

東証プライム  
証券コード：3099

# 個人投資家向け会社説明会

2023年11月26日

 三越伊勢丹ホールディングス



# 目次

1. 会社概要
2. 当社の業績推移・中期経営計画の進捗
3. 今後の目指す方向性

# 会社概要



2023年11月1日時点  
※株式情報については23年9月30日時点

## 機関設計

指名委員会等設置会社

## 代表者

取締役 代表執行役社長CEO 細谷 敏幸

## 資本金

510億円

## 会社設立

2008年(平成20年)4月1日

## 店舗数

国内店舗20店舗、海外店舗27店舗

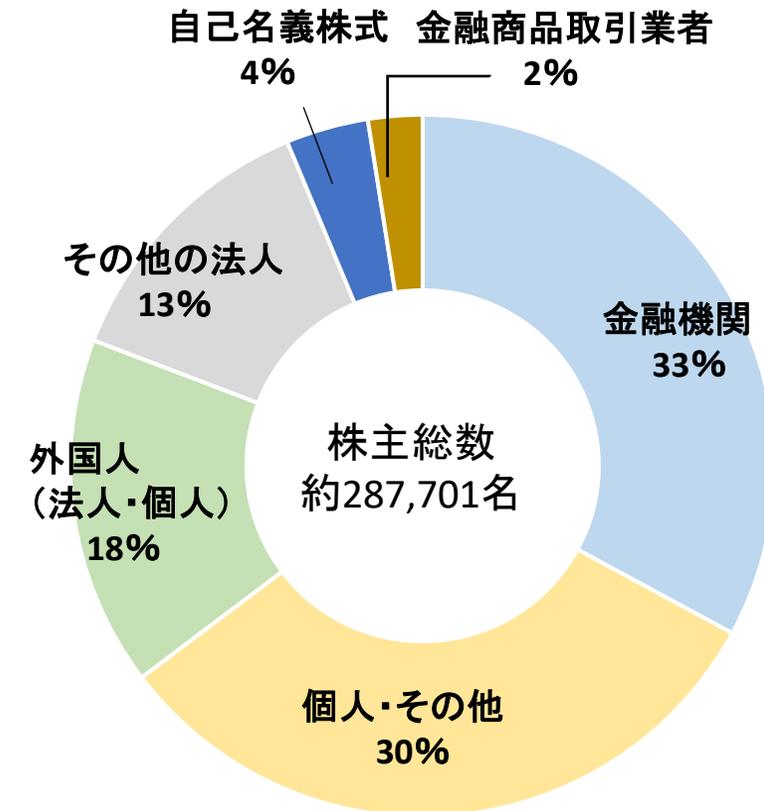
## グループ従業員数

約1万8,000人(2023年4月1日時点)

## 株式の状況

発行可能株式総数 1,500,000,000株  
発行済株式総数 397,045,354株  
※内、自己株式数 14,921,090株  
流通株式数 242,092,788株

