

**2021年3月期  
第2四半期  
決算説明会資料**

**株式会社コメリ**



**KOMERI**

<https://www.komeri.bit.or.jp/>



2021年3月期  
第2四半期  
決算概要

# 2021年3月期第2四半期 決算実績（連結）



	2021年3月期 第2四半期	構成比	前年比（増減）		計画比（増減）	
営業収益	205,464	-	110.4%	+19,416	111.1%	+20,464
営業総利益	73,104	35.6%	115.2%	+9,671	113.3%	+8,604
販管費	52,372	25.5%	103.4%	+1,719	99.9%	▲28
営業利益	20,731	10.1%	162.2%	+7,952	172.8%	+8,731
経常利益	20,886	10.2%	161.8%	+7,974	172.6%	+8,786
親会社株主に帰属 する四半期純利益	14,194	6.9%	163.5%	+5,511	174.2%	+6,044

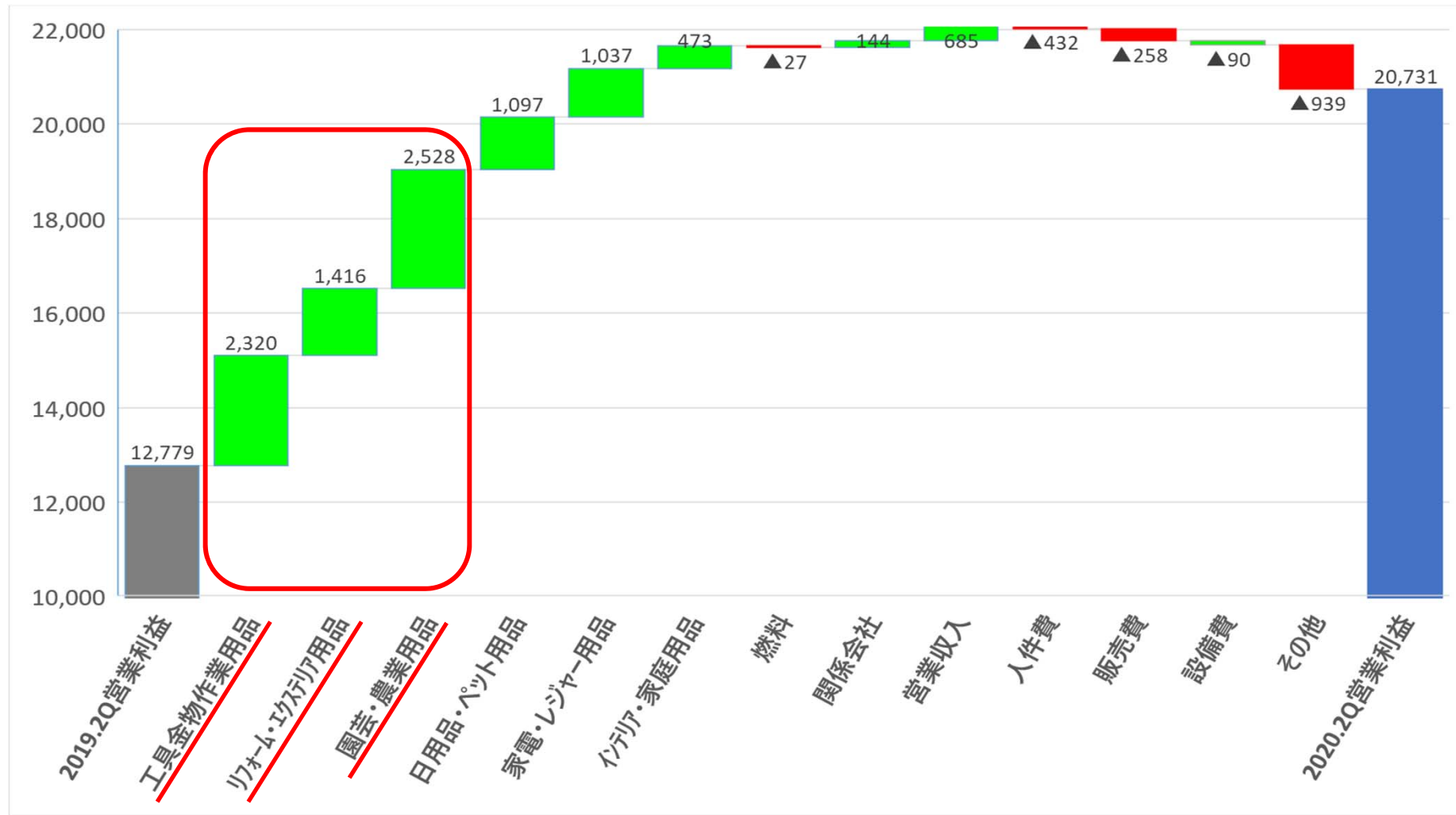
- 生活様式の変化に伴ない、住まいに関するニーズが顕在化し核カテゴリーが大きく伸長。営業収益・営業総利益を牽引した。
- 販管費も計画内に収まり、第2四半期累計で大幅な増収増益を達成

# 営業利益増減要因（前年比）



(単位:百万円)

## ■ 核カテゴリーの伸長が営業利益を牽引





# カテゴリー別実績



(単位:百万円)

	2021年3月期第2四半期				
	売上金額	前年比	荒利益率	前年差率	荒利益率 押し効果
工具・金物・作業用品	35,715	114.9%	44.7%	+0.80	+0.44
リフォーム資材 エクステリア用品	29,491	112.7%	30.8%	+1.49	+0.30
園芸・農業用品	55,935	110.3%	31.8%	+1.71	+0.46
日用品・ペット用品	34,140	106.2%	22.8%	+1.98	+0.19
家電・レジャー用品	22,319	115.4%	33.2%	+0.25	+0.18
インテリア・家庭用品	17,198	106.4%	43.3%	+0.14	▲0.13
燃料他	2,015	83.8%	20.5%	+2.19	▲0.03
ホームセンター部門合計	196,815	110.6%	33.5%	+1.43	+1.43

