

2023年3月期第3四半期 決算説明



エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

- ▶ 連結ベースで想定を上回って推移し、営業利益が通期予想値を超過
- ▶ 百貨店事業は、好調継続の国内売上高に加えて、免税売上高も回復し、3Qの既存店売上高はコロナ前を上回る
- ▶ 食品事業は、3Qで2ケタ増益となり、3Q累計でも増収増益
- ▶ 商業施設事業は、H2O商業開発の営業力強化・コスト削減と大井開発のビジネスホテル稼働率改善が貢献し、3Qも引き続き増益
- ▶ 通期予想は据え置き
物価高や光熱費高騰などの不透明要素を考慮し、4Qでも想定並みの推移を見込む

I . 2023年3月期第3四半期 実績

II . 2023年3月期 通期見通し

III . 2024年3月期に向けた取り組みの方向性

1. 連結業績
2. セグメント別業績
3. 百貨店事業
4. 食品事業
5. 特別利益・特別損失

I - 1. 連結業績

- ▶ 百貨店事業中心に売上の回復が継続
- ▶ 光熱費上昇などの外部要因を含め販管費増加も売上回復に伴う粗利増加が寄与し増益
百貨店を中心にコストコントロールに努め、通期計画に対しても順調に進捗し、営業利益は通期予想値を超過
- ▶ 3Qでは特別利益に高島屋株式売却益38億円を計上

(単位：億円)	3Q累計		3Q (10-12月)	
	金額	対前年	金額	対前年
総額売上高	7,348	129.6% +1,676	2,732	122.5% +502
売上高	4,749	127.9% +1,036	1,705	126.9% +362
営業利益	95	+88	84	+25
経常利益	116	+96	88	+26
特別利益	89	▲137	38	+11
特別損失	39	▲49	8	▲32
親会社株主に 帰属する四半期純利益	110	▲20	82	+33

I - 2. セグメント別業績

- ▶ 百貨店事業の売上回復が継続し、増収増益
- ▶ 食品事業は関西スーパーの新規連結とイズミヤ・阪急オアシスのコスト削減により、3Q（10-12月）で2ケタ増益となり、3Q累計でも増益
- ▶ 商業施設事業は、H2O商業開発の営業力強化・コスト削減と大井開発のビジネスホテル客室稼働率改善により増益

(単位：億円)	3Q累計				3Q（10-12月）			
	総額売上高		営業利益		総額売上高		営業利益	
	金額	対前年	金額	対前年	金額	対前年	金額	対前年
百貨店	3,651	129.3%	79	+68	1,446	112.9%	62	+11
食品	3,156	139.7%	46	+6	1,097	143.2%	29	+14
商業施設	275	79.1%	17	+13	100	98.1%	8	+4
その他	266	110.5%	▲23	+3	89	109.6%	▲8	▲5
連結調整			▲23	▲3			▲8	+1
合計	7,348	129.6%	95	+88	2,732	122.5%	84	+25

I - 3. 百貨店事業一業績概要

- ▶ 宝飾・時計、ラグジュアリーブランドの高額商材が伸長し、都心店の売上が伸長
- ▶ 前年度のコロナ特損への振り替え額の減少（33億円）や阪神梅田本店開業により、対前年での販管費増加
- ▶ 想定に対しては、光熱費上振れがあるものの、コスト増加を最小限に抑え、営業利益上振れ

阪急阪神百貨店

(単位：億円)	3Q累計		3Q (10-12月)	
	金額	対前年	金額	対前年
総額売上高	3,631	129.4% +825	1,438	112.9% +164
売上総利益	818	+179	326	+33
総利益率	22.52%	▲0.24%	22.65%	▲0.35%
その他収入	25	+1	9	+1
販管費	765	+113	273	+22
営業利益	78	+68	62	+11

