

株式会社エディオン 中間決算説明会

2020年3月期



2019年11月01日

CONTENTS

1. 2019年度 上期実績

2. 2019年度 通期計画

3. 当社の取り組み

CONTENTS

1. 2019年度 上期実績

2. 2019年度 通期計画

3. 当社の取り組み

取締役専務執行役員管理本部長
小谷野 薫

百万円・%	2018年度上期			2019年度上期					
	売上比	実績	前年比	売上比	実績	前年比	計画値	計画比	計画増減
売上高	100.0	352,358	105.3	100.0	396,736	112.6	409,000	97.0	△12,263
売上総利益	30.0	105,750	106.4	29.4	116,695	110.4	121,000	96.4	△4,304
販売管理費	27.0	95,115	105.6	26.7	105,933	111.4	106,500	99.5	△566
営業利益	3.0	10,634	114.8	2.7	10,761	101.2	14,500	74.2	△3,738
経常利益	3.1	11,065	115.2	3.0	11,922	107.7	15,400	77.4	△3,477
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2.0	7,131	113.6	2.3	9,264	129.9	9,800	94.5	△535
新規出店数 (直営家電店)		6店	-		3店 *	-	2店	-	
改装・移転店数 (直営家電店)		2店	-		2店	-	2店	-	
設備投資		6,808	101.2		9,480	139.2	-	-	
減価償却費		4,664	98.9		5,382	115.4	5,370	100.2	

*計画外の新規出店1店舗は、非家電店「ドコモショップ隼人東インター店」がFCから直営店に運営態変更したもの

7月の冷夏も、直営既存店の受注は前年比1割増

直営既存店 受注前年比 推移



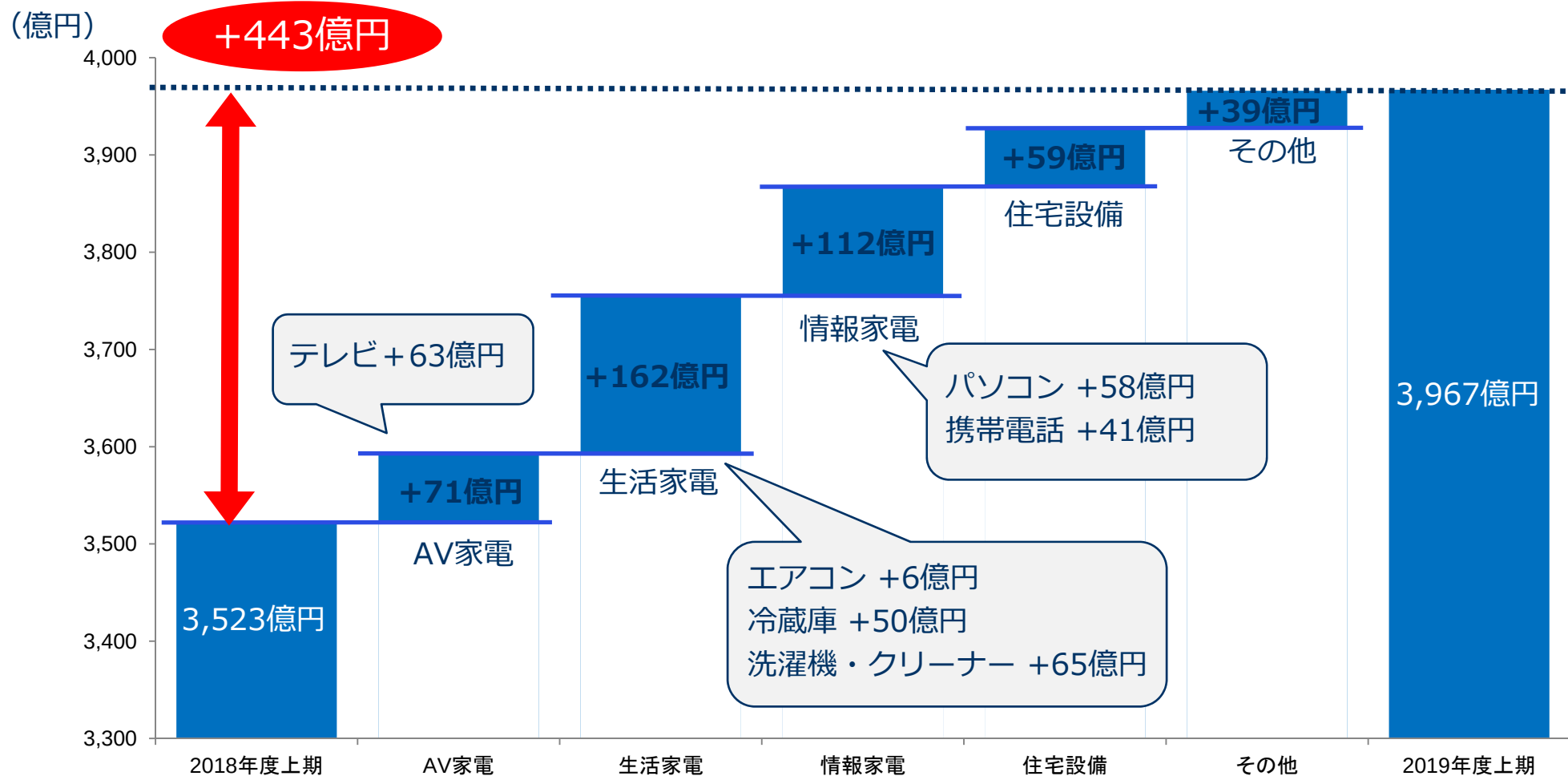
7月の冷夏も、主要商品は前年比増加

直営店 主要商品 受注前年比 推移

(%)

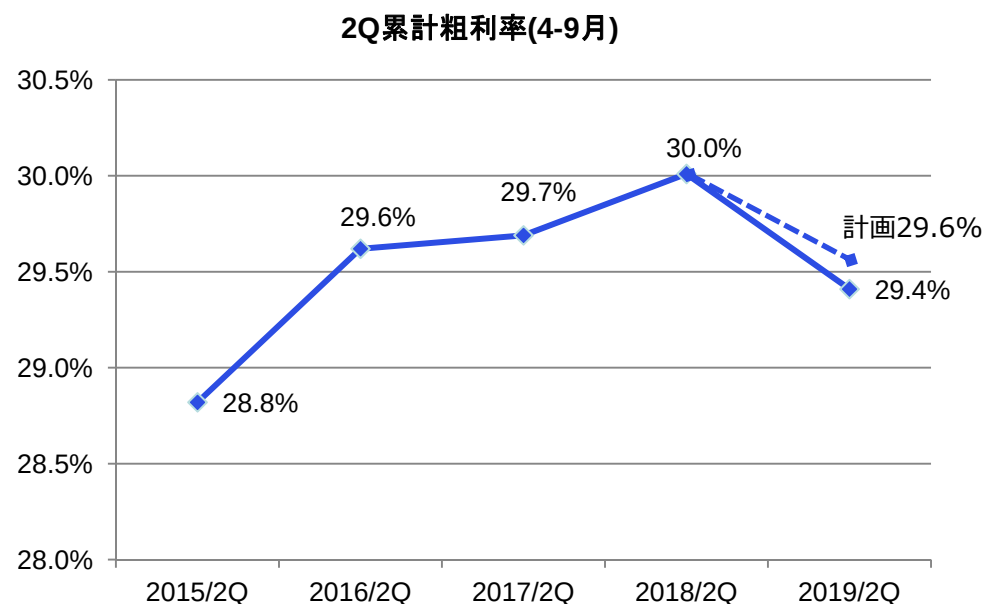
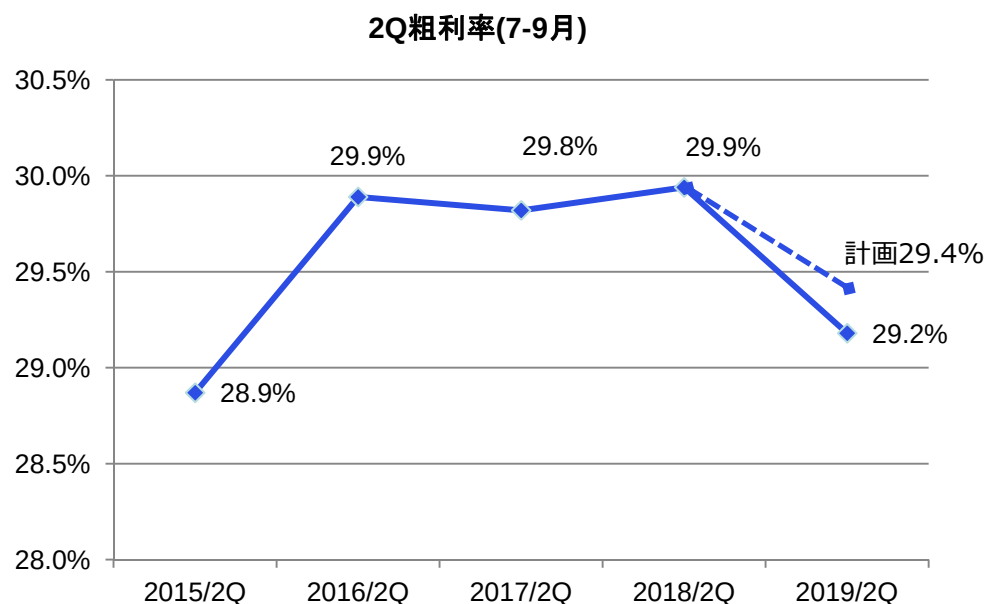
商品名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期 前年比
テレビ	103.3	105.8	127.2	126.4	140.9	196.2	135.9
エアコン	109.0	123.0	122.5	52.6	152.2	190.7	102.0
冷蔵庫	103.9	115.2	120.9	81.6	115.3	207.5	121.2
洗濯機	106.2	140.5	126.1	98.9	122.6	194.2	131.3
パソコン	103.9	106.4	141.2	122.1	127.1	217.0	136.5

