

2014年3月期 第2四半期  
丸井グループ 決算説明会



2013年11月7日

## 2013年度 上半期

- ・連結決算概要
- ・振返り

## 今後の取組み

- ・小売・店舗事業
- ・カード事業

## 2013年度

- ・通期見通し
- ・株主還元

# 連結決算概要

# 損益計算書

	前年	計画	実績			
			実績	前年比	前年差	計画差
	億円	億円	億円	%	億円	億円
売上高	1939	1955	1959	101	+20	+4
売上総利益	711	735	740	104	+30	+5
販管費	615	635	633	103	+18	-2
営業利益	96	100	107	112	+11	+7
経常利益	95	100	111	116	+15	+11
当期利益	38	55	61	163	+24	+6

# 売上高の内訳

	前年	計画				
			実績	前年比	前年差	計画差
	億円	億円	億円	%	億円	億円
売上高	1939	1955	1959	101	+20	+4
小売・店舗事業	1546	1525	1512	98	-34	-13
既存店	1495	1487	1474	99	-21	-13
カード事業	250	280	285	114	+35	+5
小売関連 サービス事業	143	150	162	113	+19	+12

# 販管費の内訳

	前年	実績	前年比	前年差
	億円	億円	%	億円
販管費	615	633	103	+18
販売促進費	69	83	120	+14
販売事務費	99	105	105	+5
人件費	221	222	101	+1
設備費	145	146	100	+1
減価償却費	46	42	90	-5
貸倒費用	29	32	108	+2
その他	5	4	84	-1

	小売・店舗事業		カード事業		小売関連サービス事業	
		前年差		前年差		前年差
	億円	億円	億円	億円	億円	億円
売上高	1540	-34	295	+35	272	+34
営業費用	1511	-32	220	+23	252	+29
営業利益	29	-1	76	+12	20	+5

当期より、従来の「小売事業」に、「小売関連サービス事業」に含めていた商業施設の賃貸および運営管理等に伴う損益を加え、「小売・店舗事業」に変更しております。前年比較は変更後の基準で算出しております。

# バランスシートのポイント

	13年3月末	13年9月末	増減
	億円	億円	億円
割賦売掛金	1712	1868	+156
営業貸付金	1237	1237	± 0
営業債権	2949	3105	+156
有利子負債	2438	2658	+220
自己資本	3036	3094	+58
自己資本比率	48.6%	47.6%	-1.0%
総資産	6242	6503	+262



振返り

# 小売・店舗事業

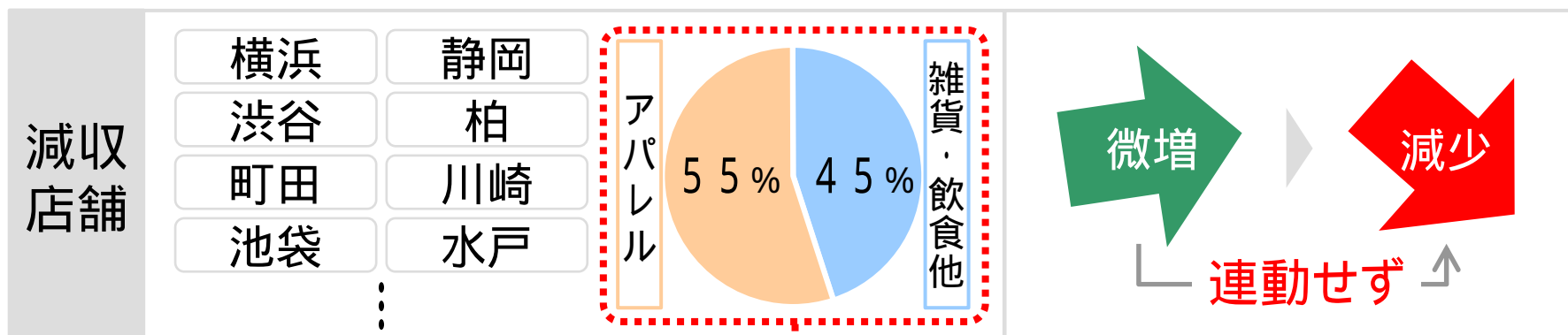
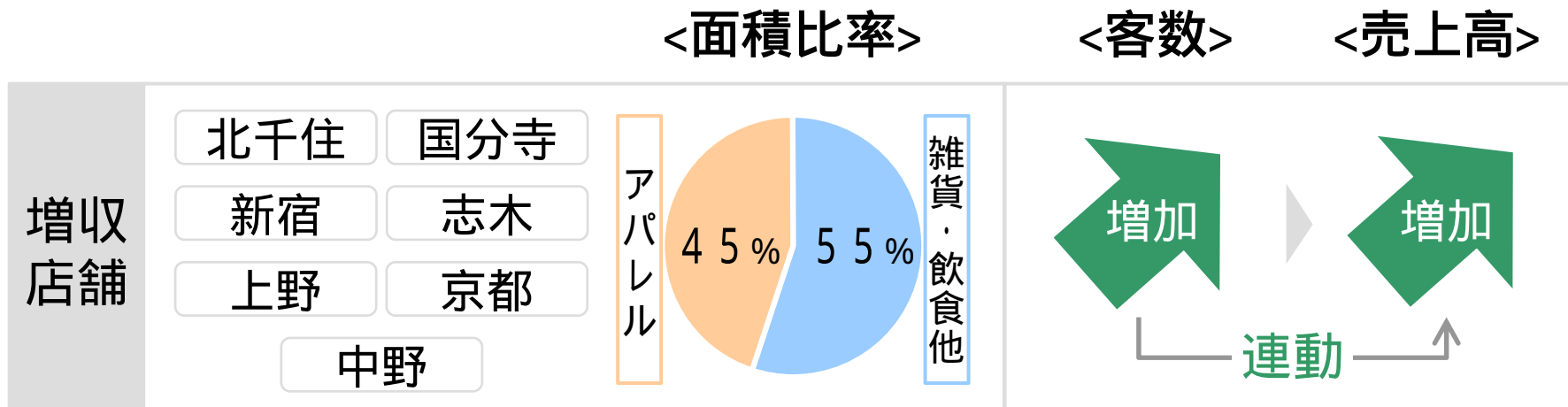
	実績	前年比
< 既存店 >	万人	%
入店客数	9214	102
買上客数	3940	105
~ 29歳	268	91
30歳 ~	550	108
< 売上高実績 >	億円	%
P B	90	90
新 P B	52	192

食品・レストランを除くカード利用客

	実績	前年比
< 実績 >	億円	%
売上高	1540	98
既存店	1474	99
Web	92	101
その他	66	84
< 既存店売上高 >	億円	%
アパレル	551	94
アパレル以外	923	101

