

東証プライム

証券コード：3099

三越伊勢丹ホールディングス 会社説明

2024年12月13日（金）

三菱UFJモルガン・スタンレー証券 個人投資家向けIRセミナー（名古屋）



目次

1. 会社概要
2. 当社の戦略
3. 業績および計画
4. 株主還元

会社概要



2024年9月時点

| | |
|-----------|----------------------|
| 社名 | 株式会社三越伊勢丹ホールディングス |
| 市場区分 | 東証プライム |
| 銘柄コード | 3099 |
| 代表者 | 取締役 代表執行役社長CEO 細谷 敏幸 |
| 会社設立 | 2008年(平成20年)4月1日 |
| 本店所在地(登記) | 東京都新宿区新宿5-16-10 |
| 機関設計 | 指名委員会等設置会社 |
| グループ従業員数 | 約1万7,000人(2024年4月時点) |

会社概要

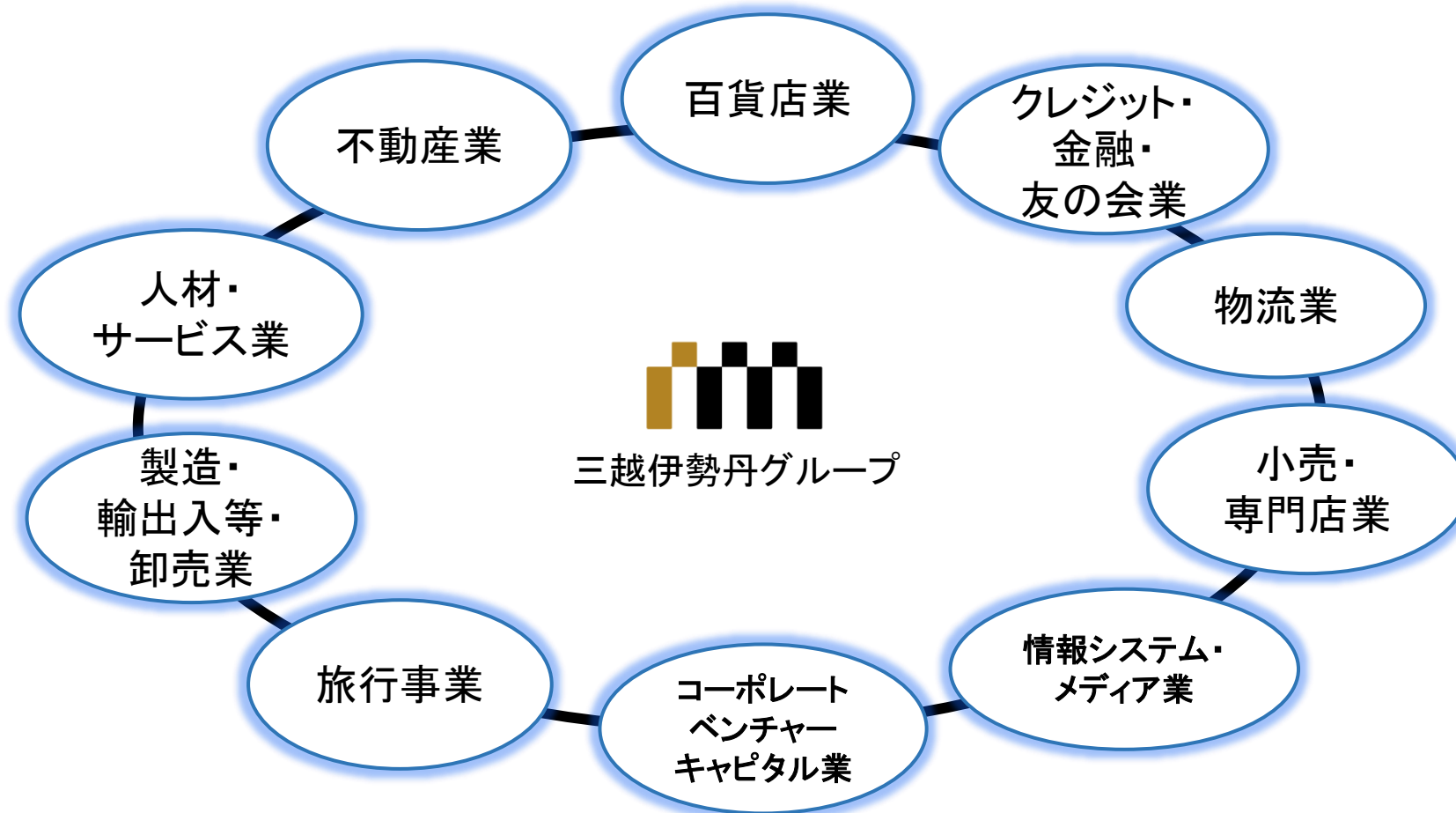


グループ会社数

連結子会社37社、持分法適用関連会社7社

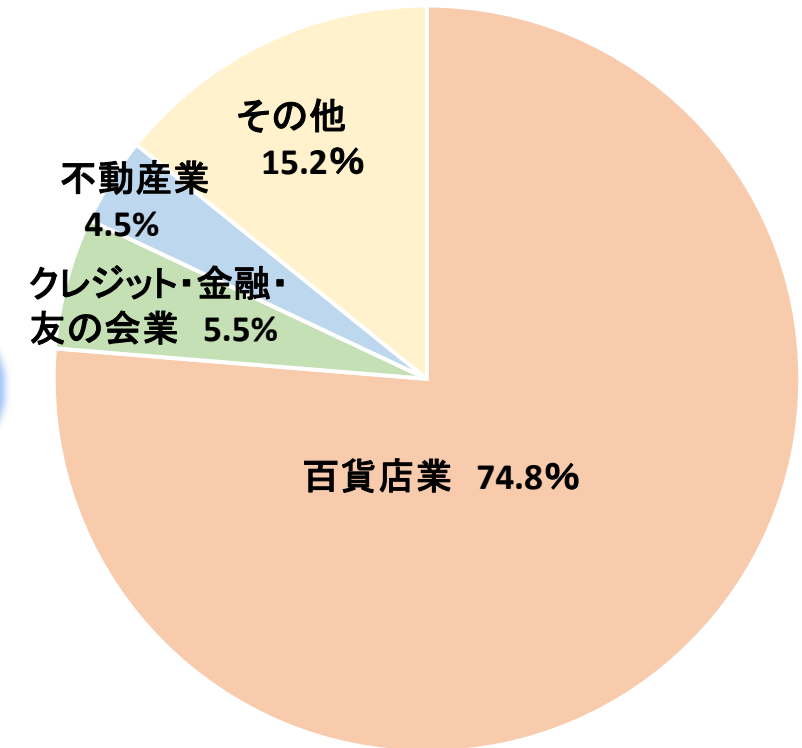
主な事業内容

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



事業別売上高構成比

2024年3月末時点



会社概要（グループ会社一例）



エムアイカード （クレジット・金融業）



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）



会社概要（グループ会社一例）



三越伊勢丹プロパティ・デザイン
（不動産業）

QUEEN'S ISETAN

エムアイフードスタイル
（小売・専門店業）



STUDIO ALTA

