

# 2021年3月期 決算説明資料

株式会社ハードオフコーポレーション  
2021年5月（東証1部 2674）



# アジェンダ

---

- 1 2021年3月期 決算概要
- 2 2022年3月期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

# 2021年3月期 決算概要 (連結P / L)

	2020/3期 実績	2021/3期		
		計画※	実績	前期比
売上高	19,350	21,500	<b>21,270</b>	<b>+9.9%</b>
売上総利益	13,347	—	<b>14,570</b>	<b>+9.2%</b>
売上総利益率	69.0%	—	<b>68.5%</b>	<b>▲0.5%p</b>
販管費	12,515	—	<b>13,774</b>	<b>+10.1%</b>
営業利益	831	1,000	<b>795</b>	<b>▲4.3%</b>
営業利益率	4.3%	4.7%	<b>3.7%</b>	<b>▲0.6%p</b>
営業外収益	152	—	<b>145</b>	<b>+4.8%</b>
営業外費用	13	—	<b>54</b>	<b>+294.4%</b>
経常利益	970	1,100	<b>886</b>	<b>▲8.6%</b>
経常利益率	5.0%	5.1%	<b>4.2%</b>	<b>▲0.8%p</b>
特別利益	89	—	<b>226</b>	<b>+153.1%</b>
特別損失	314	—	<b>379</b>	<b>+20.4%</b>
親会社株主に帰属 する当期純利益	389	550	<b>348</b>	<b>▲10.6%</b>
当期純利益	2.0%	2.6%	<b>1.6%</b>	<b>▲0.4%p</b>

(単位：百万円)

# 決算のポイント（連結）

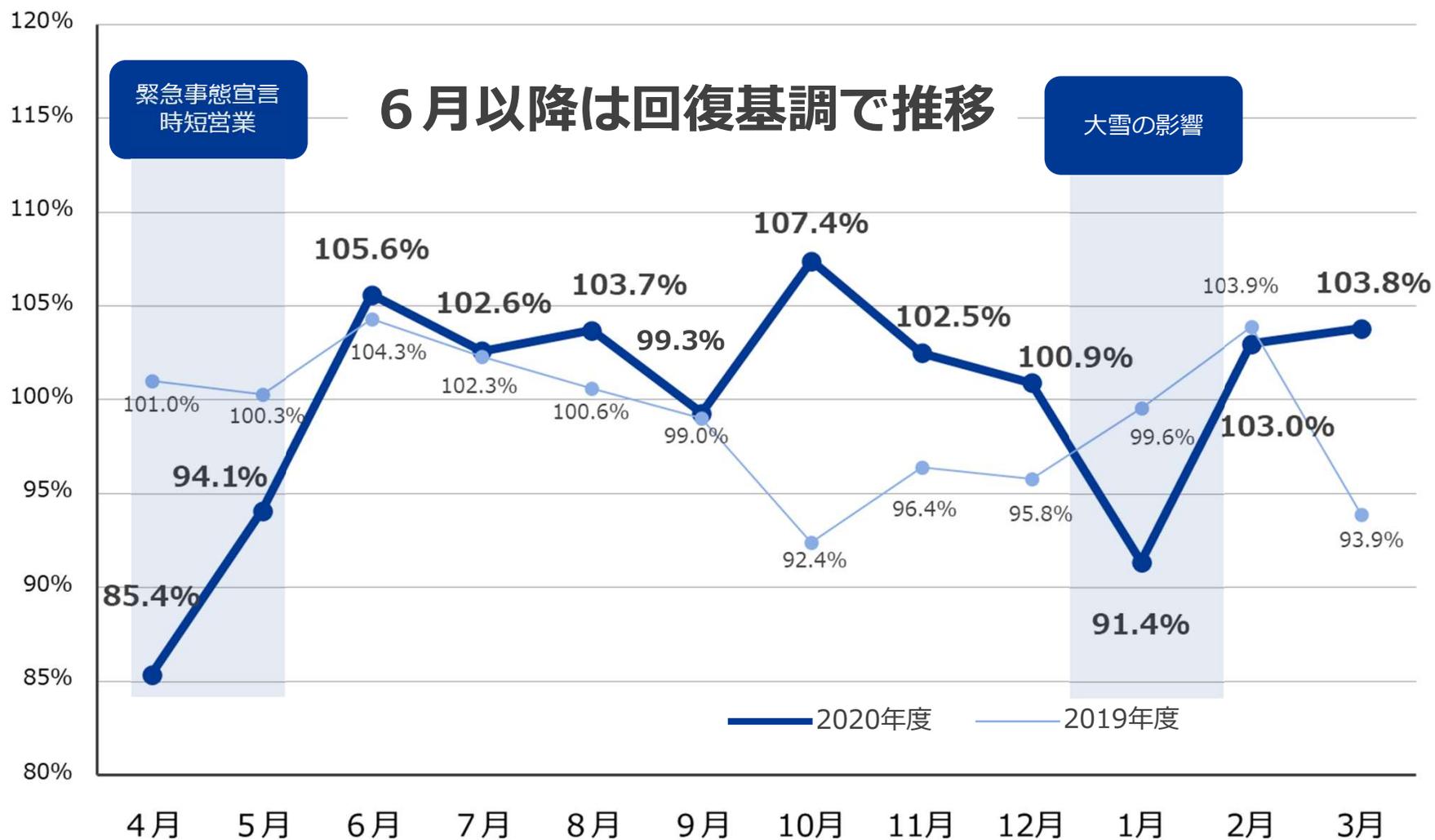
## ■ 売上高

- ・ 国内既存店売上高は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い多数の店舗で営業時間の短縮や休業を行った結果、4月は14.6%減、5月は5.9%減と苦戦したが、6月以降回復し1月を除き前年を上回って推移。1月は、店舗数の多い日本海側において大雪の影響により客数が大幅減少、他の地域においても緊急事態宣言による外出自粛の影響から8.6%の大幅減となった結果、通期の既存店売上高は**0.3%減**。
  - ・ 米国では新型コロナウイルス感染症拡大に伴いハワイ州の1店舗、カリフォルニア州の2店舗が約2か月半、州の命令（ロックダウン）により休業。
  - ・ インターネット販売は、前期比約**1.9倍と好調に推移**（既存店ベース）。
- 新たな連結対象4社の売上高が寄与した結果、**全社売上高は9.9%増**。

## ■ 営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する純利益

- ・ 利益率の高い衣料品が不振だったこと等により、売上総利益率が0.5%ポイント低下。経費削減に取り組んだものの、特に新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた米国子会社の赤字を吸収できず、**営業利益は4.3%減、経常利益は8.6%減**。
- ・ 投資有価証券売却益等の特別利益226百万円、米国および国内店舗の固定資産の減損損失等の特別損失379百万円を計上した結果、**親会社株主に帰属する当期純利益は10.6%減**。

# 既存店売上高 前年同月比推移（連結）



第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
94.9%	101.9%	103.4%	98.8%	99.7%