## 所有者別持株比率



# 会社概要

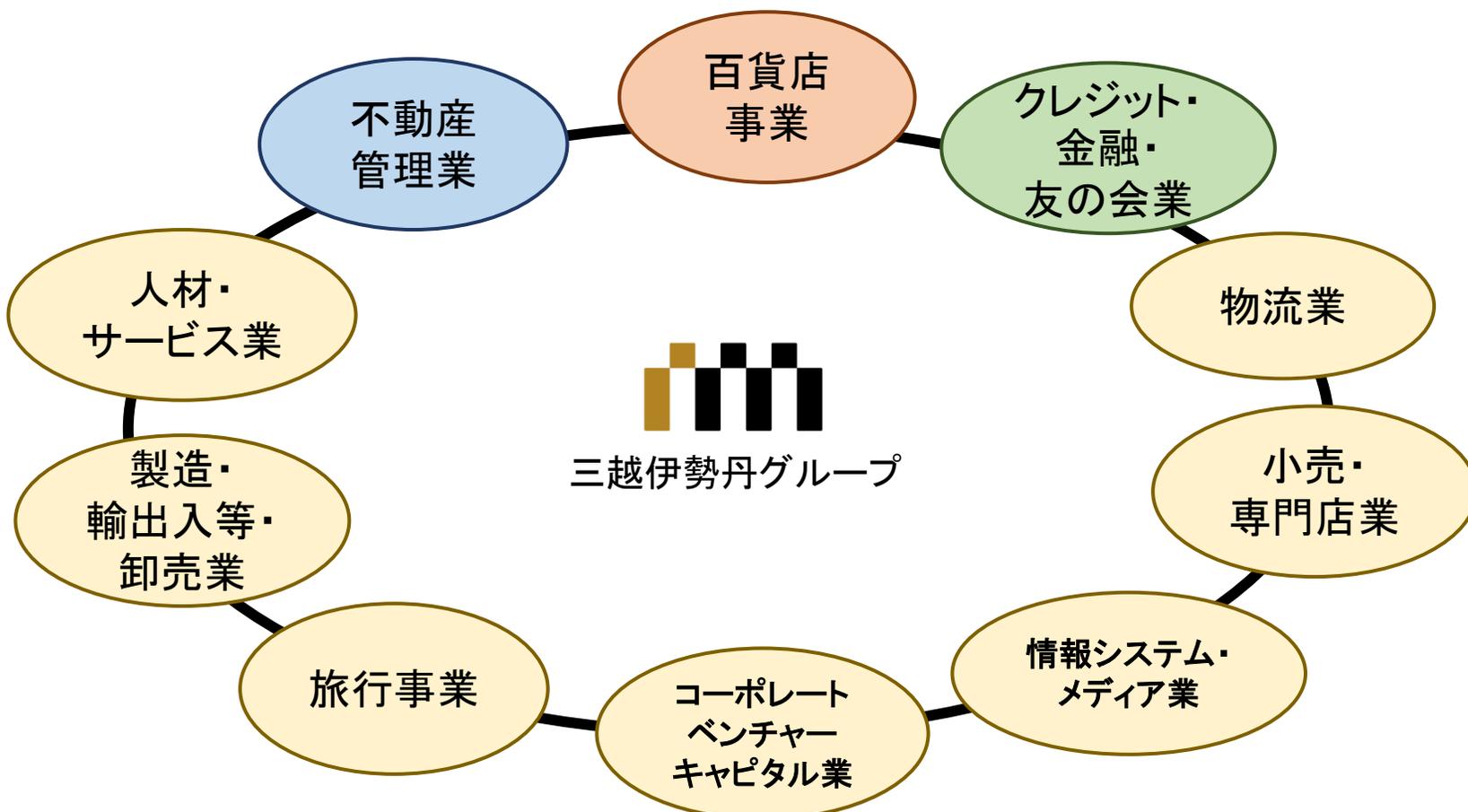


## グループ会社数

連結子会社37社、持分法適用会社7社

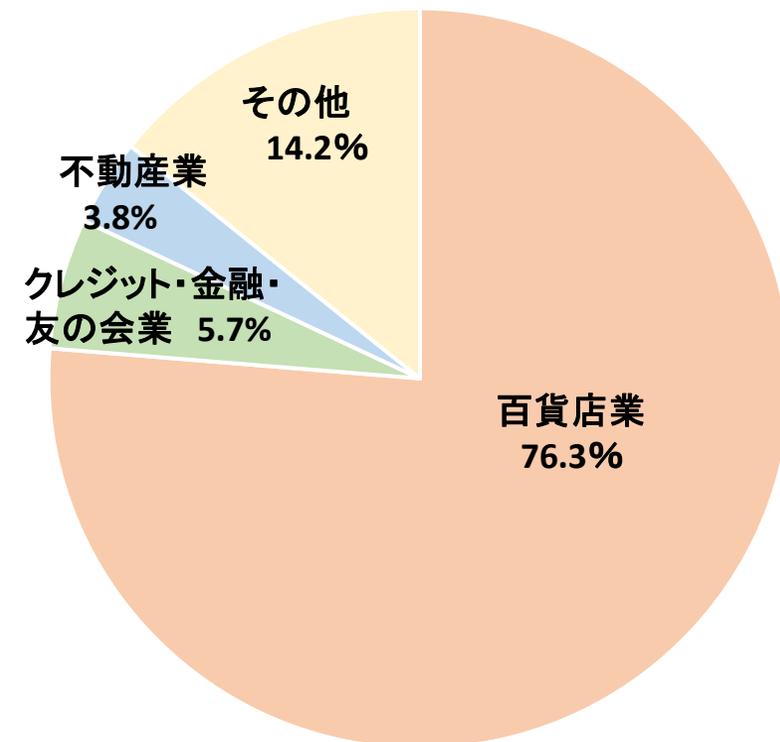
## 主な事業内容

百貨店業、クレジット・金融・友の会業、不動産業、その他の事業



## 売上高構成比

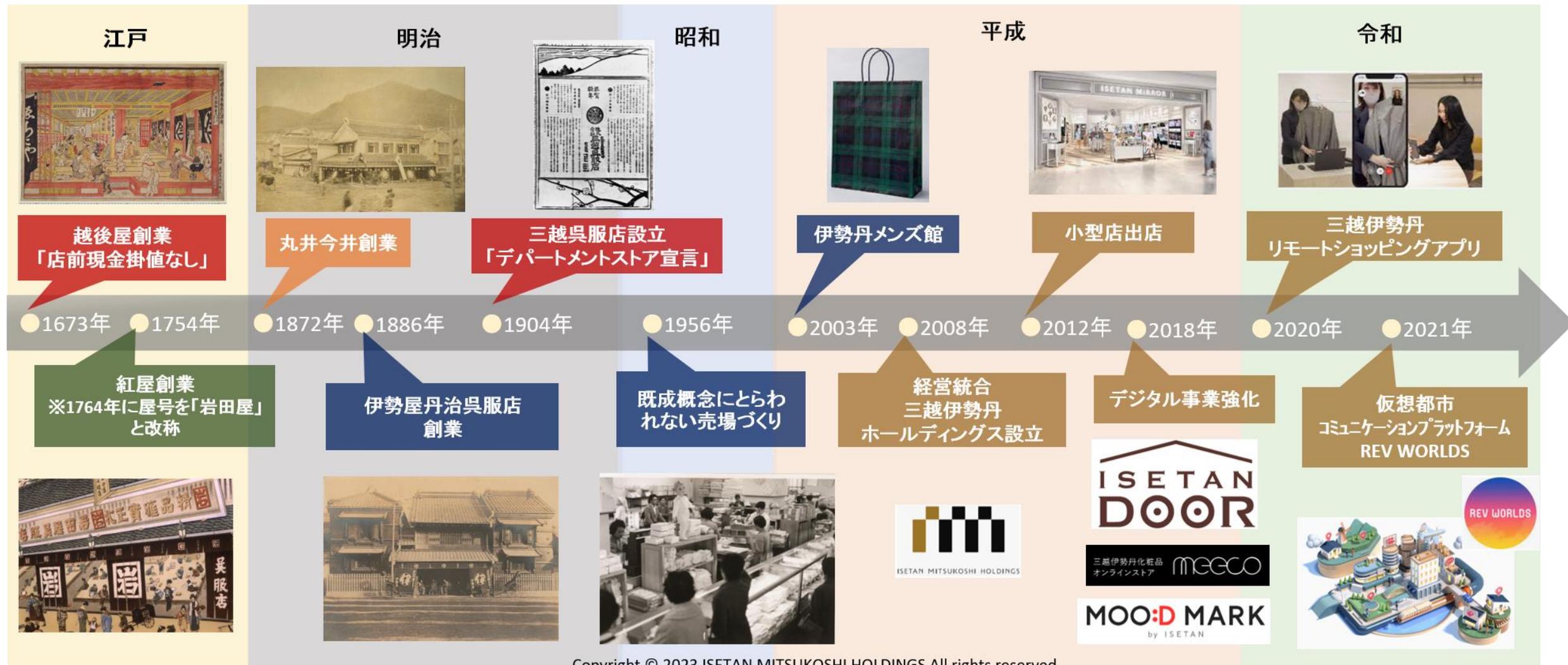
2023年3月末時点



# グループの歩み



三越伊勢丹グループは4つの百貨店のれん(三越・伊勢丹・岩田屋・丸井今井)で、創業以来、「お客さま第一の下に、社会や顧客ニーズの変化を先取りし、お客さまに豊かさを届け続ける、そして自ら変革していく挑戦の精神」を培ってまいりました。



# 海外店舗 一例



**MITSUKOSHI BGC  
(フィリピン/マニラ)**



**オーランド三越(米国)**



**クアラルンプール KLCC店  
(マレーシア)**

# 関連会社 事業紹介一例



## 三越伊勢丹ニッコウトラベル (旅行事業)



## 三越伊勢丹ビジネス・サポート (物流業)



## エムアイカード (クレジット・金融業)



# 関連会社 事業紹介



三越伊勢丹プロパティ・デザイン  
(不動産業)

エムアイフーズスタイル  
(小売・専門店業)



スタジオアルタ  
(広告・メディア業)



# 連結業績（第2四半期累計）



- ◇総額売上高好調： 高感度上質戦略・個客とつながるCRM戦略が奏功し、大幅増収
- ◇販売管理費： 着実な経費コントロールを継続して実施し、引き続き抑制
- ◇営業利益、経常利益： 前年から倍増し、上期の統合後最高益を更新

(億円)	2Q累計 (4-9月)	前年比	前年差
総額売上高	5,614	113.3%	+657
売上高	2,485	111.5%	+256
売上総利益	1,478	112.1%	+159
販売管理費	1,276	103.8%	+46
営業利益	201	225.7%	+112
経常利益	229	240.1%	+133
四半期純利益	148	191.3%	+70

# 2023年度 連結計画（通期）



- ◇総額売上高： 高感度上質戦略・個客とつながるCRM戦略の継続効果により上方修正
- ◇販売管理費： 経費構造改革の推進で増加経費をカバーし、8月計画値を据え置き
- ◇営業利益、経常利益： 統合後最高益を大きく上回る計画

(億円)	通期	前年差	前年比
総額売上高	12,000	+1,115	110.2%
売上高	5,250	+375	107.7%
売上総利益	3,140	+274	109.6%
販売管理費	2,660	+90	103.5%
営業利益	480	+183	162.1%
経常利益	500	+199	166.6%
当期純利益	370	+46	114.3%

