

# 2024年2月期決算説明会 書き起こし記事公開について

2024年4月24日に開催された決算説明会の書き起こし記事を  
下記URLよりご覧いただけます。

[ログミー 書き起こし原稿はこちら](#)

[YouTube 動画はこちら](#)



2024年2月期決算説明会資料は次頁以降に掲載しております。

# 2024年2月期決算 決算説明会

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)  
2024年4月24日



●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、見通しの達成を保証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。

# 2024年2月期 累計業績ハイライト

■節約志向の高まりから、売上高は2年連続で増収を達成

■荒利益率の低下と投資コストの増加で、営業利益高は減益

単位：百万円	23年2月期 実績	24年2月期 実績	前期比	24年2月期 計画 注2	計画比
営業収益	126,904	129,570	102.1%	129,500	100.1%
売上高	122,107	124,514	102.0%	124,600	99.9%
売上総利益	27,687	26,949	97.3%	-	-
(荒利益率) 注1	22.7%	21.6%	▲1.0%	-	-
不動産賃貸収入	3,820	3,862	101.1%	-	-
その他の営業収入	976	1,193	122.2%	-	-
営業総利益	32,485	32,005	98.5%	-	-
販売費及び一般管理費	27,853	28,984	104.1%	-	-
営業利益	4,632	3,021	65.2%	3,000	100.7%
経常利益	4,523	2,908	64.3%	2,900	100.3%
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,427	2,444	71.3%	2,500	97.8%

