

株主の皆様へ

第47期(2023年3月1日~2024年2月29日)の事業の状況

株主の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。第47期(2024年2月期)の概況についてご報告申し上げます。

第47期は、物価上昇に伴う消費マインドの冷え込みによる客数の減少が続く中、日用消耗品やPRO向け商材など売れ筋商品の価格の値下げに取り組むと共に、当社の強みであるPRO業態を積極的に展開していくことで、既存店を含め順調に売上高を伸ばすことができました。また、利益面におきましても、円安の影響などにより粗利率は低下しましたが、売上高が伸びたことと、水道光熱費の使用量削減をはじめとする経費コントロールの成果もあり、増益で終えることができました。

昨年6月にホームインブループメントひろせを子会社化したこともあり、コーナングループ連結で、売上高は4,563億45百万円(前年同期比7.8%増、計画比0.5%増)、売上総利益は1,708億6百万円(同6.9%増、同0.9%減)、営業利益は240億97百万円(同9.4%増、同5.2%増)、経常利益は225億98百万円(同9.0%増、同7.1%増)、当期純利益は140億54百万円(同6.2%増、同3.7%増)となり、3期ぶりに増収増益となりました。

新規出店につきましては、ホームセンターを8店舗、コーナンPROを12店舗、建デポを8店舗の国内計28店舗をオープンし、さらにホームインブループメントひろせの32店舗がグループインし、海外におきましては、ベトナムに2店舗オープンしたため、第47期末時点のグループ店舗数は598店舗となりました。

第48期の業績予想としましては、コーナングループ連結で、売上高4,845億円(前年同期比6.2%増)、売上総利益1,812億円(同6.1%増)、営業利益259億円(同7.5%増)、経常利益240億円(同6.2%増)、当期純利益148億円(同5.3%増)を計画しております。また、48期は、600店舗達成記念セールをはじめ客数の回復に尽力するとともに、企業価値の向上に向け、事業戦略として出店・ドミナント強化、PRO事業の強化および日用品・ペット・園芸・PRO商材など利用頻度の高い商品の開発・販売力強化など、財務戦略として成長投資と株主還元のパランスを意識したキャッ



代表取締役社長 足田 直太郎

シュアロケーションの適正化に取り組んでまいります。また、非財務戦略として、CO₂排出量削減などのサステナビリティへの取り組みや、従業員のエンゲージメント向上をはじめとする人的資本経営にも積極的に取り組み、第3次中期経営計画最終年度(2025年度)にROE10%以上を目指し、PBR上昇を展望してまいります。

株主還元の充実

当社は、株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要課題の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施することを基本方針としております。

この方針のもと、第47期は1株当たり中間配当47円と期末配当48円を合わせて年間95円の配当といたしました。これにより10期連続の増配となりました。さらに、第48期の配当につきましては、1株当たり5円増配し、年間100円の配当を予定しております。また、2024年4月10日に公表しました通り、総額30億円、株式総数80万株(発行済株式総数(自己株式を除く))に対する割合2.62%)を上限とした自己株式の取得を計画しています。株主還元の目標として、第3次中期経営計画期間中(2021-2025)につきましては、総還元性向30%以上、DOE(株主資本配当率)2.0%を目指しております。引き続き、投資計画および財務の健全性維持などを総合的に勘案し、利益還元を実施してまいります。

株主の皆様におかれましては、引き続き絶大なるご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

第3次中期経営計画(2021-2025)

~ずっと大好きや!!コーナン~ これからもあなたにぴったり

当社は、長期ビジョン「New Stage 2025」の実現に向け、2021年4月に「第3次中期経営計画~ずっと大好きや!!コーナン~ これからもあなたにぴったり」を公表しました。当中期経営計画の目指す姿である誰からも愛される存在で「日本を代表する住まいと暮らしの総合企業」を実現するために、売上規模の拡大と高収益を継続して追求すると共に、財務体質も更に強化してまいります。

数値目標 (2025年度)	売上高 5,000億円	経常利益 310億円	当期利益 195億円
	ROE 10.0%	総還元性向 30%以上	DOE 2.0%

《企業価値向上に向けた取り組み》

⇒ ROE10%以上を目指すことでPBR1倍超えを展望

$$\begin{array}{c}
 \text{PBR(株価純資産倍率)} \\
 \text{2023年度実績} \quad \mathbf{0.81倍}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{c}
 \text{ROE(自己資本利益率)} \\
 \mathbf{9.16\%}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{PER(株価収益率)} \\
 \mathbf{8.8倍}
 \end{array}$$

ROE = 当期純利益率 × 総資産回転率 × 財務レバレッジ

◆ 成長戦略への投資推進(☆は中期経営計画で掲げる5つの重点戦略)

☆PB商品開発戦略	ペット・園芸・レジャー・PRO商材を重点に独自性・値ごろ感ある商品開発推進
☆店舗デジタル化戦略	ECサイト活用による店舗送客・売上UPを軸としたインフラ整備
☆店舗業務効率化戦略	次世代POS・営業支援端末導入による労働時間圧縮・人件費削減推進
☆フォーマット戦略	PRO+HCのハイブリッド出店・改装による売上UP・店舗運営の効率化
☆人材戦略	「人材育成方針」に基づく体系的な教育/「環境整備方針」に基づく働き甲斐のある職場づくり
PRO事業強化戦略	都市店舗展開の地の利や永年の販売ノウハウを生かしたPRO・HC HI部門の更なる強化
出店/ドミナント強化戦略	新店売上の積み上げと販売網の強化(PRO出店を強化)
商品販売力強化戦略	日用品・ペット・園芸・PRO消耗品など利用頻度の高い商品にフォーカスした品揃えや売り場づくり徹底
M&A戦略	帳合先の統一による値入改善、PB商品導入などによるグループシナジーの発揮

- ◆ 収益性・効率性の向上
 - ・粗利率改善 :PB売上構成比UP/原価改善(含むグループ統一化シナジー)
 - ・コストコントロール:店舗業務効率化を通じた人件費抑制・労働生産性UP/物流コスト削減
 - ・適正在庫コントロール

◆ IR強化/開示内容充実化

【新規開発PB商品事例】



■ 高さや角度が変えられる猫用食器台

【グラングリーン大阪へ出店】



■ グラングリーン大阪 外観鳥瞰図



2024年9月
オープン予定



■ gardens umekita店 売場イメージ図