



2023年2月期 第2四半期

決算説明会資料

(2022年3月1日～2022年8月31日)

2022年10月11日

コーナン商事株式会社

(証券コード：7516 東証プライム)



2023年2月期 第2四半期

1. 第2四半期 決算概要と営業施策	P.3
2. 業績予想の修正と下期営業施策	P.14
3. 第3次中期経営計画の進捗	P.20
4. サステナビリティへの取組みとその他トピックス	P.27
5. 株主還元	P.36
6. 第2四半期 決算数値の詳細	P.40
補足資料	P.53

1

2023年2月期 第2四半期 決算概要と営業施策

2023年2月期第2四半期 決算概要

■ **売上高** **2,143億円** **前年同期比※ 100.3%** **計画比 97.9%**

- PRO業態の継続的な売上の伸びと新店売上の積み上げにより前年同期に対し微増
- 外出制限撤廃に伴う行楽や旅行などの増加で、客数が減少したことにより計画は未達

■ **売上総利益** **812億円** **前年同期比※ 98.7%** **計画比 95.8%**

- 急激な円安進行や原材料費の高騰など輸入コストの増加により、前年同期を下回り、計画も未達

■ **販売管理費** **756億円** **前年同期比※ 102.3%** **計画比 99.0%**

- 主な増加要因は、新規出店に伴う費用や原油高に伴う水道光熱費の増加により前年同期を上回るも、計画内にコントロール

■ **営業利益** **134億円** **前年同期比※ 84.1%** **計画比 83.3%**

- 輸入コストの増加による売上総利益の落ち込みに起因し、前年同期を下回り、計画も未達

■ **親会社株主に帰属する
四半期純利益** **85億円** **前年同期比※ 84.1%** **計画比 86.1%**

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）等を適用しております。
※前年同期比は前年同期に当該会計基準等を適用したと仮定して算出した増減率を記載しております。

2023年2月期第2四半期 営業施策

■ホームセンター業態

➤ 行楽や旅行など外出機会の増加による客数の減少により減収

・好調カテゴリ：カー用品、園芸用品、サイクル・レジャー用品 家電 等

・不調カテゴリ：インテリア用品、収納用品、台所用品 文具・事務用品 等

➤ 新たな取組みとして

「品川旗の台店」など都市部でのDIY用品強化型の店舗を出店

□品川旗の台店



□イオン海浜幕張店



□イオン海浜幕張店 植物売場



2023年2月期第2四半期 営業施策

■リフォーム

- 有資格者が在籍するカスタムリフォームコーナー（現在20店舗に展開）を拡大し、お客様一人ひとりのニーズに応えられる提案力の強化
- 「コーナンeショップ」にて一部の工事注文の申込み受け付け開始により、店舗に来店せずに工事申込み可能となり利便性の向上
- リフォームチラシのデザイン性の向上・内容の充実により、お客様のリフォームへの関心を喚起



今年7月新設の「ぐりーんうおーく多摩店」
カスタムリフォームコーナー

取付
工事
アイコンの
商品が対象

コーナンeショップで

取付工事

注文可能 になりました。

※2022年現在

工事実績 **636,000件** ※ のノウハウと施工品質

オンラインショップ「コーナンeショップ」の商品
を自宅でじっくり選んで工事注文可能



デザイン・内容が刷新された、現在配布中
のリフォームチラシ



2023年2月期第2四半期 営業施策

■PRO業態

- PRO業態の認知度UPにより、売上高はすべての商品カテゴリで前年を超え、好調に推移
特に電動工具や作業服の品揃えを強化
- 複層階での出店や陳列棚の商品密度を上げることにより、取り扱いアイテムを減らさずに、資材有り
売場面積300坪～500坪クラスの小型化に成功。今後、都市部エリアなどへ出店の幅を広げる

※新店：PRO世田谷八幡山店売場紹介



電動工具売場：大型店並みの
圧倒的な品揃え



電動工具のカスタムハウジング
職人さんの個性を応援



作業服売場：作業ズボンの品揃え強化
裾上げも対応

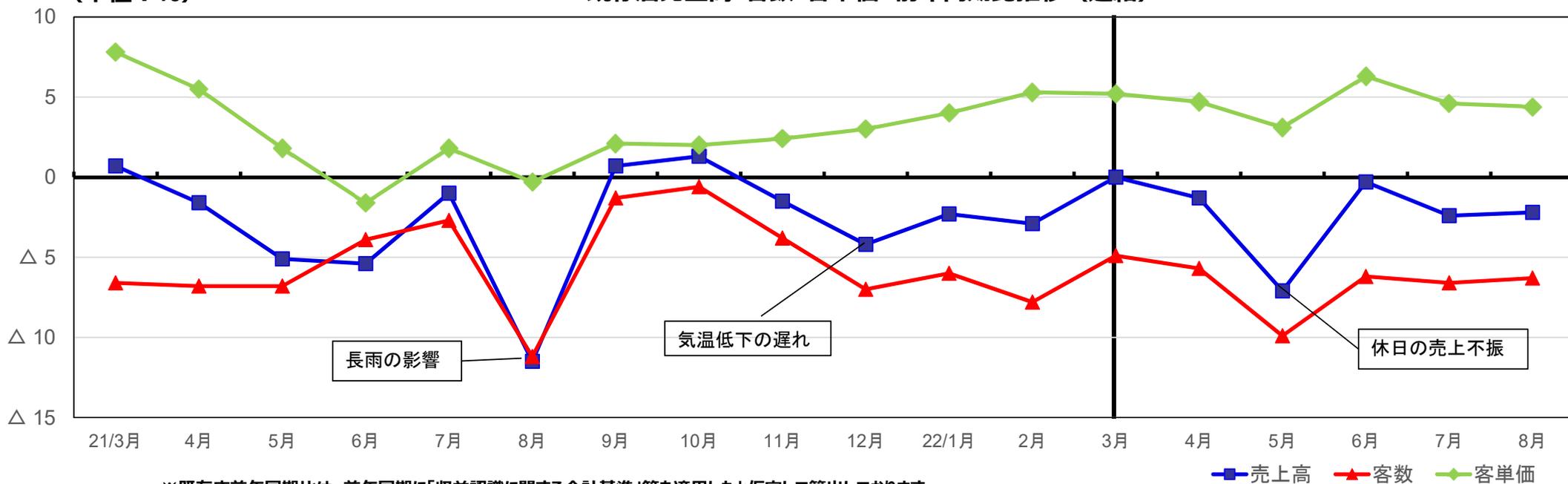
2023年2月期第2四半期 営業施策

■既存店前年比（連結）

- 既存店売上高前年比：97.7%、既存店客数前年比：93.3%、既存店客単価前年比：104.7%
- 5月以降、外出制限がなくなり、行楽地への外出や旅行の増加に伴い客数が減少
- 急激な円安や原材料費の高騰に対応したことによる客単価の増加

2Q累計前年同期比
 売上高：△2.3%
 客数：△6.7%
 客単価：4.7%

（単位：%） 既存店売上高・客数・客単価 前年同期比推移（連結）



※既存店前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

■売上高 ■客数 ■客単価

2023年2月期第2四半期 営業施策

■ HC/PRO既存店の改装（改装店 HC：19店舗、PRO：3店舗）

- HC … 「園芸館」、「KOHANAN KAGU」、「CROSS WEAR」など新カテゴリーの導入
- PRO … 職人さんの声により、電動工具や作業用品、作業服などのカテゴリーを強化



「KOHANAN KAGU」売場



東京都：ぐりーんうおーく多摩店

「園芸館」植物売場



東京都：ぐりーんうおーく多摩店

2023年2月期第2四半期 出店状況

- HC 5店舗、PRO 5店舗、CAMP DEPOT 2店舗、ビーバープロ 1店舗、建デポ 3店舗、
コーナンベトナム 2店舗、コーナンカンボジア 1店舗 計 19店舗（国内16店舗、海外3店舗）

	業態	店舗名	居抜き	所在地	売場面積	開店年月日
1	HC	豊田T-FACE店	●	愛知県豊田市	2,640㎡	2022.3.25
2		見奈良店	●	愛媛県東温市	2,970㎡	2022.4.13
3		八王子オクトーレ店	●	東京都八王子市	1,650㎡	2022.4.27
4		沖浜店	●	徳島県徳島市	1,680㎡	2022.6.15
5		品川旗の台店	●	東京都品川区	990㎡	2022.7.27
6	PRO	PRO三鷹東八店		東京都三鷹市	990㎡	2022.3.9
7		PRO城南片江店		福岡市城南区	1,815㎡	2022.4.20
8		PRO天山店		愛媛県松山市	990㎡	2022.6.8
9		PRO世田谷八幡山店		東京都世田谷区	1,865㎡	2022.8.9
10		PRO尼崎下坂部店		兵庫県尼崎市	1,386㎡	2022.8.19
11	CAMP DEPOT	CAMP DEPOT姫路網干店	●	兵庫県姫路市	455㎡	2022.4.15
12		CAMP DEPOT大和店	●	神奈川県大和市	380㎡	2022.7.8

2023年2月期第2四半期 出店状況

	業態	店舗名	居抜き	所在地	売場面積	開店年月日
13	ビーバートザン	ビーバープロ経堂店	●	東京都世田谷区	495m ²	2022.3.16
14	建デポ	川口芝店		埼玉県川口市	1,806m ²	2022.6.14
15		福岡原店		福岡市早良区	1,040m ²	2022.7.6
16		草加八幡店		埼玉県草加市	1,685m ²	2022.8.10
17	コーナンベトナム	スマートシティ店		ベトナム ハノイ	1,472m ²	2022.4.28
18		ロンビエン店		〃	1,265m ²	2022.7.1
19	コーナンカンボジア	センソックシティ店		プノンペン	950m ²	2022.7.1