# リユース店舗数の増減

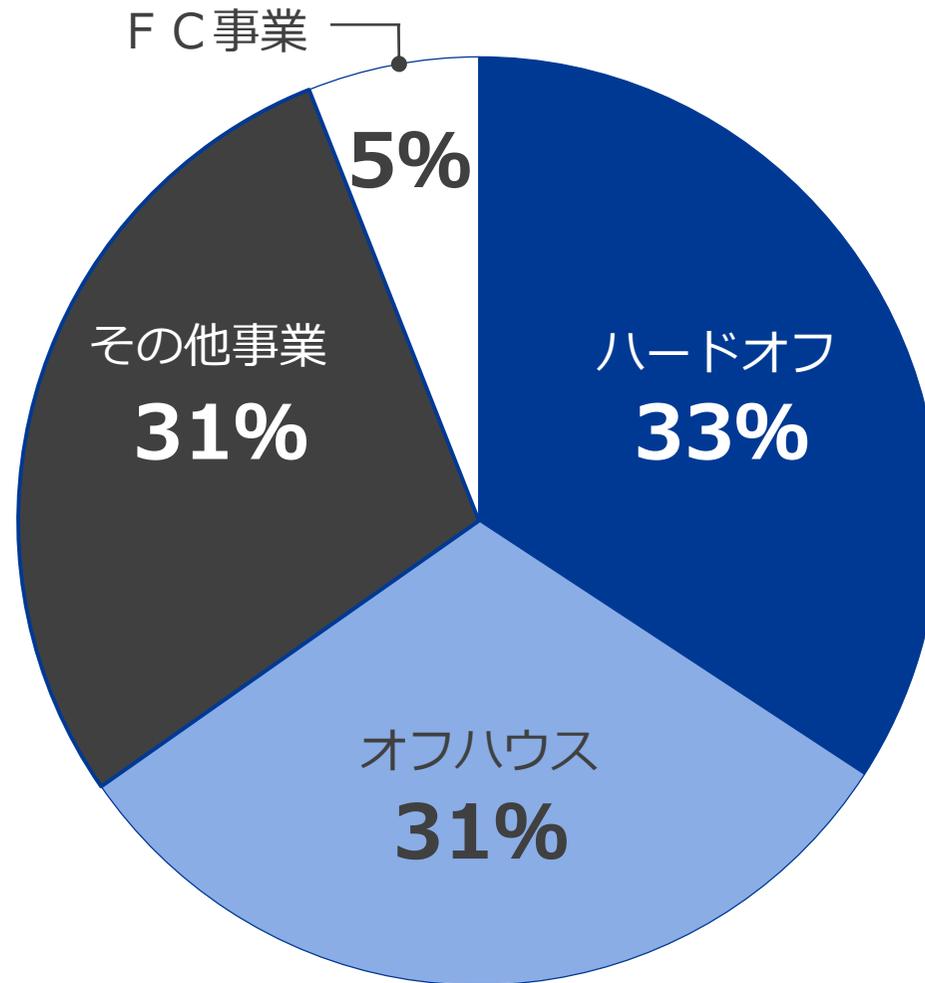
グループ店舗数 **898**店舗 (2020/3期) ⇒ **913**店舗 (2021/3期)

	ハードオフ	オフハウス	モード オフ	ガレージ オフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	合計
直 営 店	129	120	22	11	47	4	51	5	<b>389</b>
	(+27)	(+28)	(▲3)	(+2)	(+11)	(±0)	(+1)	(±0)	<b>(+66)</b>
F C 店	232	202	3	5	74	1	-	7	<b>524</b>
	(▲18)	(▲24)	(▲1)	(▲2)	(▲7)	(±0)	-	(+1)	<b>(▲51)</b>
合 計	361	322	25	16	121	5	51	12	<b>913</b>
	(+9)	(+4)	(▲4)	(±0)	(+4)	(±0)	(+1)	(+1)	<b>(+15)</b>

- ・ ( ) 内は前期末からの店舗数増減を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。
- ・ 10月にハードオフ24店舗、オフハウス25店舗、ホビーオフ9店舗、ガレージオフ2店舗をF C加盟店から直営店に移管しております。
- ・ 上記の他、新刊書籍販売の「ブックオン」を直営店として3店舗運営しております。

## 売上高構成（連結）

---



ハードオフ・オフハウスを中心に  
バランスの取れた売り上げ構成

# 販売費及び一般管理費の内訳（連結）

（単位：百万円）

	2020/3期		2021/3期		
	実績	販管費 構成比	実績	販管費 構成比	前期比
人件費	6,377	51.0%	7,274	52.8%	+14.1%
広告宣伝費	187	1.5%	208	1.5%	+11.5%
水道光熱費	506	4.0%	456	3.3%	▲10.0%
減価償却費	414	3.3%	493	3.6%	+19.0%
地代家賃	2,938	23.5%	3,190	23.2%	+8.6%
その他	2,091	16.7%	2,151	15.6%	+2.9%
合計	12,515	100.0%	13,774	100.0%	+10.1%

## 売上高・経常利益・店舗数推移（連結）

	2017/3期	2018/3期	2019/3期	2020/3期	2021/3期
売上高（百万円）	18,263	18,520	18,869	19,350	21,270
経常利益（百万円）	1,607	1,375	1,147	970	886
経常利益率	8.8%	7.4%	6.1%	5.0%	4.2%
店舗数	861	889	895	898	913
直営店舗数	293	299	320	323	389
F C店舗数	568	590	575	575	524

# アジェンダ

---

- 1 2021年3月期 決算概要
- 2 2022年3月期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

# 2022年3月期の見通し ポイント

## ■売上高

**24,000百万円**   
+12.8%

- ・ 26期連続増収、過去最高更新の継続を見込む
- ・ 既存店前期比+ 2%

## ■営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

営業利益  
**1,200百万円**   
+50.8%

経常利益  
**1,300百万円**   
+46.6%

親会社株主に帰属する  
当期純利益  
**700百万円**   
+101.1%

- ・ 増収効果によりそれぞれ増益を見込む

# 2022年3月期の見通し 連結P/L

(単位：百万円)

	2021/3期	2022/3期 (予想)	
	実績	通期	前期比
売上高	21,270	24,000	+12.8%
営業利益	795	1,200	+50.8%
経常利益	886	1,300	+46.6%
経常利益率	4.2%	5.4%	+1.2%P
親会社に帰属する 当期純利益	348	700	+101.1%
当期純利益率	1.6%	2.9%	+1.3%P

# 2022年3月期の見通し 国内チェーン売上高

国内チェーン売上高 **516**億円 (2021/3期) ⇒ **532**億円 (2022/3期)

(単位:百万円)

	2021/3期	2022/3期見込み	
	売上高	売上高	前期比
ハードオフ	20,692	21,400	+3.4%
オフハウス	21,700	22,300	+2.8%
モードオフ	1,124	1,130	+0.5%
ガレージオフ	679	710	+4.5%
ホビーオフ	4,302	4,480	+4.1%
ブックオフ	3,105	3,180	+2.4%
総合計	<b>51,604</b>	<b>53,200</b>	<b>+3.1%</b>

# 2022年3月期の見通し 店舗数

グループ店舗数 **913**店舗 (2021/3期) ⇒ **938**店舗 (2022/3期)

	ハードオフ	オフハウス	モード オフ	ガレージ オフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	合計
直 営 店	136	126	20	12	49	4	51	6	<b>404</b>
	(+8)	(+6)	(▲2)	(+1)	(+2)	(±0)	(±0)	(±0)	<b>(+15)</b>
F C 店	237	205	3	5	76	1	-	7	<b>534</b>
	(+5)	(+3)	(±0)	(±0)	(+2)	(±0)	-	(±0)	<b>(+10)</b>
合 計	373	331	23	17	125	5	51	13	<b>938</b>
	(+13)	(+9)	(▲2)	(+1)	(+4)	(±0)	(±0)	(±0)	<b>(+25)</b>

