

# 2023年3月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社ハードオフコーポレーション

東証プライム 2674



1

2023年3月期 第3四半期 決算概要

2

2023年3月期 通期の見通し

3

中期経営計画

4

トピックス

## 2023年3月期第3四半期 決算概要（連結P／L）

| (百万円)                | 2022年3月期<br>第3四半期<br>実績 | 2023年3月期 第3四半期 |               |
|----------------------|-------------------------|----------------|---------------|
|                      |                         | 実績             | 前期比           |
| 売上高                  | 18,173                  | <b>20,004</b>  | <b>+10.1%</b> |
| 売上総利益                | 12,481                  | <b>13,753</b>  | <b>+10.2%</b> |
| 売上総利益率               | 68.7%                   | <b>68.8%</b>   | <b>+0.1%p</b> |
| 販管費                  | 11,424                  | <b>11,930</b>  | <b>+4.4%</b>  |
| 営業利益                 | 1,057                   | <b>1,823</b>   | <b>+72.5%</b> |
| 営業利益率                | 5.8%                    | <b>9.1%</b>    | <b>+3.3%p</b> |
| 営業外収益                | 106                     | <b>140</b>     | <b>+32.6%</b> |
| 営業外費用                | 10                      | <b>9</b>       | <b>▲2.7%</b>  |
| 経常利益                 | 1,153                   | <b>1,954</b>   | <b>+69.5%</b> |
| 経常利益率                | 6.3%                    | <b>9.8%</b>    | <b>+3.5%p</b> |
| 特別利益                 | 105                     | <b>14</b>      | <b>▲86.5%</b> |
| 特別損失                 | 101                     | <b>95</b>      | <b>▲6.6%</b>  |
| 親会社株主に帰属<br>する四半期純利益 | 761                     | <b>1,194</b>   | <b>+56.8%</b> |
| 四半期純利益率              | 4.2%                    | <b>6.0%</b>    | <b>+1.8%p</b> |

# 決算のポイント（連結）

## 売上高

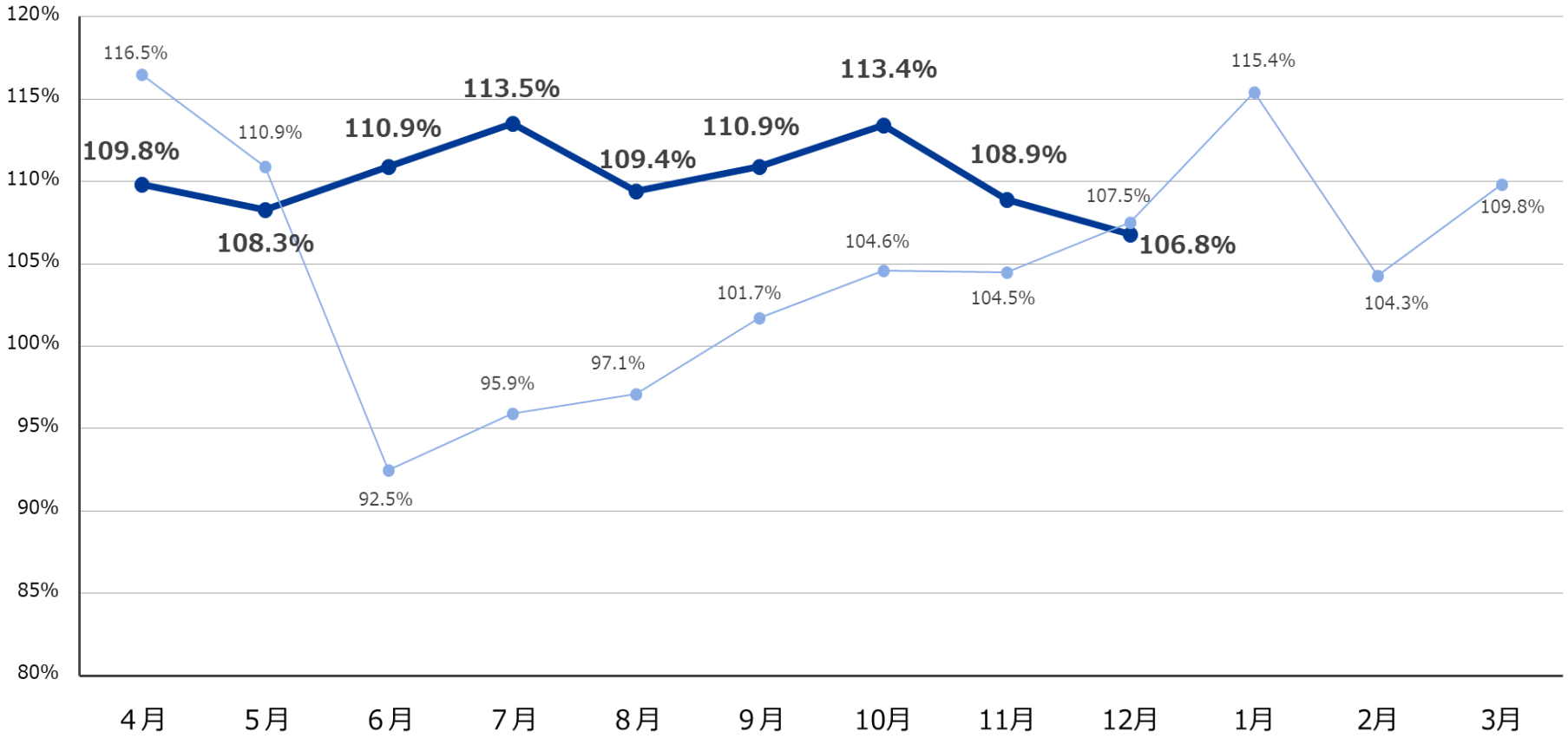
- 社会全体でSDGs推進が拡大する中でのリユース意識の高まり、インフレに伴うリユース品需要の増加等の追い風もあり、国内既存店売上高は前期比10.1%増、インターネット売上高は前期比25.3%増と好調を継続。
- 米国及び台湾の店舗も好調に推移。
- 直営店を15店舗新規出店、不採算店8店舗を閉店した結果、全社売上高は10.1%増。過去最高を更新。

## 営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する四半期純利益

- 売上総利益率は0.1%ポイント改善し、売上総利益は10.2%増、販管費を4.4%増に抑えた結果、営業利益は72.5%増、経常利益は69.5%増、親会社株主に帰属する四半期純利益は56.8%増といずれも大幅増益、過去最高を更新。

# 既存店売上高 前年同月比推移 (連結)

既存店売上高は第3四半期累計**10.1%増**と好調



| 第1四半期  | 第2四半期  | 第3四半期  | 第3四半期累計 |
|--------|--------|--------|---------|
| 109.6% | 111.3% | 109.6% | 110.1%  |

# リユース店舗数の増減

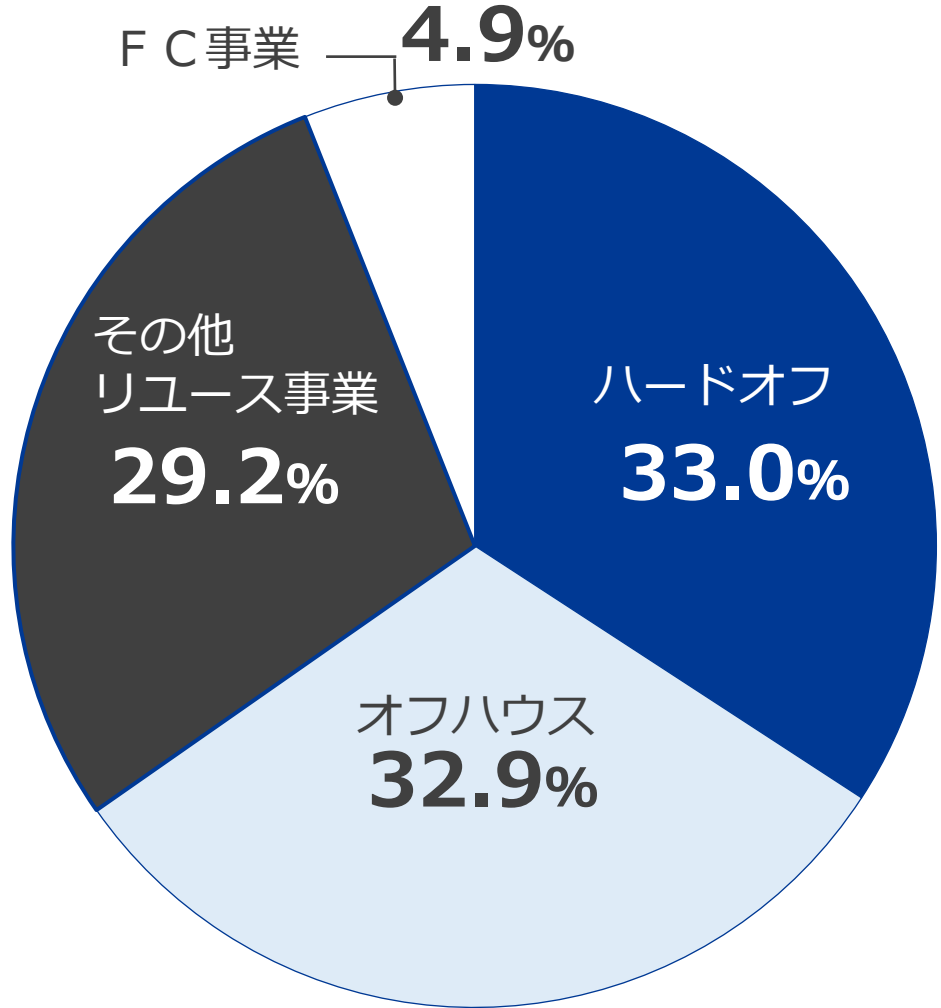
直営店は計画通り15店舗出店、不採算店舗8店舗の閉店  
（FC店は11店舗出店、5店舗閉店）

|             | ハードオフ  | オフハウス | モード<br>オフ | ガレージ<br>オフ | ホビーオフ | リカーオフ | ブックオフ | 海外    | 2022年12月末<br>合計 |
|-------------|--------|-------|-----------|------------|-------|-------|-------|-------|-----------------|
| 直<br>営<br>店 | 138    | 125   | 15        | 10         | 55    | 4     | 50    | 6     | 403             |
|             | +6/▲1  | +1/▲1 | +0/▲3     | +0/▲1      | +6/▲1 | +0/▲0 | +1/▲1 | +1/▲0 | +15/▲8          |
| F<br>C<br>店 | 238    | 197   | 2         | 5          | 74    | 1     | -     | 7     | 524             |
|             | +7/▲2  | +1/▲1 | +0/▲0     | +0/▲0      | +3/▲2 | +0/▲0 | -     | +0/▲0 | +11/▲5          |
| 合<br>計      | 376    | 322   | 17        | 15         | 129   | 5     | 50    | 13    | 927             |
|             | +13/▲3 | +2/▲2 | +0/▲3     | +0/▲1      | +9/▲3 | +0/▲0 | +1/▲1 | +1/▲0 | +26/▲13         |