※収益認識に関する会計基準適用前の数値を記載

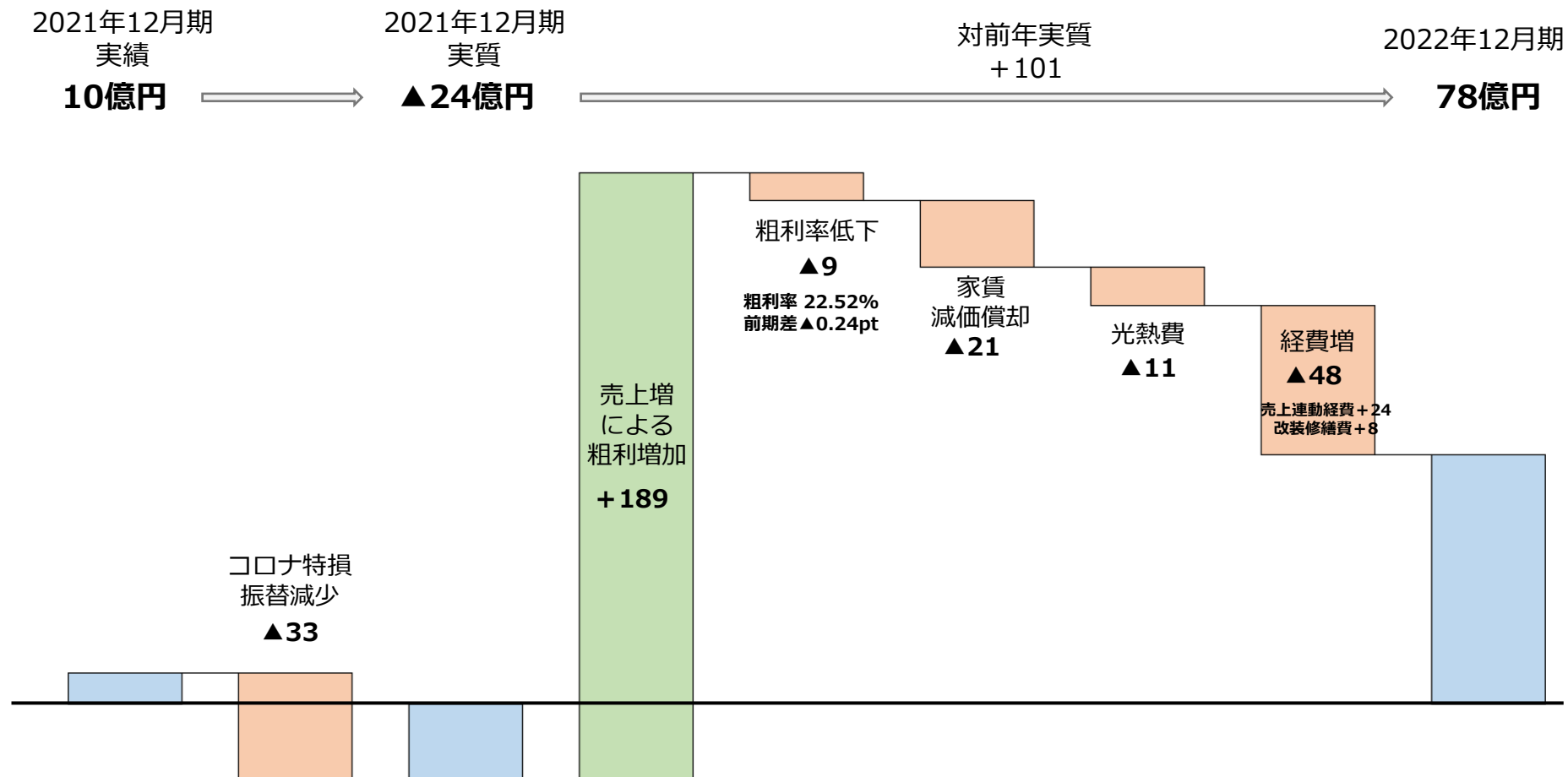
店別売上	対前年
都心店	135%
阪急本店 阪神梅田本店	133% 204%
郊外店	107%