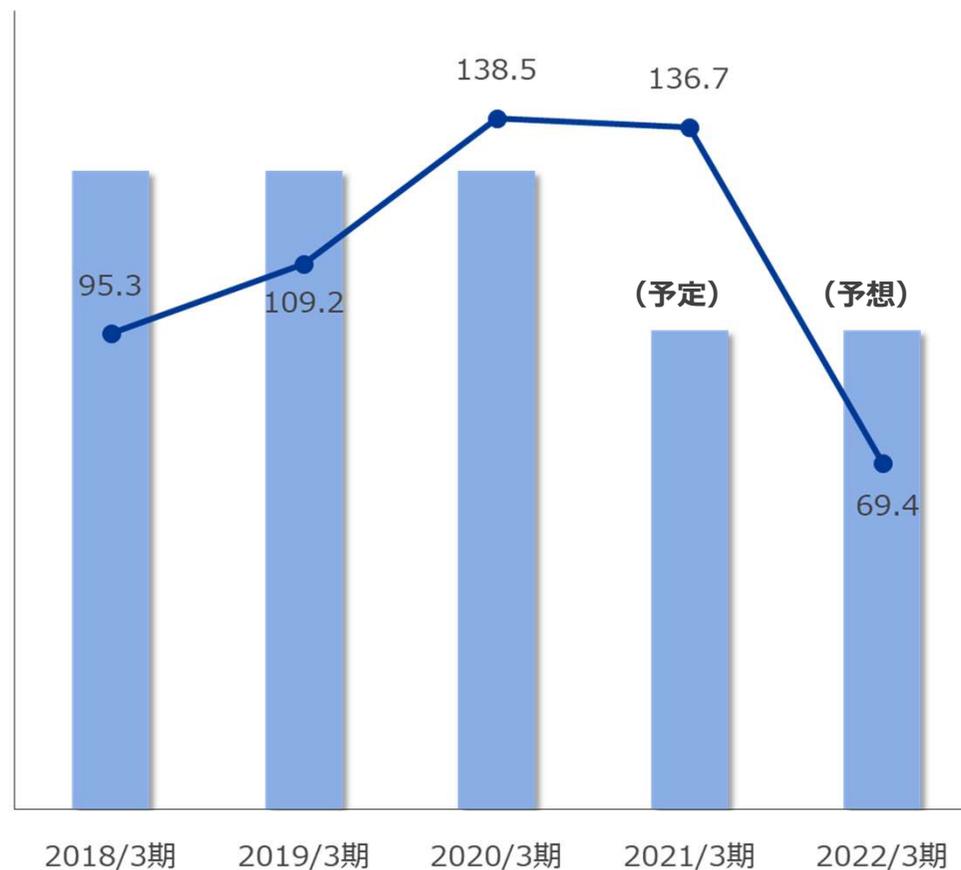
- ・ ( ) 内は前期末からの店舗数増減を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。

# 2022年3月期の見通し 経営効率

	2021/3期 (連結)	2022/3期 (連結)
	実績	見込み
売上高経常利益率	4.2%	5.4%
ROIC (投下資本収益率)	4.9%	6.0%
ROA (総資産経常利益率)	5.2%	7.1%
ROE (自己資本当期純利益率)	2.7%	5.3%
EPS (1株当たり当期純利益)	25円60銭	50円43銭
BPS (1株当たり純資産)	936円32銭	951円75銭

# 1株あたり配当金と配当性向推移

配当性向50%程度を目安として、各期の業績や内部留保を総合的に勘案のうえ、安定的な配当を実施



普通配当金 1株あたり	2021/3期	2022/3期
	35円 (予定)	35円 (予想)

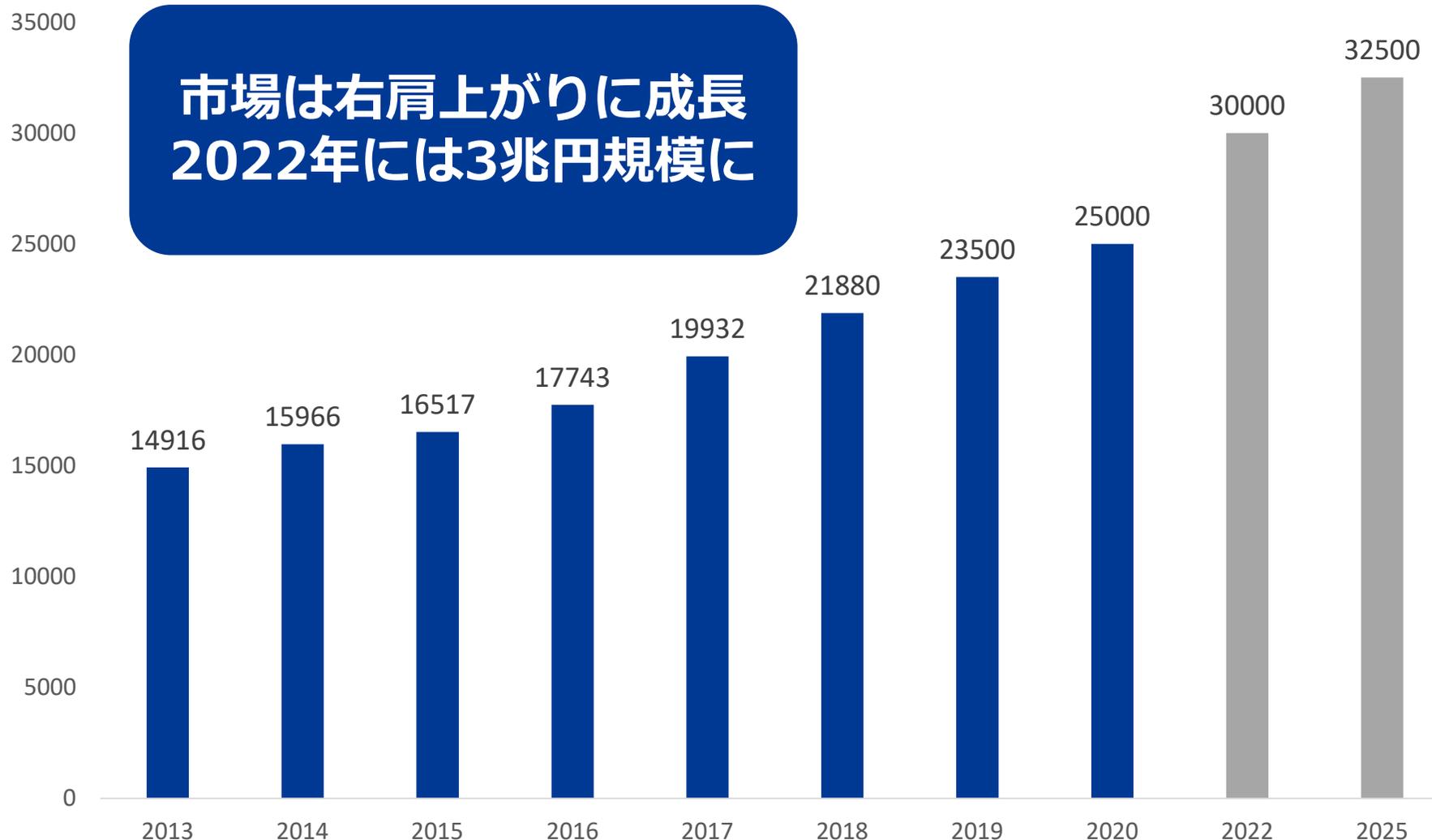
# アジェンダ

---

- 1 2021年3月期 決算概要
- 2 2022年3月期の見通し
- 3 中期経営計画**
- 4 トピックス

# リユース市場規模の推移と予測

(億円)



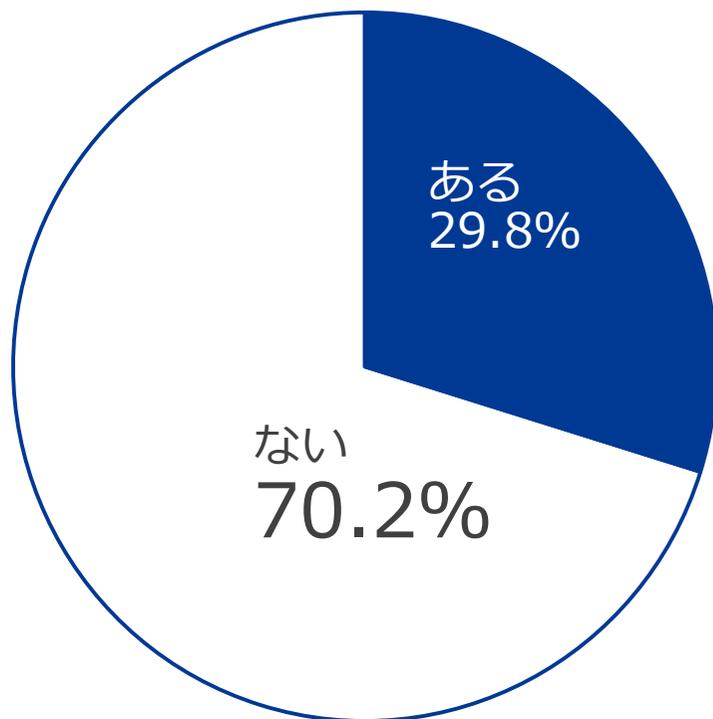
(出典 リサイクル通信『中古市場データブック2020』)