- ・ +は開店、▲は閉店を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。
- ・ 上記の他、新刊書籍販売の「ブックオン」を直営店として1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上構成  
2業態を柱にリユース事業の多角化を実現



## 販売費及び一般管理費の内訳（連結）

水道光熱費の高騰、15店舗出店・8店舗閉店コストの発生等により  
 販管費 +4.4% 計画通りに進捗

| (百万円) | 2022/3期<br>第3四半期 |            | 2023/3期<br>第3四半期 |            |        |
|-------|------------------|------------|------------------|------------|--------|
|       | 実績               | 販管費<br>構成比 | 実績               | 販管費<br>構成比 | 前期比    |
| 人件費   | 6,138            | 53.7%      | 6,491            | 54.4%      | +5.8%  |
| 広告宣伝費 | 186              | 1.6%       | 182              | 1.5%       | △2.3%  |
| 水道光熱費 | 357              | 3.1%       | 463              | 3.9%       | +29.6% |
| 減価償却費 | 388              | 3.4%       | 420              | 3.4%       | +8.3%  |
| 地代家賃  | 2,620            | 22.9%      | 2,608            | 21.9%      | △0.5%  |
| その他   | 1,733            | 15.2%      | 1,764            | 14.8%      | +1.8%  |
| 合計    | 11,424           | 100.0%     | 11,930           | 100.0%     | +4.4%  |



## 売上高・經常利益・店舗数推移（連結）

|           | 2018/3期 | 2019/3期 | 2020/3期 | 2021/3期 | 2022/3期 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 売上高（百万円）  | 18,520  | 18,869  | 19,350  | 21,270  | 24,507  |
| 經常利益（百万円） | 1,375   | 1,147   | 970     | 886     | 1,668   |
| 經常利益率     | 7.4%    | 6.1%    | 5.0%    | 4.2%    | 6.8%    |
| 店舗数       | 889     | 895     | 898     | 913     | 914     |
| 直営店舗数     | 299     | 320     | 323     | 389     | 396     |
| F C店舗数    | 590     | 575     | 575     | 524     | 518     |

- 1 2023年3月期 第3四半期 決算概要
- 2 2023年3月期 通期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

# 2023年度 通期の見通し 連結P / L

2022年8月4日、11月8日 2回にわたり業績予想を上方修正

| (百万円)         | 2022/3期 | 2023/3期<br>(通期予想) |                  |                    | 前期比    |
|---------------|---------|-------------------|------------------|--------------------|--------|
|               | 実績      | 2022/5/11<br>発表   | 2022/8/4<br>上方修正 | 2022/11/18<br>上方修正 |        |
| 売上高           | 24,507  | 25,300            | 25,700           | <b>26,500</b>      | +8.1%  |
| 営業利益          | 1,530   | 1,620             | 1,870            | <b>2,150</b>       | +40.5% |
| 経常利益          | 1,668   | 1,750             | 2,000            | <b>2,300</b>       | +37.8% |
| 経常利益率         | 6.8%    | 6.9%              | 7.8%             | <b>8.7%</b>        | +1.9%P |
| 親会社に帰属する当期純利益 | 1,041   | 1,100             | 1,220            | <b>1,400</b>       | +34.4% |
| 当期純利益率        | 4.3%    | 4.3%              | 4.7%             | <b>5.3%</b>        | +1.0%P |

# 2023年度 通期の見通し ポイント

## 売上高

**26,500百万円** ↑

前期比+8.1%

- 27期連続増収、過去最高更新の継続を見込む
- 既存店下期前期比+4.5%（通期前期比+7.5%）

## 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

**2,150百万円** ↑

+40.5%

経常利益

**2,300百万円** ↑

+37.8%

親会社株主に帰属する  
当期純利益

**1,400百万円** ↑

+34.4%

- 電気代の高騰、IT投資の継続、人事制度改革の実施、リアル開催の会議・研修等の一部再開に伴う経費は増加するが、増収効果によりそれぞれ増益、過去最高を見込む

# 2023年3月期の見通し 店舗数

直営店は計画以上の「純増12」の見込み

|     | ハードオフ  | オフハウス | モード<br>オフ | ガレージ<br>オフ | ホビーオフ  | リカーオフ | ブックオフ | 海外    | 2023/3期<br>合計 |
|-----|--------|-------|-----------|------------|--------|-------|-------|-------|---------------|
| 直営店 | 140    | 126   | 15        | 10         | 56     | 4     | 50    | 7     | 408           |
|     | +8/▲1  | +2/▲1 | +0/▲3     | +0/▲1      | +7/▲1  | +0/▲0 | +1/▲1 | +2/▲0 | +20/▲8        |
| FC店 | 237    | 195   | 2         | 5          | 76     | 1     | -     | 7     | 523           |
|     | +9/▲5  | +1/▲3 | +0/▲0     | +0/▲0      | +5/▲2  | +0/▲0 | -     | +0/▲0 | +15/▲10       |
| 合計  | 377    | 321   | 17        | 15         | 132    | 5     | 50    | 14    | 931           |
|     | +17/▲6 | +3/▲4 | +0/▲3     | +0/▲1      | +12/▲3 | +0/▲0 | +1/▲1 | +2/▲0 | +35/▲18       |

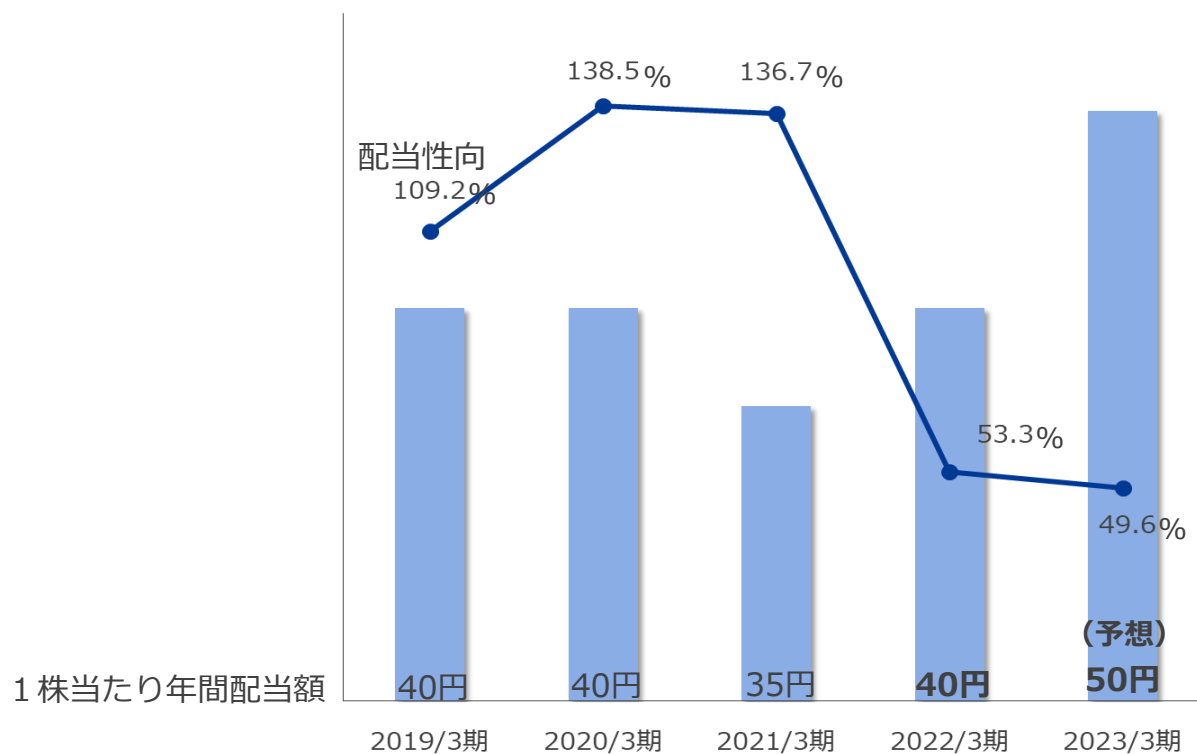
- ・ +は開店、▲は閉店を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。

## 2023年3月期の見通し 経営効率

|                     | 2022/3期<br>(連結) | 2023/3期<br>(連結) |
|---------------------|-----------------|-----------------|
|                     | 実績              | 見込み             |
| 売上高経常利益率            | 6.8%            | 8.7%            |
| ROIC<br>(投下資本収益率)   | 7.4%            | 9.0%            |
| ROA<br>(総資産経常利益率)   | 9.1%            | 12.0%           |
| ROE<br>(自己資本当期純利益率) | 7.8%            | 9.9%            |
| EPS<br>(1株当たり当期純利益) | 75円06銭          | 100円86銭         |
| BPS<br>(1株当たり純資産)   | 986円56銭         | 1,047円43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



|       | 2022/3期                            | 2023/3期              |
|-------|------------------------------------|----------------------|
| 年間配当金 | <b>40円</b><br>普通配当35円+創業50周年記念配当5円 | 40円⇒ <b>50円 (予想)</b> |

