

株式会社エディオン 決算説明会

2019年3月期



2019年5月15日

CONTENTS

- 1. 2018年度 通期実績**
- 2. 2019年度 通期計画**
- 3. 当社の取り組み**

CONTENTS

1. 2018年度 通期実績

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・%	2017年度			2018年度				
	売上比	実績	前年比	売上比	実績	前年比	計画	計画比
売上高	100.0	686,284	101.8	100.0	718,638	104.7	710,000	101.2
売上総利益	28.9	198,165	102.7	29.2	209,820	105.9	205,000	102.4
販売管理費	26.6	182,786	102.8	26.7	191,977	105.0	186,500	102.9
営業利益	2.2	15,378	100.7	2.5	17,842	116.0	18,500	96.5
経常利益	2.4	16,167	101.0	2.6	18,889	116.8	19,000	99.4
親会社株主に帰属する当期純利益	1.3	8,944	68.2	1.6	11,642	130.2	11,000	105.8
新規出店数 (直営家電店)	10店		+2店	12店		+2店	11店	+1店
移転・建替 店数 (直営家電店)	5店 (※)		±0店	2店		△3店	3店	△1店
設備投資	11,340		71.7	13,739		121.2	14,211	96.7
減価償却費	9,833		107.1	9,837		100.0	9,800	100.4

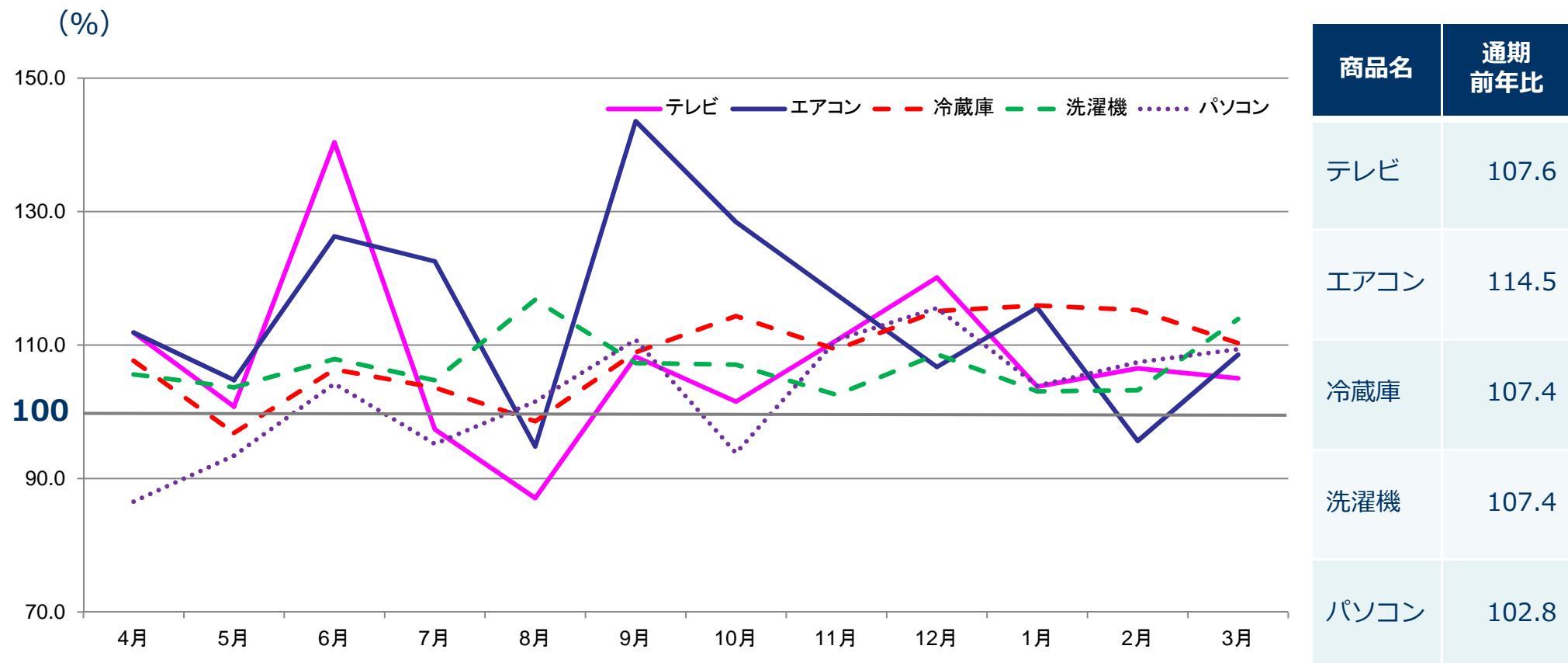
※) 「100満ボルト」から「エディオン」へのストアブランド変更を含みます

上期は豪雨・猛暑・台風、下期は暖冬の影響があったものの通期で前年超え

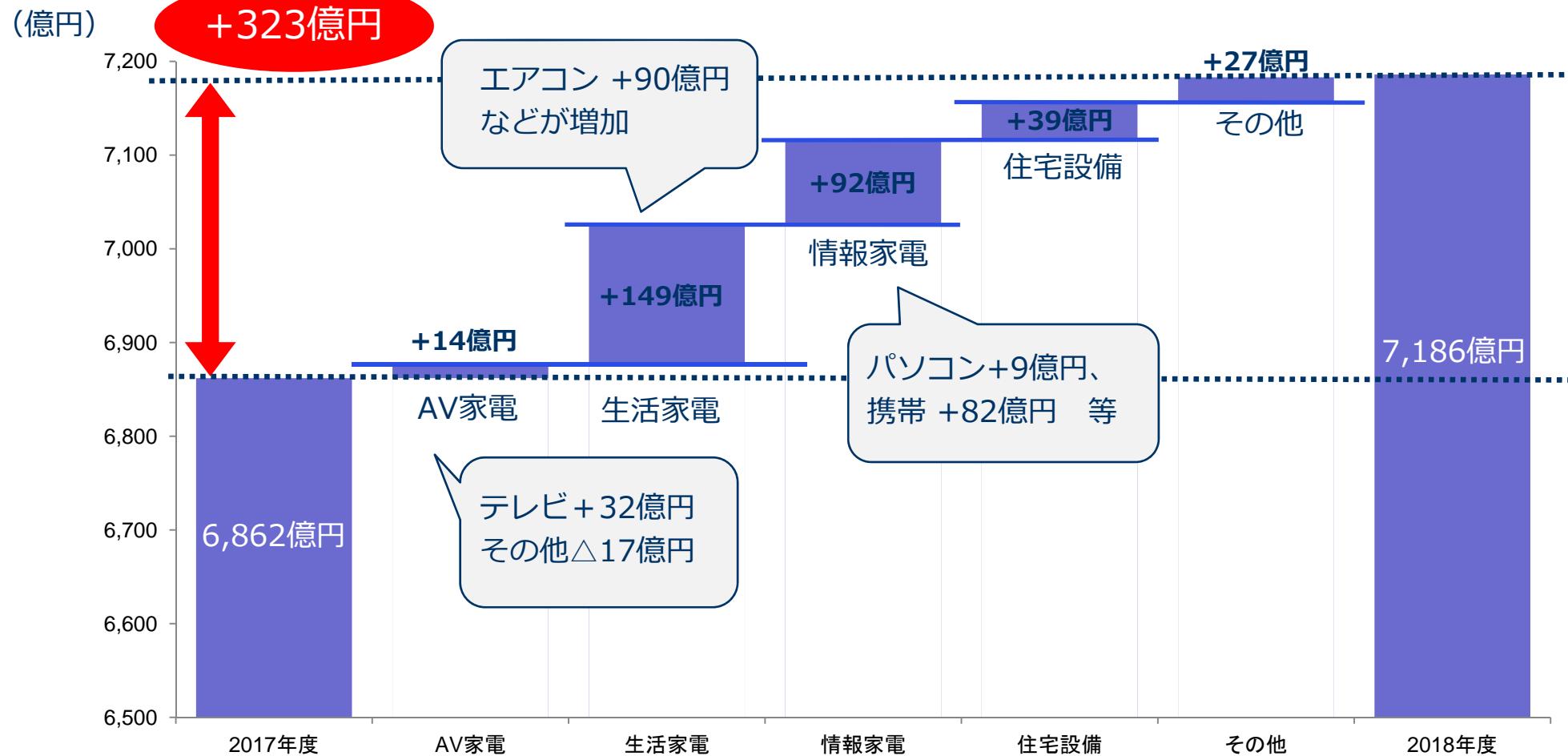


エアコンが大幅伸長し、テレビや洗濯機も好調に推移

主要商品 受注前年比 推移(直営店)



