

ジョイフル本田千葉店（2018年4月23日リニューアルオープン）

2018年6月期 決算説明会

2018年8月8日



株式会社ジョイフル本田

将来の見通し等に関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料は、2018年8月3日現在において入手可能な情報に基づき作成したものです。

本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果がある点を確認された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましては、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

1. 18/6期 決算内容
2. 19/6期 通期業績予想
3. 構造変革の進捗と今後

決算のポイント (18/6期)

- (減収) 天候不順、千葉店の建替え工事、競争激化等が大きく影響
- (営業増益) **構造変革の施策効果**で、**売上総利益率が向上** (17/6期26.5%→18/6期27.2%)、**販管費は減少** (前期比▲9億68百万円)

単位：百万円、%

	18/6期 実績 (売上高比率)	前期比		予想比		要因分析
		金額	%	金額	%	
売上高	148,676 (100.0%)	▲6,258	96.0%	▲5,123	96.7%	(対予想でも大きく未達) <ul style="list-style-type: none"> • 天候不順、競争激化等が大きく影響 • 住まいの分野は前期並みを見込むも届かず、特にガーデンライフが落ち込む • 生活の分野は予想以上の減収、特に生活雑貨が苦戦 <ul style="list-style-type: none"> • 前期比では、建替え工事に伴う千葉店の減収が大きく影響 (仮設営業8ヶ月間、一時休業2ヶ月間、オープン後の営業2ヶ月間で、▲11億46百万円)
営業利益	7,981 (5.4%)	586	107.9%	11	100.2%	(ほぼ予想通りで達成) <ul style="list-style-type: none"> • 売上総利益率は27.2%と期初予想達成 <ul style="list-style-type: none"> • 前期比では、住まい分野は+0.28pt、生活の分野+0.47ptの合計+0.74pt • 販管費は抑制を継続 <ul style="list-style-type: none"> • 前期比では、主に、人件費、減価償却費、賃借料が減少 (詳細はp10)
経常利益	8,800 (5.9%)	778	109.7%	260	103.0%	(対予想でも達成) <ul style="list-style-type: none"> • 営業利益まではほぼ予想通り <ul style="list-style-type: none"> • 前期比では、営業利益より増益幅が大きいのは、期をまたいで費用計上した自己株式の取得等にかかる支払手数料が18/6期の方が少額であったため。
当期純利益	5,594 (3.8%)	▲535	91.3%	4	100.1%	(ほぼ予想通り着地) <ul style="list-style-type: none"> • 経常利益までは伸長も下記の特殊要因で増益幅は減少 <ul style="list-style-type: none"> • 特殊要因として、17/6期には特別利益として資産除去債務戻入益▲16億8百万円を計上したこと、18/6期に発生した特別損失 (減損損失、子会社のスポーツクラブの建替 (中) 等で▲5億7百万円)

※金額：百万円未満切り捨て、%：小数点以下第2位四捨五入、以下の頁も同じ記載

連結損益（18/6期）

- 千葉店（建替えで通常営業2ヶ月間のみ）を除く売上高は前期比96.6%>連結売上高同比96.0%
- 売上総利益高は未達（▲1,300百万円）も、販管費の予想以上の削減（▲1,287百万円）と営業収入の増加（+25百万円）により、営業利益はほぼ予想通り達成

単位：百万円、%

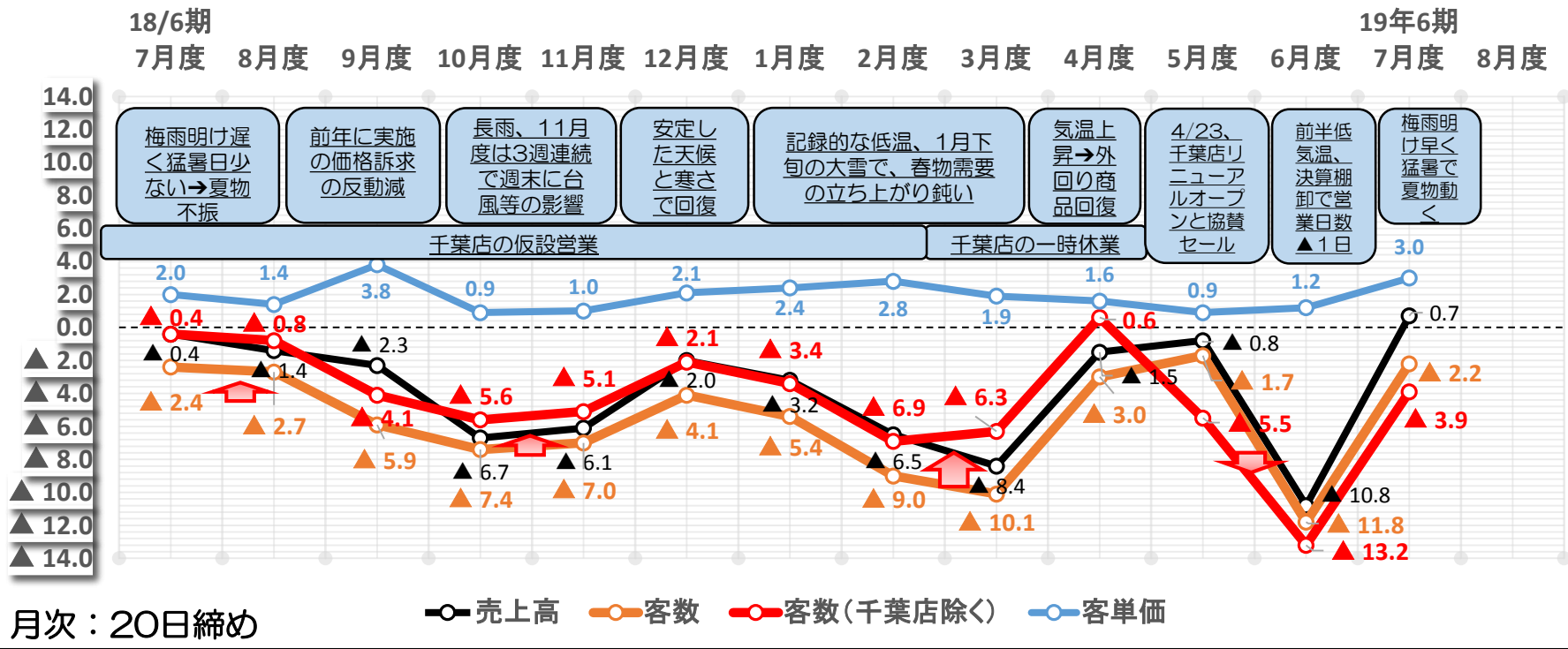
	17/6期 実績 (売上高比率)	18/6期 通期予想 (売上高比率)	18/6期 実績 (売上高比率)	前期比		予想比	
				金額	%	金額	%
売上高	154,934 (100.0%)	153,800 (100.0%)	148,676 (100.0%)	▲6,258	96.0%	▲5,123	96.7%
売上総利益	41,041 (26.5%)	41,790 (27.2%)	40,489 (27.2%)	▲551	98.7%	▲1,300	96.9%
営業収入	4,610 (3.0%)	4,756 (3.1%)	4,781 (3.2%)	170	103.7%	25	100.5%
営業総利益	45,652 (29.5%)	46,546 (30.3%)	45,270 (30.4%)	▲381	99.2%	▲1,275	97.3%
販管費	38,256 (24.7%)	38,576 (25.1%)	37,288 (25.1%)	▲968	97.5%	▲1,287	96.7%
営業利益	7,395 (4.8%)	7,970 (5.2%)	7,981 (5.4%)	586	107.9%	11	100.2%
経常利益	8,021 (5.2%)	8,540 (5.6%)	8,800 (5.9%)	778	109.7%	260	103.0%
当期純利益	6,130 (4.0%)	5,590 (3.6%)	5,594 (3.8%)	▲535	91.3%	4	100.1%
売上高（G・灯油除く）	141,450	140,833	135,702	▲5,748	95.9%	▲5,130	96.4%
売上高（千葉店除く）	152,418	—	147,307	▲5,111	96.6%	—	—

客単価と客数の月次推移 (ガソリン・灯油除く、18/6期連結)

- 客単価は通年、前期比プラスで推移 (前期比101.8%)、より付加価値の高い商品の販売強化へシフト
- 売上高の低迷 (同比95.9%) の主原因は客数の減少 (同比94.2%)
- 千葉店を除く客数は同比95.6% > 全体の客数の同比94.2%

