

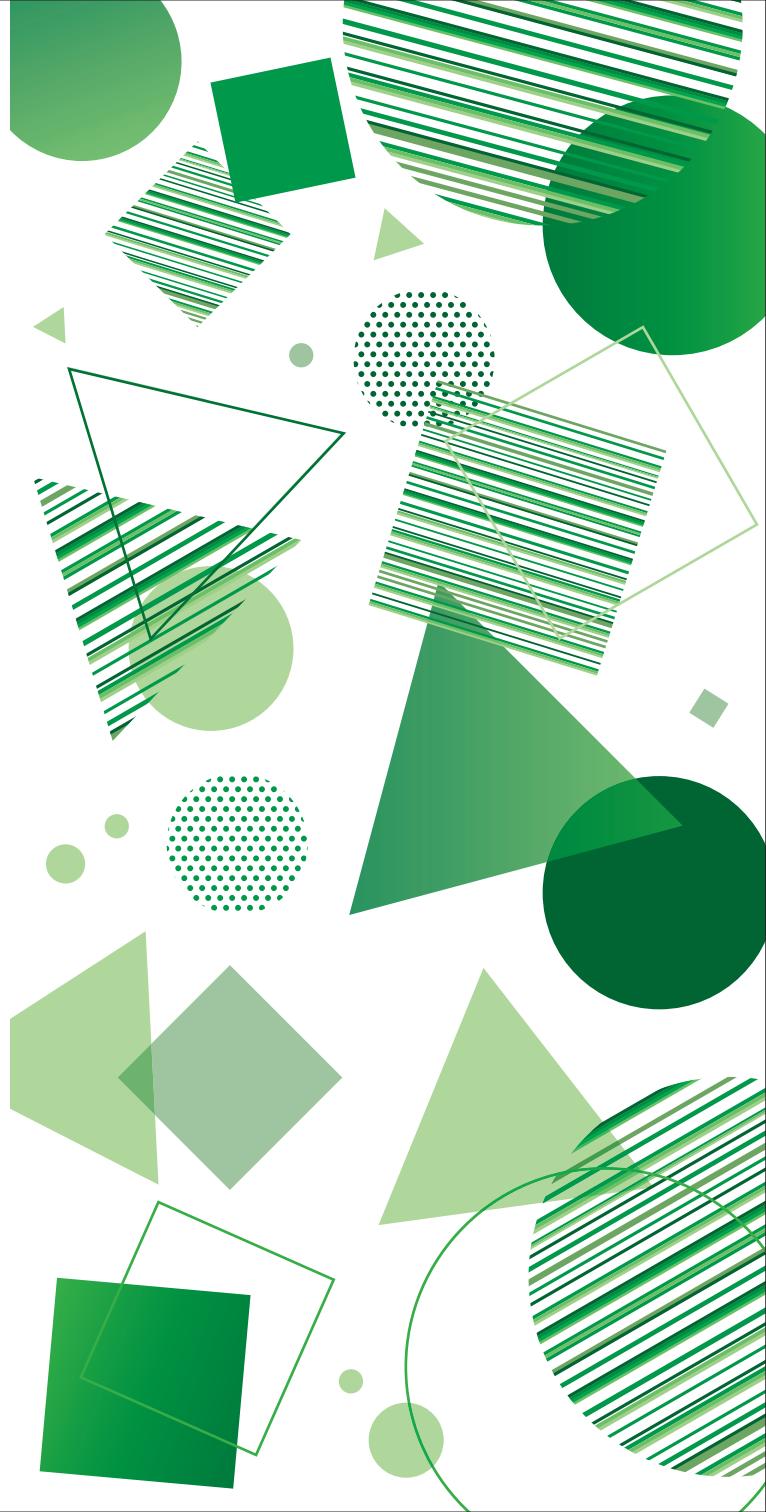
株主の皆様へ

第130期 第2四半期 (中間期)事業のご報告

2024年3月1日から
2024年8月31日まで

Contents

- ・ 社長メッセージ
- ・ 中期3ヵ年経営計画
- ・ 人的資本経営の取り組み
- ・ 決算ハイライト
- ・ トピックス
- ・ CSR 活動



おかげさまで創業89周年

皆様への感謝の気持ちを忘れない～

変わらぬ経営理念『秩序の上に立つ創造的繁栄』と

実践的心構え「奉仕こそ繁栄の基」



当社は1935年7月30日に井筒屋百貨店を設立以来、多くの皆様に支えられながら、地域に根ざす百貨店として長い年月を歩んでまいりました。おかげさまで創業89年、来年は記念すべき「創業90周年」を迎えることとなります。

