

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
2026年3月期 第3四半期 決算説明会 質疑応答要旨

日時:2026年2月4日(水) 14:30~15:00

【連結】

Q.第3 四半期期間の営業利益は会社想定を上回ったとのことだが、具体的にどの程度上振れたのか。また、通期計画を据え置いた背景を教えてください。

A. 第3 四半期の営業利益は、連結ベースで約10 億円、会社想定を上回った。
セグメント別では、百貨店事業はインバウンド売上の減速が本格化するまでは想定を超えて推移し、結果として若干の上振れとなった。食品事業は約1 億円、商業施設事業は約3 億円の上振れとなり、その他事業についても各社が総じて想定を上回る進捗となった。

第4 四半期については、現時点で当初想定を超える大きな費用増は見込んでおらず、業績を下押しするような要因は特に見込んでいない。

【百貨店事業】

Q. 阪急本店は6 階の全面改装など売場条件が厳しいが、売上が堅調な要因は何か。また、改装後の阪神梅田本店が非常に好調な背景を教えてください。

A. 阪急本店では、改装による売場閉鎖の影響を踏まえ、優良顧客への「おもてなし」を軸とした囲い込みと売上単価の向上に注力している。第3 四半期を終えた時点では、識別客全体の動向は目標に一步届いていないものの、上位層の売上は着実に伸長しており、ターゲットを絞った施策の成果が出ている。一方で、中位層以下の利用減が全体の押し下げ要因となっている。
また、当社カード未保持の「非識別客」については、人気催事を中心とした集客策が奏功し、当初の想定を上回る推移となっている。

阪神梅田本店は、非食品フロアの改装の目玉であったロフトの新規出店により客数が大きく伸長した。加えて、後半に実施した食品フロアの改装を経て全館での買い回りが活性化しており、改装後の時間経過とともに顧客の定着化が進んできたことが好調の背景にあると考えている。

Q. インバウンド売上の通期見通しを1,050 億円で据え置きとしているが、足元の商況と2026 年度の見通しについて教えてください。

A. インバウンド売上は11 月以降の減速を踏まえると、今年度目標である1,050 億円は必ずしも楽観視できる状況ではないと認識している。一方で足元の1 月是一部ラグジュアリーブランドの値上げ前の駆け込み需要もあり、趨勢はやや持ち直した。2 月は春節の影響も見込まれるが、今後の動向については引き続き注視していく必要がある。こうした先行き不透明な環境下においては、外部環境の影響を受けにくいVIP 顧客へのアテンド販売を強化しており、これを通じて今期目標であるインバウンド売上1,050 億円を目指したいと考えている。来期以降についても、VIP 顧客への取り組みを一層強化し、売上を伸ばしていきたいと考えている。

Q. インバウンド VIP 顧客売上の地域別の構成や動向について教えていただきたい。

A. 詳細は公表していないが、地域別では中国顧客の売上シェアが非常に高い。VIP 顧客の会員数は約 5 万人であり、前年から緩やかに増加している。特に、客単価が大きく伸長している。顧客との密なコミュニケーションを通じたアテンド販売体制の強化により、お客様の購買ニーズに的確に対応できる体制が整ってきていると捉えている。

【食品事業】

Q. 食品スーパーの売上総利益率(以下、益率)は、第 3 四半期累計で前年同期比+0.3pt と改善傾向であるが、インフレや競争環境が激化する中で、プラスを維持できている背景と今後の持続性について教えていただきたい。

A. 益率の改善は、食品の値上げ局面において適切な売価コントロールができていることに加え、今年度から展開を拡大している共同仕入れ・共同販促施策を活かしたスケールメリットや、売上伸長によるものである。2026 年 4 月からは、関西フードマーケットとして本格的な統合フェーズに入る。これまでの取り組みを継続しつつ、今後は商品政策などを通じた益率の改善余地はまだあると考えている。

以上