

2023年2月期第2四半期(2022年度)決算説明会資料

2022年10月11日

株式会社高島屋

アジェンダ

- I. 2023年2月期第2四半期実績(2022年度)
- II. 2023年2月期計画
- III. 事業別進捗
- IV. 財務戦略

I

2023年2月期第2四半期実績 (2022年度)

1. 連結業績
2. 国内百貨店業績
3. 主要子会社実績(国内・海外)

1. 連結業績

- ✓ 総額営業収益は、店舗の通常営業や特殊要因で増収、計画超過
- ✓ 販管費は、構造改革と会計処理変更により前年水準、計画達成
- ✓ 営業利益、経常利益、純利益はいずれも増益、計画を上回る

(単位：億円)	上期実績	前年比/ 前年増減	2019年度比/ 2019年度増減	計画比/ 計画増減	特別損失(コナ) 前年反動	会計処理変更
総額営業収益	4,135	+19.1%	△8.7%	+2.7%		
営業収益	2,090	△39.8%	△53.9%	+0.5%		△ 2,045
販売管理費	1,102	△1	△183	△42	+20	△63
営業利益	128	+148	△6	+58		+5
経常利益	146	+152	+19	+71		+10
純利益	135	+179	+11	+80		+7

計画比/計画増減は 2022年4月11日公表値との増減

※今期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、これまでの計上方法による営業収益は総額営業収益として記載しています。

2. 国内百貨店業績

- ✓ 総額営業収益は、店舗の通常営業や特殊要因で増収、計画超過
- ✓ 商品利益率は前年・計画を下回り、MD強化は道半ば
- ✓ 営業利益は増益も、実質的な店舗営業力は回復途上

(単位：億円)	上期実績	前年比/ 前年増減	2019年度比/ 2019年度増減	計画比/ 計画増減	特別損失(コロナ) 前年反動	会計処理変更
総額営業収益	3,538	+19.3%	△7.4%	+3.1%		
営業収益	1,563	△47.3%	△59.1%	+2.0%		△ 1,975
総額売上高	3,465	+19.6%	△7.5%	+3.1%		
売上高	1,437	△50.4%	△61.7%	+1.4%		△ 2,028
商品利益率(旧基準)	22.34%	△0.05	△1.41	△0.64		
商品利益率	50.69%	+28.30	+26.94	+0.24		
販売管理費	820	+34	△116	△8	+20	+4
営業利益	35	+103	+7	+33		+3

計画比/計画増減は 2022年4月11日公表値との増減

※今期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、これまでの計上方法による営業収益は総額営業収益、売上高は総額売上高として記載しています。

2. 国内百貨店業績(販売管理費)

- ✓ 販管費は、前年のコロナ特損反動や比例費増で前年から増加
- ✓ コスト構造改革の削減額は、26億円
- ✓ コスト構造改革を進める中で、2019年度からは116億円の減少

(単位：億円)	上期実績	前年増減	前年増減 内訳					2019年度増減	参考(旧基準)		
			前年特別損失 (コロナ)	前年休業 影響	比例費	会計処理 変更	コスト構造 改革		上期実績	前年増減	2019年度 増減
人件費	252	△6	7	2		0	△14	△45	(252)	(△6)	(△45)
宣伝費	41	△49	0	5	11	△65	△1	△86	(105)	(+15)	(△22)
総務費・ 庶務費	381	+75	5	6	9	65	△9	+21	(317)	(+11)	(△44)
経理費	146	+14	7	4		4	△1	△5	(142)	(+10)	(△9)
合計	820	+34	20	17	20	4	△26	△116	(816)	(+30)	(△120)

56

3. 国内グループ事業（主要子会社業績）

- ✓ 東神開発は、コロナ影響の改善により増収増益、計画超過
- ✓ TFPは、コロナ影響の縮小により増収増益、営業利益は計画超過
- ✓ TSCは、増収も原材料高騰等により減益、計画未達

(単位：億円)	営業収益	前年比／ 2019年度比	計画比	営業利益	前年増減／ 2019年度増減	計画増減
東 神 開 発	223	+12.3%	+1.3%	29	+ 7	+ 4
高島屋ファイナンシャル ・パートナーズ (TFP)	104	+5.6%	△3.0%	23	+ 1	+ 2
高島屋スペースクワイーズ (TSC)	97	+3.8%	△12.0%	△ 3	△2	△3

