

## J. フロントリテイリング

2023年2月期第3四半期決算電話会議 質疑応答要旨

日時：2022年12月27日（火）15:30～16:05

**Q. セグメントごとに3Q計画に対して売上、利益がどのように良かったのか、あるいは悪かったのかといったところをコメントいただきたい。また、通期計画達成に向けて、それぞれのセグメントで4Qに特にやらなければいけないことがあればどういったことか。**

A. 一部、ショッピングセンター事業のPARCOでは、若干3Qから4Qに投資費用等の期ずれが数億円程度あったが、基本的にはセグメントごとに3Q時点の、いわゆる社内計画に関してはマイナスというところはほぼなく、堅調に推移した。

やはりまずは年度業績の確保に向けて、百貨店、あるいはショッピングセンター事業がポイントになるので、富裕層も含めた国内売上、あるいはインバウンド売上の取り込み、こうしたことをしっかりやっていく。

当社が目指す完全復活に向け、百貨店、PARCOも含め、しっかり次年度に成果に結び付けられるよう、この3Q、あるいは4Qにおいて、しっかり攻めの投資を進めていくことが重要だと認識している。

**Q. 百貨店事業では3Qはかなり売上高も盛り上がってきたかと思うが、2Qまでと違って変わってきたことなど、その中身をもう少し教えていただきたい。すでに12月前半の数字は出しているが、特に日本人の消費動向など年末年始を迎えるなかでどのように見通しているか。**

A. 基調はこの12月も含めてそんなに大きくは変わっていない。外商が大きく売上をけん引しているという状況は継続しており、3Qでは19年度、18年度水準を上回って推移している。

また、スライドには記載していないが、百貨店セグメントに含まれるGINZA SIXはこの3Qにおいても堅調に推移している。19年度、コロナ前はインバウンド比率が比較的高い店舗であったが、11月度は月間で過去最高の取扱高となった。GINZA SIXにおける国内売上に限って言えば、コロナ前と比較して約1.5倍程度まで大きく伸長しているということになる。

**Q. 百貨店でターミナル店舗の梅田店および東京店が緩やかながらも回復速度が向上しつつあるとの説明があったが、現在どういった取り組みを進めているのか、今後さらに回復が見込まれるのかという点について伺いたい。**

A. 回復の速度が上がってきている背景として、一つ目はやはり人流回復というのはあるだろうと思う。この2店舗については、インバウンドというよりは、むしろ全国旅行支援等も含めた人流の回復というところがポイントとして挙げられる。

二つ目は、やはりお客様に足を運んでいただける店づくりを強化するという。なかなか従来のような鉄道でたくさんのお客様を運んでいただけるというようなことが、コロナ前と比較するとまだまだ戻り切らないという状況の中で、この2店舗においてもラグジュアリー、あるいは時計、こういった戦略、改装投資を進めてきており、これらが数字につながっている。さらに、梅田店ではNintendo OSAKAを11月にオープンさせ、これによって入店客数が9ポイント程度向上している。こうした、いわゆる鉄道の集客、人流回復だけに頼らないという観点で取り組みを進めているということが、徐々に成果につながっているのではないかと認識している。

**Q. インバウンド売上の中身は、以前と比べてどのように変化してきているのか。**

A. 免税売上高の3Q実績は54億円であったが、商品別では売上の中心はラグジュアリー、時計、化粧品というこの3カテゴリーでおよそ7割を占めており、半分以上がラグジュアリーというのが現状。

国別ではコロナ前の19年とは異なり、直近11月単月の状況で申し上げますと、中国のお客様の売上が約3割、次いで香港、台湾、韓国となっている。アジア以外では、北米の方の売上が円安効果、内外価格差、こういったことを背景にラグジュアリーを中心に売上が伸びている。

同業他社比較で売上の戻りが鈍いとのこと指摘もいただくが、当社においては、19年当時はやはり心斎橋店が中心で、中国本土からのお客様の化粧品売上が他社比で強かったというところがあったが、まだそこが戻ってきていない。主要空港の国際便数は徐々に足元でも戻ってきているようだが、やはり首都圏での出入国が多く、現状でいうと東高西低というような状態と捉えており、今後の売上回復余地を多く残していると認識している。

**Q. PARCOの条件緩和については、上期時点ではもう少し戻る見通しだったと思うが、現在の進捗状況について教えていただきたい。来年度にかけて解消は進めていけるようなイメージは持っていますか。**

A. ご指摘のとおり、当初の年度計画に対しては各店、各お取引先によって状況は異なるが、若干遅れて進捗しているという状況。残る11億円の解消につきましては、翌年度における課題だと捉えている。テナント取扱高そのものの回復ということと併せて、しっかり進めていきたいと思っている。

**Q. 百貨店の総額売上高については計画比で3Qはやや上回ったかと思う。これまでは、売上はなかなか計画を上回らずに未達を結構繰り返していたが、これは2Qで計画を見直したから達成したのか、あるいは業績管理プロセスそのものに何か改善があったのかどうかを教えていただきたい。**

A. 百貨店のトップラインについては、期初計画から若干慎重に見直しをさせていただいた。結果として、この3Qの進捗としては上回って推移している。12月に入っても、引き続き3Qから大きく基調がマイナスに転じるということではないので、4Qについても引き続きトップラインをしっかり取っていく。

ただ、売上の中身については、3Qではボリュームファッション等の動きも若干見られたが、基本的なけん引役はラグジュアリーや時計ということなので、いわゆる売買益率については低下しているのは事実。売上のプラスほど売上総利益そのもののプラスがなかなか出ていないというのは、その辺に起因するものからだと認識はしている。

**Q. 今期は、来期以降も含めて攻めの投資もあるとのことだが、御社の場合はデベロッパー事業やショッピングセンター事業では経費が原価計上される部分もあるかと思う。原価計上される経費も含めて、3Qあるいは今年度でどれぐらい「攻め」のための費用、いわゆる先行投資のようなものが発生しているのか。**

A. 今年度においては、昨年度までとは異なり、しっかり攻めの投資をしようと考えている。今年度の投資計画については10月に業績説明資料で公表させていただいているが、現時点において、

デベロッパー事業において当初計画していた投資の案件が、時期も含めて見直しということになったため、連結トータルでの投資そのものについては若干計画を下回る見通し。一方で、その他の各セグメントにおいては、主に百貨店が中心にはなるが、しっかりこの 22 年度に投資を実施し、来期につなげていきたいと考えている。記載内容はいわゆる資産計上ベースとなるため、別途、一時費用が立ってくるとご理解いただきたい。費用計上ベースではそんなに大きいものではない。

以 上