販管費増減内訳	対前年
前年度コロナ特損への振り替え額減少	+33
家賃・減価償却 (阪神梅田本店など)	+21
光熱費増	+11
売上連動経費	+24

I - 3. 百貨店事業—利益増減要因

▶ コロナ特損の振り替え減少を除いた実質ベースでの前年比較で101億円の増益

営業利益増減要因（対前年）



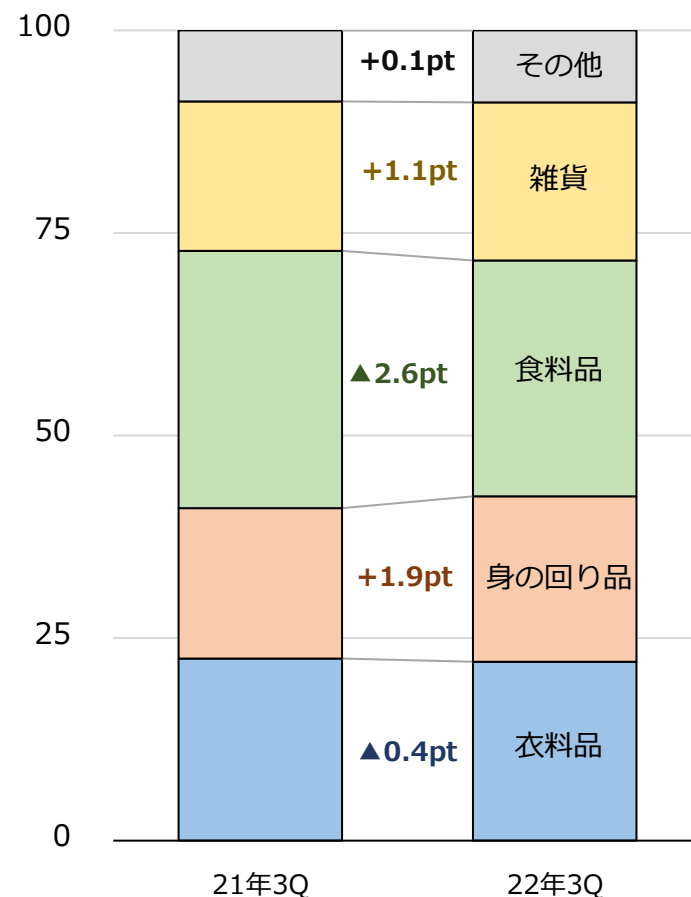
I - 3. 百貨店事業—商品別売上

- ▶ 全商品カテゴリにおいて、売上伸長
- ▶ コロナ期間中の食品売場のみ営業などの影響でシェアが上がっていた食料品はコロナ前水準のシェアに戻る
- ▶ 時計や宝飾品が含まれる雑貨やラグジュアリーブランドが含まれる身の回り品などが大きく伸長し、シェア拡大

商品別売上

(単位：億円)	金額	対前年	構成比	対前年
衣料品	831	126%	22.1%	▲0.4pt
身の回り品	768	142%	20.4%	+1.9pt
家庭用品	96	124%	2.6%	▲0.1pt
食料品	1,095	118%	29.1%	▲2.6pt
食堂・喫茶	85	197%	2.3%	+0.8pt
雑貨	734	136%	19.5%	+1.1pt
サービス	14	135%	0.4%	+0.0pt
その他	139	112%	3.7%	▲0.6pt
合計	3,762	129%	100.0%	—

