

2023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

東証プライム 2674



1

2023年3月期 決算概要

2

2024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 決算概要 (連結P / L)

(百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期	
		実績	前期比
売上高	24,507	<b>27,040</b>	+10.3%
売上総利益	16,843	<b>18,591</b>	+10.4%
売上総利益率	68.7%	<b>68.8%</b>	+0.1%p
販管費	15,312	<b>16,279</b>	+6.3%
営業利益	1,530	<b>2,312</b>	+51.0%
営業利益率	6.2%	<b>8.6%</b>	+2.4%p
営業外収益	151	<b>211</b>	+39.7%
営業外費用	13	<b>13</b>	▲2.7%
経常利益	1,668	<b>2,510</b>	+50.5%
経常利益率	6.8%	<b>9.3%</b>	+2.5%p
特別利益	108	<b>14</b>	▲86.8%
特別損失	169	<b>98</b>	▲41.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,041	<b>1,653</b>	+58.7%
当期純利益率	4.3%	<b>6.1%</b>	+1.8%p

# 決算のポイント（連結）

## 売上高

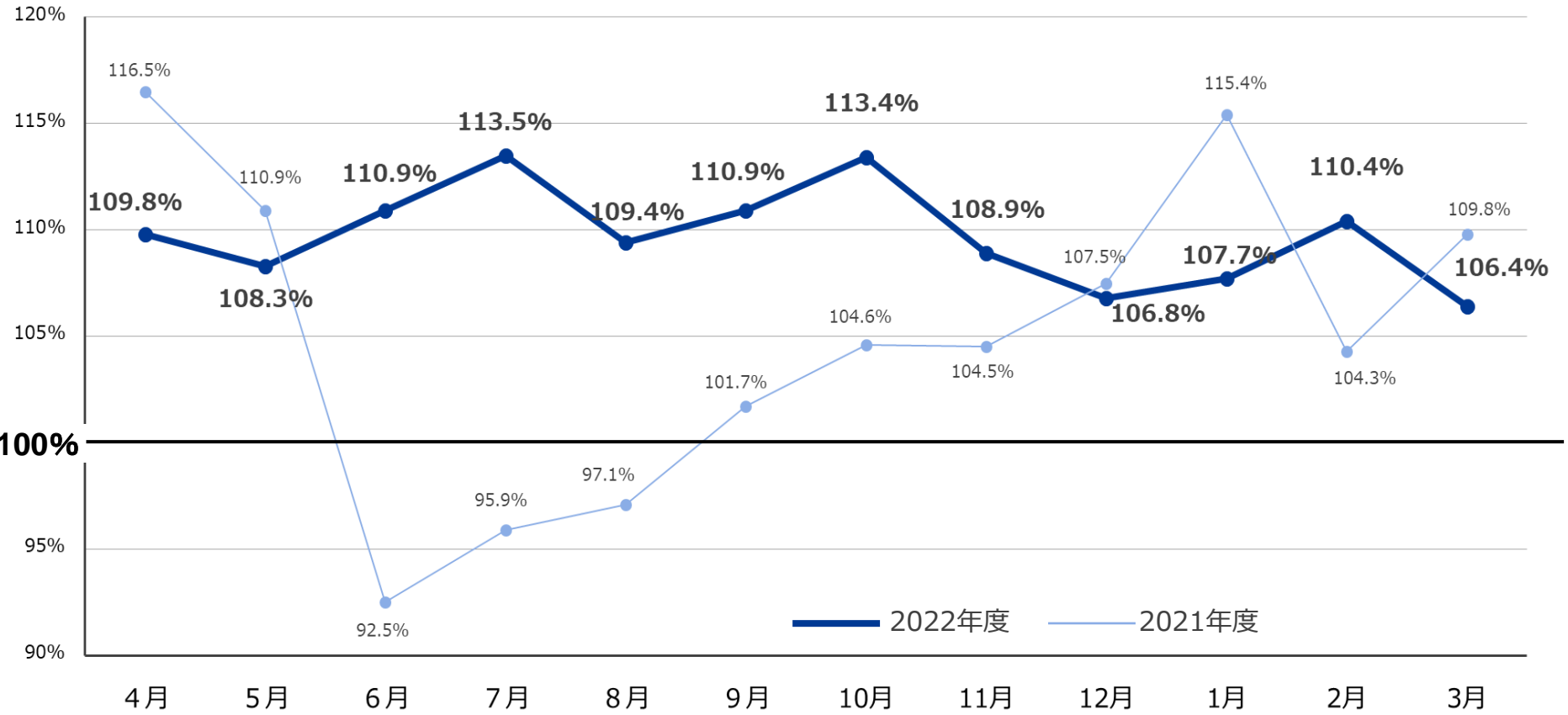
- SDGsの取組が拡大する中でのリユース意識の高まり、インフレに伴うリユース品需要の増加等の追い風もあり、国内既存店売上高は9.6%増と好調に推移し、19カ月連続の前年超え。
- インターネット売上高は17.0%増と好調を継続。
- 米国及び台湾の店舗も好調に推移。
- 直営店を20店舗新規出店、不採算店8店舗を閉店した結果、全社売上高は10.3%増。27期連続増収、過去最高を更新。

## 営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

- 売上総利益率は0.1%ポイント改善し、売上総利益は10.4%増。
- 販管費を6.3%増に抑えた結果、営業利益は51.0%増、経常利益は50.5%増、親会社株主に帰属する当期純利益は58.7%増といずれも大幅増益、7期ぶりに過去最高を更新。

# 既存店売上高 前年同月比推移 (連結)

既存店売上高は通期で**9.6%増**と好調



第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
109.6%	111.3%	109.6%	108.1%	109.6%

# リユース店舗数の増減

直営店は計画を上回る純増12（20店舗出店、8店舗の閉店）

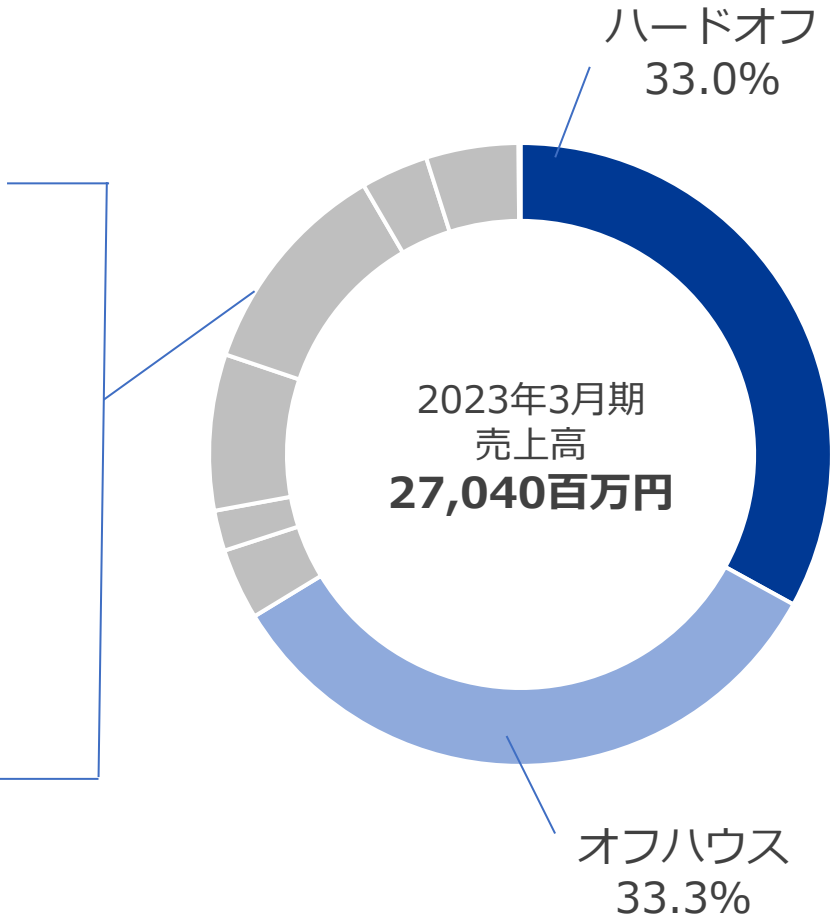
	ハードオフ	オフハウス	モード オフ	ガレージ オフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	2023年3月末 合計
直営店	140	126	15	10	56	4	50	7	408
	+8/▲1	+2/▲1	+0/▲3	+0/▲1	+7/▲1	+0/▲0	+1/▲1	+2/▲0	+20/▲8
FC店	237	195	2	5	76	1	-	7	523
	+9/▲5	+1/▲3	+0/▲0	+0/▲0	+5/▲2	+0/▲0	-	+0/▲0	+15/▲10
合計	377	321	17	15	132	5	50	14	931
	+17/▲6	+3/▲4	+0/▲3	+0/▲1	+12/▲3	+0/▲0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

事業区分	売上高（百万円）	構成比
ハードオフ	8,935	33.0%
オフハウス	9,001	33.3%
モードオフ	1,000	3.7%
ガレージオフ	568	2.1%
ホビーオフ	2,180	8.1%
ブックオフ	3,082	11.4%
海外	944	3.5%
FC事業	1,295	4.8%
その他	30	0.1%
<b>合計</b>	<b>27,040</b>	<b>100.0%</b>



- ・リカーオフは、オフハウス事業に含めて表示しております
- ・FC事業は、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・リカーオフのフランチャイズ事業です