※記載数値はすべてガソリン・灯油を除く数値

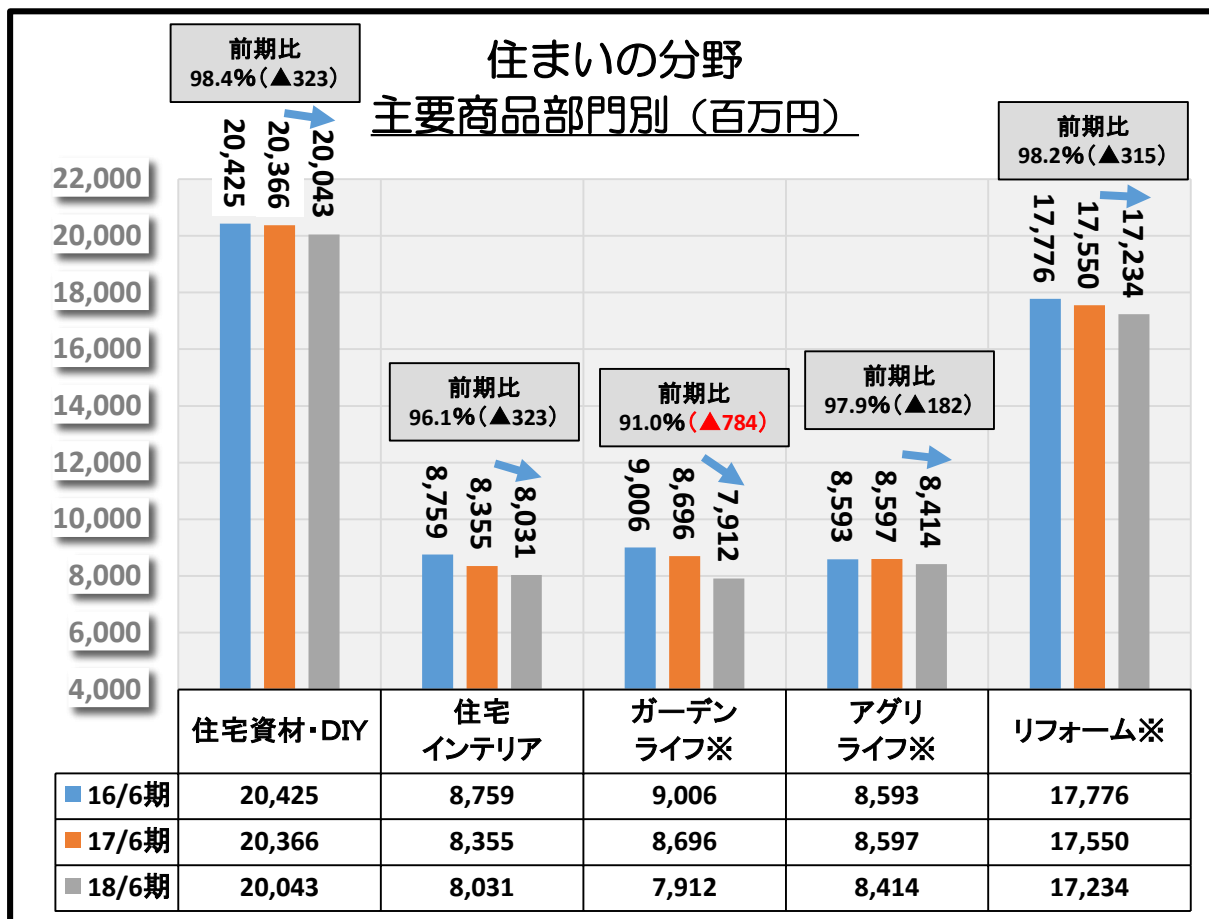
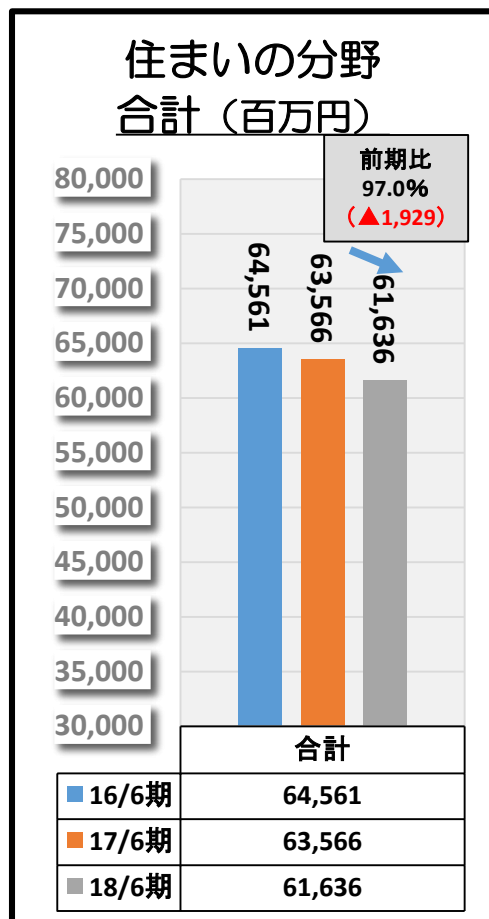
月次推移 (連結実績、ガソリン・灯油除く) (前期比の増減、%)



18/6期累計 (G・灯油除く)	売上高	▲4.1%	客数	▲5.8%	客数 (千葉店除く)	▲4.4%	客単価	1.8%
------------------	-----	-------	----	-------	------------	-------	-----	------

商品部門別売上高（18/6期、住まいの分野）

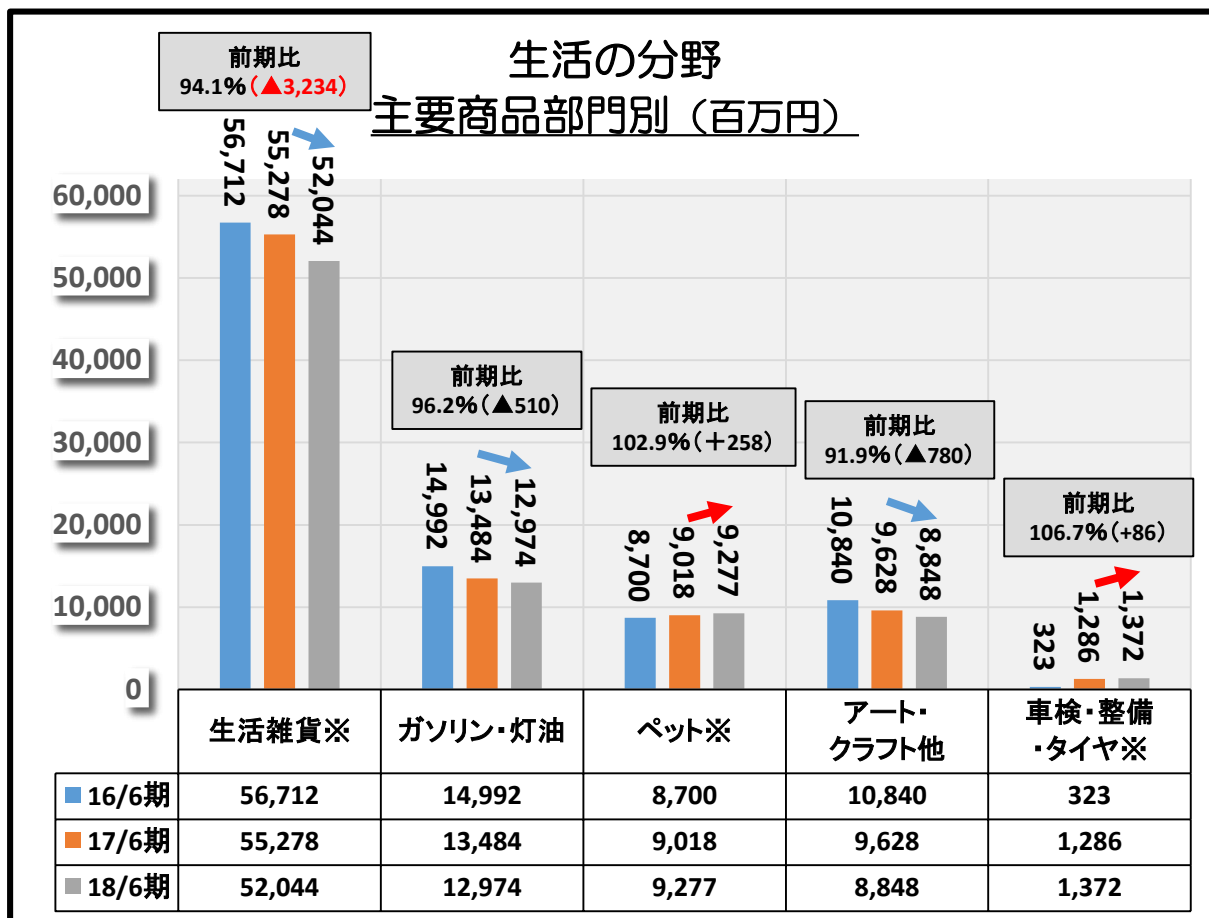
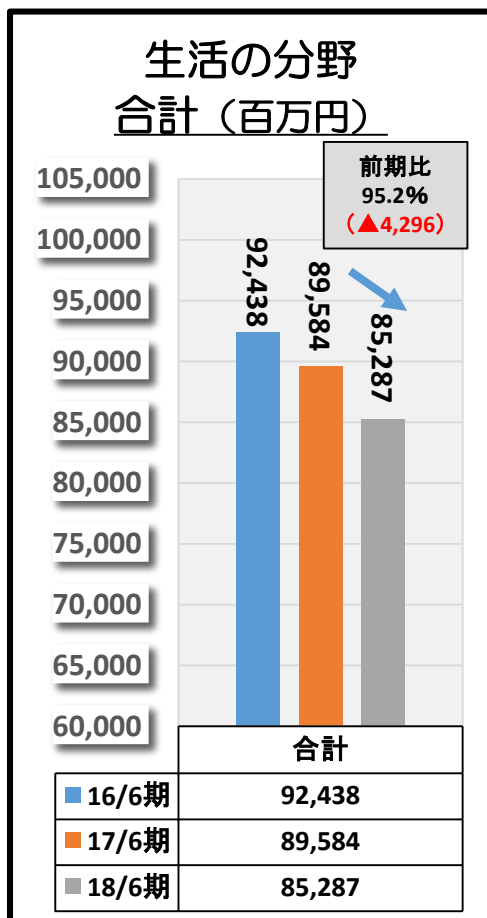
- 住まいの分野合計では、前期比97.0%（▲19億29百万円）と減収
- 天候不順の中でも、強化部門の「住宅資材・DIY」「リフォーム」「アグリライフ」の減収幅は比較的小さい
- 一方で、天候不順が直撃した「ガーデンライフ」が大きく減収となり減収額合計（住まいの分野）の約4割を占めた。また、季節用品が振るわなかった「住宅インテリア」も減収



