

2022年2月期

決算説明会資料

第45期

(2021年3月1日～2022年2月28日)

2022年4月11日

コーナン商事株式会社

(7516)

<https://www.hc-kohnan.com/>

2022年2月期

決算説明会

第45期

(2021年3月1日～2022年2月28日)

・2022年2月期 決算概要、通期の特徴と営業施策について

・第3次中期経営計画の進捗について

・2023年2月期業績予想と株主還元について

2022年2月期 決算概要（連結）



売上高 4,257億円 前期比 99.7% 計画比 99.6% 前々期比 118.2%

- 前年コロナ特需の反動減とテレワークなど巣ごもり需要の反動減が継続。コロナにより海外事業のベトナムも不振
- 8月のお盆期間の長雨、12月の気温の低下が遅れたことによる冬物の不振も影響

売上総利益 1,604億円 前期比 99.8% 計画比 99.1% 前々期比 121.3%

- 原材料費高騰や海上運賃の高騰、為替相場の円安など押し下げ要因が継続

営業利益 257億円 前期比 83.4% 計画比 101.1% 前々期比 128.6%

- 前年自粛した販売促進に関する費用や新店増加による物件費や人件費など販管費の増加が押し下げ要因

**親会社株主に帰属する
当期純利益 155億円 前期比 83.6% 計画比 95.6% 前々期比 131.8%**

- 閉店予定店舗の減損損失等を計上し、計画を下回る

2022年2月期 通期の特徴と営業施策



■ホームセンター業態

前期のコロナ需要（感染対策品、テレワークによる家具・インテリア用品等）の反動減や8月の長雨、冬の入りの遅れなどによる季節用品の不振の影響を大きく受ける

- ・好調カテゴリー：ペット用品、園芸用品、園芸植物
- ・不調カテゴリー：日用品（マスク・消毒液・ハンドソープなど）、インテリア用品、季節家電



2022年2月期 通期の特徴と営業施策



■リフォーム

- ①店頭ショールームを設置し、二級建築士等の有資格者が在籍する「カスタムリフォーム」コーナーを備えた店舗数を17店舗まで拡大し、お客様一人ひとりの要望にあわせたリフォームを提案
- ②2018年開始のカスタムリフォーム効果や、リフォーム申込方法の多様化・システム化等のリフォーム営業業務全般の利便性・生産性の向上が寄与し売上高は堅調に推移

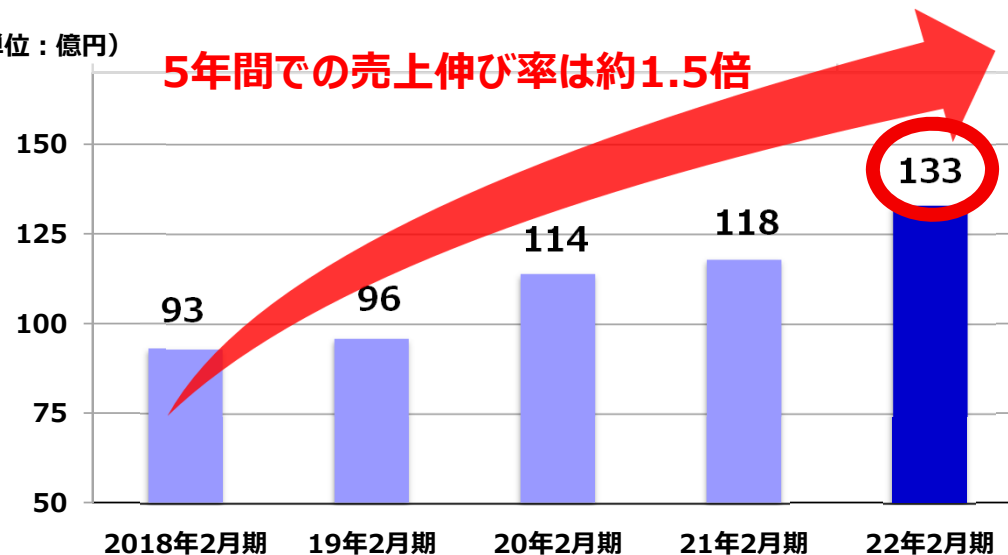
①「カスタムリフォーム」コーナーの拡大



カスタムリフォーム向日町店 ショールーム

②リフォーム売上高推移

(単位：億円)



2022年2月期 通期の特徴と営業施策



■ PRO業態①

前期の外出自粛による職人さんの建築需要の落ち込みが今期は回復し、PRO向けの資材や工具、電材、作業用品など大きく伸びる

- ・「コーナンPRO」100店舗達成などドミナント展開も進み、認知度の高まりによる売上の向上
- ・「ウッドショック」による、合板や荒材などの需要増や、鉄や銅などの素材の高騰により客単価上昇
- ・建デポは新規出店を開始するなど首都圏中心にシェア拡大



2022年2月期 通期の特徴と営業施策



■PRO業態②

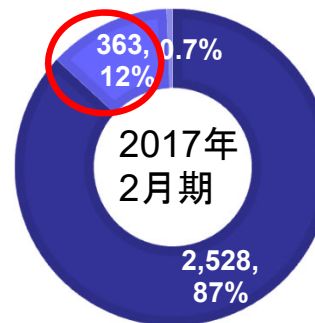
- 積極出店や顧客要望に応えた品揃えの実現により、順調に事業規模を拡大
- 事業ポートフォリオも2017年2月期12%から、2022年2月期26%へ大きく変化
(2025年度30%以上を目標)