## 販売費及び一般管理費の内訳（連結）

水道光熱費の高騰、20店舗出店・8店舗閉店コストの発生等により  
 販管費 +6.3% < 売上総利益+10.4% ⇒ **大幅増益**

(百万円)	2022/3期		2023/3期		
	実績	販管費 構成比	実績	販管費 構成比	前期比
人件費	8,228	53.7%	8,736	53.7%	+6.2%
広告宣伝費	247	1.6%	265	1.6%	+7.2%
水道光熱費	525	3.4%	703	4.3%	+33.8%
減価償却費	522	3.4%	574	3.5%	+9.9%
地代家賃	3,484	22.8%	3,499	21.5%	+0.4%
その他	2,304	15.1%	2,500	15.4%	+8.5%
合計	15,312	100.0%	16,279	100.0%	+6.3%



## 売上高・経常利益・店舗数推移（連結）

	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期
売上高（百万円）	18,869	19,350	21,270	24,507	27,040
経常利益（百万円）	1,147	970	886	1,668	2,510
経常利益率	6.1%	5.0%	4.2%	6.8%	9.3%
店舗数	895	898	913	914	931
直営店舗数	320	323	389	396	408
F C店舗数	575	575	524	518	523

1 2023年3月期 決算概要

2 2024年3月期 通期の見通し

3 中期経営計画

4 トピックス

## 2024年3月期 通期の見通し 連結P / L

(百万円)	2023/3期	2024/3期		
	実績	上期	下期	通期
売上高	27,040	14,300 (+10.3%)	15,700 (+11.6%)	<b>30,000</b> (+10.9%)
営業利益	2,312	1,017 (▲3.5%)	1,533 (+21.9%)	<b>2,550</b> (+10.3%)
経常利益	2,510	1,120 (▲2.3%)	1,580 (+15.8%)	<b>2,700</b> (+7.5%)
経常利益率	9.3%	7.8% (▲1.0%P)	10.1% (+0.4%P)	<b>9.0%</b> (▲0.3%P)
親会社に帰属する当期純利益	1,653	720 (▲2.6%)	980 (+7.1%)	<b>1,700</b> (+2.8%)
当期純利益率	6.1%	5.0% (▲0.7%P)	6.2% (▲0.3%P)	<b>5.7%</b> (▲0.4%P)

・ ( ) 内は前年同期比を表しております。

# 2024年3月期 通期の見通し ポイント

## 売上高

**30,000百万円**  前期比+10.9%

- 28期連続増収、過去最高更新の継続を見込む
- 既存店前期比+5.0%
- 直営店舗純増29（新規出店30、閉店1）

## 営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

<b>営業利益</b> <b>2,550百万円</b> 	<b>経常利益</b> <b>2,700百万円</b> 	<b>親会社株主に帰属する 当期純利益</b> <b>1,700百万円</b> 
+10.3%	+7.5%	+2.8%

- 新規出店の増加、IT投資の継続(システム開発・保守強化・機器入替)、店舗修繕の実施等に伴う経費増を受け、各利益はそれぞれ10.3%、7.5%、2.8%の増益、2期連続の過去最高更新を見込む。
- 前期に比べ、新規出店数の上期ウェイトが高いため、上期は減益。

# 2024年3月期の見通し チェーン売上高

国内チェーン売上高 597億円⇒640億円  
 国内外チェーン売上高 609億円⇒655億円

	2023/3期	2024/3期見込み	
	売上高	売上高	前期比
ハードオフ	23,698	25,610	+8.1%
オフハウス	25,299	26,680	+5.5%
モードオフ	1,096	1,260	+14.9%
ガレージオフ	777	810	+4.2%
ホビーオフ	5,807	6,520	+12.3%
ブックオフ	3,082	3,120	+1.2%
国内合計	<b>59,763</b>	<b>64,000</b>	<b>+7.1%</b>
<b>国内・海外合計</b>	<b>60,984</b>	<b>65,570</b>	<b>+7.5%</b>

単位:百万円

# 2024年3月期 通期の見通し 店舗数

直営店、FC店ともに積極出店により、純増+45

	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	2024/3期 合計
直営店	153	130	17	11	62	4	50	10	437
	+13/▲0	+5/▲1	+2/▲0	+1/▲0	+6/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+3/▲0	+30/▲1
FC店	242	200	2	5	81	1	-	8	539
	+6/▲1	+6/▲1	+0/▲0	+0/▲0	+5/▲0	+0/▲0	-	+1/▲0	+18/▲2
合計	395	330	19	16	143	5	50	18	976
	+19/▲1	+11/▲2	+2/▲0	+1/▲0	+11/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+4/▲0	+48/▲3

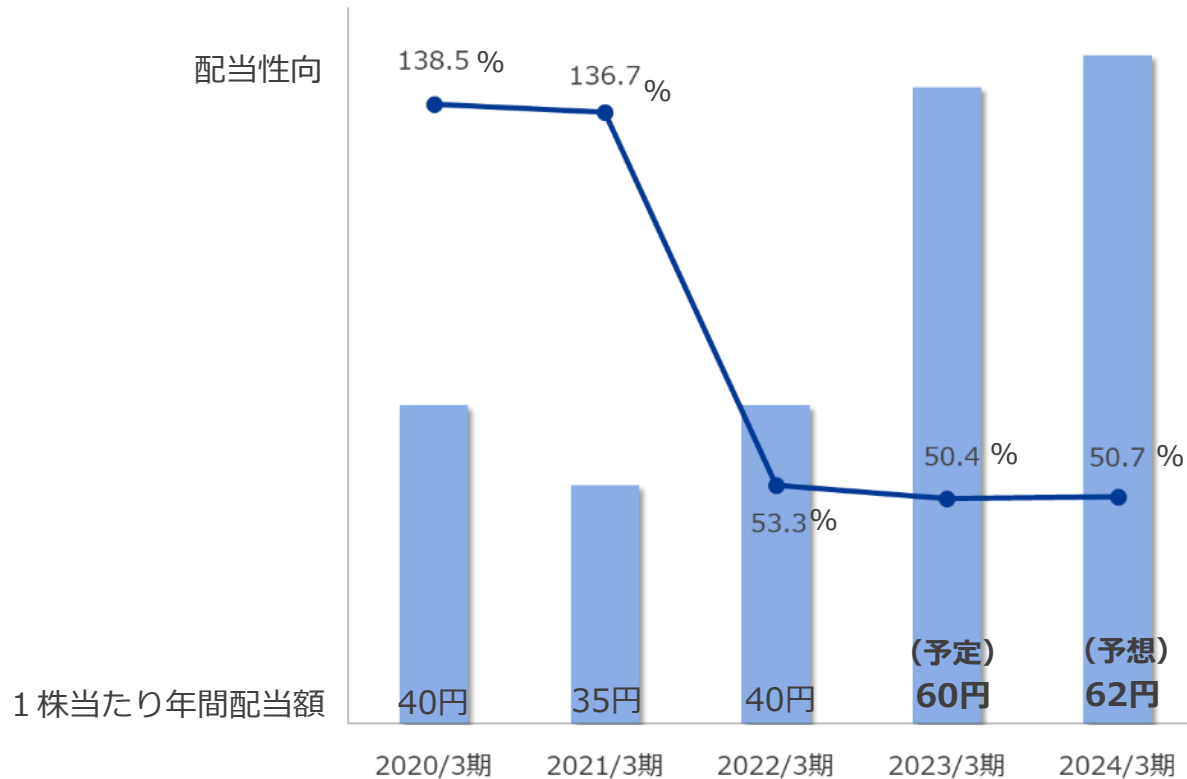
- ・ +は開店、▲は閉店を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。

## 2024年3月期 通期の見通し 経営効率

	2023/3期 (連結)	2024/3期 (連結)
	実績	見込み
売上高経常利益率	9.3%	9.0%
ROIC (投下資本収益率)	9.9%	10.2%
ROA (総資産経常利益率)	12.7%	12.8%
ROE (自己資本当期純利益率)	11.4%	10.8%
EPS (1株当たり当期純利益)	119円13銭	122円32銭
BPS (1株当たり純資産)	1,099円30銭	1,161円62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