これも一重に永年にわたるご支援・ご愛顧の賜物と、改めて感謝申し上げます。

これまで様々な環境にありましても、変わらぬ経営理念を貫き常に百貨店に求められる使命を追い求めながら、皆様のご支援のもと感謝の気持ちを忘れずに経営に取り組んでまいりました。

現在当社グループは、小倉本店と山口店を旗艦店として営業するとともに、サテライト事業(ショップ)や外商活動などを行っております。

今後もDXを推進しながら、お客様との接点を大切に、永遠のテーマである「お客様の求めるサービスや商品の追求」さらには「百貨店らしさの追求」に努めてまいります。

当社井筒屋の井桁のマークは、「お客様」、「お取引先様」、「株主様」、「従業員」の交わりを意味し、四本の柱に支えられてこそ当社の繁栄があることを表しています。

全てのステークホルダーの皆様には心より感謝申し上げます。

最後に、当社グループは地域に根ざす百貨店として、引き続き地域やお客様とのつながりを深め、豊かな未来と持続可能な社会の実現に向け貢献してまいります。

株主の皆様には倍旧のご支援・ご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

2024年11月

株式会社 井筒屋

代表取締役社長 影山 英雄

当社グループでは、「井筒屋グループ中期3ヵ年経営計画(2022年度～2024年度)」を策定いたしております。本計画につきましては、コロナ禍により加速・顕在化した環境変化を踏まえ、従来型の規模や量を追求する事業モデルを見直す契機と捉え、量から質への「新たな事業モデルへの道筋をつける中計」と位置づけ、中長期の戦略実現に向けた検討・準備と、グループ保有資産の更なる強化に努めてまいります。

1. 当社グループのビジョン

グループビジョン:「地域小売業のリーディングカンパニーとして発展していく」

事業戦略 サステナビリティを基盤とした“質”の追求

当社グループに関わる全てのステークホルダー(顧客、取引先、従業員、株主)ならびに地域社会とのつながりの“質”を深化させ、地域共創基盤として持続可能な地域社会の発展に寄与してまいります。

営業戦略 リアルとデジタルの両面からお客様へ上質な人生を提案する

顧客情報を統合し諸施策に活用することで、店舗やネットショッピング等複数のチャネルを通じて顧客ニーズへ対応してまいります。

2. 戦略の方向性

短中期

●店舗における百貨店らしさの追求(競争優位性の確立・差別化)

自主編集運営ゾーンの刷新等による店舗価値の向上を図ってまいります。

●効率的な店舗運営と効果的な販売促進体制の維持(収益性の維持・向上)

SNS活用等効果的な宣伝経費運用により高収益構造の維持に努めてまいります。

中長期

●デジタルデバイスを基軸とした顧客単価向上(顧客接点の創造)

井筒屋アプリの導入により顧客統合基盤を構築し、効率的な営業施策を推進してまいります。

●優良顧客基盤×デジタルデバイスの活用(新たな収益基盤の確立)

将来的には、統合された顧客情報を活用し、顧客の求めるソリューションを提供してまいります。

3. 最終年度(2024年度)の数値目標 ※収益認識会計基準等適用後

連結業績	2023年2月期	2024年2月期		2025年2月期
	実績(2022年度) 本中計1年目	目標値(2023年度) 本中計2年目	実績(2023年度) 本中計2年目	目標値(2024年度) 本中計3年目
売上高	225億円	226億円	225億円	227億円
営業利益	11億円	8億円	9億円	9億円
営業利益率	5.2%	3.5%	4.4%	4.0%
経常利益	10億円	6億円	9億円	8億円
経常利益率	4.8%	2.7%	4.2%	3.5%

人的資本経営の取り組み

人的資本経営の考え方

当社グループは経営理念である「秩序の上に立つ創造的繁栄」を、すべての従業員が活動する上での基本的な考え方として、百貨店に求められる使命を追求し、事業を継続してまいります。そのためには「百貨店らしさの追求」が不変のテーマであると考えております。この不変のテーマに取り組むための最も重要な要素は「人」であると捉え、人的資本への投資を通じて「人」を育み、「人」の成長と共に発展していく企業を目指してまいります。