※東神開発はティーアンドティー、TSCはTSC東北との合算値、TFPは高島屋クレジットと高島屋保険の合算値との2019年比／2019年増減です。

計画比／計画増減は 2022年4月11日公表値との増減

3. 海外事業(主要子会社業績 1月～6月)

- ✓ コロナ反動でシンガポール、ホーチミン、サイアムは増収増益
- ✓ 上海はコロナ影響が拡大、休業・時短営業により減収減益
- ✓ 業績改善は円安による為替影響もあり、予断を許さない状況

(単位：億円)	営業収益	前年比/ 2019年度比	計画比	営業利益	前年増減/ 2019年度増減	計画増減
タカシマヤ シンガポール	92	+56.5%	+35.3%	24	+20	+16
トーシンディベロップメント シンガポール(TDS)	43	+14.6%	+17.4%	11	+2	+3
上海 高島屋	12	△20.8%	△27.0%	1	△1	△1
タカシマヤ ベトナム	13	+60.9%	+35.5%	3	+2	+2
サイアム タカシマヤ	9	+36.5%	△20.7%	△4	+1	△2

為替レート：1SGD=90.97JPY 1CNY=19.13JPY 1VND=0.0053JPY 1THB=3.66JPY

計画比/計画増減は 2022年4月11日公表値との増減

II

2023年2月期計画(2022年度)

1. 連結計画(計画修正)
2. 国内百貨店計画
3. 主要子会社計画

1. 連結計画

- ✓ 総額営業収益は、店舗の通常営業や特殊要因があり上方修正
- ✓ 増収により各利益は、当初計画から上方修正
- ✓ コスト構造改革を進めているものの、販管費は増加

(単位：億円)				参考 (旧基準)						
	通期計画	前年比/ 前年増減	2019年比/ 2019年増減	当初計画比/ 増減	上期実績	前年比/ 前年増減	下期計画	前年比/ 前年増減	通期計画	増減
総額営業収益	8,605	+13.1%	△6.4%	+3.5%	4,135	+19.1%	4,470	+8.0%	(8,605)	(+0)
営業収益	4,390	△42.3%	△52.2%	+1.7%	2,090	△39.8%	2,300	△44.4%	(8,605)	(△4,215)
販売管理費	2,319	+28	△283	+1	1,102	△1	1,216	+30	(2,448)	(△129)
営業利益	255	+214	△1	+80	128	+148	127	+66	(240)	(+15)
経常利益	255	+186	+23	+95	146	+152	109	+34	(235)	(+20)
純利益	200	+146	+40	+100	135	+179	65	△33	(188)	(+12)

当初計画比/増減は 2022年4月11日公表値との増減

2. 国内百貨店計画

- ✓ 店舗の通常営業や年度を通じた特殊要因で当初計画を上方修正
- ✓ 営業利益は、当初計画から上方修正も店舗営業力は回復途上
- ✓ 営業力強化とコスト構造改革が引き続き最重要課題

(単位：億円)	通期計画	前年比／ 前年増減	2019年比／ 2019年増減	当初計画比 ／増減	上期実績	前年比／ 前年増減	下期計画	前年比／ 前年増減
総額営業収益	7,357	+12.1%	△5.1%	+3.4%	3,538	+19.3%	3,819	+6.1%
営業収益	3,282	△50.0%	△57.7%	+2.3%	1,563	△47.3%	1,718	△52.2%
総額売上高	7,214	+12.3%	△5.1%	+3.5%	3,465	+19.6%	3,750	+6.3%
売上高	3,041	△52.7%	△60.0%	+2.2%	1,437	△50.4%	1,604	△54.5%
商品利益率(旧基準)	22.11%	△0.27	△1.52	△0.64	22.34%	△0.05	21.89%	△0.48
商品利益率	49.57%	+27.19	+25.94	△0.13	50.69%	+28.30	48.58%	+26.20
販売管理費	1,678	+28	△225	△9	820	+34	858	△6
営業利益	70	+143	+28	+45	35	+103	35	+39

