
人件費	301	+3	+0.9%	△1	△0.4%
宣伝費	123	△4	△2.9%	+2	+1.3%
総務費・庶務費	330	+3	+1.0%	+20	+6.5%
経理費	155	+17	+12.3%	△0	△0.2%
合計	909	+19	+2.2%	+20	+2.3%

# 主要子会社業績（国内）

- 東神開発は、新宿店の賃貸スキーム変更に伴う名目上の増収要因はあるものの、改装工事に伴うテナント収入減等により増収減益
- 高島屋クレジットは、カード更新コスト等が増加し増収減益
- 高島屋スペースクリエイツは、前年の大口案件の反動影響が大きく減収減益

（単位：億円）	営業収益	前年比	計画比*	営業利益	前年比	計画比*
東 神 開 発	202	+ 25 +13.8%	△4 △2.1%	40	△2 △4.2%	+ 0 +0.5%
高島屋クレジット	91	+ 4 +4.2%	+ 1 +0.9%	22	△1 △2.5%	△1 △2.9%
高島屋スペースクリエイツ (高島屋スペースクリエイツ東北含む)	149	△16 △9.6%	△18 △10.9%	7	△1 △14.5%	△2 △20.0%

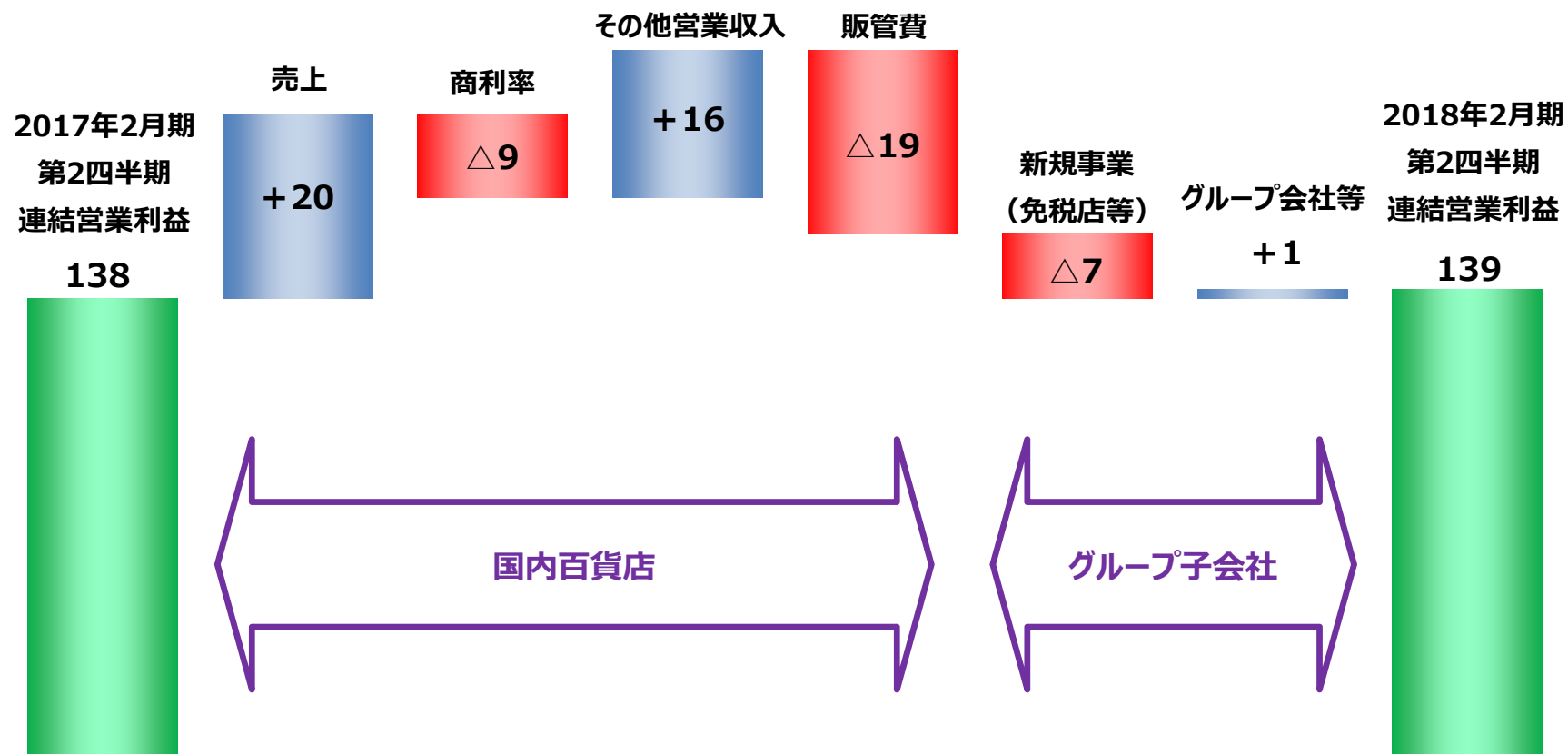
# 主要子会社業績（海外）

- シンガポール事業は、為替影響に加え現地経済減速により減収減益
- 上海高島屋は、営業施策の奏功により増収を維持
- タカシマヤベトナムは、ほぼ計画どおりに推移