核カテゴリーの売上UPが、荒利益率UPに大きく寄与した。

# フォーマット別実績



(単位・百万円)

	2020年3月期第2四半期		2021年3月期第2四半期	
	全店売上 前年比	既存店売上 前年比	全店売上 前年比	既存店売上 前年比
パワー	115.0%	105.1%	114.3%	111.7%
ハード&グリーン (旧ホームセンター)	101.7%	100.7%	108.0%	107.6%
ハード&グリーン	98.9%	99.3%	110.0%	109.6%
合計	103.6%	101.2%	110.6%	109.6%

目的来店性の高いパワーによる売上の牽引に加え、  
コロナ禍によりハード&グリーンの「近さ」が見直された。

# 販管費実績（前年比）



（単位：百万円）

	2020年3月期 第2四半期		2021年3月期 第2四半期		
	実績	前年比	実績	前年比	前年差
人件費	23,209	101.7%	23,641	101.9%	432
販売費	7,069	100.1%	7,327	103.7%	258
設備費	15,638	100.6%	15,728	100.6%	90
その他経費	4,736	101.0%	5,675	119.8%	939
合計	50,652	101.1%	52,372	103.4%	1,719

**当初計画比99.9%と計画内での運用**

- ・増加要因 店頭設置用消毒アルコール クレジット手数料
- ・減少要因 チラシ折込自粛

# 連結貸借対照表



区分	科目	2020年3月末	2020年9月末	前期末からの増減
資産の部	流動資産	145,651	157,795	12,143
	うち 現金及び預金	9,625	23,815	14,190
	うち 商品	109,631	106,199	▲3,432
	固定資産	185,489	187,557	2,068
	うち 有形固定資産	158,505	160,378	1,872
	うち 無形固定資産	8,043	8,246	203
	資産合計	331,140	345,352	14,212
負債の部	流動負債	91,044	96,632	5,588
	うち 短期有利子負債	14,040	9,891	▲4,148
	固定負債	58,105	53,053	▲5,051
	うち 長期有利子負債	41,259	35,701	▲5,558
	負債合計	149,149	149,686	536
	純資産合計	181,990	195,666	13,675
	負債純資産合計	331,140	345,352	14,212

(単位:百万円)

・売上増・死筋排除  
商品在庫高  
既存比 97.8%

・新規出店に伴う  
土地・建設仮勘定増

・利益増による  
未払法人税額増

・有利子負債の  
早期返済



# 業績計画上方修正・増配



(単位:百万円)

	2021年3月期 上半期実績	前年比	2021年3月期 下半期修正計画	前年比	2021年3月期 修正後計画	前年比
営業収益	205,464	110.4%	172,536	106.2%	378,000	108.4%
営業利益	20,731	162.2%	6,269	110.2%	27,000	146.2%
経常利益	20,886	161.8%	6,214	108.8%	27,100	145.5%
当期純利益	14,194	163.5%	2,706	83.1%	16,900	141.5%
1株当たり純利益	285円43銭		—		339円82銭	
配当金	当初21円+1円		当初21円+2円		中間22円 期末23円	

パワー  
プライス  
EVERYDAY POINT

価格保証  
10%

# 2021年3月期 主要施策

ビジネス  
カード  
会員募集中

最大9枚発行  
現場ごとのご購入商品の  
継続発行!

ビジネス  
カード  
会員募集中

最大9枚発行  
現場ごとのご購入商品の  
継続発行!

ビジネス  
カード  
会員募集中

最大9枚発行  
現場ごとのご購入商品の  
継続発行!

