

株式会社エディオン 決算説明会 2020年3月期



2020年05月14日

エディオンの使命

この度の新型コロナウイルス（COVID-19）に罹患された方々に、謹んでお見舞い申し上げます。

- お客様に快適なサービスと商品の提供を行うことで皆様の生活をサポートしていく
- サービスの提供を継続するためにも、お取引先様を含めた、全従業員とその家族の安全を最優先に考える
- 政府の方針や行動計画に基づき、迅速に対応方針を決定すると共に、適切な事業継続を図る

お客様、お取引先様、従業員とその家族の安全と感染拡大防止を最優先に

<4月30日現在>

- 臨時休業 54店舗、時短営業 376店舗
(携帯ショップ等含む全店436店)

<営業店舗の対応>

- 従業員のマスク着用
- 出入口への消毒液設置、共用部の清掃強化
- 飛沫防止アクリル板、ビニールシート設置
- 配達時のマスク着用、設置後の清掃徹底
- セール、集客イベント等の自粛

<その他の対応>

- 全従業員へ一時金支給
- テレワーク推進（本社は70%を達成）
- テレビ会議の活用、不要不急の出張禁止
- 時差出勤の励行、体温測定の徹底

<4月度の状況>

既存店前年比 86.6%

全店客数前年比 95.6%



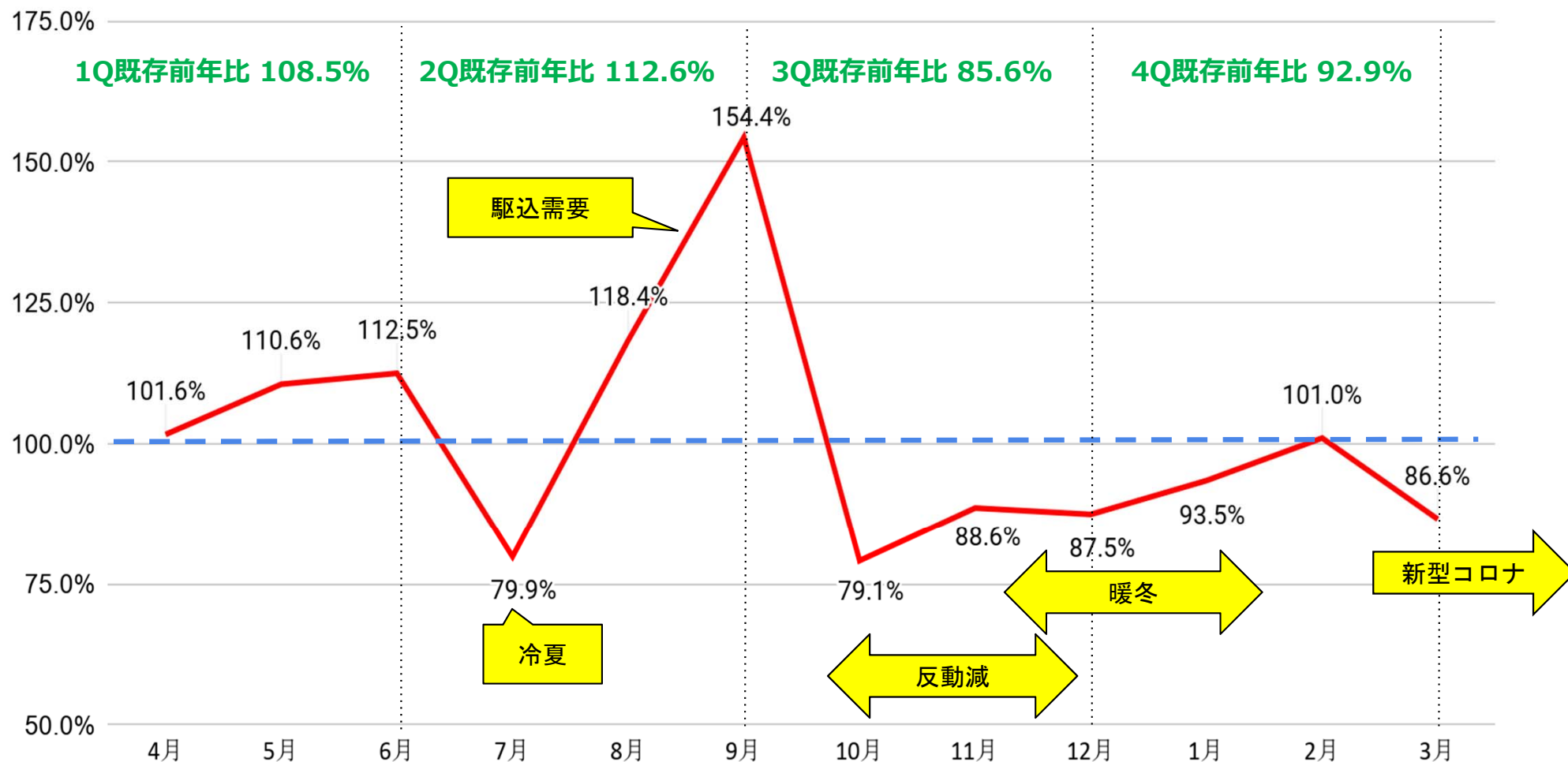
百万円・%	2018年度			2019年度				
	売上比	実績	前年比	売上比	実績	前年比	下期修正計画	計画比
売上高	100.0	718,638	104.7	100.0	733,575	102.1	750,000	97.8
売上総利益	29.2	209,820	105.9	28.7	210,605	100.4	219,295	96.0
販売管理費	26.7	191,977	105.0	27.0	198,321	103.3	200,995	98.7
営業利益	2.5	17,842	116.0	1.7	12,284	68.8	18,300	67.1
経常利益	2.6	18,889	116.8	1.8	13,365	70.8	19,800	67.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1.6	11,642	130.2	1.5	10,977	94.3	13,500	81.3
新規出店数 (直営家電店)	-	12店	+2店	-	6店	-	6店	±0店
移転・建替店数 (直営家電店)	-	2店	△3店	-	3店	-	3店	±0店
設備投資額	-	13,739	121.2	-	12,712	92.5	13,471	94.4
減価償却費	-	9,837	100.0	-	11,131	113.2	11,270	98.8

