

2021年2月期 第2四半期

# 決算説明会

2020年10月27日

株式会社ミスターマックス・ホールディングス  
(証券コード：8203)

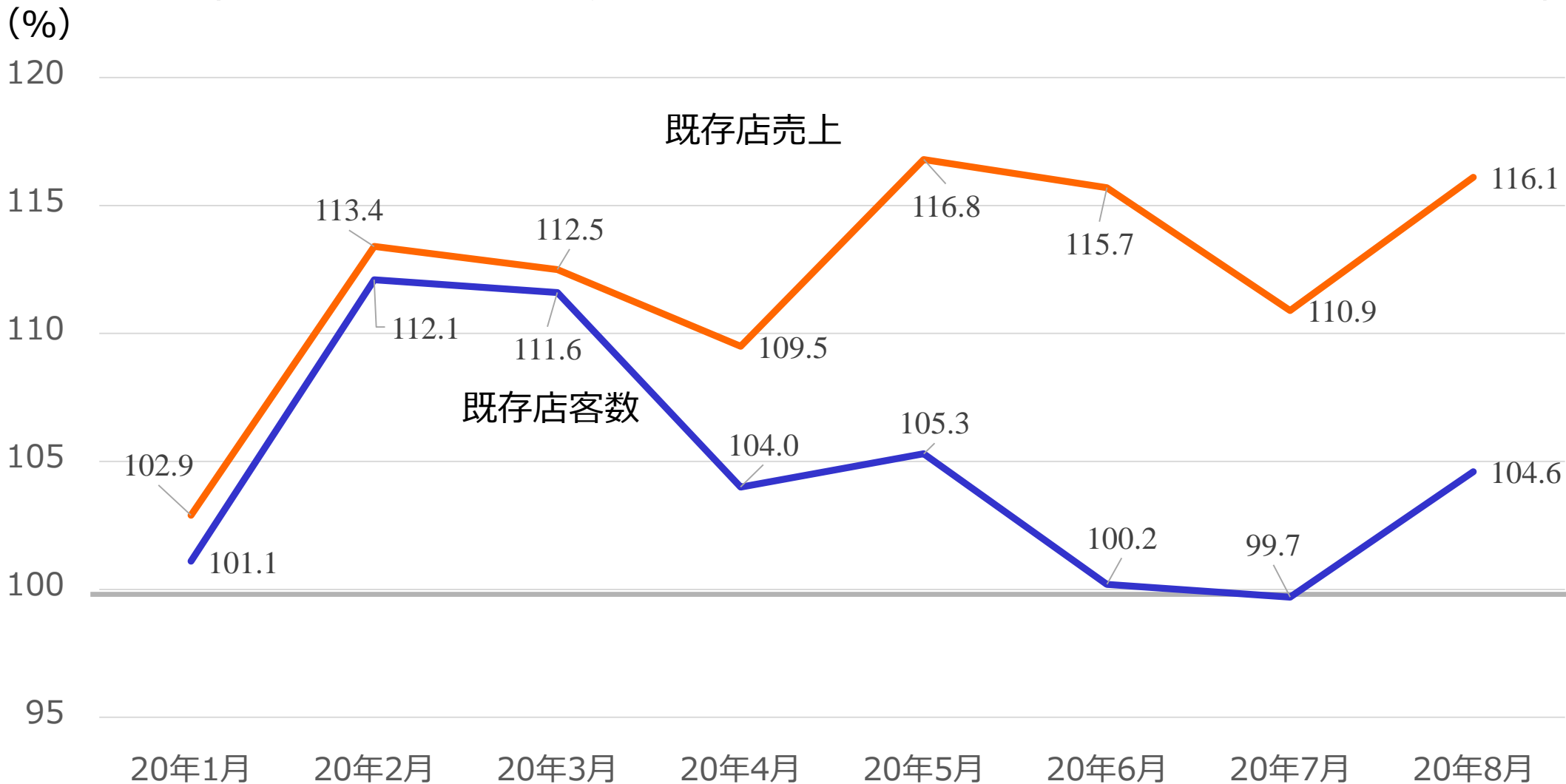
●本資料に記載されている将来の業績に関する見通しにつきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき当社が独自予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでいます。従いまして、見通しの達成を保障するものではありません。また、本資料は投資勧誘を目的に作成されたものではありません。投資を行う際は、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