スタジオアルタ
（広告・メディア業）



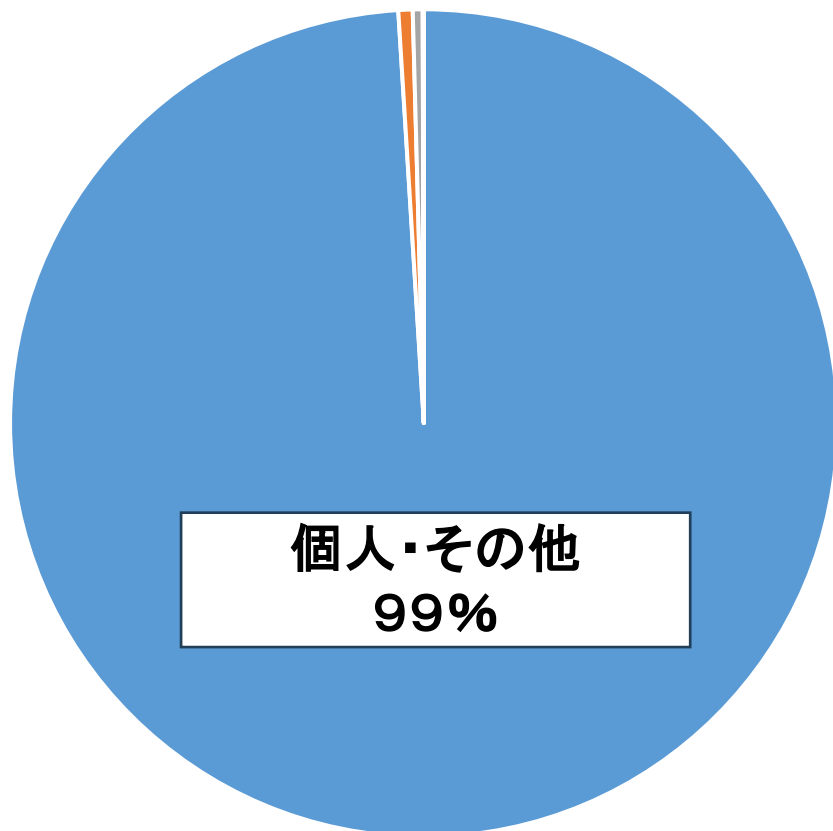


株主数

295,274名

所有者別 株主数

2024年9月末時点



| 所有者区分 | 株主数(名) | シェア |
|----------|---------|--------|
| 個人・その他 | 292,361 | 99.0% |
| その他の法人 | 1,647 | 0.6% |
| 外国法人等 | 1,133 | 0.4% |
| 金融商品取引業者 | 67 | 0.0% |
| 金融機関 | 65 | 0.0% |
| 自己名義株式 | 1 | 0.0% |
| 合計 | 295,274 | 100.0% |



MITSUKOSHI

ISETAN

IWATAYA



marui imai

国内 20 店舗 海外 23 店舗 (2024年9月現在)

会社概要（歴史・変遷）



1673 越後屋創業



1886 伊勢屋丹治呉服店創業



1904 日比翁助が就任
「デパートメントストア宣言」
日本初となる百貨店の始まり



2008 「三越」「伊勢丹」
経営統合

2024 「デパートメント
ストア宣言」から
本年120周年



1673 1754 1872 1886

1904

2023 三越350周年

創業期

近代百貨店化

三越伊勢丹ホールディングス
設立



「三越」は、2023年に創業350周年



1754 呉服商「紅屋」の
営業を開始



1872 今井呉服店を開店

1957 伊勢丹新宿店全館完成



「三越伊勢丹グループ企業理念」再整理

会社概要 (海外店舗一例)



MITSUKOSHI BGC
(フィリピン/マニラ)



クアラルンプール伊勢丹 KLCC店
(マレーシア)