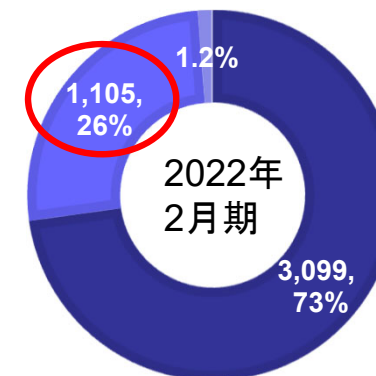
事業ポートフォリオの変化

PRO売上高：363億円

1,105億円



全体売上高：2,911億円
■ HC ■ PRO ■ その他



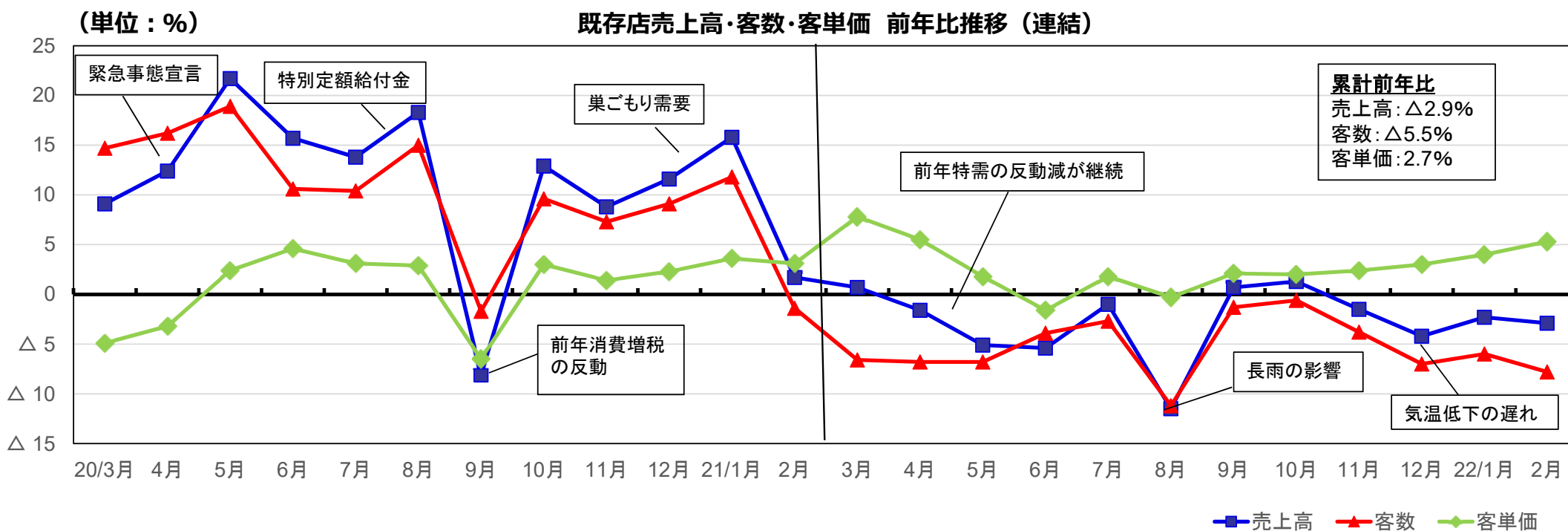
全体売上高：4,257億円
■ HC ■ PRO ■ その他

2022年2月期 通期の特徴と営業施策



■ 既存店前年比（連結）

- 既存店売上高前年比：97.1%、既存店客数前年比：94.5%、既存店客単価前年比：102.7%
- 客数は、前期特需の反動減や8月の長雨、冬物の売れ行き不振、ベトナムのロックダウンなどにより下落
客単価は、「ウッドショック」や鉄・銅など素材の値上がりもあり上昇



2022年2月期 通期の特徴と営業施策



■ HC既存店の改装

- ① 価格帯や品揃えについて、PB商品を含め低価格・単機能で構成し、「見やすく、選びやすい、触りやすい」売場を実現した『納得家電』を展開。2022年2月末時点、25店舗に設置
- ② お客様の利便性を高める一環として、100円ショップを展開。2022年2月末時点、108店舗に設置

①『納得家電』



②『100円ショップ』



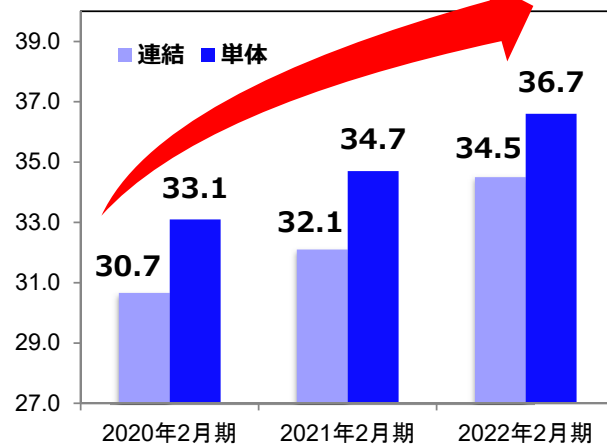
2022年2月期 通期の特徴と営業施策

■ PB商品について

- PB構成比（連結）：34.5% 前年より2.4pt増加し、好調に推移
- 売場での販促面も強化し、新商品の開発も積極的に推進

■ PB構成比推移

(単位：%)



■ 開発商品：蓄圧式洗車クリーナー



■ 開発商品：軽くて錆びにくいアルミスキレット



2022年2月期 出店状況



- HC : 13店舗、PRO : 5店舗、CAMP DEPOT : 5店舗、建デポ : 3店舗、計26店舗出店
- CAMP DEPOTは、4号店、5号店、6号店をロードサイドに居抜きで計3店舗オープン
- 投資効率を勘案し、新店26店舗中18店舗は、居抜き出店

	業態	店舗名	居抜き	所在地	売場面積	開店年月日
1	HC	港南台バース店	●	横浜市港南区	2,310m ²	2021.4.22
2		ミッテン府中店	●	東京都府中市	2,970m ²	2021.5.28
3		イズミヤ小林店	●	兵庫県宝塚市	1,848m ²	2021.6.2
4		アクロスプラザ稲沢店	●	愛知県稲沢市	6,930m ²	2021.8.13
5		南芦屋浜店	●	兵庫県芦屋市	2,739m ²	2021.8.18
6		笠岡シーサイドモール店	●	岡山県笠岡市	1,815m ²	2021.8.25
7		国道171号向日町店		京都府向日市	5,610m ²	2021.9.29
8		西野山店	●	京都市山科区	2,772m ²	2021.10.6
9		三和こどもの国店	●	横浜市青葉区	3,960m ²	2021.10.20

2022年2月期 出店状況



	業態	店舗名	居抜き	所在地	売場面積	開店年月日
10	HC	ノブレスパーク袋井店		静岡県袋井市	4,620m ²	2021.10.27
11		イズミヤ古市店	●	大阪府羽曳野市	2,409m ²	2021.11.10
12		イズミヤ高野店	●	京都市左京区	2,541m ²	2021.11.17
13		屋島店	●	香川県高松市	2,640m ²	2021.12.4
14	CAMP DEPOT	檀原香久山店	●	奈良県檀原市	957m ²	2021.3.19
15		綾川店	●	香川県綾歌郡	512m ²	2021.7.2
16		大津堅田店	●	滋賀県大津市	627m ²	2021.9.3
17		鈴鹿中央通り店	●	三重県鈴鹿市	660m ²	2021.9.23
18		貝塚店	●	大阪府貝塚市	561m ²	2021.10.22

■ 屋島店



■ CAMP DEPOT 貝塚店



2022年2月期 出店状況



	業態	店舗名	居抜き	所在地	売場面積	開店年月日
19	PRO	高松元山店		香川県高松市	2,057m ²	2021.3.17
20		WORK&TOOL 寝屋川南インター店	●	大阪府寝屋川市	495m ²	2021.4.7
21		呉広支所前店		広島県呉市	1,446m ²	2021.4.20
22		WORK&TOOL 南千里店	●	大阪府吹田市	495m ²	2021.7.7
23		亀岡篠店		京都府亀岡市	1,848m ²	2022.1.26
24	建デポ	小平小川町店		東京都小平市	825m ²	2021.6.2
25		練馬高野台店		東京都練馬区	1,292m ²	2021.11.29
26		博多板付店		福岡市博多区	1,596m ²	2022.1.7

■ PRO亀岡篠店



■ 建デポ博多板付店



店舗数（2022年2月末時点）



2022年2月末時点 502店舗（今期：出店26店舗 退店5店舗）

国内	494店舗 (出店26退店5)	HC		PRO			CAMP DEPOT
							
		308店舗	6店舗	102店舗	4店舗	68店舗	6店舗
		(出店13退店3)	-	(出店5退店1)	-	(出店3退店1)	(出店5)
海外	8店舗						
		【ベトナム】					
		8店舗					
		(出店退店なし)					