■コーナンカンボジア
センソックシティ店



■コーナンベトナム
ロンビエン店
(ベトナム10店舗目)



2023年2月期第2四半期 店舗数

➤ 2022年8月末時点 521店舗（上期出店数 計19店舗、退店なし）

国内	510店舗 (出店16退店0)	HC		PRO			CAMP DEPOT
		 ホームセンター コーナン	 ビバートザン	 コーナン PRO	 ビバプロ Builder's Depot	 Ken Depot pro	 CAMP DEPOT
		313店舗 (出店5退店0)	6店舗 (出店0退店0)	107店舗 (出店5退店0)	5店舗 (出店1退店0)	71店舗 (出店3退店0)	8店舗 (出店2退店0)
海外	11店舗 (出店3退店0)	 KOHNAN VIETNAM CO.,LTD		 KOHNAN (CAMBODIA) CO.,LTD (非連結)			
		【ベトナム】		【カンボジア】			
		10店舗※		1店舗			
		(出店2退店0)		(出店1退店0)			

※コーナンベトナムの店舗数は会計期間ではなく、実際の出店日を基準に表示しております。

2023年2月期 下期出店予定

➤ 下期以降、新規出店の半数以上を好調なPRO業態で予定

	業態	店舗名	居抜き	所在地	予定売場面積	開店予定日
1	HC	イオン海浜幕張店	●	千葉市美浜区	2,145㎡	2022.9.7
2		三田対中店	●	兵庫県三田市	1,980㎡	2022.9.14
3		西条店	●	愛媛県西条市	1,980㎡	2022.9.17
4		マーサ21店	●	岐阜県岐阜市	2,800㎡	2022.10.19
5		大阪府泉佐野市		-	-	-
6	CAMP DEPOT	イオン天王町店		横浜市保土ヶ谷区	495㎡	2022.10.18
7	PRO	PRO高知青柳店		高知県高知市	2,310㎡	2022.9.13
8		PRO府中甲州街道店		東京都府中市	990㎡	2022.10.12
9		PRO W&T岸和田競輪場前店	●	大阪府岸和田市	890㎡	2022.10.18
10~12		福岡県北九州市等 3店舗		-	-	-
13~14	PRO+HC	埼玉県越谷市等 2店舗		-	-	-
15~16	建デポ	福岡県福岡市等 2店舗		-	-	-
17	コーナンカンボジア	チップモン店		プノンペン	1,550㎡	2022.10.9
18	コーナンベトナム	ホーチミン1店舗		ホーチミン	-	-

2

業績予想の修正と下期営業施策

2023年2月期 業績予想（連結） 修正（2022年10月7日公表）

<通期>

- 上期実績が伸び悩み、計画未達を踏まえ、客数の減少及び円安・原材料費の高騰による輸入コスト増加の傾向は継続する見込みであることから、予想数値を修正

項目 (百万円)	期初予想 (A)	前年同期比※	今回修正予想 (B)	修正額 (B-A)	増減率 (%)	修正後 前年同期比※
営業収益	447,700	103.9%	436,000	△11,700	△2.6%	101.2%
売上高	432,000	104.0%	420,300	△11,700	△2.7%	101.2%
売上総利益	165,600	104.0%	157,900	△7,700	△4.6%	99.2%
営業収入	15,700	101.2%	15,700	0	-	101.2%
販売管理費	155,300	104.3%	152,300	△3,000	△1.9%	102.3%
営業利益	26,000	100.6%	21,300	△4,700	△18.1%	82.4%
経常利益	24,400	100.6%	19,800	△4,600	△18.9%	81.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	15,800	101.0%	12,800	△3,000	△19.0%	81.9%

※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）等を適用しております。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て算出した増減率を記載しております。

2023年2月期 業績予想（連結） 修正後

<下期>

- 当社の強みであるPRO業態の更なる強化、PB商品の開発と販促強化による構成比の向上、ベトナムなど海外戦略を強化していくことで計画の達成を目指す

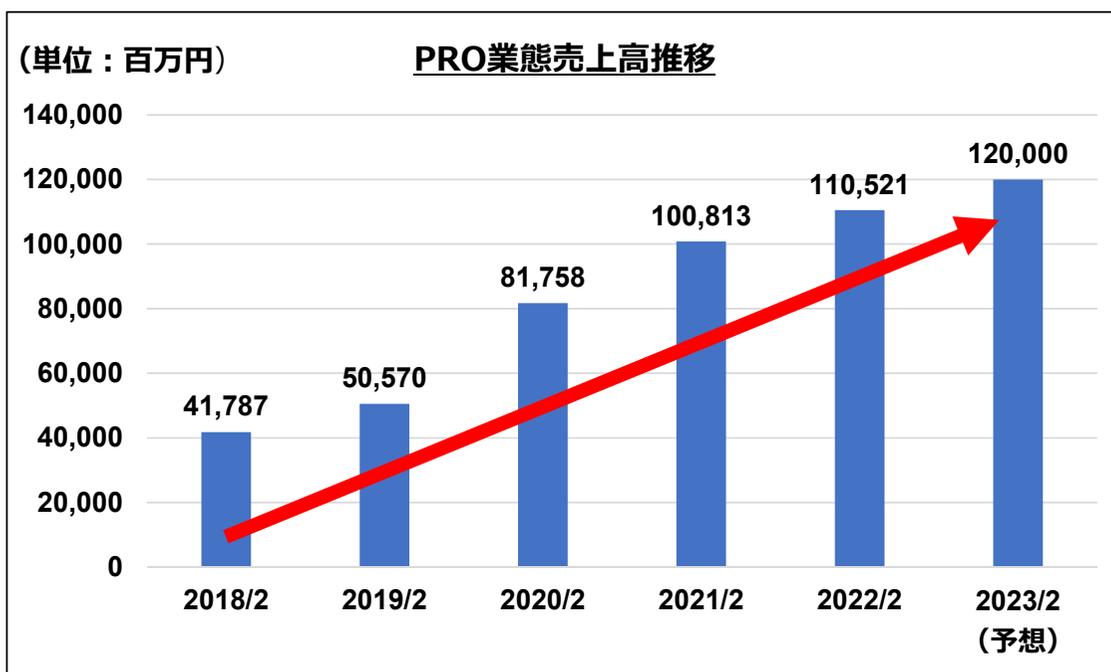
項目 (百万円)	2023年2月期 第2四半期	前年 同期比※	計画比	下期計画 (通期-上期実績)	前年 同期比※	修正後 通期計画	前年 同期比※
営業収益	222,224	100.4%	98.0%	213,776	101.9%	436,000	101.2%
売上高	214,324	100.3%	97.9%	205,976	102.0%	420,300	101.2%
(内 既存店売上高)	-	97.7%	97.5%	-	99.1%	-	98.4%
売上総利益	81,232	98.7%	95.8%	76,668	99.7%	157,900	99.2%
営業収入	7,900	102.6%	101.3%	7,800	99.8%	15,700	101.2%
販売管理費	75,633	102.3%	99.0%	76,667	102.3%	152,300	102.3%
営業利益	13,499	84.1%	83.3%	7,801	79.7%	21,300	82.4%
経常利益	12,796	84.3%	83.6%	7,004	77.2%	19,800	81.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,522	84.1%	86.1%	4,278	77.6%	12,800	81.9%

※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）等を適用しております。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て算出した増減率を記載しております。

2023年2月期 下期営業施策

■PRO業態

- 当社の強みであるPRO業態は、右肩上がりです業規模を拡大しており、当社の成長を大きく牽引
- 建デポ子会社化や新規出店によるドミナント効果に加え、顧客要望の品揃え強化、ワンストップショッピングの実現により成長



直近5年間で 約3倍に成長

- ・ 売上： 417億円 ⇒ 1,200億円
- ・ 店舗数： 64店舗 ⇒ 183店舗



2023年2月期 下期営業施策

■PB商品について

- PB商品構成比（連結）：36.4% 前年より3.0pt 増加し好調に推移
- オススメPB商品（約20アイテム）を期間（2か月）ごとに厳選し、「セレクトアイテム」として価格訴求・売場拡大し販売強化。ストアロイヤリティ及び収益の向上を図る
- 売場にPB商品の特長等を記載した「ショーカード」を設置し、商品の魅力を発信

(単位：%)