818



# コロナ禍で顕在化したこと



## ■ステイホーム、リモート、サテライト



“住”に関するニーズにお応えするのは  
我々ホームセンター企業の責任

# 変わらぬ核カテゴリー



## ■ 資材建材・金物工具・園芸農業が核



- ・米穀商
- ・燃料商
- ・住設商



HC1号店  
1977年



H&G1号店  
1983年



PW1号店  
2003年



PRO1号店  
2014年

43年前

37年前

17年前

6年前

3S主義：単純化、標準化、差別化

# 当社が担う市場



リフォーム関連資材市場 約4兆円

問屋・卸業  
3兆円

HC等  
1兆円

コメリの売上構成  
約1,000億円  
2.5%

農業資材(肥料・農薬等)関連市場 約1兆円

JA関連  
0.7兆円

商系

HC

コメリの売上構成  
(園芸用品含む)  
約800億円  
8%



# 乗り物



## ■ 商圈に応じた3つのフォーマット



**パワー:大商圈型フォーマット**

**PRO :パワーの資材館のスピニアウト**

**ハードアンドグリーン**

**:小商圈型フォーマット**



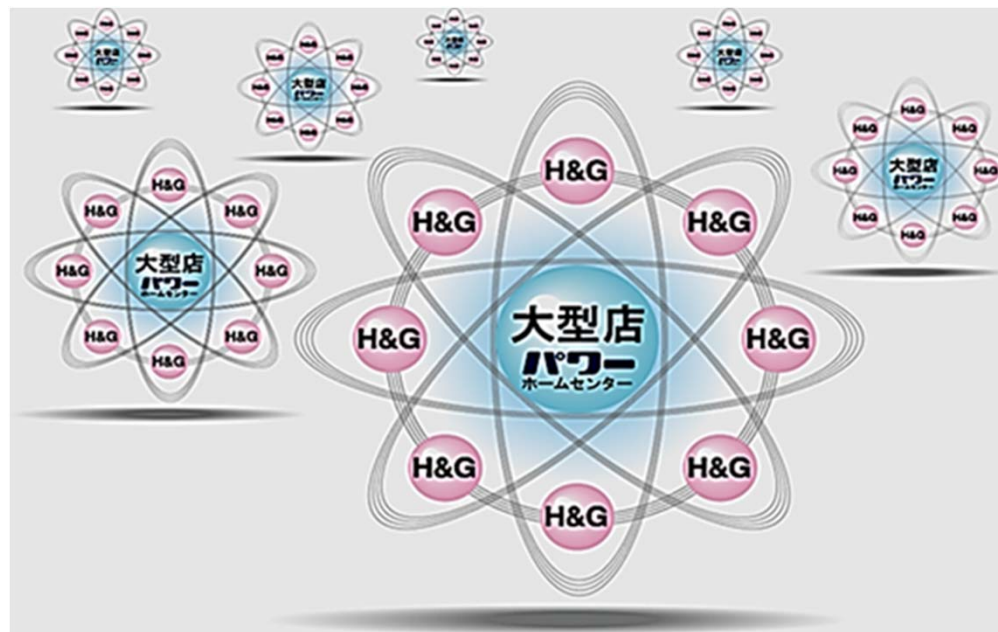
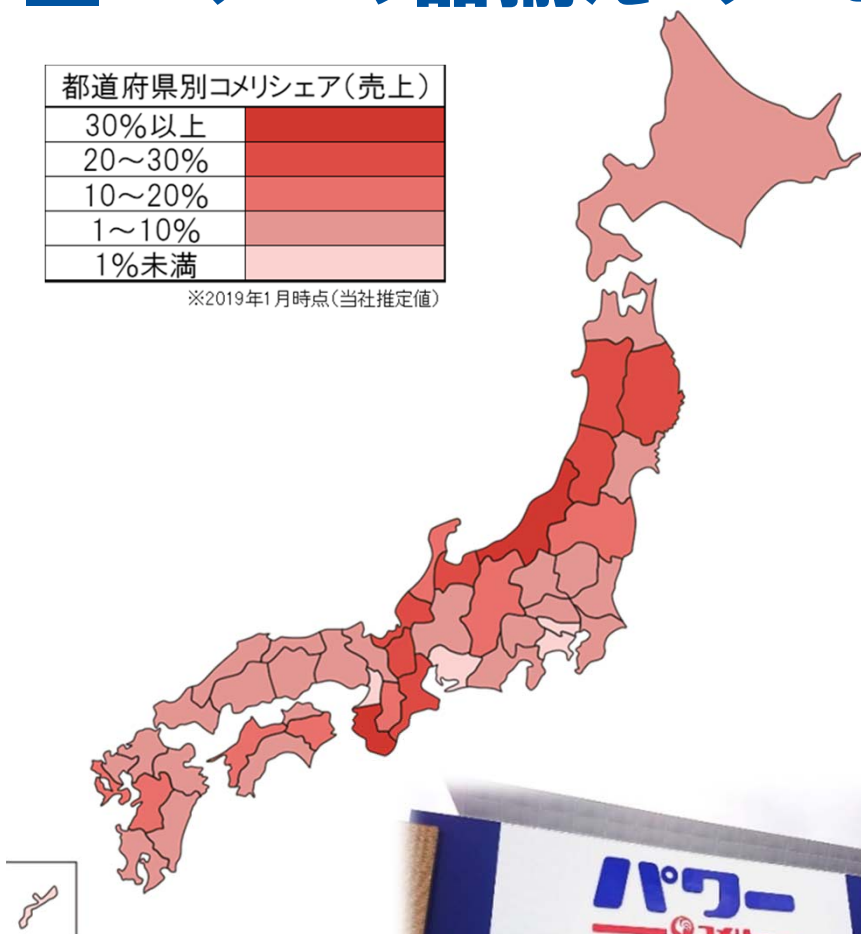
# ドミナント出店、船団方式出店



## ■パワーの品揃え・サービスがハードアンドグリーンでも

30%以上	
20~30%	
10~20%	
1~10%	
1%未満	

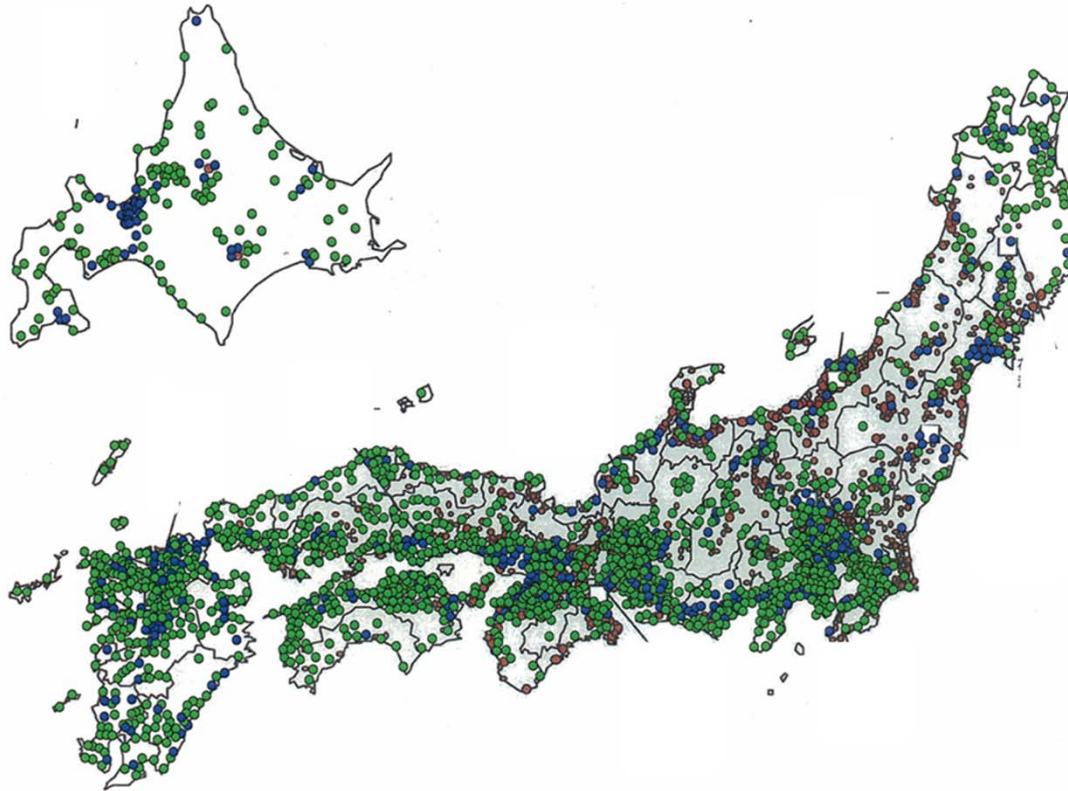
※2019年1月時点(当社推定値)



