

三越伊勢丹グループ 20年3月期決算説明会



三越伊勢丹ホールディングス

2020年5月11日

この度の新型コロナウイルス感染症に罹患された方とご家族、関係者の皆さまにお見舞い申し上げるとともに、亡くなられた方々に心よりご冥福をお祈りいたします。また、医療機関に従事される方々をはじめ、感染拡大防止に日々ご尽力、ご協力されている皆さまに深く感謝申し上げます。

+++++

新型コロナウイルス感染症の収束の兆し、その後の景気回復動向が見通せない中、2021年3月期の通期連結業績予想につきましては、不確定要素が多く合理的な予測をすることが困難であるため、現時点では未定とさせていただきます。

今後の開示スケジュールにつきましては後述。

1. 2019年度(20年3月期)実績
2. 新型コロナウイルスの影響
3. 中期経営計画への対応
4. コーポレートガバナンス



(億円)	2019年度	対前年		対11月計画	
		増減率	増減額	増減率	増減額
売上高	11,191	▲6.5%	▲776	▲6.0%	▲708
売上総利益	3,227	▲7.3%	▲255	▲7.3%	▲252
販売管理費	3,070	▲3.8%	▲120	▲3.5%	▲109
営業利益	156	▲46.4%	▲135	▲47.7%	▲143
経常利益	197	▲38.2%	▲122	▲34.1%	▲102
当期純利益	△111	—	▲246	—	▲251

連結業績(第3四半期累計・第4四半期)



(億円)	2019年度 第3四半期(累計)	対前年 増減額	2019年度 第4四半期	対前年 増減額
売上高	8,752	▲264	2,439	▲511
売上総利益	2,534	▲109	692	▲146
販売管理費	2,323	▲66	746	▲54
営業利益	210	▲43	△54	▲92
経常利益	230	▲37	△33	▲84
当期純利益	78	▲35	△190	▲210

国内百貨店売上高前年差(既存店ベース)



(億円)	1月	2月	3月	1~3月計
国内外情勢	・1/19 コロナウイルス報道 ・1/23 武漢封鎖	・2月初旬 ダイヤモンドプリンセス号報道 ・2月中旬 外出自粛要請	・3/2 小中高一斉休校 ・3/12 パンデミック認定	—
日本人顧客	▲41	▲50	▲244	▲335
外国人顧客	+12	▲44	▲58	▲90
国内百貨店計	▲29	▲94	▲302	▲425

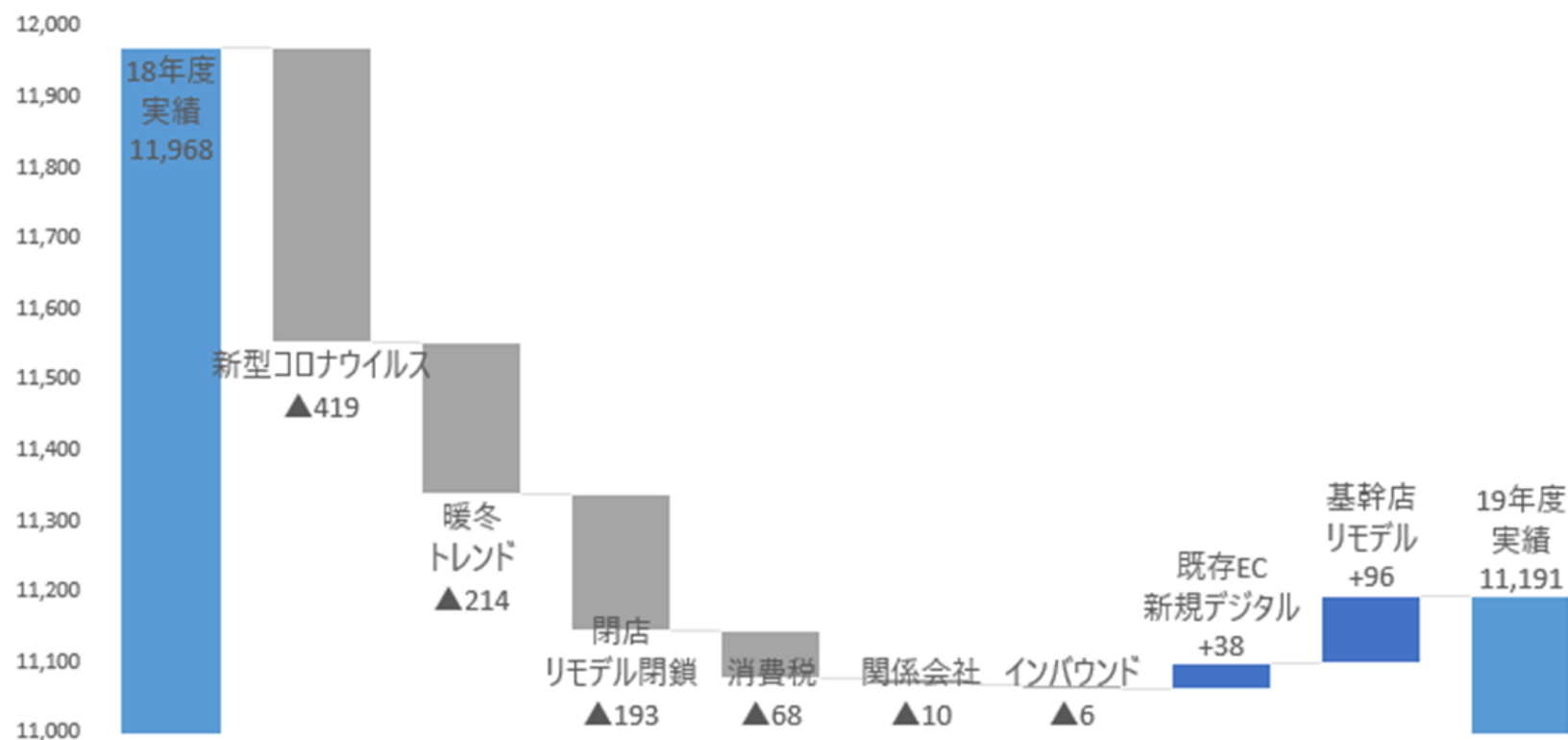
特別損失の内訳 (第3四半期累計・第4四半期)



