

三越伊勢丹グループ 第2四半期決算説明会



三越伊勢丹ホールディングス

2017年11月8日

1. 2018年3月期 第2四半期実績
2. 2018年3月期 通期計画
3. 次期3ヶ年計画



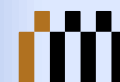
(百万円)	2017年度 上期	対前年 増減率	対前年 増減額
売上高	595,261	+2.2%	+13,087
売上総利益	173,993	+1.5%	+2,563
販売管理費	166,343	+0.6%	+1,013
営業利益	7,649	+25.4%	+1,549
経常利益	9,552	+26.0%	+1,973
当期純利益	18	—	△8,320

三越伊勢丹(単体)業績



(百万円)	2017年度 上期	対前年 増減率	対前年 増減額
売上高	300,067	△1.4%	△4,209
売上総利益	84,575	△2.2%	△1,898
販売管理費	84,469	△5.2%	△4,588
営業利益	7,225	+76.6%	+3,133
経常利益	9,464	+40.3%	+2,716
当期純利益	5,647	+51.9%	+1,929

1. 2018年3月期 第2四半期実績
2. 2018年3月期 通期計画
3. 次期3ヶ年計画



(百万円)	2017年度	対前年 増減率	対前年 増減額	対計画 増減額
売上高	1,265,000	+0.9%	+11,542	±0
売上総利益	368,000	+0.7%	+2,390	△4,000
販売管理費	350,000	+2.4%	+8,326	△4,000
営業利益	18,000	△24.8%	△5,935	±0
経常利益	20,000	△27.1%	△7,418	±0
当期純利益	10,000	△33.2%	△4,976	±0

三越伊勢丹(単体)計画



(百万円)	2017年度	対前年 増減率	対前年 増減額	対計画 増減額
売上高	642,325	△2.7%	△17,822	+8,789
売上総利益	181,163	△2.8%	△5,243	+747
販売管理費	180,167	△1.8%	△3,245	△3,219
営業利益	13,000	△18.4%	△2,937	+3,000
経常利益	14,000	△16.6%	△2,796	+4,000
当期純利益	9,000	+177.3%	+5,754	+3,500

1. 2018年3月期 第2四半期実績
2. 2018年3月期 通期計画
3. 次期3ヶ年計画



目次

1. 次期3ヶ年計画の要旨
リフォーメーション（収益体質の強化）
& トランスフォーメーション（事業構造の転換）
2. 三越伊勢丹グループの目指す姿
3. リフォーメーションの具体的施策
4. トランスフォーメーションの方向性

3ヶ年経営計画(2018~2020年度)



