

2020年3月期 第2四半期決算補足説明資料

➤ (2019年4月1日～2019年9月30日)

スーパービバホーム小田原国府津店



株式会社LIXILビバ
2019年10月31日

ビバホーム
LIXIL VIVA

決算ハイライト P 2

2020年3月期業績見通し P 7

中期経営計画の進捗状況 P 8

CSR P 16

参考資料（財務データ要約）

2020年3月期 第2四半期 決算ハイライト

■ 計画[※]対比：売上高1.9%下振れ、営業利益4.3%上振れ

- 天候要因による春需の不振があったことと、リフォーム関連における消費増税前倒し需要増が想定を下回ったことにより売上は**1.9%下振れ**
- 荒利益率の改善と、経費の効率化に注力したことで、営業利益は計画に対して**4.3%上振れ**

■ 前年同期比：売上高8.2%増収、営業利益11.5%増益、既存店売上高2.7%増収

- 新規カテゴリー等の拡充と、消費増税前の駆け込み需要により既存売上が前年を上回った。加えて、新店の売上増加が大きく貢献し始めたことにより**8.2%増収**
- リフォーム関連の売上が引き続き牽引し、構成比は39.7%に拡大
- 営業利益に関しては、戦略的な投資とコストアップ要因を踏まえても荒利益率の改善が貢献し、**11.5%の増益**

P/L (要約)

(単位:億円、%)

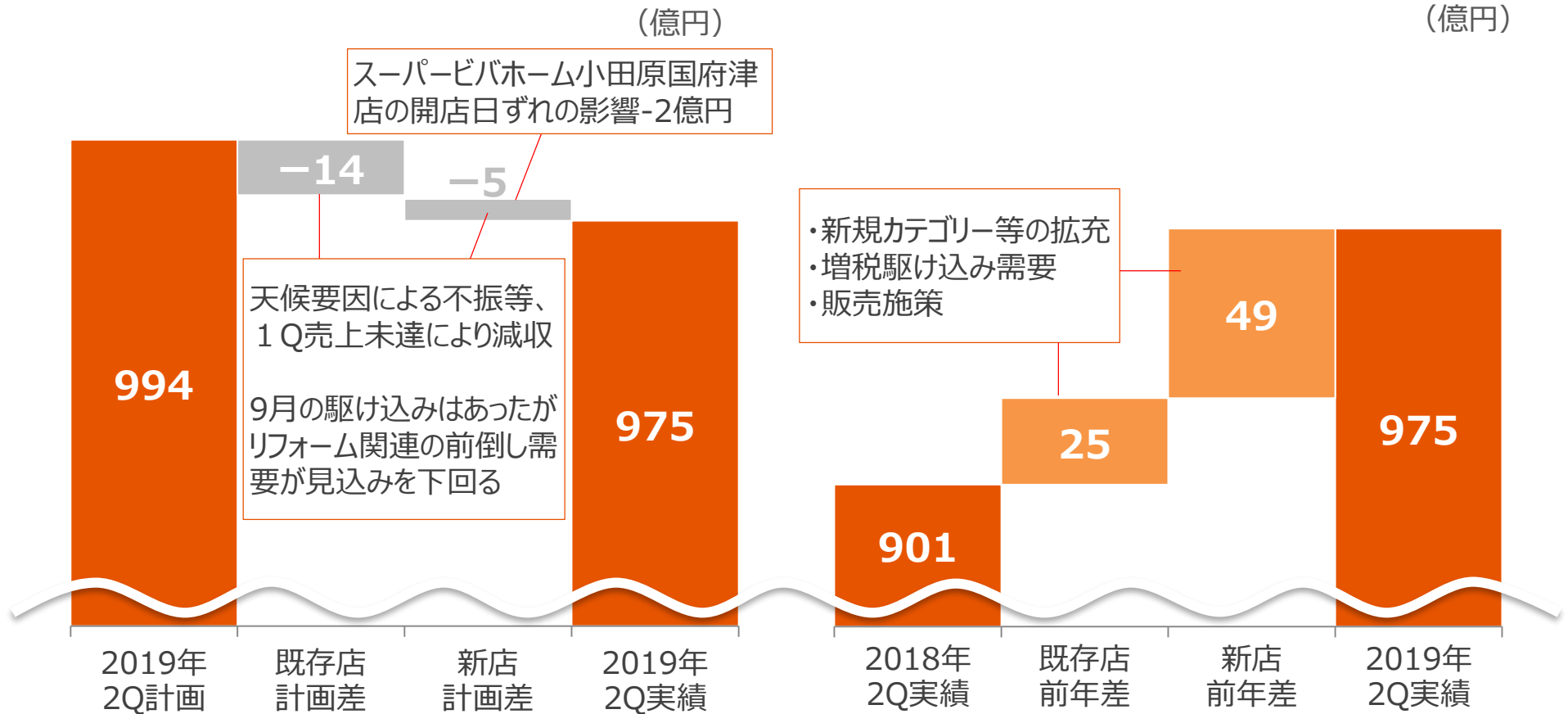
	2018年度 2Q		2019年度 2Q				
	金額	売上比	金額	売上比	計画比	前年同期差額	前年同期比
売上高	901	100.0	975	100.0	98.1	74	108.2
売上総利益	298	33.1	328	33.7	-	29	110.0
営業収入	33	3.7	36	3.7	-	3	110.0
営業総利益	331	36.8	365	37.4	-	33	110.0
販売費及び一般管理費	273	30.4	300	30.8	-	26	109.6
営業利益	58	6.5	64	6.7	104.3	6	111.5
経常利益	55	6.1	62	6.4	105.1	6	112.1
四半期純利益	※ 154	17.2	42	4.3	115.4	-112	27.2
「抱合せ株式消滅差益」を除いた 実質四半期純利益	37	4.2	-	-	-	4	112.3

