

三越伊勢丹ホールディングス

2025 年 3 月期 第 1 四半期 WEB 説明会 質疑応答要旨

日時：2024 年 8 月 9 日（金）15:30-16:30

Q：他社のプラス要因はインバウンドだけだが、御社は国内も伸びていた。国内が強かった背景は？

A：都心の基幹 3 店舗の売上が好調。例えば新宿店、銀座店を中心に行っているリモデルについて。新宿は 3 月にルイヴィトン紳士をメンズ館 2 階に、銀座は 6 月にオープンしたエルメスが好調。直近でもいくつかラグジュアリーブランドがオープンしたがいずれも国内顧客含めて好調。ブランド側の日本への商品供給が増え、当社が良い顧客と繋がっていることを評価し、商品供給をして頂いている。こうした要因を加味して今回上方修正をしている。

Q：地方店について今回、予測を据え置いた理由は？

A：地域各社は昨年度過去最高の営業利益 66 億円、今期は+21 億円で 87 億円の計画。今回 1Q の実績を足すと営業利益の前年比較は+20 億円であり、年度計画達成の確度は高い。拠点ネットワークなどの取り組みも進んでいる。今後にも必要に応じて見直していく。

Q：地域の業績で濃淡はあるか？

A：好調なのは岩田屋三越、札幌丸井三越、名古屋等で、大都市圏が強い傾向。

Q：外商やエムアイカード上位顧客の中で、投資家等の顧客層はこの経済環境の中で今後、影響は出ないか？

A：7 月末時点では大きな影響は出ていない。今後大きな変化があるようであれば場合は、こうした機会でお話しさせて頂く。

Q：海外は米国三越を中心に上方修正、その背景と 2Q 以降の見通しは？中国についても赤字になっているがどうか？

A：海外の決算期は 1 月からなので今回の決算は 1 月～3 月分。それ以降の分についても手応えを感じている。中でも米国のオーランドは昨年度リモデルした効果もあり増収増益。中国は天津 2 店舗を 4 月、上海を 6 月に閉店している。今後は米国と東南アジアが中心となっていく。

Q：総額売上で 400 億円上方修正しているが、その内訳を確認したい。

A：首都圏三越伊勢丹が 355 億円。うち 219 億円がインバウンド、残り 136 億円が日本人。45 億円が海外事業。

Q：百貨店の科学が進捗していると聞いたが、内容を教えて欲しい。効果はまだ一巡してしない？

A:百貨店の科学は、首都圏と岩田屋三越が先行している。その他の地域会社は今期から組織や要員の改革が効いてきている。人件費は、ベースアップなどで処遇の向上をしているが、一方で欠員補充の抑制などで絞っている。今後もこの傾向は続く。

Q：クレジット・金融について。昨年後半から経費コントロールの効果が出て来たとのことだが、1Qの進捗と通期のアップサイドについて教えて欲しい。

A：金融事業強化や将来に向けた仕込みを進めながら、昨年下半年からの収支構造改革の効果やカード全体の扱い高増加があり、1Qで大きな増益ができた。この後は年度末にエントリカードを発行したり、新たな金融サービスも計画していく。ただ、1Qの増益額が年間で4倍されるわけではない為、今回はあえて業績修正はしていない。

11月に今後の金融事業計画を開示させて頂く。

Q：金融事業の収支構造改革は具体的にどんなものがあるか？

A：エムアイカード社の要員の効率化やカード獲得の販促部分などを中心に収支構造改革を進めている。

Q：金融事業の今後に向けた費用は4Qから多くなるのか？

A：昨年は基幹システム投資を行ったが、本年度はそこまで大きな経費増加の計画はない。

Q：インバウンドの売上について、2Q以降抑えめに見ている背景は？先行きのインバウンド売上の考え方を外部環境含めて教えて欲しい。

A：インバウンド売上は4月145億円、5月170億円、6月167億円、7月164億円と当初想定より好調だった。肌感覚として5月、6月は良すぎた面もある。足元でも天候影響や地震などがあり、為替や世界的な経済の減速等の先行きが不透明な中、一定の確からしさということで月150億円、年間1,800億円とした。また、当社の顧客の特性として若干の円高で急に購買が弱くなるとは思っていない。様々なシナリオを想定する中、月150億円を計画している。

Q：販管費は1Qのマイナスに対し、2Q以降の増加額を見ると、経費を「使う」ように見える。明確に見えているものはあるか。

A:必要な投資は計画通り着実に行うし、全体感としてはやや余裕を見ている面もある。年間計画の中では売上連動経費を大きく増やしているが、カード手数料、物流費、水光熱費等はやや保守的かもしれない。「ここに使う」というより、インフレなどの影響も踏まえ、多少余裕を持って数字をおいている。

