

ひと、まち、笑顔に。

**Joshin**

---

# 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算 説明資料

---

上新電機株式会社  
(証券コード：8173)

2024年11月5日

## [目次]

---

- 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算  
2024年度（2025年3月期）通期予想
- 中期経営計画（JT-2025 経営計画）の  
取り組みについて



2024年10月25日公表

## 2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想及び通期連結業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2024年5月7日の前期決算発表時に公表しました2025年3月期の第2四半期（中間期）連結業績予想及び通期連結業績予想を下記のとおり修正いたしましたのでお知らせいたします。

## 1. 連結業績予想について

- (1) 2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想の修正  
（2024年4月1日～2024年9月30日）
- (2) 2025年3月期通期連結業績予想の修正  
（2024年4月1日～2025年3月31日）

## (3) 修正の理由

第2四半期連結累計期間の業績につきまして、売上面は猛暑の影響により好調であったエアコン等の一部商品を除き、おしなべて前期実績を下回り、特に当社の強みであるエンタテインメント商品の不振が響き、販売チャネルではインターネット販売が伸び悩みました。一方で経費面においては将来を展望した、人的資本や生産性向上に向けたICT実装への投資を積極的に行った結果、減収減益の見通しとなり、前回予想を下回ることとなりました。

2025年3月期の通期連結業績予想につきましても、第2四半期までの実績と足元の動向を鑑み、売上高、利益ともに前回予想を修正いたしました。

## 2. 配当予想について

2024年5月7日の前期決算発表時に公表しましたとおり、1株あたり100円（前期実績90円）を期末配当として予定しております。

## 2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想の修正

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 中間純利益	1株当たり 中間純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想（A）	198,000	4,600	4,600	3,200	122.63
今回修正予想（B）	191,800	1,800	1,800	2,200	84.47
増減額（B－A）	△6,200	△2,800	△2,800	△1,000	—
増減率（%）	△3.1	△60.9	△60.9	△31.3	—

## 2025年3月期通期連結業績予想の修正

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想（A）	410,000	9,000	9,000	6,000	229.93
今回修正予想（B）	400,000	4,000	4,000	3,800	146.18
増減額（B－A）	△10,000	△5,000	△5,000	△2,200	—
増減率（%）	△2.4	△55.6	△55.6	△36.7	—

## 配当予想

	年間配当金		
	第2四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭
前回予想	0.00	100.00	100.00
今回予想	0.00	100.00	100.00
前期実績(2024年3月期)	0.00	90.00	90.00

## 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -1

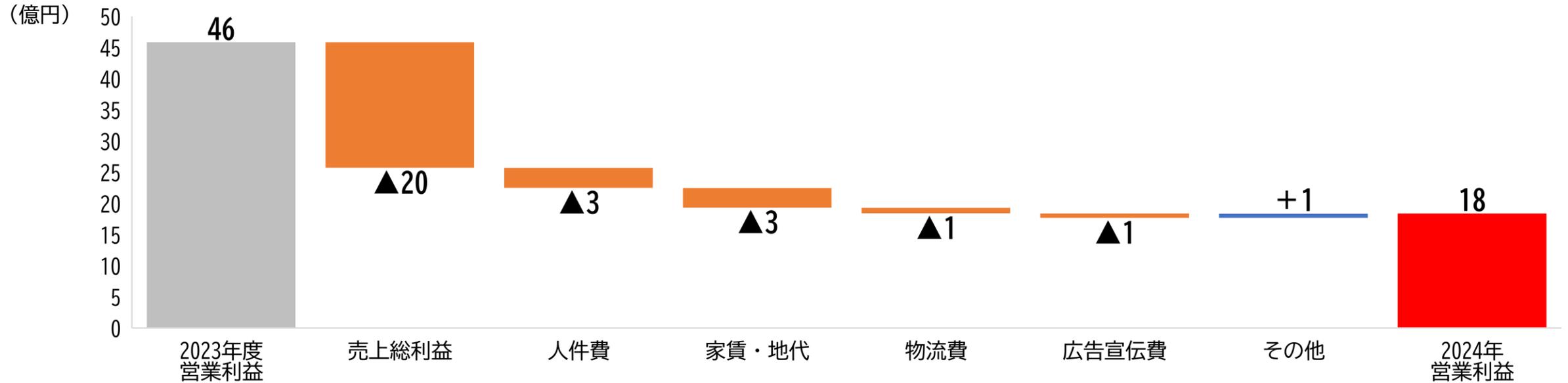
## 連結損益計算書（4-9月）

(百万円)	2023年度上期（4-9月）		2024年度上期（4-9月）					
	実績	売上比	期初予想	売上比	実績	売上比	増減率	対期初予想 増減率
売上高	197,483	100.0%	198,000	100.0%	191,986	100.0%	△2.8%	△3.0%
うち店頭販売	163,356	82.7%	—	—	157,967	82.3%	△3.3%	—
うちインターネット販売	31,463	15.9%	—	—	29,677	15.4%	△5.7%	—
その他	2,664	1.4%	—	—	4,341	2.3%	+63.0%	—
売上総利益	52,868	26.8%	—	—	50,852	26.5%	△3.8%	—
販売費及び一般管理費	48,282	24.5%	—	—	49,013	25.5%	+1.5%	—
営業利益	4,586	2.3%	4,600	2.3%	1,838	1.0%	△59.9%	△60.0%
経常利益	4,549	2.3%	4,600	2.3%	1,777	0.9%	△60.9%	△61.4%
中間純利益(※1)	3,110	1.6%	3,200	1.6%	2,196	1.1%	△29.4%	△31.4%

※1 親会社株主に帰属する中間純利益

## 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -2

## 営業利益増減要因（4-9月）：前年差



## 2023年度

(億円)	2022年度 営業利益	売上総利益	人件費	家賃・地代	物流費	広告宣伝費	その他	2023年度 営業利益
4-9月	41	+17	▲4	▲4	▲1	+2	▲7	46

## 営業利益増減要因（四半期別）：前年差

(億円)	2023年度 営業利益	売上総利益	人件費	家賃・地代	物流費	広告宣伝費	その他	2024年度 営業利益
4-6月	11	+4	▲2	▲2	▲0	▲1	▲1	9
7-9月	35	▲24	▲1	▲2	▲1	▲0	+1	9

## 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -3

## 連結損益計算書（7-9月）

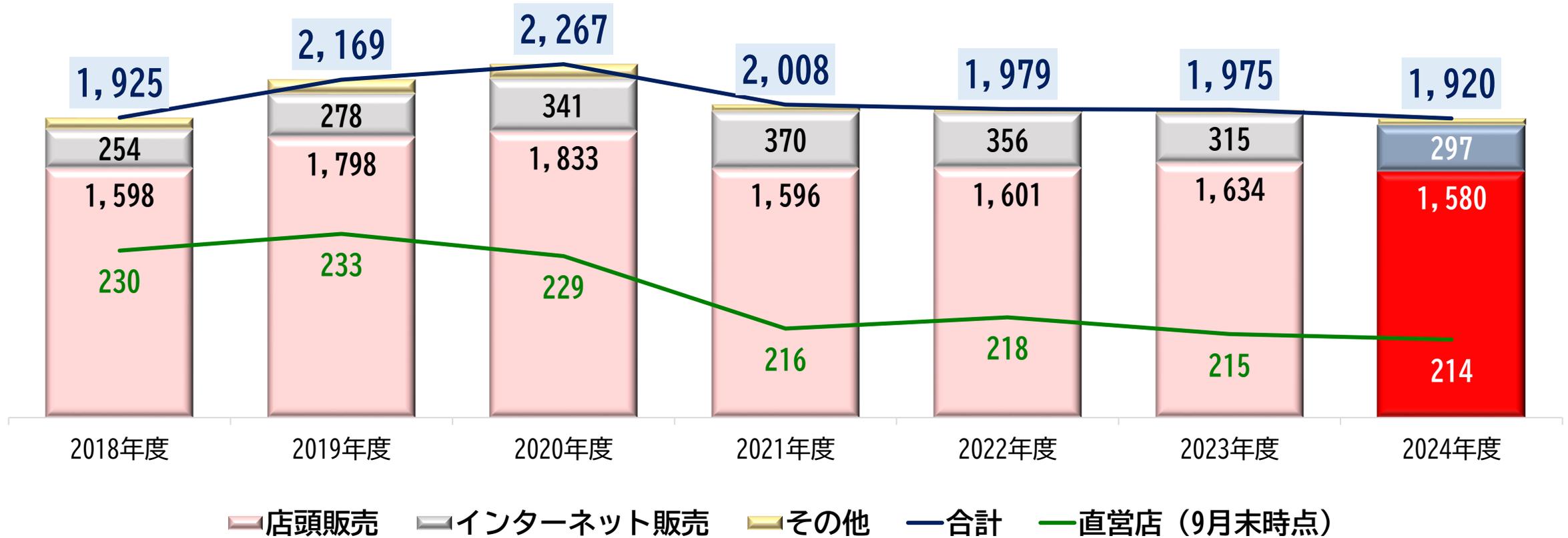
(百万円)	2023年度1Q (4-6月)		2024年度1Q (4-6月)			2023年度2Q (7-9月)		2024年度2Q (7-9月)		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	実績	売上比	増減率
売上高	90,377	100.0%	90,195	100.0%	△0.2%	107,106	100.0%	101,791	100.0%	△5.0%
うち店頭販売	72,998	80.8%	73,399	81.4%	+0.5%	90,358	84.4%	84,568	83.1%	△6.4%
うちインターネット販売	16,048	17.7%	14,290	15.8%	△11.0%	15,415	14.4%	15,386	15.1%	△0.2%
その他	1,330	1.5%	2,505	2.8%	+88.3%	1,333	1.2%	1,835	1.8%	+37.7%
売上総利益	24,787	27.4%	25,137	27.9%	+1.4%	28,081	26.2%	25,714	25.3%	△8.4%
販売費及び一般管理費	23,695	26.2%	24,228	26.9%	+2.2%	24,587	23.0%	24,785	24.3%	+0.8%
営業利益	1,091	1.2%	909	1.0%	△16.7%	3,495	3.3%	929	0.9%	△73.4%
経常利益	1,076	1.2%	904	1.0%	△16.0%	3,473	3.2%	873	0.9%	△74.9%
四半期純利益(※1)	620	0.7%	468	0.5%	△24.5%	2,489	2.3%	1,728	1.7%	△30.6%