当初計画比／増減は 2022年4月11日公表値との増減

2. 国内百貨店販売管理費 計画

- ✓ 光熱費値上げや比例費増等の要素がある中、前年から28億円増
- ✓ コスト構造改革は当初計画の△40億円から△3億円上乘せ
- ✓ 外部委託業務内製化やポスト管理徹底などにより引き続き削減

(単位：億円)	通期計画	前年増減	前年増減 内訳							コスト構造改革		2019年 増減	旧基準		
			前年特別損失 (コロナ)	前年休業 影響	比例費	コストアップ等	ポイント スキーム変更	会計処理 変更	コスト構造 改革	上期実績	下期計画		通期計画	前年増減	2019年 増減
人件費	521	△7	7	2	0	0	0	0	△16	△14	△2	△82	(521)	(△7)	(△82)
宣伝費	89	△125	0	5	14	9	△19	△134	△1	△1	0	△165	(223)	(+9)	(△32)
総務費・ 庶務費	775	+138	5	6	14	11	0	126	△24	△9	△15	+34	(650)	(+12)	(△92)
経理費	292	+23	7	4	0	5	0	8	△1	△1	△0	△11	(284)	(+14)	(△19)
合計	1,678	+28	20	17	28	25	△19	0	△43	△26	△17	△225	(1,678)	(+28)	(△225)

89

3. 国内グループ事業（主要子会社計画）

- ✓ 3社ともコロナ影響の縮小により増収増益の計画
- ✓ TFPは販売管理費の削減が進み営業利益計画を上方修正
- ✓ TSCは、コロナ影響からの回復が遅れており計画を下方修正

(単位：億円)	営業収益			営業利益			営業利益	
	営業収益	前年比/ 2019年比	当初計画 比	営業利益	前年増減/ 2019年増減	当初計画 増減	上期実績	下期計画
東 神 開 発	459	+10.9% +2.3%	+1.7%	58	+ 8 △9	+ 5	29	29
高島屋ファイナンシャル ・パートナーズ (TFP)	215	+6.7% △0.9%	△2.5%	45	+ 1 △4	+ 1	23	22
高島屋スペースクワイエット (TSC)	233	+29.7% △37.1%	△3.5%	2	+ 7 △16	△2	△ 3	5

当初計画比、当初計画増減は 2022年4月11日公表値との増減

3. 海外事業(主要子会社計画 1~12月)

- ✓ コロナ影響の縮小に加え、下期も円安による特殊要因が継続
- ✓ シンガポール2社・ベトナムは堅調な業績により計画を上方修正
- ✓ 上海・サイアムはコロナ影響からの回復が遅れ、計画を下方修正

(単位：億円)							営業利益	
	営業収益	前年比／ 2019年比	当初計画 比	営業利益	前年増減／ 2019年増減	当初計画 増減	上期実績	下期計画
タカシマヤ シンガポール	188	+39.2% +10.5%	+30.4%	45	+ 27 △2	+ 23	24	21
トーシンディベロップメント シンガポール(TDS)	87	+18.0% △0.4%	+16.2%	22	+ 6 △9	+ 6	11	11
上海 高島屋	27	△9.6% △14.8%	△20.8%	△ 1	△5 △2	△7	1	△ 2
タカシマヤ ベトナム	27	+109.4% +35.9%	+24.3%	5	+ 6 + 4	+ 3	3	2
サイアム タカシマヤ	27	+99.9% +64.3%	+6.7%	△ 5	+ 4 + 5	△2	△ 4	△ 1

