ひと、まち、笑顔に。

Joshin

2024年度（2025年3月期）
通期決算説明資料

2025年5月9日

上新電機株式会社

証券コード：8173

［目次］

■ お知らせ

■ 2024年度（2025年3月期）通期決算
2025年度（2026年3月期）通期予想

■ 中期経営計画（JT-2025 経営計画）
進捗と取り組み状況について

①個別戦略
②サステナビリティへの取り組み

■ トピックス

商号の変更に関するお知らせ

（1）新商号

株式会社Ｊｏｓｈｉｎ

（英文表記：Joshin　Corporation）

（2）変更予定日

２０２６年４月１日

※　本商号変更は、2025年6月下旬開催予定の第77回定時株主総会において、定款の一部変更が承認されることが条件となります。

（3）変更の理由

当社は、「経営理念」及び「経営ビジョン」を実現し、「２つの社会価値」の創出を当社グループの持続的な成長及び企業価値の向上につなげていくため、「電機」の枠にとらわれない柔軟な組織体制への移行を目指しております。
お客さまをはじめとするすべてのステークホルダーのみなさまからお寄せいただく親しみの気持ち、創業の精神や社風を大切に受け継いでいきたいという従業員の声、そして変化の激しい経営環境に柔軟に適応しつつ、変化を成長の「力」に変える経営体制へと変革する決意を「Ｊｏｓｈｉｎ」という新商号に込めて、一層の事業拡大と企業価値向上に取り組んでまいります。

「監査役会設置会社」から「監査等委員会設置会社」への移行に関するお知らせ

１．移行の目的

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るために、これまで独立社外取締役の増員、女性取締役の登用により取締役会の多様性を確保し、執行役員制度の導入、社外取締役を過半数とする指名・報酬委員会、実効性評価委員会の設置、業績連動型株式報酬制度の導入によってコーポレートガバナンス体制の充実に取り組んでまいりました。

当社を取り巻く事業環境が刻々と、しかも激しく変化する中、このたびの監査等委員会設置会社への移行を機に、業務執行の決定に関する取締役会の権限を大幅に委譲することで意思決定の一層の迅速化を図るとともに、取締役会において中長期の経営戦略や資本政策などの企業価値向上に資する事項を重点的に審議することで、取締役会の実効性向上を図ってまいります。

また、独立社外取締役のみで構成する監査等委員会が業務執行の適法性・妥当性の監査・監督を担うことで、コーポレートガバナンス体制の更なる強化を図り、より透明性の高い経営を実現してまいります。

２．移行の時期

２０２５年６月下旬開催予定の第７７回定時株主総会において、必要な定款変更について承認をいただき、監査等委員会設置会社へ移行する予定です。

ひと、まち、笑顔に。
Joshin

役員の人事異動に関するお知らせ

現行体制(監査役会設置会社)

		役員氏名	性別	役職等	指名・報酬委員会	実効性評価委員会
取締役会	1	金谷　隆平	男性	代表取締役 社長執行役員/ＣＥＯ	委員	
	2	高橋　徹也	男性	代表取締役 副社長執行役員	委員	
	3	横山　晃一	男性	取締役 常務執行役員		
	4	田中　幸治	男性	取締役 常務執行役員		
	5	大代　卓	男性	取締役 常務執行役員		
	6	内藤　欣也	男性	社外取締役 （独立役員）	委員長	委員長
	7	山平　恵子	女性	社外取締役 （独立役員）	委員	委員
	8	河野　純子	女性	社外取締役 （独立役員）	委員	委員
	9	西川　清二	男性	社外取締役 （独立役員）	委員	委員
監査役会	10	山本　英寿	男性	常勤監査役		委員
	11	早川　芳夫	男性	社外監査役 （独立役員）		委員
	12	吉川　和美	女性	社外監査役 （独立役員）		委員
	13	大槻　和子	女性	社外監査役 （独立役員）		委員

監査等委員会設置会社移行後

		役員氏名	性別	役職等	指名・報酬委員会	実効性評価委員会	監査等委員会
取締役会	1	金谷　隆平	男性	代表取締役 会長	委員		
	2	高橋　徹也	男性	代表取締役 社長執行役員/ＣＥＯ			
	3	山平　恵子	女性	社外取締役 （独立役員）	委員長	委員	
	4	河野　純子	女性	社外取締役 （独立役員）	委員	委員	
	5	西川　清二	男性	社外取締役 （独立役員）		委員	
	6	内藤　欣也	男性	社外取締役 監査等委員 （独立役員）		委員長	委員長
	7	吉川　和美	女性	社外取締役 監査等委員 （独立役員）	委員	委員	委員
	8	大槻　和子	女性	社外取締役 監査等委員 （独立役員）		委員	委員

【取締役会の構成】

- 取締役数　９名　⇒　８名
- うち社外取締役　４名　⇒　６名（社外比率：75%）
- うち女性取締役　２名　⇒　４名（女性比率：50%）

異動の期日：2025年6月下旬開催予定の第77回定時株主総会日付

買収防衛策の非継続（廃止）に関するお知らせとＩＲ体制の強化

買収防衛策の非継続（廃止）

当社株式の大規模買付行為に関する対応方針（買収防衛策）（以下「本プラン」）を継続せず、その有効期間が満了する６月下旬開催予定の第７７回定時株主総会終結の時をもって廃止することを決議

廃止の経緯

当社は、2007年6月22日開催の第59回定時株主総会決議に基づき本プランを導入、その後数度の改定を経て現在まで継続
本定時株主総会終結の時をもって本プランの有効期間の満了を迎えるにあたり、今後の本プランの取扱いについて、慎重に検討を重ねた結果、当社を取り巻く経営環境の変化や買収への対応方針の最近の動向、機関投資家をはじめとする株主の皆様からのご意見などを踏まえ、本プランを継続せず、その有効期限である本定時株主総会終結の時をもって廃止することを決議

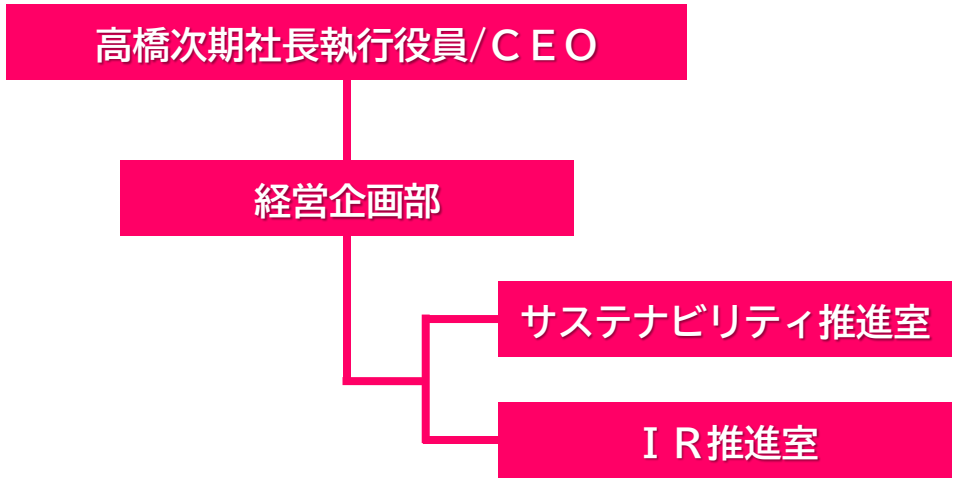
廃止後の対応

本プラン廃止後も、企業価値および株主共同の利益を毀損するおそれのある大量買付行為が行われる場合には、当該行為を行う者に対して、株主の皆様がその是非を適切に判断するために必要かつ十分な時間と情報の提供を求めるとともに、金融商品取引法、会社法その他関連法令の許容する範囲内において、その時点で採用可能かつ適切と考えられる施策を講じてまいります。

ＩＲ体制の強化

第７７回定時株主総会の承認を経ておこなわれる機構改正及び人事異動に伴い、「経営企画部」および「ＩＲ推進室」「サステナビリティ推進室」を高橋次期社長執行役員/ＣＥＯ直轄の組織に移行
「資本コストや株価を意識した経営」の実現に向けて、経営トップ自らが率先し資本市場との対話を一層強化

組織図（2025年4月1日時点）



業績サマリー

2024年度の振り返り

- 主力事業と位置づけている「家電」カテゴリの販売低迷、「販売費及び一般管理費」の支出増加により連結業績は「減収減益」にて着地
- 新型ゲーム機の販売を控え、新作ゲームソフトのリリースも少なかったこともあり、「エンターテインメント」カテゴリも販売低迷
- 「モバイル通信」カテゴリの販売は好調に推移したものの「家電」および「エンターテインメント」カテゴリの販売を補うことができず、結果として「リアル店舗」事業の売上高は大幅な「減収」に終わる
- 収益源である「家電」カテゴリの販売低迷はリベートの減少にもつながり、結果として売上総利益は大幅な「減益」に終わる
- 一方で「ＥＣ」事業の売上高は底を打ち、自社サイト、出店先共に販売拡大に転じたことにより「増収」を確保

2025年度の取り組み

- 「家電」カテゴリの再生を最優先課題と位置付け、当社の強みである配送・設置・工事能力を活かせる「エアコン」「冷蔵庫」「洗濯機」などの大型家電を強化商品に設定、計画的な「商品調達」「販促プロモーション」「インフラ機能強化」などにより、消費増税～コロナ禍前の2018年度水準までの早期の回復を目指す
- 「エンターテインメント」カテゴリにおいては、新型ゲーム機「Nintendo Switch 2」の発売を控え、関連ソフトを含めた周辺マーケットの活況により販売回復を見込む（「リアル店舗」「ＥＣ」双方に貢献）
- 「リアル店舗」事業においては、主力事業である「家電」「エンターテインメント」カテゴリの回復と、成長事業として着実に売上拡大を続けている「リフォーム」「モバイル通信」の実績をアドオンできる体制を構築することで成長軌道への回帰を目指す
- 「ＥＣ」事業においては、構造改革により培った収益体質を維持しつつ、前期から取り組んでいる自社サイトおよび出店先双方の販売拡大を継続的に実施することで、売上拡大による着実な利益の獲得を目指す
- 既存事業の領域拡張に向けて、自前主義にこだわらず、アライアンスなども選択肢として積極的にリソースを獲得
- 新たな事業領域の開拓に向けて「ソリューションビジネス推進部」を新設、見守り、防犯などオンリーワンのビジネス創出を目指す
- 計画に基づくシステム投資の着実な実行により、店舗オペレーションの効率化とコスト合理化の両立を推進する