2020年3月期 第2四半期 - 売上高要因分析 -

計画は天候要因により1.9%未達も、新店が押し上げ前年同期比8.2%増収

2Q計画比較

前年同期比較



商品別売上高およびセグメント情報

リフォーム関連は引き続き成長しつつも計画未達、既存店前年同期比5.5%増収

(単位:億円、%)

	2018年度 2Q		2019年度 2Q			
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比	既存店 前年同期比
ホームセンター事業						
売上高	901	100.0	975	100.0	108.2	102.7
リフォーム関連（商材+サービス）	348	38.7	387	39.7	110.9	105.5
ホームセンター商材	337	37.5	359	36.8	106.2	100.8
一般商材	205	22.7	220	22.6	107.4	101.6
その他（通販・クラフトホビー）	9	1.0	9	0.9	95.3	95.3
営業収入	1	-	4	-	234.6	-
営業収益（売上高+営業収入）・・・①	903	-	979	-	108.5	-
デベロッパー事業						
営業収入・・・・・・・・・・・・・・・・②	31	-	32	-	102.5	-
営業収益合計（①+②）	934	-	1,011	-	108.3	-

ホームセンター事業

- ◆リフォーム関連・・・<リフォーム商材> 配管・建築資材・ワーク用品が好調も計画に届かず、<リフォームサービス> 工事を伴うリフォームサービスが好調
- ◆ホームセンター商材・・・園芸用品、ペット関連商品が梅雨明け以降に好調に推移
- ◆一般商材・・・・・・レジャー、ホビーが伸び悩んだものの、消費増税前の駆け込み需要等により日用品が伸長