※1 親会社株主に帰属する四半期純利益

## 店頭販売とインターネット販売の推移（上期）

●リアル店舗数の減少影響はあるものの、店頭販売は厳しい着地

（億円）



（億円）	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
1店舗あたり売上高（※1）	6.95	7.72	8.00	7.39	7.35	7.60	7.38

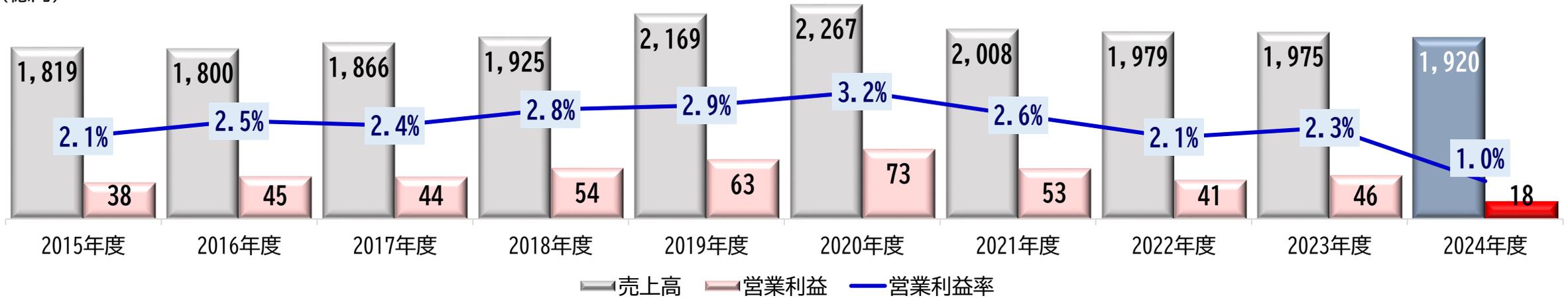
※1 店頭販売÷直営店

## 連結業績推移（上期）

●売上総利益率は26%台を確保するも、販売費および一般管理費率が25%に到達したことにより、営業利益は厳しい着地

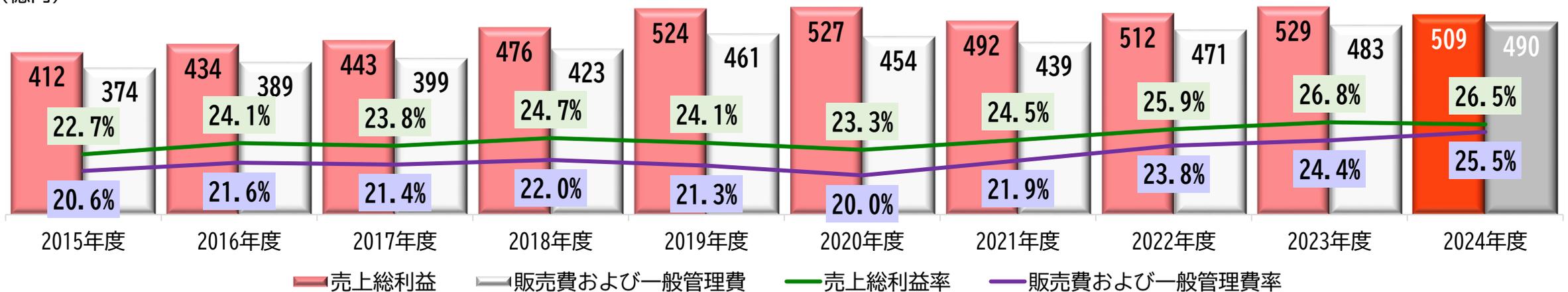
### 売上高と営業利益

（億円）



### 売上総利益と販売費および一般管理費

（億円）



## 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -4

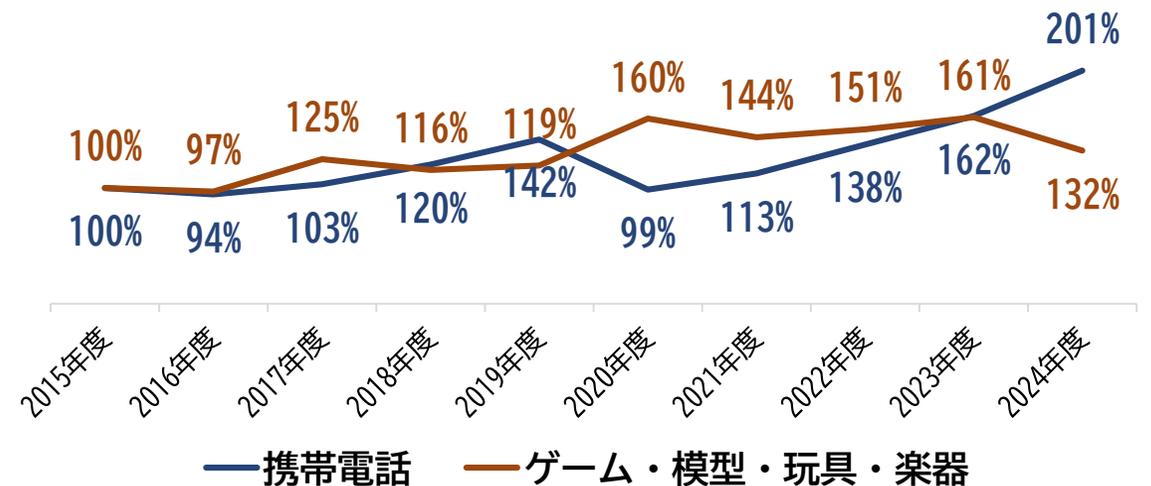
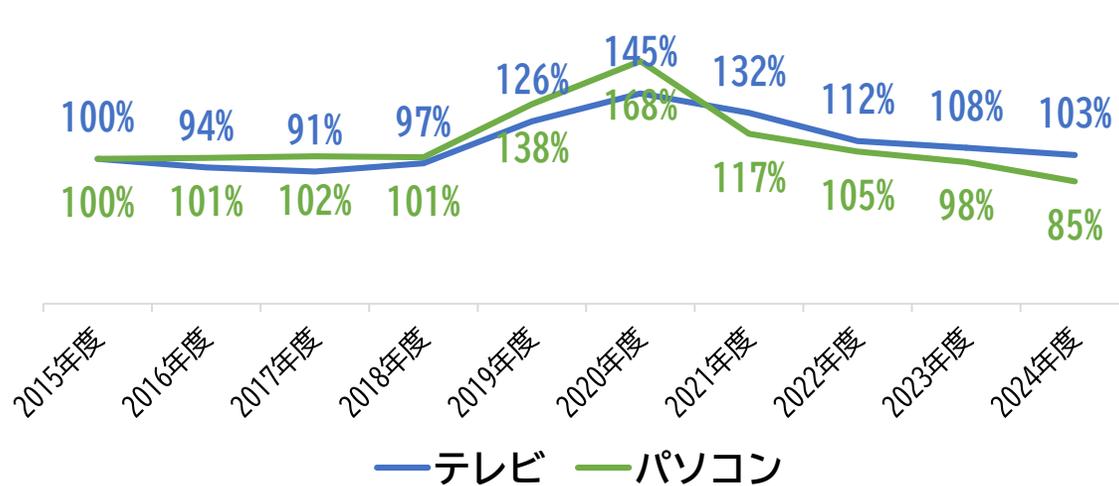
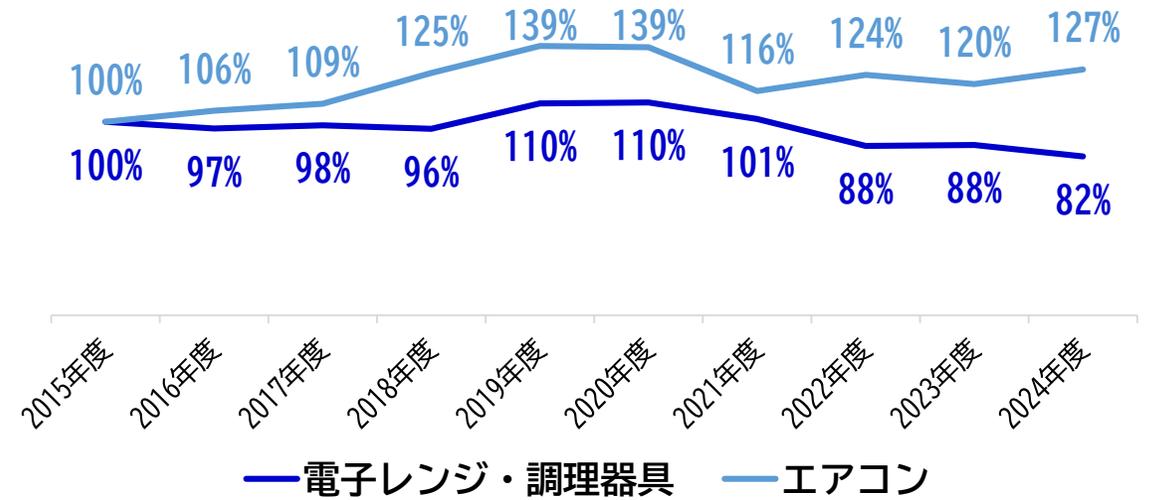
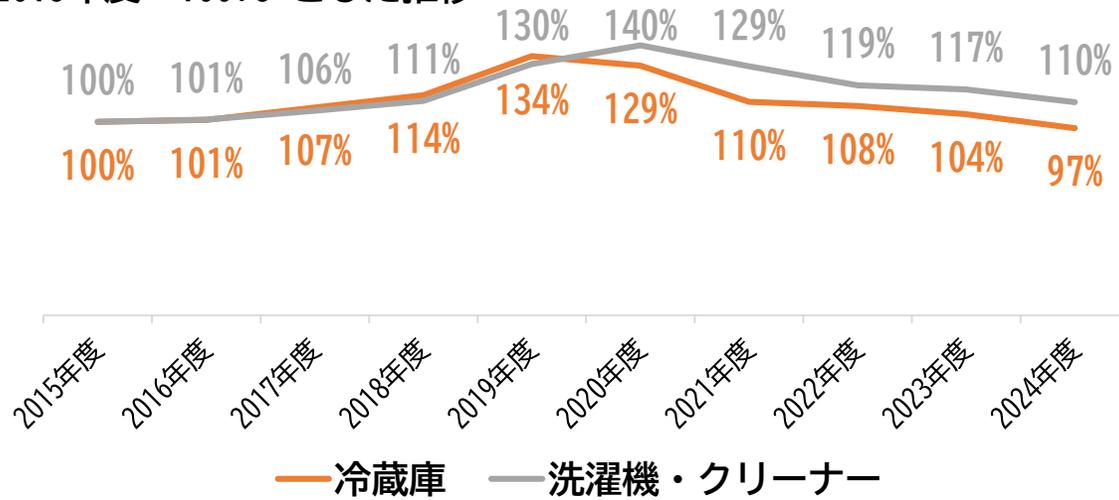
## 品種別売上高（4-9月）

