

2021年2月期
決算説明会

2021年4月26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。

2021年2月期 業績ハイライト

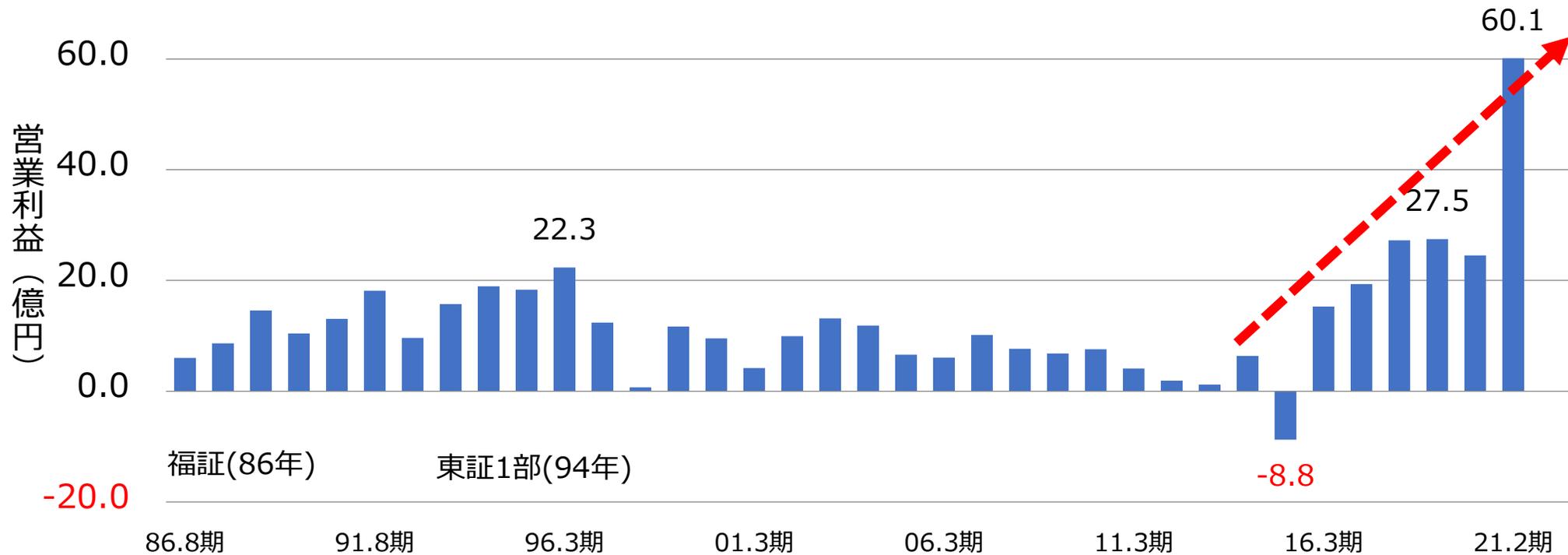
- ・いち早い感染対策、お客様の生活の変化に合わせた品揃え見直しが奏功
- ・営業利益は前年比2.4倍増、2年ぶりにピーク利益を更新

単位：百万円	20.2期実績		21.2期実績	
				前年同期比 (%)
営業収益	122,319	131,789		107.7
売上高	117,508	126,913		108.0
売上総利益	24,975	28,721		115.0
(荒利益率、%)	21.3	22.6		
不動産賃貸収入、その他の営業収入	4,810	4,875		101.3
営業総利益	29,786	33,597		112.8
販売費及び一般管理費	27,336	27,585		100.9
営業利益	2,450	6,011		245.3
経常利益	2,238	5,748		256.8
親会社株主に帰属する純利益	1,321	3,542		268.0
【主な経営指標】				
既存店増収率 (%)	+4.2	+8.2		
期末店舗数 (店)	57	57		

