



JOYFUL HONDA

2015年6月期 決算説明会資料
2015年8月7日

株式会社 Joyful Honda



将来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、2015年8月6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になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、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. 15/6期・決算内容

2. 16/6期・経営計画

3. 15/6期・16/6期取組内容

4. 中期経営計画



金額: 百万円

| | 2014年6月期 実績 | | 2015年6月期 通期予想 | | 2015年6月期 実績 | | | |
|-------|----------------|-------------|------------------|-------------|----------------|-------------|--------|--------|
| | 実績 | (売上高 比率) | 予想 | (売上高 比率) | 実績 | (売上高 比率) | 前期比 | 予想比 |
| 売上高 | 176,782 | (100.0%) | 165,370 | (100.0%) | 162,351 | (100.0%) | 91.8% | 98.2% |
| 売上総利益 | 42,947 | (24.3%) | 40,960 | (24.8%) | 40,232 | (24.8%) | 93.7% | 98.2% |
| 営業収入 | 4,402 | (2.5%) | 4,500 | (2.7%) | 4,510 | (2.8%) | 102.4% | 100.2% |
| 営業総利益 | 47,350 | (26.8%) | 45,460 | (27.5%) | 44,742 | (27.6%) | 94.5% | 98.4% |
| 販管費 | 38,229 | (21.6%) | 38,300 | (23.2%) | 37,954 | (23.4%) | 99.3% | 99.1% |
| 営業利益 | 9,120 | (5.2%) | 7,160 | (4.3%) | 6,788 | (4.2%) | 74.4% | 94.8% |
| 経常利益 | 10,582 | (6.0%) | 8,390 | (5.1%) | 8,070 | (5.0%) | 76.3% | 96.2% |
| 当期純利益 | 6,412 | (3.6%) | 5,020 | (3.0%) | 4,560 | (2.8%) | 71.1% | 90.9% |

2015年6月期は、減収減益・計画未達で終わる



◎売上高

- ・減収(前期比91.8%、▲14,431(百万円))、新規出店なし
- ・ガソリン・灯油部門の減収(前期比80.3%、▲4,959(百万円))が減収額合計の約34%

◎販管費

- ・微減(前期比99.3%、▲275(百万円))
- ・減価償却費減(前期比93.5%、▲247(百万円))
- ・人件費微減(前期比99.9%、▲12(百万円))、水道光熱費微減(前期比98.8%、▲23(百万円))