# 大きな出店余地



## ■ 沖縄県を除く46都道府県に出店済み



(出店済み市町村)

**44.2%**

(2020年9月現在)

**3,000店舗を目指してアクセルを踏み込む**

# 今期出店とKEEP YOUNG



## 上期出店状況

出店数				合計
2021年 3月期	3	7	2	12



パワー白山店(石川県)  
(9月10日OP)

- ドライブスルー併設型
- 最大級のパワー店舗
- 6つのテナントのSC

商圈人口に応じた適正規模化と業態転換も継続

# 計画的な改装でKEEP YOUNG



## ■プロトモデルの水平展開

	改装店舗数 (店)	改装坪数 (坪)	改装面積 割合(%)
2021年 3月期計画	159	約80,000	10%強



(上期実績)

店舗数 : 64店

改装坪数 : 約2万5千坪

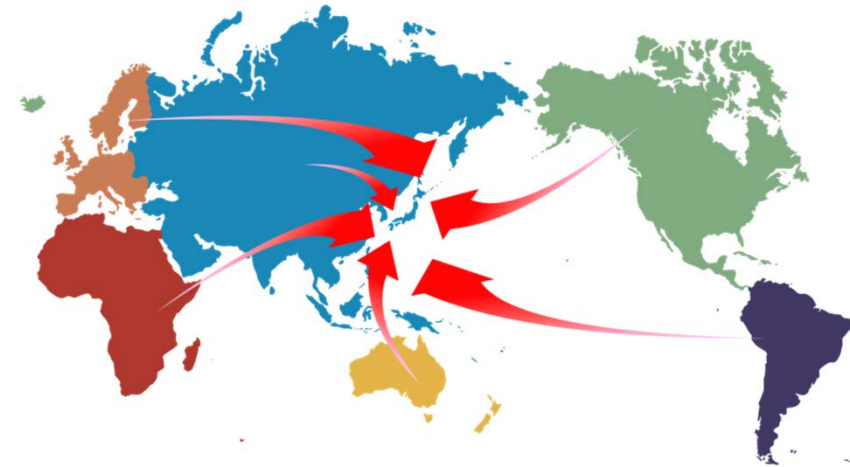
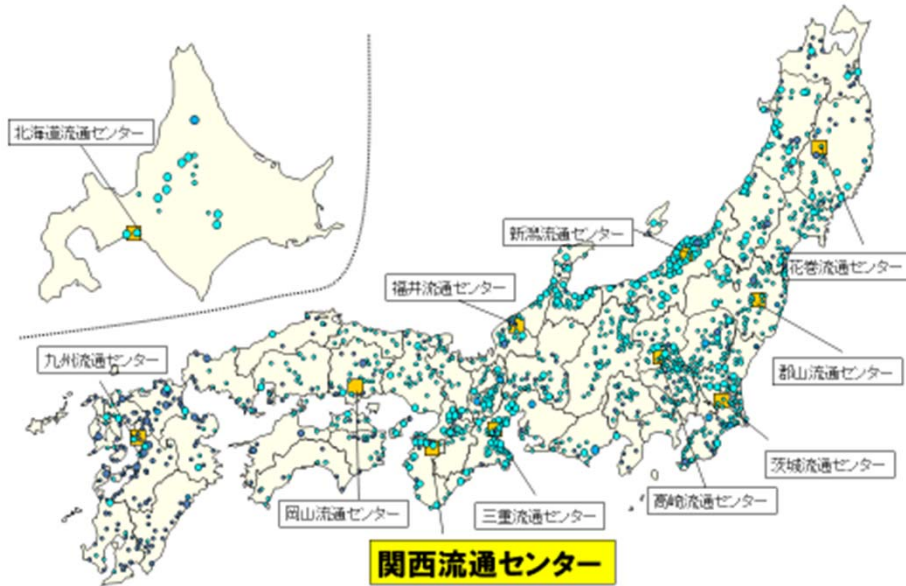
改装面積割合 : 4%弱