2年ぶりにピーク営業利益を更新

- ・売上高営業利益率は4.7%に達し、収益構造は着実に転換

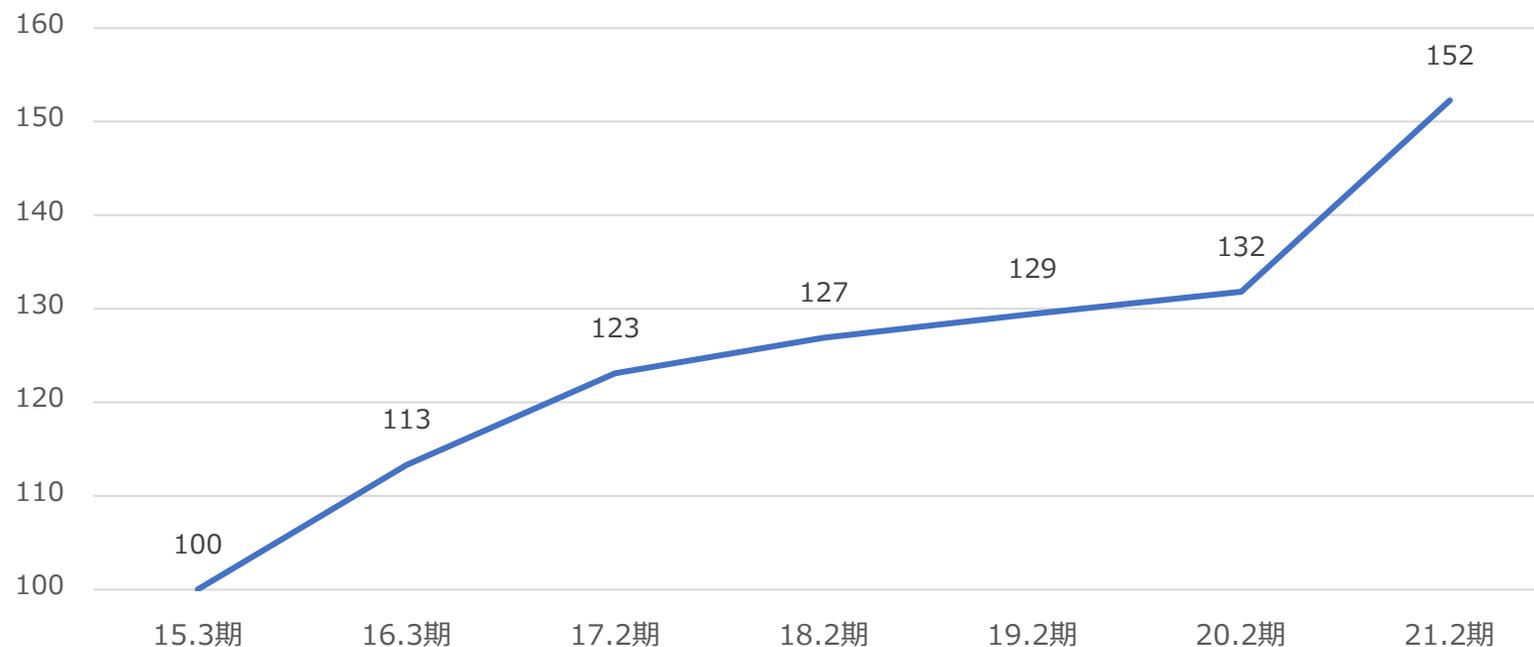
営業利益の推移（1986年8月期～2021年2月期）



人時生産性は改善

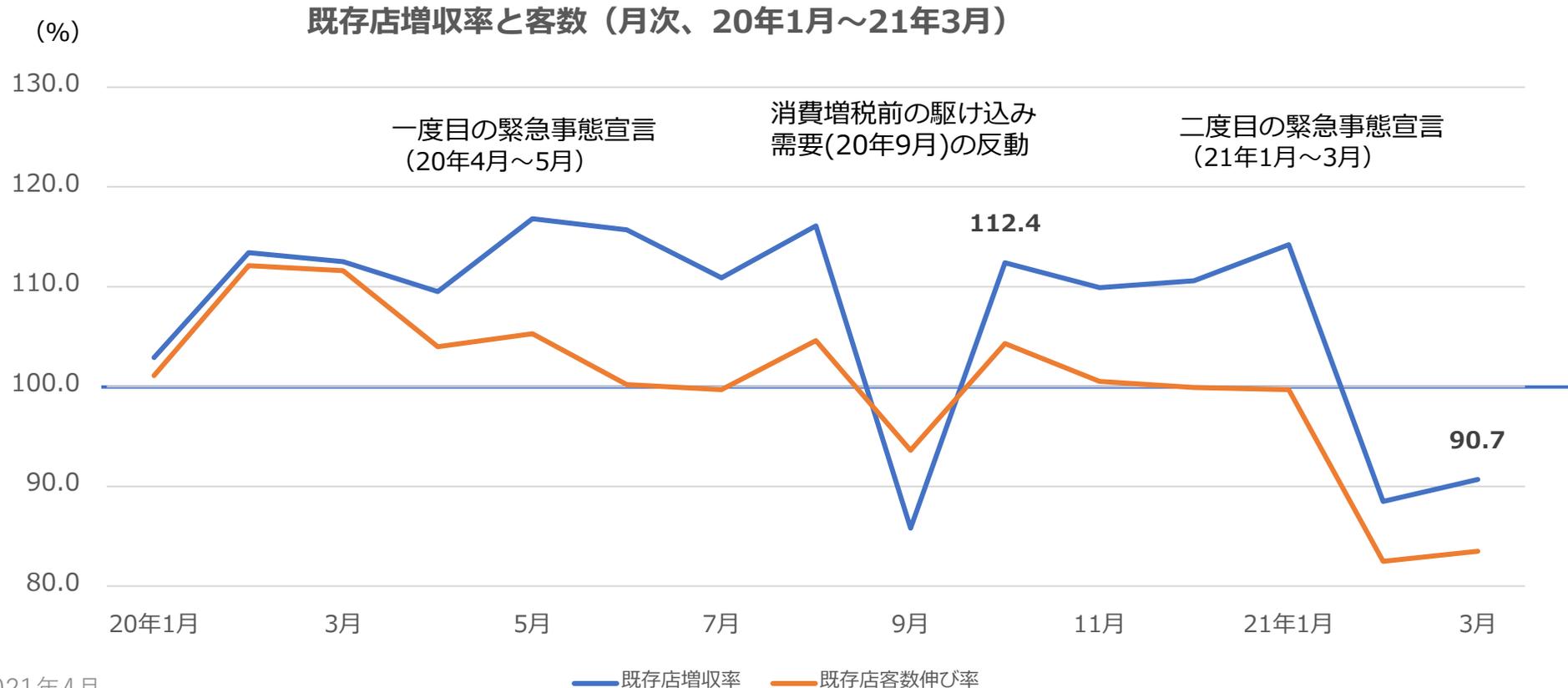
店内作業を平準化・標準化することで、生産性をさらに引き上げる

人時生産性（全店、15.3期=100）



要因① 既存店売上は前期比108.2%

- ・ EDLP（毎日が特売）、徹底した安さを提供
- ・ お客様の生活の変化に応じて、品揃えを迅速に見直す
- ・ 総合品種を扱うワンストップショッピング、広々とした店内、オープン・エア・モールが評価



要因② 家電、ライフスタイル、そしてホームリビングが 売上を大きく伸ばした

- ・家電、キッチン・家庭用品、文具・玩具など幅広い商品をお買い上げいただく
- ・売上高荒利益率は21.3%(20.2期)から22.6% (21.2期) へ1.4ポイント改善

商品別売上高

MrMax単体売上高

(単位：百万円)	2020.2期	2021.2期	(単位：百万円)	
			増減益額	前年同期比
家電	16,962	19,484	2,522	114.9
構成比	14.4%	15.4%		
アパレル	8,505	7,918	-587	93.1
構成比	7.2%	6.2%		
ライフスタイル	15,601	17,163	1,562	110.0
構成比	13.3%	13.5%		
ホームリビング	11,123	12,543	1,420	112.8
構成比	9.5%	9.9%		
HBC	24,741	25,325	584	102.4
構成比	21.1%	20.0%		
食品	40,580	44,483	3,903	109.6
構成比	34.5%	35.0%		
合計	117,516	126,920	9,404	108.0