人的資本投資の考え方

当社グループは、百貨店としての“質”を追求する上で、欠かせないものは「人財力」とであると捉えております。当社グループの求める「人財力」とは、主に世の中の変化に伴うお客様のニーズを見据えた企画・提案力や、お客様へ感動と共に商品を提供することのできる質の高い接客力等です。これらの「人財力」に磨きをかけることが他小売業との差別化につながり、デジタル化が進む今日においても、百貨店ならではのより高い付加価値を生み出すことにつながるものと確信いたしております。当社グループは、より多くの従業員の「人財力」に磨きをかけるため、従業員の学べる機会の創出を行うと共に、従業員が働きがいや幸福を感じ、安心して働き続ける職場環境を整える事に注力して人的資本投資を行ってまいります。

当社グループにおける経営戦略に基づいた人財戦略

経営戦略

サステナビリティを基盤とした“質”の追求
リアルとデジタルの両面から
お客様に上質な暮らしを提案する

人財戦略

人財力の強化＝人財の「質」の追求

リアル店舗戦略やデジタル戦略に掲げた経営戦略を実現するために当社グループが描く具体的な人財像

・リアル店舗戦略における人財

- ①お客様に上質な暮らしを提案するために他社と差別化された元売場の進化、深掘りを具現化できる人財
- ②百貨店として求められる接客サービスのレベルアップに向けた指導ができる人財および自ら実践できる人財

・デジタル戦略における人財

- ③デジタルを活用した新たな売上獲得施策、お客様獲得施策や最大限の業務効率化を具現化できる人財

指標および目標

当社グループは、以下を方針として人財力の強化へ取り組みます。

方針	施策	目標値
a.人財活性化	<ul style="list-style-type: none">・女性活躍推進・若手社員活躍推進・シニア社員の活用・流動的な人財ポートフォリオ形成	<ul style="list-style-type: none">・女性活躍推進・女性管理職比率 2030年度…40%以上・障がい者雇用・障がい者雇用比率 2030年度…3%以上
b.人財育成	<ul style="list-style-type: none">・次世代幹部社員の育成・百貨店売場人財の育成・学べる環境の提供・デジタル人財の育成	<ul style="list-style-type: none">・次世代幹部社員の育成・監督職(係長)に占める30代以下の割合 2030年度…30%以上
c.働きやすい環境整備	<ul style="list-style-type: none">・就業時間などの見直し・健康管理体制の強化・従業員施設等の整備	<ul style="list-style-type: none">・就業時間などの見直し・1人当たり年間総労働時間 2030年度…1,900時間以内・健康管理体制の強化・健康診断受診率・再受診率 100%継続

※目標は(株)井筒屋(本社)の数値

当社の人的資本経営の取り組みにつきましては、当社のHPの「企業情報CSR(サステナビリティレポート)」に掲載しております。

第130期 第2四半期 (中間期) (2024年3月1日から2024年8月31日まで)

連結業績の概況

当社グループにおきましては、引き続き特選・美術・宝飾品等の高額品が牽引する中、百貨店らしさの追求を普遍的な基本方針と位置づけたうえで、デジタル推進をはじめ他商業施設との差別化を図るべく、商品・サービス力強化の取り組みを推し進めてまいりました。

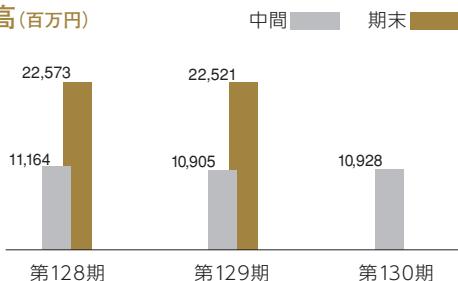
当中間連結会計期間の売上高は10,928百万円(前年同期比100.2%)、営業利益は434百万円(前年同期比90.8%)、経常利益は持分法投資損失163百万円の計上等により、185百万円(前年同期比40.0%)、親会社株主に帰属する中間純利益は201百万円(前年同期比43.8%)となりました。

なお、百貨店業の代理人取引を総額に置き換えた場合の売上高は、26,213百万円(前年同期比100.6%)であります。

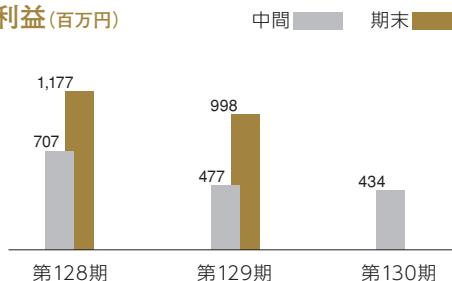
※当中間連結会計期間における業績は、前年同期を下回っておりますが、主に人的資本投資や井筒屋アプリ等の投資関連費用計上によるものであります。