エアコンなど白物家電が大幅に伸長し、テレビ・携帯電話なども好調



想定外の猛暑で一時的な経費増、また売上高の伸長に伴い変動費が増加

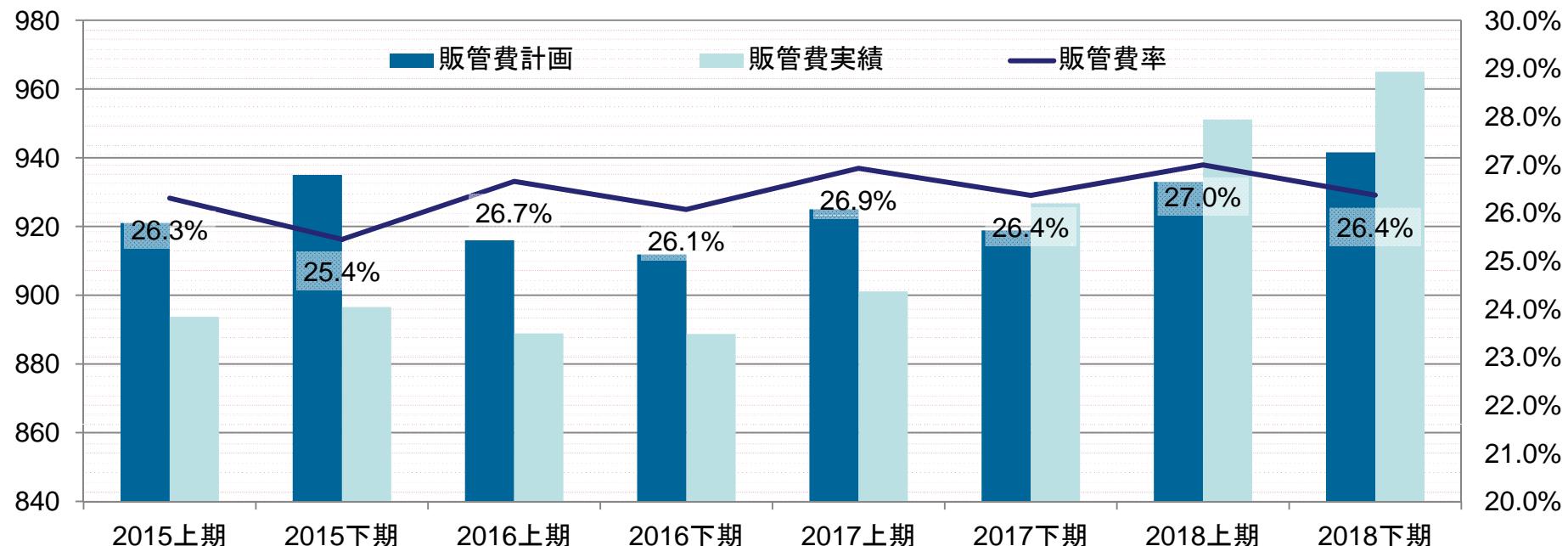
百万円・%	2017年度		2018年度		
	実績	実績	前年増減	計画	計画増減
販売管理費 合計	182,786	191,977	+9,191	186,500	+5,477
広告宣伝費・販売費	49,284	55,159	+5,874	50,800	+4,359
人件費	74,840	77,279	+2,439	76,500	+779
設備費・管理費	48,726	49,483	+757	49,233	+250
減価償却費	9,833	9,837	+3	9,800	+37
のれん償却費	102	217	+115	166	+51

●前年増減要因

- ・売上高の増加による変動費（販売費、人件費など）が増加。
- ・想定外の夏場の猛暑による一時的な物流費、人件費の増加。

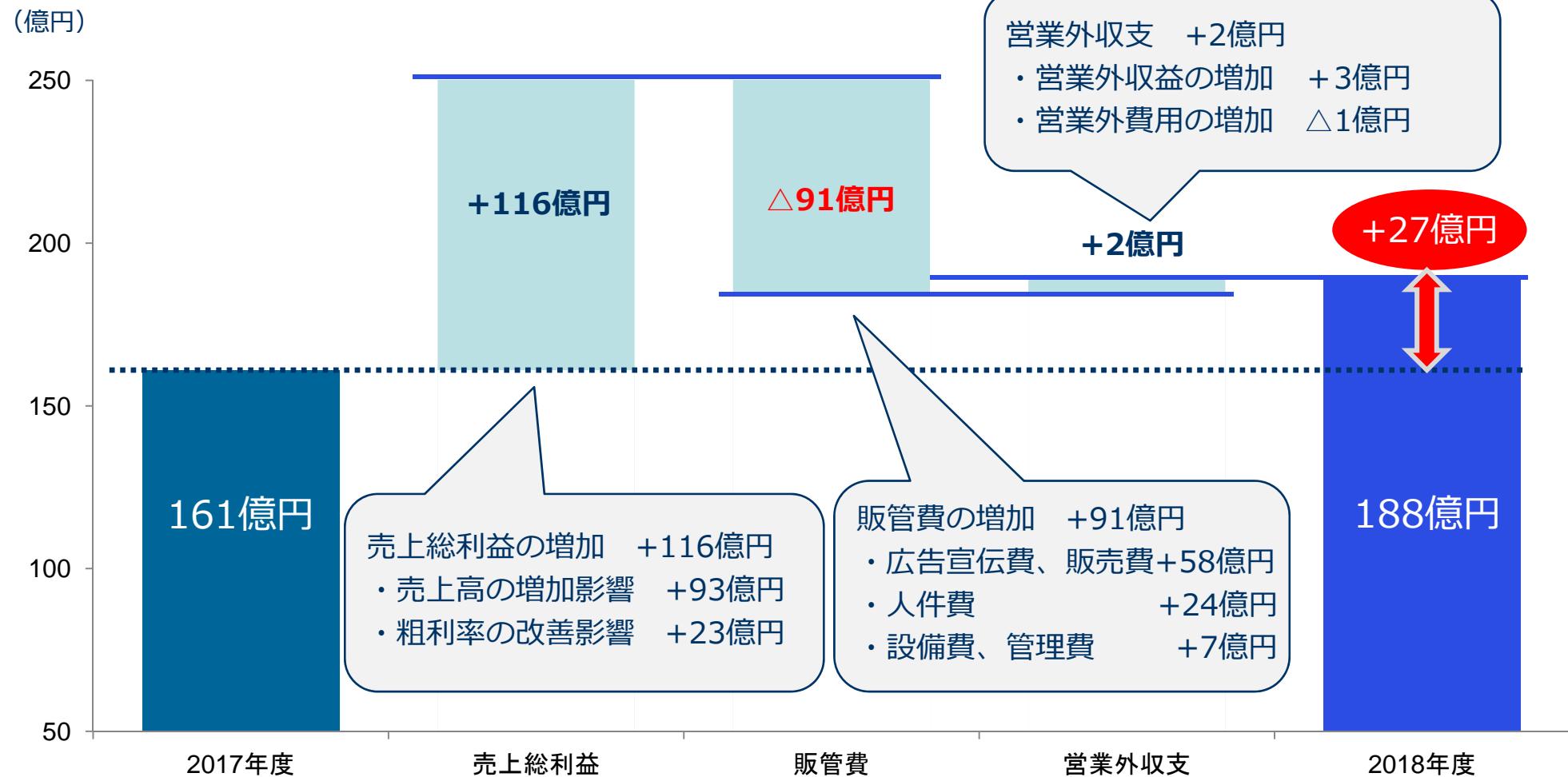
売上高販管费率の上昇に歯止め

(億円)



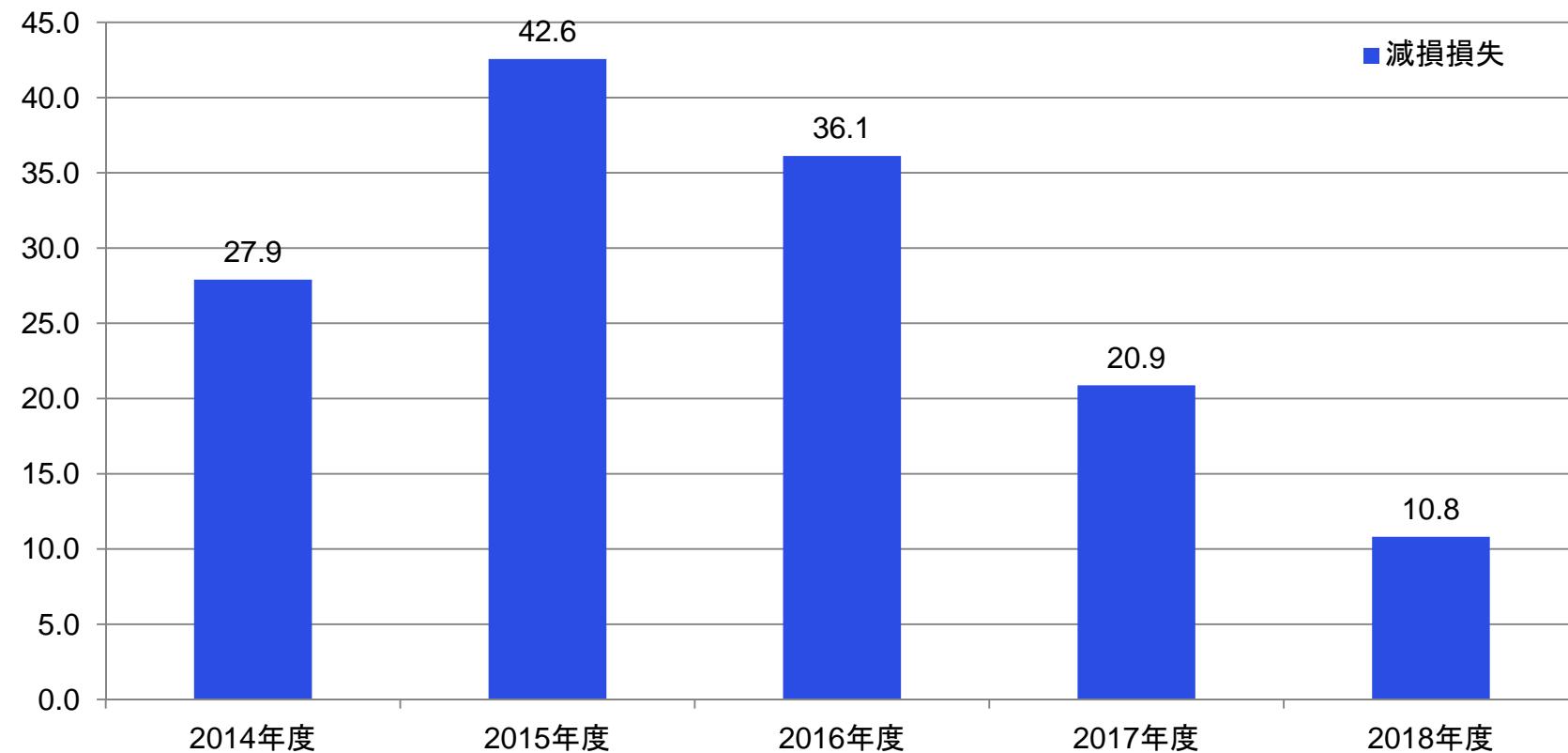
- 2018年度上期は、猛暑の影響で配送費、人件費等が予算を超過。
- 2018年度下期は、売上高伸長に伴う変動費の増加はあったものの、経費コントロールを行い
販管費率は通期で2017年度と同水準に抑制。

