

2021年3月期 決算説明会資料

株式会社コメリ



KOMERI

<https://www.komeri.bit.or.jp/>



2021年3月期 決算概要



2021年3月期 決算実績（連結）



（単位：百万円）

	2021年3月期	構成比	前年比（増減）		計画比（増減）	
営業収益	385,700	-	110.7%	+37,127	102.0%	+7,700
営業総利益	136,918	35.5%	114.7%	+17,515	102.8%	+3,782
販管費	106,591	27.6%	105.6%	+5,657	100.4%	+455
営業利益	30,326	7.9%	164.2%	+11,857	112.3%	+3,326
経常利益	30,369	7.9%	163.1%	+11,744	112.1%	+3,269
親会社株主に帰属する当期純利益	20,402	5.3%	170.9%	+8,460	120.7%	+3,502

- ・住環境改善の潜在的ニーズが顕在化し、工具・金物・作業用品、リフォーム資材、園芸・農業用品等、核カテゴリーが収益・利益を牽引。
- ・新規出店、改装だけでなく、システム関連への投資も実施。

カテゴリー別実績



(単位:百万円)

	2021年3月期				荒利益率 押し効果
	売上金額	前年比	荒利益率	前年差率	
工具・金物・作業用品	68,483	113.3%	44.7%	+0.5	+0.28
リフォーム資材 エクステリア用品	55,879	114.2%	31.1%	+1.3	+0.33
園芸・農業用品	87,929	114.2%	31.8%	+1.6	+0.60
日用品・ペット用品	63,095	105.3%	23.3%	+1.9	+0.15
家電・レジャー用品	46,906	116.1%	32.4%	+0.4	+0.23
インテリア・家庭用品	33,318	105.2%	43.5%	+0.3	▲0.18
燃料他	12,433	89.5%	19.1%	+0.1	▲0.15
ホームセンター部門合計	368,046	110.8%	33.3%	+1.2	+1.2

- ・核カテゴリーが売上高・荒利益高を牽引 ⇒ 荒利率も改善
- ・3年ぶりのまとまった降雪に伴い、冬季関連商品が好調に推移

フォーマット別実績



	2020年3月期		2021年3月期	
	全店売上 前年比	既存店売上 前年比	全店売上 前年比	既存店売上 前年比
パワー	109.2%	102.4%	116.4%	111.1%
ビッグ ハード&グリーン	98.2%	97.6%	109.3%	107.9%
ハード&グリーン	97.7%	97.8%	109.1%	108.3%
合計	100.7%	98.9%	111.7%	109.0%

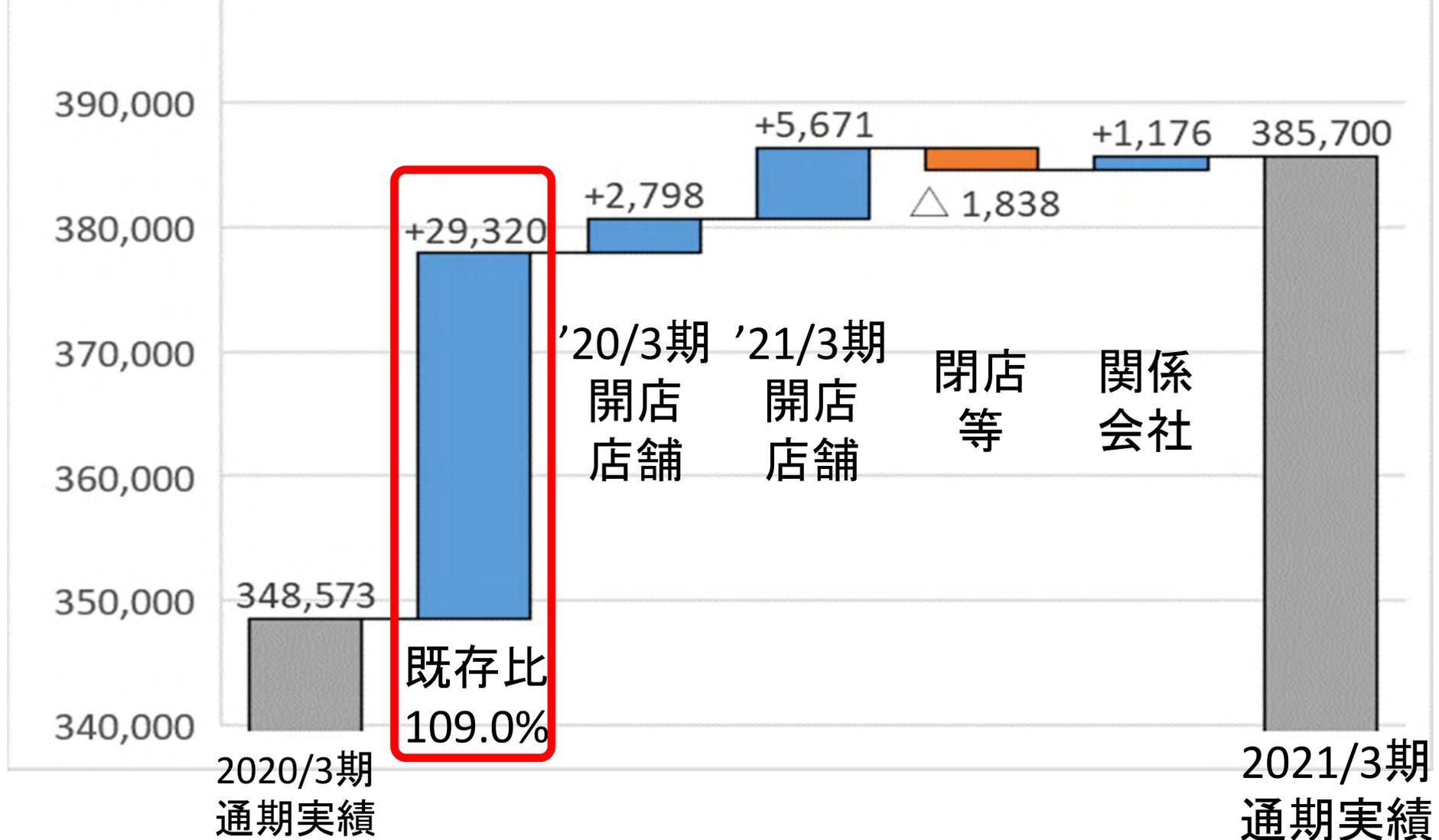
パワーの牽引に加え、足元生活圏での買い物が浸透しハード&グリーンの売上が好調に推移しました。

