



平成 23 年 9 月 21 日

各 位

会 社 名 株式会社近鉄百貨店

代表者名 代表取締役社長執行役員 飯田 圭児

(コード番号：8244 大証第 1 部)

問合せ先 取締役 常務執行役員 藤木 剛一

(TEL 06-6634-7377)

新・中期経営計画の策定について

当社は、本日公表の第三者割当増資実施に当たり、平成 22 年 4 月に公表いたしました「経営数値目標（平成 26 年度（平成 27 年 2 月期））の設定について」の基本方針を踏まえつつ、構造改革のさらなるスピードアップと精度向上により当社企業価値の増大を図るため、平成 26 年度を最終年度とする中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

1. 新・中期経営計画策定の背景

当社は平成 22 年度（平成 23 年 2 月期）において、徹底した業務の効率化と諸経費の削減に取り組みました結果、営業利益は 3,092 百万円（前期比 4,175 百万円増）、当期純利益は 1,796 百万円（同 11,126 百万円増）となり、大幅な損失を計上した平成 21 年度（平成 22 年 2 月期）に比べて大きく収支を改善いたしました。

しかしながら、当社グループの主たる事業分野である百貨店市場は 14 年間にわたって縮小を続け、当社の主要店舗が立地する大阪商圏においても生産年齢人口の減少や家計消費支出の減退傾向が続く中で同業他社の出店・増床が相次いでおり、当社グループを取り巻く経営環境は一段と厳しさを増しております。さらに、当社の各店舗はその規模や近鉄沿線内外の立地において多種多様であるため、経営資源の分散や店舗運営管理の複雑化を招いております。

そのため、新・中期経営計画においては、前回公表の「経営数値目標（平成 26 年度）の設定について」における 4 つの店舗類型（「都心大型店」「地域中核店」「郊外店」「専門店集積施設」）に基づく戦略を踏まえて、当社子会社事業を含む 6 つの戦略骨子をまとめました。

今後一層厳しくなる経営環境の下、当社は近畿日本鉄道株式会社他 7 社を引受先とする第三者割当増資により財務基盤の強化を行い、阿倍野新本店プロジェクトを主とする基幹事業への集中投資と不採算店舗閉鎖等の各種構造改革を進めることで、早期に収益力を向上させることといたしております。

当社は、今回の新・中期経営計画の実行を通じて、近鉄沿線を中心に百貨店業態と専門店業態の双方を開発、運営する事業者として、地域のお客様に一層支持される企業を目指してまいります。

(第三者割当増資の詳細は本日発表の「第三者割当により発行する株式の募集に関するお知らせ」を、各種構造改革の詳細は「経営構造改革実施とそれに伴う特別損失計上に関するお知らせ」をご参照ください。)

2. 新・中期経営計画における 6 つの戦略骨子

(1) 阿倍野新本店プロジェクト (対象：都心大型店)

同業他社の出店・増床が相次ぐ大阪商圏において、当社は、大阪第 3 のターミナルである阿倍野・天王寺地区が有するポテンシャルを最大限に発揮し、キタおよびミナミ地区との地域間競争に打ち勝つべく、阿倍野新本店への経営資源集中を進めてまいります。

阿倍野新本店は、国際化を目指す大阪の新しいシンボルとなる超高層複合ビル「あべのハルカス」の核施設として、これまでにないダイナミックな吹抜空間を有する、営業面積 10 万㎡の日本最大の百貨店を平成 26 年春に開業させる予定で、現在内容の検討を進めています。

(「あべのハルカス」イメージパース)



阿倍野・天王寺地区は、梅田・難波に次ぐ1日乗降客数77万人を誇る広域集客ターミナル拠点であると同時に、足元には関西有数の古くから開けた、梅田、難波を上回る居住人口16万人の住宅地区を擁しております。一方で、商業集積は現在のところ比較的小さく、流通事業にとって潜在成長力の大きい立地であります。阿倍野新本店プロジェクトは、この地区の唯一の百貨店として、増加する周辺の都市生活者に対応する「地域密着」の視点と、ターミナル立地の超高層複合ビルというランドマーク性を活かした「広域集客」の視点から、当社が運営する周辺の専門店集積施設であるHoopおよびandとの一体運営を通じてこの地区の「街」としての魅力を向上し、そのポテンシャルを最大限に引き出そうとするものです。