# 3,000店舗体制を支える物流



## 商品力強化、ローコストオペレーションの要



海外8カ所の調達拠点

国内11カ所の物流センター

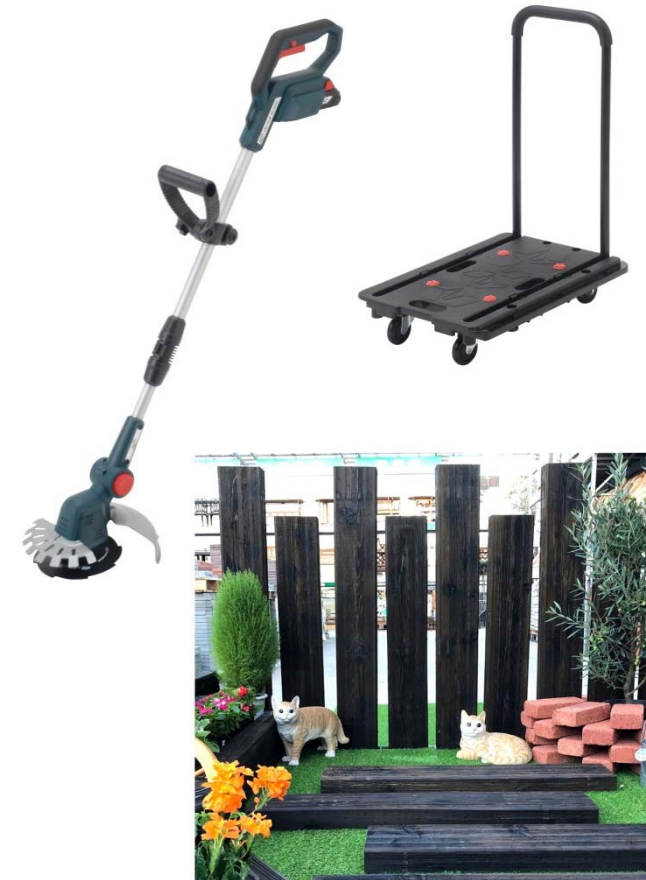
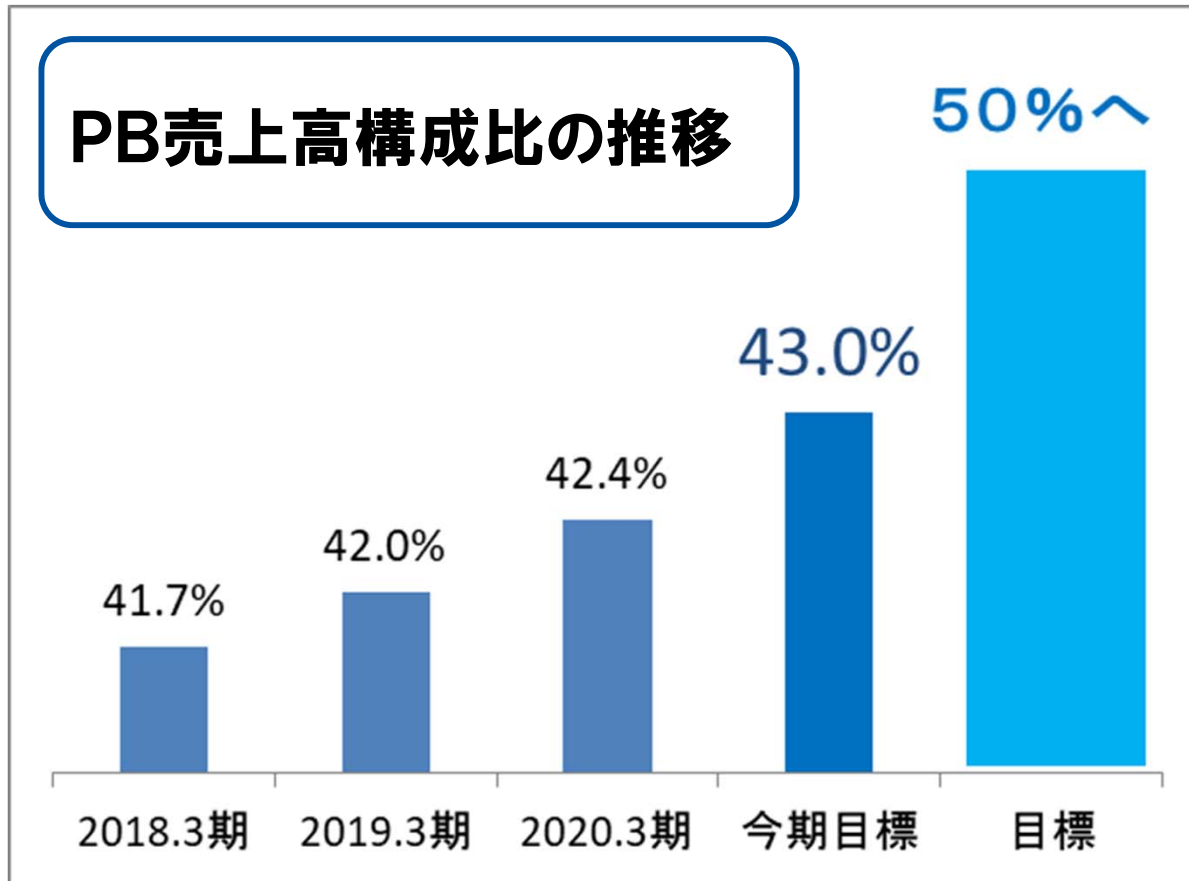