為替レート：1SGD=90.97JPY 1CNY=19.13JPY 1VND=0.0053JPY 1THB= 3.66JPY

当初計画比、当初計画増減は 2022年4月11日公表値との増減

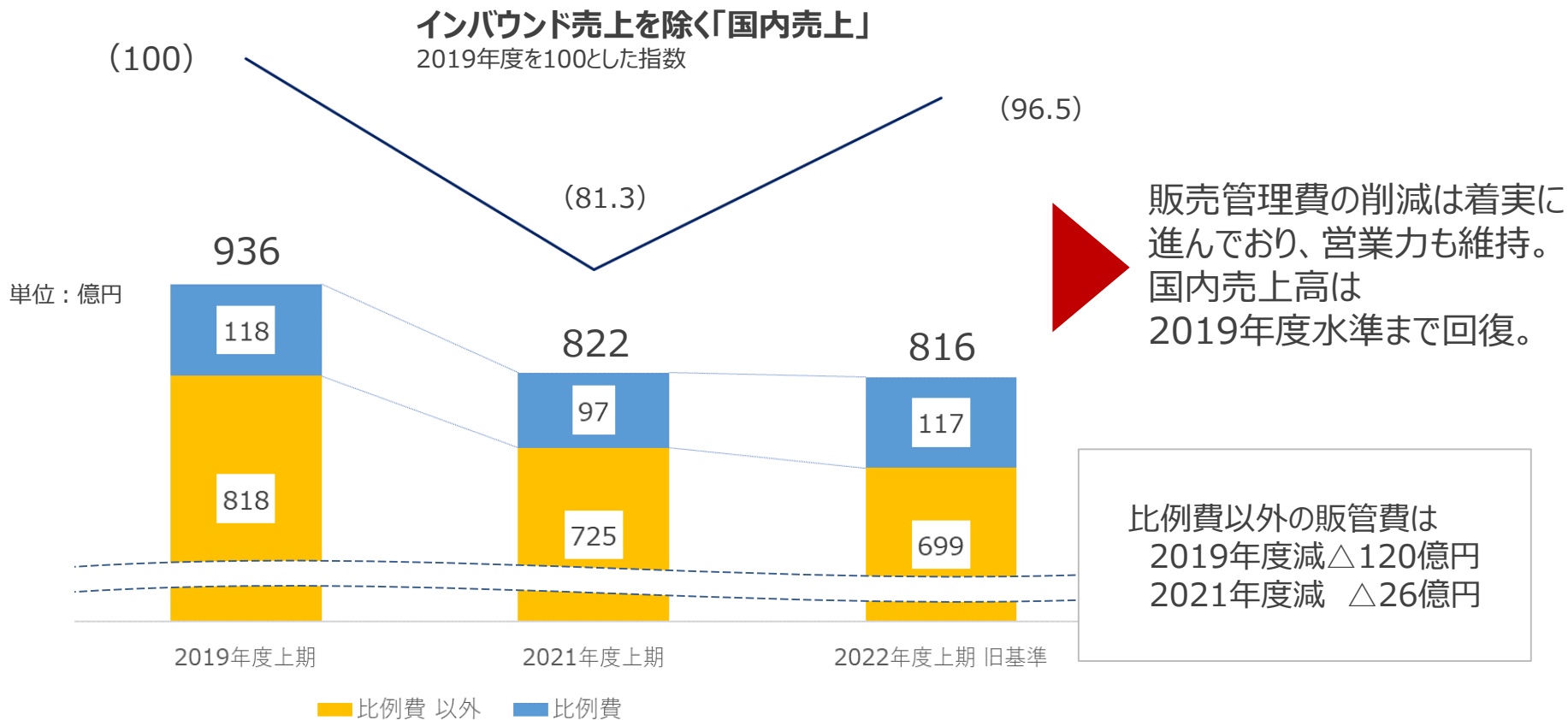
III

事業別進捗

1. 国内百貨店業
2. 商業開発業
3. 金融業

1. 国内百貨店業（大型店構造改革）

- ✓ 営業力を維持しつつ、業務効率化による少数要員体制を実現。
- ✓ 3月から実施した大阪店に加え、9月からは大型4店に拡大。
- ✓ 新体制における業務運営の定着化やMD強化が緊急課題。