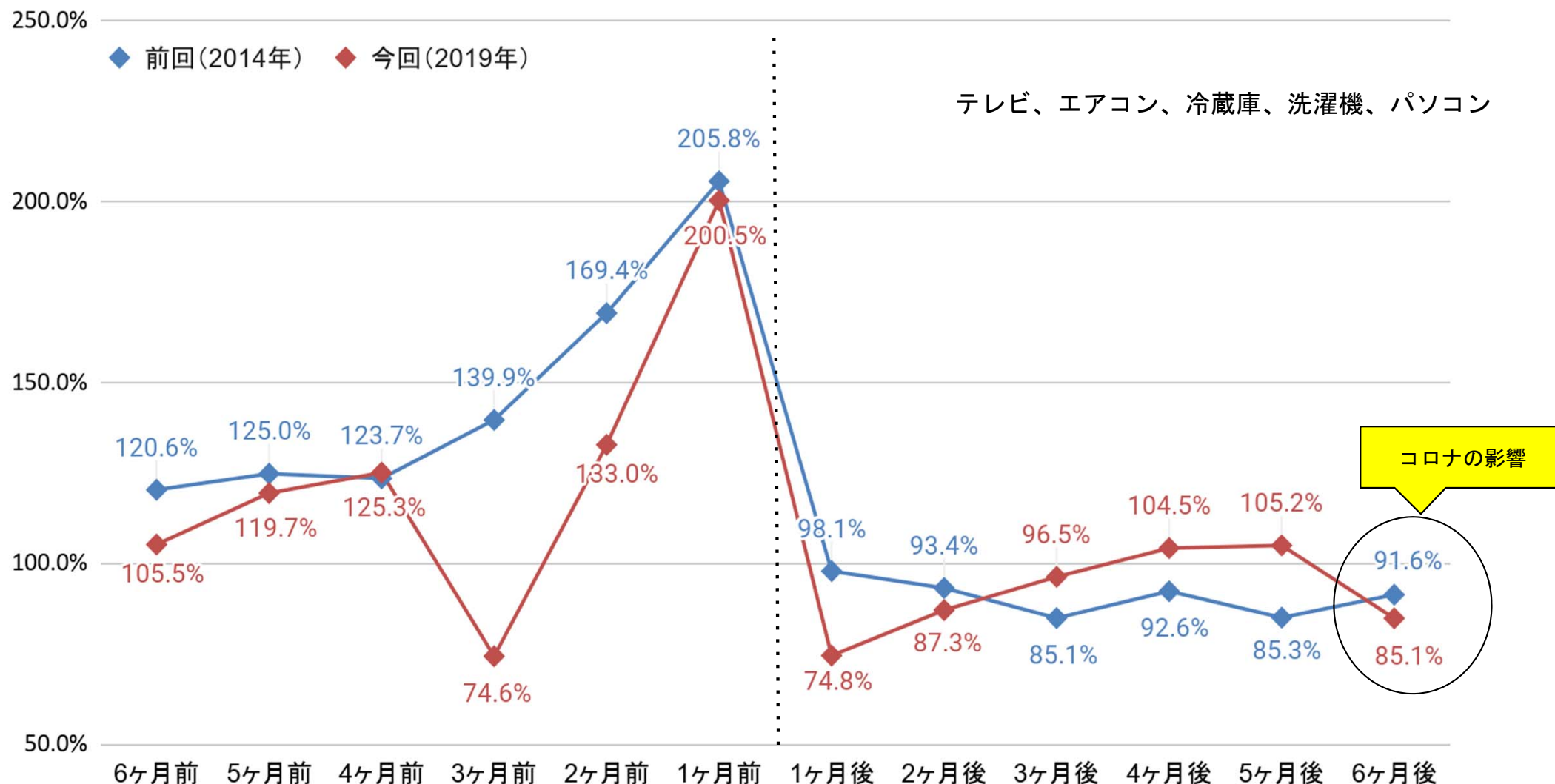
- 第1四半期
なんば本店、広島本店とポイント施策で前年+135億円
- 第2四半期
7月の冷夏で苦戦するも、駆け込み需要で前年+307億円
- 第3四半期
増税の反動減と暖冬が重なり、前年△159億円
- 第4四半期
暖冬と新型コロナウイルスによるセール中止で前年△135億円

※通期では前年+149億円、増税前に売上を刈り取る施策は成功した。下期は、暖冬とコロナウイルスが想定外。業界平均と比較すれば、北海道と東北地方を除けば、概ね全国よりもプラスとなっている

直営既存店 受注前年比 推移

通期累計既存前年比99.9%





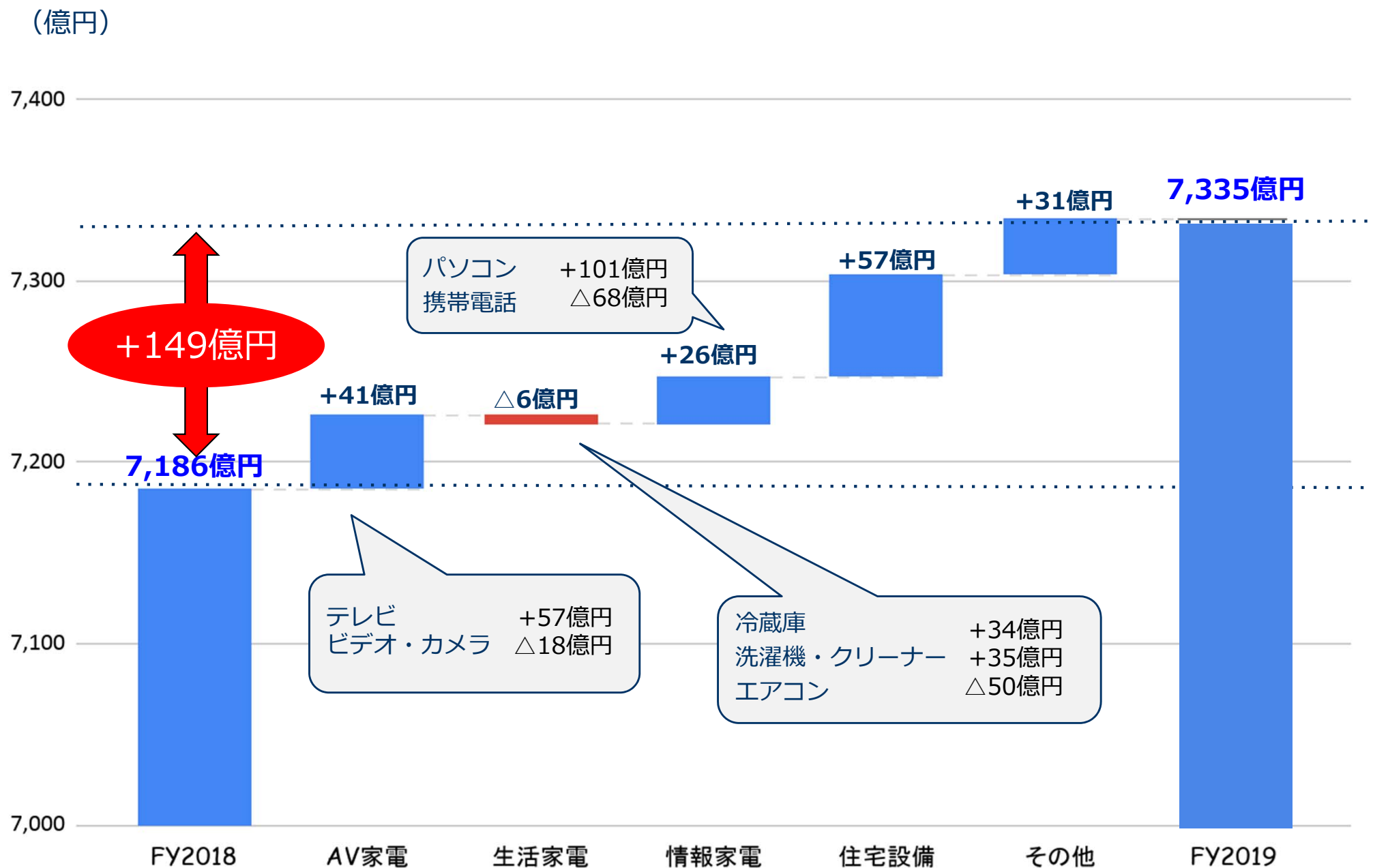
●増税の反動は1 2月までの3か月で収束した。1月以降は前年を超えて推移したが、新型コロナウイルスの拡散防止対策で、3月に予定していたセールを急遽中止したため失速した。

直営店 主要商品 受注前年比 推移

(%)