# 2023年度計画 (セグメント別)

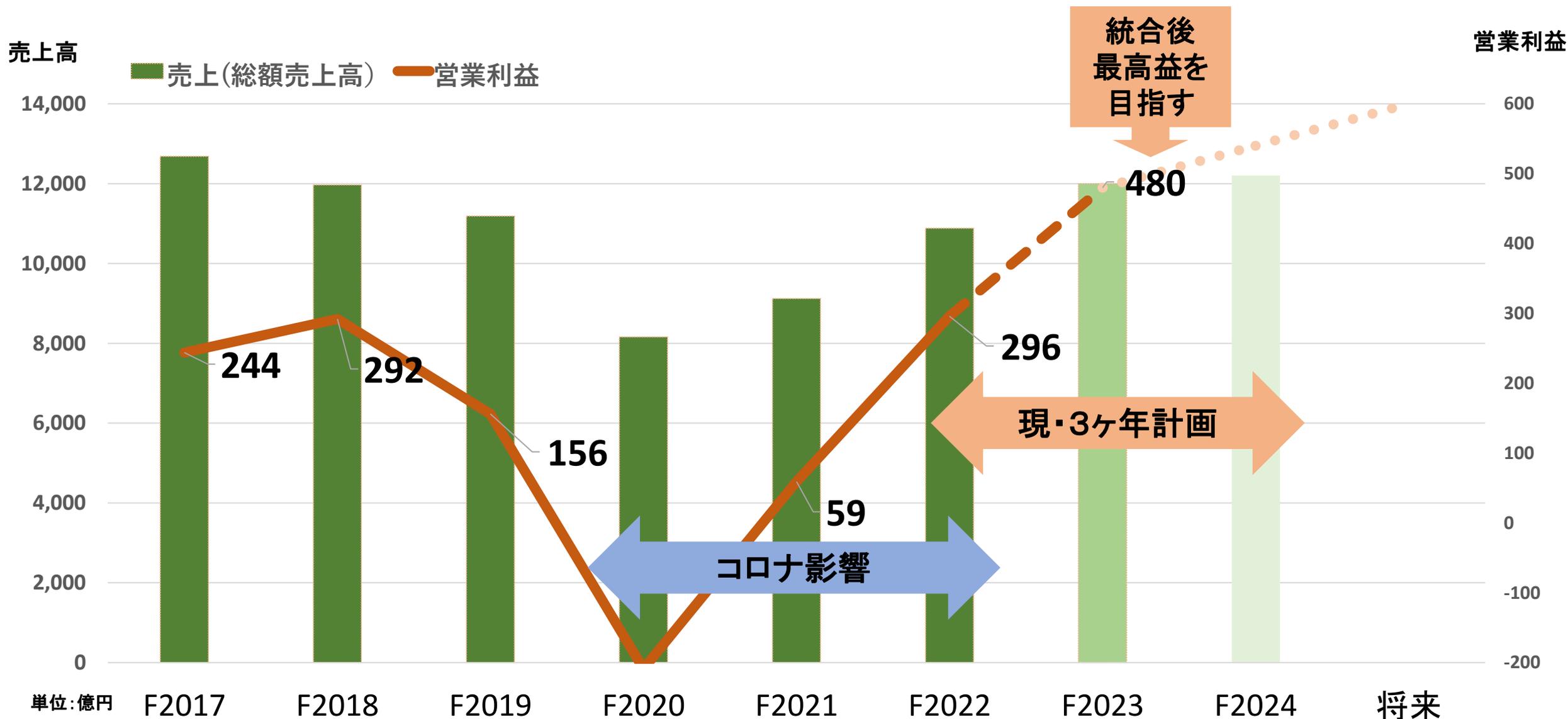


- ◇百貨店業 : 中期経営計画で押し進めてきた各戦略を引き続き推進するとともに着実な経費コントロールを行う
- ◇クレジット・金融業 : 経費構造改革を推進するもシステム投資等があり、当初計画から減益
- ◇不動産業 : 建装売上は好調に推移するも家賃収入減が影響し、当初計画から減益

(億円)	総額売上高	前年比	売上高	営業利益	前年差
百貨店業	11,150	109.6%	4,400	390	+185
クレジット・ 金融・友の会業	360	107.3%	330	38	+0
不動産業	290	141.3%	290	30	▲10
その他※	200	118.9%	230	22	+8
合計	12,000	110.2%	5,250	480	+183

