

株式会社コメリ

2025年3月期 中間期

決算説明会資料

(2024年4月1日～2024年9月30日)



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



2024年10月23日

東証プライム (8218)

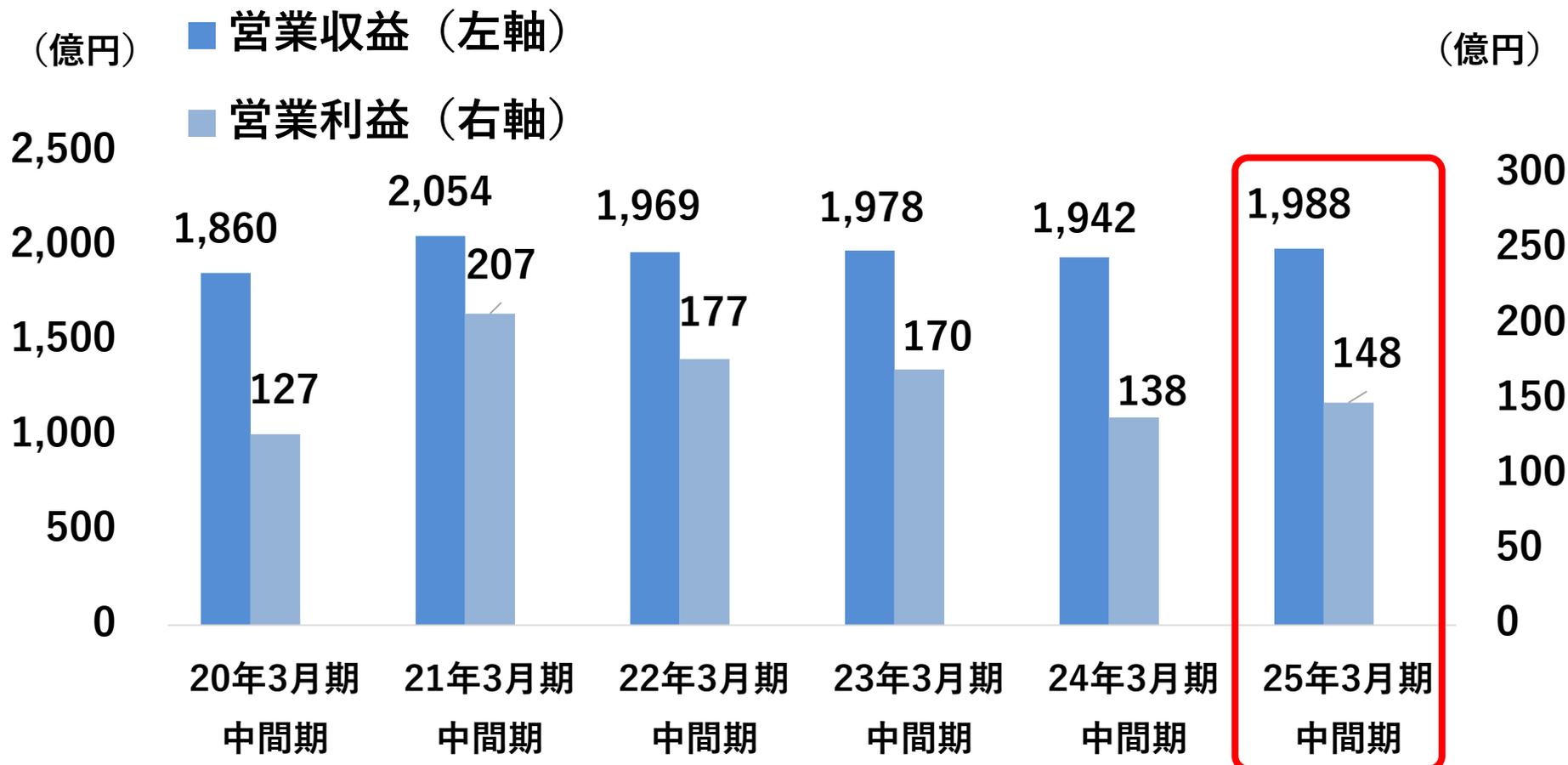
2025年3月期 中間期 決算実績 (連結)



(単位：百万円)

	当 中間期 実績	営業収益比	前年比
営業収益	198,804	100.0%	102.3%
営業総利益	68,434	34.4%	102.9%
販売管理費	53,617	27.0%	101.8%
営業利益	14,816	7.5%	107.2%
経常利益	14,563	7.3%	105.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	9,562	4.8%	103.5%

営業収益・営業利益推移



第1Q：期間を通じ天候が安定したことで園芸・農業用品が堅調
第2Q：夏物商品は好調に推移。9月の残暑と天候不順の影響を受け、秋のガーデニングや秋冬商品の動きに遅れが発生

商品カテゴリー別実績



(単位：百万円)