(単位：億円)	営業収益	前年比	計画比*	営業利益	前年比	計画比*
タカシマヤ シンガポール (現地通貨ベース)	<b>248</b> 310百万	△4 △1.7%	+ 3 +1.1%	<b>14</b> 17百万	△0 △2.1%	△1 △5.0%
上海高島屋 (現地通貨ベース)	<b>34</b> 208百万	+ 2 +5.6%	+ 1 +2.0%	△ <b>6</b> △35百万	△0 -	+ 0 -
タカシマヤ ベトナム (現地通貨ベース)	<b>20</b> 4,174億	+ 20 -	△0 △1.4%	△ <b>1</b> △296億	+ 1 -	+ 0 -
トーシンディベロップメント シンガポール (現地通貨ベース)	<b>44</b> 55百万	△1 △2.9%	+ 1 +1.8%	<b>12</b> 15百万	△2 △11.8%	+ 0 +0.1%

# 連結営業利益増減要因

単位:億円







1. 2018年2月期第2四半期実績

2. **高島屋グループ成長戦略と進捗**

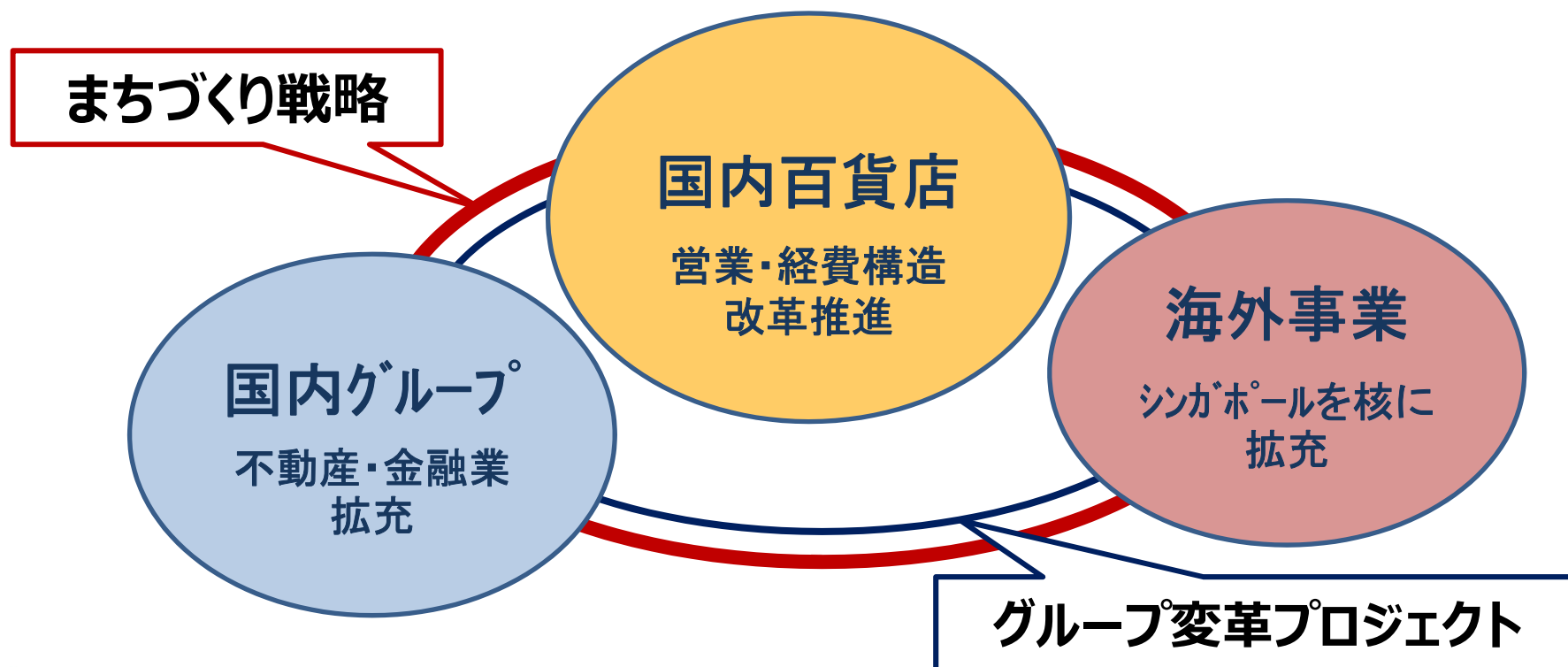
3. 2018年2月期計画

# 高島屋グループ成長戦略

- 2021年度目標

連結営業利益500億円 ROE7%超、ROA4.6%

- ✓ 「まちづくり戦略」のもと、百貨店・国内グループ・海外事業を拡充
- ✓ 「グループ変革プロジェクト」により、経営効率を抜本的見直し



# まちづくり戦略

- グループノウハウを結集し、お客様満足を追求した  
当社独自の次世代商業施設づくり
- ✓ 地域と共生し、街のアンカーとしての役割を發揮
- ✓ 百貨店と専門店を融合し、「館」の魅力を最大化



