

百貨店の財務分析 (説明用資料)

1. 今回の財務診断の対象企業

①株式会社三越伊勢丹ホールディングス ②エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 ③株式会社松屋

2. 産業分類

今回診断する企業は、傘下企業で複数の事業に取り組んでいます。日本標準産業分類（平成 25 年 10 月改定）（平成 26 年 4 月 1 日施行）の分類に従うと、各企業の主な事業は、次の下線の分類に該当します。

大分類 I 卸売業，小売業

中分類 56 各種商品小売業

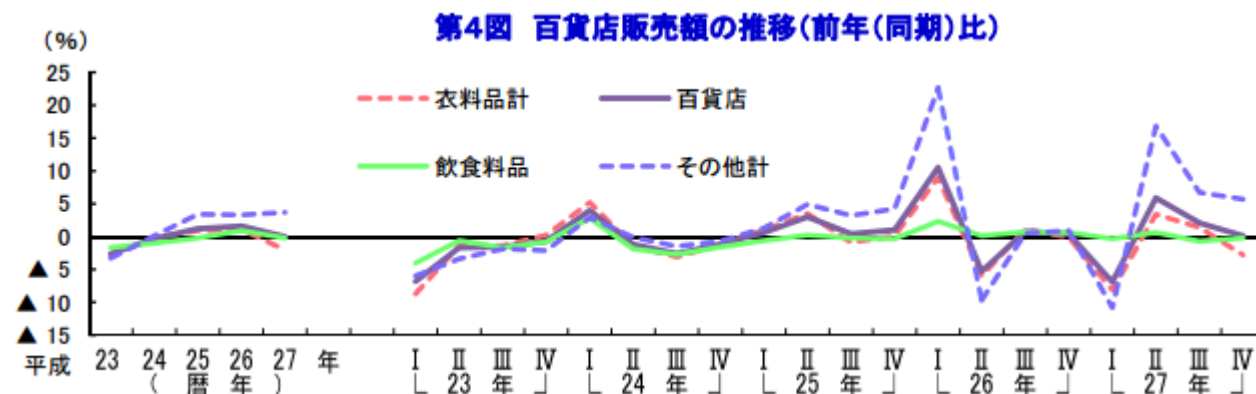
561 百貨店，総合スーパー

5611 百貨店，総合スーパー

2. 商業の動き

平成 27 年の商業販売額（経済産業省大臣官房 調査統計グループ 平成 28 年 3 月）より

「百貨店は、化粧品や高額商品の動きが良かったものの、前年の消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動や天候不順、閉店の影響により、前年比▲0.0%の横ばいとなりました（実数の増減では3年ぶりの減少。）。なお、既存店ベースでみると、同 0.5%と4年連続の増加となりました。」



3. 業界概要と市場規模

日本の百貨店業界は大規模グループ企業と売上が数百億から数千億の中・小規模百貨店に大別される。

大規模グループ：三越伊勢丹 HD、高島屋、J.フロントリテイリング、H2O リテイリング、セブン&アイ HD の百貨店事業（そごう・西武）

中・小規模百貨店：丸井グループ、近鉄百貨店、東急百貨店、東武百貨店、小田急百貨店、京王百貨店、井筒屋、松屋、大和（ダイワ）、さいか屋、丸栄、山陽百貨店等

また、発展の歴史の観点からは、日本の百貨店は**呉服店系と鉄道系**にも大別される。

日本百貨店協会の公開するデータによると、2015 年(平成 27 年)の全国の百貨店の売上は**6 兆 1743 億円**。このデータは、加盟店の売上データの合計であるが、9 割程度カバーしているとのこと。**市場規模は 7 兆円弱と推定できる。**

【百貨店調査】2016.08.17 日本経済新聞/日経 MJ（流通新聞）

「2015 年度の全国百貨店売上高は回答を得た 210 店合計で**6 兆 3289 億円**、14 年度と比較可能な 208 店の売上高は 0.5%の微増でした。増収は 2 年ぶりですが、訪日外国人客数の増加など好調要因の割に鈍い伸びでした。都市部は 2.1%のプラスでしたが、地方は 9 年連続のマイナスで、全体の約 7 割の店舗が減収でした。」