	2023/3期	2024/3期
年間配当金	50円⇒ <b>60円 (予定)</b>	<b>62円 (予想)</b>

2023年5月11日に増配を発表



1 2023年3月期 決算概要

2 2024年3月期 通期の見通し

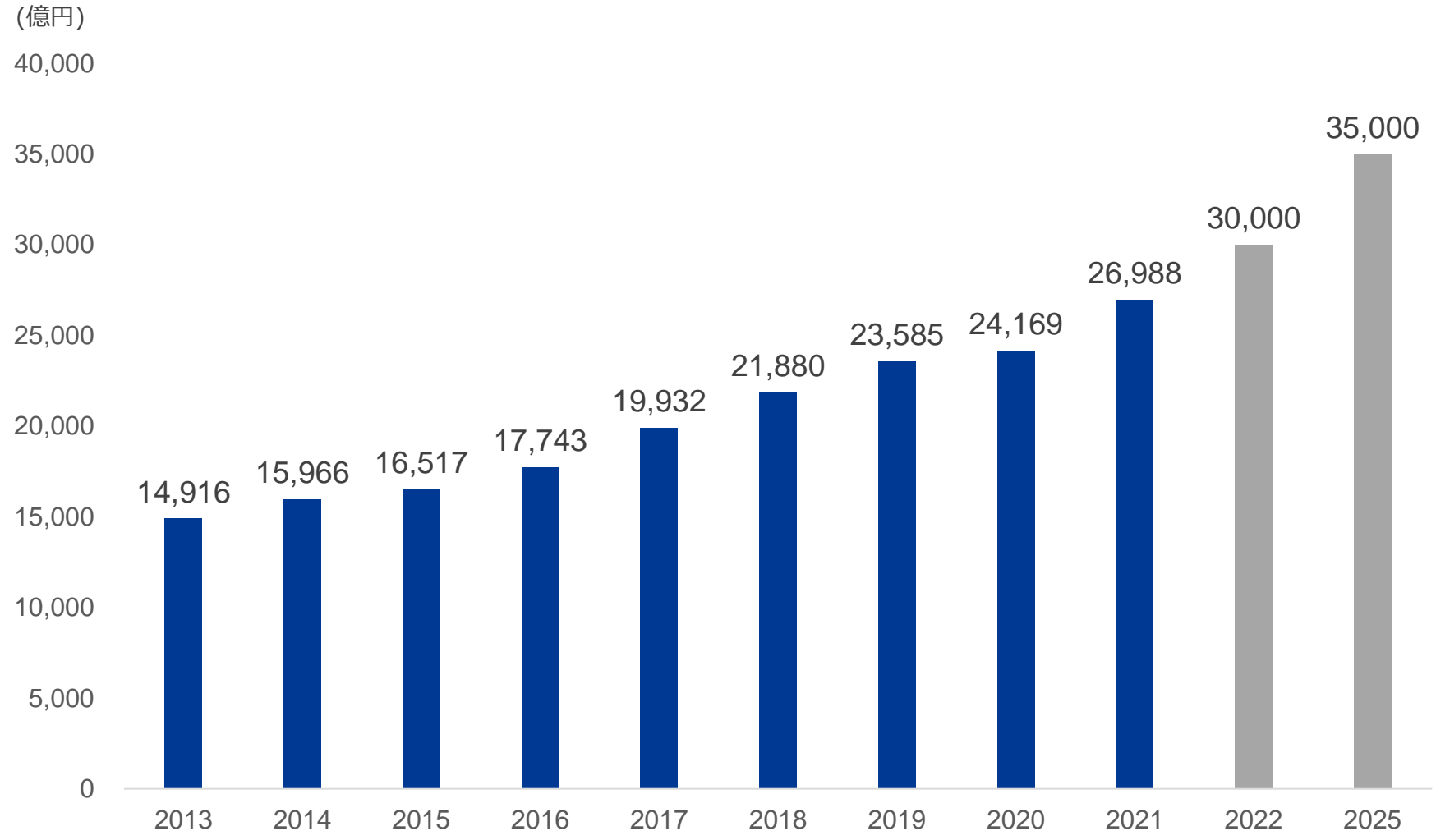
3 中期経営計画

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



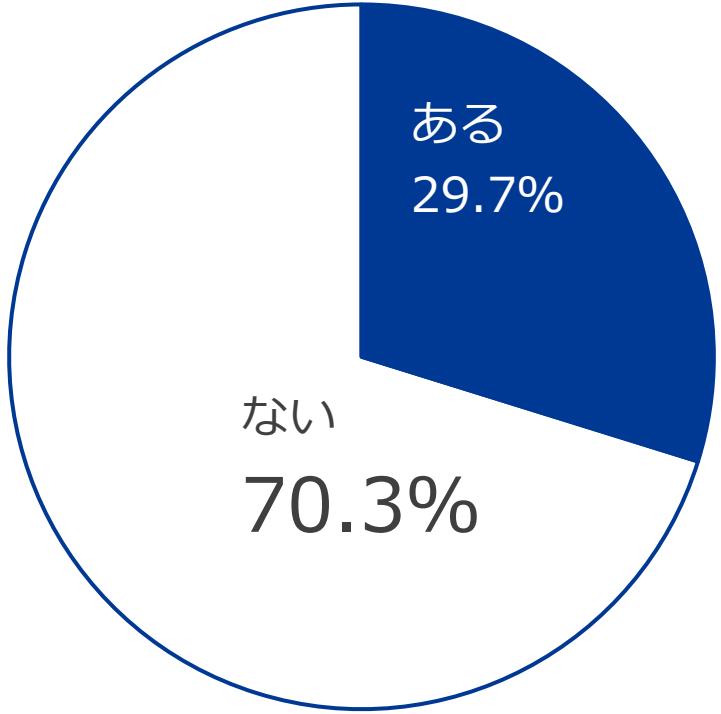
(出典 リサイクル通信『中古市場データブック2022』)

※2022年～は予測値

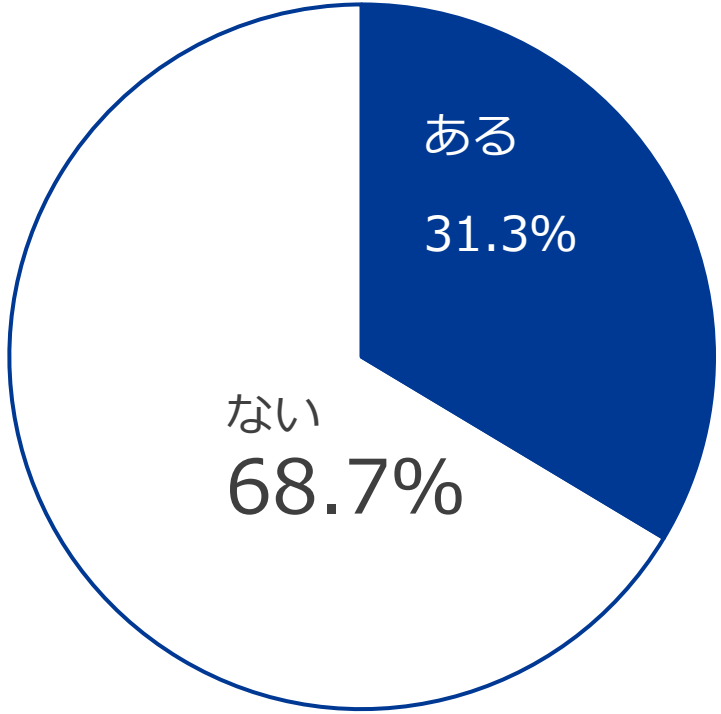
# リユースの利用率

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



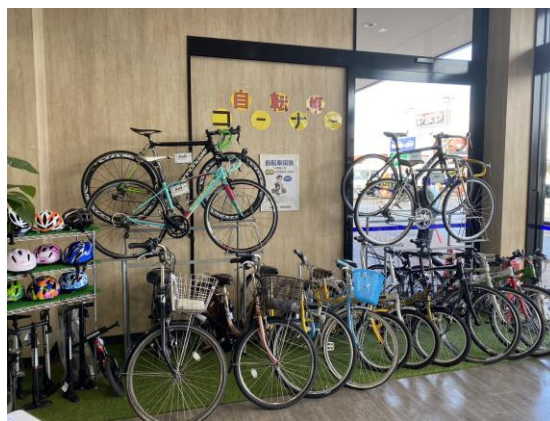
# 中期経営計画

## 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 新業態の開発	▶	P22～
出店戦略	出店商圈の考え方（新潟モデル）	▶	P24～
デジタル戦略	オフモール ハードオフ公式アプリ オファー買取アプリ	▶	P26～
海外戦略	現在14店舗の海外店舗網を拡大強化	▶	P37～

# リアル店舗戦略 魅力のある強いリアル店舗

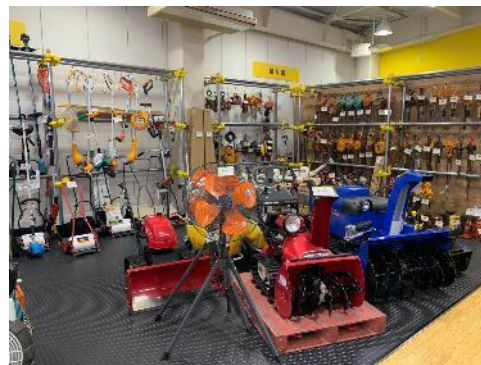
お客様をワクワクさせる唯一無二の個性ある店舗づくり



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 6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**

### オフハウス アウトドア&スポーツ 4店舗



- 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2023年5月より  
フランチャイズ募集を開始  
2023年5月にF C 1号店オープン  
(山梨県甲府市)

