

# 2024年2月期 第1四半期(2023年度)決算説明会資料

---

2023年6月29日

株式会社高島屋

# アジェンダ

- I. 2024年2月期 第1四半期業績(2023年度)
- II. 2024年2月期 計画(2023年度)

# I 2024年2月期 第1四半期業績(2023年度)

1. 業績のポイント
2. 連結業績
3. 国内百貨店業績
4. 主要子会社業績(国内・海外)

# 1. 第1四半期業績のポイント

- **連結**では、コロナ影響の収束傾向に伴い**増収**、コロナ前の2019年同水準に回復。販売管理費の増加を最小限に抑え、営業利益は前年、2019年から**大幅増益**。
- **国内百貨店**は、国内消費の回復に加え、インバウンド売上高の伸長もあり**増収**、2019年並みまで回復。商品利益率は総額営業収益販売管理費比率を上回る水準に改善し、営業利益は前年、2019年から**大幅増益**。
  - ・**商品別売上高**では、高額品が底堅く推移。商品利益率の高いファッションは回復基調が継続し、全体の利益率を押し上げ。
  - ・**インバウンド売上高**は、累計109億円。年度計画360億円を超える水準で推移。
  - ・**販売管理費**は、コスト構造改革の推進により、光熱費などのコスト増加を抑制。
- **グループ会社**は、**大幅増収増益**。  
国内では**東神開発**、海外では**シンガポール**がけん引。

## 2. 連結業績

- ✓ 国内外における消費改善により増収、2019年同水準に回復
- ✓ 光熱費などのコスト増加も、総額営業収益販売管理費比率は改善
- ✓ 各利益とも増益、営業利益、経常利益は2019年を超過

(単位：億円)	1 Q実績	前年実績	前年比／ 前年増減	2019年度 実績	2019年度比／ 2019年度増減
総額営業収益	2,176	2,028	+7.3%	2,237	△2.7%
販売管理費	537	531	+6	632	△95
総額営業収益 販売管理費比率	24.7%	26.2%	△1.5	28.2%	△3.6
営業利益	110	66	+44	77	+33
経常利益	116	73	+43	71	+45
純利益	85	53	+32	106	△21

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、2021年度までの計上方法による営業収益を総額営業収益として、記載しています。

## 3-1. 国内百貨店業績

- ✓ 国内消費の回復に加え、インバウンド売上高の伸長もあり増収
- ✓ 商品利益率は総額営業収益販管費比率を上回る水準に改善
- ✓ 利益体質の改善は進み、営業利益は前年、2019年から大幅増益