内部売上を含むセグメントベース

# 【減収減益の要因】 既存店



アパレル中心型店舗(比率55%以上)が苦戦

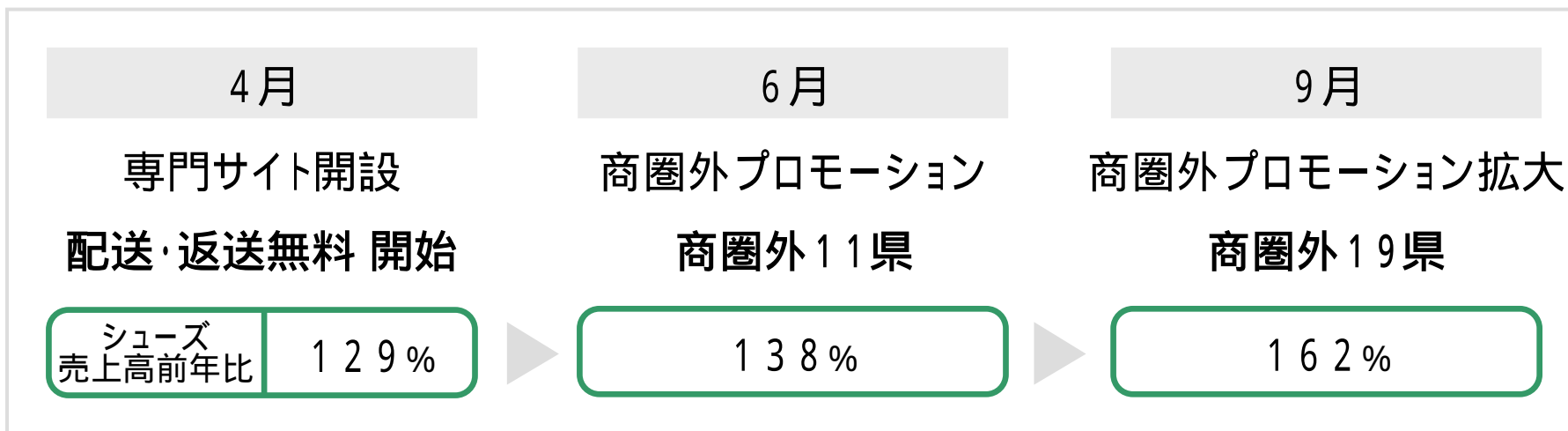
# 【減収減益の要因】

P B

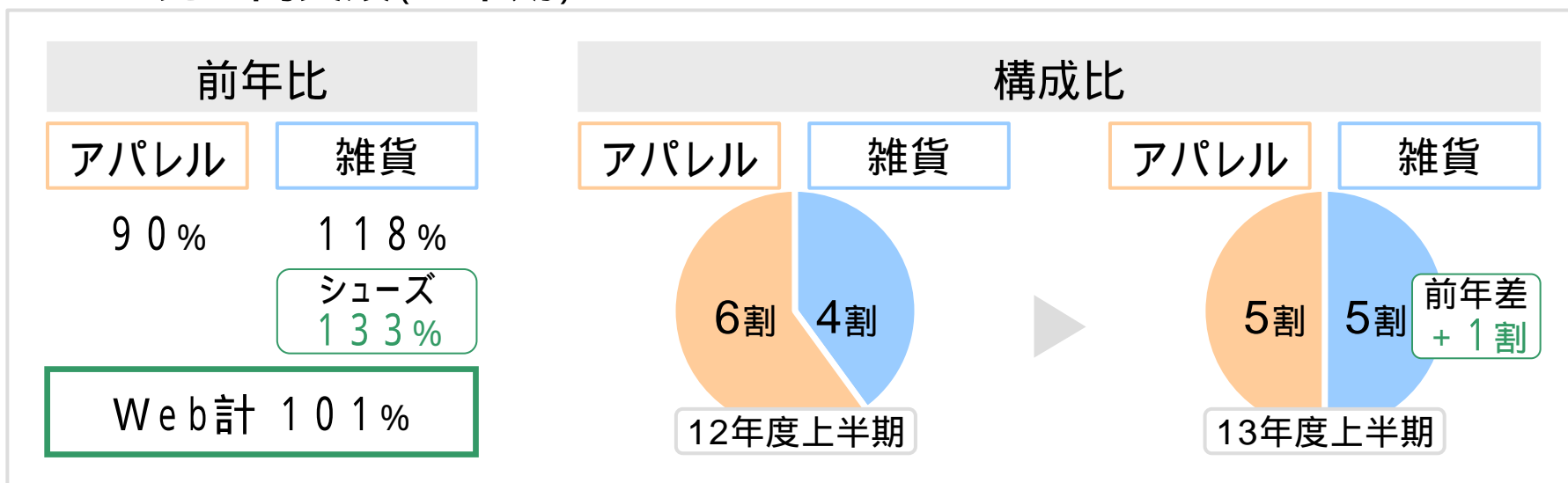
09	10	11	12	13年度 上半期
【累計】 1 アイテム	3 アイテム	6 アイテム	29 アイテム	35 アイテム
パンプス(L)	ブーツ(L) バッグ(L)	シューズ(M) バッグ(M) パンツ(L)	セットアップスーツ(L・M) ワンピース(L) ブラウス(L) 浴衣(L) パーティーフォーマル(L) 革小物(L・M) シャツ(L・M) パンツ(M) ニット(L) カットソー(L) カーディガン(L) ブラックフォーマル(L) ジャケット(L・M) コート(L・M) カジュアルシャツ(M) キャリーバッグ 帽子(L) ストール(L)	水着(L) カジュアルシューズ(M) ビズポロ(M) 浴衣(M) ベスト(M) 革小物(Z)
<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>2 進化の遅れ</b></p> <p>第1世代の売上鈍化</p> </div>				<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>1 開発の遅れ</b></p> <p>年間計画17アイテム中 6アイテムの開発</p> </div>

新PBの伸長でPB全体を牽引することができず

# シューズNo.1に向けたWebの取組み



## Web売上高実績(上半期)



12年度実績

4館体制

<売上高> 291億円

改装初年度計画

3館体制

<売上高> 300億円

新宿エリアで +4 ~ 5 億円の利益効果

新宿マルイ本館



新宿マルイアネックス



新宿マルイメン



# カード事業



	実績	前年比
会員数・客数	万人	%
新規カード会員数	35	102
期末カード会員数	517	108
ゴールドカード会員数	72	155
利用客数	288	111
取扱高	億円	%
ショッピング	3906	122
キャッシング	624	113
営業債権残高	億円	%
リボ・分割	1462	125
キャッシング	1237	98

ゴールドカード会員数はプラチナカードを含む

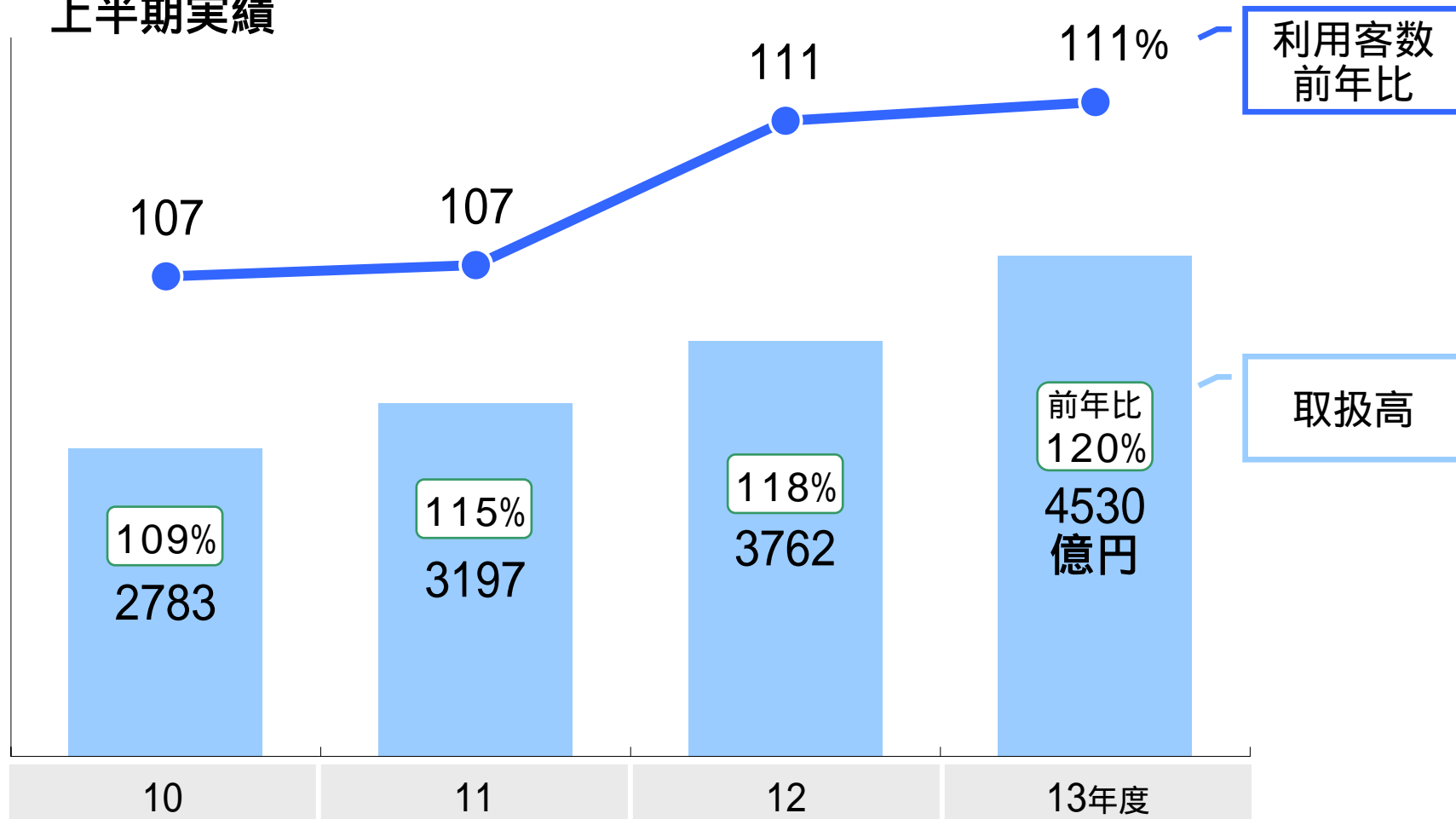
	実績	前年比
売上高	億円	%
カード事業合計	295	113
ショッピング他	190	124
リボ分割手数料	99	124
加盟店手数料	64	125
家賃保証・運転免許他	27	123
キャッシング	105	98

