

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
2025年3月期 決算説明会 質疑応答要旨

日時:2025年5月14日(水) 14:00~15:00

【百貨店事業】

Q. 海外 VIP 顧客を除くインバウンド売上および国内売上について、直近の商況をどのように捉えているのか、また今期見通しの前提にどの程度足元の趨勢を織り込んでいるのか教えていただきたい。

A. (阪急阪神百貨店 山口社長)

足元の売上については不透明感があるため、インバウンド売上・国内売上ともにやや慎重な前提に基づいて見通しを立てている。インバウンド売上については、足元3・4月の日商売上が年間を通して継続すると仮定した場合、年間で約1,000億円となる。それに加えて、VIP顧客による上積み分として100億円を見込んでおり、合計で1,100億円を計画している。

国内売上については、実質ベースで前年比2%の増加を見込んでいるものの、阪急本店の改装に伴う売場閉鎖の影響が大きく、これにより約2%の減少を見込んでいる。結果として、国内売上はほぼ前年並みの水準になるという見方をしている。

Q. 阪急本店の改装スケジュールと改装効果をどのように見ているのか教えていただきたい。

A. (阪急阪神百貨店 山口社長)

阪急本店のリモデルにおける大きなポイントであるラグジュアリー売場の拡充は、2025年度末の完成を目標に進めている。工事は7月から本格的に始まり、秋から翌年2月頃までが、売場閉鎖の影響が最も大きい期間となる。このため、2025年度は年度を通じて改装工事の影響を受ける見通しである。改装完了後の2026年度には、売上が2024年度実績より約300億円増加し、4,000億円の大台に達する計画である。

Q. インバウンド売上拡大に向けた海外 VIP 顧客施策の効果は2025年度目標にどの程度織り込んでいるのか、もしくは2026年度以降に効果が発現するような取り組みになるのか。

A. (阪急阪神百貨店 山口社長)

2024年度のインバウンド売上実績1,300億円の内訳は一般ツーリストが約900億円、VIP顧客売上で約400億円だったが、2025年度は一般ツーリストが減速し約600億円と前年から300億円減少、一方で、VIP顧客売上は施策の積み上げにより約500億円と100億円の増加を見込んでいる。VIP顧客の足元動向としては為替の影響もあり、ピーク時と比べ1人当たりの買上単価はやや減少しているが、減速感のある一般ツーリストと比べて安定しており、VIP顧客とのコミュニケーション強化によりニーズに的確に応えることで目標の達成を目指す。

【食品事業】

Q. スーパーマーケットの新店舗フォーマット(Aタイプ・Cタイプ)はスタートしたばかりではあるが、現時点での手応えや今後の関西エリアでの戦略について教えていただきたい。今後はマーケットシェア拡大を目指すのか、収益性の向上に注力するのか、あるいはその両方を狙うのか、今回の出店を通じて見えてきた方向性について知りたい。

A. (林副社長)

価値訴求型の A タイプ店舗と価格訴求型の C タイプ店舗が新たな店舗フォーマットにおける 2 つのモデルになるが、地域ニーズに応じたカスタマイズをしながら業態転換を進めていく考えである。価格訴求型の C タイプ店舗である関西スーパーマーケットのデイリーマート市岡店は、商品 SKU の絞り込み、エブリデイ・ロープライスを基本としながら地域最安値を打ち出すなど、毎日の来店を促すような販促施策を進めており、数字としては対前年で 60%増、対予算で 10%増と好調な滑り出しである。同じく 4 月にオープンした価値訴求型の A タイプ店舗である阪急オアシス宝塚南口店もお客様の反応が非常に良く、対予算で 30%増とこちらも好調である。

価格訴求と価値訴求という異なる 2 つの収益モデルをマーケットの中でバランス良く展開しながら、当社スーパーマーケットの売上シェアアップを目指していく考えである。

A. (荒木社長)

A タイプ・C タイプ店舗には非常に手応えを感じている。阪急オアシス宝塚南口店は想定を上回る結果となっており、上質なマーケットでは相当有効なモデルだと感じる。この新たな店舗モデルを磨き上げていき、顧客の支持を高めていくことでトップライン拡大に繋げ、関西でのマーケットシェアアップを目指したい。

【連結】

Q. 2025年度も株主還元施策としてしっかりとした計画が打ち出されており、減益ガイダンスでありながら増配が予定されている。その考え方と、今後のキャッシュフローのアロケーションの方向性について教えていただきたい。

A. (荒木社長)

2024年度のキャッシュ・インについては、中期経営計画策定時の営業利益目標を上回る結果となり、そこから各種要因を差し引いた上で、当初想定より約65億円の増加となった。この増加分を、博多阪急への追加投資および株主還元としての2024年度・2025年度増配に充てることとした。

2025年度は減益を予想しているが、中期経営計画策定時の利益目標に対しては、2024年度と同様に上振れする水準である。中期経営計画のフレームの中で、キャッシュ・イン増加分と利益水準について年度ごとに進捗を確認しながら、出店・改装、セルフレジ導入など成長投資を基本に株主還元を考慮して配分を判断していく。

以上