売上総利益、経常利益とともに大幅増加

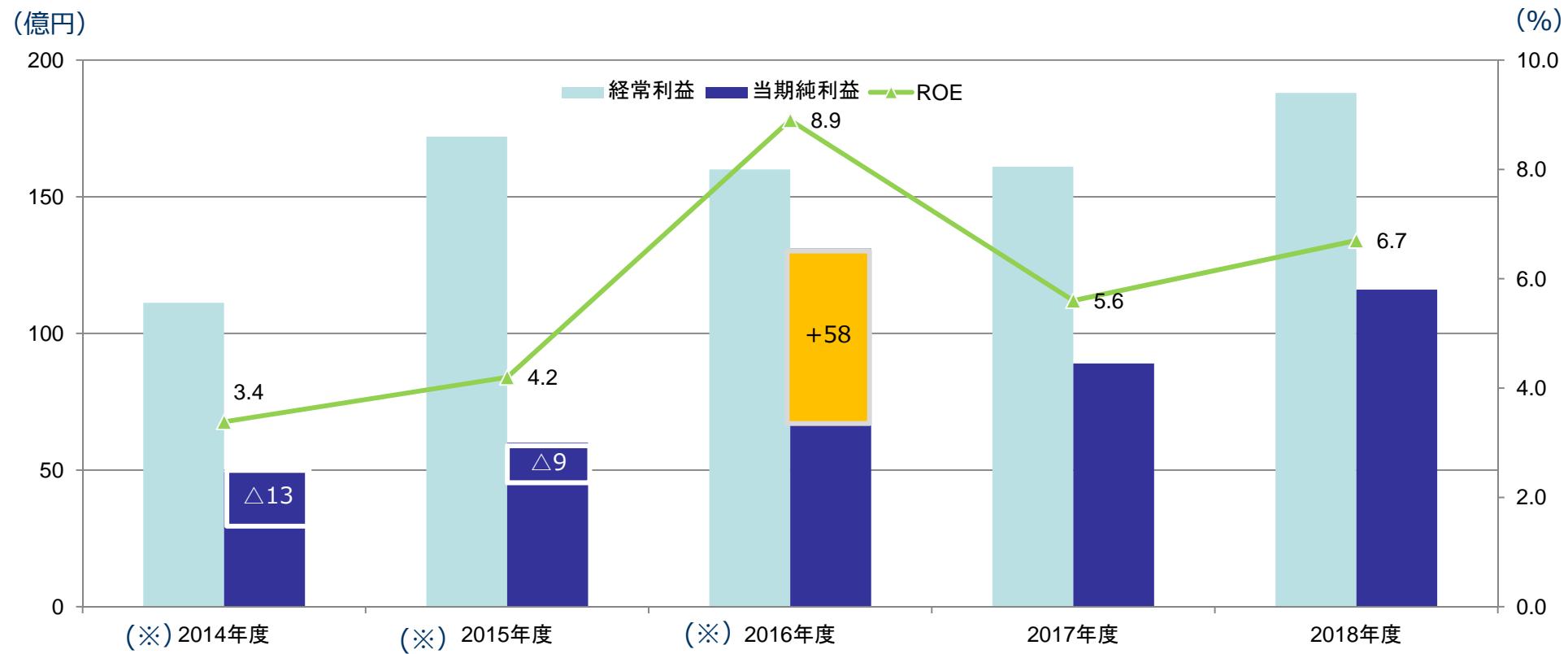


業績の回復と共に店舗減損損失が減少

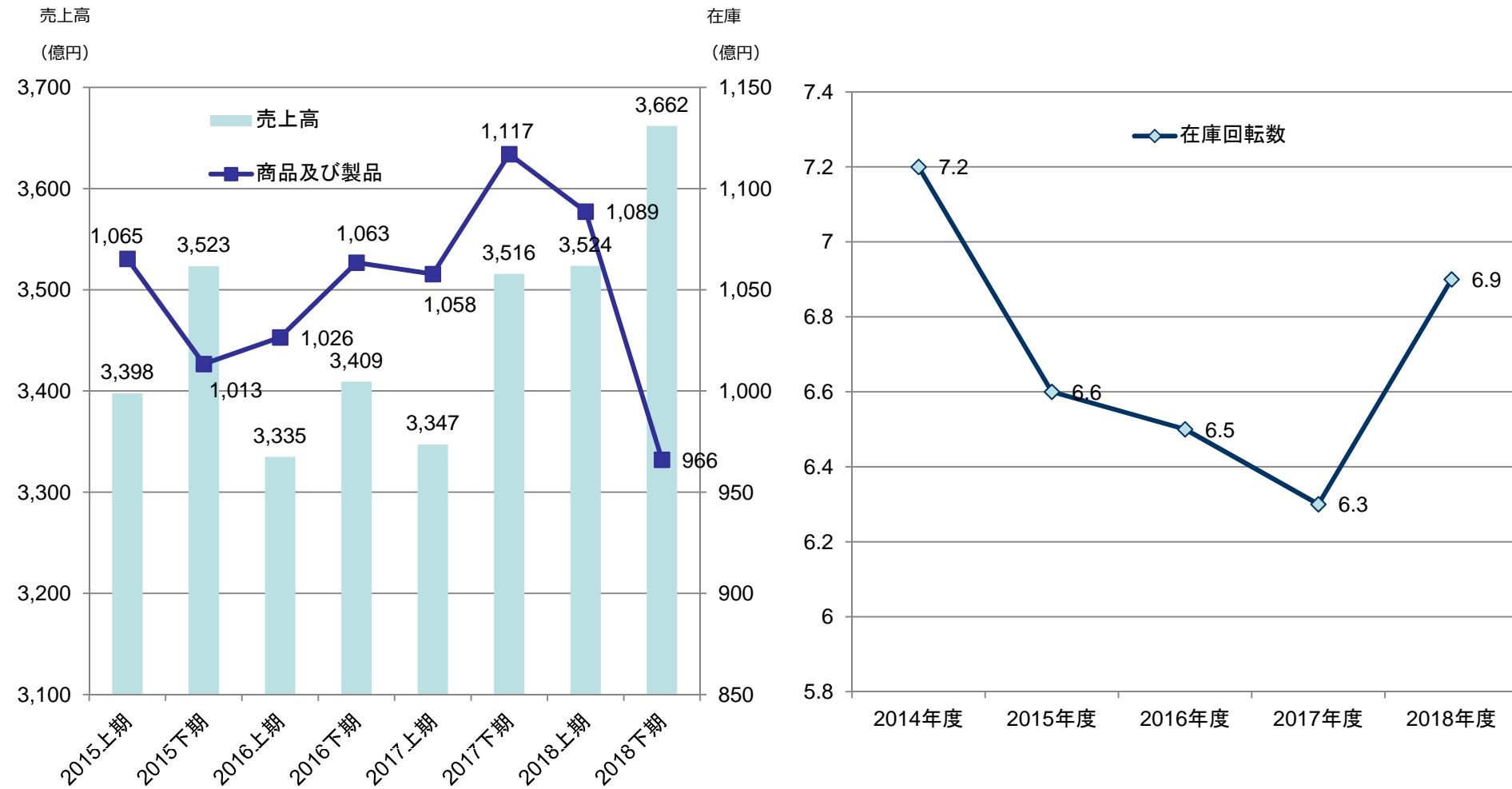
(億円)



