

2023年度 1Q決算 決算説明資料

2023年 8月 2日



エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

■2023年度 1Q実績

〈連結〉

- 百貨店事業が好調を継続、売上高・営業利益ともに前年から伸長
- 食品、商業施設事業も増益、連結営業利益は計画を上回って推移

〈セグメント別〉

- 百貨店事業は国内、免税売上とともにコロナ前（2018年度1Q実績）を上回る
販管費は売上連動経費が増加するも計画対比では抑制
- 食品事業は値上げに伴う単価上昇により、食品スーパーの既存店売上は前年超え
販管費は対前年・計画でも抑制
- 商業施設事業は大井開発が運営するホテルが人流回復下での機動的な価格施策が
奏功し高稼働（9割超）

■2023年度 通期見通し

- 百貨店の好調な1Q業績を踏まえて、予想を上方修正
円安、株高の好影響を受けている百貨店売上の減速リスクを一定考慮

この第1四半期の大まかな概要をこちらのスライドに示しております。

百貨店事業の好調が継続し、増収増益となったことに加えて、それ以外のセグメントも増益となった結果、連結合計で増収増益、社内の計画値も上回る推移となりました。

セグメント別の動向は後ほどご説明いたします。

この第1四半期の業績の上振れを踏まえて、通期予想の上方修正を行っております。

足元の百貨店事業の売上好調には、円安・リベンジ消費・株高といった追い風があったと認識しており、この3つ要素が今の勢いで継続するという前提にはしていません。

I . 2024年3月期 1Q実績

II . 2024年3月期 通期見通し

それではここから、第1四半期実績と、通期見通しの順に詳しくご説明いたします。

I. 2024年3月期 1Q実績



1. 連結業績
2. セグメント別業績
3. 百貨店事業
4. 食品事業
5. 商業施設事業

まず第1四半期の実績を、こちらのスライドの順にご説明いたします。

I - 1. 連結業績



- ▶ 主力の百貨店事業は都心店が好調を継続、引き続き高額商材が牽引
さらにコロナ禍からの回復により、化粧品を含めファッションも好調に推移し、増収
- ▶ 売上増加もコストコントロールに努め営業利益は回復
- ▶ 新型コロナウイルス感染症の5類移行により想定を超えるペースで経済活動の正常化が進み、百貨店・商業施設事業が計画より上振れ

(単位：億円)	1Q実績	対前年
総額売上高	2,447	107.4%
売上高	1,548	103.7%
営業利益	48	+41
経常利益	52	+33
特別利益	7	
特別損失	4	
親会社に帰属する 四半期純利益	34	+27

連結業績は、増収増益となりました。

百貨店事業では、特に都心店における高額商材の好調が継続したことに加えて、コロナ禍からの回復によるファッションや化粧品の売上が伸長し、増収となりました。

売上増加に伴う経費の増加もありましたが、コストコントロールに努め、営業利益も伸長しました。

想定を超えるペースで経済活動の正常化が進んだことから、計画に対しては、百貨店事業、商業施設事業が上振れとなっております。

I - 2. セグメント別業績



- ▶百貨店事業 国内売上は高額商材に加え、コロナ5類移行による消費ニーズの拡大で全カテゴリーが伸長
免税売上は為替影響と台湾・韓国・香港中心に売上が急増したことでコロナ前実績超え
- ▶食品事業 食品スーパーは既存店が前年超え、販管費も計画より抑制し営業利益は回復
- ▶商業施設事業 ショッピングセンター店舗の閉店などで減収も、大井開発のビジネスホテル高稼働により増益
- ▶その他 H2Oの受取配当金が前年から大幅に増加し増益

(単位：億円)	総額売上高		営業利益			(単位：億円)	
	1Q実績	対前年	1Q実績	対前年		H2O単体	対前年
百貨店事業	1,235	113.6%	33	+21		営業利益	+25
食品事業	1,031	101.8%	18	+14		グループ内 受取配当金	+25
商業施設事業	81	88.7%	10	+4		(金額連結消去)	
その他事業	100	113.5%	22	+29	→		
連結調整			▲36	▲28			
合計	2,447	107.4%	48	+41			