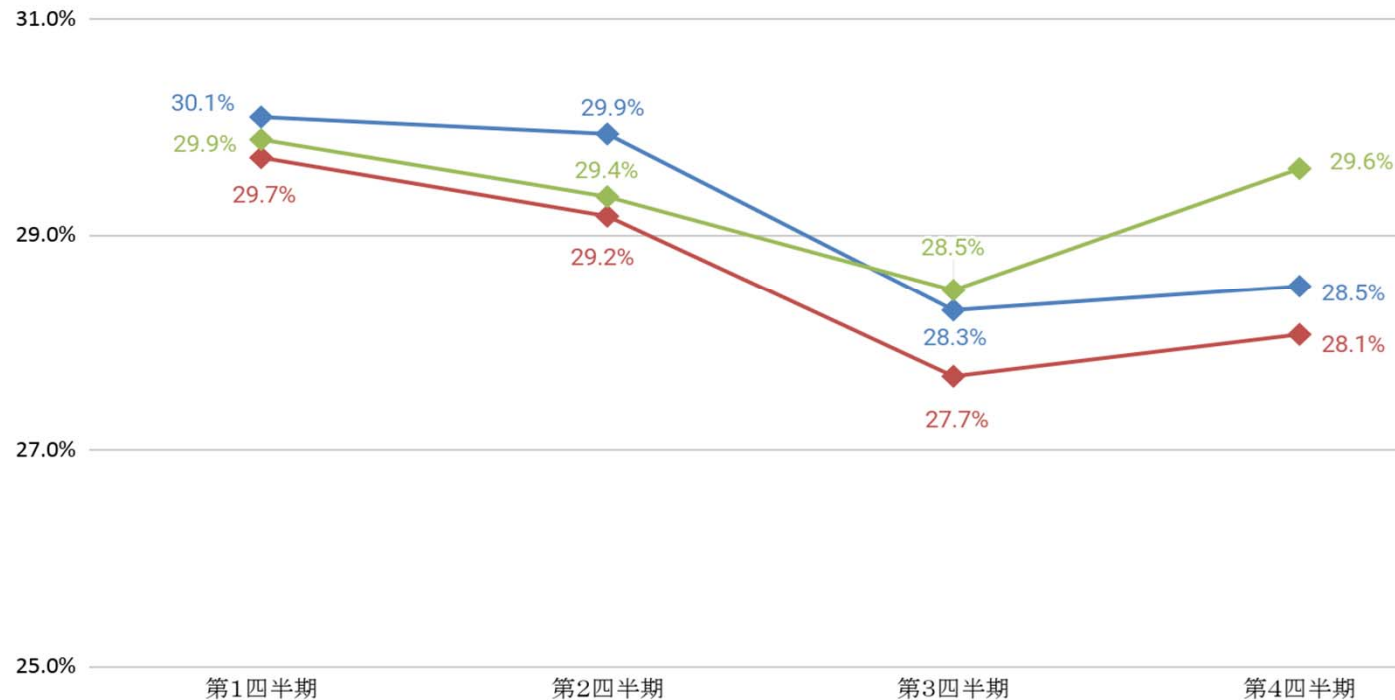
商品名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	2Q 累計	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4Q 累計
テレビ	103.3	105.8	127.2	126.4	140.9	196.2	135.9	86.4	86.4	87.9	99.5	116.6	99.4	113.3
エアコン	109.0	123.0	122.5	52.6	152.2	190.7	102.0	60.5	58.3	79.5	71.9	85.8	71.2	92.3
冷蔵庫	103.9	115.2	120.9	81.6	115.3	207.5	121.2	69.6	89.4	86.3	91.5	94.3	81.5	106.1
洗濯機	106.2	140.5	126.1	98.9	122.6	194.2	131.3	77.6	95.1	93.3	94.2	102.3	87.5	111.1
パソコン	103.9	106.4	141.2	122.1	127.1	217.0	136.5	79.9	126.7	142.8	164.0	94.5	85.9	127.0
リフォーム	112.4	121.2	133.8	137.4	127.8	114.0	124.4	105.9	102.3	90.6	112.0	110.6	84.2	112.1
オール電化	119.8	120.7	127.7	117.0	131.5	138.1	126.4	95.5	98.9	90.7	105.5	115.5	98.9	111.6

- 上期は、梅雨明けが遅く冷夏の影響もあったが、8月後半から暑さが戻り、増税駆け込みにより伸長
- 下期は、増税の反動減と暖冬により苦戦したが、パソコンの買い替え需要や次世代住宅ポイントの下支えもあり2月には前年並みに回復
- 3月は、新型コロナウイルス拡散防止の観点から決算DMセールを中止したこと等で前年を下回った



四半期別粗利率

◆ FY2018 ◆ FY2019 ◆ FY2019計画



構成比	FY2018	FY2019
A V 家電	12.1%	12.5%
生活家電（エアコン）	10.9%	10.0%
生活家電（その他）	32.9%	32.8%
情報家電（PC等）	14.1%	15.1%
情報家電（携帯）	10.0%	8.9%
住宅設備	6.4%	7.0%
その他	13.6%	13.8%
	100.0%	100.0%

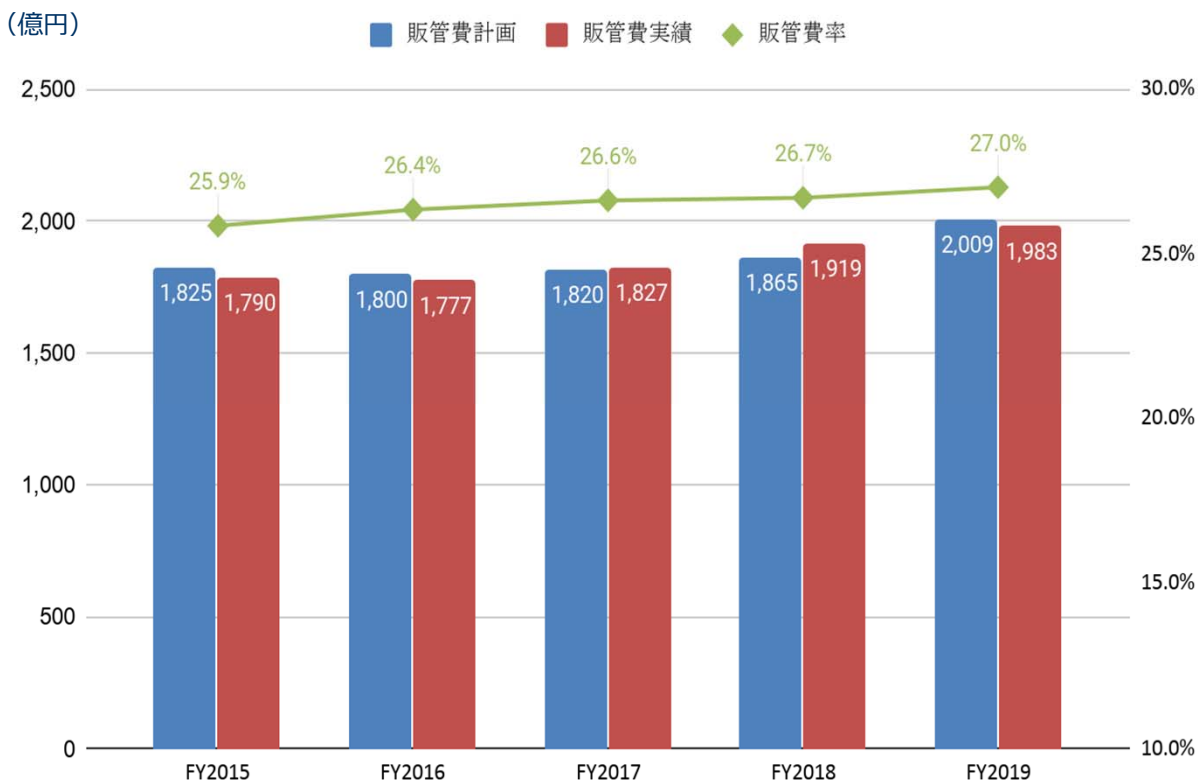
- 上期は、なんば本店、広島本店の大型出店に伴うセールで前年より低下は想定内
また、冷夏の影響でエアコンの構成比が下がり、粗利ミックス変化により計画を下回ったが、概ね想定内で着地
- 第3四半期は、受注残に係る増税2%分の実質値引で△0.2%、テレビ、PC増加などの粗利ミックス変化影響で△0.2%
暖冬及び冬物商品の早期処分で△0.4%と合計で△0.8%計画から低下した
- 第4四半期は、暖冬とデジタル商品の伸長による粗利ミックス影響で△0.4%前年から低下
計画比では、1～2月の暖冬で工事を含むエアコンと暖房器の粗利が大きく低下、3月は新型コロナウイルスの拡大防止の観点から決算DMセールを中止したことでセルアウト型でのリポートが一部減少し、生活家電などで粗利が低下した
結果として、情報家電は計画線であったが、季節・生活家電で△1%以上の影響があった