【高崎】 9月全館改装  
駅と高架橋で接続



【米子】 地域再開発計画参画  
12月東館を市に寄贈



【日本橋】 2018春 東館開業  
2018秋 新館開業  
2019春 本館改装



【新宿】 9月土地建物完全所有

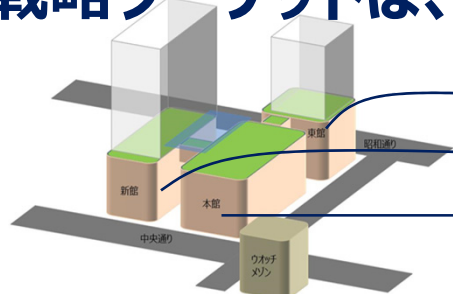


【立川】 秋第一弾リニューアル完成  
11月上層階にコトリ導入

# まちづくり戦略

# 日本橋高島屋 S.C.

- 新館増床により66,000㎡の「日本橋高島屋S.C.」誕生
- ✓ コンセプトは、<「美しい暮らしスタイル」を発信する店>
- ✓ 戦略ターゲットは、バリエリアファミリー、ホワイトワーカー、アーバンツウリスト



都内最大級の屋上庭園

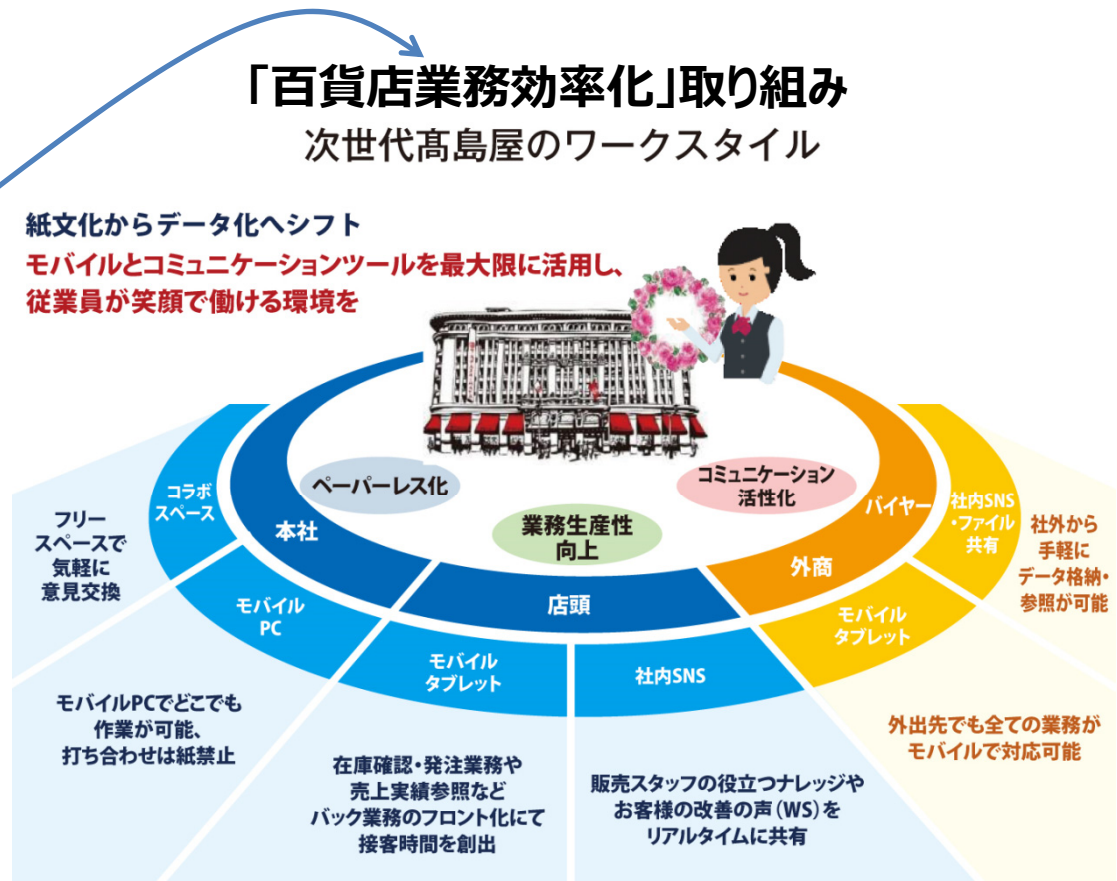
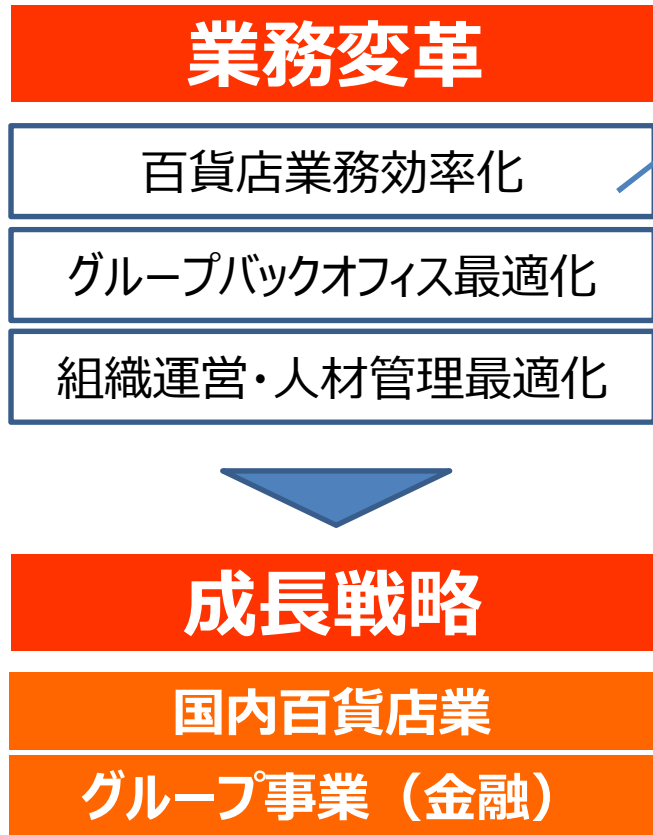