◎営業利益

- ・減益(前期比74.4%、▲2,332(百万円))
- ・売上減⇒売上総利益の減少(前期比93.7%、▲2,715(百万円))が最大の要因

◎当期純利益

- ・減益(前期比71.1%、▲1,852(百万円))
- ・繰延税金資産447(百万円)の取崩しを含む

減収・減益の主因は売上高の減少



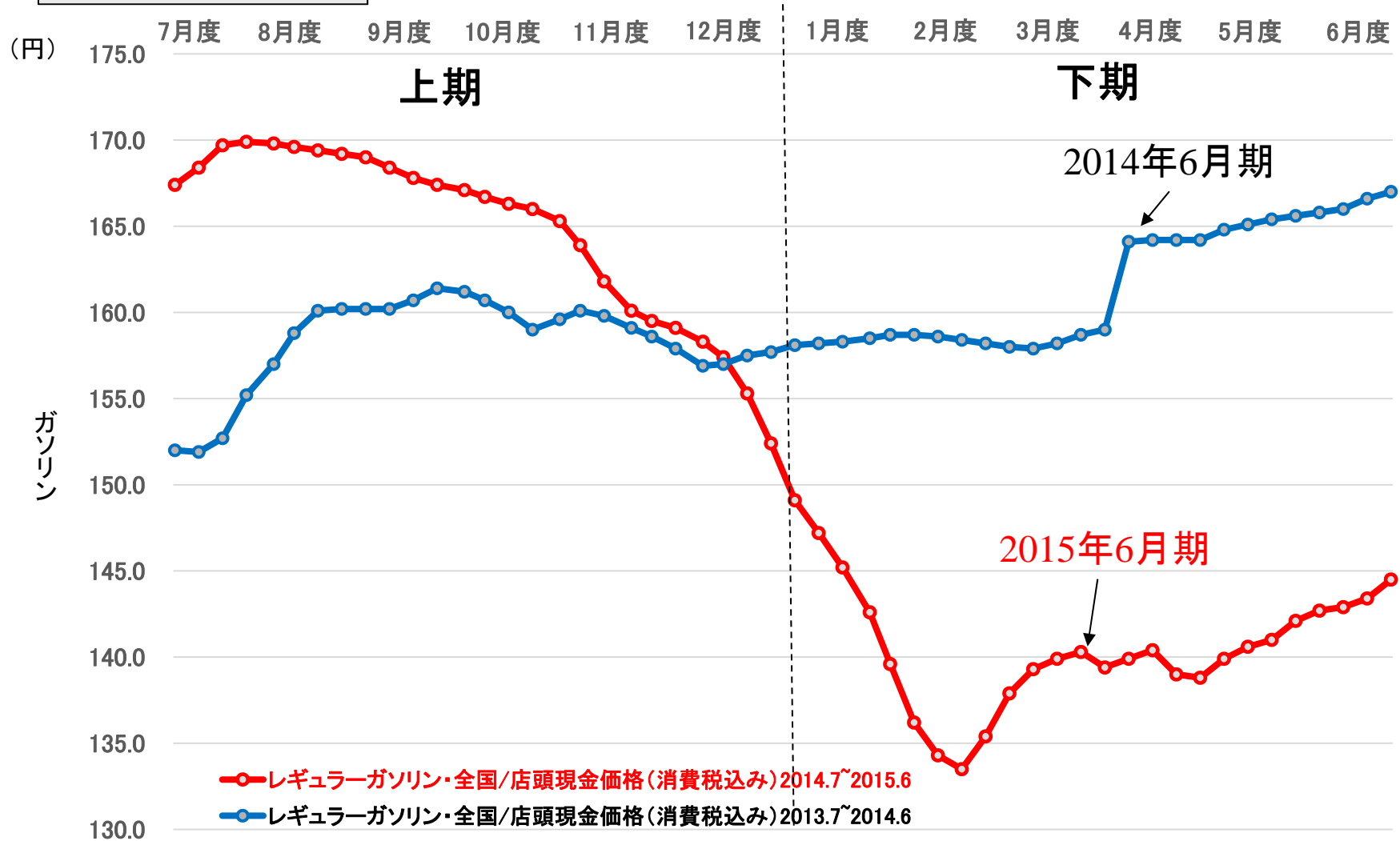
金額:百万円

| | 2014年6月期 | | 2015年6月期 | | | |
|-----------------|----------|--------|----------|--------|---------|--------|
| | 実績 | 構成比 | 実績 | 構成比 | 前期比(額) | 前期比(%) |
| 住まいに関する分野 | 68,939 | 39.0% | 63,943 | 39.4% | ▲4,995 | 92.8% |
| 住宅資材・DIY | 21,898 | 12.4% | 19,992 | 12.3% | ▲1,906 | 91.3% |
| 住宅インテリア | 9,596 | 5.4% | 8,716 | 5.4% | ▲879 | 90.8% |
| ガーデンライフ | 9,106 | 5.2% | 8,877 | 5.5% | ▲228 | 97.5% |
| アグリライフ | 9,483 | 5.4% | 8,861 | 5.5% | ▲622 | 93.4% |
| エクステリア | 6,129 | 3.5% | 5,762 | 3.5% | ▲367 | 94.0% |
| リフォーム | 12,724 | 7.2% | 11,732 | 7.2% | ▲991 | 92.2% |
| 生活に関する分野 | 106,115 | 60.0% | 96,678 | 59.5% | ▲9,436 | 91.1% |
| 生活雑貨 | 60,524 | 34.2% | 56,628 | 34.9% | ▲3,895 | 93.6% |
| ガソリン・灯油 | 25,231 | 14.3% | 20,271 | 12.5% | ▲4,959 | 80.3% |
| ペット | 8,220 | 4.6% | 8,057 | 5.0% | ▲162 | 98.0% |
| アート・クラフト、HC周辺事業 | 11,300 | 6.4% | 10,815 | 6.7% | ▲485 | 95.7% |
| ホームセンター事業合計 | 175,054 | 99.0% | 160,622 | 98.9% | ▲14,431 | 91.8% |
| その他 | 1,728 | 1.0% | 1,728 | 1.1% | 0 | 100.0% |
| 連結合計 | 176,782 | 100.0% | 162,351 | 100.0% | ▲14,431 | 91.8% |

ガーデンライフ、ペット、アート・クラフトなど善戦するも、ガソリン・灯油の減収額(▲4,959(百万円))は、減収額合計(▲14,431(百万円))の約34%



ガソリン価格の推移



下期はガソリン・灯油価格の下落により売上に大きく影響



金額:百万円

| | 上期 | | | | 下期 | | | | | |
|--------|--------------------|--------------------|-------------|--------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|--------|--------|
| | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | (売上高 比率) | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 予想 | 2015年 6月期 実績 | (売上高 比率) | 前期比 | 予想比 |
| 売上高 | 87,802 | 82,077 | (100.0%) | 93.5% | 88,980 | 83,292 | 80,273 | (100.0%) | 90.2% | 96.4% |
| 売上総利益 | 21,242 | 20,094 | (24.5%) | 94.6% | 21,705 | 20,865 | 20,138 | (25.1%) | 92.8% | 96.5% |
| 営業収入 | 2,176 | 2,233 | (2.7%) | 102.6% | 2,226 | 2,266 | 2,276 | (2.8%) | 102.2% | 100.4% |
| 営業総利益 | 23,418 | 22,328 | (27.2%) | 95.3% | 23,932 | 23,131 | 22,414 | (27.9%) | 93.7% | 96.9% |
| 販管費 | 18,807 | 18,731 | (22.8%) | 99.6% | 19,422 | 19,568 | 19,223 | (23.9%) | 99.0% | 98.2% |
| 営業利益 | 4,610 | 3,596 | (4.4%) | 78.0% | 4,510 | 3,563 | 3,191 | (4.0%) | 70.8% | 89.6% |
| 経常利益 | 5,334 | 4,304 | (5.2%) | 80.7% | 5,248 | 4,085 | 3,766 | (4.7%) | 71.8% | 92.2% |
| 四半期純利益 | 3,218 | 2,544 | (3.1%) | 79.1% | 3,194 | 2,475 | 2,016 | (2.5%) | 63.1% | 81.4% |

下期は前年の消費税増税の駆け込み需要の反動減、ガソリン・灯油の価格下落で減収・減益幅は拡大。一方で、売上総利益率の改善幅、販管費の減少幅は拡大



◎人件費：退職給付費用が増加するも、生産性向上施策の効果により、人件費は微減
(退職給付費用 前期比+259(百万円))

◎減価償却費：空調機器の入替、店舗への設備投資の一部が期ずれとなった影響

◎水道光熱費：LED照明への切替の効果が出始め、下期は減少に転じる

金額:百万円

| | 上期 | | | 下期 | | | 通期 | | |
|-------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|-------|--------------------|--------------------|-------|
| | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 |
| 販管費合計 | 18,807 | 18,731 | 99.6% | 19,422 | 19,223 | 99.0% | 38,229 | 37,954 | 99.3% |
| 人件費 | 11,518 | 11,513 | 100.0% | 11,445 | 11,438 | 99.9% | 22,963 | 22,951 | 99.9% |
| 減価償却費 | 1,892 | 1,783 | 94.2% | 1,946 | 1,807 | 92.9% | 3,838 | 3,591 | 93.5% |
| 水道光熱費 | 1,041 | 1,051 | 101.0% | 960 | 926 | 96.4% | 2,002 | 1,978 | 98.8% |

下期には、節電と生産性向上による経費削減効果が出始める



◎設備投資

金額:百万円

| | 上期 | | | 下期 | | | 通期 | | |
|------|--------------------|--------------------|-------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|-------|
| | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 |
| 設備投資 | 1,973 | 1,136 | 57.6% | 1,262 | 1,553 | 123.1% | 3,235 | 2,690 | 83.2% |

◎キャッシュフロー

金額:百万円

| | 上期 | | | 下期 | | | 通期 | | |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|--------|
| | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 | 2014年 6月期 実績 | 2015年 6月期 実績 | 前期比 |
| 営業活動によるキャッシュフロー | 4,556 | 5,621 | 123.4% | 3,146 | 2,756 | 87.6% | 7,702 | 8,377 | 108.8% |
| 投資活動によるキャッシュフロー | ▲2,407 | ▲1,337 | — | ▲1,345 | ▲711 | — | ▲3,753 | ▲2,049 | — |
| 財務活動によるキャッシュフロー | ▲1,118 | ▲1,569 | — | ▲201 | ▲247 | — | ▲1,320 | ▲1,816 | — |
| 現金及び現金同等物期末残高 | 36,629 | 40,943 | 111.8% | 38,228 | 42,740 | 111.8% | 38,228 | 42,740 | 111.8% |