（百万円）	2023年度1Q （4-6月）		2024年度1Q （4-6月）			2023年度2Q （7-9月）		2024年度2Q （7-9月）			2023年度上期 （4-9月）		2024年度上期 （4-9月）		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	実績	売上比	増減率
テレビ	5,252	5.8%	5,279	5.8%	+0.5%	7,120	6.6%	6,507	6.4%	△8.6%	12,372	6.3%	11,787	6.1%	△4.7%
冷蔵庫	5,841	6.5%	5,783	6.4%	△1.0%	8,206	7.7%	7,271	7.1%	△11.4%	14,047	7.1%	13,054	6.8%	△7.1%
洗濯機・ クリーナー	8,205	9.1%	7,936	8.8%	△3.3%	10,072	9.4%	9,310	9.1%	△7.6%	18,277	9.2%	17,247	9.0%	△5.6%
電子レンジ・ 調理器具	3,559	4.0%	3,531	3.9%	△0.8%	4,218	3.9%	3,734	3.7%	△11.5%	7,777	3.9%	7,266	3.8%	△6.6%
エアコン	11,764	13.0%	13,109	14.5%	+11.4%	16,289	15.2%	16,699	16.4%	+2.5%	28,053	14.2%	29,809	15.5%	+6.3%
パソコン	4,500	5.0%	4,202	4.7%	△6.6%	4,580	4.3%	3,631	3.6%	△20.7%	9,080	4.6%	7,834	4.1%	△13.7%
携帯電話	6,596	7.3%	8,909	9.9%	+35.1%	8,645	8.1%	10,019	9.8%	+15.9%	15,241	7.7%	18,928	9.9%	+24.2%
ゲーム・模型・ 玩具・楽器	13,730	15.2%	10,897	12.1%	△20.6%	14,170	13.2%	12,030	11.8%	△15.1%	27,901	14.1%	22,927	11.9%	△17.8%

## 商品別販売10年間推移（4-9月）

●携帯電話、エンターテインメント系、エアコンは順調に伸ばす一方、苦戦する商品もあり

2015年度=100% とした推移



## 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -5

## 貸借対照表

(百万円)	2024年3月末	2024年9月末	増減
流動資産	124,006	117,585	△ 6,420
有形固定資産	74,902	74,856	△ 46
無形固定資産	2,545	3,128	+582
投資その他の資産	31,322	30,201	△ 1,120
固定資産	108,769	108,185	△ 584
資産合計	232,775	225,771	△ 7,004
(ご参考)			
有利子負債合計	53,104	46,313	△ 6,790

(百万円)	2024年3月末	2024年9月末	増減
流動負債	84,571	73,612	△ 10,959
固定負債	43,590	48,548	+4,957
負債合計	128,162	122,160	△ 6,001
純資産合計	104,613	103,610	△ 1,002
負債純資産合計	232,775	225,771	△ 7,004
ネット有利子負債合計	49,212	42,661	△ 6,551

※ ネット有利子負債合計：有利子負債－現金及び預金

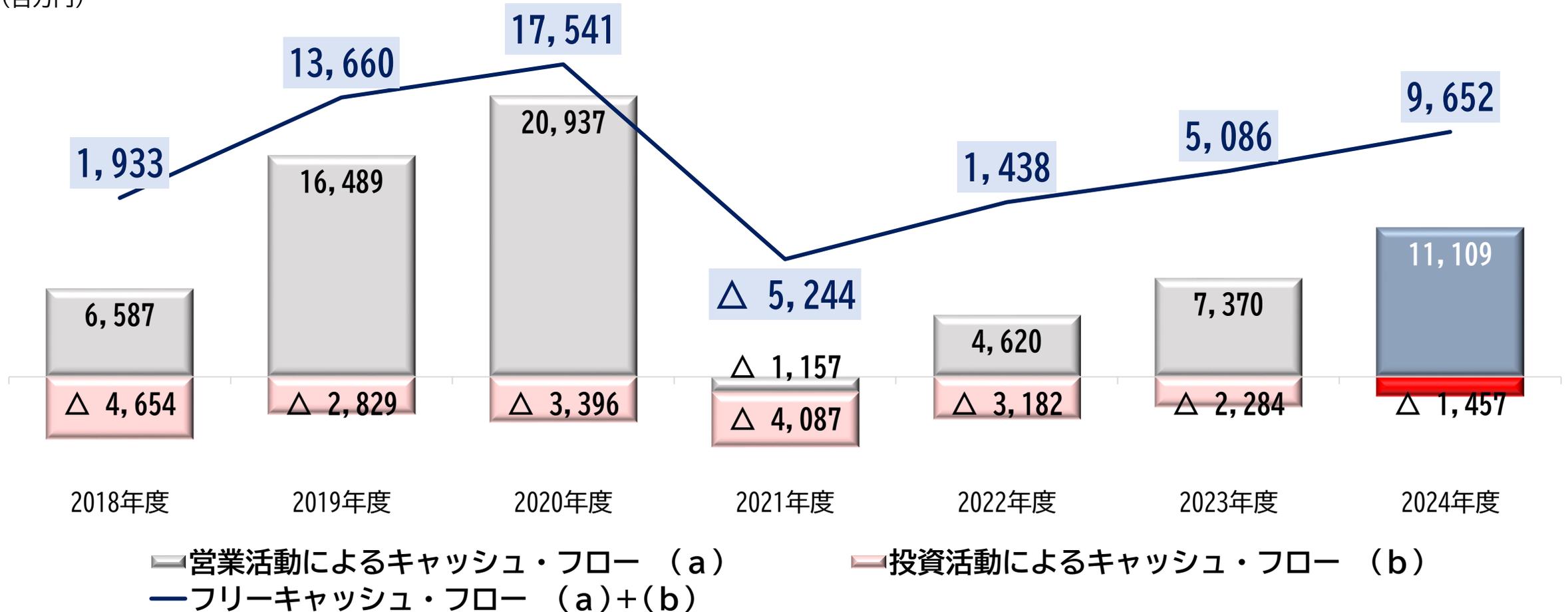
## キャッシュ・フロー

(百万円)	2023年9月末	2024年3月末	2024年9月末	2023年9月末比 増減	2024年3月末比 増減
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	7,370	2,278	11,109	+3,738	+8,830
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	△2,284	△ 4,806	△ 1,457	+827	+3,349
(フリーキャッシュ・フロー (a) + (b))	5,086	△ 2,527	9,651	+4,565	+12,179
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,339	3,649	△ 9,891	△ 7,551	△ 13,541
現金及び現金同等物の期末残高	5,516	3,891	3,652	△ 1,864	△ 239