ガレリア



# グループ変革プロジェクト

- デジタル技術を活用した業務変革により経営効率化推進
- 生産性向上の成果を成長戦略に再投資





1. 2018年2月期第2四半期実績

2. 高島屋グループ成長戦略と進捗

- 国内百貨店業
- 国内グループ事業
- 海外事業

3. 2018年2月期計画

# 国内百貨店業

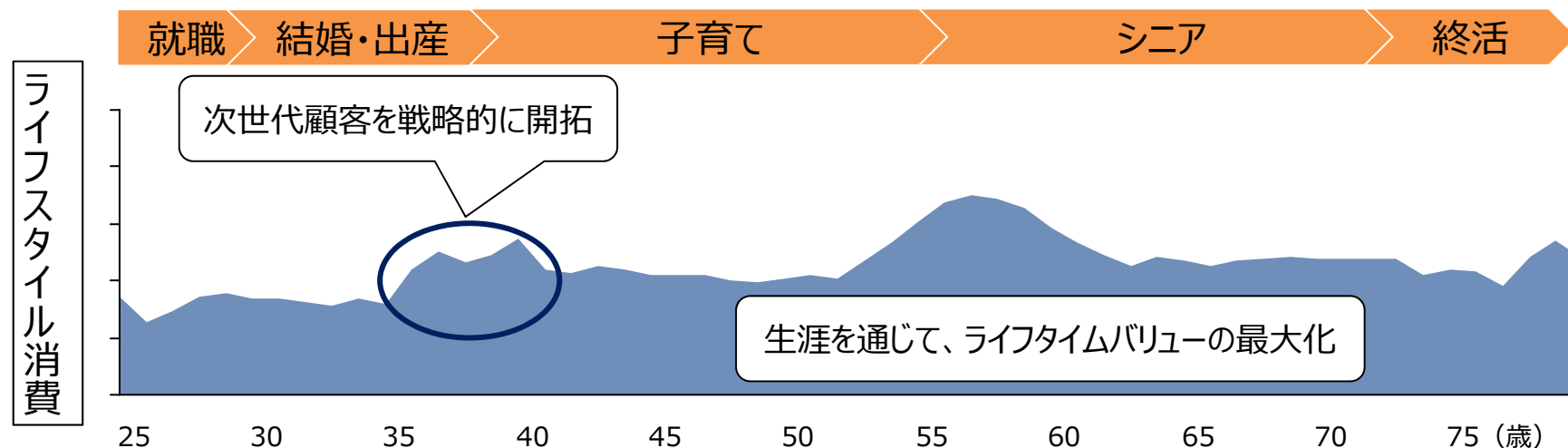
2021年度営業利益160億円達成に向けて

- お客様の裾野を広げ、新しいマーケットを開拓
- お客様満足を一生涯にわたって高め、

ライフタイムバリュー

既存マーケットを深耕 = LTVの最大化

➡ 「まちづくり戦略」「グループ変革プロジェクト」のもと  
地域ごとの次世代商業施設づくりを具現化



# 国内百貨店業

# 顧客戦略

## ● インバウンド需要は、計画通り取り込み

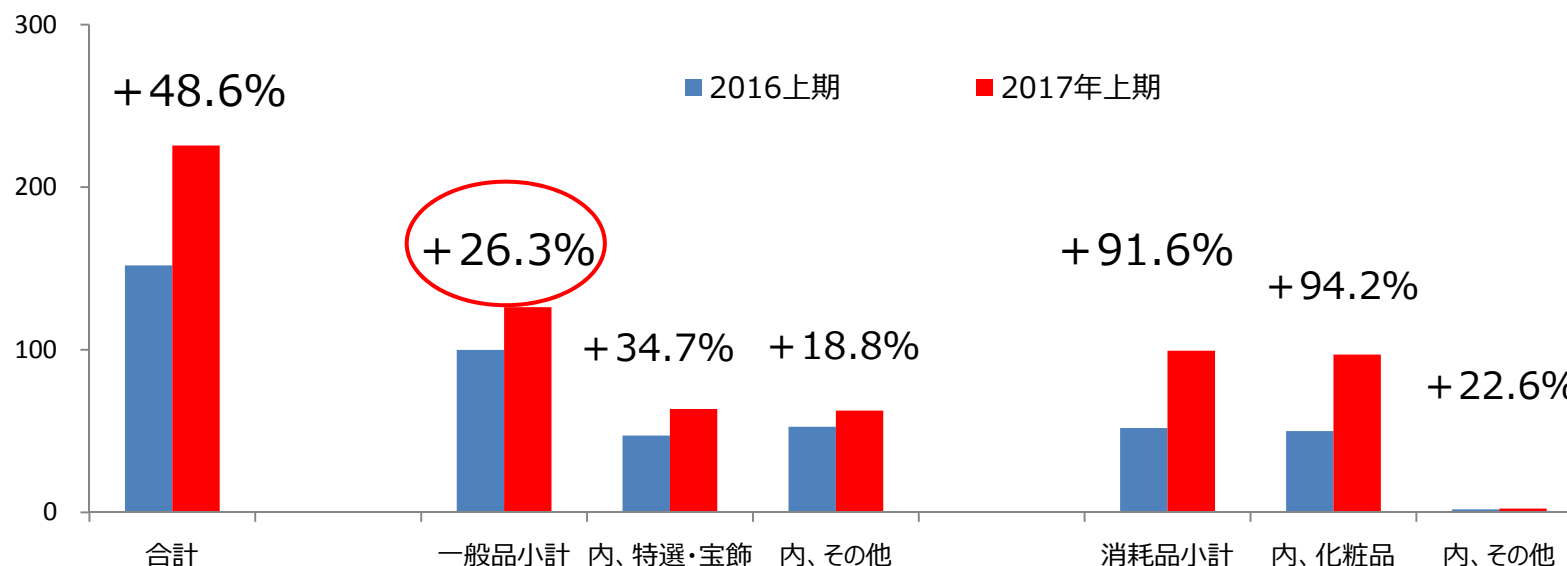
- ✓ 高島屋免税店SHILLA&ANA売上は計画達成率30%と苦戦
- ✓ 店頭は客数増と一般品売上回復に伴う単価増により大きく伸長

