

2024年4月11日

各位

会社名 株式会社ミスターマックス・ホールディングス  
代表者名 代表取締役社長 平野 能章  
(コード番号 8203 東証プライム、福証)  
問合せ先 上席執行役員 石井 宏和  
経営企画・財務部門管掌  
(TEL 092-233-1379)

## 中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2025年2月期を初年度とする5カ年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。

### 1. 新中期経営計画の数値目標

	売上高	営業利益	営業利益率
2025年2月期 計画初年度(億円)	1,270	33	2.6%
2029年2月期 計画最終年度(億円)	2,000	100	5.0%

### 2. 中期経営計画3つの成長戦略

#### (1) 店舗戦略【新規出店25店】

- ・北部九州エリア、首都圏中心部にドミナント化を推進

#### (2) オムニチャネル【2029年2月期 目標売上高(売上高構成比10%)】

- ・リアル店舗+αの品揃えを提供
- ・実商圈を超えた集客

#### (3) M&A及び新規事業戦略

- ・M&Aによる規模拡大
- ・他社物流業務の請負
- ・海外マーケットへの進出

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

---

発表日：2024年4月11日

25.2期～29.2期

# 中期経営計画

株式会社ミスターマックス・ホールディングス

# 目次

- 01 - 前中期経営計画の振り返り (2022.2期～2024.2期)
- 02 - 中期経営計画目標数値 (2025.2期～2029.2期)
- 03 - 商品重点戦略
- 04 - 新規成長戦略
- 05 - 財務戦略
- 06 - サステナビリティ