## キャッシュ・フローの推移（9月末）

●営業キャッシュ・フローは2024年9月末時点で111億円を確保したことにより、フリー・キャッシュフローもプラスで着地

(百万円)



## 2024年度（2025年3月期）通期予想

## 連結損益計算書（通期予想）

（百万円）	2023年度通期（4-3月）		2024年度通期（4-3月）					
	実績	売上比	期初予想	売上比	今回予想	売上比	増減率	対期初予想 増減率
売上高	403,692	100.0%	410,000	100.0%	400,000	100.0%	△0.9%	△2.4%
営業利益	8,364	2.1%	9,000	2.2%	4,000	1.0%	△52.2%	△55.6%
経常利益	8,251	2.0%	9,000	2.2%	4,000	1.0%	△51.5%	△55.6%
当期純利益(※1)	4,891	1.2%	6,000	1.5%	3,800	1.0%	△22.3%	△36.7%

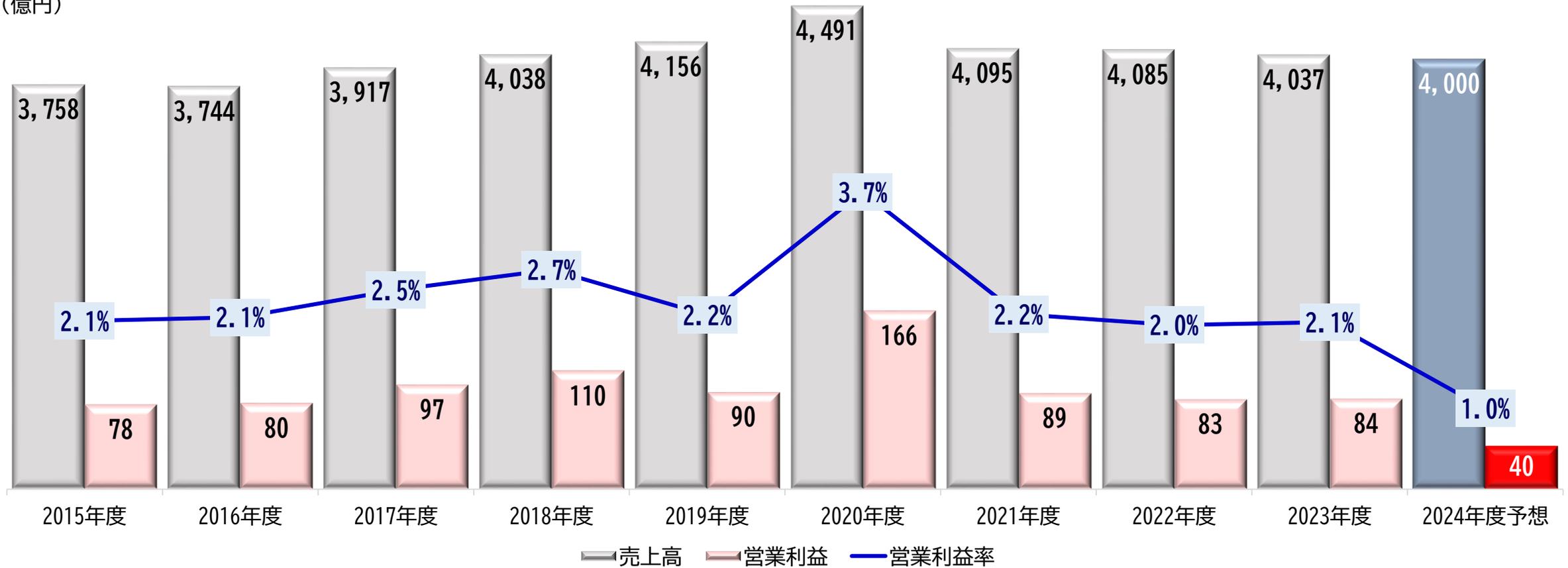
※1 親会社株主に帰属する当期純利益

## 連結業績推移（通期）

●営業利益は過去10年間で最も厳しい予想、下期の挽回策が上積みのカギを握る

## 売上高と営業利益

（億円）



## 2024年度（2025年3月期）下期予想

## 連結損益計算書（下期（10-3月）予想）

(百万円)	2023年度上期 (4-9月)		2024年度上期 (4-9月)			2023年度下期 (10-3月)		2024年度下期 (10-3月)					
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	期初予想	売上比	今回予想	売上比	対前年 増減率	対期初予想 増減率
売上高	197,483	100.0%	191,986	100.0%	△2.8%	206,209	100.0%	212,000	100.0%	208,013	100.0%	+0.9%	△1.9%
営業利益	4,586	2.3%	1,838	1.0%	△59.9%	3,778	1.8%	4,400	2.1%	2,161	1.0%	△42.8%	△50.9%
経常利益	4,549	2.3%	1,777	0.9%	△60.9%	3,702	1.8%	4,400	2.1%	2,222	1.1%	△40.0%	△49.5%
中間純利益(※1)	3,110	1.6%	2,196	1.1%	△29.4%	1,781	0.9%	2,800	1.3%	1,603	0.8%	△10.0%	△42.7%