エアコンは前年を維持、テレビ、冷蔵庫、パソコン、携帯電話など好調に推移



大型出店に伴う販売施策と駆け込み需要下での粗利率低下は想定内

直近5年間の第2四半期粗利率（%）



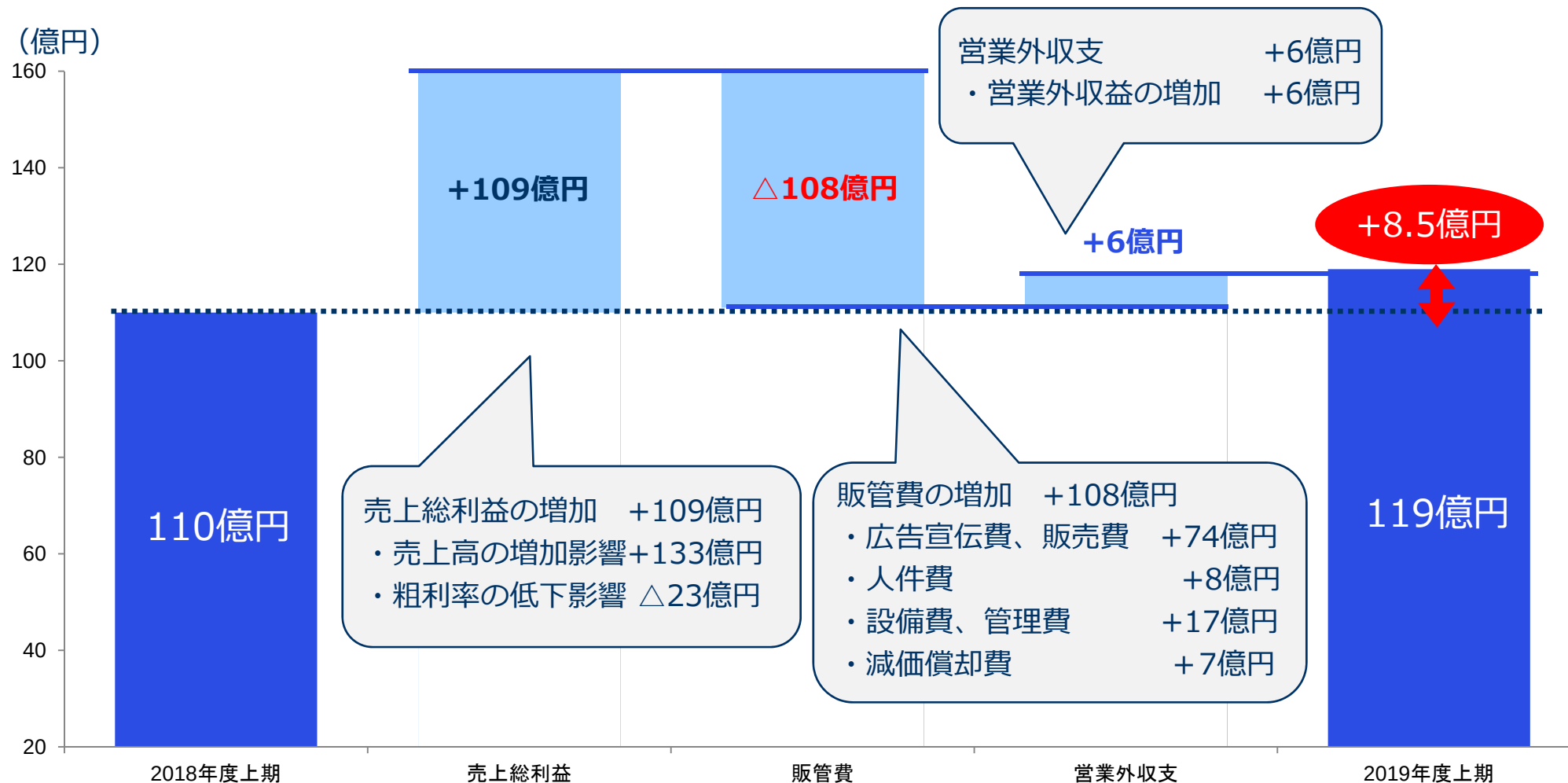
- なんば本店、広島本店の大型出店に伴うセール等により一時的に粗利率が低下
- 消費税増税の駆け込み需要等により、テレビ、パソコンなどの構成比が上がり粗利率が低下
- 粗利率の低下は想定内、業界全体としては堅調
- 粗利ミックスの影響は、2Q $\Delta 0.6\%$ 、2Q累計 $\Delta 0.5\%$

大型出店費用とポイント販促費を主因に前年より増加したが計画内

百万円	2018年度上期	2019年度上期				
	実績	実績	前年増減	(内なんば、広島 の増加分)	計画	計画増減
販売管理費合計	95,115	105,933	+10,817	(+3,958)	106,500	△566
広告宣伝費 ・販売費	26,926	34,377	+7,450	(+1,693)	33,040	+1,337
(内ポイント販促費)	(4,123)	(9,578)	(+5,454)	(+429)	(9,200)	(+378)
人件費	38,592	39,489	+897	(+692)	39,990	△500
設備費 ・管理費	24,932	26,683	+1,750	(+1,265)	28,100	△1,416
減価償却費	4,664	5,382	+718	(+307)	5,370	+12

- 広告宣伝費・販売費は、なんば本店、広島本店の増加を除くと、主に積極的ポイント施策によりポイント販促費が前年から増加
- ポイント販促費は、携帯ポイント657百万円が会計上、売上と経費の両建てであり、実質は計画内
- 人件費は、主に人員増による給与の増加で前年から増加したが、残業の抑制により計画内
- 設備費・管理費のうち、オープン関連経費が計画からマイナスに作用した
- 全体として、経費は計画内に収まった

売上総利益は増加、経費を計画内でコントロールし経常利益が増加

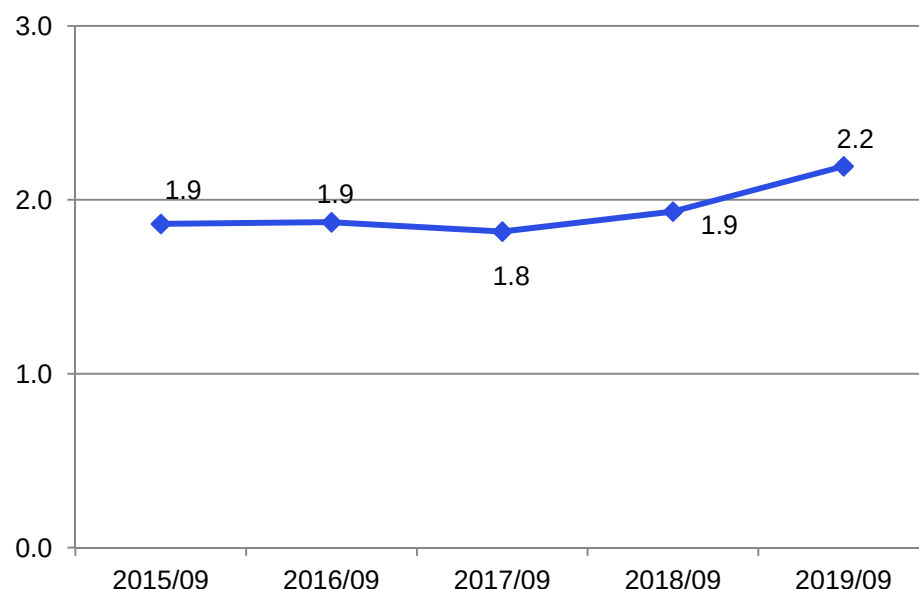


大型出店により固定資産は増加、商品在庫の削減は継続

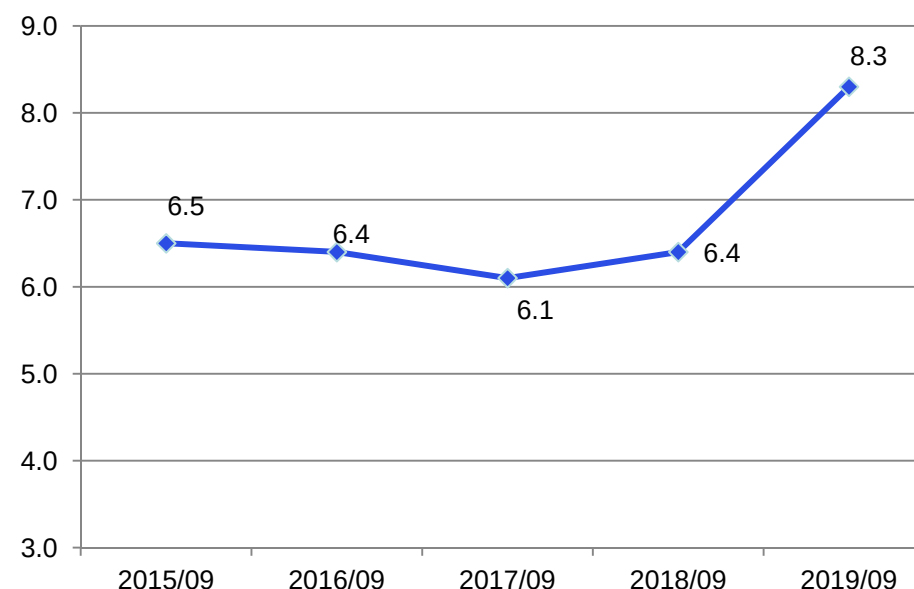
百万円	2019年3月	2019年9月	増減	資産の状況
流動資産	152,436	162,499	+10,063	●流動資産 +100億円 - 売掛金 +91億円 - 商品 △29億円 ●在庫回転数（年） +1.9回転 2018年度上期 6.4回転 2019年度上期 8.3回転 ●有形固定資産 +20億円 ●無形固定資産 △5億円 ●投資その他資産 +33億円 - 差入保証金・敷金 +9.8億円 - 繰延税金資産 +20億円 ●総資産 +147億円
現預金	9,035	11,866	+2,830	
売掛金	36,339	45,531	+9,192	
商品	96,686	93,735	△2,951	
固定資産	203,511	208,230	+4,719	
有形固定資産	139,970	141,978	+2,007	
無形固定資産	8,202	7,614	△588	
投資その他	55,337	58,638	+3,300	
総資産	355,947	370,730	+14,782	
総資産回転数/年	2.0回転	2.2回転	+0.2回転	