2023年2月期 出店予定



2023年2月期：コーナングループ全体で30店舗以上の出店を予定

居抜き出店も進めつつ、半数以上をPRO店舗で出店予定

	業態	店舗名	居抜き	所在地	予定売場面積	開店予定年月日
1	HC	豊田T-FACE店	●	愛知県豊田市	2,640m ²	2022.3.25
2		見奈良店	●	愛媛県東温市	2,970m ²	2022.4.13
3		八王子オクトーレ店	●	東京都八王子市	1,650m ²	2022.4.27
4		沖浜店	●	徳島県徳島市	-	-
5		三田対中店	●	兵庫県三田市	-	-
6		東京都品川区 他		-	-	-
7	PRO	三鷹東八店		東京都三鷹市	990m ²	2022.3.9
8		城南片江店		福岡市城南区	1,815m ²	2022.4.20
9		東京都世田谷区		東京都世田谷区	-	-
10		愛媛県松山市 他		-	-	-

2023年2月期 出店予定



- CAMP DEPOTも出店を継続し、関東圏への出店も計画中
- ビーバートザンは子会社化後初の新店を3月に出店。他のグループ子会社も継続して出店をおこなう

	業態	店舗名	居抜き	所在地	予定売場面積	開店予定年月日
11	CAMP DEPOT	姫路網干店	●	姫路市網干区	455m ²	2022.4.15
12		神奈川県横浜市 他		-	-	-
13	ビーバーPRO	経堂店	●	東京都世田谷区	495m ²	2022.3.16
14	建デポ	埼玉県他7店舗		-	-	-
15	コーナンベトナム	ハノイ2店舗、ホーチミン1店舗		-	-	-
16	コーナンカンボジア	プノンペン2店舗		-	-	-
	合計	30店舗以上予定		-	-	-

2022年2月期

決算説明会

第45期

(2021年3月1日～2022年2月28日)

-
- ・2022年2月期 決算概要、通期の特徴と営業施策について
 - ・**第3次中期経営計画の進捗について**
 - ・2023年2月期業績予想と株主還元について

第3次中期経営計画（2021年～2025年）



■ 5つの重点戦略

■ 数値目標（2025年度）

売上高：5,000億円
経常利益：310億円
当期利益：195億円

DXを推進し、EC・アプリを活用した買物環境を構築

店舗デジタル化戦略

既存フォーマット再構築と都市部への新フォーマット出店

フォーマット戦略

PB商品開発戦略

将来のSPA化を展望してPB商品開発体制を強化

DXを推進し、店舗業務の削減を実現

店舗業務効率化戦略

人材育成と適正な人員配置の実現

人材戦略

全ての経営活動を『お客様視点』へ転換させる

第3次中期経営計画：PB商品開発戦略



- ① 外部の講師を招いたワークショップ形式の商品開発に取り組み、店舗従業員を含む女性社員を中心としたグループワークで生まれた新しいアイデアを活かし、新規商品の開発を推進
- ② PB商品のパッケージデザインの統一を進めることで、全般的な商品カテゴリーにおいて統一感のある売場の拡大
- ③ 上記のような取り組みの成果が現れ、3カ年のPB売上高構成比率は上昇傾向

① 商品デザインワークショップ開催

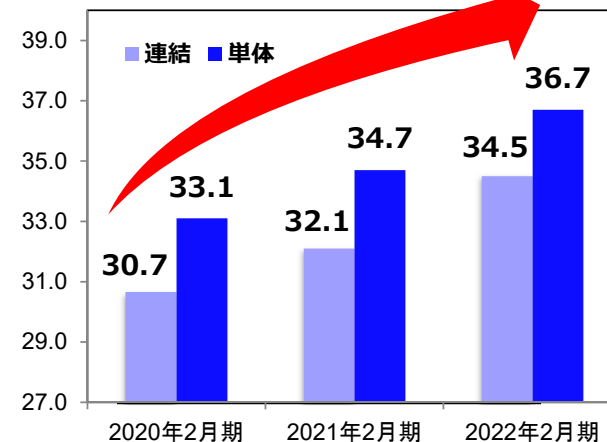


② 商品パッケージの統一



③ PB構成比推移

(単位：%)



第3次中期経営計画：店舗デジタル化・店舗業務効率化戦略



- ①【次世代POSレジシステム導入】 2022年1月より導入し、2023年2月期中に全店舗設置予定
タッチパネルで操作性の向上と精算作業の単純化を実現
- ②【次世代スマートフォン型ハンディ『NAVI-KO』導入】 2022年5月より導入予定し、店舗業務の
標準化・可視化を実現
⇒ 店舗の業務を20%削減し、生産性の向上へつなげる

①次世代POSレジシステム



②次世代スマートフォン型ハンディ『NAVI-KO』



計60億円の投資



- ・業務量20%削減
- ・人件費約25億円の抑制効果を見込む

(2025年度 約800人(8H換算)、160万時間抑制)

第3次中期経営計画：フォーマット戦略



① 都市型店舗の出店

『港南台バース店（横浜市港南区）』、『ミッテン府中店（東京都府中市）』

⇒女性客や20代～30代といった若年層の取り込みに成功

② PRO業態とHC業態のハイブリッド（一体型）店舗の出店

『国道171号向日町店（京都府向日市）』

⇒PROとHCの出入口を1箇所に統一し、お客様の回遊性を高める

① 港南台バース店



② 国道171号向日町店



□ 新たな人事制度の導入（本年9月より段階的に実施）

- ・給与における年功要素を廃止し、役割や職位に応じた給与体系へ
- ・「単線型のキャリアパス」から「複線型のキャリアパス」の導入
- ・より人材育成に重点を置いた「能力開発型評価制度」の導入



より活力ある組織、
人材の活性化・多様性へ

■ 新人事制度の概要

項目	従来的人事制度		新人事制度
賃金制度	「年功型賃金制度」	→	「役割や職位に応じた賃金制度」
キャリアパス	「単線型キャリアパス」	→	コース・職位重視の「複線型キャリアパス」
評価制度	「目標管理型評価制度」	→	より人材育成に重点を置いた「能力開発型評価制度」

サステナビリティへの取組み



- ①【廃プラスチックの循環型リサイクル】 取引先様と連携し、当社施設で破損・劣化した廃プラスチックを回収。リサイクルパレットに加工し、再度、当社施設で使用。年間25 t のプラスチック使用量を削減
- ②【自家消費型太陽光発電設備】 当社店舗屋上に設置。再生可能エネルギーのCO2フリー電力を自家消費。年間327 t CO2排出量を削減

① 廃プラスチックの循環型リサイクル



② 自家消費型太陽光発電設備



サステナビリティへの取組み



- ①【災害協定】 2021年9月に芦屋市と、「災害時における物資供給に関する協定」を締結
- ②【EV（電気自動車）用急速充電器】 取引先様と連携し、当社店舗駐車場に急速充電器を設置。環境負荷の低いEVの充電インフラを拡充し、持続可能な社会の実現に貢献
- ③【健康経営優良法人2022】 「健康経営優良法人2022」に認定。従業員がいきいきと働くことができる環境を整備し、個性や能力を最大限に発揮できるよう健康経営を推進