【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）

新規出店と改装について①

所沢店（埼玉県所沢市）

- 2020年10月30日開店
- 多層階の元GMS物件を改装したSC「TOCO TOCO SQUARE」の2階に居抜き出店
- 売り場面積 1,015坪



新規出店と改装について②

Select美野島店（福岡県福岡市）

- 福岡市内にある繁盛店（2013年に開店）、売り場面積727坪
- 主通路を広く取り、買い物し易いショッピング環境を提供
- 食品売り場は、冷凍・冷蔵品、酒類などを充実。お客様の新しいニーズを取り込む
- 家電売り場を集約し、テレビ、エアコン、冷蔵庫など大型家電も充実
- 自転車は、電動アシストなど高付加価値商品を充実



新規出店と改装について③

家電売り場を集約、テレビ、エアコン、
冷蔵庫など大型家電も充実



自転車売り場は、電動アシスト自転車など
付加価値の高い機種を充実



2022年2月期 業績予想

- ・昨年度から進めているEDLP（毎日が特売）政策をさらに徹底
- ・新店は1店舗を計画。営業利益は44億円、前期比27%減を予想

単位：百万円	21.2期実績	22.2期予想		(ご参考) 22.2期予想 の対20年2月期比 (%) ※
			21.2期比 (%)	
営業収益	131,789	124,400	94.4	
売上高	126,913	119,600	94.2	101.7
売上総利益 (荒利益率、%)	28,721 22.6	26,910 22.5	93.7	
不動産賃貸収入、その他の営業収入	4,875	4,770	97.8	
営業総利益	33,597	31,680	94.3	
販売費及び一般管理費	27,585	27,280	98.9	
営業利益	6,012	4,400	73.2	179.5
経常利益	5,748	4,300	74.8	192.1
親会社株主に帰属する純利益	3,542	3,000	84.7	227.1
【主な経営指標】				
既存店増収率 (%)	+8.2	- 6.0		
出店(店)	1	1		
閉店(店)	1	0		
期末店舗数 (店)	57	58		