営業収益増減要因（前年比）



■ 既存店売上前年比109.0%が大きく寄与

（単位：百万円）

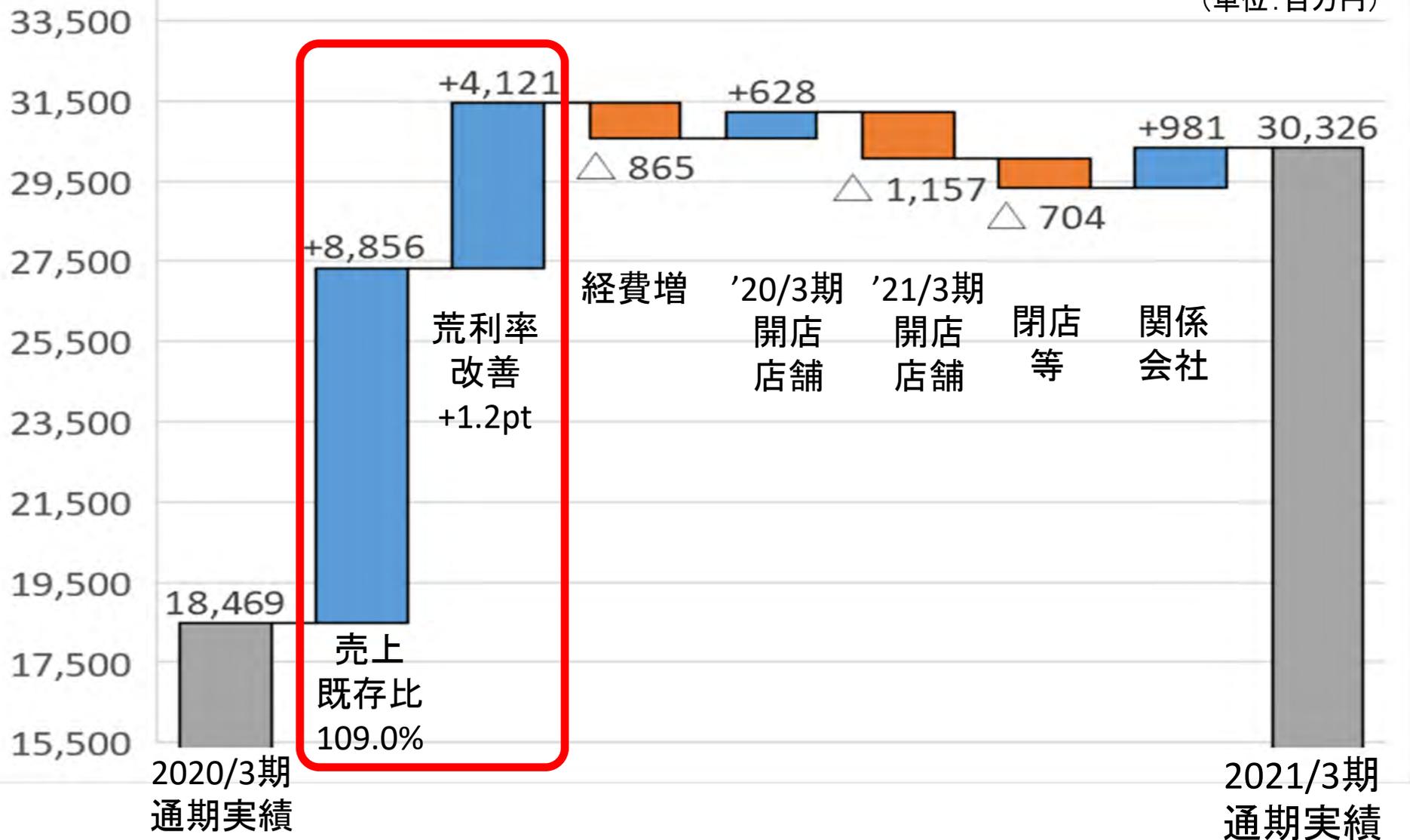


営業利益増減要因（前年比）



■ 既存店の伸びに加え荒利率改善が大きく寄与