	2025年3月期 中間期			
	売上金額	前年比	荒利益率	前年差率
工具・金物・作業用品	35,428	103.8%	42.5%	+0.26
リフォーム資材・エクステリア用品	28,604	100.9%	28.8%	+0.43
園芸・農業・ペット用品	69,211	102.0%	30.3%	+0.40
日用品・家電・カー・レジャー用品	37,879	105.5%	25.6%	+0.32
インテリア・家庭・オフィス用品	16,884	98.7%	39.2%	▲0.47
燃料他	1,701	91.1%	11.5%	▲2.09
その他	7,054	100.7%	100.0%	+0.00
ホームセンター事業計	196,765	102.3%	34.5%	+0.20

- ・ 用土・農薬・刈払機等の農家様向けの資材が堅調に推移。
- ・ エアコン・遮光用品など酷暑への対応商品が堅調に推移。
- ・ 地震・台風等、自然災害への対策として防災用品需要が高まった。

フォーマット別実績

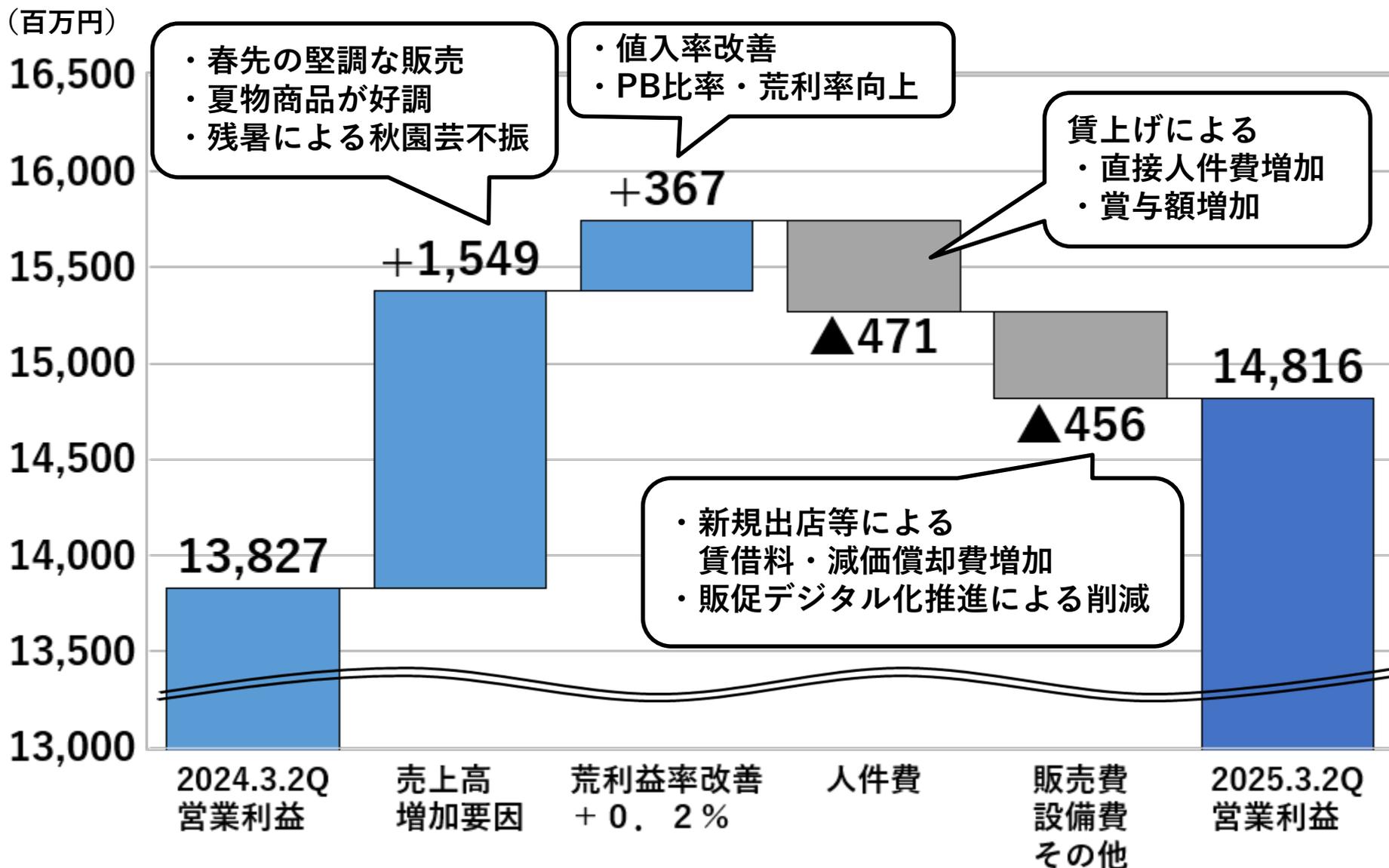


(単位：百万円)

	2024年3月期 中間期		2025年3月期 中間期	
	売上 前年比	売上 既存比	売上 前年比	売上 既存比
パワー	99.3%	98.3%	103.4%	101.6%
PRO	120.4%	108.0%	140.3%	108.2%
ハード&グリーン	97.5%	97.0%	101.2%	100.8%
合計	98.2%	97.5%	102.4%	101.2%