繰延税金資産の影響を除くと、当期純利益は継続して実質増加



販売力の上昇に伴い、進捗する在庫の削減



商品在庫が大幅に減少、固定資産も減少し総資産が圧縮

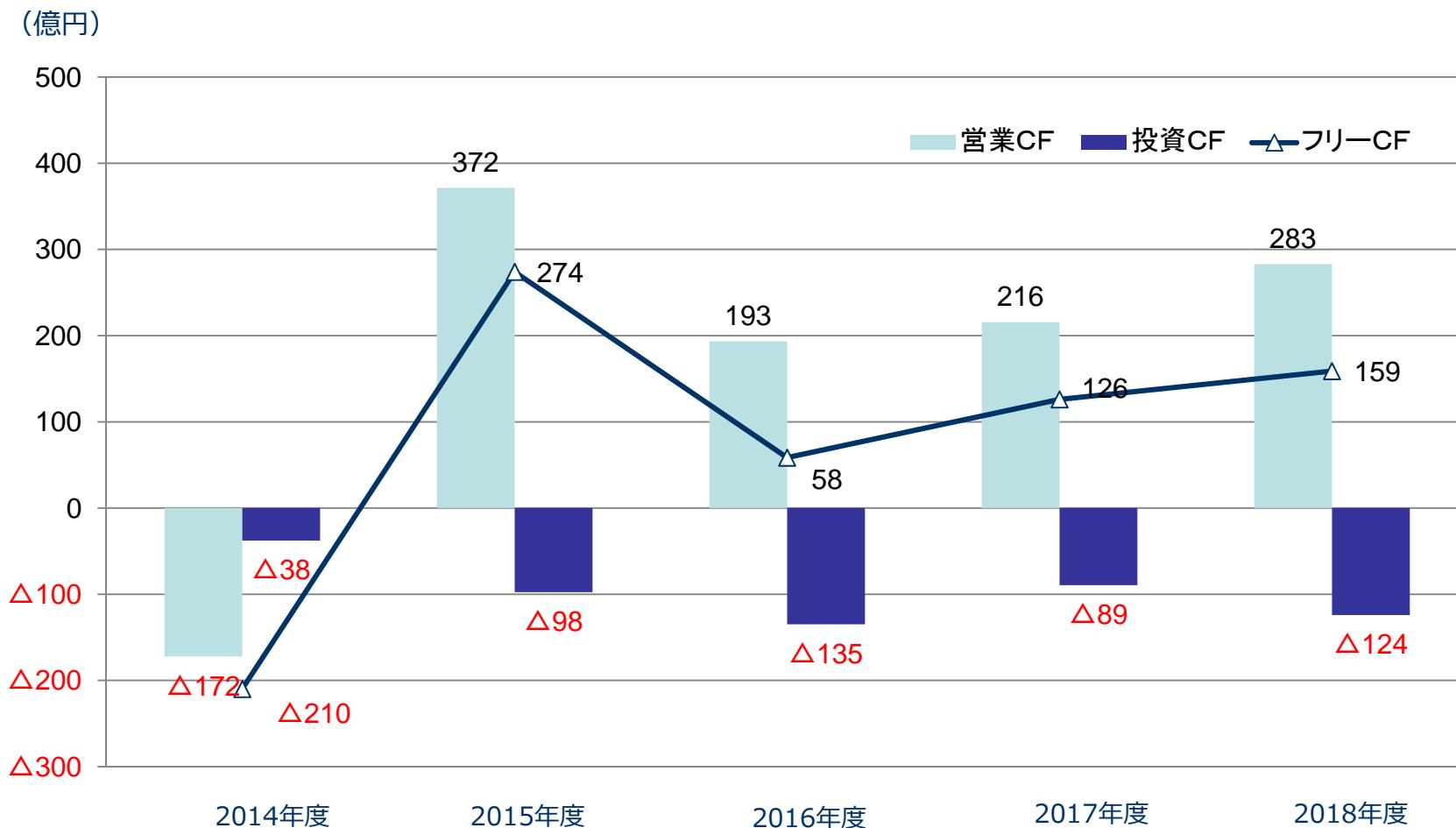
百万円	2018年3月	2019年3月	増減
流動資産	166,059	152,436	△13,623
現預金	8,227	9,035	+808
売掛金	34,530	36,339	+1,808
商品	111,703	96,686	△15,017
固定資産	203,389	203,511	+122
有形固定資産	137,758	139,970	+2,212
無形固定資産	8,772	8,202	△569
投資その他	56,858	55,337	△1,520
総資産	369,448	355,947	△13,501
総資産回転数/年	1.9回転	2.0回転	-

資産の状況
● 流動資産 現預金 +8億円 商品 △150億円
● 在庫回転数（年）+0.6回転 2017年度 6.3回転 2018年度 6.9回転
● 有形固定資産 建物及び構築物 △18億円 建設仮勘定 +38億円
● 無形固定資産 のれん △2億円 その他 △3億円
● 投資その他資産 差入保証金 △6億円

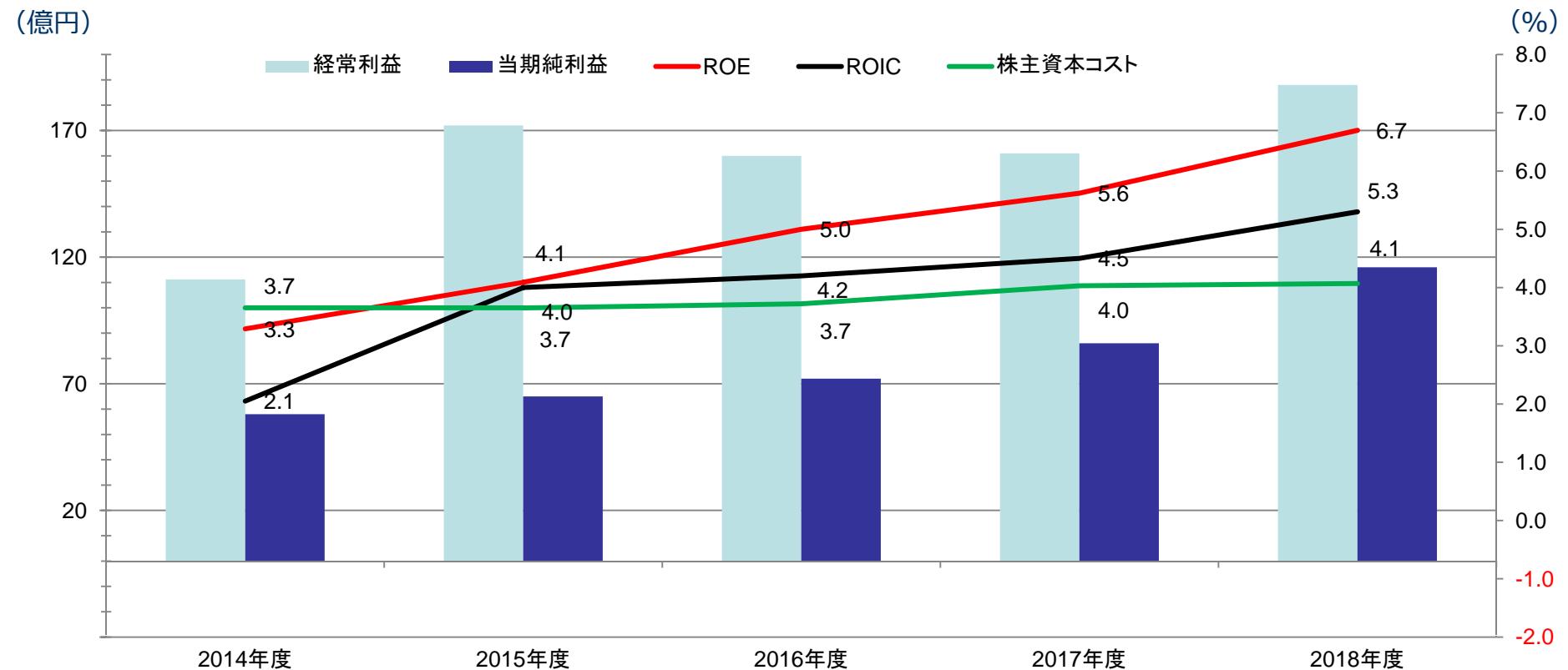
買掛金の大幅減少、有利子負債の返済などにより、財務の健全性が向上

百万円	2018年3月	2019年3月	増減	負債・純資産の状況						
負債	200,443	177,775	△22,668	<ul style="list-style-type: none"> ●負債 <table> <tr> <td>流動負債</td> <td>△279億円</td> </tr> <tr> <td>固定負債</td> <td>+53億円</td> </tr> <tr> <td>有利子負債（含CB）</td> <td>△124億円</td> </tr> </table> 	流動負債	△279億円	固定負債	+53億円	有利子負債（含CB）	△124億円
流動負債	△279億円									
固定負債	+53億円									
有利子負債（含CB）	△124億円									
支払手形及び買掛金	47,130	31,139	△15,990							
短期借入金	4,110	1,040	△3,070							
長期借入金・社債	69,408	59,594	△9,813							
リース債務	1,656	2,100	+443							
有利子負債依存度	20.3%	17.6%	△2.7%							
純資産	169,005	178,172	+9,167	<ul style="list-style-type: none"> ●純資産 <table> <tr> <td>当期純利益</td> <td>+116億円</td> </tr> <tr> <td>配当金の支払</td> <td>△31億円</td> </tr> </table> <p>シングルA格の維持を目指す</p>	当期純利益	+116億円	配当金の支払	△31億円		
当期純利益	+116億円									
配当金の支払	△31億円									
自己資本	168,996	178,172	+9,175							
自己資本比率	45.7%	50.1%	+4.4%	<ul style="list-style-type: none"> ●自己資本比率 50.1% ●ネットD/Eレシオ 0.3倍 ※A格以上 0.7~0.6倍以下 						

営業CF、投資CF、フリーCFは安定的に推移



経常利益、当期純利益、ROE、ROICとともに上昇傾向



※繰延税金資産の影響を除外：2014年△13億円、2015年△9億円、2016年度+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)

直営家電店は12店を新設、3店を移転・建替、1店を閉鎖

	2018年3月	新設	移転・建替	閉鎖	増減	2019年3月
家電店	384	12	2	1	+11	395
非家電店	41	0	1	0	±0	41
直営店計	425	12	3	1	+11	436
FC店	761	7	0	13	±0	755
全店計（FC含む）	1,186	26	18	25	+1	1,191
直営店売場面積（m ² ）	1,020,001	+19,940		△1,324	+18,616	1,038,617

非家電店・・・携帯電話専門店、ソフト専門店等

エディオングループが持続的成長を遂げるための施策

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（年間約9,200トン）
パソコン等リユース（年間約2万台）
※2018年度実績



●各事業所に太陽光発電設備を設置

- 71拠点、133百万円の売電収入
※2018年度実績



●森林保全活動の実施

- 吉野フォレスト森林整備活動



Social (社会)