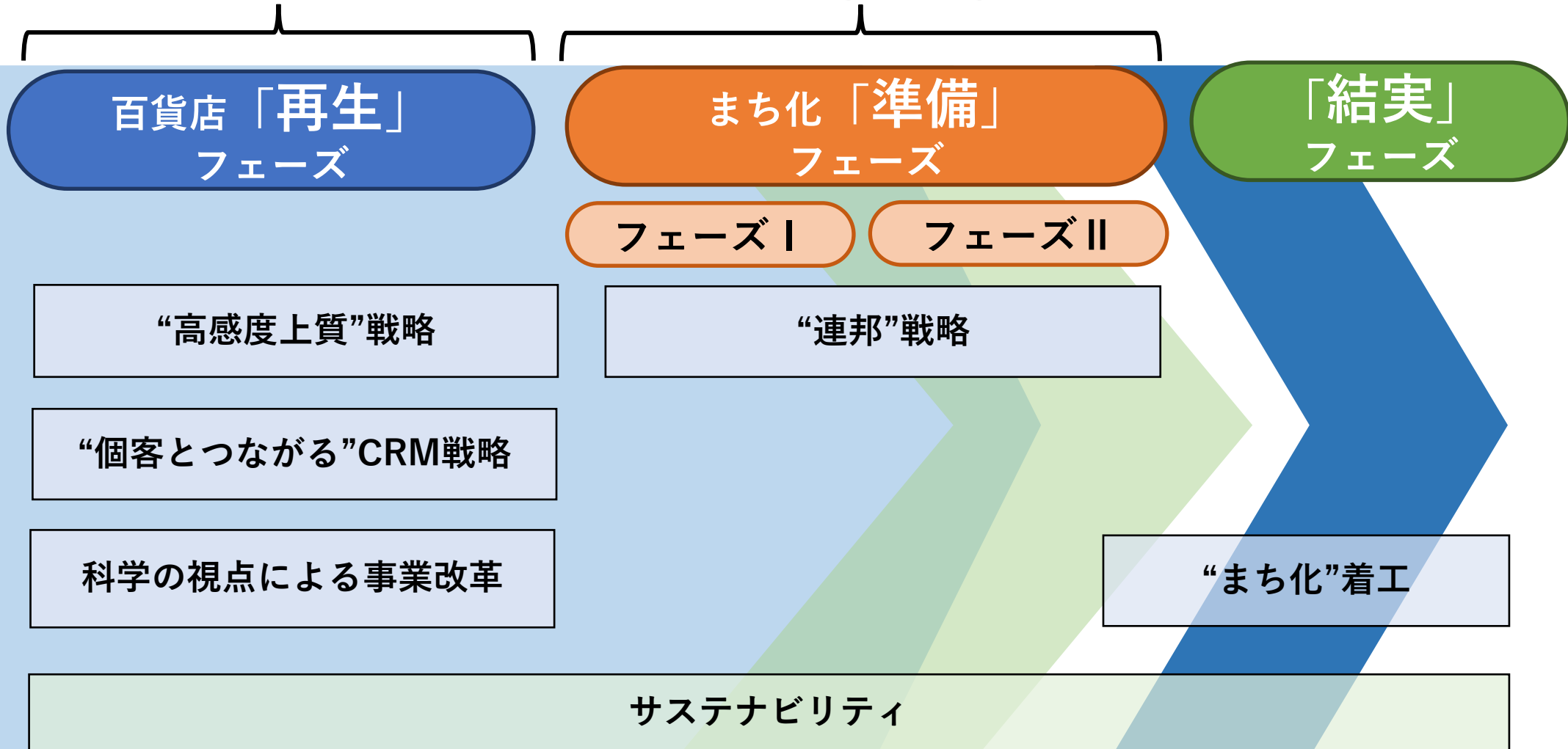
当社の戦略



現中期経営計画(3ヶ年)
2022年-2024年

次期中期経営計画(6ヶ年)
2025年-2030年

百貨店業から「個客業」へ変革



当社の戦略



国内百貨店事業



世界中からお客さまを集め、識別化、多様な価値を提案

高感度上質消費



三越伊勢丹アプリ
エムアイカード

(24年度末導入予定)
海外顧客向けアプリなど



個の分析 ・ 個の提案



三越伊勢丹グループファン



集客

識別化

利用拡大

生涯顧客化

国内百貨店事業（基幹3店）



- ・コンセプトで独自性を磨き上げ、「新たな価値」を創造
- ・「世界で傑出した百貨店」へ



伊勢丹新宿本店

「最新・最先端」



「グローバルストア」

三越銀座店



Copyright © 2024 ISETAN MITSUKOSHI HOLDINGS All rights reserved.



三越日本橋本店

「伝統・文化芸術・暮らし」



国内百貨店事業（地域百貨店）



「地域の“高感度上質消費”を支える唯一無二の存在」へ

拠点ネットワーク

両本店の品揃えを全国店舗顧客へ拡大



百貨店の科学

科学の視点による事業改革



業務改革

店舗構造改革

収支構造改革



暖簾の海外商業施設運営モデル（小売＋不動産開発）の強化

23年度

MITSUKOSHI BGC（フィリピン/マニラ）



24年度

One Bangkokプロジェクト（タイ/バンコク）

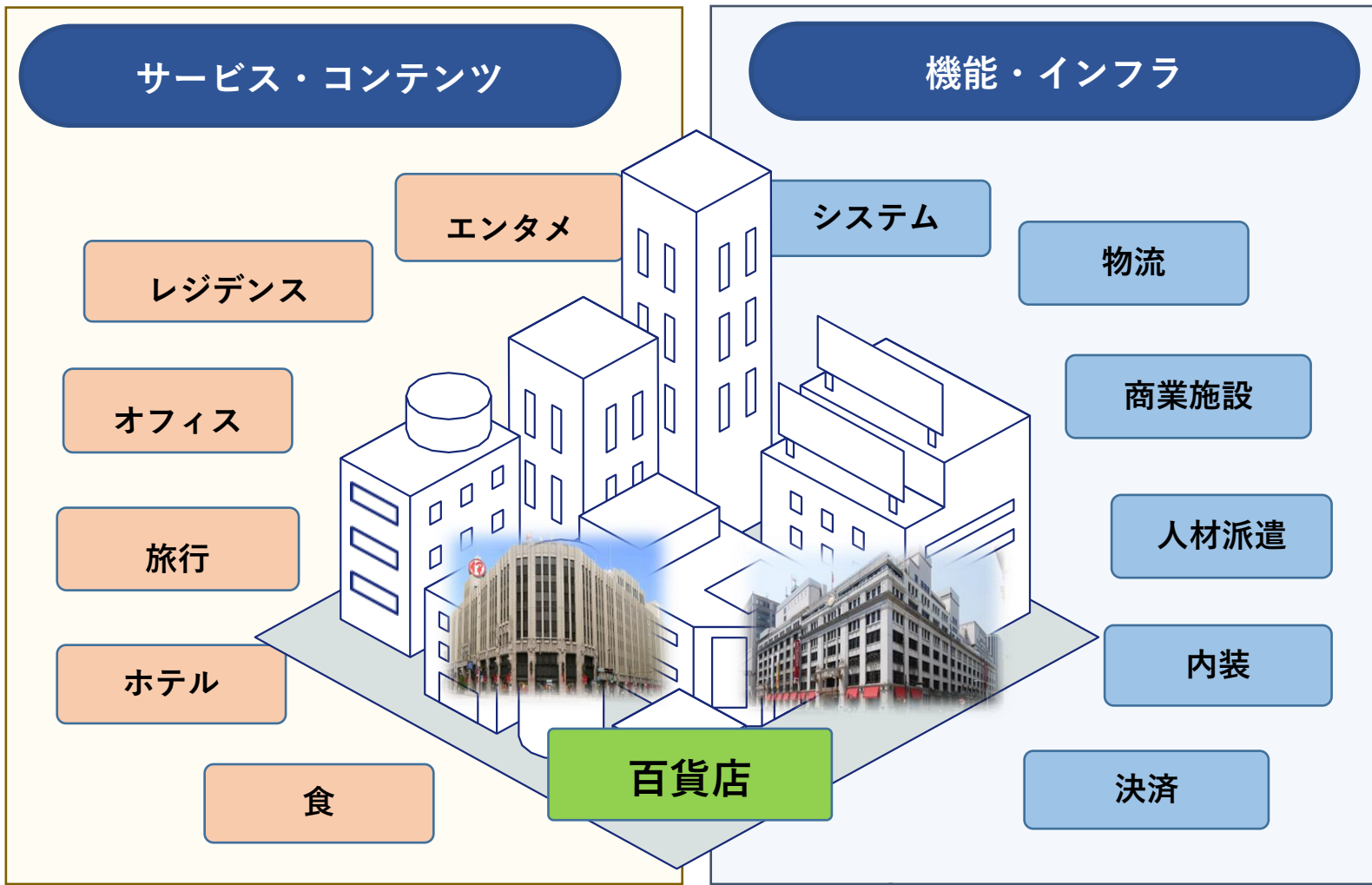


当社の戦略





百貨店を核としながら、関連事業の強みや特性を発揮した街づくり



百貨店利益増



グループ連邦利益



不動産開発利益

首都圏を中心に、
2040年代までに5,000億+ α 投資を実施

年間200億水準+ α の
まち化収益を見込む

当社の戦略





顧客基盤を活かし、独自価値を提供する金融サービス業へ

【**グループの顧客基盤 約760万人(※)**】(24年度見込み数)