設備投資は、店舗の増改装、LED照明への切替が主体



金額: 百万円

| | | 2014年6月期 期末 | 2015年6月期 期末 | 前期比 |
|--------------------------------------|---------|----------------|----------------|--------|
| 資 産 の 部 | 流動資産 | 98,865 | 103,488 | +4,622 |
| | 現金及び預金 | 75,224 | 80,278 | +5,053 |
| | 売掛金 | 2,036 | 2,280 | +244 |
| | 商品 | 19,639 | 19,355 | ▲284 |
| | 固定資産 | 78,405 | 77,052 | ▲1,352 |
| | 資産合計 | 177,270 | 180,541 | +3,270 |
| 負 債 ・ 純 資 産 の 部 | 流動負債 | 19,660 | 19,703 | +43 |
| | 買掛金 | 10,571 | 10,102 | ▲469 |
| | 固定負債 | 11,411 | 10,755 | ▲656 |
| | 負債合計 | 31,072 | 30,458 | ▲613 |
| | 純資産合計 | 146,198 | 150,082 | +3,883 |
| | 負債純資産合計 | 177,270 | 180,541 | +3,270 |

商品回転率は、減収の影響で8.3回(前期比▲1.3回)
商品在庫は、発注の見直しなどにより減少(前期比▲284(百万円))



1. 15/6期・決算内容

2. 16/6期・経営計画

3. 15/6期・16/6期取組内容

4. 中期経営計画



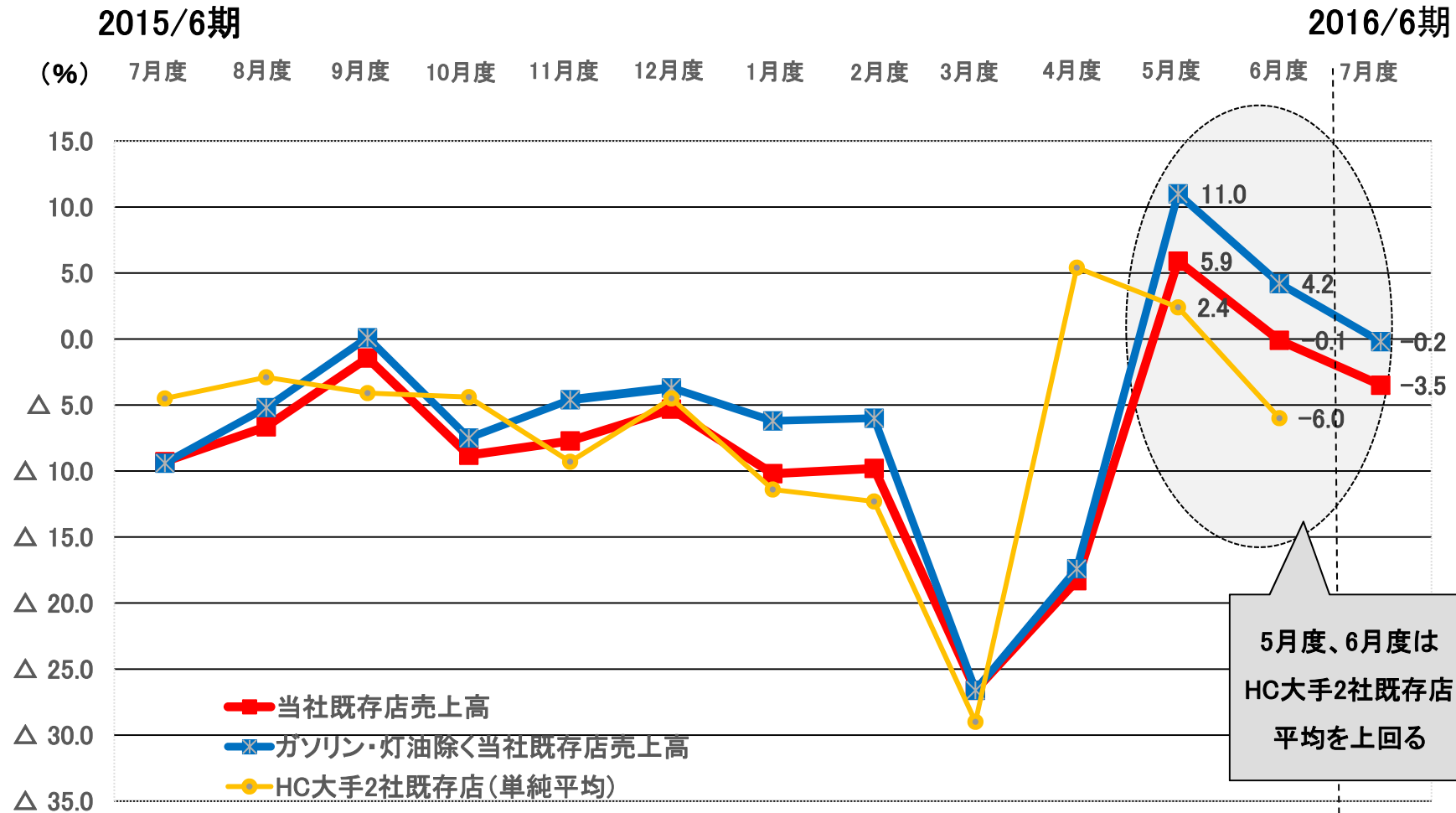
金額: 百万円

| | 通期 | | | | 上期 | | | | 下期 | | | |
|-----------------------|--------------------|--------------------|-------------|--------|--------------------|--------------------|-------------|--------|--------------------|--------------------|-------------|--------|
| | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 予想 | (売上高 比率) | 前期比 | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 予想 | (売上高 比率) | 前期比 | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 予想 | (売上高 比率) | 前期比 |
| 売上高 | 162,351 | 163,800 | (100.0%) | 100.9% | 82,077 | 81,100 | (100.0%) | 98.8% | 80,273 | 82,700 | (100.0%) | 103.0% |
| 売上総利益 | 40,232 | 41,200 | (25.2%) | 102.4% | 20,094 | 20,400 | (25.2%) | 101.5% | 20,138 | 20,800 | (25.2%) | 103.3% |
| 営業収入 | 4,510 | 4,550 | (2.8%) | 100.9% | 2,233 | 2,260 | (2.8%) | 101.2% | 2,276 | 2,290 | (2.8%) | 100.6% |
| 営業総利益 | 44,742 | 45,750 | (27.9%) | 102.3% | 22,328 | 22,660 | (27.9%) | 101.5% | 22,414 | 23,090 | (27.9%) | 103.0% |
| 販管費 | 37,954 | 38,450 | (23.5%) | 101.3% | 18,731 | 18,860 | (23.3%) | 100.7% | 19,223 | 19,590 | (23.7%) | 101.9% |
| 営業利益 | 6,788 | 7,300 | (4.5%) | 107.5% | 3,596 | 3,800 | (4.7%) | 105.7% | 3,191 | 3,500 | (4.2%) | 109.7% |
| 経常利益 | 8,070 | 8,400 | (5.1%) | 104.1% | 4,304 | 4,380 | (5.4%) | 101.8% | 3,766 | 4,020 | (4.9%) | 106.7% |
| 当期純利益 | 4,560 | 5,300 | (3.2%) | 116.2% | 2,544 | 2,730 | (3.4%) | 107.3% | 2,016 | 2,570 | (3.1%) | 127.5% |
| 参考:売上高(ガ ソリン・灯油除く) | 142,079 | 145,200 | (88.6%) | 102.2% | 71,637 | 72,200 | (89.0%) | 100.8% | 70,442 | 73,000 | (88.3%) | 103.6% |