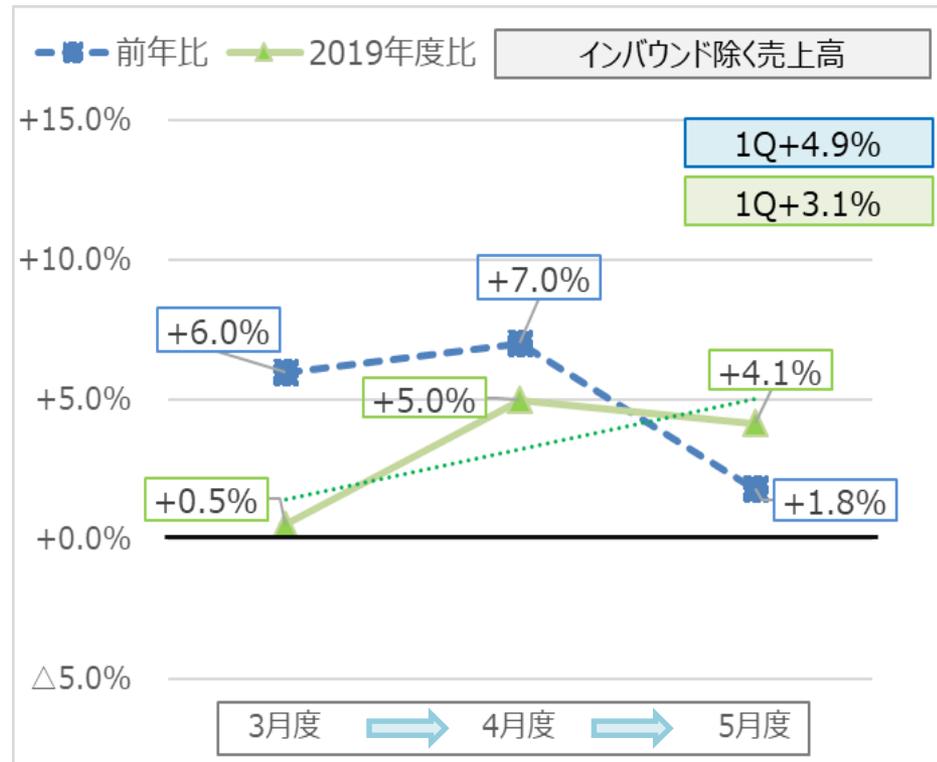
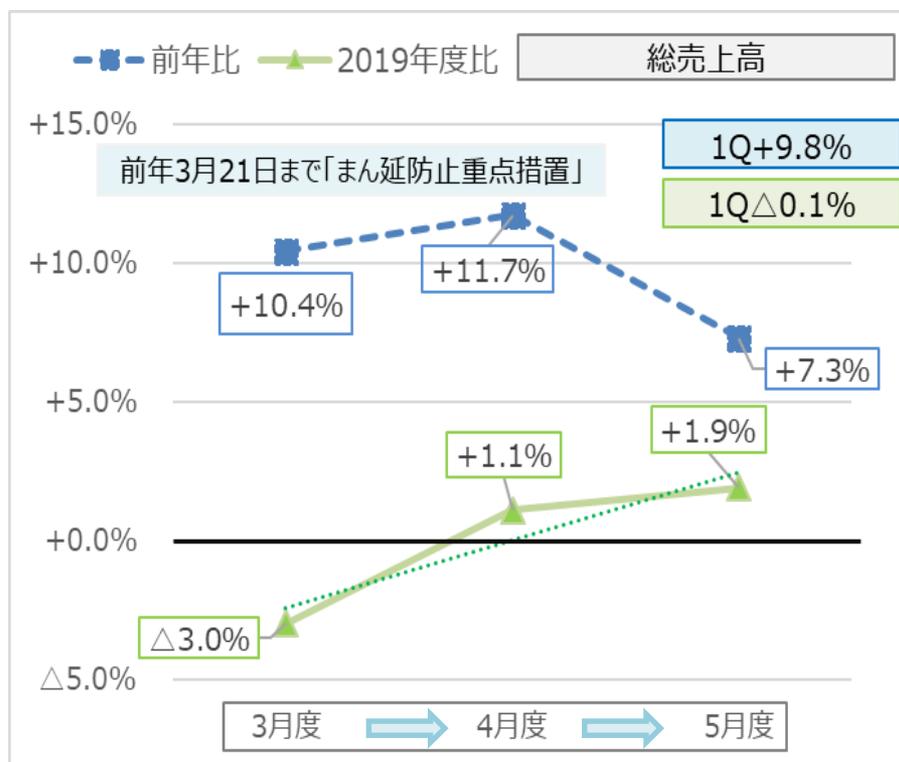
(単位：億円)	1 Q実績	前年実績	前年比／ 前年増減	2019年度 実績	2019年度比／ 2019年度増減
総額営業収益	1,842	1,742	+5.7%	1,895	△2.8%
総額売上高	1,805	1,705	+5.9%	1,858	△2.8%
商品利益率 (総額売上高比)	22.16%	22.21%	△0.05	23.73%	△1.57
販売管理費	387	392	△4	459	△71
総額営業収益 販売管理費比率	21.0%	22.5%	△1.5	24.2%	△3.2
営業利益	42	21	+21	19	+23

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、2021年度までの計上方法による営業収益を総額営業収益、売上高を総額売上高として記載しています。

## 3-2. 国内百貨店(各店 店頭) 売上高推移

- ✓ 総売上高は前年を大きく上回り、コロナ前の2019年同水準まで回復
- ✓ 2019年比の月別では段階的に回復、直近4月以降はプラスに転換
- ✓ インバウンドを除く売上高も各月、2019年を超える水準で推移