※エムアイカード会員・エムアイアプリ会員・三越伊勢丹グループのEC等を利用したことのある顧客

顧客基盤の活用

百貨店商流・基盤の活用

百貨店
高額・高頻度ユーザー

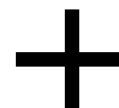
百貨店
ライトユーザー

カード領域

利便性・
インセンティブ
強化

・ラインナップ刷新
・利用促進
・ファイナンス強化

年会費無料型カードの導入
(24年度末～予定)



金融領域

新規金融
サービス
開発

商品保証
(メーカー保証外の内容補償)

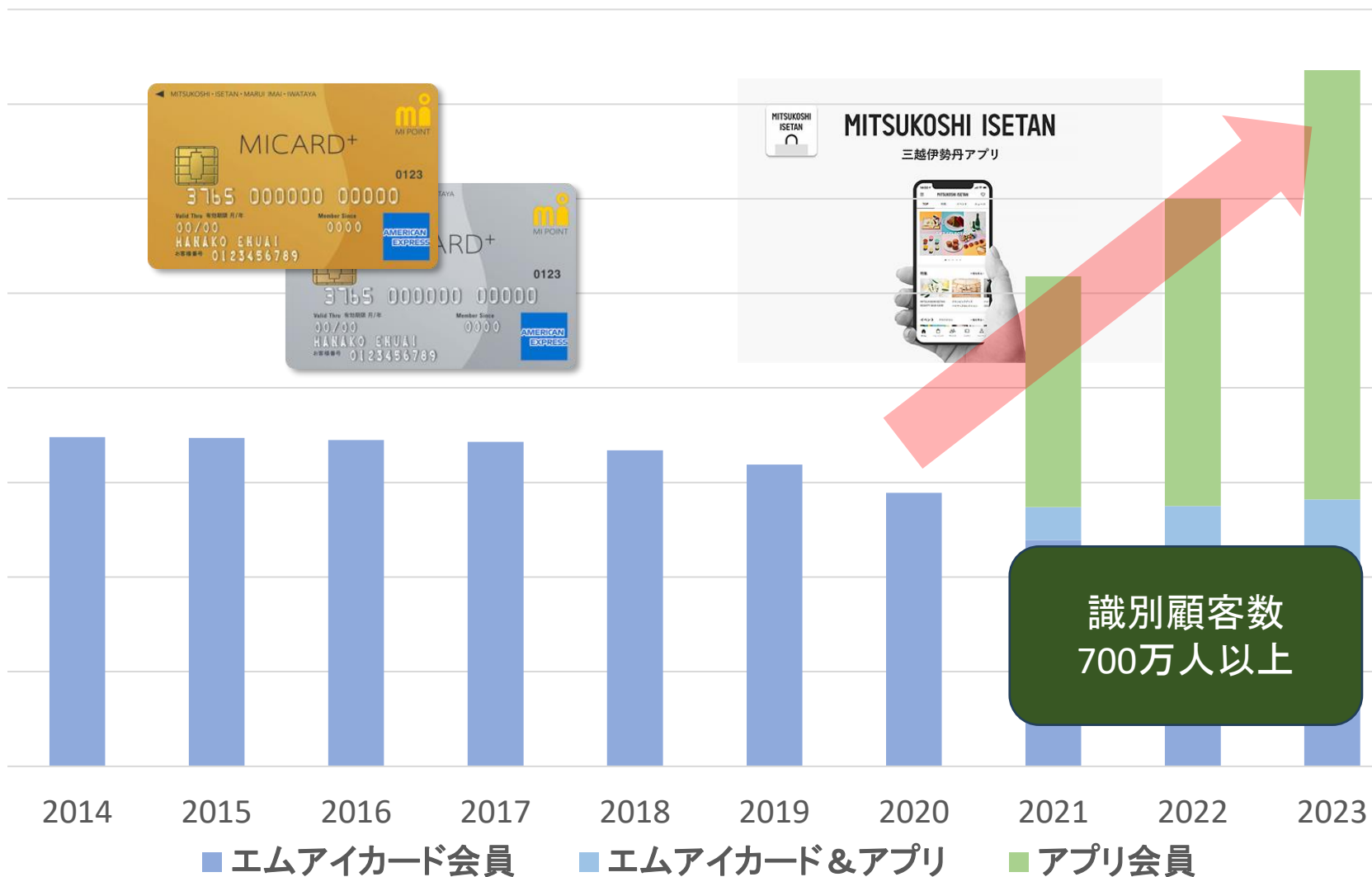
ショッピング保険

ショッピングローン

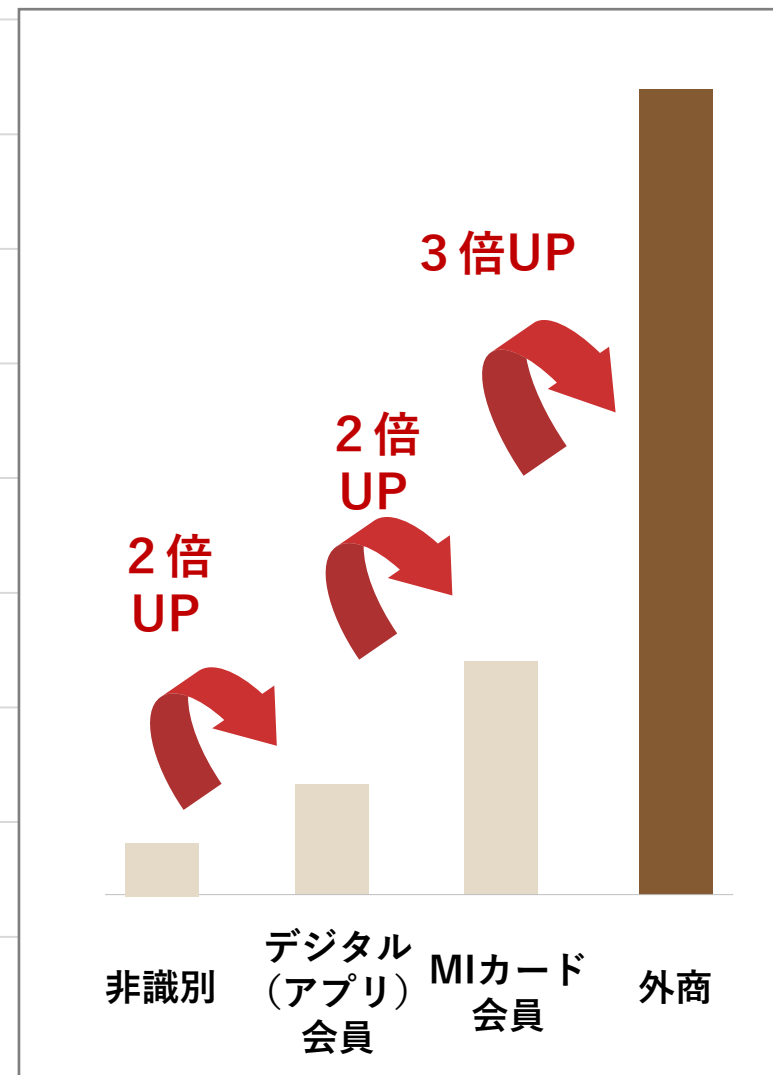
個客業への変革



< 識別顧客数 >



< 一人当たりの年間購買額 >



個客業への変革



百貨店業から、「個客業」へ

百貨店で集客したお客さまを識別化し、多様な価値提供を行うビジネスモデル

これまで



現在およびこれから

【個客業のプロセス】

【集客】

【識別化】

【利用拡大】

【生涯顧客化】

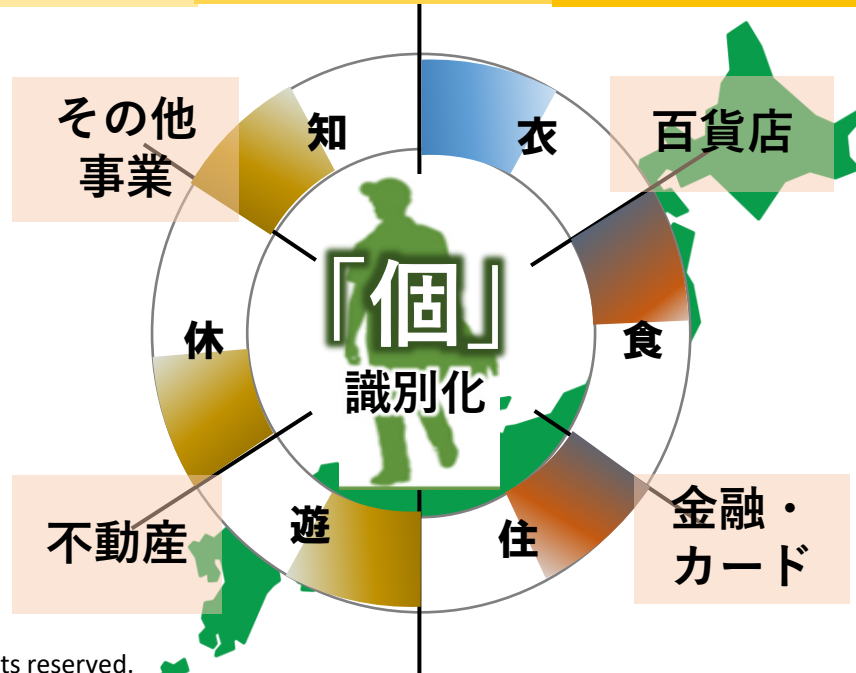
世界へ拡大

時間の拡大

空間の拡大

用途の拡大

【事業機会の獲得】



当社の戦略（サステナビリティ）



現中期経営計画（3ヶ年）
2022年-2024年

次期中期経営計画（6ヶ年）
2025年-2030年

百貨店「再生」