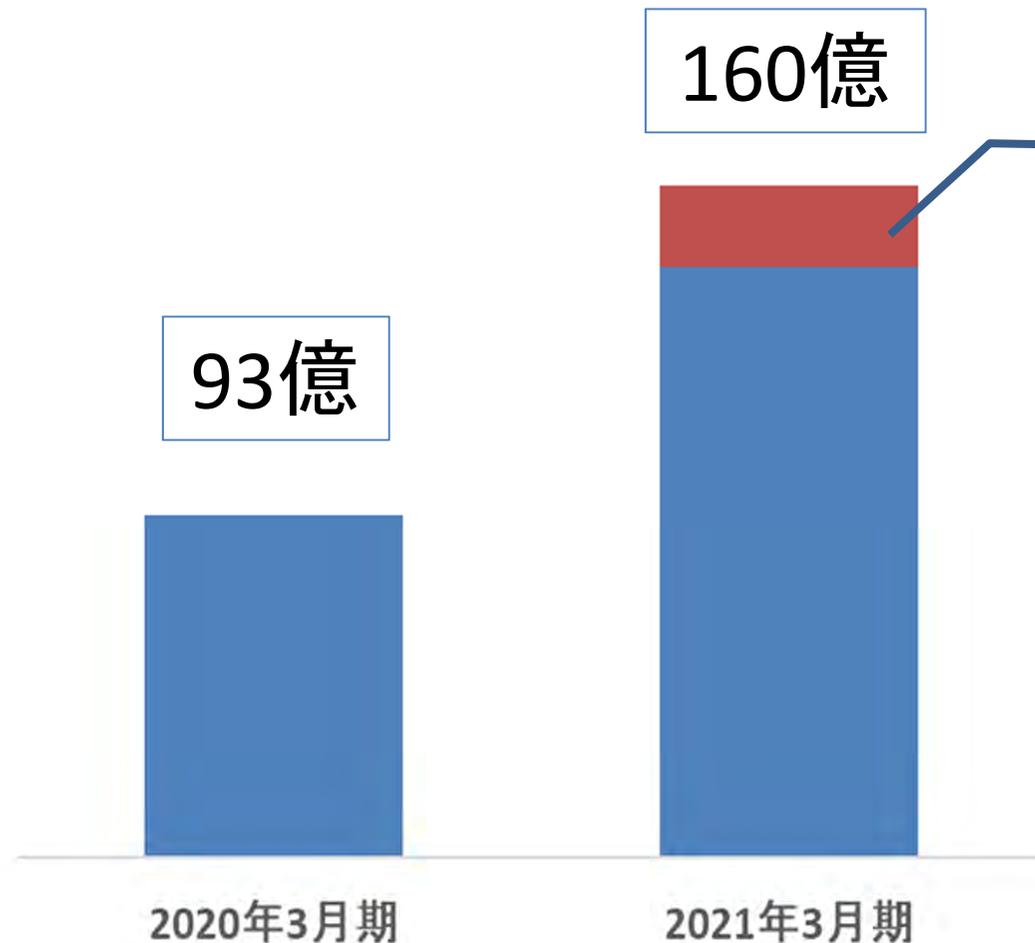
（単位：百万円）



設備投資実績



■今期予定の投資案件に加えて
更に積極投資



未来投資
22億円

スマホ型ハンディ導入
全店TV会議システム導入
ICカード決済端末導入
ストアラボ新設
店舗修繕 他



連結貸借対照表



(単位:百万円)