セグメント別の業績をご説明いたします。

百貨店事業は、高額商材の好調が継続していることに加えて、外出機会の増加などによる消費ニーズの拡大を取り込み、全カテゴリーで売上が伸長しました。免税売上については、台湾・韓国・香港などの近隣諸国の売上が大きく伸長し、コロナ前を超える免税売上となりました。

食品事業は、既存店が前年を超えて推移したことに加えて、販管費の抑制が寄与し、増収増益となりました。

商業施設事業は、大井開発のビジネスホテルが高稼働となり、増益となりました。

その他事業は、H2O 単体で業績回復に伴いグループ内からの配当金収入が増えたことで大幅な増益となっておりますが、連結としては消去されるため、実質では微増となっております。

I - 3. 百貨店事業—業績概要

- ▶ コロナ禍からの回復により客数回復、売上は全カテゴリーにおいて伸長
インバウンド需要を含め宝飾・時計、ラグジュアリーブランドが好調
- ▶ 光熱費や売上連動経費などの経費増加も計画比では抑制
- ▶ 営業利益は大幅に回復し、期初計画を超えて推移

阪急阪神百貨店

(単位：億円)	1Q実績	対前年
総額売上高	1,227	113.5%
売上総利益	276	113.0%
総利益率	22.49%	▲0.10%
その他収入	10	122.7%
販管費	253	+13
営業利益	33	+21

店別売上	対前年
都心店	117%
阪急本店	116%
阪神梅田本店	108%
郊外店	102%

(単位：億円)	
販管費増減内訳	対前年
家賃・減価償却 (阪神梅田本店など)	+4
光熱費増	+2
売上連動経費	+3

※収益認識に関する会計基準適用前の数値を記載

百貨店事業についてご説明いたします。

コロナ禍からの回復による全体の底上げと、インバウンド需要を含めた宝飾・時計・ラグジュアリーブランドなどの高額商材の好調の双方が寄与しました。こうした背景から、特に都心店の売上が大きく伸長しています。

他方で、販管費は売上連動経費など経費が増加しておりますが、コストコントロールを図っており、計画に対しては抑制いたしました。

この結果、営業利益は前年に対しても、計画に対しても上回る結果となりました。

I - 3. 百貨店事業—商品別売上

- ▶ 全カテゴリーが前年から増加、コロナ禍からの回復により衣料品が回復傾向
- ▶ ラグジュアリーが含まれる身の回り品、雑貨は好調トレンドを継続
- ▶ 高額商材の売上シェア伸長により粗利益率の低下傾向は継続

商品別売上高（全店）

（単位：億円）	1Q実績	対前年	構成比	対前年
衣料品	277	110.7%	21.7%	▲0.6%
身の回り品	290	121.4%	22.7%	1.4%
家庭用品	35	118.3%	2.7%	0.1%
食料品	323	107.2%	25.3%	▲1.6%
食堂・喫茶	31	111.9%	2.4%	0.0%
雑貨	262	116.2%	20.5%	0.4%
サービス	6	131.8%	0.4%	0.1%
その他	53	121.6%	4.1%	0.3%
合計	1,277	113.9%	100%	