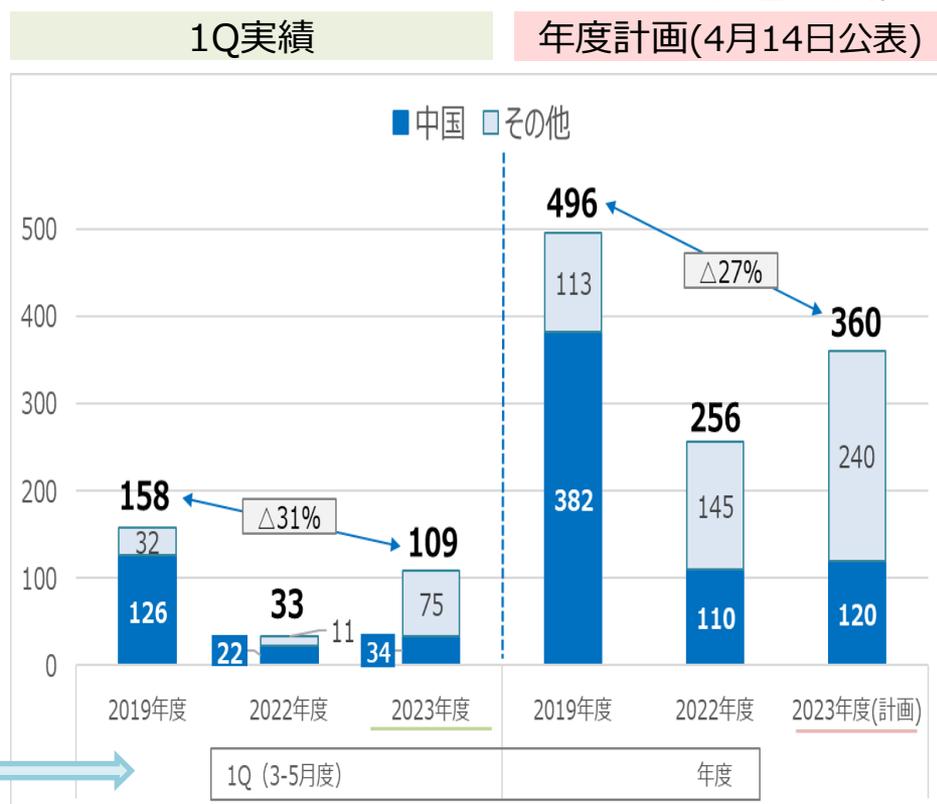
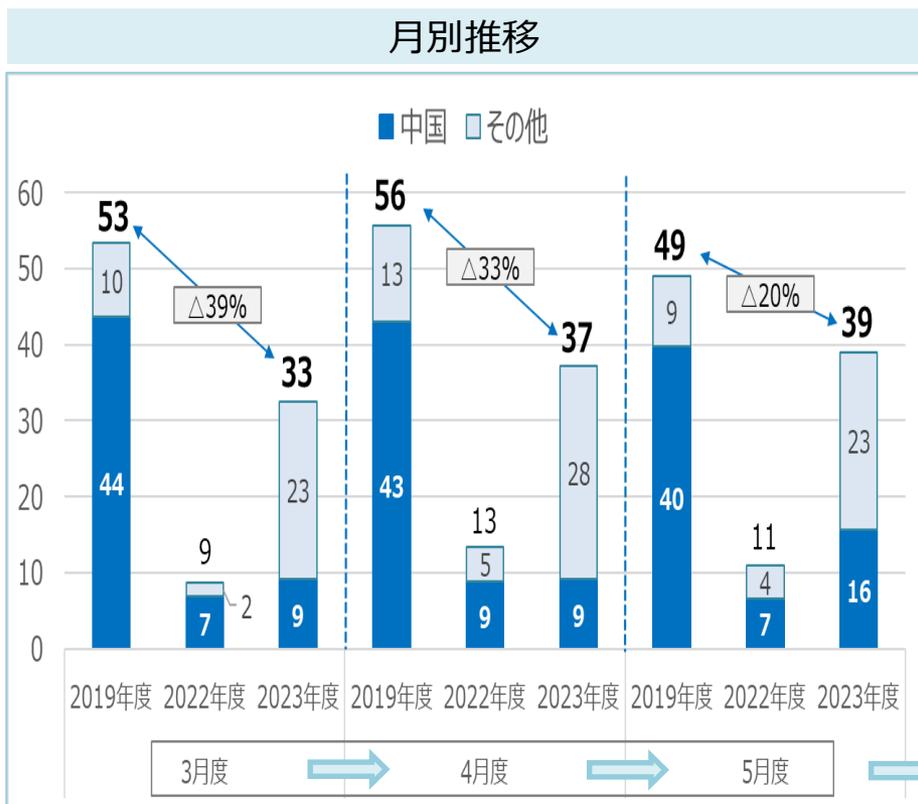
○売上高 推移 ※前年比・2019年度比 (既存店)