(億円)	2019年度 第3四半期(累計)	2019年度 第4四半期	2019年度 実績
固定資産処分損	26	16	42
店舗閉鎖損失	14	55	69
減損損失	4	104	108
事業構造改革費用	87	1	89
投資有価証券評価損	—	7	7
合計	133	184	318

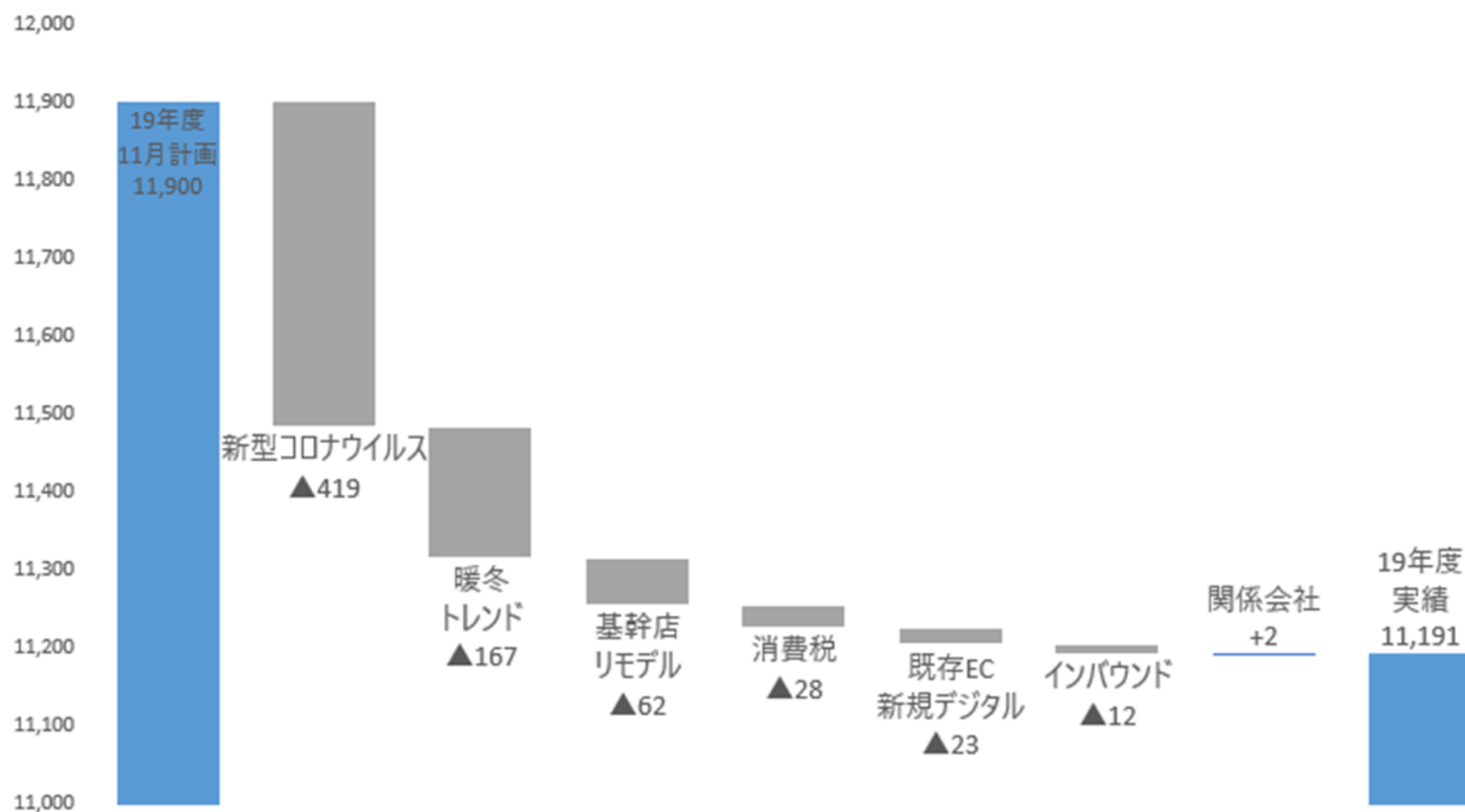
前年との増減要因

(億円)



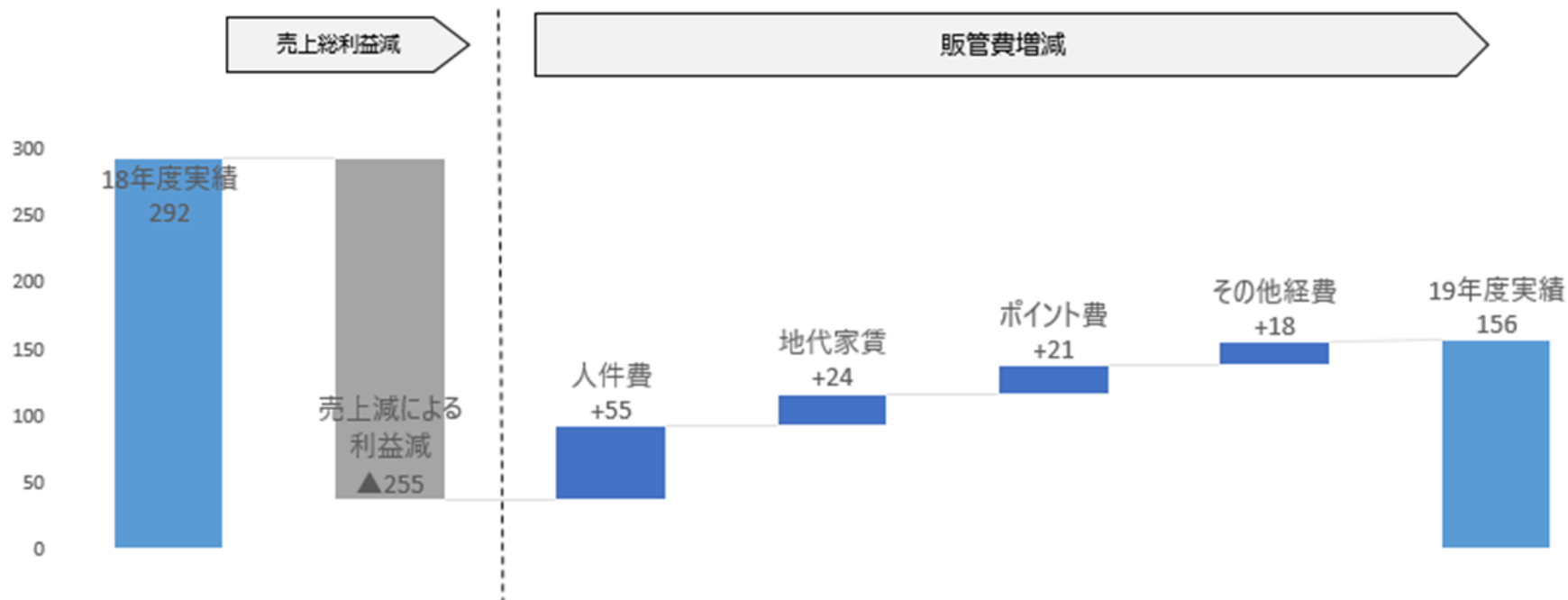
11月計画との増減要因

(億円)