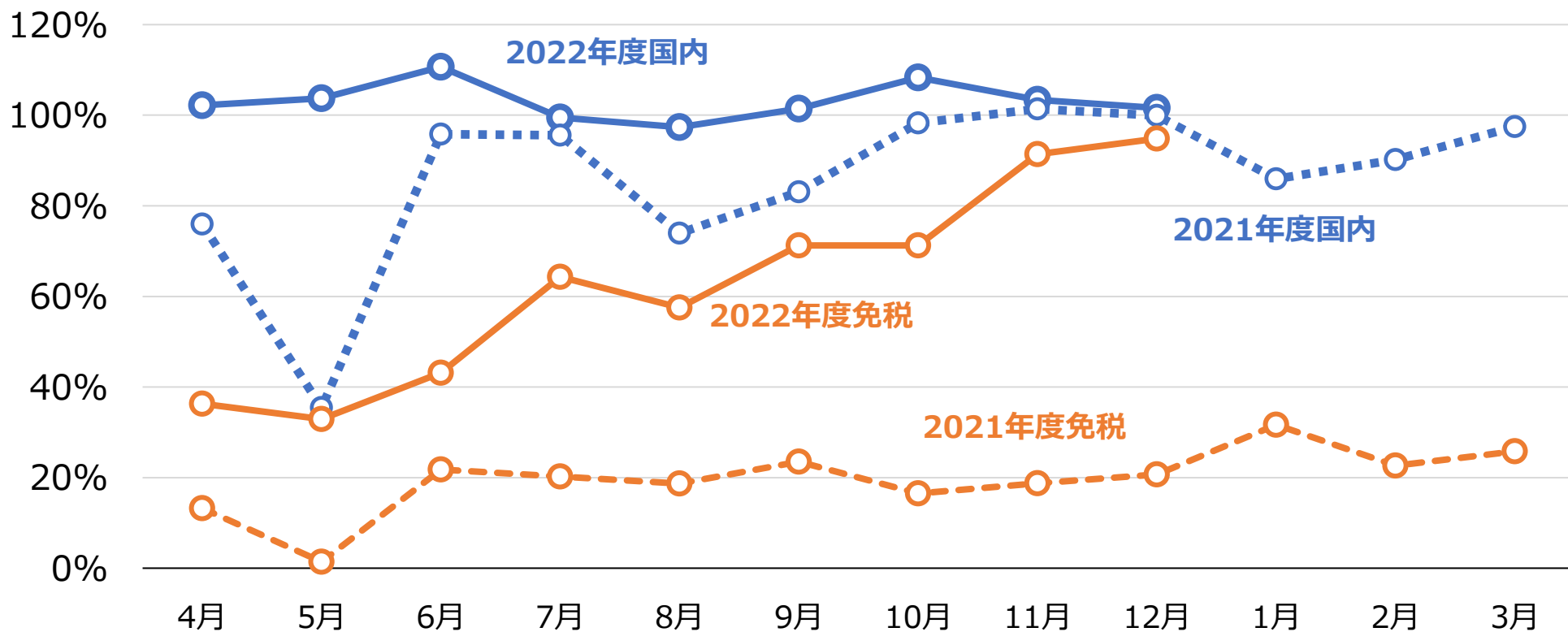
商品別構成比の変化



I - 3. 百貨店事業—既存店売上推移（コロナ前対比）

- ▶ 3Q（10-12月）での既存店売上高は2018年度対比102%（国内104%、免税86%）とコロナ前を上回る
- ▶ 国内売上高は期を通じて概ねコロナ前を上回る水準で推移
- ▶ 免税売上高は期を通じて回復傾向。
10月の入国規制緩和後、客数が大きく伸長し、11月・12月とコロナ前比9割を超える水準