2017年度目標 480億円 前年比+39.5%

2017年度上期実績 233億円 前年比+53.6%

※上期免税店売上8億円含む

### 【商品群別上期インバウンド売上前年比】





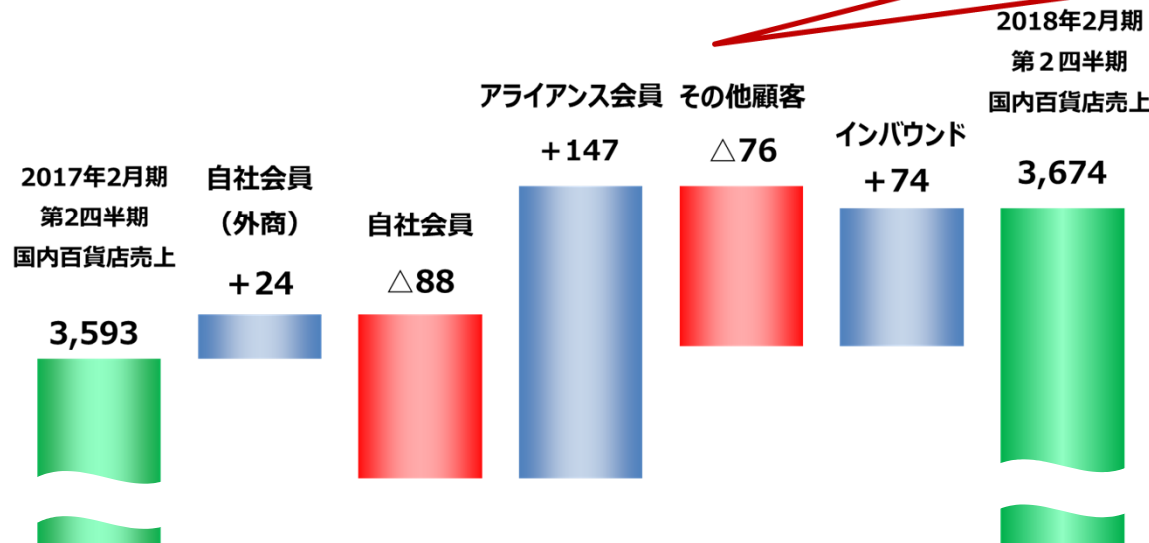
# 国内百貨店業

# 顧客戦略

- アライアンス戦略により、次世代顧客を獲得
- 顧客接点を拡大し、既存顧客のLTVを高める
- ✓ 新カード発行により、堅調な富裕層市場深耕

## 【顧客別上期売上前年比】

単位：億円



ポイント連携のみならず  
新たな需要を喚起する  
マーケティング活動推進



グループ°変革プロジェクトにて  
デジタル技術を活用し、顧客接  
点拡大や新たなサービスメニュー  
開発に取り組む。

# タカシマヤプラチナデビットカード

- 百貨店業界初のデビットカード発行（10月募集開始）
- ✓ 決済利便性・プラチナサービスメニュー拡充により富裕層市場深耕
- ✓ 提携先企業との協働により新しいお客様も獲得



- 高島屋の最高水準となる優待サービスとソニー銀行のVisaデビット付キャッシュカードが一体化

 Takashimaya × ソニー銀行

- カード発行を機に富裕層向けコトサービス「タカシマヤロイヤルカスタマーサービス（仮）」提供開始（11月）

# 国内百貨店業

# 商品・販売戦略

- 次世代顧客ニーズを捉え、来店動機となる品揃えを拡充
- 既存顧客のLTVを高める、多様な品揃えを実現
- 全体最適の品揃えによる売上増大と利益確保の両立
  - ✓ 高率の衣料雑貨商材を中心に、編集売場開発+販売力強化
  - ✓ コト商材含む低率商材は、アライアンス・専門店導入検討

## 【次世代顧客ニーズに対応する編集売場】

Hello Baby  
Salon

Dear  
Kids  
Square  
ディア キッズスクエア

- ・子育てライフスタイルを提案売場「ハローベビーサロン」  
「ディアキッズスクエア」
- ・e-ラーニングの活用含め、ベビーコンサルタント増員
- ・一部タブレット販売により機会ロス低減