2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -1

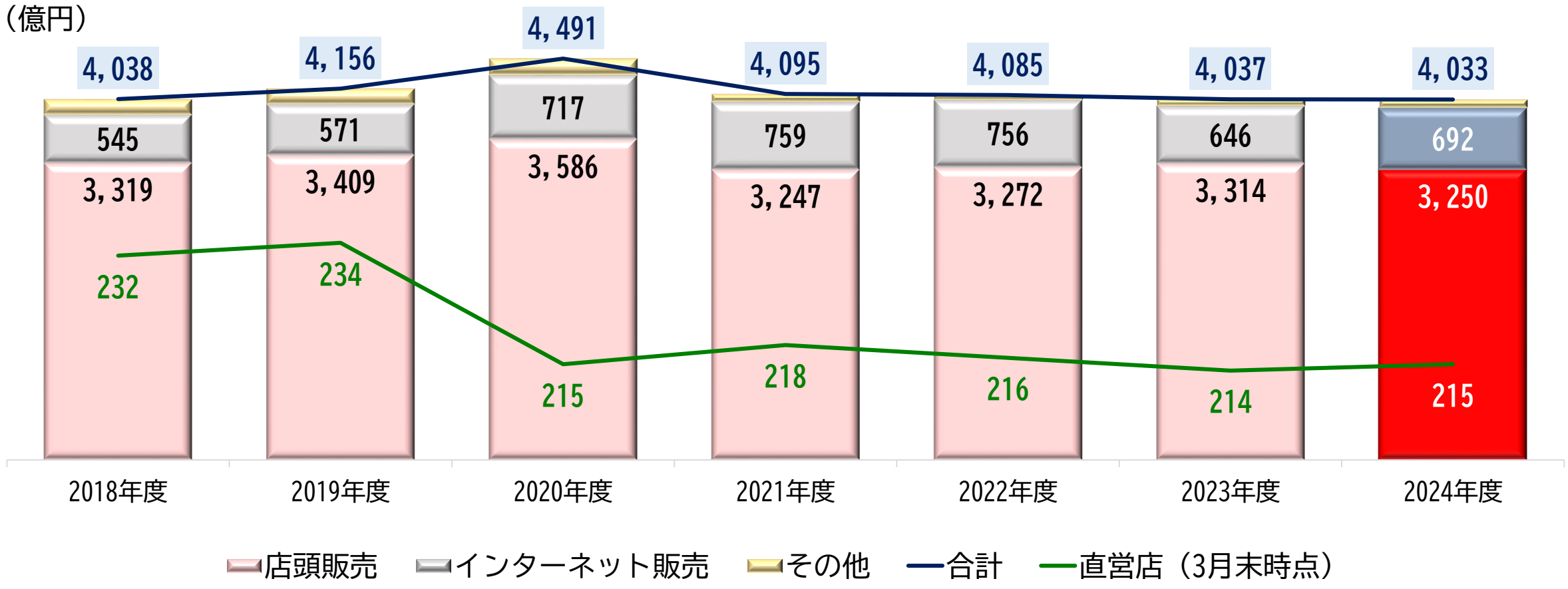
連結損益計算書（4-3月）

（百万円）	2024年度通期（4-3月）						2023年度通期（4-3月）	
	予想	売上比	実績	売上比	増減率	予想増減率	実績	売上比
売上高	400,000	100.0%	403,259	100.0%	△0.1%	+0.8%	403,692	100.0%
うち店頭販売	－	－	325,001	80.6%	△1.9%	－	331,418	82.1%
うちインターネット販売	－	－	69,157	17.1%	+7.0%	－	64,618	16.0%
売上総利益	－	－	102,212	25.3%	△2.8%	－	105,124	26.0%
販売費及び一般管理費	－	－	98,524	24.4%	+1.8%	－	96,759	24.0%
営業利益	4,000	1.0%	3,688	0.9%	△55.9%	△7.8%	8,364	2.1%
経常利益	4,000	1.0%	3,491	0.9%	△57.7%	△12.7%	8,251	2.0%
当期純利益(※1)	3,800	1.0%	3,407	0.8%	△30.3%	△10.3%	4,891	1.2%

※1　親会社株主に帰属する当期純利益

2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -2

店頭販売とインターネット販売の推移

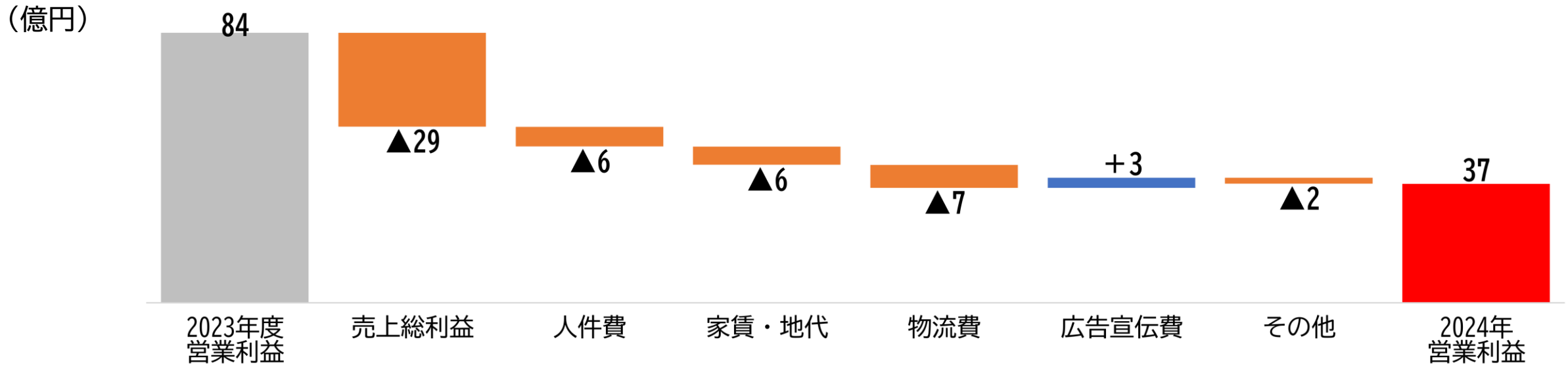


（億円）	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
１店舗あたり売上高（※1）	14.3	14.6	16.7	14.9	15.1	15.5	15.1

※1　店頭販売÷直営店

2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -3

営業利益増減要因（4-3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
4-3月	83	+13	▲7	▲2	+4	+1	▲9	84

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
10-12月	18	▲16	▲1	▲1	▲2	+0	▲1	▲4
1-3月	20	+7	▲2	▲1	▲4	+4	▲1	22

2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -4

連結損益計算書（上期および下期）

（百万円）	2024年度上期（4-9月）			2023年度上期（4-9月）		2024年度下期（10-3月）			2023年度下期（10-3月）	
	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
売上高	191,986	100.0%	△2.8%	197,483	100.0%	211,273	100.0%	＋2.5%	206,209	100.0%
うち店頭販売	157,967	82.3%	△3.3%	163,356	82.7%	167,033	79.1%	△0.6%	168,062	81.5%
うちインターネット販売	29,677	15.4%	△5.7%	31,463	15.9%	39,480	18.7%	＋19.1%	33,154	16.1%
その他	4,341	2.3%	＋63.0%	2,664	1.4%	4,759	2.3%	△4.7%	4,992	2.4%
売上総利益	50,852	26.5%	△3.8%	52,868	26.8%	51,360	24.3%	△1.7%	52,255	25.3%
販売費及び一般管理費	49,013	25.5%	＋1.5%	48,282	24.5%	49,510	23.4%	＋2.1%	48,477	23.5%
営業利益	1,838	1.0%	△59.9%	4,586	2.3%	1,849	0.9%	△51.0%	3,778	1.8%
経常利益	1,777	0.9%	△60.9%	4,549	2.3%	1,714	0.8%	△53.7%	3,702	1.8%
中間純利益（※1）	2,196	1.1%	△29.4%	3,110	1.6%	1,211	0.6%	△32.0%	1,781	0.9%

※1　親会社株主に帰属する中間純利益

2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -5

連結損益計算書（1-3月）

（百万円）	2024年度1Q（4-6月）		2024年度2Q（7-9月）		2024年度3Q（10-12月）		2024年度4Q（1-3月）				2023年度4Q（1-3月）	
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	増減率	10-12月比	実績	売上比
売上高	90,195	100.0%	101,791	100.0%	103,030	100.0%	108,242	100.0%	＋12.3%	＋5.1%	96,402	100.0%
うち店頭販売	73,399	81.4%	84,568	83.1%	80,974	78.6%	86,059	79.5%	＋10.0%	＋6.3%	78,206	81.1%
うちインターネット販売	14,290	15.8%	15,386	15.1%	19,557	19.0%	19,922	18.4%	＋30.2%	＋1.9%	15,301	15.9%
その他	2,505	2.8%	1,835	1.8%	2,498	2.4%	2,261	2.1%	△21.9%	△9.5%	2,894	3.0%
売上総利益	25,137	27.9%	25,714	25.3%	24,498	23.8%	26,861	24.8%	＋2.9%	＋9.6%	26,116	27.1%
販売費及び一般管理費	24,228	26.9%	24,785	24.3%	24,848	24.1%	24,661	22.8%	＋2.2%	△0.8%	24,131	25.0%
営業利益	909	1.0%	929	0.9%	△350	－	2,200	2.0%	＋10.8%	－	1,985	2.1%
経常利益	904	1.0%	873	0.9%	△403	－	2,117	2.0%	＋10.3%	－	1,920	2.0%
四半期純利益(※1)	468	0.5%	1,728	1.7%	198	0.2%	1,012	0.9%	＋32.6%	＋410.6%	763	0.8%

※1　親会社株主に帰属する四半期純利益

2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -6

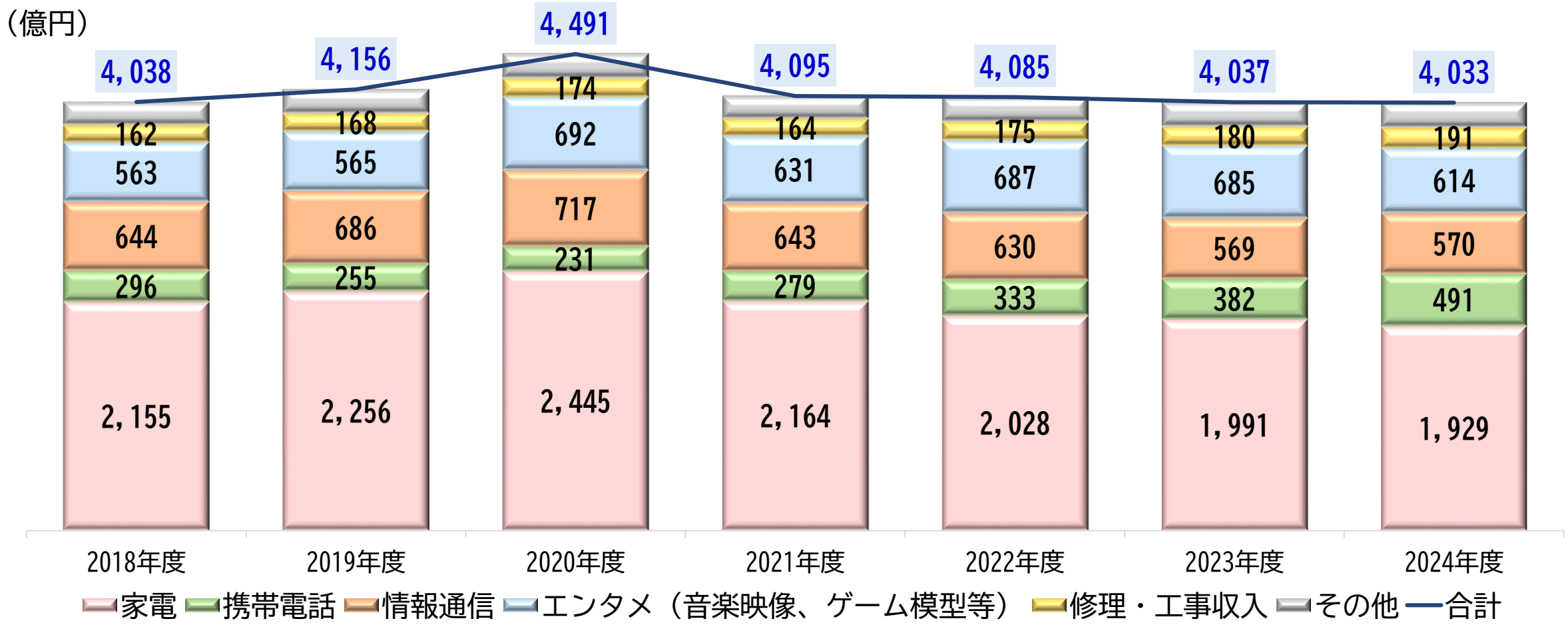
品種別売上高（4-3月）

（百万円）	2024年度1Q（4-6月）		2024年度2Q（7-9月）		2024年度3Q（10-12月）		2024年度4Q（1-3月）			2024年度通期（4-3月）		
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	増減率
テレビ	5,279	5.8%	6,507	6.4%	6,897	6.7%	6,470	6.0%	＋3.4%	25,155	6.2%	△7.4%
冷蔵庫	5,783	6.4%	7,271	7.1%	5,398	5.2%	5,535	5.1%	＋3.4%	23,988	5.9%	△9.0%
洗濯機・クリーナー	7,936	8.8%	9,310	9.1%	9,148	8.9%	9,451	8.7%	＋5.8%	35,847	8.9%	△3.9%
電子レンジ・調理器具	3,531	3.9%	3,734	3.7%	4,624	4.5%	5,205	4.8%	＋9.7%	17,096	4.2%	△2.7%
エアコン	13,109	14.5%	16,699	16.4%	5,728	5.6%	6,409	5.9%	＋21.6%	41,947	10.4%	＋5.5%
パソコン	4,202	4.7%	3,631	3.6%	4,161	4.0%	7,986	7.4%	＋13.5%	19,981	5.0%	△4.1%
携帯電話	8,909	9.9%	10,019	9.8%	13,534	13.1%	16,647	15.4%	＋44.3%	49,110	12.2%	＋28.6%
ゲーム・模型・玩具・楽器	10,897	12.1%	12,030	11.8%	17,745	17.2%	15,715	14.5%	＋0.3%	56,387	14.0%	△11.4%

製品カテゴリ別売上高推移

２０２１年度以降、主力の家電カテゴリは減少傾向で推移するも、携帯電話は拡大傾向で推移

品種別連結売上高の推移



2024年度（2025年3月期）通期決算の概要 -8

貸借対照表

（百万円）	2025年3月末	2024年3月末	増減
流動資産	125,169	124,006	＋1,163
有形固定資産	72,968	74,902	△1,934
無形固定資産	3,612	2,545	＋1,066
投資その他の資産	29,752	31,322	△1,569
固定資産	106,333	108,769	△2,436
資産合計	231,503	232,775	△1,272
（ご参考）			
有利子負債合計	46,025	53,104	△7,078