- ・一部地域の梅雨明けの遅れや残暑の影響を受け、園芸・農業用品の売上構成が高い、ハード&グリーンが第2Qで苦戦
- ・PROフォーマットは、セメント・電材などの消耗資材や、地震・台風等の影響を受け、補修関連資材の需要が高まった

営業利益増減要因



販売管理費



(単位：百万円)

	2025年3月期 中間期		
	実績	前年比	前年差
人件費	23,860	102.0%	+471
販売費	6,436	97.7%	▲148
設備費	17,834	103.3%	+571
その他経費	5,487	100.6%	+32
合計	53,617	101.8%	+927

- ・人件費・水光熱費増加等の影響もあるが、店舗運営モデルの見直しやSNS・テレビCM等を活用した販促に移行を進め、計画内でコントロール。

連結貸借対照表



(単位：百万円)

	科 目	2024年9月末	2024年 3 月末	前期末増減	2023年9月末	前年増減
資 産 の 部	流動資産	172,769	178,194	▲5,425	164,079	8,690
	うち 現金及び預金	12,919	16,753	▲3,833	12,526	393
	うち 商品	122,102	128,827	▲6,725	119,496	2,605
	固定資産	194,841	194,656	184	193,628	1,213
	うち 有形固定資産	167,844	167,109	735	166,253	1,591
	うち 無形固定資産	9,190	9,241	▲50	9,321	▲130
	資産合計	367,611	372,851	▲5,240	357,707	9,903
負 債 の 部	流動負債	97,266	103,623	▲6,357	97,427	▲161
	うち 短期有利子負債	16,734	17,855	▲1,121	16,391	342
	固定負債	27,753	32,979	▲5,226	27,242	511
	うち 長期有利子負債	9,408	14,689	▲5,281	8,845	563
	負債合計	125,019	136,603	▲11,583	124,669	349
	純資産合計	242,591	236,248	6,343	233,038	9,553
	負債・純資産合計	367,611	372,851	▲5,240	357,707	9,903

中間期 ～出店・改装実績～



■ 2024年9月末時点：店舗数計 **1,222**店舗

出店	合計	パワー	PRO	H & G
通期計画	52	13	9	30
中間期 出店実績	8	4	2	2
退店 (業態転換・移転含む)	6	0	0	6

■ 既存店の活性化推進

改装	店舗数	改装坪数
累計実績	26	約13,000
'25年3月期 修正計画	150	約90,000

- ・ 建設費高騰の影響により建物仕様を再検討、開店日の遅れも発生。
- ・ 既存店改装はH&G新モデルの水平展開を加速し、約100店舗実施予定

設備投資の状況



	2025年3月期 計画	> >	2025年3月期 中間期実績
新規出店	52店舗 200億円	> >	8店舗 40億円
既存店 改装等	売場面積の 10%強 40億円	> >	26店舗 売場面積1.3万坪 12億円
流通 センター (非店舗)	センター新設 既存センター 機能拡充 120億円	> >	静岡センター 開設 1億円
各種 システム投資	20億円	> >	7億円
合計	380億円	> >	60億円