総合ディスカウントストアとして あるべき姿に挑戦



EDLP（毎日が特売）を実現する取り組み

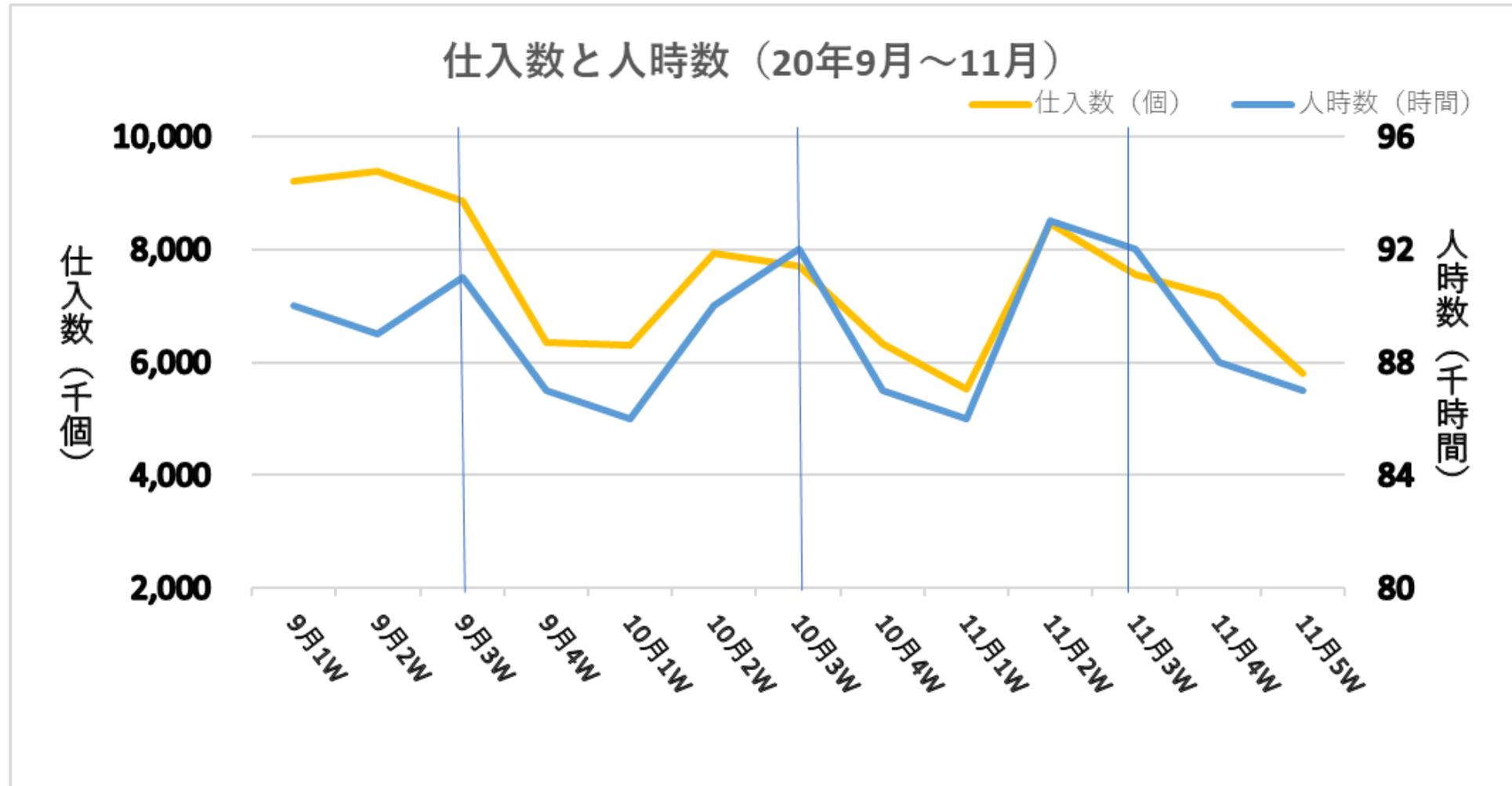
【商品政策】

- ⇒ 3月より、5,000品目を値下げ
- ⇒ PB商品を充実、PB売上構成比を中期的には30～40%へ引き上げる

【営業政策】

- ⇒ MrMaxカードの優待デー廃止(21年3月～)
- ⇒ “島(通路に置く平台)”で展開する商品を厳選、際立った安さを提供
- ⇒ 折込チラシの配布回数削減、アプリを活用した販売促進企画

仕入波動が人時数（作業時間）に大きく影響



2021年2月26日

各位

普段の暮らしをより豊かに、より便利に、より楽しく
「毎日安い!暮らし応援 5,000 品目値下げ」

3月1日から値下げ実施!

当社グループの、総合ディスカウントストア MrMax を運営する株式会社ミスターマックスは、新型コロナウイルスの影響による家計への不安が続く中、毎日の生活に欠かせない商品 5,000 品目を3月1日(月)より値下げし、お客様の暮らしをさらに応援してまいります。

