

2009年3月期の概況 売上高1兆4,266億円

■ 連結売上高・営業利益の内訳 (単位:百万円)

| セグメント | 売上高 | 営業利益 |
|-----------|-----------|---------|
| 百貨店事業 | 1,322,221 | 19,134 |
| 小売・専門店業 | 9,862 | △ 503 |
| クレジット・金融業 | 54,081 | 1,182 |
| 友の会事業 | 363 | △ 2,758 |
| その他事業 | 40,155 | 2,351 |
| 合計* | 1,426,684 | 19,582 |

*セグメント別売上高、営業利益の合計は、内部売上、振替高を消去した後の金額です。

持株会社設立初年度となった当連結会計年度では、当社グループは、グループ企業理念に掲げる「世界随一の小売サービス業グループ」の実現に向け、「三越、伊勢丹ブランドの価値向上」、「グループ力を最大限に発揮するための営業基盤の統合」および「店頭において販売員が提供する顧客満足最大化」を基本方針に掲げ、三越および伊勢丹が有する強みと経営資源を最大限に活かすべく、営業力の強化と業務効率の向上に向けた基盤整備に取り組みました。

国内の百貨店業においては、景気後退への先行き不安で消費マインドが急速に落ち込んだことで、特に年度後半より、各店において減収傾向が鮮明化するなど、全体として極めて厳しい商況が続きました。このような状況の下、2009年3月期の連結業績は、売上高が1,426,684百万円、営業利益は19,582百万円、経常利益は35,052百万円、当期純利益は4,683百万円となりました。

● 百貨店業 (単位:百万円)

| 会社名 | 売上高 |
|------------------------|---------|
| (株)三越 | 657,106 |
| (株)伊勢丹 | 432,477 |
| (株)静岡伊勢丹 | 23,212 |
| (株)新潟伊勢丹 | 35,028 |
| (株)岩田屋 | 98,257 |
| 天津伊勢丹有限公司 | 8,582 |
| 上海梅龍鎮伊勢丹百貨有限公司 | 8,015 |
| 成都伊勢丹百貨有限公司 | 3,059 |
| 瀋陽伊勢丹百貨有限公司 | 1,713 |
| イセタン(シンガポール)Ltd. | 21,437 |
| イセタン(タイランド)Co., Ltd. | 3,174 |
| イセタン オブ ジャパン Sdn. Bhd. | 13,358 |
| 米国三越 INC. | 2,928 |

● クレジット・金融業 (単位:百万円)

| 会社名 | 売上高 |
|-------------|--------|
| (株)伊勢丹アイカード | 13,455 |
| (株)三越保険サービス | 626 |

● 小売・専門店業 (単位:百万円)

| 会社名 | 売上高 |
|-------------|--------|
| (株)マミーナ | 7,685 |
| (株)クイーンズ伊勢丹 | 54,597 |

● 友の会事業 (単位:百万円)

| 会社名 | 売上高 |
|------------------|-------|
| (株)三越友の会 | 2,625 |
| (株)イセタンクローバーサークル | 1,610 |

当グループの中核となる百貨店業においては、2008年4月の統合記念祭、6月の東京メトロ副都心線開通、9月の伊勢丹本店婦人リモデル、11月の三越仙台店の増床等で新しい顧客の開拓に踏み出しましたが、全体の底上げまでには至らず、各店舗で減収となりました。なお、構造改革の一環として、三越池袋店と三越鹿児島店につきましては2009年5月6日に、三越武蔵村山店および三越名取店ならびに小型売店各店(三越鎌倉、三越盛岡)につきましては2009年3月1日に、それぞれ営業を終了いたしました。

海外の百貨店業については、世界的な景気後退の影響で地域経済が悪化する中、東南アジア、中国とも円高の影響もあり減収となり、特に中国新店の開店に伴う経費負担増等により減益となりました。なお、ドイツ三越につきましては2008年7月に、上海錦江伊勢丹有限公司につきましては同年8月に、グループ全体の経営効率改善の観点から、それぞれ会社を清算することを決定しました。

クレジット・金融業においては、(株)伊勢丹アイカードが、2008年11月に「VISA付新アイカード」を発行しましたが、百貨店カード取扱高の減少やカードシステム投資等の費用発生などの要因により、減益となりました。

小売・専門店業におきましては、(株)クイーンズ伊勢丹が2008年3月に砧店(東京都世田谷区)、10月に大宮店(埼玉県さいたま市)をオープンし増収となりましたが、新規開店に伴う経費負担増等の影響により減益となりました。

その他、営業支援機能を担うグループ会社が、統合効果を早期に創出すべく、生産性の高い業務基盤の構築に取り組みました。