新店・業態転換・改装は下期に集中
 新関西センターのキャッシュアウトが発生予定

株主還元方針

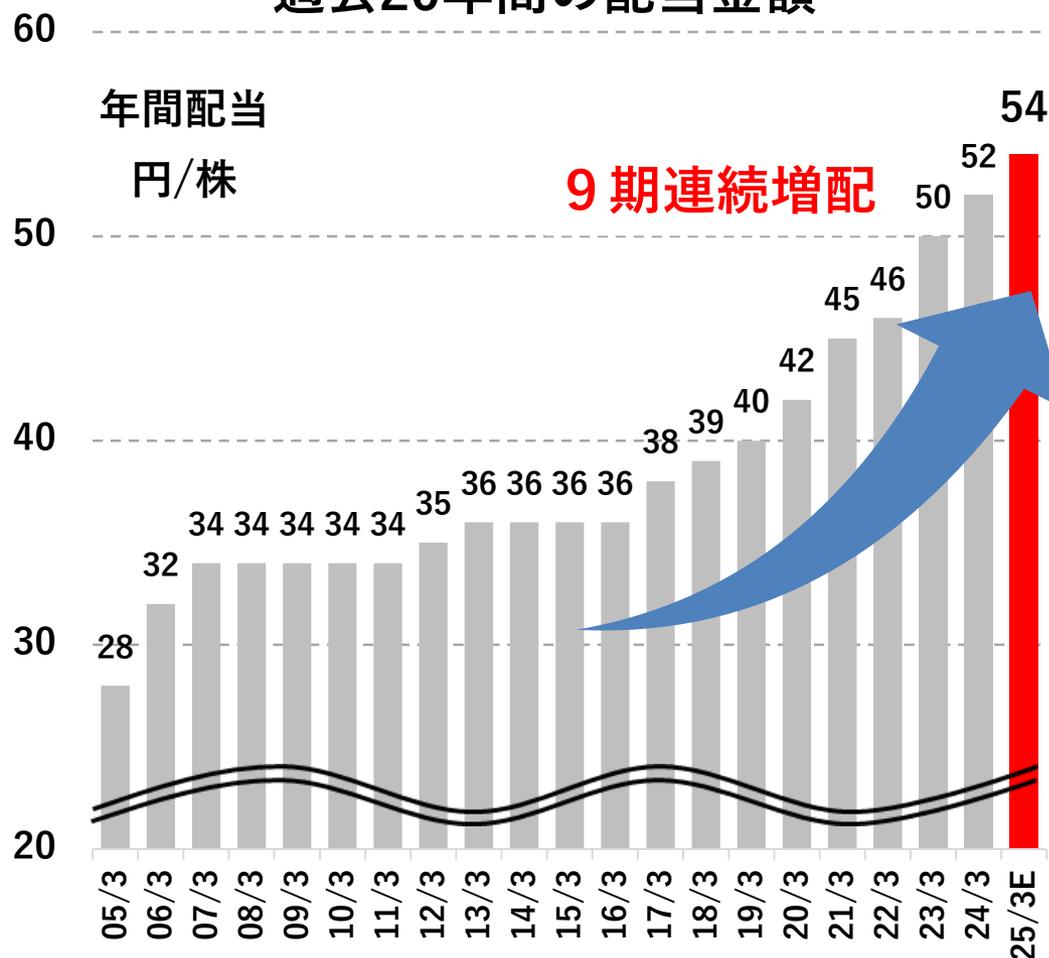


■遅れた分野の流通近代化の実現が企業価値の向上と株主利益の増大に寄与するものと考えております

- ・配当は、経営基盤や財務体質の強化を図りつつ、安定的・継続的に実施することを基本としている。
- ・市場環境や資本効率を踏まえ、自己株式の取得も機動的に実施。

2024年6月13日適時開示
自己株式取得終了
株数 539,500株
取得価額 1,999百万円

過去20年間の配当金額



2025年3月期業績予想



(単位：百万円)

	2025年3月期 中間期	前年比	計画比	計画差	2025年3月期 業績予想	前年比
営業収益	198,804	102.3%	98.4%	▲3,296	388,000	104.7%
営業利益	14,816	107.2%	94.4%	▲884	24,300	110.0%
経常利益	14,563	105.4%	92.8%	▲1,137	24,500	110.3%
親会社株主に帰属 する中間純利益	9,562	103.5%	91.1%	▲938	15,200	110.8%
配当金	中間 27円	+1円	-	-	中間 27円 期末 27円	+2円

2024年4月23日に公表いたしました
通期業績予想を据え置いております

地域の日々を、
明るくしていきたい。

コーポレートCM「地域の日々を、明るくしていきたい。」

<https://youtu.be/t7xkZJBJrUk>

■ 「衣食住」 ⇒ 「住食衣」 へ

- ・ お客様のご不満が最も多い『**住関連**』分野
 - 自宅での時間をもっと楽しみたい
 - ライフスタイルの変化に対応したい
- ・ 遅れた分野の流通近代化
 - 多段階にわたる流通構造
 - 取扱い制限などの日本的商慣行