※リフォーム部門は18/6期の期初で旧エクステリア部門と旧リフォーム部門が統合、16/6期、17/6期の同部門の売上高については、旧エクステリア部門と旧リフォーム部門の合計値を記載した。また、ガーデンライフ、アグリライフについては、18/6期から商品部門間で一部分類上の商品入替えがあり、16/6期、17/6期もそれに準じて数値を算出。

商品部門別売上高（18/6期、生活の分野）

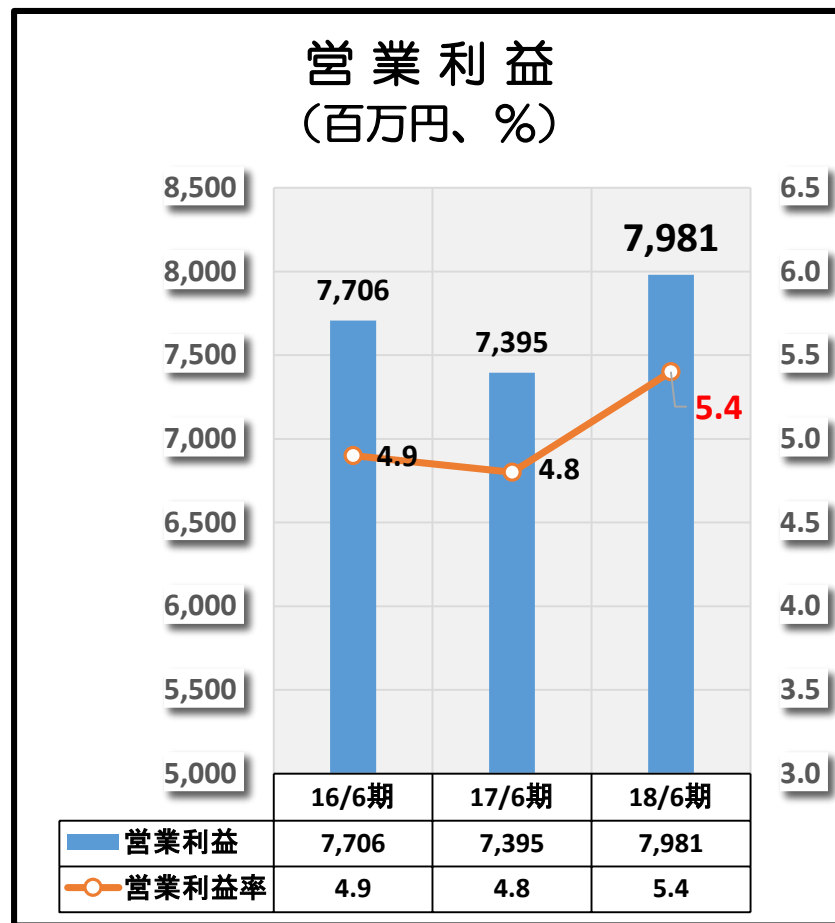
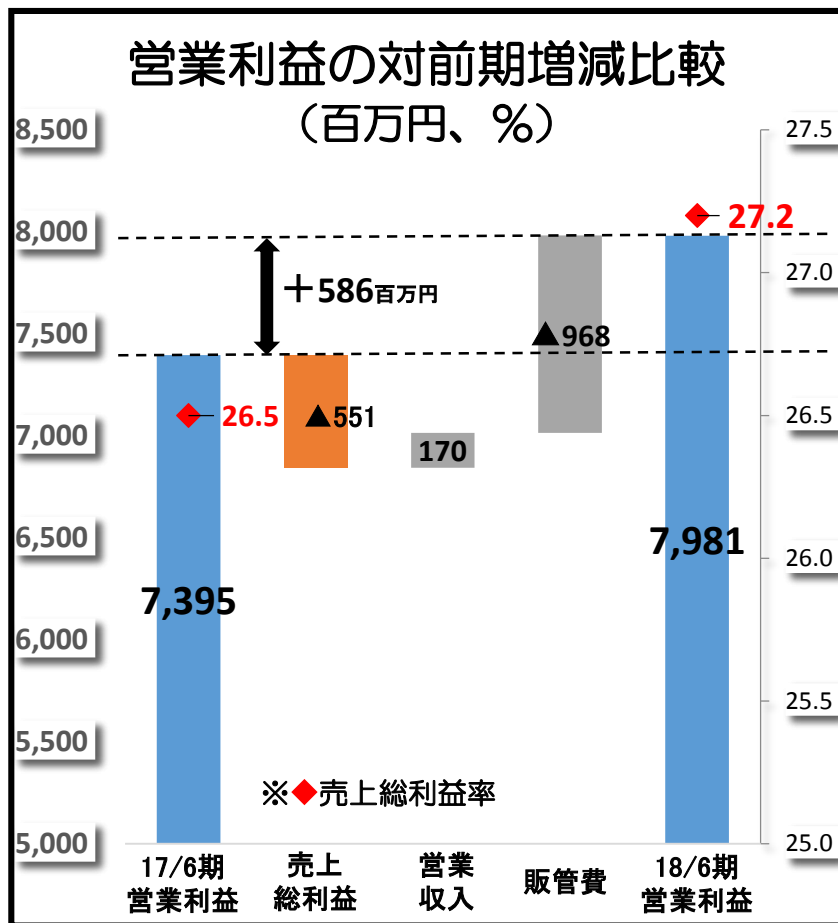
- 生活の分野合計では、前期比95.2%（▲42億96百万円）と大きく減収
- 強化部門の「ペット」と全店指定工場となった「車検・整備・タイヤ」は3期連続で増収
- 一方で、天候不順と競争激化等で「生活雑貨」が大きく減収となり減収額合計（生活の分野）の約4分の3を占めた。また、「ガソリン・灯油」の販売量も落ち込む、「アート・クラフト」も17年2月に1店舗（千代田店）閉店したことに伴い減収



※車検・整備・タイヤ事業は16/6期末で連結化、16/6期の同部門の売上高については、当時は生活雑貨の中で計上されていた分を分離して記載したもの。また、生活雑貨、ペットについては、18/6期から商品部門間での一部分類上の商品入替えがあり、16/6期、17/6期もそれに準じて数値を算出。

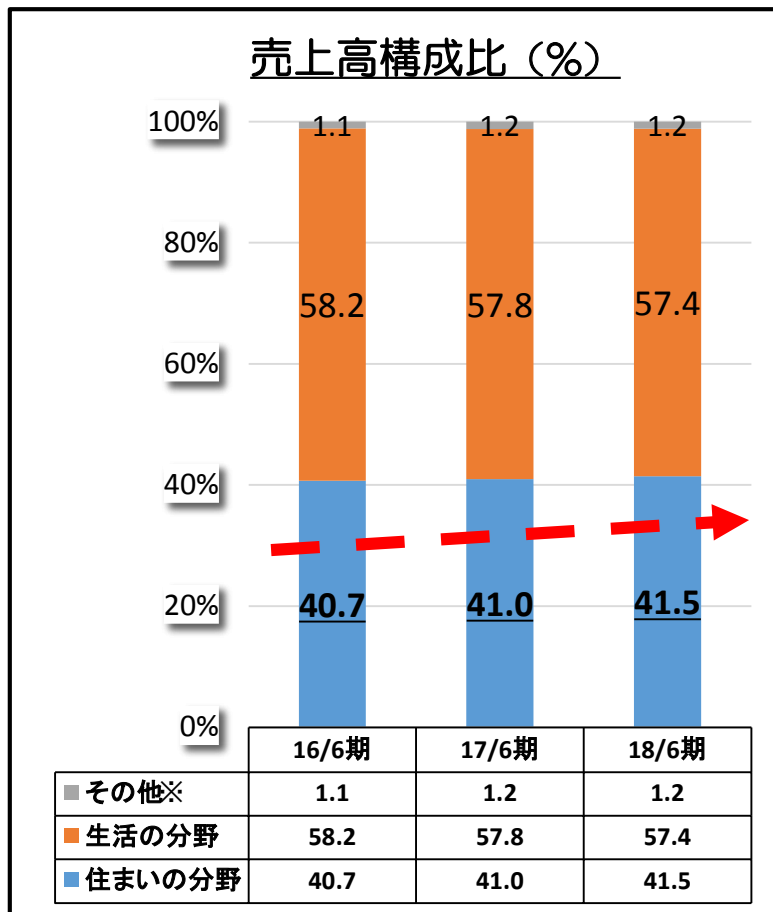
営業利益の対前期増減比較（18/6期）

- 構造変革の施策効果で、売上総利益率は向上（+0.7pt）するも、減収で売上総利益高は減少
- 営業増益の最大の要因は、販管費の減少、構造変革による効率化施策で総労働時間の減少（期末累計で約57万時間の削減）等が大きく寄与、結果、営業利益率は前期比0.6ptの改善