- 1 位 伊勢丹新宿本店 2,724 億円 前年比 5.4%
- 2 位 阪急うめだ本店 2,183 億円 前年比 10.4%
- 3 位 西武池袋本店 1,900 億円 前年比 1.4%
- 4 位 三越日本橋本店 1,683 億円 前年比 1.7%
- 5 位 高島屋日本橋店 1,366 億円 前年比 5.2%

企業名 (単位: 百万円)	決算期	売上高	営業利益	営業利益率	経常利益	経常利益率	百貨店事業 売上高	売上比率
三越伊勢丹HD	連2016年3月	1,287,253	33,107	2.6%	36,704	2.9%	1,185,781	92.1%
高島屋	連2016年2月	929,588	32,972	3.5%	37,785	4.1%	814,095	87.6%
J.フロントリテイリング(大丸と松坂屋)	連2016年2月	1,163,564	48,038	4.1%	47,910	4.1%	763,222	65.6%
セブン&アイ・ホールディングス(そごう・西武)	連2016年2月	6,038,948	343,331	5.7%	341,484	5.7%	654,427	10.8%
エイチ・ツー・オー リテイリング(阪急)	連2016年3月	915,690	23,825	2.6%	23,060	2.5%	431,178	47.1%
						合計	3,848,703	
松屋	連2016年2月	92,914	2,691	2.9%	2,890	3.1%	82,323	88.6%

百貨店の売上には海外展開する企業もあり、その売上も含まれている

J.フロントリテイリング

2007 年 9 月に大丸と松坂屋ホールディングスが統合して発足した持株会社

2012 年 8 月にパルコを子会社化

セグメント別販売実績では、百貨店事業が 7,632 億円(売上比 65.5%)、パルコ事業が 2,811 億円(売上比 24.2%)である。

通販の千趣会にも資本参加

高島屋

セグメント別販売実績では、百貨店業が 8,141 億円(売上比 87.6%)である。

高島屋百貨店を展開、シンガポール、上海、フランス、ベトナム、タイなどにも進出。

セブン&アイ・HD (株式会社 そごう・西武)

2006 年にセブン&アイ HD が子会社化

中・小規模百貨店の売上

丸井グループ(2016/3 連、2459 億円)、近鉄百貨店(2016/2 連、2708 億円) (あべのハルカス近鉄本店はここに含まれる。2015 年度は 1026 億円)、井筒屋(2016/2 連、829 億円)、大和(2016/2 連、481 億円)、さいか屋(2016/2 連、265 億円)、丸栄(2016/2 連、208 億円)、山陽百貨店(2016/2 連、196 億円)

東武百貨店：親会社の東武鉄道の流通事業セグメントの売上(2016/3 連)、1994 億円。

小田急百貨店：親会社の小田急電鉄の流通業セグメントの売上(2016/3 連)、2250 億円。

京王百貨店：親会社の京王電鉄の流通業セグメントの売上(2016/3 連)、1599 億円

東急百貨店は東京急行電鉄株式会社の連結子会社

セグメント情報としては生活サービス事業(売上 6179 億円)に含まれる。

生活サービス事業：百貨店業(東急百貨店)、チェーンストア業(東急ストア)、ショッピングセンター業、ケーブルテレビ事業、広告業、映像事業 (※「図解! 業界地図 2016」には 2274 億円 という情報がある。)