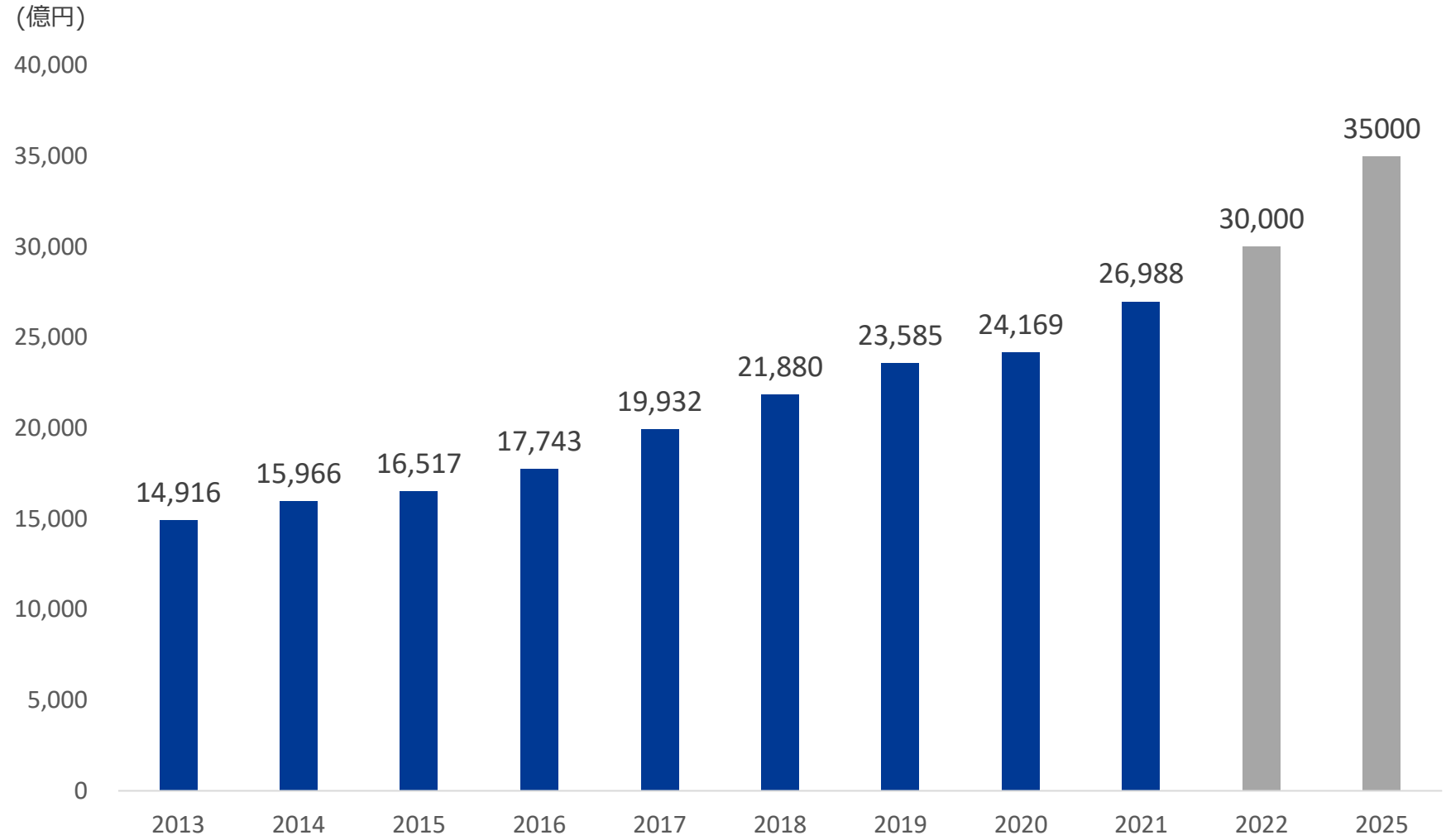
- 1 2023年3月期 第3四半期決算概要
- 2 2023年3月期 通期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス



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。

# リユース市場規模の推移と予測

市場は**右肩上がり**に成長 2022年には3兆円規模の予想



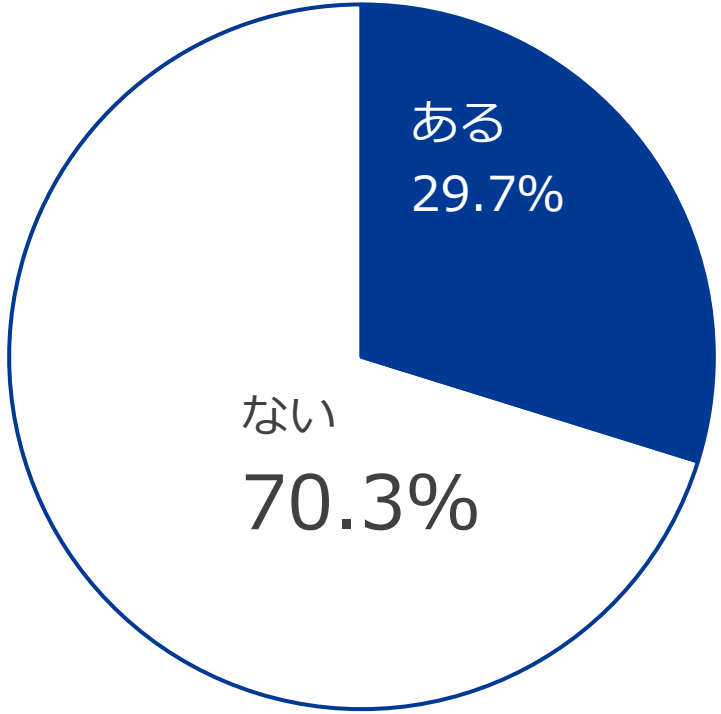
(出典 リサイクル通信『中古市場データブック2022』)

※2022年～は予測値

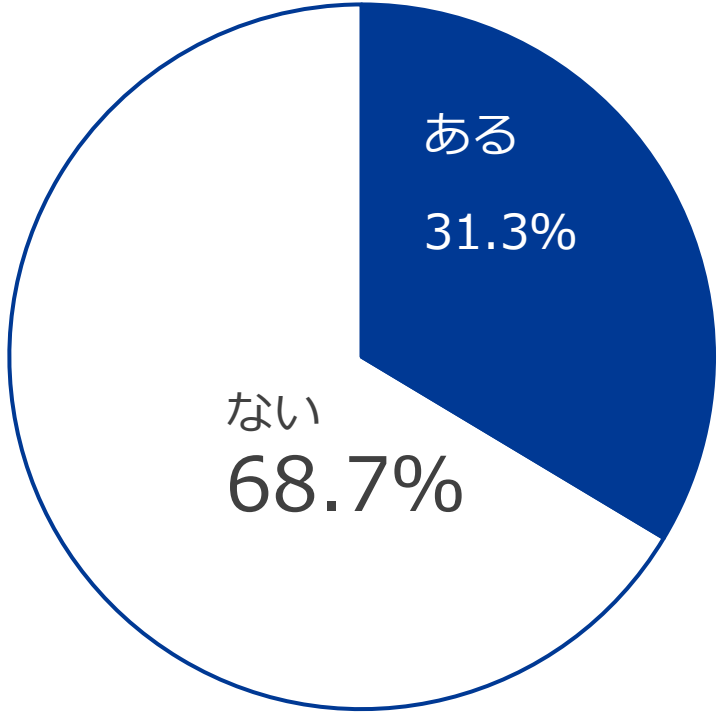
# リユースの利用率

リユース利用経験者は約 3 割 **市場の伸びしろ大**

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



(出典 令和3年度リユース市場規模調査報告書)

# “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<br>新業態の開発              | ▶ | P21～ |
| 出店戦略    | 出店商圈の考え方（新潟モデル）                  | ▶ | P23～ |
| デジタル戦略  | オフモール<br>ハードオフ公式アプリ<br>オファー買取アプリ | ▶ | P25～ |
| 海外戦略    | 現在13店舗の海外店舗網を拡大強化                | ▶ | P35～ |

# リアル店舗戦略 個店の魅力の深堀り

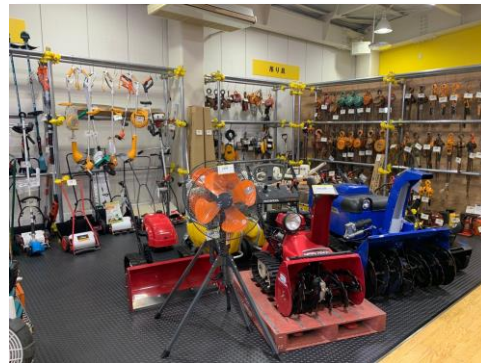
お客様をワクワクさせる唯一無二の個性ある店舗づくり



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。

## 工具専門店、アウトドア専門店のF C展開を進める

### ハードオフ 工具館 4店舗

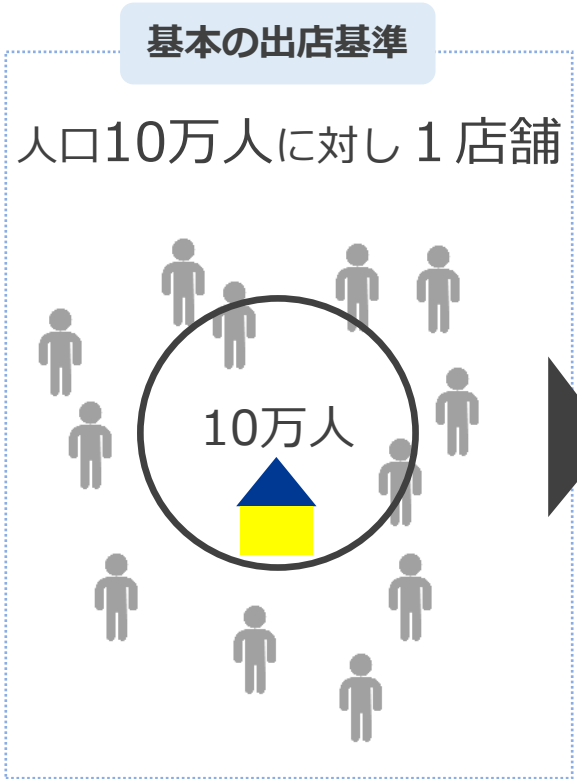


- コロナ過で工具やアウトドア用品の**需要が拡大**
- 2020年より専門リユース店の展開を開始
- 工具は**中古品の価値が落ちにくい**
- アウトドア用品は実際に目で見て買いたいという**お客様のニーズ**
- 工具館はフランチャイズ募集開始  
2022年9月にF C 1号店オープン
- アウトドア&スポーツは今期中にフランチャイズ募集を開始予定

