



ジョイフル本田、営業・経常利益は2期連続で過去最高 当期純利益も会社設立以来の最高益を達成

株式会社ジョイフル本田 2022年6月期決算説明会



株式会社ジョイフル本田
3191・東証プライム・小売業

フォロー

2022年8月4日に行われた、株式会社ジョイフル本田2022年6月期決算説明会の内容を書き起こしでお伝えします。

スピーカー 株式会社ジョイフル本田 代表取締役社長CEO 細谷武俊 氏

提供 株式会社ジョイフル本田

企業ホームページ <https://www.joyfulhonda.com/>

2022年6月期決算説明会

細谷武俊氏：株式会社ジョイフル本田、代表取締役社長CEOの細谷武俊でございます。本日はご多用のところ、ご出席いただき誠にありがとうございます。それでは、2022年6月期の決算について説明いたします。

22/6期 決算のポイント

22/6期 決算のポイント

- 1 過去最高益(営業・経常利益)を2期連続で達成**
 - ・当期純利益も過去最高
 - ・新経営指標であるEBITDAマージンは、業界最高水準の12.1%
- 2 「付加価値の源泉」 売上総利益率の継続的向上**
 - ・3年間で3ポイント増加し、過去最高の32.4%へ
 - ・お客様の潜在的ニーズに訴求するMDと売場創造が奏功

<当資料の前提>

- ・22/6期の決算業績対象範囲を基本とし、実質比較のため、それ以前も同じ業績対象範囲で算出した数値で記載
- ・22/6期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用、実質比較のため、それ以前も同じ基準で算出した数値で記載
- ・上記により、過年度の数値は決算短信に記載の数値とは一部異なる

2022年6月期の決算のポイントです。

当該年度は、「売上高伸長への再挑戦」「マージン改善とコストコントロールの継続」「未来へ向けた積極投資」の3点を重点的に取り組みました。

結果として、営業利益および経常利益は2期連続で過去最高益、当期純利益も会社設立以来の過去最高となりました。

お客さまの潜在的ニーズに訴求することを主眼としたマーチャンダイジングと売場創造の継続的な実行によって、「付加価値の源泉」である売上総利益率も継続的に向上しています。

主要P/L項目および経営指標

主要P/L項目および経営指標

実質比較	21/6期	22/6期	予想比		前期比	
			金額	%	金額	%
売上高	130,493 (100.0)	123,555 (100.0)	△7,444	94.3	△6,938	94.7
売上総利益	41,341 (31.7)	40,000 (32.4)	△1,899	95.5	△1,341	96.8
営業利益	11,506 (8.8)	12,238 (9.9)	+438	103.7	+731	106.4
経常利益	12,773 (9.8)	13,224 (10.7)	+324	102.5	+451	103.5
純利益	8,985 (6.9)	11,098 (9.0)	+2,098	123.3	+2,113	123.5
EBITDA	14,292	14,932	-	-	+640	104.5
EBITDAマージン	11.0%	12.1%	-	-	-	+1.1 ポイント
ROE	8.2%	9.7%	-	-	-	+1.5 ポイント
EPS	129円	165円	-	-	+36円	127.9

EBITDA

14,932 百万円
(前年比 +4.5%)

EBITDAマージン

12.1 %
(前年比 +1.1ポイント)

ROE

9.7 %
(前年比 +1.5ポイント)

注：単位は百万円、%、()内は売上高比率、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

主要P/L項目および経営指標について、こちらをご覧ください。

原材料が高騰し続ける経済環境においても、粗利ミックスやシェアード・サービスによる間接部門の統合・効率化、そしてデジタルツールの活用などを推進してきた結果、営業利益以下すべての利益レベルで過去最高益となりました。