具体的には、百貨店が失いつつあるお客様の支持を今一度取り戻すため、旧来型の百貨店運営手法から脱却し、3つの新しい枠組みで、新しい「モノ」「コト」「ヒト」との出会いに満ちた魅力ある商業施設づくりに取り組みます。

① 新しい「モノ」を揃えるための取り組み

【百貨店業態と専門店業態の融合】

これまでの百貨店業態における富裕層や中高年層偏重の顧客構成、衣料品偏重の商品構成を見直し、あらゆるお客様に楽しんでいただける「フルライン・フルターゲット」型商業施設の構築に取り組みます。

そのため、従来の百貨店取引先の枠を超えた品揃えの拡大を図り、名古屋で高感度ヤング層の支持を得ている専門店集積施設「パッセ」（当社名古屋店）をさらに進化させた形で導入することを検討しておりますほか、ファミリーで楽しめるキャラクターグッズのショップを集積したテーマパークのようなフロアを構築するなど、百貨店から流出しているヤング層やファミリー層への対応を強化してまいります。また、インテリア関連、文具や趣味雑貨等の商品、スポーツ用品などの商品分野については専門店を導入することにより、多様な商品の編集を得意とする百貨店業態と特定の商品を専門的に揃えられる専門店業態の得意分野を活かした業態融合型の新しい店づくりに挑戦いたします。

② 新しい「コト」を体験・体感していただくための取り組み

【「モノ」と「コト」を融合させた新しい売場編集と時間消費型施設の充実】

買物の場としての「モノ」揃えの百貨店の枠組みを見直し、様々な「コト」を体験・体感できる魅力ある場所を館内随所に配置いたします。トライアルコース併設によりフォームの診断を行うスポーツシューズ売場や、専門の機器により体の成分測定ができ、体質改善のアドバイスが受けられる健康用品売場、料理教室と連携したキッチン用品売場など、「モノ」と「コト」を融合させた新しい売場編集を行ってまいります。

また、買物目的がなくてもご来店いただけるよう、時間消費型施設の充実を図ってまいります。レストラン街を広域からの集客装置と位置づけ、関西初出店や有名シェフの店など、様々な店舗構成による3層10,000㎡を有する日本最大級の規模で展開するほか、

大型イベントホールである近鉄アート館を落語、演劇や映画上映などのエンタテインメント系集客施設の核として再構築いたします。さらには、小さいお子様同士が安心して遊んでいただける屋外遊戯施設や家族や仲間と気軽に楽しんでいただける貸し菜園を設けるなど、「モノ」消費だけでなく「コト」消費への対応を強化してまいります。

③ 新しい「ヒト」のつながりを創り出すための取組み

【地域のコミュニティ拠点づくり】

百貨店が単なる商業施設でなく、学びや趣味を通じて仲間と交流する地域のコミュニティ拠点となることにより、これまでご来店いただけなかったお客様にも、何度もご来店いただけるような仕組みづくりに取り組みます。

女性の基本的な作法やたしなみを友達と楽しみながら学べる「お稽古カフェ」や、アクティブシニア層を対象に、旅をテーマにした仲間づくりをサポートするサロンなど、様々な世代のコミュニティづくりをサポートする仕組みを館内随所に設置いたします。

また、商圈内のNPO団体や地域サークル、大学、専門学校などに活動のスペースを開放する新しい取組みにより、地域に日常的な交流の場を提供してまいります。

(2) 百貨店業態の収益力向上（対象：都心大型店および地域中核店）

今後も百貨店業態として運営する都心大型店（阿倍野本店）および地域中核店（上本町店、奈良店、橿原店、和歌山店、四日市店）においては、これまで当社独自に取り組んでまいりました営業改革をベースに、平成23年8月に公表いたしましたエイチ・ツー・オーリテイリング株式会社との営業システム共同利用による売場・商品に係る情報基盤の整備を通じて、売場単位での損益管理の徹底による一層の売場運営業務の効率化と戦略的な売場変革を推進し、店舗収益力の向上に努めてまいります。