注1 荒利益率 売上総利益÷売上高

注2 計画は決算短信および決算参考資料で開示項目のみを記載

# 営業利益の増減要因

荒利益高の減少

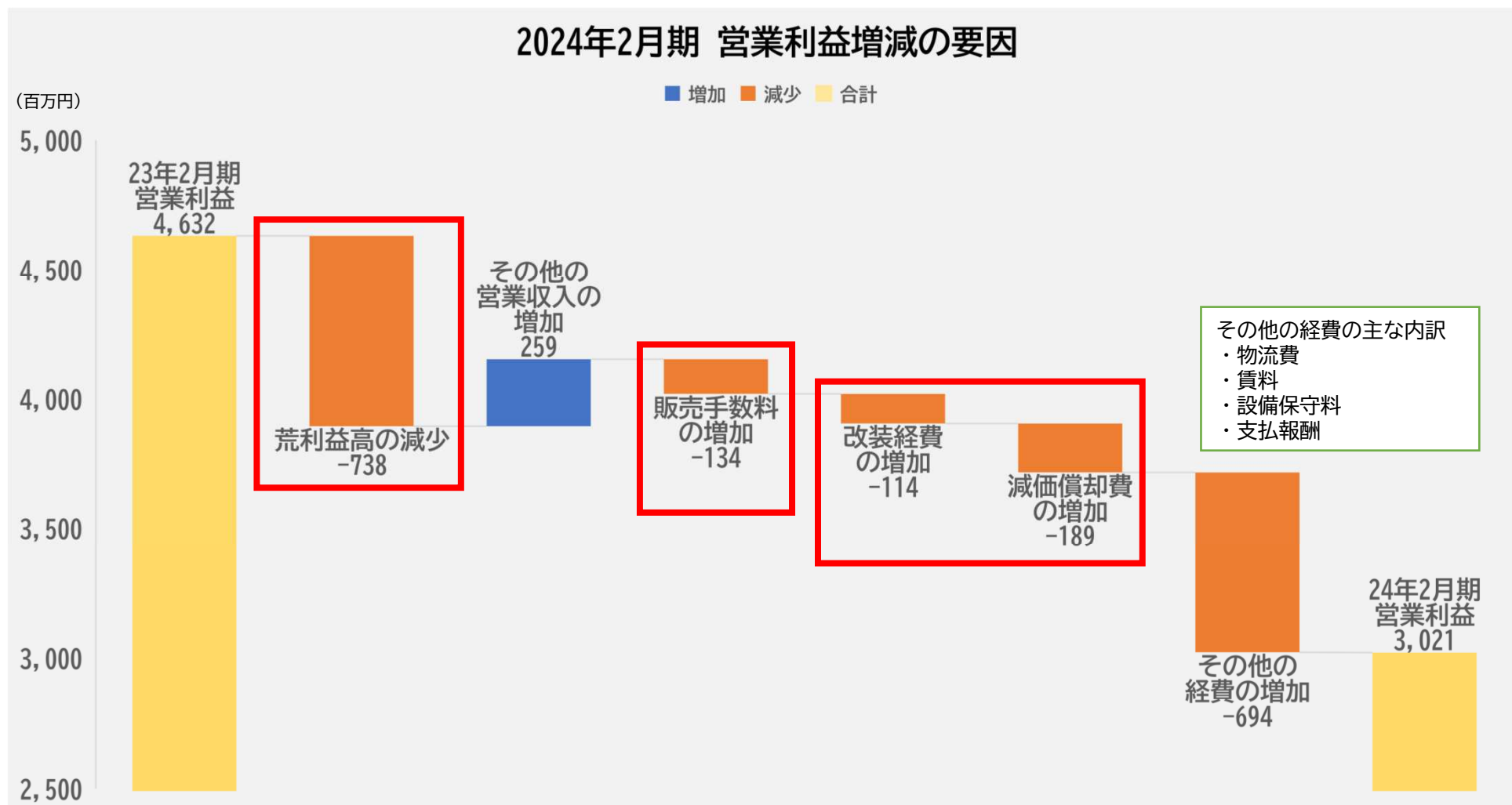
高利益率のコロナ関連商品の売上減、商品原価の高騰

改装経費の増加

12店舗改装に伴う経費が発生

減価償却費の増加

オンラインストアや改装に伴う減価償却費の増加



# 部門別売上高の状況

- ・節約志向の高まりから食品の売上が好調だった

(金額単位：百万円)

	23年2月期			24年2月期		
	売上高	構成比	前期比	売上高	構成比	前期比
家電部	17,803	14.5%	99.0%	17,406	14.0%	97.8%
アパレル部	6,656	5.5%	103.3%	6,677	5.4%	100.3%
ライフスタイル部	17,172	14.2%	104.1%	17,066	13.7%	99.4%
ホームリビング部	11,581	9.2%	99.7%	11,569	9.3%	99.9%
HBC部	25,052	21.0%	102.6%	25,514	20.5%	101.8%
食品部	43,840	35.5%	102.0%	46,507	37.3%	106.1%
その他	—	—	—	△ 220	△0.2%	—
合計	122,108	100.0%	101.8%	124,523	100.0%	102.0%

