



2008年5月13日

各位

会社名 エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社  
代表者名 取締役社長 若林 純  
(コード番号 8242 東証・大証第1部)  
問合せ先 広報部長 高橋 正明  
(TEL 06-6367-3181)

長期事業計画「<sup>グランプリテン</sup>GP10計画 ver.2」について

エイチ・ツー・オー リテイリンググループでは、将来にわたって発展・成長し、永続的に企業価値を高めていくために、2014年度を最終年度とする長期事業計画「GP10(グランプリテン)計画」を策定し、2005年4月より、その目標達成に向け、事業基盤の整備と規模拡大に取り組んでまいりました。そして、2007年10月の株式会社阪神百貨店との経営統合を受け、新たに計画を見直し、「GP10計画 ver.2」として再構築いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

1. 長期事業計画「GP10(グランプリテン)計画 ver.2」の基本方針

目的： 当社グループが永続的に企業価値を高め、「地域住民への生活モデルの提供を通して、地域になくってはならない存在であり続けるため」という当社グループの企業理念を実践していくため

基本戦略： 『関西圏での小売事業の集中的な展開によるマーケットシェアの拡大』  
関西圏において、百貨店・スーパーマーケットを中心とした小売事業を集中的に展開することにより、エリア内消費のマーケットシェア拡大を図ってまいります。

施策： 梅田における超大型店舗の構築  
阪急百貨店・阪神百貨店両本店をあわせた超大型都心店舗(「超・本店」)の構築により、高収益体質の実現を図ります。  
関西ドミナントエリアの構築  
「超・本店」をフラッグシップに、郊外型百貨店、食品スーパー、個別宅配など小売事業を組み合わせることで事業拡大し、グループ全体で顧客の買い回りを進めることにより、関西圏におけるグループでのマーケットシェア拡大を図ります。  
経営体制の効率化  
阪神百貨店との経営統合による統合効果の早期実現を図るとともに、事業拡大を支える基盤整備を進め、経営効率を高めてまいります。

数値目標： 2014年度 連結売上高 7,000～8,000億円  
連結営業利益 400億円

## 2. 数値目標及び業績推移予想

### (1) 数値目標と業績推移

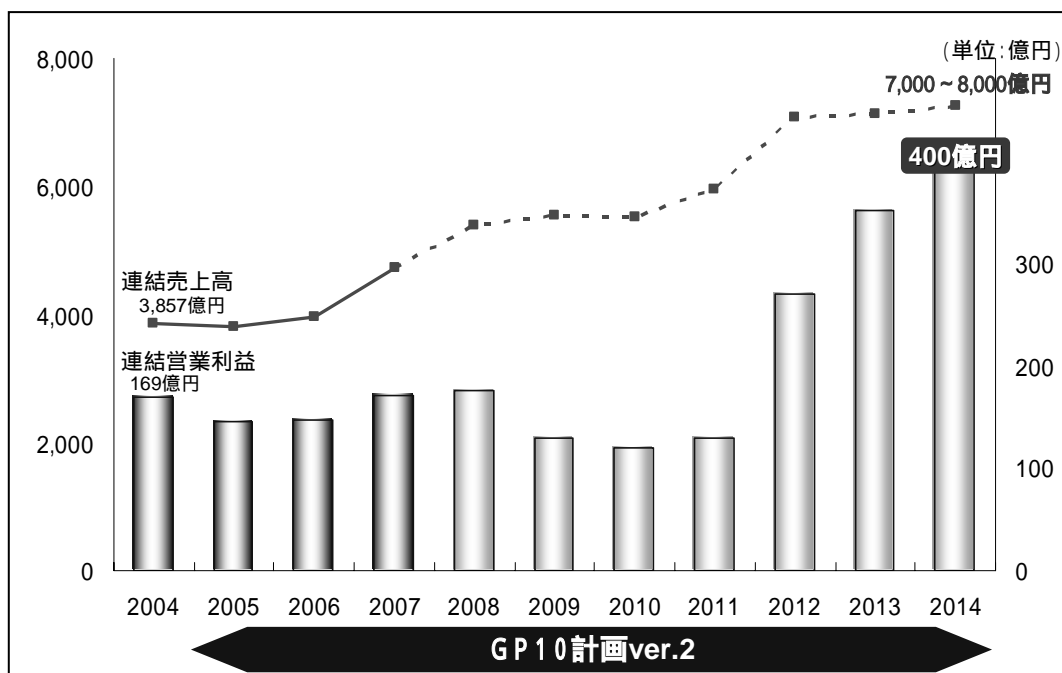
2014年度連結営業利益 : 400億円

セグメント別業績目標(2014年度)

	売上	対比	営業利益	対比
百貨店事業	5,400億円	175.2%	330億円	+189億円
スーパーマーケット事業	1,500億円	282.5%	46億円	+34億円
PM事業	100億円	112.0%	12億円	1億円
関連事業	400億円	100.0%	12億円	+9億円

対比 : 2004年度実績対比

### (業績推移予想)



## (2)投資額

2005年度～2014年度 総投資額 2,400億円

(2008年度～2014年度 1,700億円)