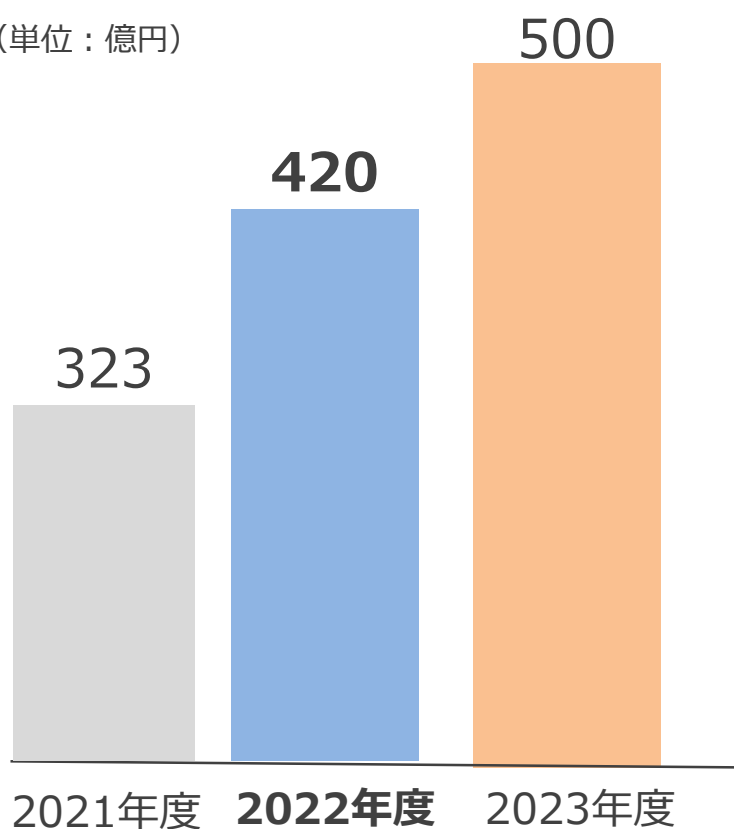


※2021年度上期の販売管理費はコロナ特損、休業影響による減少額を考慮した実質額。

1. 国内百貨店業（ネットビジネス）

- ✓ 店頭回帰で売上133億円、前年増減率△2.1%と想定を下回る
- ✓ 年度目標420億円達成には、品揃え・オペレーション見直しが急務
- ✓ 百貨店ECの特徴化発揮に向けた取り組みを推進

（単位：億円）



百貨店ECの特徴最大化に向けた取り組み

- 化粧品・特選ブランド・ギフト商材の品揃え拡充
- 店舗連動企画で独自性強化
 - ・店頭と連動した中元・歳暮などのキャンペーン実施
 - ・各店地場商材、特徴商材のネット展開
- 大型新規プロモーション企画による売上増大
 - ・ブラックフライデー開催予定
- 新規顧客の獲得
 - ・金融事業（スゴ積み）との連携
 - ・外部アライアンス強化

2. 商業開発業（まちづくり戦略の推進：流山）

- ✓ 2007年のSC開業以降、計画的な面開発により10館体制を形成
- ✓ 流山行政との連携や地域との共生により街のブランディングを推進
- ✓ 今後もシナジー発揮やサステナビリティを追求し拠点利益を拡大

周辺開発の拡充

地域密着型のまちづくりは
全10館体制

サステナビリティの追求

おおたかの森 S-C
ANNEX2

2022年6月 2施設開業



デイリーライフ拡充

GREEN PATH



高架下活用による
回遊性向上



回遊性向上によるシナジー発揮

脱炭素化推進

RE 100 EV 100



地域の防災拠点化



駅前広場（官地）
の活性化



地域参加型の
アートプログラム



持続的支援の獲得

中期目標 拠点利益 20億円規模へ

2. 商業開発業(アセットの多様化)

- ✓ オフィス・住宅など非商業アセットを加え、事業ポートフォリオを再編
- ✓ 新規開発及び既存取得により住宅事業を拡大、利益基盤を安定化
- ✓ これらの開発・運営ノウハウを蓄積し、安定アセットを拡大

オフィスビル開発

『日本橋三丁目スクエア(オフィスビル)』
21年竣工



①高い環境性能

- ・ZEB Oriented
- ・BELS 5スター(最上位)
- ・RE100の実現



RE 100

THE CLIMATE GROUP 

②充実したBCP対策

- ・インフラ途絶時、照明・換気設備など72時間対応

住宅開発・物件取得

『仮称 大阪日本橋3丁目マンション(賃貸住宅)』
24年竣工予定



①グループ遊休地活用

- ・立地ポテンシャルを生かし、駐車場から賃貸マンションへ転換

②ノウハウの蓄積

- ・今後の事業拡大に向け、開発・運営ノウハウを蓄積
- ・既存物件の取得も同時に推進

既存住宅物件の取得



《国内非商業利益シェア》 2022年度 9.3% → 2030年度 25%へ

3. 金融業

高島屋ネオバンク・スゴ積み

- ✓ 本年6月、「高島屋ネオバンク」サービスを開始。銀行・友の会機能提供
- ✓ 同時にスゴ積み(友の会)の積立開始。来年7月から買物で利用可能に
- ✓ 顧客基盤強化による事業の軌道化と利益拡大は道半ばであり重要課題