※2019年～は予測値

# リユースの利用率

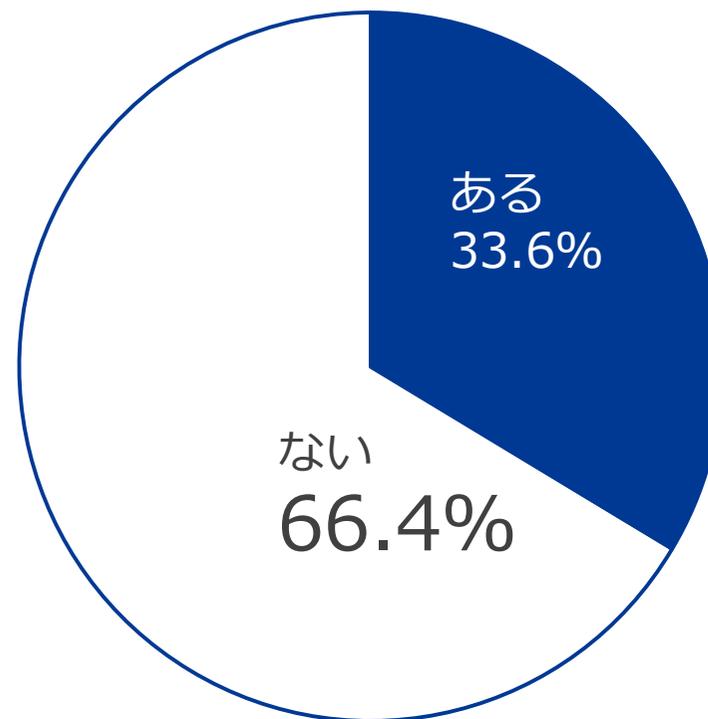
過去1年のリユース品

購入経験



過去1年の不用品

売却・引き渡し経験



リユース利用経験者は全体の3割にとどまる

(出典 平成30年度リユース市場規模調査報告書)

# 持続可能な開発目標 SDGs

## リユースショップの運営等を通じ、SDGsの達成に努めます



### リユース事業

リユースショップを日本全国・海外で展開。物の再利用＝リユースを促進することで廃棄物を減らし、環境保護に貢献。



### HARDOFF ECO スタジアム新潟

2009年より新潟県立野球場のネーミングライツを取得。日本一環境に優しい球場を目指し、地域社会に貢献。



### リユースカップ

Jリーグアルビレックス新潟のエコロジースポンサーとしてデポジット式リユースカップの運営をサポート。



### アーチェリー大会

年に1回、「HARDOFF ECO スタジアム新潟」の無料使用权を活用し、障害者スポーツ大会を兼ねたアーチェリー大会を開催。

## 長期ビジョン

---

理念経営に磨きをかけ、  
誰にも真似できない**唯一無二の存在**になる。  
**強いリアル店舗**を中心とした  
**“Re”NK CHANNEL** を作り上げ、  
日本国内でも、海外でも、  
**圧倒的なリユースのリーディングカンパニー**  
として循環型社会の構築に貢献する。

# “Re”NK CHANNEL (リンクチャンネル)

リアルとネットの様々なチャンネルを  
融合させるハードオフ版のオムニチャンネル戦略



# 中期経営計画

## 4つの戦略で中期経営計画の達成を目指す

リアル店舗戦略	個店の魅力の深掘り 新業態の開発	▶	P23~
出店戦略	出店商圈の考え方（新潟モデル）	▶	P27~
ネット戦略	ハードオフネットモール ハードオフ公式アプリ オファー買取アプリ システム内製化	▶	P29~
海外戦略	現在12店舗の海外店舗網を拡大強化	▶	P39~

## お客様をワクワクさせる、唯一無二の個性のある店舗づくり



地域のお客様から買い取った品物をそのまま買い取った店舗で販売する  
地産地消型リユースショップ。品揃えが個々の店舗によって異なり  
チェーン店でありながら店舗ごとに特色があるのが強み。