### オフハウス アウトドア&スポーツ 3店舗

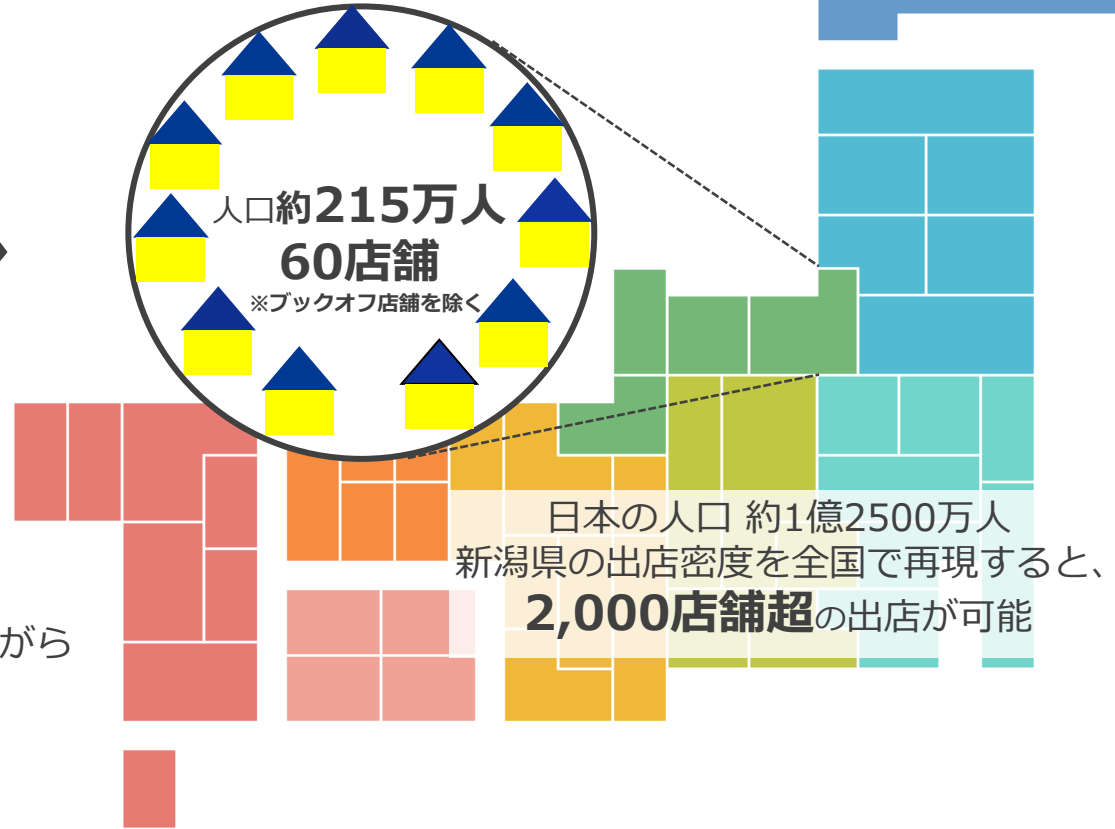


## 地方都市の空白エリアも強化 新潟モデルを全国へ



10万商圈への出店を確実に達成しながら  
さらなる空白地域へ

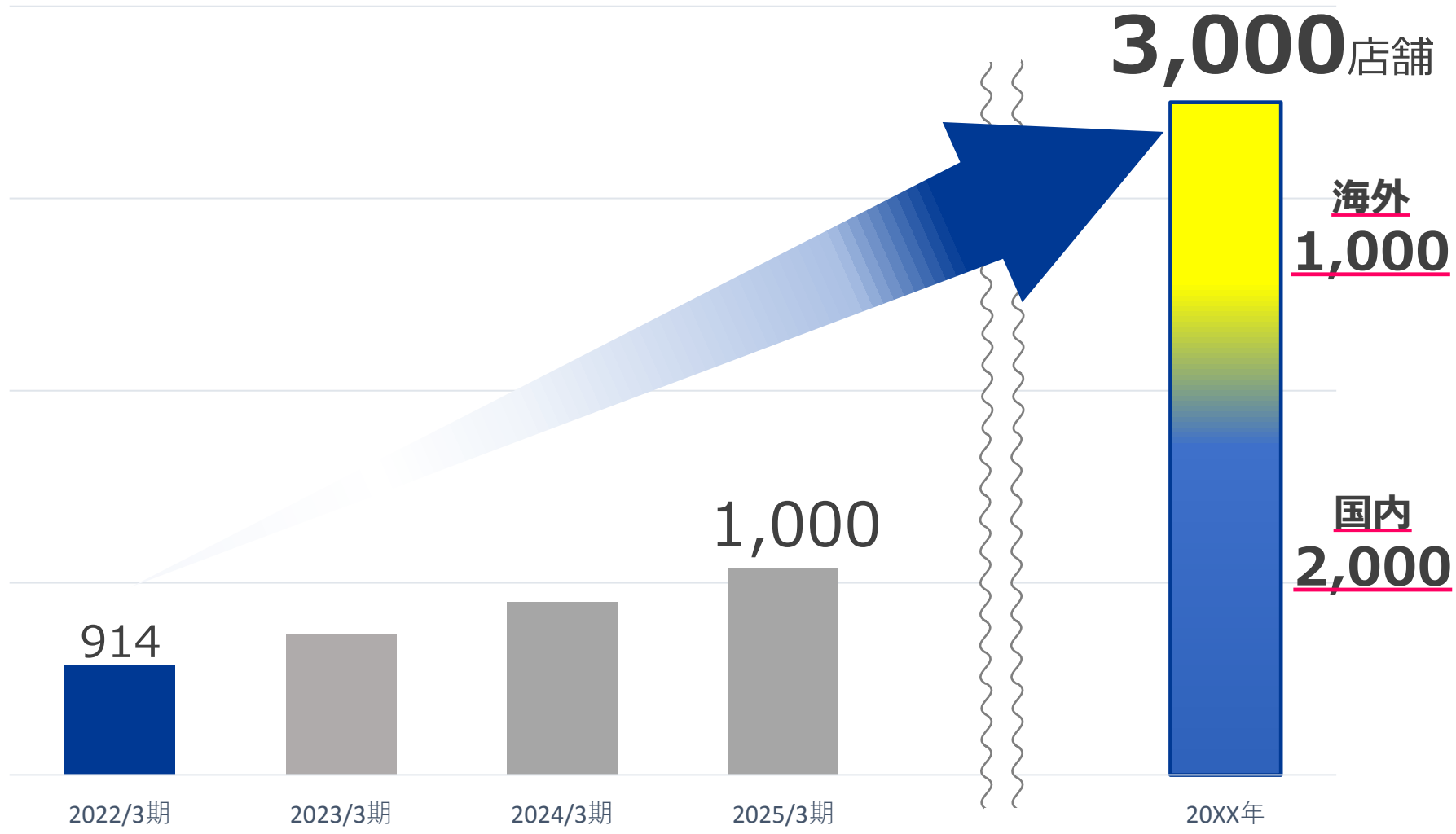
全国を新潟県のように



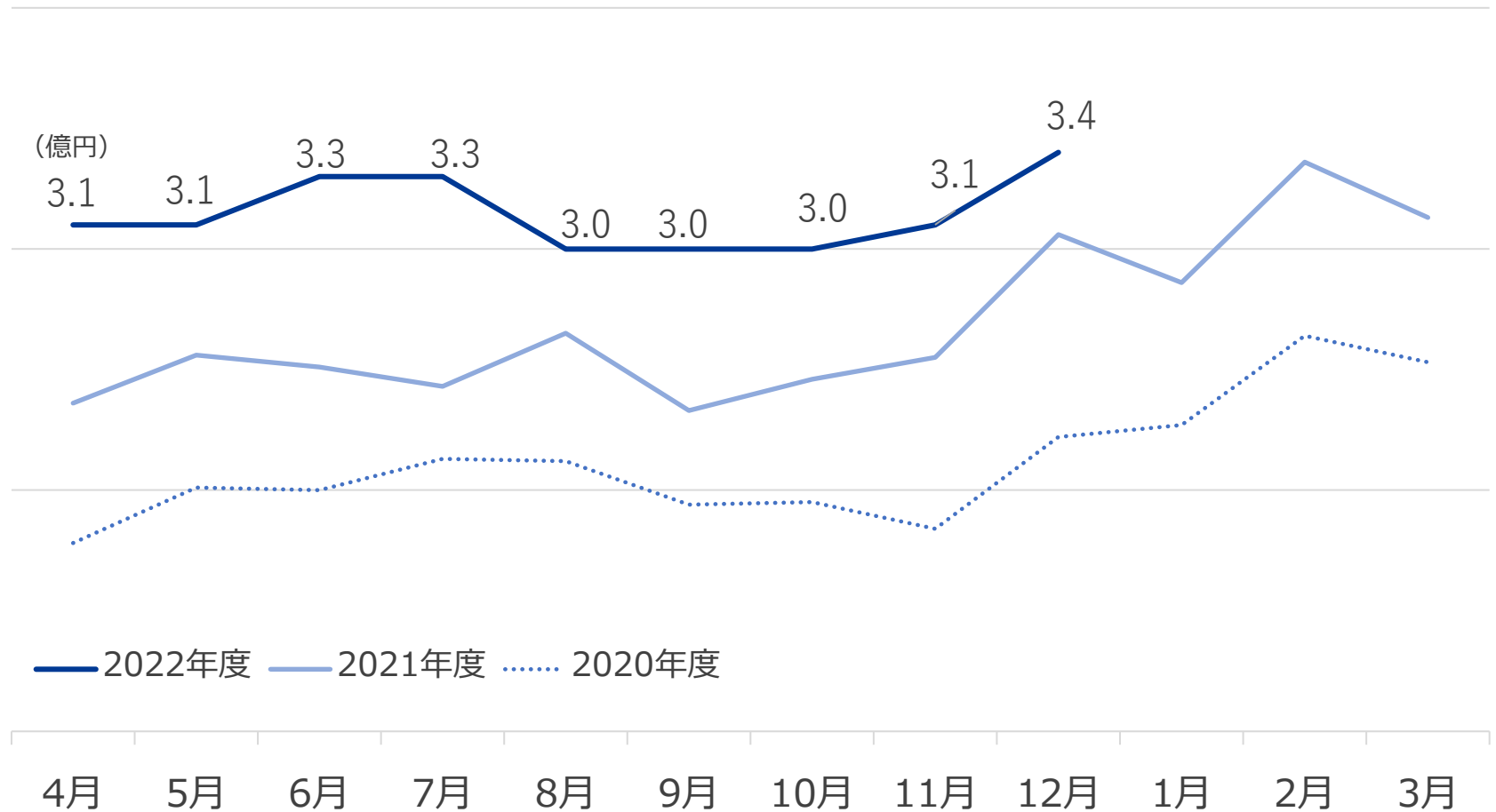


# 出店戦略 グループ店舗数 中・長期目標

2025年3月期 グループ店舗**1,000**店舗突破  
長期的には**3,000**店舗突破を目指す



2022年度4月～12月 累計売上 前年比**123%**



## 商品掲載における店舗オペレーションの改善等を進める

2022年4月～12月

### 「エコ梱包」導入

- 使用済み段ボールなど梱包資材の再利用を導入
- エコ梱包は購入者の選択制
- 購入者の**約20%**がエコ梱包を希望。資材の節約や環境意識に貢献。