リフォーメーション & トランスフォーメーション

<STEP1>

リフォーメーション



「構造改革」「収益体質」

《目標》
営業利益350億円

2017~2020年度までに

<STEP2>

トランスフォーメーション

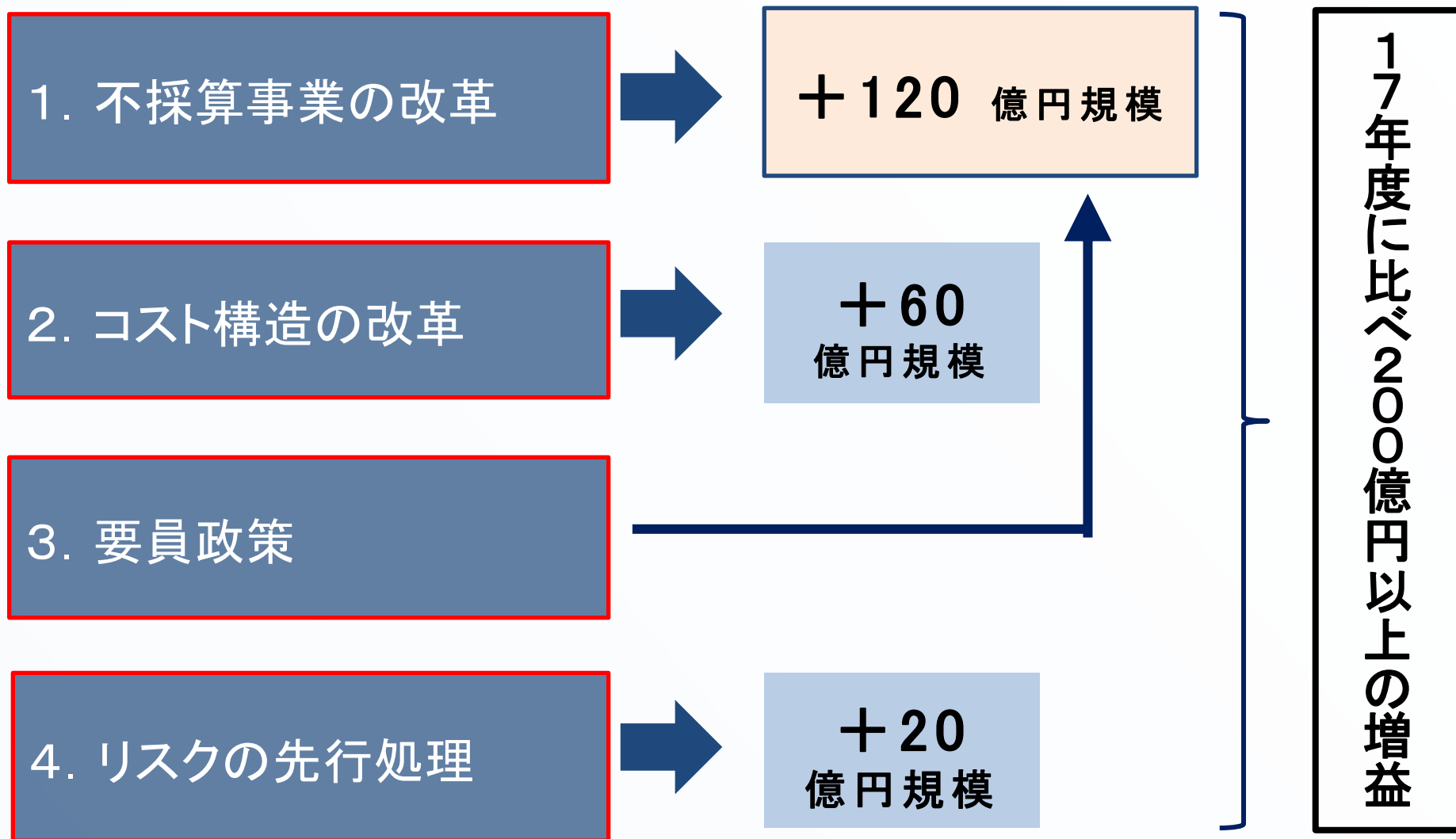


「転換」「成長」

次の成長に必要な
利益を確保

助走・先行投資

リフォーメーションの実施事項と利益影響



リフォーメーションの具体的施策 1



不採算事業の改革

(1) 支店・地方店

(2) 中小型店

(3) 海外店

(4) 関係会社