高島屋ネオバンクの狙い



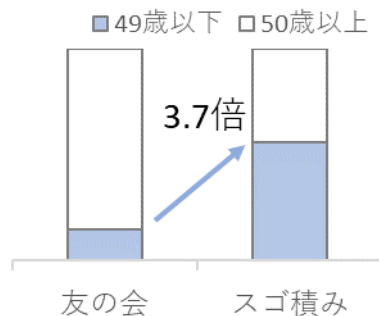
銀行機能
預金・融資・決済

スゴ積み
高島屋のスゴイ積立

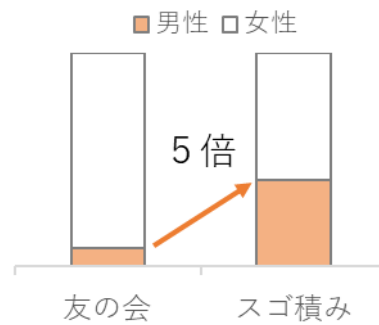
- ▶ お客様の利便性向上
- ▶ 顧客基盤強化
- ▶ 新たな金融利益の獲得

「スゴ積み」導入による会員の変化

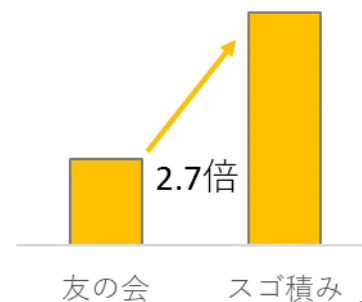
次世代顧客を獲得



男性比率が拡大



高い平均積立額



IV

財務戦略

1. 資本政策
2. ESGファイナンス

1-(1) 資本政策 2023年度(3カ年計画)財務指標の目標

- ✓ 安定性・収益性を重視し、成長投資に対応する財務基盤を確立
- ✓ 安定性・収益性を両立させる指標として、新たに E B I T D A を採用

＜安定性指標＞

- 有利子負債は、営業 C F 内での投資を前提に2,100億円以内
純有利子負債は、1,300億円以内
- 自己資本比率は、36.8%に改善
- 純有利子負債／EBITDAは、2.5倍以内 (21年度 4.6倍)