① 芦屋市と災害協定締結



② EV用急速充電器の設置



③ 健康経営優良法人2022認定



海外戦略（カンボジア王国への出店）



- 2022年2月14日に全額出資子会社設立。今夏に1店舗目の「コーナン（カンボジア）センソックシティ店」をプノンペンにオープン予定。海外2か国目の出店
- ベトナムにおいても、2023年2月期に3店舗（ハノイ2店舗、ホーチミン1店舗）出店予定



「コーナン（カンボジア）」が出店するイオンモールセンソックシティ店



2022年2月期

決算説明会

第45期

(2021年3月1日～2022年2月28日)

-
- ・2022年2月期 決算概要、通期の特徴と営業施策について
 - ・第3次中期経営計画の進捗について
 - ・**2023年2月期業績予想と株主還元について**

2023年2月期業績予想（連結）



- 2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用
- 前年同期比は2022年2月期に当該会計基準等を適用したと仮定した増減率を記載
（※参考「収益認識に関する会計基準」の対象売上高：ペット生体部門等 約102億円）

項目 (百万円)	2023年2月期 第2四半期	売上比 (前年)	前年 同期比	2023年2月期 通期	売上比 (前年)	前年 同期比
営業収益	226,800	-	102.5%	447,700	-	103.9%
売上高	219,000	-	102.5%	432,000	-	104.0%
(内 既存店売上高)	-	-	100.2%	-	-	101.1%
売上総利益	84,800	38.72% (38.53%)	103.0% (+0.19pt)	165,600	38.33% (38.32%)	104.0% (+0.01pt)
営業収入	7,800	-	101.3%	15,700	-	101.2%
販売管理費	76,400	34.9%	103.3%	155,300	35.9%	104.3%
営業利益	16,200	7.4%	100.9%	26,000	6.0%	100.6%
経常利益	15,300	7.0%	100.8%	24,400	5.6%	100.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,900	4.5%	97.6%	15,800	3.7%	101.0%

□ 株主還元は重要な経営課題と認識し、以下の方針のもと、株主の皆様へ利益還元を行います

■ 基本方針

- ・株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施する
- ・自己株式の取得についても業績ならびに株価水準等に応じ、適宜検討を行う

<目標> 第3次中期経営計画期間中（2021－2025）

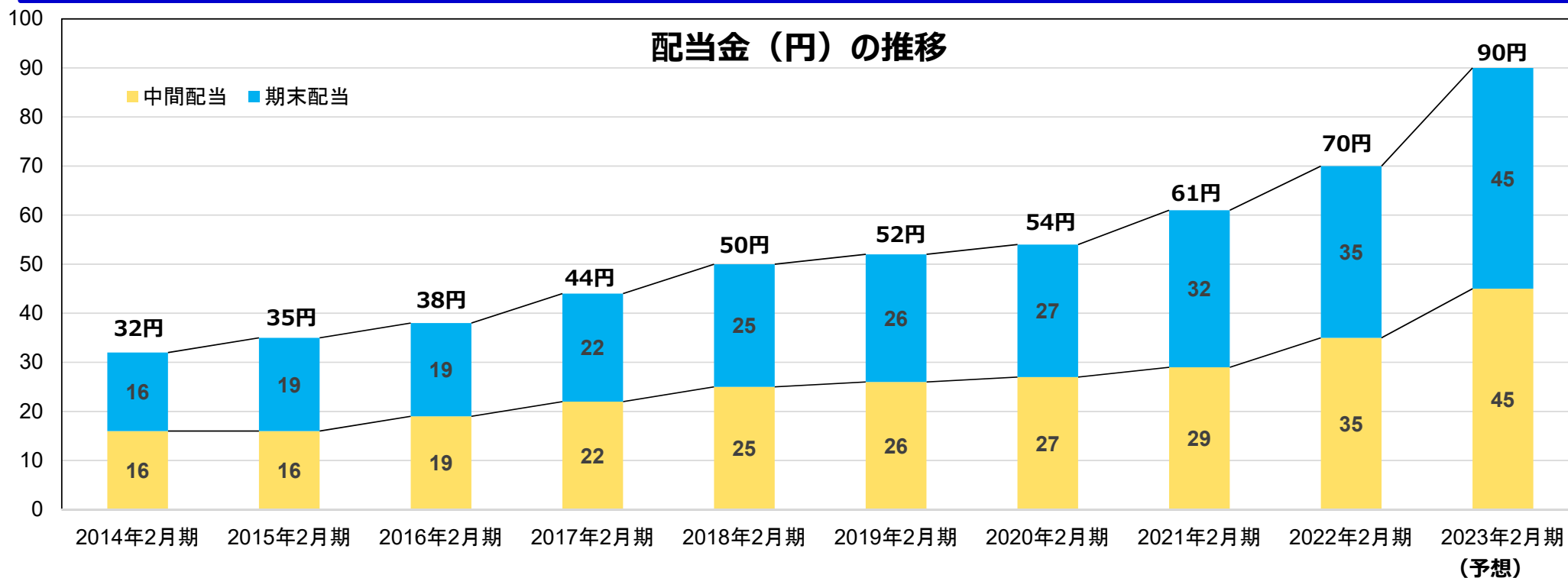
・総還元性向：30%以上

・DOE（株主資本配当率）：2.0%

株主還元①：配当に関して



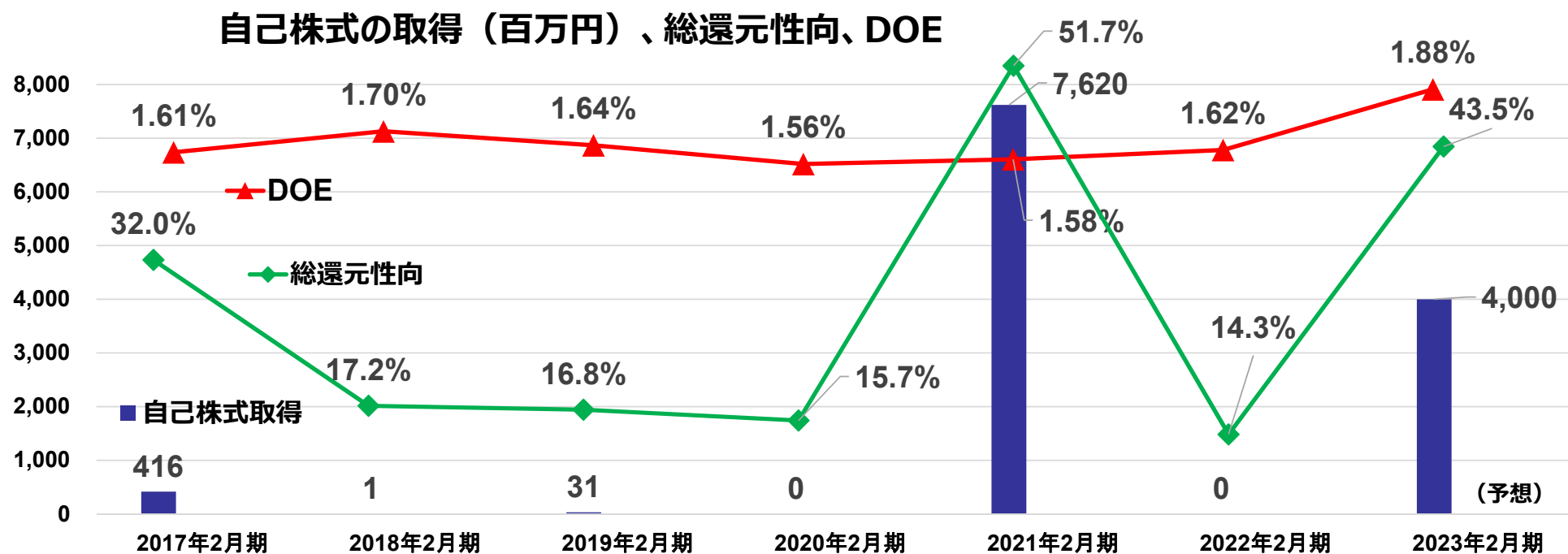
- 2022年2月期：1株当たりの期末配当は公表どおり35円、1株当たり年間配当70円
- 8期連続の増配となり、連続増配を始めてから1株当たりの年間配当は倍以上に
- 2023年2月期（予想）：1株当たり20円の増配を見込み、年間配当90円を予定