### 3-3. 国内百貨店(各店 店頭) インバウンド売上高推移

- ✓ 各月30億円超、累計109億円。前年から大幅増も2019年の7割程度
- ✓ 中国本土からの回復は限定的、2019年の3割程度にとどまる
- ✓ その他地域の伸長により、年度計画360億円を超える水準で推移

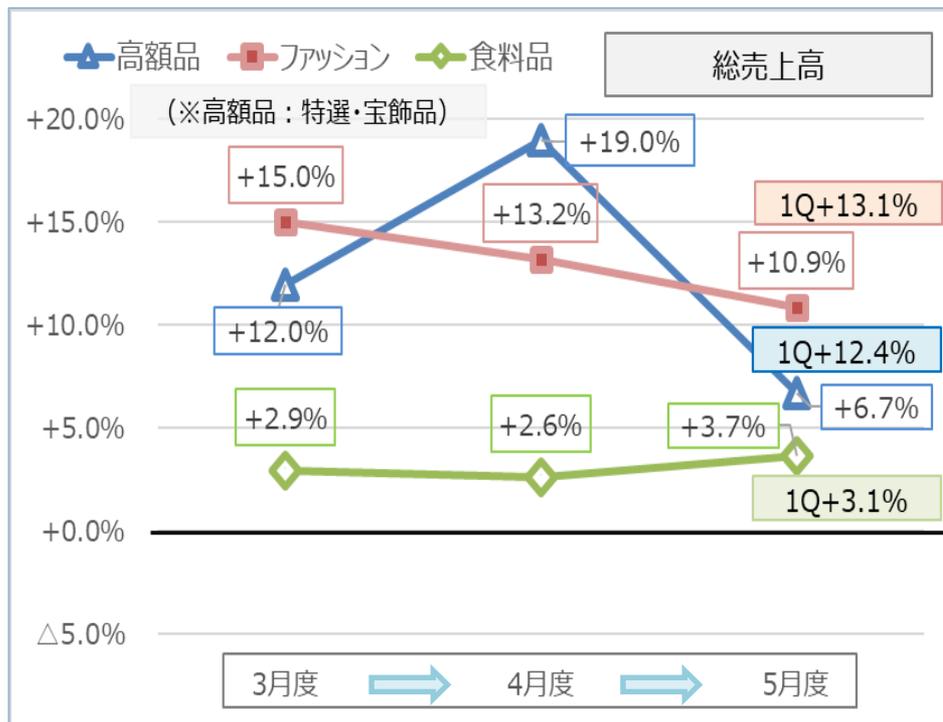
(単位：億円)