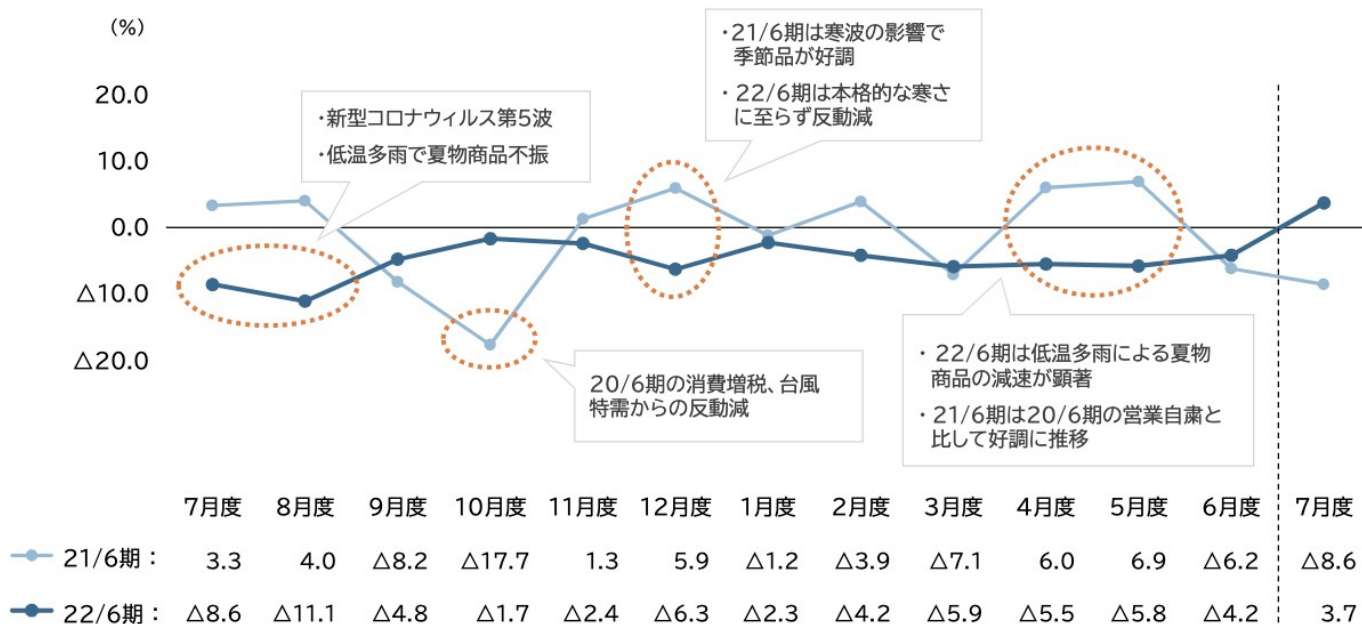
また、5月6日に公表した中期経営計画における定量目標の3つの柱、EBITDA・ROE・売上高ですが、EBITDAは149億3,200万円、前年比プラス4.5パーセント、EBITDAマージンは12.1パーセント、前年比プラス1.1ポイント、ROEは9.7パーセント、前年比プラス1.5ポイントと、前年を大幅に上回る事ができました。

月次売上高の対前年同月比

月次売上高の対前年同月比

- ▶ 2大マイナス要因：①大量消費財の価格政策転換
②天候不順による工事遅延と園芸関連需要の減少 (売上高前年比△5.3%)

前年同月比 (20日締、ガソリン・灯油除く)



続いて、月次売上高の対前年同月比推移のグラフです。売上高前年比は、残念ながら前年を5ポイント強、下回る結果となりました。

売上高マイナスの2大要因としましては、「大量消費財の価格政策転換」と「天候不順による工事遅延および園芸関連需要の減少」が挙げられます。

消費財のEveryday Low Price戦略への転換は、安心価格の訴求であると同時に、新たな価値創造を創出する商品群をお客さまに継続提供する施策でもあります。粗利率改善の一方で、薄利多売傾向の商品の入れ替えを実施したことが、売上高にはマイナスに作用しました。

