

株式会社丸井グループ
2020年3月期 第3四半期決算 電話会議
<質疑応答>

Q. 小売セグメントの今回の下方修正について、何がどこまで織り込まれているのか。先ほど増税、暖冬という話があったが、第3四半期の落ち込みが入っているのか。または、足元、これからの先行きも入っているのか。一過性なのか継続要因なのかの切り分けは難しいと思うが、構造改革を進めていく中で、本来こういった利益の反動は少なくなるべきなのではないか。どのようにして今後小売セグメントの利益の安定化を目指していくのか。

A. ほぼ第3四半期のマイナスを織り込んだ形です。第3四半期のマイナスの中に、仕入区画で7億円とありますが、台風で営業しなかったのが▲2億円、それ以外が増税影響と暖冬影響とみております。このうち台風影響が第4四半期は無くなり、営業日が1日増えることなどから、仕入区画はプラスマイナスゼロ程度を見込んでおります。ECはトップラインを上げていくことは難しいですが、コストカットを進めることで、第4四半期の目標は達成させたいと考えています。

利益影響が出ないようにしなければいけないというのはおっしゃる通りで、我々も反省しなければなりません。やはり仕入区画は消費動向・暖冬の影響を受けてしまいます。今後はさらに飲食・サービス・体験などを増やし、そういった影響を受けにくい店づくりを進めてまいります。

Q. フィンテックセグメントについて、第3四半期のみを切り出すと流動化の償却のマイナス分が効いているので、それを織り込むとまあまあよかったのではないかと思う。ちゃんと計算していないが+11~13%くらいの実質増益になる。5%還元などの影響もあったかと思うが、特殊要因はなかったのか。今後はこの成長が続くと見てよいのか。また、利息返還について、弁護士介入の受入件数の状況はどうか。

A. フィンテックセグメントは、5%還元が寄与している部分もありますが全体としては特殊要因ではなく、実質13億円の増益となっております。第4四半期も同じように13億

円の実質増益を見込んでおり、これが通常通りの形だと思っております。

利息返還については、残念ながら第3四半期は受入が前年を上回って推移しております。新聞記事にもございましたが、専業で返還請求が減ってきているということで、我々も同じような見方をしているため、今後徐々に減ってくると考えています。

Q. 上回っているのはどのくらい上回っているのか。すごく増えたのか、若干上回ったのか。

A. 若干ということで考えていただいてよろしいかと思えます。

Q. 横ばいか減ってこないといけませんが、なかなか減ってくれないという見方でいいのか。

A. おっしゃるとおりです。

Q. 従前御社は増税インパクトについて、小売セグメントもフィンテックセグメントもほとんど利益影響が無く、ニュートラルという見方を示していた。暖冬などいろいろな影響があったが、何が一番見通しを狂わせた原因だったのか。

A. 利益影響が無いというのは前回の増税時の動向を考慮し、見通しを作成しておりました。それによると増税直後の月は落ちますが、その後回復する動向でした。今回は直後の10月が大きく落ち込み、暖冬の影響もあるかもしれませんが、11月、12月の落ち込みが想定より大きく、申し訳ない結果となってしまいました。

Q. 通期計画を修正したが、第4四半期だけをとらえると増益、これまでのマイナスを少し取り返す見通しとなっている。消化仕入の切り替えや営業日数の増加、E Cの取り組みですべてをカバーできるのか若干不安に感じるがどうなのか。

A. トップラインですべてはカバーできないので、コストカットをさらに進めなければならないと考えています。特にE Cはかなり積極的なコストカットが必要になると思います。

Q. 以前の計画では、小売セグメントは定借化収益改善が+10億円、E Cで+5億円、プラットフォームが+1億円、全体で16億円増益の見通しだった。これが現在の状況からみて、今回の修正でそれぞれどのように変わったのか。

A. プラットフォームは変わらず、その分E Cや仕入区画が想定外に落ちてしまいました。

できれば仕入区画はフラットに持っていきたいと考えております。定借化収益改善は当初の見通しよりも少し上乗せできると考えています。

Q. プラットフォームの計画はそのまま、第3四半期で減益となったのは大型案件がずれているだけという理解でいいか。

A. その通りです。

Q. 計画修正の考え方についてお伺いしたい。営業利益で15億円下方修正したが、販管費をもっと削る、他の上場企業でやられているところもあるが、流動化益を増やすことなどもできたかという議論もあると思う。やりすぎると禍根を残すが、あえてこのタイミングで15億円下方修正した真意は何か。来年度が中期経営計画最終年度になるが、会社の目線は今回の修正によって変わったのか。

A. 修正後の計画達成にもコスト削減が必要なので、これ以上は厳しいと考えました。債権流動化については、利益計画を達成するためという目的では行いません。

Q. 財務バランスのベンチマークに沿ってやっていくという認識でよいか。

A. おっしゃる通りです。中期経営計画について、主要指標は今回の第3四半期ほどには消費増税の影響が出るとは考えていなかったため、なるべく来年すべての指標について達成できるよう精査しているところでございます。

Q. 第3四半期の特別損失のところで関係会社株式評価損が第2四半期と比べると増えているように見えるが、この内容を教えてほしい。

A. 一部の投資先の財務内容の悪化から評価損を計上いたしました。

Q. 今回かなり評価損を立てたので、予測は難しいかと思うが、現段階では来年はもう出ないと考えていいのか。

A. その投資先については大部分積んだ形になりますので、その認識で問題ございません。

Q. 小売セグメントの自主専門店とECで増税影響が効いているということは、フィンテックのショッピングクレジットの伸びも消費増税の影響を受けているのではないか。先ほ

ど5%還元のメリットも受けているという話もあったが、このあたりの数字の解釈について教えてほしい。

A. フィンテックセグメントについて、増税直後の10月は割と影響を受け、伸長率が少し下がりましたが、その後は割と順調に推移しており、消費増税の影響は大きくないと考えております。特にサービスなどの伸びが大きいです。5%還元は対象となるクレジットカードの利用が増えているので、その影響が大きいとみております。