（百万円）	2025年3月末	2024年3月末	増減
流動負債	80,555	84,571	△4,016
固定負債	46,282	43,590	＋2,691
負債合計	126,837	128,162	△1,324
純資産合計	104,665	104,613	＋52
負債純資産合計	231,503	232,775	△1,272
ネット有利子負債合計	38,317	49,212	△10,894

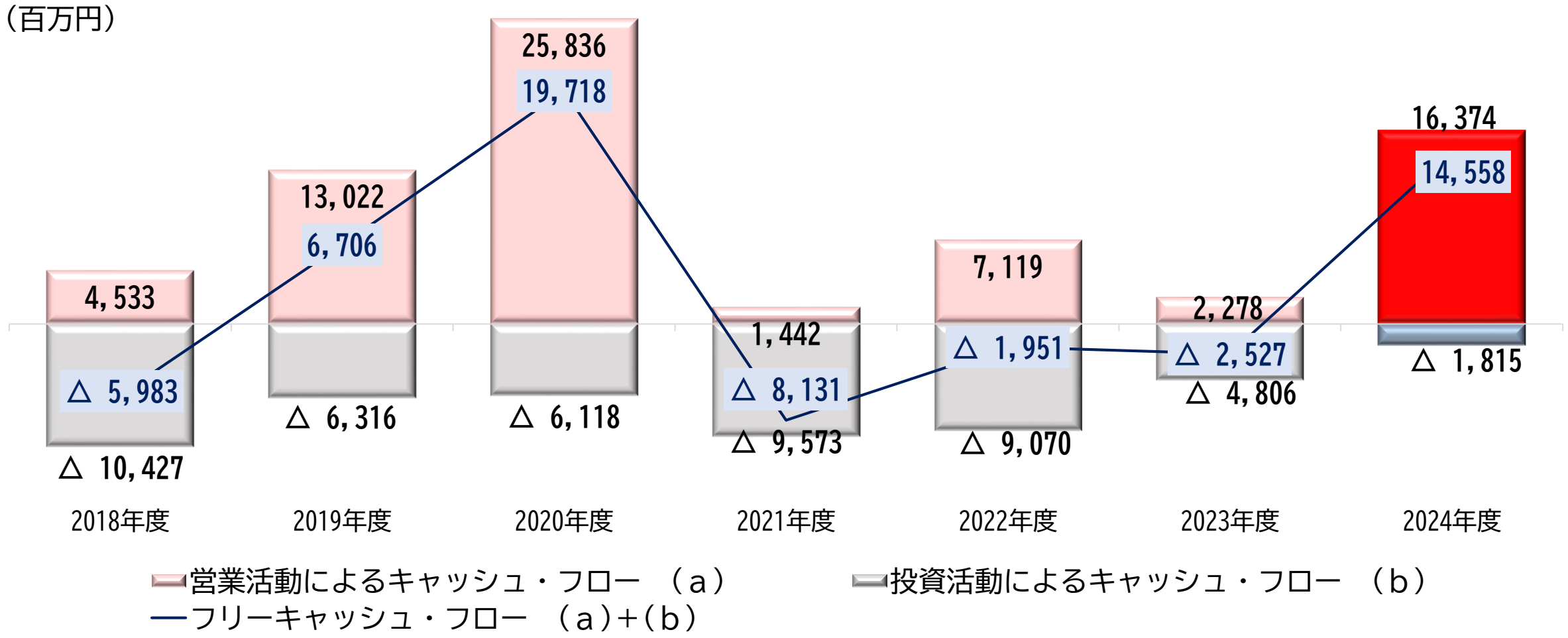
※ ネット有利子負債合計：有利子負債－現金及び預金

キャッシュ・フロー

（百万円）	2025年3月末	2024年3月末	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー （a）	16,374	2,278	＋14,095
投資活動によるキャッシュ・フロー （b）	△1,815	△4,806	＋2,990
（フリーキャッシュ・フロー （a）＋（b））	14,558	△2,527	＋17,085
財務活動によるキャッシュ・フロー	△10,741	3,649	△14,391
現金及び現金同等物の期末残高	7,708	3,891	＋3,816

キャッシュ・フローの推移

営業キャッシュ・フローの大幅な増加により、フリーキャッシュ・フローは２０２０年度以来、４年ぶりにプラスで着地



2025年度（2026年3月期）通期予想

連結損益計算書（通期予想）

（百万円）	2025年度通期（4-3月）			2024年度通期（4-3月）	
	予想	売上比	増減率	実績	売上比
売上高	404,000	100.0%	＋0.2%	403,259	100.0%
うち店頭販売	324,000	80.2%	△0.3%	325,001	80.6%
うちインターネット販売	75,000	18.6%	＋8.4%	69,157	17.1%
売上総利益	109,000	27.0%	＋6.6%	102,212	25.3%
販売費及び一般管理費	105,000	26.0%	＋6.6%	98,524	24.4%
営業利益	4,000	1.0%	＋8.5%	3,688	0.9%
経常利益	4,000	1.0%	＋14.6%	3,491	0.9%
当期純利益(※1)	2,800	0.7%	△17.8%	3,407	0.8%

※1　親会社株主に帰属する当期純利益

2025年度（2026年3月期）半期予想

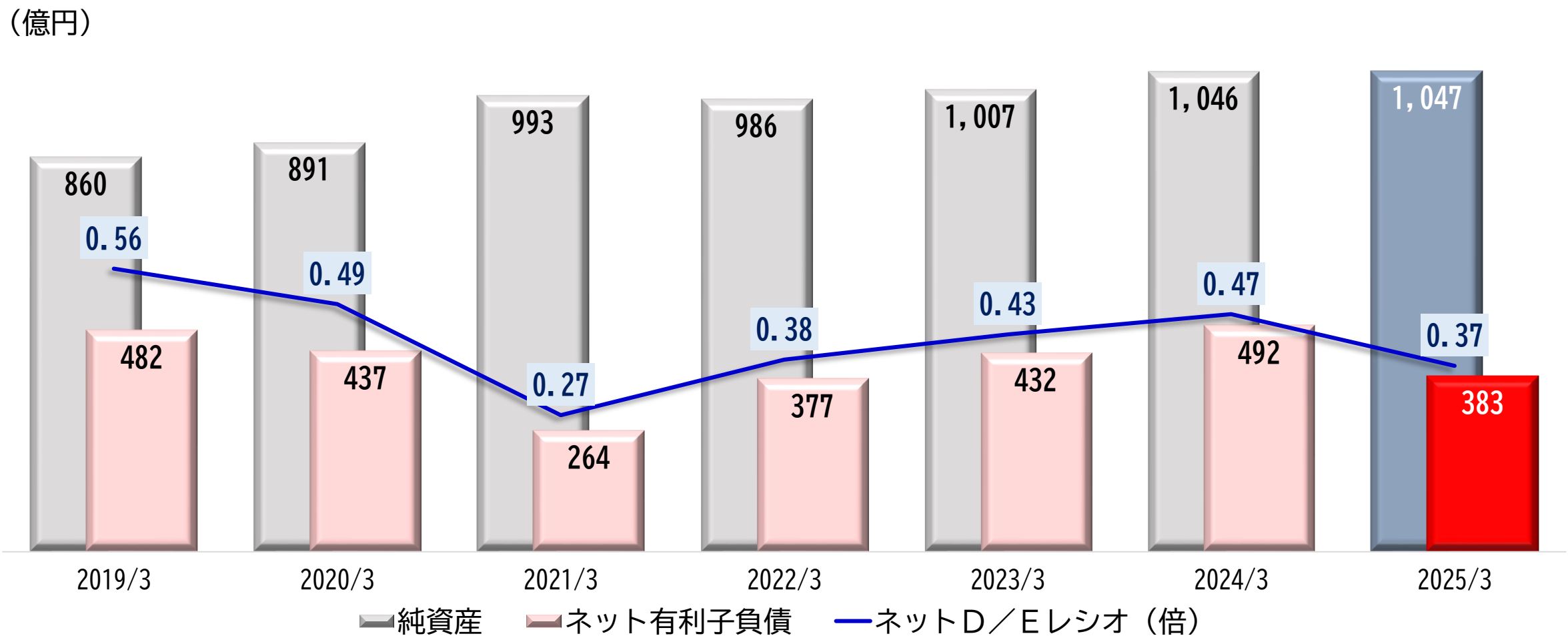
連結損益計算書（上期（4－9月）下期（10-3月）予想）

（百万円）	2025年度上期（4-9月）			2024年度上期（4-9月）		2025年度下期（10-3月）			2024年度下期（10-3月）	
	予想	売上比	増減率	実績	売上比	予想	売上比	増減率	実績	売上比
売上高	196,000	100.0%	＋2.1%	191,986	100.0%	208,000	100.0%	△1.5%	211,273	100.0%
うち店頭販売	157,000	80.1%	△0.6%	157,967	82.3%	167,000	80.3%	△0.0%	167,033	79.1%
うちインターネット販売	36,500	18.6%	＋23.0%	29,677	15.4%	38,500	18.5%	△2.5%	39,480	18.7%
売上総利益	52,000	26.5%	＋2.3%	50,852	26.5%	57,000	27.4%	＋11.0%	51,360	24.3%
販売費及び一般管理費	50,000	25.5%	＋2.0%	49,013	25.5%	55,000	26.4%	＋11.1%	49,510	23.4%
営業利益	2,000	1.0%	＋8.8%	1,838	1.0%	2,000	1.0%	＋8.1%	1,849	0.9%
経常利益	2,000	1.0%	＋12.5%	1,777	0.9%	2,000	1.0%	＋16.7%	1,714	0.8%
中間純利益(※1)	1,600	0.8%	△27.2%	2,196	1.1%	1,200	0.6%	△0.9%	1,211	0.6%

※1　親会社株主に帰属する中間純利益

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月末時点から大幅に減少、ネットＤ／Ｅレシオは低位安定で推移



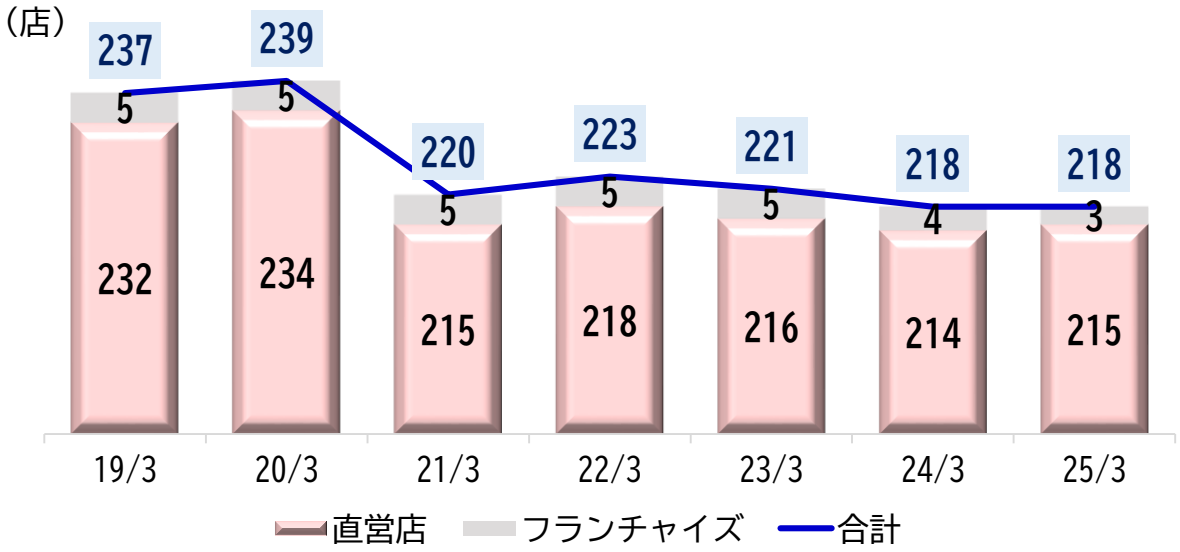
ネット有利子負債　：有利子負債-現預金
ネットＤ／Ｅレシオ：（有利子負債-現金）÷自己資本

店舗数の推移

Joshinグループの「ドミナント戦略」を推進すべく新規出店もおこない「Joshin」ブランド直営店を強化

2025年3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	33店	32店	1店		
北信越	24店	24店			
関東	17店	17店			
四国	2店		2店		
合計	218店	208店	3店	6店	1店



