

株式会社高島屋 2026 年 2 月期 第 1 四半期決算説明会 質疑応答要旨

2025 年 6 月 30 日（月）に開催した決算説明会における質疑応答要旨です。

<国内百貨店業>

Q：4 月計画から下方修正となっているが、その差異はどこに生じたのか、また、現状を踏まえ、新たな計画をどのように組み立てたのか教えて欲しい。

A：売上高について、インバウンドは、昨年、3 月から 7 月にかけて円安を背景に大きく増大した。本年、前年反動を織り込んでいたが、想定以上に高額品が落ち込んでいる。また、国内顧客では、消費環境の改善による押し上げを見込んでいたが、物価高等の影響もあり、想定を下回る水準で推移している。これらが差異の主な要因である。

新たな計画は、1Q の状況を踏まえ売上高を中心に見直した。中期経営計画の最終年度である 2026 年度の利益計画については、状況を更に引き寄せ、第 2 四半期決算にて、あらためて説明していく予定である。

Q：売上高の前提について教えて欲しい。インバウンドは保守的に見ているのか、また、国内顧客における外商、外商以外それぞれの動きについて、教えて欲しい。

A：インバウンドについて、下期は国慶節、春節等のシーズン性による押し上げもあるが、今後の為替影響（円高）も想定し組み立てた。少し固めに見ているのは事実である。

国内顧客における外商は、高額品消費が堅調に推移した前年反動もあり 1Q では前年実績からマイナスとなったが、消費マインドが落ち込んでいるとは捉えておらず、下期にかけて回復してくると見ている。また、外商以外は、1Q において前年実績を上回る推移であった。不透明な消費環境下においても、安定した推移が続くと見ている。

Q：4 月に公表をした「商品力強化」や「顧客基盤強化」等の対策効果は、これから出てくるのか？ また、売上高は、同業他社と比べ弱めだが、どう分析しているのか？

A：「顧客基盤強化」に向けて、6 月にアプリのリニューアルを実施した。これを軸とした顧客の組織化やロイヤリティプログラムによる固定化は中期的なプランとして考えている。4 月に変更したタカシマヤカードの 1 ポイント 1 円単位利用の効果は、3 ヶ月で見極めは難しい。しかし、外部への支払手数料の減少やタカシマヤカードの売上高シェア拡大等の効果は出つつある。「顧客基盤強化」の取り組みは、比較的長いスパンで効果が発揮されてくるものと考えている。「商品力強化」について、本年度より拡充している重点取引先 60 社との取り組みは、徐々に成果は出ている。全ての顧客層に向けて、ワンストップショッピングという魅力を提供するためには、取引先との協業による品揃えの強化は、非常に重要である。これら取り組みの成果については、あらためて説明したい。

また、同業他社との売上高比較については、前年の店舗閉鎖（岐阜店）や本年の会計処理変更（引渡基準）等、特殊要因もある。これらを除く、国内顧客売上高の実質では前年実績を上回る堅調な推移であり、劣位であるという認識はない。

<販売管理費>

Q：販管費について、今回の計画では4月計画と比較し、連結では90億円の減少となっているが、国内百貨店業では5億円しか減少していない。何か費用の入れ繰りがあるのか？

A：国内百貨店業では、光熱費の高騰等、コントロールの難しい外部要因による想定以上の増加がある。コスト削減を強化しているが、現時点では、増大するコストを吸収するまでには至っておらず、わずかな減少にとどまる。一方、為替が円高に振れることによる海外事業の販管費減少に加え、国内グループ会社におけるコスト削減を織り込んでいるため、連結での減少幅が大きくなっている。

Q：販管費について、コントロール可能な経費として「宣伝費」を捉えているか教えてほしい。また、他にコントロール可能な経費があれば教えてほしい。

A：コントロール可能な経費は大きく「外部委託費」と「宣伝費」の2つである。ただし、現状の連結営業利益500億円レベルであれば、営業力強化、持続的な利益成長につながる宣伝費に手をつける段階ではないと考える。「外部委託費」については、前中期経営計画（2020～2023年度）において、内製化による削減を進めたが、今後も状況を踏まえ検討していく。その他の経費についても、削減に向け機動的に対応していくことで販管費全体を統制する。

<資本政策>

Q：今回、ノンコア資産の売却と自社株式取得を発表したが、今後、保有する資産の考え方や、キャッシュ・アロケーションの方針に関して、見直す可能性はあるのか？

A：今回のノンコア資産の売却、それを原資とした自己株式の取得は、昨年来の投資家の意見やアドバイスも勘案した上で判断した。当社の強みを発揮するため、百貨店を核としたSCなどのコア資産については、保有することにより、自由度を確保する「持つ経営」が基本方針である。しかし、今回の「リバージュ品川」のように、これに該当しない資産は、ROICを考慮し、売却等を検討していく。

今回、使う予定のないキャッシュは、株主還元に戻すという機動的な判断を行ったが、キャッシュ・アロケーションの基本的な方針は、成長市場への積極的な投資も含め変わりはない。

Q：ノンコア資産の売却は、以前から計画していて、発表がこのタイミングになったのか？それとも業績を見て判断したのか？ ノンコア資産の売却や自己株式取得について、今後の余地など教えてほしい。

A：現下の業績を見て売却を決めたわけではなく、以前から進めてきた案件である。「コア資産の所有、ノンコア資産の売却」について、本物件はノンコア資産に該当すると考え、売却を判断した。また、今後の余地として、ノンコア資産はそれほど多いわけではないが、非商業分野でアセットライトなスキームを研究し、既存資産も含めた流動化等、機動的に判断していく。

以上