●消費者の安全確保

- 商品性能テスト研究所を開設し、新規商品、海外製品等の安全性、操作性、耐久性等のテストを実施



●製品・サービスの安定供給

- B C P 基本計画書を策定し、商品販売をはじめとする重要業務の継続および早期復旧により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）

- 各種文化活動、スポーツ振興を通じて地域活動に貢献



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. 2018年度 通期実績

2. 2019年度 通期計画

3. 当社の取り組み

2019年度 計画

売上高

通期計画：7,500億円 前年+313億円

- ・家電直営店 出店計画
新規開設5店、移転・建替3店、閉鎖1店

売上総利益

通期計画：2,190億円 前年+91億円

- ・売上総利益率 29.2%

販売管理費

通期計画：2,005億円 前年+87億円

- ・広告宣伝費／販売費の増加 +8億円
- ・人件費の増加 +14億円
- ・設備費／管理費／減価償却費の増加 +64億

営業利益

通期計画：183億円 前年+4億円

経常利益

通期計画：198億円 前年+9億円

親会社株主に帰属する
当期純利益

通期計画：125億円 前年+8億円

百万円・%	2018年度実績			2019年度計画		
	売上比	実績	前年比	売上比	実績	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	191,974	105.0	26.8	200,500	104.5
営業利益	2.5	17,223	116.0	2.4	18,300	102.6
経常利益	2.6	17,845	117.0	2.6	19,800	104.8
親会社株主に帰属する当期純利益	1.6	11,620	129.9	1.7	12,500	107.4
新規出店数 (直営家電店)		12店	+2店		5店	△7店
移転・建替店数 (直営家電店)		3店 (※)	△2店		3店	-店
設備投資		13,739	121.2		15,265	111.1
減価償却費		9,837	100.0		11,270	114.6

(※) 「100満ボルト」から「エディオン」へのストアブランド変更を含みます

百万円・%	2018年度実績			2019年度計画		
	売上比	実績	前年比	売上比	実績	前年比
販売管理費 合計	26.7	191,977	105.0	26.8	200,700	104.5
広告宣伝費・販売費	7.7	55,159	111.9	7.5	55,980	101.5
人件費	10.8	77,279	103.3	10.5	78,730	101.9
設備費・管理費	6.9	49,483	101.5	7.3	54,516	110.2
減価償却費	1.4	9,837	100.0	1.5	11,270	114.6
のれん償却費	0.0	217	212.7	0.0	204	94.0

- 販管費全体では、ほぼ前年並みの売上比率
- 広告宣伝費は、従来型の販促から、共通ポイントを含めた販促に変更するが、売上比率は前年並
- 人件費は、大型新店のパート雇用や、配送人員の強化などで前年より増加
- 設備費、減価償却費は、大型出店の影響で前年を超過する計画

CONTENTS

1. 2018年度 通期実績

2. 2019年度 通期計画

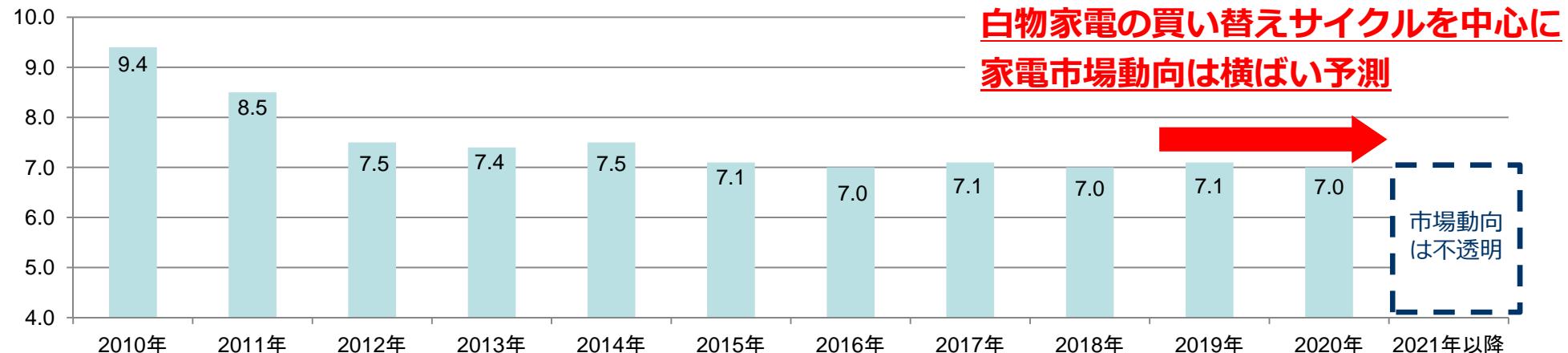
3. 当社の取り組み

代表取締役会長兼社長執行役員
久保 允誉

消費税増税はあるものの、東京五輪まで続くスポーツイベントで映像商品への関心は高まる

(兆円)

家電市場動向



※出所：当社調べ

トピックス

- 2009～2010年
家電工コポイント

- 2011年
アナログ停波

- 2014年
消費税増税

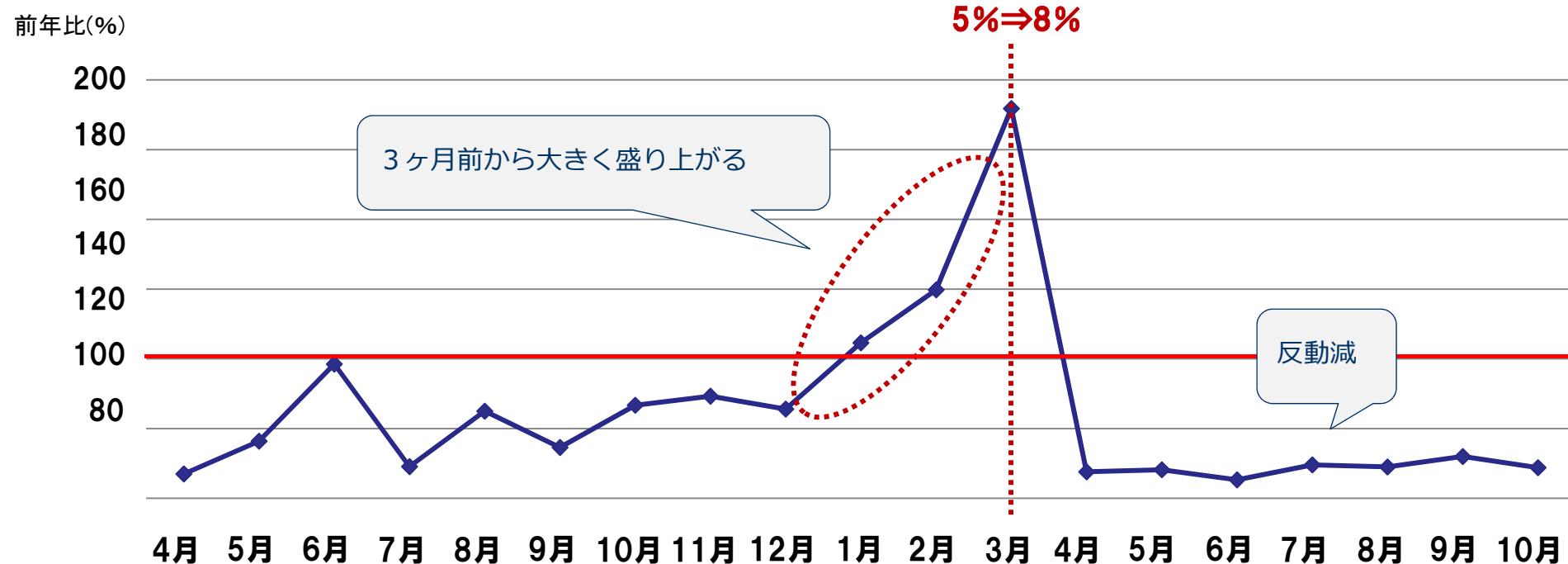
- 2019年需要背景
 - ・「令和」改元（5月）
 - ・サッカー女子W杯（6-7月）
 - ・ラグビーW杯（9-11月）
 - ・消費税増税（10月）

- 2018年
4K・8K本放送

- 2020年
東京五輪
5G実用化

上期の駆け込み需要を着実に獲得

■2014年4月消費税増税時 家電主要5品目販売推移



出典: 内閣府 消費税引き上げ後の消費動向について

- 既存店前年比計画は、上期113.8%、下期91.8%、通期102.9%で想定。
- 上期の需要を大型出店等で確実に取り込む。
- 下期は各種施策で反動減を最小限に抑える。※次世代住宅エコポイント制度などを活用