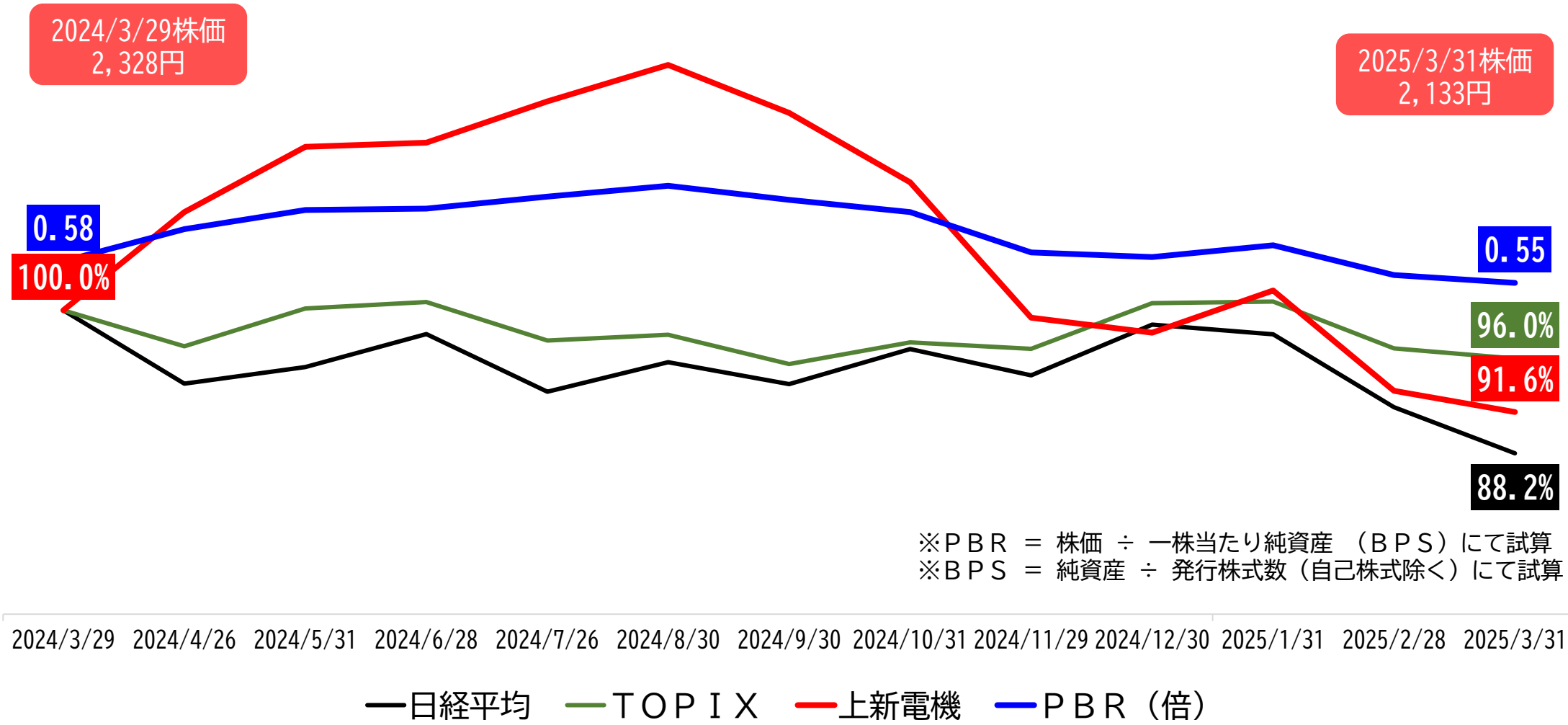
2024年度　出店・閉店の推移

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
2024年	11月	奈良県	Joshin	奈良店
2025年	1月	滋賀県	Joshin	ハズイタウン守山店
2025年	2月	愛知県	Joshin	プライムツリー赤池店
2025年	3月	石川県	Joshin	新小松イオンモール店

閉店		都道府県	業態	店名
2024年	4月	埼玉県	Joshin	草加まつばら店
2024年	8月	兵庫県	TSUTAYA	TSUTAYA加古川店
2024年	1月	滋賀県	Joshin	守山店
2025年	1月	三重県	Joshin	桑名イオンモール店
2025年	2月	愛知県	Joshin	メグリア本店
2025年	3月	大阪府	Joshin	はりなかの店

当社株価とＰＢＲの推移　※2025年3月31日時点

2024年度第2四半期決算発表以降、株価は下落傾向で推移、時価総額は600億円を割り込む着地

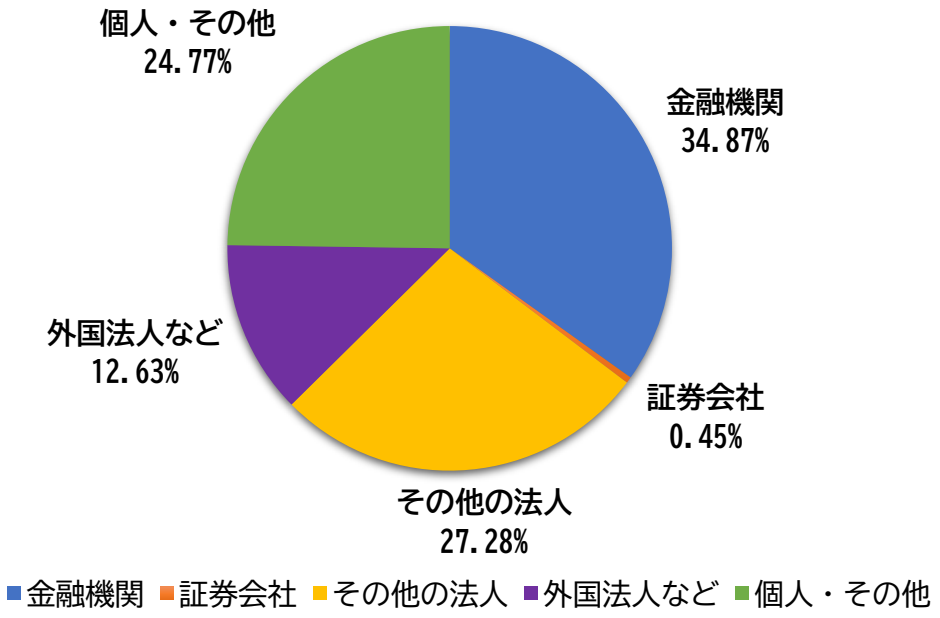


※ＰＢＲ ＝ 株価 ÷ 一株当たり純資産 （ＢＰＳ）にて試算
※ＢＰＳ ＝ 純資産 ÷ 発行株式数（自己株式除く）にて試算

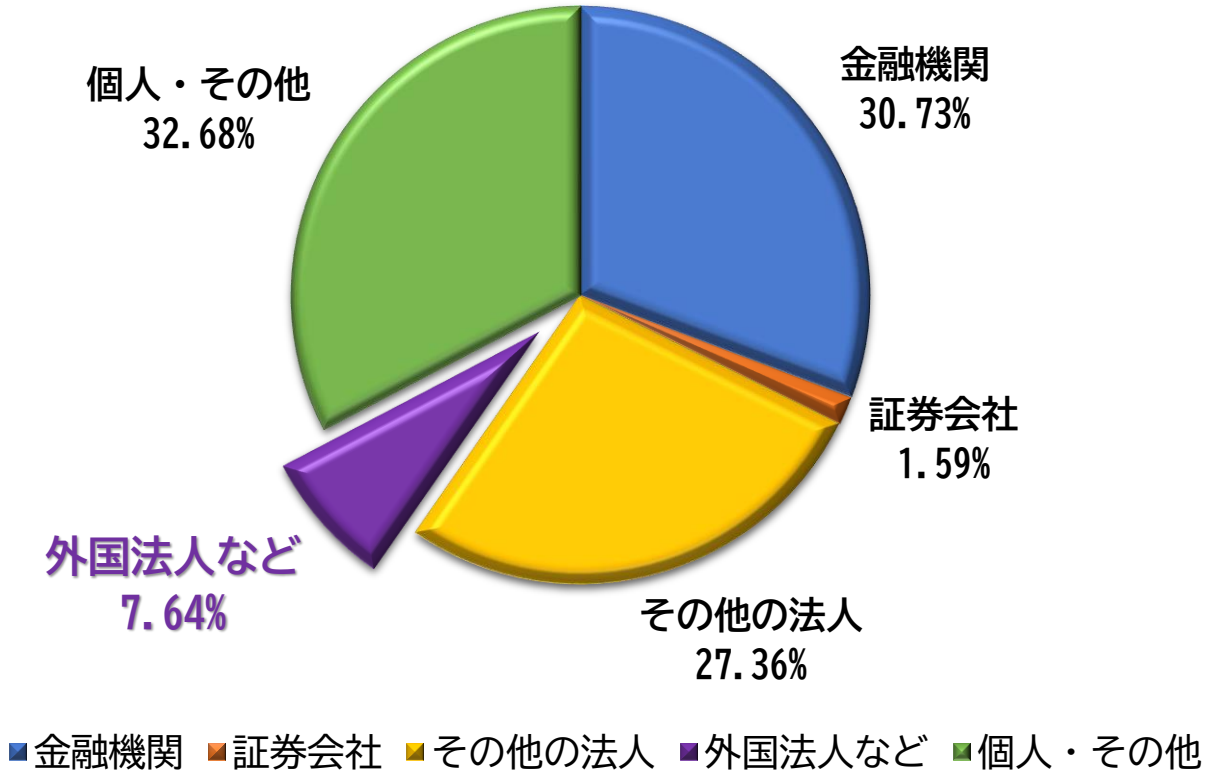
株主構成の推移　※2025年3月末時点

外国法人などの保有比率は減少、個人・その他の保有比率が増加

2024年9月30日現在



2025年3月31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]

■ お知らせ

■ 2024年度（2025年3月期）通期決算
2025年度（2026年3月期）通期予想

■ 中期経営計画（JT-2025 経営計画）
進捗と取り組み状況について

①個別戦略
②サステナビリティへの取り組み

■ トピックス

Joshinグループにおける「株主資本コスト」「加重平均資本コスト」

リスクフリーレートのベースを見直し直近のデータより再試算、２０２４年度ＲＯＥ、ＲＯＩＣは各資本コストに対し未達

株主資本コスト（%）

リスクフリーレートのベース

主要地域の10年国債利回り×構成比率にて算出
2025年3月31日実績を採用

構成比率	利回り
日本国債（50%）	1.46%
米国債（30%）	4.21%
ドイツ国債（20%）※	2.72%

※ユーロ国債利回りの指標

合計平均利回り	2.54%

リスクフリーレート		ベータ（β）感応度		リスクプレミアム		株主資本コスト CAPM
2.08⇒2.54%	＋	0.95⇒0.95	×	6.00⇒6.00%	＝	7.78 ⇒ 8.24%
安全資産 無リスク金利		対TOPIXベース 当社固有のリスク ※2023年度と ほぼ同水準で推移		株式投資に期待する 超過収益率 ※過去の株式市場 リターンから推定		※CAPM（資本資産評価モデル、Capital Asset Pricing Model）とは株主資本コストを算出するための理論の一つ

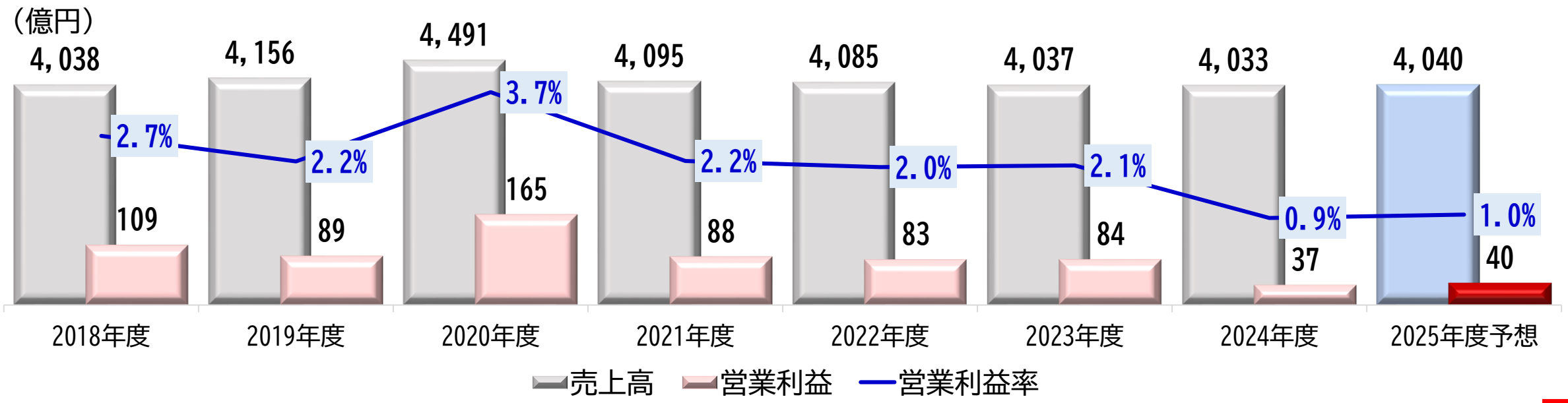
加重平均資本コスト（%）

株主資本コスト CAPM		自己資本比率		負債金利		1-自己資本比率		1-法人税率		加重平均資本コスト WACC
（7.78⇒8.24%	×	0.45⇒0.45	）＋（	0.45⇒0.81%	×	0.55⇒0.55	×	(1-0.35)	）＝	3.67 ⇒ 4.00%
		※2024年度　45.2%						※金利費用が税控除されることによる節税効果を考慮		