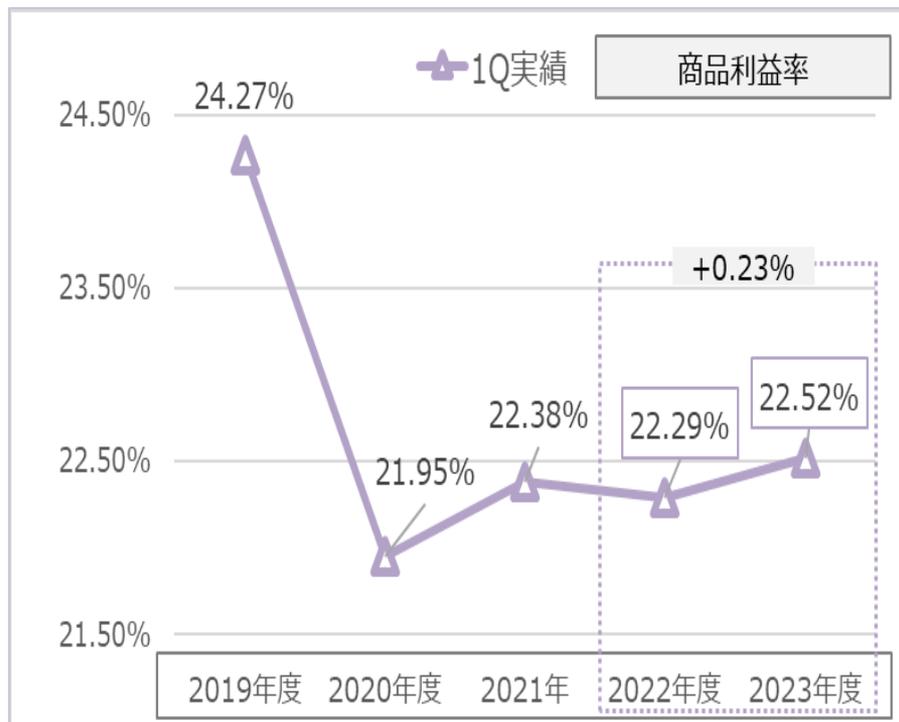
### 3-4. 国内百貨店(各店 店頭)商品別売上高・利益率推移

- ✓ 高額品は前年の大口受注反動も底堅く推移、食料品は安定的
- ✓ ファッションは回復基調が継続し、累計では高額品を上回る水準
- ✓ 商品利益率は高率ファッションの伸長により、前年からは改善

○商品別売上高推移 ※前年比



○商品利益率推移 (年度別1Q)



### 3-5. 国内百貨店販売管理費

- ✓ 光熱費、人件費や営業力強化費用の増により、8億円の増加
- ✓ コスト構造改革の継続により、コスト増を上回る12億円の削減
- ✓ 合計では4億円の削減となり、総額営業収益販管費比率は改善

(単位：億円)	1 Q実績 前年増減		前年増減 内訳				2019年度 増減
	1 Q実績	前年増減	比例費 増加	コスト増	営業力強化 ・政策	コスト構造 改革	
人 件 費	119	△4		1		△5	△26
宣 伝 費	28	+5	2		3	0	△45
総 務 費 ・ 庶 務 費	173	△5		2		△7	+4
経 理 費	68	△1				△1	△5
合 計	387	△4	2	3	3	△12	△71
総 額 営 業 収 益 販 売 管 理 費 比 率	21.0%	△1.5		8 増加			△3.2

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用しています。

## 4-1. 主要子会社業績(国内)

- ✓ 東神開発は賃料収入の回復、コスト増加の抑制により、増収増益
- ✓ TFPは収益の柱であるカード事業の取扱高が伸長し、増収増益
- ✓ TSCはホテルや商業施設などの受注が拡大し、増収、赤字幅縮小

(単位：億円)		1Q実績	前年実績	前年比/ 前年増減	2019年度 実績	2019年度比/ 2019年増減
東 神 開 発	営業収益	121	110	+10.3%	111	+8.9%
	営業利益	24	17	+ 7	20	+ 4
高島屋ファイナンシャル ・パートナーズ (TFP)	営業収益	54	53	+2.1%	54	+0.0%
	営業利益	12	12	+ 0	14	△2
高島屋スペースクワイ (TSC)	営業収益	51	40	+29.1%	74	△31.0%
	営業利益	△ 3	△5	+ 2	2	△5

※東神開発はティーアンドティー、TSCはTSC東北との合算値、TFPは高島屋クレジットと高島屋保険の合算値との2019年比/2019年増減です。

## 4-2. 主要子会社業績(海外)

- ✓ 円安による為替影響は前年から4億円程度の押し上げ
- ✓ シンガポール、ベトナムは売上高の伸長により増収増益
- ✓ サイアムは増収、赤字幅縮小、上海はコロナ影響により減収減益

(単位：億円)		1Q実績 (1~3月)			2019年度年比/ 2019年度増減		現地通貨建て	
		前年比/ 前年増減	(内 為替 影響)	2019年度年比/ 2019年度増減	(内 為替 影響)	前年比	2019年度比	
タカシマヤ シンガポール	営業収益	57	+42.9%	-	+40.2%	-	+23.9%	+14.1%
	営業利益	18	+9	(+2)	+6	(+3)	-	-
トーシンディベロップメント シンガポール(TDS)	営業収益	26	+24.5%	-	+14.4%	-	+7.9%	△6.9%
	営業利益	9	+3	(+1)	+0	(+2)	-	-
上海 高島屋	営業収益	8	△3.8%	-	△7.1%	-	△8.2%	△21.4%
	営業利益	1	△0	(+0)	+1	(+0)	-	-
タカシマヤ ベトナム	営業収益	7	+22.6%	-	+58.1%	-	+11.7%	+29.9%
	営業利益	2	+1	(+0)	+2	(+0)	-	-
サイアム タカシマヤ	営業収益	6	+49.2%	-	+63.5%	-	+35.1%	+45.6%
	営業利益	△1	+1	(△0)	+1	(△0)	-	-

本年 1SGD=100.36JPY    1CNY=19.43JPY    1VND=0.0056JPY    1THB= 3.92JPY  
 前年 1SGD=86.98JPY    1CNY=18.55JPY    1VND=0.0051JPY    1THB= 3.55JPY