また持分法投資損失の計上等もありましたものの、当社グループは事業の性質上、季節的変動があり、会計期間のうち第4四半期(12月～翌2月)の売上高、利益割合が最も高くなるため、現時点では達成可能と判断しております。

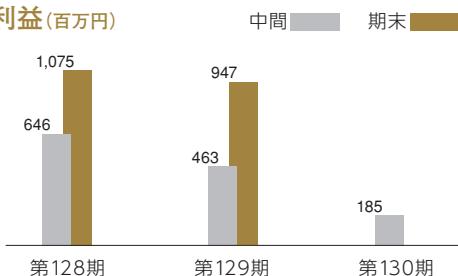
売上高(百万円)



営業利益(百万円)

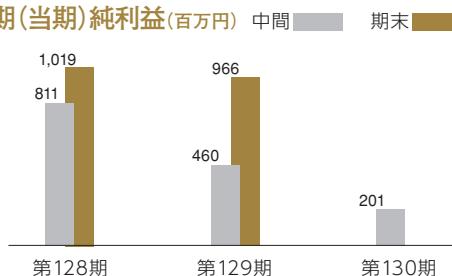


経常利益(百万円)



親会社株主に帰属する

中間期(当期)純利益(百万円)



〈本館7階 特設会場〉フライング タイガー コペンハーゲン

〈Flying Tiger Copenhagen (フライング タイガー コペンハーゲン)〉は、ユーモアや色彩に富んだスカンジナビアンデザインや、アフオーダブルなプライスを通じて、驚きとエンターテイメントにあふれるショッピング・エクスペリエンスをご提供する、北欧デンマーク・コペンハーゲン発のファンライフスタイル雑貨ストアです。



〈本館地階〉イベントスペース「メッセージ・ラボ」

美・食館 MESSAGE LAB

地階食品売場において、「お客様が立寄りたくなる売場」をテーマにポップアップ専用イベントスペース「食品メッセージラボ」がオープンいたしました。通常お取り扱いのない人気ブランドの期間限定イベントを開催することで、お客様から大変ご好評をいただいております。



〈Tartine(タルティン)〉

■7月31日(水)～8月13日(火)

キュートなパッケージと世界観で話題のお菓子ブランド(Tartine)。季節を大切にしたタルトやかわゆるのアイテムをお届けすることでみんなを笑顔にします。



〈催事〉文具の博覧会



文具好きのココロくすぐるクリエイターが作り出す個性豊かなアイテムの数々。紙雑貨やマスキングテープ、シーリングスタンプなどペーパーアイテムが大集合!

〈催事〉沖縄展



沖縄のグルメやお酒、工芸品が集結する「2024めんそーれ!! 沖縄展」を約20年ぶりに開催。活力あふれる沖縄惣菜やスイーツ、Tシャツやかりゆしウェア、工芸品などが大集合いたしました。

〈催事〉震災復興支援 第1回 加賀能登物産展



令和6年能登半島地震の被災地復興支援のため開催。能登地方の特産品を含む石川県より、(輪島の朝市 関山)をはじめ、伝統工芸品輪島塗の(ギャラリーわくらば)他、30店舗が出展いたしました。

〈井筒屋アプリ〉IZUTSUYA APP



アプリでいろいろ便利に!お得に!あなただけに!

- アプリ限定クーポン**
アプリ会員限定の特別なサービスや特典が受けられるクーポンがアプリ内から利用できます。
- 井筒屋インフォメーション**
店舗のイベント情報やショップの最新商品に関する最新情報もいつでもご覧いただけます。アプリ限定のお知らせも届きます。
- スタンプ機能**
対象店舗での買物やお買上げ金額に応じてスタンプが貯まるスタンプカードをアプリに集約。貯まったスタンプでお得なサービスや特典が受けられます。
- オンラインショッピング**
アプリから店舗オンラインショッピングに簡単アクセス。大画面で商品に詳しいものをその場で購入いただけます。
- マイページ情報**
お客様の会員情報の変更、スタンプ情報やポイント情報、購入履歴なども確認いただけます。
- お持ちのカードをスマホに集約**
アプリの中にカード情報を集約いただくことでスマートフォンで決済が可能なポイントカードや、お持ちのカードをアプリに集約し、ポイント1つでご利用いただけます。また、ポイント残高もご確認いただけます。
- 連携できるクレジットカード**
クレジットカード
楽天カード
三井住友カード
三菱UFJカード
アイフルカード
楽天カード
三井住友カード
三菱UFJカード
アイフルカード
- クレジットカード**
実際のカード