連結経営指標

「JT-2025 経営計画」最終年度計画には届かない予想だが、少しでも計画に近づけるべく最後まで取り組む

（億円）	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 予想	2025年度 2024年度比	JT-2025 経営計画 2025年度計画
売上高	4,085	4,037	4,033	4,040	＋0.2%	4,200
営業利益率	2.0%	2.1%	0.9%	1.0%	－	2.6%
営業利益	83	84	37	40	＋8.5%	110

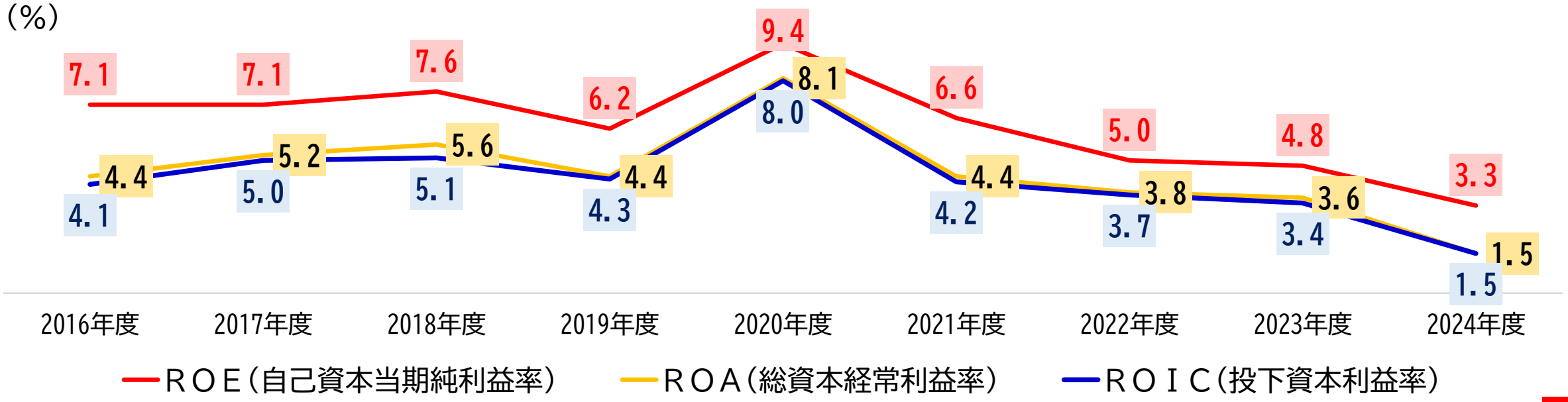


資本効率指標

「JT-2025 経営計画」最終年度計画達成は困難な状況ではあるが、少しでも計画に近づけるべく最後まで取り組む

	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	JT-2025 経営計画 2025年度計画
ROE	5.0%	4.8%	3.3%	8.0%以上
ROA	3.8%	3.6%	1.5%	5.0%以上
ROIC※1	3.7%	3.4%	1.5%	5.0%以上

※1　ROIC（投下資本利益率）：（営業利益×0.65）÷（有利子負債＋自己資本）　実効税率35%と仮定

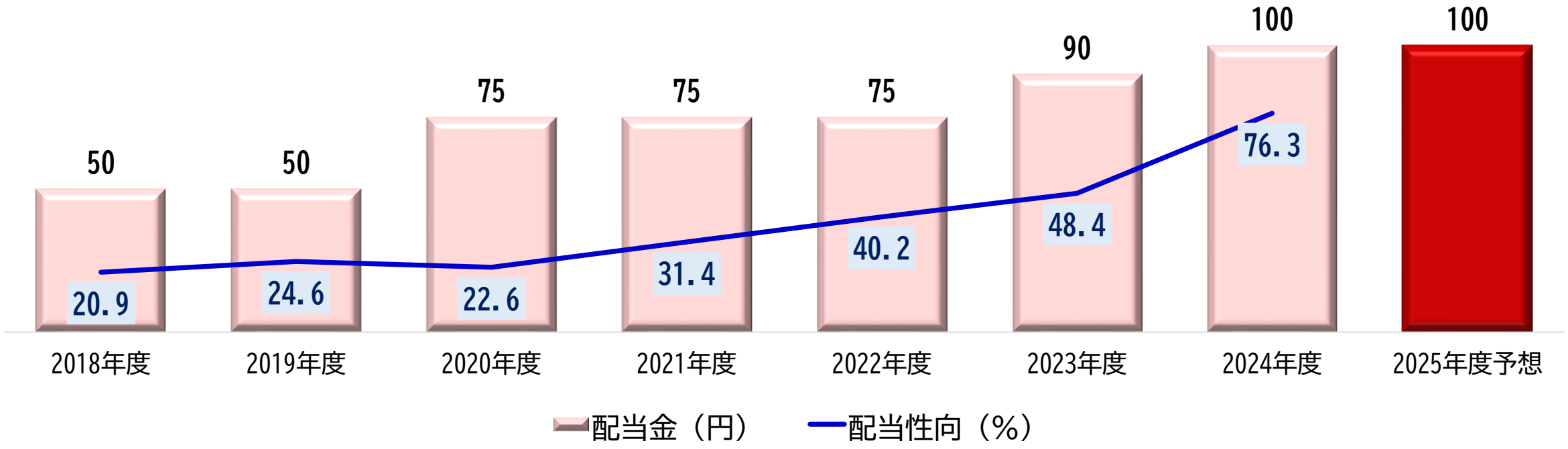


株主還元

２０２５年度の配当金額は２０２４年度から据え置く予想、配当性向を意識しつつ配当金額を重視

	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績
配当性向	40.2%	48.4%	76.3%

JT-2025 経営計画 2025年度計画
40%以上



「JT-2025 経営計画」最終年度計画

「JT-2025 経営計画」最終年度となる２０２５年度計画達成は困難となる見通し

（億円）	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度予想	JT-2025 経営計画 2025年度計画	2030年度 あるべき姿
売上高	4,038	4,156	4,491	4,095	4,085	4,037	4,000	4,040	4,200	営業利益率 4.0%レベル
営業利益率	2.7%	2.2%	3.7%	2.2%	2.0%	2.1%	1.0%	1.0%	2.6%	
営業利益	109	89	165	88	83	84	40	40	110	
ＲＯＥ	7.6%	6.2%	9.4%	6.6%	5.0%	4.8%	3.3%		8.0%以上	10.0%以上
ＲＯＡ	5.6%	4.4%	8.1%	4.4%	3.8%	3.6%	1.5%		5.0%以上	7.0%以上
ＲＯＩＣ※1	5.1%	4.3%	8.0%	4.2%	3.7%	3.4%	1.5%		5.0%以上	7.0%以上
配当性向	20.9%	24.6%	22.6%	31.4%	40.2%	48.4%	76.3%		40%以上	40%以上持続
（配当金額）	（50円）	（50円）	（75円）	（75円）	（75円）	（90円）	（100円）	（100円）		

※1　ROIC（投下資本利益率）：（営業利益×0.65）÷（有利子負債＋自己資本）　実効税率35%と仮定

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
リアル店舗	ＥＣ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	■新規出店：6店舗（うち関東2店舗、東海1店舗、北信越1店舗） ■全面改装：15店舗、部分改装：98店舗、リフレッシュ改装：45店舗　実施	■新規出店、毎年2店舗（うち関東1店舗）純増を計画 ■全面改装：10店舗、部分改装：29店舗、リフレッシュ改装：45店舗　実施予定
	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）	■フルセルフレジを31店舗に導入 ■フルセルフレジの効率運用のためのサポートを外部からの支援で実施。	■フルセルフレジ導入済店舗について、生産性向上の検証を定量評価で実施 ■順番待ちシステム・自動発券機導入店舗の運営強化を実施
	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・接遇力の強化（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）	■次世代リーダー研修を年間5回実施 ■店舗交換研修は未実施	■ＳＭＤ力※を向上しクロスセリング力を上げるためのメーカー主催の勉強会への積極的な参加 ※ＳＭＤ力：他の商品担当者にも自身の担当商品を販売できるようにする力（ロールプレイング・売場作り・プライスメンテナンス、勉強会の活用など） ■専門資格の取得促進 （家電アドバイザー、スマートマスター、福祉住環境コーディネーター、ＩＴパスポートなど）
	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	■外壁塗装や補助金訴求によりリフォーム売上高が向上し、構成比も大きく上昇 ■リフォーム：クローザー同行研修を実施（2025年2月） ■モバイル：携帯電話前年比実績　台数：116.4%　　金額：124.2%	■開口部断熱商品のエコ内窓商品の追加販売日比率向上 ■リフォーム：クローザー同行研修の実施、見積無スピード工事商品の拡売 ■モバイル：全面改装店舗での着座コーナー拡大

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
EC	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）	■3月時点在庫ありアイテム数：227,396アイテム（計画比124.9%） ■3月時点掲載商品：76.8万アイテム（計画比99.9%）	■在庫ありアイテム計画数：250,000アイテム（前年比：110%） 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 ■掲載商品：80.0万アイテム（前年比：104%）
	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）	■2024年度ＤＸ人財教育受講対象者：9名（ＯＪＴ：9名） ■ＤＸ人財教育研修開催数：年間36回 延べ 334時間 （2024年度開催計画時間：延べ 300時間、計画比111% ）	■2025年度ＤＸ人財教育受講対象者：13名（ＯＪＴ：15名） ■ＤＸ人財教育研修開催数：年間32回 延べ350時間（前年比：104.8%） メンバー全体のスキルアップを推進
	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）	■お客さまの応対スキル向上による丁寧な購入支援体制の実現 （教育の充実、応対マニュアルの整備など） ■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 ■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 ■問い合わせ応対率と応対品質の向上に資する教育を推進 下期応対率：91.6%（計画比101.7%）	■お客さまの応対スキル向上による購入支援体制の更なる強化 ■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を継続 ■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を継続 ■問い合わせ応対率と応対品質の引向上に資する教育の推進を継続 応対率：92%へチャレンジ
	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）	■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強化 3月末時点アイテム数：76アイテム（計画比126.7%）	■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を継続 計画アイテム数：80アイテム（前年比105.3%）
	ＥＣ購入商品の店舗受取など顧客利便性向上	■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取スタート ■東京物流センター内に関東宅配センターを設置し、関東圏及び以北への配送を開始 2025年度の本格稼働に向けて大量出荷を実現(テレビゲーム) ■店舗受け取り伝票件数：77,768件、売上金額：502,282千円（4/25～3/31）	■リアル店舗全エリアでの店舗受取をスタートし、受取カテゴリの拡大を推進 ■東京宅配センターからの関東以北への配送スピード向上と経費削減を実現 ■東京物流センターの出荷件数増加への対応として、注文状況に応じた柔軟な在庫調整を実施

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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% 年間台数構成比：22.3%（達成率：89.2%） ■環境配慮型製品全体の目標台数構成比：30% 年間台数構成比：25.3%（達成率：84.3%）	■「環境配慮型製品（省エネ商品）」の販売台数構成比：30.0% ■四半期毎にハイカテゴリーキャンペーンを実施 ■冷蔵庫対象商品：省エネラベル3★以上⇒省エネ450L以上大容量モデルに変更 ■エアコン対象商品：省エネラベル３★以上⇒省エネ多機能モデルに変更