総資産回転数、在庫回転数ともに上昇

総資産回転数



在庫回転数



- 総資産回転数は、2017年以降順調に回復、前期末（2019/03）の2.0回転から更に上昇
- 在庫回転数は、セルアウト型仕入への継続と、増税駆け込み時の出荷促進により大きく上昇

財務の健全性と資本効率の向上を両立

百万円	2019年3月	2019年9月	増減
負債	177,775	190,241	+12,466
支払手形及び買掛金	31,139	41,200	+10,060
短期借入金	1,040	40	△1,000
長期借入金・社債	59,594	58,607	△986
リース債務	2,100	2,470	+369
有利子負債依存度	17.6%	16.5%	△1.1%
純資産	178,172	180,488	+2,316
自己資本	178,172	180,488	+2,316
自己資本比率	50.1%	48.7%	△1.4%

負債・純資産の状況

- 負債
 - 流動負債 +123億円
 - 固定負債 +1億円
 - 有利子負債（CB含）△16億円
- 純資産
 - 四半期純利益 +92億円
 - 配当金の支払 △20億円
 - 自己株式の取得 △49億円**
- 有利子負債依存度
 - 16.5%（前期末比△1.1%）
 - ※経営目標 30%未満
- 自己資本比率
 - 48.7%（前期末比△1.4%）
 - ※経営目標 40%以上

営業C Fが増加、フリーC Fは安定的に推移

百万円	2018年度上期	2019年度上期	増減
営業C F ①	17,033	20,475	+3,442
税引前純利益	10,621	11,639	+1,017
減価償却費	4,681	5,438	+757
売上債権の増減	3,744	△9,192	△12,936
たな卸資産の増減	2,764	2,974	+209
仕入債務の増減	△6,166	10,060	+16,227
法人税の支払額	△3,352	△3,455	△103
投資C F ②	△6,008	△8,760	△2,752
固定資産取得	△6,606	△8,038	△1,432
固定資産売却	668	531	△137
財務C F	△9,496	△8,884	+611
現金残高	9,756	11,866	+2,109
フリーC F (①+②)	11,024	11,714	+689

キャッシュ・フロー状況

●営業C F	204億円
(前年増減	+34億円)
減価償却費	54億円
売上債権の増減	△91億円
たな卸資産の増減	29億円
仕入債務の増減	100億円
法人税の支払額	△34億円
●投資C F	△87億円
(前年増減	△27億円)
固定資産	
取得による支出	△80億円
売却による収入	5億円
●財務C F	△88億円
短期借入金の純増加	△10億円
長期借入金の	
返済による支出	△9億円
自己株式の取得	△49億円
配当金の支払額	△18億円

直営家電店は2店を新設、2店を移転・建替

店舗数増減実績（2019年4月～2019年9月）

	2019年3月	新設	移転 ・ 建替	閉鎖	増減	2019年9月
家電店	395	2	2	5	△3	392
非家電店	41	1	0	4	△3	38
直営店計	436	3	2	9	△6	430
F C店	755	8	0	6	+2	757
全店計 (F C含む)	1,191	11	2	15	△4	1,187
直営店 売場面積 (㎡)	1,038,617	+25,899		△16,239	+9,660	1,048,277

非家電店・・・携帯電話専門店、ソフト専門店等

CONTENTS

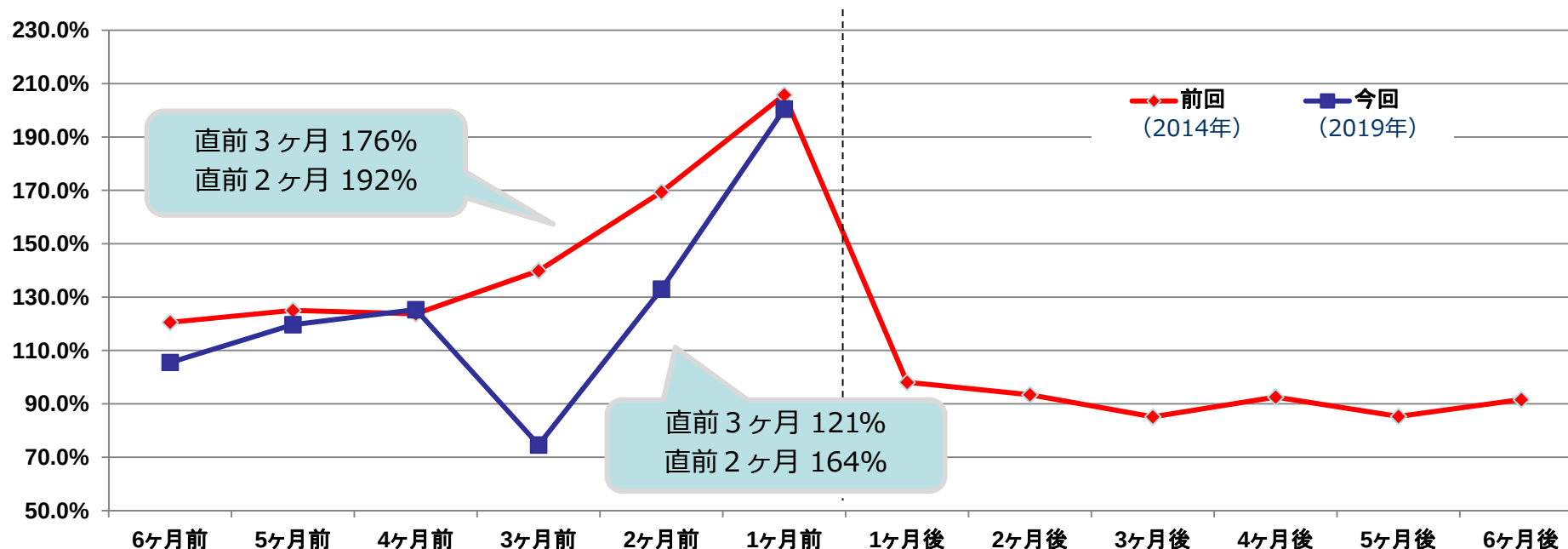
1. 2019年度 上期実績

2. 2019年度 通期計画

3. 当社の取り組み

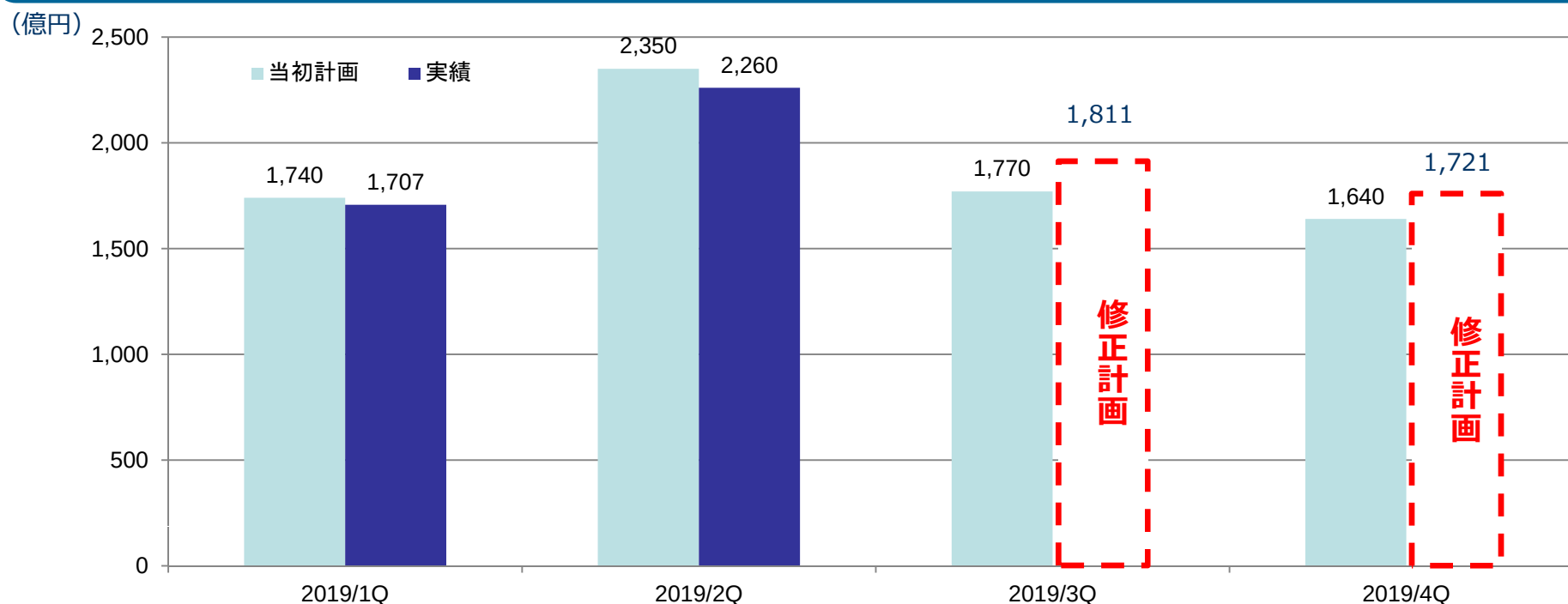
主要5商品※の増税前後の金額前年比

※テレビ、エアコン、冷蔵庫、洗濯機、パソコン



- 前回増税時は、6ヶ月前から盛り上がり始め、直前2ヶ月では192%
- 今回増税時は、季節要因もあったが8月下旬から盛り上がり始め、直前2ヶ月では164%
- 需要の一部は下期以降にずれ込んでおり、前回ほどの反動減は発生しないと考えられる
- エコポイントからの買い替え需要や、次世代住宅ポイント制度も始まり、下期需要は堅調