### 商品掲載用端末の導入店舗拡大

- 商品掲載用端末を新規で300店舗に導入
- 掲載スピードが従来比**30%削減**
- 新規商品掲載数は前年比**106%**

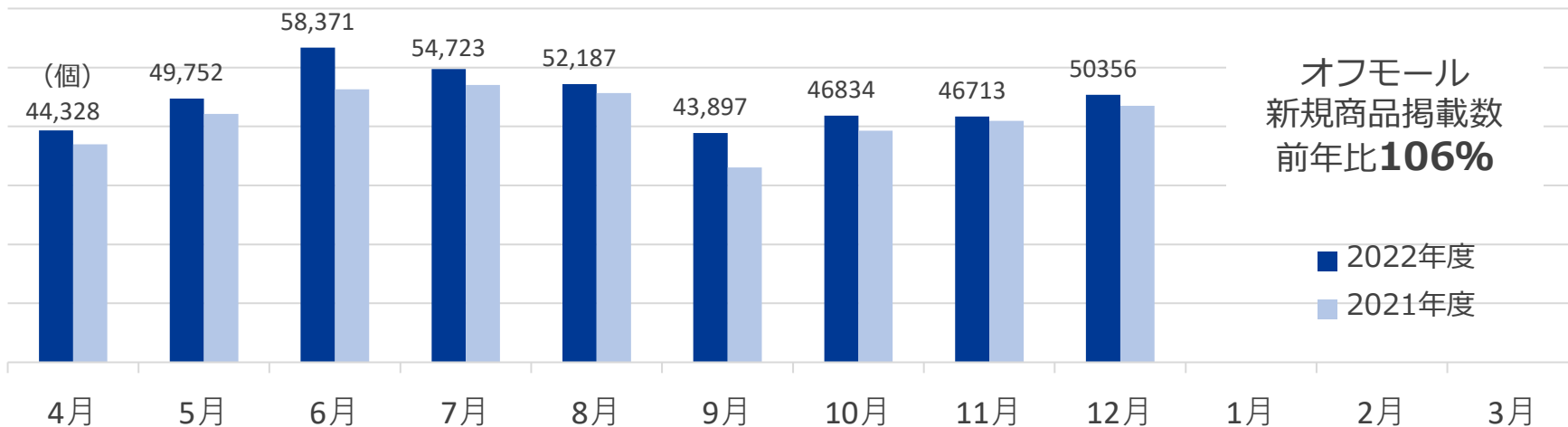


2023年2月

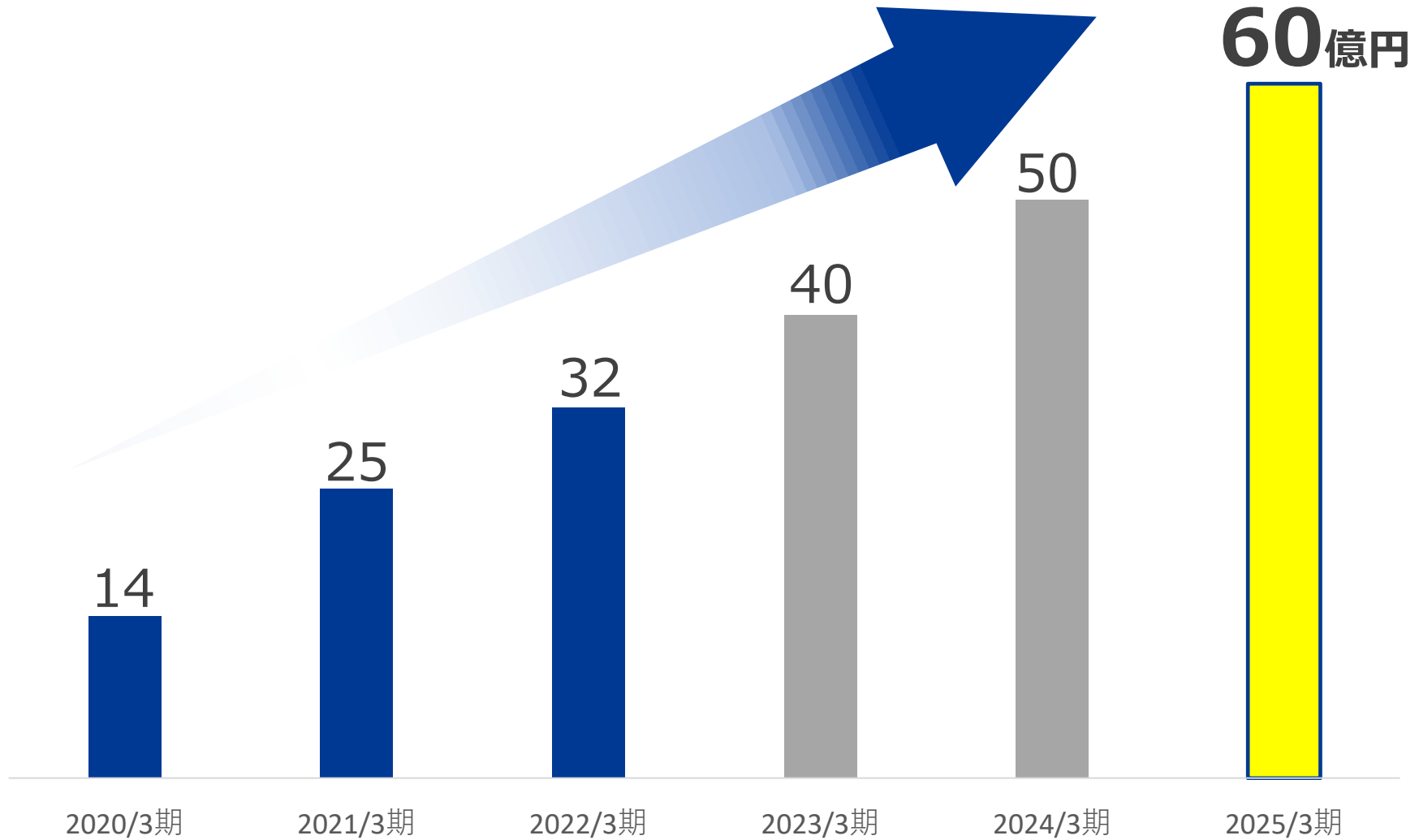
### ネット施策強化月間「オフモ祭」開催



- プライスダウン特集
- 各種プロモーション
- 商品プレゼント企画



2025/3期 年間チェーン売上**60億円**を目指す

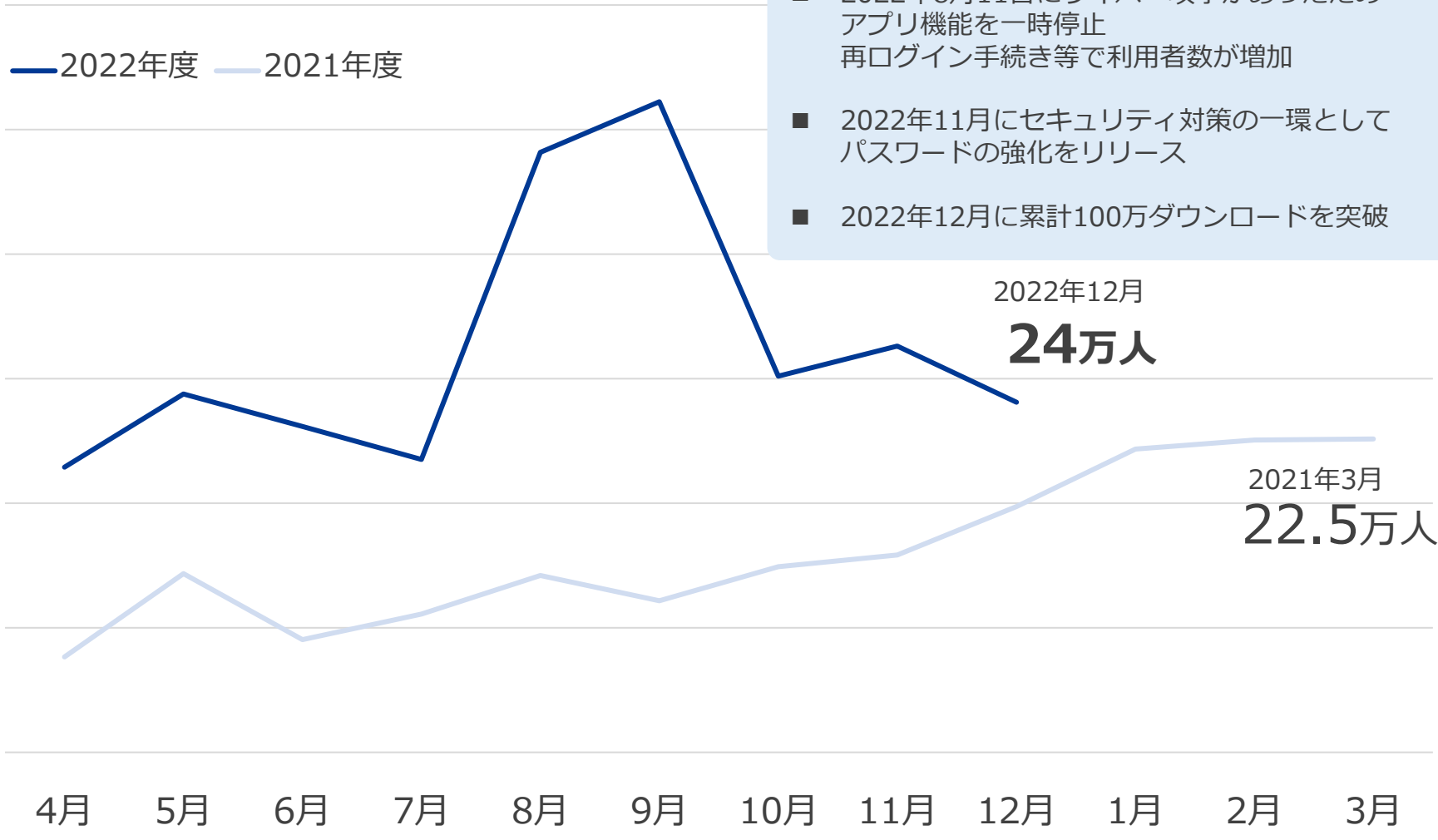


## 会員証・店舗検索・EC等コアユーザー向け機能を実装

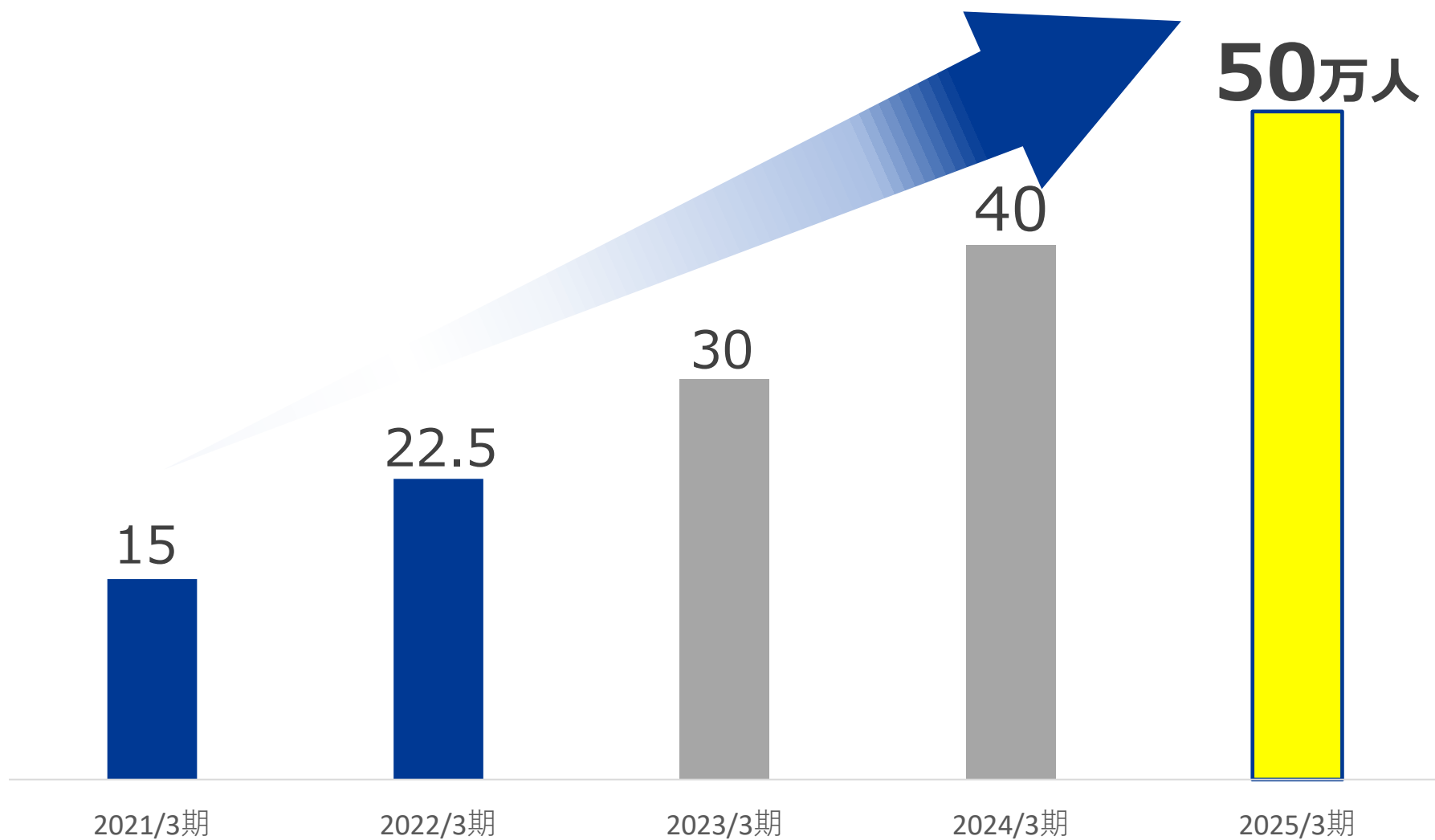


## 月間利用者数は着実に増加 下期はセキュリティ対策を強化

- 2022年8月11日にサイバー攻撃があったためアプリ機能を一時停止  
再ログイン手続き等で利用者数が増加