※上記の下線部の合計は 1 兆 5263 億円 になる。この値と、上記表にある大規模グループ合計と松屋の値を合計すると 5 兆 4573 億円 になる。

4. 財務分析対象企業の情報

①株式会社三越伊勢丹ホールディングス

沿革

江戸時代の1673年（延宝元年）に、呉服店の「越後屋」（ゑちごや）として創業。

1928年「株式会社三越」となった。

1886年（明治19年）11月5日 神田に伊勢屋丹治呉服店創業

1930年（昭和5年）9月30日 株式会社 伊勢丹を設立。新しい出店地を新宿へ決定。

平成19年(2007年)8月23日 株式会社三越と株式会社伊勢丹は、共同で持株会社を設立することについて合意

平成20年(2008年)4月1日 会社設立、東証に上場

平成21年(2009年)6月16日 株式会社岩田屋を完全子会社化する契約書を締結

平成22年(2010年)3月14日 株式会社伊勢丹の吉祥寺店の営業を終了

事業内容

事業内容等	主な会社名	会社数
百貨店業	㈱三越伊勢丹、㈱札幌丸井三越、㈱函館丸井今井、㈱仙台三越、㈱新潟三越伊勢丹、㈱静岡伊勢丹、㈱名古屋三越、㈱広島三越、㈱高松三越、㈱松山三越、㈱岩田屋三越、伊勢丹（中国）投資有限公司（中華人民共和国）、上海梅龍鎮伊勢丹百貨有限公司（中華人民共和国）、天津伊勢丹有限公司（中華人民共和国）、天津滨海新区伊勢丹百貨有限公司（中華人民共和国）、成都伊勢丹百貨有限公司（中華人民共和国）、イセタン（シンガポール）Ltd.、イセタン（タイランド）Co., Ltd.、イセタンオブジャパンSdn. Bhd.（マレーシア）、米国三越INC.（アメリカ合衆国）、イタリア三越S. p. A.（イタリア）、㈱ブラントン銀座、㈱ジェイアール西日本伊勢丹、新光三越百貨股份有限公司（台湾）、アイティーエム クローバーCo., Ltd.（タイランド）	連結子会社 21社 持分法適用関連会社 4社 非連結子会社 4社
クレジット・金融・友の会業	㈱エムアイカード、㈱エムアイ友の会	連結子会社 2社 非連結子会社 1社
小売・専門店業	㈱三越伊勢丹フードサービス、㈱マミーナ、㈱三越伊勢丹通信販売、㈱JP三越マーチャンダイジング、㈱Japan Duty Free Fa-So-La 三越伊勢丹	連結子会社 3社 持分法適用関連会社 2社
不動産業	㈱三越伊勢丹不動産、㈱三越伊勢丹プロパティ・デザイン、㈱アイム環境ビル管理、新宿サブナード㈱	連結子会社 2社 持分法適用関連会社 2社 非連結子会社 1社 持分法非適用関連会社 1社
その他	㈱三越伊勢丹システム・ソリューションズ、㈱三越伊勢丹ヒューマン・ソリューションズ、㈱三越伊勢丹ビジネス・サポート、㈱三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ、㈱三越伊勢丹旅行、㈱レオテックス、㈱レオマート、㈱センチュリートレーディングカンパニー、イセタンミツコシ（イタリア）S. r. l.、㈱スタジオアルタ	連結子会社 10社 非連結子会社 16社 持分法非適用関連会社 2社

業績等の概要

長年培ってきたノウハウ・リソースを結集することで、「常に上質であたらしいライフスタイルを創造し、お客様の生活の中のさまざまなシーンでお客様に立つことを通じて、お客さま一人ひとりにとっての生涯にわたるマイデパートメントストアとなり、高収益で成長し続ける世界随一の小売サービス業グループ」となることをめざす。

セグメント情報

連結会計年度（平成27年4月1日～平成28年3月31日） （単位：百万円）

セグメント	百貨店業	クレジット・金融・友の会業	小売・専門店業	不動産業	その他	調整額	連結財務諸表計上額	
売上高	1,187,389	36,225	55,827	46,234	74,838	△ 113,261	1,287,253	=売上高
売上高比率	92.2%	2.8%	4.3%	3.6%	5.8%			
セグメント利益又は損失	21,569	5,617	△ 1,058	6,323	358	297	33,107	=営業利益
セグメント売上高利益率	1.8%	15.5%	-1.9%	13.7%	0.5%			
セグメント資産	1,092,604	229,095	23,540	150,240	35,493	△ 237,930	1,293,043	=資産合計
セグメント資産回転率	1.09	0.16	2.37	0.31	2.11			

②エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

沿革

昭和 4 年 4 月 阪神急行電鉄株式会社の百貨店部門が大阪梅田で開業

昭和 22 年 3 月 京阪神急行電鉄株式会社の百貨店部門が分離独立し、株式会社阪急百貨店を設立

昭和 22 年 4 月 株式会社阪急百貨店が開業

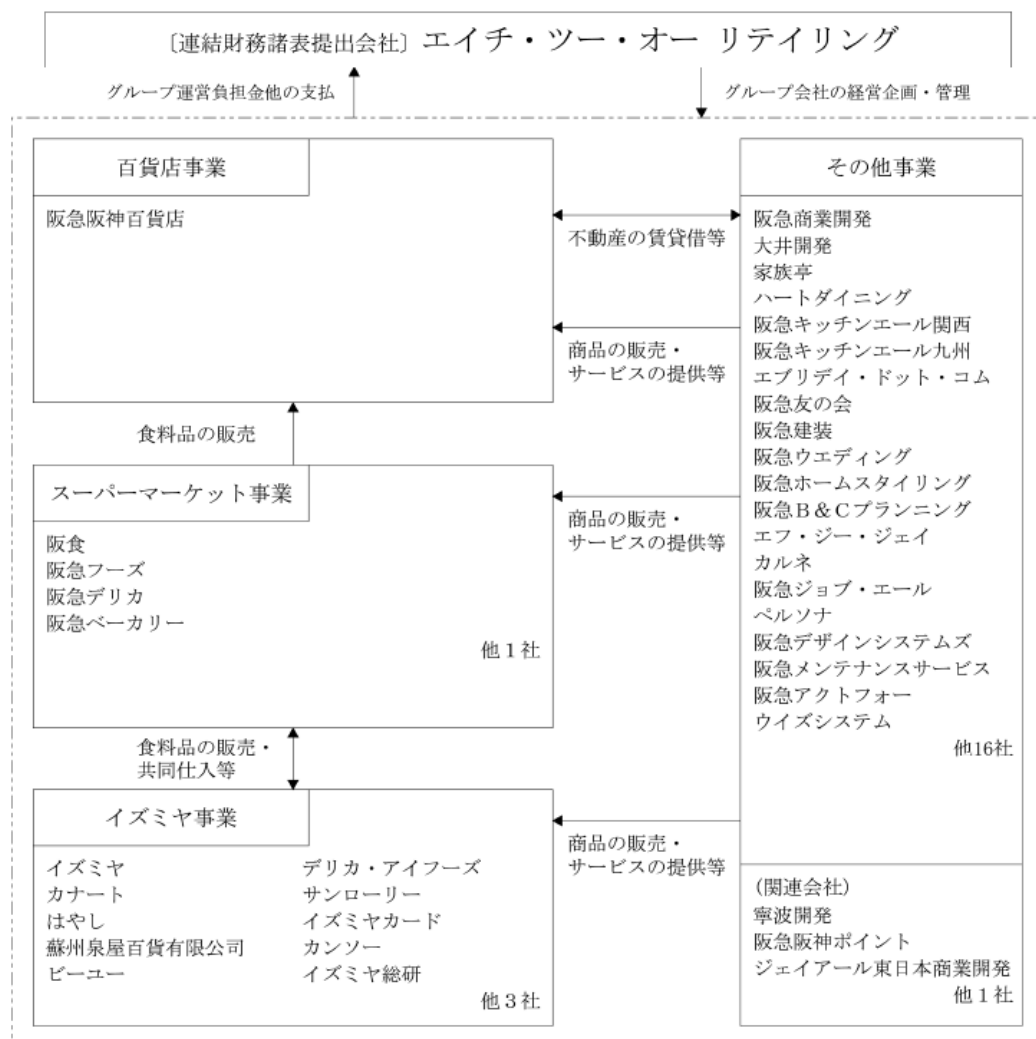
昭和 59 年 10 月 有楽町阪急開業

平成 19 年 10 月 株式交換により株式会社阪神百貨店を子会社化し、経営統合。エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社へ社名変更し持株会社体制へ移行