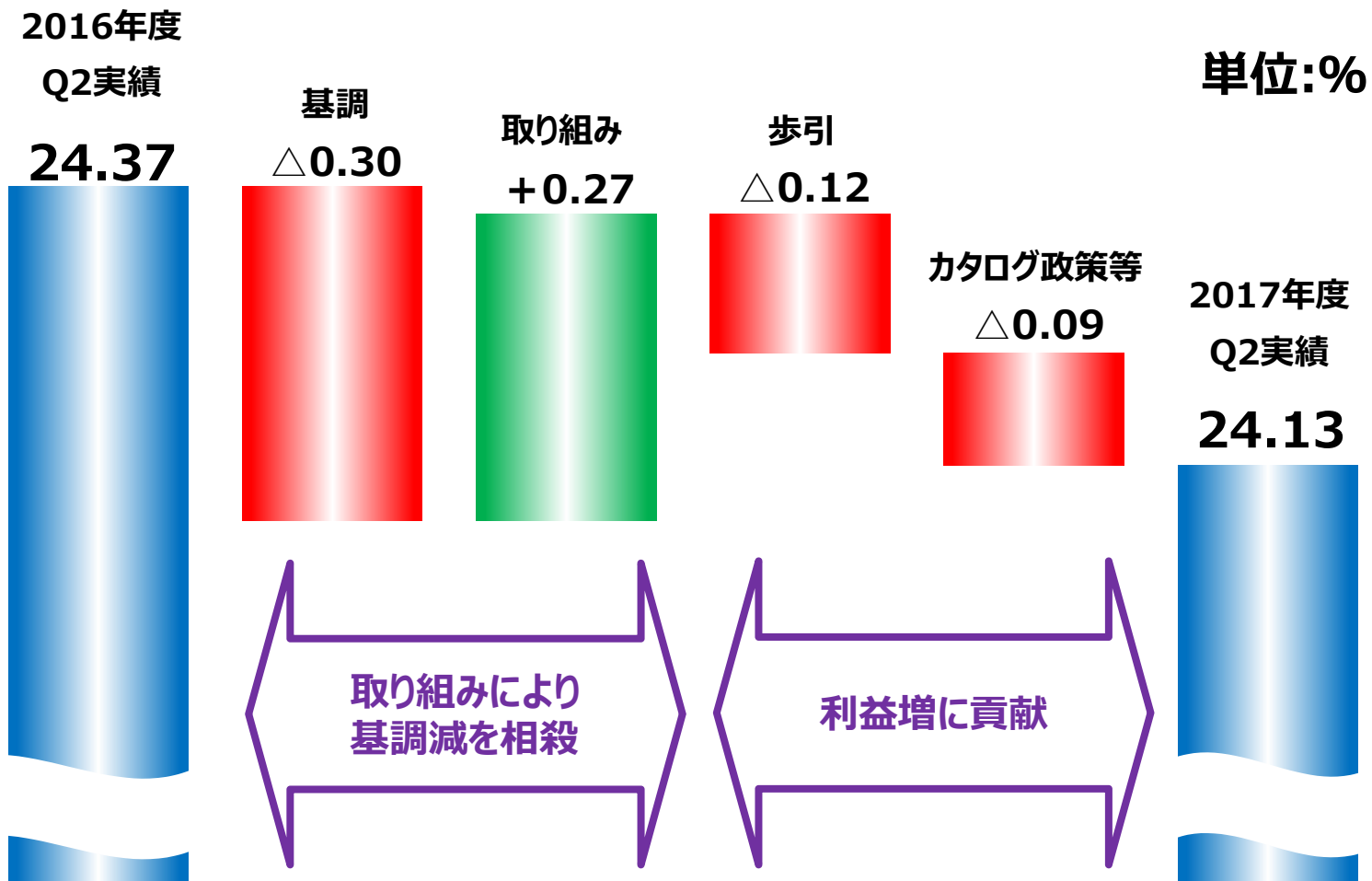
- ・働く女性のための売場「スーツクローゼット」
- ・自社ECサイト「ファッションスクエア」とも連動

グループ変革プロジェクトにて、  
デジタル技術を活用し、非来店顧客  
も含むニーズ可視化にも取り組む。

# 国内百貨店業

# 商品利益率増減要因

- 商品利益率改善の取組みが奏功し、基調の低下を相殺





1. 2018年2月期第2四半期実績

2. 高島屋グループ成長戦略と進捗

- 国内百貨店業
- 国内グループ事業
- 海外事業

3. 2018年2月期計画

# 不動産業（商業開発）

## 東神開発・トーシテイハローブメントシカホール

- マンション販売もあり通期で増収増益計画
- 成長戦略の一環として、流山おおたかの森S・C周辺開発をすすめ、まちづくり戦略を推進



流山おおたかの森S・C

- TDSは現地経済の停滞により増収減益

不動産業営業利益計画 115億円 前年比+4.5%

# 金融業・建装業

## 高島屋クレジット

- 新Gカード10周年企画等の営業施策で増収増益計画
- 新たな成長に向け新規ビジネスを開始

金融業営業利益計画 45億円 前年比+0.3%

## 高島屋スペースクリエイツ

- 2020年オリンピック・パラリンピックを背景とした好調な事業環境も、前年の大口受注の反動減により減収減益

建装業営業利益計画 22億円 前年比△4.9%