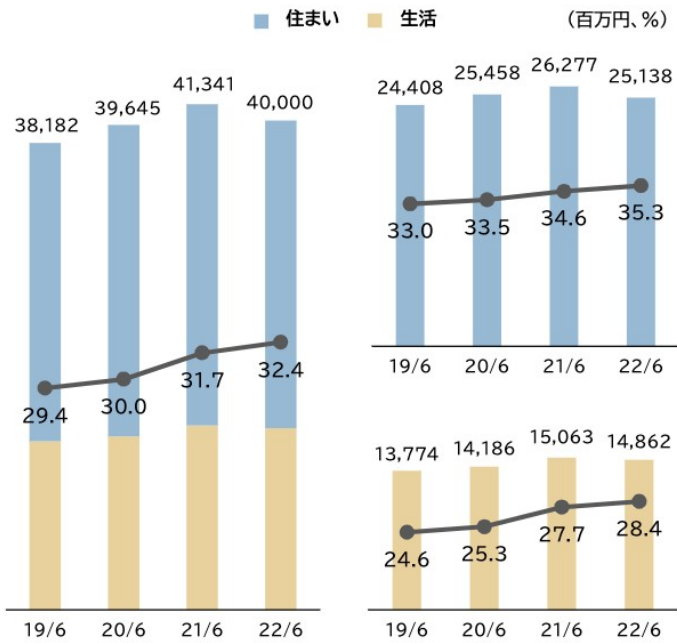
また、季節の変わり目に発生する激甚気象によって、特に住宅改築工事の大幅な遅れと、シーズナルな園芸関連の商材が大きく影響を受けました。

売上総利益および販管費

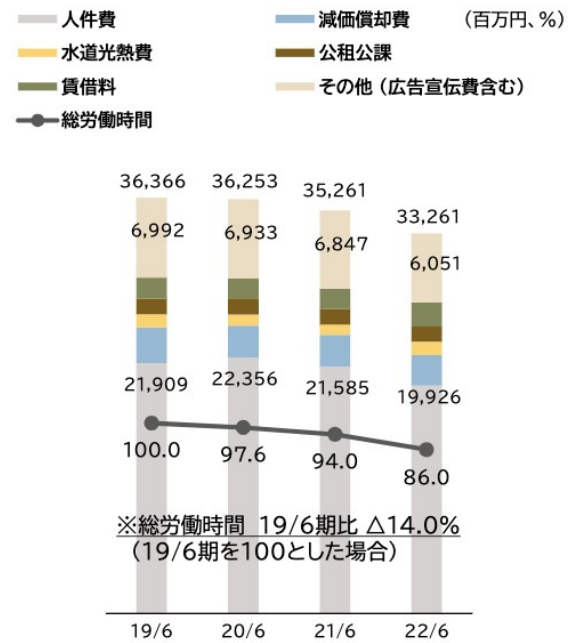
売上総利益および販管費

- ▶ 「稼ぐ力」=売上総利益率は、前年比0.7ポイントUP
- ▶ 拠点別損益管理の徹底により、全社に経営マインドが浸透

売上総利益 (ガソリン・灯油除く)



販管費と総労働時間の推移



左サイドのグラフが売上総利益、右側が販管費の推移です。

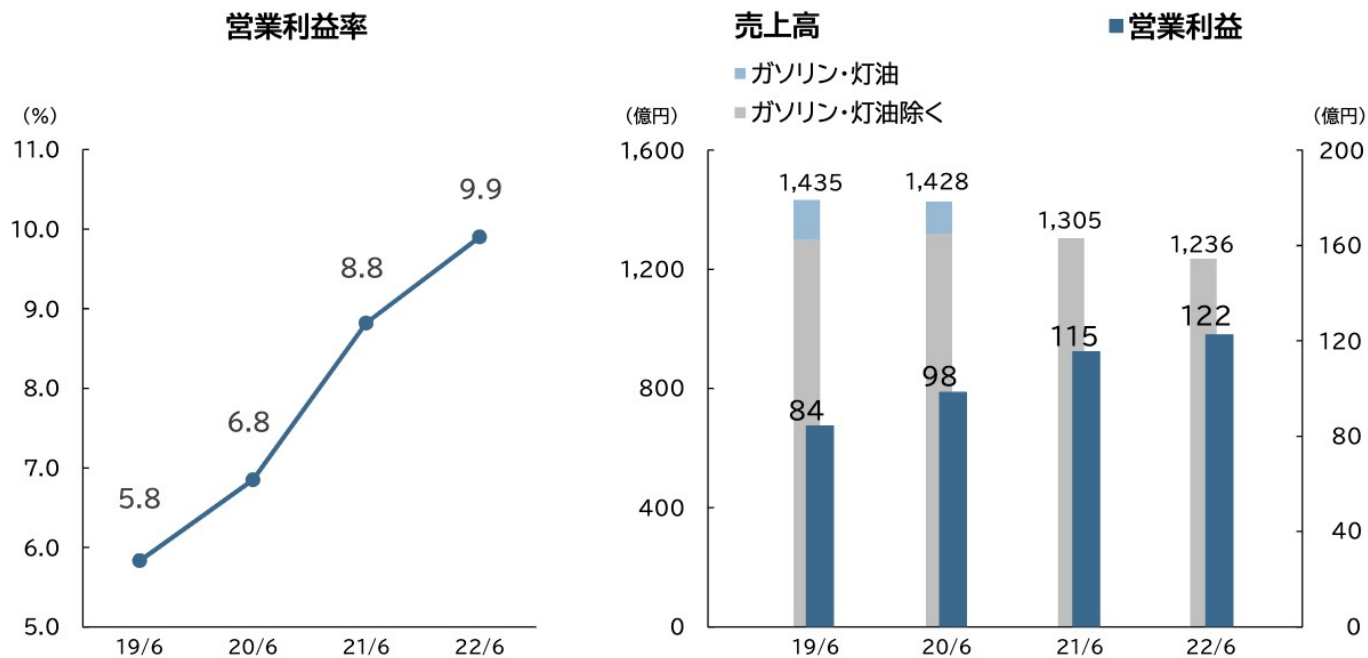
売上総利益について、ユニークな売場展開に取り組むため、非計画消費を喚起する商品の企画・開発や、バイヤーの目利き発掘商品を逐次導入するなどの継続的改善に努めた結果、「稼ぐ力」である売上総利益率は、前年比0.7ポイントアップし、過去最高の32.4パーセントとなりました。