平成 23 年 10 月 阪急 MEN'S TOKYO 開業（有楽町阪急を全面改装）

平成 26 年 6 月 株式交換によりイズミヤ株式会社を子会社化し、経営統合

事業内容



百貨店事業：子会社（株）阪急阪神百貨店が百貨店業を展開している。

店舗：阪急本店、千里阪急、西宮阪急、博多阪急、阪急メンズ東京、阪急百貨店 大井食品館、阪神梅田本店等

セグメント情報

連結会計年度（平成 27 年 4 月 1 日～平成 28 年 3 月 31 日）（単位：百万円）

セグメント	百貨店事業	スーパーマーケット事業	イズミヤ事業	その他事業	調整額	連結財務諸表計上額	
売上高	431,641	123,619	318,900	70,652	△ 29,124	915,690	=売上高
売上高比率	47.1%	13.5%	34.8%	7.7%			
セグメント利益又は損失	16,625	2,282	4,741	3,317	△ 3,142	23,825	=営業利益
セグメント売上高利益率	3.9%	1.8%	1.5%	4.7%			
セグメント資産	150,582	58,936	188,013	416,751	△ 217,242	597,041	=資産合計
セグメント資産回転率	2.87	2.10	1.70	0.17			

業績等の概要

当社グループは、当連結会計年度より長期事業計画「GP10 計画-II」をスタートさせ、その中で、中期計画「GP10 計画-II フェーズ 1」を策定し、グループにおける経営の効率化や、関西における「生活総合産業」の構築に向け、様々な取り組みを行っている。

百貨店事業では、都市部の店舗において、大規模な改装を進め独自の品揃えを強化するとともに、広域への情報発信を行ったことも奏功し、外商顧客を中心とした国内富裕層に加えて、インバウンドの消費を取り込んだことにより、好調に推移した。