下期修正計画のもと、連結の通期売上計画を維持



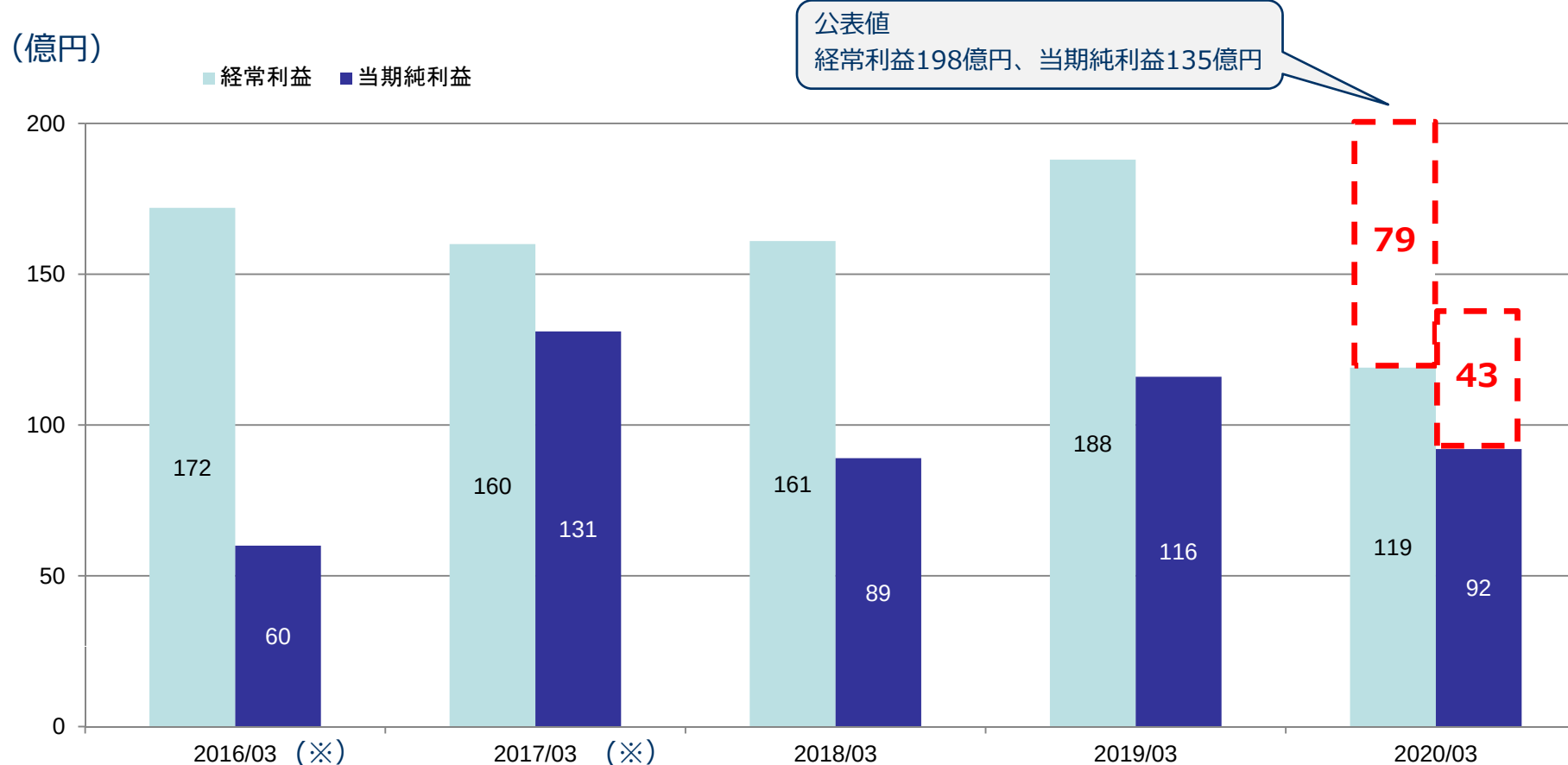
- 1 Qは、約30億円のマイナスながら概ね計画を達成
- 2 Qは、7月は冷夏の影響で大きくマイナスとなったが、9月に増税前駆け込みで挽回
- 7月は約210億円の未達、8月は計画通り、9月で約120億円取り戻し、2 Q累計で約120億円未達
- 2019年9月末受注残は前年よりも40億円増加
- 10月は、全社を挙げてのお客様電話フォローを実施
- 3 Q・4 Qは、政府による増税後の施策やWindows 7サポート終了など、豊富なプラス要因

下期計画	当初計画	修正計画	増減	備考
売上高	341,000	353,263	+12,263	・ 上期末達分122億円をプラス *1
売上総利益	98,000	102,600	+4,600	・ 接客重視で高付加価値商品の販売促進 ・ 寒冷地仕様エアコン、55v以上テレビなど、粗利率の高い商品の構成費アップ
粗利率	28.7%	29.0%	+0.3%	
販売管理費	94,200	95,062	+862	・ 広告宣伝費は、デジタルチラシの活用により紙媒体の販促は抑制し削減を図る ・ 販売費は、売上の増加に伴い、配送コストやクレジット手数料等の変動費の増加を見込む ・ ポイント販促費は、消費動向、景気などの状況をみながらコントロールを行う ・ 残業手当の抑制は継続 ・ その他、不要・不急の経費コントロール ・ 更なる経費削減余地を引き続き検討する
広告宣伝・販売費	22,940	24,540	+1,600	
人件費	38,740	38,278	△461	
設備・管理費	26,620	26,354	△265	
減価償却費	5,900	5,888	△11	
営業利益	3,800	7,538	+3,738	
経常利益	4,400	7,877	+3,477	
親会社株主に帰属する当期純利益	2,700	4,235	+1,535	・ 課徴金一部取消による還付金10億円をプラス

*1 既存店前年比の計画を91.8%から97.7%に（上期受注110.8%と併せて通期103.8%）

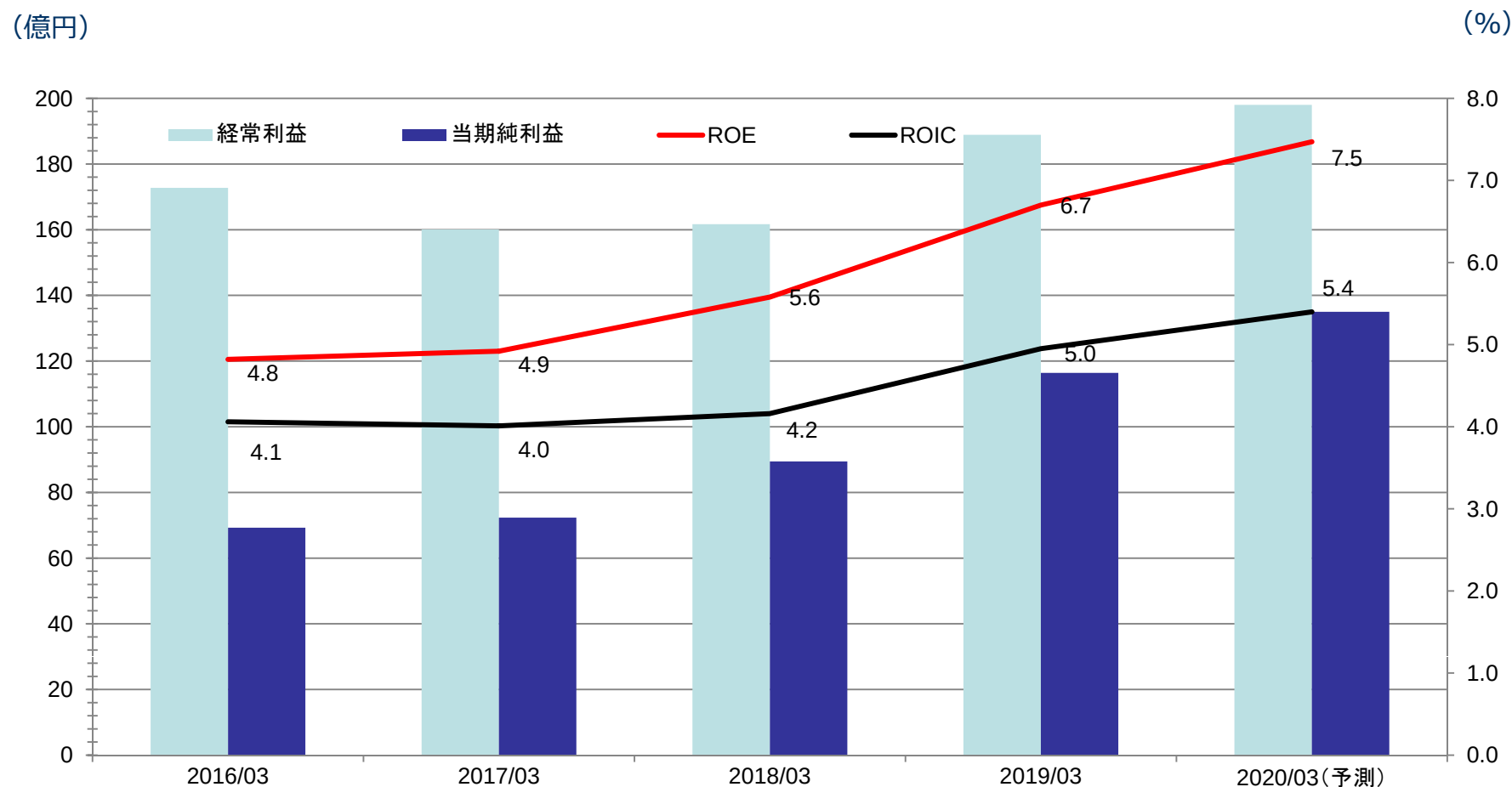
百万円・%	2018年度			2019年度計画		
	売上比	実績	前年比	売上比	計画	前年比
売上高	100.0	718,638	104.7	100.0	750,000	104.4
売上総利益	29.2	209,820	105.9	29.2	219,000	104.4
販売管理費	26.7	191,977	105.0	26.8	200,700	104.5
営業利益	2.5	17,842	116.0	2.4	18,300	102.6
経常利益	2.6	18,889	116.8	2.6	19,800	104.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	1.6	11,642	130.2	1.8	13,500	116.0
出店数（移転含む）		12店	-		10店	-
設備投資		13,379	121.2		13,471	100.6
減価償却費		9,837	100.0		11,270	114.6

経常利益及び当期純利益は、公表値達成を目指す



(※) 税率変更等による繰延税金資産の影響: 2016/03は△9億円、2017/03は+58億円

経常利益、当期純利益、ROE、ROICともに上昇傾向



※繰延税金資産の影響を除外：2016/03△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)