「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

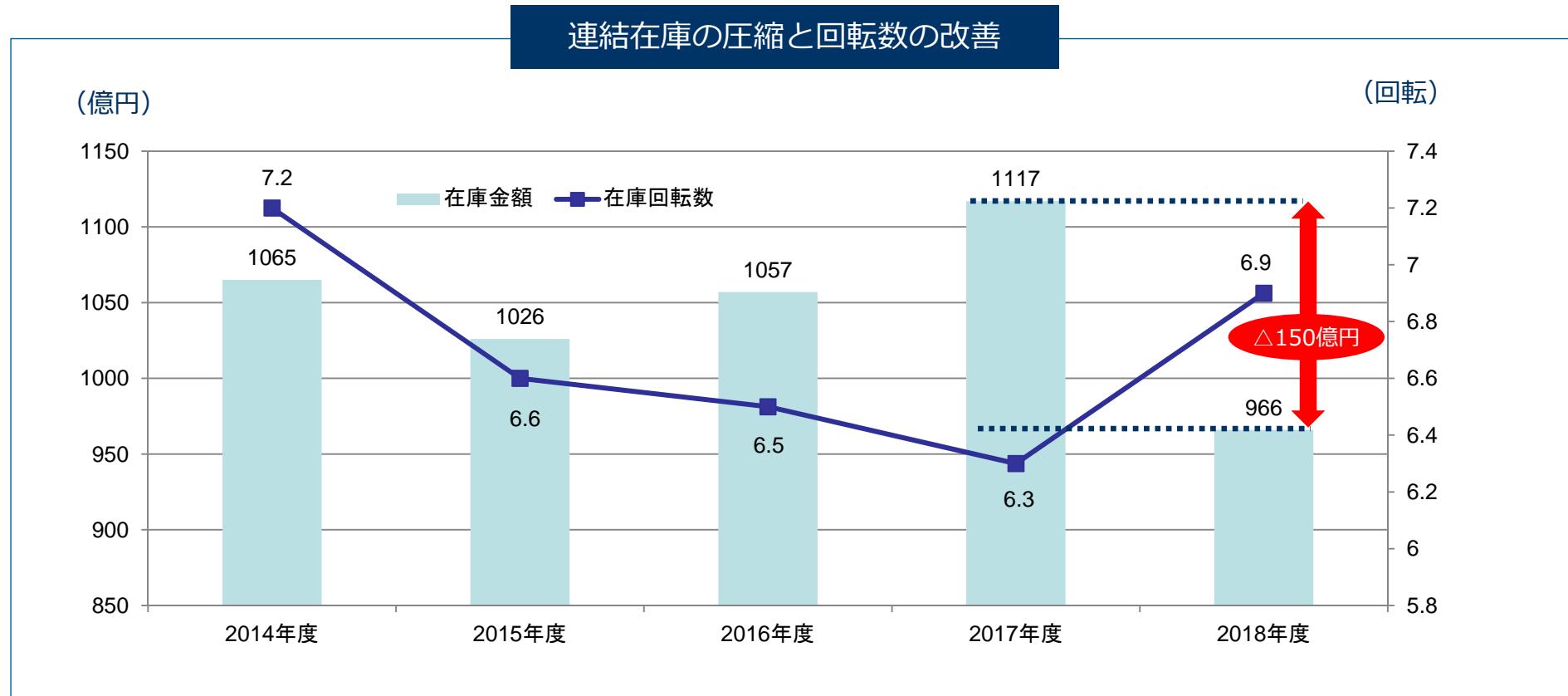
競合他社からの顧客奪取を加速し、店舗来客数を増加

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

セルアウト型の在庫・仕入方式への移行で在庫圧縮、回転数も向上



ジャスト・イン・タイムの推進による在庫圧縮の徹底
店舗への鮮度の高い商品の投入

世代やニーズに合わせた販促施策

■朝刊購読数(単位:千部)

新聞購読率の低下



2014年から
約12%減少

約470万部減
35,940

わずか5年間で購読数が約470万部減少

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

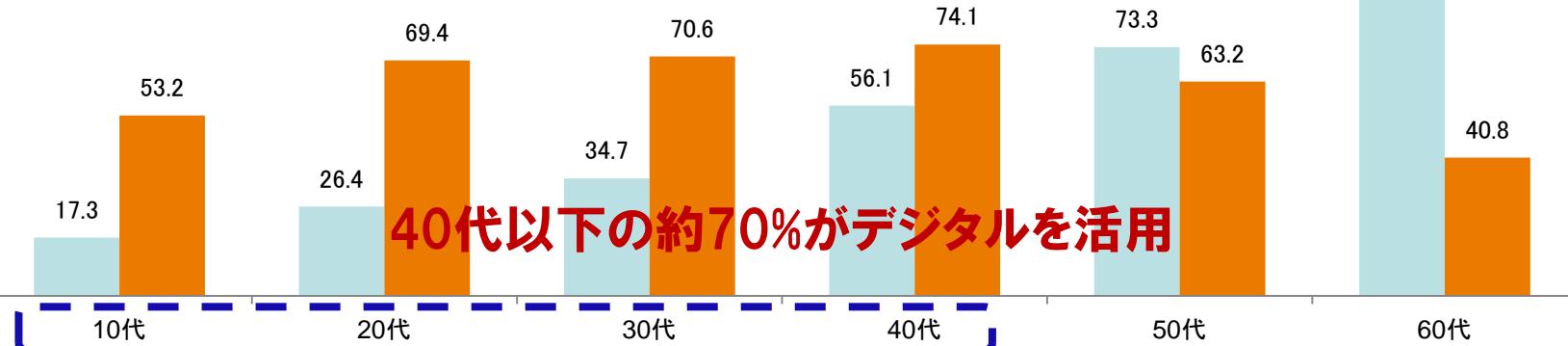
出典:日本新聞協会 新聞の発行部数と世帯数の推移

年代別 新聞ニュースサービス利用率

■新聞

■Yahoo! Googleなど

(単位:%)



40代以下の約70%がデジタルを活用

出典:総務省 平成29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書

エディオンアプリ会員は購入金額、購入回数ともに増加傾向



アプリ会員登録 前後1年の購入変化

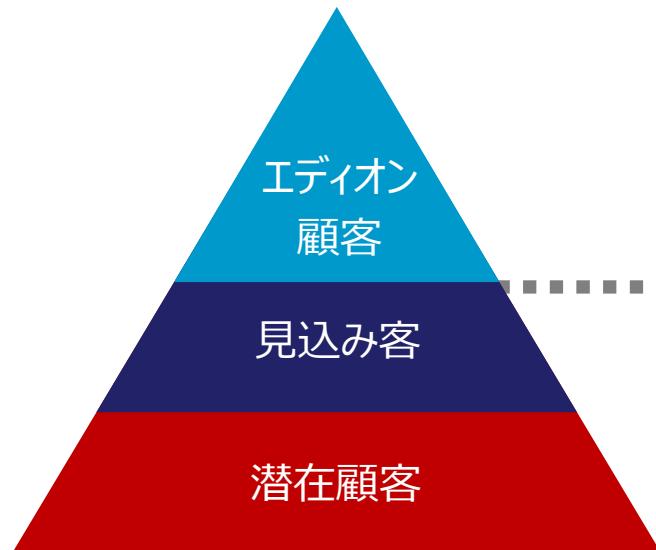
対象: 2017年4月～2018年3月に登録された方

	会員種別	登録前 1年間	登録後 1年間	金額前年比	購入回数 増減
<u>アプリ会員</u>	エディオンカード会員	7.4回	8.6回	112.1%	+1.2回
	あんしん保証カード会員	4.3回	5.3回	115.9%	+1.0回
	アプリ会員計	6.8回	8.0回	112.5%	+1.2回
<u>非アプリ会員</u>	エディオンカード会員	5.8回	5.6回	96.4%	-0.2回
	あんしん保証カード会員	3.3回	3.1回	89.6%	-0.2回
	非アプリ会員計	4.8回	4.7回	95.1%	-0.1回

今年度70万会員の新規獲得を目指す

チラシに代わるデジタルメディアを積極的に活用

デジタルでの接点シーンの拡大



アプリユーザーにはセール情報
クーポンなどインセンティブを
継続的に提供

接点チャネル



情報配信をLINEなどのデジタルメディアで補完を行い
接触率を上げていく



チラシを大幅に減らし、様々な販促施策を実施し顧客を獲得

dポイント導入・キャッシュレス対応の強化

dポイントの導入



●dポイントの取扱を開始 (2019.04.23~)