Q：1Qで季節的に強く出た項目はあるか？

A：季節的には特にはない。従来との差だと、収益認識基準の影響で百貨店の中元の利益が2Qに移っているが、前年とは変わらない。季節的な与件があれば計画に既に織り込んでいる。

Q：百貨店の科学について、三越伊勢丹は売上が14.5%増加しているが、販管費がほぼ横ばいと素晴らしい。始めてから一巡以上していると思うが、まだ効果は出るのか？

A：要員補充を抑制していることと、セットで外部委託費も削減している。またグループの宣伝機能をスタジオアルタに移管しているが、宣伝費の効率化の効果も効き始めている。

Q：その他セグメントの利益は減益の子会社もあるが？

A：エムアイフードスタイルは原材料の高騰などもありやや苦戦している。三越伊勢丹システム・ソリューションズなどは年間でみると計画は達成する見通し。

Q：円高によるインバウンドの影響について。8月も単月でインバウンド150億円以上の売上は問題ないか。ラグジュアリーは5~6月に価格改定をしていたが、1ドル145円くらいだとまだ価格優位性がありそうだが、135円位ではなくなりそうで、その場合のリスクは？

A：8月は来日するのがファミリー層が多いなど他の月と少し異なる与件があり、今までの強さほどではないと想定する。為替感応度が当社にどれくらいあるかは明確には出せないが、急激な円高は一定の影響はあると思う。但し当社のお客さまとの繋がりを踏まえ、ブランドが積極的に商品供給頂いていることはポジティブ。今年度末から外国人向けアプリを導入し、海外顧客とも個で繋がることでインバウンドを一過性でない識別顧客にしたい。

Q：5月は労働節も、値上げ前の駆け込みもあった。現在のベースも変わらない？

A：7月までは変わっていない。8月はこれからと思っている。

Q：売上総利益率は前年に比べ0.1%下げている。ラグジュアリーが好調だとMDミックスの関係で落ちそうだが、それほど影響がないのは、新宿店等の高差益率の店舗があるから？

A：言われた通りと思う。決算説明資料の粗利は旧基準だが、三越伊勢丹の差益率は、新宿店等基幹店の好調もあり、微減に留まっている。

Q：売上総利益率は損益計算書上では1Qで2.6%の改善。通期でも今回2.22%の改善とのこと。粗利益改善の要因と持続力について教えて欲しい。

A：要因は2つあり、一つは現状の収益認識基準では、差益だけが売上に計上される消化仕入れ商品のシェアが高まっているため、2つ目は事業ミックスで、総利益率の高いエムアイカードや米国がシェアが上がると全体の粗利率があがる。

Q：11月の新中計発表、財務、資本政策について可能な範囲で教えて欲しい。またCFOとして注力していることを教えて欲しい。

A：従来、当社は営業利益志向がやや強く、当期純利益やバランスシートへの目配りが不十分な面があった。減損等特損も多く、当期純利益が不安定だった為、株主還元も必ずしも十分でなかった。CFOとして当期利益・バランスシートコントロールは強く意識している。

キャッシュアロケーションへの目配りをしながら将来の計画を明確にしていきたい。

次期中計は6ヶ年で計画しており、前半と後半に分けている。前半ではまち化への準備を進めていくが、キャッシュには少し余裕が出てくるので、株主還元を強化しながら成長投資とのバランスを取っていく。後半も一定の株主還元を続けながら、まち化など将来に向けた投資も強化していく。

Q：インバウンドの傾向について。LUXが強いのは理解しているが。ここ1年で、商品領域や年齢等、属性で変化があれば教えて欲しい

A：ここ一年では大きな変化はないが、コロナ前後で大きく変わった。コロナ前は中国の団体客が多く低単価の化粧品が多かった。今、客数はコロナ前の9割までしか戻っていないが、売上はコロナ前の最高売上の約800億円が、今回1800億円を発表しており倍以上。商品内容をご存じの通りラグジュアリー中心なので、それだけ客単価は大きく上がった、ということになる。

Q：岩田屋三越の好調について。インバウンドは好調と理解しているがどうか。

A：インバウンドが好調で、特に韓国、台湾のお客さまが多い。CEOの細谷が岩田屋三越社長時代、高感度上質を感じていただける店づくりを進め、外商を中心とするCRMの改革や、現在の百貨店の科学の元になった構造改革を先んじて実施してきたことで高収益の企業基盤が構築された。現在も従業員が自ら考え自走するスタイルが定着しているということが好調の要因だと考えている。

以上