PB構成比の推移



セレクトアイテムはコーナンeショップにて特設ページを作成し販売強化

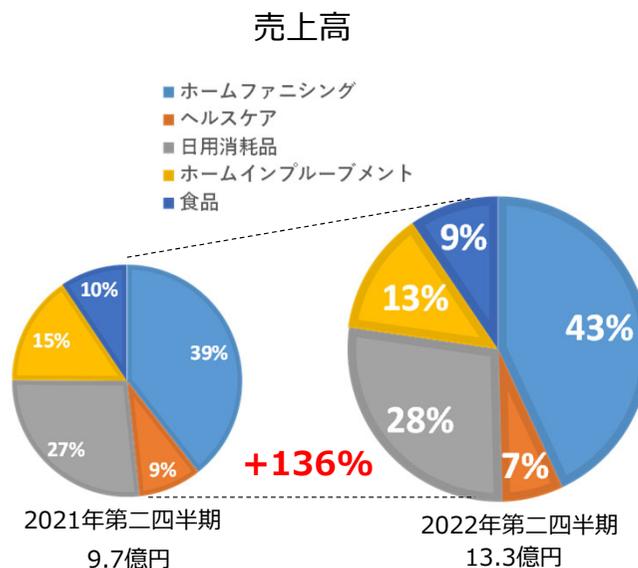
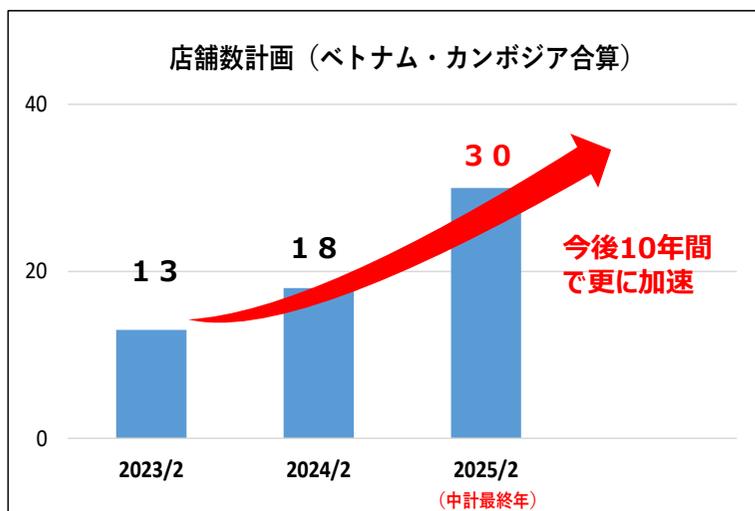


ショーカードにQRコードを記載し、使用方法の動画説明やコーナンeショップの商品購入ページへ簡単にリンク出来る

2023年2月期 下期営業施策

■ 海外戦略

- 売上高前年比：136% 来年度に事業収益化に目途が立ち、成長著しいベトナム・カンボジアへの出店を加速
- 「ウェルビーイング」（肉体的・精神的・社会的な幸福状態）を追求する顧客ニーズを捉え、ウェルネス・ホームファッション・DIYのワンストップ提供を推進
- ローカルストアブランド強化（売上構成比20%へ）、EC比率引き上げ等、多面的に成長戦略を展望



ローカルストアブランドの売上構成比拡大へ



カンボジア/チップモン店（10/9プレオープン）

3

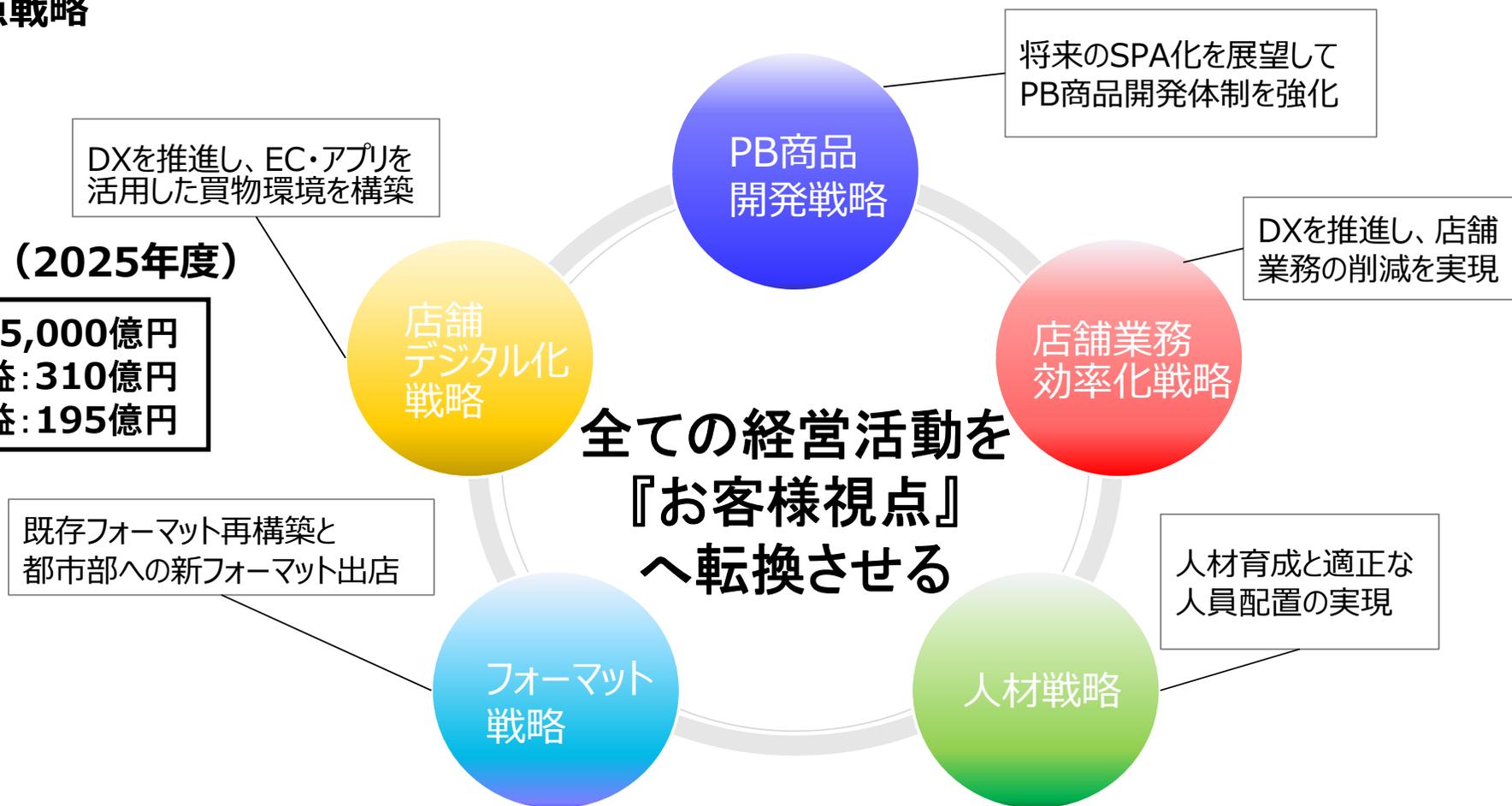
第3次中期経営計画の進捗

第3次中期経営計画（2021-2025）の概要

■ 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



1. PB商品開発戦略

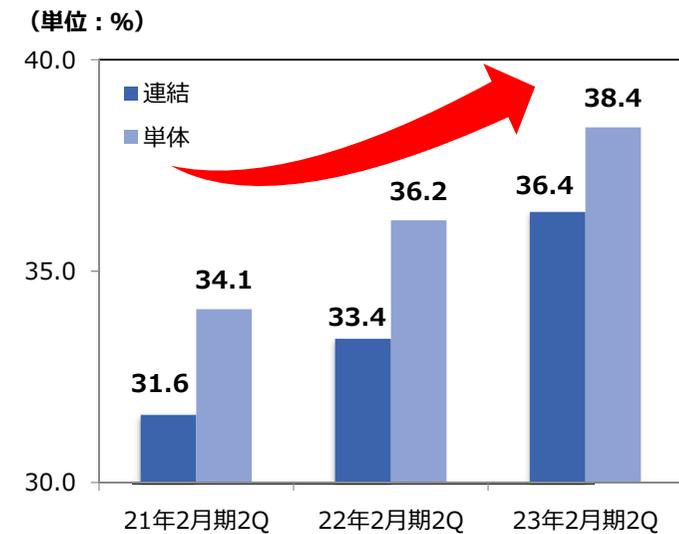
- 自社工場にて製造の培養土シリーズや新規開発の電動アシスト自転車の販売が好調
- グループ会社でのPB販売の拡大も寄与し、直近2期のP B売上高構成比は4.8pt上昇（連結）



「野菜と花の培養土30L」
上期PB売上高 1 位



販売好調な新規開発の
電動アシスト自転車



PB構成比の推移

2. 店舗デジタル化戦略

■ コーナンアプリ ⇒ 6月リニューアル

			
デジタル会員証・ キャッシュレス決済機能強化	店舗情報取得機能強化・ お気に入り店舗登録追加	オンラインクーポン・ 店舗最新情報等の配信	DIY・園芸・アウトドア・ 生活関連のオリジナル動画紹介

■ Eショップ ⇒ 10月リニューアル

(1) 商品の探しやすさ・見やすさを向上

(2) 店舗在庫の「見える化」/サイト商品充実

(3) 法人需要の取り込み

→ 今後、店舗受け取り機能強化を展望

= 掛け払い対応、法人専用ページ/商品設定



< EC売上前年比 >

21年度:120%、22年度上期時点:103%

中計最終年度(2025年):リアル店舗との連携により、EC化率5.5%を展望

3. 店舗業務効率化戦略

- 【次世代POSレジシステム導入】
2022年9月末に全店舗設置完了。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
- 【次世代スマートフォン型ハンディ『NAVI-KO』導入】
2022年5月より導入し、商品のあいまい検索や在庫情報など、店舗業務の効率化・可視化を実現