コメリがチャレンジする分野



■ コメリがチャレンジする 7兆円市場

- ・ 後継者不足 → 業種店は減少し始めている



出所：経済産業省「商業動態調査」、総務省統計局「全国家計構造調査」、農林水産省「農林業センサス」「営農類型別経営統計」より当社推計

核カテゴリー分野の構成比 比較



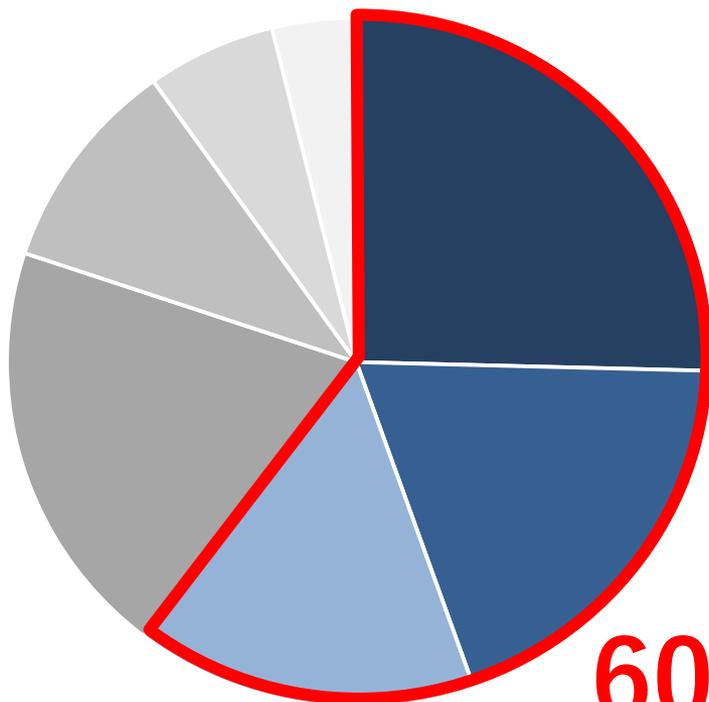
■ 業種店のニーズを担うには「〇〇ならコメリ」

・ 資材・建材、園芸・農業で他社と差別化

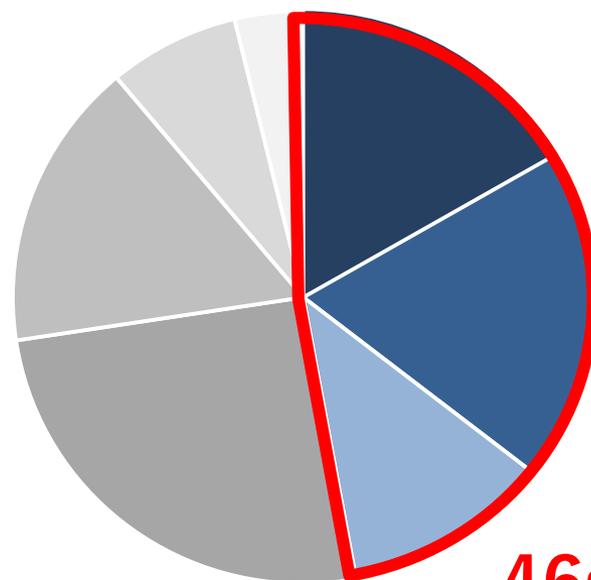
コメリ (2024年3月期)

HC業界平均 (2022年)

- 園芸・農業用品
- 工具・金物・作業用品
- リフォーム・エクステリア用品
- 日用品・家電・カー・レジャー
- インテリア・家庭・オフィス用品
- ペット用品
- 灯油