下期は施策効果で増収へ転換、増益幅も拡大へ
ガソリン・灯油を除く売上高は上期から増収へ転換を計画



(前年同月比)
2016/6期



※当社は20日締め、大手2社は月末締め

前年の消費税増税の反動も一巡
5月度以降HC大手2社既存店平均を上回る



◎設備投資

金額:百万円

| | 上期 | | | 下期 | | | 通期 | | |
|-------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|--------|
| | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 計画 | 前期比 | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 計画 | 前期比 | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 計画 | 前期比 |
| 設備投資額 | 1,136 | 3,808 | 335.1% | 1,553 | 2,051 | 132.0% | 2,690 | 5,859 | 217.8% |

◎減価償却費

金額:百万円

| | 上期 | | | 下期 | | | 通期 | | |
|-------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|--------|--------------------|--------------------|--------|
| | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 計画 | 前期比 | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 計画 | 前期比 | 2015年 6月期 実績 | 2016年 6月期 計画 | 前期比 |
| 減価償却費 | 1,783 | 1,880 | 105.5% | 1,807 | 2,001 | 110.7% | 3,591 | 3,882 | 108.1% |

既存店の活性化、省エネ投資で、
投資額を前期比倍増で計画



1. 15/6期・決算内容

2. 16/6期・経営計画

3. 15/6期・16/6期取組内容

4. 中期経営計画



◎重点戦略

1. 既存店への設備投資

- ①既存店の増改装
- ②テナント収入の増加

2. 利益率改善 & コストコントロール

- ①売上総利益の改善
- ②販管費の削減
- ③業務プロセスの見直し

3. 客数・客単価向上

- ①客数の増加
- ②客単価の増加



◎施策① 既存店の増改装 15/6期の評価△

- ・富里店 : リフォーム・エクステリア・ガーデンセンターの一体モデル
(⇒16/6期計画 資材館増築)
- ・市原店 : ペットセンター新棟建設、エクステリアセンター移転でリフォームと一体化
(⇒16/6期計画 HC前売場の増築)
- ・宇都宮店: ホームセンターにて車検事業開始
(⇒16/6期計画 塗料センター新設)
- ・ニューポートひたちなか店: (株)ジョイフル車検・タイヤセンター2号店開業
- ・ガーデンセンターに屋根付き売場新設(荒川沖店、八千代店、新田店、千葉ニュータウン店、宇都宮店)
- ・電気自動車充電設備の導入(千葉ニュータウン店、宇都宮店、千代田店)
(⇒16/6期計画 11店舗に導入)
- ・他に16/6期に下記を実施予定
 - ・車検タイヤセンターの新設 (瑞穂店、新田店) ・農産物直売所の新設 (瑞穂店、幸手店)
 - ・ペットトリミングスクールの開設(千葉ニュータウン店) ・動物病院の新設(古河店、守谷店)

既存店の活性化のため設備投資を継続的に実施



◎施策② テナント収入の増加 15/6期の評価○

- ・テナント収入 3,805(百万円) 前期比+83(百万円)
- ・新規テナントの導入、既存テナントの入替えを実施
 - ・千代田店： 店舗2階にファッション衣料テナント、ヘアカットを導入
 - ・富里店： 店舗駐車場に飲食テナントを導入
 - ・ニューポートひたちなか店： 店舗駐車場に飲食テナントを導入
 - ・千葉ニュータウン店： 店舗内に飲食テナントを導入

既存店の活性化と利益増のためテナントの導入・入替えを継続的に実施



◎施策③ 売上総利益の改善 15/6期の評価△

- ・売上総利益率 24.8% 前期比+0.5%
(⇒16/6期計画 25.2%と前期比+0.4%)
- ・付加価値の高い商品(主に輸入商品)の導入、仕入原価の低減を継続的に実施

◎施策④ 販管費の削減 15/6期の評価△

- ・販管費 37,954(百万円) 前期比▲275(百万円)
(⇒16/6期計画 38,450(百万円)と前期比101.3%と微増)
- ・LED照明への切替(古河店、幸手店、千葉店、守谷店、ニューポートひたちなか店、千葉ニュータウン店、宇都宮店、瑞穂店)計8店舗で実施
(⇒16/6期計画 ・LED照明切替工事 残7店舗 ・空調設備入替工事 10店舗
・屋上駐車場防水塗膜工事 2店舗)

◎施策⑤ 業務プロセスの見直し 15/6期の評価○

- ・レジつり銭差し替え業務の取り止め 全店実施済
- ・自動釣銭機の導入(荒川沖店、千葉店、守谷店、市原店、君津店)
(⇒16/6期計画 ・自動釣銭機の導入 残10店舗 ・分析サーバ導入)



仕入原価の低減
節電・業務改善で経費削減を推進



◎施策⑥(追加) 客数の増加 15/6期の評価×

- ・前期比95.3%(単体ベース)
- ・EC事業の強化(取扱い商品数の増加)
⇒売上高217(百万円) (前期比165.7%)
- ・資材館の早朝営業の拡大(千葉ニュータウン店、ニューポートひたちなか店)
- ・ジョイコミュのカード会員5,400名突破

◎施策⑦(追加) 客単価のアップ 15/6期の評価×

- ・前期比96.0%(単体ベース)
- ・店内POPの強化(商品、サービスに関する各種POPの見直し)
- ・店内回遊策の強化(店内売場配置図、誘導サインの見直し)



資材館早朝営業の拡大

(⇒16/6期計画 客単価のアップ×客数のアップで売上高100.9%(連結ベース)を目指す)