## 好調だった主な商品

<アパレル部>  
キャリーケース、  
シューズ

<ライフスタイル部>  
ペット用品

<HBC部>  
紙製品、化粧品

<食品部>  
米、酒、即席麺  
ペットボトル飲料

# オンラインストアの取り組み状況



## ■オンラインストア

《2023年3月オープン》

- ・3万5千品目掲載
- ・店舗と同じ価格で販売
- ・会員数10万会員を突破

## アプリで注文 店舗受け取り



## ■即配サービス

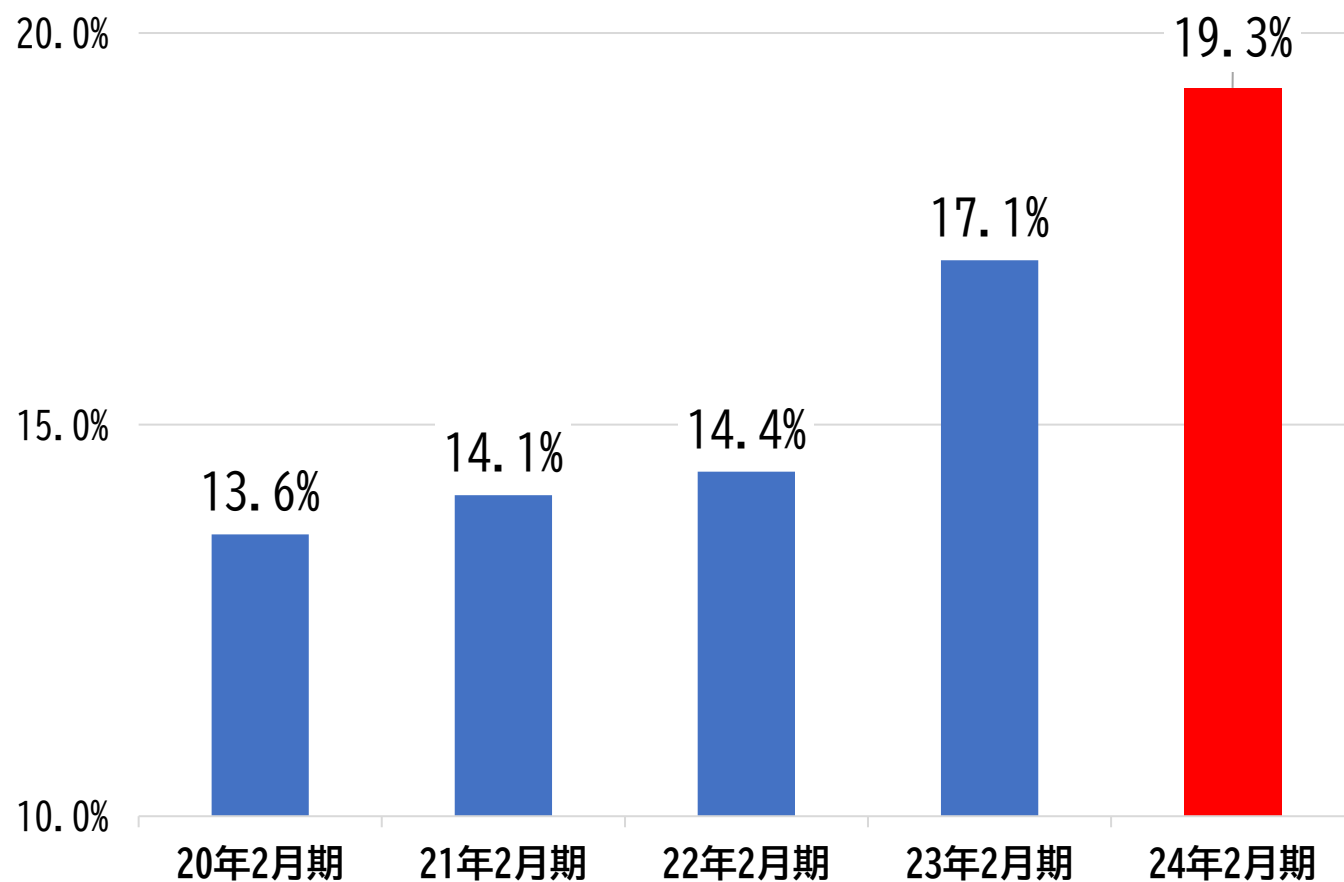
《2023年12月 オンラインストアへ統合》

- ・福岡市近郊 60万世帯対象



# プライベート・ブランド商品の取り組み状況

## PB商品の売上高構成比の推移



### PB開発会議を毎週開催

- ・毎週、開発会議を開き、その場で販売可否を決定し、迅速な意思決定を実施
- ・24年2月期は155品目が新規デビュー

# 2025年2月期 業績予想

単位：百万円	24年2月期実績	25年2月期業績予想	前期比
営業収益	129,570	132,000	101.9%
売上高	124,514	127,000	102.0%
売上総利益	26,949	27,900	103.5%
(荒利益率(注1))	21.6%	22.0%	-
不動産賃貸収入、その他の営業収入	5,056	5,100	100.9%
営業総利益	32,005	33,000	103.1%
販売費及び一般管理費	28,984	29,700	102.5%
営業利益	3,021	3,300	109.2%
経常利益	2,908	3,200	110.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,444	2,200	90.0%
【主な経営指標】			
既存店増収率	+2.2%	+2.0%	
売上高営業利益率	2.4%	2.6%	
出店	なし	1店舗	
閉店	1店舗	なし	
期末店舗数	56店舗	57店舗	
期末配当(1株当たり)(注2)	18円	20円	