一方、販管費においては、間接部門の集約、売場の融合による人員適正化、さらにはモバイル端末を使用したペーパーレスや、クラウド決裁等の省力化に加えて、各営業拠点の損益数値を「見える化」し「共有知化」することによって、管理職の経営マインドを醸成していき、販管費削減に効果を発揮しています。

営業利益率および営業利益額

営業利益率および営業利益額

▶ 新中計に向けた経営基盤の整備が完了し、改善効果が進む



注：億円は千万円単位を四捨五入、小数点以下第2位四捨五入

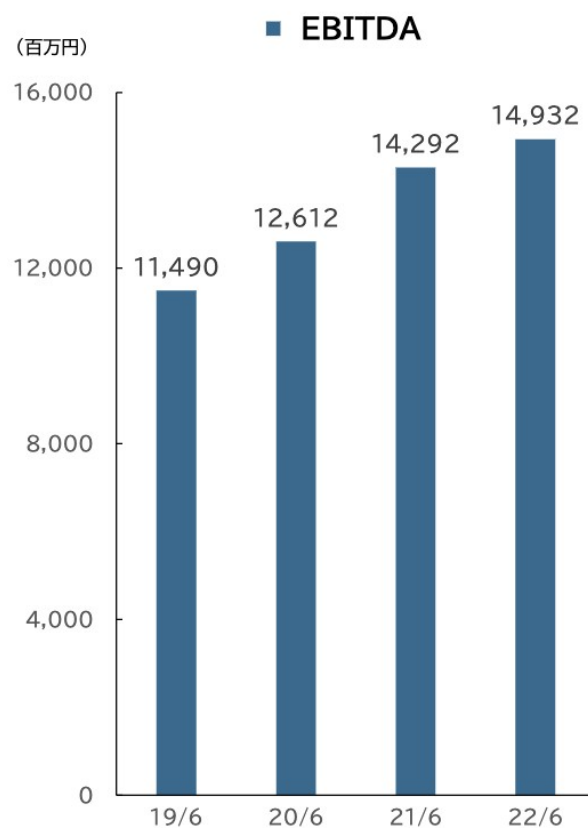
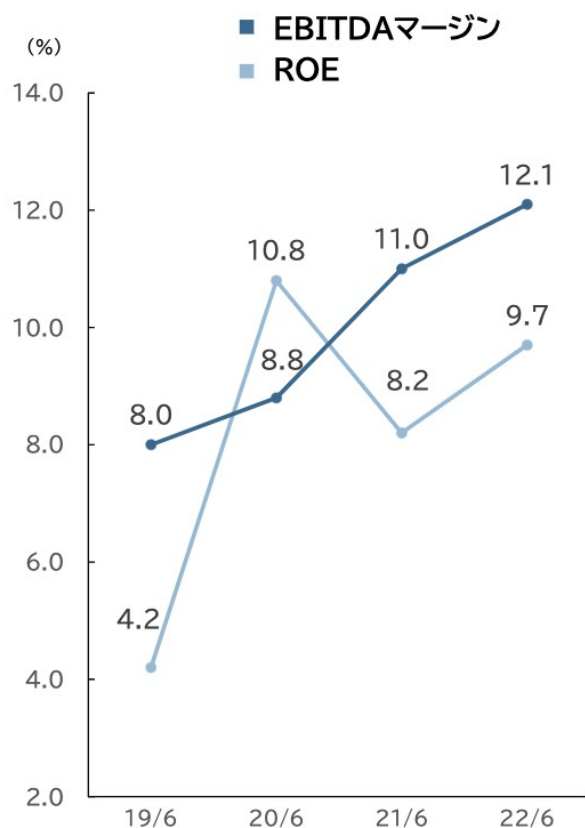
こちらは営業利益関連です。歴年の推移をご覧ください。