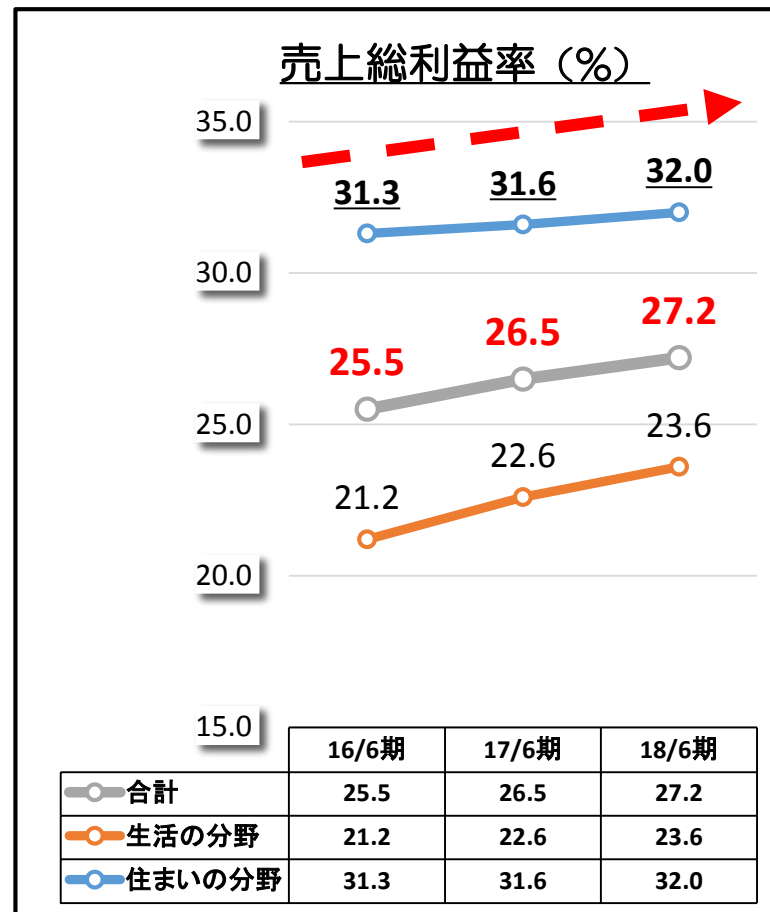
売上総利益率の向上に関する要因分析 (18/6期)

- ガソリン・灯油の販売減少が続く中、利益率の低い酒・飲料などの売場の縮小を図ると同時に利益率の高い住まいの分野の売場を中心に拡充、結果、住まいの分野の構成比が徐々に増加※
- 付加価値の高い商品の販売強化と取引先・取引条件の見直し等により両分野ともに売上総利益率が向上 ⇒ 結果、全体の売上総利益率は4期連続で向上※



※その他はスポーツクラブ事業で3店舗で展開。

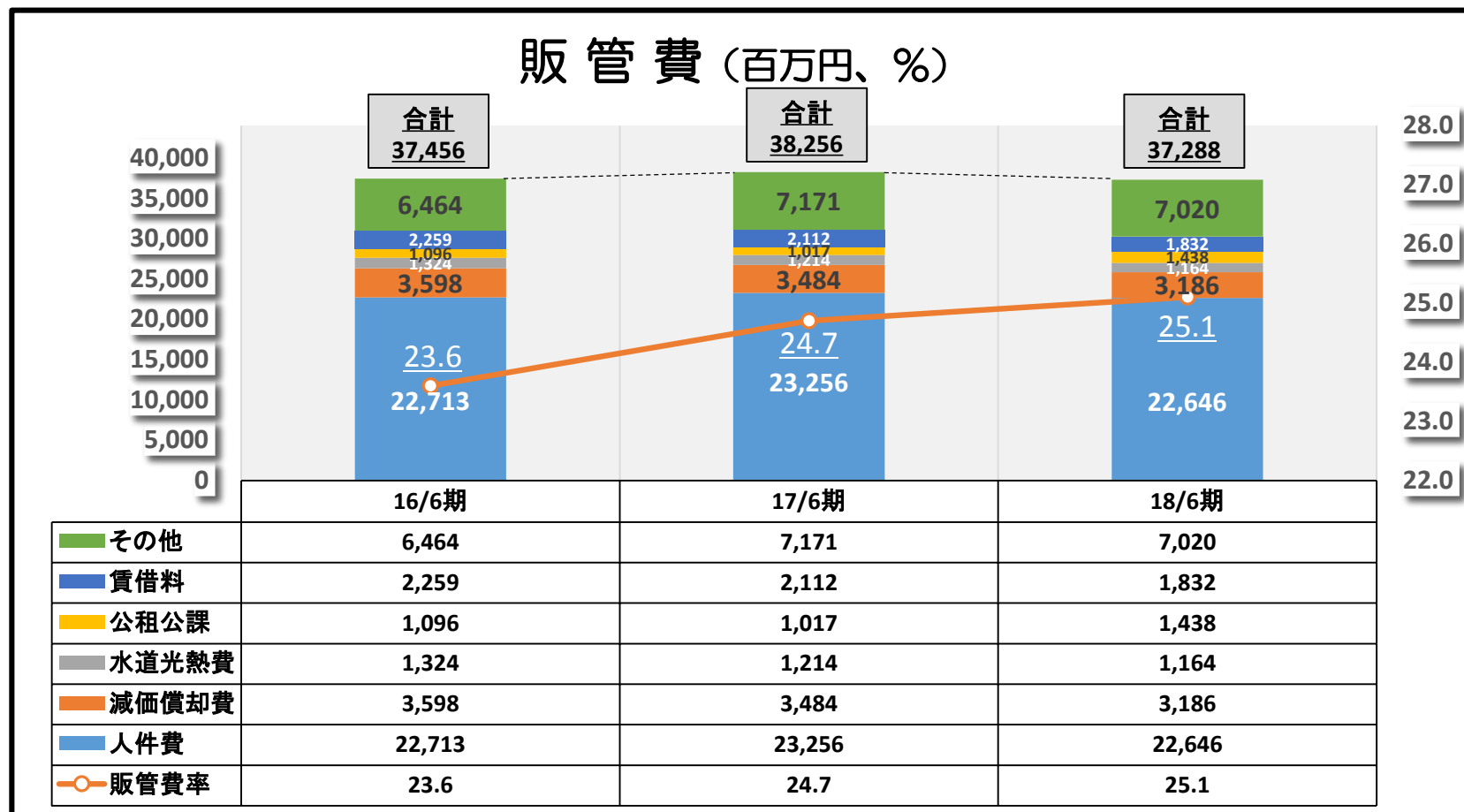
※住まいの分野の構成比 14/6期 39.0%、15/6期 39.4%



※売上総利益率 14/6期 24.3%、15/6期 24.8%

販管費の内訳（18/6期）

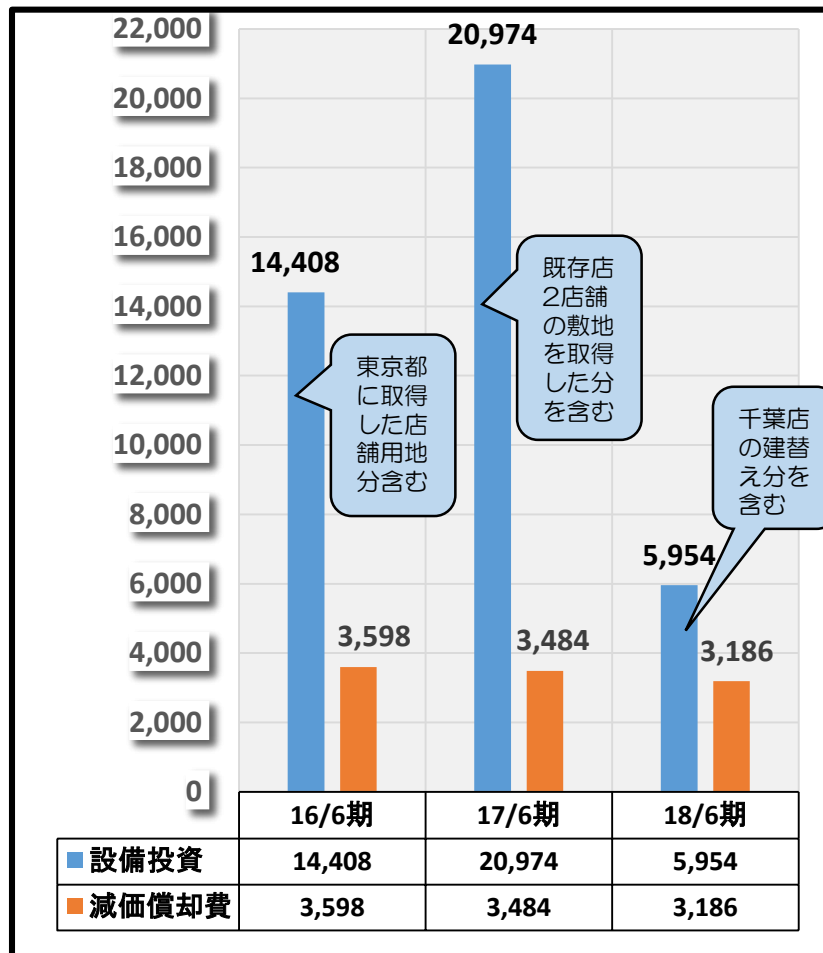
- 公租公課の増加（対前期比+4億21百万円、17年2月に取得した2店舗の敷地の不動産取得税等）、一方で、賃借料の減少（同▲2億79百万円、2店舗分）
- 人件費の減少（同▲6億10百万円、**総労働時間の減少**、退職給付費用の割引率の見直し等）
- 減価償却費の減少（▲2億98百万円、一部先行投資分（主に千葉店）の減価償却費の発生が4Qから、等）



設備投資及び減価償却費、キャッシュ・フロー（18/6期）

設備投資及び減価償却費（百万円）

- 主な設備投資は、千葉店の店舗建て替え、単独店2店舗の出店、既存店の活性化（古河店、千代田店、ニューポートひたちなか店、新田店他）に伴うもの



キャッシュ・フロー（百万円）

- 自己株式の取得等により現金及び現金同等物の期末残高は大きく減少
- 資金の借り換えで長期借入金が増加

	16/6期	17/6期	18/6期
営業活動によるCF	9,413	9,346	7,456
投資活動によるCF	▲9,993	▲4,104	4,097
財務活動によるCF	▲2,133	11,417	▲51,897
現金及び現金同等物の増減額	▲2,713	16,659	▲40,343
現金及び現金同等物の期末残高	40,008	56,748	16,405