## 業績予想の前提

既存店増収率+2.0%  
 新店1店舗  
 投資による経費増を想定  
 ・オンラインストア強化  
 ・セルフレジ拡大  
 ・DX化による生産性向上

注1 荒利益率 売上総利益÷売上高

注2 期末配当(1株当たり)は24年2月期、25年2月期とも予定です。



# 中期経営計画について

---

01

## 前中期経営計画の振り返り（2022年2月期～2024年2月期）

“総合ディスカウントストアとしてあるべき姿” EDLP・EDLCを推進してきたが、目標の売上高・営業利益率には到達できず

## 売上高

売上高は、毎年伸長したが、既存店テコ入れの成果が不足し目標未達

目標  
1,300億円

結果  
1,245億円

## 営業利益率

営業利益率は、エネルギーコストを始め、急速な物価上昇と先行投資の影響で目標未達

目標  
5%

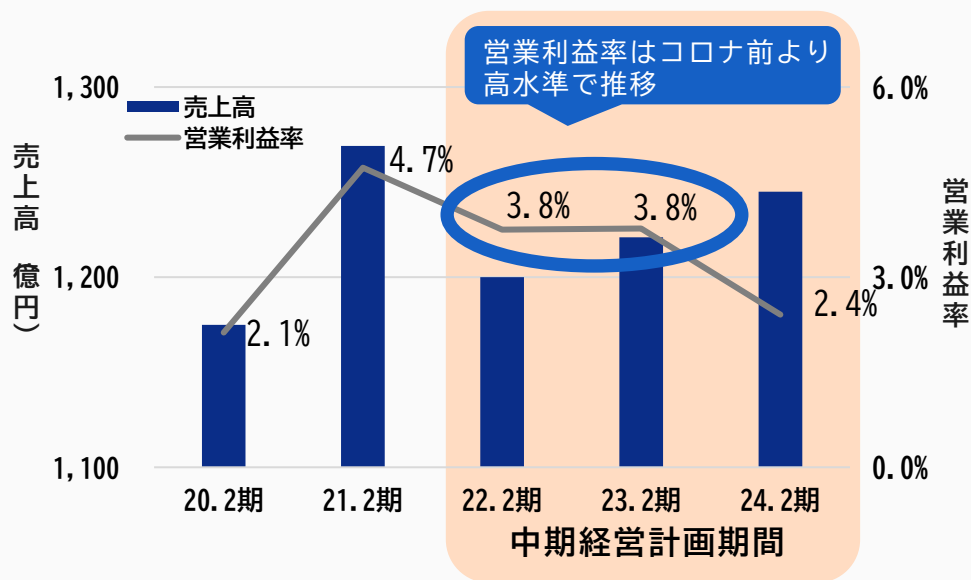
結果  
2.4%

01

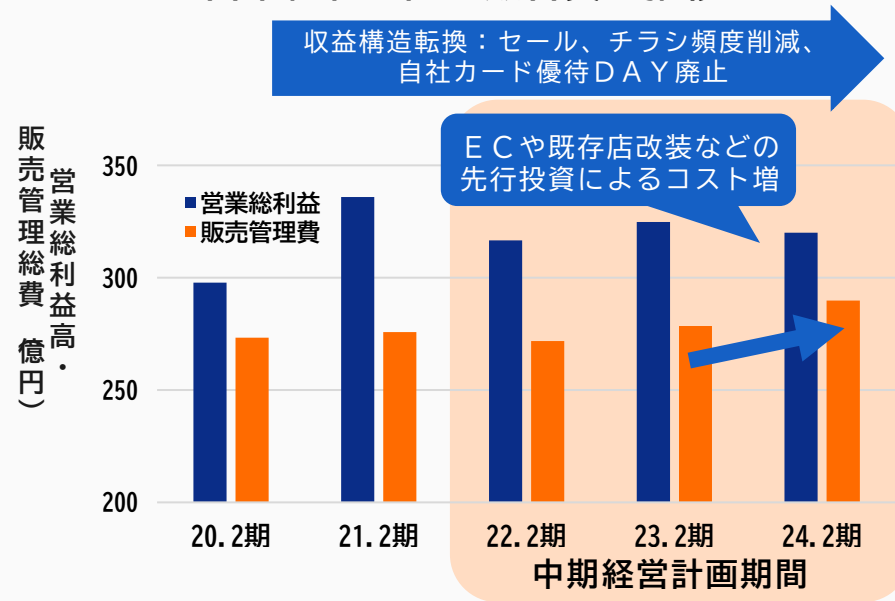
前中期経営計画の振り返り（2022年2月期～2024年2月期）

収益構造の転換を図ったが、目標達成するまでの効果は出せず

売上高と営業利益率の推移



営業総利益高と販管費の推移



02

## 中期経営計画目標数値 (2025年2月期～2029年2月期)

“総合ディスカウントストアのあるべき姿”を追求し、規模拡大を目指す

売上高

24.2期  
1,245億円

29.2期  
目標

2,000億円

新店 400億円  
・新店 25店  
・居抜物件も効果的に活用

既存店 1,600億円  
・定番坪効率の改善  
・オムニチャネル拡大

営業利益率

24.2期  
2.4%

29.2期  
目標

5%

・定番棚割りの見直し、PB商品開発推進による荒利益率の改善

・DXの推進による生産性の向上

03

商品重点戦略

EDLP・EDLCの実現＋暮らしが豊かになる商品提案にむけて

KPI	目標	課題		対策
既存店 売上高	1,600億円	客数	お客様の購買行動の変化による 客数減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>EDLPの推進</li> <li>目的買いになる、核売場の確立と育成</li> <li>リアル店舗の特徴を生かした、オムニチャネルの推進</li> </ul>
		客単価	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存品種の見直しが進んでいない</li> <li>お客様の暮らしの変化に合わせた新しい品種の追加不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客様の満足に繋がる品種構成へ改善</li> <li>豊富な品種の中から必要な商品を選択しやすくする売場づくり</li> </ul>
プライベート ブランド 売上高構成比	30%	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライベートブランド新規品種が不足</li> <li>NBとの比較購買がしにくい売場</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>新規開発強化</li> <li>定番売場の中で、NBと比較購買しやすい売り場づくり</li> </ul>

