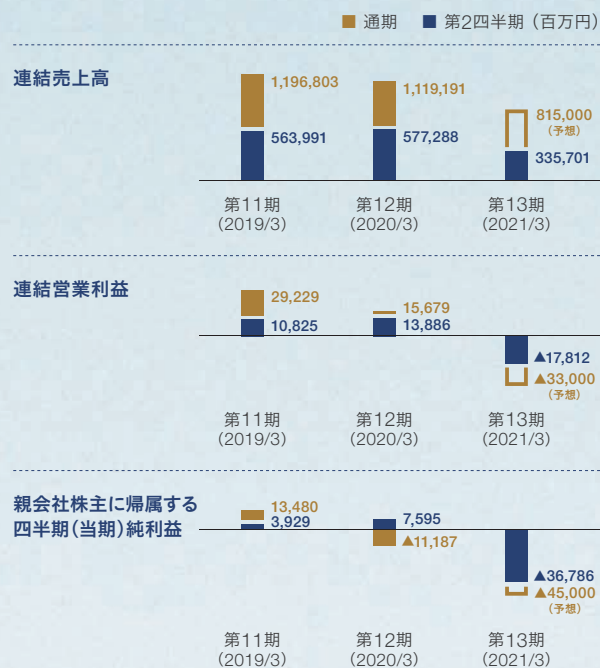


## 2021年3月期第2四半期の連結決算のご報告

百貨店業においては、新型コロナウイルス感染症拡大による4月の緊急事態宣言を受けて、4月・5月の約2ヶ月間、臨時休業または時間短縮営業や部分営業を余儀なくされ、営業再開後も新規感染者数が増減を繰り返す中で国内消費は回復せず、訪日外国人の入国制限が続く中、インバウンド売上がほぼ消失いたしました。このような状況において、新しい生活様式下でお客様のニーズにお応えするため、新しいコミュニケーションのあり方や新しい価値の提供を検討・実施してまいりました。

この結果、連結売上高は3,357億円(前年同期比41.8%減)、連結営業損失は178億円(前年同期は連結営業利益138億円)となりました。特別利益として雇用調整助成金等の計上(48億円)、また、特別損失として新型コロナウイルス感染症による損失の計上(126億円)等があったことから、親会社株主に帰属する四半期純損失は367億円(前年同期は親会社株主に帰属する四半期純利益75億円)となりました。

なお、2021年3月期の中間配当につきましては、財務健全性を維持する観点から、前期実績から3円減配の1株当たり3円といたしました。



## ガバナンス

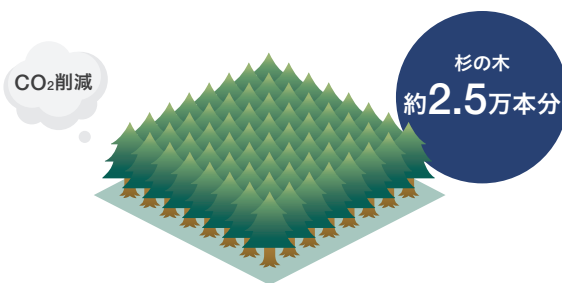
より一層のガバナンスの高度化を図るために、当社は2020年6月に指名委員会等設置会社に移行いたしました。この機関設計変更により「執行」と「監督」の役割を明確に分離し、取締役会の役割をグループの大局的な方向付けと業務執行に対する監督・モニタリングに特化することで、取締役会の監督機能強化を図っております。

取締役会における審議の活性化のために、数日前に開催する社外取締役の事前説明会において、起案部門から十分な説明を行っております。また、社外取締役を含む非業務執行役員全員による意見交換会の開催や、取締役全員による経営課題のディスカッション機会を複数回設けるなど、実効性の向上に取り組んでおります。

## マイバッグのあるライフスタイルへ

プラスチック製買物袋だけではなく、紙製買物袋も含めた使用量削減のため、「マイバッグはお持ちでいらっしゃいますか?」のお声がけを強化し、「マイバッグの利用と持ち歩き」がスタンダードなライフスタイルとなることを、お客さまと共に目指しています。

お客さまのマイバッグご持参への浸透が進み、2020年7月～9月のプラスチック製買物袋ご辞退によるCO<sub>2</sub>削減量は352CO<sub>2</sub>-t(杉の木約25,000本のCO<sub>2</sub>吸収量に相当)につながりました。(環境省「3R行動見える化ツール」林野庁「杉の木換算」に基づいて計算)



## 株式会社三越伊勢丹ホールディングス

〒160-0022 東京都新宿区新宿五丁目16番10号  
グループ総務部 株主様専用ダイヤル 0120-230-051  
(受付時間 10:00～18:00 木曜日・日曜日・12月31日・1月1日を除く)

<https://www.imhds.co.jp>



三越伊勢丹ホールディングス

証券コード:3099

## 株主通信

## 第13期 中間期

2020年4月1日～2020年9月30日

本株主通信は、WEB上でもご覧いただけます。

<https://www.imhds.co.jp/ja/ir/stockholder/report.html>  
※トップページ→IR・投資家情報→IR関連資料→株主通信・招集ご通知



## 株主の皆さまへ

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

新型コロナウイルス感染症による店舗休業および営業再開後の一部のご不便等につきまして、ご理解・ご協力をいただき感謝申し上げます。

このたびは、大きな環境の変化を踏まえて、本来2年目となるグループ3ヶ年計画を取り下げいたしました。あらためて、コロナ禍における「再生計画」および将来を見据えた「目指す姿」を2021年5月発表に向けて策定しております。