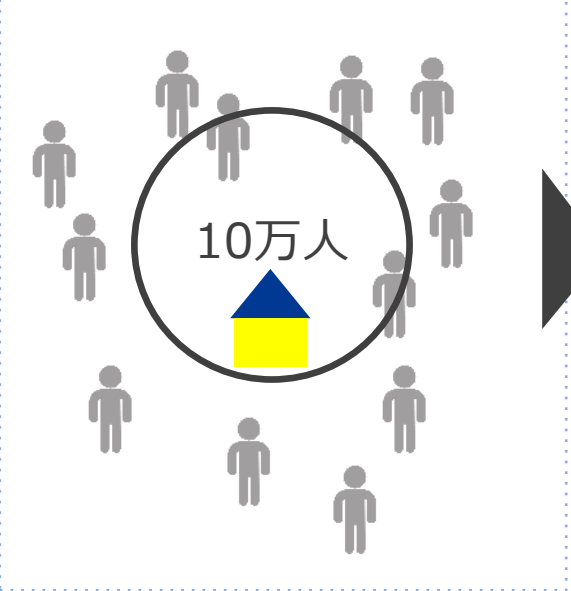


# 出店戦略 空白地域への積極出店

地方都市の空白エリアも強化 新潟モデルを全国へ

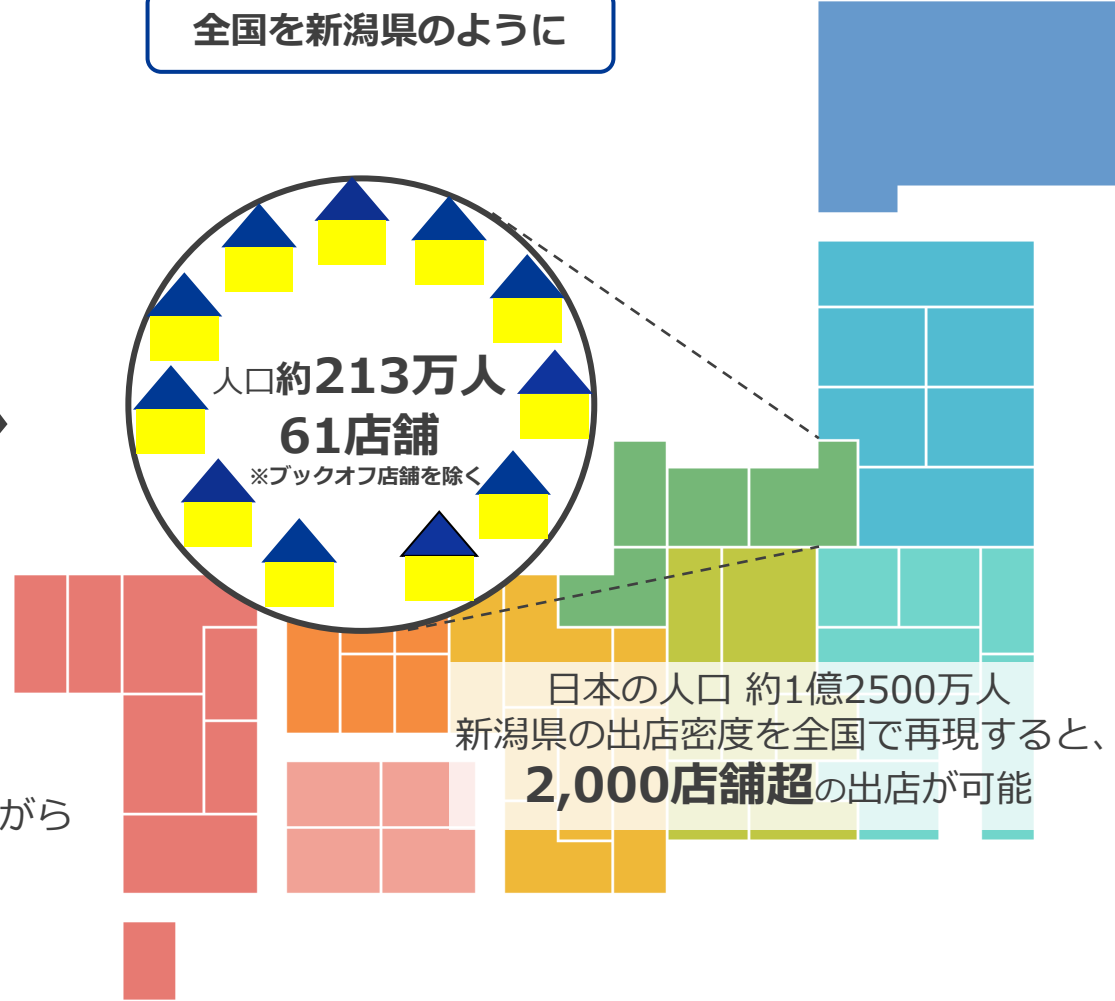
## 基本の出店基準

人口10万人に対し 1 店舗



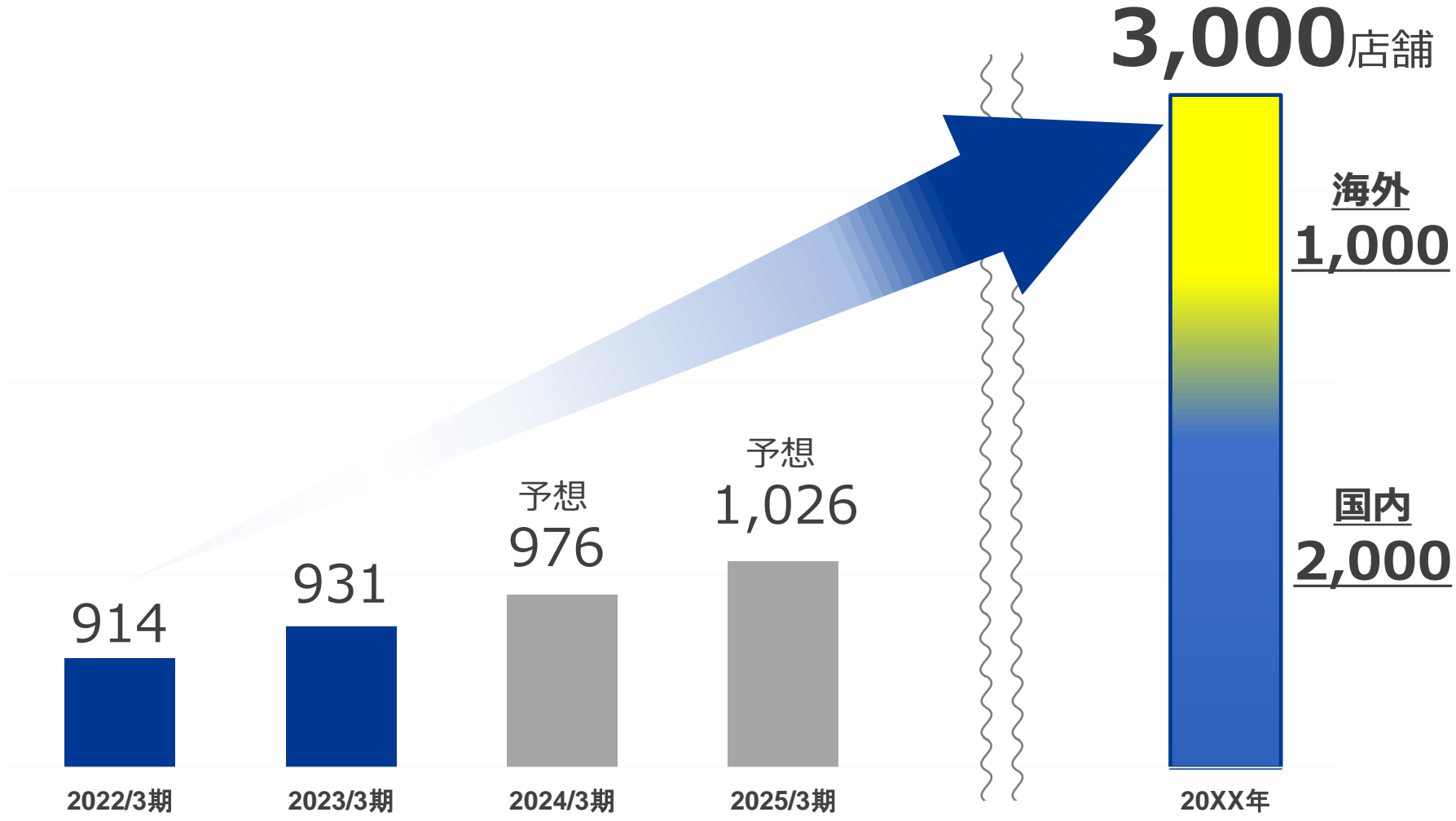
10万商圈への出店を確実に達成しながら  
さらなる空白地域へ

## 全国を新潟県のように



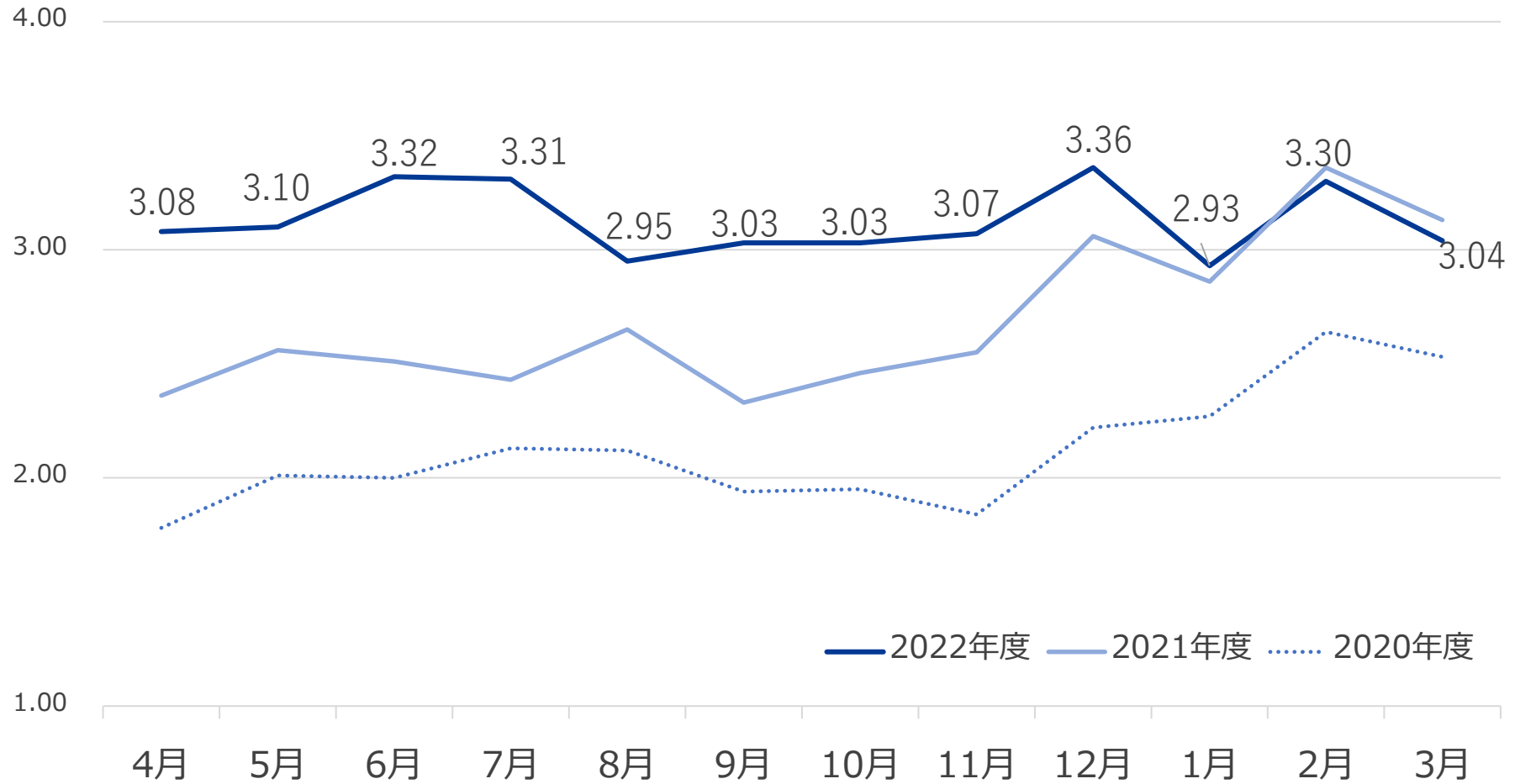
# 出店戦略 グループ店舗数 中・長期目標

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 累計売上 前年比**117%**

(億円)