コスト削減

リサイジング

業態転換

撤退



コスト構造の改革

見える化

+

KPI化



PDCA
効果測定



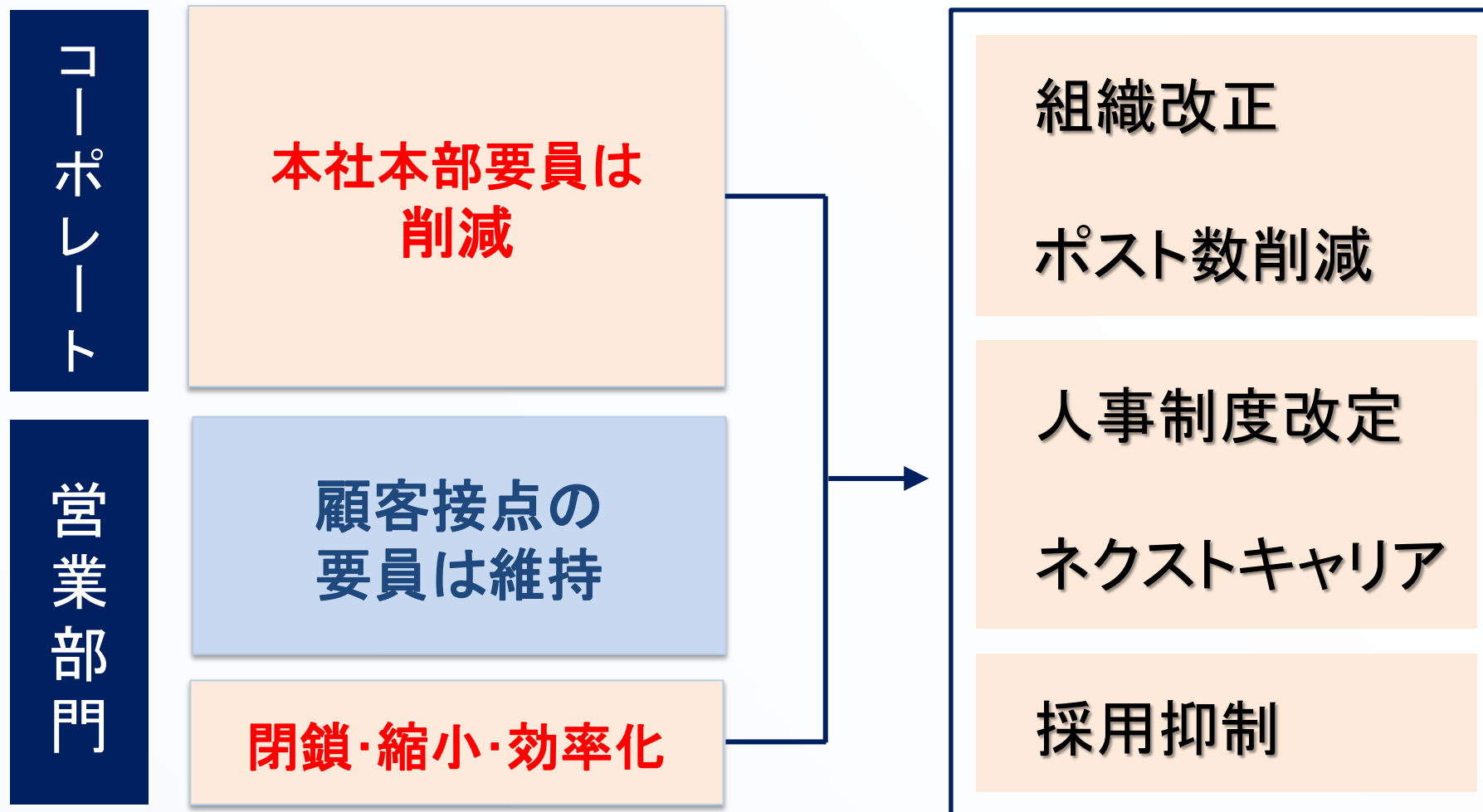
内部コスト削減
シェアード
サービス徹底



外部活用
BPO



要員政策の考え方





ネクストキャリア制度の拡大

選択肢の拡大

要員構成の
適正化



金額の積み増し

対象年齢の拡大



リスクの先行処理

在庫処理

- ・17年度：売価100億円以上の処理
- ・18年度：収益戻り効果

3ヶ年経営計画(2018~2020年度)