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）

●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



●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

●社会貢献活動（文化・スポーツ）

- ・文化・スポーツ振興で地域活動に貢献



●健康経営宣言

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

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



●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



CONTENTS

1. 2019年度 上期実績

2. 2019年度 通期計画

3. 当社の取り組み

代表取締役会長兼社長執行役員
久保 允誉

「機動力」のある経営と業務の効率化を強力に推進

「機動力」

- 顧客に求められることに迅速に対応
 - 変化に俊敏に対応
 - アイデアを素早く実行

「業務の効率化」

- 会議体・報告業務の更なる見直し
- 店舗が営業に集中できる環境整備

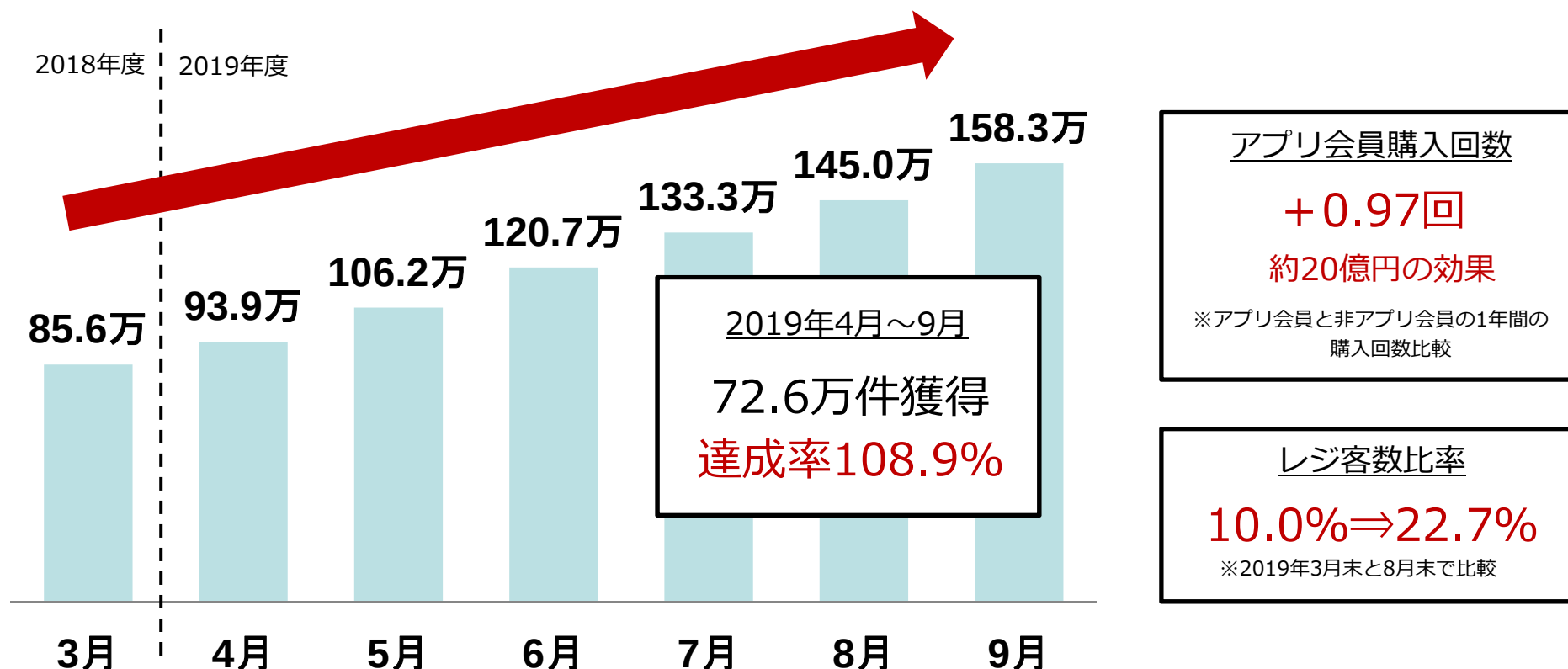
競合他社からの顧客奪取を加速し、店舗来客数を増加

若年層顧客の囲い込みを目指す

ナンバーワンの小売店になるために全員で取組む

店舗生産性の向上により接客力を上げ、一人当たり売上高をさらに増やす

顧客接点の拡大 アプリMY店舗獲得状況



アプリ会員獲得で接点が増加し、レジ客数比率も向上

dポイントとキャッシュレス対応強化

dポイントの導入

- 新規顧客の掘り起こしと
ドコモメディアの活用で売り上げは拡大



**ポイント保有者
新規取り込み**

幅広い年代の来店があり
客数増に貢献

ポイント売上効果



**ドコモメディア
接点拡大**

キャリアメールの活用と
情報配信先の獲得で
新たな来店販促が確立

既存会員の購買単価UP

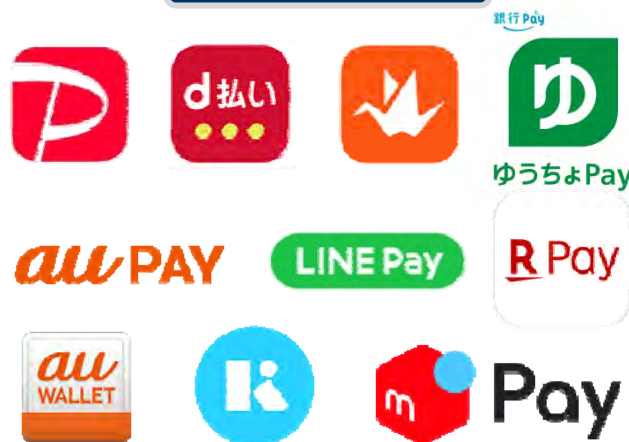
利用が付与を上回り、単価は1.55倍で導入効果大

キャッシュレス対応

- 政府はキャッシュレスビジョンで
2025年までにすべての決済の
40%を目標に掲げている



展開中

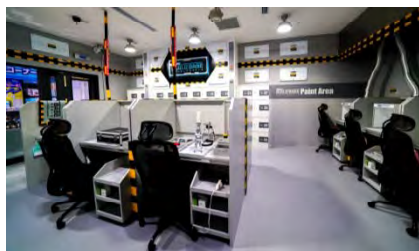


インバウンド対応



多様な決済ニーズへの対応で利便性の向上を図る

なんば本店・広島本店での新しい取組み



自社物流サービスの一層の強化

物流体制の強化

- 物流業界は慢性的な人手不足
- 子会社「株式会社e-ロジ」で自社工事配達社員を採用

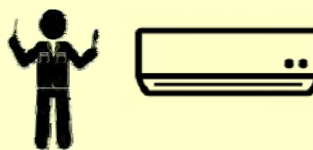
配送車両の増強・自社スタッフの育成で
ピーク時でも安定した配送体制を確立

24 翌日配達



平日配達の強化

3 3日以内取付工事



e-ロジでも工事社員を確保

今後も継続することにより計上促進につながる

エアコン取付け可能台数
2018年度

6,100/1日
38,000/週間

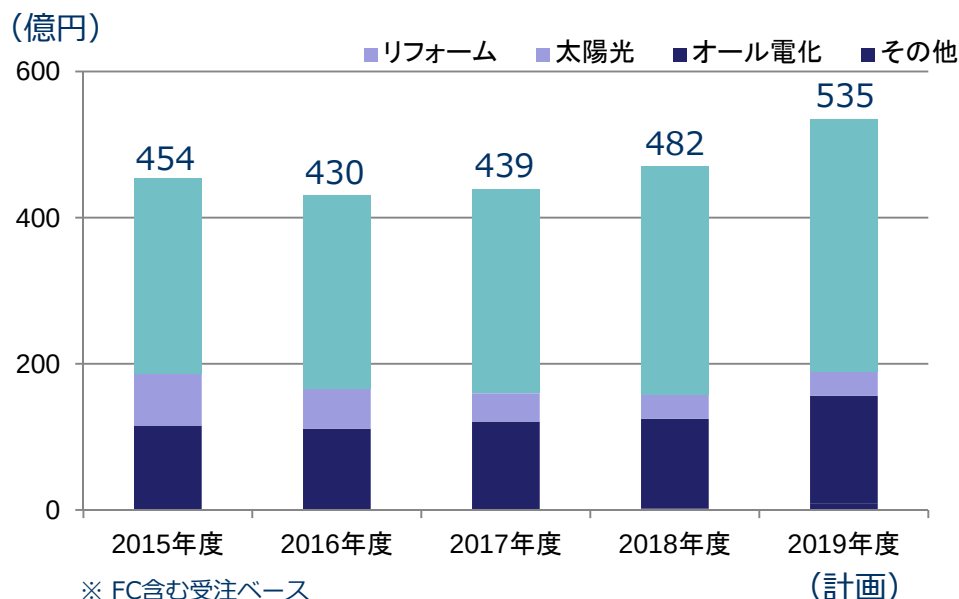
2019年度

8,000/1日
51,000/週間

繁忙期にも対応できる体制が構築

住宅リフォーム売上ランキングは業界9位に

エコ・リビングソーラー売上推移



リフォーム売上ランキング

1位	積水ハウス	1,414億円
2位	住友不動産	1,243億円
3位	大和ハウス	1,145億円
4位	積水化学工業	950億円
5位	住友林業	703億円
6位	ミサワホーム	671億円
7位	旭化成リフォーム	583億円
8位	パナソニックホームズ	524億円
9位	エディオン	482億円
10位	三井不動産	467億円

※2019年9月30日1378号「リフォーム産業新聞」参照

(百万円)	2018年度実績	2019年度計画	前年比	2019年度上期実績	前年比
リフォーム	30,898	34,581	119.2%	18,307	124.5%
太陽光	3,373	3,293	97.6%	1,073	56.7%
オール電化	13,784	14,703	106.7%	7,442	126.2%
その他	201	921	458.2%	53	95.8%
ELS計	48,256	53,500	110.9%	26,874	118.9%

成長事業の外壁塗装リフォームの成長が加速

外壁塗装計画

2019年 下期

20億円

前年下期より
+12億



① アポ獲得強化

- テレビCM投下
- エアコン業者から紹介
- 1970年代から1990年代にかけて地区の再開発されたエリアへの効果的なポスティング

② リフォーム力強化



店舗・物流サービス・本部が一体となった体制の確立

豊富な2019年度下期の需要の下支え要因

政府政策の要因

家電エコポイントから10年経過

(2009年5月15日から2011年3月31日までに購入した製品)