（増減の主な内訳、億円）

- 投資活動CF
 - 定期預金の預入支出 ▲35億円
 - 同上の払戻収入 125億円
 - 投資有価証券の取得支出 ▲90億円
 - 同上の償還・売却収入 79億円
 - 有形固定資産取得支出 49億円
- 財務活動CF
 - 自己株式の取得支出 ▲574億円
 - 長期借入金の借入収入 100億円
 - 同上の返済支出 ▲20億円

連結貸借対照表（18/6期末）

- 自己株式の取得等に伴い現預金が減少し、固定負債（主に長期借入金）が増加
- 純資産は、自己株式の取得等に伴い、前期末比▲537億94百万円の減少
- 商品は前期末比では61百万円減少し、4期連続で減少

単位:百万円

		17/6期末	18/6期末	前期末比
資産の部	流動資産	90,276	40,830	▲49,445
	現金及び預金	69,283	19,938	▲49,345
	売掛金	2,580	2,535	▲45
	商品	16,377	16,315	▲61
	固定資産	109,137	111,356	2,219
	資産合計	199,413	152,187	▲47,226
負債・純資産の部	流動負債	18,574	19,015	440
	買掛金	7,974	7,460	▲514
	固定負債	23,302	29,430	6,127
	負債合計	41,877	48,445	6,568
	純資産合計	157,536	103,741	▲53,794
	負債・純資産合計	199,413	152,187	▲47,226

1. 18/6期 決算内容
2. 19/6期 通期業績予想
3. 構造変革の進捗と今後

通期連結業績予想 (19/6期)

- 増収増益を計画、主にMD構造変革を軸に、今期よりフル稼働の増床店（千葉店）を含む**既存店**の売上高は**前期比102.0%**と底打ちを目指す、新店（単独店3店舗※）は当初の計画通り
- 計画中の新店（ホームセンター、単独店）は予想には折り込まず

	18/6期 実績 (売上高比率)	19/6期 通期予想 (売上高比率)	前期比		19/6期 上期予想 (売上高比率)	前期比		19/6期 下期予想 (売上高比率)	前期比	
			金額	%		金額	%		金額	%
売上高	148,676 (100.0%)	152,200 (100.0%)	3,523	102.4%	76,370 (100.0%)	1,674	102.2%	75,830 (100.0%)	1,848	102.5%
売上総利益	40,489 (27.2%)	42,244 (27.8%)	1,754	104.3%	20,992 (27.5%)	857	104.3%	21,252 (28.0%)	896	104.4%
営業収入	4,781 (3.2%)	4,906 (3.2%)	124	102.6%	2,459 (3.2%)	66	102.8%	2,447 (3.2%)	58	102.5%
営業総利益	45,270 (30.4%)	47,150 (31.0%)	1,879	104.2%	23,451 (30.7%)	923	104.1%	23,699 (31.3%)	955	104.2%
販管費	37,288 (25.1%)	38,760 (25.5%)	1,471	103.9%	19,123 (25.0%)	759	104.1%	19,637 (25.9%)	711	103.8%
営業利益	7,981 (5.4%)	8,390 (5.5%)	408	105.1%	4,328 (5.7%)	164	103.9%	4,062 (5.4%)	243	106.4%
経常利益	8,800 (5.9%)	9,320 (6.1%)	519	105.9%	4,833 (6.3%)	376	108.4%	4,487 (5.9%)	143	103.3%
当期純利益	5,594 (3.8%)	5,800 (3.8%)	205	103.7%	2,961 (3.9%)	172	106.2%	2,839 (3.7%)	32	101.2%

※18/6期の新店は、以下の単独店3店舗

①THE GLOBEつくば店（アンティーク、2017年11月オープン）、②ペットクローバー東大宮店（ペット、2018年3月オープン）、③本田屋千葉都町店（プロショップ、2018年3月オープン）

千葉店のビフォー・アフター

建替え前
(1990年10月オープン)
※写真は2016年12月に撮影



ガソリン・灯油
スタンド

建替え後
(2018年4月23日
リニューアルオープン)
※写真は2018年5月に撮影



2階屋上
駐車場

灯油スタ
ンドのみ

リニューアルのポイント

1階建から2階建(屋上駐車場有)へ

売場面積は約2倍の7,556㎡へ

駐車場も約2倍の463台へ

従業員数は約40名増の約140名

売場拡張部門: ペット、インテリア、ガーデン

売場縮小部門: 酒の販売を中止、飲料も縮小、
ガソリンは17年12月で販売中止

コンセプト: 360度体感型ホームセンター、
ターゲットはファミリー

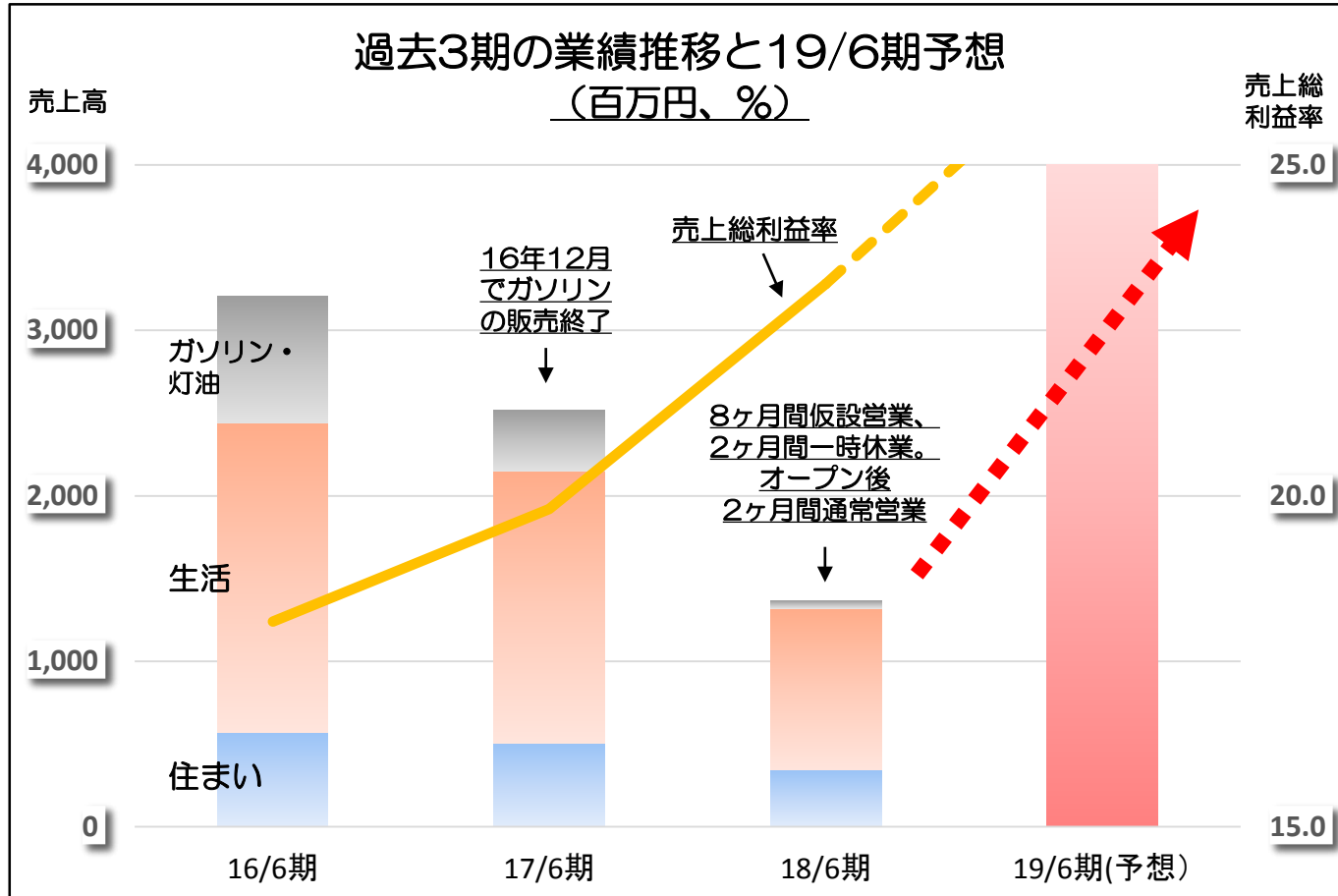
拡充サービス: 工作サービス、工具レンタルサー
ビス、カーペットの即時サイズ加工サービス等