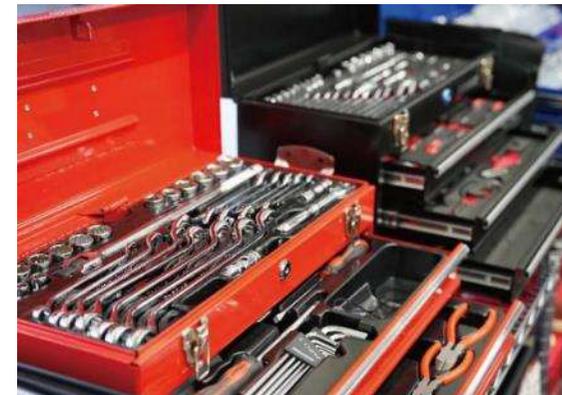
## 既存の業態を深掘り（ジャンルに特化）した新しい業態の開発

2021年3月12日 1号店オープン  
ハードオフ工具館 新潟近江店



工具のリユースに特化した新店舗。

全国**100店舗**展開が目標。



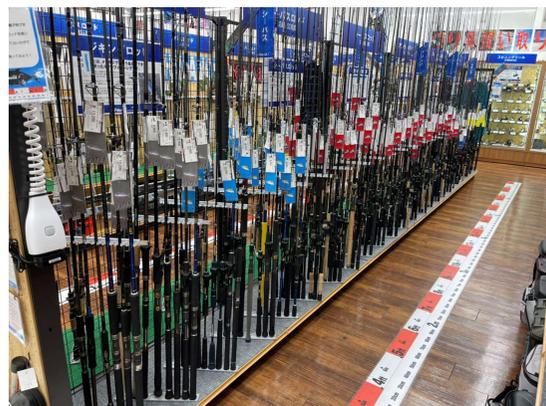
## 既存の業態を深掘り（ジャンルに特化）した新しい業態の開発

2021年4月16日 2号店オープン  
オフハウス アウトドア&フィッシング東千葉店



アウトドアとフィッシング用品に  
特化した店舗の2号店。

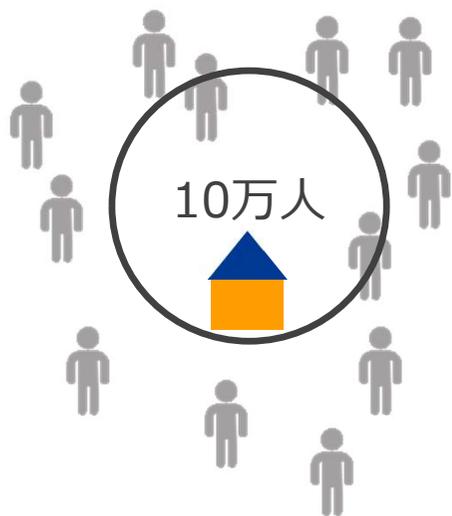
全国**100**店舗展開が目標。



# 首都圏・関西への出店に加え地方都市の空白エリアも強化

基本の出店基準

人口10万人に対し 1 店舗



新潟県の出店密度

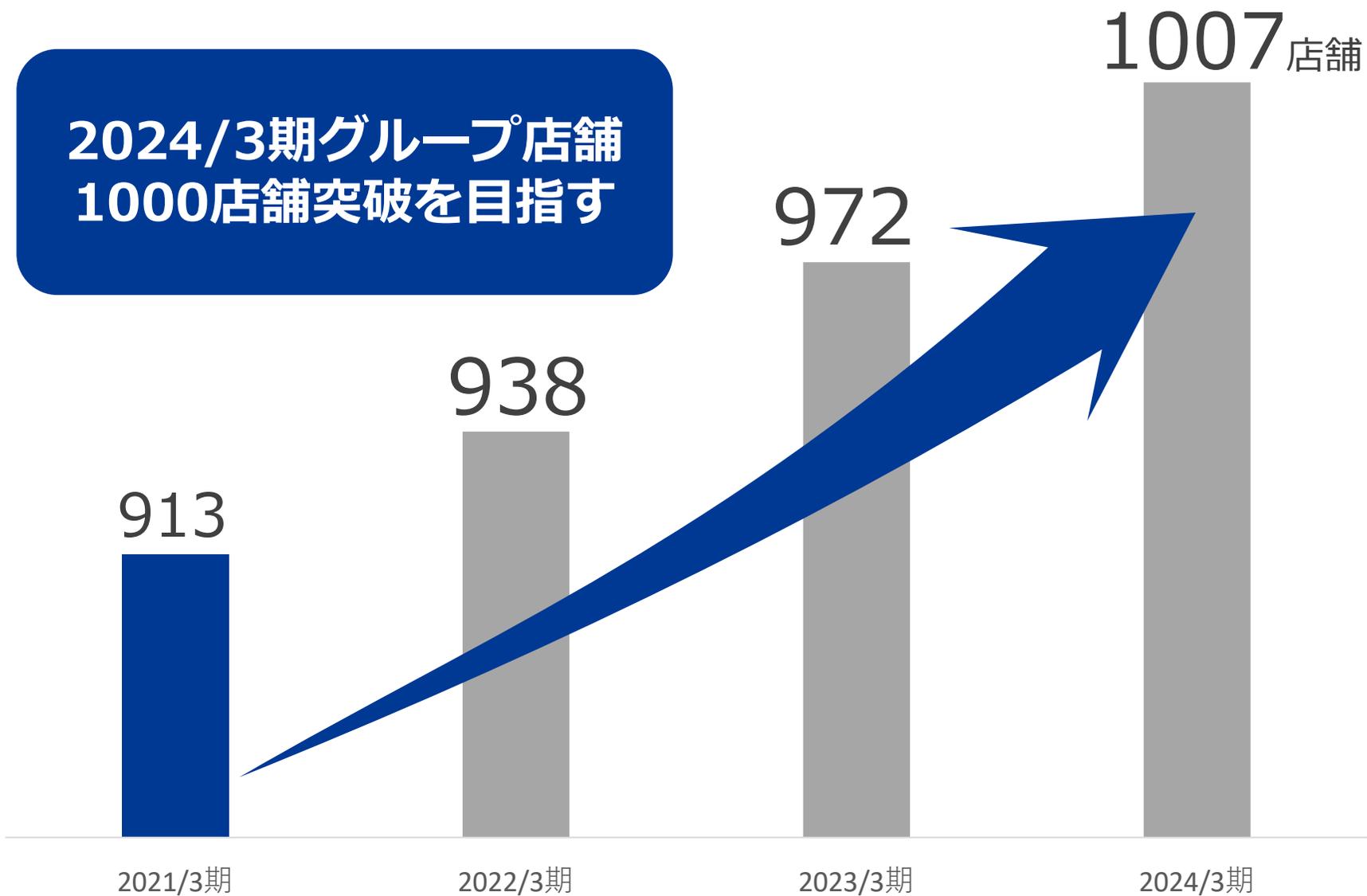
人口4万人に対し 1 店舗



日本の人口 約1億2500万人  
新潟県の出店密度を全国で再現すると、  
**2,000店舗超**の出店が可能

## 新潟モデルを全国へ

2024/3期グループ店舗  
1000店舗突破を目指す



Net Mail



ハードオフグループ各店が商品を掲載  
独自のプラットフォーム

<p>新品</p> <p>テレキャスタータイプ</p> <p>FENDER USA エレキギター AmerOriginal '60s Telecaster ハードオフ小松店</p> <p>165,000円</p> <p>カートに入れる</p>	<p>新品</p> <p>ストラトキャスタータイプ</p> <p>ESP エレキギター POTBELLY-STD ハードオフ鎌倉店</p> <p>275,000円</p> <p>カートに入れる</p>	<p>新品</p> <p>変形ボディ</p> <p>B.C. RICH 変形ボディ KRV ハードオフ秋田店</p> <p>66,000円</p> <p>カートに入れる</p>
<p>新品 PRICE DOWN</p> <p>その他ボディタイプ</p> <p>PAUL REED SMITH その他ボディタイプ S2 CUSTOM22 ハードオフ静岡店</p> <p>99,000円</p>	<p>新品</p> <p>レスポールタイプ</p> <p>BURNY レスポールタイプ SRLC55 ハードオフ車道店</p> <p>22,000円</p>	<p>新品</p> <p>ストラトキャスタータイプ</p> <p>IBANEZ ストラトキャスタータイプ RG350 DXZ ハードオフ鎌倉店</p> <p>33,000円</p>

デジタル・フィルムカメラ > デジタルカメラ本体 > ミラーレス一眼 > OLYMPUS PEN LITE E-PL1s レンズキット

WEBNo. 2012690000015250

ランクB 中古品

OLYMPUS  
ミラーレス一眼  
OLYMPUS PEN Lite E-PL1s レンズキット  
型番: E-PL1

新品 PRICE DOWN

15,400円 (税込)

送料についてはこちら  
※梱包の場合、追加送料がかかる場合があります。  
商品は店頭でも販売されている為、ご注文を頂いた時点で在庫がない場合がございます。予めご了承ください。