【次世代POSレジシステム】



【次世代スマートフォン型ハンディ】
『NAVI-KO』



計60億円の投資



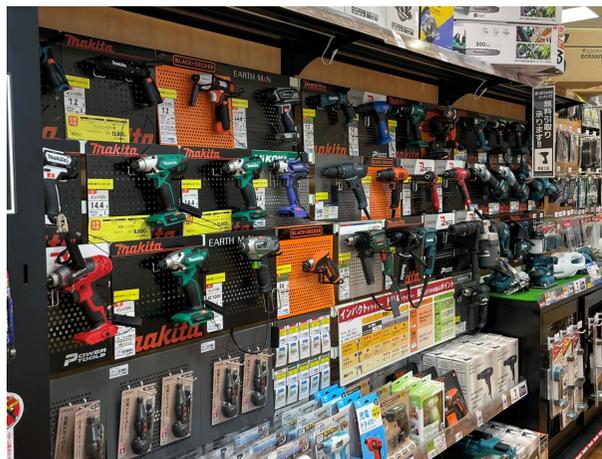
・業務量20%削減
**・年間約25億円の
人件費抑制効果を見込む**

(2025年度 約800人(8H換算)、160万時間抑制)

4. フォーマット戦略

- 都市型店舗の出店 ⇒ 5店舗出店(2022年8月末時点)
「港南台バース店、ミッテン府中店、豊田T-FACE店、八王子オクトーレ店、品川旗の台店」
- 品川旗の台店では、都市型店舗として初のロードサイド独立型店舗で出店
⇒ 折込チラシを入れず、DIY用品強化型の店舗で都市部でのシェア拡大を狙う
- PRO+HCのハイブリッド店舗は、下期2店舗出店予定

【品川旗の台店】 DIY用品強化型店舗



5. 人材戦略

- **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
- **タレントマネジメントシステムの導入**
 - ・社員のスキルやキャリア志向の「見える化」を行い、個人の適性に
応じた人材配置の実現
 - ・個人のキャリアパス形成が可能になり、個人の成長に必要な教育
の実施が可能
- **女性活躍推進について**
 - ・2022年度新卒採用における女性割合約5割
 - ・女性店長ならびに女性社員比率の高いモデル店舗の運用



**より活力ある
組織
人材の活性化
・多様性へ**

4

サステナビリティへの取組みと その他トピックス

サステナビリティへの取り組み

➤ SDG s にかかる重要課題について、5項目の重要課題グループと17項目の重要課題を特定

重要課題グループ	重要課題	関連するSDG s
1.住まいと暮らしの豊かさへの貢献	1)適正価格、適正品質、豊富な品揃えにより、お客様の豊かな生活を実現 2)お客様の利便性を追求した商品・サービスの提供 3)多様な業態により日常・余暇・災害時など、お客様の暮らしをトータルサポート	  
2.環境に配慮した事業の推進	4)プライベートブランド商品における省資源の推進 5)省エネを通じたCO2排出量の削減による脱炭素社会への貢献 6)資源リサイクルを通じた廃棄物の削減による循環型社会への貢献 7)環境保全活動を通じた自然共生社会への貢献	     
3.地域社会への貢献	8)災害時における物資の供給及び避難場所の提供を通じた各自治体との連携強化 9)様々なイベントや活動を通じた地域創生への貢献 10)グローバルな店舗網の拡充と雇用の創出	    
4.働きがいのある職場環境の構築とダイバーシティの推進	11)働く人々の多様性や個性を尊重した能力開発とキャリア形成の支援 12)誰もが働きやすいと実感できる職場づくりとコミュニケーションの充実 13)国内外グループ会社間の人材交流を通じた多様なノウハウの蓄積	   
5.コーポレート・ガバナンスの強化	14)経営の透明性をより高めるための社内風土づくりと管理体制の強化 15)様々なステークホルダーの権利や立場を尊重した対話と共創 16)サプライチェーンにおける公平公正な取引 17)コンプライアンスの遵守	 

サステナビリティへの取り組み

■ 地域社会への貢献

➤ 災害協定締結・防災イベントへの協力



- ◇ 2022年度災害協定締結：
大阪市・羽曳野市・三鷹市・小平市・松阪市
- ◇ 防災イベントへの協力：
みたか防災マルシェ（防災グッズの展示／紹介、
地震体験、非常用食品サンプルの配布）

➤ ウクライナ支援活動への協力



大阪市によるウクライナから市内へ避難された方々の生活をサポートする活動に賛同し、生活に必要な物品を寄付

【提供した物品】
寝具、日用消耗品、食器、調理用品、家電、収納用品、家具など

□ 羽曳野市との災害協定締結式



□ 三鷹市防災マルシェへ参加



□ ウクライナ支援に対し大阪市より感謝状授与



サステナビリティへの取り組み

■SDGs DIY ワークショップ

- 2022年6月より、ホームセンター店舗にて廃材を利用したワークショップの定期開催
- 開催にあたり、株式会社パレットハウスジャパンと大阪在住のクリエイター様にご協力頂く
- SDGsにかかる重要課題の⑥資源リサイクルを通じた廃棄物の削減による循環型社会への貢献



東大阪菱江店



サステナビリティへの取り組み

■ 環境に配慮した事業への取り組み

➤ ホワイト物流：ダブル連結トラック運用開始



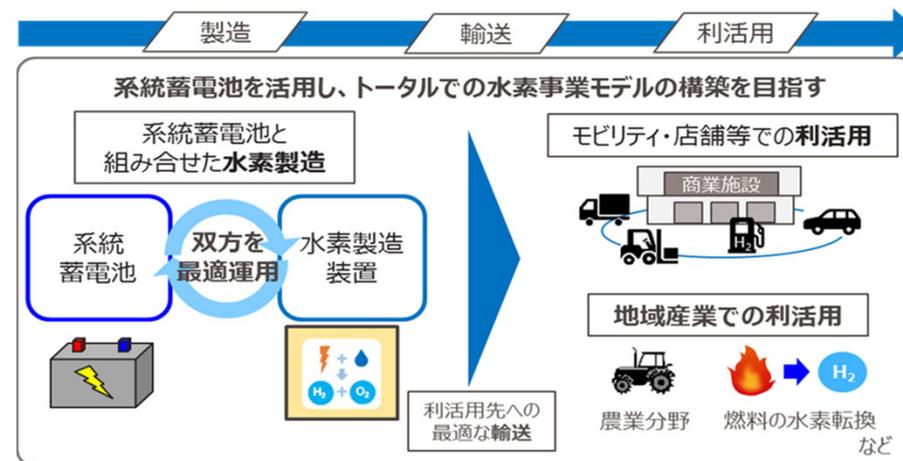
NEXT Logistics Japanと連携して貝塚流通センターから新相模原流通センター間でダブル連結トラック運用を開始し、長距離輸送によるドライバー負荷低減、省人化やエネルギー利用およびCO2排出量削減を展望



➤ 水素製造・利活用調査プロジェクトへの協力



関西電力・岩谷産業の兵庫淡路プロジェクトに地域内のコーナン店舗内への水素ステーションの設置などでの水素利活用の可能性の検討に協力



トピックス①：株式市場と格付機関等における評価

- JPX日経インデックス400の構成銘柄として **2年連続**で選定、HC企業の採用は当社のみ（2022年8月時点）



■ 定量的指標と配点ウエイト

- ① 3年平均ROE：40%
- ② 3年累積営業利益：40%
- ③ 選定基準日時点における時価総額：20%

JPX日経インデックス400は、資本の効率的活用や投資者を意識した経営観点など、グローバルな投資基準に求められる諸要件を満たした、「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成される株価指数です。JPX総研と日本経済新聞社が共同で算出を行っています。（日本取引所グループHPより抜粋）

- 格付機関による格付の見通しについて、
今年の7月に従来の「安定的」から「ポジティブ」へ改善
今後、格上げの方向で見直される可能性の高まり

- 「DBJ健康経営格付」※を取得
当社の健康経営への取組みが評価を受け、
DBJ健康経営格付を取得

格付機関	対象	格付	見通し	公表日
(株)日本格付研究所	長期発行体格付	BBB+	安定的 → ポジティブ	2022/7/27



※「DBJ健康経営格付」
日本政策投資銀行が開発した独自システムにより、従業員への健康配慮の取組みが優れた企業を評価・選定する融資メニューのこと

トピックス②：公式SNSによる販促強化

- 今年7月に、「三代目 J Soul Brothers」のメンバーで、本格的なDIYerとしても幅広く活躍する山下健二郎氏が、当社公式 YouTube チャンネルの動画内で快適な生活情報を配信するアンバサダーに就任
- 公式Twitter、Instagram、Facebook及びLINEなど幅広くSNSを活用し、店舗及び商品情報等を発信



当社公式YouTubeチャンネルのアンバサダーに就任した山下健二郎氏



当社公式Twitterで様々な情報を活発に発信
フォロワー数は11万人（前年同期+7万人）を突破



当社公式Instagramにて、新店の様子をライブ配信し集客を図る

トピックス③：本部組織のBPRと子会社設立、本部業務の効率化

➤ 本部組織のBPR※の実施 成果

- ・業務プロセスの見直しを行い、部署の統廃合を実施（2部署、4グループ、23チーム）
- ・本部部署長のジョブローテーションの実施（約45%）
- ・キャッシュアウト業務の一部内製化

※BPR・・・**B**usiness **P**rocess **R**e-engineering
業務本来の目的に向かって、既存の組織や制度を抜本的に見直すこと