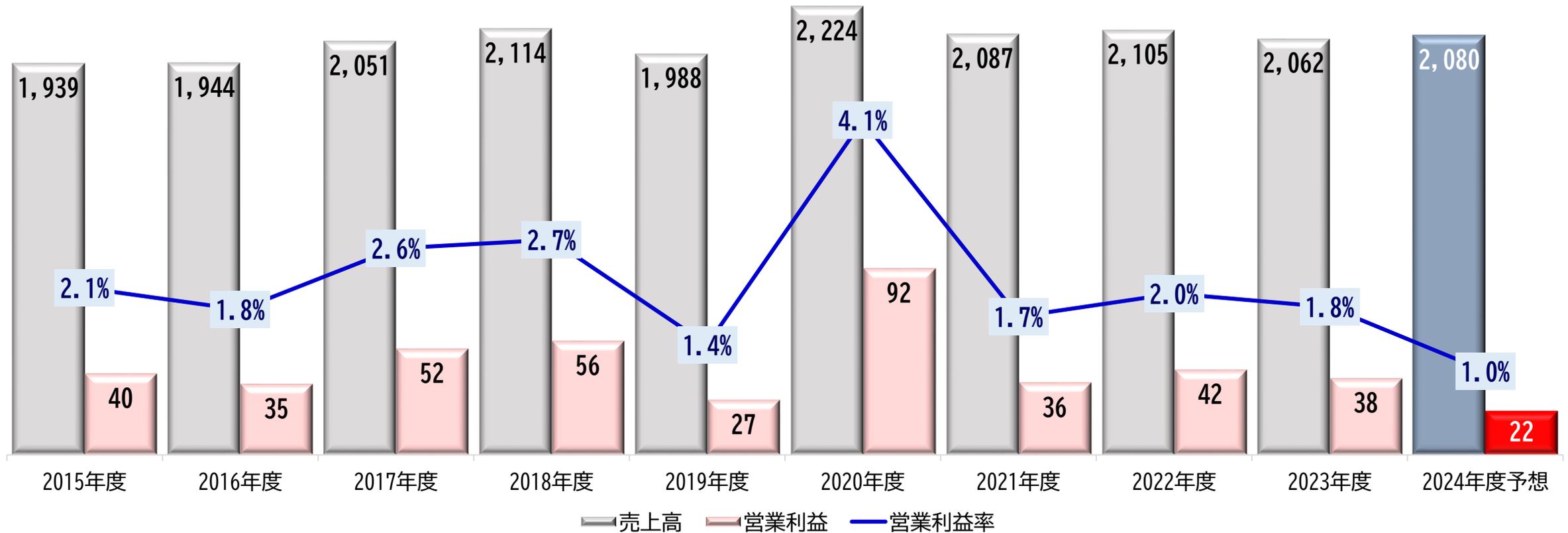
※1 親会社株主に帰属する中間純利益

## 連結業績推移（下期）

●営業利益は過去10年間で最も厳しい予想、来期以降も見据えてさまざまな挽回策に着手

## 売上高と営業利益

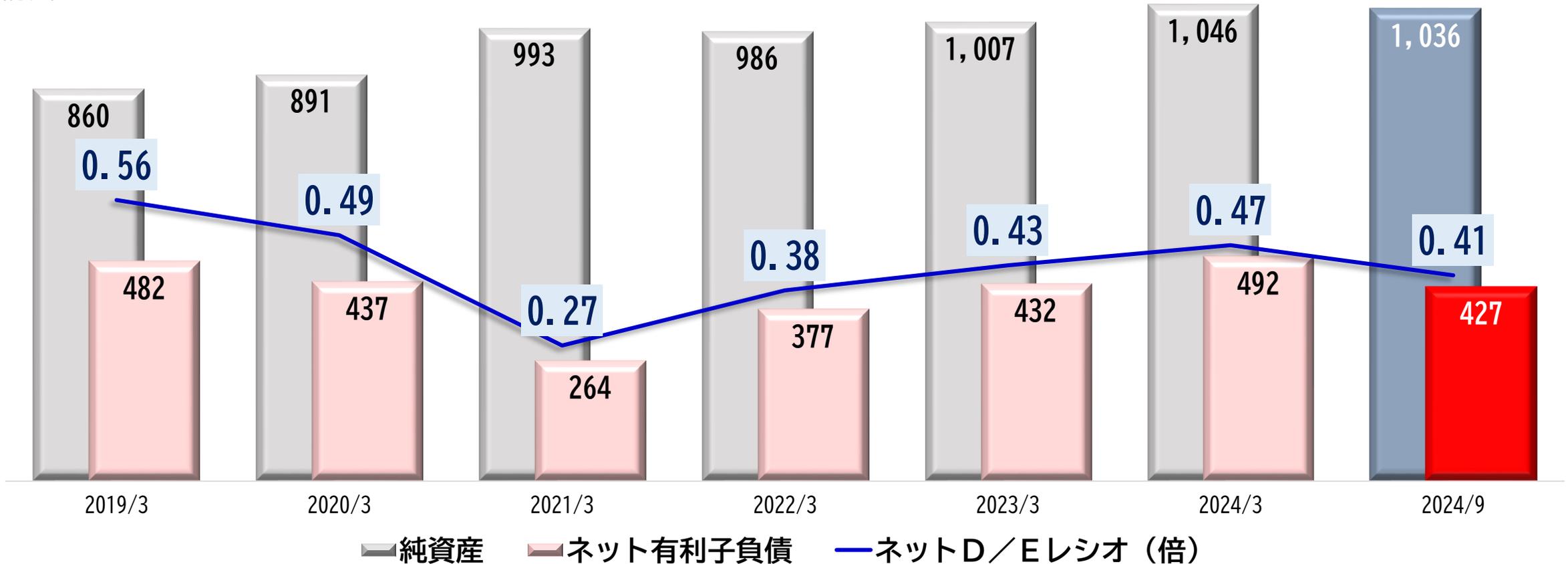
（億円）



## 財務状況とネット有利子負債の推移

ネット有利子負債は2024年3月末時点から減少、ネットD/Eレシオは低位安定で推移

(億円)



ネット有利子負債 : 有利子負債-現預金  
 ネットD/Eレシオ : (有利子負債-現金) ÷ 自己資本

# 店舗数10年間推移

Joshinグループの「ドミナント戦略」を推進すべく「Joshin」ブランド直営店を強化、関東地区で店舗数増加

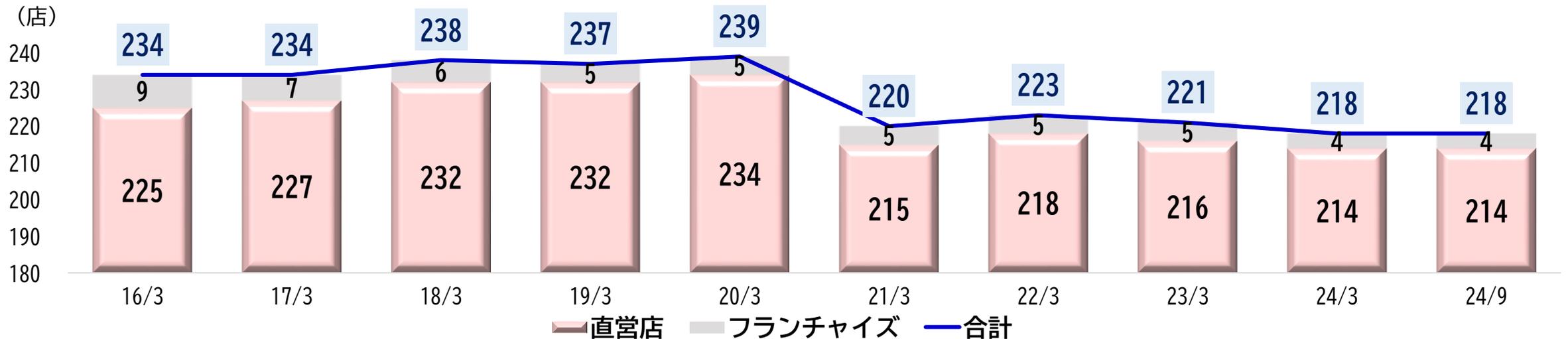
2024年9月末時点 エリア別店舗内訳

地区	合計店舗数	Joshin		BOOK-OFF	TSUTAYA
		直営店	FC店		
関西	142店	135店		6店	1店
東海	34店	32店	2店		
北信越	23店	23店			
関東	17店	17店			
四国	2店		2店		
合計	218店	207店	4店	6店	1店

2024年度 出店・閉店の推移

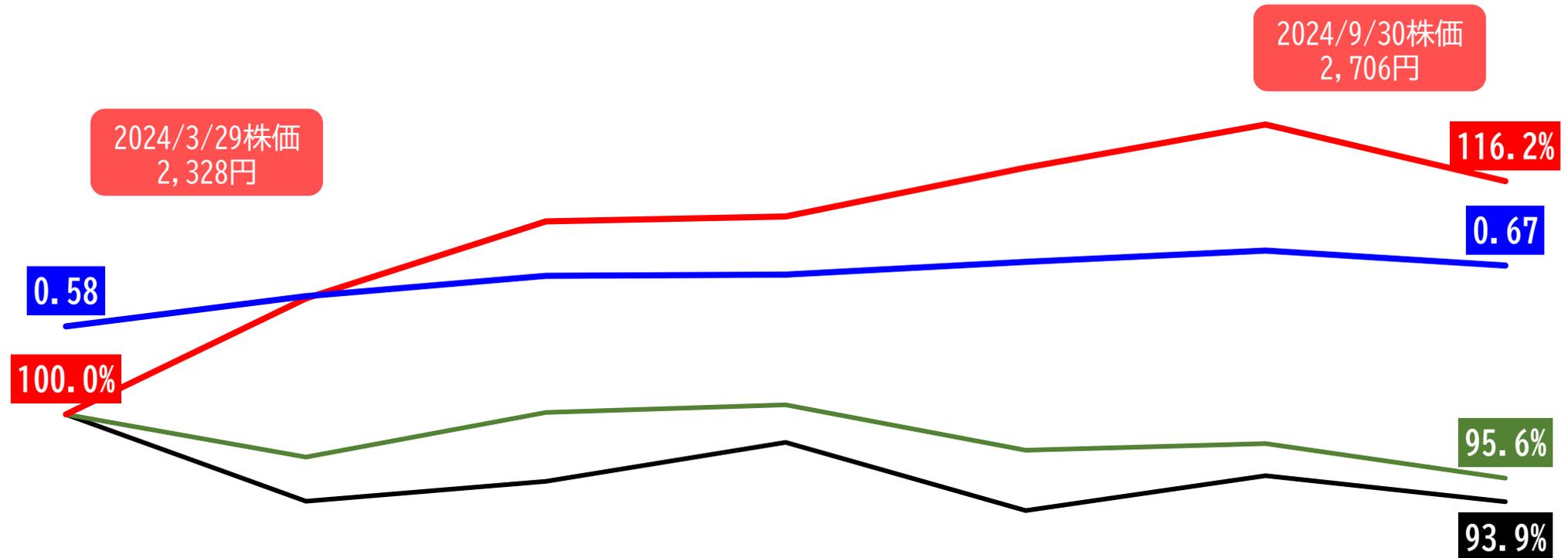
移転を伴う新規出店		都道府県	業態	店名
2024年	4月	埼玉県	Joshin	ソコラ所沢店
2024年	4月	埼玉県	Joshin	草加松原店