〈地域共創〉障がい者就労施設のまごころ弁当



障がい者の自立支援への協力として、本館地階食品フロアにて、障がい者就労施設の皆さんと食品部門の社員が協働で「まごころ弁当」を開発し、販売いたしました。

CSR活動基本方針

井筒屋グループは、「秩序の上に立つ創造的繁栄」を経営理念とし、CSR活動を経営の重要課題として位置づけ、地域小売業のリーディングカンパニーとして発展していくことを目指しています。私たちはESGの視点から、E：環境保全に関する活動、S：地域社会での貢献活動、G：ガバナンスの強化をそれぞれ積極的に推進し、将来にわたって持続的に取り組み、企業価値の向上に努めます。

CSR活動を推進するにあたり、下記のとおりサステナビリティ基本方針ならびにESGそれぞれの方向性や重点課題を定め、「地域共創」により持続可能な社会の実現に向け取り組んでまいります。

サステナビリティ基本方針

当社は、信用・信頼される百貨店として、持続可能な経済・社会の実現に向け、公平、透明かつ適正な企業活動を行うことで、全てのステークホルダーが求める価値の創造に努めてまいります。

また、店舗周辺の河川や公園などの公共空間を活かした『環境共生型百貨店』を地域と共に創出してまいります。

井筒屋グループESGについて

サステナビリティ重点課題 (ESG×SDGs)

ESG視点	方向性	重点課題	SDGs(目標)
E(環境)	環境保全と経済成長の両立による 企業価値の向上と事業基盤の強化	脱炭素社会の実現	
		サステナブルライフの推進	
		サプライチェーン・マネジメント	
S(社会)	働きやすい職場環境の整備や 多様な人材が活躍できる機会の創出	地域活性化・賑わい創出	
		ワークライフバランスの充実	
		ダイバーシティ&インクルージョン	
G(ガバナンス)	コーポレートガバナンスの遵守	ガバナンス体制構築とリスクマネジメント	

当社のCSR活動につきましては、当社のHPの「企業情報CSR(サステナビリティレポート)」に掲載しております。

井筒屋グループとして取り組んでいる主なサステナブル活動をご紹介します

井筒屋主催 森林保全チャリティ植樹会

当社では、毎年クリスマス期間中に「京築のヒノキと暮らすプロジェクト」(通称:ちくらす)と連携協働して制作した井筒屋オリジナルクリスマスオーナメントを販売しています。昨年の収益金の一部を活用し、3回目となる植樹会を開催いたしました。当日は、ご応募されたお客様を含め80名ほどが参加し、環境保全活動に繋げることができました。



九州栄養福祉大学による販売実習

食品ロス削減を推進するため、北九州市にある響灘菜園から排出される年間100トンの規格外トマトを活用し、大学生がレシピの開発やパッケージデザインを行い、トマトカレーやサブレを商品化しました。当社「サステナベース」では、学生が販売実習するなど、催事を介して商品の周知PRに努めております。なお、本年8月には九州栄養福祉大学と包括連携協定を締結し、双方が所有する人的・物的資源を有効に共有することで、今後も新たなライフスタイルの提案や社会課題の解決に寄与してまいります。



「Sustainable People (サステナブルピープル) ~サステナブルな人」ブログ

当社HPにて、さまざまな業界のフロントランナーたちのお話を伺い、「サステナブルピープル」として発信しております。第4回目では、産学官連携による社会課題解決の観点から「トマトのおんがえしプロジェクト」の販売やマーケティングを担当した高校生に、井筒屋で当該商品を販売した時の経験談や、この活動を通して学んだことなどについてお話を伺いました。



■ information 当社ホームページにさまざまなコンテンツを掲載しております。

第2四半期
(中間期)
決算情報



中期3ヵ年
経営計画



CSR
サステナビリティ
レポート



株主優待制度
のご案内



株主メモ



井筒屋アプリ



 株式会社 **井筒屋**

〒802-8511
北九州市小倉北区船場町1番1号