内部売上を含むセグメントベース

# 利用客数と取扱高の拡大

利用客数が1割増、取扱高はショッピング・キャッシングともに伸長し2割増

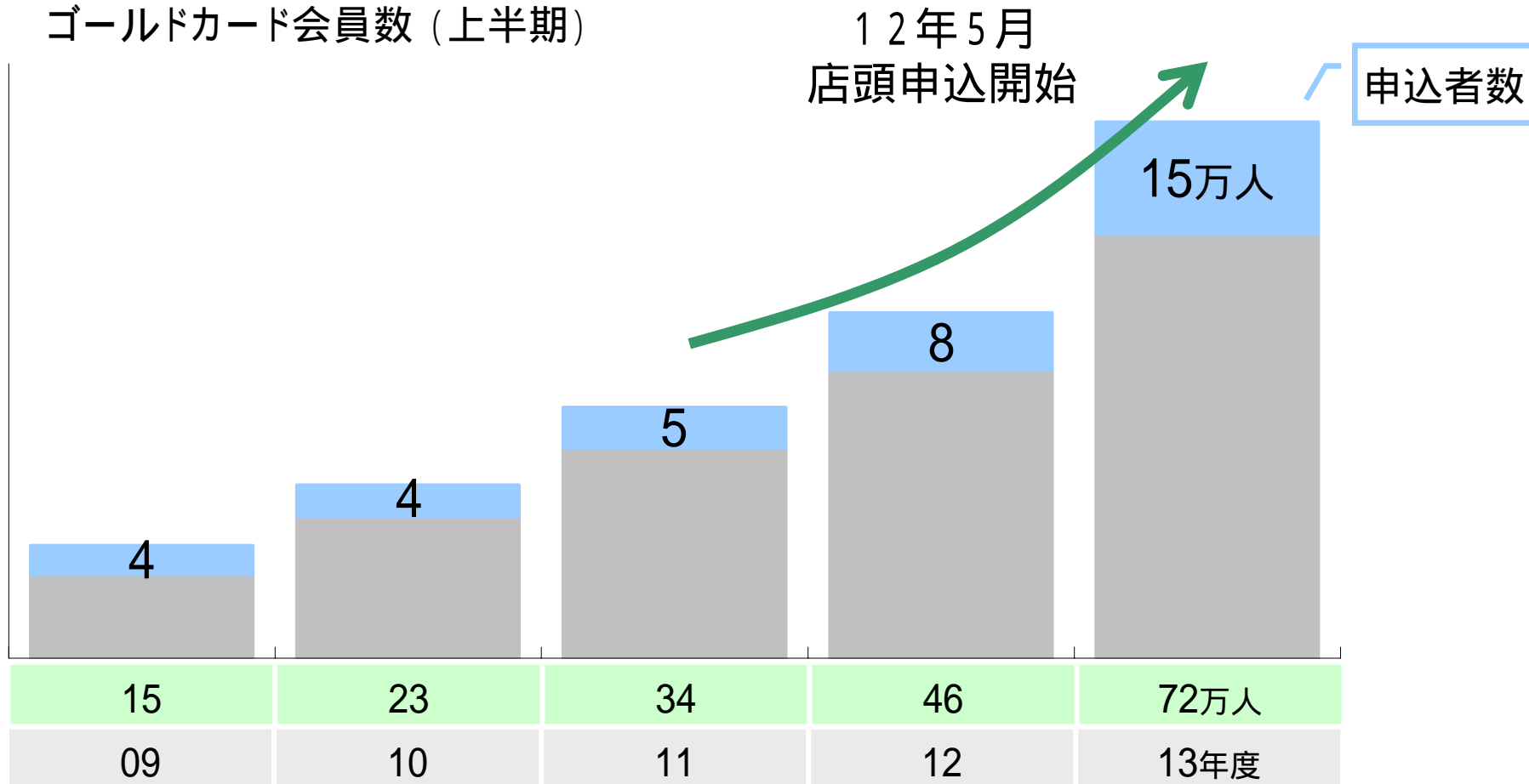
## 上半期実績



# ゴールドカード会員数の拡大

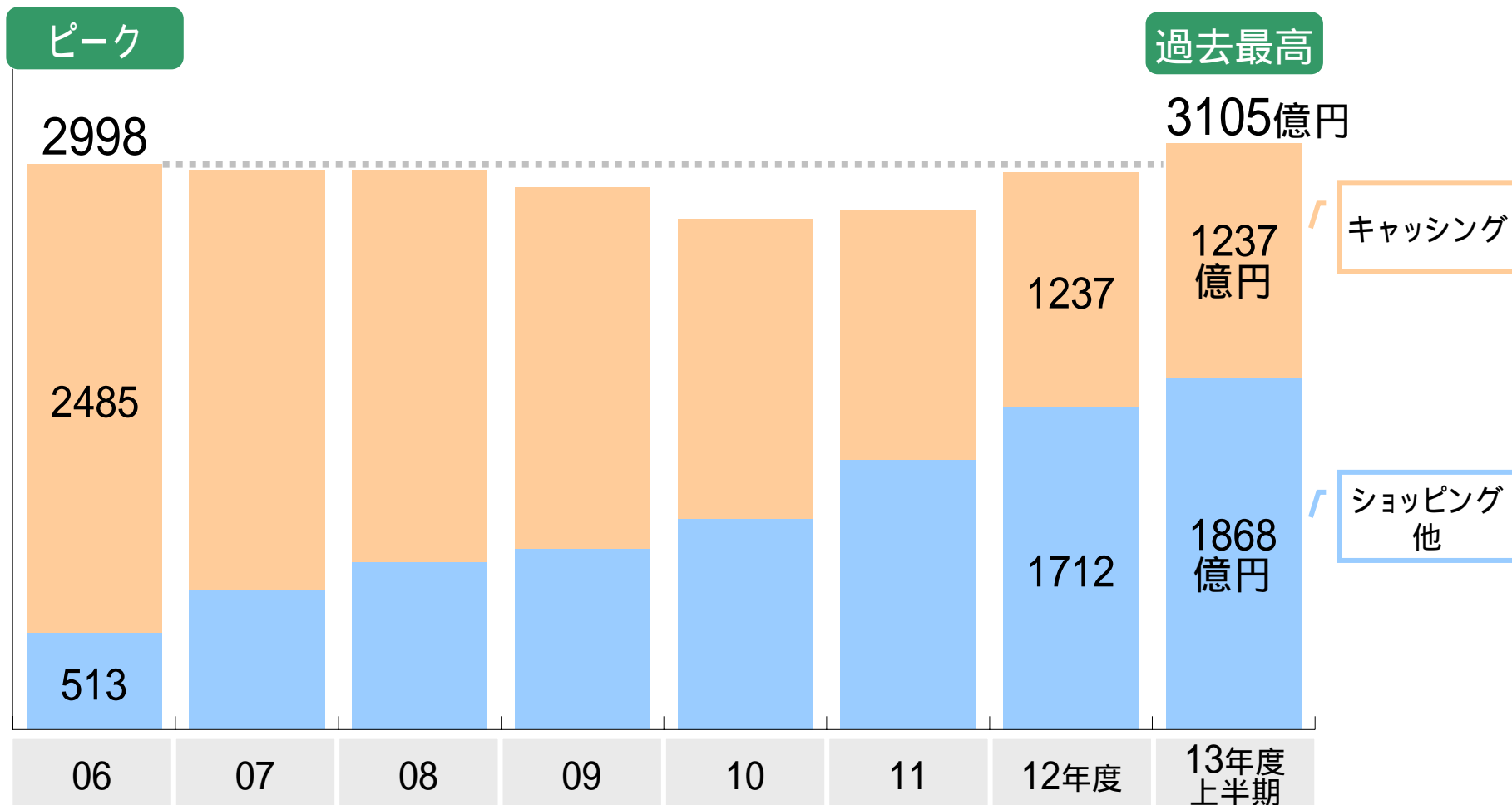
店頭申し込み開始以降、小売との一体運営により新規会員が大きく伸長

ゴールドカード会員数（上半期）



# 営業債権残高の拡大

キャッシングがほぼ下げ止まり、ショッピングが引き続き伸長し過去最高を更新



営業債権: ショッピングの1回・2回払い含む

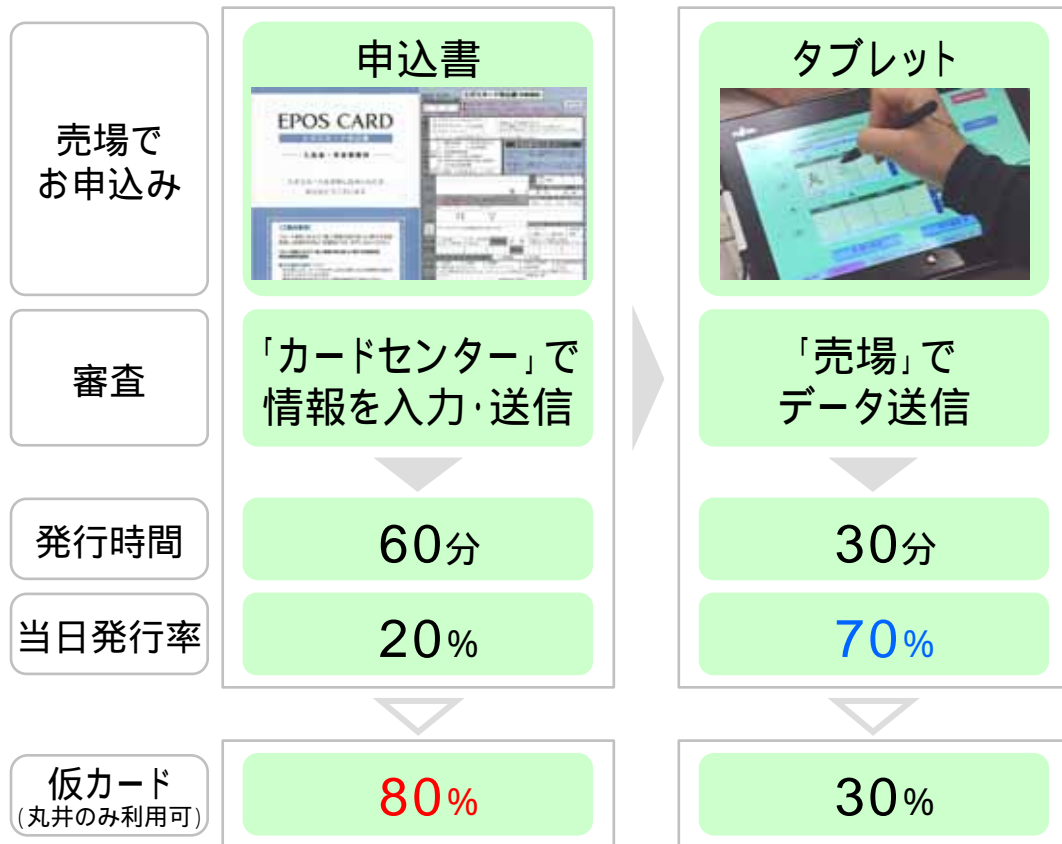
# タブレット端末導入によるVisa付カード当日発行拡大

慎重にテストを重ね精度を向上させながら、上半期に全店導入を完了

## Visa付カード 店頭当日発行のフロー

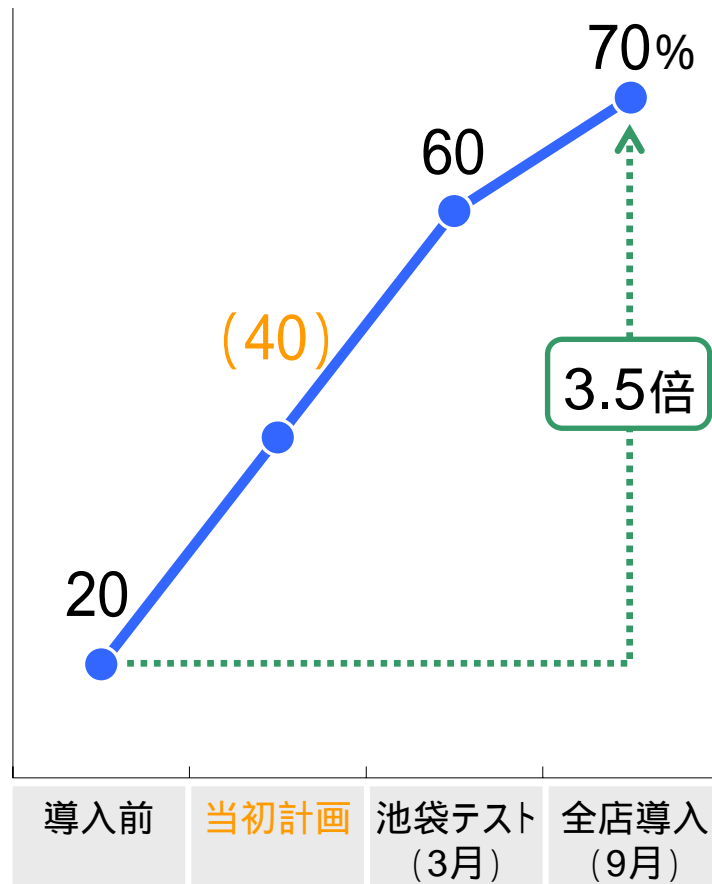
< 従来 >

< 現在 >



Visa付は  
後日郵送

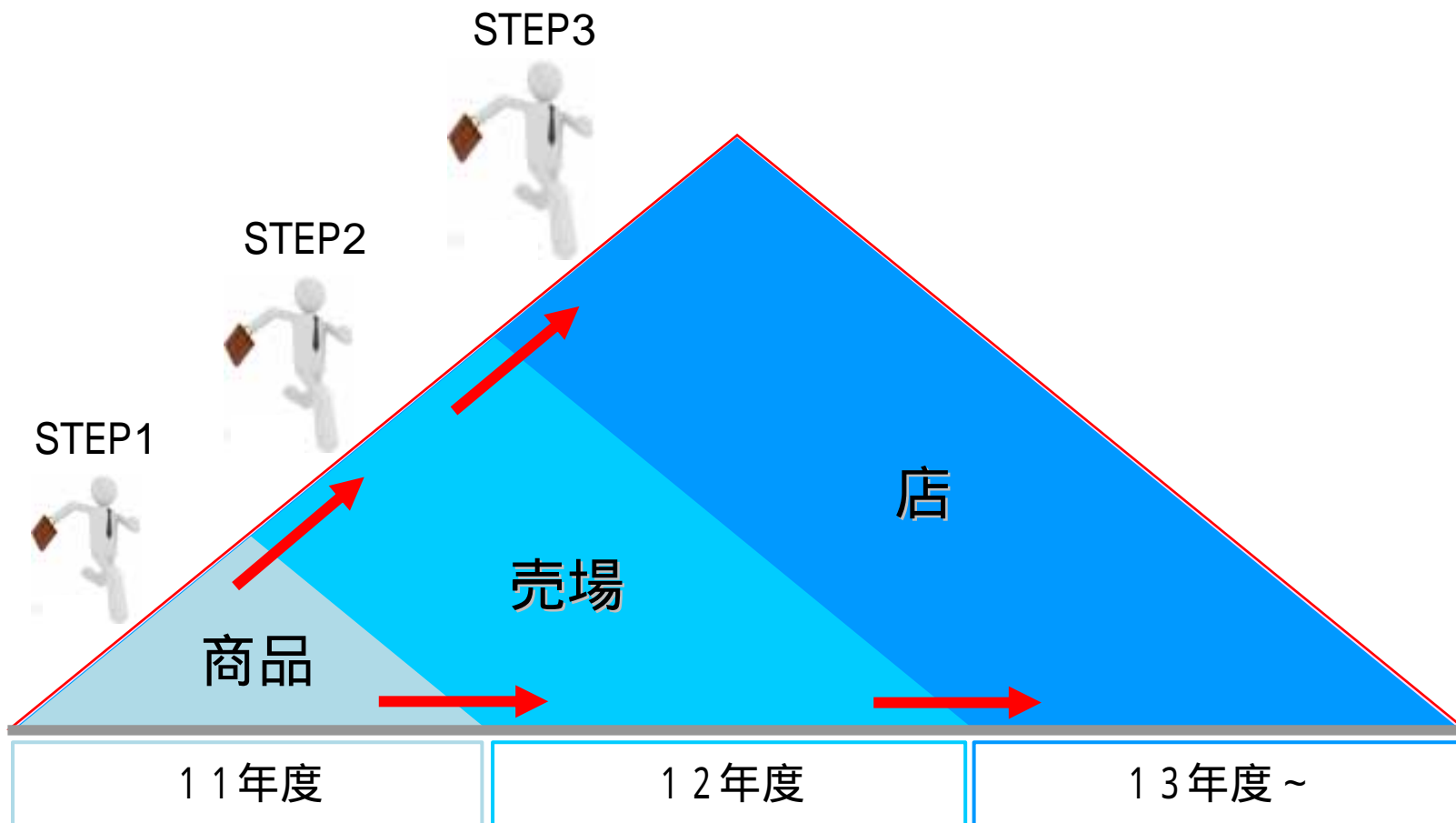
## Visa付カードの店頭当日発行率



# 今後の取組み

# 小売・店舗事業

# 「小売の革新」に向けた段階的な取組み





各店舗でお客様の声を直接お聞きする「座談会」を実施

お客様の声



マルイは、**服ばかりで楽しくない。**  
**雑貨・食品・飲食が揃うと気軽に使える。**

洋服は好みがあるけど、**雑貨・食は万人受け**  
**するので、年代に関係なく使える。**

洋服は毎日買わない。**毎日行くには**  
**食品が必要。**



雑貨・飲食のご要望が多く、アパレルは少ない

ジレンマ	ニーズにお応えし雑貨・飲食を導入 ▶ 客数・売上高増も荒利率ダウン
	荒利率確保のためアパレルを残す ▶ 客数・売上高ともに減少

世の中の商業施設は定期借家契約が主流

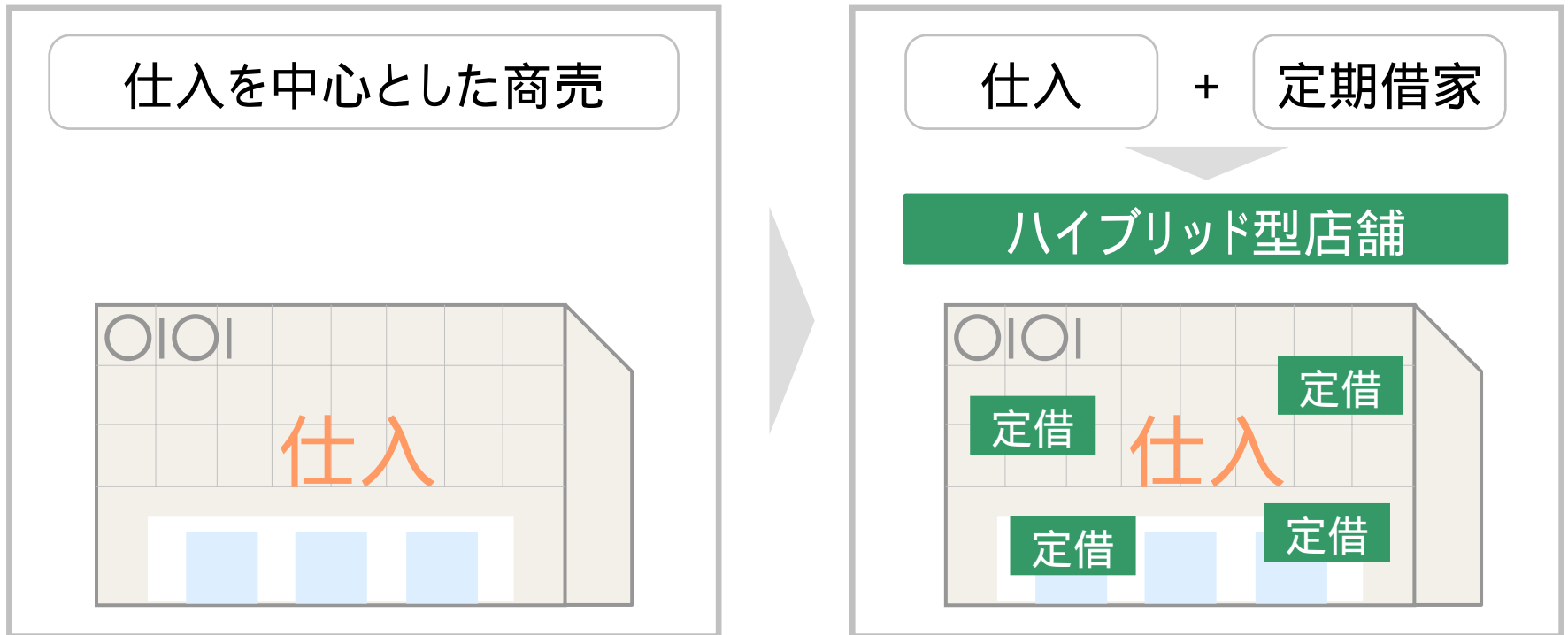
グループ会社が運営する商業施設「モディ」も定期借家契約、安定した収益構造

モディを通じて、定期借家によるショップ導入・運営のノウハウを蓄積