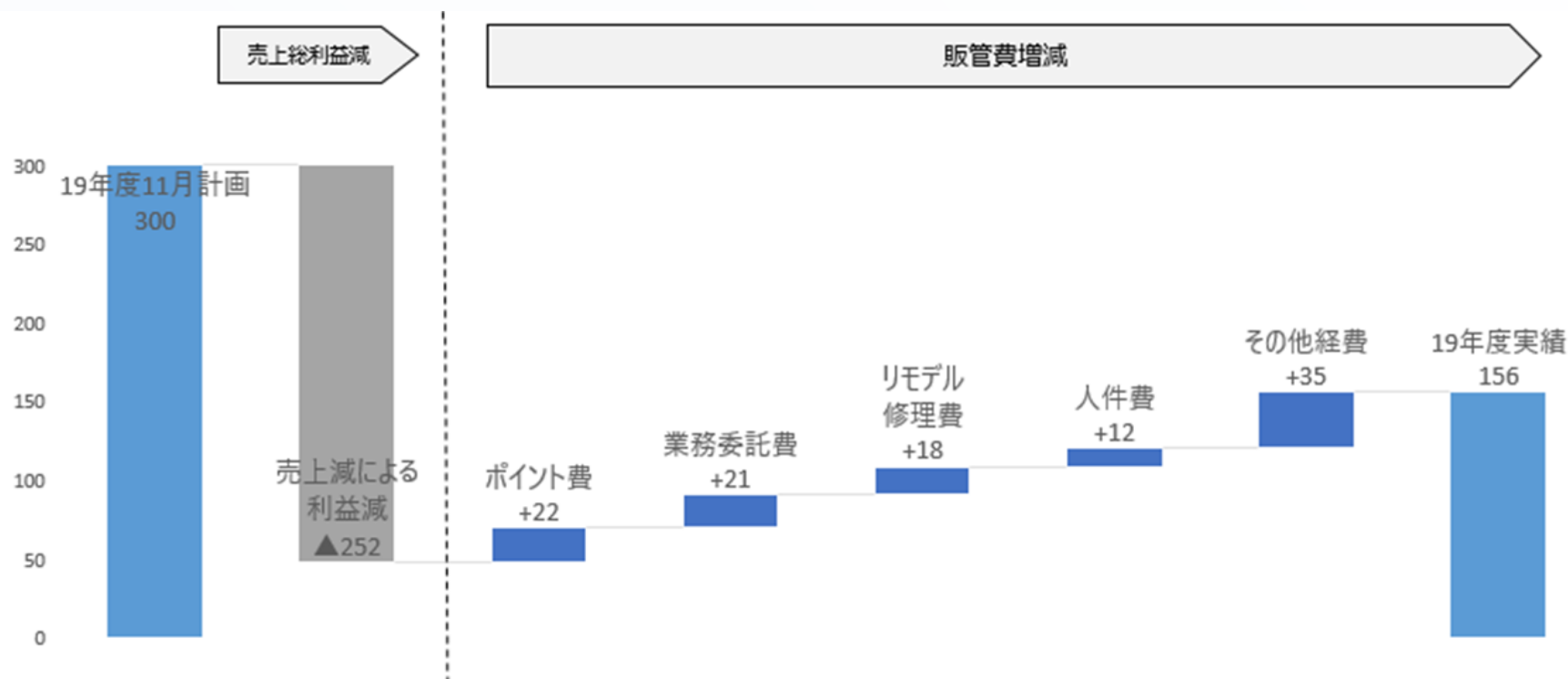
前年との増減要因

(億円)



11月計画との増減要因

(億円)



連結業績(セグメント別)



(億円)	売上高	営業利益		
		実績	対前年 増減額	対11月計画 増減額
百貨店業	10,355	22	▲131	▲137
クレジット・金融・友の会業	385	56	▲7	▲3
不動産業	353	59	▲18	+1
その他	824	16	+19	▲0
合計	11,191	156	▲135	▲143