区分	科目	2020年3月末	2021年3月末	前期末からの増減
資産の部	流動資産	145,651	158,114	12,462
	うち 現金及び預金	9,625	17,303	7,678
	うち 商品	109,631	114,391	4,759
	固定資産	185,489	190,044	4,555
	うち 有形固定資産	158,505	162,629	4,123
	うち 無形固定資産	8,043	8,618	575
	資産合計	331,140	348,159	17,018
負債の部	流動負債	91,044	100,094	9,050
	うち 短期有利子負債	14,040	14,005	▲35
	固定負債	58,105	47,502	▲10,602
	うち 長期有利子負債	41,259	30,770	▲10,489
	負債合計	149,149	147,597	▲1,552
	純資産合計	181,990	200,561	18,570
	負債純資産合計	331,140	348,159	17,018

• 商品在庫高
既存比 99.6%

• 新規出店・追加投資
に伴う増加



2022年3月期 主要施策

コロナ禍で変わりニューノーマルとして定着すること



■住環境改善の潜在的ニーズの顕在化

“衣食住”で一番不満の大きい“住”の分野
リモート、在宅、サテライトオフィス
生活圏での購入スタイルの定着



自分たちの“家”を自分たちが“過ごしたい場所”に
変えていくお手伝い、そのための提案を

流通イノベーション

遅れた分野の流通の近代化

資材、建材



園芸、農業



当社が担う市場



リフォーム関連資材市場
約4兆円

農業資材関連市場
(肥料・農業等)
約1兆円



1200億円(3.0%)



880億円(8.8%)



乗り物



■ 商圈に応じた3つのフォーマット



パワー:大商圈型フォーマット

プロ :パワーの資材館のスピナウト

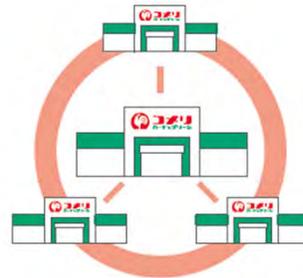
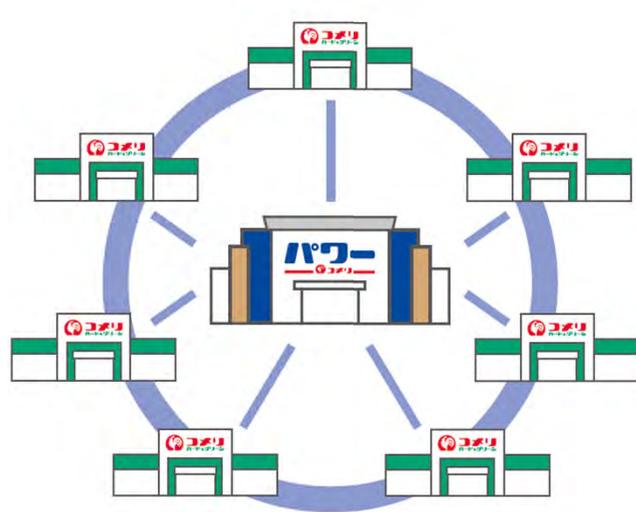
ハード&グリーン