## 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%**

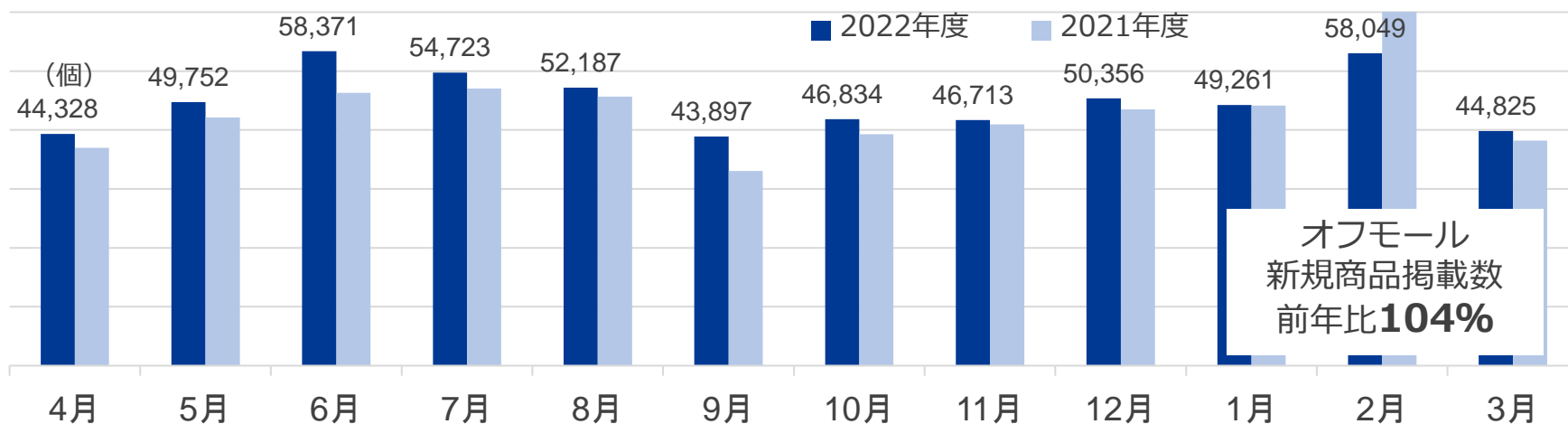


2023年2月

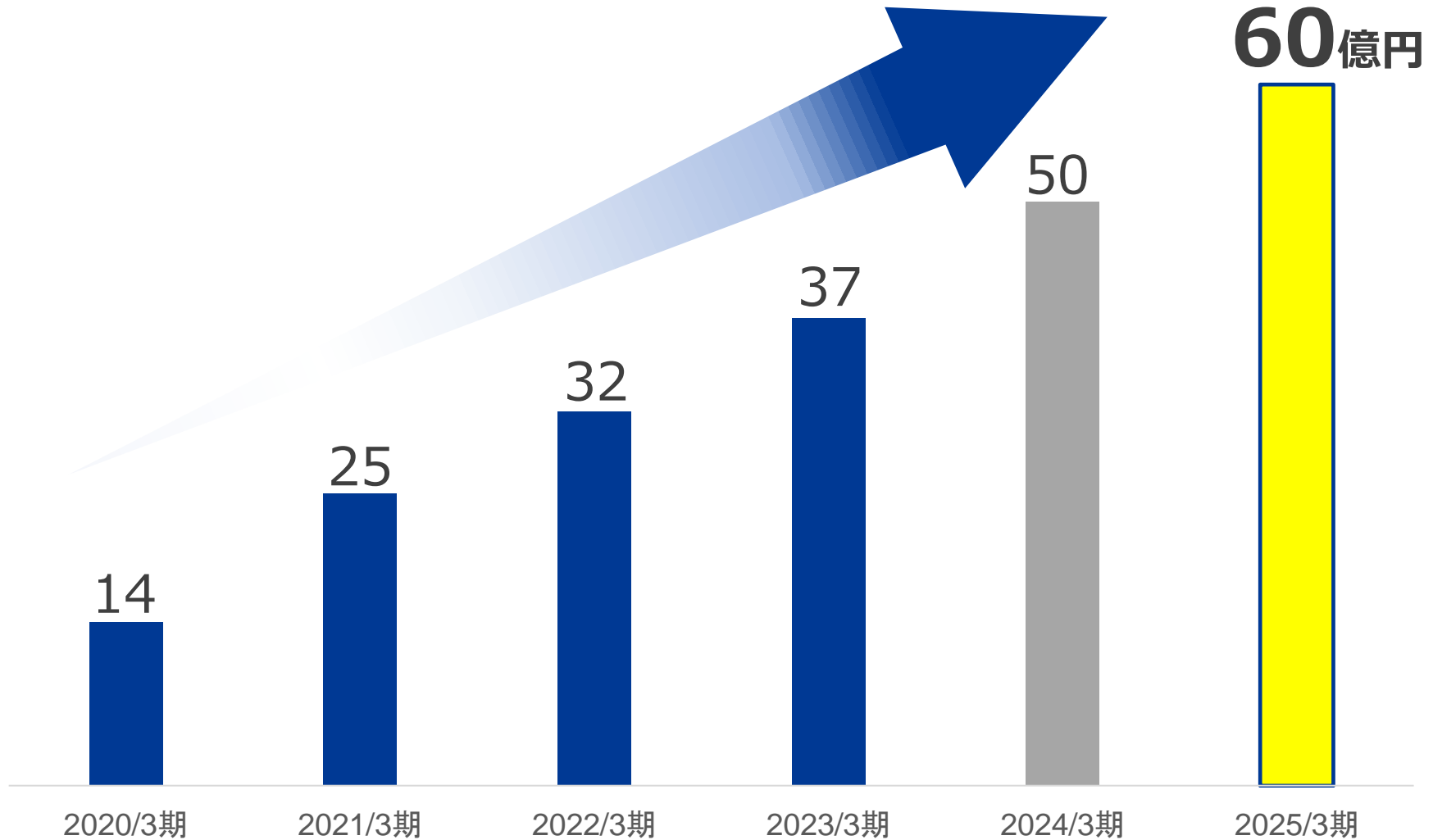
### ネット施策強化月間「オフモ祭」開催



- 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

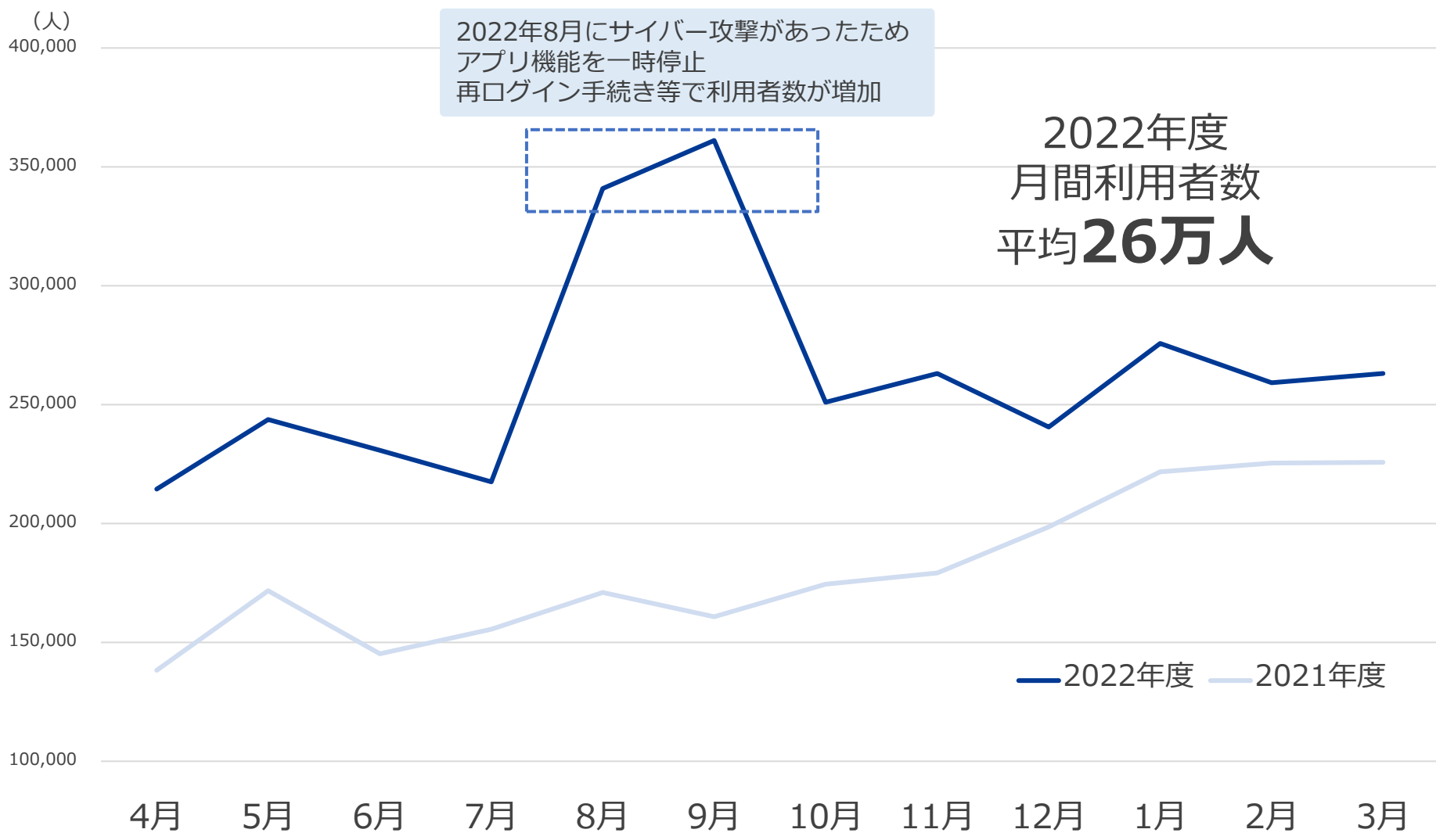


ストア高評価を維持

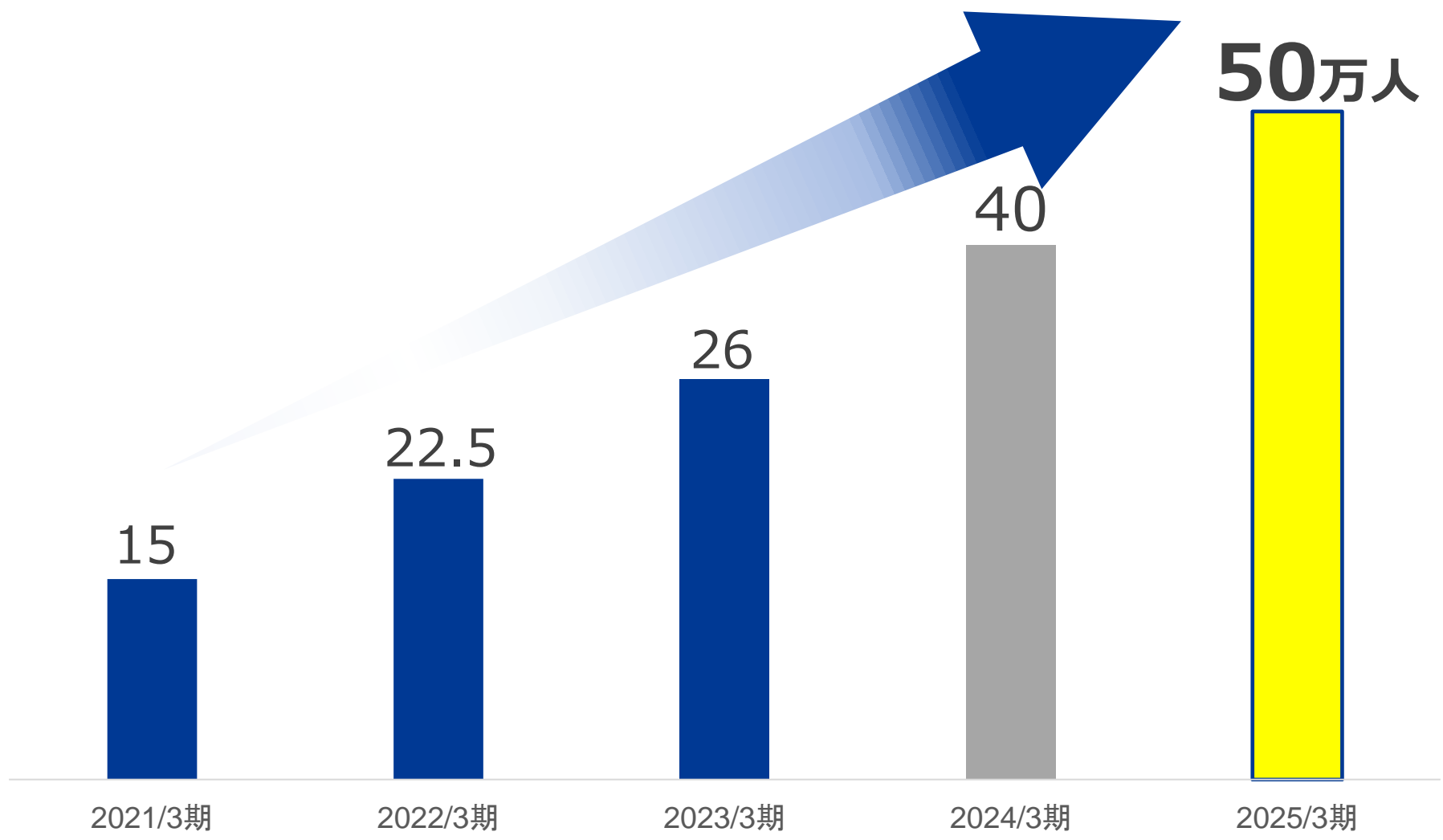


2022年12月に累計**100万ダウンロード**を突破

## リピーターが増加し、利用者数は着実に成長



2025/3期 月間利用者数 **50万人**をを目指す



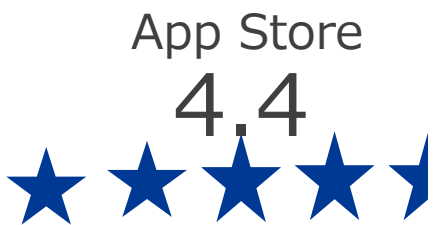




## 不要品を出品すると店舗から買取のオファーが届く



ストア高評価を維持