百万円	2018年度	2019年度			
	実績	実績	前年増減	計画	計画増減
販売管理費合計	191,977	198,321	6,343	200,995	△2,674
広告宣伝費・販売費	55,159	56,466	1,307	58,918	△2,451
（内ポイント販促費）	(9,618)	(12,875)	(3,256)	(13,954)	(△1,078)
人件費	77,279	78,343	1,064	77,768	575
設備費・管理費	49,701	52,378	2,677	53,037	△658
減価償却費	9,837	11,131	1,294	11,270	△139

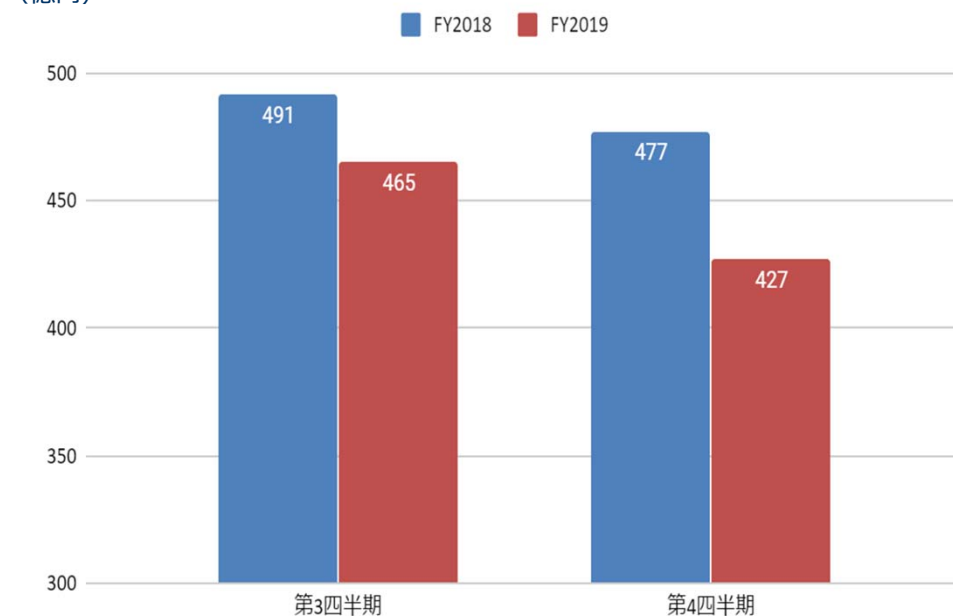
- 広告宣伝費・販売費は、なんば・広島本店の増加分を除けば前年を下回り、計画内で収まった
- ポイント販促費は、計画内ではあるが、なんば・広島本店の増加分を除くと、4～6月のポイント施策分が前年から増加した
- 人件費は、なんば・広島本店の増加分を除けば前年を下回り、計画に対しても概ね計画線であったが、新型コロナウイルスへの対応で、全従業員への一時金の支給分を引当金計上したため、計画を超過した
- 設備費・管理費は、なんば・広島本店及び積極出店により前年から増加したが、計画内で着地
- 上期を実績に置き換えた修正計画であるため、計画差額は下期のみの差額であり、増税の反動や暖冬、また新型コロナウイルスの感染拡大等に対して経費コントロールを積極的行った結果である

百万円	2018年度	2019年度			
	実績	実績	前年増減	計画	計画増減
販売管理費合計	47,720	44,257	△3,463	46,637	△2,379
広告宣伝費・販売費	13,402	9,266	△4,136	11,331	△2,064
（内ポイント販促費）	(2,762)	(1,145)	(△1,617)	(1,850)	(△705)
人件費	19,348	19,488	139	19,052	435
設備費・管理費	12,275	12,610	335	13,270	△659
減価償却費	2,694	2,891	197	2,982	△91

- 広告宣伝費・販売費は、チラシ回数やサイズの見直し、デジタルチラシ活用等で大きく削減に成功
- ポイント販促費は、決算DMセール中止の影響もあり、計画を下回った
- 人件費は、新型コロナウイルスへの対応で、全従業員への一時金の支給分を引当金計上したため、計画を超過した
- 設備費は、臨時休業、時短営業の影響もあったが、水道光熱費等の削減につとめた
- 第4四半期は、暖冬や新型コロナウイルスの影響が顕著であり、積極的に経費コントロールを実施した