- コーナンビジネスイノベーション株式会社の設立（100%子会社）
 - ・現在アウトソーシングしている店舗作業の一部を内製化
 - ・POS（販売時点情報管理）データを活用したマーケティング事業 等
- 新グループウェアの導入により本部業務の効率化推進
 - ・「マイクロソフト365」の導入予定
 - ⇒「チャット機能」、「WEB会議」など社内外とのコミュニケーション機能の強化
 - 「スケジュール管理機能」、「資料の共有」など業務の効率化を推進



トピックス④：ビーバートザンの簡易吸収合併

➤ 連結子会社「株式会社ビーバートザン」を簡易吸収合併（2022年9月20日公表）

合併承認取締役会：2022年 9月 20日
合併契約締結日：2022年 9月 20日
合併期日：2023年 3月 1日（予定）

➤ 合併の目的

事業環境の変化の中、企業価値の向上とより効率的な経営を行うため

➤ 合併後の状況

「ビーバートザン」の屋号変更や店舗の統廃合、店舗の業態変更の予定は現時点でございません



株式会社ビーバートザン	
2022年2月期末の経営数値	
・売上高	62.4億円
・営業利益	2.1億円
・当期純利益	1.8億円

5

株主還元

株主還元

➤ 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

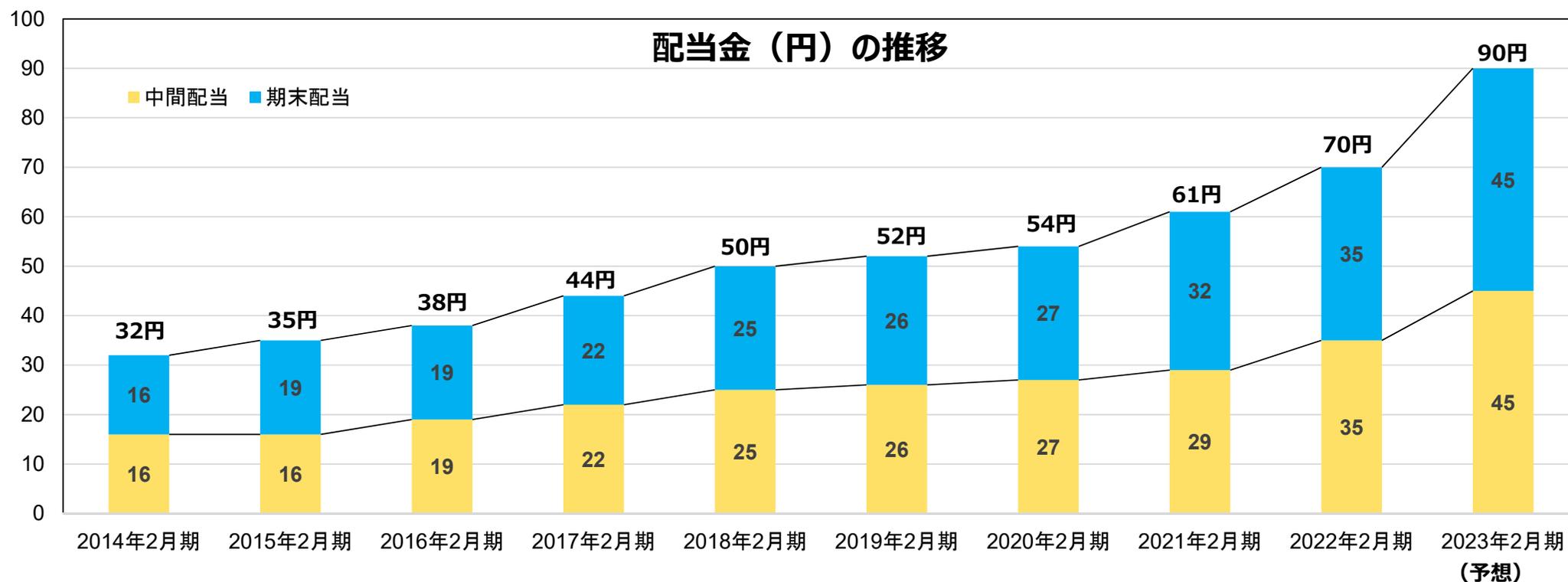
<目標> 第3次中期経営計画期間中（2021－2025）

・総還元性向：30%以上

・DOE（株主資本配当率）：2.0%

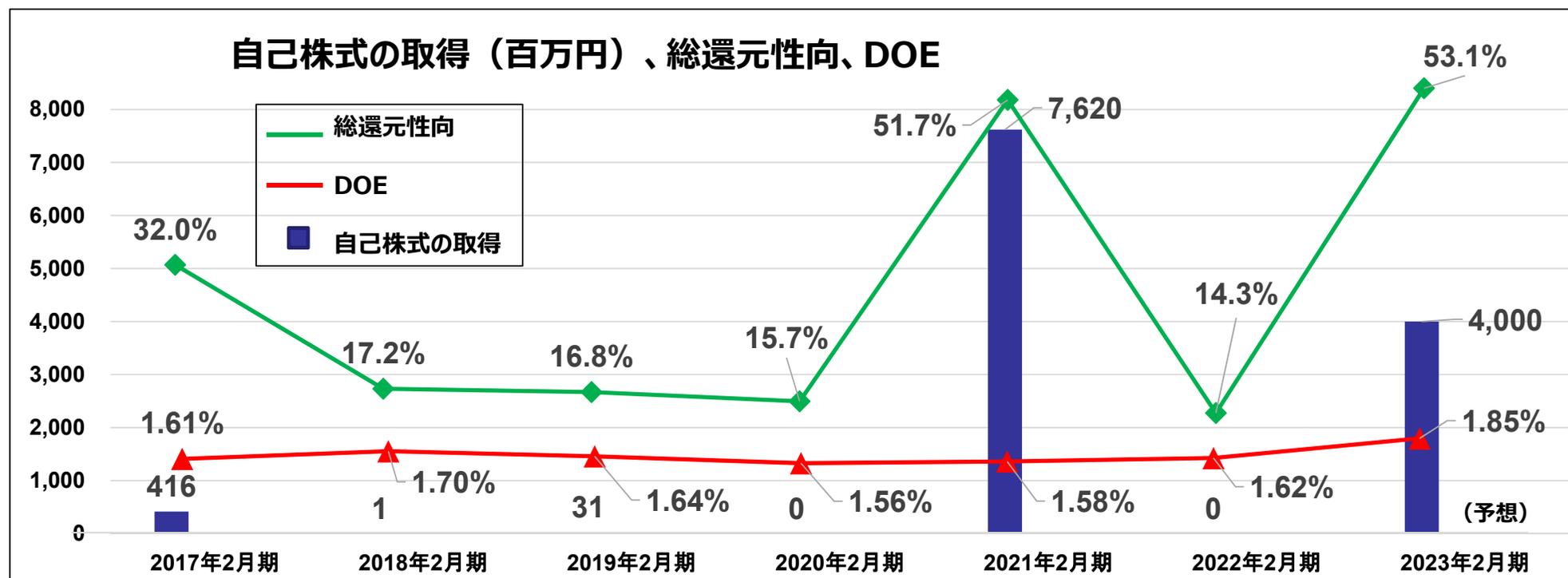
株主還元：配当

- 2023年2月期の1株当たりの中間配当は、公表どおり10円増配し45円にて実施
- 2023年2月期の年間配当は、期末配当45円を予定し年間20円の増配により90円を見込む
- 9期連続の増配を見込み、連続増配を始めてから1株当たりの年間配当は3倍近くに



株主還元：自己株式取得、総還元性向、DOE

- 今期8月末時点で予定通り、約40億円、1,085,100株（自己株除く発行済株式数の3.46%）の自己株式の取得を実施済
- 総還元性向30%以上、DOE（株主資本配当率）2.0%を目標とする



