

J. フロントリテイリング

2021年2月期第3四半期決算電話会議 質疑応答要旨

日時：2020年12月28日（月） 15:30~16:15

Q. 足元の新型コロナウイルス感染拡大が販売動向に及ぼす影響について、各店舗の客数や販売好調・不調アイテムなどもう少し詳細に店舗ごとの状況を伺いたい。報道等によると、おせちが売れ行き好調との明るい話があるようだが、実際はどうか。また、年末年始という客数で売上を作らなければならない時期に、どのように安心安全と売上を両立させていくのか。

A. 足元の状況を含め概況を申し上げますと、店舗別では東京店・梅田店のようなターミナル店舗が第3波の影響を受け厳しい状況が続いている。また第3波の影響という点では札幌店も同様。同店はインバウンド比率が高い店舗だが9月・10月は回復基調であった。しかし11月初旬からコロナの感染再拡大を受け、入店客数・売上へのマイナス影響が見られた。一方、固定客比率の高い店舗では緩やかながらも回復基調だが、足元は足踏みの状態だ。

顧客別では、外商が堅調。株価が比較的堅調という要因が背景としてある。また、旅行自粛の影響もあるかもしれないが、高額品や資産価値の高い商品をお買い上げ頂いている。ボリューム顧客層では、アパレルは厳しいものの、おせちやクリスマスケーキ、ギフトなど、季節商品は堅調に推移している。

年末年始は、リリースを出しているが安心安全が基本となる。以前であれば、初商は開店前にお客様がどれだけ並んでおられるか社内報告があったが、今シーズンは、セールは前倒しを含めて分散開催、福袋も各店によるがオンラインや事前抽選、分散など三密を回避する対策をしっかり講じていく。

Q. コスト削減について、御社はこれまでもコスト管理に取り組んできているが、追加策としてどのような項目を対象として考えているか。また、来年4月公表予定の新中期計画は議論中と思うが、足元の新型コロナウイルス第3波の影響もあり、よりコストを削減しなければならない、といった話になっているか、次期中期経営計画も含めてコストに関する御社の考え方を伺いたい。

A. 指摘のとおり、コスト削減にはこの間取り組んできており、下期予算策定の段階から対策は盛り込んでいる。このため売上比例経費を除けば、1つや2つの施策で5億円、10億円といった削減が図れるわけではないため、あらゆる経費項目をレビューし経費管理を徹底するよう、12月に入り改めてHD・事業会社の経営から指示が出ている。当初10月の段階では、2Qまでとは異なり、下期は回復基調をベースに販売促進等を含めた計画も織り込んでいた。しかしながら、状況が一転しているため今一度、経費対策を講じていく。また、今年度は次年度からの新中期経営計画の発射台となる年度であり、まずは足元業績を確保することが重要と考えている。同時に、現在中期経営計画の論議を行っているが、社外取締役からも指摘を頂いているのは「スピードと徹底実行」ということ。投資家の皆様からもこの間、同様の指摘を頂いていると認識している。足元の経費削減とあわせ、コスト面で言えば構造改革においてもスピードを上げて実行に移していくことが肝要と認識している。

Q. 10月の2Q決算発表段階では、下期の一時的な販管費増加要因として、パルコへの不動産移管4億円、心斎橋PARCOのコスト14億円、クレジット金融事業の年会費計上方法の変更影響6億円などがあると伺っていたが、これは3Qで実際どうだったのか。

A. セグメント別で見ると、百貨店は10月公表のガイダンスから売上に乖離があり、計画からマイナスした。パルコは不動産移管や心斎橋PARCOの開業など昨年度実績との純粋な比較が難しいが、3Qでは売上原価の削減効果、なかでも百貨店との比較において規模の小さいお取引先様もあるため、売場維持対策費用を織り込んでいるが想定より縮小した。クレジット金融事業は年会費の計上方法変更の影響を含め、3Q実績は期中のコスト削減を含め概ねガイダンス通りで進捗している。

4Q見直しについて、ポイントとなるのは百貨店売上が1・2月でどこまで回復するかという点。百貨店における経費削減と同時に、パルコ事業や菓ごもり消費を背景に電子デバイスが堅調に推移している大丸興業を含めた関連事業のカバー等により、下期の連結業績予想の達成を目指していく。

Q. 百貨店の売上高について、コロナ影響をどこまで織り込んでいたのかわからないが、3Q計画を▲18.6%で見ていたものが▲23.2%。この下振れは連結事業利益で見ると目標に対し誤差の範囲か。4Q計画は▲11.3%となるが、前年4Qのハードルが下がっているとはいえ、先程の会社説明にあった施策で埋められるものか。努力目標になってしまわないか。

A. 百貨店の売上を精緻に見通すことは難しいが、売上の大幅な回復を望めない状況から、百貨店をはじめ各事業における経費減、パルコや関連事業でカバーする。3Qは事業利益段階で社内計画に対しプラスの結果となっている。3Qを含めた下期全体で事業利益(9億5千万円)の達成を目指していく考えである。

Q. 3Qの事業利益は、社内計画比でプラスしているということか。

A. その通りである。

Q. 大丸松坂屋百貨店の百貨店事業の販管費について、2Qの240億円に対し、3Qは253億円に増加している。2Qから3Qにかけて何か増えるような要素があったのか。従来どおり販管費はしっかりコントロールしておられると思うが、同時に攻めるような要素も増えているのか。そのあたりを教えてほしい。

A. 2Qと3Qはベースが異なるが、2Qとの違いという点では売上を取るための施策も行っている。2Qではそのような施策を行う状況にはなかったが、例えば外商催事を東京・大阪で経費も投入し開催するほか、楽天カードとのタイアップによる販促も強化している。経費管理は引き続き徹底しながら優先順位をつけて使うところには使っている。4Qも出入りをしっかりとコントロールしながら、利益確保に努めていきたいと考えている。

Q. パルコの3Q業績が計画対比で良いとのコメントがあったが、この持続性ということに関して

4Q、来期はどのように見ればよいか。

A. パルコの 3Q 実績について、店舗のテナント売上は月次で開示させて頂いているとおりだが、エンタメ事業について 9 月以降、徐々に座席数の規制等が緩和されたこともあり、売上収益はほぼ前年同水準まで回復している。また前述のとおり、原価低減、および売場維持対策費用も想定から縮小している。4Q の業績見通しについて、営業自粛要請のような状況にならない限り、徐々に回復していくとみているが、感染症の第 3 波影響が見通せないため予断を許さない状況にある。

次年度以降、不動産事業の移管も含めて、今後どのような成長をめざすのかに関しては、今まさに議論しているところであり、改めてお示ししたいと考えている。

以 上