株主還元②：自己株式取得、総還元性向、DOE



- 自己株式の取得も適宜検討し、総還元性向30%以上、DOE（株主資本配当率）2.0%（HC業界平均1.8%）を目標とする
- 2023年2月期（予想）：自己株式取得 40億円、総還元性向 43.5%、DOE 1.88%



2022年2月期

決算説明会

第45期

(2021年3月1日～2022年2月28日)

・2022年2月期 決算数値について

損益計算書（連結）



- 売上高は新規出店（26店舗）による上積みや好調なPRO業態などプラス要因もあったが、前期のコロナ需要の反動減と季節商材の不振を吸収できず前期比、計画比ともに下回る
- 各利益項目において、前期を下回っているが、コロナ前の前々期比では20%から30%の伸びを確保

項目（百万円）	2021年2月期	売上比	2022年2月期	売上比	前期比	前期比増減	計画比	前々期比
売上高	427,124	-	425,704	-	99.7%	▲1,420	99.6%	118.2%
営業収入	14,945	-	15,517	-	103.8%	572	102.8%	106.1%
営業収益	442,070	-	441,222	-	99.8%	▲848	99.7%	117.8%
売上総利益	160,834	37.66%	160,495	37.70%	99.8%	▲338	99.1%	121.3%
販売管理費	144,860	33.9%	150,225	35.3%	103.7%	5,365	99.2%	118.4%
営業利益	30,919	7.2%	25,788	6.1%	83.4%	▲5,130	101.1%	128.6%
経常利益	29,774	7.0%	24,206	5.7%	81.3%	▲5,567	100.9%	128.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	18,649	4.4%	15,590	3.7%	83.6%	▲3,059	95.6%	131.8%

損益計算書（連結、四半期別）



- 第4四半期における売上高は、12月の季節商材の不振が影響し前年割れ。売上総利益も原材料費の高騰や海上運賃の高騰を受け、前年を下回る
- 当期純利益に関しては、閉店店舗の減損費用などを計上したことにより減益

項目 (百万円)	第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期		
	2022年 2月期	前年 同期比	前々年 同期比	2022年 2月期	前年 同期比	前々年 同期比	2022年 2月期	前年 同期比	前々年 同期比	2022年 2月期	前年 同期比	前々年 同期比
売上高	110,780	100.6%	131.5%	108,192	96.6%	116.4%	104,757	102.5%	112.2%	101,974	99.2%	113.9%
営業収入	3,855	104.1%	106.5%	3,847	103.9%	105.0%	3,892	104.4%	106.2%	3,922	103.0%	106.5%
営業収益	114,635	100.7%	130.5%	112,039	96.8%	116.0%	108,649	102.5%	112.0%	105,897	99.3%	113.6%
売上総利益	42,124	100.4%	134.6%	40,832	95.9%	119.5%	39,360	105.1%	115.7%	38,177	98.3%	116.3%
販売管理費	36,754	105.6%	129.0%	37,875	106.4%	116.3%	37,527	102.8%	114.0%	38,068	100.3%	115.6%
営業利益	9,225	85.2%	143.4%	6,804	63.5%	129.1%	5,725	121.8%	120.1%	4,032	86.2%	112.4%
経常利益	8,603	83.5%	140.7%	6,550	62.2%	127.8%	5,299	116.6%	123.7%	3,752	85.4%	110.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,817	82.5%	140.2%	4,300	76.3%	189.4%	3,603	131.0%	125.2%	1,869	58.3%	73.9%

損益計算書（連結） 販売管理費



- 新規出店（26店舗）などにより、人件費や賃借料等が増加
- その他販管費の増加要因 …… 物流費高騰による流通費の増加
 コーナンPayのチャージ特典による販促費の増加
 燃料費高騰による水道光熱費の増加
 キャッシュレス決済による支払手数料の増加 など

項目（百万円）	2021年2月期	売上比	2022年2月期	売上比	増減額	前期比	計画比
人件費	49,111	11.5%	51,106	12.0%	1,994	104.1%	100.8%
賃借料	44,950	10.5%	46,503	10.9%	1,552	103.5%	100.2%
減価償却費等	13,675	3.2%	14,141	3.3%	465	103.4%	95.5%
その他販管費	37,121	8.7%	38,473	9.0%	1,352	103.6%	97.2%
販売管理費計	144,860	33.9%	150,225	35.3%	5,364	103.7%	99.2%

業態別実績（売上・粗利益率） 連結・コーナン単体



- PRO業態の売上高は引き続き好調を維持。顧客要望に応じた品揃えの実現や、店舗数も100店舗を超え、ドミナント展開による認知度の高まりも影響
- 連結での粗利益率は、原材料の高騰や円安、海上運賃の高騰など押し下げ要因が継続しているが、PB商品の構成比UP（+2.4pt）やNB商品の値入れの改善努力などにより前年超えを確保

(百万円)		2022年2月期	売上高 前期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差
連結	計	425,704	99.7%	37.70%	37.66%	0.04pt

(百万円)	業態	2022年2月期	売上高 前期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差
コーナン (単体)	HC	305,167	96.3%	39.11%	39.29%	△0.18pt
	PRO	66,898	111.6%	35.66%	35.07%	0.59pt
	その他*	7,796	-	-	-	-
	計	379,863	99.3%	38.35%	38.25%	0.10pt

*その他：EC、他社への商品供給（自社グループ内含む）等

商品部門別売上（連結/コーナン単体）



商品部門 (百万円)	商品動向	連結			コーナン単体			
		売上高 2021年 2月期	2022年 2月期	売上構成比 (前年同期)	売上高 2021年 2月期	2022年 2月期	前年同期比	売上構成比 (前年同期)
ホームインプルーブメント (DIY用品)	・PRO商材、園芸、リフォームは好調維持 ・一般向けDIY用品は巣ごもり需要が一巡し前年割れ	192,590	201,114	47.2% (45.1%)	153,442	159,661	104.1%	42.0% (40.1%)
ハウスキーピング (家庭用品)	・コロナ需要や巣ごもり需要の反動減 ・天候要因による季節品の不振が続き、冷暖房用品やインテリア用品など前年割れ	153,423	143,383	33.7% (35.9%)	146,422	136,222	93.0%	35.9% (38.3%)
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	・ペット関連は引き続き好調を維持 ・新業態CAMP DEPOTの出店などによりキャンプ用品も好調に推移	67,946	68,374	16.1% (15.9%)	67,338	67,828	100.7%	17.9% (17.6%)
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	-	13,163	12,832	3.0% (3.1%)	15,501	16,151	104.2%	4.2% (4.0%)
合計	-	427,124	425,704	100.0% (100.0%)	382,705	379,863	99.3%	100.0% (100.0%)