その他: 省エネルギー型建屋



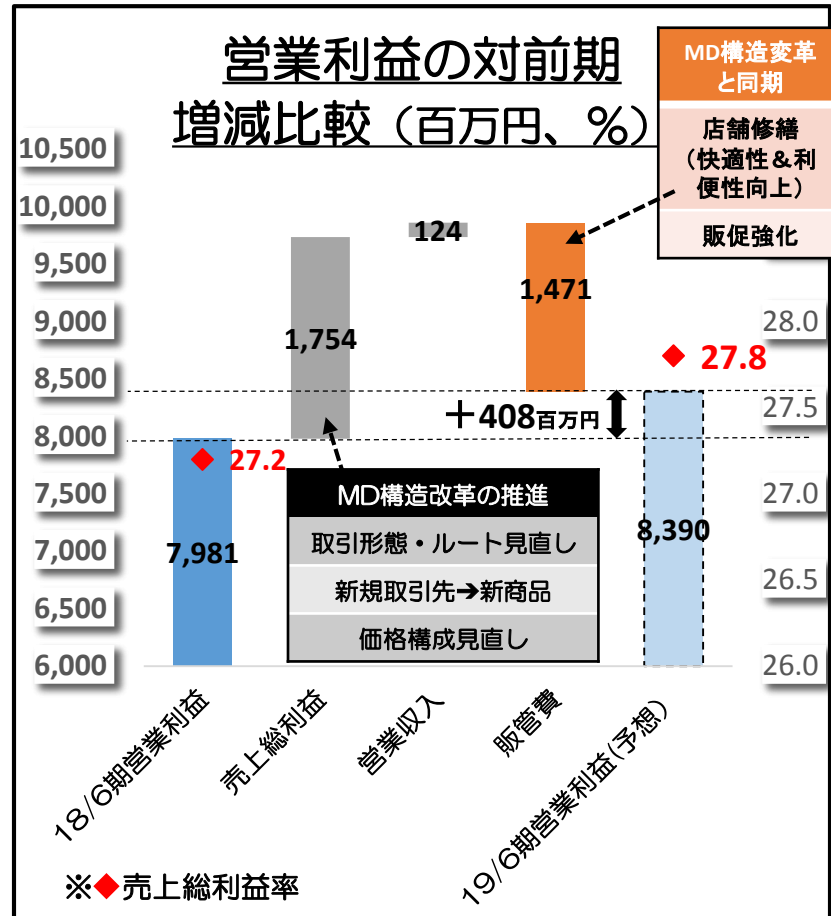
千葉店の過去3期の業績動向と19/6期予想

- 建替え前は、**ガソリン・灯油の売上構成比が高く利益率が低かった**ため、17/6期上期でガソリン販売を中止。2018年4月23日のリニューアルオープンを機に、売場面積を2倍に拡張、主に、それまでほとんど取扱いのなかった**利益率の高いペット（生活の分野）、ガーデン、インテリア（以上、住まいの分野）**等の売場を拡大
- 従来年齢層の高い顧客の比率が高く、オープンを機に新たに**ファミリーの取り込みを狙う**、一定の効果を**確認**
- リニューアルオープンセールを開催、新規導入商品の販売も好調、**ミックスの変化で利益率も向上**

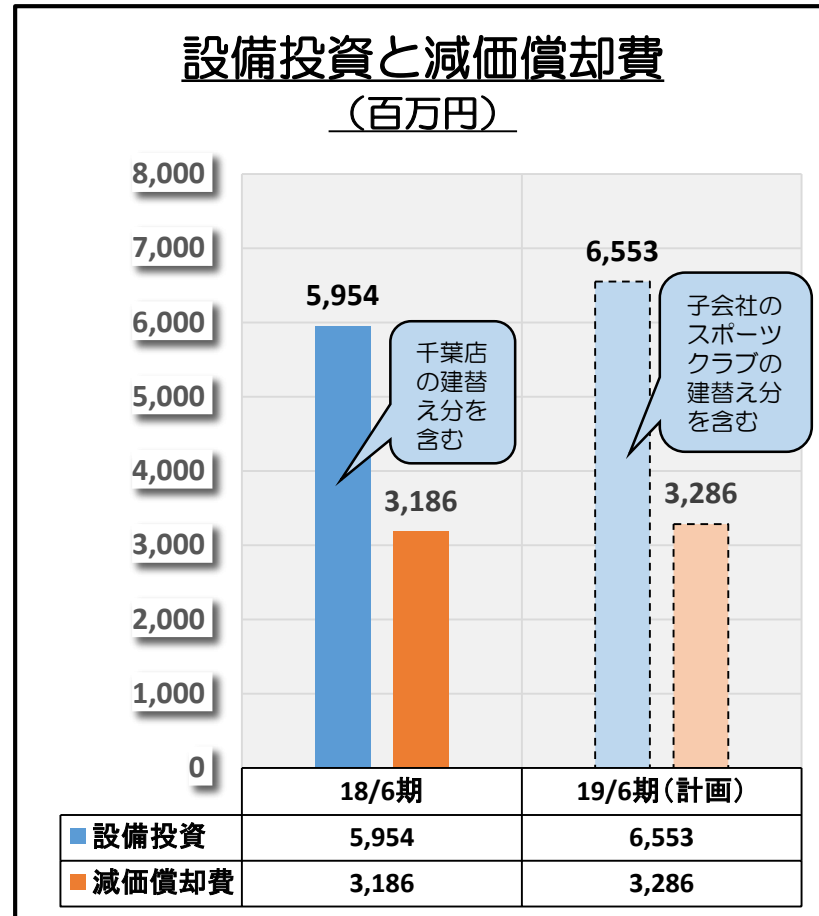


対前期増減比較（営業利益、設備投資・減価償却）

- 増収&売上総利益率改善で売上総利益高の向上を計画
- 賃借スペース増加で営業収入の増加を計画
- 売上減少に歯止めをかけるため、店舗の快適性と利便性アップのための修繕、販促強化等により販管費は増加を計画

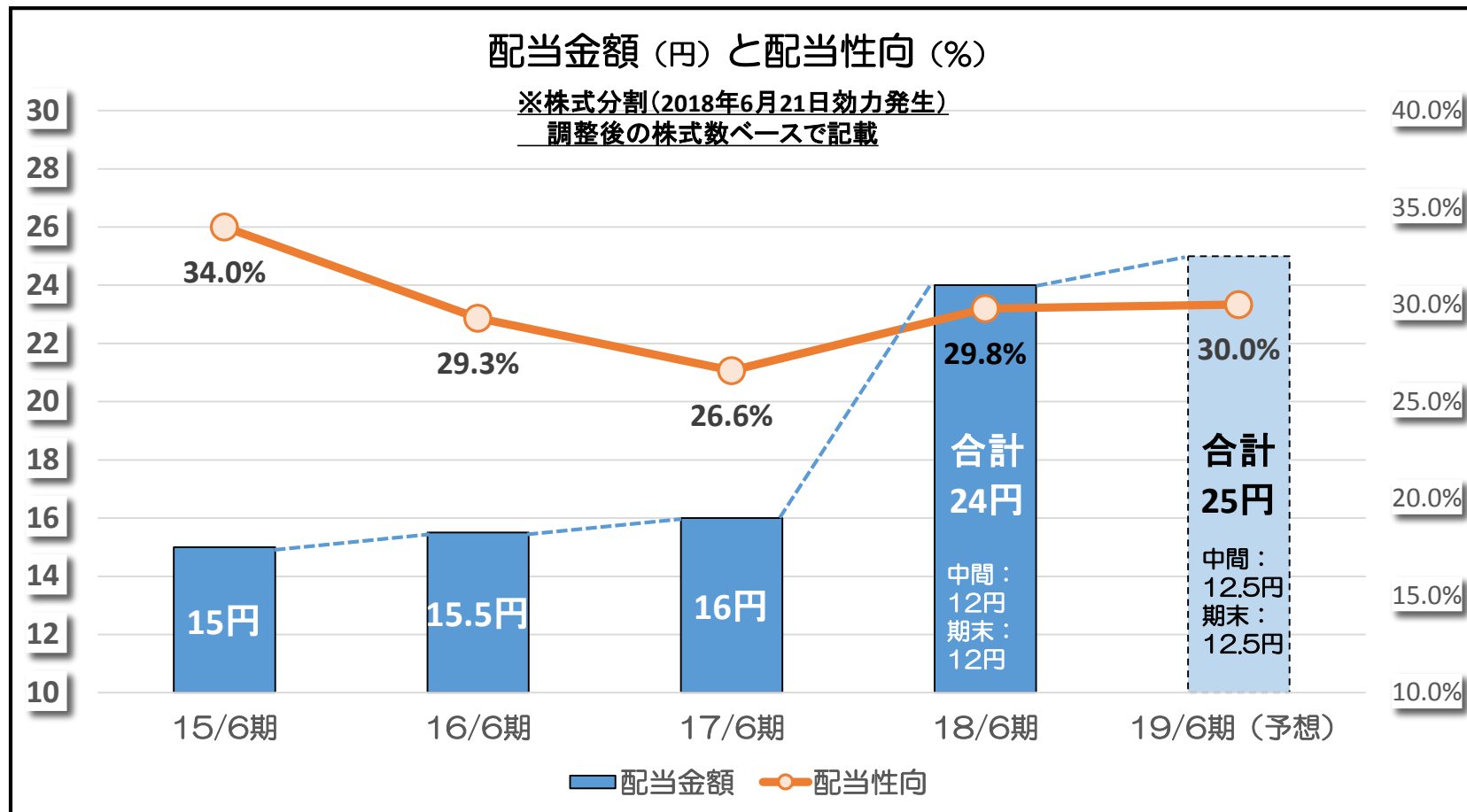


- 各既存店毎の活性化に寄与する設備投資計画の進捗確認と効果の検証
- 主な設備投資の内容は子会社のスポーツクラブの建替え、既存店HC建屋の防水工事、システム投資等
- 現時点では、19/6期の計画に新店は折り込まず