* 合計には調整額を含んでおります。

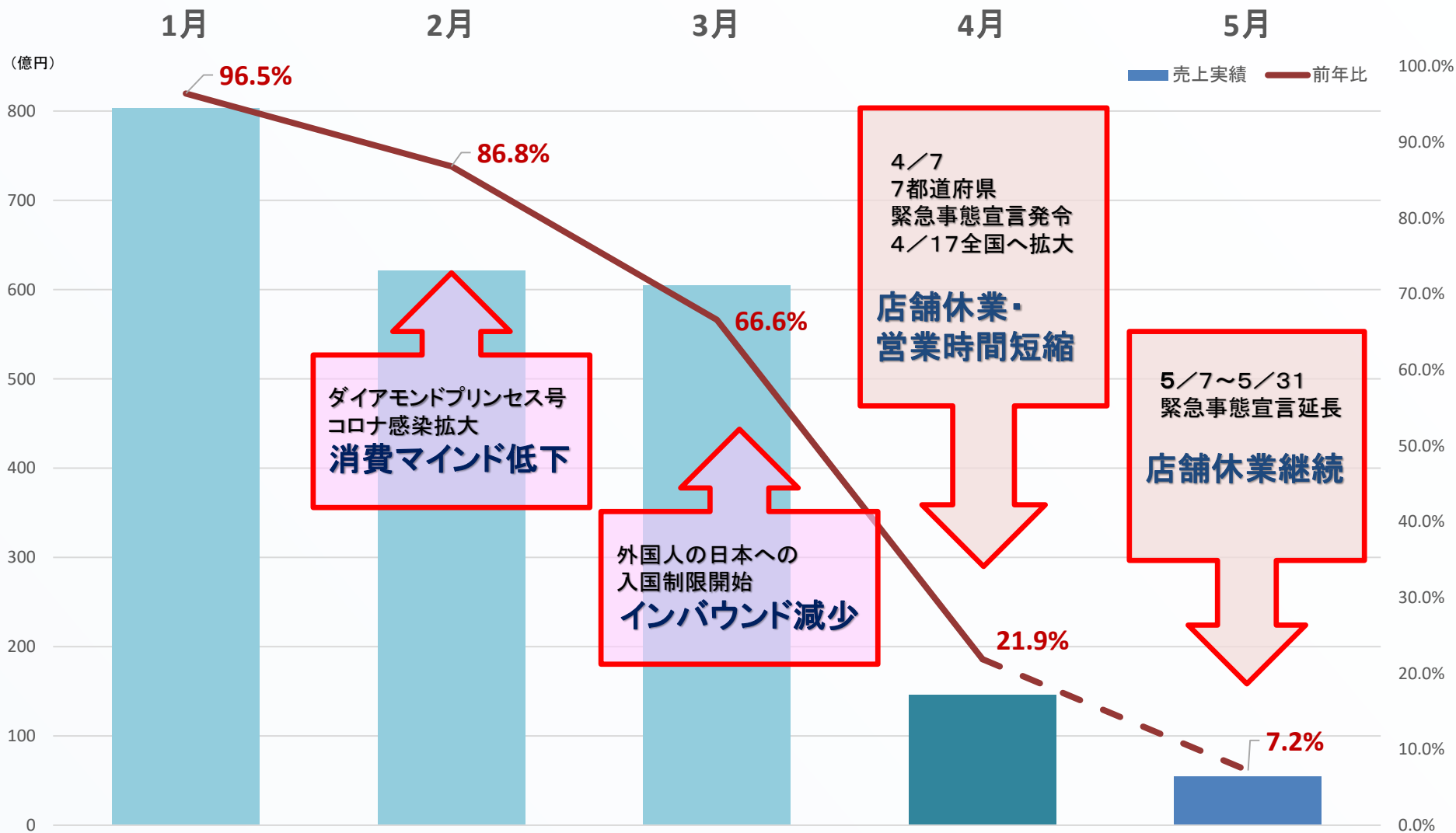


1. 2019年度(20年3月期)実績
- 2. 新型コロナウイルスの影響**
3. 中期経営計画への対応
4. コーポレートガバナンス

新型コロナウイルスの影響



新型コロナウイルス感染症による売上影響



当社へ与えるインパクト

◇感染防止のための臨時休業

◇外出自粛における
消費の低迷

◇渡航制限・自粛による
訪日外国人減少

◇世界的感染の長期化

◇コロナ対策コスト増

◆全店休業

売上 Δ 90%以上

利益影響 Δ 150億円/月

◆外出自粛による消費減

売上 Δ 30~40%

利益影響 Δ 30~40億円/月

◆景気低迷長期化

売上 Δ 10~20%

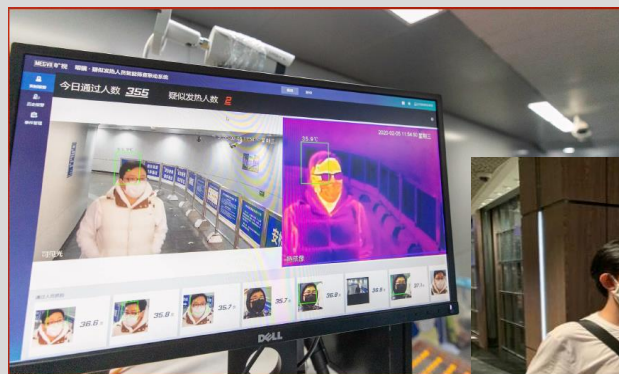
利益影響 Δ 0~10億円/月

◆安心・安全対策費用

10~15億円

営業再開に向けた対応①

お客さまの「安心・安全」に関わる対応



入店時検温のためのサーモグラフィー



店内環境整備

営業再開に向けた対応②

従業員の「安心・安全」に関わる対応



再開時

入館時の検温、マスクの
配付・着用

順次

ロッカーや社員食堂の
環境整備

1. 2019年度(20年3月期)実績
2. 新型コロナウイルスの影響
3. 中期経営計画への対応
4. コーポレートガバナンス

3ヶ年計画(2019～2021年度)の全体像

成長戦略

1. 小売ビジネスモデルの革新

- ①店舗モデル改革
- ②オンラインとオフラインのシームレス化
- ③CRM・マーケティング政策

2. 不動産事業の拡大

3. 構造改革

今後の修正点

- ①リモデル等の計画絞り込み
- ②③については計画通り推進
- コロナ影響に対する追加デジタル施策（後述）

計画一部見直し
（長期開発案件は継続）

一層のコスト削減・投資抑制、
収支構造改革の継続

新型コロナウイルスによりもたらされた変化

新しいコミュニケーションの
在り方

安心・安全重視

デジタルシフト
の加速

生活様式・働き方・
消費行動の変化

コロナ影響を踏まえたデジタル強化ポイント

＜中期(3ヶ年)経営計画＞

従来通り

シームレス化の推進により
「最新・最高の顧客体験」「新たなオンラインビジネス」の提供

顧客情報をベースに、