- ホームインプルーブメント …… 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品、園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア、住設機器、リフォーム
- ハウスキーピング …… ダイニング用品、インテリア、電材・照明、日用品、収納用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、家電、介護用品、フード、酒類
- ペット・レジャー …… カー用品、ペット用品、文具・事務用品、サイクル・レジャー用品

PB商品部門別売上（連結）



- PB売上高は、前年同期比106.3%と好調に推移し、PB売上構成比も34.5%となり、2.4pt増加
- 売場の販促面（ショーカード）の強化や商品パッケージのデザイン統一を推進

商品部門 (百万円)	連結						
	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期		
	PB 売上高	PB 売上 構成比	PB 売上高	PB 売上 構成比	PB 売上高	PB 売上 構成比	前年 同期比
ホームインプロブメント (DIY用品)	38,620	27.3%	48,534	28.4%	55,598	31.5%	114.6%
ハウスキーピング (家庭用品)	40,646	32.8%	51,034	34.7%	50,282	36.5%	98.5%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	18,213	34.7%	21,212	36.7%	22,513	38.9%	106.1%
合計	97,479	30.7%	120,781	32.1%	128,394	34.5%	106.3%

※リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出

PB商品部門別売上（コーナン単体）



- 前年同期比 104.3%と好調に推移し、PB売上高構成比も2.0pt増加
- 好調：合板・充填剤・園芸培養土・PC収納・ペットシート・猫スナック・ガステーブルなど
- 不調：マスク・ビニール手袋・紙関係・洗濯用品・多目的棚・敷物・座椅子・行楽用品など

商品部門 (百万円)	コーナン単体						
	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期		
	PB 売上高	PB 売上 構成比	PB 売上高	PB 売上 構成比	PB 売上高	PB 売上 構成比	前年 同期比
ホームインプロブメント (DIY用品)	37,797	31.6%	46,274	32.7%	50,867	34.8%	109.9%
ハウスキーピング (家庭用品)	40,208	33.7%	50,408	35.9%	49,577	37.9%	98.4%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	18,084	34.8%	21,053	36.8%	22,361	39.0%	106.2%
合計	96,090	33.1%	117,737	34.7%	122,807	36.7%	104.3%

※リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出

貸借対照表（連結）



科目（百万円）	2021年2月期	2022年2月期	増減	増減要因他
流動資産計	119,422	123,884	4,461	
現金及び預金	14,681	12,242	▲2,439	
売掛金	8,569	10,636	2,067	キャッシュレス比率の増加（売上比 前年36.2%→約42.7%）
商品及び製品	88,245	93,113	4,867	商品在庫増（コロナ禍での海外輸入品の安定調達をはかり、在庫増）
固定資産合計	275,673	274,192	▲1,480	
有形固定資産	189,767	187,571	▲2,196	
無形固定資産	28,793	28,169	▲624	のれん償却による減少
資産合計	395,095	398,076	2,980	
流動負債計	104,665	102,414	▲2,251	
買掛金	40,970	39,412	▲1,558	
短期借入金	6,437	9,187	2,750	在庫増の影響
未払法人税等	7,375	3,717	▲3,658	
固定負債合計	157,143	153,217	▲3,925	
長期借入金	85,941	85,988	47	
リース債務	26,154	22,651	▲3,503	
純資産合計	133,287	142,444	9,157	自己資本比率 35.8%
負債純資産合計	395,095	398,076	2,980	

有利子負債に関して



- 在庫増の影響により借入金は増加傾向
- DEレシオ（有利子負債÷純資産）：1.13倍（前期末1.21倍）
- 自己資本比率：35.8%

(単位：億円)

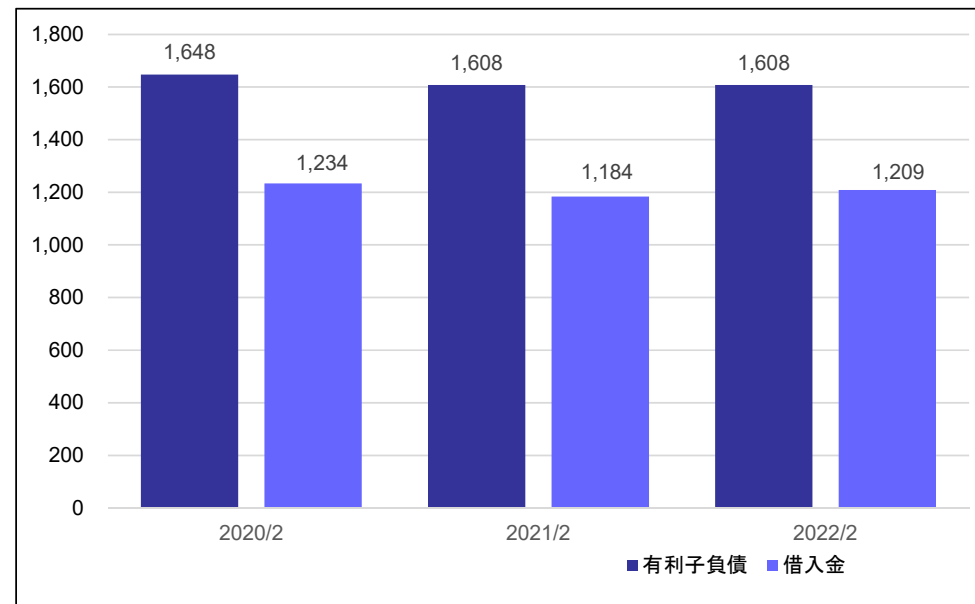
科目	2021年2月期	2022年2月期	増減	増減要因他
有利子負債 合計（※）	1,608	1,608	0	在庫増の影響
内 借入金 合計（※）	1,184	1,209	24	

※有利子負債合計：借入金合計+1年内リース債務+リース債務+1年内長期未払+長期未払

※借入金合計：短期借入金+長期借入金+1年内長期借入金

有利子負債・借入金 推移表

(単位：億円)