04

成長戦略

3つの成長戦略を柱に、成長を加速させる

店舗出店

- ・ 北部九州エリア、首都圏中心部にドミナント化を推進

新規出店25店

オムニチャネル

アプリをハブにしてオムニチャネルを浸透させる

- ・ リアル店舗 +  $\alpha$  の品揃え提供
- ・ 実商圈を超えた集客

2029年2月期【目標】 売上高構成比 10%

M&A 及び  
新規事業戦略

- ・ M&Aによる規模拡大
- ・ 他社物流業務の請負
- ・ 海外マーケットへ進出

# 「資本コストや株価を意識した経営」 について

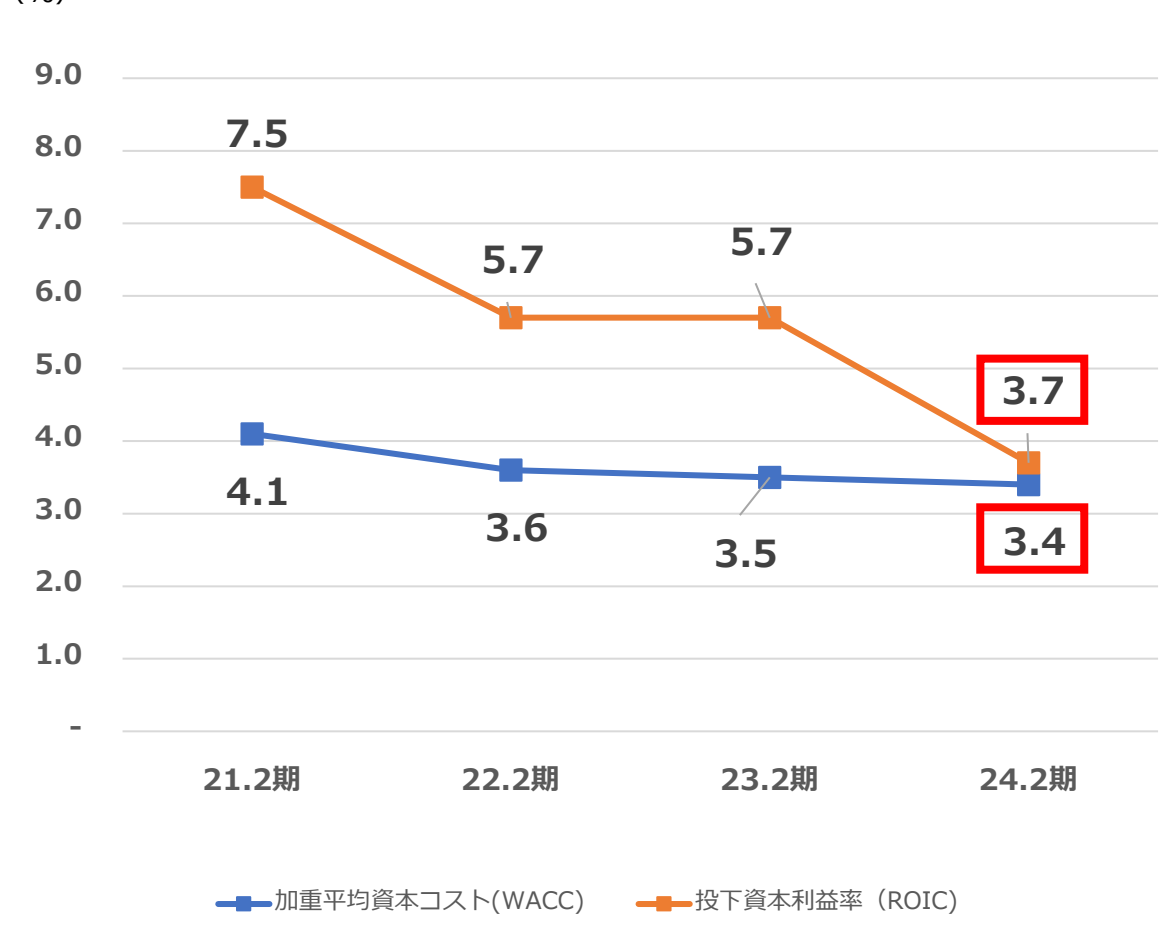
---

# 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

## WACCとROIC：

- ・ 投下資本利益率（ROIC）は加重平均資本コスト（WACC）を上回り推移しているが、低下傾向にある。
- ・ 今後の金利水準が上がるリスクも考慮すれば、ROICを改善する必要がある。

(%) 加重平均資本コスト(WACC)と投下資本利益率(ROIC)の推移



## 前提条件：

WACC、ROICともに、各年度末時点で計算。

### 1. WACCについて

- (1) リスクフリーレート：10年国債金利
- (2) リスクプレミアム：6.50%
- (3)  $\beta$ 値：0.93 過去60カ月で計算。

### 2. ROICについて

- (1) 時価総額は、自己株を除く株式数（期中平均）で計算。
- (2) 株価は期初株価と期末株価の平均値を採用。
- (3) 株主資本は前期末と当期末の簿価で算定。

### 3. 過年度資料との差異について

計算に用いる数値を変更し過年度分を遡って計算したため、HP掲載の23年4月27日開催「決算説明会資料」17ページ記載のWACC及びROICと異なっている。