閉店		都道府県	業態	店名
2024年	4月	埼玉県	Joshin	草加まづら店
2024年	8月	兵庫県	TSUTAYA	TSUTAYA加古川店



## 当社株価とPBRの推移

2024年に入り日経平均およびTOPIXを上回るパフォーマンスで推移し、PBRも0.6倍台に改善



※PBR = 株価 ÷ 一株当たり純資産 (BPS) にて試算  
 ※BPS = 純資産 ÷ 発行株式数 (自己株式除く) にて試算

2024/3/29

2024/4/26

2024/5/31

2024/6/28

2024/7/26

2024/8/30

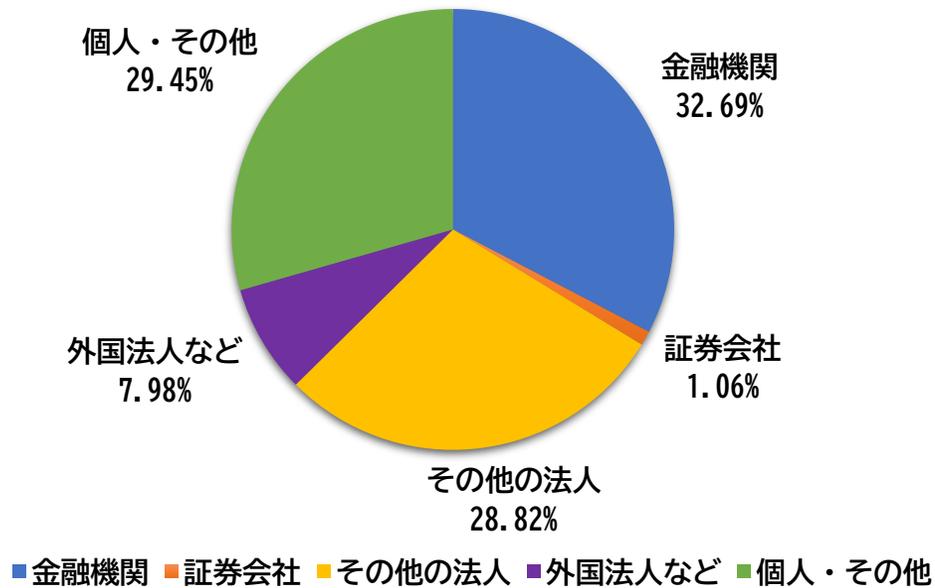
2024/9/30

— 日経平均 — TOPIX — 上新電機 — PBR (倍)

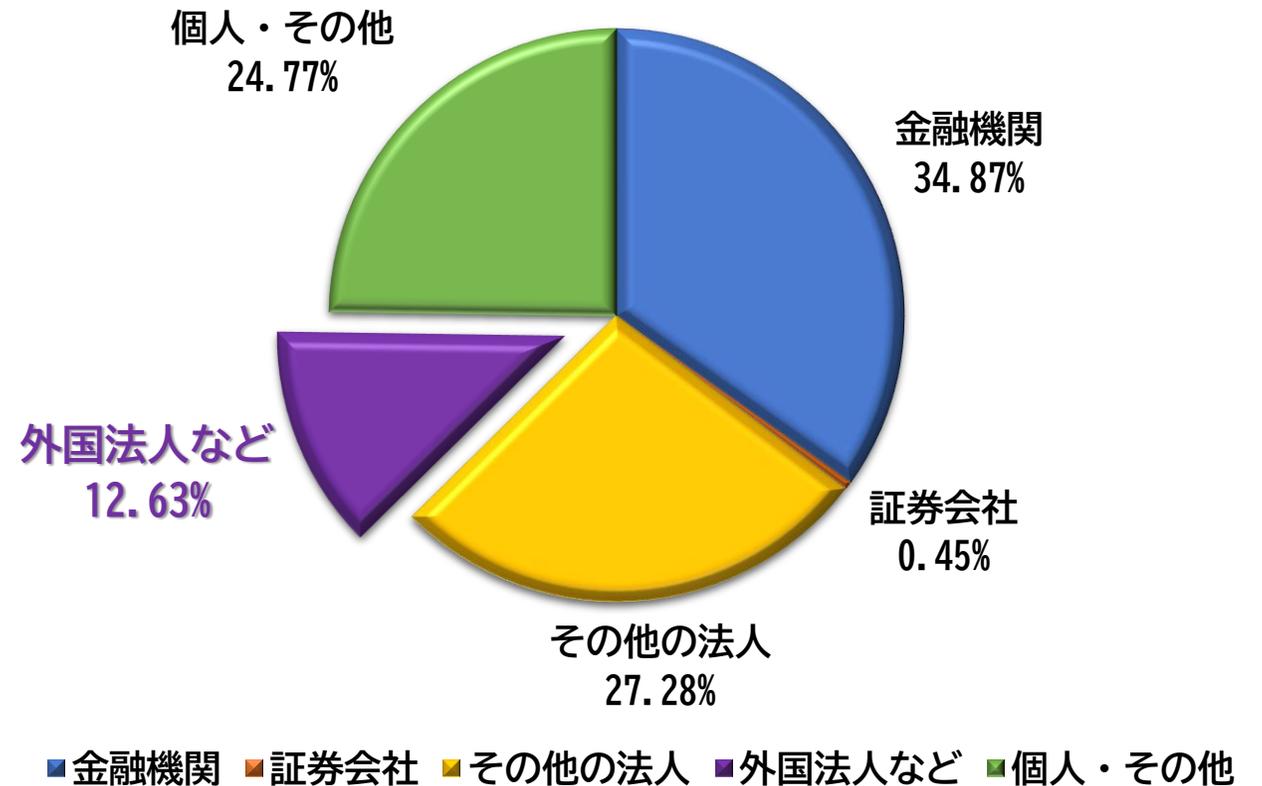
## 株主構成の推移

●外国法人などの保有比率が12%台に上昇

2024年3月31日現在



2024年9月30日現在



(注) 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

## [目次]

---

- 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算  
2024年度（2025年3月期）通期予想
- 中期経営計画（JT-2025 経営計画）の  
取り組みについて



## 「統合報告書 2024」 発刊



## 主なコンテンツ強化ポイント

代表取締役をはじめとする全社内取締役のメッセージ掲載

マテリアリティの主な目標、成果、課題及び対策を更新

価値創造プロセス掲載のビジネスモデルを刷新

「JT-2025 経営計画」に掲げる事業戦略の進捗状況

全執行役員のメッセージ掲載

資本コストや株価を意識した経営の実現を新たに掲載

環境価値関連図と生物多様性への対応を新たに掲載

事業ステージに連動する人財像を新たに掲載

従業員エンゲージメントに関するコンテンツを充実

社外取締役全員による座談会を2年連続で開催

詳しくは、下記のURLをご覧ください。

<https://www.joshin.co.jp/ja/csr/archive.html>

※英語版は、11月中に英語サイトにて公開予定です

「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 1/10

個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>● E C店舗とリアル店舗とのシナジーを重視した出店・既存店の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新規出店、毎年2店舗（うち関東1店舗）純増を計画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点新規出店：2店舗（埼玉県）両店とも移転店舗</li> <li>■ 10月以降：関西2店舗、東海1店舗出店予定（うち1店舗は移転物件）</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 全面改装：18店舗、部分改装：23店舗、リフレッシュ改装：65店舗 計106店舗を計画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点全面改装：11店舗、部分改装：12店舗、リフレッシュ改装：37店舗</li> <li>■ 10月以降：全面7店舗、部分11店舗、リフレッシュ28店舗改装予定</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ICTを駆使した高効率・高品質営業実現による顧客満足度の向上（タッチパネルによる商品選択、オンライン接客、セルフレジ、接客支援システム、電子POP、デジタルサイネージなど）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ フルセルフレジ導入を本格化、レジ運営に関わる業務を軽減し、接客に注力できる店舗運営体制を構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新店・全面改装店舗でフルセルフレジを導入、導入店舗のモニタリングを行い運営面も含めた改良を継続実施</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ システムを十分に活用しきれていない店舗に対し、本部からの指導・支援を通じた効率化運営をサポート</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 奈良三条大路店で順調なスタートを切ったが、導入店舗を拡大する中で課題もみつきりシステムの改良・改善を実施</li> <li>■ 店舗側の理解促進や運営支援も並行して実施</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 専門資格の取得に加え、社内教育体制による従業員の販売力・提案力・接客力の強化（家電アドバイザー、家電エンジニア、スマートマスター、福祉住環境コーディネーターなど）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 次席者・品種別エリアリーダー等、階層別研修を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点階層別研修開催回数：次世代リーダー研修3回／エリアリーダー研修2回</li> <li>■ 10月以降も同数以上の研修を実施予定</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 店舗交換研修の積極的な実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点店舗交換研修受講人数：39名</li> <li>■ 10月以降は個店レベルでの実施に移行</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家電、エンターテインメント商品に次ぐ第3の柱としてリフォーム・モバイル商品の取り組み強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 売場の強化（壁面コーナーでの外壁塗装などリフォーム訴求、補助金訴求拡大）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「外壁塗装」の壁面での訴求を24店舗で実施、一定の効果が確認できたものの目標には未達</li> <li>■ 10月以降は見積から成約に繋がる成約率の向上に注力</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 接客力向上のためクローザー同行研修を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 毎年2月に開催を計画、下期に研修実施予定</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ モバイル商品は着座コーナーを充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 着座スペースは各店舗で導入済、全面改装・部分改装店舗を中心に着座スペースを拡大中</li> </ul>