3,000店舗体制に向けて倍以上の物流センターを計画中

# 商品力強化



■ 同じ品質ならどこよりも安く、同じ価格ならどこよりも良いものを



**PB(プライベートブランド)商品売上高構成比 50%を目指す**



# 商品力強化



## ■PB(プライベートブランド)の再構築を進める



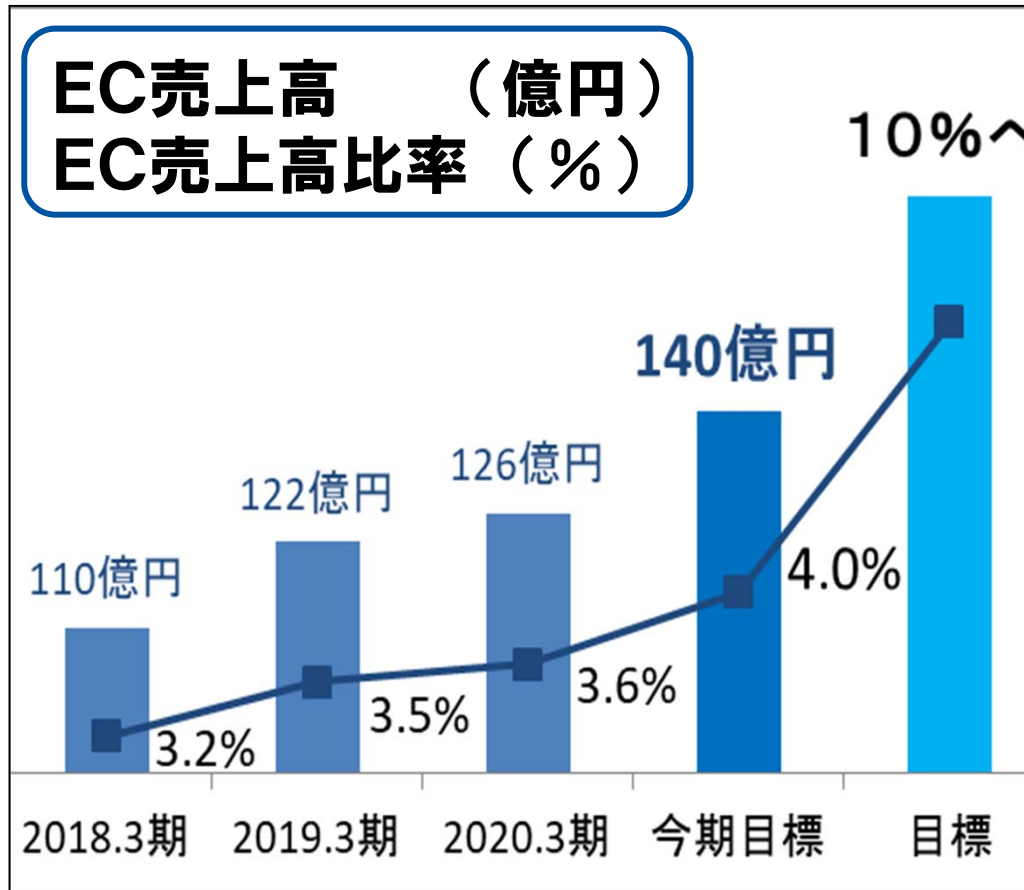
・下半期より新カテゴリーブランド  
続々登場予定

“コメリでしか買えない” 差別化された商品の提供を目指す

# ネットと店舗の融合(BOPIS)



## ■1,200の実店舗を持つ強み



取り置きサービスの伸長

【24時間稼働】

コメリピックアップロッカーズ  
サービス開始

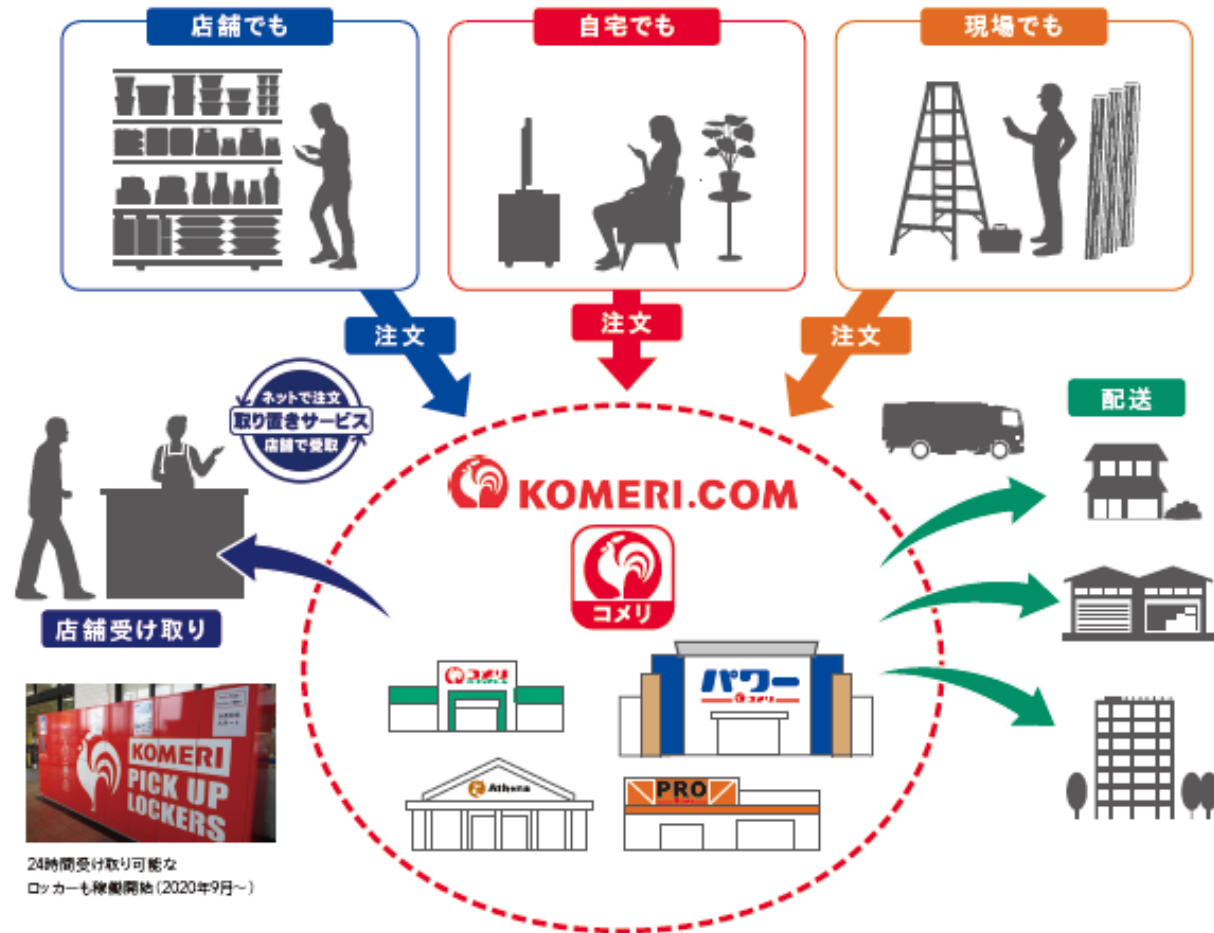


ネット掲載商品 約32,000アイテムを値下げ(9/1より)

# ネットと店舗の融合



## 4月 コメリアプリリニューアル マイストア登録→より身近な店舗に



# ナショナルチェーンとしての取付・施工サービス

■もともと我々の商品は取付・施工のニーズが大きい



住まいでの“お困り”をお任せください。



**住急番**

庭木のお手入れ致します



**お見積り  
無料!**



ハウスクリーニングサービス

プロの技術でピッカピカ!