2022年6月期では、先に申し上げた粗利率向上と販管費削減の効果で、営業利益率は通期で9.9パーセント、営業利益は過去最高の122億円となりました。

経営基盤の整備がひととおり完了して、今期からの中期経営計画に向けスタートしております。

EBITDA・ROE

EBITDA・ROE



注：19/6期ROE実績は連結決算の開示数値を適用し、20/6期は子会社の吸収合併の「抱合せ株式消滅差益」を含む

新たな経営指標に掲げたEBITDAとROEについてはグラフのとおりです。

左の折れ線グラフ、濃い青のEBITDAマージンは、業界最高水準の12.1パーセント、2022年6月期は2019年との比較で、4.1ポイントプラスと伸長しました。また、薄いブルーのROEも、2019年比で5.5ポイントのプラス、9.7パーセントです。

右の棒グラフは、EBITDAの実績推移ですが、過去4年間で着実に向上しております。

続いて、今期業績予想と株主さまへの還元について発表いたします。

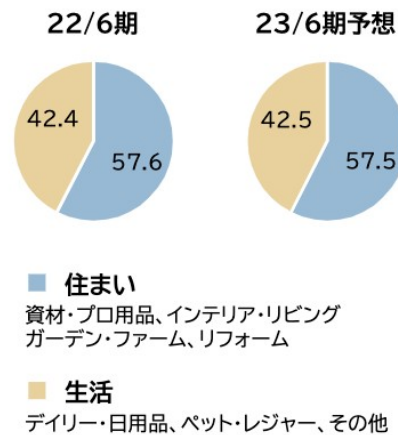
今期の業績予想

今期の業績予想

実質比較	22/6期	23/6期予想		中期経営計画 25/6期目標
		金額	前期比	
売上高	123,555 (100.0)	130,000 (100.0)	105.2	160,000
売上総利益	40,000 (32.4)	41,900 (32.4)	104.7	-
販管費	33,262 (27.0)	35,800 (27.5)	107.6	-
営業利益	12,238 (9.9)	11,800 (9.1)	96.4	-
経常利益	13,224 (10.7)	12,400 (9.5)	93.8	-
純利益	11,098 (9.0)	8,600 (6.6)	77.5	-
EBITDA	14,932	15,000	-	18,000
EBITDAマージン	12.1%	11.5%	-	11.5%
ROE	9.7%	7.4%	-	9.5%

売上高	22/6期	23/6期予想	
		金額	前期比
住まいの分野	71,213 (57.6)	74,800 (57.5)	105.0
生活の分野	52,341 (42.4)	55,200 (42.5)	105.5

売上高構成比 (%)



注：単位は百万円、%、()内は売上高比率、百万円未満切り捨て、小数点以下第2位四捨五入

今期の業績予想については、スライドの表のとおりです。

売上・粗利は前期比プラスの見通しをもってありますが、大型新規出店の影響があり、販管費増により、営業利益・経常利益は前期比で減少、EBITDAは微増の見通しです。

群馬県で2023年の春以降オープン予定の、仮称ジョイホンパーク吉岡についてですが、その収支は本業績予想に含まれております。事業ドメインである「住まい」と「生活」の売上分野別構成比は、前期とほぼ同じになる想定です。