	個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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	■売場コンテスト実施回数：11回（年間目標：6回以上） ■ゲームソフト＆アクセサリー売場訴求強化 お買得・集中販売商品及び施策強化案内を都度行い、売場変更を実施 11月・1月・3月 実施店舗：197店舗 ■集合社員研修開催数：22回（年間目標：16回以上）	■店舗の展示力を上げ、お客さまに選ばれる店舗にするため、売場コンテストを複数回実施（年間目標：7回以上） ■テレビゲームソフト販売における予約・売場訴求の強化による、初週販売消化率向上（初週消化率目標：70%以上） ■エンターテインメント担当人財の育成強化を目的とした集合社員研修の複数回実施（年間目標：20回以上）

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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）	■３月末時点対象商品販売台数： エネルギー関連合計：計画比 47%（前年比：111%） 開口部断熱計　　：計画比123%（前年比：136%） エコキュート　　：計画比101%（前年比：113%）	■電気給湯器＋ガス給湯器＋節湯水栓・シャワー 給湯にまつわるエネルギー削減を目指し、特にエコキュートにおいては補助金訴求とＥＣ販売を強化 ■エコ窓＋太陽光＋蓄電池＋ＥＶ充電設備 補助金が大きなエコ窓に注力し期間限定で販促企画を実施し、補助金施策の変化に対応できる体制を維持
	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）	■３月末時点対象商品販売台数 水回り商品群（キッチン・バス・洗面・トイレ）：計画比101%（前年比：113%）	■トイレ＋温水洗浄便座＋洗面 使用水量・使用電気の削減をはじめとするお客さまの「生活の質」向上を目指し、店舗従業員全員が商談できる体制を構築 ■バス＋キッチン＋ＩＨコンロ＋ビルトインガスコンロ＋ビルトイン食洗器 お客さまの「生活の質」と「生命の質」向上を目指し定期的な販促イベントを実施
	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	■3月末時点資格取得人数：112名（2024年3月末比31名増加 ※全社ベース） 2級53人・3級59人	■福祉住環境コーディネーター資格取得の推進継続

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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	■販売体制と販促イベントの強化により携帯電話月販台数100台以上の店舗を拡大 月販200台以上店舗実績：90店舗（計画：90店舗、達成率：100%） 月販100台以上店舗実績：140店舗（計画：120店舗、達成率：116%） 携帯イベント実施件数：7,557店舗（計画：1,000件、達成率：755.7%）	■ボリュームアップのための携帯イベント目標：7,700件（前年比：110%） ※内祭事場イベント1,000件 ■買替長期ユーザ(機種変更）目標獲得件数：15.3万台（前年：115.0%） ■まごころスマホメンテナンスの全店展開とサポートを開始

	個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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	■家電レンタル取扱店舗目標：15店舗を達成 ■レンタル取扱商品：８アイテムに拡大	■レンタル取扱対象店舗を全店に展開 ■レンタル取扱対象品目：20アイテムまで増加
	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	■新規自社サブスクメニュー実績：0アイテム（目標：10アイテム）	■サブスク稼働会員数目標：1万人増 ■新規自社サブスクメニュー目標：10アイテム以上追加
	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	■スマホ中古買取件数：16,680台(前年比：132.9%) ■リユーススマホ取扱い店舗：52店舗まで拡大	■スマホ買取のオンラインサイトの更新、ＳＮＳを活用した告知・買取強化 ■買い取り業者とのアライアンスによる中古スマホの売り上げ拡大

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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	■ランク維持ルールを変更し、2025年4月3日より開始	■上位ランク会員を対象とした販促メニューの強化と実施（各種販促企画、クーポン発行、抽選販売企画など）
	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	■「Joshin ads」販売実績：6,578万円（予算：5,000万円、達成率：131.6%）	■複数の広告代理店との代理店契約の獲得 ■公式ＳＮＳアカウントの媒体化
	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	■購買履歴、行動履歴を使ったシナリオの量産を実施（累計：141案件） ■ＬＩＮＥ公式アカウントとJoshin web公式アカウントの統合	■ＬＩＮＥ公式アカウントの統合に伴うオンラインとＥＣを融合した配信の強化 ■Ｘのさらなる活用（新製品情報やキャンペーン情報を発信） ■Instagramの戦略的強化（高画質の写真や動画で商品の魅力を最大限に引き出す） ■TikTokの活用（新製品の紹介や使い方動画を15秒のコンテンツにまとめて発信） ■インフルエンサーとのコラボ企画を実施 ■ショート動画の量産 ■アプリシナリオの精度アップ

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
情報システム（ＩＣＴ）	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	■フルセルフレジ（持ち帰り商品）導入店舗を拡大 3月末時点設置店舗数：32店（2024年3月末比24店増加） ■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対象アイテムの拡大　（シェーバー替刃、電動歯替ブラシ、空気清浄機フィルター、メモリカード） 3月末時点設置店舗数：30店（2024年3月末比26店増加）	■2025年度4月以降の設置計画：4店舗 ■2025年4月以降の設置計画：4店舗　派生モデルの開発を検討中
	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	■3月末時点：当社ＥＣサイトの行動履歴データをＣＤＰに取得完了 ■パーソナライズされた最適なアプローチの実践	■顧客プロファイルを利用したメール配信を実施予定 ■ＭＡにてシナリオを作成してＯｎｅＴｏＯｎｅのアプリプッシュ配信中 ■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
	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）	■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）	■リフォームのリモート見積相談を検討

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
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 ■関西茨木物流センター 2024年11月に梱包マテハン機器を導入、省人化を推進	■東京物流センター ＥＣ出荷において上期に大物家電商品の出荷開始を予定、出荷構成比の拡大を推進 ■関西茨木物流センター 省人化の対応に向けたマテハン機器の追加導入の協議を協業先と開始
	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）	■2024年4月より配送ルートを見直し、2024年10月より配送回数（2回⇒1回／日）の見直しなど継続した取り組みを実施 ■2024年10月より一部店舗における分別（カテゴリー仕分け）納品スタート及び全店統一の検品レスを実施 ■関西⇒関東の社内定期便において東海地区を中継地としたスワップ輸送（1回／週）を導入	■各種取り組みの継続実施 ■物流の２０２５年以降の課題を想定した対策の準備
	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：店舗補給におけるペーパーレス導入完了（関西・東海・北陸・東京）	■新潟地区への導入に向けた準備を実施（導入時期未定）
	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	■2024年通年でのスキルマトリックスを推進、各種課題を修正し継続した取り組みを実施 ■社内各種会議を通じて水平展開を実施、年間の最大需要期である3月は過去最高件数のエリア外配送を受注し出荷	■各種取り組みの継続実施

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
配送・設置・工事	従業員の高齢化に備えた多様な人財採用と教育の推進（リスキ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推進(採用媒体見直し、コンテンツ強化) 女性配達サポーター1名採用 ■サービスマン向けのリスキリング研修を全従業員が受講できる体制を整備 役職者研修：2回開催、33名受講 ビジネスマナー研修：3回開催、21名受講 講師育成研修：4回開催、48名受講 サービスマンＣＳ研修：4回開催36名受講　※新設	■家電製品の配達設置、修理要員としての女性社員の積極採用継続 ■（介護）リフォームの施工管理者として建築施工管理技士や建築士の資格取得推進 ■家電製品に対する豊富な知識を持つ、定年後の従業員の再雇用強化 ■リスキリング研修計画（役職者研修、ビジネスマナー研修、講師育成研修、サービスマンＣＳ研修、各2回） ■新メニューとして「クレーム対応基礎研修」の開発実施を予定
	サービスマン（出張修理）の技術支援体制構築	■ビジネス開発部におけるＯＪＴ教育の継続強化 ■白物家電を中心としたメーカー研修を継続的に実施 ■2025年１月6日より洗濯機（ドラム式・縦型・2槽式）駆け付けサービス(即日対応)を一部のサービスセンターにてトライアルでスタート ■自社エアコン工事担当者を15名体制から12名育成し27名体制に増強	■エアコン据付け工事及び電気工事の実践研修を継続実施 ＪＳ仕様に沿ったエアコン取付工事技術の取得を目的 ■メーカー開催の技術研修会への積極的な参加を促進 ■新人サービスマンを対象とした修理技術基礎研修の実施 2030年サービスマン120名体制への対応 ■サービス拠点のＤＸ導入による修理技術の未来への継承 ■電気工事士をはじめとする会社奨励資格の早期取得支援

「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】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
配送・設置・工事	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	■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向上を推進（商品別配達設置マニュアル整備、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） ■協力会社の全対象者：1340名(配達503名、工事837名)が導入研修を受講	■リアル店舗出店に沿ったサービスデポの開設によるサービス提供エリアの拡充 ■明文化が出来ていない業務を洗い出しマニュアルの整備
	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	■新規協力会社開拓プロジェクトにより多数の工事及び協力会社と新規契約獲得 　工事：91社・配達：6社と新規契約 ■安心・安全な作業の実現に向け、宅配業務に於いて顔認証システムを導入 ■品質向上に資するＣＳ研修開催回数：123回、745名受講	■閑散期における協力会社の安定した業務量の確保を推進 ■自社グループと協力会社によるエアコン工事能力のハイブリッド体制を確保 ■エアコン工事における顔認証制度の導入（2025年度下期より）
	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）	■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を開始 ■店舗とサポート窓口をビデオ通信アプリで接続した技術員による故障診断を導入	■ジョーシンアプリを入口にしたビデオ通信アプリを利用した相談窓口を設置 ■技術相談員の育成

「JT-2025 経営計画」サステナビリティへの取り組み　1/5

	個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
「気候変動問題」への取り組み	事業所における「再生可能エネルギー電源比率」引き上げ	■テナント店舗の再生可能エネルギーの導入進捗を確認 102店舗中10店舗において導入が完了（進捗率：9.8%）	■テナント先への再生可能エネルギーの導入要請を継続 ※今後、各事業者の再エネへの切り替えが活発化し再エネ単価高騰が懸念
	太陽光発電システム導入による「自家発電比率」向上	■オフサイトＰＰＡについて各方面の事業者と商談を継続（1事業者との商談が進行中）	■オフサイトＰＰＡについて各方面の事業者との商談を継続 ■設置可能な自社店舗駐車場にＰＰＡによるソーラーカーポートの導入を検討 ■導入を想定し、ペロブスカイト太陽光発電及び系統用蓄電池設置を検討
	「スコープ3」におけるＧＨＧ排出量削減に向けた取り組み	■ＧＨＧ排出量削減に向けて、スコープ1,2及びスコープ3カテゴリー1,4,11各排出量算定について第三者保証認定（全排出量の98.8%）	■カテゴリー1,4,11の削減に向けた個別サプライヤーとのエンゲージメントに加えＳＢＴ目標に準拠した削減プランの策定 ■「家庭のカーボンニュートラルの実現」に向けた提案として他企業とのアライアンスを通じた事業スキーム構築の検討を実施
	サーキュラーエコノミー実現に向けた取り組み	■事業所で発生したダンボール・古紙を回収→再利用については複数の企業との検討を実施 ■各タスクフォースを通じ、新たなビジネスモデル構築のため加盟企業とのディスカッションを実施	■事業所で発生したダンボール・古紙回収→再利用スキーム及びサーキュラーエコノミー事業化への取り組みについてコンペティションを通じて協業企業の選定に着手 ■各タスクフォースを通じ、異業種やサプライヤーとのアライアンスによるビジネスモデル構築を検討

「JT-2025 経営計画」サステナビリティへの取り組み　2/5

	個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
ダイバーシティ&インクルージョンへの取り組み	従業員エンゲージメントの高度化	■従業員エンゲージメントサーベイ 2024年度平均総合スコア：63.25 ■ベテラン層活躍のための制度整備 呼称「シニアアドバイザー」、「シニア短時間・短日数勤務制度」の新設 ■健康経営優良法人（大規模法人部門）6年連続認定 ■業績連動型株式報酬制度の導入 ■正社員離職率：2.4%	■エンゲージメント注力項目スコア2ポイント向上 （やりがい：63、ミッション・ビジョンへの共感：62、ＷＬＢ：63） ■インナーコミュニケーションの推進 ■タレントマネジメントによる人財の発掘及び成長事業への適材配置
	従業員の採用強化	■新規学卒者：86名、中途採用者：104名、計：190名採用 ■確定拠出年金制度への移行 （資産のポータビリティ確保によるキャリア採用強化）	■グループ正社員の年間190名の安定確保 ■企画部門・ＩＣＴ部門専門人財のキャリア採用 ■ダイレクトスカウト型サービスを活用した採用 ■モバイルコーナーに限定した職種別採用の実施