※その他には調整額を含む。

# 連結業績推移



# 企業理念ドリブンの事業活動



## 三越伊勢丹グループ 企業理念

Mission / Vision / Values

「心動かす、ひとの力で」 「お客さまの暮らしを豊かにする特別な百貨店を中核とした小売グループ」

## マテリアリティ (3つの重点取り組み)

①人・地域をつなぐ ②持続可能な社会・時代をつなぐ ③従業員満足度の向上

「サステナビリティ基本方針」  
サステナビリティ、ESGへの対応

中期経営計画

中長期戦略

年度計画

日々の事業活動

# 中長期に目指す姿



現中期経営計画(3ヶ年)2022年-2024年

百貨店「再生」  
フェーズ

“高感度上質”戦略

“個客とつながる”  
CRM戦略

科学の視点による  
事業改革

人財基盤・サステナビリティ

システム・データ基盤

経営システム

まち化「準備」  
フェーズ

デジタル改革

“連邦”戦略

“まち化”戦略

まち化「結実」  
フェーズ

お客さまの暮らしを豊かにする  
“特別な”百貨店を中核とした  
小売りグループ

# 「高感度上質」戦略

# ～百貨店の再生～



## 伊勢丹、三越 両本店を「憧れと共感」の象徴へ



### 伊勢丹新宿本店

“ファッション”で唯一無二



### 三越日本橋本店

“伝統・文化芸術・暮らし”を強み

# 拠点ネットワーク



両本店の商品・サービスを  
各拠点にて連携





## 伊勢丹新宿本店売上高 年度別推移

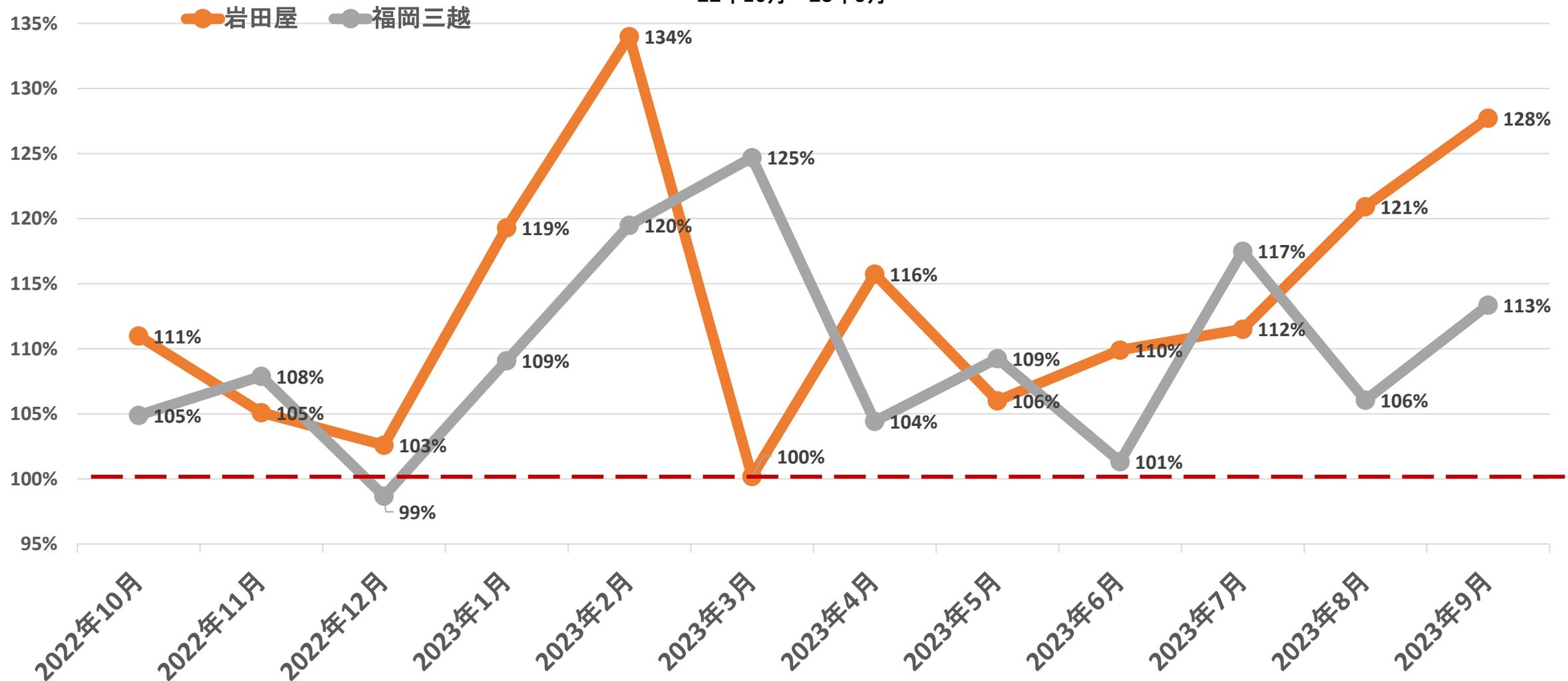