フェーズ

まち化「準備」
フェーズ

「結実」
フェーズ

フェーズⅠ

フェーズⅡ

“高感度上質”戦略

“連邦”戦略

“個客とつながる”CRM戦略

科学の視点による事業改革

“まち化”着工

サステナビリティ

百貨店業から「個客業」へ変革

取組事例 ①

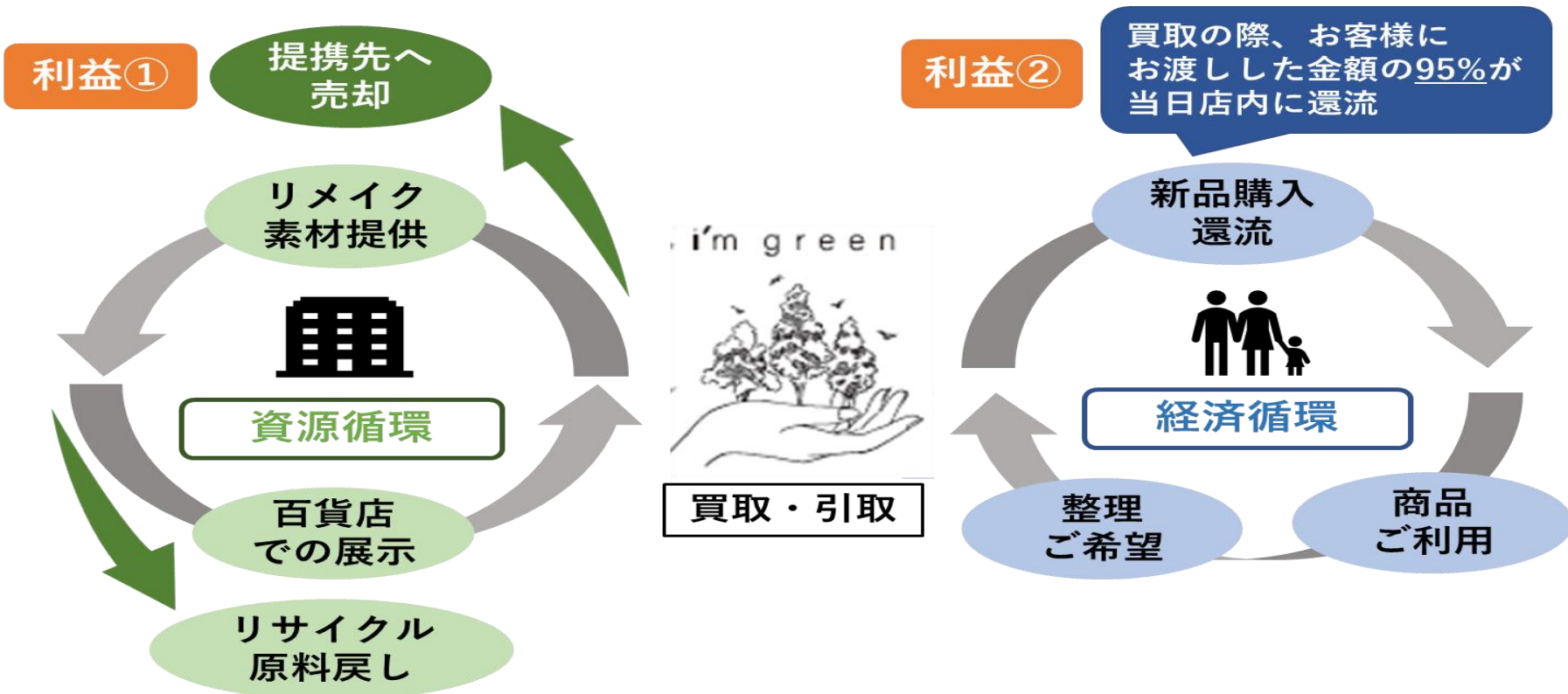


重点取組：「持続可能な環境・社会をつなぐ」

取組事例

＜i'm green (アイムグリーン)＞ 2021年10月～事業開始
(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



＜名古屋栄店＞
期間限定で展開
・2024年10月
・2025年3月予定

取組事例 ②



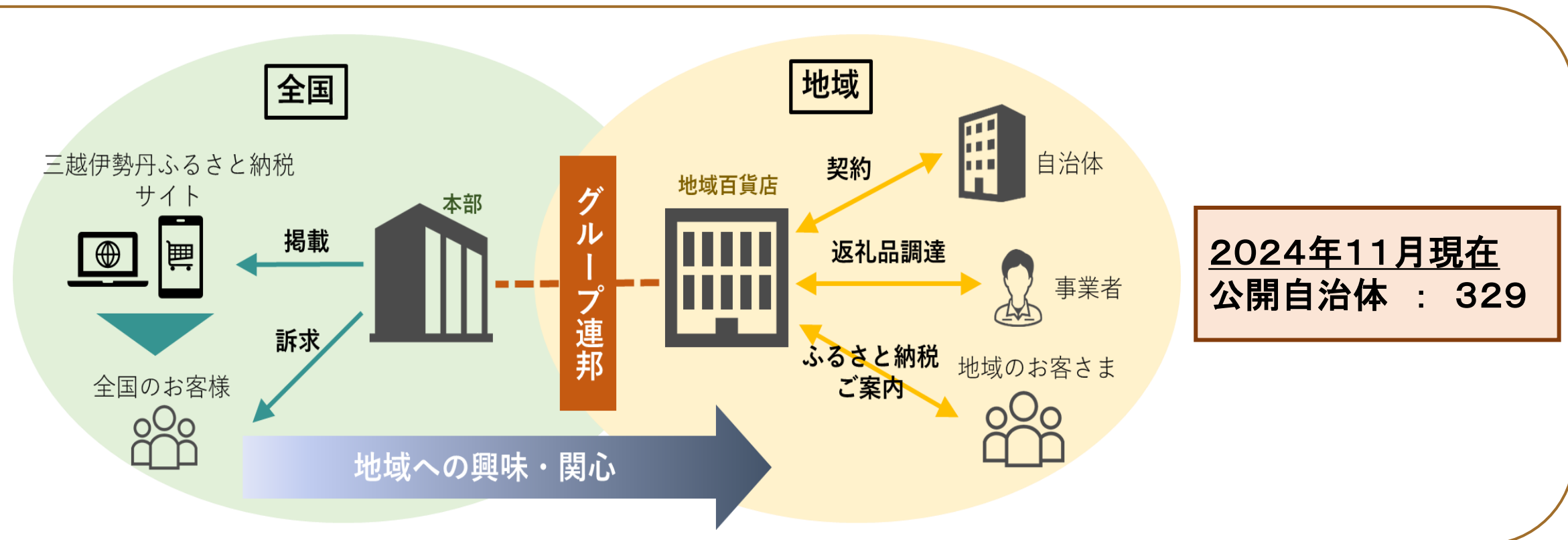
重点取組 : 「人・地域をつなぐ」

<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」

取組事例

ビジネスモデル



2024年11月現在
公開自治体 : 329

連結業績（第2四半期累計）



- ◇総額売上高 : 百貨店業においてインバウンドに加え国内顧客も順調に伸び、大幅増収
 ◇販売管理費 : 経費コントロールの取組みが地域・グループ店にも浸透し前年を下回る
 以上の結果、収益力が大幅に改善し、**営業利益・経常利益・当期純利益ともに統合後最高益**

| （億円） | 第2四半期累計 実績 | 前年比 | 前年差 |