:小商圈型フォーマット

出店政策

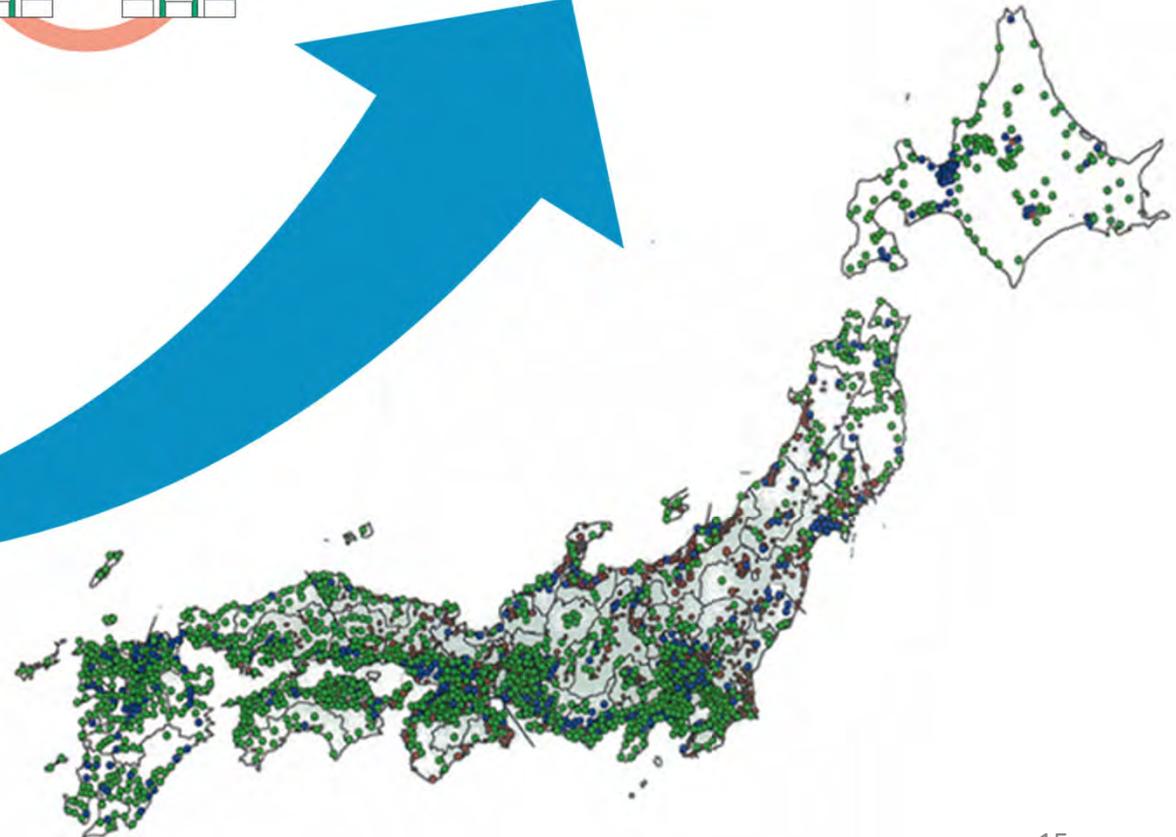


■ドミナント出店・船団方式出店



3000店舗体制へ

全国 1208店舗
(出店済み市町村)
44.4%
(2021年3月末時点)



積極投資による企業価値の向上①



2022年3月期出店計画(新商勢圏への出店加速)

出店数	いつも安い、なんでも頼れる パワー KOMERI	身近な暮らしのパートナー  KOMERI ハード&グリーン	PRO KOMERI	合計
2022年3月期 計画	10	13	3	26