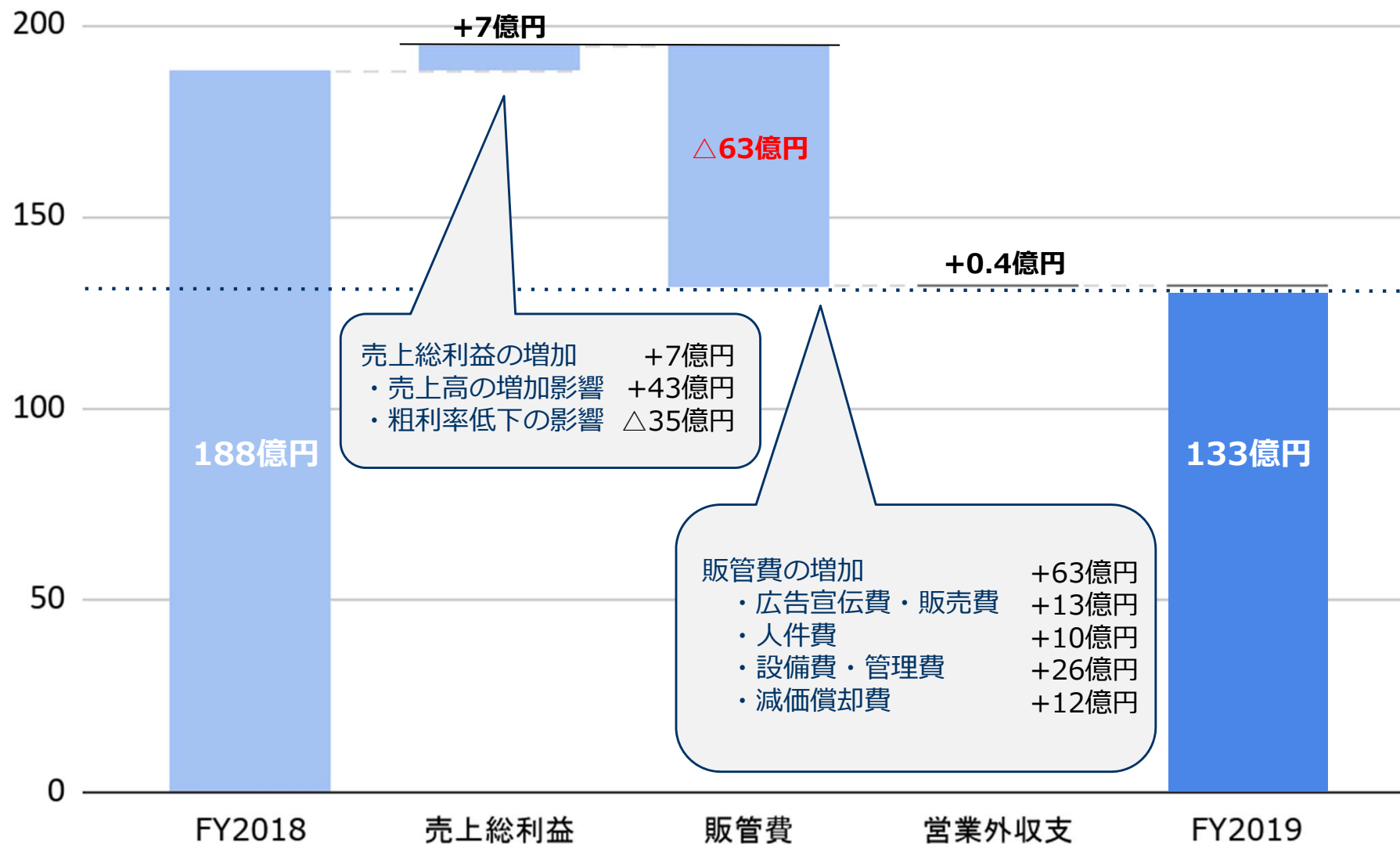
第3四半期、第4四半期前年比較（なんば・広島増加分除く）



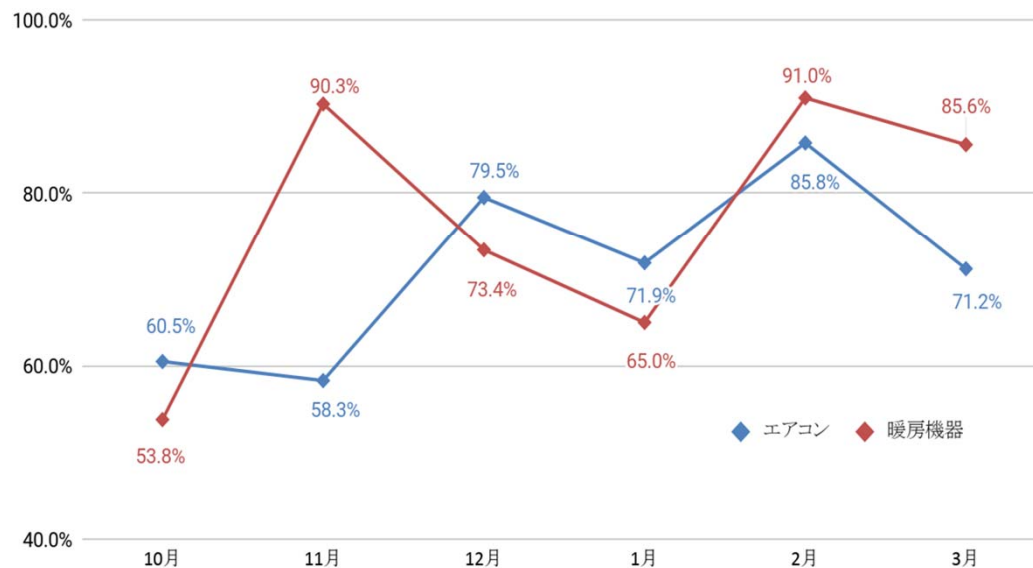
- FY2019は、下期で26億円の削減
- なんば本店、広島本店の大型出店により比率は上昇したが、3期ぶりに計画内にコントロール

- なんば本店、広島本店の増加分を除くと、第3四半期は、前年比△26億円、第4四半期は前年比△50億円

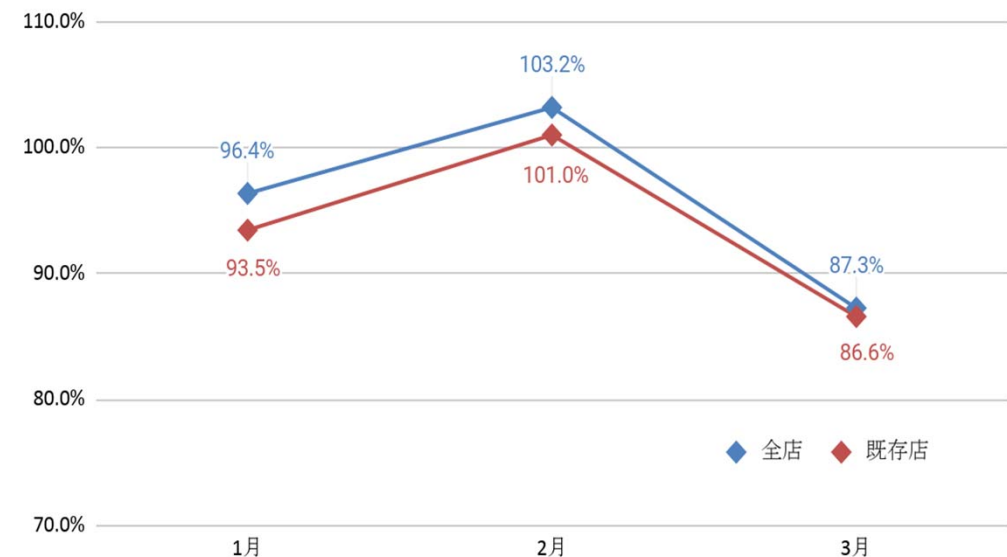
(億円)



エアコン、暖房機器 受注前年比



全店、既存店 受注前年比



●暖冬の影響

- ・ 10月以降、暖冬が継続
- ・ 増税反動は、12月で収束したもののエアコン、暖房機器は1月以降も低迷
- ・ エアコン：下期 71.3%、4Q 75.5%
- ・ 暖房機器：下期 75.8%、4Q 74.9%

●新型コロナウイルス拡大の影響

- ・ 増税反動収束後、2月は100%超えるまでに回復した（全店、既存店ともに）
- ・ 3月に感染拡大防止の観点から決算DMセールを中止したことで売上を落とした
- ・ 3月度で計画から50億円程度のマイナス影響と考えられる

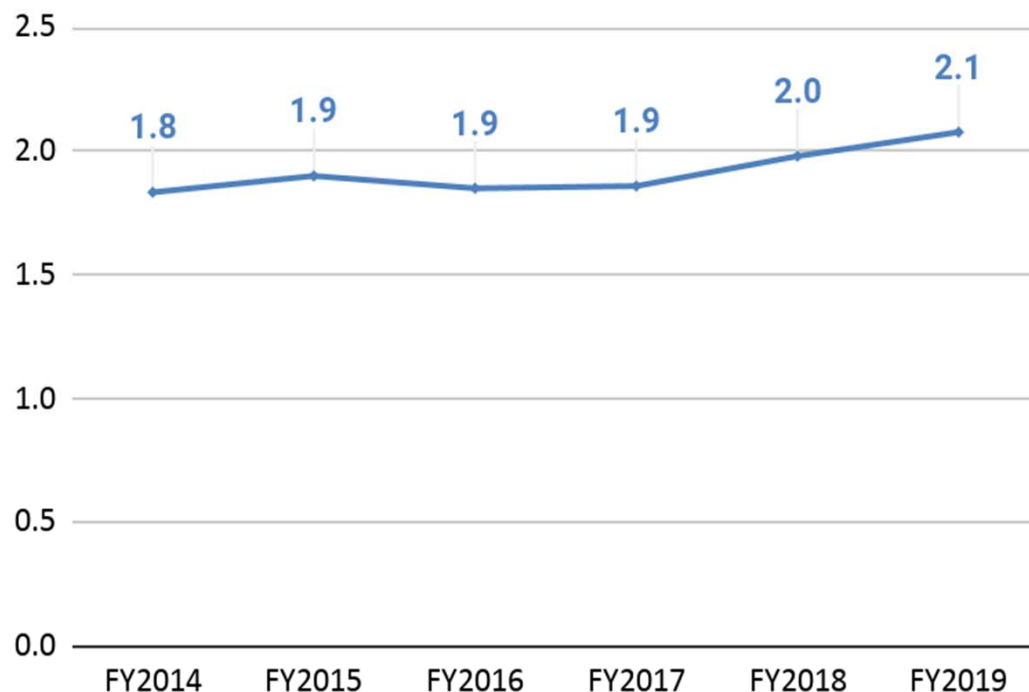
百万円	2019年3月末	2020年3月末	増減
流動資産	152,436	153,296	+860
現預金	9,035	15,974	+6,938
売掛金	36,339	33,666	△2,672
たな卸資産	96,686	91,286	△5,400
固定資産	203,511	196,727	△6,783
有形固定資産	139,970	130,891	△9,079
無形固定資産	8,202	10,743	+2,540
投資その他	55,337	55,093	△244
総資産	355,947	350,024	△5,923
たな卸資産回転数/年	6.9	7.8	+0.9
総資産回転数/年	2.0	2.1	+0.1