<町田モディ 2006年9月～>

定期借家契約を導入、お客さまニーズと利益を両立



お客さまニーズと利益を両立できる「ハイブリッド型店舗」へ  
ビジネスモデルを転換することで、来春以降の店舗改装を加速

# 【商品の革新】 新PBのアイテム拡張

09	10	11	12	13年度
【累計】 1アイテム	3アイテム	6アイテム	29アイテム	46アイテム
パンプス(L)	ブーツ(L) バッグ(L)	シューズ(M) バッグ(M) パンツ(L)	セットアップスーツ(L・M) ワンピース(L) ブラウス(L) 浴衣(L) パーティーフォーマル(L) 革小物(L・M) シャツ(L・M) パンツ(M) ニット(L) カットソー(L) カーディガン(L) ブラックフォーマル(L) ジャケット(L・M) コート(L・M) カジュアルシャツ(M) キャリーバッグ 帽子(L) ストール(L)	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; width: fit-content; margin: 0 auto;">上半期</div> 水着(L) カジュアルシューズ(M) ビズポロ(M) 浴衣(M) ベスト(M) 革小物(Z) <div style="border: 2px solid green; padding: 5px; text-align: center; width: fit-content; margin: 10px auto;">+6 アイテム</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; width: fit-content; margin: 0 auto;">下半期</div> スカート(L) アンサンブル(L) 手袋(L・M) カーディガン(M) セーター(M) アンダー(M) ネクタイ(M) ベルト(M) マフラー(M) 帽子(M) <div style="border: 2px solid green; padding: 5px; text-align: center; width: fit-content; margin: 10px auto;">+11 アイテム</div>

# 【商品の革新】レディースシューズの新PBの進化



販売実績(2ヶ月間)