### 主な投資案件(2008年度～2014年度)

	スケジュール(予定)	概要
阪急百貨店 うめだ本店建て替え	2009年秋 期棟での営業開始 2012年春 グランドオープン	売場面積 ・ 期棟 26,000㎡ ・ グランドオープン後 84,000㎡
阪神百貨店 本店改装	2008年秋～2009年秋	売場改装(全館)
阪急西宮店出店	2008年11月(予定) 開業	売場面積 25,000㎡ 初年度年間売上目標 200億円
阪神尼崎店出店	2009年秋 開業	売場面積 5,800㎡ 初年度年間売上目標 50億円
阪急博多店出店	2011年春 開業	売場面積 40,000㎡ 初年度年間売上目標 400億円
食品スーパー出店	年6～7店舗	56店舗(2007年度末) 100店舗(2014年度)
大井駅前再開発	2011年春 期棟完成 2014年 グランドオープン	宿泊特化型ホテル及び 地域密着型商業施設

## 3. 基本戦略に基づく取組

長期事業計画「GP10計画ver.2」では、百貨店事業における阪急百貨店うめだ本店(以下、阪急本店)・阪神百貨店梅田本店(以下、阪神本店)の両本店を「梅田事業」として中核に位置付けます。大阪・梅田は、ここ数年で日本最大の商業集積地となりますが、その梅田地区において、圧倒的な地域一番店として高収益体質の実現を図ってまいります。そして、この両本店をフラッグシップとして、関西商圈において、郊外型百貨店、食品スーパー、個別宅配等を集中的に事業展開することにより、当計画の基本戦略である「関西商圈におけるマーケットシェア拡大」を進め、高い営業利益率の達成を目指してまいります。

### (1)梅田における超大型店舗の構築

百貨店事業におきましては、阪急百貨店・阪神百貨店の両本店をあわせた超大型の都心型百貨店を構築することにより、収益力の高いビジネスモデルを構築してまいります。具体的には、阪急本店の建て替えにより、売場面積84,000㎡と日本でも最大級の規模を持つと同時に最新型の商業



阪急百貨店新本店イメージ

空間を創出いたします。この面積や空間を最大限に活用し、モノの販売だけでなく、サービスやコトの提案を強化し、魅力ある店づくりを進めてまいります。また、阪急本店及び阪神本店が持つそれぞれの個性をより明確にすることで、顧客の幅を広げながら、売場面積15万㎡の超大型店舗として、「圧倒的な品揃えとサービス」で広域からの集客と両本店間の買い回り促進を図り、年間3,500億円の売上を目指します。また、両本店が隣接している利点を活かし、業務の効率化を同時に実現し、グループの成長を支える事業として確立していきます。

#### 梅田事業の売上目標

	2014年度目標	2004年度実績
<b>梅田事業</b>	<b>3,500億円</b>	<b>1,920億円</b>
阪急本店	2,370億円	1,920億円
阪神本店	1,130億円	-

#### (2) 関西ドミナントエリアの構築

現在エイチ・ツー・オー リテイリンググループが事業を展開している関西地域において、郊外型百貨店、食品スーパー、個別宅配などの小売事業に、さらに集中的に投資するとともに、カード政策などを通じてフラッグシップである両本店とのシナジー効果を発揮することにより、この地域のマーケットにおける当社グループのシェアを拡大していきます。

百貨店事業では、西宮(兵庫県)および尼崎(兵庫県)に郊外型百貨店を出店することにより、店舗網の充実を図り、関西支店事業で1,200億円の売上を目指します。

一方、現在、食品スーパーを56店舗展開しておりますが、今後、さらに出店を進め、計画最終年度2014年度には100店舗体制を目指します。また、規模の拡大と同時に、PBの開発や食品製造との連携強化といった取り組みを通して、収益力の向上を図り、2014年度には、売上高1,500億円を目指してまいります。

さらに、個別宅配事業も展開エリアを徐々に拡大することで、郊外型百貨店や食品スーパーではカバーできない消費の取り込みを図ってまいります。

このようにして、エリアにおけるグループの露出度をさらに高めていくとともに、百貨店、食品スーパー間でのポイントの共有化を図るなどの取り組みを通して、関西商圈における顧客のグループ内での買い回り促進を図ってまいります。

#### (3) 経営体制の効率化

百貨店事業では、本年10月をもって、株式会社阪急百貨店と株式会社阪神百貨店の両事業会社を合併し、統合効果の早期実現と最大化を図ってまいります。また、スーパーマーケット事業におきましても、中間持株会社である株式会社阪食を中心に食品スーパー3社及び商品調達会社を合併し、さらなる効率化を図ってまいります。これらに加え、重複事業・業務の統廃合を積極的に推進し、経営資源の最適配分を進めてまいります。

(4) 中期的な課題

当社グループでは、「GP10計画 ver.2」の目標達成に向けてさまざまなプロジェクトを進めておりますが、その中の最大のプロジェクトである阪急本店の建て替えプロジェクトでは、2009年度から3年間、売場面積がさらに減少し、この期間の利益確保が最大の経営課題であると認識しております。

これに対し、阪急百貨店・阪神百貨店の経営統合を積極的に進め、MDの分担やカードの再編を通して、両本店間での顧客の買い回りを高めることにより、売上の確保を図ってまいります。そのため、本年秋より段階的に阪神本店の改装とカード再編に取り組んでまいります。

また、支店事業、スーパーマーケット事業、個別宅配事業などそれぞれの事業においても規模拡大と収益力の強化を図り、グループ全体でカバーしてまいります。

今後4年間の業績推移予想

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
売上高	5,450億円	5,600億円	5,550億円	6,000億円
営業利益	175億円	130億円	120億円	130億円

本リリースに記載されている情報につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、その情報の正確性を保証できるものではありません。さまざまな重要な要素により、これら予測とは異なる結果となる場合もあることを、ご承知おきください。