|-------|---------------|--------|------|
| 総額売上高 | 6,191 | 110.3% | +576 |
| 売上高 | 2,640 | 106.3% | +155 |
| 売上総利益 | 1,617 | 109.3% | +138 |
| 販売管理費 | 1,268 | 99.3% | ▲8 |
| 営業利益 | 348 | 172.8% | +146 |
| 経常利益 | 387 | 169.0% | +158 |
| 当期純利益 | 253 | 170.8% | +105 |

連結計画（2024年度 通期）



- ◇総額売上高 : 重点戦略の着実な推進により、過去最高値を計画
- ◇販売管理費 : 戦略推進に必要な経費を投下しつつも、前年比微増で抑制
- ◇営業利益、経常利益 : 過去最高を更新
- ◇当期純利益 : 前年度から増益

| (億円) | 通期 | 前年比 | 前年差 |
|-------|--------|--------|------|
| 総額売上高 | 13,200 | 107.8% | +953 |
| 売上高 | 5,560 | 103.6% | +195 |
| 売上総利益 | 3,410 | 106.9% | +220 |
| 販売管理費 | 2,690 | 101.7% | +44 |
| 営業利益 | 720 | 132.4% | +176 |
| 経常利益 | 770 | 128.6% | +171 |
| 当期純利益 | 580 | 104.4% | +24 |