### オファー買取の流れ

- ①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
- ②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
- ③受けたいオファーを選び、宅配買取の依頼をする



## 店頭での買い取りを再現し、リピーターの獲得に繋げる

アイテムを出品する

全国店舗からオファーし、最近の取引と店員コメントをご紹介します

35,000円 56,000円 70,000円

### KRAMER エレキギター

当店にはリッチーサンボラのシグネチャーモデルがございます。因縁あるディープのこのモデルと一緒に展示することで、より魅力的な売り場づくりを、と考えております。どうか当店にお売りいただけないでしょうか。ご検討をよろしくお願い申し上げます。

2023/02/14のオファー実績

**70,000円**

店舗からは1件1件  
心を込めたコメントと共に  
買い取りオファーを提示



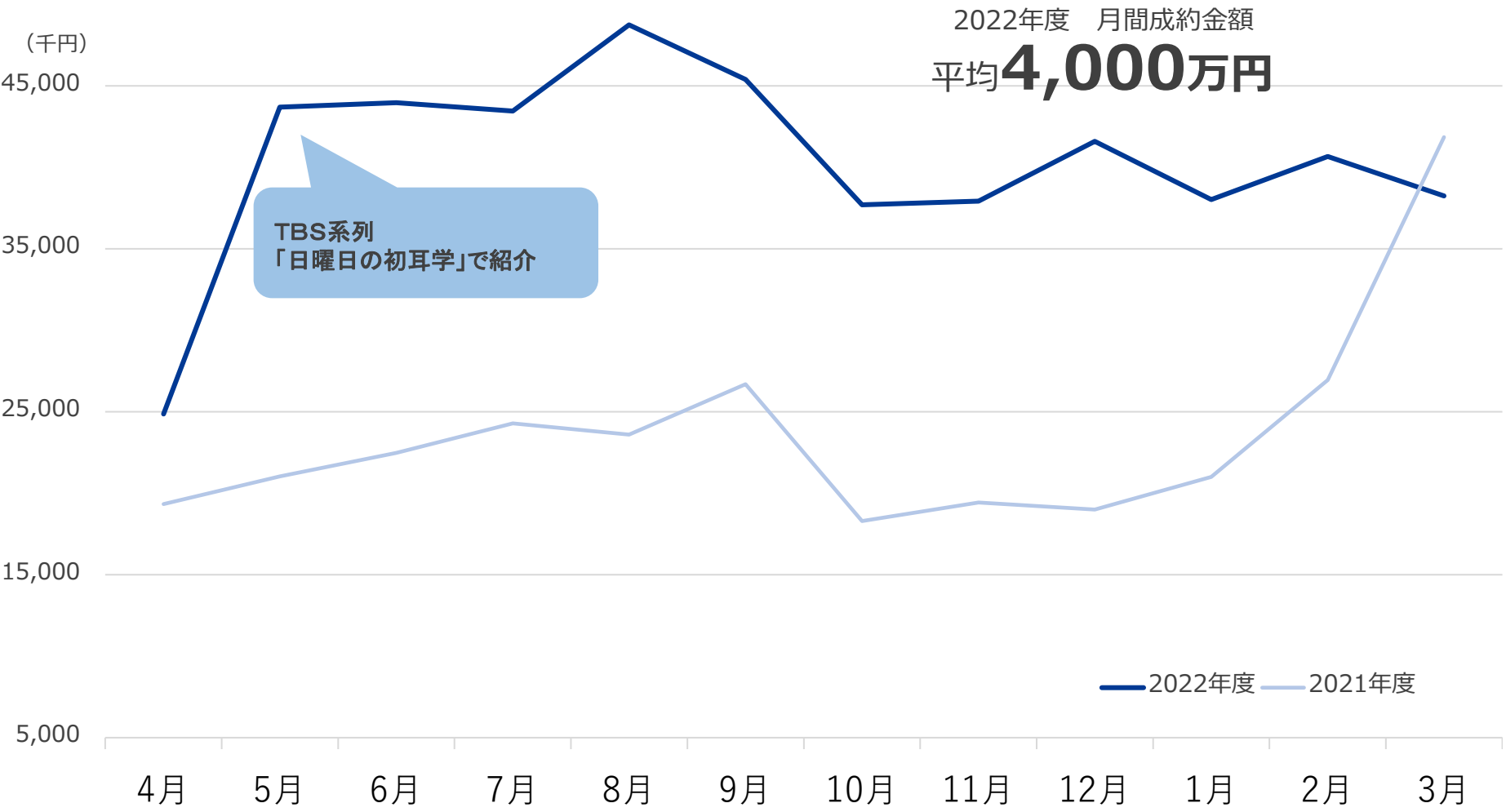
アプリ上でも店頭でのやり取り、  
買い取り体験を再現することで  
リピーターの獲得に繋げる