P

ポイント保有者
新規取り込み
約2,600億ポイント市場の
取り込みで売上拡大
幅広い年代の来店が期待され
客数増に貢献



ドコモメディア
接点拡大
6,980万人のドコモユーザー向
けにキャリアメールやDMなど
活用
情報配信先の拡大で
来店促進を行う

新規顧客の掘り起こしとドコモ
メディアの活用で
売り上げ拡大を図る

キャッシュレス対応

●PayPay第1弾(2018年12月) ～100億円あげちゃうキャンペーン～

第1弾100億円キャンペーンは大きな成果を上げ
バーコード決済の認知度が高まった

●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。



多様な決済ニーズへの対応で
利便性の向上を図る



お客様の五感に訴えてリアル感を提供

相次ぐアメリカ小売業の閉店

全店
閉鎖

- シューズチェーン 全 2,500店舗
- 子供服チェーン 全 805店舗

約30%
閉鎖

- 大手アパレル 230店舗

約10%
閉鎖

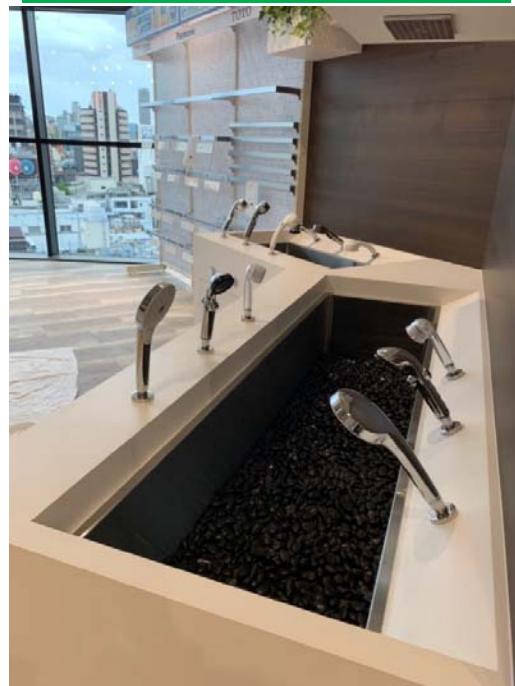
- 大手G M S 70店舗



アマゾンの台頭により
魅力の無い店舗は
お客様に支持されなくなった

当社の取組

シャワーヘッド体験・体感コーナー



- 各種ヘッドによる水圧等の体感
- 最適な商品の提案

IoT家電の実体験



- スマートフォン購入後、IoT家電を実際に操作

ライブ感のある実演ブース

- ・コーヒー自家焙煎の実演など
- 新製品、話題商品の実演で、五感に訴える場の提供

体験・体感できる売り場にて
お客様へリアル感を提供
順次各店に導入し、
買い物体験を高めていく

ユニーク・快適な買い物物体験を提供

Wi-Fiを全店に完備

都市型店舗を中心に
「電子プライス」の拡充



店舗生産性の向上
1人あたり売上高の増加

すこし先の未来を

pepper



お仕事①

朝礼・あいさつ・笑顔の練習

お仕事②

お客様のお出迎え

お仕事③

エディオンアプリのご案内

お仕事④

店頭販売のお手伝い

お仕事⑤

店舗実演イベントの告知

25店舗121台導入
以降、今年度中に
全店導入予定

体験・体感を通じたお客様の潜在ニーズの発掘

2018年度実績

お客様が気がついていない商品の効能を
しっかり伝えることで+αの売上を創出



高周波治療器



メガネ型拡大鏡



シャワーヘッド



マッサージ器



デジタルカメラ

売上高前年比104.7%に大きく貢献



2019年度「機動力」

- ・顧客ニーズに迅速に対応
- ・変化に俊敏に対応
- ・アイデアを素早く実行



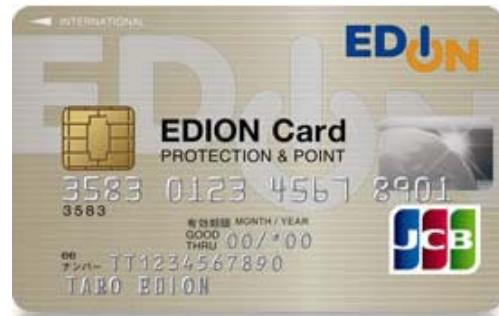
ペット見守りカメラ



機動力を活かし
更なる足し算の売上を実現する

エディオンカードの強みを再強調し、さらなるお客様作り

長期5年間保証



- 1・3・5%ポイント付与
- 分割払い無金利
- DMセール案内

業界屈指の保証、対象商品は100品種以上
5年間・10年間の長期修理保証

A社

10品種

B社

22品種

C社

18品種

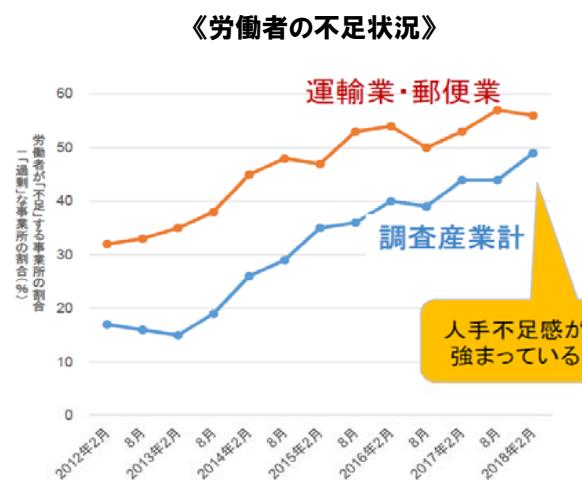
コストを見ながらポイント施策も活用

圧倒的な物流・サービス体制の構築

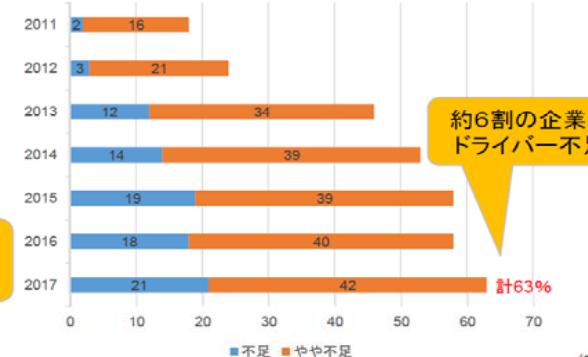
物流業界の課題

■ネット通販の売上拡大による配送業者不足

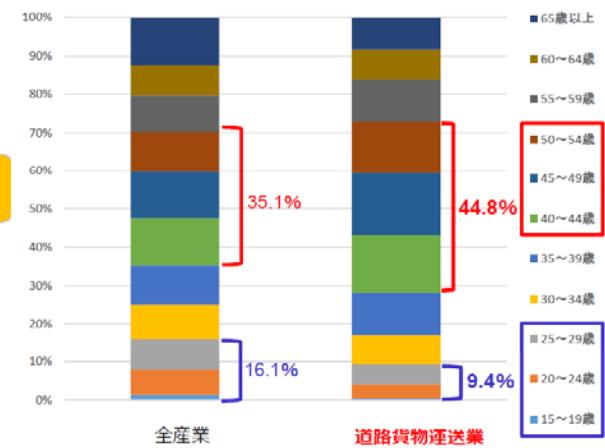
■配送業者の高齢化問題



《ドライバーが不足していると感じている企業の割合》



【就業者の年齢構成】(総務省「労働力調査」(H29))



2018年の猛暑時、エアコン受注19万台に対し、15万2千台の取り付け



すべての受注に対応できる体制を構築する

消費税増税前の駆け込み需要と猛暑が重なっても対応可能な体制へ
(エアコン1日8000台の取り付け等)