60%



46%

出所：ホームセンター経営統計2023より当社集計

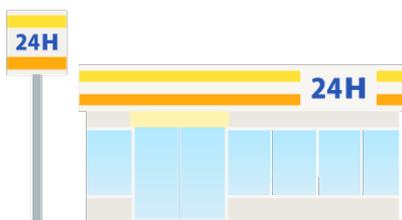
< カテゴリー別売上構成比 >

■ オーバーストア

・あらゆるフォーマットで適正商圏人口割れ

→ 損益分岐点の高い企業から市場から撤退

コンビニ
2013年 2023年
2,800人 ⇒ 2,200人



23%減

ホームセンター
2013年 2023年
33,000人 ⇒ 28,800人



12%減

スーパーマーケット
2013年 2023年
10,700人 ⇒ 8,700人



18%減

ドラッグストア
2013年 2023年
9,900人 ⇒ 6,100人



38%減

※ 1店舗あたり人口は日本の総人口を各フォーマットの店舗数で割って、1店舗あたり人口を算出

コメリの相対的小商圈フォーマット



コメリハード&グリーン

1万人商圈で1店舗出店可能な独自フォーマット
小商圈フォーマットであるが由に多店舗展開可能



コメリパワー

3,000坪級の本格的メガホームセンター
中～大商圈型
旗艦店として周辺のハード&グリーンとも連携



コメリPRO

パワーの資材館をスピンアウト
プロのお客様のニーズに対応

プロニーズ
対応店舗

123店舗

それぞれのフォーマットを商圈に適合させ、船団を形成



■ 業態転換の推進でお客様のニーズに対応

H&G（旧ホームセンター）からパワー・PROへの業態転換



< 旧HC⇒パワーへ業態転換 > < 旧HCをPROへ業態転換 >

上半期実績

パワー 2 店舗

PRO 1 店舗

下半期計画

10店舗超

■ 移転・増床でドミナントをより強固に



< 300坪H&G⇒1200坪H&G > < 150坪H&G⇒300坪標準H&G >

上半期実績

H&G石和店

H&G小川店

■ 既存店改装の推進

- ・ H & Gの好調な新店モデルを既存店に水平展開

上期改装実験実施 → 改装効果 2桁伸長

H&G改装 → 下期 100店舗超に計画修正



< 1,200坪：H & G深川店改装（北海道） >

< 300坪：H & G柏崎安田店（新潟県） >

新たなドミナントの形成



■ 新商圏へのチャレンジ

- ・ 建設コスト上昇 ⇒ 建物仕様の見直し
- ・ 居抜き出店も推進



4月26日 コメリパワー薩摩川内店
9月12日 コメリパワー弘前店



6月20日 コメリPRO甲府昭和IC店)
山梨県初の建設プロ需要対応店舗

チェーンシステムの要 ; チェーン物流



■ 商品力強化

■ 店舗のローコスト オペレーション

< 関西物流センター イメージ >



関西流通センター
2024年6月着工

- ・ 過去最大規模
- ・ 関西エリアへの
出店強化

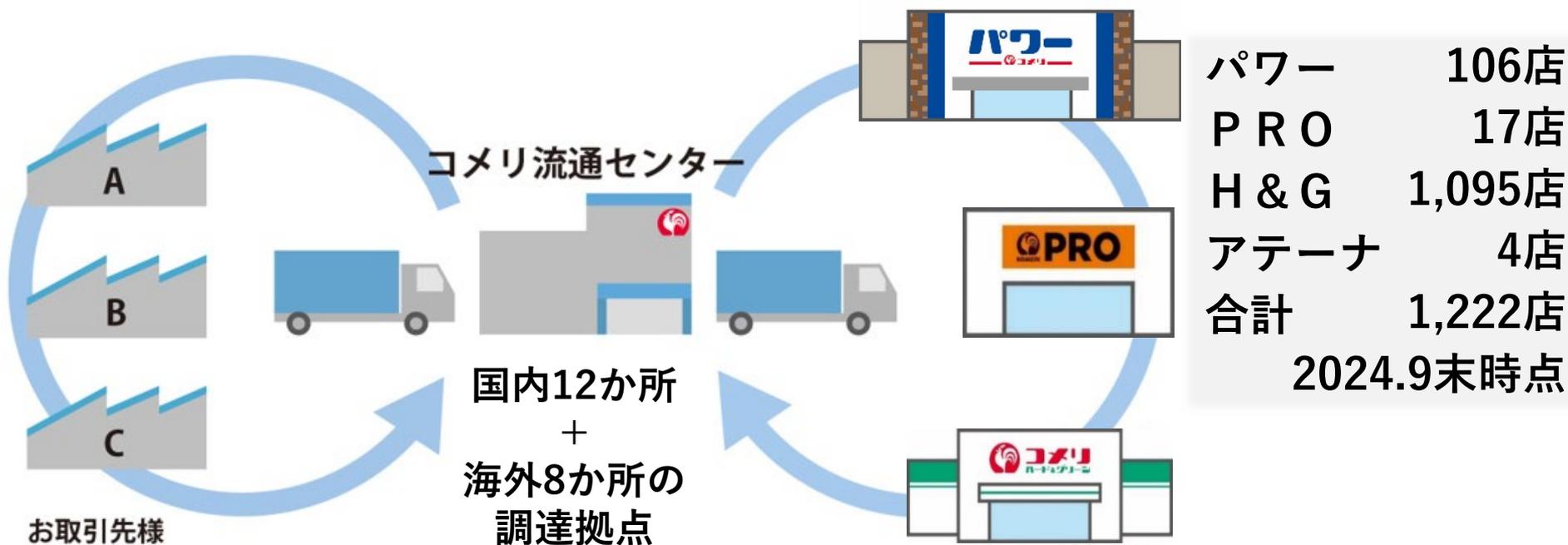


静岡流通センター
2024年6月稼働

- ・ 全国12カ所目
- ・ 東海エリアの
物流効率改善

■ 標準化された店数と物流センター

- 商品調達力 = 物流網 × 標準化された店舗数
 - 世界のベストソースから調達可能に
 - より良い商品をより安くお客様に提供



■ 標準化された店数が生む商品開発力

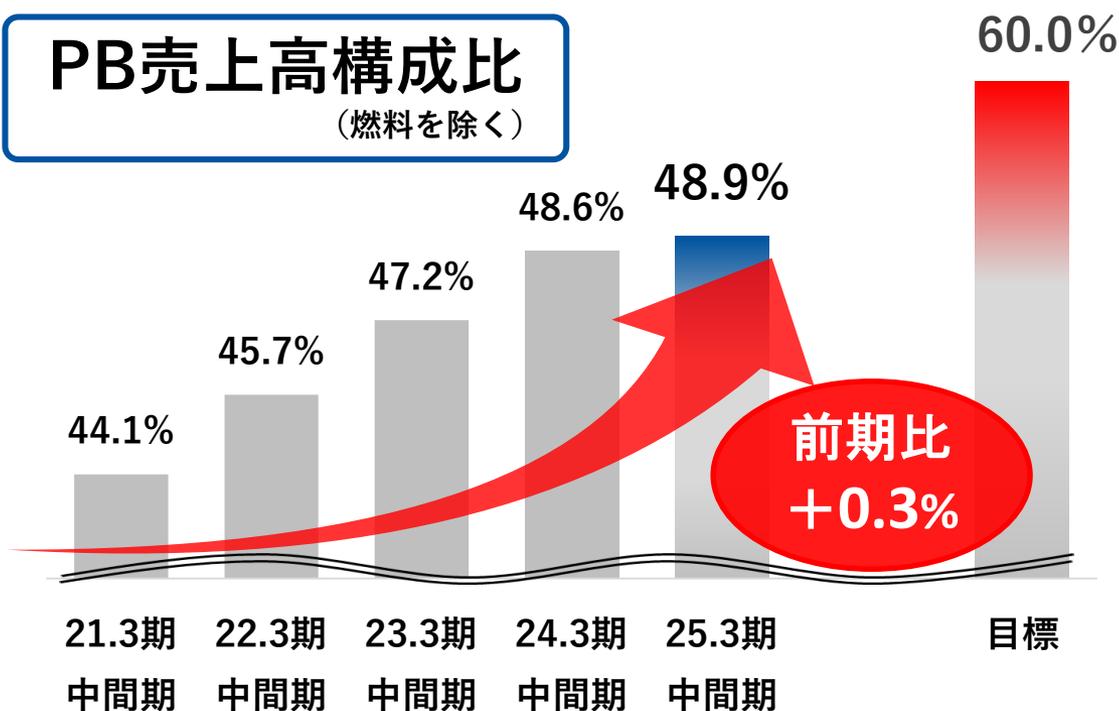