- (1) WACC: リスクプレミアムを最新のものに変更。
- (2) ROIC: 株主資本を各期の簿価に変更。  
昨年時は価を使った。

23年4月27日開催「決算説明会資料」はこちらから

<https://www.mrmaxhd.co.jp/ir/ir-library/account/upload/51cedf3d3d1c16911773f968dfd9891ede01d549.pdf>



# 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

## 業績推移：

- ・ 営業収益は、過去5年間で年率1.5%成長にとどまった。
- ・ 期末店舗数は、過去5年間で増えておらず、成長が停滞している。

## MrMax 主な経営指標の推移

	20.2期	21.2期	22.2期	23.2期	24.2期	年率 成長率(%) (24.2期/20.2期)
営業収益(百万円)	122,319	131,789	124,831	126,904	129,570	1.5
売上高(〃)	117,508	126,913	119,975	122,107	124,514	1.5
営業収入(〃)	4,811	4,875	4,856	4,797	5,056	1.2
営業利益(〃)	2,450	6,011	4,487	4,632	3,021	5.4
売上高営業利益率	2.1%	4.7%	3.7%	3.8%	2.4%	-
総資産(〃)	83,604	82,306	82,216	81,932	83,511	-0.0
純資産(〃)	24,694	27,863	29,706	32,452	34,129	8.4
期末店舗数(店)	57	57	58	57	56	-