具体的には、上記施策の強化・横展開に加えて、

- ・商品:・リフォーム資材強化 ・アクティブシニア・女性向けの商材強化 ・価値伝達力の強化
- ・サービス:・ネット取置サービス ・トラック貸出 ・デジタルサイネージ ・カード戦略 ・戦略的PR

商品・サービスの拡充・強化により、客数・客単価の向上を図る



競争力の源泉～高いモチベーションをもった従業員(責任感、効率性、親切心)

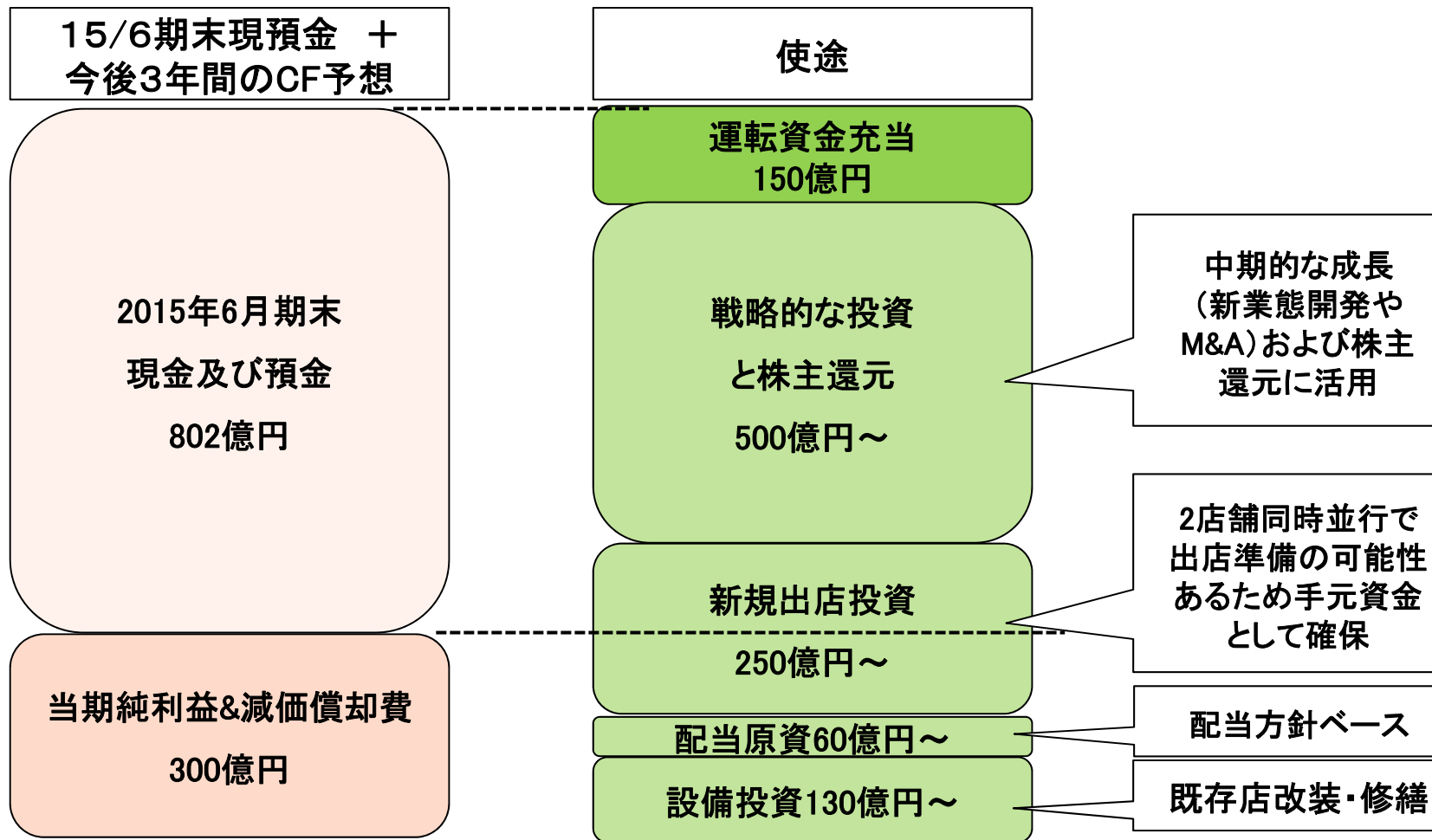
注 1.正社員に、準社員(特定部門の専門知識・技能を有し、担当部門において正社員を補完する契約社員)を含んだ比率