商圈人口に応じた適正規模化と業態転換も継続

積極投資による企業価値の向上②



■既存店改装の推進 ～プロトモデルの水平展開～

	改装店舗数 (店)	改装坪数 (坪)
2022年 3月期計画	151	約80,000



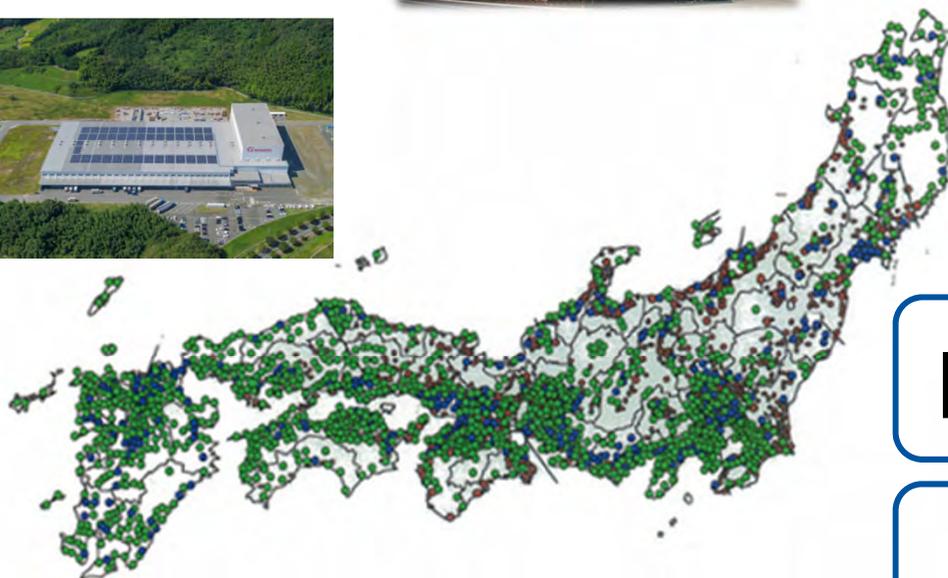
生産性の高い棚割への更新
による店舗収益性の向上

店舗のすべてを「ストアラボ」
でシミュレーション

積極投資による企業価値の向上③



■3000店舗を見据えた物流・情報システム構築



国内11カ所の物流センター

海外8カ所の調達拠点

商品力強化、店舗ローコストオペレーションの要

商品力強化



■ 同じ品質ならどこよりも安く、同じ価格ならどこよりも良いものを

PB売上高構成比



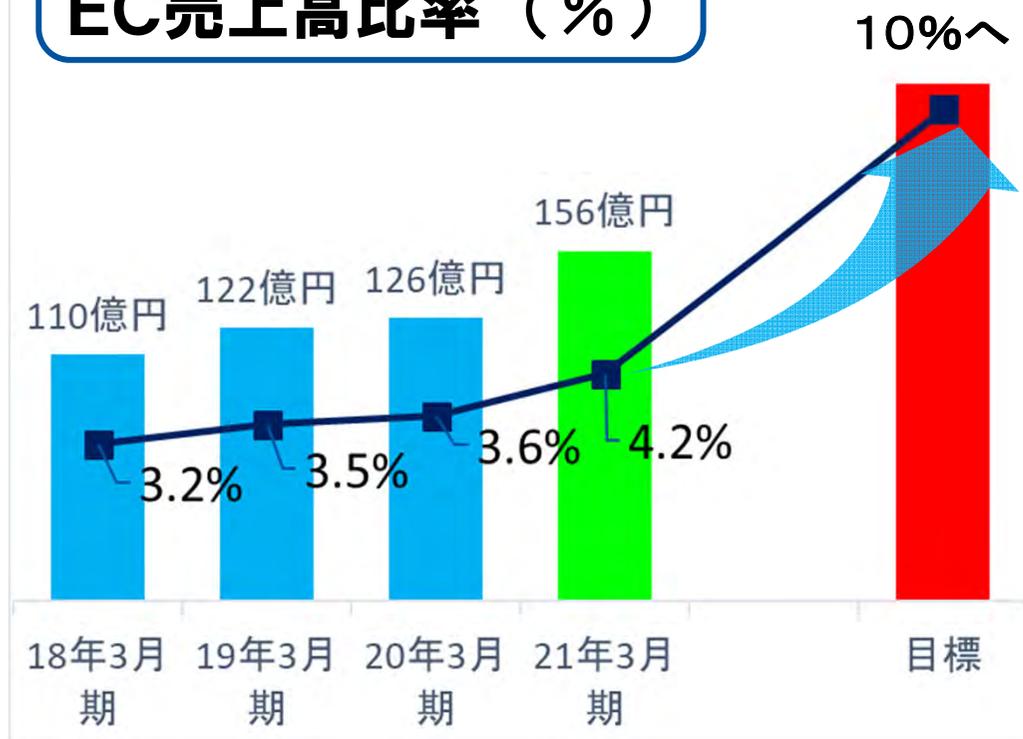
“コメリでしか買えない” 差別化された商品開発を

ネットと店舗の融合(BOPIS)



■1,208の拠点(実店舗)を持つ強み

EC売上高 (億円)
EC売上高比率 (%)



取り置きサービス、
店頭受取が好評



更なる利便性の向上を目指す

リフォームサービスの拡充



■リフォームニーズの高まり



おかげさまで、コメリリフォームは
2020年オリコン顧客満足度調査
戸建てリフォーム ホームセンター部門

第1位

農業支援



■ 持続可能な新たな農業支援モデルの構築



ローコストな
農業資材提供



営農指導体制
「農業アドバイザー」



農産物の販売支援
WEB産直



収穫期払い可能
「アグリカード」

JAとの協業

〈2020年3月〉

JA上伊那

〈2021年4月〉

JA山形おきたま

JA紀の里

・組合員様、JA様、コメリの“三方良し”を実現

お客様とのつながり強化



■カード会員406万人(3月末時点)



2020年9月より **即割** スタート!
ビジネスカード

入会后即200円で1円相当値引き
翌1年間 最大4倍

即割 使えば使うほど、
 値引き還元率UP!

年間累計お買上げ金額(税込)	還元率
80万円未満	1倍 (0.5%引き)
80万円~150万円未満	2倍 (1%引き)
150万円~300万円未満	3倍 (1.5%引き)
300万円以上	4倍 (2%引き)