カートに入れる

お取扱店舗:  
ハードオフ旭川バルブ店

【受け取り方法】  
・このお店で受け取る  
・宅配で受け取る  
・コンビニで受け取る

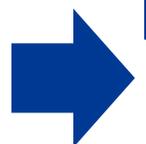
買うついでに売ってみる 使用可能クレジットカードについて

詳細情報

この商品をSNSでシェア

保証期間: 3ヶ月保証  
発送目安: 1-2日後  
登録日: 2019年11月23日  
発売日: 2010年

従来の1店舗当たりの商圏  
10万人商圏

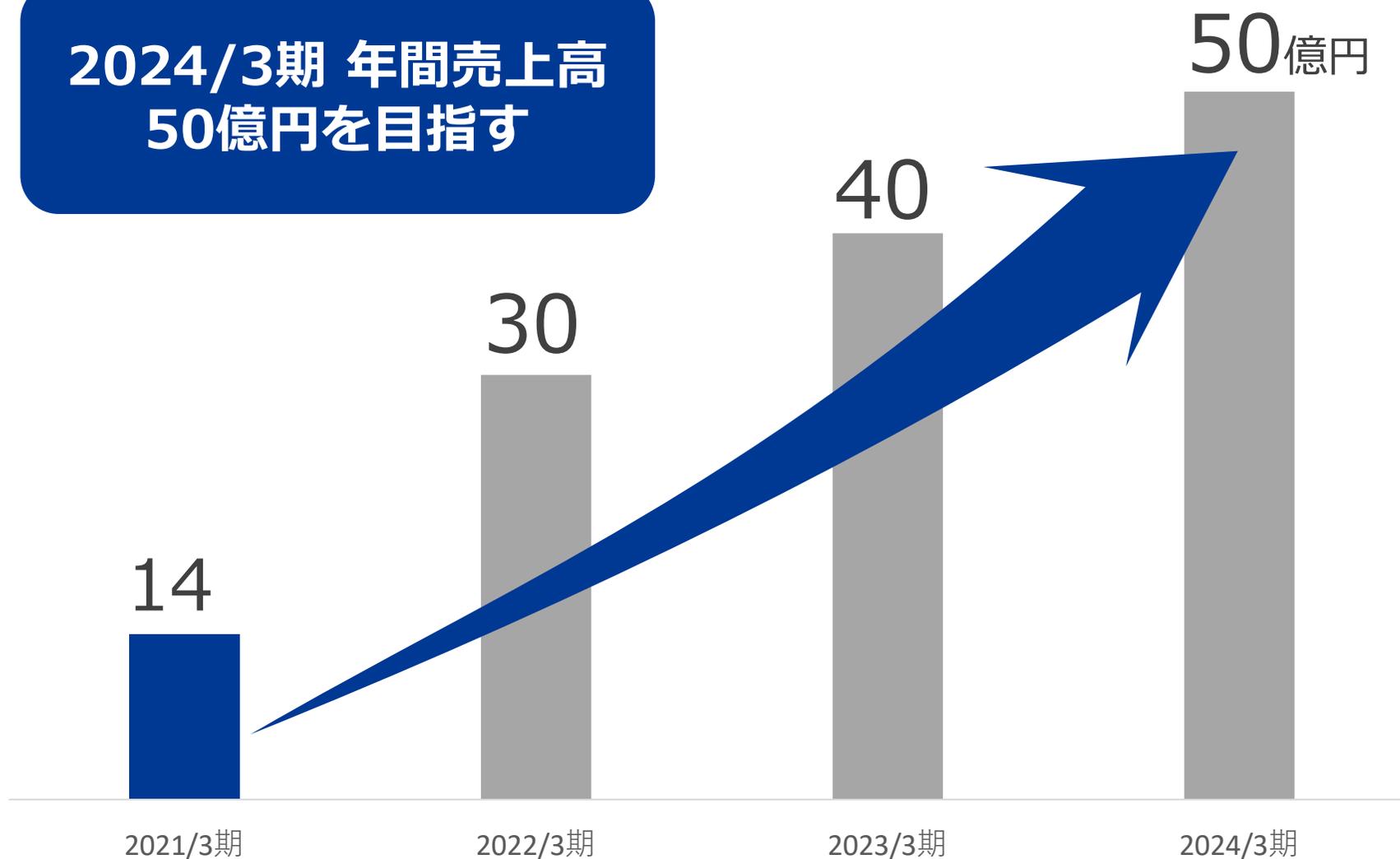


インターネットを利用する多くの人へアプローチ  
1億2,500万人商圏