6

第2四半期 決算数値の詳細

損益計算書（連結）

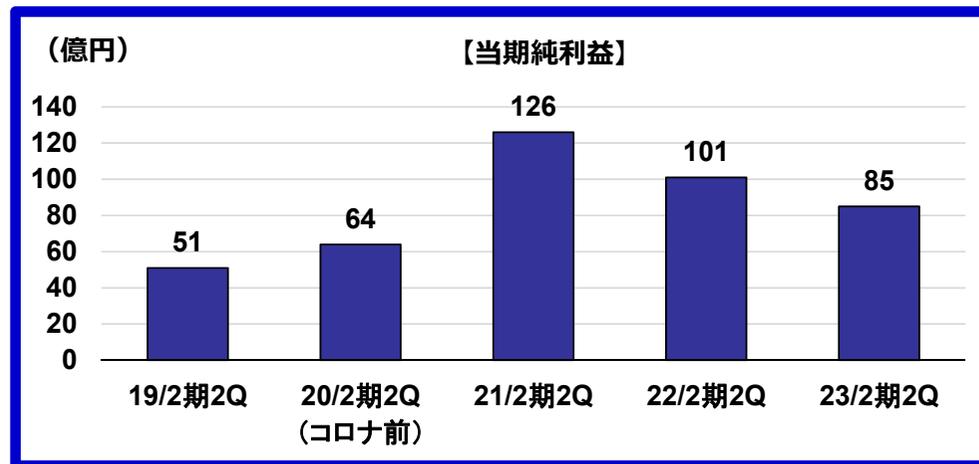
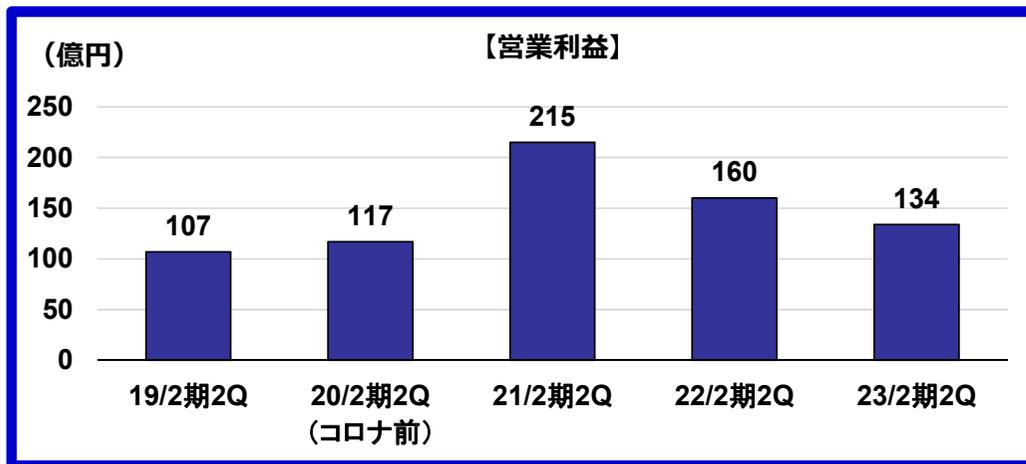
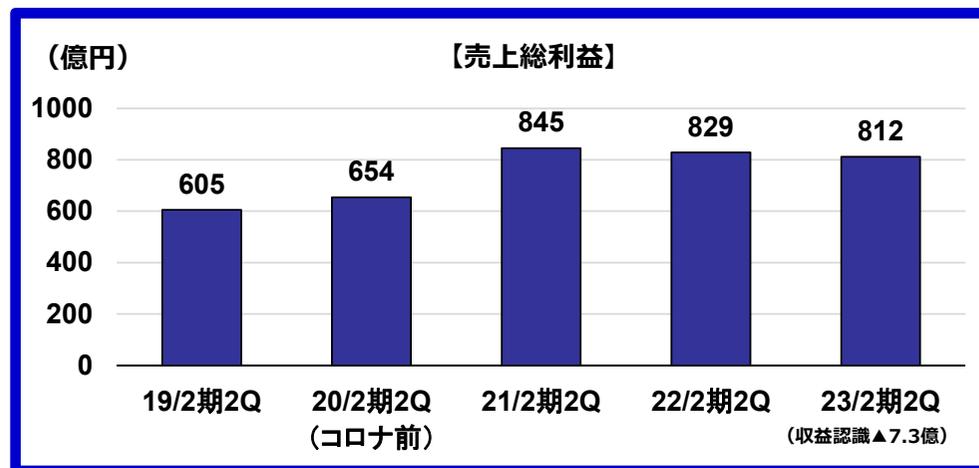
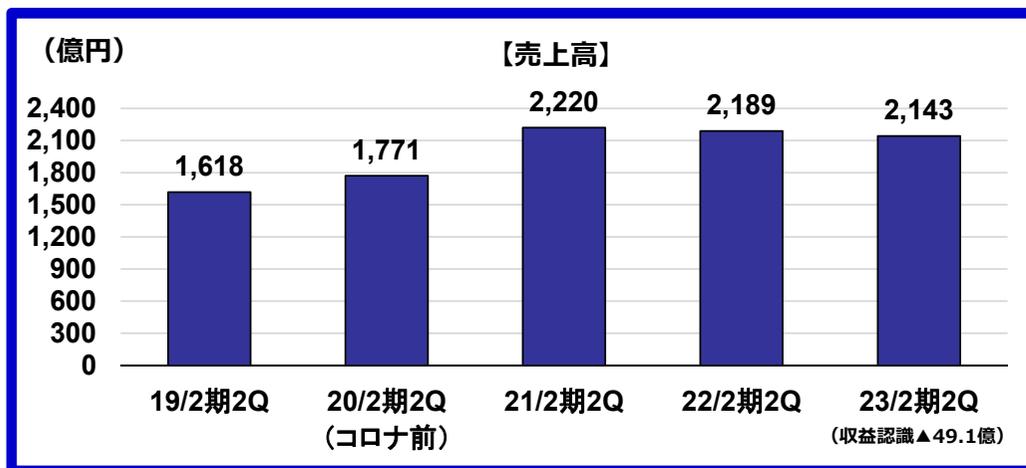
- 売上高は堅調なPRO業態と新規出店の上積みもあり、前年は超えたものの、計画比では客数減により未達
- 利益項目は急激な円安、原材料費高など輸入コストの増加に伴う売上総利益の減少が影響し減益

項目（百万円）	2022年2月期 第2四半期※	売上比	2023年2月期 第2四半期	売上比	前年同期比	前年同期比 増減	計画比
売上高	213,624	-	214,324	-	100.3%	700	97.9%
営業収入	7,702	-	7,900	-	102.6%	198	101.3%
営業収益	221,327	-	222,224	-	100.4%	897	98.0%
売上総利益	82,321	38.54%	81,232	37.90%	98.7%	△1,088	95.8%
販売管理費	73,967	34.6%	75,633	35.3%	102.3%	1,666	99.0%
営業利益	16,055	7.5%	13,499	6.3%	84.1%	△2,555	83.3%
経常利益	15,180	7.1%	12,796	6.0%	84.3%	△2,383	83.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	10,130	4.7%	8,522	4.0%	84.1%	△1,607	86.1%

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）等を適用しております。

※前年同期に同会計基準を適用したものと仮定して金額を算出しております。

参考：直近5期の決算推移



※各グラフにおいて、23/2期のみ「収益認識に関する会計基準」を適用しております (収益認識影響額：売上▲49.1億円、売上総利益▲7.3億円)

損益計算書（連結、四半期別）

- 第2四半期における売上高は6月に早い梅雨明けで、季節品売上が好調だったことが主因となり前年同期を上回る
- 利益項目は円安などの輸入コストの増加に伴う売上総利益の減少と新店などの販管費の増加により減益

項目 (百万円)	第1四半期		第2四半期	
	2023年 2月期	前年 同期比※	2023年 2月期	前年 同期比※
売上高	107,470	99.4%	106,853	101.3%
営業収入	3,944	102.3%	3,955	102.8%
営業収益	111,415	99.5%	110,809	101.3%
売上総利益	41,177	98.5%	40,054	98.9%
販売管理費	37,259	102.3%	38,373	102.2%
営業利益	7,863	85.1%	5,636	82.7%
経常利益	7,341	85.2%	5,455	83.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,974	85.5%	3,547	82.2%

※前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

損益計算書（連結） 販売管理費

- 人件費や賃借料は、新規出店などに伴い前年同期より増加したが、計画の範囲内
- その他販管費のうち、水道光熱費は前年同期比約35%（+6.6億円）増加したが、販売促進費や広告宣伝費、備品費、業務委託費などの見直し・削減により、前年同期からの増加幅を抑制
- うちコーナン単体における既存店と新店の販管費増減前年差 ⇒ 既存店 △13.7億円、新店 +20.9億円

項目（百万円）	2022年2月期 第2四半期*	売上比	2023年2月期 第2四半期	売上比	前年同期比	前年同期比 増減	計画比
人件費	25,277	11.8%	25,981	12.1%	102.8%	704	98.0%
賃借料	23,035	10.8%	23,818	11.1%	103.4%	783	100.9%
減価償却費等	6,975	3.3%	7,062	3.3%	101.2%	87	97.7%
その他販管費	18,679	8.7%	18,770	8.8%	100.5%	91	98.4%
販売管理費計	73,967	34.6%	75,633	35.3%	102.3%	1,666	99.0%

※前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したものと仮定して金額を算出しております。

業態別実績（売上・粗利益率・営業利益率） 連結/コーナン単体

- HC業態：売上高は外出制限がなくなったことによる客数減に伴い減少し、粗利益率は急激な円安や原材料費の高騰などに伴う輸入コストの増加により低下。それに伴い、営業利益率も低下
- PRO業態：売上高は引き続き堅調。粗利益率はHCと同要因により低下。営業利益率は、売上高の伸びが販管費の伸びを上回ったことにより上昇

(百万円)	業態	23年2月期 第2四半期	売上高※1 前年同期比	粗利益率※1	粗利益率 前年同期※1	粗利益率 前年差	営業 利益率※1	営業利益率 前年差
連結	HC	151,933	97.2%	39.70%	40.26%	△0.56pt	7.9%	△1.1pt
	PRO	59,267	108.2%	32.79%	33.37%	△0.58pt	6.5%	0.2pt
コーナン (単体)	HC	149,062	97.0%	39.84%	40.39%	△0.55pt	8.1%	△1.2pt
	PRO	35,549	106.7%	34.79%	35.67%	△0.88pt	7.0%	0.3pt

<会社計>

(百万円)		23年2月期 第2四半期	売上高※1 前年同期比	粗利益率※1	粗利益率 前年同期※1	粗利益率 前年差	営業 利益率※1	営業利益率 前年差
連結	会社計※2	214,324	100.3%	37.90%	38.54%	△0.64pt	6.3%	△1.2pt
コーナン (単体)	会社計※2	189,339	99.3%	38.62%	39.33%	△0.71pt	6.8%	△1.4pt