暮らしを守る（同じ商品であればどこよりも安く）

暮らしを育てる（同じ価格であればどこよりも良いものを）

プライベート商品売上構成比 目標 60%へ

PB売上高構成比

（燃料を除く）



2025年3月期中間期
売上前年比

103.2%

- TVCM・新商品発表会等を活用したブランディングの確立
- お客様の潜在的なニーズを具現化した商品開発



カー用品ブランド「CRUZARD」TVCM
品質・価格面からSNSでも話題に



オリジナルブランド新商品発表会を定期的 to 開催

 **GOOD DESIGN AWARD**
2024年度受賞



L型ブラインド（ぴったり閉じるL型スラット採用）
⇒ 遮光性が高く、断熱保温効果も高く、
省エネに繋がる商品。2024年12月発売予定

- 近くの店舗で安心して相談できる環境づくり
 - ・ 商品代と施工費を分けたわかりやすい見積り



リーズナブルなオリジナル商品



受付体制の整備

リフォームマイスター

2級 取得率 **74.5%**

3級 取得率 **85.0%**

24.9月末時点

(店舗従業員のみ)

2025年3月期

中間期

売上前年比

101.3%

■ 1,200を超えるリアル店舗の強みを活用

- ・ 重量物・大容量な商品で専門企業と差別化
→ 店頭受取比率 約 80%
- ・ EC売上構成比 6.3% 売上前年比 110.9%



■カード会員数 527万人

- ・来店頻度・客単価の向上
 - お得意様に向けたFSP制度
- ・リピートを促すCRM販促
 - 農業資材予約・灯油宅配など

コメリカード 会員様限定 **灯油宅配**
入会当日 カード払い **灯油宅配&アプリ**
ダブルでご利用
キャンペーン

キャンペーンエントリー期間：2025年3月31日(月)まで

コメリ灯油宅配 ご利用 + アプリからのキャンペーン エントリーで

もれなく **300** ポイント プレゼント

※2024年11月1日(月)から2025年3月31日(月)まで有効です。灯油宅配のご利用が条件です。
※キャンペーン終了後の有効期限は別途ご告知いたします。

灯油宅配もコメリのアプリが便利

- 灯油価格が分かる
- ご注文ができる
- ご利用明細が見られる
- お買得情報が届く

キャンペーン QRコード



NEW

スマホタイプ カードタイプ

コメリカード

クレジット払いが断然お得

現金払いに比べて

ポイント **最大7倍**

ご利用金額により翌年のポイント倍率が変わります。

入会後スグに	ブロンズ	シルバー	ゴールド	プラチナ
3倍	4倍	5倍	6倍	7倍
10,000円未満	10,000円未満	20,000円未満	20,000円未満	200,000円以上

コメリカードをお持ちでない方
即時発行 すぐ使えます

ビジネスカード

ビジネスカード会員様限定!!

即割 **2%** 引き

使えば使うほど、レジにて値引き率UP!

0.5%	1%	1.5%	2%
80万円未満	80~150万円未満	150~300万円未満	300万円以上

カードごとの購入商品明細発行最大9枚発行

■ 持続可能な農業支援モデルの構築

- ・ J A 山梨みらいと新たに協業の協議開始
2024年10月22日 ニュースリリース
- ・ 現在 5 J A との協業
J A 専売品取り扱い店舗は34店舗