- ・ 既存店増収率は113.6%で、荒利益率は1.2%改善
- ・ 営業利益・経常利益・四半期純利益ともに大幅に増益

	20.2期2Q 実績	21.2期2Q 実績	(単位：百万円)	
			増減額	前年同期比
<b>営業収益</b>	<b>60,793</b>	<b>68,562</b>	<b>7,769</b>	<b>112.8 %</b>
<b>売上高</b>	<b>58,348</b>	<b>66,055</b>	<b>7,706</b>	<b>113.2 %</b>
<b>売上総利益</b>	<b>12,559</b>	<b>14,964</b>	<b>2,405</b>	<b>119.2 %</b>
<b>(荒利益率)</b>	<b>21.5 %</b>	<b>22.7 %</b>	<b>1.2 %</b>	
<b>不動産賃貸収入</b>	<b>1,915</b>	<b>1,958</b>	<b>42</b>	<b>102.2 %</b>
<b>その他の営業収入</b>	<b>528</b>	<b>548</b>	<b>19</b>	<b>103.7 %</b>
<b>営業総利益</b>	<b>15,003</b>	<b>17,471</b>	<b>2,467</b>	<b>116.4 %</b>
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>13,639</b>	<b>13,776</b>	<b>136</b>	<b>101.0 %</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,364</b>	<b>3,694</b>	<b>2,330</b>	<b>270.8 %</b>
<b>経常利益</b>	<b>1,245</b>	<b>3,641</b>	<b>2,396</b>	<b>292.4 %</b>
親会社株主に帰属する <b>四半期純利益</b>	<b>791</b>	<b>2,141</b>	<b>1,349</b>	<b>270.5 %</b>

# 営業利益大幅増の要因① 既存店売上の好調

・客数は徐々に落ち着くも、多くの商品カテゴリーが購入され売上好調は継続



# 営業利益大幅増の要因② 家電・ホームリビングの売上拡大

MrMax 単体売上高

(単位：百万円)	20.2期2Q	21.2期2Q	(単位：百万円)	
			増減額	前年同期比
家電	8,212	9,964	1,752	121.3%
構成比	14.1%	15.1%		
アパレル	4,389	4,215	▲173	96.0%
構成比	7.5%	6.4%		
ライフスタイル	7,802	8,992	1,189	115.2%
構成比	13.4%	13.6%		
ホームリビング	5,431	6,486	1,055	119.4%
構成比	9.3%	9.8%		
HBC	12,253	13,250	997	108.1%
構成比	21.0%	20.1%		
食品	20,266	23,146	2,880	114.2%
構成比	34.7%	35.0%		
計	58,355	66,056	7,701	113.2%



【商品区分】家電（家電）、アパレル（衣料、シューズ、服飾雑貨、時計）、ライフスタイル（ペット用品、文具、玩具、自転車、スポーツ用品、カー用品、園芸・DIY）、ホームリビング（台所用品、日用雑貨、インテリア、収納）、HBC（紙綿、洗剤・化粧品、医薬品）、食品（食品）

# 商品カテゴリー別増収率トップ10

- ・新しい生活様式に対応した幅広い品揃えがお客様に評価されている

商品カテゴリー	前期比	販売状況
紳士婦人衣料	166.5%	冷感マスクの売上が夏季に大幅伸長
ドラッグ	141.6%	マスク、ハンドジェルなど感染症対策品が継続して売れ続けた
玩具	141.0%	任天堂スイッチが牽引、パズルやファミリーゲームも需要増
季節家電	138.7%	ホームオフィス化でエアコン、感染症対策で空気清浄機や扇風機
収納用品	136.3%	自宅快適化やホームオフィス化の需要増
台所家電	129.7%	まとめ買いや自炊が増え、冷蔵庫やホットプレートなど需要増
インテリア	127.6%	自宅快適化やホームオフィス化の需要増
デジタル家電	127.4%	テレビ・レコーダーに加え、ヘッドホンも需要増
照明用具	124.9%	延長コードなどの配線パーツの需要増
スポーツ用品	124.8%	トレーニング用品の需要に始まり、後半はキャンプレジャーも盛況