リアル店舗

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 2/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
E C	● お客さまをサポートする商品の強化（お客さまの課題を解決する品揃え強化）	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在庫ありアイテム数：198,800アイテムに拡大（計画比103%）</li> <li>■ 掲載商品：75万アイテムに拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月時点在庫ありアイテム数：214,000アイテム（計画比107%） 販売機会ロスを最小限に留めるべく、アイテム数の拡大を継続</li> <li>■ 9月時点掲載商品：75.2万アイテム（計画比100%）</li> </ul>
	● 社内DX人財の育成・確保によるEC事業運営体制強化（DX人財育成に向けた教育体制の整備、内製化の推進）	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ DX人財育成にむけた外部教育、OJTのさらなる強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2024年度DX人財教育受講対象者：15名（OJT：15名）</li> <li>■ 9月末時点DX人財教育研修開催数：12回（2024年度開催計画数：36回）、メンバー全体のスキルアップを推進</li> </ul>
	● お客さまからの問い合わせ対応の体制強化、スタッフの商品スキル・対応力向上の為の教育強化（顧客満足度向上の為に超高齢社会を見据えた利便性向上、直接購入支援、熟練社員の活用）	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ CSの更なる向上、超高齢社会を見据え寄り添う対応、利便性向上、直接購入支援の実現</li> <li>■ 豊富な経験とスキルを持つ熟練社員の活用</li> <li>■ 問い合わせ対応率と品質向上の両面を引き上げるべく、モニタリング機能、教育の更なる強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ お客さまの対応スキル向上による丁寧な購入支援の実現（教育の充実、対応マニュアルの整備など）</li> <li>■ サイト上で問い合わせ対応が完結できるコンテンツ類のブラッシュアップ</li> <li>■ 熟練社員の効果的な配置による顧客対応チーム全体のレベルアップ</li> <li>■ モニタリングで収集した対応データを分析し品質向上のため課題を明確にし、問い合わせ対応率と対応品質の引向上に資する教育を推進中</li> </ul>
	● お客さまに支持される魅力あるサイトへの成長（マーチャンダイジング力強化で厳選したアイテムの調達と魅力あるオリジナル商品の開発）	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ MD力強化で厳選した魅力有るオリジナル商品の開発、販売を強化、拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ メーカーとの連携による自社オリジナル商品ラインナップの強化 9月末時点アイテム数：70アイテム（計画比117%）</li> </ul>
	● EC購入商品の店舗受取など顧客利便性向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ EC掲載商品のリアル店舗受け取りを2024年4月より本格稼働開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 関西、東海、北信エリアにつづき2024年9月から関東及び北越エリアでも店舗受け取りスタート</li> <li>■ 東京物流センター内に関東宅配センターを設置し関東圏の一部へのお届けを開始、配送スピードの向上と経費削減を実現</li> <li>■ 東京物流センターにおける注文状況に応じた柔軟な在庫調整を実施</li> </ul>

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 3/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
家電	● 家庭内カーボンニュートラルの実現に向けた「環境配慮型製品（省エネ商品）」の販売強化	■ 対象商品をテレビ⇒洗濯機に変更、節水ドラム式タイプの目標台数構成比：25%	■ 9月末時点販売台数構成比：23.5%
		■ 環境配慮型製品全体の目標台数構成比：30% ※テレビ⇒洗濯機の変更により35%から下方修正	■ 10月以降ハイカテゴリーキャンペーンの実施でドラム式洗濯機の集中販売の精度アップ ■ 9月末時点販売台数構成比：22.9% ■ 10月以降実施の各商品の担当者会議での落とし込みと店舗間格差是正
エンターテインメント	● 高いシェアを維持しているエンターテインメント商品の更なる強化による、確固としたブランディングの確立	■ 売場作りコンテストを複数回実施	■ 年間目標6回以上に対し9月末時点売場コンテスト実施回数：7回 ■ 10月以降の取り組み：下期は4回を予定
		■ ソフト及びパーツ、店頭訴求ツールの見直し及び売場作りの促進	■ ゲームソフト&アクセサリ売場訴求強化 9月末までに店頭訴求ツールを見直した店舗数：197店舗 ■ 10月以降の取り組み 販売強化商品の展開例の案内を都度行い、売場作りの促進及び完成度向上
		■ エンターテインメント担当人材の育成強化を目的に集合社員研修を複数回実施	■ 年間16回以上の集合社員研修目標に対し9月末時点集合社員研修開催数：12回 ■ 10月以降の取り組み：下期は9回を予定

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 4/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
リフォーム	● 家庭のカーボンニュートラルに資する商品への取り組み（V2H・定置型蓄電池・開口部断熱・高効率給湯器）	■ 創エネ・蓄エネ・EV充電設備・エコ内窓・高効率給湯器・開口部断熱商品の普及 ※太陽パネル・家庭用蓄電池・EV充電設備・玄関ドア・外壁塗装	■ 9月末時点対象商品販売実績：①エネルギー関連合計：計画比95% 開口部断熱計：計画比143% ③塗装工事計：計画比36% ■ 10月以降の取り組み カーボンニュートラルに資する商品については、経済産業省・国土交通省・環境省が次年度の予算概算要求において補助金の予算を出しているため、引き続き取り組みを強化
	● 住宅の「ストック循環」と「高性能化によるQOL（クオリティオブライフ：「生活の質」「生命の質」）向上」のためのリフォーム商品への取り組み（節水・家事負担軽減・子育て対応改修・高機能な浴室・介護関連等）	■ システムキッチン・システムバス・トイレリフォームなど水回り商品の取組強化	■ 9月末時点対象商品販売：計画比102% ■ 10月以降の取り組み ①システムバス+洗面台セット提案施策の実施 ②トイレ、温水洗浄便座拡売コンテストの実施 ③キッチン・バスにおけるオプション無償訴求
	● 高齢社会のレジリエンス強化支援としての介護リフォームへの対応	■ 福祉住環境コーディネーター資格取得の推進継続	■ 9月末時点資格取得人数：101名（2024年3月末比20名増加 ※全社ベース） ■ 10月以降の取り組み リフォーム事業の営業活動を担う「スマートライフ営業部」において第3四半期中に実施される試験にて合格目標を34名に設定

# 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 5/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
モバイル通信	● モバイル端末+ネットワーク関連サービスの顧客ニーズに寄り添った提案	■ リアル店舗別の目標設定を見直しボリュームアップのためイベントを1,000件以上実施(前年800件)	■ 9月末時点イベント開催件数：3,600回
		■ 接客力・提案力強化に向けた専門の研修施設での育成プログラムを実施	■ 下期実施計画4,000回 ■ 9月末時点育成プログラム受講人数(開催回数)：41名(28回) ■ 10月以降は上期に学んだ内容を実践→課題解決のフォロー研修を実施予定(実施予定回数：8回)

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
サポートビジネス	● お客さまの課題解決、お役立ちの実現に向けたサポートメニュー拡充	■ 関西でレンタル取り扱い店舗を拡大(目標15店舗) ※美顔器、シャワーヘッドからスタート	■ 9月末時点で11店舗にて展開(2024年3月末比10店舗増加) ■ 2024年度15店舗での取扱実現に向け、関西以外にエリアを広げ展開を予定 ■ 高圧洗浄機、美顔器、シャワーヘッドはレンタルを開始
	● サブスクリプション、リカーリングを意識した新規ビジネスの構築	■ 「U-NEXT for Joshin」の提供を2024年4月1日より開始 ■ 「AppleCare+」の月払いプラン取り扱いを2024年4月1日より開始	■ 9月末時点契約件数：37,000件(計画比90%) ■ 加入4ヶ月目サービス継続率50%を目標とした獲得力強化(現在40%) ■ 9月末時点契約件数：530件(計画比57%) ■ AppleCare+の添付率向上の為、一括払いプランを含めた販売力強化研修の実施
	● リユースビジネス強化によるサーキュラーエコノミーの実現	■ 買取ホームページの刷新により宅急便買取を強化 ■ リユーススマートフォン取扱店舗拡充	■ 9月末時点で7割の進捗状況、リリースは第4四半期を予定。 ■ 9月末時点宅配便買取実績：225件(計画比102.7%) ■ 9月末時点リユーススマホ取扱店舗数：40店(2024年3月末比9店舗増加) ■ 下期も改装店舗へリユーススマホの什器を設置及び販売研修の実施