# デジタル戦略 オファー買取 月間成約金額推移

2022年5月のテレビ放映の効果大 前年比累計**170%**





# デジタル戦略 オファー買取 2022年度取り組み

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

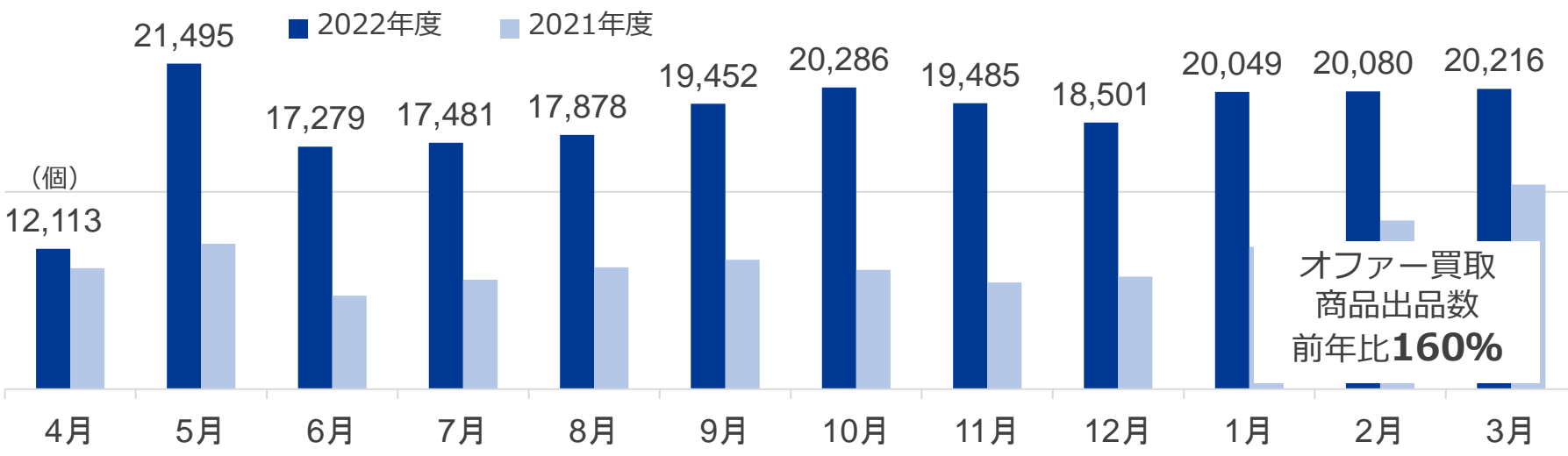
テレビ番組への露出で  
DL数・出品数が大幅アップ

- 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

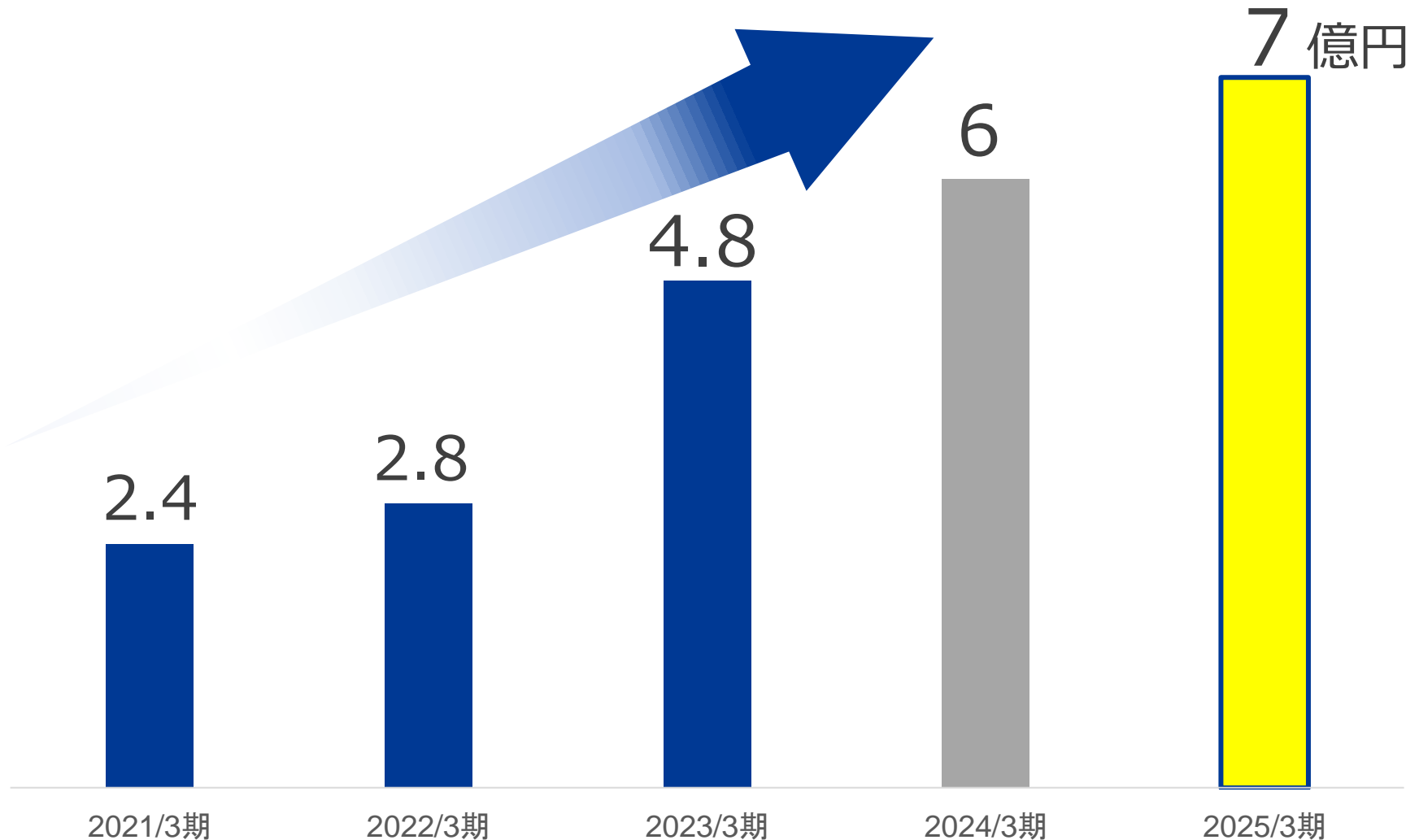
ホーム画面の改修

- 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

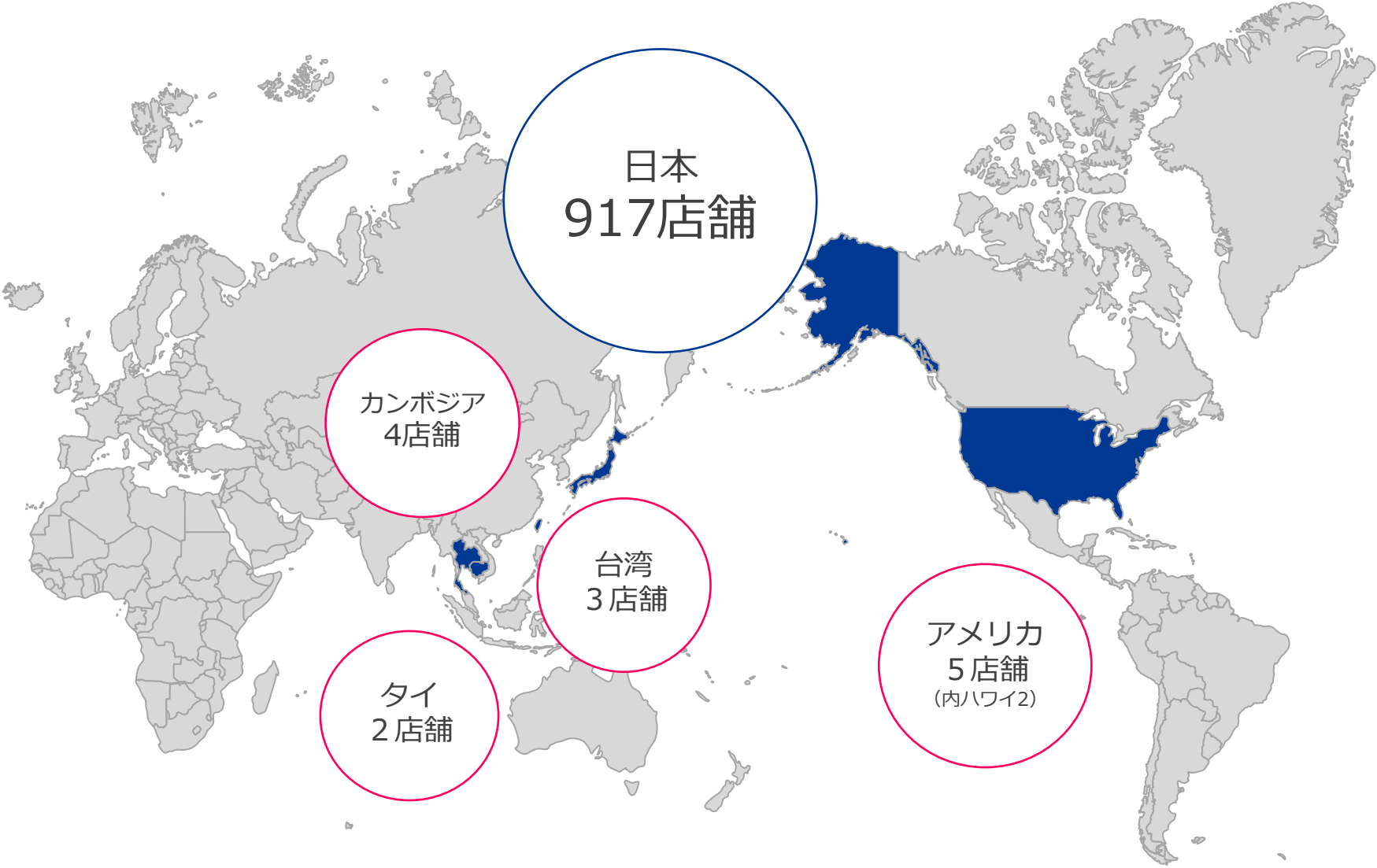




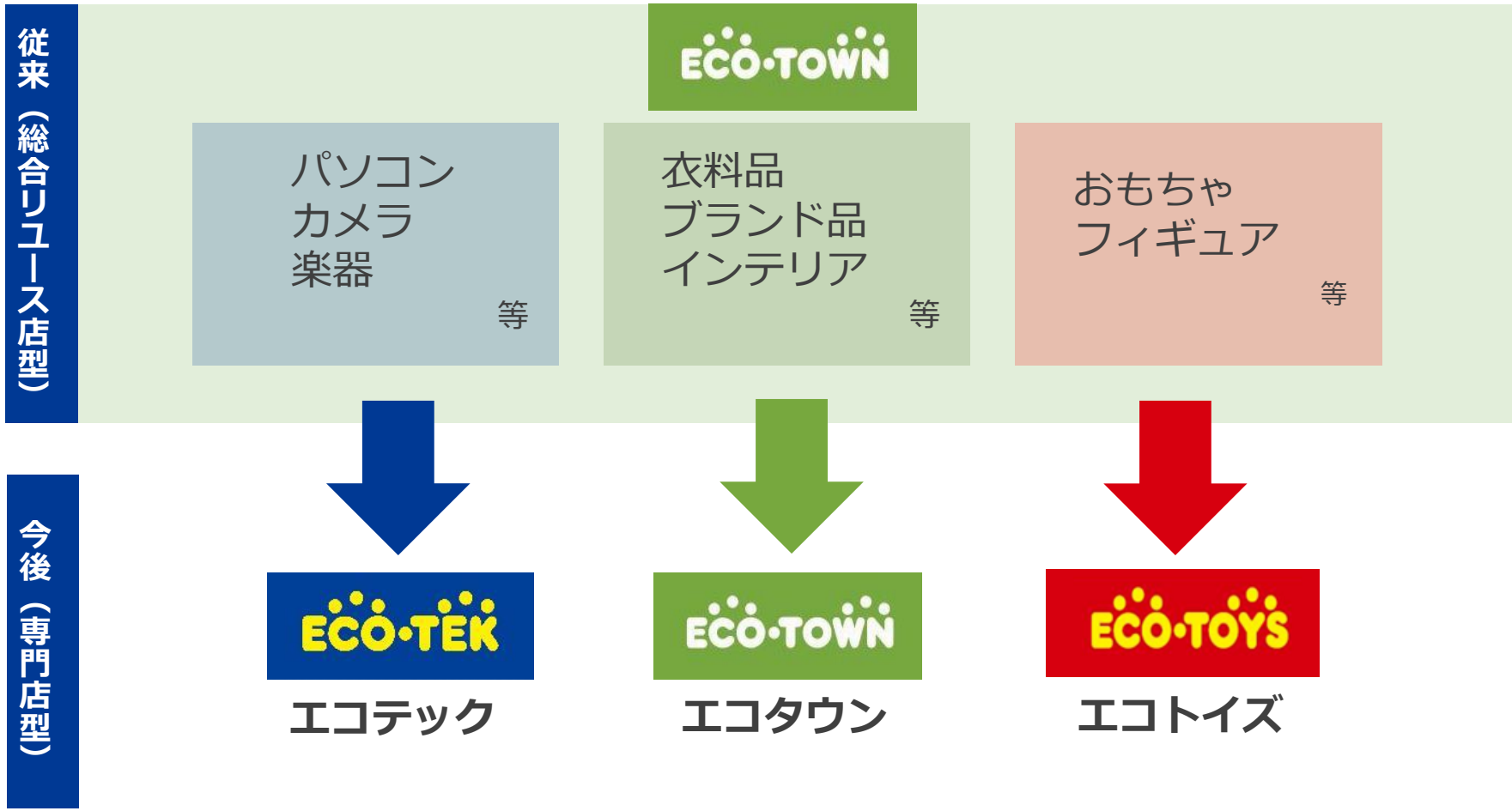
2025/3期 オファ―年間成約金額**7億円**を目指す



海外でグループ店舗14店舗を出店



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

## 新業態ECO TEK（エコテック） 1号店をオープン



**ECO·TEK**



店舗名

ECO TEK Fountain Valley Store  
(エコテック ファウンテンバレーストア)

住所

18880 Brookhurst St, Fountain Valley, CA 92708

オープン日

2023年3月18日（土）

取扱商品

楽器・オーディオ・ビジュアル・PC・ゲーム機器・  
カメラ等





# 中期経営計画（3か年計画）の前提

	2024/3期	2025/3期	2026/3期
<b>直営店</b>			
既存店売上高前期比	+5%	+ 2 %	+ 2 %
新規出店	30	33	33
閉店	1	0	0
純増	+29	+33	+33
<b>F C加盟店</b>			
純増	+16	+17	+17
<b>チェーン全体（直営+ F C）</b>			
純増	<b>+45</b>	<b>+50</b>	<b>+50</b>
店舗数	<b>976</b>	<b>1,026</b>	<b>1,076</b>

## 中期経営計画（3か年計画）

経常利益率は**10%**、ROEは**12%超**を目指す

(百万円)	2023/3期 実績	2024/3期 計画	2025/3期 計画	2026/3期 計画
売上高	27,040 (+10.3%)	30,000 (+10.9%)	33,000 (+10.0%)	37,000 (+12.1%)
経常利益	2,510 (+50.5%)	2,700 (+7.5%)	3,150 (+16.7%)	3,700 (+17.5%)
経常利益率	9.3%	9.0%	9.5%	10.0%
当期純利益	1,653 (+58.7%)	1,700 (+2.8%)	1,900 (+11.8%)	2,200 (+15.8%)
ROE	11.4%	10.8%	11.4%	12.5%

- 1 2023年3月期 決算概要
- 2 2024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
- ・ブランド服飾品や時計・貴金属を中心に買い取りを獲得