③株式会社松屋

沿革

明治 2 年横浜市において鶴屋呉服店として創業。その後、明治 22 年に東京神田に進出し、百貨店としての基礎を築いた。

大正 8 年 3 月 東京市神田鍛冶町において株式会社松屋鶴屋呉服店の商号により資本金 100 万円で設立

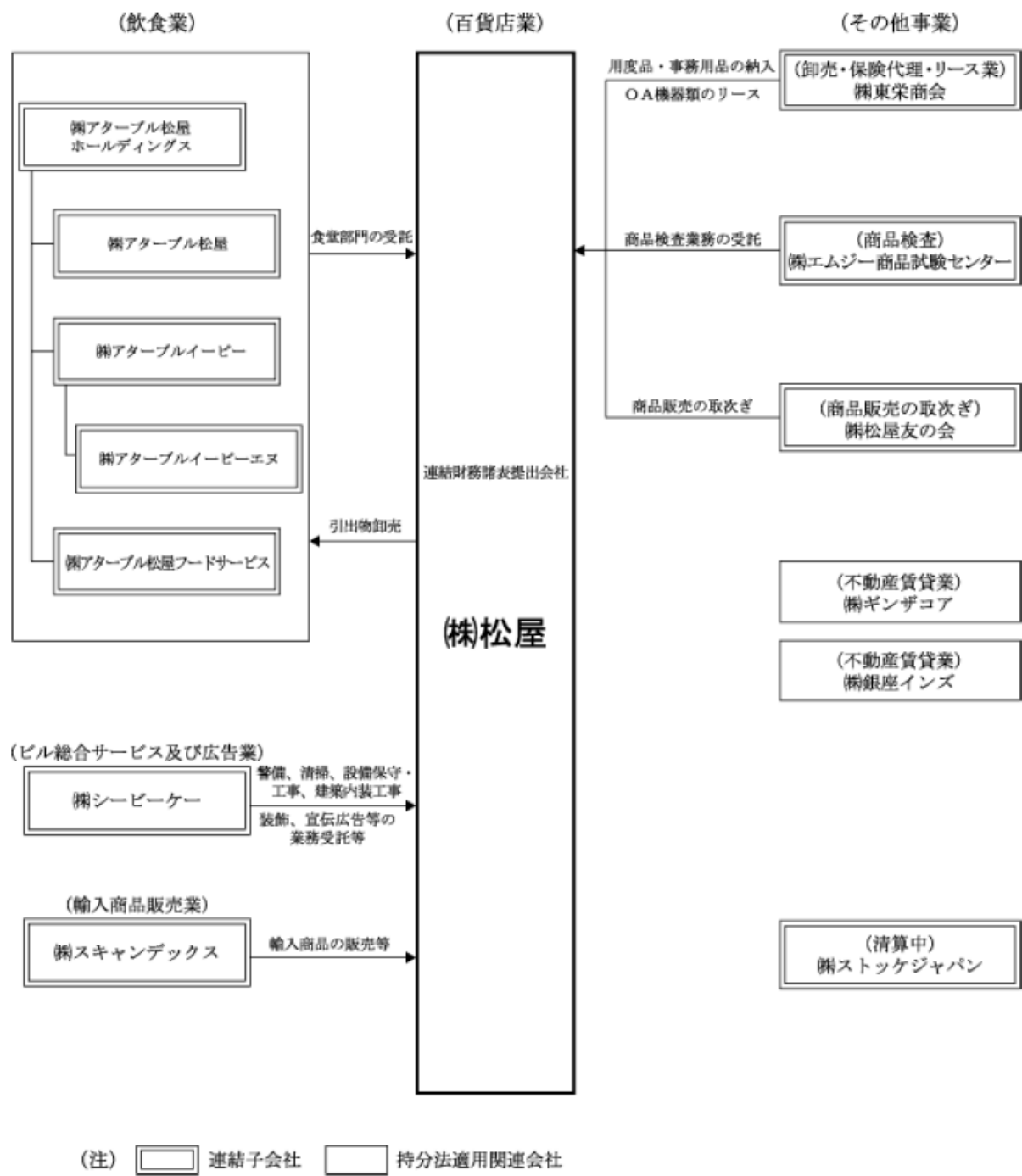
昭和 6 年 11 月 東京市浅草区花川戸に浅草支店を開設

昭和 23 年 4 月 商号を株式会社松屋に変更

昭和 51 年 11 月 横浜支店を閉店

百貨店業は、当グループの主な事業として（株）松屋が営んでいる。

百貨店は、銀座店と浅草店の 2 店舗。



セグメント情報

連結会計年度（平成 27 年 3 月 1 日～平成 28 年 2 月 29 日）（単位：百万円）

セグメント	百貨店業	飲食業	ビル総合サービスおよび広告業	輸入商品販売業	調整額	連結財務諸表計上額	
売上高	82,357	5,595	5,777	2,012	△ 3,947	92,914	=売上高
売上高比率	88.6%	6.0%	6.2%	2.2%			
セグメント利益又は損失	3,018	△ 339	133	△ 90	△ 79	2,691	=営業利益
セグメント売上高利益率	3.7%	-6.1%	2.3%	-4.5%			
セグメント資産	40,267	1,686	1,741	1,308	2,132	49,529	=資産合計
セグメント資産回転率	2.05	3.32	3.32	1.54			

業績等の概要

当グループでは、最終年度を迎えて「中期経営計画」(2013～2015 年度)の基本方針に沿った諸施策に引き続き取り組み、業績の向上を目指した。

百貨店業の銀座店では、中期経営計画の基本方針の下、個性的な百貨店「GINZA スペシャルティストア」のさらなる進化を推進すべく、平成 27 年 9 月には 15 年ぶりに紳士フロアを大規模に改装した。