キャッシュレス・ビジョン『未来投資戦略2017』

(2027年6月までにキャッシュレス決済比率を倍増し、4割程度をめざす)

携帯端末分離

(2019年10月1日から施行)

次世代住宅ポイント制度

(2019年10月1日から)

LIFE UP プロモーション

(2019年10月1日から2020年1月13日)

プレミアム付商品券

(2019年10月1日から2020年3月31日)

業界概況

Windows 7 サポート終了

(2020年1月14日)

Office 2010 サポート終了

(2020年10月13日)

I o T 家電の進化

(メーカー商品の充実)



なんば本店：国都道府県対抗eスポーツ選手権 2019 IBARAKI
近畿予選会場

ラグビーワールドカップ2019

2019年9月20日-11月2日

加盟各国のeスポーツ連盟主催大会

Football PES 2020
2019年12月11日-12月15日

東京オリンピック

2020年7月24日-8月9日

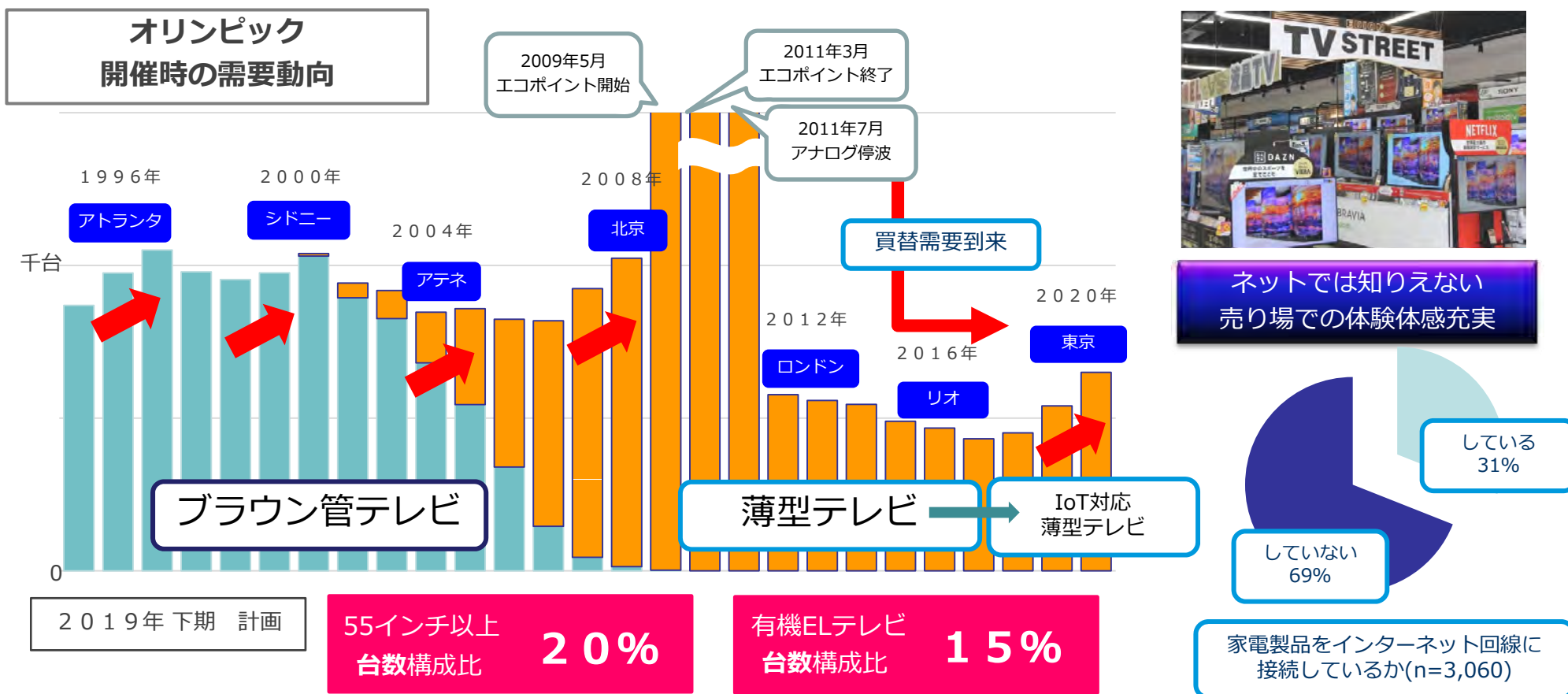
東京パラリンピック

2020年8月25日-9月6日

ワールドマスタースゲーム関西

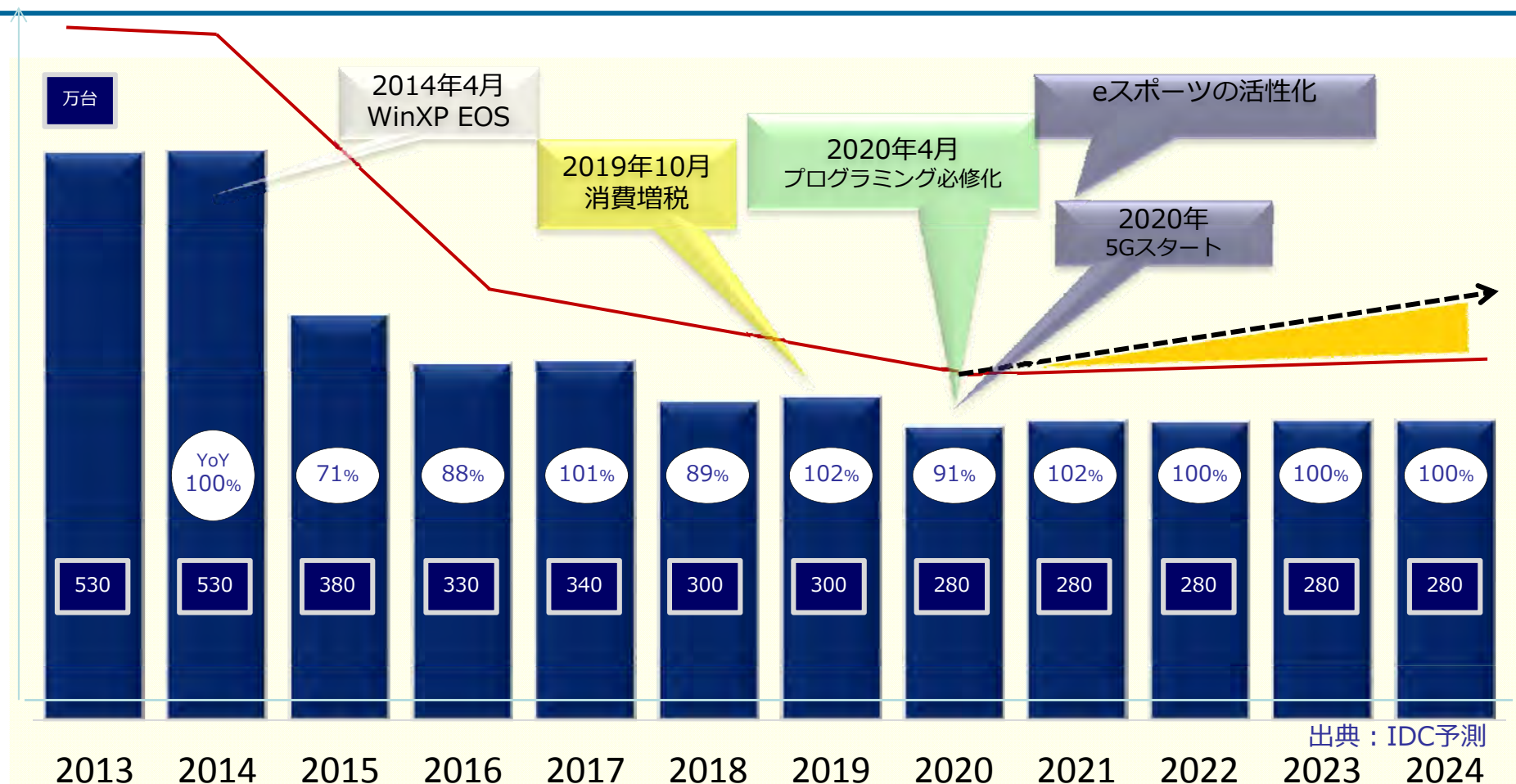
2021年5月14日-5月30日

「エコポイント終了10年」とオリンピック機運から映像家電は伸長



リアル店舗の強み、お客さまの利便性、快適な生活提案の実現

Windows7サポート終了に伴う3,700万台の業務端末買い替えとeスポーツが下支え



オリジナルモデルの拡販と2020年50万台予測のゲーミングモデルへの取組み

携帯市場の変化への対応とモバイルネットワーク商品の取組み

2019年10月1日施行
改正電気通信事業法

モバイル市場の競争促進

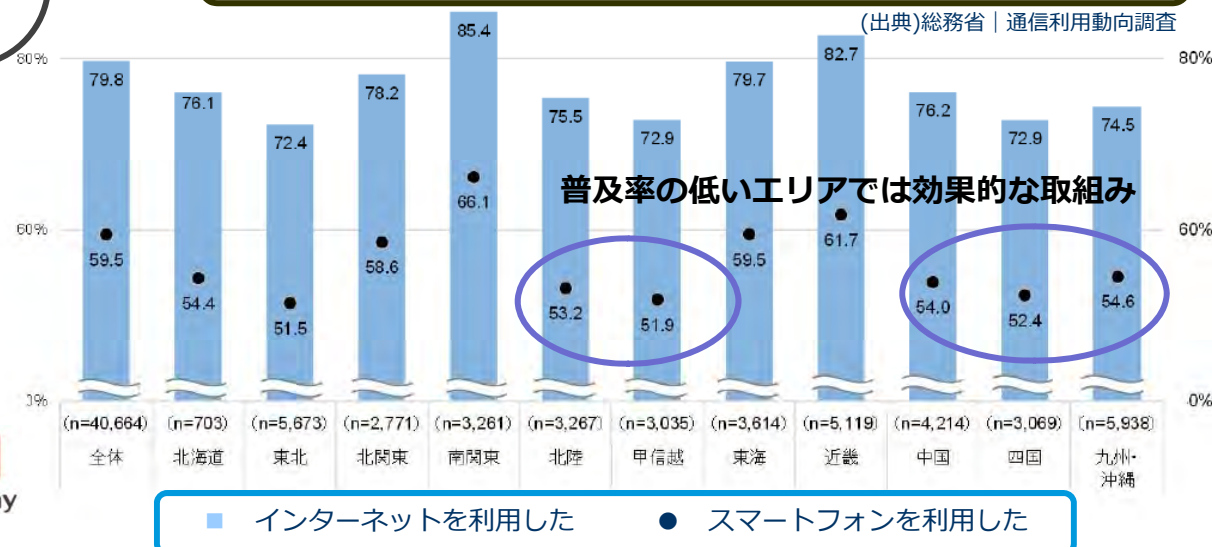
販売代理店への届出制度の導入

事業者・販売代理の勧誘の適正化

「通信料金と端末代金の完全分離」など
市場は競争促進と携帯電話の販売に規制
今後楽天のキャリア参入もあり、
携帯市場の変化へ対応が求められる

ショップ店では出来ない 提案とサービスの再強化
地方別インターネット利用率及びスマートフォン利用率 (個人・2018年)