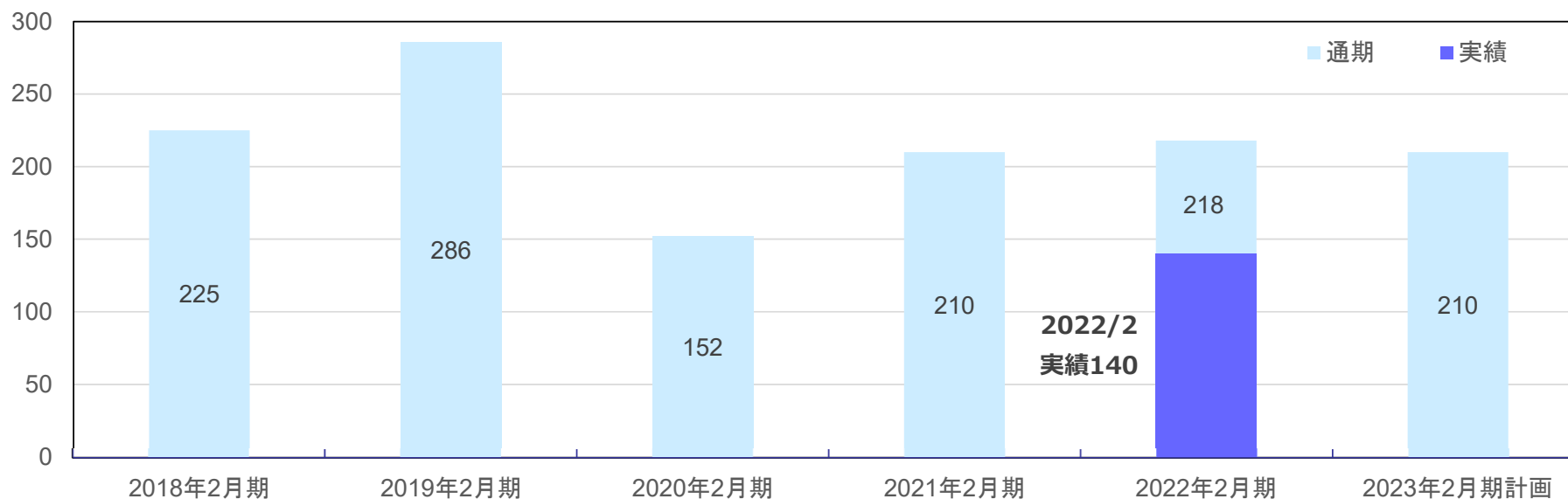
設備投資実績・計画



- 2022年2月期の設備投資額は、218億円（うち予備的投資枠48億円）の計画に対し、約140億円の実績。居抜き出店（新店26店舗中18店舗）も多く、投資額は抑制
- 2023年2月期は210億円の投資額を見込む

設備投資金額実績

(単位:億円)



※設備投資金額はリース資産を含む。

連結キャッシュ・フローの状況



単位：百万円	2021年2月期 実績	2022年2月期 実績	増減	主な内訳（百万円）
営業活動による キャッシュ・フロー	35,122	17,436	▲17,686	税引前当期純利益 23,177 利息の支払い ▲2,196 法人税等の支払 ▲11,449
投資活動による キャッシュ・フロー	▲15,218	▲12,677	2,540	有形固定資産の取得 ▲9,343 無形固定資産の取得 ▲1,744
財務活動による キャッシュ・フロー	▲17,200	▲7,286	9,913	短期・長期借入による収入 127,551 短期・長期借入金の返済 ▲125,125 自己株式の取得 ▲4,548
現金及び現金同等物 期首残高	11,959	14,663	2,703	
現金及び現金同等物 期末残高	14,663	12,224	▲2,439	
フリーキャッシュ・フロー	19,904	4,758	▲15,145	(営業CF+投資CF)

2022年2月期

決算説明会

第45期

(2021年3月1日～2022年2月28日)

補足資料

01.損益計算書（連結）



項目 (百万円)	2020年2月期			2021年2月期			2022年2月期		
	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比
売上高	360,013	112.6%	-	427,124	118.6%	-	425,704	99.7%	-
既存店売上高*	323,005	101.5%	-	394,055	110.9%	-	412,880	97.1%	-
営業収入	14,630	105.2%	-	14,945	102.1%	-	15,517	103.8%	-
営業収益	374,644	112.3%	-	442,070	118.0%	-	441,222	99.8%	-
売上総利益	132,310	111.0%	36.75%	160,834	121.6%	37.66%	160,495	99.8%	37.70%
販売管理費	126,881	112.0%	35.2%	144,860	114.2%	33.9%	150,225	103.7%	35.3%
営業利益	20,060	100.9%	5.6%	30,919	154.1%	7.2%	25,788	83.4%	6.1%
営業外収支	▲1,141	-	-	▲1,144	-	-	▲1,581	-	-
経常利益	18,919	100.8%	5.3%	29,774	157.4%	7.0%	24,206	81.3%	5.7%
特別損益	▲2,080	-	-	▲2,937	-	-	▲1,028	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	11,830	109.0%	3.3%	18,649	157.6%	4.4%	15,590	83.6%	3.7%

* 各期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期比較

02.販売管理費（連結） 他



項目 (百万円)	2020年2月期			2021年2月期			2022年2月期		
	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比
人件費	41,374	116.0%	11.5%	49,111	118.7%	11.5%	51,106	104.1%	12.0%
賃借料	41,816	107.8%	11.6%	44,950	107.5%	10.5%	46,503	103.5%	10.9%
減価償却費 (のれん償却含)	11,926	113.9%	3.3%	13,675	114.7%	3.2%	14,141	103.4%	3.3%
その他販管費	31,763	112.2%	8.8%	37,121	116.9%	8.7%	38,473	103.6%	9.0%
計	126,881	112.0%	35.2%	144,860	114.2%	33.9%	150,225	103.7%	35.3%

項目 (百万円)	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
自己資本比率	32.8%	▲2.9pt	33.7%	0.9pt	35.8%	2.1pt
有利子負債	164,867	116.1%	160,855	97.6%	160,835	100.0%
1株当たり 当期利益	343.21円	28.42円	561.27円	218.06円	489.30円	▲71.97円

03.貸借対照表（連結）



科目（百万円）	2020年2月期	増減	2021年2月期	増減	2022年2月期	増減
流動資産計	106,873	19,059	119,422	12,549	123,884	4,461
現金及び預金	11,978	4,119	14,681	2,703	12,242	▲2,439
売掛金	7,958	3,055	8,569	610	10,636	2,067
商品及び製品	78,519	10,124	88,245	9,725	93,113	4,867
固定資産合計	271,389	39,239	275,673	4,283	274,192	▲1,480
有形固定資産	185,009	9,976	189,767	4,758	187,571	▲2,196
無形固定資産	30,781	24,408	28,793	▲1,987	28,169	▲624
資産合計	378,263	58,299	395,095	16,832	398,076	2,980
流動負債計	102,045	25,419	104,665	2,619	102,414	▲2,251
買掛金	37,418	11,395	40,970	3,552	39,412	▲1,558
短期借入金	14,987	14,037	6,437	▲8,550	9,187	2,750
未払法人税等	3,241	▲1,630	7,375	4,134	3,717	▲3,658
固定負債合計	152,136	23,098	157,143	5,006	153,217	▲3,925
長期借入金	81,634	12,961	85,941	4,307	85,988	47
リース債務	24,998	▲389	26,154	1,156	22,651	▲3,503
純資産合計	124,080	9,781	133,287	9,206	142,444	9,157
負債純資産合計	378,263	58,299	395,095	16,832	398,076	2,980

04.商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）



■ 連結

商品部門 (百万円)	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期	
	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比
ホームインプロブメント (DIY用品)	160,392	122.1%	192,590	120.1%	201,114	104.4%
ハウスキーピング (家庭用品)	129,983	105.9%	153,423	118.0%	143,383	93.5%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	60,022	104.2%	67,946	113.2%	68,374	100.6%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	9,615	120.5%	13,163	136.9%	12,832	97.5%
合計	360,013	112.6%	427,124	118.6%	425,704	99.7%