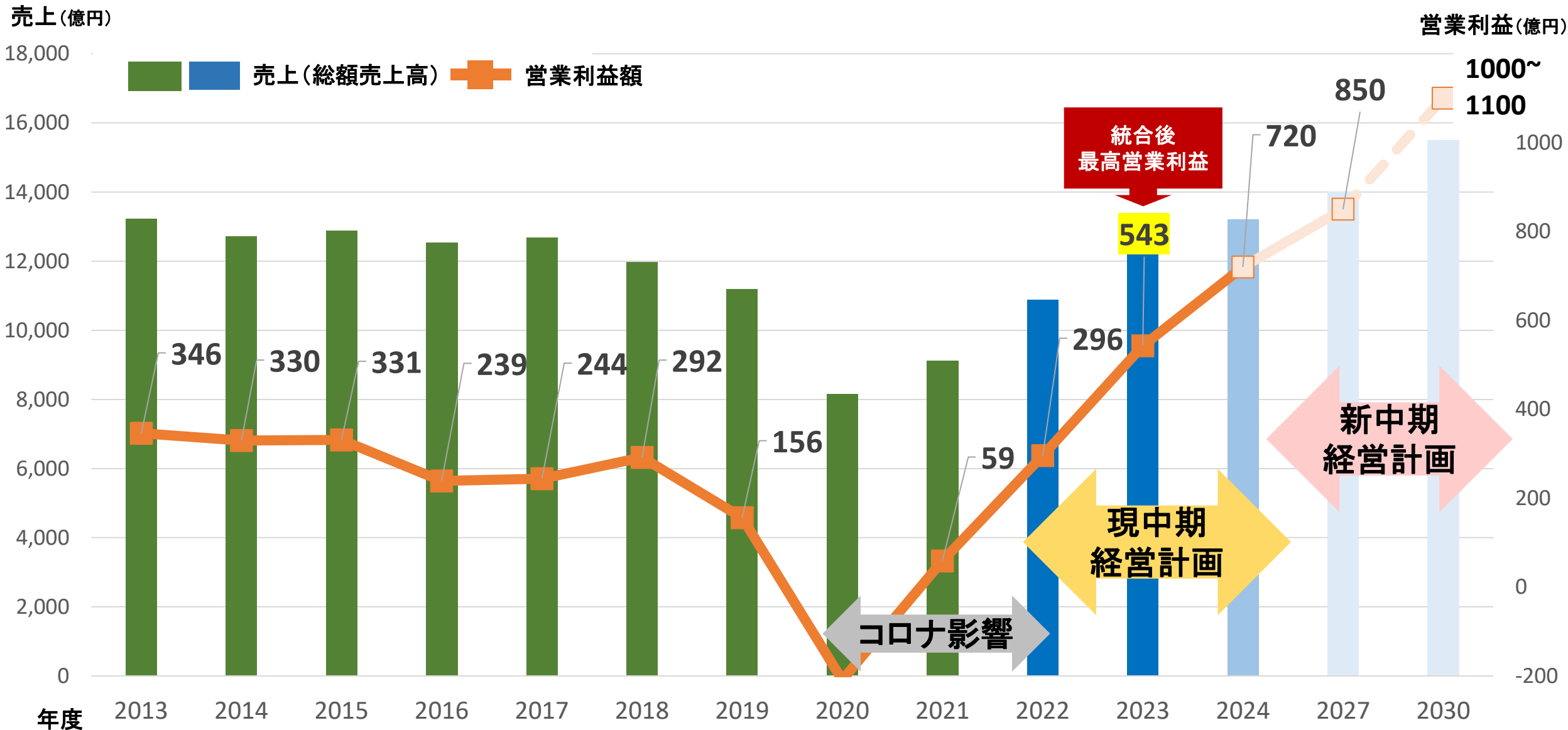
連結計画（セグメント別）



- ◇百貨店業：各戦略の推進による増収に加え、経費構造改革の更なる推進による経費コントロールを踏まえ、過去最高値を計画
その他、全てのセグメントで、前年よりも営業利益の増益を計画

| (億円) | 総額売上高 | 前年比 | 売上高 | 営業利益 | 前年差 |
|-------------------|--------|--------|-------|------|------|
| 百貨店業 | 12,220 | 107.4% | 4,580 | 595 | +143 |
| クレジット・ 金融・友の会業 | 375 | 105.8% | 345 | 58 | +17 |
| 不動産業 | 330 | 123.2% | 330 | 37 | +6 |
| その他※ | 275 | 109.6% | 305 | 30 | +8 |
| 合計 | 13,200 | 107.8% | 5,560 | 720 | +176 |