なお、上半期と下半期、それぞれの業績予想につきましては、付属資料でご確認いただけますようお願いいたします。

株主還元 1/2 自己株式の取得と消却

株主還元 1/2 自己株式の取得と消却

- ▶ 約50億円の自己株式を取得、および消却
- ▶ 2022年6月期の総還元性向 70.2%

【自己株式取得の方針】

- ・資本効率を高め、1株当たり利益の増大を図る目的
- ・今後は自己株式の取得・消却を機動的かつ継続的に実行していく

2022年6月期実績	株式数	金額	補足
取得	3,171,100	約50億円	発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 5.74%
消却	3,338,040		消却前の発行済株式総数に対する割合 4.55%
消却後の発行済株式数	70,010,871		
自己株式数	3,500,600		消却後の発行済株式総数に対する割合 5.00%
2022年6月6日開示 取得予定の株式の総数	2,500,000 (上限)	25億円 (上限)	発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 3.76%

※ 2022年6月20日現在の自己株式数を基準に算出
上記自己株式には「株式給付信託(BBTおよびJ-ESOP)」により株式会社日本カस्टディ銀行(信託E口)が保有する当社株式393,920株を含まない

次に、株主還元のうち、自己株式取得に関して説明いたします。

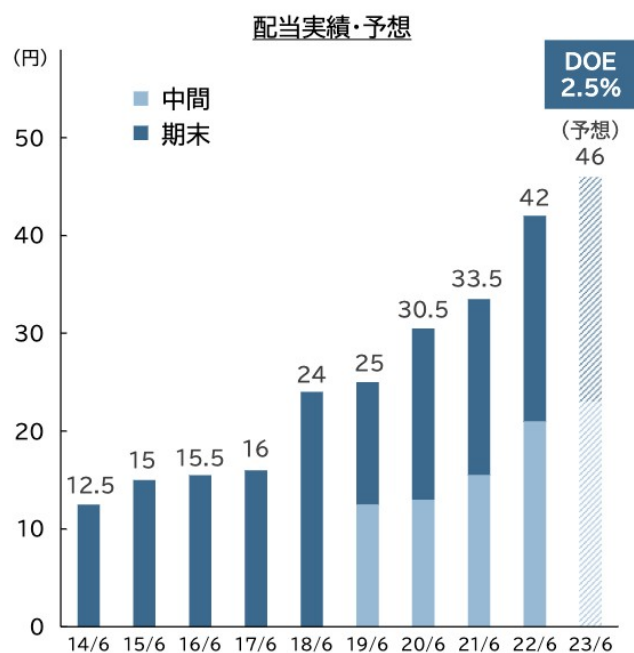
2022年6月期は、約50億円の自己株式を取得、および消却を実施した結果、総還元性向は70パーセント超となりました。

また、2022年6月6日に公表した「自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ」においての、自己株式の取得方法は、昨日公表のとおりでございます。詳細は適時開示をご覧ください。

今後も当社は、資本効率を高め、1株当たり利益の増大を図ることを目的として、自己株式の取得を機動的かつ継続的に実行いたします。

株主還元 2/2 配当予想

▶ 2014年の上場以降、今期で9年連続増配の見通し



* 株式分割調整後の株式数ベースで記載

【配当方針の変更】

2023年6月期中間配当より
DOE(株主資本配当率)

2.0% → 2.5%

株主資本に応じた株主への安定的な
利益還元の継続実行を基本方針として
累進配当を継続

続いて、配当です。

2022年6月期の期末配当につきましては、21円とさせていただきます。配当方針によるDOEの目安、業績、および財務状況にしたがって、前期実績から3円の増額となり、中間配当の21円と合わせ、年間合計では42円、前期実績33円50銭から8円50銭の増配となります。

さらに、今期の配当予想については、年間で46円、前期比で4円のプラス、上場来9期連続での増配を予定しております。詳細は、昨日公表の適時開示をご覧ください。

最後に、今期の事業方針と新たな取り組みについて説明させていただきます。

今期の事業方針

▶ 2023年6月期方針「世代を超えたファンを拡げていこう！」

「唯一無二の新たなお店づくり」に挑戦して、全ての世代に愛される「エンターテインメント・リテイリング」の土台を構築する

1. 出店戦略による顧客拡大と売上高伸長
2. 各基本方針の実行施策を、全店水平展開できる水準にブラッシュアップ
3. 既成概念を超えた、お客様視点での売場再編集による顧客層の拡大
4. 非財務価値の創出に向けた積極的な投資
→ SDGsのソリューションを地域社会と共創