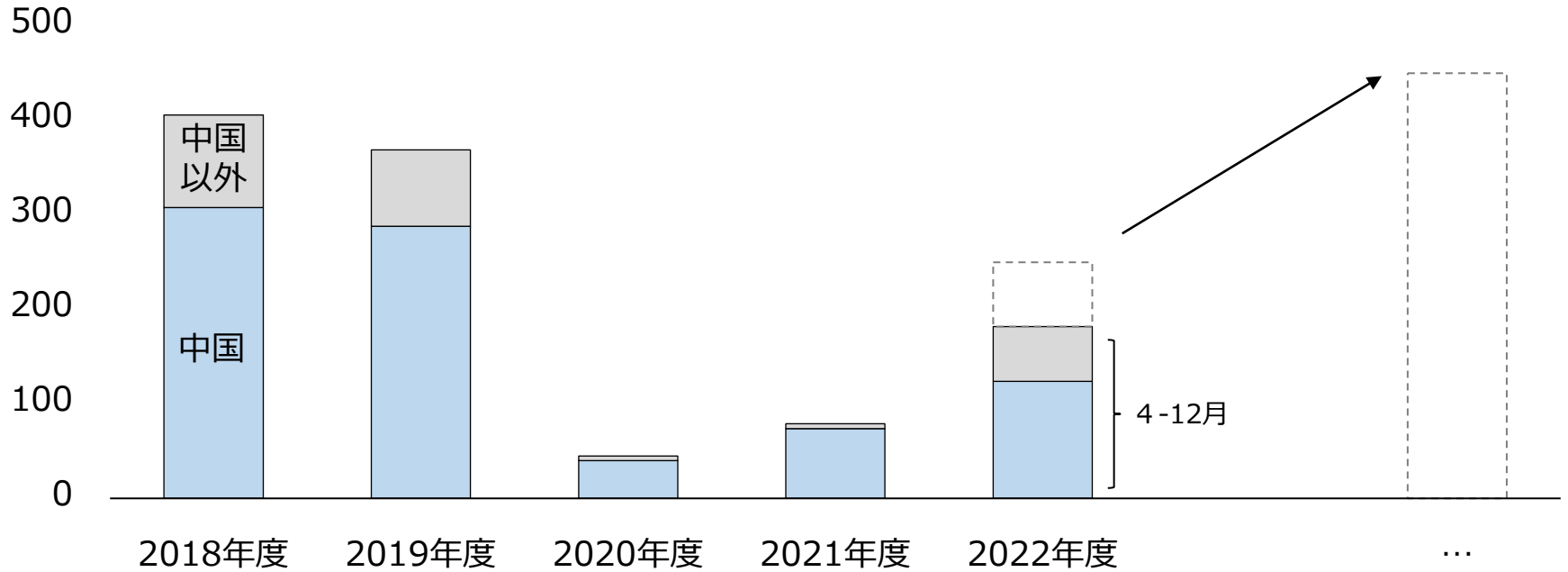
既存店売上対2018年比
(阪神梅田本店、神戸、高槻、三田除く)



I - 3. 百貨店事業—免税売上高推移

- ▶ コロナ前の2018年度は免税売上高約400億円、うち中国が占めるシェアはおよそ8割
- ▶ 入国規制緩和後の3Qでは韓国・香港・台湾がコロナ前を上回る水準に伸長する一方で、中国は未だ5割程度の回復
- ▶ 23年4月以降は中国のコロナ前への本格的回復などによりコロナ前を超える売上水準へ

全店免税売上高推移(億円)



免税シェア	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 3Q累計	10-12月
中国	76%	78%	87%	93%	68%	45%
中国以外	24%	22%	13%	7%	32%	55%

免税売上高
対18年度比 84%
中国 51%
中国以外 178%

I - 4 . 食品事業一業績概要

- ▶ 食品スーパーは関西スーパーマーケット新規連結により増収増益（2022年1月よりPL取り込み）
- ▶ 1Q・2Qで前年反動もあり苦戦した既存店売上高は、3Qでは前年並みと趨勢は回復傾向
- ▶ 3Qではイズミヤ・阪急オアシスの業務統合およびチェーンオペレーション改革がスタート。業務標準化・効率化によるパート等の人件費抑制を進め増益。
- ▶ 食品製造は、総菜やベーカリーの販売回復とコスト削減により増益

(単位：億円)	3Q累計				3Q (10-12月)			
	総額 売上高	対前年	営業 利益	対前年	総額 売上高	対前年	営業 利益	対前年
食品スーパー	3,071	141.8%	46	+7	1,067	145.8%	28	+15
既存3社	2,094	96.7%	26	▲13	729	99.7%	19	+6
関西スーパー マーケット	977	※ — (98.3%)	20	+20 (+7)	337	— (101.9%)	9	+9 (+8)
食品製造	170	99.7%	0	+2	89	98.4%	2	+1