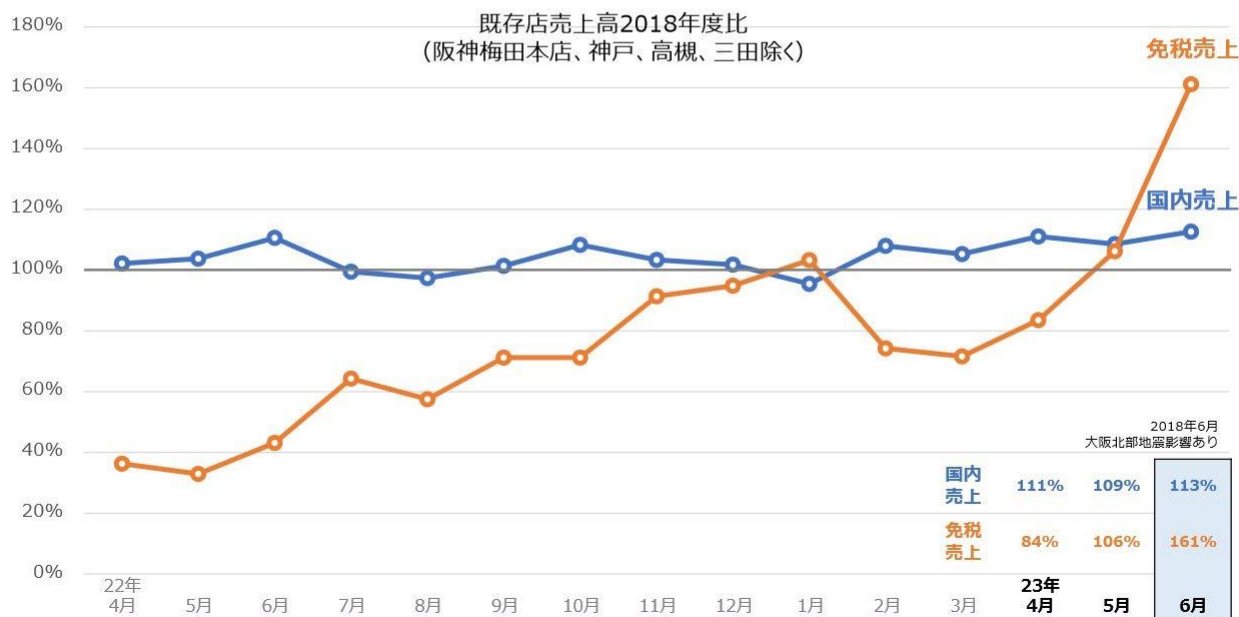
百貨店の商品別売上については、全カテゴリーが前年を上回りました。

宝飾、時計、ラグジュアリーブランドなどの売上の強さが、他のカテゴリー以上であることから、粗利率の低下傾向は継続しております。

I - 3. 百貨店事業—既存店売上高推移（コロナ前対比）



- ▶ 1Qは国内売上、免税売上ともにコロナ前の2018年1Q実績を超過
既存店売上の2018年比は1Q累計で111%（国内111%、免税売上114%）
- ▶ 免税売上高は5月からコロナ前に回復、為替影響もあり高額商材が強く客単価はコロナ前の1.5倍
中でもラグジュアリー、ジュエリー・ウォッチなどを強化してきた阪急本店の免税売上はコロナ前から2割増



Copyright © H2O Retailing Corp. All Rights Reserved.

9

コロナ前の2018年度と比較した売上の推移をご説明いたします。

既存店は2018年度比111%と、コロナ前を大きく上回りました。

国内で111%、免税で114%と、国内外の双方がコロナ前を超えております。

グラフは青色が国内売上、オレンジ色が免税売上の推移を示しております。

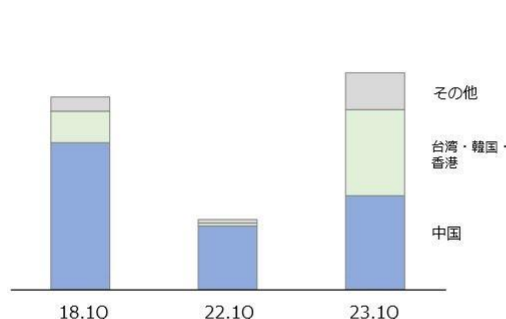
国内売上は昨年度から継続してコロナ前を超えて推移しております。コロナ禍で抑制された購買意欲から現在の需要につながっていると考えています。