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期	
	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比
ホームインプロブメント (DIY用品)	131,029	103.4%	153,442	117.1%	159,661	104.1%
ハウスキーピング (家庭用品)	125,112	103.0%	146,422	117.0%	136,222	93.0%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	59,459	104.2%	67,338	113.3%	67,828	100.7%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	10,522	125.7%	15,501	147.3%	16,151	104.2%
合計	326,123	104.0%	382,705	117.3%	379,863	99.3%

05.商品部門別 粗利益高（率）/商品回転率 コーナン単体



■粗利益高（率）/コーナン単体

商品部門 (百万円)	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期	
	粗利益高	粗利益率	粗利益高	粗利益率	粗利益高	粗利益率
ホームインプロブメント (DIY用品)	50,775	38.75%	61,709	40.22%	63,937	40.05%
ハウスキーピング (家庭用品)	45,748	36.57%	55,206	37.70%	51,626	37.90%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	22,096	37.16%	24,896	36.97%	25,374	37.41%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	3,421	32.51%	4,555	29.39%	4,735	29.32%
合計	122,043	37.42%	146,367	38.25%	145,673	38.35%

■商品回転率/コーナン単体

商品部門 (単位：回)	2020年2月期		2021年2月期		2022年2月期	
	商品回転率	前年同期比	商品回転率	前年同期比	商品回転率	前年同期比
ホームインプロブメント (DIY用品)	2.46	▲0.11	2.57	0.11	2.44	▲0.13
ハウスキーピング (家庭用品)	3.26	▲0.07	3.42	0.16	2.98	▲0.44
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	3.73	▲0.09	4.23	0.50	4.05	▲0.18
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	5.06	1.14	7.21	2.15	6.82	▲0.39
合計	2.98	▲0.07	3.20	0.22	2.93	▲0.27

06.PB商品部門別 売上高（連結・コーナン単体）



■ 連結

商品部門 (百万円)	2020年2月期			2021年2月期			2022年2月期		
	PB売上高	PB売上構成比	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比	構成比前年差
ホームインブルーメント (DIY用品)	38,620	27.3%	▲3.5pt	48,534	28.4%	1.2pt	55,598	31.5%	3.1pt
ハウスキーピング (家庭用品)	40,646	32.8%	▲1.4pt	51,034	34.7%	1.9pt	50,282	36.5%	1.8pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	18,213	34.7%	▲1.2pt	21,212	36.7%	2.0pt	22,513	38.9%	2.2pt
合計	97,479	30.7%	▲2.4pt	120,781	32.1%	1.5pt	128,394	34.5%	2.4pt

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2020年2月期			2021年2月期			2022年2月期		
	PB売上高	PB売上構成比	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比	構成比前年差
ホームインブルーメント (DIY用品)	37,797	31.6%	0pt	46,274	32.7%	1.1pt	50,867	34.8%	2.1pt
ハウスキーピング (家庭用品)	40,208	33.7%	▲0.7pt	50,408	35.9%	2.2pt	49,577	37.9%	2.0pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	18,084	34.8%	▲1.2pt	21,053	36.8%	2.0pt	22,361	39.0%	2.2pt
合計	96,090	33.1%	▲0.4pt	117,737	34.7%	1.6pt	122,807	36.7%	2.0pt

※連結・単体共に、リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出

07.事業会社 業態別実績



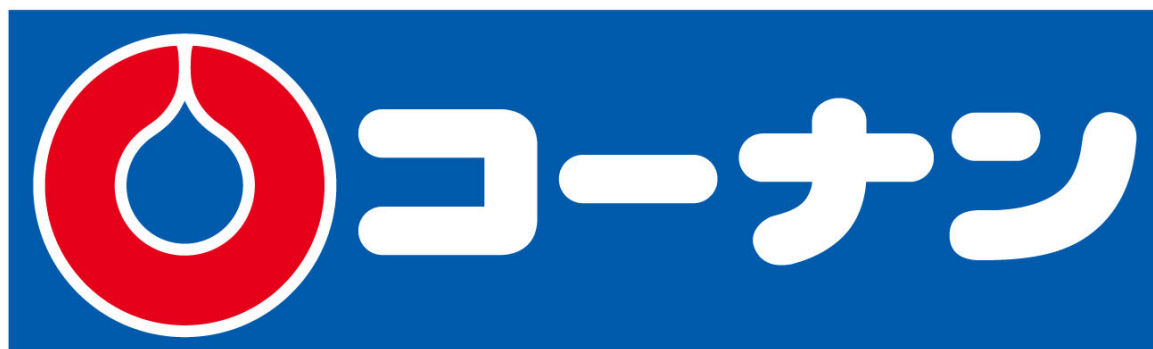
会社名 (百万円)	業態	2020年2月期			2021年2月期			2022年2月期		
		売上高	前年 同期比	粗利益率	売上高	前年 同期比	粗利益率	売上高	前年 同期比	粗利益率
コーナン	HC	270,471	103.0%	38.12%	317,053	117.2%	39.29%	305,167	96.3%	39.11%
	PRO	51,519	107.5%	34.34%	59,929	116.3%	35.07%	66,898	111.6%	35.66%
	その他*	4,133	-	-	5,722	-	-	7,796	-	-
	計	326,123	104.0%	37.42%	382,705	117.3%	38.25%	379,863	99.3%	38.35%
ビーバートザン	HC	3,510	94.7%	34.06%	3,588	102.2%	36.09%	3,179	88.6%	35.39%
	PRO	2,845	107.4%	30.46%	3,008	105.8%	31.54%	2,991	99.4%	30.03%
	その他*	46	-	-	62	-	-	69	-	-
	計	6,401	98.9%	32.99%	6,659	104.0%	35.97%	6,240	93.7%	33.06%
建デポ	PRO	27,394	-	28.76%	37,876	140.7%	30.35%	40,632	107.3%	30.15%
	その他*	-	-	-	655	-	-	892	-	-
	計	27,394	-	28.76%	38,531	140.7%	30.14%	41,524	107.8%	29.81%
コーナンベトナム	計	1,123	-	28.35%	1,725	153.5%	28.25%	1,586	91.9%	26.78%
連結調整		▲1,029	-	-	▲2,496	-	-	▲3,509	-	-
連結合計	計	360,013	112.7%	36.75%	427,124	118.6%	37.66%	425,704	99.7%	37.70%

*その他：EC、他社への商品供給（自社グループ内含む）等

08.店舗数（2022年2月末時点）



	業態	2020年2月期末			2021年2月期末			2022年2月期		
		出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数
コーナン	HC	17	3	289	9	0	298	13	3	308
	PRO	12	0	83	15	0	98	5	1	102
	CAMP DEPOT	-	-	-	1	0	1	5	0	6
	計	29	3	372	25	0	397	23	4	416
ビーバートザン	HC	0	0	6	0	0	6	0	0	6
	PRO	0	0	4	0	0	4	0	0	4
	計	0	0	10	0	0	10	0	0	10
建デポ		0	0	66	0	0	66	3	1	68
コーナンベトナム		3	0	5	3	0	8	0	0	8
合計	計	32	3	453	28	0	481	26	5	502



【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・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みとは異なる可能性があります。