- たな卸資産：新型コロナウイルスの影響で調達が停滞した影響も一部ではあったが、テレワーク需要や巣ごもり需要もあり、出荷が進んだことで前期末より減少し、回転数も上昇
- 無形固定資産：(株)ジェイトップ、夢見る(株)の取得により、のれんが増加

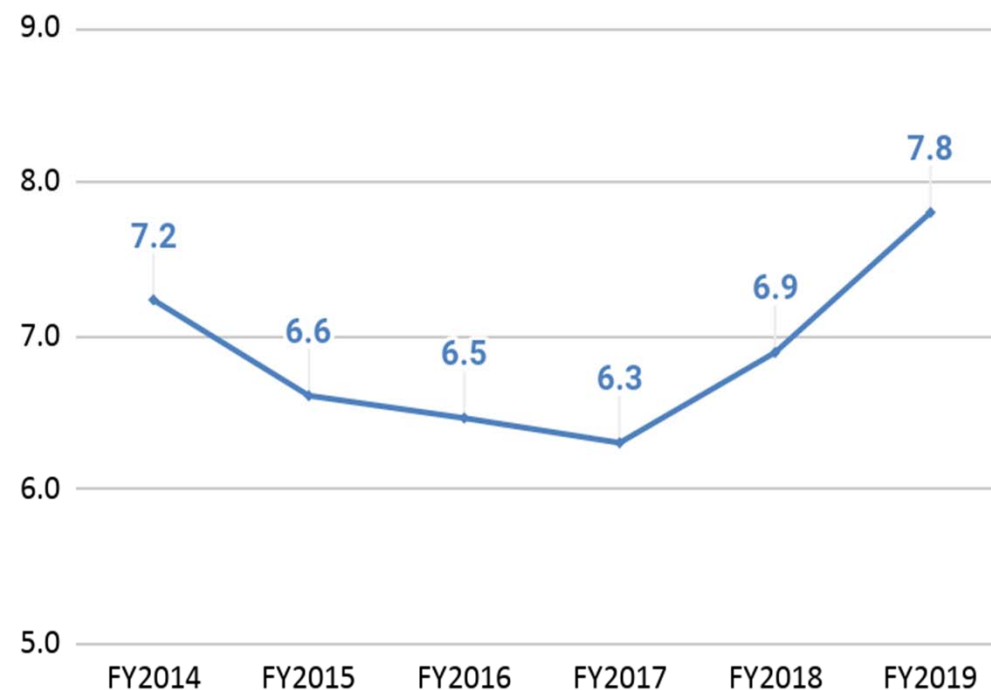
百万円	2019年3月末	2020年3月末	増減
負債	177,775	169,623	△8,152
支払手形買掛金	31,139	34,434	+3,294
短期借入金	1,040	70	△970
長期借入・社債	59,594	56,924	△2,670
リース債務	2,100	2,372	+272
純資産	178,172	180,400	+2,228
自己資本	178,172	180,400	+2,228
有利子負債比率	17.6%	17.0%	△0.7%
自己資本比率	50.1%	51.5%	+1.4%
フリーＣＦ	+15,885	+19,719	+3,833
営業活動ＣＦ	+28,304	+25,278	△3,020
投資活動ＣＦ	△12,419	△5,559	+6,853

- 有利子負債依存度：目標の30%以下を継続達成、有利子負債比率は低下
- 自己資本比率：目標の40%以上を継続達成
- 投資活動ＣＦ：前期は大型出店に伴う支出が増加、当期は、子会社の取得支出があったが、固定資産の売却もあり前期よりプラスとなった