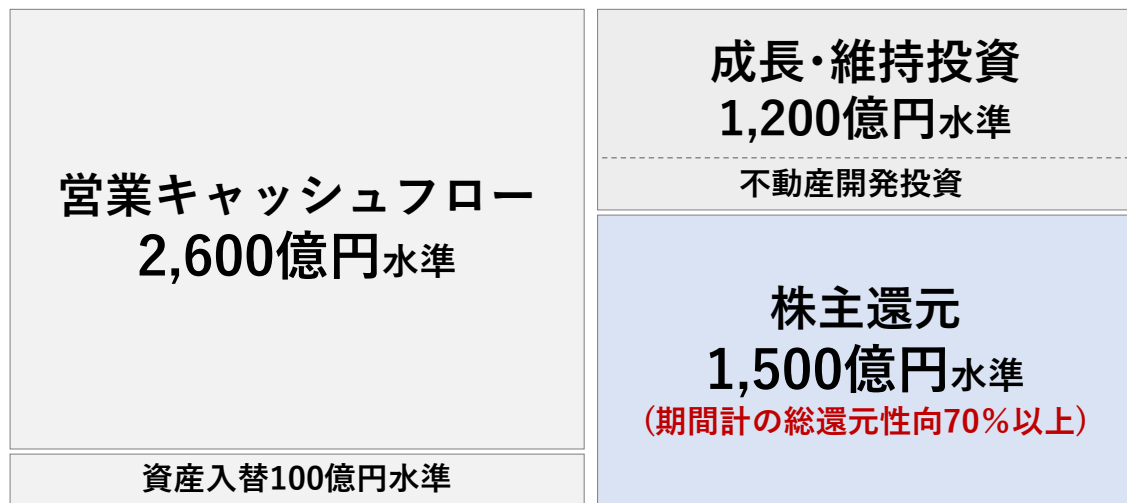
連結業績推移・計画



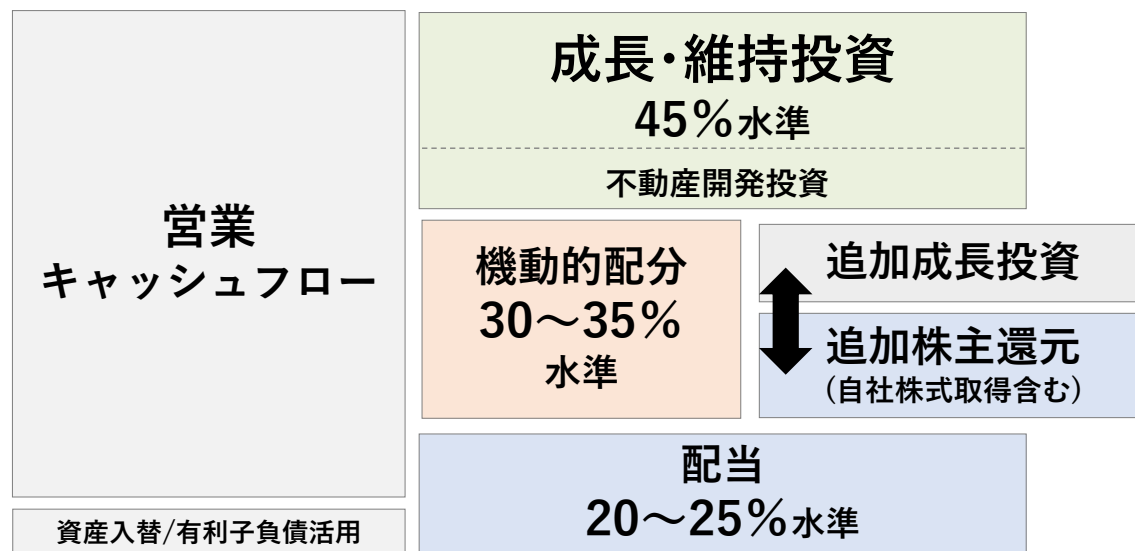


【フェーズⅠ】 (25～27年度) 株主還元による資本効率改善に比重

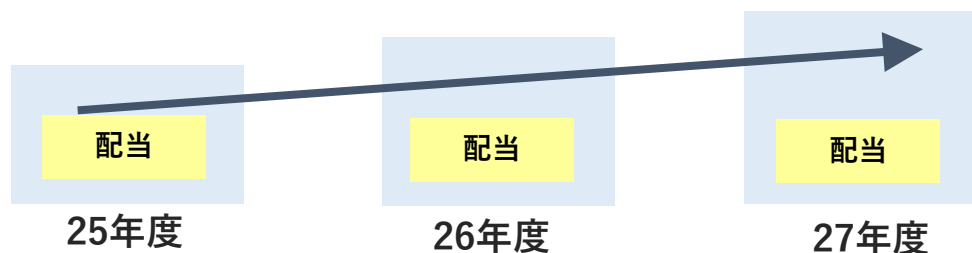
フェーズⅠ (25～27年度)



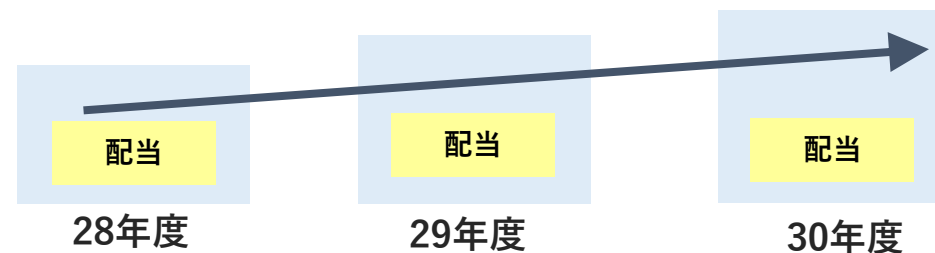
フェーズⅡ (28～30年度)



累進配当(24年度実績を下限)



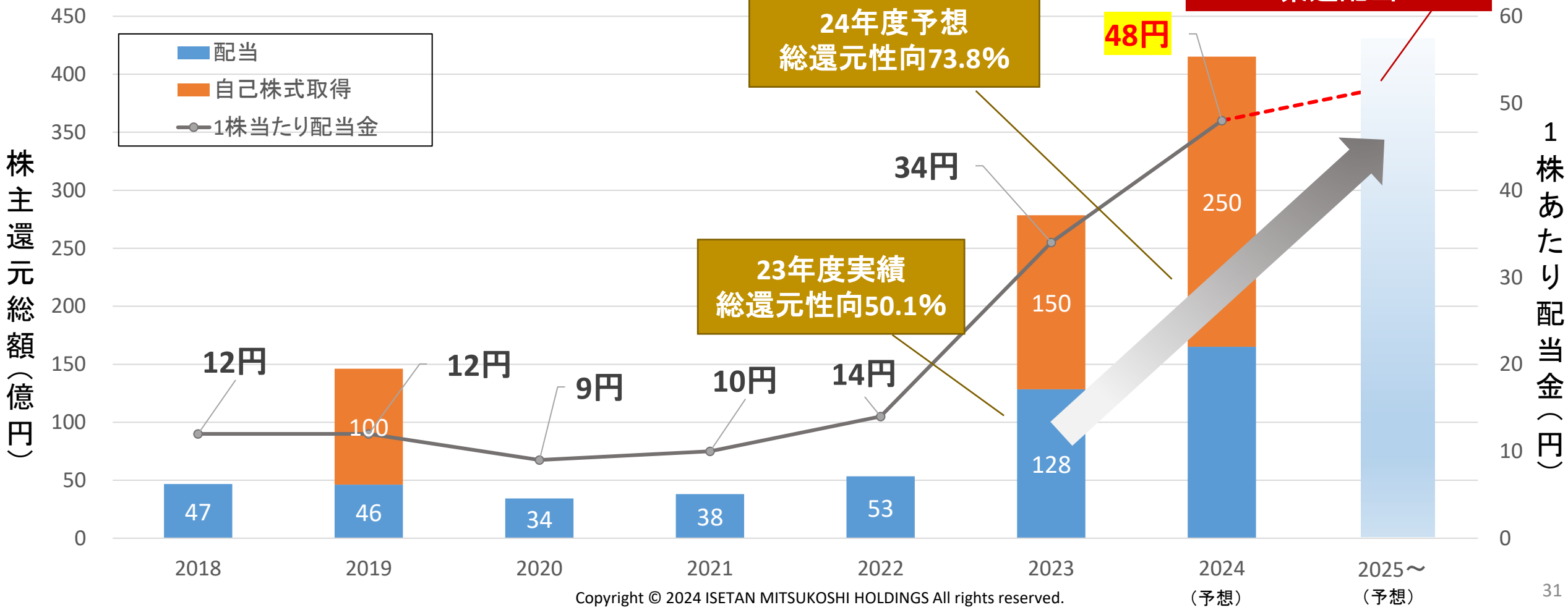
累進配当(27年度実績を下限)



株主還元（配当および自己株式取得の推移）



「累進配当」と「機動的な自己株式の取得」により3年間で1,500億円の株主還元





主な特典

- ①三越伊勢丹グループ各店舗でのお買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





三越伊勢丹グループ 企業理念 再整理

MISSION

私たちの存在意義

こころ動かす、
ひとの力で。

VALUES

私たちが大切にしている思考と行動



VISION

私たちが目指す姿

お客様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

～日本の誇り、世界への発信力を持ち、
高感度上質消費において最も支持される～



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。