(3) 郊外店における抜本的な収支改善策の推進（対象：郊外店）

当社の運営する郊外店（生駒店、桃山店、草津店、枚方店、桔梗が丘店）のうち枚方店については、今後も収支改善が見込めないため平成24年2月末日をもって閉鎖するほか、桔梗が丘店においては百貨店業態としての業務運営から撤退し、一部フロアのための運営管理へと当社の事業規模を大幅に縮小いたします。

また、その他の郊外店についても、専門店業態の導入による運営効率の改善を図るなど、抜本的な収支改善策を進めてまいります。

(4) 専門店集積施設の収益拡大推進（対象：専門店集積施設）

当社は、専門店集積施設を百貨店業態に次ぐ第二の事業の柱として位置づけ、平成 23 年 5 月にこれらの施設を一体的に運営する部門として、商業開発本部を設置いたしました。当面は現有商業施設（Hoop、and、上本町 YUFURA、スターアイランド、パッセ（名古屋店）、フッセ（東大阪店））の収益拡大ならびに阿倍野地区での商業開発推進を主としながら、従来の運営管理業務、リーシング業務に加え工事施行管理業務、施設管理業務まで業務を拡大し、これらを一体的に行う商業施設開発・運営（プロパティ・マネジメント）事業に取り組んでまいります。そして将来的には、新規商業施設の開発・運営も視野に入れたさらなる業容拡大を図ってまいります。

(当社の運営する専門店集積施設)



(5) グループ事業戦略の見直し

平成 23 年 11 月から、ポイント機能を付加してリニューアルする近鉄グループ共通のハウスカード「新・K I P Sカード」が稼動いたします。これを契機に、グループ各社の連携をより密にし、お客様にこれまで以上にグループの総合力を活かしたご提案を行える体制を整えてまいります。

前述の「あべのハルカス」においてはグループ会社の運営する大阪マリオット都ホテルと連携し、客室にしながら百貨店の情報が得られる仕組みづくりや、共同での販促策に取り組んでいくほか、グループ各社との連携を強化してまいります。

一方、当社グループ子会社が営む事業については、今後の収益拡大を目指す「収益性事業」と、当社が運営する百貨店および専門店集積施設に係る機能補完を主とする「機能性事業」の位置づけを明確化したうえで、その保有合理性を見極め、不採算またはノンコアと認識される事業については、整理と合理化を進めてまいります。

この戦略に基づき、当社子会社の営む工事施行管理事業と施設管理事業については前述の当社商業開発本部と連携を強めながら収益の拡大を図っていくほか、食品関連事業につ

いては内容の充実を図り、当社店舗およびグループ内外への拡販を図ってまいります。このほか、当社の営む商業施設運営業務と相乗効果の見込まれる新規事業について、積極的に挑戦してまいります。

(6) 経費構造改革による事業運営効率の向上

当社グループ全体での事業運営効率を向上させるべく、退職年金制度の見直しや、集配送業務の効率化、ビルメンテナンス・警備・清掃業務に係る競争入札実施など、グループ子会社も含めた一層の経費構造改革に取り組んでまいります。

また、郊外店の閉鎖や業態転換に伴い、当期中に希望退職者を募集することといたします。なお、希望退職者の募集規模、方法、実施時期については現時点で検討中のため、確定した段階で速やかにお知らせいたします。

3. 新・中期経営計画における主要経営目標数値

上述の戦略に基づく平成 26 年度の経営目標数値は以下のとおりです。

不採算店舗の閉鎖や、専門店業態への転換等の施策により前回公表値より売上高は減少いたしますが、収益性および財務健全性は向上いたします。

当社は、この新・中期経営計画を着実に進めることにより目標数値を達成し、早期の復配を目指してまいります。

	前回公表値 (A)	今回修正値 (B)	増減額 (B-A)	増減率 (%)
連結売上高	3,600 億円	3,400 億円	▲200 億円	▲5.6%
連結営業利益	75 億円	85 億円	10 億円	13.3%
連結経常利益	60 億円	85 億円	25 億円	41.7%
連結当期純利益	35 億円	45 億円	10 億円	28.6%
連結 ROA (営業利益ベース)	4.0%以上	5.5%以上	1.5%	—
近鉄百貨店単体 営業利益率	2.0%以上	2.5%以上	0.5%	—
連結有利子負債 (期末残高)	750 億円以下	350 億円以下	▲400 億円	▲53.3%

(以 上)