お客様視点から他社では出来ないサービスを構築

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

**自社スタッフの育成でピーク時
でも安定した体勢を確立**



翌日配達



3日以内取付工事


e-Logi 株式会社E-ロジ

新たなサービスの展開

■3km商圏内での無料お届けサービスを展開

特急バイク便

e-service
 イーサービス


無料お届けサービス

- 高齢者や一人暮らしのお客様への商品配達
- 交通事情により社用車での配達が困難な配達

無料見積もりサービス

- 現地調査や見積もりの迅速対応で
サービスレベルを強化

■都合のよい日時・場所での受取が可能で利便性向上

24時間受取ロッカー



エディオンネットショップでご注文いただいた
商品をお客様の希望で店舗や駅設置の
ロッカーで受け取れるサービスを今後展開

受取シーン・ニーズが拡大



会社帰り

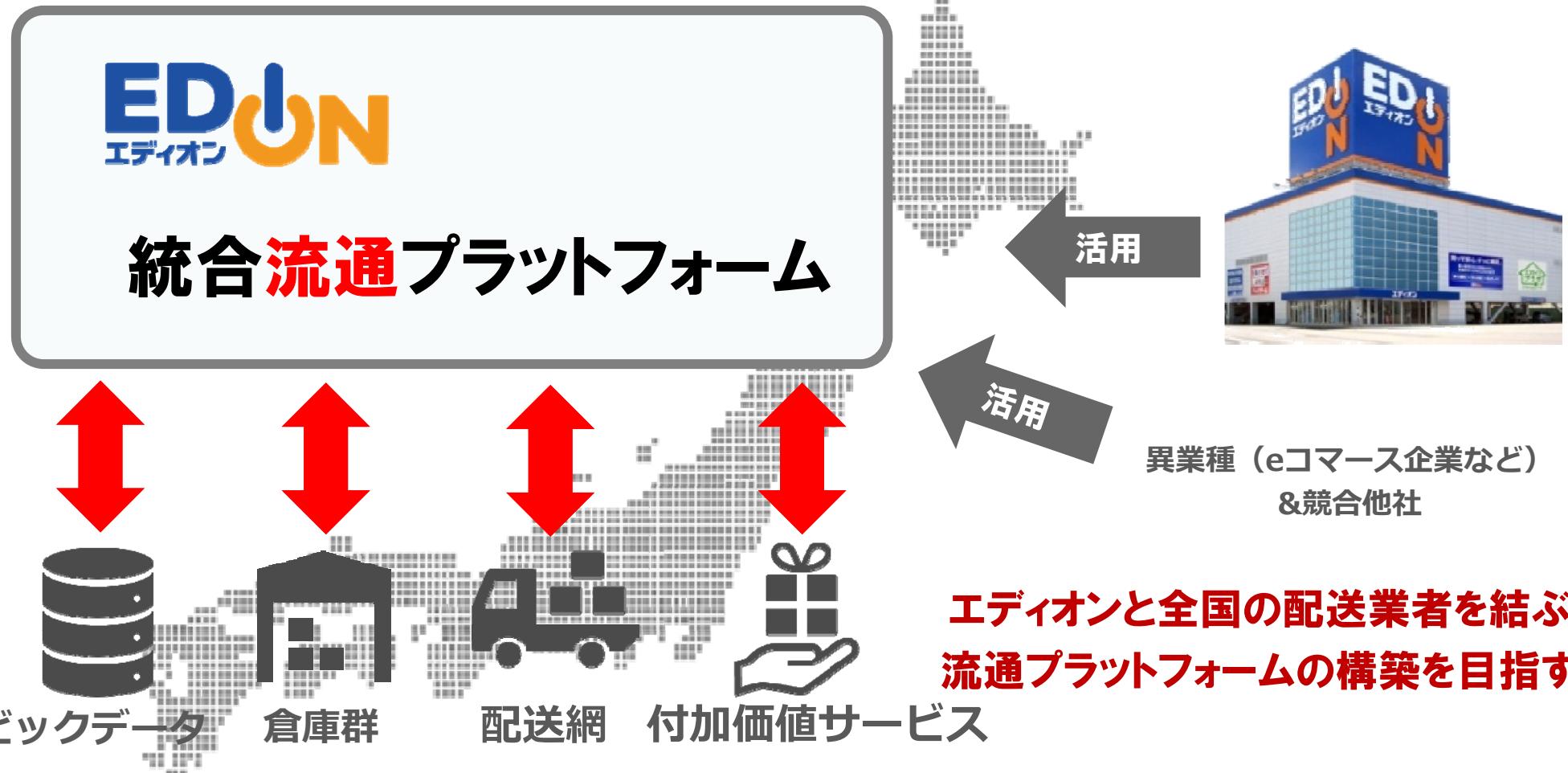


夜間



防犯

家電と暮らしを繋ぐ流通プラットフォームの実現



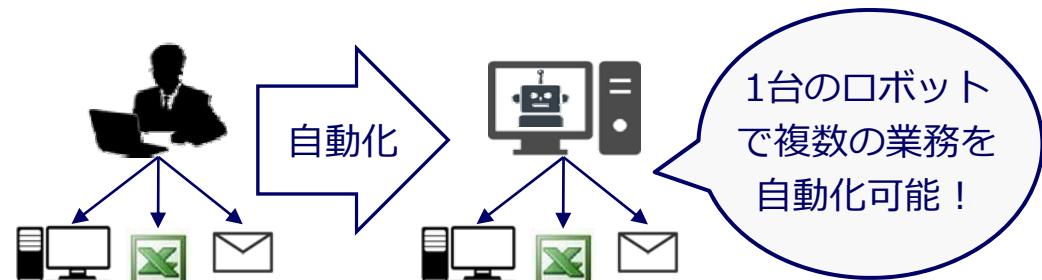
『シェア』するからさらに便利になる

RPAの導入による労働生産性の向上

◎RPAとはロボティック・プロセス・オートメーションの略称、ロボットによる業務自動化の取組みを表す言葉です。

<RPAの特徴>

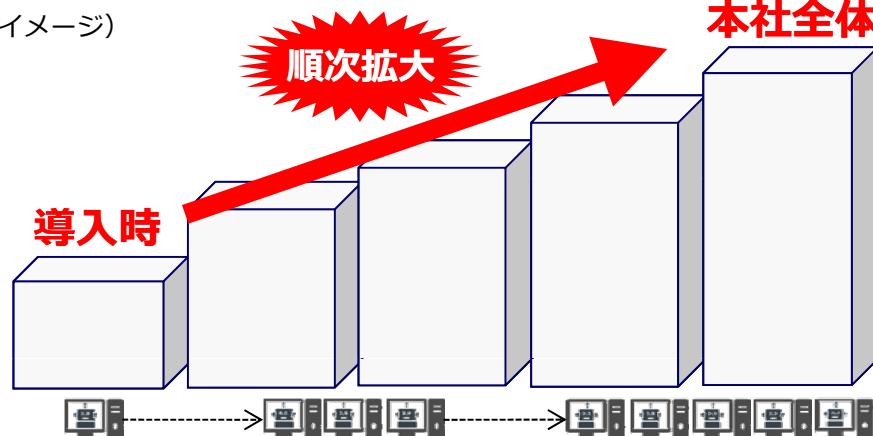
業務の粒度・優先順位・コストがROIに見合わない…などの観点からシステム化に至っていない手作業の業務を高品質かつ比較的低コストで自動化することが可能



取組み

業務の自動化を順次拡大！
本社全体でのRPA活用を目指す

(イメージ)



効果

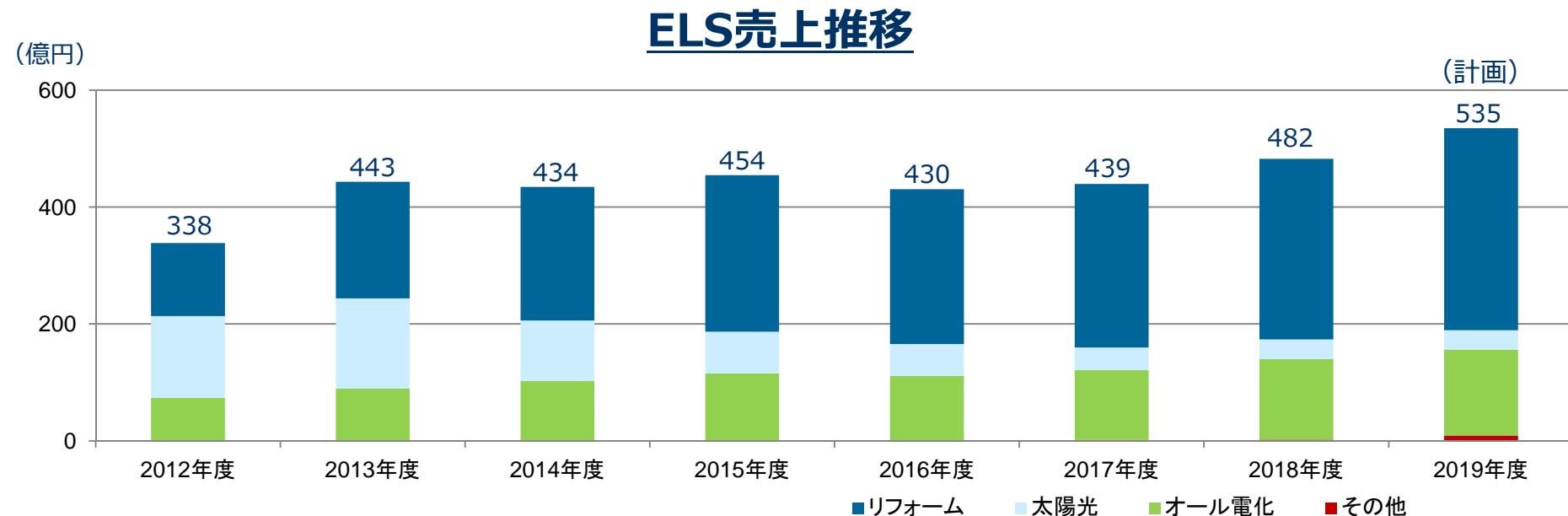
人間とRPAそれぞれの能力に合った
最適な業務の棲み分けを行う！



業務の
質的改善

適正な
労働時間キープ

リフォーム、オール電化は好調に推移、太陽光は底打ち



※ FC含むPOSベース売上

カテゴリ別(百万円)	2018年度実績	計画比	前年比	2019年度計画	前年比
リフォーム	30,898	99.1%	110.4%	34,581	119.2%
太陽光	3,373	101.3%	87.2%	3,293	97.6%
オール電化	13,784	112.4%	115.3%	14,703	106.7%
その他	201	93.1%	134.0%	921	458.2%
ELS計	48,256	102.7%	109.8%	53,500	110.9%

外壁塗装の新規商品と工事体制の強化、高い接客力で增收を図る

リフォーム・オール電化

- 外壁塗装商品の新規追加
- 外壁施工業者の拡大（1社→3社）

～品揃えの拡充と工事体制強化で
外壁塗装は前年比倍増を計画～

- 消費税増税対策による需要獲得
上期→駆け込み需要の獲得
下期→次世代住宅ポイント制度の活用
- ～消費税増税を好機として活かす～



- 買い替え需要（エコポイントから9年）
→オリジナルエコキュート
→IHクッキングヒーター
- ～高い接客力で、買い替え需要を確実に
獲得する～



エディオンネットショップと子会社フォーレストで、取扱分野の拡充と連携を強化

(単位：百万円)	2018年度実績	計画比	前年比	2019年度計画	前年比
エディオン ネットショップ	14,184	101.3%	120.9%	16,000	112.8%

2019年度取り組み

○エディオンネットショップ

- ・新規アプリ会員獲得を強化し、売上高伸長
- ・掲載点数の強化により、新規売上高獲得
- ・グループ企業の活用により遠隔地配送コストの削減

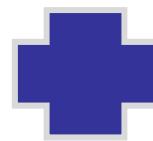
○フォーレスト

- ・衛生・介護・梱包用品など品揃えの拡充、新規売上高獲得
- ・酒類・薬の強化
- ・「ココデカウWowma!」新規出店による売上獲得（前期12月より展開）

※ドロップシッピングによるエディオンとの連携が進行中※

※Forestwayと法人営業部との連携も強化※

EDION
エディオン
ネットショップ



Forestway

ライフ・コンビニエンスWEBショップ
ココデカウ



大型出店と既存ドミナント強化により、売場面積と地域シェアの拡大

2019年度の取り組み

- 大型店舗の出店
(なんば、広島)
- 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
- 老朽化店舗の移転・建替



モール内出店



ロードサイド出店

家電直営店	新規	移転・建替	閉鎖	前年増減	期末店舗数
2018年度実績	12	2	1	+11	395
2019年度計画	5	3	1	+4	399

大阪なんばに新規出店、広島本店を建替オープン(2019年6月)



※画像はイメージです

なんば本店を軸に、近畿地区でのNO.1シェア確立

■持続的な成長を促進するイベントの数々

インバウンド効果

豊富な観光資源と多彩な文化
で更なる効果が期待
世界都市別インバウンド伸び
率は世界1位の約24%と好調
※17年度



うめきた2期と大阪駅周辺再開発

2022～2024年
ホテルや商業施設、地下鉄新駅
などインフラ整備が加速し
大阪駅周辺は再開発が進む



夢洲IR構想

2024年ごろ開業目標
ホテルやカジノなどが一体となつ
たIR(統合型リゾート)事業構
想が本格化
経済効果は年間7,600億円



大阪万博

2025年
5月3日から185日間開催
世界が抱くさまざまな課題の解
決と、未来社会の共創をめざす

**EXPO
2025**

関西経済の盛り上がりをエディオン成長の起爆剤へ 2025年までに近畿地区3000億円の売上を目指す



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