## コロナウイルスの感染拡大によりネットモール販売を強化

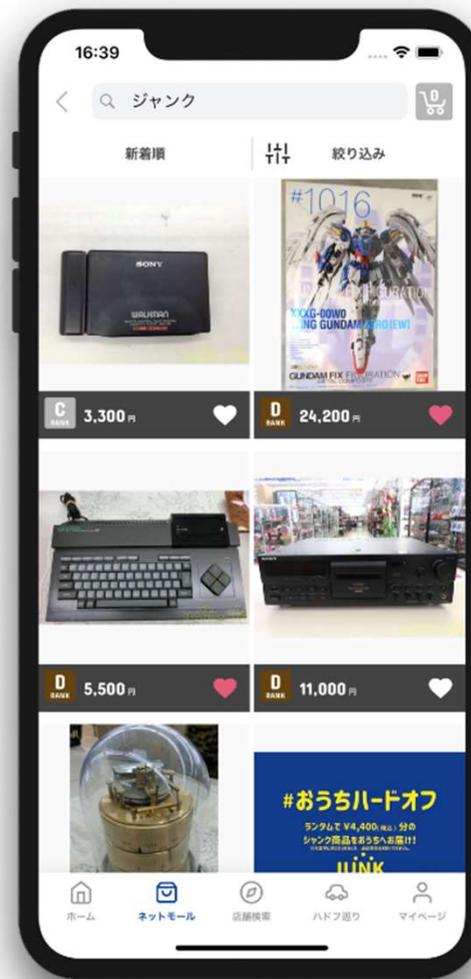


2024/3期 年間売上高  
50億円を目指す

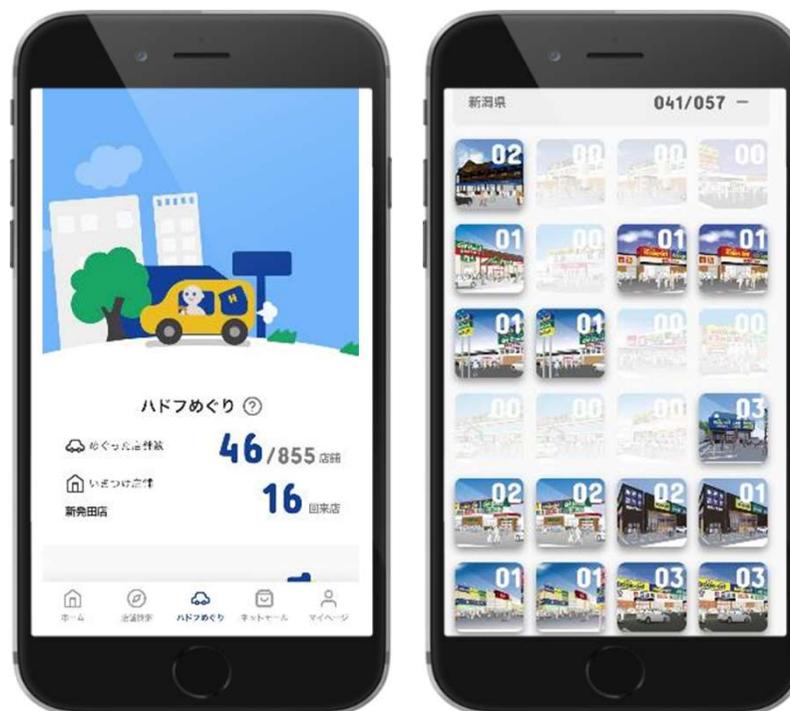




## 会員証や店舗検索機能、ハードオフネットモールの利用



公式アプリ内に新コンテンツ「ハドフめぐり」を実装

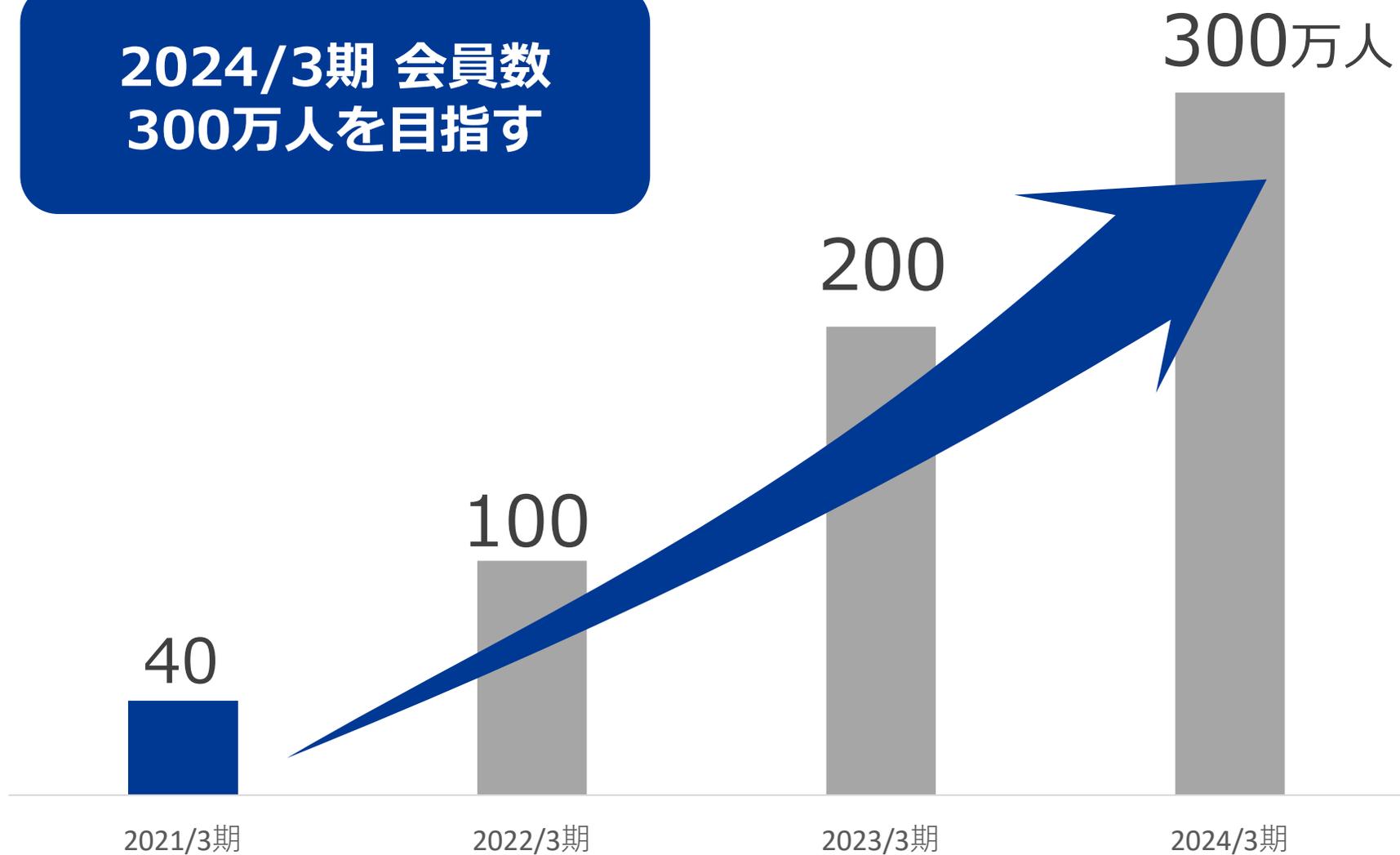


リユース品との出会いを求め、複数の店舗を周る  
通称「ハードオフ巡り」が一部のファンの間で流行



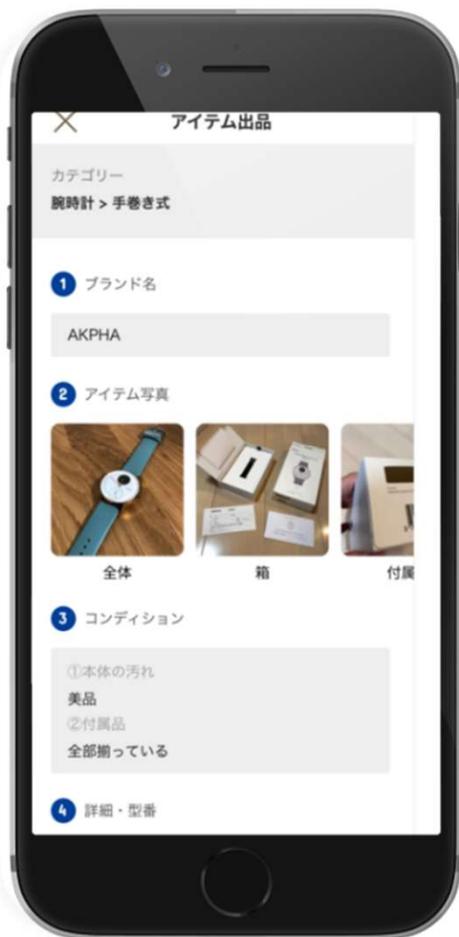
スタンプラリー形式で店舗巡りの楽しさを後押しし、  
認知度拡大と来店促進に繋げるコンテンツに育てていく