- 2022年11月にセキュリティ対策の一環としてパスワードの強化をリリース
- 2022年12月に累計100万ダウンロードを突破



2025/3期 月間利用者数 **50万人**を目指す





不要品を出品すると店舗から買取のオファーが届く



## 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



受けたいオファーを選び、宅配買取  
の依頼をする





2022年5月のテレビ放映の効果大 前年比189%で推移



TBS系列  
「日曜日の初耳学」で紹介

2022年12月  
4,160万円

2022年3月  
4,185万円



# デジタル戦略 オファー買取 2021年度施策

## 年度前半に改修、後半に大型プロモーションを実施

2022年4月～12月

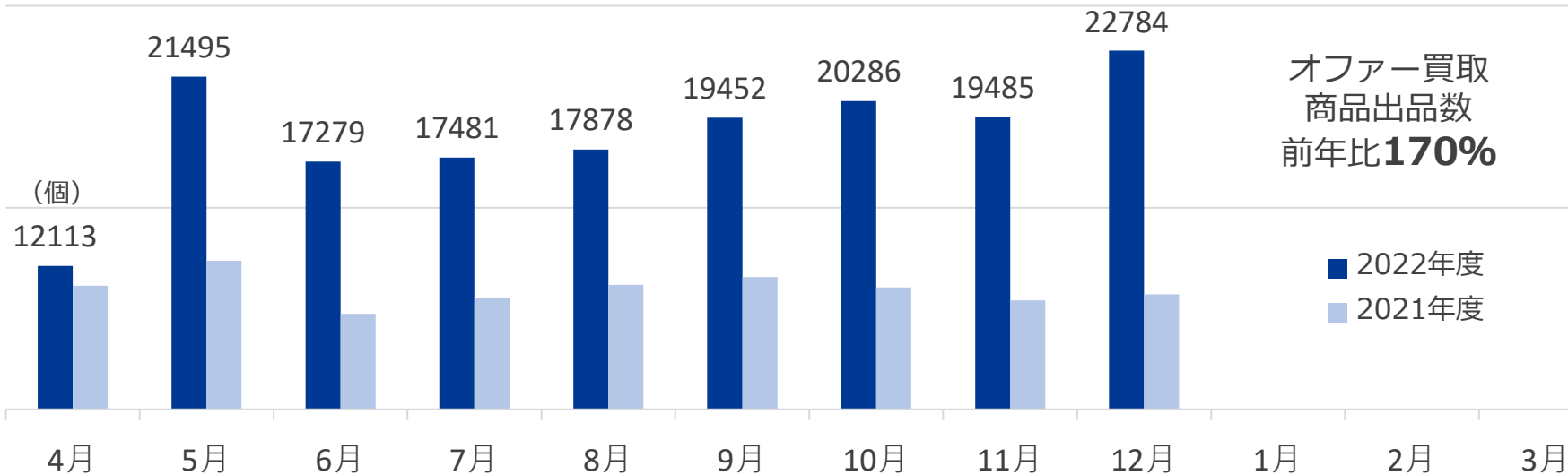
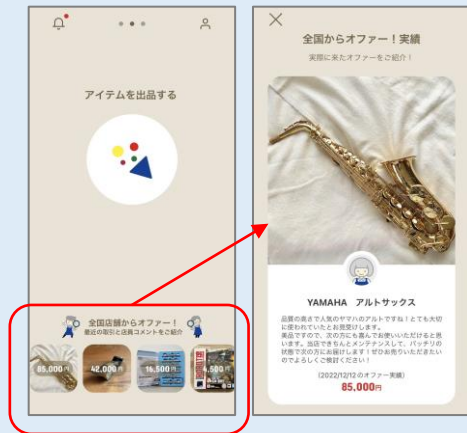
テレビ番組への露出で  
DL数・出品数が大幅アップ