スマホ乗換え大作戦



<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistic/statistics05.html>

キャッシュレス決済の普及に伴うスマホへの乗換え提案の再強化

オリジナルPB商品(e angle)のさらなる充実



くらしを、新しい角度から。

e angle



イーアングル新製品：オキシモア



水道水で作る
新発想の
除菌・消臭スプレー



繰り返し使えるから
プラスチックゴミを増やさない



水から作るから、いつも使うものや
洗にくいものにも使える

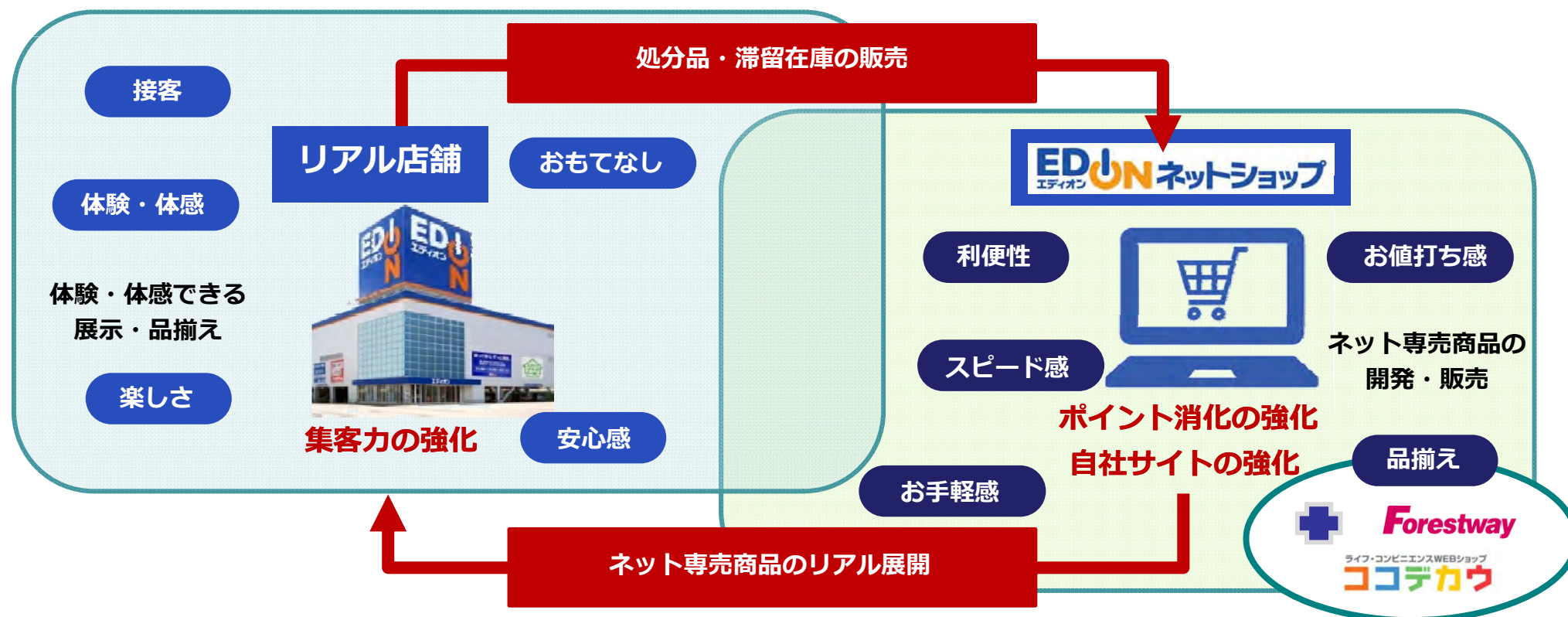


■衣類スプレー市場は前年に比べてプラスで伸長 特に「除菌」タイプはアイテム数も多い

- ファブリーズなどに代表される衣料用・布用消臭剤の市場規模(2017年)は200億円規模
うち7割が「除菌タイプ」となっており、アイテムは毎年増えている
- 店舗の集客に大きく貢献できるアイテム

リアル店舗とネットショップの相互利用促進

(単位：百万円)	2018年度実績	2019年度計画	計画比	2019年度上期実績	前年比
エディオン ネットショップ	27,210	26,699	109.15%	13,058	98.75%



各チャネルのメリットを最大限に生かす・デジタルチラシの活用によるコスト削減

総合流通プラットフォームの構築

EDION × CRE 物流インフラプラットフォームを共同設立
エディオンと全国の配送業者を結ぶ流通プラットフォームの構築を目指す

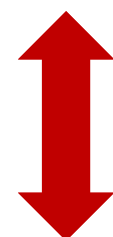
統合流通プラットフォーム



活用

活用

異業種（eコマース企業など）
&競合他社



ビックデータ

倉庫群

配送網

付加価値
サービス

シェアすることで
さらに便利になる

1万台の軽トラックと配送スタッフ確保

お客様の希望で店舗や駅設置のロッカーで受取れるサービスを展開



宅配受取ロッカー

下期 約30店舗 設置予定

「エディオン西宮店」「エディオン箕面船場店」の
2店舗に屋外型の「PUDOステーション」を設置

【今後のサービス展開予定】

時期	サービス内容
2019/10～	ロッカー店舗順次導入
2020/03～	当社ネットショップ注文商品が ロッカーにて受取可能

都合のよい日時・場所で受取が可能で利便性向上

人口動態や社会的課題に対応した店舗作り

その地域になくてもはならない店舗になるために



地域



店舗



季節

都心回帰

住居形態・年齢・世帯など
商品ラインナップへの対応

地方創生

サービス対応への強化

その地域のお客様にあった品揃え、価格、施策、販促を
店舗、季節にあわせて展開する戦略を推進

既存ドミナント強化や空白地区への出店等により効率の良い出店を継続

2019年度の取組み

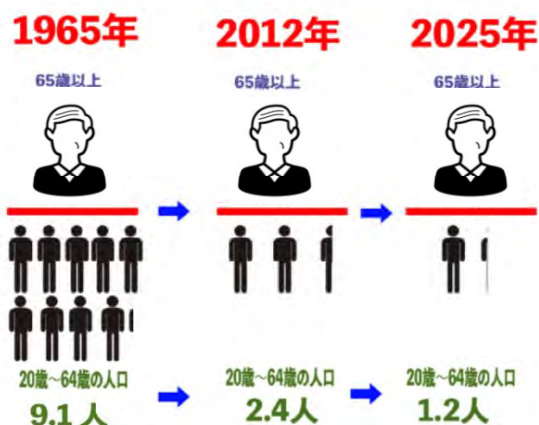
- 大型店舗新規出店
- 既存ドミナントの強化
- 空白地区への出店
- 新規エリアの検討
- 不採算店閉鎖
- 老朽化店舗の移転・建替



2019年度上期出店状況（直営家電店）

店舗数	2019/3	新規	移転・建替	閉鎖	増減	2020/3
上期実績	395	2	2	5	△3	392
下期計画	-	5	0	1	+4	396

日本社会における構造や価値観の変化へ対応

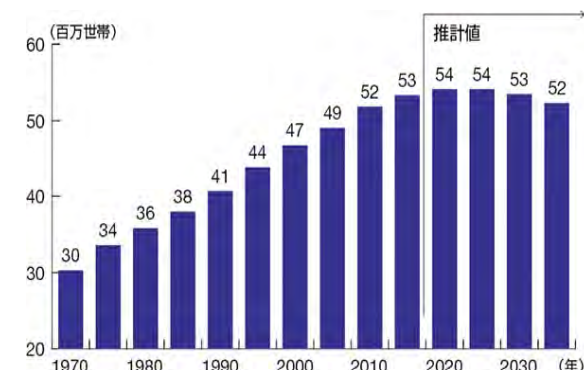


少子
高齢化

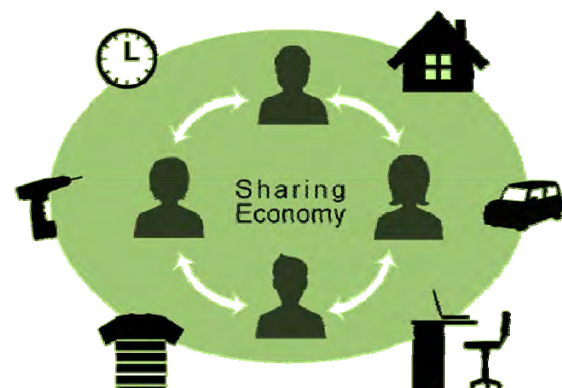
人口昨年比
43万人減

世帯数
減少

2023年から
減少



(注)2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所の推計値。
(資料)国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2018年)」、「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」、みずほ総合研究所作成