2008年度～2022年度





## 福岡地区店舗 売上高月別前年比 推移

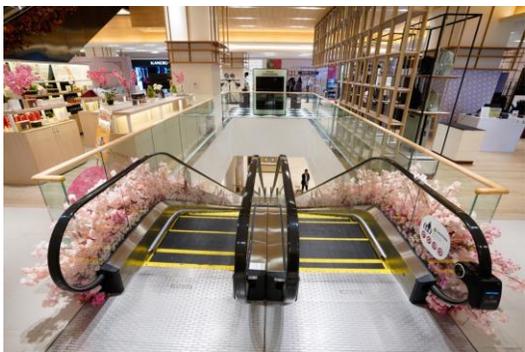
22年10月～23年9月



# 高感度上質店舗



## 海外商業施設運営モデル（不動産開発＋商業）

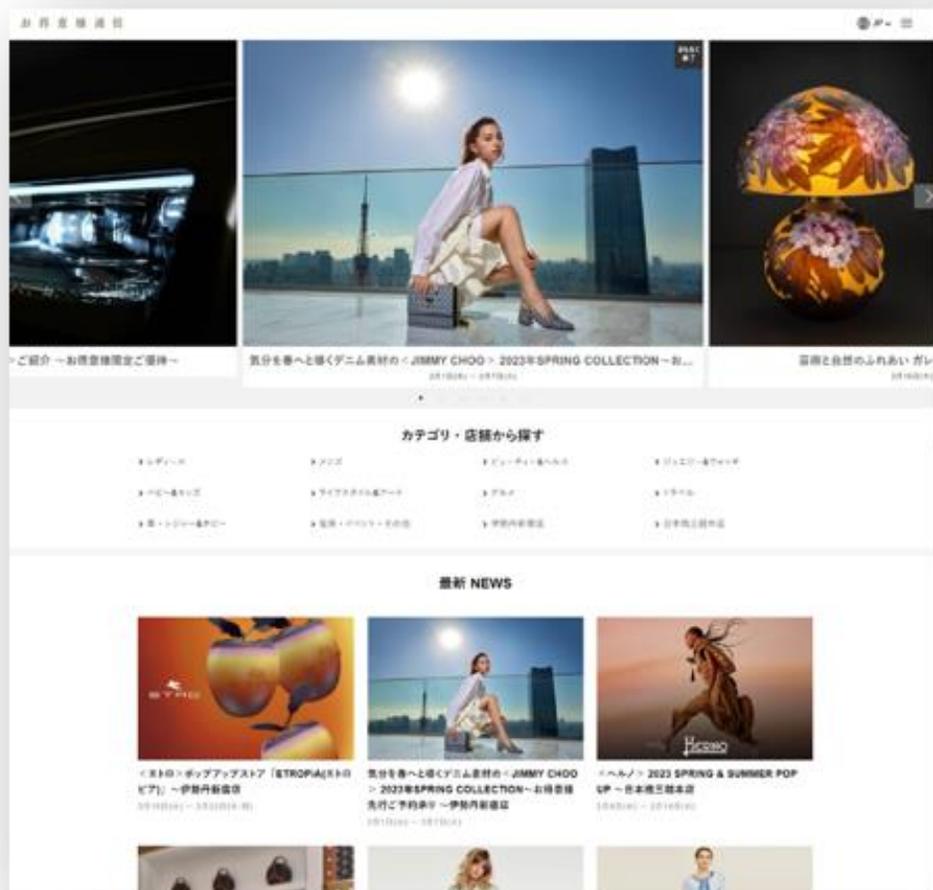


# 「個客とつながるCRM」戦略



## 個人外商の強化

### 外商顧客専用ウェブサイト



### お客さま対応



担当セールス



チーム対応



専用/優先

### 提供サービス・商品一例



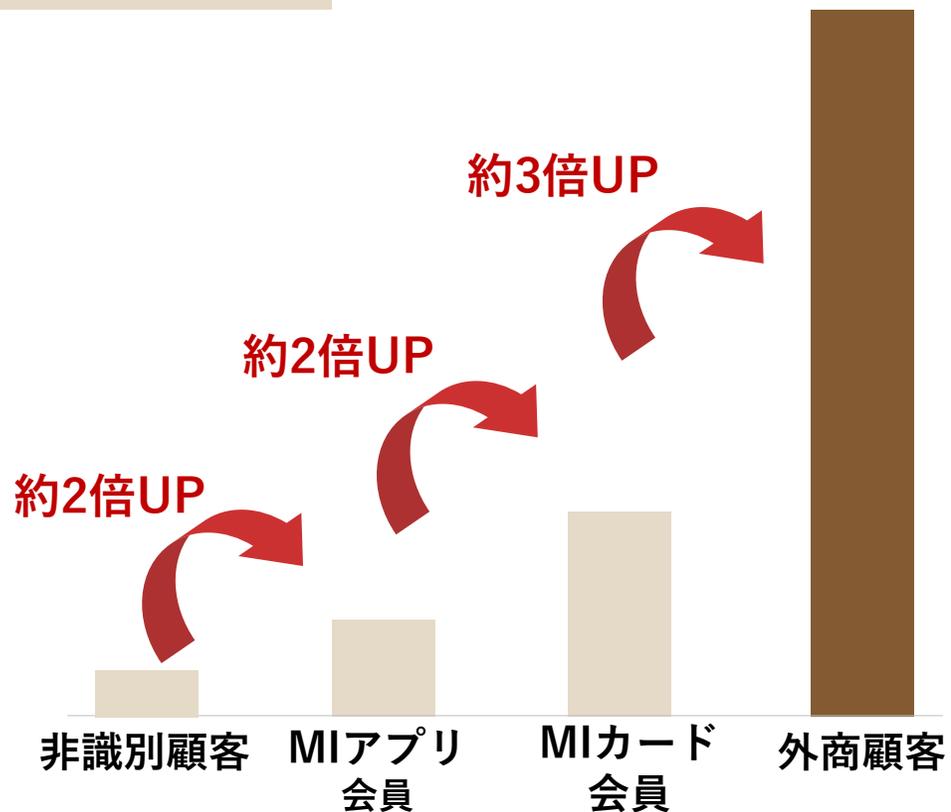
# 「個客とつながるCRM」戦略



## 識別顧客による売上拡大

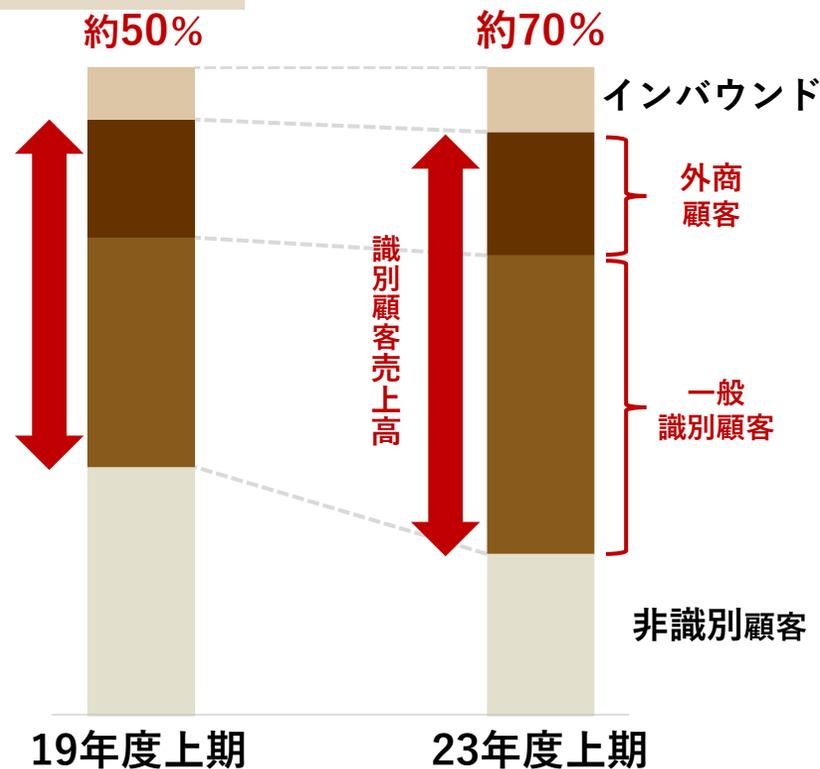
### 識別顧客「客単価」

23年度上期実績



### 両本店購買シェア

23年度上期実績



アプリ化の進展により、非識別顧客の識別化が促進

# 「デジタル」への取り組み



## 用途に応じて特化し、顧客接点を拡大

MITSUKOSHI ISETAN  
SHOPPING



売上高 前年比157%

ISETAN  
DOOR



売上高 前年比105%

meeco



売上高 前年比113%

三越伊勢丹  
ふるさと納税



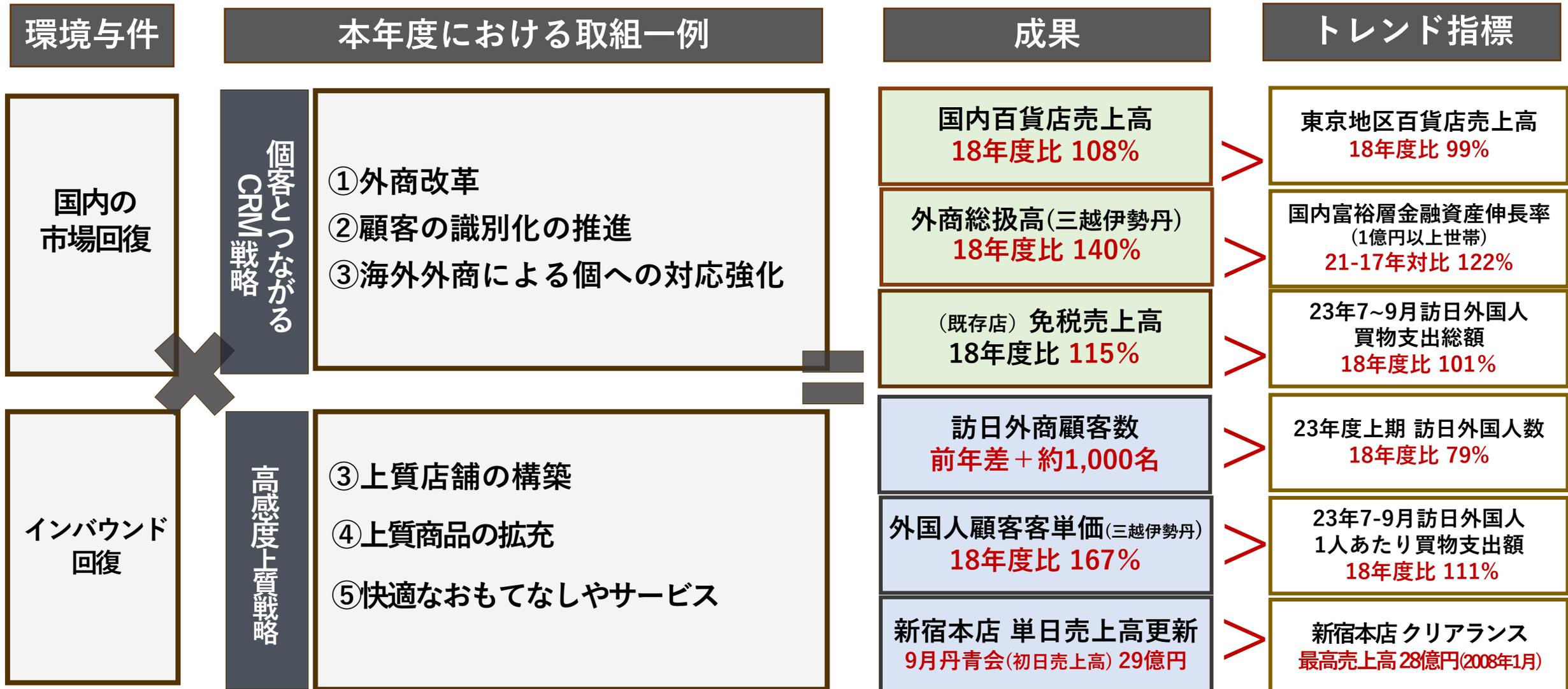
参加表明 285団体(5月時点)