CRM・マーケティングの強化



追加取組

◆EC事業の強化

- ・シームレス(オンライン⇔店舗)に加えて、EC単体の強化

◆One to Oneサービス拡充

- ・お客さまと当社の販売員が直接つながる仕組み作り

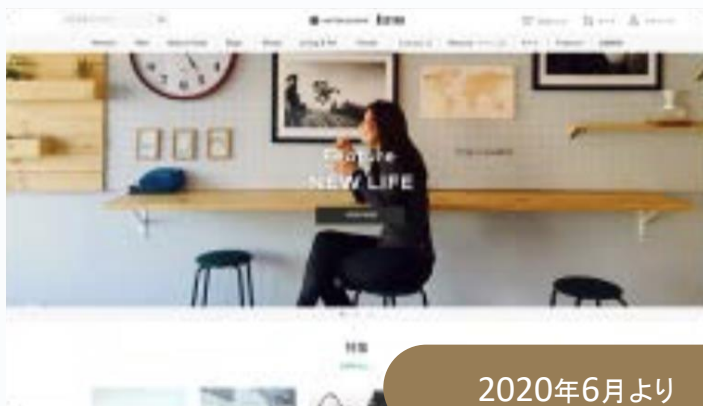
◆安心安全の提供

- ・デジタルを活用した「安心・安全なお買物」の提供

All in One オールインワン ・ ・ ・ E C 事業の強化

「いつでも手の中に三越伊勢丹を」をコンセプトとして、スマートフォンから三越伊勢丹にいつでもアクセスできるようになります。

POINT1

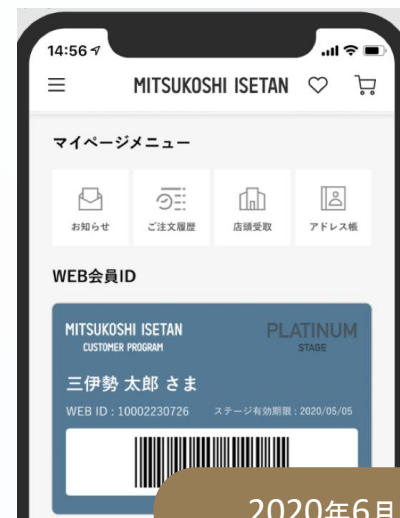


2020年6月より

ECと情報の融合

三越伊勢丹に関する商品やイベント情報を一元化し、より快適にアクセスができるようになります。サイトデザインも一新します。

POINT2



2020年6月より

三越伊勢丹シームレスアプリの誕生

WEBサイトだけではなくスマートフォンに最適化されたアプリも同時にローンチします。マイページなど様々な便利機能をご利用いただけます。

デジタル強化ポイント



One to One ワントゥワン

ご自宅であってもスタイリストがお客さま一人ひとりにおもてなしできる体制を創造するために、下記の取り組みを優先的に強化して取り組んでいきます。

ご自宅でも
最適な
接客

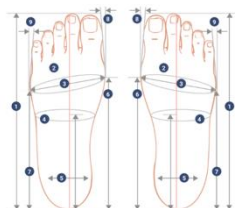


ご自宅でもチャットで相談できる

プロや馴染みのスタイリストに相談をしたい時には来店をせずに気軽にスマートフォンからチャットを活用。

ご自宅でも
最適な
サイズ

	左足	右足	左右差
25.5 D	25.0 2E		
① 足長	252.8mm	251.7mm	1.1mm
② 足囲	235.4mm	244.4mm	-9.0mm
③ 足幅	98.8mm	102.7mm	-3.9mm
④ インステップ長さ	242.5mm	249.9mm	-7.4mm
⑤ かかと幅	62.3mm	62.2mm	0.1mm
⑥ 内踵まです長	165.2mm	189.0mm	-23.8mm
⑦ 外踵まです長	165.2mm	166.1mm	-0.9mm
⑧ 第一趾角度	10.3°	9.2°	1.1°
⑨ 第五趾角度	10.3°	13.8°	-3.5°