配当について

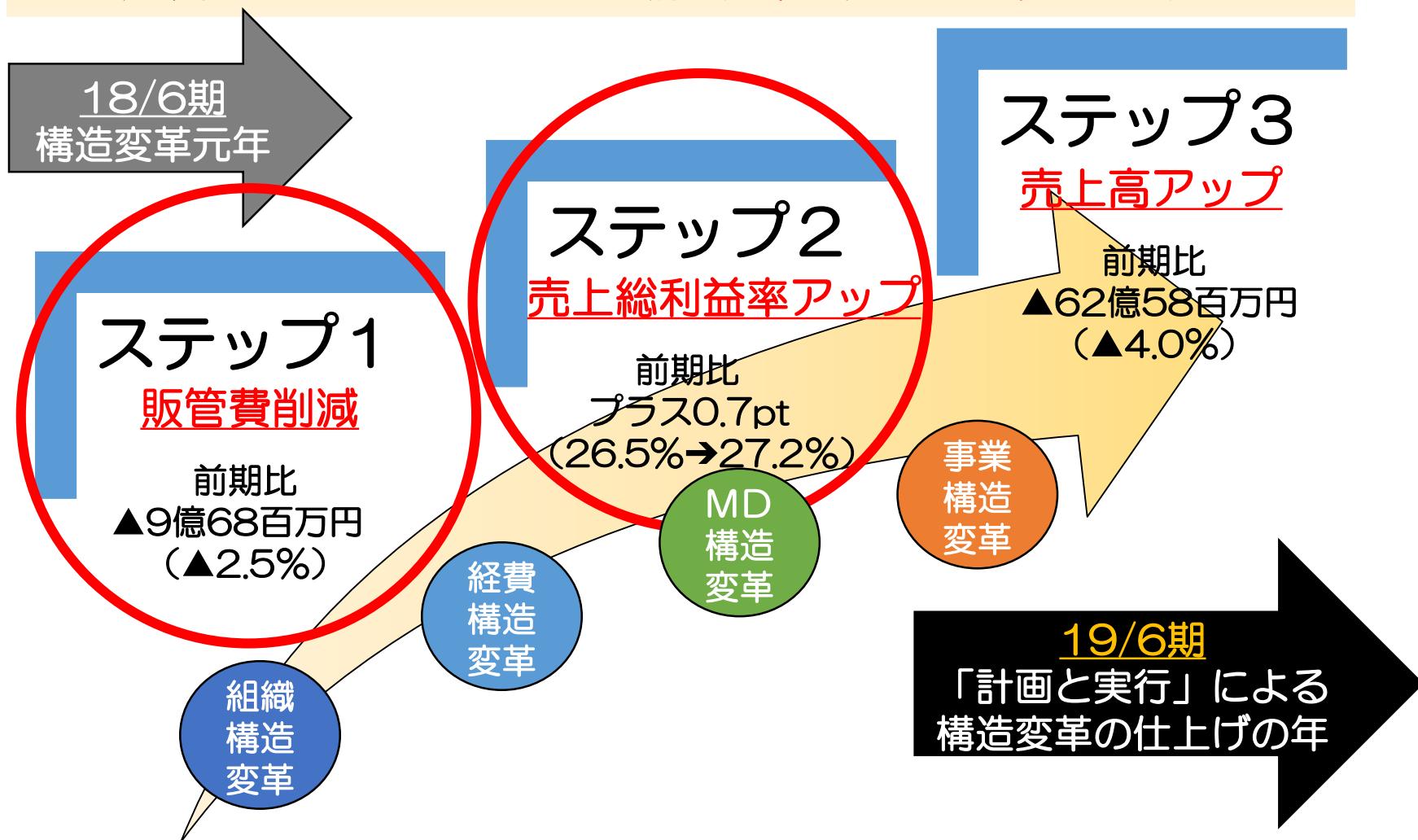
- 19/6期は増配を予想、**合計25円（前期比+1円）**を予定
- 中間配当12.5円、期末配当12.5円の合計25円
- 連結配当性向は30%を目途に今後も継続的かつ安定的な配当水準の向上に努める



1. 18/6期 決算内容
2. 19/6期 通期業績予想
- 3. 構造変革の進捗と今後**

18/6期の業績・構造変革の現状と19/6期のテーマ

- 18/6期の期初から変更した新組織のもと、**4つの構造変革**を推進
- 成果（販管費削減、売上総利益率アップ）はあったものの、売上高は減少
- 19/6期は「**計画と実行**」による**構造変革の仕上げの年**として取り組む



19/6期を「構造変革の仕上げの年」として位置づけ

- 19/6期は18/6期「構造変革元年」の成果と課題を認識しつつ、「**構造変革の仕上げの年**」と位置づける、再構築した経営理念を期初に発信
- 20/6期以降のネクストステージへ向けしっかりと**足固め**を実行する



JOYFUL HONDA

「お客様の喜びが私達(企業)の喜びである」

このフレーズを説明できますか？

「ジョイフル本田」の名前には、

お客様にとってJOYが沢山あるお店・売場を創っていき、
従業員にとってもJOYが溢れる活力ある会社になろう
という意味が込められています。

人々の価値観が多様化している今だからこそ、
次代に適合する「JOY」がFULLにある
新しい店舗のカたち、新しい会社のカたちに
生まれ変わりたい、理念を見直しました。

“JOY”とは？

＼ 感動体験 /

＼ 従業員の成長 /

＼ 地域一番店 /

＼ 持続的成長 /

お客様のJOY

驚き・発見、体験・学び、
探していたものがある。

私達のJOY

喜ばれる喜び、
やりがい、成長する喜び。

社会のJOY

地域のインフラとして
信頼できるお店。

取引先・ 株主のJOY

収益を上げ
永く社会に貢献する。

経営理念
概念

お客様の喜びが
私達(企業)の喜びである。

全ての仕事はお客様に通ずる

思想

お客様と“夢を共創”する。
地域、文化を大切に、信頼の絆を築き上げる。

存在意義
使命・目的

「私達のJOY」

- 1) 笑顔と潤いのある生活
- 2) JOYが溢れる街創り
- 3) 時代に合わせ進化し続ける

行動指針
5か条

前提：
事業の成果、
利益はお客様から
頂いている。

- 1) お客様起点で全てを発想する
- 2) お客様の“不”の解消を続ける
- 3) 未来志向で変化に挑戦する
- 4) 常に謙虚な気持ちで感謝を忘れない
- 5) 倫理・道徳を重視し、共に成長する