一方、今まで進めてきた取り組みは、一部修正し継続してまいります。新しい小売ビジネスモデルの確立に向け、6月には新しい統合サイトやアプリをリリースし、デジタルを活用することでオンラインでも店舗と同じ体験ができるシームレス化の取り組みや、どこでもいつでも商品がご購入いただけるECの取り組みを強化いたしました。

また、このような不透明な内外環境下において、グループが一丸となり期待や夢がもてる未来を創造していくため「10年後に目指す姿」について議論を進めております。当社の原点である「私たちの考え方」をベースとし、全員が具体的に目指す方向性、実践すべきこととして明示してまいります。

今後、目指す姿を明確化し、実現に向けた戦略を着実に実行し、ステークホルダーの皆さまに新たな価値をご提供してまいります。

株主の皆さまにおかれましては、引き続きご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。



取締役 代表執行役社長 CEO

杉江 俊彦

## 三越伊勢丹グループの経営計画の状況

新型コロナウイルス感染症による大きな環境の変化を踏まえ、3ヶ年計画(2019年度～2021年度)は一旦、見直すこととしました。今後は、将来を見据えた長期計画を明確化の上、今まで進めてきた取り組みは一部修正の上継続し、将来を見据えた新たな取り組みを追加してまいります。

その中で、主要な取り組みである小売ビジネスモデル改革は、新しい店舗モデルの確立に向けて進めてまいりました。コロナにより一部後ろ倒しとなったリモデル等の取り組みもありますが、基幹店大規模リモデルを通じた商品カテゴリーバランスの修正や店舗運営モデルの見直しを実施し、売上の大きい商品カテゴリー面積を拡大するバランスの是正や、販売業務フローの見直し等により、要員効率化を図ることができました。

また、オンラインでも店舗と同じ体験ができる「シームレス化」、どこでもいつでも商品がご購入いただけるECへの取り組みは強化し、6月には新しい統合サイトやアプリをリリースいたしました。新アプリによりお客さま一人一人を認識し、One to Oneサービスによりお客さまとのコミュニケーションの強化を図ってまいります。加えて、コロナ禍においてEC事業にも力を入れ、化粧品や食品宅配等、ニーズに合わせた取り組みも進めております。

なお、10年後に目指す姿、および新3ヶ年計画はあらためて発表させていただきます。

### 新型コロナウイルス感染拡大を受けて

#### 安心・安全に関わる取り組み

当社グループでは、お客さまや従業員の安心・安全を第一に考え、サーモグラフィーの導入、検温・マスクの着用、定期的な消毒等、「安心・安全」にかかわる取り組みを徹底いたしております。

夏のクリアランスセールにつきましては、一斉にスタートする形を取りやめ、フロアやブランドごとに順次スタートすることで、店内の密を避けた取り組みを推進いたしました。

#### チャリティプロジェクト「みんなでマスク」の実施

三越伊勢丹がつなぎ役となり、さまざまなブランドの皆さま、縫製業者の皆さまをネットワークでつなぎ、マスクを生産。必要とされているお客さまに販売し、生まれた収益はすべて医療関係支援の寄付に充てるチャリティプロジェクトを実施いたしました。45社のブランドの皆さまをはじめ、さまざまなお取引先が、この状況で何か力になりたい」と快く賛同、ご協力いただき、マスクを生産・販売いたしました。今回のチャリティの利益金3,112,727円を日本赤十字社に寄付させていただきました。



## 新しい小売ビジネスモデルに向けての取り組み

### 三越伊勢丹のシームレスサービス

#### 店舗・距離にかかわらずオンラインで楽しめるお買い物スタイル

ご好評をいただいている化粧品オンラインストア「meeco(ミーコ)」をはじめ、6月にはオンラインサイトをリニューアルするなど、新しい時代のお買い物が楽しめるさまざまなデジタルサービスを拡充しております。

#### 化粧品オンラインストア meeco (ミーコ)

“Meet cosmetics, Meet new me” (新しいコスメに出会うことは、新しい自分に出会うこと。)をコンセプトに、ラグジュアリーコスメ(meeco)とプチプラコスメ(meeco variety)と一緒にご購入いただける化粧品サイトです。



#### 新しいオンラインサイトのスタート

6月に三越伊勢丹オンラインサイトをリニューアルいたしました。三越伊勢丹グループの店舗情報、商品・ブランドのランキング情報などが、ご関心事に合わせてひとつのサイトから閲覧可能となりました。



#### 三越伊勢丹アプリのリニューアル

アプリ限定のクーポン・サービス機能を搭載。事前接客予約、オンライン接客など、新しい時代のリアル店舗でのお買い物が楽しめるデジタルサービスをスタートさせています。



#### 3D計測による婦人服のマッチングサービス

最新のデジタル技術と、百貨店の強みである「人の力」を掛け合わせた「マッチパレット」を伊勢丹新宿店の婦人服でスタートいたしました。全身のサイズを5秒で計測し、可視化された体型データに基づき、プロのスタイリスト(販売員)がお客さま一人一人に「マッチする」スタイリングをご提案するサービスです。



#### 三越伊勢丹オンラインストアでのライブコマース実施

“どこでもいつでもオンラインで楽しめるお買い物”のご提案としてライブコマースを配信。リアルタイムでコメント投稿できる機能が好評で、商品開発の背景やストーリー・想いをお客さまからの質問にお答えしながらご紹介しています。今後も、お客さまの関心事やニーズに合わせた配信を企画・予定しております。