

財政状態及び経営成績の状況

営業概況

当連結会計年度(2022年2月期)の日本経済は、昨年度に続き新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延により、国内外の社会・経済活動に甚大な影響を受け、また年度後半には地政学リスクが急速に高まるなど、不安定な状況が継続しました。

個人消費は、感染者数の減少やワクチン接種の進行などにより、昨年10月以降、回復の兆しが見られたものの、年度終盤のコロナ変異株の感染急拡大、まん延防止等重点措置の適用などにより、消費マインドが再び後退するなど厳しい状況が続きました。

当社はコロナ禍という未曾有の危機に直面するなか、サステナビリティを経営の中核に据え、2030年の目指す企業像に向け、「2021～2023年度 中期経営計画」をスタートさせました。本中期経営計画は、①経営数値においてコロナ禍前の2019年度水準への「完全復活」を果たすとともに、②2024年度以降の「再成長」に着手する期間と位置づけています。

本中期経営計画の初年度となる当年度は、感染症影響の先行きが依然不透明、かつ年度を通じて感染症拡大が断続するなか、お客様や従業員の安全安心の確保、及び事業継続を最優先に、各事業において刻々と変化する状況に応じた事業運営に努めたほか、年度中を含めた経費削減、投資の厳選などの対策を講じるなど機動的に対応しました。

この結果、売上収益は前年に比べ3.9%増の3,314億84百万円となりました。

また、年度を通じて投資抑制や経費削減に努めました結果、事業利益は前年に比べ395.1%増の117億18百万円となりました。

営業利益は主に子会社株式会社売却益や固定資産売却益、構造改革関連費用の計上等により、93億80百万円(前年は営業損失242億65百万円)となりました。

税引前利益は61億90百万円(前年は税引前損失286億72百万円)、親会社の所有者に帰属する当期利益は43億21百万円(前年は親会社の所有者に帰属する当期損失261億93百万円)となりました。

セグメント業績

〈百貨店事業〉

緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用に伴い、各店では上期を中心に生活必需品以外の売場休業や時短営業、入場制限を余儀なくされるなど厳しい事業環境が継続しました。

一方、アプリを起点とした顧客とのコミュニケーション強化やリモート販売の充実など、デジタルを活用した営業活動を推進しま

した。また、OMOへの取り組みとして、アートの魅力を店頭・オンラインで発信するメディア「ARToVILLA(アートヴィラ)」を新たにスタートさせました。

店舗の魅力化に向け、基幹店を中心に重点カテゴリーの拡充やお得意様ラウンジの構築などの改装を実施したほか、各地域に密着した新たな店づくりに向け3月に大丸須磨店、7月に松坂屋高槻店をリニューアルオープンしました。また、大丸東京店ではD2Cブランドのショールーミングスペース「明日見世(asumise)」をオープンするなど新規コンテンツの開発を推進いたしました。なお、松坂屋豊田店は9月に営業を終了しました。

また、事業環境変化に対する機動性を高め、組織・人的生産性の向上をはかるため、販売機能子会社の吸収合併や委託業務の見直しに加え、ビジネスモデル改革を見据えた組織・要員構造改革の取り組みを推進しました。

以上の結果、売上収益は前期の店舗休業の反動等もあり、前年に比べ9.7%増の1,907億39百万円となりました。営業利益は構造改革関連費用の計上等により、45億94百万円の営業損失となりましたものの、前期(営業損失207億85百万円)から改善しました。

〈SC事業〉

感染症再拡大の影響による店舗休業や時短営業、エンタテインメント拠点における入場制限など、百貨店事業と同様に、事業環境は厳しい状況が継続しました。

こうしたなか顧客コミュニケーションの進化に向け、テナントとの協働によるアプリ会員拡大など顧客接点のデジタル化や「PARCO ONLINE STORE」の強化、アプリ決済機能の拡充などに取り組みました。店舗のリブランディングでは、浦和PARCO、仙台PARCO、福岡PARCOなど基幹店を中心に改装を実施したほか、渋谷PARCOではラグジュアリーブランドとの独自性の高いポップアップストアを積極的に展開しました。また、話題性あるキャラクターとのコラボレーションによる企画の展開、渋谷・心齋橋PARCOにおいて周年イベントを実施しました。

ウェルネス領域の新規事業として医療モールの開発・運営事業に参入し、新しいコンセプトの医療ウェルネスモール「Welpa(ウェルパ)」の1号店を、11月に心齋橋PARCOに開業しました。