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 6/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
プロモーション マーケティング	● ファンベース戦略を推進するために「新ロイヤルティプログラム」導入	■ 会員さまとのリレーションシップを強化し機動的なサービス提供体制を目指す	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 販売チャネル（リアル店とJoshin webショップ）を統合したキャンペーンを実施</li> <li>■ VIPランクのステータス向上にむけたブラッシュアップを検討</li> </ul>
	● リテールメディア「Joshin ads」の運用による情報発信の強化と収益化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 販売メニューの拡充、さらなる販売代理店の開拓</li> <li>■ 取引メーカーへのサービス高度化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末までの受注金額は前期比約3倍を獲得</li> <li>■ 大手プラットフォームとの連携を準備</li> <li>■ 媒体メニューのリニューアルを実施</li> </ul>
	● Joshinアプリとデジタルメディアの利活用による顧客接点強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ MA（マーケティングオートメーション）システムのシナリオ運用強化 ※シナリオ：お客さまの属性や行動履歴に応じて、事前に設定したストーリーに基づいてアクションを実行する機能</li> <li>■ 最適なタイミングでのアプリ配信の確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 会員毎の気象情報の統合、店頭ビーコンによる行動履歴、Joshin webサイト内行動履歴など、CDPプラットフォームへのデータ統合が完了</li> <li>■ シナリオ配信量産に伴い、毎週行う一斉配信の案件を効率化</li> </ul>

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 7/10

個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たな顧客満足の創出、従業員の働き方改革（営業活動のICT武装）、迅速な経営判断に資するデータフロー基盤の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ フルセルフレジ（持ち帰り商品）導入店舗拡大（労働力不足対策およびレジオペレーションの簡素化）</li> <li>■ プリンターインクらくらく注文機の設置店舗拡大および派生モデルの開発（シェーバー替刃、電動歯ブラシ替ブラシ、空気清浄機フィルター、メモリカードなど）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点導入店舗数：21店（2024年3月末比13店増加）</li> <li>■ 10月以降の導入計画：8店舗</li> <li>■ 9月末時点設置店舗数：19店（2024年3月末比15店増加）</li> <li>■ 10月以降の設置計画：9店舗、派生モデルも開発検討中</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP（カスタマー・データ・プラットフォーム）の更なる高度化とMA（マーケティングオートメーション）を実践したOne To Oneマーケティングによる最適なアプローチの実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ECサイトにおける顧客行動履歴データの取得</li> <li>■ パーソナライズされた最適なアプローチの実践</li> <li>■ One To Oneマーケティングの実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点：当社ECサイトの行動履歴データをCDPに取得済</li> <li>■ 取得した顧客行動履歴データをもとに顧客プロフィールを作成中</li> <li>■ 12月末完成の顧客プロフィールを利用したメール配信実施予定</li> <li>■ MAにてシナリオを作成してOne To Oneのアプリプッシュ配信中</li> <li>■ 購入商品に基づく関連商品案内、再来店促進のアプリプッシュなど配信</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Joshinアプリをプラットフォームにした会員サービスのさらなる充実（電子レシートや説明員順番予約、生体認証技術の活用、修理相談、購入家電管理リストなど）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Joshinアプリを入口としたリモート接客サービスの実現（持込対象品の修理相談、エアコンやリフォーム等の見積相談）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点：持込対象品のリモート修理相談を準備中</li> <li>■ 10月以降の計画：エアコンやリフォームのリモート見積相談を検討</li> </ul>

情報システム  
(ICT)

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 8/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
物流	● 関東圏をカバーする物流体制の拡充（関西茨木物流センターを核とする東西2拠点化物流体制の整備）	■ 東京物流センター 2024年6月よりEC出荷を開始、TC/DC/EC機能を兼ね備えたマルチ対応型物流センターへ移行	■ 2024年6月より関西茨木物流センターに引き続き新たなマテハン機器を導入し、東京宅配センターを稼働させEC商品の出荷も開始 ■ 今後はさらに商品アイテムを増やし出荷能力を向上
		■ 関西茨木物流センター マテハン機器導入による省人化推進	■ 年末商戦に向けてさらなる効率化・省人化を目的とした新たなマテハン機器を導入（11月本格稼働予定）
	● 運送・物流業界における「働き方改革関連法」施行への対応（パートナー企業を中心としたお取引先様との連携強化）	■ 「物流2024年問題」対策検証及び新たな検討課題の抽出と対策	■ 2024年4月1日より①店舗配送ルートおよび配送回数の見直し②中部地区を拠点とした中継輸送の取り組みを開始、一定の効果が出ていることを確認
		■ 物流の2025年以降の課題を想定した対策の準備	■ 今後は店舗への商品補給において①店舗補給完全検品レス②コーナー別（棚別）コンテナ納品③社内メール便体制の見直しなど実施予定
		■ 中部地区に関東地区への中継拠点設立（ドライバー交代方式+スワップ輸送）	■ ドライバー交代方式+スワップ輸送については引き続き継続
	● 省人化による高効率物流体制の確立	■ 店舗補給伝票レス化：2024年4月東海・北陸エリア導入	■ 店舗補給伝票レス化については関西・東海・北陸エリアは既に導入済
		■ 東京エリアにおける店舗補給伝票レス化導入準備	■ 東京エリアについては10月末導入予定
	● 宅配など外部ネットワークを活用した配送エリアの拡大	■ 関西茨木宅配センターメンバーのスキルアップによるリアル店舗に対するサービス体制の強化	■ 2024年4月より部内でスキルマトリックス制度を導入、各業務における個人間格差をなくし店舗に対するサービス力を強化 ■ 物流統括部社内ホームページ画面を刷新
		■ 店舗間使用頻度の格差是正に向けた取り組み強化	■ 執行役員会の中で大型の商品配送・設置・リサイクル実績を月次で報告

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 9/10

個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
● 従業員の高齢化に備えた多様な人財採用と教育の推進（リスクリングによるサービスメニューの拡充）	■ 外勤女性社員の採用促進 ※採用媒体の見直し、コンテンツ強化	■ 女性配達サポーター1名採用内定（10月1日入社予定）、10月以降も採用継続 ■ 媒体内に女性社員をモデルとした写真を掲載、ポジティブアクションに基づいた女性積極採用の文言追記等を実施
	■ 各リスクリング研修を通じた教育の推進によるサービスメニューのラインナップ強化	■ 全従業員を受講可能とした各サービスマン向けのリスクリング研修を実施 ■ 【実績】4月役職者研修1回16名、5月ビジネスマナー研修2回18名、7月講師育成研修1回7名 ■ 【新設】サービスマンCS研修1回11名を予定、10月以降も継続実施
● サービスマン（出張修理）の技術支援体制構築	■ 白物家電を中心とした訪問件数の拡大	■ 新規持出パーヘッド目標5.0件を設定、全SS計4.1件(前期4.2件)、関西エリア計4.3件(前期4.3件) ■ 白物家電を中心としたメーカー研修を実施 ■ 2025年1月より洗濯機・電子レンジの駆け付けサービス(即日対応)の仮稼働を予定
	■ ビジネス開発部におけるOJT教育の継続強化	■ エアコンOJTを前年度より人員を8名増強し、延べ1,295台を設置 ■ OJT教育の継続強化により、技術・接客・接遇を向上 ■ 自社エアコン工事担当者15名体制から12名育成し27名体制に強化、今夏のOJTを終了

## 「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 10/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
配送・設置・工事 ②	● 自社グループによるサービス提供エリアの拡大と能力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商品別配達設置マニュアル作成及び、エアコン据え付け工事仕様書の適宜更新と周知徹底など、協力会社も含めた自社グループによるサービス能力と品質の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点：協力会社の全対象者810名(配達255名、工事555名)を対象とした導入研修を実施</li> <li>■ 配達設置マニュアルや未ルール化のものを分析し、各マニュアルの改定予定</li> </ul>
	● 安定した能力（配達・工事）確保と品質向上に向けた、自社グループと委託先によるハイブリッド体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新規協力会社開拓プロジェクトの強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 協力会社従業員を対象の技術研修・CS研修による作業品質の維持を推進</li> <li>■ 9月末時点：工事52社・配達3社と新たに契約締結</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 協力会社に対するガバナンス教育の充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点：新規28社が導入研修を受講済</li> <li>■ パートナーサポート担当の立ち合い率：下期50%以上を目標に設定</li> <li>■ 10月以降より安心・安全な作業の実現に向けた顔認証システムを導入予定</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 品質向上に資するCS研修の維持強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 9月末時点：CS研修を42回開催し158名が受講</li> <li>■ 相互研修に上新電機/ジョーシンサービスから合わせて5月：73名(店舗3年目の必須研修化)、6月：15名が参加</li> <li>■ 10月以降「相互研修予約支援システム」の運用開始を目指し情報システム部と調整中</li> </ul>
● ICTを活用した新しい修理相談窓口の創設（オンライン診断の実現）	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Joshinアプリを利用した専門技術者による店舗持込修理品のリアルタイムオンライン故障診断サービス開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ コールセンター受電業務の外部委託を調整中</li> <li>■ 10月以降（第3四半期）には上記調整を終え、運用開始を予定</li> </ul>	

## 見通しに関する注意事項

- ① 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する内容は、本資料作成時点における当社の判断に基づくものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。
- ② 本資料には監査を受けていない概算値を含むため、数値が変更になる可能性があります。

ひと、まち、笑顔に。  
**Joshin**

— お問い合わせ —

上新電機株式会社 経営企画部  
本社所在地: 大阪市浪速区日本橋西一丁目6番5号  
TEL: 06-6631-1122  
URL: <https://www.joshin.co.jp/>