＜収益性指標＞

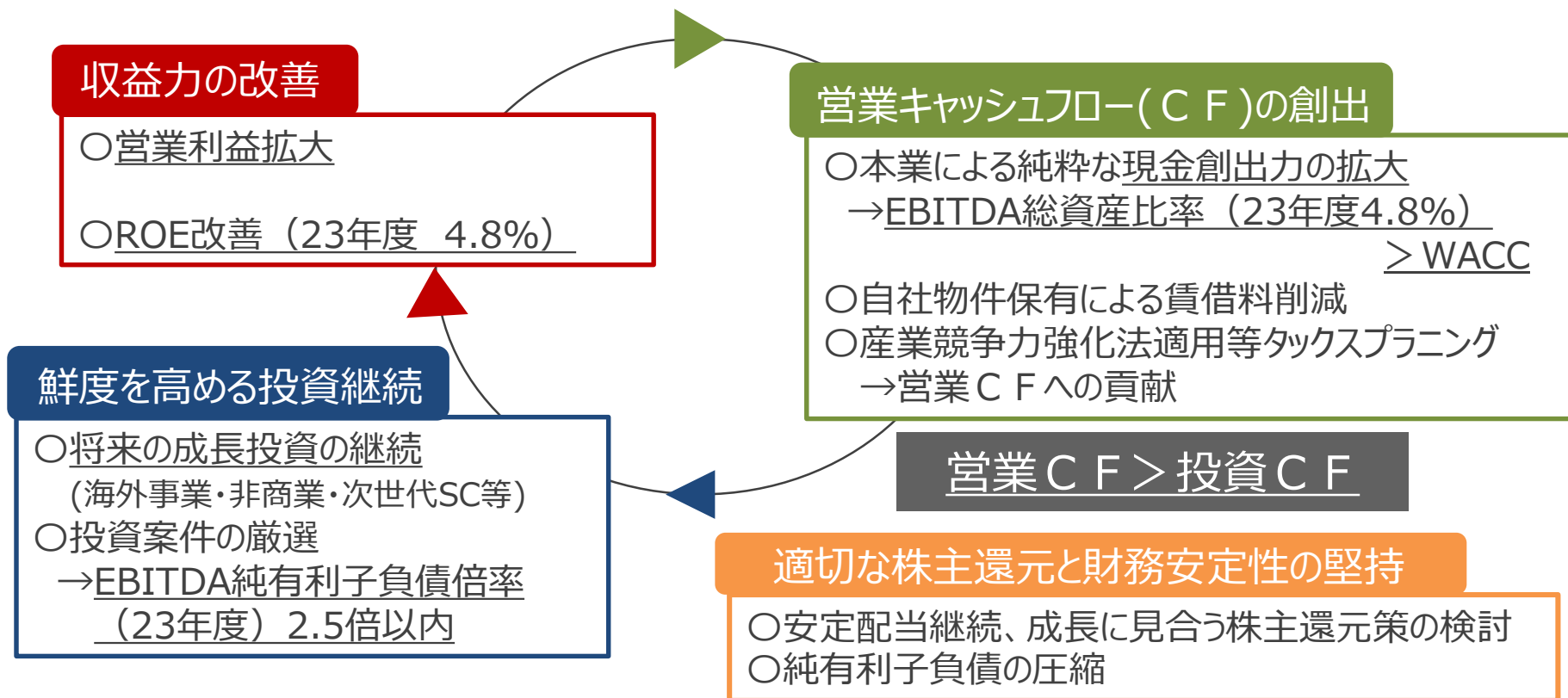
- ROEは4.8%で、コロナ前を上回る水準 ⇒さらに高水準を目標
- EBITDA／総資産は、4.8% (21年度 2.4%)

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費*
(*海外グループリース資産を除く IFRS16号調整後)

1-(2) 資本政策 中長期投資の継続によるCF創出力の拡大

- ✓ 長期的な経営の安定に資する投資を営業CFの範囲内で実施
- ✓ 「営業CF創出」⇒「投資継続」⇒「収益力改善」の好循環を確立
- ✓ フリーCFの増加を株主還元と財務改善に充当

<将来のさらなる成長と財務安定性の堅持を両立>



2 ESGファイナンスへの取り組み

- ✓ 2021年12月、「高島屋グループグリーンボンド」発行
- ✓ 2022年8月、サステナビリティ・リンク・ローン契約を締結
- ✓ 今後も環境・社会課題の解決に貢献できる資金調達を検討

高島屋グループグリーンボンド（使途限定型）



「高島屋グリーンボンドフレームワーク」策定

- I C M Aグリーンボンド原則 適合*
 - 環境省「グリーンボンドアセスメント」適合*
- *格付機関によるセカンドオピニオン取得済

サステナビリティ・リンク・ローン（K P I 設定型）

K P I の達成により優遇金利適用・未達ならN G O等に寄付

下記K P I が格付機関等より「野心的で適当」と評価

重要課題	KPI	2025 年目標
ダイバーシティ推進	■ 女性管理職比率	35.4%
働き方改革推進	■ 有給休暇取得率	80.0%
廃棄プラスチック削減	■ 廃棄プラリサイクル率	99.0%
	■ 廃棄総量削減（2019年比）	△26.3%

ESG経営

- ① 調達資金の充当状況のモニタリング
- ② K P I 達成に向けた取り組み強化

持続可能な社会実現

事業活動（資金調達）

ESG重視の投資家に向けた発信の継続

- ① **投資家層の拡大**
市場へのアピール
- ② 投資家層拡大に伴う、
資金調達コストの低減

参考資料

参考資料① 施設別営業状況(2021年度)

