

株式会社高島屋 2023年2月期決算説明会 質疑応答要旨

2023年4月14日（金）に開催した決算説明会での質疑応答要旨です。

<国内百貨店>**今期の国内百貨店のトレンドをどう見ているのか。**

A: 好調が続いている高額品は、今後海外旅行需要が増えたとしても、当面は堅調に推移すると見ている。一方、ラグジュアリーブランドや時計は商材の確保が課題と考えている。衣料品は、百貨店を支える中間層も意識し、今後も強化していく。足元もファッションは2022年度対比で約+15%で推移しており、今後も維持・拡大していくのではないかと考えている。食料品は、食材等の値上がりなどに対して生活防衛意識の高まりによる鈍化も懸念されるが、全体としては緩やかに回復すると考えている。さらに、今後もインバウンドの増大や百貨店に求められるハレの日需要拡大などにより、増収基調が継続すると捉えている。

今期の営業力強化はどのようなものか。

A: 営業力強化に向けた投資は、品揃えの充実やサービスの向上など、結果が見えにくいものではあるが、リアル店舗の強みを活用した取り組みを従来以上に踏み込んで行っていく。現在、お取引先と組んで川上に遡ってものづくりをすることや、従来百貨店で取り扱っていなかった商品やブランドを開拓することなどに取り組んでいる。そしてアパレルや食料品など様々な商品で、新しく開発、調達した商品を機敏にリアル店舗のポップアップなどで展開し、品揃えの魅力化を図っていくことが基本的な考え方であり、そのための営業投資や人への投資を着実に実施していく。

従来に比べて百貨店でも利益が出せるという方向にシフトしてきている印象を持ったが、百貨店はこれから先も利益を伸ばしていけるという考えで良いか。

A: 大きなトレンドとしては、国内は人口減少が前提であり、国内百貨店の売上が今後右肩上がり伸びていくとは考えていない。そうした中でも、百貨店の存在意義として捉えている、「ワンストップ」「おもてなし」「文化性」という三つの要素を今日的に突き詰め、お客様への提供価値を最大化していく。これにより、高島屋グループのブランド価値の源泉である百貨店を磨き続けていく。現在、高島屋グループの将来像の議論の中で、百貨店は海外百貨店も含めて、どれくらいのシェアを有していくべきか検討している。海外百貨店、特にシンガポールやホーチミンは、将来成長を十分見込める。今後の百貨店の見方については、国内だけでなく、海外も含めて売上、利益を伸ばしていく考えである。

<商業開発>**本年10月にオープンする京都高島屋S.C.の専門店ゾーンの概要、特徴を教えてください。**

A: 四条河原町という立地条件を活かし、京都で一番の待ち合わせ場所をつくるのがコンセプトである。最も特徴的な部分は上層階にあるアート&カルチャーを発信する3店舗である。これらのコンテンツ導入の目的は3つある。1点目は京都という地域性。京都は文化庁の移転があるほか、芸術系大学が多く、伝統文化や伝統工芸、現代アートや漫画・アニメといったサブカルチャーにも携わる人が多い地域という点である。2点目は、これまでの百貨店ではできなかった業態へのチャレンジという点である。グループの強みである百貨店と専門店の融合により、体験価値の最大化をめざしていく。3点目は、リアル店舗としての魅力向上という点である。リアル店舗の魅力に磨きをかけていくために不可欠な要素である「発見」や「体験」をしていただく上で、アート&カルチャーを発信する3店舗は非常に強いコンテンツであると捉えている。これらを踏まえ、今回のMD編成、コンテンツの導入に至った。

「T8」のネーミングについては、専門店ゾーンが縦に8層フロアから構成されており、8層がそれぞれ違うテイスト、異なる環境という意味を表す「8」に、高島屋・東神開発の「T」をかけ合わせたものである。なじみやすい、覚えていただきやすいネーミングだと考えている。

東神開発の 2023 年度計画では営業利益の伸びが小幅だが、賃料回復状況について教えてほしい。

A:テナントの売上は回復基調にはあるが、出店意欲は依然冷えたままという状況が続いている。退店されるよりは、賃料を減額してでも出店を継続することを優先しており、これが賃料の回復を鈍くしている要因となっている。空室率自体は以前に比べてかなり改善しているが、前述の通り退店を抑止するために賃料を減額している実態もある。今年度はエネルギーコストがさらに上がっていくことを織り込み、今回の計画値となっている。

<成長の方向性>

来年から始まる次期中計に向けた考え方を教えてほしい。より成長を目指していくという方向性でよいか。

A:次期中計は、今のところ3カ年の計画で、来年4月の公表を想定している。考え方としては3つある。まず1点目は、コロナを経て百貨店の存在意義を見つめ直した上で、百貨店の強みや特徴を生かしていく。2点目は、グループのポートフォリオとして、現在は百貨店以外の中核事業として商業開発が中心であるが、今後は金融事業、飲食事業、建装事業といった様々な事業を組み立てていく。特に海外の百貨店は、それぞれの地域に合わせてどのように伸ばしていくかがポイントになる。3点目は、百貨店とグループ会社の関連性を強みとして生かすこと。これは他の百貨店グループにはない当社の強みだと考えている。これらの考え方に数字を合わせて、将来の高島屋グループの成長力や投資家の皆様から見たときの魅力として伝えていきたい。

本日の説明を受けて、昨年来の構造改革を中心とした取り組みから、今後は強みを再認識した上で成長に軸足を移していくという印象を受けたが、その方向感で間違いないか？

A:その認識で間違いない。本年は現3カ年計画の最終年度として、将来成長に向けた足場固めという位置付けである。現在、高島屋グループ全体の将来像を社内で議論している。事業ポートフォリオや投資計画など、来年4月公表予定の次期中計で説明していく。

<株主還元・財務>

株主還元について、DOE や配当性向はもう少し高めてもよいのではないか。配当の考え方について社内でのような議論があったのか。

A:当社では純資産を重視した経営を志向しており、配当にあたっては純資産を分母とする DOE を指標として採用することが適切と考えている。今後については、利益の蓄積によって純資産を充実させ、増配につなげていきたいと考えている。

PBR1 倍に向けて、CB 償還をどのように考えているのか

A:CB の株式転換も考慮し、PBR1 倍の考え方を組み立てている。CB 償還を 2028 年に予定しているが、その時には株式への転換価額である株価 2,180 円を一定程度超過していると想定している。実際に新株を発行すると 1 株当たりの利益は希薄化し、PBR にはマイナスに作用するが、その段階でも今の試算では時価総額の上昇により、将来的には PBR1 倍以上を維持していく考えである。

設備投資額について、説明会資料と補足資料で差異があるがその理由は何か。

A:補足資料の設備投資額は、財務諸表への数値の影響を正確に伝える観点から、投資によって資産計上されるものについて記載している。一方説明会資料の設備投資額は「総投資額」で、投資全体の規模感をご理解いただくため、投資により資産計上されるものに加えて、投融資や貸付などが含まれている。

税効果会計による当期利益の押し上げ効果は、2022 年度と 2023 年度ではどの程度影響しているのか。

A:昨年認定された産業競争力強化法の税効果は、2022 年度の第 2 四半期までで、第 3 四半期以降は実効税率ベースになっている。そのため、2023 年度は税効果を織り込んでいない計画になっている。

以上