従来PB

~2009年



新PB 第1世代  
ラクチンパンプス

2010年2月~



進化した新PB  
フラットパンプス

2013年9月~

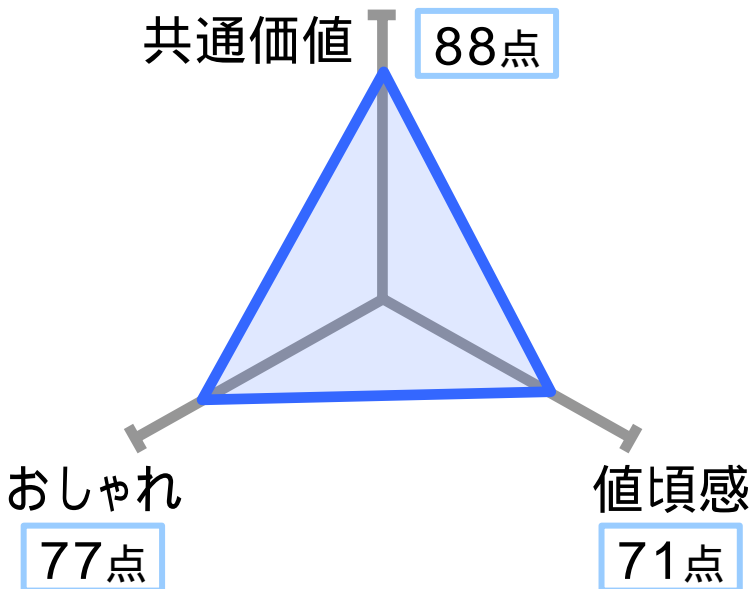


# 基本コンセプトの向上（お客さま評価：商品）

新PB 第1世代  
ラクチンパンプス



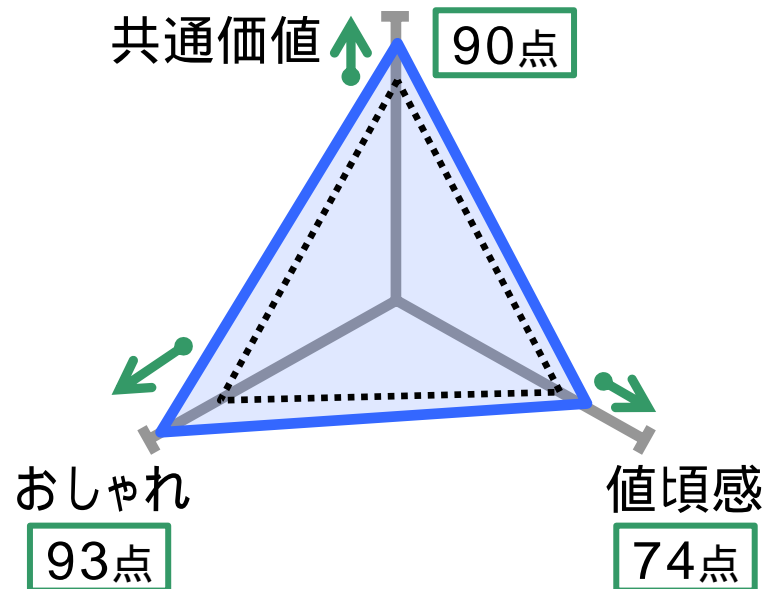
ヒール 6.5cm  
価格 7,900円



進化した新PB  
フラットパンプス



ヒール なし  
価格 6,195円



# 基本コンセプトの向上（お客さま評価：広告）

以前の広告  
 < 共通価値に特化 >



共通価値 67点

おしゃれ 56点

価値感 34点

お客さまと一緒に作成  
 < コンセプトを正しくお伝え >

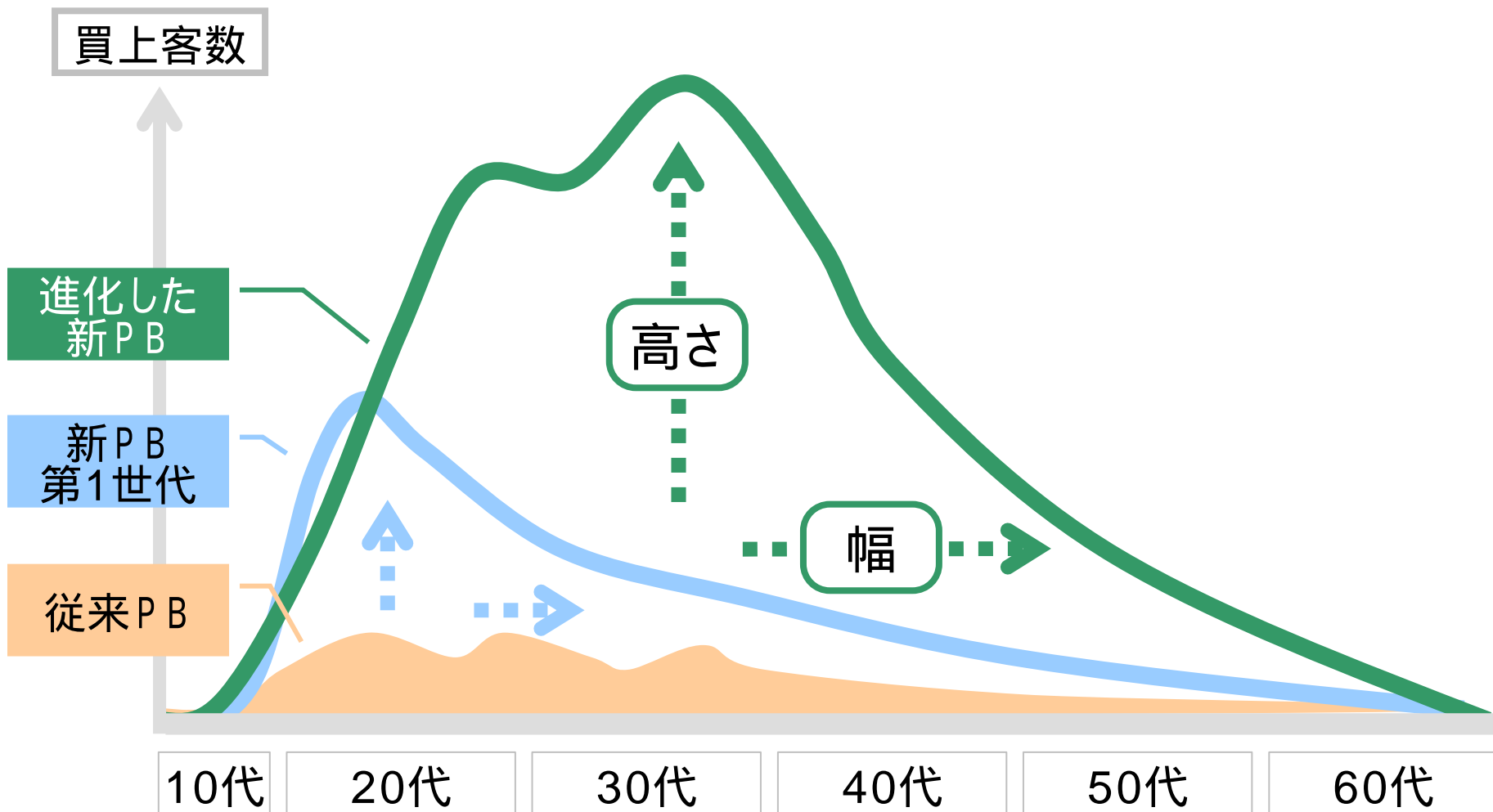


共通価値 ↑ 90点

おしゃれ 90点

価値感 70点

# 年齢の幅、買上客数の高さが飛躍的に拡大





ポイント	これまで <新PB 第1世代>	▶	今回 <進化した新PB>
ヒール高	6.5cm		フラット
	若者	+	大人
	OL	+	主婦・学生
	都心	+	全国
価格	7,900円		6,195円
	丸井の 既存顧客	+	丸井 新規顧客 商圏内・外 新規客