なお、本頁の当社の数字は、全て2015年6月期の実績を基に作成

2.売上高総利益率に商品回転率を乗じたもので、商品が効率良く利益を生み出していることを測る指標

3.交叉比率の上場大手7社平均は、各社の決算短信を基に作成

重点戦略の各種施策の実行により
差別化されたビジネスモデルの強化を図る



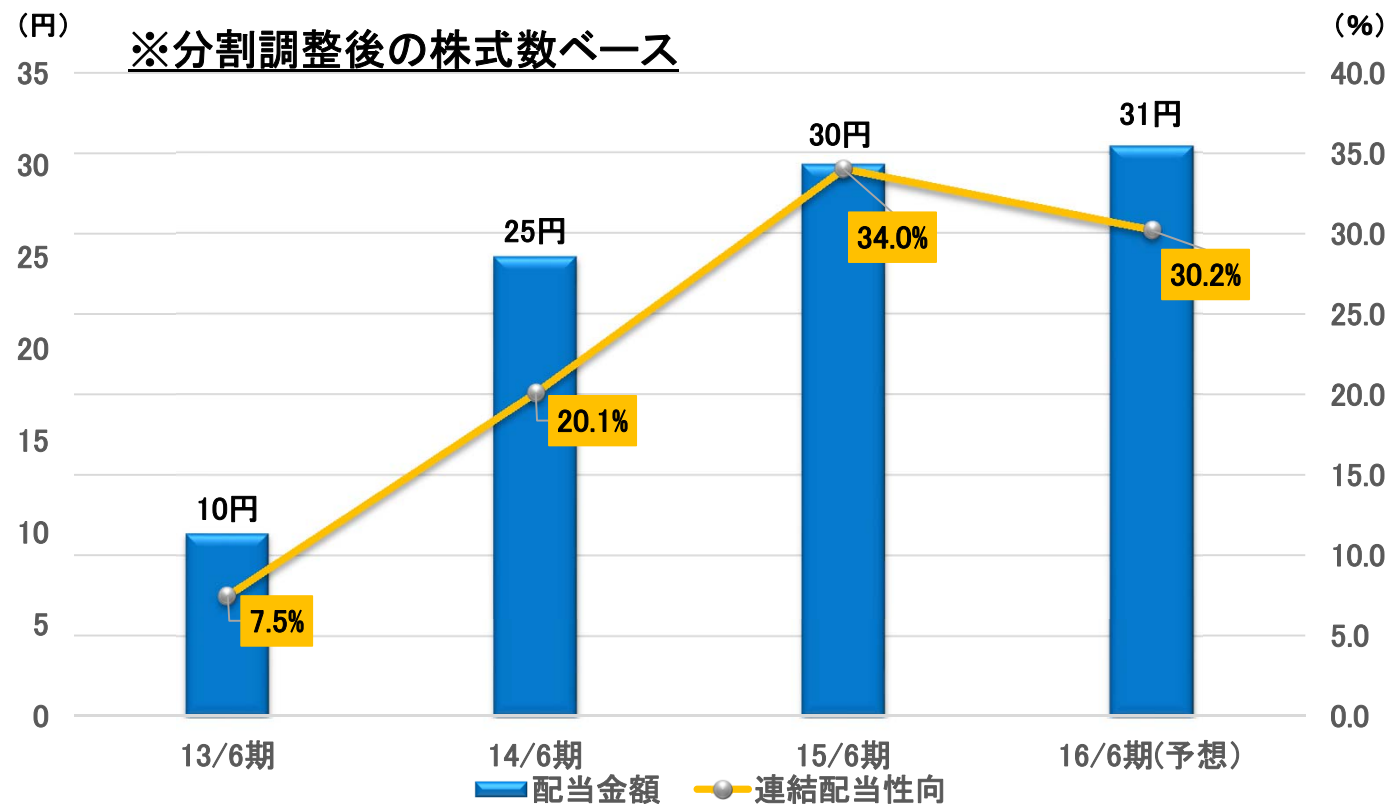
今後3年間のCFと現預金の使途を明確化
成長戦略と株主還元のために有効活用



◎基本方針

中期的には、連結配当性向30%を目途に、継続的かつ安定的に配当水準を向上

◎配当金額と連結配当性向の推移



今期の配当は31円(前期比1円増)を予定



◎株式分割を実施 1株を2株に分割

効力発生日 2015年6月21日

◎株主優待制度の一部変更を実施（変更後の優待内容は2016年6月20日現在の株主様が対象）

| 変更前(株式分割前) | | 変更後(株式分割後) | |
|--------------------|---------------|----------------------|---------------|
| 保有株式数 | 優待内容 (商品券) | 保有株式数 | 優待内容 (商品券) |
| 新設 | | 100株以上 200株未満 | 2,000円分 |
| 100株以上 500株未満 | 4,000円分 | 200株以上 1,000株未満 | 4,000円分 |
| 500株以上 1,000株未満 | 8,000円分 | 1,000株以上 2,000株未満 | 8,000円分 |
| 1,000株以上 | 16,000円分 | 2,000株以上 | 16,000円分 |



※または、当社オンラインショップでの同額のお買物も可能。(https://joyfulhonda.jp/)

株式分割にともない株主優待制度を一部拡充



1. 15/6期・決算内容

2. 16/6期・経営計画

3. 15/6期・16/6期取組内容

4. 中期経営計画



◎想定環境

- ・人口減少とオーバーストア化による競争の激化
 - ・HC市場の成長鈍化、大手HC同士の生き残りをかけた競争の激化
 - ・急成長するネット通販も含め、異業種を含めた競争の激化
- ・コストアップ
 - ・円安と原料高を背景とした商品価格の上昇
 - ・建築コストの増加
 - ・社会保険料拡大による人件費の増加
- ・景気回復による人材確保難
- ・2017年4月に予定される消費税の再増税(中計の2年目の下期)
- ・アクティブシニア層の拡大、女性の活躍拡大
- ・堅調なリフォーム需要
- ・DIY需要の盛り上がり

景気回復基調の中でさらなる競争の激化が進行するも
新たな購買層の台頭やリフォーム・DIY需要の堅調な伸びを見込む



基本方針

～地域一番店としてお客様の支持を得続けること～

重点戦略

狙い

- | | |
|-------------------|---------------------------------------|
| 1. 新たな顧客 戦略の推進 | ◆ 新規顧客、休眠顧客の開拓 ◆ 既存顧客の囲い込み |
| 2. 商品戦略 の強化 | ◆ 独自開発商品の増加 ◆ EC事業とリアル店舗の連携強化 |
| 3. 店舗運営戦略 の強化 | ◆ 当社の強みを活かした店舗運営の強化 ◆ 業務効率化による経費削減 |
| 4. 成長戦略 の推進 | ◆ 新規出店の積極化 ◆ 業界集約化への対応 |

基本方針と4つの重点戦略を明確化



金額:百万円

| 中期経営計画 業績目標 | 2015年6月期 | | 2018年6月期 | | |
|----------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|
| | 実績 | (売上高 比率) | 予想 | (売上高 比率) | (15/6期比) |
| 売上高 | 162,351 | (100.0%) | 172,300 | (100.0%) | 106.1% |
| 営業利益 | 6,788 | (4.2%) | 10,280 | (6.0%) | 151.4% |
| 経常利益 | 8,070 | (5.0%) | 11,430 | (6.6%) | 141.6% |
| 当期純利益 | 4,560 | (2.8%) | 7,500 | (4.4%) | 164.4% |
| 期末店舗数 | 15 | | 16 | | |

※中期経営計画期間:2016年6月期~2018年6月期

3年間で新店1店舗の出店と利益率の改善を推進



金額: 百万円

| 売上高 | 2015年6月期 | | 2018年6月期 | | | |
|-----------------------|----------|--------|----------|--------|---------------|---------------|
| | 実績 | 構成比 | 予想 | 構成比 | 15/6期比 (額) | 15/6期比 (%) |
| 住まいに関する分野 | 63,943 | 39.4% | 72,200 | 41.9% | 8,256 | 112.9% |
| 生活に関する分野 | 96,678 | 59.5% | 98,300 | 57.1% | 1,621 | 101.7% |
| ホームセンター事業合計 | 160,622 | 98.9% | 170,500 | 99.0% | 9,877 | 106.1% |
| その他の | 1,728 | 1.1% | 1,800 | 1.0% | 71 | 104.2% |
| 連結合計 | 162,351 | 100.0% | 172,300 | 100.0% | 9,948 | 106.1% |
| 参考：売上高 (ガソリン・灯油除く) | 142,079 | 87.5% | 154,000 | 89.4% | 11,920 | 108.4% |