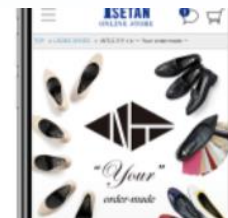


一度3D計測をすればサイズに悩まないEC購入

婦人靴や紳士靴で導入済みの3D計測サービスを使えば、お客さまの足のサイズに合う商品が提案されます。

ご自宅でも
最適な
情報

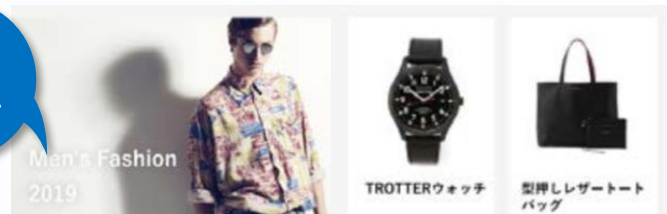
店頭でもオンラインでも
一人ひとりに最適な提案



嗜好に合った最適な情報をレコメンド

アプリのお知らせBOXにはお客さまの過去の購買データや、関心度から解析し最適な情報をお届けいたします。

ご自宅でも
最適な
商品



ぴったりの物が見つかるECの幅広い品揃え

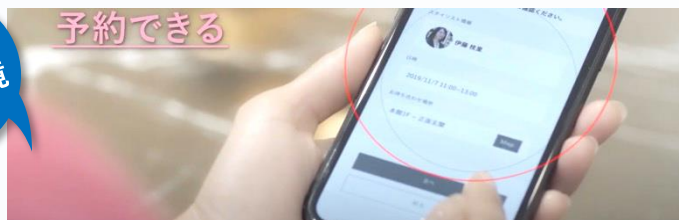
欲しいものがいつでもシームレスサイトで見つかるようにオンライン上の品揃えを優先的に強化していきます。

Safety and Security 安心と安全

今後順次リリース予定

これからの時代を見据え、安心と安全が担保された中で最高の顧客体験を提供するために、シームレス化の取り組みの中でも下記を優先的に強化して推進をしていきます。

安全な
店内環境



事前に予約を頂き安全な環境でお迎え

ご都合の良い時間に合わせて、事前にお品物を御用意し、清潔な環境を整えてお迎えいたします。

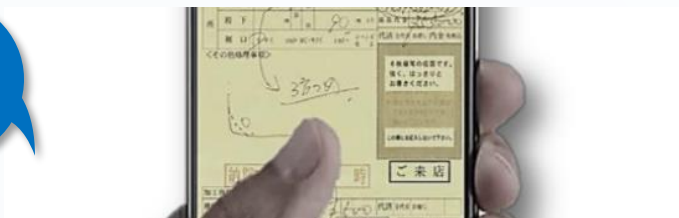
店頭接点
を減らす



非対面での承りを拡充

事前決済等により、店内で接するスタイリストの人数を、半減させる事ができます。

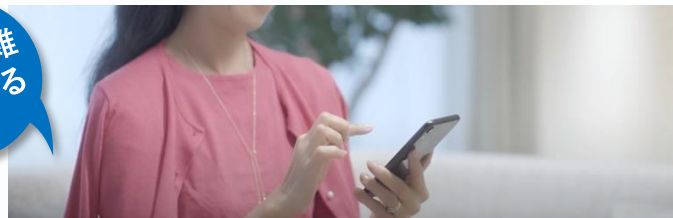
店内滞在
を短縮



あらゆる伝票を電子化し滞在時間を短縮

配送伝票、加工伝票、お取り置き伝票など伝票作成にかかる時間をスマートフォンを活用して短縮をしていきます。

店頭混雑
を避ける



混雑情報で店内の様子を事前に知る

伊勢丹新宿店の混雑時間を避けてゆっくりお買い物をするためにアプリから来店タイミングを検討できるようにします

デジタル関連目標・KPI

	2020年度 当初目標	修正・強化
①統合サイト・アプリ	20年4月 ローンチ	20年6月
②オンライン 売上	250億円 ※シームレスの店頭増加分除く	<u>上方修正</u>
③デジタルID	130万 ID	計画通り
④掲載型数	150,000型	計画通り