「JT-2025 経営計画」サステナビリティへの取り組み　3/5

	個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
ダイバーシティ&インクルージョンへの取り組み	従業員の多様性確保（年齢・性別・スキル・外国人等）	■女性比率　正社員：15.3%、管理職：4.5% ■障がい者雇用率：2.78% ■キャリアフォーラム実施（4回）による女性のキャリア形成サポート ■不妊治療と仕事の両立支援制度導入	■女性比率目標　正社員：16.0%、管理職：5.0% ■障がい者雇用率目標　：2.75% ■「同一労働同一賃金」推進による正規、非正規従業員の処遇均衡 ■グループ企業間の人事制度共通化
	従業員の多彩な専門性向上	■家電アドバイザー・エンジニア資格 保有人数：3,579名、保有比率：85.5% ■スマートマスター資格 保有人数：2,412名、保有比率：57.6% ■福祉住環境コーディネーター資格 保有人数：103名、保有比率：2.49%	■家電アドバイザー・エンジニア資格保有率向上 ■スマートマスター資格保有率向上 ■福祉住環境コーディネーター資格保有率向上 （介護リフォーム事業強化） ■電気工事士・工事担任者資格保有率向上
	●従業員の自律的成長の支援	■全正社員対象ＤＸ教育実施 累計：4,088名受講、受講率：96.9%	■全社員を対象とした継続的なＤＸ教育の実施 ■ＩＴパスポート等情報処理技術者資格取得推進

「JT-2025 経営計画」サステナビリティへの取り組み　4/5

取締役会における実効性向上への取り組み

個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
資本コストを意識した効率経営によるＰＢＲの改善	■ＲＯＥ3.3%、ＲＯＡ1.5%、ＲＯＩＣ1.5%に悪化 ■2024年度の業績下方修正を受け、第4四半期に執行体制を変更 ■自己株式の取得：年度内2回、25万株（発行済み株式数の0.9%） （期末時点の自己株式の総数（比率）：1,453,786株(5.19%) ■2025年3月31日時点政策保有銘柄数：25社 政策保有株式連結合計：6銘柄売却着手（特別利益：30億円超計上） （政策保有株式時価総額の純資産比：7.4%） ■ＥＳＧ評価機関からのスコア向上 ・ＣＤＰ「Ａリスト」２年連続認定 ・ＥＳＧ投資の世界的な評価指標である ＭＳＣＩ ＥＳＧ 格付けにおいて、最高評価である「ＡＡＡ」を初めて獲得 ・「FTSE Blossom Japan Index」及び「FTSE Blossom Japan SectorRelative Index」構成銘柄に継続選定 ・サステナリティクスにおいて家電業界では世界2位・小売業界では上位12%・参加企業では上位6%のローリスクスコア ・環境省「第6回 ＥＳＧファイナンス・アワード・ジャパン」において「環境サステナブル企業」に選定 ■中期経営計画の解像度向上に向けた成長戦略のブラッシュアップを継続審議	■資本効率向上に向け機動的資本政策を継続 ～政策保有株式の縮減と並行して、自己株取得を検討 ■持続可能な収益力の向上に向けた取り組み加速 ・家電カテゴリーの収益力強化 在庫効率改善による営業店の売場鮮度向上及び来店客数拡大 東西２拠点出荷と全国配送の推進によるＥＣの収益拡大 ・営業体制拡充によるモバイル通信事業の収益拡大 ・水まわり商品の取り組み強化と政府補助住宅省エネ事業によるフォーム事業強化 ・お客さまの課題解決（ソリューションビジネス）による非家電事業の収益拡大 ■上記の実現に向けた取締役会の監督機能強化・実効性向上とそれを支える取締役のサクセッションプラン充実及び執行役員のサクセッションプラン策定 ・「電機」の枠にとらわれない柔軟な組織体制への移行を目指し、商号を「上新電機株式会社」から「株式会社Joshin」へ変更 ・持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目的として機関設計を変更し、「監査役会設置会社」から「監査等委員会設置会社」へ移行 ・新社長執行役員ＣＥＯ就任による新経営体制始動 ・取締役会における社外取締役比率:75%、女性取締役比率：50%、 ・監査等委員会における社外取締役比率：100%　予定 ■ＥＳＧ評価機関からの更なるスコア向上 ・ＣＤＰ Ａリスト３年連続認定を目指すと共に、ＦＴＳＥ ＢｌｏｓｓｏｍやＭＳＣＩなどの高評価獲得及びサステナリティクスからのローリスク評価を引き続き維持

「JT-2025 経営計画」サステナビリティへの取り組み　5/5

	個別戦略	【2024年度】進捗・成果	【2025年度】課題と今後の取り組み
取締役会における実効性向上への取り組み	中長期の経営戦略と取締役報酬の連動強化	■新経営体制(※) ・高橋徹也代表取締役 兼 副社長執行役員の代表取締役 兼 社長執行役員ＣＥＯ就任内定公表 ■商号変更(※) ・「上新電機株式会社」から「株式会社Joshin」への商号変更方針公表 ■機関設計変更(※) ・「監査役会設置会社」から「監査等委員会設置会社」への機関設計変更方針公表 ※2025年6月24日開催予定の第77回定時株主総会における承認が前提	※前頁に掲載
	スキル・マトリックスに基づく取締役のサクセッションプラン確立	■スキル・マトリックスの一部改定 ・監査等委員会設置会社移行を見据え「監査等委員である取締役」のスキル要件を明確化 ■スキル・マトリックスに基づく役員トレーニング強化 ・執行役員の「経営スキル」向上を目的とするサステナビリティ推進体制変更	

［目次］

■ お知らせ

■ 2024年度（2025年3月期）通期決算
2025年度（2026年3月期）通期予想

■ 中期経営計画（JT-2025 経営計画）
進捗と取り組み状況について

①個別戦略
②サステナビリティへの取り組み

■ トピックス

「ファンベース戦略」の進捗状況

アクティブ会員数は減少するものの会員購入金額は上昇、ジョーシンカードの会員数も着実に増加

２０２４年度実績

アクティブ会員数※1	会員購入金額※2
約５００万人 ⇒ **４８０万人**	約６４，５００円 ⇒ **６７，０００円**

※1 1年間に1回以上当社で商品・サービスを購入されたお客さま　※2 アクティブ会員が1年間に購入される平均購入金額

アクティブ会員数の拡大を通した「ファン」「コアファン」の創造

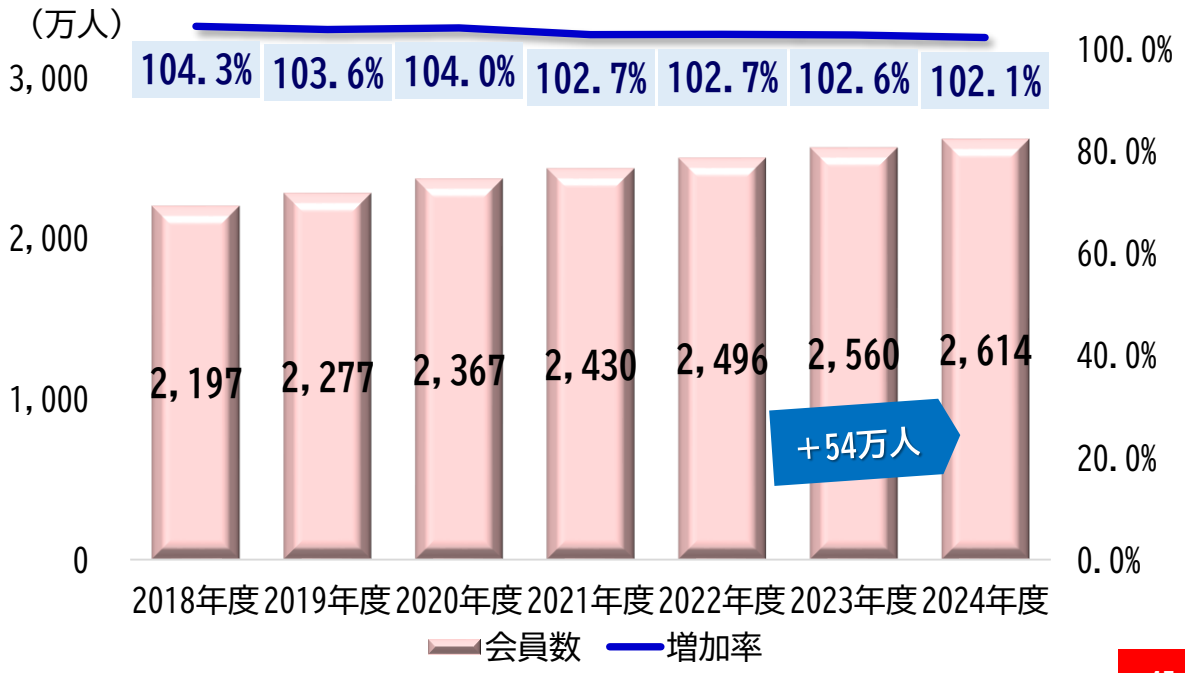
① 新たなファンの創出

② ファンの信頼構築

③ ファンによるファンの拡大（応援）

コンシューマー	カスタマー	リピーター	ファン	コアファン
初めて「来店」「アクセス」いただいたお客さま	初めてご利用いただいたお客さま	複数回ご利用いただいたお客さま	当社グループのサービスを支持し、継続的にご利用いただけるお客さま	当社グループのサービスを強く支持し、未来価値を共創いただけるお客さま

ジョーシンカード会員数の推移



「ファンベース戦略」推進イベント

ファンとのつながりをさらに深め、暮らしに寄り添う「コンシェルジュ」としての未来価値を共創

ジョーシンファンミーティング

- ✓ ジョーシンファンが集まって、ジョーシンへの愛や思いを語り合う熱いイベント
- ✓ 「ファン」「コアファン」のお客さまとのリレーションシップをより強くするために、2023年度より定期的に開催（計４回実施）

第1回 2023.01.23／第2回 2023.11.12
第3回 2024.11.17／第4回 2025.02.16（オンライン実施）

Joshin 接客ロールプレイングコンテスト

- ✓ 各店の代表者が大会を通して接遇力・提案力を磨き上げ、競い合うことで、審査項目に基づく評価が高かった従業員を表彰・報奨するコンテスト
- ✓ 「ファン」「コアファン」のお客さまより高く評価されている「接客応対」のレベルアップを図る

2023年度　2023年6月～10月実施（計221名出場）
2024年度　2024年5月～10月実施（計227名出場）

「ジョーシンスマイルプログラム」の利便性を向上

サービス開始から１年の経過を経てリニューアル。お客さまの利便性に寄り添い、もっとオトクにもっと笑顔に！

もっとオトクに

もっと笑顔に！

Joshin Smile Program

「ジョーシンスマイルプログラム」とは

- ジョーシングループ各店舗、Joshin webショップでのご利用状況に応じてお得な特典がご利用いただける共通サービス
- 会員ランクは５つ、ランクによって店舗とJoshin webショップそれぞれのお得な特典をGet

詳しくは、下記のURLをご覧ください。
https://card.joshin.co.jp/smileprogram/

「ジョーシンクレジットカード」２０周年

ファンベース戦略の一環として、長年のご愛顧に感謝を込めて２０周年特別企画を順次開催

経済産業省「製品安全対策優良企業表彰（ＰＳアワード）」認定継続

本制度上初めて、当社が「製品安全対策ゴールド企業」として継続認定（２つ目の★を獲得！）

２度目の認定継続は当社が制度初！

経済産業省主催「製品安全対策優良企業表彰（ＰＳアワード）」
フォローアップによる「製品安全対策ゴールド企業」認定継続

「製品安全対策ゴールド企業」の認定から５年ごとに実施されるフォローアップにより、取り組みの継続・発展が認められ、前回に引き続いて認定。２度目の認定継続は、本制度上当社が初

【 当社の受賞履歴 】
大企業小売販売事業者部門 製品安全対策優良企業
●最上位賞である経済産業大臣賞（金賞）を2008年度、2010年度、2012年度に連続受賞
●制度開始後初の「製品安全対策ゴールド企業」に認定（2014年度）
●制度開始後初の「製品安全対策ゴールド企業」★マーク継続認定（2019年度）
●制度開始後初の「製品安全対策ゴールド企業」★★マーク継続認定（2024年度）

当社グループは、これからも製品安全への取り組みを継続・発展させ、
お客さまに安心してご使用いただける製品・サービスの提供に努めてまいります。

リアル店舗における利便性向上に向けたサービスを導入

お買い物をより便利にお得に、これからも多くのお客さまに喜んでいただけるサービス展開を目指します。

２０２５年３月
自動外貨両替機「SMART EXCHANGE」を設置

- ✓ お客さまの困りごとを解消し、お買い物をより良く楽しんでいただけるよう、自動外貨両替機をジョーシン日本橋店に設置
- ✓ 利便性向上を目指し、今後も設置店を順次拡大