リフォーメーション & トランスフォーメーション

<STEP1>

リフォーメーション



「構造改革」「収益体質」

《目標》
営業利益350億円

2017~2020年度までに

<STEP2>

トランスフォーメーション

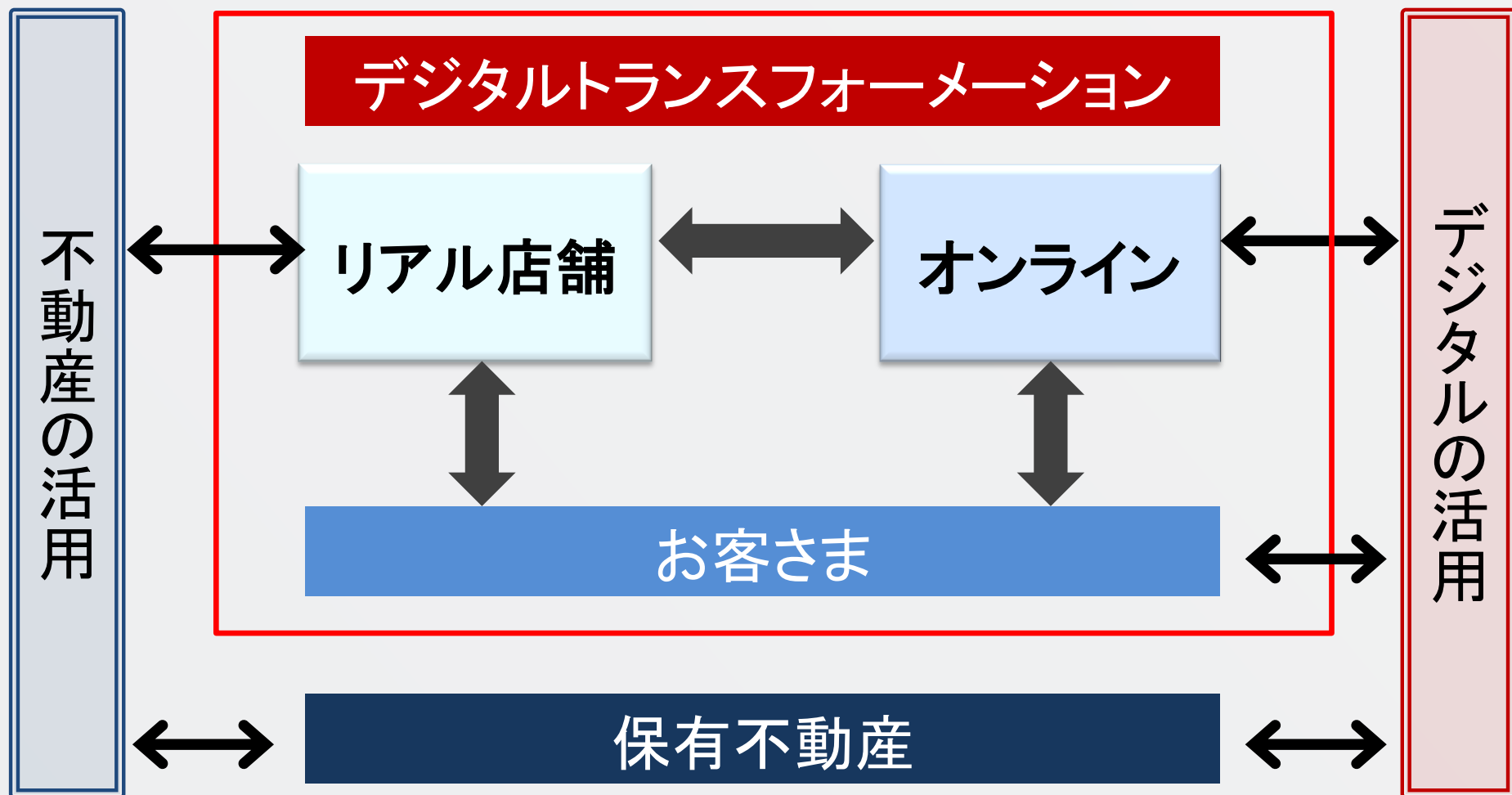


「転換」「成長」

次の成長に必要な
利益を確保

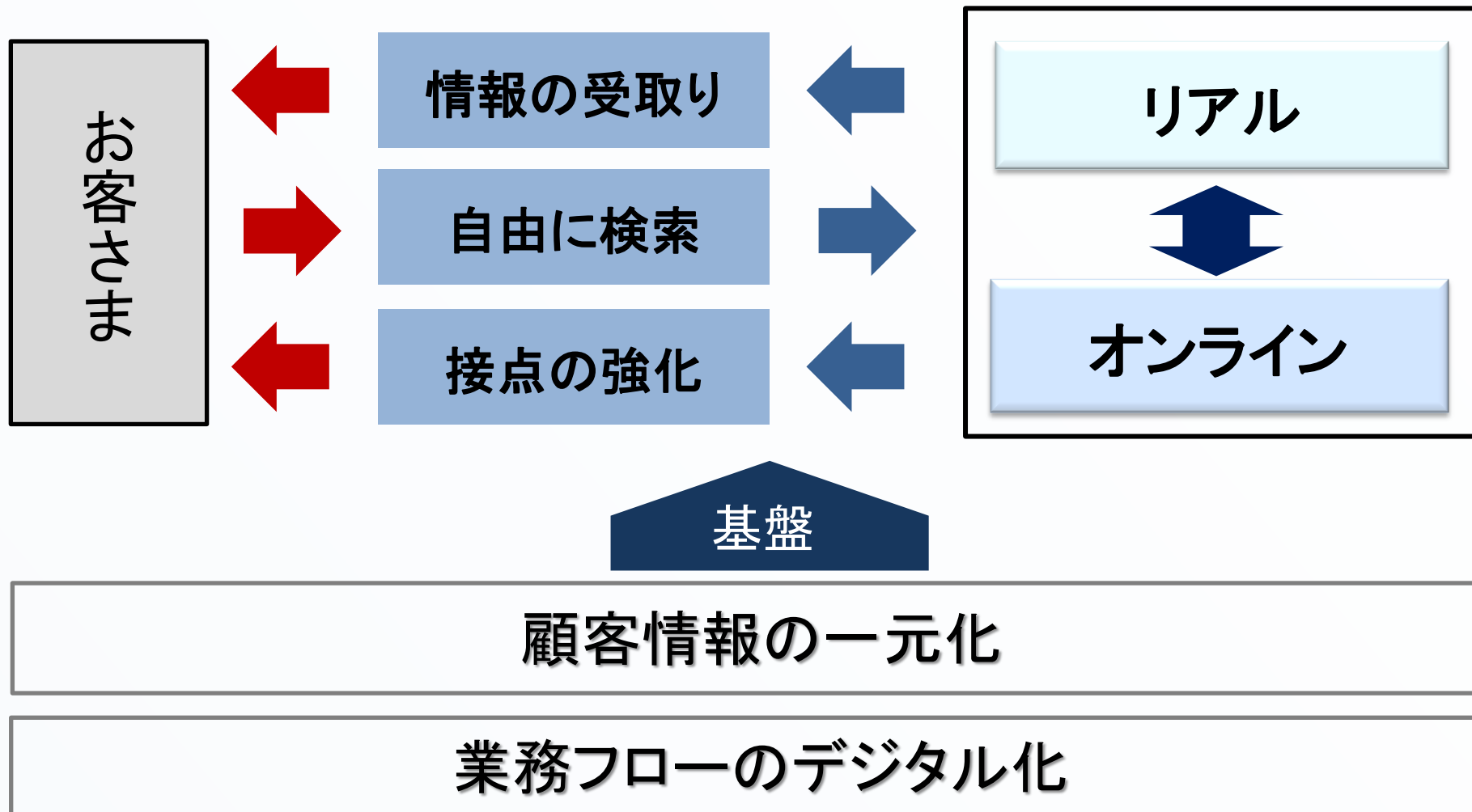
助走・先行投資

三越伊勢丹グループの目指す姿



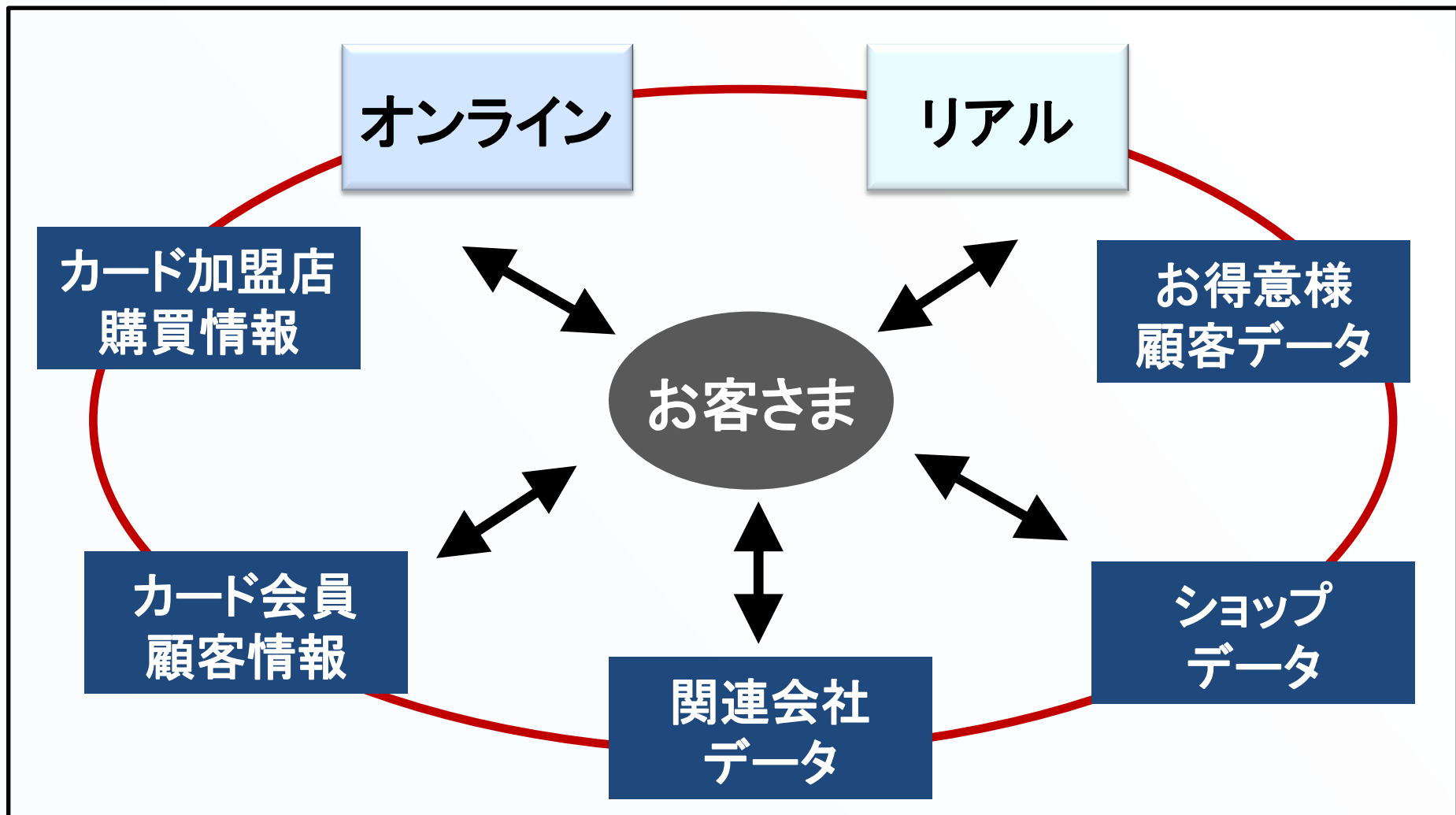