# 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

ROEは5.5%と低い。ROICの低下傾向も含め、資本に対する収益性の低さが懸念される。一方、株主還元は上場企業平均並みに実施している。

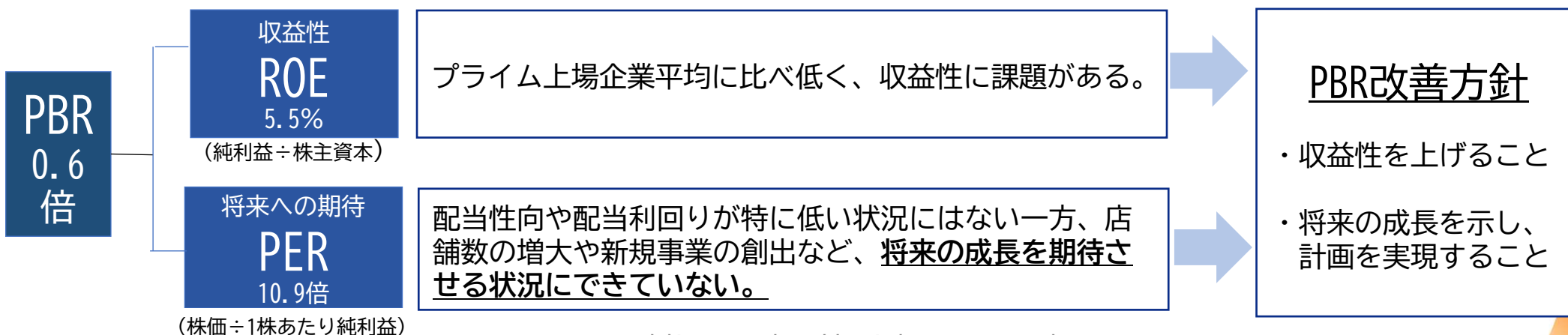
## MrMax 株価関連指標

	PER (倍)	PBR (倍)	ROE (%)	配当性向 (%)	配当利回り (%)	自己資本 比率(%)	D/Eレシオ (倍)
2024年2月期実績	10.9	0.6	5.5	32.1	3.0	40.9	0.68
プライム上場企業平均	17.6	1.4	9.2	34.7	2.1	31.8	-
プライム上場小売業平均	24.9	1.9	7.5	34.3	NA	44.8	-

(注)

- ・株価は24年2月29日終値
- ・財務指標は24年2月期実績の税引利益から繰延税金資産計上による影響など一過性の利益（580百万円）を除外
- ・配当性向、利回りは24年2月期決算の会社計画による
- ・プライム上場企業平均及びプライム上場小売業平均は東証HPより

資産の収益性を引き上げることに加え、成長戦略を示し着実に実現し続けることが、企業価値を高める条件である。



# 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

中期計画を着実に実行し、収益性を高めつつ成長性を取り戻すことが、株式価値増大のために不可欠

**再掲** 中計経営計画：25年2月期～29年2月期

29年2月期 売上高2,000億円 営業利益率5%

3つの成長戦略を柱に、成長を加速させる

## 店舗出店

- ・北部九州エリア、首都圏中心部にドミナント化を推進

新規出店25店

## オムニチャネル

アプリをハブにしてオムニチャネルを浸透させる

- ・リアル店舗 +  $\alpha$  の品揃え提供
- ・実商圈を超えた集客

2029年2月期【目標】 売上高構成比 10%

## M&A 及び 新規事業戦略

- ・M&Aによる規模拡大
- ・他社物流業務の請負
- ・海外マーケットへ進出



お問い合わせ

財務部広報課IR担当 青野 久枝

[haono@mrmax.co.jp](mailto:haono@mrmax.co.jp)