アプリダウンロード数 前年比350%

\*いずれも22年度実績

# 中期経営計画の進捗成果





## グループの力を最大限活用し、収益最大化

### 三越伊勢丹プロパティ・デザイン

～高感度上質「建装マーケット」を席卷する企業へ～  
商業・ホテルを中心に案件受注が拡大



【セントレジスホテル大阪】



【Kアリーナ横浜(MPエリア)】

### スタジオアルタ

～グループ広告・メディア中核企業へ～  
店舗のリテールメディア化を推進  
【三越銀座店 Virtual GINZA mitsukoshi】



### エムアイフーズスタイル

～グループの「食」領域を牽引する企業へ～  
商圈拡大に向けた新規出店を加速

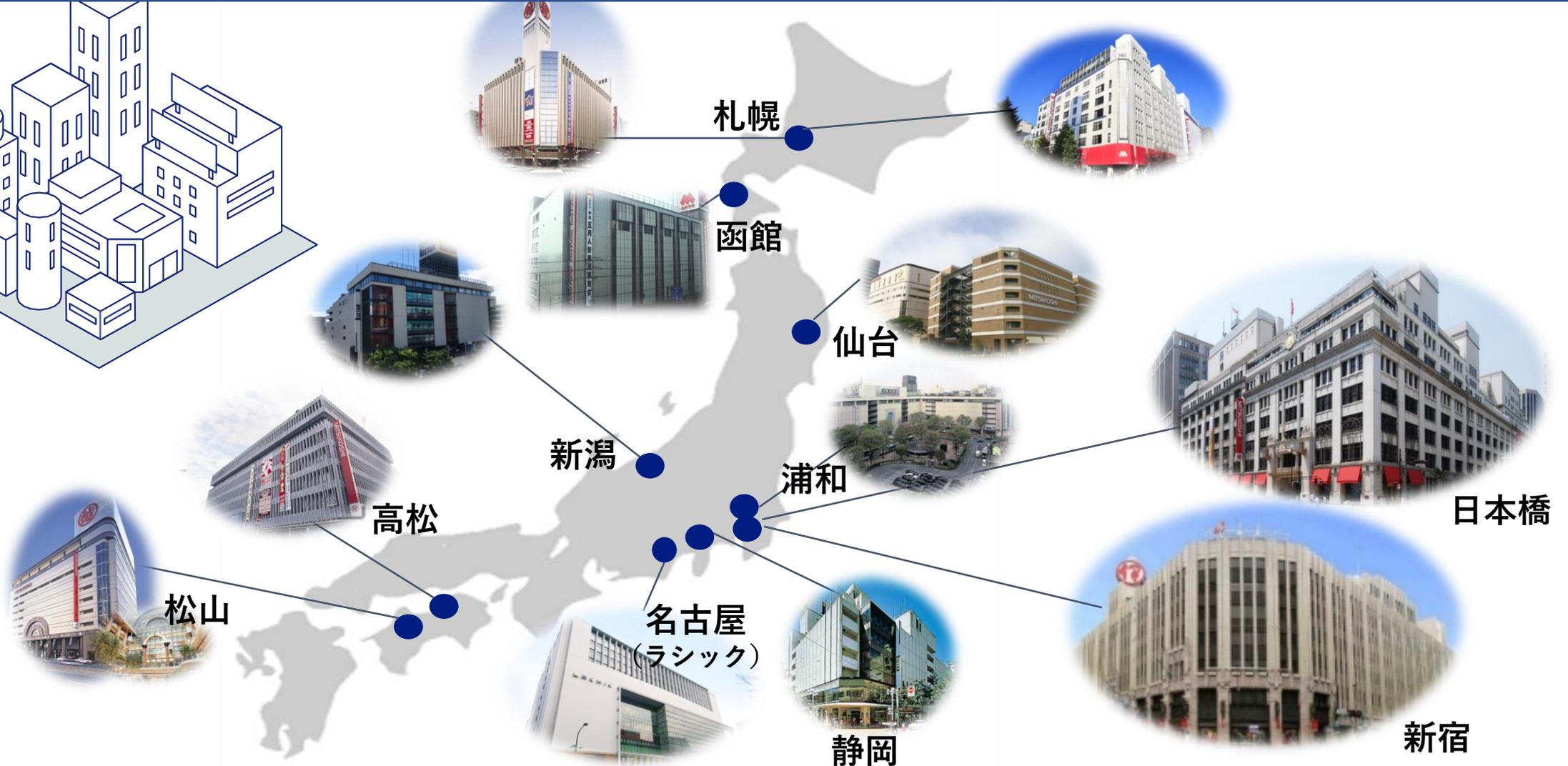
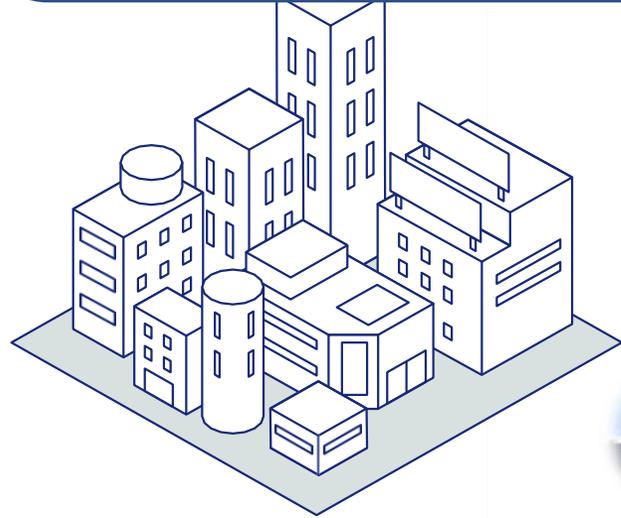
【クイーンズ伊勢丹新小岩店】