- ・認知度拡大、リピーターの獲得を目指す

## 2021年度から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



2022年度はインフルエンサーに  
動画制作を依頼



2023年度は新たに動画・コラムを  
自社コンテンツとして制作予定

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。

リユース事業による年間CO<sub>2</sub>排出削減量

品目	買い取り点数から換算した 新品製造時にかかるCO <sub>2</sub> 排出削減量
ゲーム機	5,802トン
パソコン	1,505トン
携帯電話	232トン
テレビ	5,881トン
冷蔵庫	5,978トン
洗濯機	7,035トン

ハードオフグループでの買い取りにより  
新品を製造した場合に比べ  
26,432トンのCO<sub>2</sub>を削減



家庭におけるCO<sub>2</sub>排出量は  
1世帯あたり2.8トン  
**9,440世帯分のCO<sub>2</sub>を削減**



(※) ハードオフ・オフハウス店舗での主要6品目 2022年度買い取り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」「令和2年度 家庭部門のCO<sub>2</sub>排出実態統計調査」

# SDGs・サステナビリティの取り組み

## 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

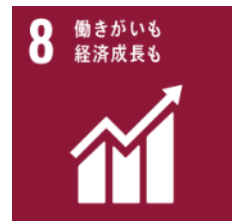
年に1回、「HARDOFF ECO スタジアム新潟」の無料使用権を活用し、障害者スポーツ大会を兼ねたアーチェリー大会を開催。





## 健康経営優良法人2023に認定

経済産業省から**健康経営優良法人2023（大規模法人部門）**に認定。  
今後はホワイト500を目指し取り組む。



### 来期重点取り組み

- ・社員・スタッフの定期健康診断受診率100%を目指す
- ・メンタルヘルスに関する取り組みを通して社員・スタッフの心の健康を支える
- ・喫煙率低下に向けた取り組みを実施する
- ・女性の健康保持、増進に向けた取り組みを通して働きやすい環境を整える

## 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月より 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年度の祝金取得者 **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

### 賃上げ

2023年4月分より正社員の給与を平均6.3%、18,296円の昇給  
(うち、ベースアップ一律 10,000円)

## 2022年度～2023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



サウンド北越 新潟紫竹山店

1972



ハードオフ新潟紫竹山店  
(ハードオフ1号店)

1993



ハードオフ オーディオサロン  
新潟紫竹山店

2023

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