免税売上は円安影響もあり、高額商材が力強く伸長し、5月、6月とコロナ前を超える水準となりました。

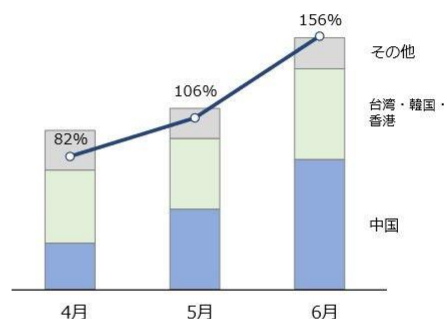
I - 3. 百貨店事業—免税売上高推移

- ▶ 免税売上は国内売上同様に高額商材が伸長し、2018年1Q実績を上回る
- ▶ 2022年10月以降、台湾・韓国・香港中心に売上が急増、中国も順調に回復が進む

国別免税売上高推移（全店）



免税売上高 月別推移（全店）



国別免税シェア（全店）

	18.1Q	22.1Q	23.1Q
中国	76%	91%	43%
台湾・韓国・香港	16%	3%	40%
その他	7%	6%	17%

月別免税売上（全店）2018年対比

	4月	5月	6月	1Q累計
中国	32%	61%	105%	64%
台湾・韓国・香港	235%	248%	342%	272%
合計	82%	106%	156%	113%

※2018年6月大阪北部地震の影響あり

免税売上の推移についてご説明いたします。

左のグラフは、コロナ前、コロナ禍、今期の国別の免税売上の推移とシェアを示しています。

右のグラフは、月別の売上推移と、コロナ前対比の伸び率を示しています。

ご覧の通り、コロナ前2割弱であった中国以外の東アジア、台湾・韓国・香港のシェアが足元では4割程度に拡大しており、売上もコロナ前比2.7倍と大きく伸長しております。

他方で、コロナ前の売上の大半を占めていた中国のシェアは、関西への航空便の戻りが羽田や成田に比べて遅く、まだコロナ前比6割程度の回復にとどまっておりますが、月を追うごとに便数も増加しており、ここの正常化は今後の伸び代になってくるとみております。

I - 4. 食品事業



- ▶ 食品スーパーは客単価上昇により既存店売上高は前年を越え増収増益
点単価は今後も前年を上回る状況が続く想定 物価上昇による消費者の高い生活防衛意識は継続の見通し
- ▶ イズミヤ・阪急オアシスは対前年では売上増加、粗利益改善に加え、経費削減により10億円の増益
売上は計画未達も、チェーンオペレーション改革による経費削減効果が想定以上に進む
- ▶ 関西スーパーマーケットは既存店売上が好調に推移し増収増益
- ▶ 食品製造は、専門店売上は好調もグループ内アウトパックの調整により減収、
光熱費、原料高の影響をロス削減等によりカバーし増益

(単位：億円)	売上高		営業利益		既存店 前年同期比	売上高	客数	客単価
	1Q実績	対前年	1Q実績	対前年				
食品スーパー計	919	102.2%	21	+14	食品スーパー計	103.6%	99.5%	104.1%
イズミヤ・ 阪急オアシス	598	102.0%	13	+10	イズミヤ・ 阪急オアシス	103.5%	99.8%	103.7%
関西スーパー マーケット	321	102.7%	9	+4	関西スーパー マーケット	103.7%	99.0%	104.7%
食品製造計	79	96.5%	▲0	+0				

食品事業の概要についてご説明いたします。

食品スーパーの既存店売上は、値上げに伴う客単価上昇が寄与し、103.6%と、前年を上回りました。

今期より会社統合しているイズミヤ・阪急オアシスは、売上の増加、粗利率の改善、経費削減が寄与し、前年に対して10億円の増益となりました。

計画に対して、売上は未達であるものの、チェーンオペレーション改革による経費削減などにより計画値以上の経費抑制を果たしています。

関西スーパーマーケットは、既存店売上の伸長が寄与し、増収増益となりました。

食品スーパーの既存店売上の見方についてですが、今後も点単価が前年を上回る状況は続くものの、物価上昇による生活防衛意識は高く、楽観できる商環境ではないと見込んでおります。