# まち化に向けて



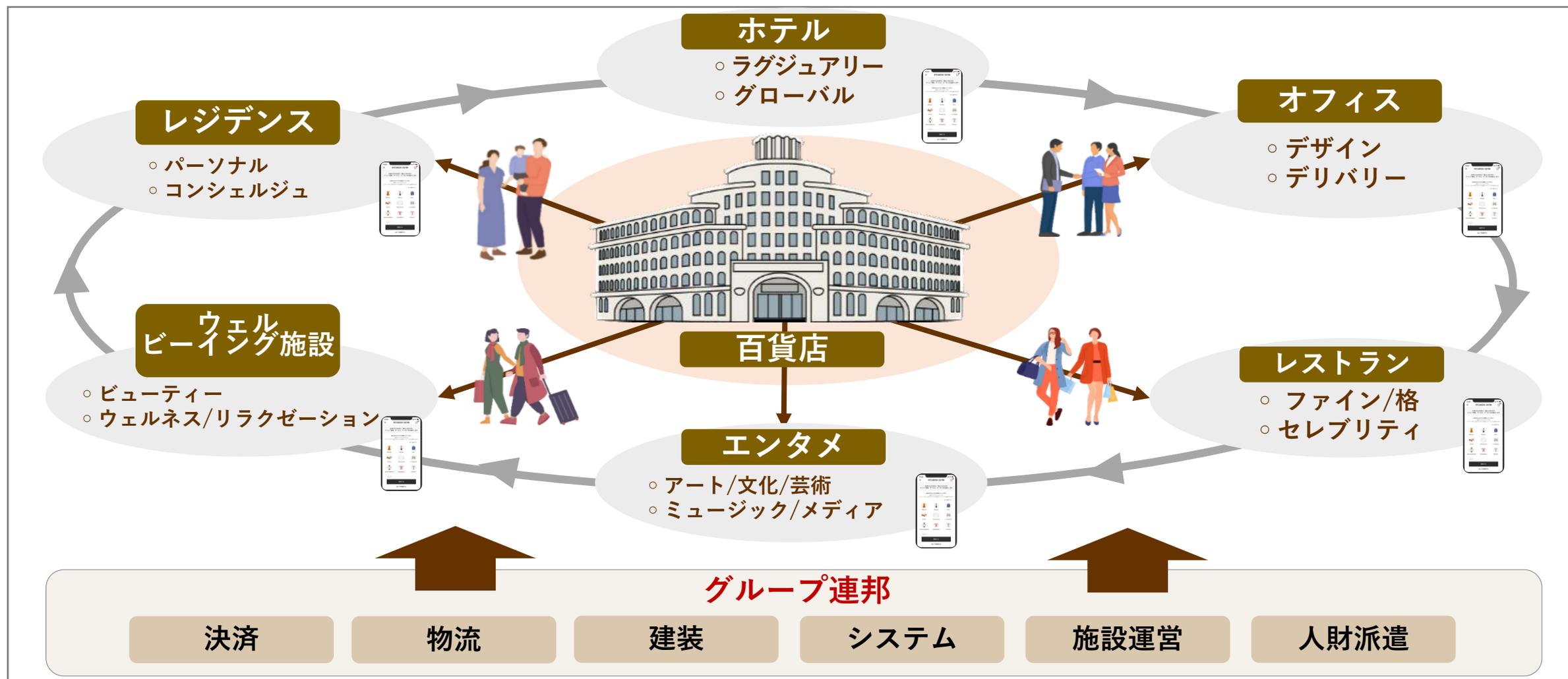
## 保有店舗や不動産の活用とバリューアップ



# まち化による複合用途



当社ならではの価値提供により、ユニークな体験を提供



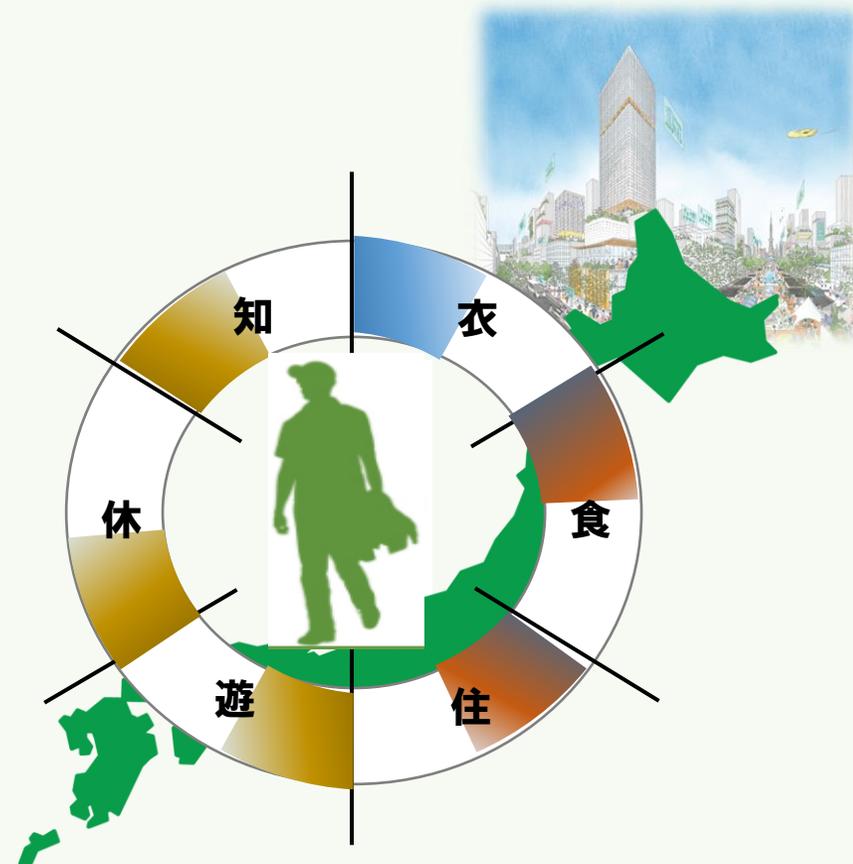
# 小売業から「個客業」へ



特別な百貨店を中核とした  
まちにてお客さまを集客



集めたお客さまを識別化



グループノウハウを結集にし、上質なモノ・コト・サービスを、個客ニーズ組み合わせ  
わせて提供。ウォレットシェア最大化

# サステナビリティ



## ガバナンスやコミュニケーションを基盤に重点取組を推進

### 重点取組① 人・地域をつなぐ

豊かな未来を創造する  
ための、地域連携・  
コミュニティ支援

### 重点取組② 持続可能な社会・時代をつなぐ

脱炭素社会の実現と 持続可能な  
調達（環境・人権への配慮）

### 重点取組③ 従業員満足度の向上

人的資本経営

グループガバナンス・  
コミュニケーション

コーポレート・ガバナンス

リスクマネジメント

コンプライアンス

# ESGへの取り組み事例（環境）



重点取組：「持続可能な社会・時代をつなぐ」

E(環境)

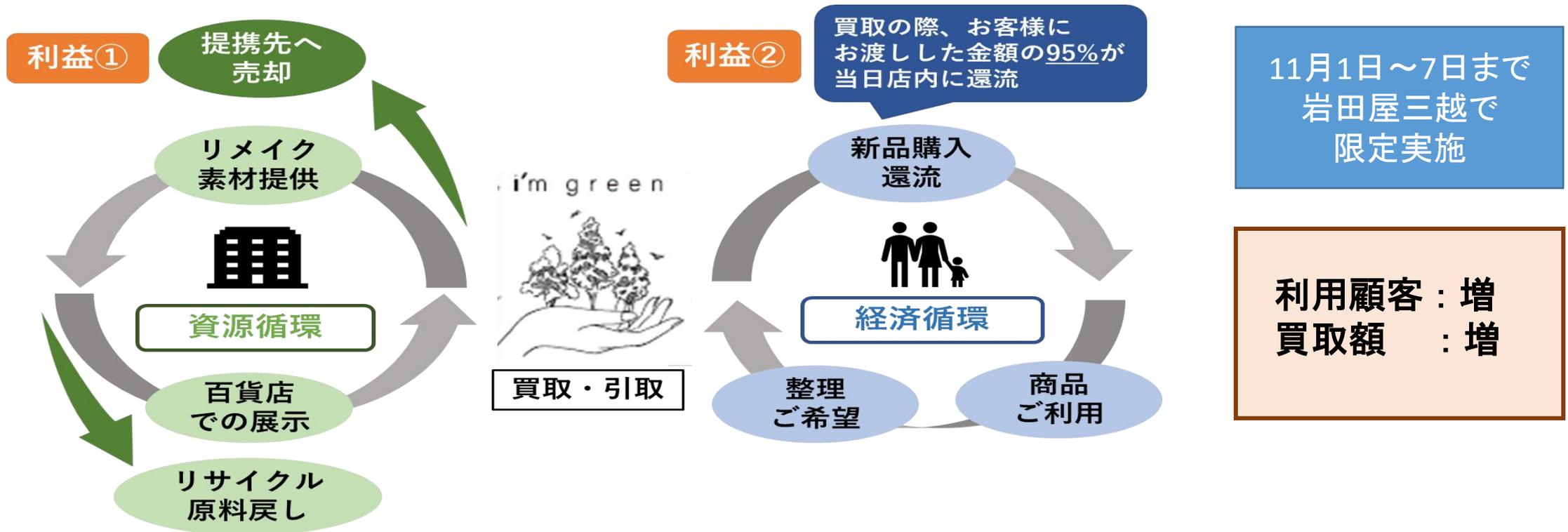
S(社会)

G(ガバナンス)

事例組

<i'm green(アイムグリーン)> 2021年10月～事業開始(現在首都圏の3店舗で開設)  
(株)三越伊勢丹の自主運営による経済と環境の両輪の循環を目指した買取・引取サービス(直営では百貨店初)

ビジネスモデル



# ESGへの取り組み（社会）



重点取組：「人・地域をつなぐ」

E(環境)

S(社会)