以上の結果、店舗事業は増収となる一方、6月に専門店事業のヌーヴ・エイの全株式を譲渡した影響により、売上収益は前年に比べ5.2%減の525億56百万円となりました。営業利益は前期の店舗閉鎖関連費用の反動等により、20億55百万円(前年は営業損失69億68百万円)の大幅増益となりました。

〈デベロッパー事業〉

前期に実施した不動産事業のバルコへの集約をふまえ、3月に松坂屋流通センター跡地での商業施設の開業や商業以外の多用途な開発、非事業用資産の売却など既存物件の活用を推進しました。また7月に熊本市中心部の新規ビル(旧熊本PARCO建替物件)への出店を決定しました。

また、名古屋・栄地区の魅力化に向けたエリア開発の一環として、2026年の竣工・開業を目指す「(仮称)錦三丁目25番街区計画」の開発を推進しました。

以上の結果、前年に比べ売上収益は休業に伴う賃料減免措置、また建築内装工事での特需の反動減や受注工期の延期見直しにより、5.9%減の506億33百万円となったものの、営業利益は固定資産売却益の計上等により、137.7%増の47億11百万円となりました。

〈決済金融事業〉

決済事業では、前期に実施したカードリニューアル、新たなポイントプログラム(QIRAポイント)の導入など顧客基盤の維持・拡大への取り組みとともに、エリア加盟店網の拡大、グループ店舗間の相互送客などに着手しました。

金融事業では、グループ内の保険代理店事業の統合、また新たな金融商品の拡充に向け家族信託サービスの提供を開始しました。

以上の結果、売上収益は前年に比べ、主に百貨店での取扱高の回復やカードリニューアルに伴う年会費収入増などにより、22.2%増の110億37百万円、営業利益は367.8%増の19億70百万円となりました。

〈その他〉

卸売業の大丸興業は電子デバイス部門、自動車部品部門が半導体需給ひっ迫の影響を受け、減収となりました。一方、人材派遣業のディンプルは派遣先施設の営業回復などにより増収となりました。

以上の結果、売上収益は前年に比べ1.3%減の617億55百万円、営業利益は30.5%減の11億99百万円となりました。

なお、2月末にディンプルの株式を一部売却し、連結の範囲から除外しました。

財政状態

当連結会計年度末の資産合計は1兆1,929億7百万円となり、前連結会計年度末に比べ708億15百万円減少しました。一方、負

債合計は8,307億87百万円となり、前連結会計年度末に比べ685億91百万円減少しました。なお、有利子負債残高(含むリース負債)は感染症拡大の影響に備え確保していた手許現預金の適正化に取り組み、返済を進めたことなどから、5,021億9百万円となり、前連結会計年度末に比べ607億6百万円減少しました。資本合計は、3,621億20百万円となり、前連結会計年度末に比べ22億23百万円減少しました。

キャッシュフロー

当連結会計年度末における「現金及び現金同等物」の残高は、前連結会計年度末に比べ356億47百万円減の932億78百万円となりました。

当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりです。

「営業活動によるキャッシュ・フロー」は498億66百万円の収入となりました。前連結会計年度との比較では、税引前利益が黒字転換したものの、営業債権が増加(収入の減)したことなどにより66億5百万円の収入減となりました。

「投資活動によるキャッシュ・フロー」は52億89百万円の支出となりました。前連結会計年度との比較では、有形固定資産の取得による支出が減少したことに加え、投資不動産や子会社株式の売却による収入などにより155億81百万円の支出減となりました。

「財務活動によるキャッシュ・フロー」は803億92百万円の支出となりました。前連結会計年度との比較では、社債の発行による収入があったものの、前年に実施したコロナ感染症対策の資金調達の反動などにより1,391億19百万円の収入減となりました。

利益配分に関する基本方針および配当

当社は、フリーキャッシュ・フローの増大とROEの向上が持続的な成長と中長期的な企業価値を高めることにつながるものと考えています。その実現に向けて、経営環境及びリスクへの備えを勘案した上で「戦略投資の実施」「株主還元の実充」及び「自己資本の拡充」のバランスを取った資本政策を推進します。

また、有利子負債による資金調達にはフリーキャッシュ・フロー創出力と有利子負債残高を勘案して行うことを基本とし、資金効率と資本コストを意識した最適な資本・負債構成を目指します。

配当金につきましては、年間配当金は前期実績に比べ2円増配の1株当たり29円(前期実績27円)とさせていただきます。なお、中間・期末配当のバランスを勘案し、中間配当金は前期実績に比べ5円増配の1株当たり14円(前期実績9円)、期末配当金は前期実績に比べ3円減配の1株当たり15円とさせていただきます。