対応言語：（計10カ国）
対応通貨：（計12種）

２０２５年２月
全国の「Joshin」でＶポイントサービスを開始

- ✓ 「Joshin」「Joshin OUTLET」「スーパーキッズランド」など全国212店舗にてＶポイントが「貯まる」「使える」サービスを開始

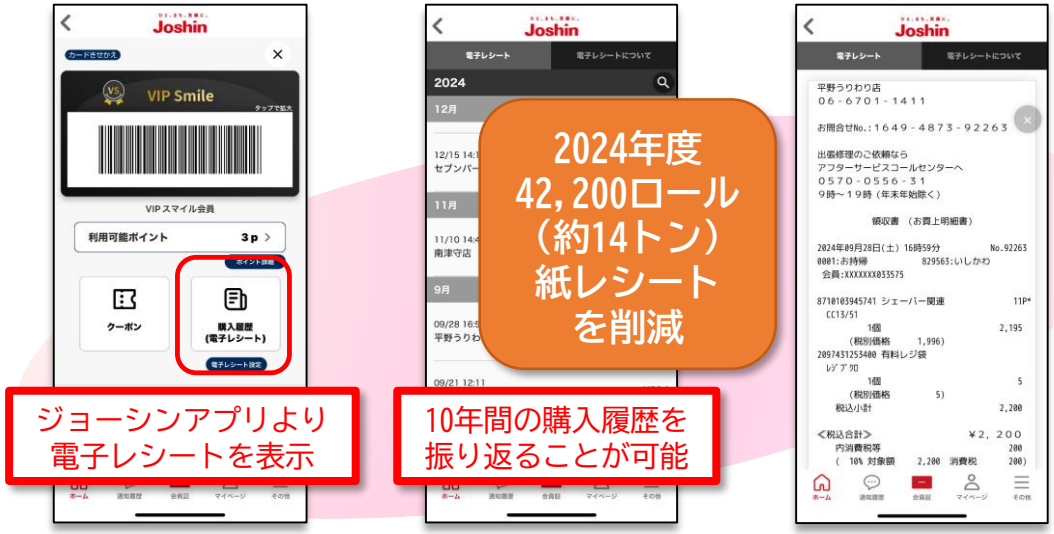
CCC
MK HOLDINGS
SMBC
三井住友カード
ひと、まち、笑顔に。
Joshin

リアル店舗における利便性向上に向けたサービスを導入

お買い物をより便利にお得に、これからも多くのお客さまに喜んでいただけるサービス展開を目指します。

環境負荷軽減への取り組み「電子レシート」で紙レシートを削減

- ✓ 2023年11月より電子レシートの提供開始
- ✓ お客さまの利便性を向上とともに、環境負荷軽減



家電量販店初　２０２５年４月 日立製作所と東武鉄道が手がける 生体認証サービス「SAKULaLa」の運用開始

- ✓ 指をかざすだけでポイントの付与、利用、クーポン自動割引価格の適用が可能（デジタル格差の解消）
- ✓ 限定商品は購入時に生体認証で厳格な本人確認（不正な重複購入の防止）

ストレスフリーで会員認証と会員特典

なりすまし防止

決済時間短縮※

※ 初期導入の2店舗では、「SAKULaLa」を用いて決済をする場合、ジョーシンポイントでのお支払いのみ

冷凍宅配食サービス「ｎｏｓｈ（ナッシュ）」の取り次ぎ開始

２０２５年４月より、全国の家電を取り扱うＪｏｓｈｉｎ各店舗において受け付けを開始

nosh ナッシュ × Joshin

ナッシュとは？

糖質・塩分に配慮した健康的な冷凍弁当のサブスクサービス。
毎日の食事に笑顔を届けます。

- ✓ すべてのメニューで糖質と塩分に配慮
- ✓ 約100種類のメニューから選べる
- ✓ 世代を問わず、ライフスタイルに合わせた注文が可能
- ✓ ご自宅にお届け、買い出し、調理、片付けも不要

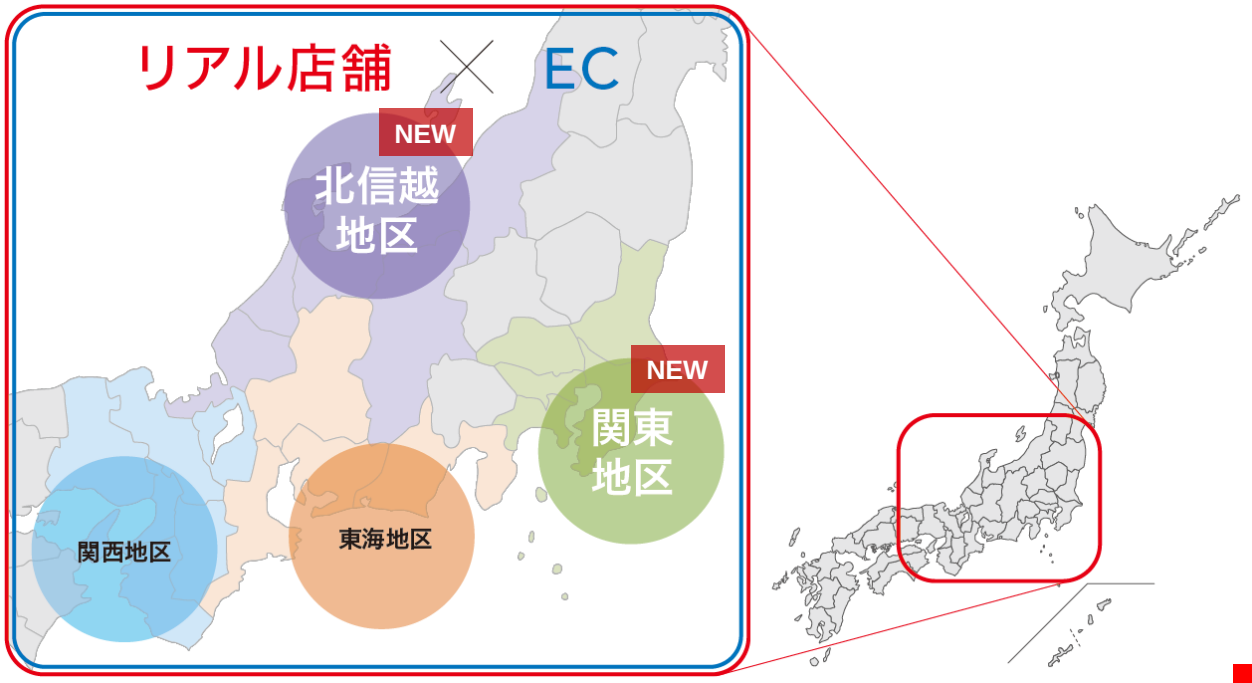
上新電機は「人と社会の未来を笑顔でつなぐ」を経営理念に「高齢社会のレジリエンス強化支援」と「家庭のカーボンニュートラルの実現」という２つの社会価値の創造に向けて、お客様の生活スタイルに最適な支援を提供し、持続可能な社会の実現に全力で取り組んでいます。

ＥＣにおける店舗受け取りサービスの対象エリアを拡大

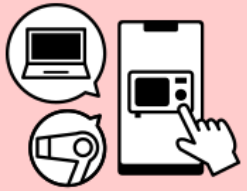
ネットの注文をお近くの店舗で受け取れる「店舗受け取りサービス」の対象を全エリアに拡大

リニューアル　：2024年4月～
店舗受け取り対応商品が大幅拡大（予約商品など一部対象外を除く）

対応エリア拡大：2024年9月～
店舗受け取りできる店舗エリアが拡大。関西、東海、北信エリアにつづき2024年9月から関東及び北信越エリアでも対応開始



お買い上げ金額にかかわらず
送料無料



店頭にない商品も
買える

営業時間の好きなタイミングで
お受け取り

環境における取り組み

業界に先駆けて気候変動への取り組みに注力し、さまざまな国際的評価を獲得

国際評価 ■ 気候変動分野においてＣＤＰの最高評価「Ａリスト」企業に２年連続で選定	CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION A LIST 2023 CLIMATE Climate CDP A List 2024
国際評価 ■ ＭＳＣＩ ＥＳＧ格付けにおける「ＡＡＡ」評価獲得 ＥＳＧ 投資の世界的な評価指標であるＭＳＣＩ ＥＳＧ格付けにおいて２０２４年１１月に最高評価である「ＡＡＡ」を初めて獲得	MSCI ESG RATINGS AAA CCC B BB BBB A AA AAA
■ 環境省「第６回 ＥＳＧファイナンス・アワード・ジャパン」において「環境サステナブル企業」に選定	2025 ESG FINANCE AWARDS JAPAN SUSTAINABLE
■ ２０２４年１１月２２日オープンのジョーシン奈良店にてＺＥＢ認証の最高ランク「ＺＥＢ」認証取得 ＢＥＬＳのエネルギー消費性能で最高ランクとなる「６つ星」評価を獲得	BELS
■ 自然関連財務情報開示タスクフォース（ＴＮＦＤ）提言に賛同及びＴＮＤＦフレームワークに沿った開示	TNFD Taskforce on Nature-related Financial Disclosures

社会貢献に向けた取り組み

自治体と連携して、ｅスポーツを通じた地域社会の発展を推進

２０２５年２月
子どもたちの安心安全と地域活性化に貢献
～泉佐野市市政特別功労者として表彰いただきました～

- ✓ かねてより泉佐野市が取り組む『ｅスポーツMICE コンテンツ実証事業』に共感し、連携
- ✓ このたび、教育や子育て環境の充実を目的に**空気清浄機**を寄贈
- ✓ 持続可能な地域の構築に向けた取り組みの一環として、産学連携や官民連携を通じて実現

寄贈内容：
寄贈先：泉佐野市小中学校、
市立認定こども園および子育て支援センターを
はじめとする市の公共施設等
寄贈品：空気清浄機 計６９３台

２０２５年２月
泉佐野市と「包括連携協定」を締結

- ✓ ｅスポーツを通じた地域社会の発展と社会課題の解決などを目的に、**包括連携協定**を締結
- ✓ 官民連携によるシナジー効果を活かし、教育や福祉の増進、さらには近年深刻化している環境問題といった社会課題の解決に向けて協力

＜協定項目＞
（１）ｅスポーツを通じた地域社会の発展に関すること
（２）子ども・福祉の増進に関すること
（３）産業振興に関すること
（４）まちづくりに関すること
（５）環境への取り組み及びその他SDGs全般に関すること
（６）前各号に掲げるもののほか、目的達成のために必要と認めること

当社グループは「地域社会との共生の推進」をマテリアリティー（重要課題）のひとつに掲げており、SDGsの理念に沿った地域活性化への様々な貢献を通じて、企業としての持続的成長を目指してまいります。

株主優待制度の変更に関するお知らせ

株主優待制度の見直しを実施し、贈呈基準の一部を変更

変更前の優待内容

ご所有株式数（毎年3月31日現在）	贈呈内容	2年以上継続保有の株主様に追加贈呈
100株以上500株未満	11枚（2,200円分）	—
500株以上2,500株未満	60枚（12,000円分）	30枚（6,000円分）
2,500株以上5,000株未満	120枚（24,000円分）	60枚（12,000円分）
5,000株以上	180枚（36,000円分）	90枚（18,000円分）

ご所有株式数（毎年9月30日現在）	贈呈内容	2年以上継続保有の株主様に追加贈呈
全株主様	25枚（5,000円分）	—

変更後の優待内容

ご所有株式数（毎年3月31日現在）	贈呈内容	2年以上継続保有の株主様に追加贈呈
100株以上500株未満	11枚（2,200円分）	—
500株以上2,500株未満	60枚（12,000円分）	30枚（6,000円分）
2,500株以上5,000株未満	120枚（24,000円分）	60枚（12,000円分）
5,000株以上	180枚（36,000円分）	90枚（18,000円分）

ご所有株式数（毎年9月30日現在）	贈呈内容	2年以上継続保有の株主様に追加贈呈
100株以上	**50枚（10,000円分）**	—

【変更後の優待内容】　※2025年9月30日現在を基準日とした株主優待より実施

1. 「株主ご優待券（200円券）」は、１回2,000円（消費税込み金額）以上のお買物につき、お買い上げ金額2,000円毎に各１枚（200円券）ご使用いただけます。
2. 2年以上継続保有の確認は、毎年３月末日の株主名簿に同一株主番号で、連続して３回以上記載または記録された株主様といたします。
3. 毎年9月30日現在の株主様への「株主ご優待券（200円券）」は、12月上旬に発送いたします。有効期限は、翌年の３月末日までとさせていただきます。
4. 毎年9月30日現在の株主様への贈呈基準を、全株主様宛から100株以上の株主様宛といたします。

ひと、まち、笑顔に。
Joshin

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。

— お問い合わせ —

上新電機株式会社 経営企画部　IR推進室
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/