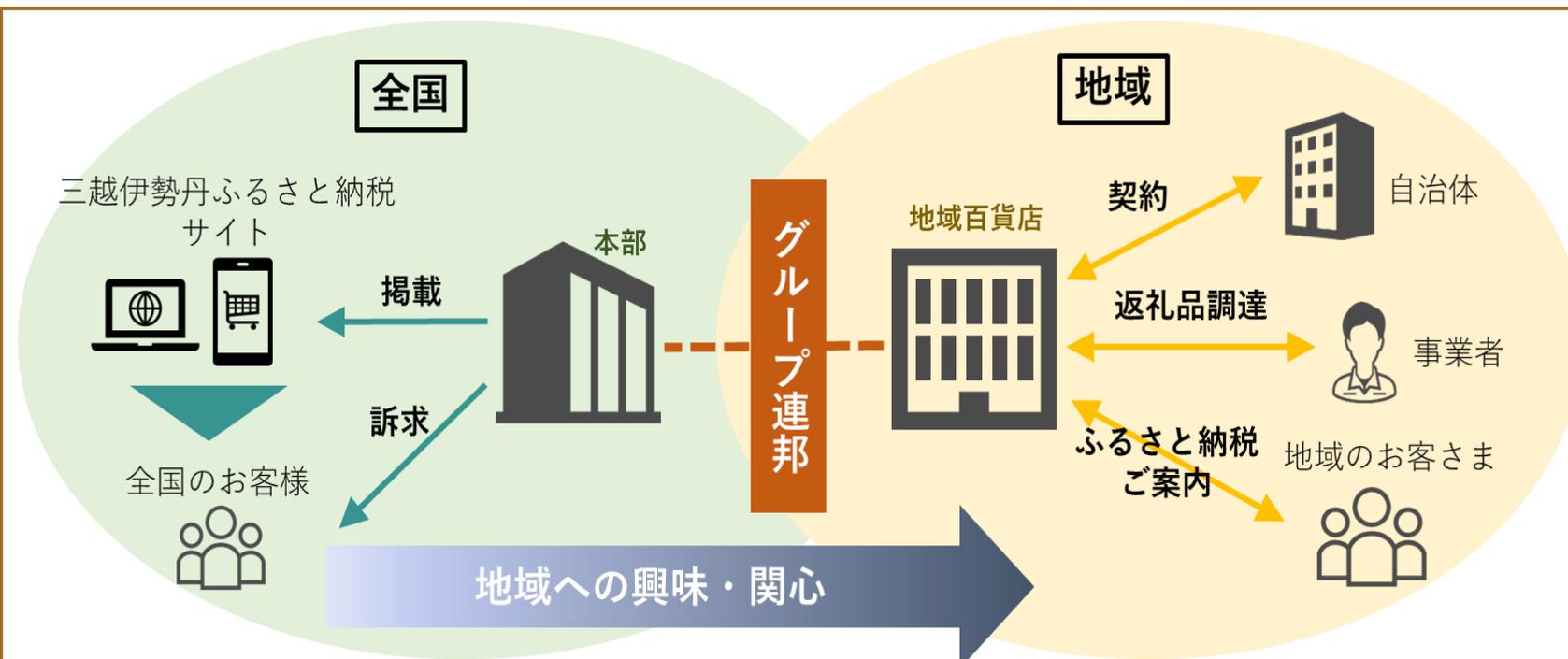
G(ガバナンス)

事例

## ＜三越伊勢丹ふるさと納税＞ 2019年～事業開始

地域をよく知る百貨店バイヤーが、地域活性化・地域創生につなげるため、地域の優れた商品を発掘し、紹介する「ふるさと納税事業」

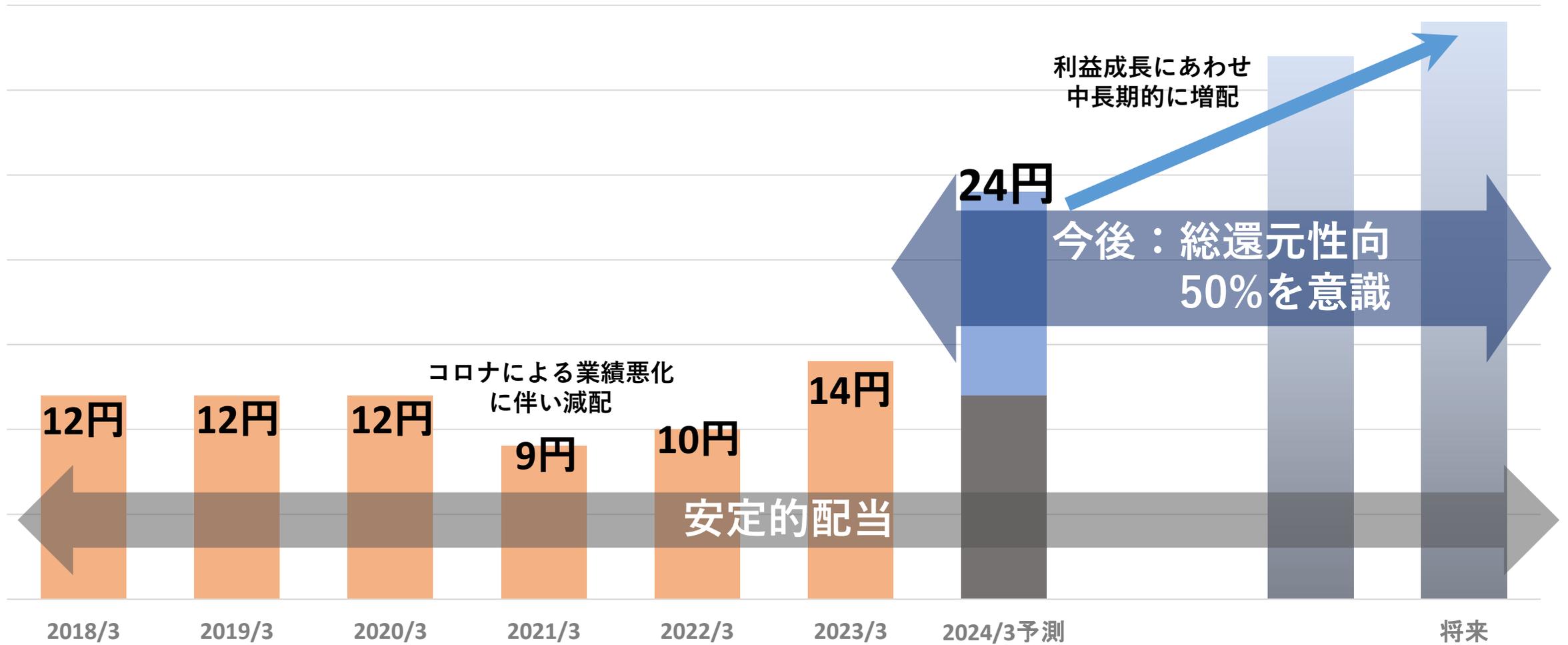
ビジネスモデル



2023年11月現在  
参加表明団体 : 319  
公開自治体 : 304



## 配当の推移





## 主な特典

- ①三越伊勢丹グループ各店舗でのお買い物やご飲食代金をご利用限度額の範囲内で**10%**割引
- ②当社グループ会社、提携施設におけるご優待

### 保有株式数別優待サービス付与（年1回）

保有株式数		ご利用限度額
100株以上	300株未満	30万円
300株以上	500株未満	40万円
500株以上	1,000株未満	50万円
1,000株以上	3,000株未満	100万円
3,000株以上	5,000株未満	150万円
5,000株以上	10,000株未満	200万円
10,000株以上		300万円





続きまして、  
当社グループの企業理念を表現した  
動画をご覧ください。



三越伊勢丹ホールディングス

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。