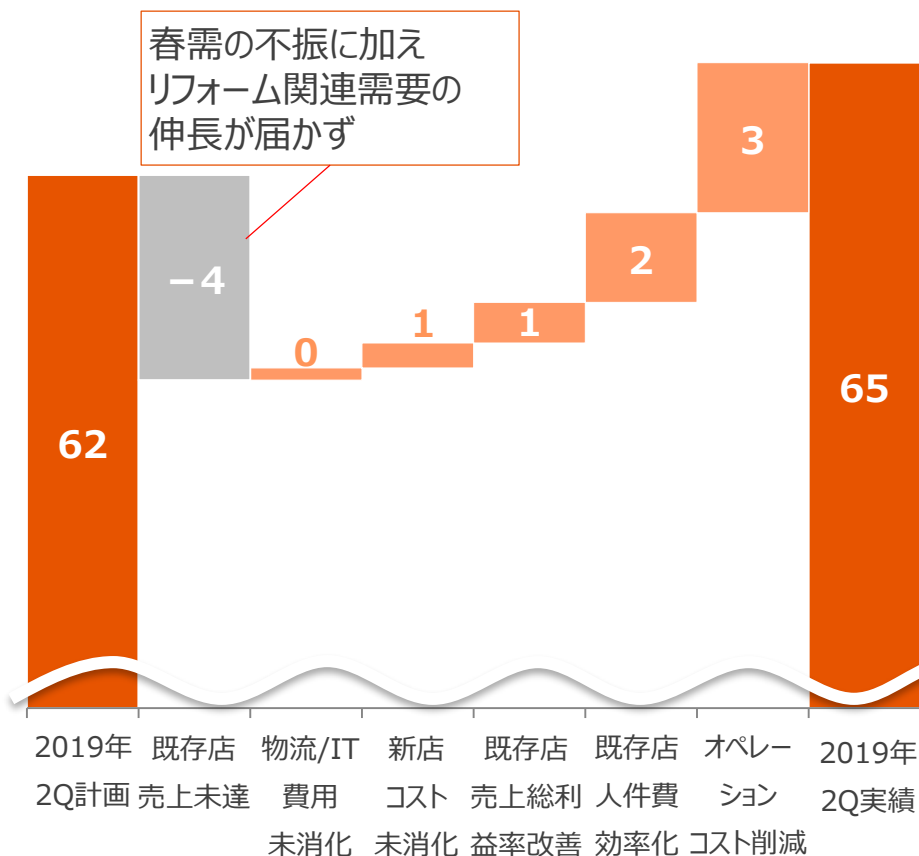
デベロッパー事業 前期に続き、既存モールは安定的に推移し、下半期のモールオープンに向けて順調に準備を進める