Q. 還元が6月で終了すると、この伸びはその後失速する可能性もあるのか。

A. 一巡してしまうかもしれませんが、これを機にクレジットカードが使われるようになるとあまり変わらない可能性もあると考えております。

Q. フィンテックセグメントに関して、増税のインパクトもなく、5%還元もあったということだが、伸び率はこの四半期だけで見ると鈍化していて、売上収益の伸びも6%くらいしかなく順調には見えない。サービス収入も本来は下半期からエイブルさんの家賃保証も含めて拡大するということがあった割には弱いように思う。来年の需要の見込みについて教えてほしい。また、売上収益の伸びが下がったが第3四半期だけで見ると10%以上の増益なのはどういうことなのか。経費を使ったという話だったが、経費が抑えられないとそうならないので、売上収益と営業利益の相関関係について教えてほしい。

A. 取り扱いは10月の落ち込みが大きかったのですが、その後戻ってきております。第3四半期だけで見ると落ち込んでおりますが、我々としては増税による駆け込み前の水準に戻ってきているので心配はしておりません。コストについては、昨年カード発行のコストをかなり使いましたが、今年あまり使っていないこともあり、コストが比較的押さえられています。

サービス収入については、家賃保証の売上収益が前年比127%、もともと130%を超えるというところでしたが、エイブルさんは5月にスタートし、2・3月に効果が出る想定ですので130%は達成できるとみております。

Q. 130%というのは第4四半期だけの数字なのか。累計なのか。

A. 累計130%の見通しです。

Q. 小売セグメントについて、改めて今残っている定借化されていない部分や自主売り場を

どうするのか。暖冬の影響が大きかったとはいえ、これらの部分やE Cがあるがゆえに減益要因になっているところもあるかと思うが、それぞれどういう対応を2、3年後に向けてとっていくのか。

A. 消化仕入区画に関わらず、店全体の体験型のテナントを増やす方針です。これにより季節要因などの影響を受けにくくなると考えております。自主売場についてはかなり厳しいカテゴリがあるので、そこはやめていく方針です。併せて、最近スタートアップ企業、特にD2Cブランドのショップを誘致しておりますが、そこで運営を受託するケースも増えてきております。自主売場のスタッフはそちらで活躍できそうなので、そういったショップを増やしていく方向です。

Q. 以前から店舗全体では物を売る部分が66%くらいで、飲食が多いと思うが体験型が34%となっている。体験が6割に向かっていくという方針だが、現時点で館の魅力を考えても、6割にして大丈夫という考えなのか。最適解はそれぞれの店によって違う。数字先行で行ってどんどん体験型ばかりになってもいいのか。

A. 現時点ではまだまだ体験型を増やさなければいけないと思っております。小売では最近伸びてきているD2Cの出店意欲が旺盛なので、そういったところを取り込んでいく必要があります。D2Cは出店を新規顧客獲得やコミュニケーションの場と考えているため、数字先行というよりは、そういうものを増やしていき、実際に売るところは縮小していくと考えております。

Q. 今回の修正計画の作り方で、今回修正計画から第3四半期までの実績を引いて、第4四半期の見通しを計算すると、小売は2桁増益、フィンテックは減益、全社消去の赤字幅が今までよりも縮小する計算になるが、ボトムアップで作ったわけではなく、足りない分を小売に入れているので、第4四半期だけのセグメントの利益は見ないほうがいいのか。

A. 単純計算と、実際の特種要因を計算すると違ってまいります。小売はおっしゃる通りですが、フィンテックは特種要因を考慮すると第4四半期も13億円の実質増益の見通しです。特種要因の影響がありますが、実際にはボトムアップで積み上げていった結果で今回の修正計画を作成しております。

Q. 全社消去は今まで17億円くらい出ていたが、14億円の中に収まるという理解でいいのか。第4四半期で小売セグメントの20%増益は本当に目指しているという認識でいい

のか。

A. その認識で間違いございません。

Q. 販管費は第4四半期だと前年比8%増の見通しで、第1四半期から第3四半期よりも増える計算になると思うが、先ほどからコストカットとおっしゃっているのと少し違う感じもする。この背景について教えてほしい。

A. 第4四半期では、販管費の8%増加と同様に、売上も7%増収の計画となっております。販管費率で見ますと、第3四半期累計に比べ減少しており、全体として経費効率化の見通しです。

Q. ショッピングクレジットのところで、FACTBOOKに月次を載せているかと思うが、10月の取扱高が鈍化しており、11月、12月の水準も今までと比べると弱くなっている。例えばプラチナ・ゴールド会員などのコアユーザーとライトユーザーに分けて動向に違いがあるのか、また買っているお店で、耐久財が弱く、それ以外は正常に戻っているのかなど、この背景について教えてほしい。5%還元のプラス影響があっても鈍化していると思うと不安に感じるがどうか。

A. 取扱高の分母が増えているので伸び率が鈍化する傾向はあります。具体的には家電量販店などは第3四半期も引き続き良くない状況ですが、5%還元の影響を受けているコンビニやスーパーは非常に伸びております。おそらく直近も取扱高は伸びているため心配はしておりません。

Q. 耐久財もそのうち戻るからということですね。分かりました。

以上