食品製造については、光熱費や原料高騰の影響は大きいものの、ロス削減等の取り組みを積み重ね、増益となっております。

I - 5. 商業施設事業



- ▶ 大井開発が運営するビジネスホテルの稼働率が4-6月で9割を超えて推移
出張や観光需要が回復する中、利益を意識した価格施策（ダイナミックプライシング、競合との価格競争）が奏功し、高稼働率を維持
自社サイト・予約システムのリニューアルや効率運営の取り組みの効果もあり、過去最高益ペースで推移

(単位：億円)	売上高		営業利益	
	1Q実績	対前年	1Q実績	対前年
大井開発	15	183.9%	7	+5
その他 子会社計	66	79.6%	4	▲1
商業施設事業	81	88.7%	10	+4

続いて商業施設事業については、東京の大井町の駅前ホテルと、商業施設を運営している大井開発の増益が、全体をけん引しております。

大井開発の運営するビジネスホテルは、第1四半期の稼働率が90%を超えております。これは出張や観光の需要が回復してきたもの、これを手頃な価格、場所の利便性をアピールし、捉えることができたことと、一方では少しでも利益を上げられるように、宿泊料をコントロールするという価格施策により、高稼働を高収益につなげられるような取り組みをすることができ、過去最高益のペースで推移をしています。

Ⅱ. 2024年3月期通期見通し



- ▶ 1Qの好調な百貨店業績を踏まえて上方修正
- ▶ 円安、株高の好影響を受けている百貨店売上の減速リスクを一定考慮

(単位：億円)	上期			通期			
	期初計画	修正計画	期初計画差	期初計画	修正計画	期初計画差	対中期計画
総額売上高	4,960	4,960	—	10,400	10,400	—	111.8%
売上高	3,220	3,220	—	6,750	6,750	—	—
営業利益	48	70	+22	170	190	+20	+20
経常利益	45	67	+22	165	185	+20	+45
親会社に帰属する 当期純利益	5	20	+15	80	95	+15	—

通期見通しについてご説明いたします。

第1四半期の百貨店事業の好調な業績を踏まえて、第1・第2四半期の営業利益以下を上方修正し、通期でも同様の上方修正をしております。

売上については期初予想から変更しておらず、円安や株高の追い風の要素が含まれている百貨店事業の売上減速リスクを一定考慮しております。

Ⅱ. 2024年3月期通期見通し



- ▶ 総額売上高：1Qは計画通りのため変更なし
- ▶ 営業利益：1Qで想定より上振れた百貨店の上期予想を修正

(単位：億円)	総額売上高			営業利益				
	修正計画	期初計画差	対前年	期初計画	修正計画	期初計画差	対前年	対中期計画
百貨店事業	5,450	—	110.8%	123	144	+21	+41	+9
食品事業	4,220	—	101.4%	84	84	—	+29	+22
商業施設事業	370	—	104.0%	24	24	—	+6	+6
その他事業	360	—	99.5%	▲16	▲16	—	+15	+4
連結調整				▲45	▲46	▲1	▲15	▲21
合計	10,400	—	106.2%	170	190	+20	+76	+20

Copyright © H2O Retailing Corp. All Rights Reserved.

14

セグメント別の業績見通しについてご説明いたします。

総額売上高は期初計画から変更しておりません。

営業利益は、第1四半期の業績好調を受けて、百貨店事業の利益見通しを期初計画から21億円上方修正しております。

これにより、中期計画で見込んだ数値を百貨店事業においても上回る見通しとなっております。

通期見通しについては、一定の力強さが見込める半面、円安・株高などの百貨店事業への追い風となっている要素については、不透明な部分も多いのが現状です。

今後も、状況の変化については注視していきたいと考えております。

私からのご説明は以上です。

ありがとうございました。