- TV「日曜日の初耳学」でアプリが紹介される
- アプリダウンロード数や出品数に好影響が続く

2023年1月

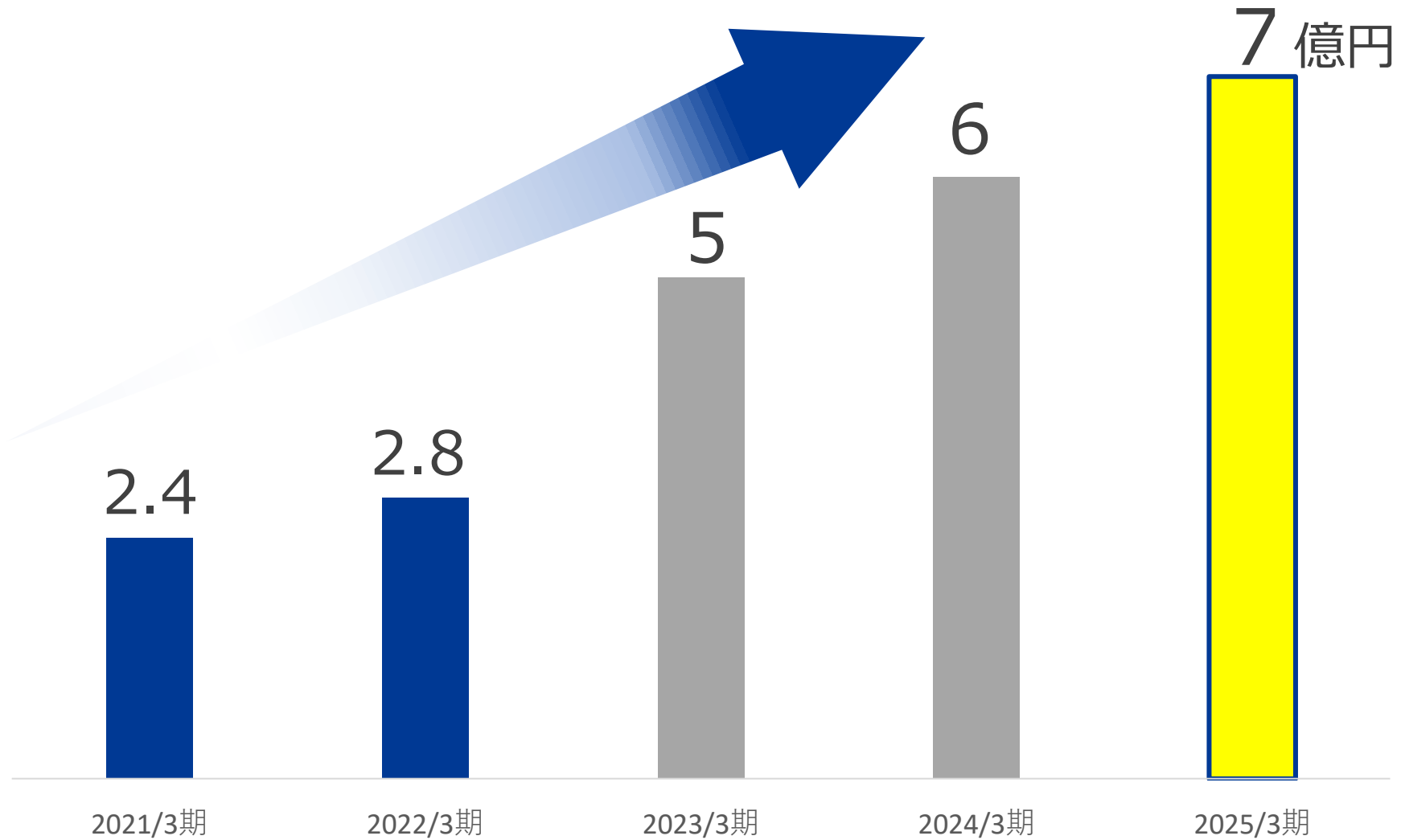
ホーム画面の改修

- ホーム画面下部に実際の買い取り成立例を表示
- ⇒アプリDL後の出品率を上げる施策

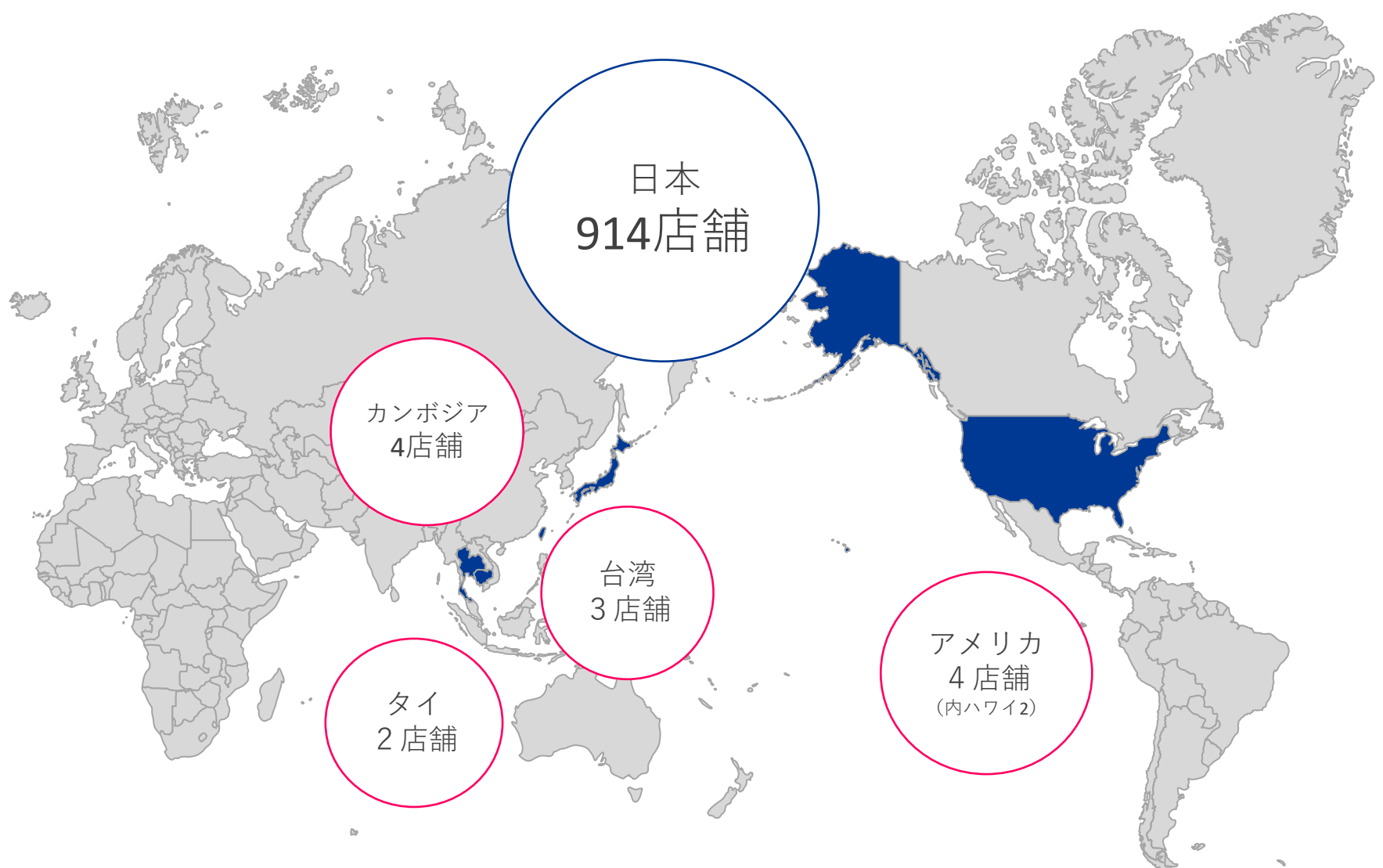




2025/3期 オファ―年間成約金額**7億円**を目指す



海外でグループ店舗13店舗を出店



2022年9月 台湾へ3号店を出店



桃園市  
1号店



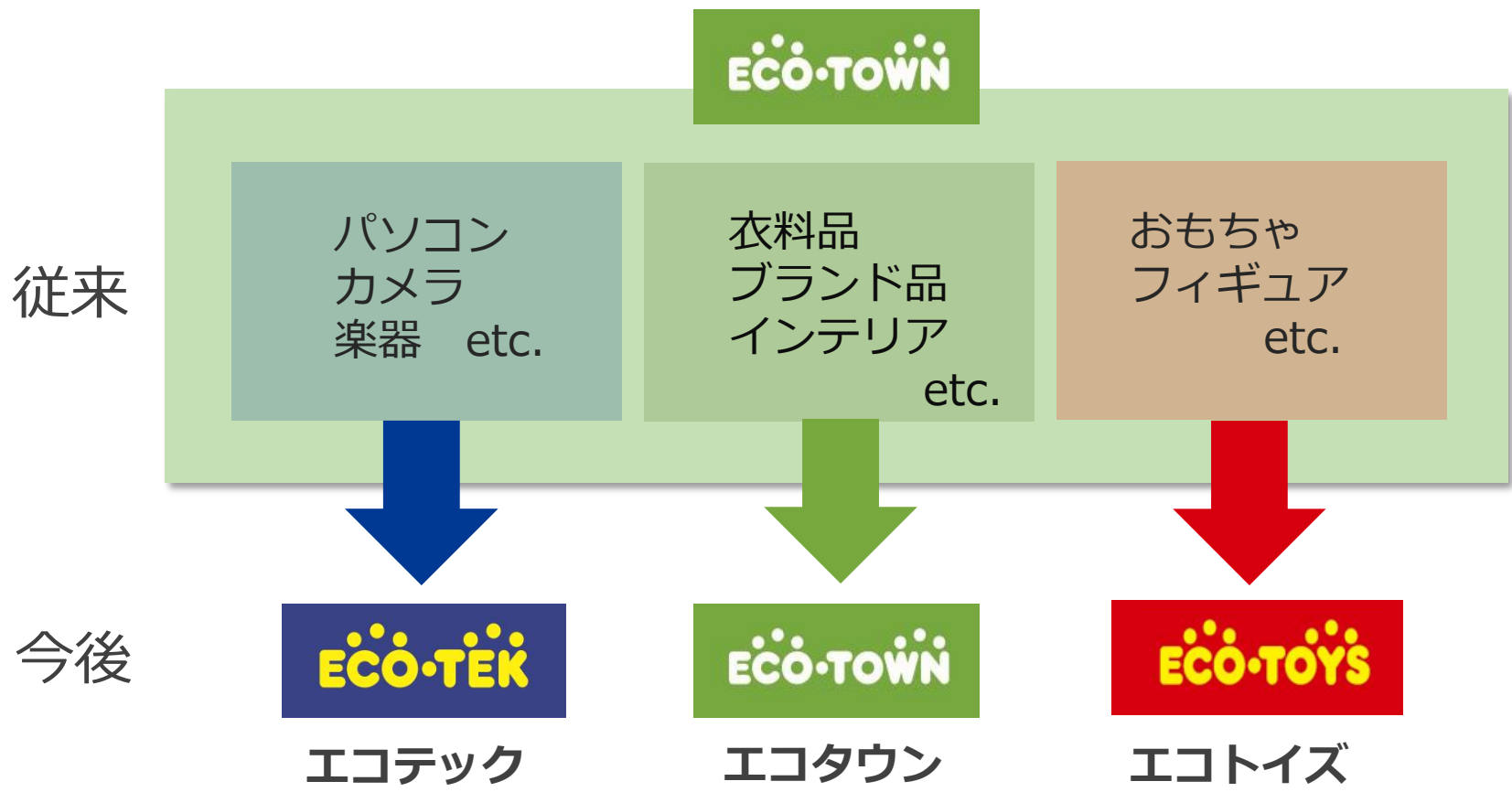
台南市  
2号店  
3号店

ハードオフ台南永康店 (タイナンエイコウテン)