# II 2024年2月期 計画(2023年度)

# 1. 連結計画

- ✓「4月14日公表計画」から各利益とも上方修正
- ✓総額営業収益は今後の国内外の消費減速リスクを踏まえ修正なし
- ✓コスト構造改革などの進捗による販売管理費の改善を織り込む

(単位：億円)	上期計画	前年比/ 前年増減	2019年比/ 2019年増減	4月14日 計画比/増減	年度計画	前年比/ 前年増減	2019年比/ 2019年増減	4月14日 計画比/増減
総額営業収益	4,500	+8.8%	△0.7%	-	9,400	+6.6%	+2.3%	-
販売管理費	1,145	+43	△140	△25	2,345	+58	△256	△25
総額営業収益 販売管理費比率	25.4%	△1.2	△2.9	△0.6	24.9%	△1.0	△3.4	△0.3
営業利益	175	+47	+41	+25	375	+50	+119	+25
経常利益	185	+39	+58	+25	375	+30	+143	+25
純利益	120	△15	△4	+15	245	△33	+85	+15

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、2021年度までの計上方法による営業収益を総額営業収益として、記載しています。

## 2. 国内百貨店計画

- ✓ 営業利益は「4月14日公表計画」から20億円の上方修正
- ✓ 総額営業収益はインバウンド伸長も国内消費のリスクを考慮し修正なし
- ✓ 販売管理費は光熱費などの増加を上回るコスト削減により改善

(単位：億円)	上期計画	前年比/ 前年増減	2019年比/ 2019年増減	4月14日 計画比/増減	年度計画	前年比/ 前年増減	2019年比/ 2019年増減	4月14日 計画比/増減
総額営業収益	3,770	+6.5%	△1.3%	-	7,950	+5.4%	+2.6%	-
総額売上高	3,708	+7.0%	△1.0%	-	7,796	+5.5%	+2.5%	-
商品利益率 (総額売上高比)	22.46%	+0.13	△1.29	-	22.23%	△0.06	△1.40	-
販売管理費	833	+13	△103	△20	1,757	+55	△146	△20
総額営業収益 販売管理費比率	22.1%	△1.1	△2.4	△0.5	22.1%	△0.5	△2.4	△0.3
営業利益	65	+30	+37	+20	135	+25	+93	+20

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、2021年度までの計上方法による営業収益を総額営業収益、売上高を総額売上高として記載しています。

### 3. 主要子会社計画(国内・海外)

- ✓ 営業利益は「4月14日公表計画」から5億円の上方修正
- ✓ 国内は東神開発が3億円、海外はシンガポールが2億円の上方修正
- ✓ いずれも順調なコスト削減による販売管理費の改善を計画に反映

(単位：億円)

		上期計画	前年比/ 前年増減	2019年度比/ 2019年度増減	4月14日 計画比/増減	年度計画	前年比/ 前年増減	2019年度比/ 2019年度増減	4月14日 計画比/増減
東神開発	営業収益	249	+11.6%	+12.1%	-	511	+10.8%	+13.8%	-
	営業利益	35	+6	+2	3	64	+4	△4	3
		上期計画 (1~6月)	前年比/ 前年増減	2019年度比/ 2019年度増減	4月14日 計画比/増減	年度計画 (1~12月)	前年比/ 前年増減	2019年度比/ 2019年度増減	4月14日 計画比/増減
タシマヤシンガポール	営業収益	95	+3.5%	+16.0%	-	229	+7.3%	+35.0%	-
	営業利益	29	+5	+7	2	64	+1	+17	2

※東神開発はティーアンドティーとの合算値の2019年比/2019年増減です。

## (参考資料) セグメント別 総額営業収益

(単位：億円)	1 Q実績	前年比	上期計画	前年比	年度計画	前年比
百貨店業	1,885	+7.5%	3,844	+7.8%	8,012	+5.8%
商業開発業	126	+12.4%	251	+10.1%	507	+6.6%
金融業	45	+2.0%	89	+4.2%	178	+3.5%
建装業	47	+33.3%	130	+43.9%	276	+21.6%
その他の事業	73	△13.0%	186	+12.8%	427	+16.1%
連結計	2,176	+7.3%	4,500	+8.8%	9,400	+6.6%

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、2021年度までの計上方法による営業収益を総額営業収益として、記載しています。