追加コスト削減（経費の見直し）

<当初 20年度削減計画値>

19年度⇒20年度
販売管理費△120億円削減

<宣伝費・ポイント費> +20億

既存宣伝費削減△20
デジタル・シームレス/CRM・ポイント費+40

<地代家賃> △15億
賃貸物件集約等 *IFRS影響を除く

<人件費等> △100億
内製化推進・採用抑制

追加経費削減策を検討・実施

広告費・催物費・装飾費の
追加削減

売上に連動しポイント費減少

休業期間中の家賃削減要請、
リモートワーク化推進

役員賞与返上、
その他人事施策

投資の抑制

<当初 20年度計画値>

19～21年度 投資額1,440億円
内20年度 約500億円

<百貨店リモデル> 170億
首都圏・地域・海外

<LCC> 170億

<システム> 60億
デジタル化推進・基幹システムリプレイス

<カード・不動産他> 100億
インフラ整備・資産の組替え等

計画の見直し

* 直近の利益につながるものは実施

縮小・凍結

* 要員効率化に向けたリモデルは継続

不急なものは延期

計画維持

カード法対応は継続
不動産は一部縮小・凍結・延期

資金確保

当面の事業継続に必要な手元流動性の確保

CP300億円の追加発行済み

コミットメントラインの追加設定

【本日】 2020年3月期決算発表

【7月末(予定)】 2021年3月期第1四半期決算発表
2021年3月期通期業績予想発表（予定）

【11月(予定)】 2021年3月期第2四半期決算発表
中期経営計画修正発表（予定）

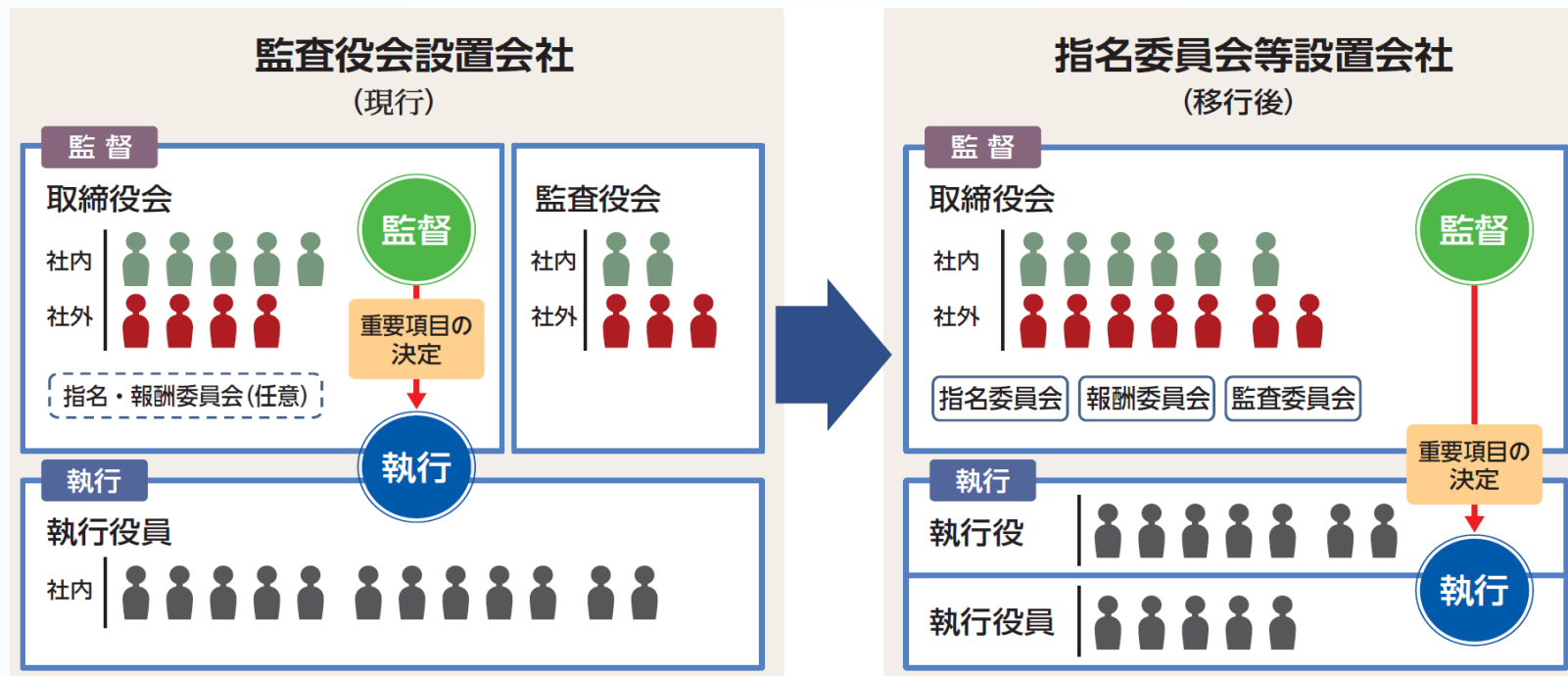
*** 新型コロナウイルス感染症の収束状況等により変更となる可能性があります**

1. 2019年度(20年3月期)実績
2. 新型コロナウイルスの影響
3. 中期経営計画への対応
4. コーポレートガバナンス

企業統治体制移行について

監査役会設置会社 ⇒ 指名委員会等設置会社へ

- ◆経営における監督と執行の分離をより明確化
- ◆執行のスピードアップ
- ◆取締役会による監督機能の強化



本資料における情報の中には、将来の見通しに関する事項が含まれる場合があります。この事項は、当社が開示時点で入手可能な情報に基づき合理的に判断した予想であり、様々なリスクや不確実性を含んでおります。従って、実際の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の要因により見通しと異なる可能性があります。