総資産回転数



たな卸資産回転数

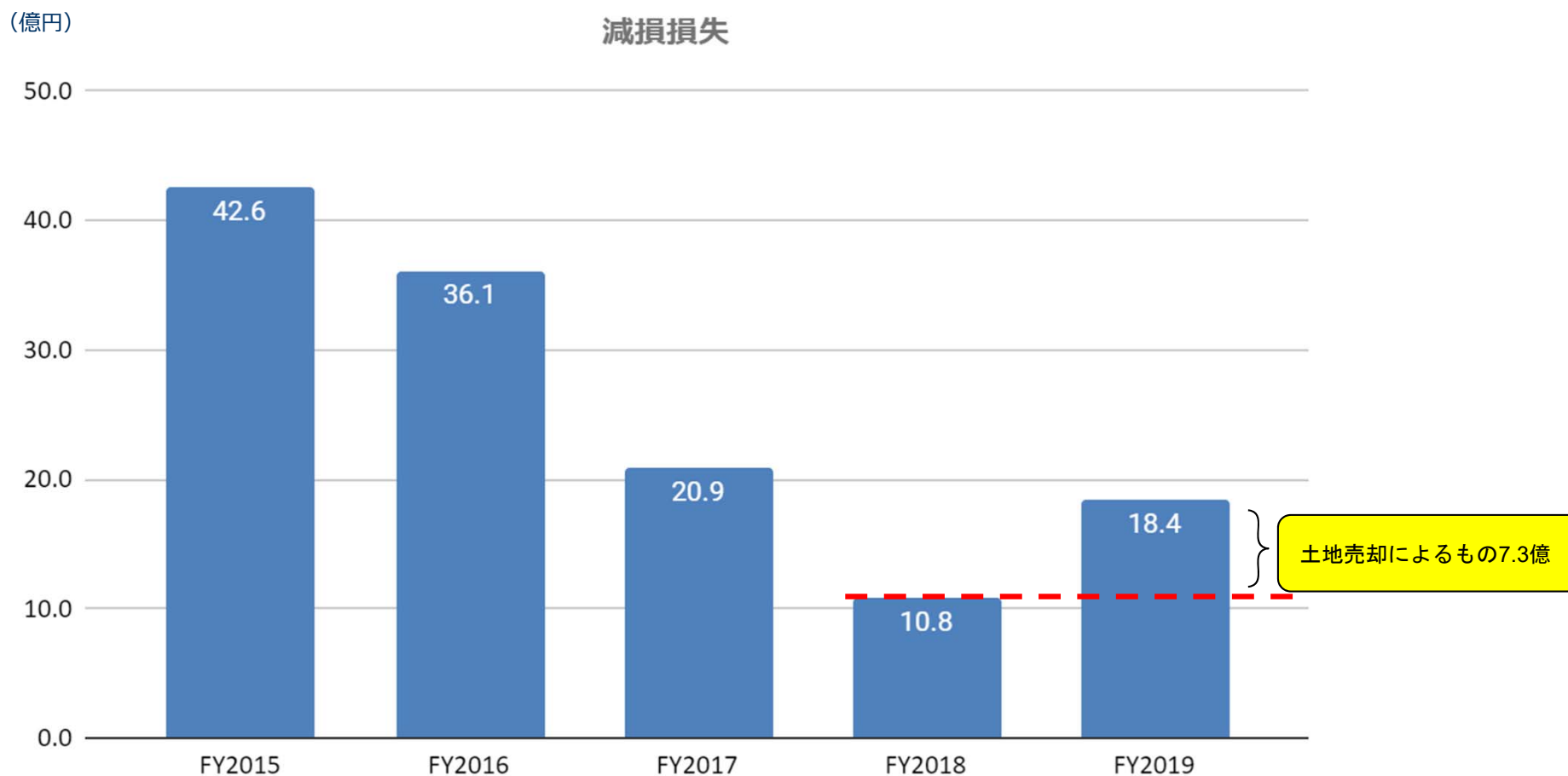


●総資産回転数

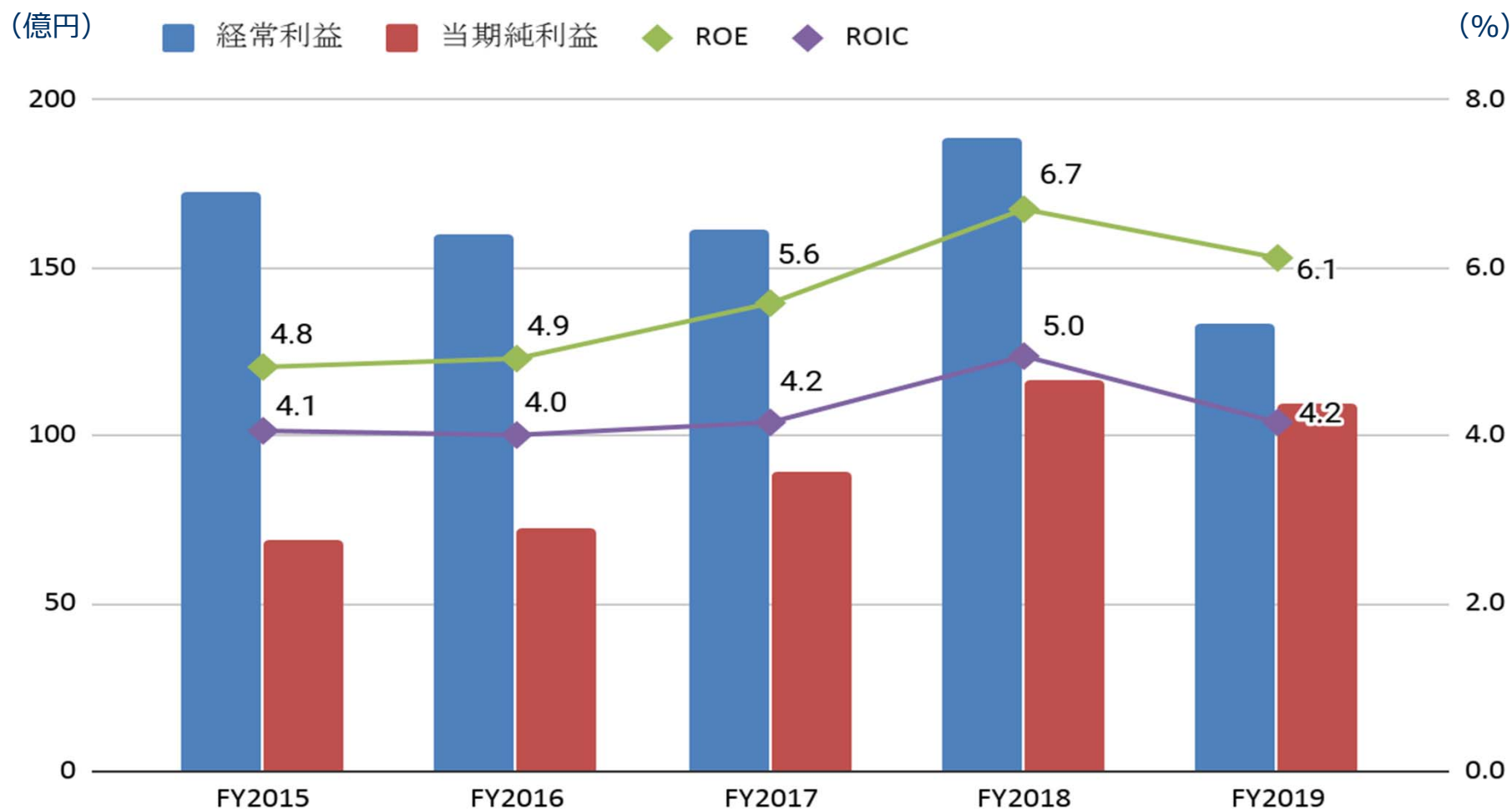
- ・FY2017以降順調に回復、2%を上回った

●たな卸資産回転数

- ・たな卸資産は減少し、売上高が伸長したため、前年から大きく改善した



- 収益力の改善により減少傾向
- FY2019は、土地の売却決定による減損損失が7.3億円あったため、実質は前年並み



※繰延税金資産の影響を除外：2016/03年△9億円、2017/03+58億円

※計算式：ROE = 当期純利益 ÷ 平均株主資本 ROIC = 営業利益 × (1 - 実効税率) ÷ (有利子負債 + 株主資本)

店舗数増減実績（2019年4月～2020年3月）

	2019年3月	新設	移転・建替	閉鎖	増減	2020年3月
家電店	395	6	3	△5	+1	396
非家電店	41	1	0	△5	△4	37
直営店計	436	7	3	△10	△3	433
F C店	755	16	0	△20	△4	751
全店合計	1,191	23	3	△30	△7	1,184
直営店売場面積（㎡）	1,038,617	36,096		△19,354	+16,742	1,055,359

非家電店・・・携帯電話専門店、ソフト専門店等

● なんば本店（新設+13,481㎡） 広島本店（建替+4,876㎡）により、1Qで1.8%床面積増加

①粗利率

- ・ 28.8%（前年+0.1%）
- ・ 季節、生活商品に重点を置く施策（エアコン、冷蔵庫、洗濯機等）
- ・ 粗利ミックスによる改善を見込む
- ・ 前年は7月の冷夏と下期の暖冬及びコロナウイルス拡大防止でセールを中止したこともあり
特殊要因により粗利が低下

②新型コロナウイルスの影響

- ・ 6月末で収束と想定
- ・ 休業・時短営業による売上影響は4月度で△15%
- ・ 巣ごもり需要など新たな需要が発生

③設備投資 136億円（前年127億円）
（出店）

- ・ 投資額 98億円（前年106億円）
- ・ 新規出店 8店 移転1店 既存店増強
※大型出店は無し
- （システム投資）
- ・ 投資額 34億円（前年17億円）
- （その他）
- ・ 子会社、本社等 3億円（前年3億円）

④新規連結企業及びEC、ELS

- ・ ジェイトップ 売上高38億円
- ・ 夢みる（ロボ団）売上高 4億円
※利益インパクトは小さい
※のれん償却費 2.6億円（2社計）
- ・ EC計画 180億円（前年比125%）
- ・ ELS計画 619億円（前年比119%）

業界需要予測（前年比）

G f K 98.6%

家電BIZ 97.7%

※業界予測は、コロナウイルス発生前（オリンピックは開催予定）での需要予測

	家電BIZ 予測%	標準的な業界予想（コロナ前）と当社取組
テレビ	106	大型インチへの取組。65V以上の拡大
エアコン	96	気温は平年並みまたは高い予想
冷蔵庫	100	エコポイントから10年超経過。買替え期
洗濯機	101	洗剤自動投入機種取組強化
パソコン	85	G I G Aスクール構想で教育P Cの需要獲得
クリーナー	100	軽量スティック複数台需要喚起
携帯電話	106	5 G 端末発売による買い替え需要
リフォーム	98	水回りリフォーム取組強化
外壁塗装	98	前年の駆け込み需要を塗装でカバー

●コロナ後の新規需要

【巣ごもり需要の拡大】

- ・調理家電
- ・冷凍室の大きい冷蔵庫
- ・冷凍庫
- ・ゲーム機、ゲームソフト

【テレワーク、リモート需要の拡大】

- ・パソコン
- ・プリンタ
- ・パソコン周辺機器

【感染症防止対策】

- ・空気清浄器
- ・加湿器
- ・体温計

当初想定していなかった需要にも対応することで売上高の伸長を図る

新規需要によって発生した新たなお客様ニーズに実店舗で適切なアドバイスを行い売上を獲得

●2020年度のシステム投資を前年の17億円から34億円に倍増

(主な投資内容)

- ・ 基幹システムのクラウド化対応（～2021年度完了予定）
- ・ クレジットカード非保持化対応
- ・ Windows 7 機器のWindows10機器への入れ替え
- ・ R P A化拡大の対応
- ・ 電子プライス導入拡大
- ・ 配車管理システム構築