※同社前年実績との比較。前年実績は連結には含まれていないため参考値。

I - 4 . 食品事業—既存店売上の状況

- ▶ 1Q・2Qは前年のコロナ感染拡大による内食需要の高まりが特に関西地域において強く、その反動で既存店が苦戦し、3Q累計での既存店は前年を下回る
- ▶ 3Q（10-12月）では、既存店売上は前年並みで推移
客数が新型コロナウイルスの影響緩和により減少、値上げによる単価上昇

	3Q累計			3Q（10-12月）		
	既存店 売上高	客数	単価	既存店 売上高	客数	単価
イズミヤ	96.8%	95.5%	101.3%	100.5%	97.3%	103.3%
阪急オアシス	93.3%	94.6%	98.6%	98.0%	95.9%	102.2%
関西スーパー	98.3%	97.6%	100.7%	101.9%	99.1%	102.8%
3社合計	96.3%	96.0%	100.3%	100.2%	97.5%	102.7%

I - 5. 特別利益・特別損失

▶ 3Qでは高島屋株式売却による売却益38億円を計上

	主な項目	金額	主な内容
特別利益	固定資産売却益	50億円	旧本社事務所
	投資有価証券売却益	38億円	高島屋
特別損失	店舗等閉鎖損失	14億円	H2O商業開発
	固定資産除却損	11億円	阪急阪神百貨店

Ⅱ. 2023年3月期通期見通し

- ▶ 事業ごとに濃淡はあるものの連結ベースでは想定を上回り推移し、営業利益は通期予想値を超過
- ▶ 不透明要素が残るため、11月発表の通期見通しを据え置く

新型コロナウイルス感染症の影響の不透明さに加え、原材料費上昇、光熱費上昇などが利益圧迫要因
 百貨店事業では1月の売上高も想定を上回り、売上トレンドは堅調
 食品事業ではイズミヤ・阪急オアシスのチェーンオペレーション徹底による利益改善の実現を図る
 (人件費を中心とした販管費削減取り組みを着実に実施)

(単位：億円)	1Q・2Q		3Q・4Q		通期	
	実績	対前年	予想	対前年	予想	対前年
総額売上高	4,615	134.1% +1,175	5,185	116.8% +744	9,800	124.3% +1,919
売上高	3,044	128.4%	3,356	119.2%	6,400	123.4%
営業利益	11	+63	79	+20	90	+83
経常利益	28	+70	72	+6	100	+77
親会社株主に 帰属する当期純利益	28	▲53	82	+64	110	+11

Ⅲ. 2024年3月期に向けた取り組みの方向性

	2022年度 4 Q	2023年度
百貨店事業		<ul style="list-style-type: none">● 阪神梅田本店の顧客接点拡充に向けた新規取り組み (サブスクリプション、モバイルオーダー)<ul style="list-style-type: none">● 富裕層マーケットへの取り組み強化 (コンテンツ開発から顧客アテンドまで一気通貫の体制構築)● 阪急本店の省エネ取り組み推進 (エネルギー消費の大きな空調等の利用効率向上)4月 阪急本店：GREEN AGEオープン 「人と自然の共生」をコンセプトにした暮らし提案 <p>2023年秋 神戸阪急、高槻阪急リモデル完了</p>
食品事業		<ul style="list-style-type: none">● チェーンオペレーション徹底 ➔ チェーンオペレーション改革の修正・精度アップによる利益改善の着実な実現2月 株式会社万代との合併会社設立 (海外からの商品調達)4月 イズミヤと阪急オアシスの合併、組織・システム統合推進6月 宅配を手掛ける阪急キッチンエール新センター稼働
新規		<ul style="list-style-type: none">3月 千里中央公園再整備にかかる活性化事業スタート2023年春 顧客サービス事業の食領域のアプリサービス開始



本資料に記載された情報については、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。

万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害に関しても、当社及び情報提供者は一切の責任を負いませんので、ご承知おき下さい。

また、本資料の著作権は全て当社に帰属し、著作権法に定める私的利用の範囲を超えて無断で、複製・転載等することを禁じます。