2020年3月期 第2四半期 — 営業利益要因分析 —

売上計画は未達ながら、営業利益は大幅増益し計画達成

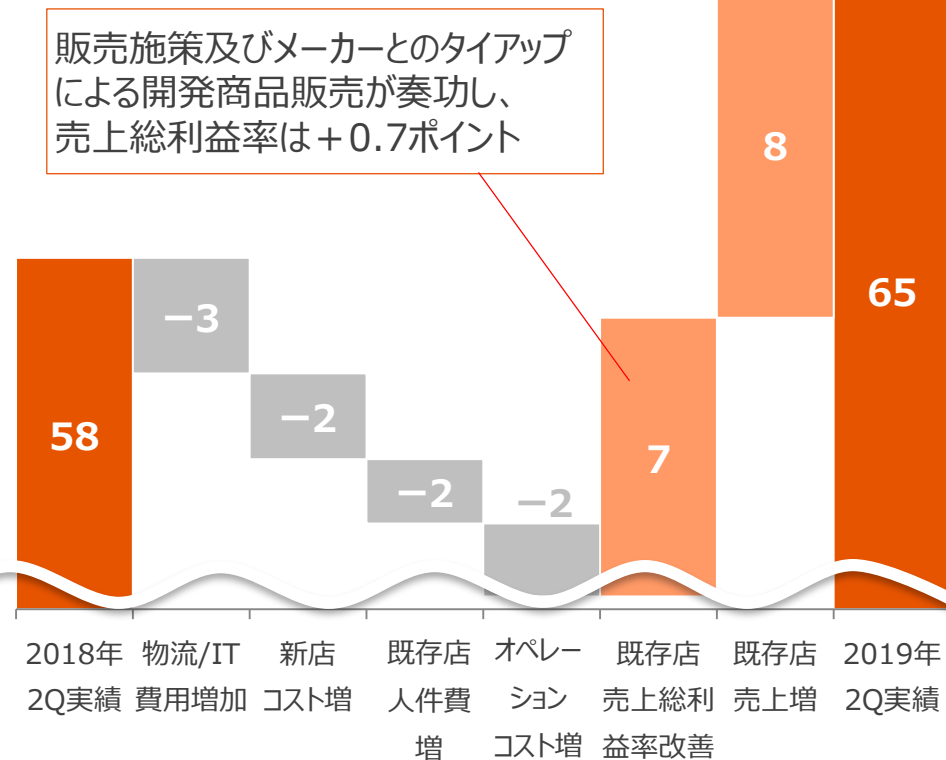
2Q計画比較

(億円)



前年同期比較

(億円)



2020年3月期通期見通し（変更なし）

（単位：億円、％）

	2019年度上期				2019年度通期		
	金額	売上比	計画比	前期比	金額	売上比	前期比
売上高	975	100.0	98.1	108.2	1,930	100.0	106.7
売上総利益	328	33.7	-	110.0	641	33.2	107.9
営業収入	36	3.7	-	110.0	80	4.2	116.9
営業総利益	365	37.4	-	110.0	721	37.4	108.8
販売費及び一般管理費	300	30.8	-	109.6	628	32.6	113.3
営業利益	64	6.7	104.3	111.5	93	4.8	86.0
経常利益	62	6.4	105.1	112.1	86	4.5	85.2
当期純利益	42	4.3	115.4	※27.2	51	2.7	※28.1
「抱合せ株式消滅差益」 を除いた実質当期純利益	-	-	-	112.3	-	-	77.4

中期経営計画の進捗状況

中期経営計画 一業績目標一

2021年度（2022年3月期）

売上高 2,260億円

営業利益 125億円

営業利益率 5.5%

売上高年平均成長率

2019/3-2022/3 : +8%

営業利益年平均成長率

2019/3-2022/3 : +5%

(億円、%)	2018年度 実績	2019年度 予想	2021年度 計画	18年度対比	
				増減	成長率
売上高	1,809	1,930	2,260	451	24.9%
営業利益 (率)	108 (6.0)	93 (4.8)	125 (5.5)	17	15.6%

積極投資で
成長拡大へ
総額：
354億円

1. 「スーパービバホーム（SVH）」「ニュービバホーム（NVH）」を首都圏および大都市圏で出店加速しドミナントの深耕を図る。
2. SVHを核とするホームスタイルSC「ビバモール（VM）」展開で収益力強化とともに30～40代の新規顧客を創出する。
3. 品揃え&サービス拡充でプロ事業者の顧客化を推進する。
4. 新センター稼働など物流機能の効率化を図りロジスティクスを再構築する。
5. 店舗へのIT導入を促進し高サービス、省人化、生産性向上を実現する。
6. 店舗へのサービス設備導入によって来店目的性、利便性を高める。

中期経営計画 一投資計画一

大型の新規出店とともに既存店投資を継続し、期間総投資350億円超を計画

(単位：億円)

項目	3年間投資額合計	具体的な施策
新規出店	190	モールを中心とした大型店の出店強化
既存店対策	60	新MD導入などによる競争力向上
物流対策	39	全国物流カバー体制の確立
IT関連	42	ローコストオペレーション実現
新サービス	23	来店頻度向上へのサービス充実
合計	354	
減価償却費	202	

店舗数推移

主力大型店SVHは、計画どおり今期 7 店舗出店に向けて順調に進捗

	前期末 店舗数	2Q 出店数	2Q末 店舗数	3~4Q 出店数 (予定)	3~4Q 退店数 (予定)	当期末 店舗数 (予定)
スーパービバホーム (SVH)	45	+3	48	+4	0	52
ニュービバホーム (NVH)	12	0	12	0	0	12
ビバホーム (VH)	36	0	36	0	-1	35
ハウステコ (新業態)	2	0	2	0	0	2
その他 (VC'S単独店)	1	0	1	0	0	1
合計	96	+3	99	+4	-1	102
うち、ビバモール	14	0	14	+3	0	17