## 01

## 前中期経営計画の振り返り（2022年2月期～2024年2月期）

“総合ディスカウントストアとしてあるべき姿”EDLP・EDLCを推進してきたが、目標の売上高・営業利益率には到達できず

## 売上高

売上高は、毎年伸長したが、既存店テコ入れの成果が不足し目標未達

目標  
1,300億円

結果  
1,245億円

## 営業利益率

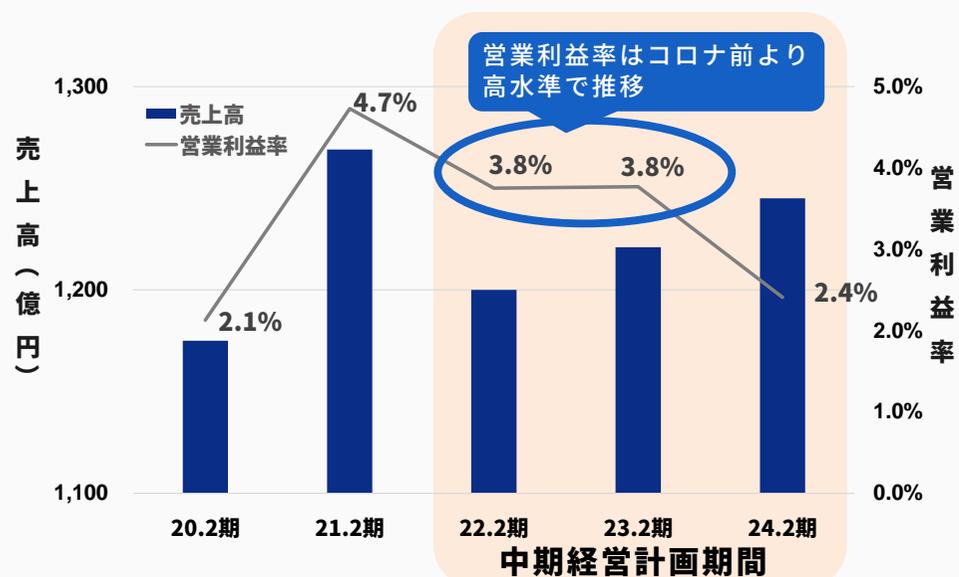
営業利益率は、エネルギーコストを始め、急速な物価上昇と先行投資の影響で目標未達

目標  
5%

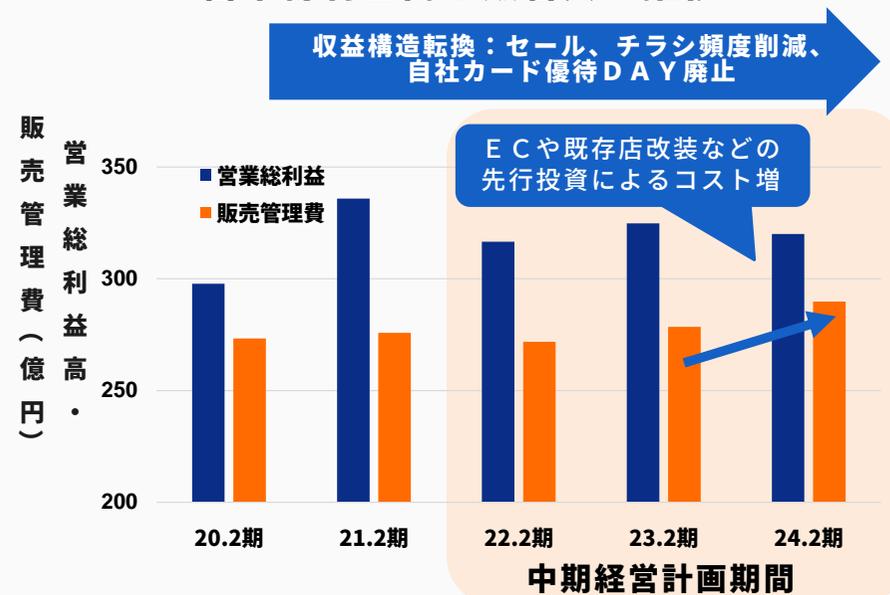
結果  
2.4%

## 収益構造の転換を図ったが、目標達成するまでの効果は出せず

売上高と営業利益率の推移



営業総利益高と販管費の推移



## 02

## 中期経営計画目標数値（2025年2月期～2029年2月期）

“総合ディスカウントストアのあるべき姿”を追求し、規模拡大を目指す

## 売上高

24.2期  
1,245億円

29.2期  
目標

2,000億円

新店  
400億円

- ・新店 25店
- ・居抜物件も効果的に活用

既存店  
1,600億円

- ・定番坪効率の改善
- ・オムニチャネル拡大

## 営業利益率

24.2期  
2.4%

29.2期  
目標  
5%

- ・定番棚割りの見直し、PB商品開発推進による荒利益率の改善
- ・DXの推進による生産性の向上

## 03

## 商品重点戦略

## EDLP・EDLCの実現＋暮らしが豊かになる商品提案にむけて

KPI	目標	課題		対策
既存店 売上高	1,600億円	客数	お客様の購買行動の変化による 客数減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>EDLPの推進</li> <li>目的買いになる、核売場の確立と育成</li> <li>リアル店舗の特徴を生かした、オムニチャネルの推進</li> </ul>
		客単価	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存品種の見直しが進んでいない</li> <li>お客様の暮らしの変化に合わせた新しい品種の追加不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客様の満足に繋がる品種構成へ改善</li> <li>豊富な品種の中から必要な商品をストレスなく選べる売場づくり</li> </ul>
プライベート ブランド 売上高構成比	30%	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライベートブランド新規品種が不足</li> <li>NBとの比較購買がしにくい売場</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>新規開発強化</li> <li>定番売場の中で、NBと比較購買しやすい売り場づくり</li> </ul>

## 3つの成長戦略を柱に、成長を加速させる

## 店舗出店

- ・ 北部九州エリア、首都圏中心部にドミナント化を推進

新規出店25店

## オムニチャネル

アプリをハブにしてオムニチャネルを浸透させる

- ・ リアル店舗+αの品揃え提供
- ・ 実商圈を超えた集客

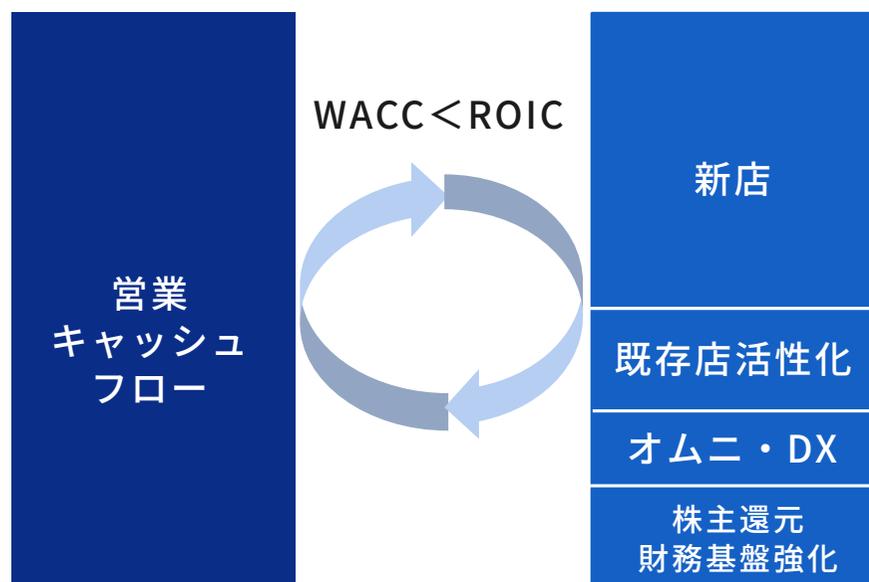
2029年2月期【目標】 売上高構成比 10%

M&A 及び  
新規事業戦略

- ・ M&Aによる規模拡大
- ・ 他社物流業務の請負
- ・ 海外マーケットへ進出

## 出店を始め成長分野へ投資を拡大

資本コストを意識した経営を行う



## 今後5年間の主な投資計画

新店	205億
改装設備投資	60億
DX・オムニチャンネル	25億

過去の年間投資額の3倍を計画

### 3つのテーマを設定し、中長期的な事業価値の向上を目指す

#### 商品の提供を通じた 社会価値創出

- サステナブルなPB商品開発の推進
- リサイクル促進による循環型社会の推進

#### 持続可能な サプライチェーンの構築

- 出店エリア自治体との災害協定締結推進
- Scope1、2におけるCO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取り組みの推進

#### 持続的成長を支える 経営基盤の確立

- 中期経営計画の実行に必要な人材採用と育成プログラムの推進
- 会社の成長と自己成長を実感できるエンゲージメントの向上