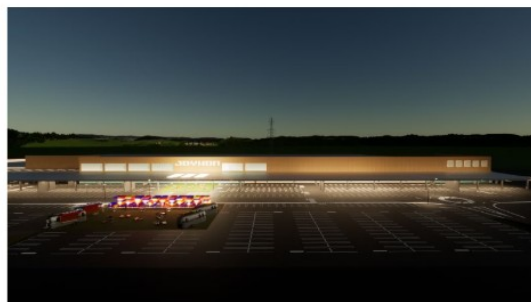
2023年6月期方針は「世代を超えたファンを拡げていこう！」としました。

「唯一無二の新たなお店づくり」に挑戦することで、幅広い顧客層から親しみを持たれ、地域に根差した「エンターテインメント・リテイリング」の真髄を追求してまいります。

ナンバリングした4つの施策を、今期の事業展開の柱と位置付けました。

今期の取り組み例 ①

今期の取り組み例 ①



+ SAMURAI

▶ ジョイホンパーク吉岡(仮称) 2023年春以降オープン

- ・従来の自社大型店フォーマットを圧倒的に超える“Living Space Innovator®”型フラッグシップ
- ・エリア初出店を含む40以上の有力テナント(予定)で構成する「非日常的エンターテインメント・パーク」
- ・グリーンエネルギーの創出による「カーボンニュートラル」への取り組みを推進
- ・敷地面積：約13万㎡ 総合監修：SAMURAI 佐藤可士和

注：CGはすべて完成予想図

今期の大きな取り組みとして、前橋市や高崎市と隣接する群馬県北群馬郡吉岡町に新規オープン予定の、仮称ジョイホンパーク吉岡の完成予想イメージを、ここにご紹介いたします。

従来の店舗フォーマットを根本から見直して、ご家族お揃いで楽しんでいただける空間、さらには、近隣のプロ需要、職人さんのニーズにダイレクトにお応えするフルスペック型の大型店です。

テナント企業の各社さまにおいても、新フォーマットにフィットする斬新なお取り組みが期待されます。みなさま、来年ぜひご来場ください。

今期の取り組み例 ②

今期の取り組み例 ②



地域1番店として「EDLP」の実現



顧客層の拡大



独自のアライアンス・パートナーシップ



グローバル・ソーシングの進化



新カテゴリーの導入

続いて、さらに注力していくその他取り組み事例です。

「地域1番店として『EDLP』の実現」、「顧客層拡大の取り組み、B2Bの展開」、アライアンス・パートナーシップ展開として、前期の円谷プロダクションさまに続く大型企画は、「ウォルト・ディズニー・ジャパンさまからの独自ライセンスコーナー『MAGIC FOREST』の全店展開」、「グローバル調達拡大」、さらには、トレンドや地域特性を取り入れた「新カテゴリーの導入」などがあります。

まだまだご紹介しきれませんが、新たな挑戦を続々実行してまいります。

SDGsのソリューションを地域社会と共創

SDGsのソリューションを地域社会と共創

▶ 太陽光発電を活用した次世代店舗「GX Store」の構築を開始 (2022年7月5日公表)



最後に、新たに始めたSDGsの取り組みについてのお話です。

当社の「中期経営計画」の基本方針のひとつ、「SDGsのソリューションを地域社会と共創」の実現に向け、自社のカーボンニュートラルを実現するのみならず、出店地域への再エネルギー供給までを視野に入れた太陽光発電を活用した次世代型店舗「GX Store」のプロジェクトがスタートしました。

詳細は、7月5日公表の適時開示をご覧ください。

今後も社内外に向けて価値ある情報発信を継続してまいります。以上で、私からの説明を終わります。

長時間のご清聴、ありがとうございました。

Not published yet ←

企業をフォローして通知を受け取る

株式会社ジョイフル本田
3191・東証プライム・小売業

フォロー

関連タグ

#決算説明会

参照リンク

 IR資料

www.joyfulhonda.info



ログミーファイナンスとは

ログ掲載のご案内

利用規約

プライバシーポリシー

お問い合わせ

採用情報

運営会社



Copyright © logmi All Rights Reserved.