- ・ お客様と従業員の安全安心に配慮した店舗運営

 <p>従業員の マスク着用</p>	 <p>従業員の 体調管理や 手洗い等</p>	 <p>店内設備の 定期除菌</p>
 <p>適切な距離に ご協力ください STOP お客様同士の 適切な距離の 確保対策</p>	 <p>レジ等に 飛沫感染予防 シールド設置</p>	 <p>金銭授受に トレー設置</p>



PayPay LINE Pay  
Pay  
R Pay  
支付宝 ALIPAY 微信支付 WeChat Pay



接触回避目的で店頭を入口出口で分ける



レジシールドを強度の高い仕様に変更

- ・ ショッピングセンターは郊外型オープンモールが来店を後押し
- ・ 本社オフィスではテレワークを最大限活用し感染予防と効率化を進める



👉 **買い物において、人との接触機会を減らしたい消費者の指向にマッチ**

- 居住エリアに近く、自転車や徒歩で利用できる。
- 広い駐車場があり、車利用をしやすい。まとめ買いした荷物を運ぶにも便利。
- それぞれの店舗に駐車場から直接入店が出来る。

(改装) 新習志野ショッピングセンター (千葉県) 19年10月改装

- JR新習志野駅前の自社ショッピングセンター
- 施設内に当社初となる温浴施設を併設 (19年8月開業)
- 温浴施設開業にあわせ、自社店舗もリニューアル
- その他のテナントも、段階的に入れ替えを実施

柳井ショッピングセンター (山口県) 19年11月改装

- 自社店舗をスーパーセンターに業態変更
- テナント構成と配置を変更し、より便利なSCにリニューアル

MrMax本城店 (福岡県) 19年6月改装

- 自社店舗の売場構成のリニューアル

(出店) MrMax食品館月隈店 (福岡県) 19年12月開店

- 450坪の小型の食品主力の新業態



- ・ 既存店増収率は期初計画の下期97.0%を据置き、年間で105.4%を計画
- ・ 新店は20年10月30日に1店舗(埼玉県所沢市)を開店

	20.2期 実績	21.2期 見通し	(単位：百万円)	
			増減額	前期比
<b>営業収益</b> (注)	<b>122,319</b>	<b>128,737</b>	<b>6,417</b>	<b>105.2 %</b>
<b>売上高</b>	<b>117,508</b>	<b>123,856</b>	<b>6,347</b>	<b>105.4 %</b>
<b>売上総利益</b>	<b>24,975</b>	<b>27,507</b>	<b>2,531</b>	<b>110.1 %</b>
<b>(荒利益率)</b>	<b>21.3 %</b>	<b>22.2 %</b>	<b>0.9%</b>	
<b>不動産賃貸収入</b>	<b>3,857</b>	<b>3,914</b>	<b>56</b>	<b>101.5 %</b>
<b>その他の営業収入</b> (注)	<b>953</b>	<b>967</b>	<b>13</b>	<b>101.4 %</b>
<b>営業総利益</b> (注)	<b>29,786</b>	<b>32,388</b>	<b>2,601</b>	<b>108.7 %</b>
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>27,336</b>	<b>27,547</b>	<b>210</b>	<b>100.8 %</b>
<b>営業利益</b> (注)	<b>2,450</b>	<b>4,841</b>	<b>2,390</b>	<b>197.5 %</b>
<b>経常利益</b>	<b>2,238</b>	<b>4,694</b>	<b>2,455</b>	<b>209.7 %</b>
親会社株主に帰属する <b>純利益</b>	<b>1,321</b>	<b>2,860</b>	<b>1,538</b>	<b>216.3 %</b>
<b>1株当たり純利益</b>	<b>39円82銭</b>	<b>86円16銭</b>	<b>46円34銭</b>	<b>216.3 %</b>

# 第3四半期以降の販売強化

- ・ 価格の安さと買い物の利便性をさらに高める
- ・ 総合品種を取扱う強みを生かし、変化する消費動向に柔軟に対応する



様々なホームオフィス家具と、パソコン周辺機器、事務文具などを組み合わせた「おうちde仕事スタイル」売場



PB中心のフィットネス用品売場



感染対策商品の常設売場

- ・ 中国国内での生活必需品のマーケット獲得を目指す



The screenshot shows the MrMax Shanghai website interface. At the top, there is a navigation bar with the MrMax logo and 'Shanghai' text, along with search and account options. Below the navigation, a promotional banner features two products: a 'Japanese Non-stick Egg Omelette Pan' and a 'Non-stick Snowflake Flat Pan'. The banner includes a '520 Gift Season' promotion starting on May 18th at 00:00. The website also displays various category icons like 'Daily Necessities', 'Sports Goods', 'Healthy Food', etc.