2つのポイントが進化し、対象顧客が飛躍的に拡大

お客さまのお役に立つために進化し続けることで  
年齢・属性を越え、対象顧客を飛躍的に拡大

「商品」「売場」「店づくり」の革新

幅広いお客さまに対応できることで、商圈の拡大が可能に

「Web」×「ハイブリッド型店舗・新専門店」×「カード」の  
三位一体で商圈を全国に拡大

2016年春、博多駅前に出店予定

日本郵便様 計画中の商業ビル内

【売場面積】約14,000m<sup>2</sup>



建物外観イメージ



計画地

イメージ・マップは日本郵便(株)様 提供

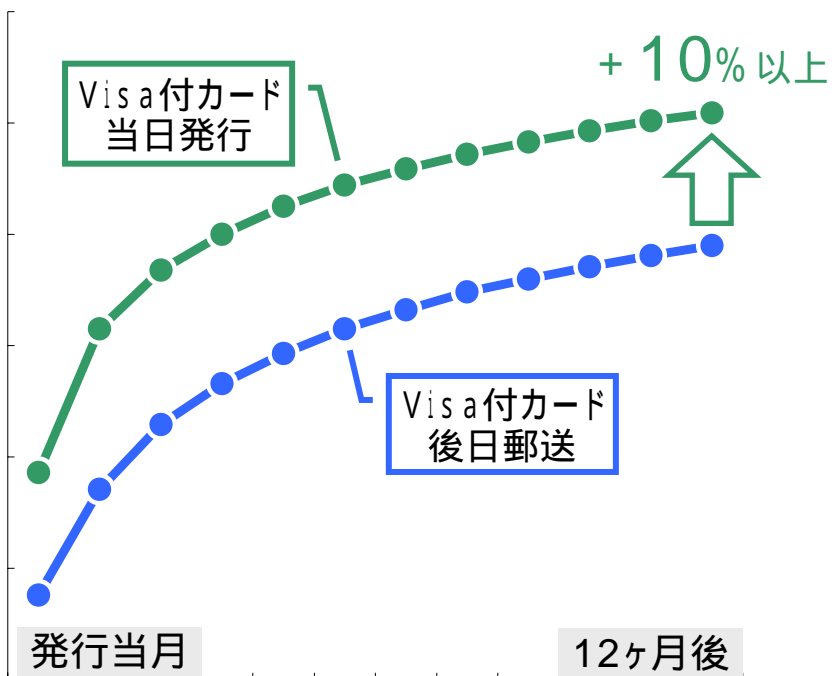
# カード事業

# タブレット本格稼働による客数・収益貢献

## タブレット導入による客数増



## < 入会初年度の加盟店利用率 >



## 利益貢献

	13年4月 発表時	全店 導入後
利益	10 億円	14 億円
将来収益	8	11
経費削減	2	3

# 店舗外発行は順調に伸長

提携カードを中心に新規会員獲得が伸長、構成率20%達成の見込み

## 店舗外発行 見通し

	見通し	前年比
	万人	%
合計	15	140
提携カード	8	162
家賃保証 運転免許他	7	120

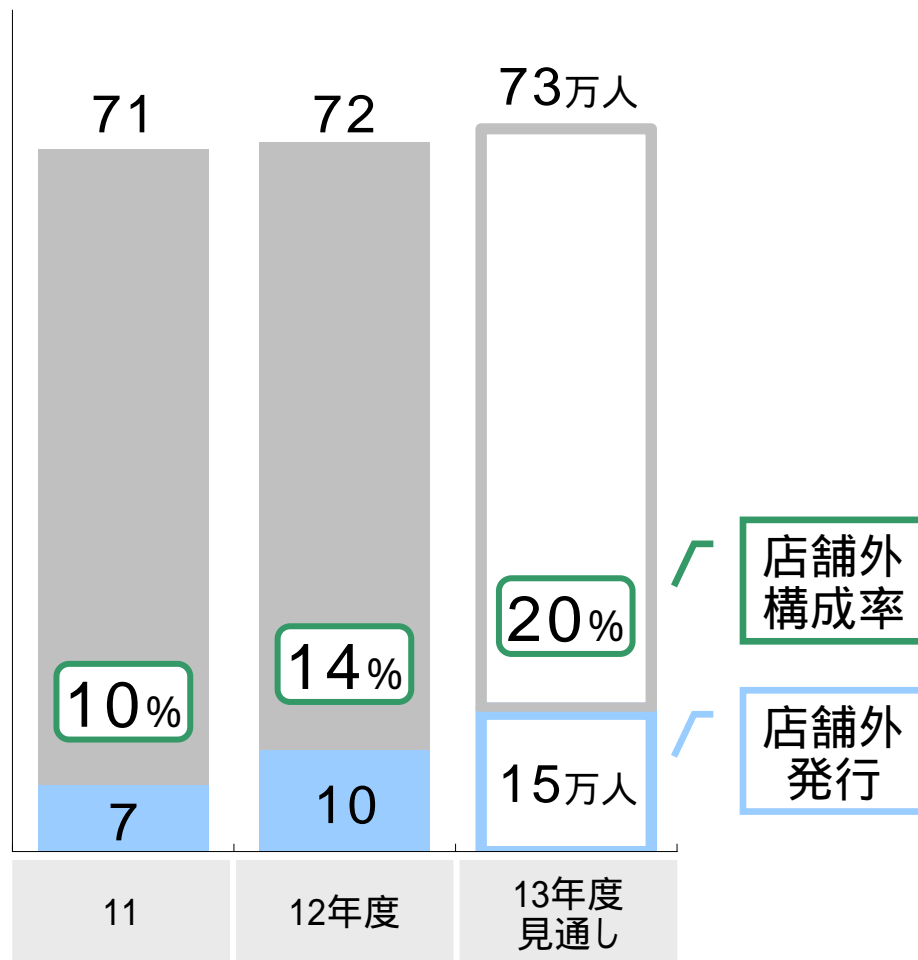
【KEYUCA様】  
インテリアショップ  
(10月～)



【モンテローザ様】  
居酒屋チェーン  
(11月～)



## 新規カード会員数推移



# ゴールドカードの取扱高構成50%に向けて

ご優待企画の実施(10月)