エアコン レンジフード ガスコンロ お風呂

リフォームニーズの拡大

敷居が低いホームセンターのリフォーム

全国、全店舗での全工種サービス体制構築を進める



# 農業支援



## 農業産業化のための4本柱

ローコストな  
農業資材の提供

営農指導体制の確立



金融サポート



農産物流通支援

# 農業支援



## ■持続可能な新たな農業支援モデルを構築



- JA上伊那様が資材店舗  
5店舗を閉店(1月末)
- 該当地域のコメリ8店舗を  
リニューアル(3月～本格始動)
- 客数効果 +10pt

JA山形おきたま様と  
協業に向けた基本合意を締結

• 組合員様、JA様、コメリの“三方良し”を実現

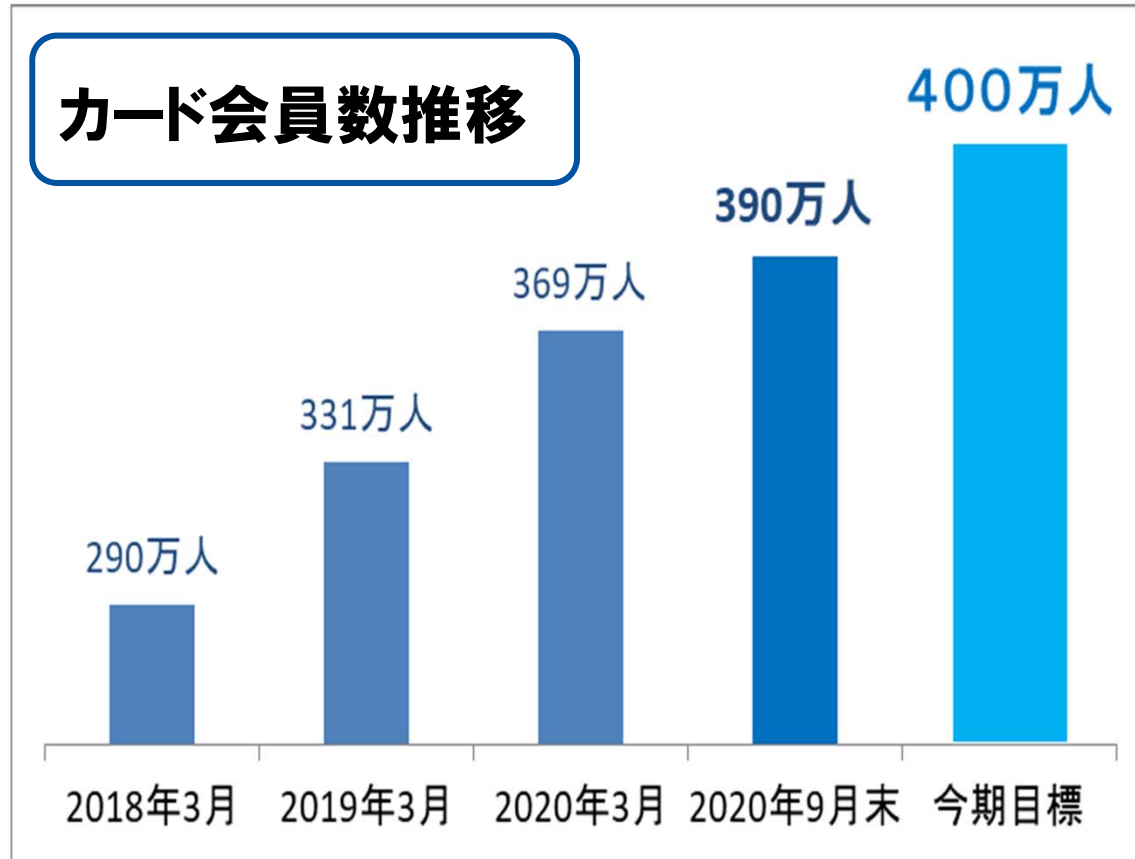


# お客様のさらなる利便性向上に向けて



## ■カード会員390万人(9月末時点)

### カード会員数推移



© 2020 KOMERI Co.,Ltd.

2020年9月より **即割**スタート!  
**ビジネスカード**

入会后即200円で1円相当値引き  
**翌1年間 最大4倍**

**即割** 使えば使うほど、値引き還元率UP!

年間累計お買上げ金額 (税込)	還元率	還元率UP!
80万円未満	1倍 (0.5%引き)	
80万~150万円未満	2倍 (1%引き)	
150万~300万円未満	3倍 (1.5%引き)	
300万円以上	4倍 (2%引き)	