※住まいに関する分野: 住宅資材・DIY、住宅インテリア、ガーデンライフ、アグリライフ、エクステリア、リフォーム

生活に関する分野 : 生活雑貨、ガソリン・灯油、ペット、アート・クラフト・HC周辺事業

元々の強みである『住まいに関する分野』を重点的に強化していく方針



| 狙い | 取組 | 主な効果 |
|------------------|--|------------------|
| 新規顧客、 休眠顧客の開拓 | <ul style="list-style-type: none">◆ メディア関連情報を一元管理する部署の新設◆ 外部人材も活用した従来にない積極的PR活動の実施 | 客数UP |
| 既存顧客の 囲い込み | <ul style="list-style-type: none">◆ 顧客購買情報分析ツールを導入し、主管部署の新設による効果的な販促活動実施◆ 自社カードのサービス拡充による来店動機付け強化 | 来店頻度UP 買上点数UP |

新たな顧客戦略で、客数、客単価、来店頻度の向上を目指す



| 狙い | 取組 | 主な効果 |
|--------------|---|-----------------|
| 独自開発商品の増加 | <ul style="list-style-type: none">◆ 顧客ニーズにマッチした商品開発を推進する体制の構築◆ 顧客購買情報を活用した商品開発 | 来店頻度UP 利益率UP |
| EC事業と店舗の連携強化 | <ul style="list-style-type: none">◆ オンラインショップでの資材商品・サービスの拡充◆ 自社サイトでのDIYレシピ拡大による簡易体験からの購買促進 | 客数UP 来店頻度UP |

商品戦略の強化で、来店頻度、客数、利益率の向上を目指す



| 狙い | 取組 | 主な効果 |
|--------------------------|--|--------------------------------------|
| <p>当社の強みを活かした店舗運営の強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品部門損益分析を反映した売場作り ◆ 顧客購買情報を活用した売場作り ◆ 既存店の増改装による利便性の向上 ◆ 社内教育ツールの活用及び資格奨励制度による接客の強化 | <p>買上点数UP 売上総利益UP 営業利益UP</p> |
| <p>経費削減</p> | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 店舗業務(検品・レジ・管理業務等)の効率化 ◆ 総労働時間分析による徹底した管理 ◆ 店舗別商品部門営業損益の可視化による利益意識の醸成 | <p>営業利益UP</p> |