デジタルトランスフォーメーション





顧客情報の一元化





デジタル業務フロー

店づくり

MD
サービス

イベント
プロモーション

宣伝・訴求

デジタル情報



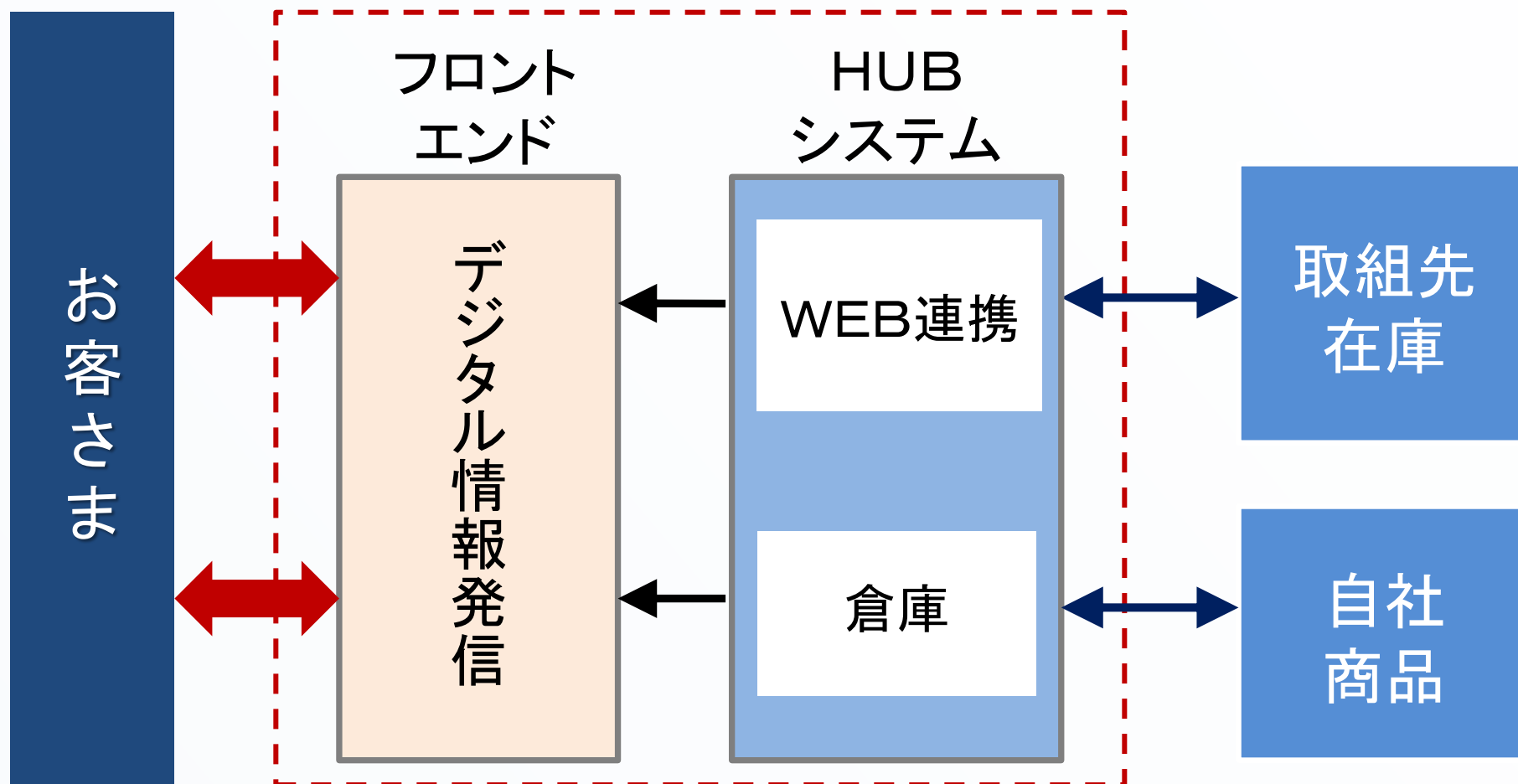
デジタル業務フロー化



お客様との接点：デジタル One to One

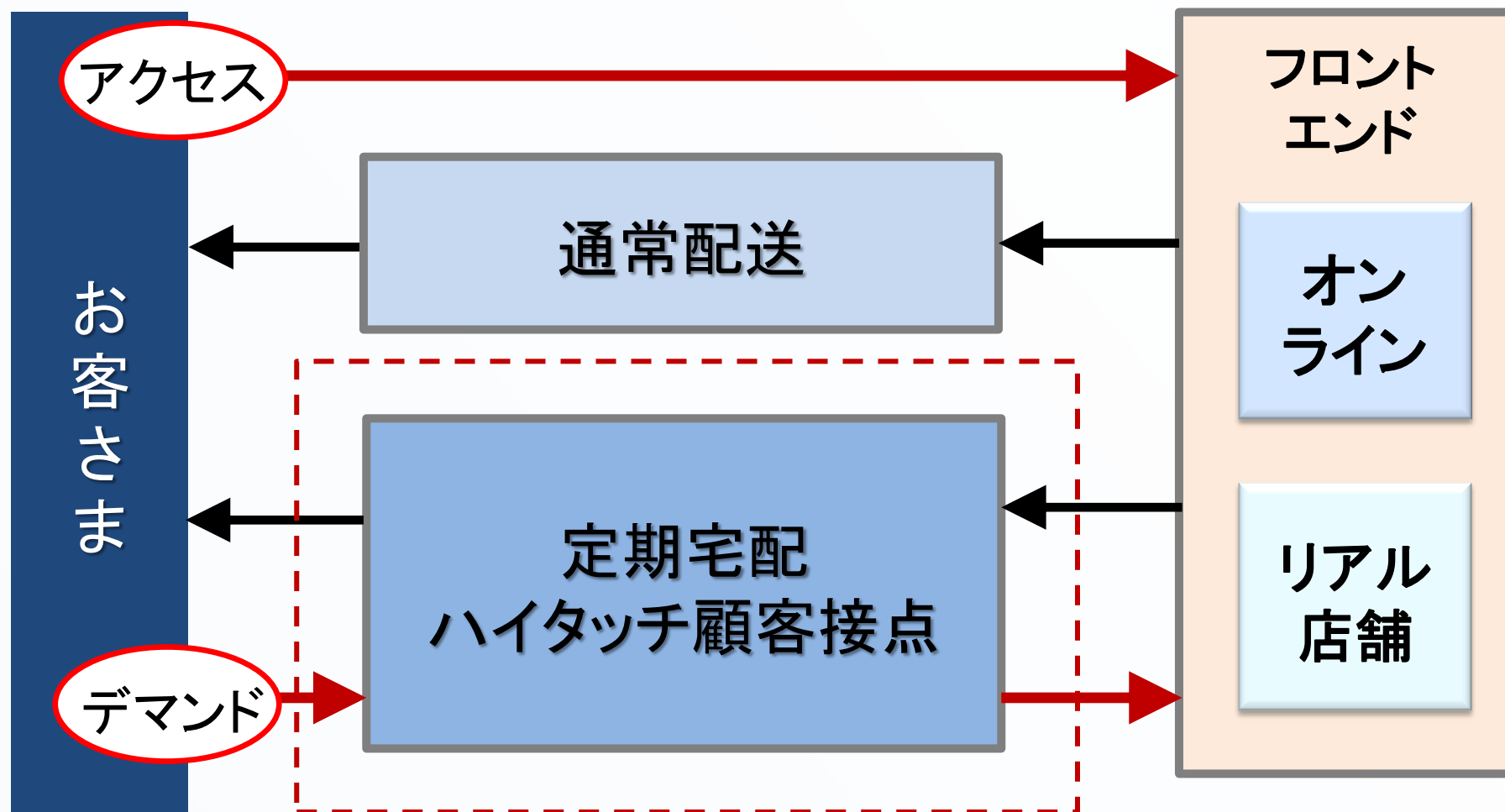


ECビジネス再構築





顧客接点の強化





カード事業

＜これまで＞

百貨店顧客中心

買上単価の上昇



＜今後＞

会員規模の拡大