※1 売上高前期比、粗利益率、粗利益率前年同期、営業利益率は、「収益認識に関する会計基準」等を適用して算出しております。

※2 会社計には、その他売上（EC、キャンプデポ、他社への商品供給等）を含んでおります。

業態別実績（売上・粗利益率） 子会社別

- 建デポ：新規出店に加え、取扱い商品の見直しやPB商品の導入など既存店の改装も進め、順調に成長
- ビーバートザン：HC業態は外出制限がなくなったことに伴う客数減により減少。PRO業態は堅調
- コーナンベトナム：前年ロックダウンにより食品以外は販売制約があった反動もあり、前年同期で大幅に増加

(百万円)	業態	23年2月期 第2四半期	売上高※ 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差
建デポ	PRO	22,091	110.7%	29.87%	29.82%	0.05pt
ビーバートザン	HC	1,541	92.6%	33.75%	35.05%	△1.30pt
	PRO	1,626	108.3%	28.86%	29.67%	△0.81pt
コーナンベトナム	HC	1,328	136.1%	30.75%	27.20%	3.55pt

※ 売上高前期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

商品部門別売上（連結）

商品部門 (百万円)	商品動向	連結		
		2023年2月期 第2四半期	前年同期比※	売上構成比
ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材)	PRO商材、リフォーム関連は好調維持 一般向けDIY用品はコロナ需要が一巡し前年割れ	105,731	102.4%	49.4%
ハウスキーピング (家庭用品)	前年の在宅需要の反動により、インテリア用品、収納用品、 台所用品など、屋内で使用するものを中心に前年割れ	71,217	97.4%	33.2%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	ペット関連やレジャー用品など屋外で使用するものは好調 文具・事務関連は、前年の在宅用事務用品の反動減が続く	30,866	99.9%	14.4%
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	-	6,508	102.2%	3.0%
合計	-	214,324	100.3%	100.0%

※ 前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

- ホームインプローブメント … 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

商品部門別売上（詳細：コーナン単体）

商品部門 (百万円)	コーナン単体		
	2023年2月期 第2四半期	前年同期比※	売上構成比
ホームインプルーブメント (HC)	26,711	94.8%	14.1%
ホームインプルーブメント (PRO)	28,191	106.6%	14.9%
ガーデニング	21,717	99.6%	11.5%
リフォーム	6,758	103.8%	3.6%
日用雑貨・家庭用品	42,697	95.7%	22.6%
インテリア・収納・文具	28,853	96.4%	15.2%
ペット・カー・レジャー	25,664	101.2%	13.5%
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	8,746	110.5%	4.6%
合計	189,339	99.3%	100.0%

- ホームインプルーブメント (HC/PRO) … 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品 ■ガーデニング … 園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア
 ■リフォーム … 住設機器、リフォーム工事、物置 ■日用雑貨・家庭用品 … ダイニング用品、日用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、介護用品、フード、酒類
 ■インテリア・収納・文具 … インテリア用品、収納用品、電材・照明、家電、文具・事務用品 ■ペット・カー・レジャー … ペット用品、カー用品、サイクル・レジャー用品

※ 前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

PB商品部門別売上（連結）

- PB売上構成比は36.4%（前期比+3.0pt）と好調に推移
- お客様のニーズを捉えた値ごろ感のある商品開発の推進と売場での販促を強化

商品部門 (百万円)	連結					
	2021年2月期 第2四半期		2022年2月期 第2四半期		2023年2月期 第2四半期	
	PB 売上高	PB売上 構成比※1	PB 売上高	PB売上 構成比※1	PB 売上高※2	PB売上 構成比※1
ホームインプルーブメント (DIY用品)	25,090	28.1%	27,320	29.9%	31,494	34.1%
ハウスキーピング (家庭用品)	25,407	33.3%	24,996	35.6%	25,274	37.1%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	11,313	37.5%	11,766	39.0%	12,601	41.8%
合計	61,810	31.6%	64,083	33.4%	69,370	36.4%

※1 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

※2 2023年2月期のPB売上高は、「収益認識に関する会計基準」等を適用した数値となっております。

貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2022年2月期	2023年2月期2Q	増減	増減要因他
流動資産計	123,884	131,074	7,190	
現金及び預金	12,242	9,301	△2,941	
売掛金	10,636	12,936	2,299	キャッシュレス比率の増加（売上比 前年35.6%→約42.5%）
商品及び製品	93,113	98,330	5,217	季節要因
固定資産合計	274,192	276,899	2,707	
有形固定資産	187,571	189,469	1,897	
無形固定資産	28,169	27,481	△688	のれん償却による減少
資産合計	398,076	407,974	9,898	
流動負債計	102,414	107,981	5,566	
買掛金（電子記録債務含）	39,412	46,328	6,916	季節要因
短期借入金	9,187	6,562	△2,625	資金調達のタイミングによるもの
1年内返済長期借入金	25,741	26,709	968	
固定負債合計	153,217	153,602	384	
長期借入金	85,988	87,586	1,598	資金調達のタイミングによるもの
商品自主回収引当金	667	629	△37	
純資産合計	142,444	146,391	3,946	自己資本比率 35.9%
負債純資産合計	398,076	407,974	9,898	

有利子負債

- 有利子負債は前期同様に推移
- DELシオ（有利子負債÷純資産）： 1.09倍（前期末1.13倍）
- 自己資本比率： 35.9 %

（単位：億円）

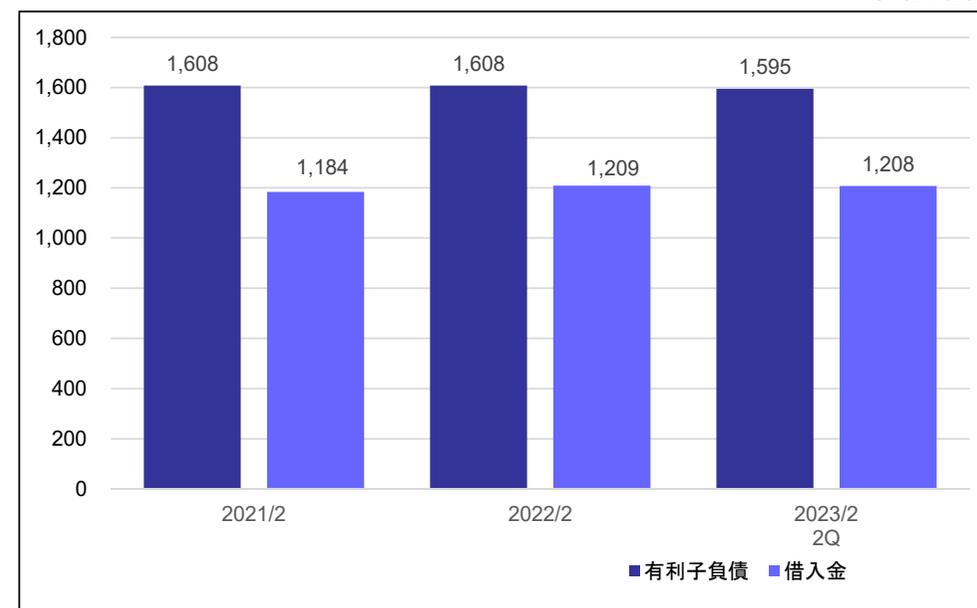
科目	2022年2月期	2023年2月期 第2四半期	増減
有利子負債 合計※1	1,608	1,595	△13
内) 借入金 合計※2	1,209	1,208	△1

※1 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

※2 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）

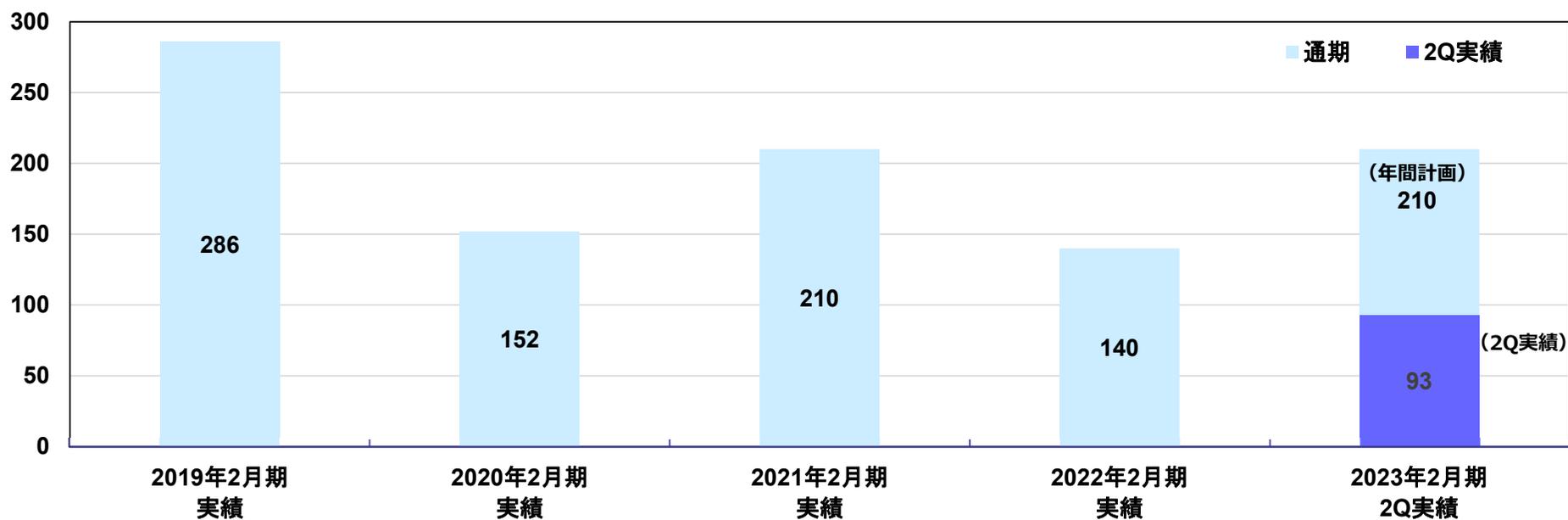


設備投資 実績・計画

- 2023年2月期第2四半期の設備投資実績は約93億円（年間計画に対する進捗は44.3%）
- 居抜き出店（新店19店舗中8店舗）も多く、設備投資額は抑制

（単位：億円）

設備投資金額実績・計画





2023年2月期 第2四半期

補足資料

(2022年3月1日～2022年8月31日)