農業用品
予約受付中

無料配達
致します
大袋肥料
50袋～

ローコストオペレーションの推進

■ 店は店でしかできない業務に集中

- ・ 従業員の接客・売場づくりの時間を確保



セルフレジ導入
大型店 94店舗

生産性改善



キャッシュレス 決済推進



デジタルサイネージ
全店導入



お掃除ロボット
導入開始



スマホハンディ
機能拡充

■ 店舗オペレーションの省力化・分業化

- ・ パワー初の女性店長が着任（2024年6月）
女性店長は82名（2024年9月時点）



パワー初の女性店長着任（2024年6月）



H&Gでも女性店長が多数活躍

■ お客様のお困りごとを解決できる人材・環境づくり

賢和塾

商品知識・店舗オペレーション知識
経営理念・マネジメント研修
次世代経営陣幹部の候補者教育

商品知識 業務習得



Eラーニング
OffJT & OJT

提案力



マイスター2級・1級
アグリ・リフォーム
営業担当

マネジメント



中堅育成研修
大型店店長研修等

サステナビリティの取り組み



■ 本業を通じたサステナビリティ課題の解決

■ 炭素の固定化を推進

伐採適齢期の国産材を活用することで、森林整備も促進され炭素固定化に繋がる



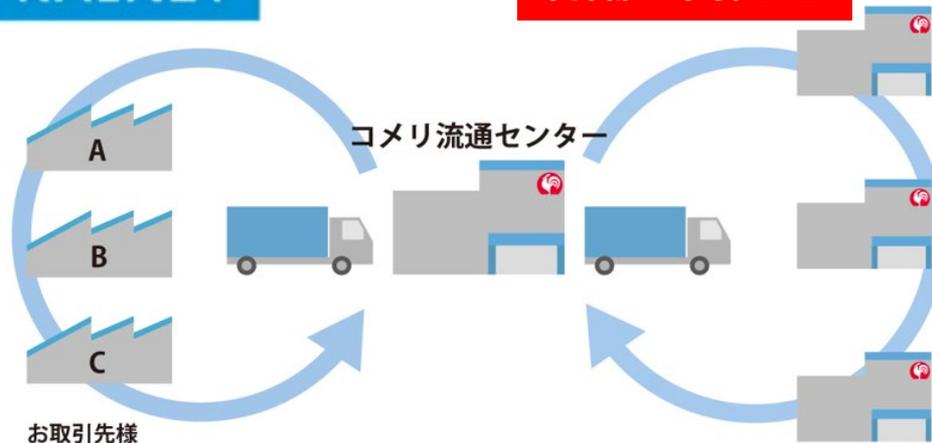
国産の杉材を活用した
プライベートブランド商品の開発

■ 物流コスト削減の取り組み

複数のお取引先様の商品を一括集荷し、流通センターに専用便で納品する配送システムと店舗共同配送の仕組みで物流効率を改善。必要車両の削減、簡易梱包の促進に繋がる。

KALNET

店舗共同配送

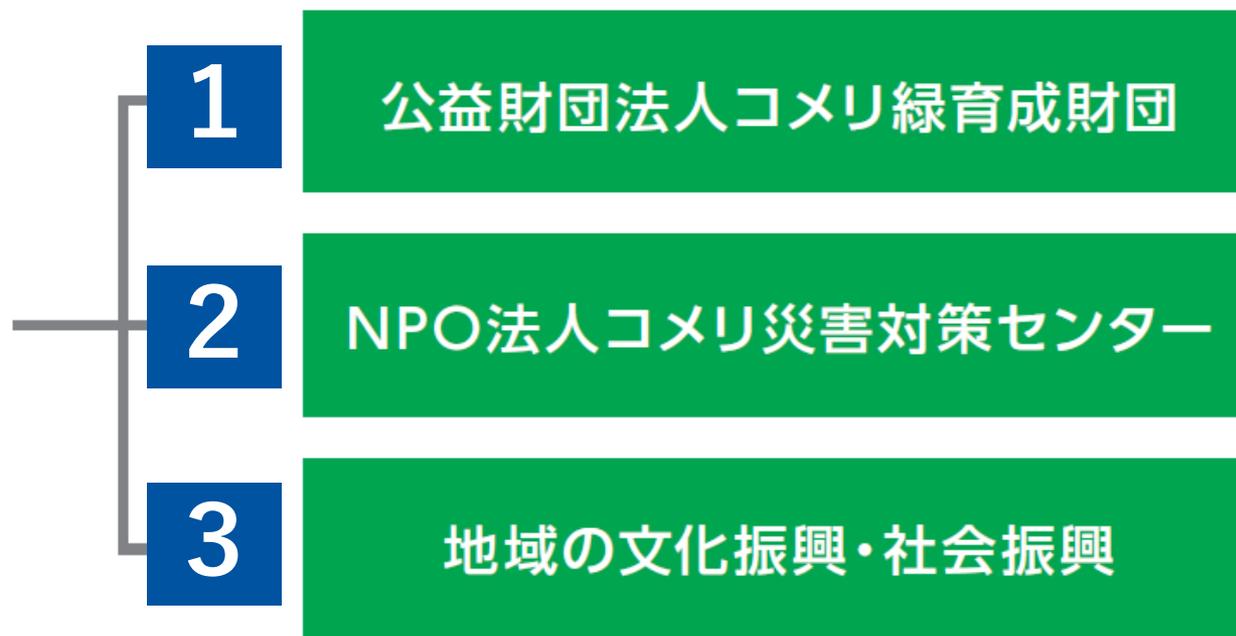


KALNET(カルネット)
お取引様の物流負担を軽減し物流効率を改善。

社会貢献活動



- 地域社会へのご恩返し「コメリ緑資金」
- 1990年から毎年利益の約1%を社会還元



・ 34年間の活動総額は25.1億円

社会貢献活動



公益財団法人

KOMERI 緑育成財団



自然環境保全
里地里山保全活動

コメリ緑資金
ボランティア

農業の振興・
支援事業



各自治体や地域社会と連携し、自然環境保全活動や森林整備や自然環境の保全・育成に取り組んでおります。
一般公募助成 25都道府県 44団体（2023年度）



NPO法人 コメリ災害対策センター



<信濃川下流総合防水演習に参加>
(24年5月26日/新潟県三条市)



<輪島市仮設住宅へ物資供給>
(24年9月12日/石川県輪島市)

コメリ災害対策センター活動20年目

- ・ 1,102団体との物資支援協定を締結（24年9月末時点）
- ・ 各自治体の「防災・減災」意識の向上に努めております。



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。