- ・ 台湾で3年ぶりの出店
- ・ 台湾の家電王手「全國電子」との共同出店

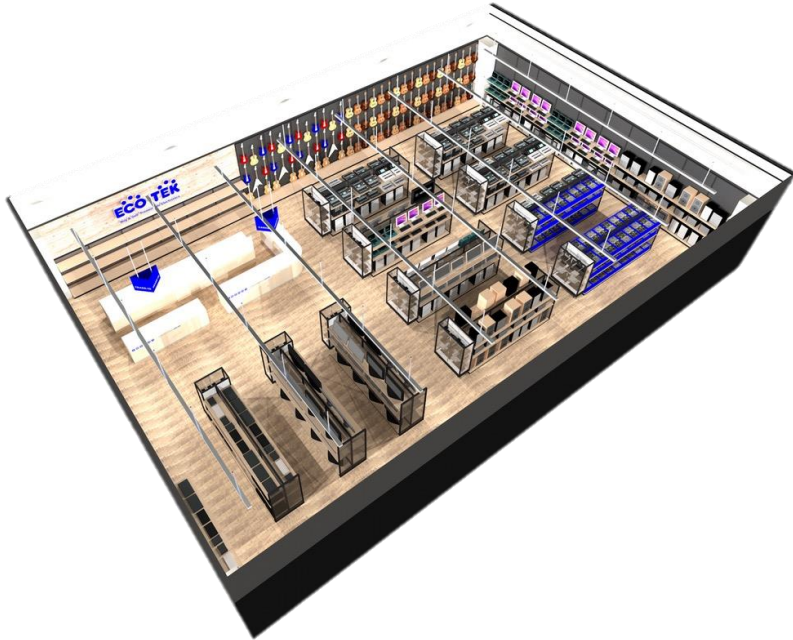
引き続き台湾全土で店舗開発を進める

アメリカの出店業態の見直し  
既存のエコタウンからエコテック・エコトイズに分化



3つの店舗ブランドで**2030年 100店舗**達成を目指す

## 今期中に新店舗のオープンを計画



- ・ 2023年3月に1号店オープンを予定
- ・ カリフォルニア州ファウンテンバレー市
- ・ 70~100坪
- ・ 取扱商品はパソコン、楽器など  
日本のHARDOFFのイメージ



## 中期経営計画の前提 (2022年5月作成)

既存店売上高 前期比+2~2.5% 店舗の純増をベースに計画を策定

|                          | 2023/3期    | 2024/3期    | 2025/3期     |
|--------------------------|------------|------------|-------------|
| <b>直営店</b>               |            |            |             |
| 既存店売上高前期比                | + 2.5%     | + 2%       | + 2%        |
| 新規出店                     | 18         | 19         | 20          |
| 閉店                       | 8          | 0          | 0           |
| 純増                       | +12        | +19        | +20         |
| <b>F C加盟店</b>            |            |            |             |
| 純増                       | +5         | +14        | +15         |
| <b>チェーン全体 (直営 + F C)</b> |            |            |             |
| 純増                       | <b>+17</b> | <b>+33</b> | <b>+35</b>  |
| 店舗数                      | <b>931</b> | <b>973</b> | <b>1008</b> |



## 中期経営計画 (2022年5月作成)

経常利益率、ROE共に**10%**を目指す

| (百万円) | 2023/3期<br>計画     | 2023/3期<br>見通し           | 2024/3期<br>計画     | 2025/3期<br>計画     |
|-------|-------------------|--------------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高   | 25,300<br>(+3.2%) | <b>26,500</b><br>(+8.1%) | 26,600<br>(+5.1%) | 28,000<br>(+5.3%) |
| 経常利益  | 1,750<br>(+4.9%)  | <b>2,300</b><br>(+37.8%) | 2,200<br>(+25.7%) | 2,800<br>(+27.3%) |
| 経常利益率 | 6.9%              | <b>8.7%</b>              | 8.3%              | 10.0%             |
| 当期純利益 | 1,100<br>(+5.7%)  | <b>1,400</b><br>(+34.4%) | 1,300<br>(+18.2%) | 1,650<br>(+26.8%) |
| ROE   | 7.9%              | <b>9.9%</b>              | 8.9%              | 10.8%             |

2023/3期は大幅超過の見通し→2023年5月に結果を踏まえ計画修正予定

- 1 2023年3月期 第3四半期決算概要
- 2 2023年3月期 通期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

2022年12月 当社初の買い取り専門店をオープン



- ・ ハイブランドを所持する富裕層へのアプローチのため百貨店内に出店
- ・ メイン商材はバッグ、時計、楽器、カメラ、ブランドアパレルなど
- ・ サブ商材は高級オーディオ、P C 関係、お酒、着物など

### 前年度に引き続きアンバサダーマーケティングを実施



- 2022年度はタレント、一般の方を合わせ約200名のアンバサダーが活動
- SNSでハードオフ・オフハウスに関する発信を行う

## YouTubeのP R動画が認知度拡大に貢献



アンバサダー（タレント・YouTuber）の制作動画  
総再生回数

**1200万回**

※2021年4月～2022年9月までの累計実績

# SDGs・サステナビリティの取り組み

本業であるリユースを通じてSDGsの達成に貢献します



## 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。

当社チェーン運営店舗でのリユース品販売によるCO<sub>2</sub>排出削減量（新品製造時と比較）

| 品目   | CO <sub>2</sub> 排出削減量 |
|------|-----------------------|
| パソコン | 5,272トン               |
| 映像機器 | 12,756トン              |
| 衣料品  | 51,257トン              |
| 家具   | 22,782トン              |

500mlペットボトル

**9億本**

製造分に相当



(※) 当社ハードオフ・オフハウス・モードオフでの商品販売点数を元に当社にてチェーン数値を試算  
参考：環境省 平成22年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書  
環境省 サステナブルファッション

## 本業以外でのSDGsに関連する取り組み



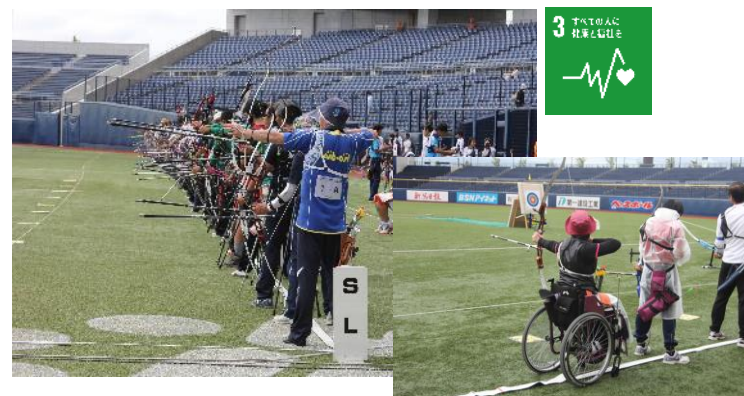
### HARDOFF ECO スタジアム新潟

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

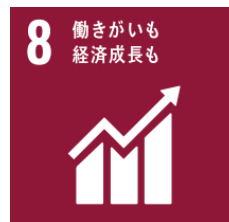
年に1回、「HARDOFF ECO スタジアム新潟」の無料使用权を活用し、障害者スポーツ大会を兼ねたアーチェリー大会を開催。



新たに健康経営に取り組み、社員・スタッフの心身をサポート  
優良法人(ホワイト500) 認定を目指します

## ハードオフ健康経営宣言

ハードオフグループは、リユースビジネスを通して、SDGsの大きな基盤となっている環境保全に貢献していきながら、その担い手である社員・スタッフが心身ともに健康で、元気に笑顔で働くことができるよう積極的にサポートし、全社一丸となって持続可能な社会の実現を目指します。





## 今後50年で目指すべき会社像を策定

1

家族を大切にできる会社

2

50年安心して働くことができる会社

3

幸せを感じられる会社

## 2022年4月 社員の働きやすさを考えた制度を拡充・新設

### 転勤制度 見直し

満30歳を迎えた翌年度から**転勤エリアを限定**  
→社員がライフプランを立てやすくなると共に  
地域に根差した店舗運営を実現

### マイホーム 祝金新設

自己、もしくは配偶者との共同名義で初めて住居を取得する  
者で勤続5年以上、かつ60歳までの正社員に**100万円を支給**  
→安心して生活を送るための拠点となる家を持つことで、  
心身ともに健康で仕事に良い影響をもたらせるように

2022年上期の祝金取得者 **2名**

### ロング バケーション・ 半日有給休暇の 新設

年2回、**5連休以上**のロングバケーション取得を推奨  
有給休暇を**半日単位**でも柔軟に取得できるようにする  
→適切な休養を取ることで心身のバランスを整え、  
元気に働けるように配慮する

2022年上期の有休取得 前年比**123%**

## 2023年1月19日 正社員給与水準のベースアップを発表

**対象** 国内グループ会社の正社員

**実施内容** 基本給表の改定による月額支給額の引き上げ

**金額** 一律 一人 月額10,000円増額

※大学卒初任給は220,000円から230,000円に増額

**昇給率** 平均約3.4%（固定給合計ベース）

**実施時期** 2023年4月分より

## 2022年度は節目の年

- ハードオフコーポレーション創業50周年
- 「ハードオフ」誕生30周年



1972



1993



2022

ハードオフ創業のDNAを  
再確認し深めてまいります

# 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