強みを生かした店舗運営戦略の強化と経費削減の推進で、買上点数、売上総利益、営業利益の向上を目指す



従来の出店基本方針

店舗形態: 超大型店が基本

✓ 遠方からの集客を可能にする独自の店舗運営が強み

エリア: 関東エリア

✓ 北関東自動車道、圏央道沿いを基本に候補地を検討

進化した超大型店の追求

✓ 新たな建築スタイル、新商品・新サービスの付加・拡充

長期的な課題認識と新たな挑戦

- ◆ 既存方針に沿った出店余地の減少
- ◆ 成長の為の計画的な出店の必要性



都市部への中小型店展開に挑戦

計画的な出店に向けた仕組み作り

- ◆ 不動産案件発掘目標の設定と見える化
- ◆ 外部人材の採用による開発力の強化
- ◆ 開発本部内に開発Gの新設

都市部中小型店開発に向けた取組

- ◆ 特徴ある品揃えに対応した店舗フォーマットの開発
- ◆ 効率的な店舗運営の為の仕組み作りの検討

都市部の中小型店展開に挑戦するための取組も強化
今後3年間で最低1店舗の出店を目指す



・敷地面積10万㎡超、売場面積5万㎡超

・北関東自動車道、圏央道沿いの候補地

・遠方からの集客

・当社独自の店舗運営に強み

・建築費の高騰への対応

・新たな建築スタイル

・新商品・新サービスの付加・拡充

・テナントの活用

・都市部での中小型店出店の検討も積極化

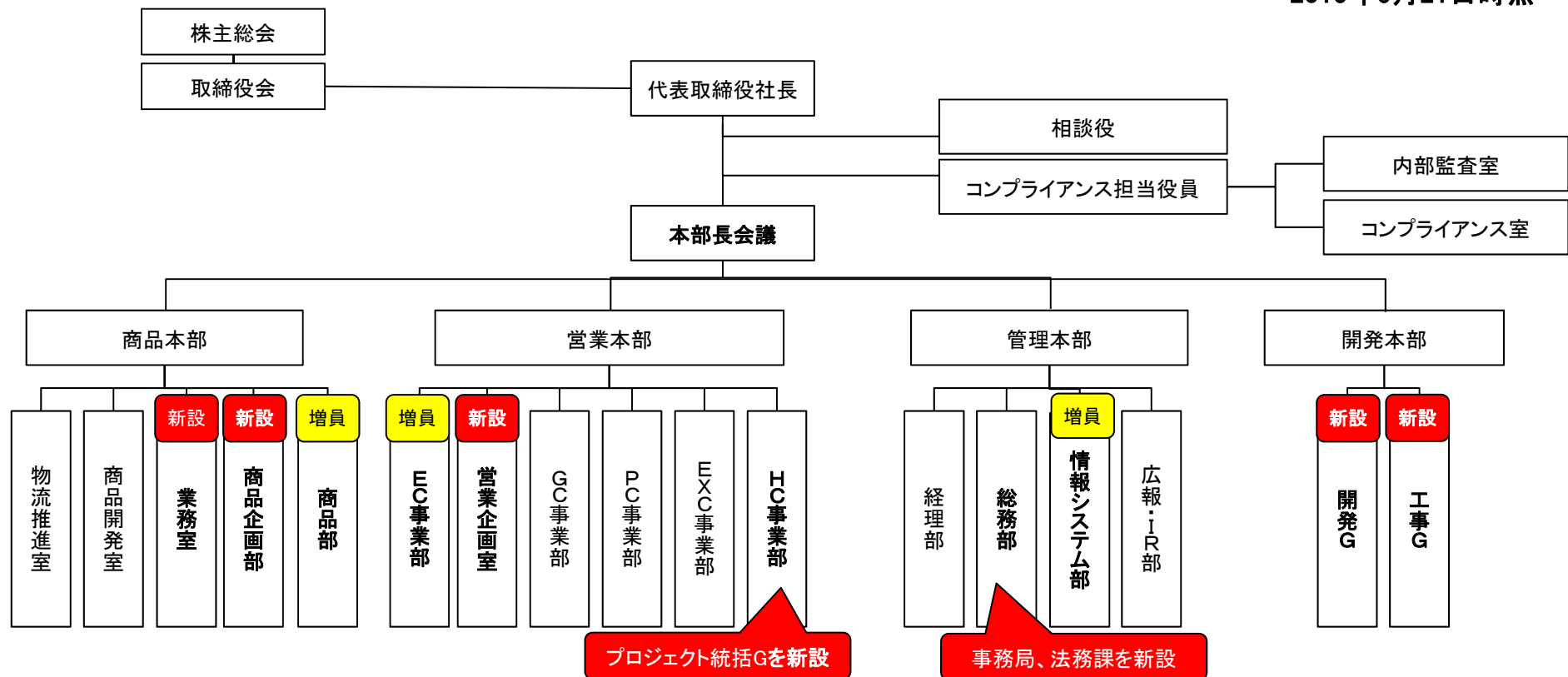


超大型店は北関東自動車道、圏央道沿い
 中小型店は都市部にて具体案を検討中



店舗支援を実行する新しい組織体制

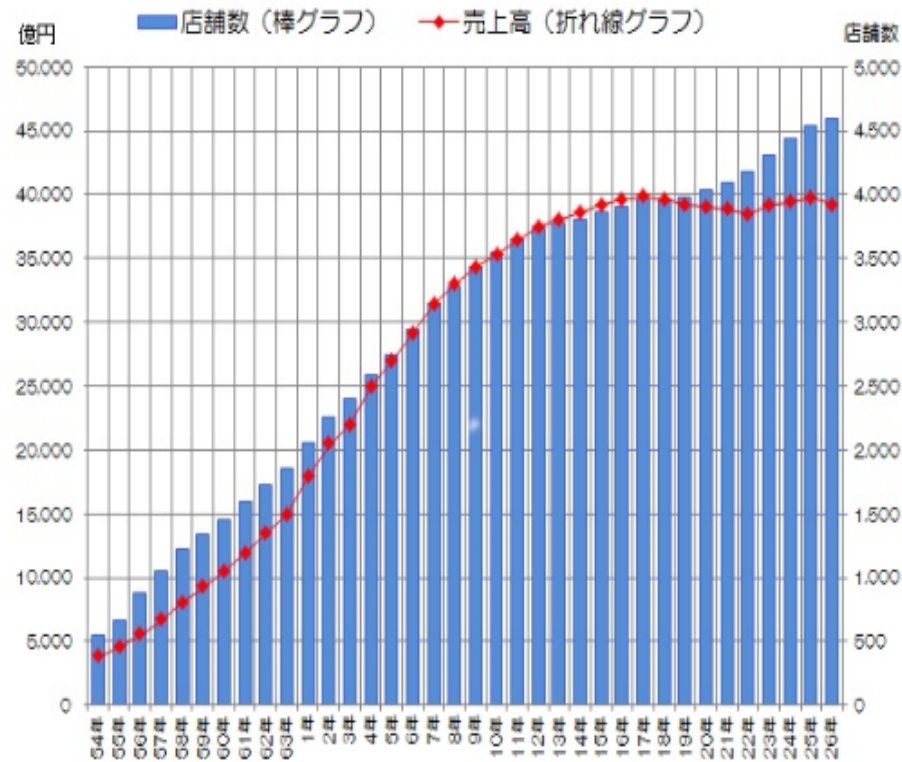
2015年6月21日時点



組織の新設や増員を行い、新たな取組みを推し進める



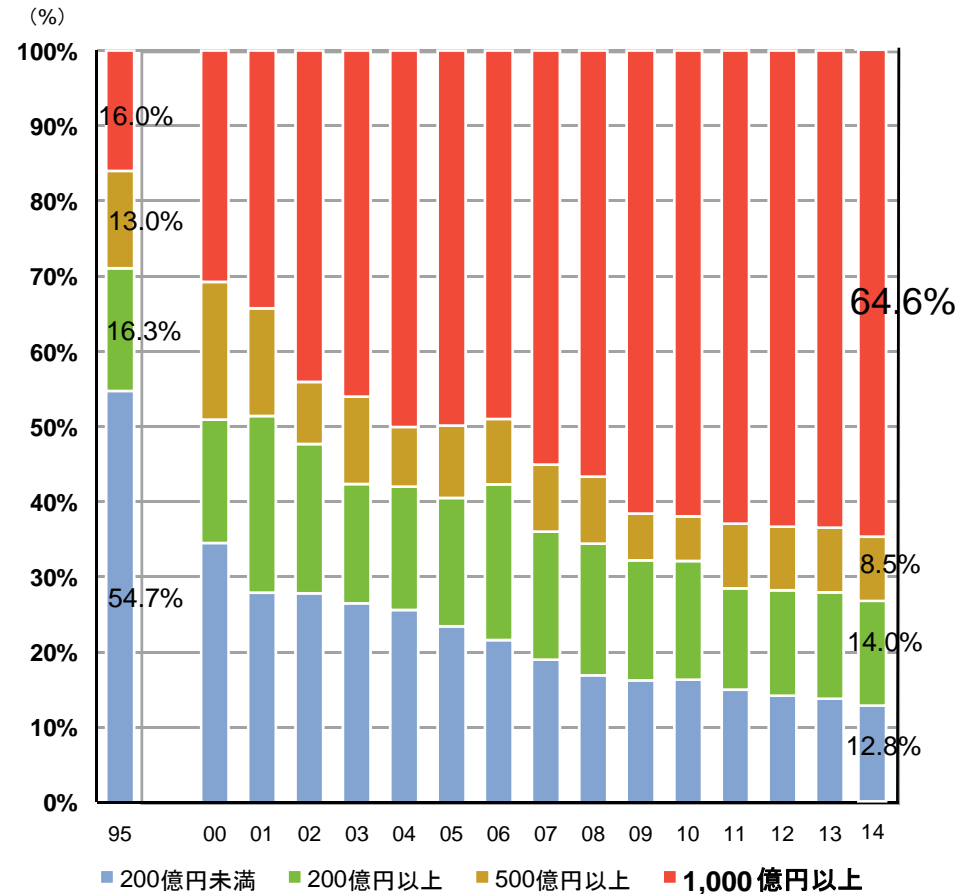
ホームセンター業界市場規模推移



震災特需以降、オーバーストア化の加速で既存店売上高はマイナス傾向
2015年は消費税増税の反動減で業界全体が苦戦を強いられる



企業規模別ホームセンター市場占拠率



売上高1,000億円以上の企業による市場占拠率は約65%(2014年)

本資料についてのご注意

本資料に記載されている将来に関する見通しは、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した見通しであり、不確実性やリスクを含んでおります。したがって、実際の結果は様々な要因によって見通しと異なる可能性があります。ご了承ください。

JOYFUL HONDA

お問い合わせ先
広報・IR部