百万円・%	2019年度			2020年度		
	売上比	実績	前年比	売上比	計画	前年比
売上高	100.0%	733,575	102.1%	100.0%	743,000	101.3%
売上総利益	28.7%	210,605	100.4%	28.7%	213,600	101.4%
販売管理費	27.0%	198,321	103.3%	27.0%	200,600	101.1%
営業利益	1.7%	12,284	68.8%	1.7%	13,000	105.8%
経常利益	1.8%	13,365	70.8%	1.9%	14,000	104.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1.5%	10,977	94.3%	1.0%	7,500	68.3%
新規出店数 (直営家電店)	-	6店	-	-	8店	-
移転・建替店数 (直営家電店)	-	3店	-	-	1店	-
設備投資額	-	12,712	92.5%	-	13,626	107.2%
減価償却費	-	11,131	113.2%	-	10,770	96.7%

●既存店前年比計画：99.8%

百万円・%	2019年度			2020年度		
	売上比	実績	前年比	売上比	計画	前年比
販売管理費合計	27.0%	198,321	103.3%	27.0%	200,600	101.1%
広告宣伝費・販売費	7.7%	56,466	102.4%	7.3%	54,248	96.1%
（うちポイント販促費）	(1.8%)	(12,875)	(133.9%)	(1.2%)	(8,877)	(68.9%)
人件費	10.7%	78,343	101.4%	10.5%	77,978	99.5%
設備費・管理費	7.1%	52,378	105.4%	7.8%	57,604	110.0%
減価償却費	1.5%	11,131	113.2%	1.4%	10,770	96.7%

- 広告宣伝費は、緊急事態宣言下の4月5月で抑制、またデジタルチラシやサイズ見直し等で年間でも抑制
- ポイント販促費は、期間限定、アイテム限定などにより前年から削減
- 人件費は、働き方改革のもと、残業の抑制等で削減
- 設備費・管理費は、システム投資関連で増加、また新店開設に伴い賃借料が増加、既存店改装費用も増加

4本の柱を中心に事業展開を図る

家電

- ・映像家電・テレビの需要刈り取り
- ・エアコン販売強化
- ・5G/IoT家電など新たな商品への取組

リフォーム

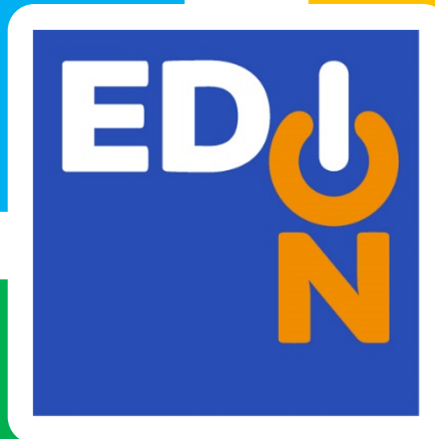
- ・リフォーム市場は安定的に推移
- ・人員強化
- ・外壁塗装の強化
- ・新商品の開発

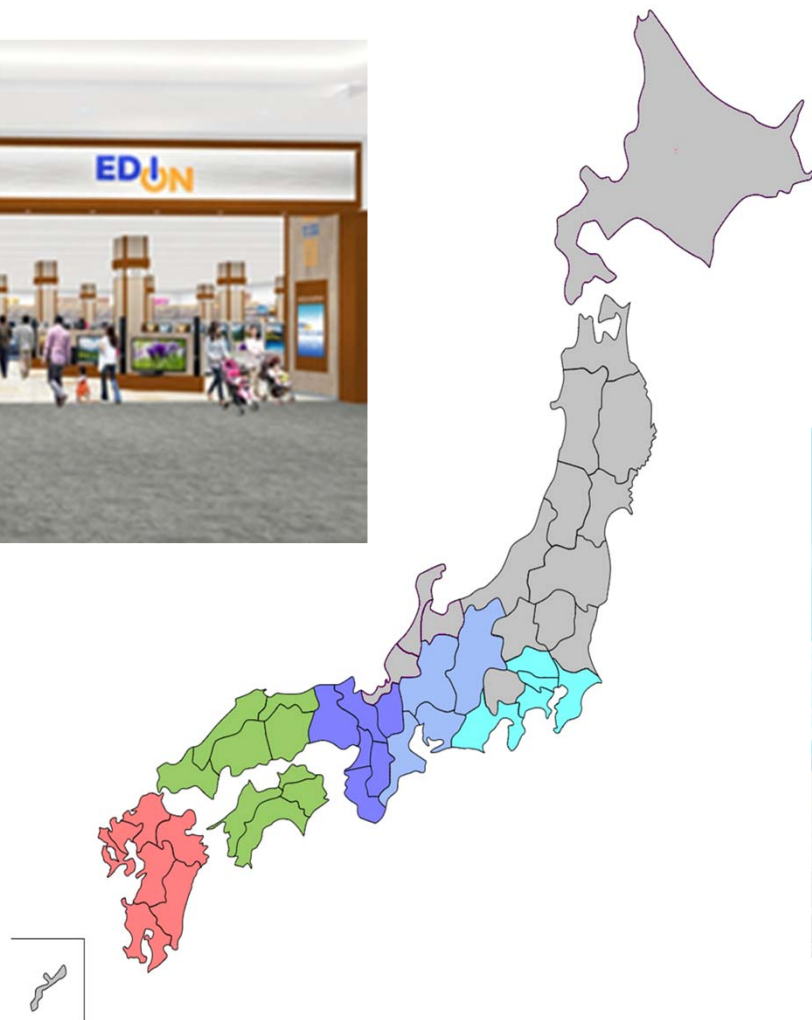
物流

- ・ピーク時配送体制の強化
- ・共同配送の連携
- ・ジェイトップ配送網の活用

教育

- ・2020年小学校プログラミング教育必須化
- ・エディオンの資産と「ロボ団」のノウハウ活用で日本最大のロボットプログラミングスクールへ





家電直営店	新設	移転・建替	閉鎖	前年増減	期末店舗数
2019年度実績	6	3	△5	+1	396
2020年度計画	8	1	0	7	403

エディオングループの持続的成長に向けて

Environment (環境)

●廃棄物の削減、再利用、再資源化

- ・子会社(株)イー・アール・ジャパン
金属等のリサイクル、パソコン等リユース



●ソーラーシステム、省エネ家電等の販売

- ・Co2の削減に寄与



●各事業所に太陽光発電設備を設置

- ・71拠点に設置



●森林保全活動の実施



Social (社会)

●製品・サービスの安定供給

- ・BCP基本計画書を策定し、商品販売等重要業務の継続および早期復旧で社会的責任を果たす体制を構築



●消費者の安全確保

- ・商品性能テスト研究所で新規商品、海外製品等の安全性、操作性、耐久性等をテスト



●健康経営宣言

- ・生活習慣の改善
- ・ワークライフバランスの実現
- ・メンタルヘルスケアの充実
- ・禁煙の促進



●コロナウイルス対応

- ・感染防止対策と政府の方針に迅速に対応

●フードバンク支援

- ・(株)ジェイトップによるフードバンクの物流支援とフードロスの削減



●社会貢献活動 (文化・教育・スポーツ)

- ・エディオンロボットアカデミー
- ・夢見る(株)



プログラミング教室



エディオンクラブ

- ・スポーツ振興で地域活動に貢献



女子陸上競技部

Governance (企業統治)

●ガバナンス体制の強化

- ・独立役員の充実
- ・指名報酬委員会の設置
- ・取締役会実効性評価の実施



●コンプライアンス施策の強化

- ・倫理・コンプライアンスマニュアル策定
- ・内部通報に係る体制整備・強化
- ・セクハラ防止ポスターの全事業所貼付



●ステークホルダーコミュニケーション



- ・株主・投資家との対話強化
- ・会社説明会の実施
- ・個人投資家向け説明会の実施