利用額・幅の拡大



新宿本店

「ファッションの伊勢丹」への回帰



デジタル情報発信の象徴



日本橋本店

「エスタブリッシュ」×「上質」



「おもてなし」のデジタル化の象徴

グループロイヤリティプログラムの再構築



日本橋本店 本館1階 リモデルイメージ





不動産

保有不動産

新宿東口周辺

日本橋周辺

その他

2017年度～

商業施設運営

国分寺

横浜

その他

トライアル&検証

当社グループの新宿東口周辺の保有資産(土地・建物)



商業施設運営



国分寺 出店イメージ

商業施設運営



横浜 出店イメージ



海外事業

小売 + 不動産



大規模
商業開発



リーシング
マネジメント



デジタライズ

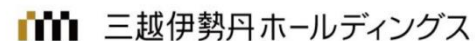
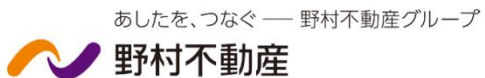


独自
コンテンツ



フィリピン

大規模複合開発





成都

食品専門店

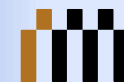




天津（検討中）



3ヶ年経営計画(2018~2020年度)



まとめ:リフォーメーション & トランスフォーメーション

<STEP1>

リフォーメーション



「構造改革」「収益体質」

《目標》
営業利益350億円

2017~2020年度までに

<STEP2>

トランスフォーメーション



「転換」「成長」

次の成長に必要な
利益を確保

助走・先行投資

本資料における情報の中には、将来の見通しに関する事項が含まれる場合があります。この事項は、当社が開示時点で入手可能な情報に基づき合理的に判断した予想であり、様々なリスクや不確実性を含んでおります。従って、実際の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の要因により見通しと異なる可能性があります。