購入金額10%分のポイントをプレゼント

タブレット活用による発行率向上

来春よりタブレットでの店頭申込開始

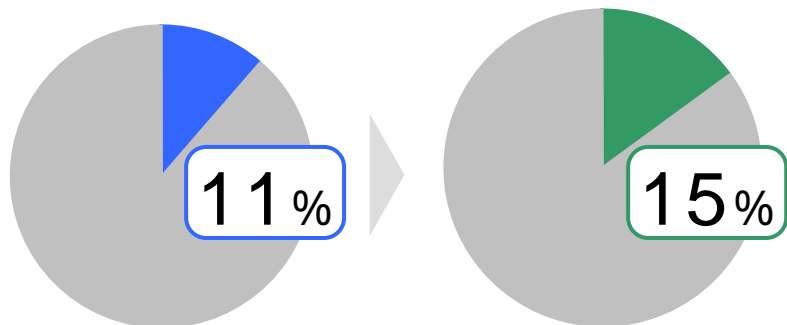
会員数

12年度

57万人

13年度見通し

82万人



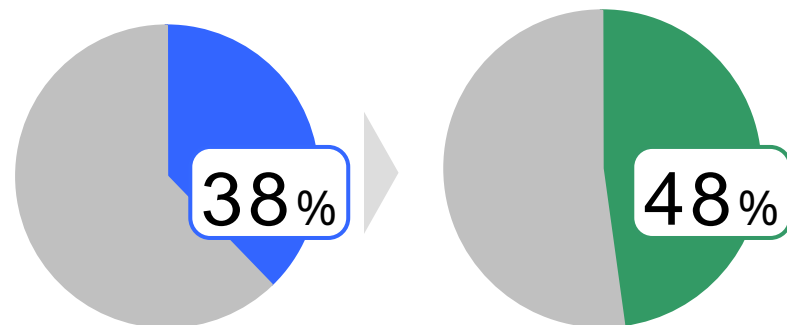
ショッピング取扱高

12年度

2594億円

13年度見通し

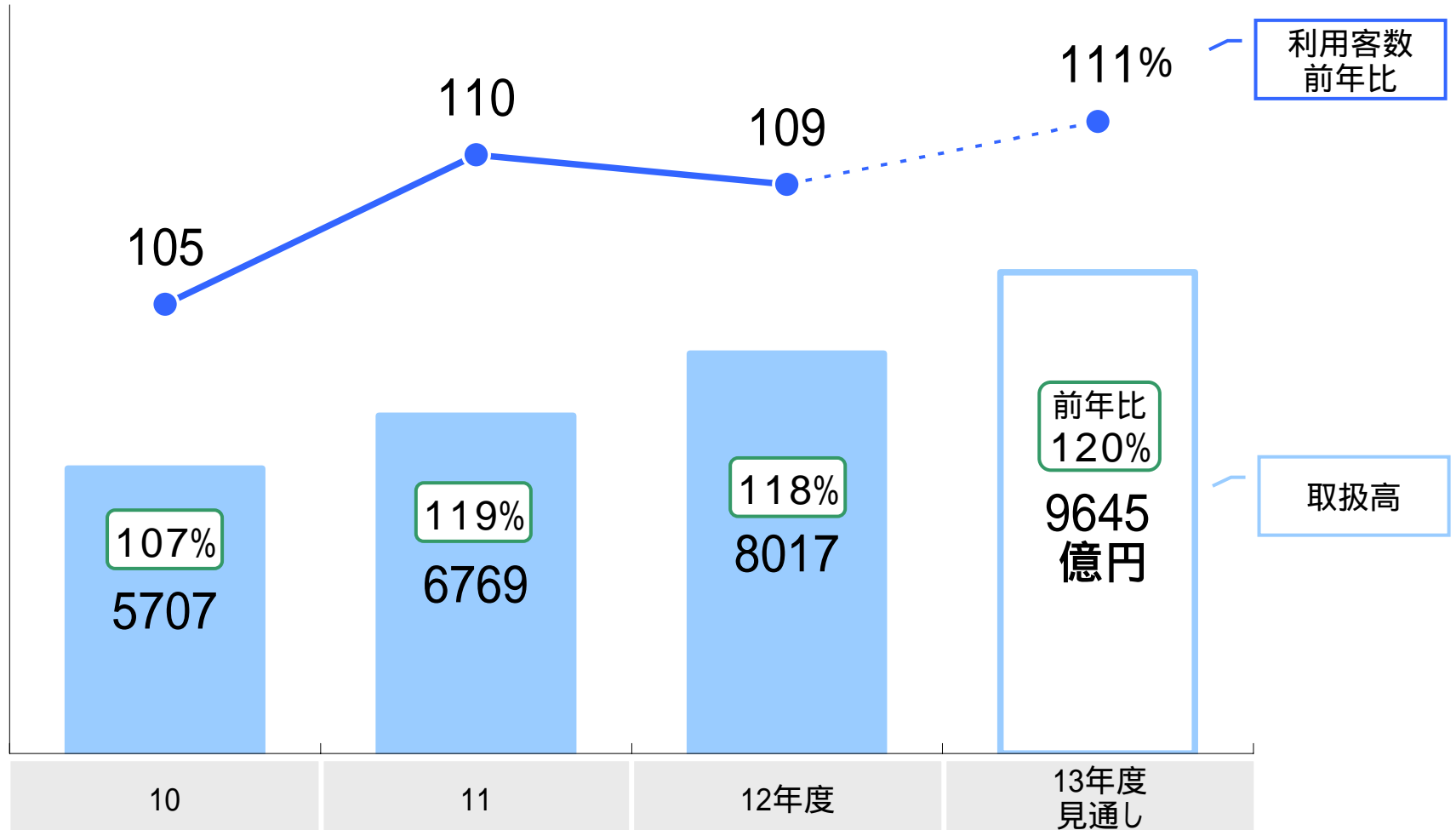
3985億円



14年度 50%達成予定

# 利用客数と取扱高の拡大

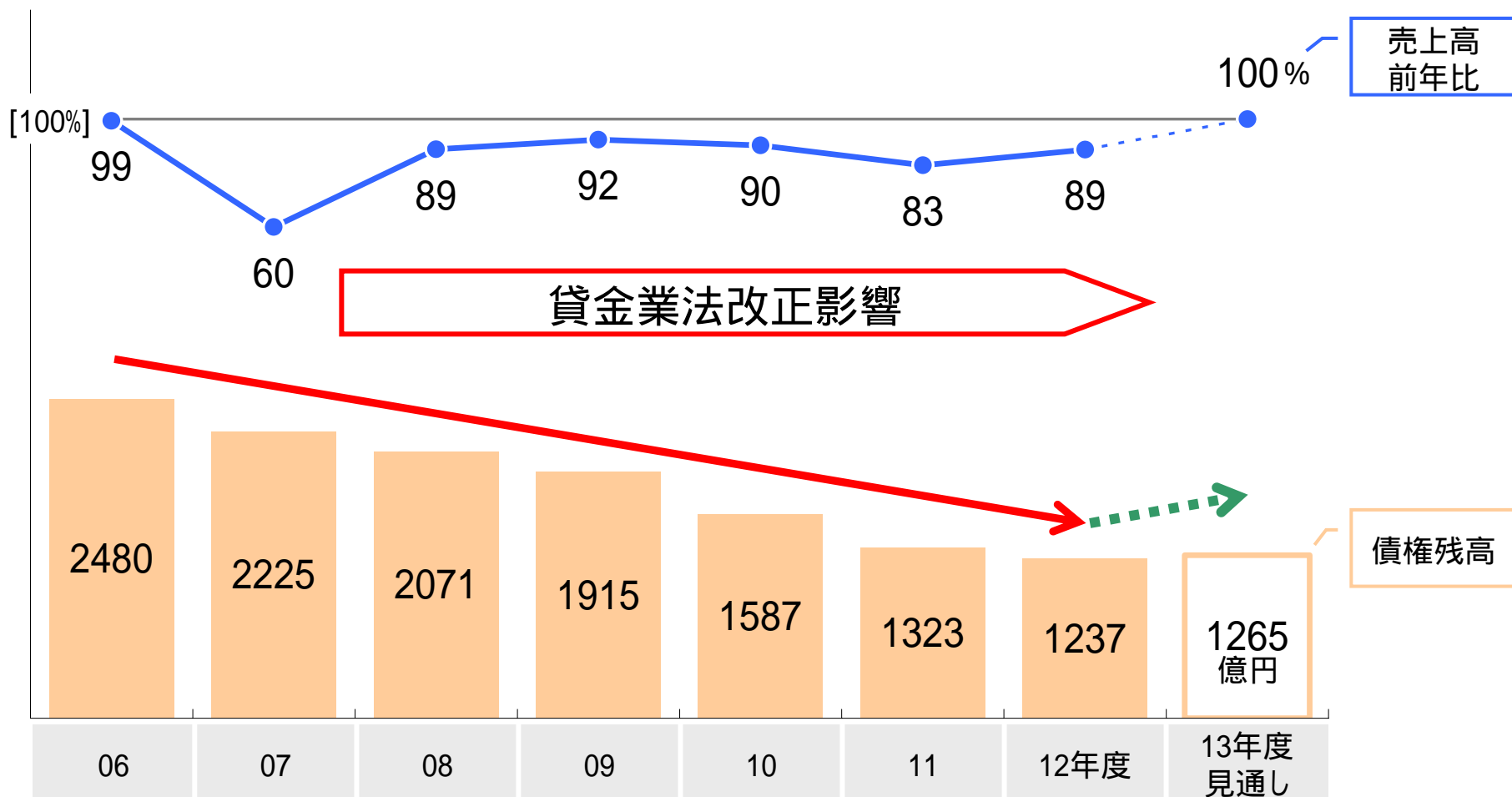
利用客数は1割増、取扱高は2割増で14年度には1兆円を突破





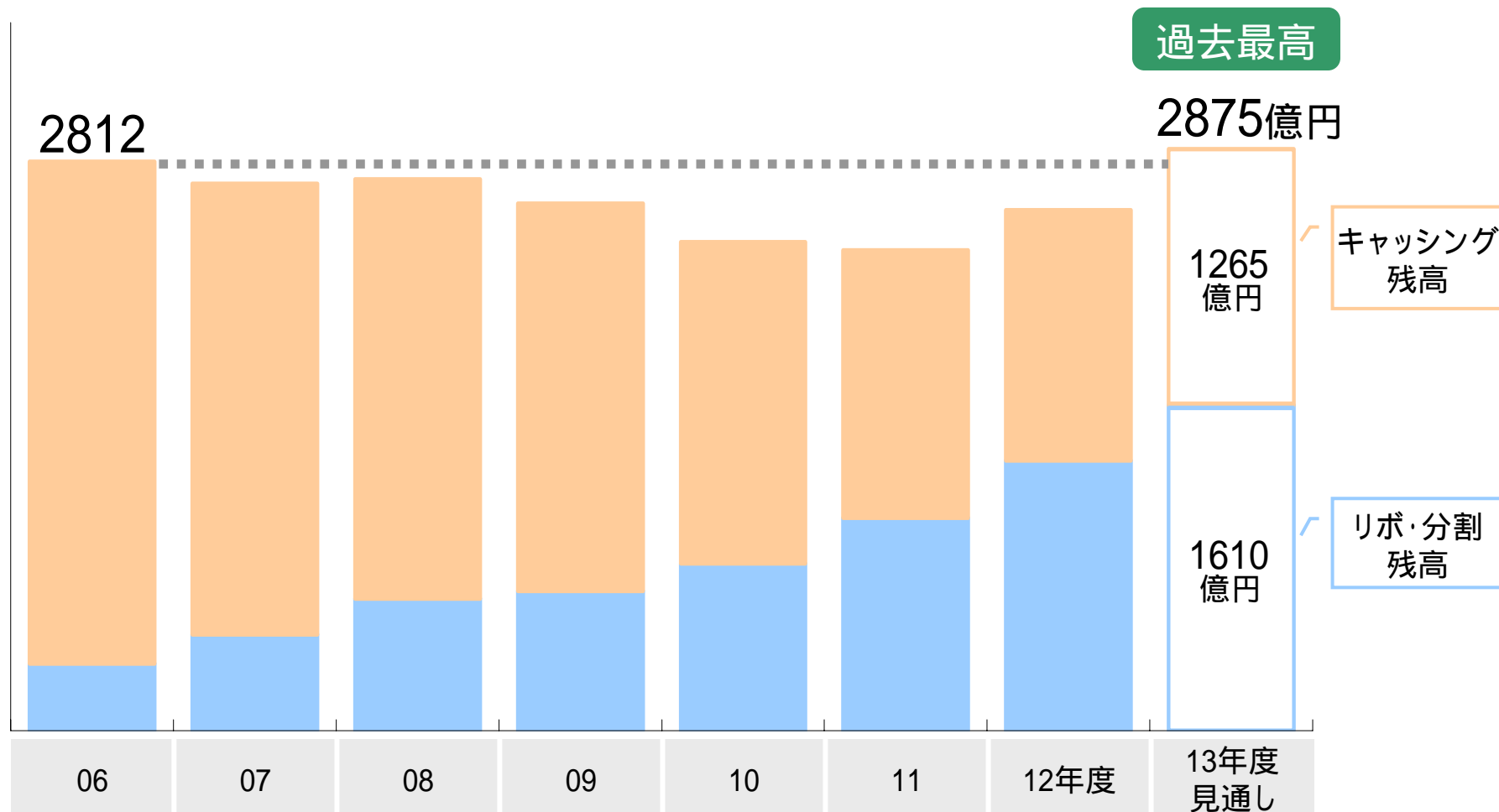
# キャッシングの債権残高が反転

約7年振りに反転し、売上高も前年を上回る見通し



# 有利子債権残高の拡大 <ショッピングの1回・2回払いを除く>

「キャッシング」の反転・「リボ・分割」の増加で、過去最高を更新する見込み



# 2013年度 通期見通し

# 2013年度 通期見通し(連結)

	2012年度	2013年度	前年比
	億円	億円	%
売上高	4074	4135	102
売上総利益	1482	1550	105
販管費	1239	1280	103
営業利益	243	270	111
営業利益率	6.0%	6.5%	(前年差) +0.5%
経常利益	244	280	115
当期利益	133	160	121

	2012年度	2013年度	前年比
小売・店舗事業 既存店前年比	98%	101%	-
リボ分割残高	1334億円	1610億円	121%
割賦手数料	167億円	207億円	124%
加盟店手数料	98億円	126億円	129%
キャッシング残高	1237億円	1265億円	102%
キャッシング収入	212億円	212億円	100%

年初計画通り、年間配当は3円増配の予定

### 2013年度配当金

中間配当	年間配当予定	配当性向
9円 (+2円)	18円 (+3円)	31%



MARUI GROUP