カードごとの購入商品明細発行
 選べるお支払い方法、翌月または翌々月
 入会金無料・カードのご利用で次年度年会費無料

最大9枚発行

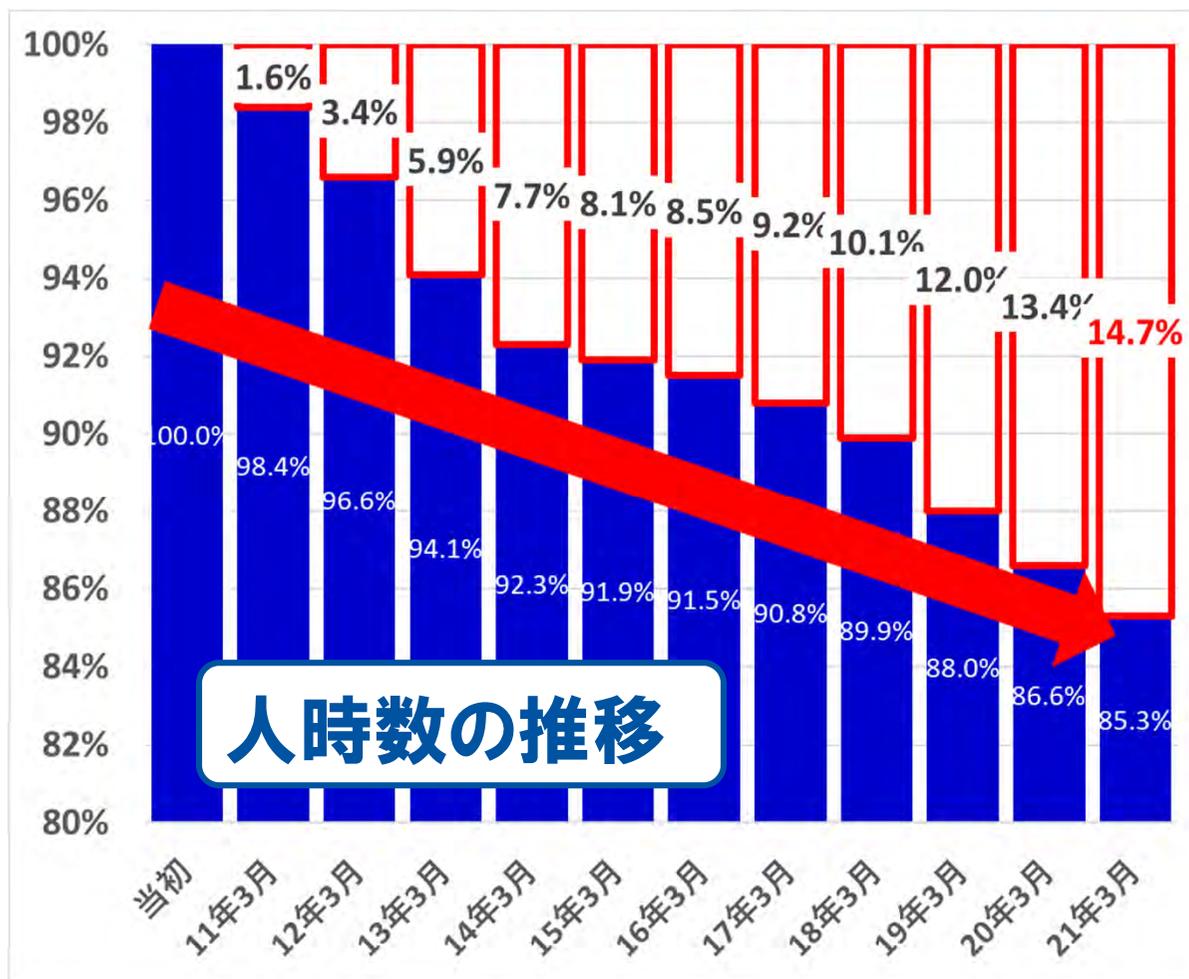


「プラチナステージ」新設、事業者様向け「即割」開始

損益分岐点の低さが競争力の源泉



DXによるローコストオペレーションのさらなる推進



スマホ型ハンディ



全店WEB会議

販売力・営業力の強化



■ “お困りごと” への最適な解決策をご提案



接客レベル向上

- ・社員・準社員の大半が社内マイスター3級取得
- ・教育体系のシステム化で効率の良い学習を可能に



多様な教育カリキュラムでお客様のニーズにお応え

海外戦略



■ タイ1号店の出店（上半期予定）

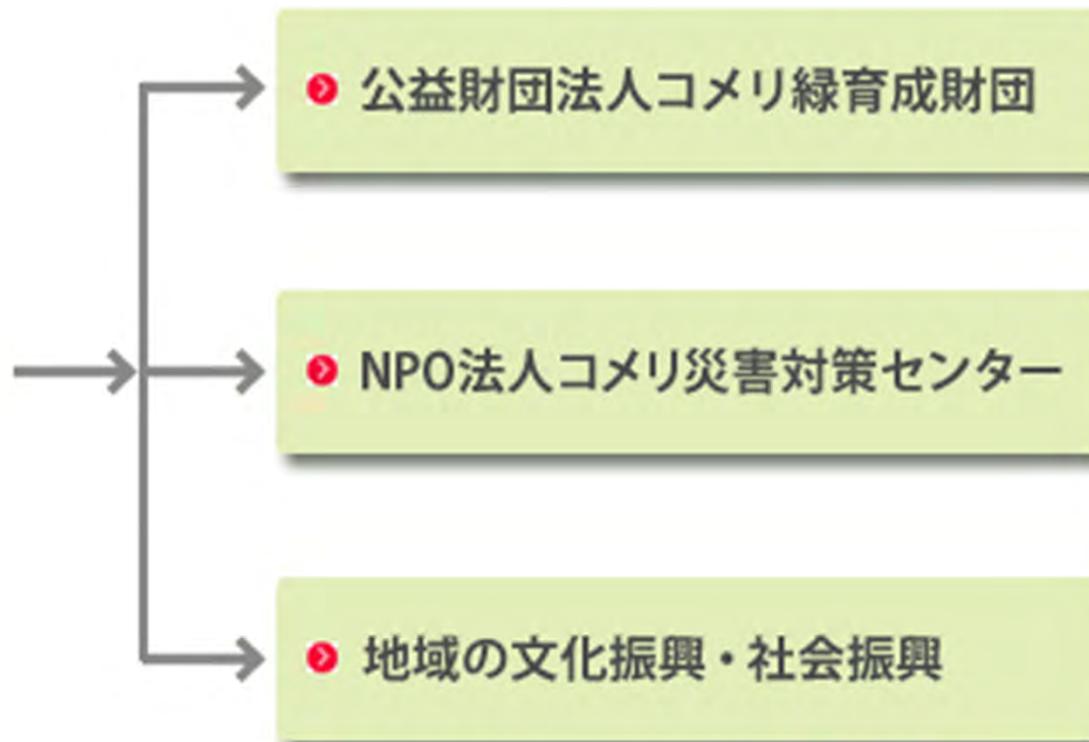


本業を通じたESGへの取り組み

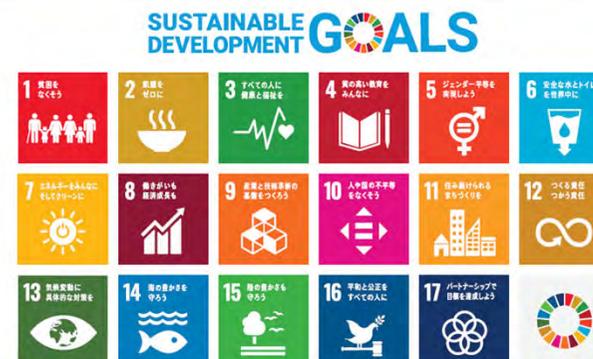


分野	取り組み内容
環境	環境に配慮した商品・サービスの提供
	生産から流通・販売に至る過程で排出されるCO ₂ の削減
	レジ袋を含めたプラスチック包装容器の削減
	設備機器の更なる省エネ化
	運送用梱包資材の削減および廃棄物の排出削減
社会	多様な人材がより能力を発揮できる働きがいのある環境づくり及び教育体制の確立
	プライベートブランド商品の開発推進と品質改良
	公正な取引の推進
	住まいに関するローコストな金物・工具・資材・建材等の商品供給
	農産物等の食料生産に必要なローコストな生産資材の供給
	災害時等における生活必需物資の供給体制の構築及び店舗の営業の実施
ガバナンス	取締役の1/3以上が社外取締役
	指名・報酬委員会の設置

社会貢献活動



・利益の1%相当を社会に還元
・SDGsにも通ずる取り組み



社会貢献活動



自然環境保全活動助成

緑化活動助成

- 自然環境保全活動への助成
- 地域の緑化活動への助成
- コメリ農場を通じた地域の農業深耕