「スーパービバホーム四日市泊店」(12,249㎡、三重県四日市)
 「スーパービバホーム志摩店」(8,510㎡、福岡県糸島市)
 「スーパービバホーム小田原国府津店」(8,453㎡、神奈川県小田原市)
 →総店舗数は99店舗 (2019年9月30日時点)

「スーパービバホーム大木店」
 「ビバモール本庄(仮称)」
 「ビバモール甲斐甲府(仮称)」
 「ビバモール東松山(仮称)」

計画どおり
進捗

2019年上期新店

上期は計画通り スーパービバホーム3店舗を出店

スーパービバホーム四日市泊店

売場面積：12,249㎡



スーパービバホーム志摩店

売場面積：8,510㎡



スーパービバホーム小田原国府津店

売場面積：8,453㎡



店舗	出店地域	オープン日
四日市泊店	三重県四日市市	4月24日
志摩店	福岡県糸島市	5月30日
小田原国府津店	神奈川県小田原市	9月25日

2019年下期出店

下期は単独店1店舗、ビバモール3店舗の計4店舗を出店

スーパービバホーム大木店 10月25日オープン
売場面積：10,196㎡



ビバモール本庄（仮称） 11月予定
売場面積：24,684㎡
テナント予定数：39



ビバモール甲斐甲府（仮称） 2月予定
売場面積：17,316㎡
テナント予定数：21



ビバモール東松山（仮称） 3月予定
売場面積：22,651㎡
テナント予定数：32

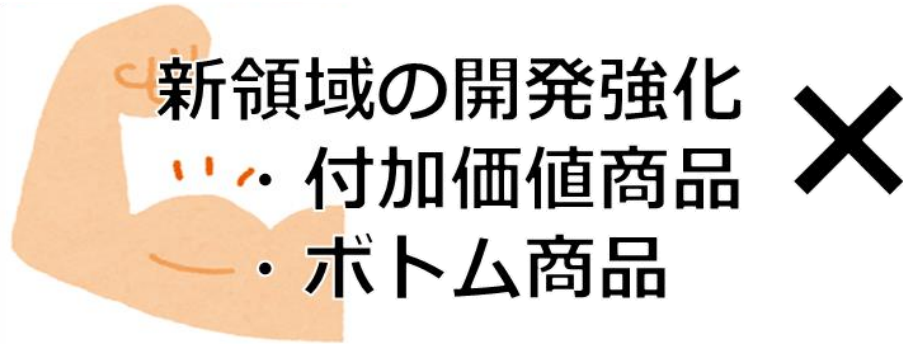


PB強化

新規開発と品質改善の両輪でPB構成比を将来的に40%へ（現在26%）

積極的な新規商品開発

QC手法による既存商品の品質改善



× PBの不具合件数は
5年間で95%減少



主な新規商品

ヒーター内蔵防寒着



充電式園芸ツール



充電関連



積極的な投資

ロジスティクスの再構築

初の“異形物小分け”機能センター 東松山物流センター開設



徹底した機械化により

省人化

処理量の
拡大※

納品品質
の向上

を実現

庫内作業費年間3億円の軽減効果

※ 50万piece/日の処理量（通常のセンターはおよそ25万piece）

IT投資

上期

店舗オペレーション改善
端末導入・開発

下期

次世代型オペレーション
システムの構築に着手

お客様サービスの強化



人手不足への対応
・棚卸作業、接客の効率化

店舗サービス強化



サービス	上期	下期
駐車場屋根掛け	2店舗	3店舗
リサイクルステーション	7店舗	5店舗
直営カフェ	2店舗	6店舗
洗車機	2店舗	4店舗

CSRに関する取り組み

Topic 防災・災害支援：BCP・LCP

- ・2021年までに大型既存店へ非常用発電機を設置
- ・ダンボール・ストレッチフィルムの回収・再生プロジェクト始動