社名	上海最高先生商貿有限公司
所在地	中華人民共和国上海市
設立	2020年8月
決算期	12月
資本金	8,000,000人民元
代表者	董事長 平野 能章
事業内容	中国国内のインターネット通信販売等
出資比率	MrMaxHD 60.％ Hailu(Hangzhou)Network Technology Co.,Ltd 25％ 株式会社ハイラインズ 15％

- ・ 標準的な自社店舗の枠に囚われない出店を続けている

守谷店（茨城県守谷市：17年3月出店）



- ・ 守谷テラスSCへ居抜き出店
- ・ ドラッグ売場を前面に打ち出し、食品売場は菓子・米・飲料に絞る
- ・ 子育て世代向けにベビー・子供関連を1か所にまとめて売場展開

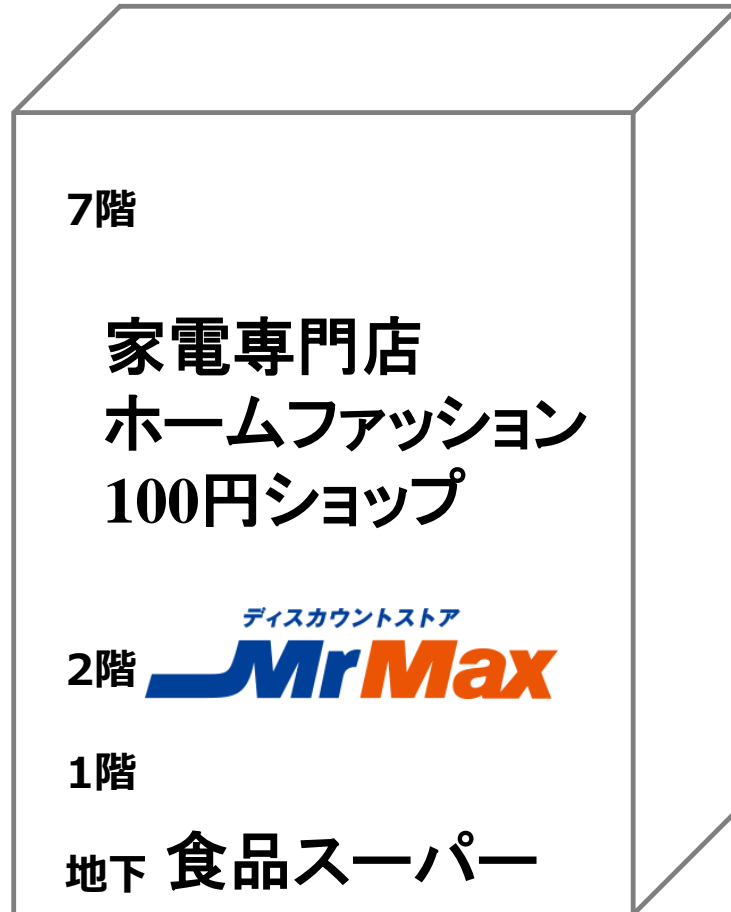
南桜井店（埼玉県春日部市：18年7月出店）



- ・ 南桜井ショッピングプラザへ居抜き出店
- ・ 家電、家庭用品、ドラッグを強化
- ・ 食品は商品数を絞り、まとめ買いを促し、食品スーパーとの差別化を意識

- ・ より多層階、より複数の専門店と競合しながらの店舗運営実験

所沢店（埼玉県所沢市：20年10月30日開店）



- ・ 元GMSを改装した7階建てSC「TOCO TOCO SQUARE」の2階フロアに出店
- ・ 同SCには、家電専門店・食品スーパーなどが出店
- ・ 1000坪の総合ディスカウントストア業態で出店
- ・ フィットネス、アウトドアなどライフスタイルを豊かにする商品群を強化