2024/3期 会員数  
300万人を目指す





## 不要品をネットに出品すると店舗から 買取オファーが届く「オファー買取」



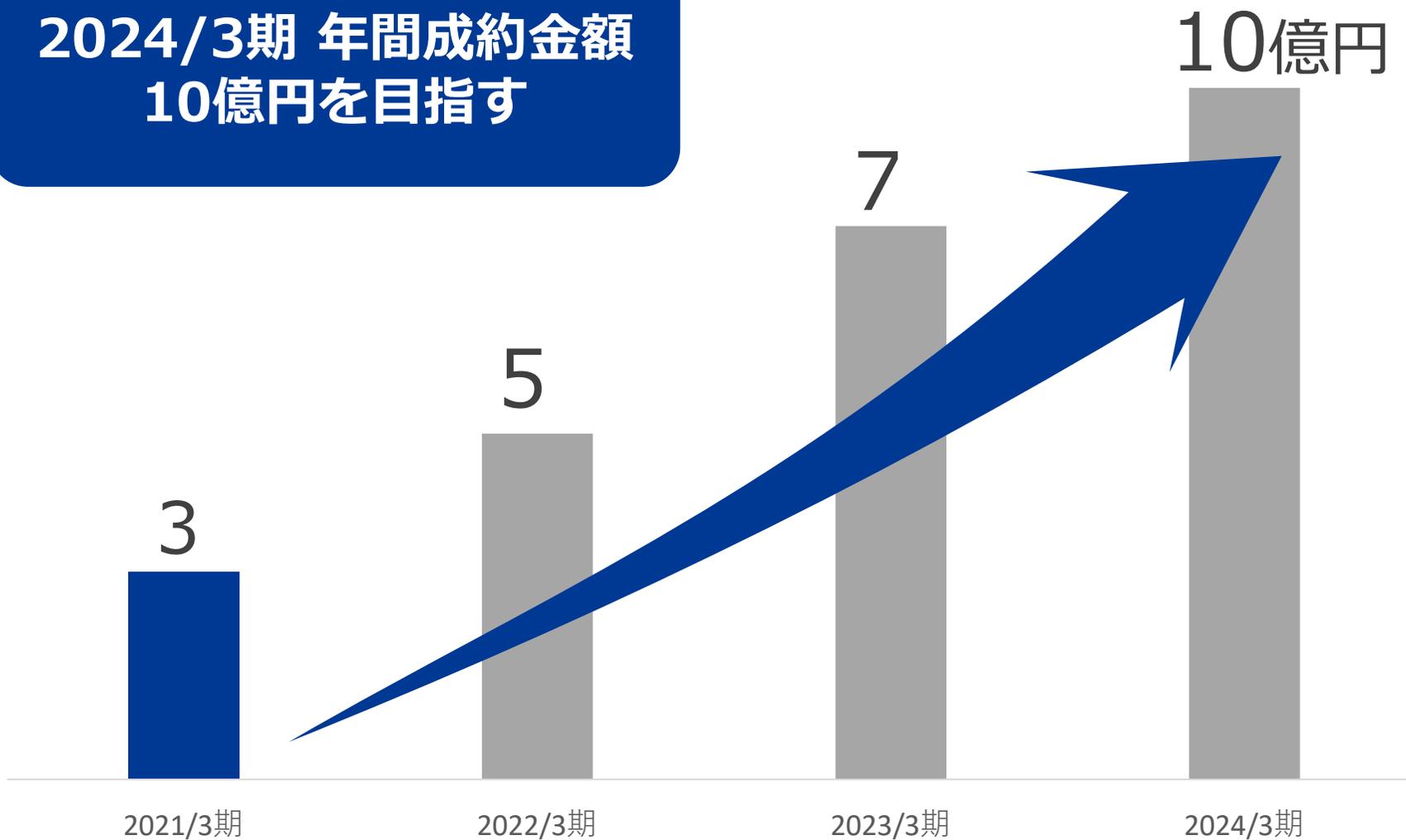
### オファー買取の流れ

不要品の写真を撮影し、ブランドや  
コンディションを入力

↓  
全国のハードオフグループ店舗から  
買い取り金額のオファーが届く

↓  
受りたいオファーを選び、宅配買取  
の依頼をする

2024/3期 年間成約金額  
10億円を目指す

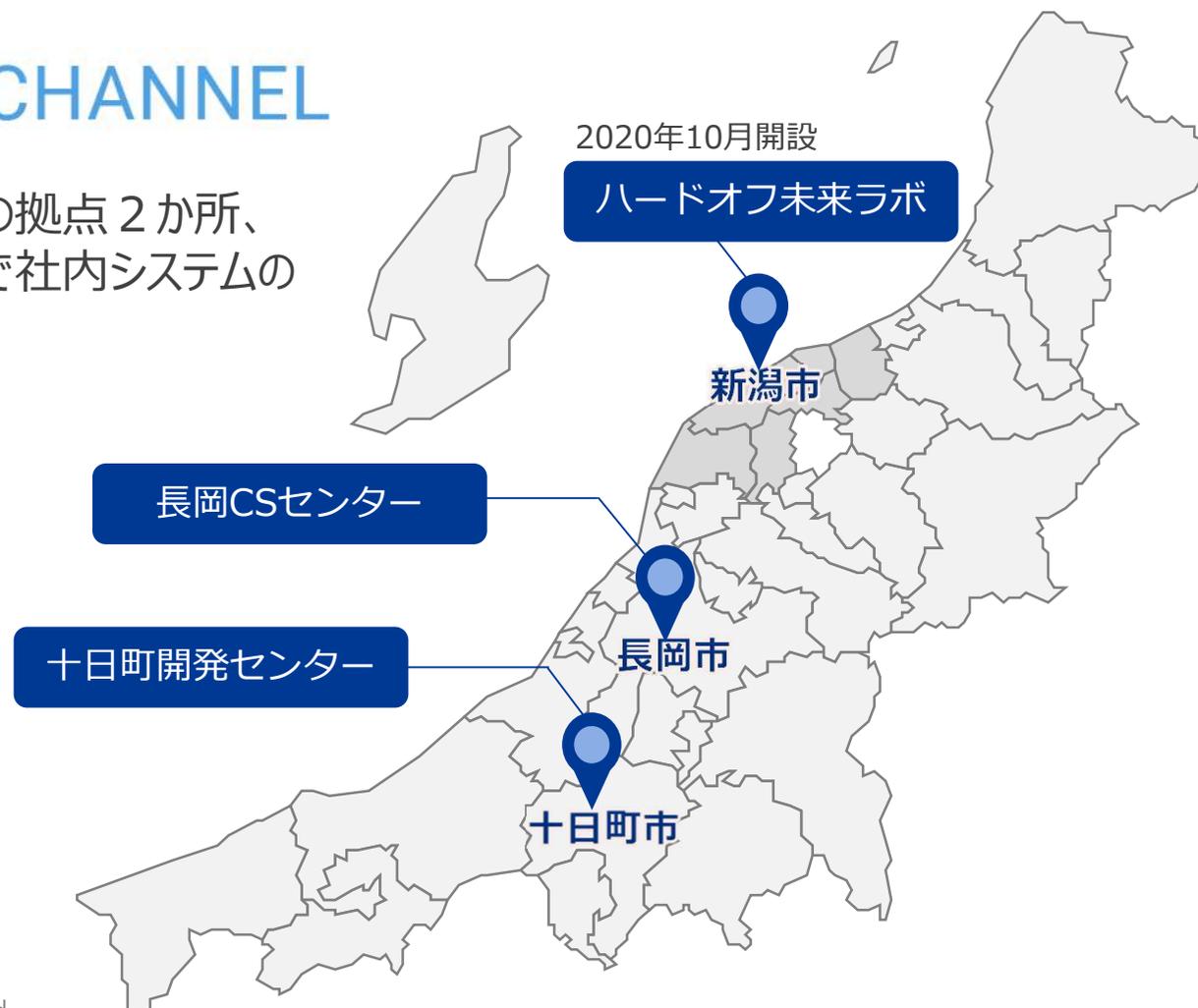


## 2023年度システム開発の内製化80%を目指し 2020年4月1日付で新潟県内のシステム会社を子会社化



### ReNK CHANNEL

新潟県内の既存の拠点2か所、  
新規拠点1か所で社内システムの  
開発を進める。



## 新潟市内のオフィススペース「NINNO」内にシステム開発拠点を新設



ニノ  
**NINNO**

「NIIGATA（ニイガタ）」と「INNOVATION（イノベーション）」の造語。  
新潟県内のIT企業が複数入居しており、企業間の交流も期待。



### ハードオフ未来ラボの掲げるミッション

私たちは、システムを利用する方の笑顔のため、  
新しいチャレンジをし続け、ハードオフグループを通じ、  
リユースの未来を切り開くとともに、  
社会に新しい価値を創出します。

アジア・アメリカに12店舗、今後も出店の可能性を検討

台湾 2店舗

2018年5月進出



米国カリフォルニア州 2店舗

2019年5月進出



米国ハワイ州 2店舗

2017年5月進出



タイ王国 2店舗

2020年2月進出



※ F C 加盟法人による出店

カンボジア 4店舗

2016年12月進出



※ F C 加盟法人による出店

# 中期経営計画

(単位：百万円)

	実績	計画		
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
売上高	21,270	24,000 (+12.8%)	25,500 (+6.3%)	27,000 (+5.9%)
経常利益	886	1,300 (+46.7%)	1,600 (+23.1%)	1,950 (+21.9%)
経常利益率	4.2%	5.4%	6.3%	7.2%
当期純利益	348	700 (+101.1%)	1,000 (+42.9%)	1,200 (+20.0%)
チェーン売上高	51,604	53,200 (+3.1%)	54,800 (+3.0%)	56,500 (+3.1%)

# アジェンダ

---

- 1 2021年3月期 決算概要
- 2 2022年3月期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

# ハードオフ首都圏出張買取センター

## 東京23区・首都圏を中心に出張買取専門の拠点を開設



### 一般顧客

ニーズに対してエリアの店舗数が少なく、  
需要を取りこぼしていた



### 法人

テレワークの拡大等に伴い法人からの  
買取依頼も増加傾向

➡ **顧客のニーズにお応えし、買い取り力の向上に繋げる**

■ **スタッフ** 3名    ■ **取扱商材** PC、オーディオ、楽器、腕時計、カメラ等

# ハードオフ公式アンバサダー

---

## 当社初のアンバサダーマーケティングを実施予定

ハードオフ公式アンバサダー



### ミッション

ハードオフグループのファンづくり、認知拡大、来店促進

### コンセプト

「ファミリー」の名称に象徴されるように、ハードオフグループのファンが集まる家族のようなコミュニティを形成。メンバー同士のSNSを中心とした交流を図る。

※2021年5月21日プレスリリース

# ハードオフ公式アンバサダー

影響力：大

年度ごとに約150名のアンバサダーを選定

## ミドルインフルエンサー

芸能人・タレントなど  
フォロワーが多い



- YouTubeにP R動画を投稿
- 広告出稿でリーチ拡大

## ローカルインフルエンサー

都道府県ごとに1名選定  
ローカルタレントなど  
エリアでの影響力が大きい



- SNSで地域の店舗P R
- 各層とのコミュニケーション

## 一般のファンの方

SNSキャンペーンで公募



- 情報拡散
- 情報発信

**来店促進、WEB上の情報量増加**

# 公式ホームページリニューアル

## コーポレートサイトのデザイン・コンテンツをリニューアル予定

PC用



スマートフォン用



※画面は開発中のものです

- 店舗を利用する時に感じていただきたいアットホーム感、ワクワク感を表現
- 情報量を見直し、必要な情報に到達しやすいサイト構成
- 2021年6月公開を予定

# 公式ホームページリニューアル

## IRサイトも投資家目線でデザイン・コンテンツの見直しを図る



※画面は開発中のものです

- 写真や画像のビジュアルを増やし直感的に操作できるデザイン。
- ビジョンや事業戦略をわかりやすく伝える個人投資家向けのページを新設。
- 英語版にも対応し、海外投資家向けの情報を充実。
- 2021年6月公開を予定

# 株式会社ハードオフコーポレーション

<https://www.hardoff.co.jp/>

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

## IRに関する問い合わせ先

株式会社ハードオフコーポレーション TEL 0254-24-4344

専務取締役社長室長兼経営管理本部長 長橋 健