JOYが最新説明です。



“JOY”が
あふれる

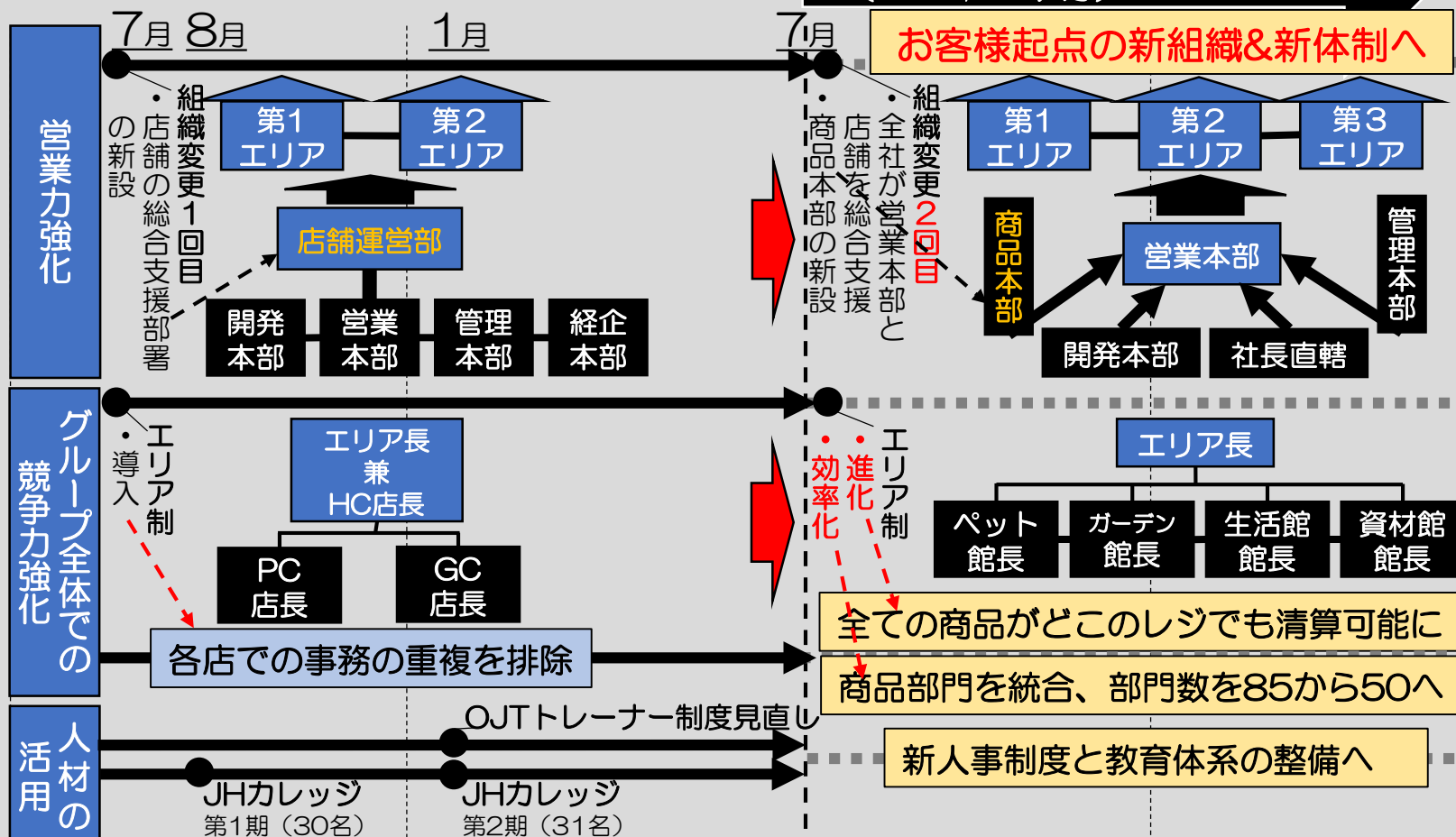
組織構造変革の進捗と今後

組織
構造
変革

◎経営執行力、営業力の強化のための変革

変革元年（18/6期）

構造変革の仕上げの年
（19/6期）



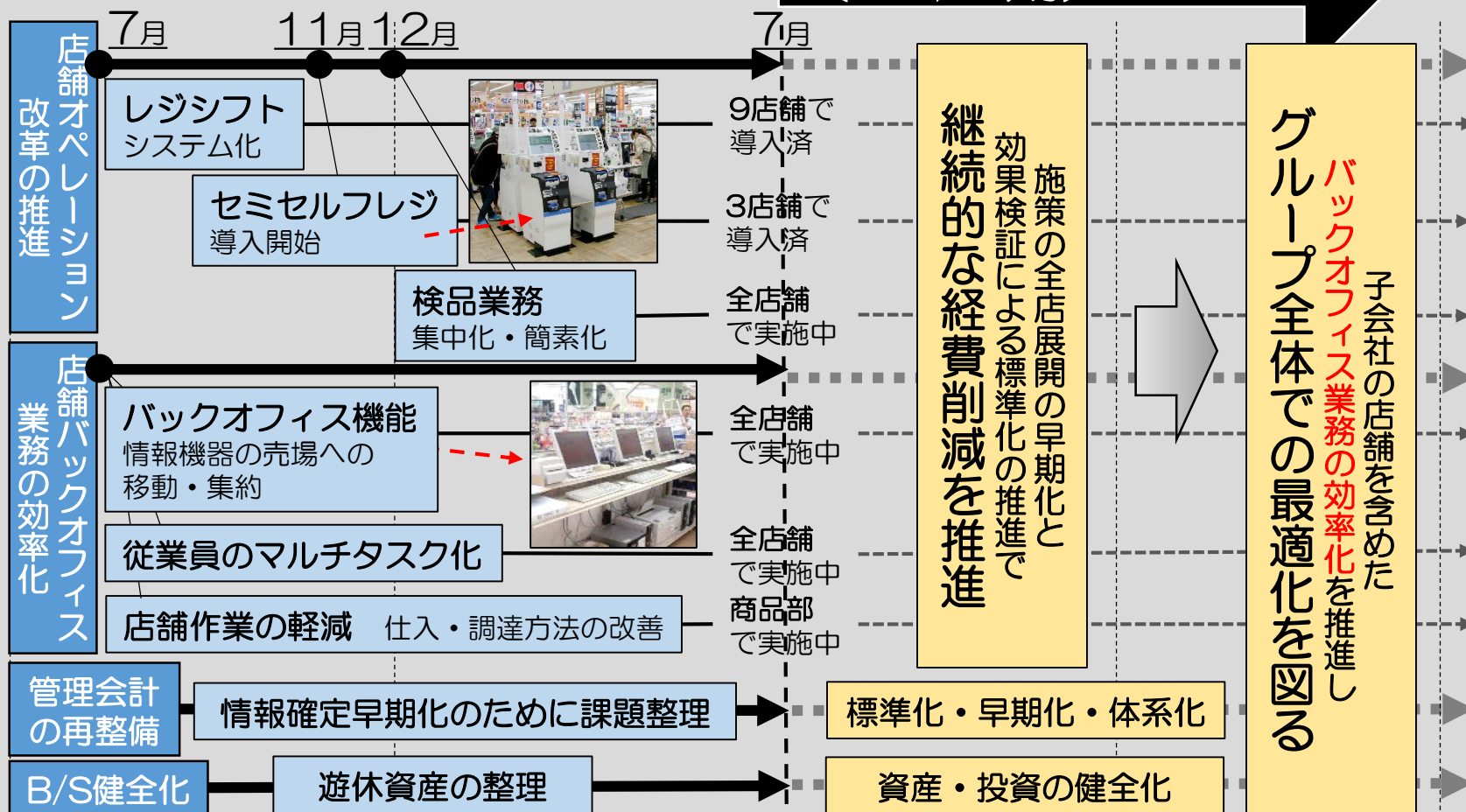
経費構造変革の進捗と今後

経費
構造
変革

◎利益とC/Fの最大化のための変革

変革元年（18/6期）

構造変革の仕上げの年
（19/6期）



MD構造変革の進捗と今後

MD
構造
変革

◎利益の稼げる仕組みへの変革

変革元年（18/6期）

構造変革の仕上げの年
（19/6期）



事業構造変革の進捗と今後

事業
構造
変革

◎事業ポートフォリオ再編、新たなマーケットの創出のための変革

変革元年（18/6期）

構造変革の仕上げの年
（19/6期）

6月

リフォーム事業統合



3月

成長分野の単独店オープン
（ペット、プロショップ）

4月

千葉店（都市型中型店舗）
リニューアルオープン

7月

統合のシナジー効果を発現

都市型中型店舗モデル確立
（女性・ファミリー層の取り込み）

単独店フォーマットの確立
と複数店舗展開へ

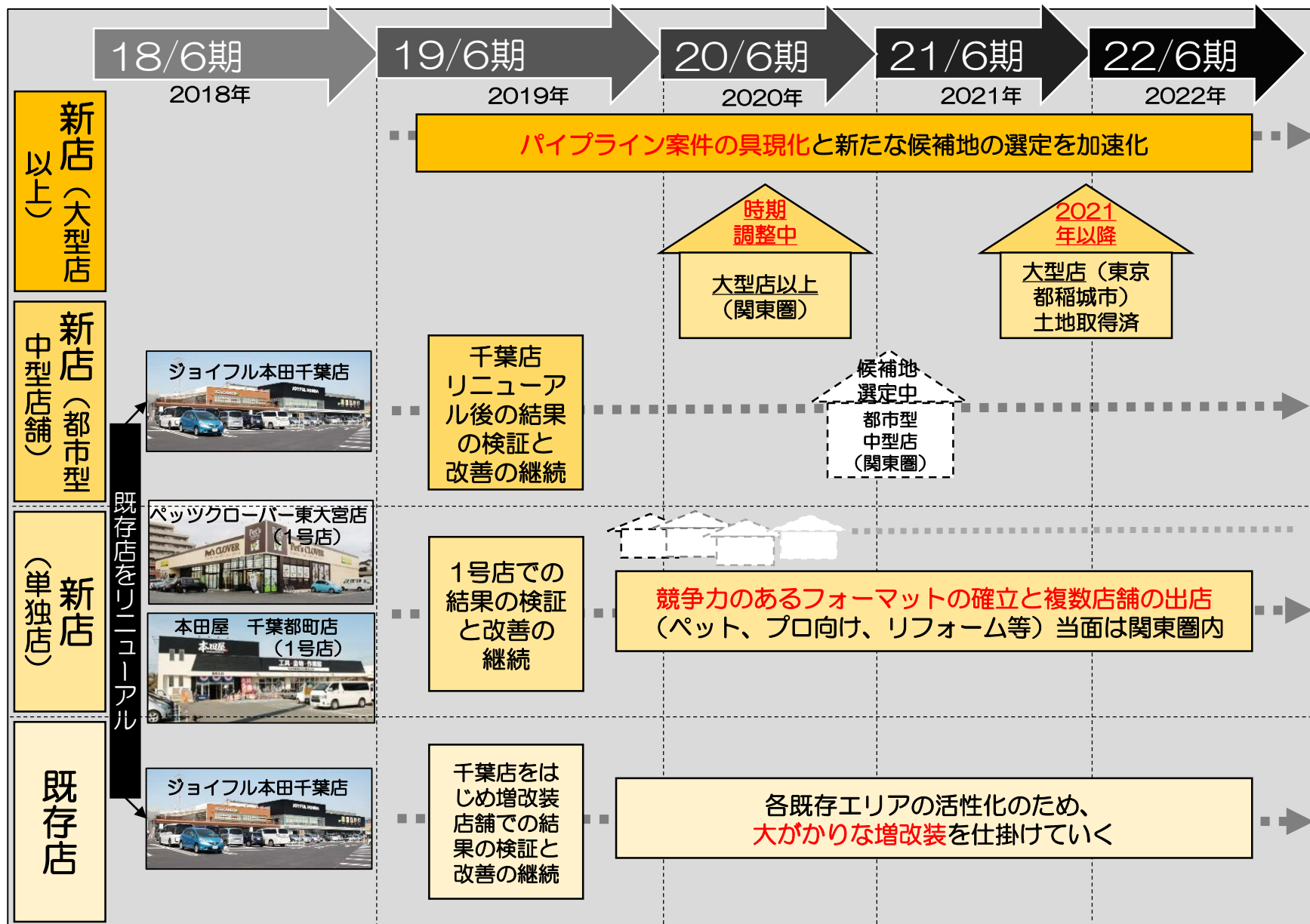


組織上の統合
（ガーデン、ペッ
トをホームセン
ターの傘下に）

一部店舗で売場の統合や再編

お客様起点のエリア内売場の
統合や再編⇒効果拡大へ

今後の投資について (19/6期以降)



既存店と多彩な単独店による市場の囲い込み

◎既存店での安定的な業績と新店の出店で関東圏における市場占有率の向上を目指す



単独店 ◎成長分野の単独店の展開

- リフォーム×1店舗 (Image of a store building)
- ペットショップ×1店舗 (Image of Pet's CLOVER store)
- プロショップ×1店舗 (Image of a store building)
- アンティーク×2店舗 (Image of THE GLOBE ANTIQUES store interior)

「お客様」の喜びが私達（企業）の喜びである

「ジョイフル本田」の名前には、

お客様にとってJOYが沢山あるお店・売場を創っていこう、

従業員にとってもJOYが溢れる活力ある会社になろう

という意味が込められています。

“JOY”とは？

＼ 感動体験 /

お客様のJOY

驚き・発見。体験・学び。
探していたものがある。

＼ 従業員の成長 /

私達のJOY

喜ばれる喜び、
やりがい、成長する喜び。

＼ 地域一番店 /

社会のJOY

地域のインフラとして
信頼できるお店。

＼ 持続的成長 /

取引先・ 株主のJOY

収益を上げ
永く社会に貢献する。

人々の価値観が多様化している今だからこそ、

次代に適合する「JOY」がFULLにある

新しい店舗のカタチ、新しい会社のカタチに

生まれ変わりたく、理念を見直しました。

JOYFUL HONDA

株式会社 ジョイフル本田

〒300-0813

茨城県土浦市富士崎一丁目16番2号

TEL.029-822-2215 (代表)・FAX029-822-7616

<https://www.joyfulhonda.com/>