■施設別営業状況(時短営業日は含まず)

	休業開始	全日営業再開	休業日数		休業開始	全日営業再開	休業日数
大阪店	4月25日	6月21日	43日	立川 SC	4月25日	6月21日	43日
堺店	4月25日	6月21日	43日	大宮店	—	—	—
泉北店	4月25日	6月21日	43日	柏ステーションモール	—	—	—
京都店	4月25日	6月21日	43日	岡山店	5月16日	6月1日	5日
洛西店	4月25日	6月21日	43日	岐阜店	—	—	—
日本橋 SC	4月25日	6月21日	43日	高崎店	—	—	—
横浜店	—	—	—	流山SC	—	—	—
タイムズスクエア (新宿)	4月25日	6月21日	43日	博多リバレイン	—	—	—
玉川SC	4月25日	6月21日	43日				

※4月25日～5月31日は生活必需品を除き休業。

※6月1日～20日は平日は全館営業、土日は生活必需品を除き休業。

※岡山店は5月16日～5月31日の期間、平日は全館営業、土日は生活必需品を除き休業。

	休業開始	全館営業再開	休業日数		
			2Q	3Q	4Q
シンガポールタカシマヤ	—	—	—	—	—
シンガポール SC	—	—	—	—	—
上海高島屋	—	—	—	—	—
タカシマヤベトナム	5月31日	10月8日	31日	92日	7日
サイゴンセンター	5月31日	10月8日	31日	92日	7日
サイアムタカシマヤ	7月12日	8月31日	—	51日	—

※タカシマヤベトナム5月31日から生活必需品を除き休業。7月5日から10月5日まで全館休業。10月6日から一部営業再開。

※サイゴンセンターは5月31日から10月3日まで生活必需品を除き休業。10月4日から一部営業再開。

※サイアムタカシマヤは7月12日から8月31日まで生活必需品を除き休業。

参考資料② 国内百貨店月次売上の推移

		上 期							下 期							年度計	
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期計	9月	10月	11月	12月	1月	2月	下期計		
2022年度	2022年3月~ 2023年2月	前年比	+7.8%	+22.0%	+55.2%	+10.8%	+11.1%	+25.7%	+19.6%								
		2019年度比	△9.9%	△9.8%	△5.2%	△5.2%	△6.2%	△9.2%	△7.5%								
2021年度	2021年3月~ 2022年2月	前年比	+26.6%	+140.3%	+45.6%	+1.7%	+3.8%	△10.0%	+19.8%	△0.8%	+4.9%	+8.7%	+9.4%	+20.8%	+3.8%	+7.9%	+13.0%
		2019年度比	△16.5%	△26.1%	△38.9%	△14.5%	△15.6%	△27.8%	△22.7%	△35.0%	+7.6%	△3.9%	△2.2%	△11.5%	△1.1%	△8.5%	△15.5%
2020年度	2020年3月~ 2021年2月	前年比	△34.0%	△69.2%	△58.1%	△16.0%	△18.6%	△19.8%	△35.4%	△34.4%	+2.6%	△11.6%	△10.6%	△26.7%	△4.7%	△15.2%	△25.2%
2019年度	2019年3月~ 2020年2月	前年比	△0.0%	+0.5%	+0.2%	+1.4%	△0.0%	+4.7%	+1.1%	+31.6%	△18.9%	△4.8%	△5.2%	△3.6%	△12.3%	△2.9%	△0.9%

参考資料③ 「新収益基準」について

- 消化売上高は、「商品利益額相当額」を「売上高」に計上することとなり、営業収益は大幅に減少。
- 顧客から受領する配送料金は「販管費への戻入」から「売上高」に計上変更。
- テナントからの共益費や光熱費の入金は、「販管費への戻入」から「その他営収」に計上変更。
- 自社ポイントは従来、2000ポイントごとに営業費に計上していたが、新基準では売上に伴いポイントを付与した時点で使用見込み分を「売上から控除」に変更。
- 未回収商品券は最終未回収率予想での雑収入計上から、一定期限経過後の残高を一括で雑収入に計上。
(従来の予想未回収率は低めに見積もっていたことから雑収入計上額は好転)