社会貢献活動



- ・災害時に物資を供給
- ・949団体との物資支援協定を締結



- ・若手芸術家の育成支援



パワー
プライス
EVERYDAY POWER PRICE
安さ毎日365日

価格保証
10%
10% PRICE GUARANTEE
万一価格が高い場合、同一品番商品を
他社税込価格より10%引きで販売します。

2022年3月期
業績計画

2022年3月期 業績計画



(単位:百万円)

	2020年3月期	前年比	2021年3月期	前年比	2022年3月期 業績予想	前年比 (注)
営業収益	348,573	100.5%	385,700	110.7%	382,000	100.0%
営業利益	18,469	101.9%	30,326	164.2%	27,500	91.4%
経常利益	18,625	102.1%	30,369	163.1%	27,600	91.6%
当期純利益	11,941	109.2%	20,402	170.9%	17,300	85.4%
1株当たり純利益	236円58銭		410円25銭		347円87銭	
配当金	中間21円 期末21円		中間22円 期末23円		中間23円 期末23円	

(注) 2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前期及び対前年同四半期増減率については、2021年3月期に当該会計基準等を適用したと仮定して算定した増減率を記載しております。



いつもそばに、ずっと

コメリ

【見通しに関する注意事項】

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する記述が含まれている場合があります。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定に基づくほか、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。したがって、現実の業績は当社の見込とは異なる可能性があります。