1. 2018年2月期第2四半期実績

2. **高島屋グループ成長戦略と進捗**

- 国内百貨店業
- 国内グループ事業
- **海外事業**

3. 2018年2月期計画



# 海外事業

# ベトナム事業の進捗

- 2016年7月 ベトナム・ホーチミン市にオープン
- 開業後の業績は計画通りに推移、早期黒字化へ
- 本年3月に同エリア内のA&Bタワーの一部所有権取得  
今後同市において更なる「まちづくり戦略」を推進



# 海外事業

- シンガポールを核にアジアへ事業を拡大
- 上海・ベトナムは引き続き堅調に推移、早期黒字化へ
- 2018年秋、バンコクにサイアム高島屋開業



## 上海高島屋

- ・現地通貨ベースで2桁増収
- ・隣地に商業施設開業予定



## シンガポール高島屋S.C.

- ・来年25周年を見据えた成長戦略推進

## サイアム高島屋

- ・2018年秋開業
- ・現地有力企業サイアム・ピワット社と協業



## サイゴンセンター ベトナム高島屋

- ・計画通りに推移



1. 2018年2月期第2四半期実績

2. 高島屋グループ成長戦略と進捗

**3. 2018年2月期計画**

# 連結計画

- 国内百貨店の増収とタカシマヤ ベトナムなど新規事業の寄与、およびマンション販売等により大幅増収計画・上方修正
- 増収に加え販売管理費の効率化により、営業利益・経常利益・純利益は増益計画・上方修正

