

株式会社高島屋 2023年2月期 第2四半期決算説明会 質疑応答要旨

2022年10月11日（火）に開催した決算説明会での質疑応答での回答要旨です。

<連結>

当社の優良な顧客基盤からすると従来から大口受注はあっても違和感はない。そうした中、大口受注や円安による為替影響が特殊要因とのことであるが、利益のインパクトを教えてください。

○今回の特殊要因は、利益規模で20億円強と従来規模より大変に大きい。そのうち、為替影響は5分の1程度である。

今回、通期の営業利益計画を255億円に上方修正したが、3カ年計画最終年度である来期の300億円に向けた手応えについて教えてください。また株主還元について、今回あるいは次の中計において、たとえば増配などを期待しても良いのか。

○中計300億円の手応えは、今期255億円で、手の内に入ってきてはいるというものの、一番重要なのは、百貨店の営業力が毀損されずに、しっかり利益を出せるかどうかである。ここは引き続きやっていく。

○安定配当が基本的な考え方である。実際、新型コロナウイルス禍で赤字を計上しながらも、当社は安定的に配当してきた。まずは本年度の年末商戦をはじめとする消費動向や新型コロナウイルスによる今後の状況をしっかりと見極めながら、来期以降の株主還元についても総合的に判断していきたい。

上期と下期の営業利益は、連結で見るとほとんどイコールである。通常のパランスからすると、下期はもう少し利益が出てほしいと思う。上期の実績に対して下期の売上と利益は、どのような計画なのか。

○上期は、一部大口受注があり、押し上げている。下期は新型コロナウイルスの第8波やインフルエンザとのダブル感染など不確定要素が多い。特に一番重要な11月、12月に向けて不確定要素があることも踏まえ、保守的に見ている。インバウンドについても同様、中華圏が戻ってこないと厳しい。

<国内百貨店>

店舗営業力は回復途上とのことだが、下期はどのように強化していくのか。

○今回の構造改革は、コスト圧縮だけではなく、店舗営業力をより強化していくことが大きな狙いである。そのために、3月の大阪店を皮切りに組織改正を行った。役職の階層を減らし、店経営と営業現場が一体となってお客様のニーズに合ったより良いサービス、より良い品揃えを実現する体制にした。また、間接部門のスタッフ機能を見直して、より店頭営業に注力できるようにしたことも狙いの一つである。まだ始まったばかりなので、成果発揮は途上にある。9月からは、大阪店の先行事例を基に他の大型4店に取り組みを拡大している。

コスト構造改革を進める中で、費用を前向きに使っていこうという考えはあるのか。あるいは引き続き、費用抑制を進めていくのか。

○販管費圧縮を投資に振り替えていくのは、重要なポイントと考えている。少要員体制となると、システム化による合理化も必要である。システム化については、その投資が利益に結び付いているのか、PDCAサイクルの中で検証している。効果があるものについては順次投資していく。

上期や足元9月の消費行動は、相変わらず高額品が好調、アパレルの戻りは今一つである。このような消費者の変化に対して、どのように認識しているのか。

- 消費行動については、3月以降、外出機会が増え消費マインドは活発化してきた。8月に第7波はあったが、全体を通じて外出機会が増え消費を支えている。一方、リアル店舗の店頭回帰もあり、ECの売上が低下している。
- アイテム別に見ると、やはり高額品は非常に高い伸びを示している。2019年度比でも大きくプラスである。これは外商顧客の強い購買動向によるものだけでなく、中間層も時計など資産形成的なアイテムが伸びている。一方、ファッションは、9月、10月と寒くなり、秋冬物の衣料が動き出している。しかしながら、2019年度比では大きくマイナスである。アパレルの立て直しが課題である。デイリー商材である食料品は、物価高による生活防衛的な影響が懸念される。また比較的短時間で買物を済ませようという傾向も見られる。

京都高島屋S.C.の誕生について発表されたが、概要を教えてください。

- 高島屋グループの最大の強みは、百貨店核のSC(ショッピングセンター)をつくっていることである。すでに二子玉川や日本橋などで百貨店核SCを運営している。今回、京都にも専門店ゾーンを増築し、京都高島屋S.C.とする計画である。専門店ゾーンの規模は、面積は1万3,000平米、地下1階から地上7階で、日本橋高島屋S.C.の専門店ゾーンである新館よりも少し小さい規模である。出合いをテーマにして、「アート&カルチャーを発信する館」というコンセプトで、計画を進めている。
- 具体的には、エンターテインメントや現代アート、サブカルチャーのトップランナーと言われるようなテナントを集結させて、専門店だからこそできることを百貨店と組み合わせることにより、新しい商業施設としての魅力を訴求していく。対比と調和が大切だ。

<国内外グループ>

シンガポールの状況が非常に良い、利益も出ているが、背景をもう少し詳しく教えてください。

- 入管や外出の制限が撤廃されてからは回復基調にある。しかしながら売上の中身を見ると、売上は上期を通じて、3割近いプラスとなっているが、客数の戻りが弱いという傾向がある。売れているものは高額品に偏りがある。これは、シンガポールは厳格な行動制限が長期間にわたってされていた。外国から人が入ってくる、外国に出て行くというのはこれからと見ている。好調のもう一つの要因は、やはり円安効果が利益を押しあげている。これも決算上は反映されていることも冷静に見なければならぬ。

以上