地域貢献:コミュニティダイアログ



環境マネジメント規格 ISO14001の取得



社会福祉活動への取り組み：Paralym Art



国際貢献:UNHCR ※1



健康経営優良法人2019ホワイト500 に認定

- 働きやすい環境づくりの推進**
- 年間休日の増加（年間113日 ⇒ 119日を実現、さらに増加を目指す）
 - 有給休暇取得の促進（有り強い休暇及び半日単位有休の新規導入）
（アニバーサリー休暇の新規導入）
 - 育児短勤務の拡大（旧：3歳未満 ⇒ 小学校卒業まで）
 - フレックスタイムの導入（本社部門）
 - 定時退社日（ノー残業デー）の設定（本社）
 - 社宅入居基準の見直し（通勤負担軽減によるワーク・ライフ バランス促進）
 - サードクールの定年の再延長（65歳 ⇒ 68歳 ⇒ 70歳）
 - 療養・介護有給休暇の拡大（積立有休日数最大40日まで）
 - 労使協働による「働き方改革プロジェクト」取り組み継続中



參考資料

販売費及び一般管理費の状況

(単位:億円、%)

	2018年度 2Q		2019年度 2Q		
	金額	売上比	金額	売上比	前年同期比
人件費	118	13.2	128	13.2	108.0
販売費	34	3.9	41	4.2	117.5
店舗費	102	11.4	112	11.5	109.4
賃借料	56	6.2	61	6.3	110.3
減価償却費	25	2.8	27	2.8	109.5
その他店舗費	21	2.4	23	2.4	107.2
管理費	17	1.9	18	1.9	106.3
販売費及び一般管理費	273	30.4	300	30.8	109.6

B/S (要約)

(単位:億円、%)

	2019年3月末	2019年9月末		
	金額	金額	増減額	増減率
現預金	78	99	20	26.6
棚卸商品	397	396	-0	-0.1
有形・無形固定資産	1,017	1,052	34	3.4
建設協力金	25	22	-2	-9.7
差入保証金	133	141	8	6.2
その他	125	153	27	22.1
総資産	1,783	1,866	83	4.7
負債	1,154	1,217	62	5.4
純資産	628	649	20	3.2

総資産・・・主な項目として、現預金：預金+16、固定資産：新店など投資+66（リース+21）

負債・・・長期借入金+30、リース債務+20、その他+12

純資産・・・当期利益+42、配当-21

キャッシュ・フロー

(単位:億円)

	2018年度 2 Q	2019年度 2 Q	前期比または 増減額
営業キャッシュ・フロー	40	79	39
投資キャッシュ・フロー	-44	-59	-14
財務キャッシュ・フロー	-24	0	25

設備投資・減価償却費

(単位:億円)