カードごとの購入商品明細発行  
 選べるお支払い方法、翌月または翌々月  
 入金会金無料・カードのご利用で次年度年会費無料

最大 **9枚発行**

New プラチナ会員

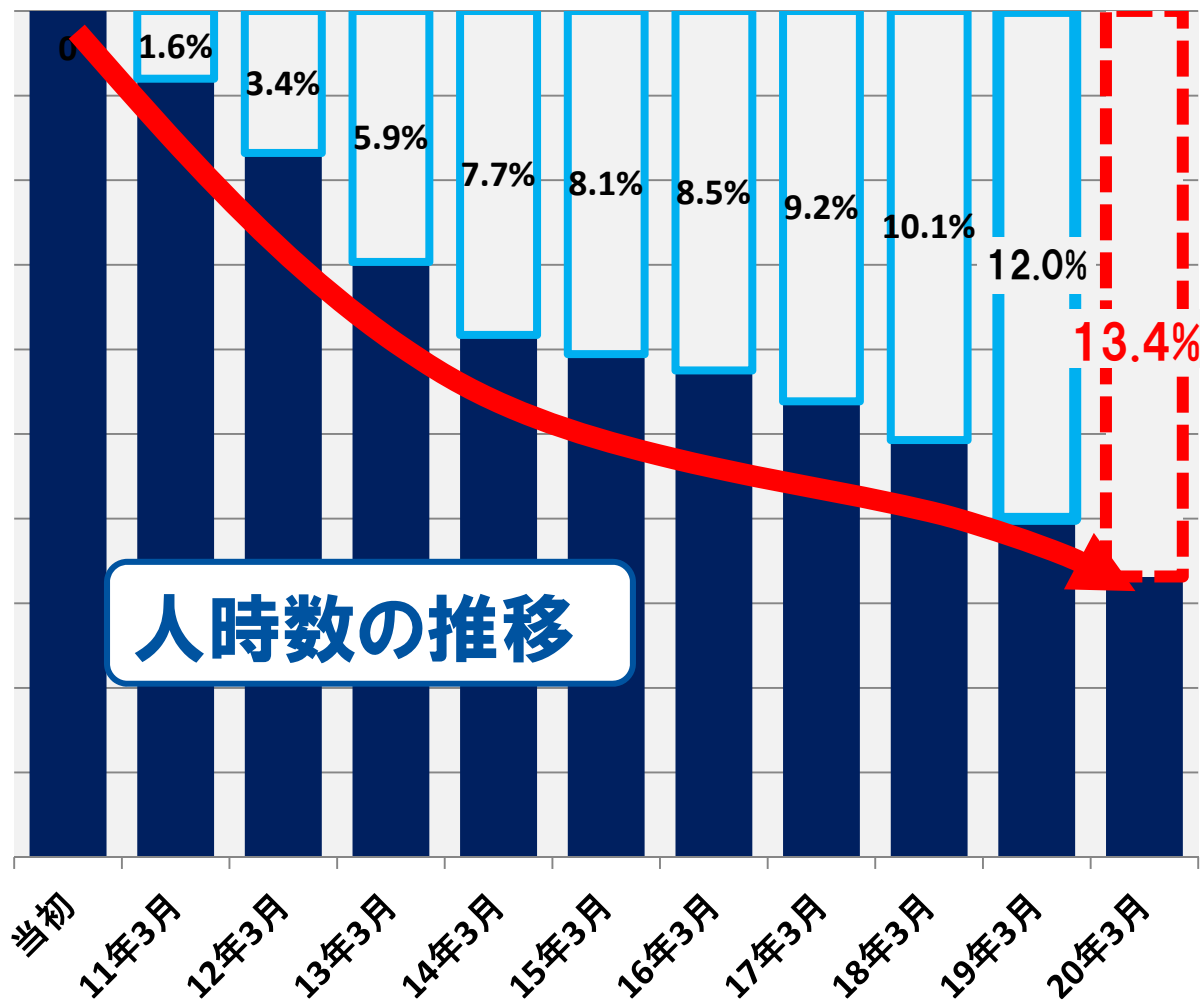
ポイント還元率UP!

年会利用金額	還元率
10万円以上	4倍 (5万円以上)
20万円以上	5倍 (15万円以上)
30万円以上	6倍 (30万円以上)
50万円以上	7倍

# 損益分岐点の低さが競争力の源泉



## DXによるローコストオペレーションのさらなる推進



スマホ型ハンディ導入

・接客の武器

・店舗業務効率化

# 販売力・営業力の強化



## “お困りごと” に対する最適な解決策をご提案



接客レベル向上

・全社員の**75%**がマイスター3級取得

※グリーン(園芸農業)、ハード(建築資材)両方取得者

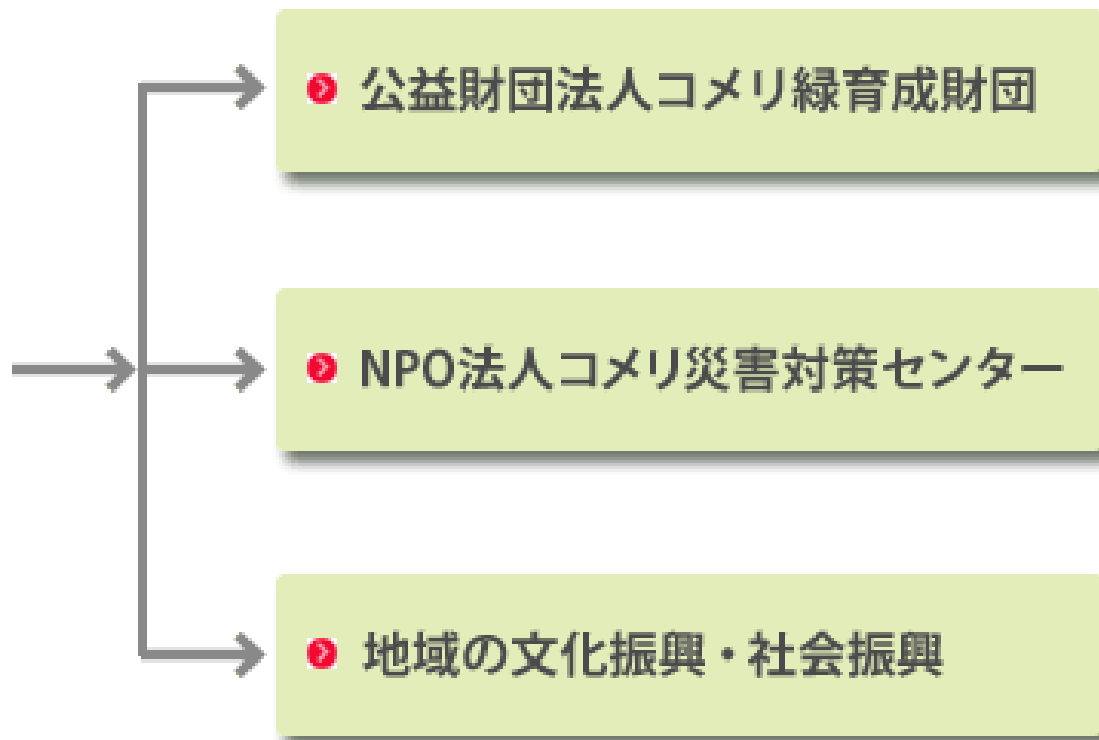
・リフォーム/サービスマイスター3級を新設

→ 開始4ヵ月で全社員取得率**54%**



Eラーニングシステム導入で効果的な勉強・受験が可能に

# 社会貢献活動



•利益の1%相当を社会に還元  
•SDGsへの取り組み





# 社会貢献活動



じゃがいも収穫体験



自然の景観維持

- 自然の景観維持への助成
- 地域の緑化活動への助成
- コメリ農場を通じた地域の農業深耕



# 社会貢献活動



- 災害時に物資を供給
- 全国のセンターに物資を備蓄



- 若手芸術家の育成支援







いつもそばに、ずっと

コメリ

**【見通しに関する注意事項】**

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する記述が含まれている場合があります。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定に基づくほか、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。したがって、現実の業績は当社の見込とは異なる可能性があります。