ファッション性の高い銀座に相応しいブランドの導入や、松屋の強みとなる「こだわりのモノづくり」や「日本製・職人」といった価値に焦点を当てた高品質な商品を展開した。

5. 勘定科目

商品券の会計処理

監査法人トーマツの情報より引用

自社発行の商品券に関する一般的な会計処理は以下のとおりである。

①発券時

発券段階では、商品等の引渡しは行われていないので、前受金や預り金と同様に「商品券」として負債に計上する。

②商品引換え時

商品引換えの段階で売上を計上する。自社発行券の場合、発券段階で負債に計上されているので、商品券勘定を取崩す。

③商品券発券から一定期間経過後

会計実務上、法人税法に従い商品券発行から一定期間経過後、未使用なものがあれば商品券勘定を取崩し、雑収入として処理する場

合がある。また、会計上雑収入に計上していても、使用期限の記載の無い商品券などは法律上の債務が消滅していないので、後に商品

券が使用される場合がある。この場合、商品券はすでに負債に計上されていないので、売上を計上すると同時に雑損失を計上する。

【会計仕訳】

① 発券時

(借) 現金及び預金 10,000 (貸) 商品券 10,000

② 商品引換え時

(借) 商品券 8,000 (貸) 売上高 8,000

③ 発券から一定期間経過後*1

(借) 商品券 2,000 (貸) 雑収入 2,000

④ 雑収入処理後に商品と引換えられた場合

(借) 雑損失 1,000 (貸) 売上高 1,000

商品券回収損失引当金

発券から一定期間経過後に雑収入処理した商品券が使用された場合、収益認識後に損失が発生する。

【前提条件】

・ 期末時点において、発券から一定期間経過後において未使用であった商品券 2,000 円は雑収入として処理されている。

・ 過去の発行履歴や使用実績から、1,000 円分は今後使用されると見積もられた。

【会計仕訳】

(借) 商品券回収損失引当金繰入額 1,000 (貸) 商品券回収損失引当金 1,000

<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/jp/Documents/consumer-business/dis/jp-dis-coupon-for-goods.pdf>

差入保証金とは、不動産の賃貸借契約を締結する際に、借主が貸主に対して、敷金、保証金、権利金および建設協力金などの名目で差し入れる金銭をいう。

【差入保証金の種類】 敷金および保証金、権利金、建設協力金

建設協力金：建設協力金は、賃貸借物件を建設するための資金に充当するために、借主が貸主に預託した金銭であり、その経済的実態は金銭の貸付けと同様である。

建設協力金の認識額：将来返還される建設協力金等の差入預託保証金（敷金を除く）の当初認識は、実際の差入金額ではなく、時価で計上する。時価とは、返済期日までのキャッシュ・フローを一定の割引率で割り引いた現在価値となる。

割引率：建設協力金の差入企業が対象となった土地建物に抵当権を設定する場合には、原則としてリスク・フリーの利子率（契約期間と同一期間の国債の利回りなど）を使用する。

※三越伊勢丹ホールディングスの有価証券報告書には差入保証金について、次の記述がある。

「差入保証金の時価については、回収可能性を反映した将来キャッシュ・フローを残存期間に対応する国債の利回り等で割り引いた現在価値により算定しています。」

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/jp/Documents/consumer-business/dis/jp-dis-guarantee-deposits.pdf>

5. 勘定科目の説明

ポイント引当金繰入額、ポイント引当金、未回収商品券受入益、商品券回収損引当金繰入額、商品券回収損引当金、固定資産受贈益、負ののれん発生益、差入保証金、コマーシャル・ペーパー、繰延税金負債

6. 個人演習

本資料、各社財務諸表などを参考に、各社の特徴、経営課題を推測してみてください。また、その他、気が付いたことがあれば挙げてみてください。

各社の特徴・経営課題

その他、気が付いた点

以上