	2018年度 2 Q	2019年度 2 Q
設備投資 ※	53	56
減価償却費	25	27

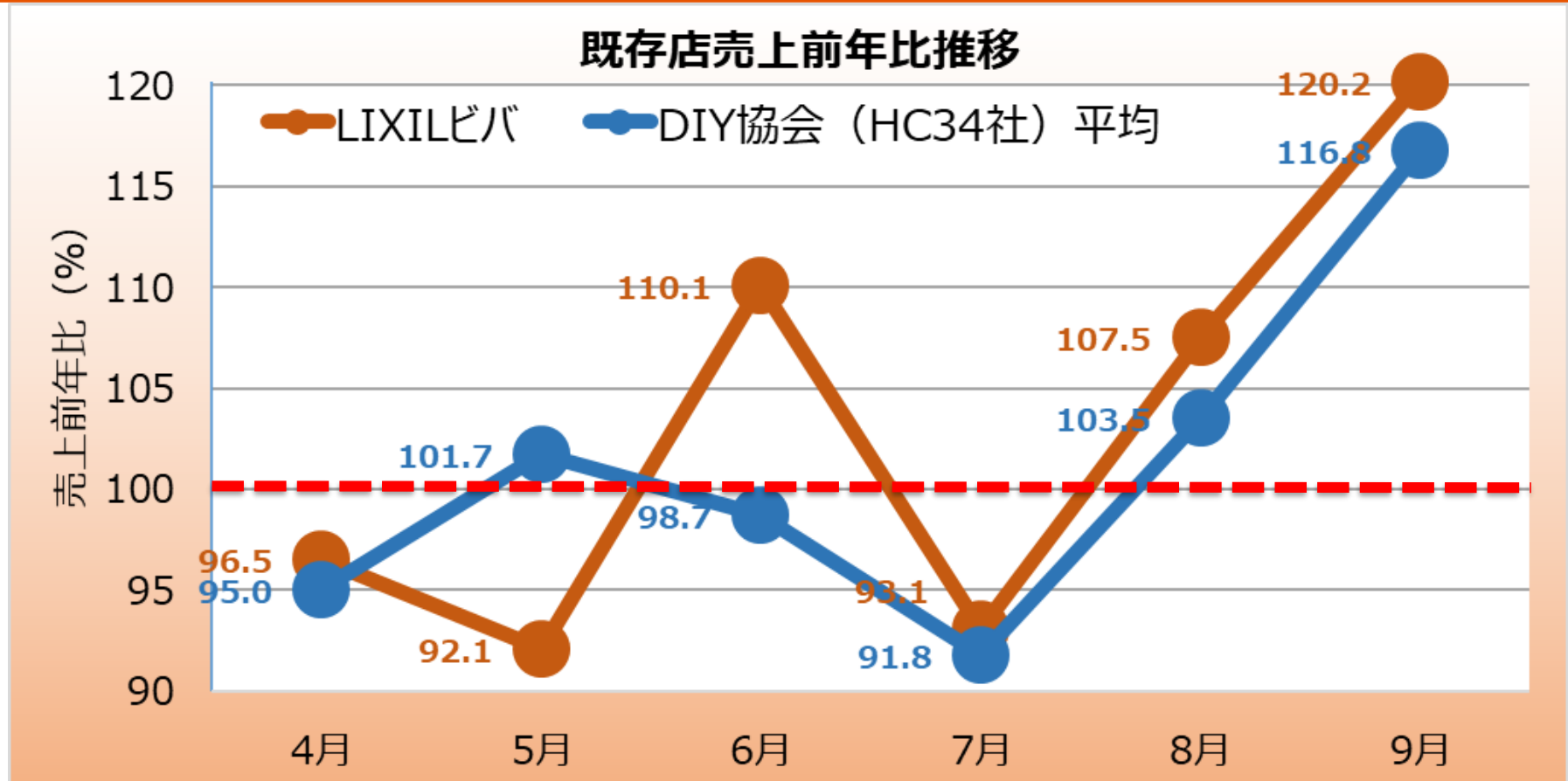
中間配当

株主の皆様への利益還元のための機会を充実させ、株式を継続して保有していただくことを目的として、中間配当と期末配当の年2回実施する方針に変更

1株当たり 配当金	中間配当 なし	2018年度		2019年度		
		期末配当 50円	年間配当 50円	中間配当 25円	期末配当 25円 (予想)	年間配当 50円 (予想)

既存店月次売上高推移

天候不順の影響の中、既存店売上高は前年を上回るペースで推移



- 5月-6月は優待セールの日ズレによる変動・・・5月6月合計前年比100.2%
- 7月長梅雨によるシーズン商材の不振も8月連日の高温 + 営業施策により挽回

免責事項

本資料は株式会社LIXILビバ（以下「当社」といいます。）及び当社グループの企業情報の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。また、本資料の全部又は一部を当社グループの承諾なしに公表又は第三者に伝達することはできません。

本資料のうち、当社又は当社グループに関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報に基づき、本資料の作成時点における予測等を基礎としてなされたものであり、実際の結果は本資料の記載内容と大きく異なる可能性があります。

なお、本資料における記述は本資料の日付（又はそこに別途明記された日付）時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。本資料の内容は、事前の通知なく変更されることがあります。

また、本資料に記載されている当社グループの企業情報以外の情報は、当社が公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

お問い合わせ先：IR広報室

TEL 048-610-0641（野杣、小林、渡部）

Eメール vivair@lixil.com