

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
2026年3月期 第1四半期 決算説明会 質疑応答要旨

日時:2025年8月1日(金) 14:30～15:10

【連結】

Q. 連結全体では会社想定通りの進捗とのことだが、セグメント別に見た場合、予算に対する進捗状況に濃淡があるのか教えていただきたい。

A. 百貨店事業については、足元の趨勢を踏まえると総額売上高目標はやや高めに設定されているものの、販管費削減を意識的に進めることで、期初に公表した営業利益計画の達成を目指す。食品事業は、米価格の上昇を含む点単価の上昇も寄与し、想定を上回る進捗となっている。商業施設事業では、大井開発においてホテルの客室改装を進めているものの、全体としては計画通り推移するよう取り組みを進めている。

寧波阪急については、中国経済に対するネガティブな報道も多い中で、利益ベースでは大きく上振れている。連結全体に占める規模はまだ小さいものの、今年度の単体営業利益としては年間で数十%の成長が見込める手応えを感じている。

Q. 第1四半期の業績が想定通りだったということだが、第2四半期以降の見通しについて教えていただきたい。特に、インバウンド売上の動向やシステム費用の増加、また、阪急本店の改装による売場閉鎖などが今後の業績にどのように影響するのか教えていただきたい。

A. 今回、業績予想の修正は行っておらず、期初に策定した四半期ごとの業績想定も変更していない。

ただし、セグメント別で見ると、先に述べた通り進捗には濃淡があり、第2四半期以降を想定通りに推移させるために、百貨店事業がどれだけ期初計画にキャッチアップできるかが重要なポイントとなる。

販管費の削減については、現在進めている取り組みの効果が本格的に表れるのは下期以降となる見込みである。また、阪急本店の改装効果を可能な限り早期に業績へ取り込む方針である。これら二点をいかに実行できるかが、今後の鍵となる。

インバウンド売上に関しては、第2四半期において前年並みの水準を維持できるかどうかは、現時点では不透明な状況である。

システム費用の増加については、POSレジの入れ替えに伴うものである。前年の第3四半期の終わりから第4四半期にかけて新POSレジへの更新作業を集中的に実施したため、前年の第1四半期から第3四半期は償却を終えた旧POSレジの費用がほぼ発生していなかったが、今年度は新たに導入したPOSレジの償却がすでに始まっており、第3四半期まではその分の費用が純増となる見込みである。

【百貨店事業】

Q. 阪急本店の改装効果は、いつごろから業績に反映される見通しか。

A. 阪急本店の改装計画については、百貨店事業の今期計画達成に向け、可能な限り 2026 年 3 月までに改装効果を取り込めるよう進めている。また、改装工事に伴い売場面積が縮小する中でも、少しでも売上に繋がる取り組みを現在検討している。

Q. インバウンドおよび国内顧客の今後の消費動向を見通す上でのポイントについて教えていただきたい。

A. インバウンド売上については、昨年は円安の進行およびラグジュアリー商品の購買意欲の高まりという追い風により大きく伸長した結果、前年との比較において大きな差が生じている。現在の売上水準は、いわば実力に近い水準であると捉えており、今後の方針としては、引き続きラグジュアリー分野の強化を図るとともに、為替変動の影響を注視しながら、海外を含む VIP 顧客の囲い込みが一層重要になると考えている。

【食品事業】

Q. 食品スーパーの粗利益率はどのように変化しているのか。

A. 食品スーパーの粗利益率は前年に比べて少し改善した。原材料価格の上昇に合わせて売価も一定程度引き上げられており、特に米価格の上昇により粗利益率が上昇した側面はある一方で、価格転嫁が進んだ結果と捉えている。

Q. 前年の第4四半期以降食品事業が好調に推移しているが、今後の持続性についてどのように考えているか。

A. 点単価については、メーカーによる販売価格の上昇に対し、店頭販売価格は一定のタイムラグをもって追随する傾向があるが、前年第4四半期から本年度第1四半期にかけては、そのギャップはほとんど見られなかった。今後もメーカーの販売価格は引き続き上昇していくと見込まれるが、店頭販売価格もそれに連動して上昇していくと想定している。

粗利益の観点では、現時点で粗利益率はやや改善しており、売上高の増加に伴い粗利益も増加する構造であることから、まずは前年並みの水準は維持したい。そのために、関西スーパーマーケットとの本格的な統合を通じて、バイイングパワーの強化やスケールメリットの最大化を図っていく。また、店舗フォーマットとして「Aタイプ(価値訴求型)」と「Cタイプ(価格訴求型)」を展開しており、それぞれのタイプに応じて、どの価格帯・商品で利益を確保すべきかを明確にし、その方針を着実に実行することで、利益率の改善を図っていく。

まずは価格転嫁を着実に進めることで粗利益率を維持し、さらなる上積みについては、こうした取り組みを通じて実現していく考えである。

以上