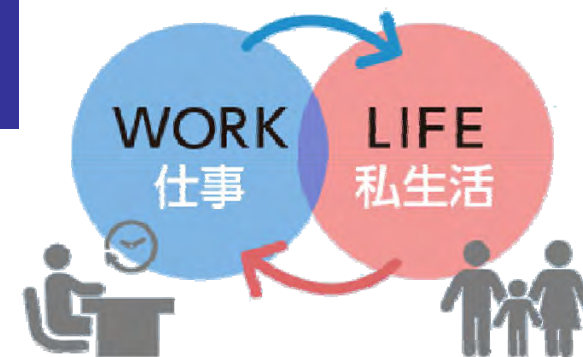


シェアリング
エコノミー

所有から
利用へ

ワークライフ
バランス

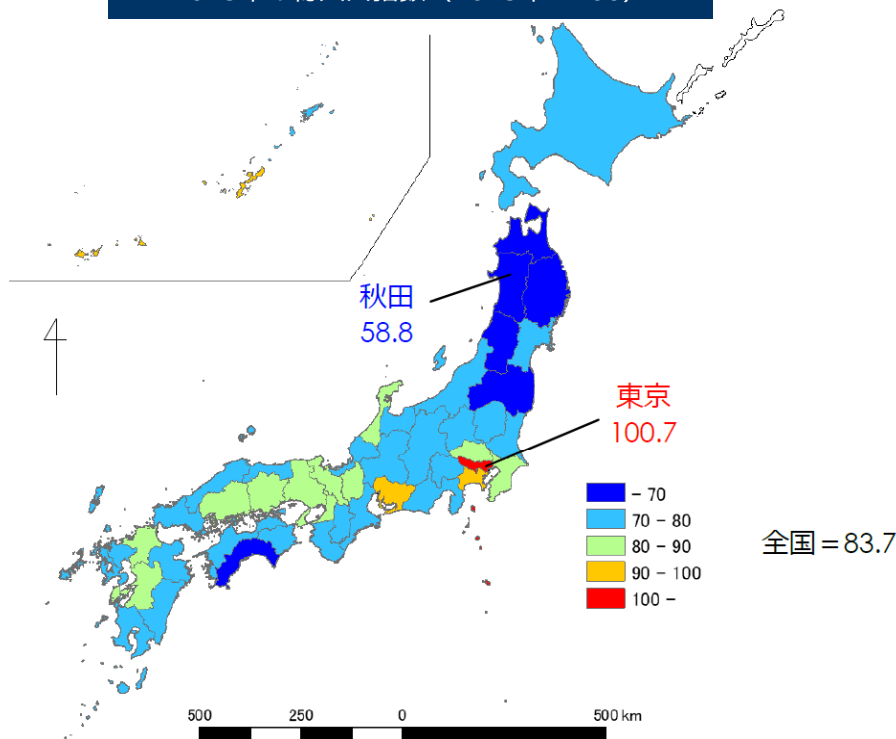
働き方改革
Ⅱ
生産性の向上



人口動態に対応した永続的にお客さまの期待に応えていく体制づくり

都道府県別推計結果

2045年の総人口指数（2015年 = 100）



出典：国立社会保障・人口問題研究所ホームページ (http://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2017/pp_zenkoku2017.asp)

人口動態に即した出店政策

都心回帰

3～4,000坪クラス
都市型店舗の出店を目指す

地方創生

地域のニーズに合わせた品揃えを拡大
店舗を軸とした地域コミュニティ形成

都市型店舗と郊外型店舗を戦略的に出店

旗艦店を中心とした地域戦略でシェア拡大を目指す

大阪シェアNo.1

集客力の向上

商品における魅力



エディオンアリーナ大阪

地域への貢献

エディオン
ブランドの強化

信頼感の向上

人的な魅力

競争力の向上

価格的な魅力

大阪府シェア



■ 持続的な成長を促進するイベント

夢洲 I R 構想

2024年ごろ開業目標

経済効果は年間7,600億円



大阪万博

2025年5月3日～11月3日

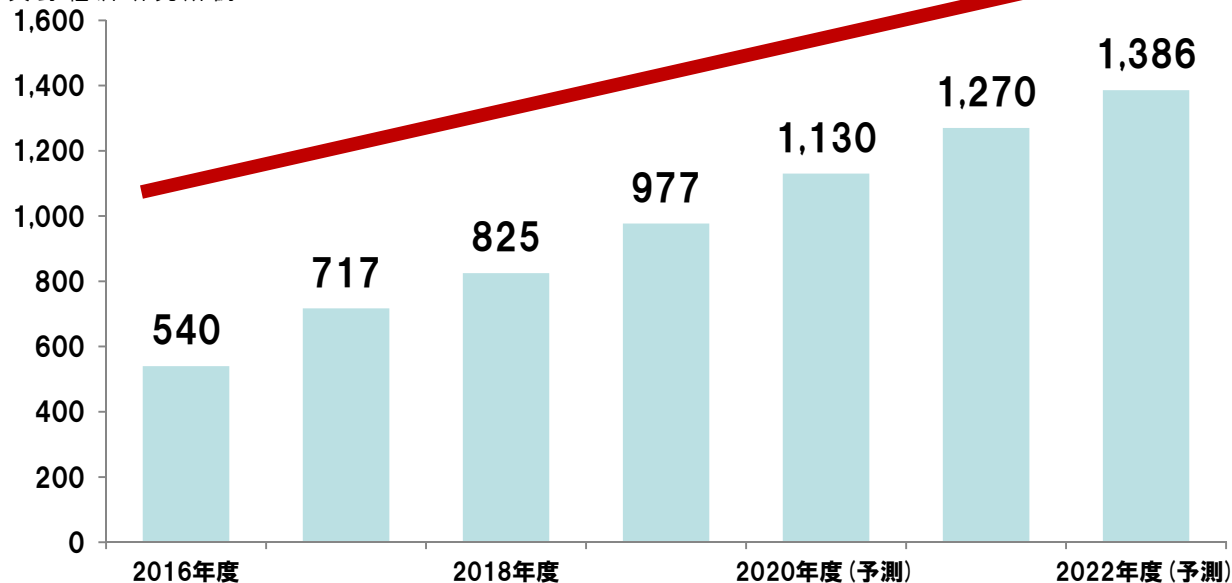
経済効果は19,000億円

**EXPO
2025**

国内シェアリングエコノミー市場への対応

市場規模は2020年には1,000億円を超え拡大

(単位：億円)
矢野経済研究所調べ



ISPを利用したエアコンレンタルサービスの開始



こんな方に
おすすめ

単身赴任や学生の一人暮らし
あまり使わないけど必要な方

利用料金

利用料金			
品目			金額
初期費用			7,800円
月額料金	基本料金	1～24ヶ月	480円
		25ヶ月以降	0円
	日加算料金		380円/日

月額料金は
基本料金
25ヶ月目以降は無料
+
日加算料金

レンタル契約
期間フリー
13ヶ月以上の場合、
商品買取も可能

レンタル期間中は
修理代不要
※修理保証は取扱説明書および
本誌「注意ラベル」などの注意書に
従った正常な使用をした場合に
生じた故障が対象となります。

低予算で
導入可能

エアコンレンタルを機に多様なサービスを今後も拡充

本社営業・間接部門社員を30%削減

企業の生産性向上には間接業務の効率向上が必至

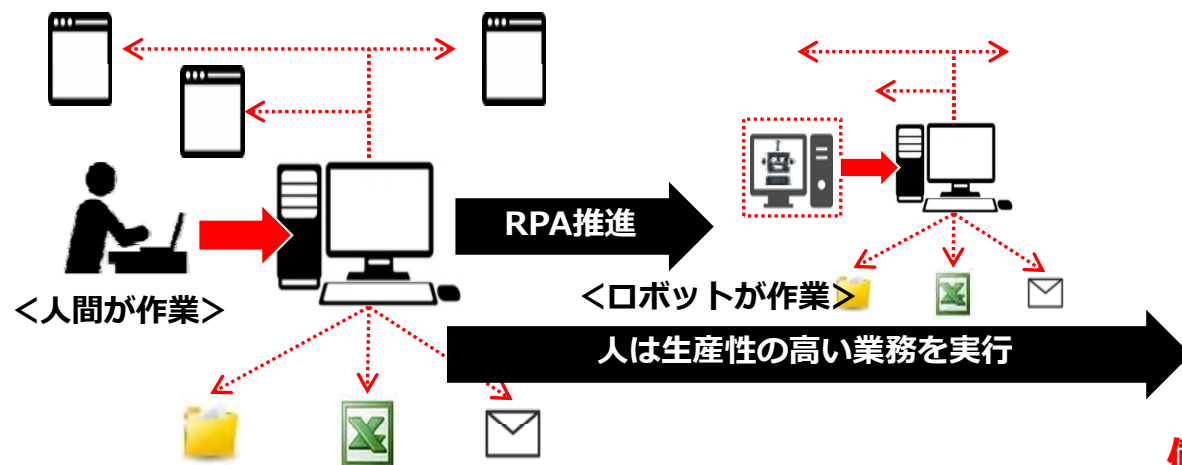


数分以上かけていた作業がRPAでは1分未満

RPA推進

- ・ 人件費を含めたランニングコストの大幅な削減
- ・ 作業にかかっていた人員の配置見直し
- ・ ワークライフバランスの更なる向上
- ・ 新人事制度の導入

30%削減は約20億円の効果



業務の
質的改善

適正な
労働時間のキープ

働き方改革と健康経営への取組強化

利益配分を基本とした安定配当の維持と配当水準の向上

自己株式の取得

- 実施日 : 2019年7月1日～2019年9月19日
- 取得金額 4,995百万円
- 取得株式数 : 4,882,900株 ○発行済株式総数比 4.4%
- 目的 : 資本効率向上と機動力経営の資本拡充のため

配当金・配当性向（実績・予想）

	第2四半期末配当金	期末配当金	合計	配当性向
2019年3月期 （実績）	14円00銭	18円00銭	32円00銭	30.4%
2020年3月期 （予想）	18円00銭	16円00銭	34円00銭	27.6%



**買って安心
ずっと満足**

お問い合わせ先

株式会社エディオン 総務部

Tel: 06-6202-6012

Mail: ir@edion.co.jp

- ・本資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測等に関する情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で行った判断に基づくものです。
- ・本資料に掲載されている予測等については、様々なリスクや不確実性が内在しており、その正確性、完全性を保証または約束するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。
- ・本資料は、当社の事業内容、業績等の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。
- ・本資料につきましては、無断で複製または転送等を行われないうお願いいたします。