※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）等を適用しております。
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て概算した増減率を記載しております。

01.損益計算書（連結）

項目 (百万円)	2021年2月期 第2四半期			2022年2月期 第2四半期			2023年2月期 第2四半期		
	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※1	売上比
売上高	222,073	125.3%	-	218,972	98.6%	-	214,324	100.3%	-
既存店売上高※2	200,095	115.3%	-	211,981	95.8%	-	208,406	97.7%	-
営業収入	7,405	101.7%	-	7,702	104.0%	-	7,900	102.6%	-
営業収益	229,479	124.4%	-	226,675	98.8%	-	222,224	100.4%	-
売上総利益	84,534	129.1%	38.07%	82,957	98.1%	37.88%	81,232	98.7%	37.90%
販売管理費	70,401	115.3%	31.7%	74,629	106.0%	34.1%	75,633	102.3%	35.3%
営業利益	21,539	184.0%	9.7%	16,030	74.4%	7.3%	13,499	84.1%	6.3%
営業外収支	△705	-	-	△875	-	-	△702	-	-
経常利益	20,834	185.4%	9.4%	15,154	72.7%	6.9%	12,796	84.3%	6.0%
特別損益	△2,334	-	-	△64	-	-	△319	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	12,690	197.6%	5.7%	10,117	79.7%	4.6%	8,522	84.1%	4.0%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 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しております。

02.販売管理費（連結） 他

項目 (百万円)	2021年2月期 第2四半期			2022年2月期 第2四半期			2023年2月期 第2四半期		
	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	23,952	120.9%	10.8%	25,277	105.5%	11.5%	25,981	102.8%	12.1%
賃借料	22,307	109.6%	10.0%	23,035	103.3%	10.5%	23,818	103.4%	11.1%
減価償却費 (のれん償却含)	6,594	118.0%	3.0%	6,975	105.8%	3.2%	7,062	101.2%	3.3%
その他販管費	17,546	114.8%	7.9%	19,341	110.2%	8.8%	18,770	100.5%	8.8%
計	70,401	115.3%	31.7%	74,629	106.0%	34.1%	75,633	102.3%	35.3%

※ 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

項目 (百万円)	2021年2月期 第2四半期		2022年2月期 第2四半期		2023年2月期 第2四半期	
	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	33.2%	0.3pt	34.2%	1.0pt	35.9%	1.7pt
有利子負債	155,410	96.8%	166,510	107.1%	159,501	95.8%
1株当たり 四半期利益	373.56円	187.29円	313.27円	△60.29円	274.82	△38.45円

03.貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2021年2月期	増減	2022年2月期	増減	2023年2月期 第2四半期	増減
流動資産計	119,422	12,549	123,884	4,461	131,074	7,190
現金及び預金	14,681	2,703	12,242	△2,439	9,301	△2,941
売掛金	8,569	610	10,636	2,067	12,936	2,299
商品及び製品	88,245	9,725	93,113	4,867	98,330	5,217
固定資産合計	275,673	4,283	274,192	△1,480	276,899	2,707
有形固定資産	189,767	4,758	187,571	△2,196	189,469	1,897
無形固定資産	28,793	△1,987	28,169	△624	27,481	△688
資産合計	395,095	16,832	398,076	2,980	407,974	9,898
流動負債計	104,665	2,619	102,414	△2,251	107,981	5,566
買掛金	40,970	3,552	39,412	△1,558	46,328	6,916
短期借入金	6,437	△8,550	9,187	2,750	6,562	△2,625
1年内返済長期借入金	26,113	△733	25,741	△371	26,709	968
固定負債合計	157,143	5,006	153,217	△3,925	153,602	384
長期借入金	85,941	4,307	85,988	47	87,586	1,598
商品自主回収引当金	757	△90	667	△90	629	△37
純資産合計	133,287	9,206	142,444	9,157	146,391	3,946
負債純資産合計	395,095	16,832	398,076	2,980	407,974	9,898

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)	2021年2月期 第2四半期		2022年2月期 第2四半期		2023年2月期 第2四半期	
	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)	99,595	128.1%	103,562	104.0%	105,731	102.4%
ハウスキーピング (家庭用品)	79,848	124.9%	73,318	91.8%	71,217	97.4%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	35,359	114.7%	35,705	101.0%	30,866	99.9%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	7,269	157.8%	6,387	87.9%	6,508	102.2%
合計	222,073	125.3%	218,972	98.6%	214,324	100.3%

■コーナン単体

商品部門 (百万円)	2021年2月期 第2四半期		2022年2月期 第2四半期		2023年2月期 第2四半期	
	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)	80,071	118.6%	83,125	103.8%	83,378	100.5%
ハウスキーピング (家庭用品)	76,185	123.0%	69,453	91.2%	66,656	96.2%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	35,039	114.7%	35,408	101.1%	30,558	99.8%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	8,339	168.8%	7,928	95.1%	8,746	110.6%
合計	199,635	121.0%	195,916	98.1%	189,339	99.3%



05.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)	2021年2月期 第2四半期			2022年2月期 第2四半期			2023年2月期 第2四半期		
	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)	25,090	28.1%	△1.1pt	27,320	29.9%	1.8pt	31,494	34.1%	4.2pt
ハウスキーピング (家庭用品)	25,407	33.3%	△0.1pt	24,996	35.6%	2.3pt	25,274	37.1%	1.5pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	11,313	37.5%	1.7pt	11,766	39.0%	1.5pt	12,601	41.8%	2.8pt
合計	61,810	31.6%	△0.4pt	64,083	33.4%	1.8pt	69,370	36.4%	3.0pt

■コーナン単体

商品部門 (百万円)	2021年2月期 第2四半期			2022年2月期 第2四半期			2023年2月期 第2四半期		
	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)	24,191	32.4%	1.1pt	26,275	34.3%	1.9pt	28,023	36.6%	2.3pt
ハウスキーピング (家庭用品)	25,100	34.5%	1.0pt	24,710	37.2%	2.7pt	24,788	38.9%	1.7pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	11,227	37.6%	1.6pt	11,686	39.1%	1.5pt	12,510	41.9%	2.8pt
合計	60,520	34.1%	1.1pt	62,672	36.2%	2.1pt	65,322	38.4%	2.2pt

※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しております。

06.事業会社 業態別実績

会社名 (百万円)	業態	2021年2月期 第2四半期			2022年2月期 第2四半期			2023年2月期 第2四半期		
		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 ^{※1} 同期比	粗利益率
コーナン	HC	167,221	122.0%	39.53%	158,774	94.9%	39.34%	149,062	97.0%	39.84%
	PRO	29,756	113.9%	34.71%	33,413	112.3%	35.82%	35,549	106.7%	34.79%
	その他 ^{※2}	2,658	-	-	3,728	-	-	4,727	-	-
	計	199,635	121.0%	38.66%	195,916	98.1%	38.53%	189,339	99.3%	38.62%
ビーバートザン	HC	1,938	106.3%	36.68%	1,666	86.0%	35.15%	1,541	92.6%	33.75%
	PRO	1,562	111.1%	31.36%	1,503	96.2%	29.75%	1,626	108.3%	28.86%
	その他 ^{※2}	32	-	-	34	-	-	40	-	-
	計	3,532	108.3%	37.92%	3,204	90.7%	33.33%	3,208	100.3%	32.93%
建デポ	PRO	18,899	217.0%	30.37%	20,127	106.5%	30.43%	22,091	110.7%	29.87%
	その他 ^{※2}	318	-	-	422	-	-	667	-	-
	計	19,217	-	30.14%	20,549	106.9%	29.99%	22,758	111.7%	29.37%
コーナンベトナム	計	852	182.7%	30.24%	976	114.5%	27.20%	1,328	136.1%	30.75%
連結調整		△1,165	-	-	△1,674	-	-	△2,311	-	-
連結合計	計	222,073	125.3%	38.07%	218,972	98.6%	37.88%	214,324	100.3%	37.90%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 その他：EC、他社への商品供給（自社グループ内含む）等

07.店舗数（2022年8月末時点）

	業態	2021年2月期末			2022年2月期末			2023年2月期 第2四半期		
		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	9	0	298	13	3	308	5	0	313
	PRO	15	0	98	5	1	102	5	0	107
	CAMP DEPOT	1	0	1	5	0	6	2	0	8
	計	25	0	397	23	4	416	12	0	428
ビーバートザン	HC	0	0	6	0	0	6	0	0	6
	PRO	0	0	4	0	0	4	1	0	5
	計	0	0	10	0	0	10	1	0	11
建デポ		0	0	66	3	1	68	3	0	71
コーナンベトナム		3	0	8	0	0	8	2	0	10
コーナンカンボジア		-	-	-	-	-	-	1	0	1
合計	計	28	0	481	26	5	502	19	0	521



【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。