(単位：億円)	通 期 計 画	前 年 比		計 画 比 *	
営 業 収 益	9,510	+ 274	+3.0%	+ 80	+0.8%
販 売 管 理 費	2,450	+ 42	+1.7%	+ 10	+0.4%
営 業 利 益	360	+ 20	+5.9%	+ 10	+2.9%
経 常 利 益	390	+ 18	+4.8%	+ 15	+4.0%
純 利 益	230	+ 21	+10.2%	+ 15	+7.0%

# 国内百貨店計画

- 堅調なインバウンド需要と国内消費により増収計画・上方修正
- 増収に伴う変動費増はあるものの販売管理費は効率化を推進
- 営業利益・経常利益・純利益は増収を主因に増益計画・上方修正

(単位：億円)	通 期 計 画	前 年 比		計 画 比 *	
営 業 収 益	7,736	+ 165	+2.2%	+ 198	+2.6%
売 上 高	7,601	+ 150	+2.0%	+ 196	+2.6%
商 品 利 益 率	24.04%	△ 0.20		△ 0.04	
販 売 管 理 費	1,834	+ 15	+0.8%	+ 36	+2.0%
営 業 利 益	129	+ 21	+19.5%	+ 10	+8.2%
経 常 利 益	154	+ 20	+14.7%	+ 13	+9.0%
純 利 益	82	+ 36	+80.5%	+ 18	+28.5%

\*計画比は2017年4月7日公表値との比較

# 国内百貨店販売管理費計画

- 営業収益の上方修正に伴う変動費増や社会保険料増などにより人件費・宣伝費は増加
- 総務費・庶務費は減価償却費減・消耗品費減等により削減
- 経理費は新宿店賃貸スキーム変更等により前年比増も計画は圧縮

(単位：億円)	通 期 計 画	前 年 比	計 画 比 *
人 件 費	621	+ 8 +1.3%	+ 5 +0.9%
宣 伝 費	257	+ 1 +0.4%	+ 10 +3.9%
総務費・庶務費	653	△3 △0.4%	+ 26 +4.2%
経 理 費	303	+ 9 +3.0%	△5 △1.6%
合 計	1,834	+ 15 +0.8%	+ 36 +2.0%

# 主要子会社計画（国内）

- 東神開発は、既存施設の堅調な伸びに加え、マンション販売による押し上げもあり、増収増益計画
- 高島屋クレジットは、カード手数料と年会費収入の順調な伸びが継続し、増収増益計画
- 高島屋スペースクリエイツは、前年の大口受注の反動減影響が大きく、減収減益見込み

(単位：億円)	営業収益	前年比	計画比*	営業利益	前年比	計画比*
東 神 開 発	550	+ 104 +23.3%	△7 △1.3%	93	+ 5 +5.3%	+ 1 +0.6%
高島屋クレジット	185	+ 8 +4.7%	+ 3 +1.8%	45	+ 0 +0.3%	+ 0 +0.3%
高島屋スペースクリエイツ (高島屋スペースクリエイツ東北含む)	350	△1 △0.2%	△18 △5.0%	22	△1 △4.9%	△1 △5.2%

# 主要子会社計画（海外）

- シンガポール事業は、厳しい事業環境も、増収計画
- 上海高島屋は、増収継続も円安等により、収益悪化の見込み
- ヲカシマヤベトナムは、順調に成長を続け、営業損失縮小の計画

(単位：億円)	営業収益	前年比	計画比*	営業利益	前年比	計画比*
<b>タカシマヤ シンガポール</b> (現地通貨ベース)	<b>516</b> 643百万	+ 9 +1.7%	+ 11 +2.2%	<b>32</b> 39百万	+ 0 +0.4%	△1 △2.6%
		+ 1百万	△13百万		△0百万	△3百万
<b>上海高島屋</b> (現地通貨ベース)	<b>70</b> 429百万	+ 7 +10.9%	+ 2 +2.6%	△ <b>11</b> △70百万	△2 -	+ 0 -
		+ 43百万	△4百万		△10百万	+ 3百万
<b>タカシマヤ ベトナム</b> (現地通貨ベース)	<b>43</b> 8,958億	+ 25 +136.3%	+ 1 +1.7%	△ <b>3</b> △648億	+ 2 -	+ 0 -
		+ 5,167億	△233億		+ 412億	+ 63億
<b>トーシンディベロップメント シンガポール</b> (現地通貨ベース)	<b>89</b> 111百万	+ 1 +1.4%	+ 2 +1.9%	<b>23</b> 29百万	△0 △0.6%	△0 △1.5%
		△0百万	△3百万		△0百万	△2百万





本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。