家電から、生活雑貨、食品に至るまで幅広い品揃えから厳選した商品を値下げすることで、お客様の家計負担を軽減し豊かな暮らしに貢献してまいります。

【概要】

1. 実施店舗：ミスターマックス全店
2. 期間：2021年3月1日(月)より
3. 対象商品：生活必需品を中心に 5,000 品目



(出所) プレスリリース 21年2月26日

商品を絞り込んだ売場作り

島(通路に置く平台)で展開する商品を厳選

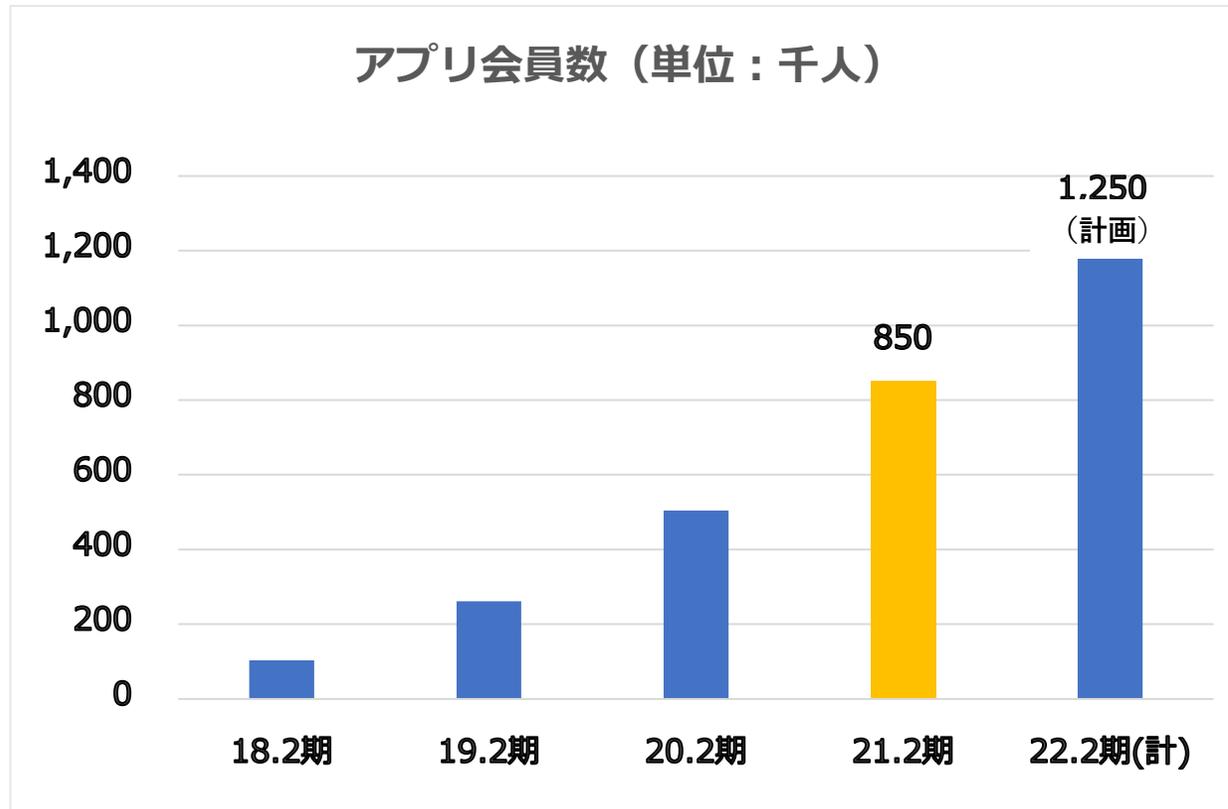


定番の商品棚にも、お買い得商品を大量陳列



販売促進はアプリ・SNSを拡大し、紙媒体からデジタルへシフト

アプリ会員数は、21.2期末に累計85万人へ（前期比+70%）



中期計画ローリングについて

- 昨20年4月に、中期3カ年計画(21.2~23.2期)を公表

- 成長戦略の骨子

1. 既存店競争力(収益力)の強化

徹底したローコスト(EDLC)の実現

圧倒的な安さの実現(EDLP)

新たなプロモーションへの取り組み

2. 新たな出店の創造

マルチフォーマット化を進め、出店の可能性を広げる

3. 企業価値向上に向けて

M&A、あるいは新規事業

既存店の改革を推進力として、23.2期に
売上高1,300億円、営業利益39億円（営業利益率3%）を目指す

中期計画1年目（21.2期）を評価

中期戦略の骨子		1年目の評価
1. 既存店競争力(収益力)の強化 徹底したローコスト(EDLC)の実現 圧倒的な安さの実現(EDLP) 新たなプロモーションへの取り組み	➡	商品力強化、店内業務の効率化が実を結び、既存店販売、荒利益率のいずれも前年比で大幅に改善
2. 新たな出店の創造 マルチフォーマット化を進め、出店の可能性を広げる	➡	所沢店で、多層階SCへの居抜き出店に挑戦 21.2期は、出店1、閉店1、総店舗数は変わらず。 出店の加速化は未達。
3. 企業価値向上に向けて M&A、あるいは新規事業	➡	中国にEC事業の子会社を設立

“既存店競争力(収益力)の強化”で成果を確認

中期計画1年目(21.2期実績) 目標としてきた売上高営業利益率3%を達成

【20年4月時点の計画】

	20.2期実	21.2期(計)	...	23.2期(計)
売上高(億円)	1,175	1,178		1,300
営業利益(億円)	24.5	25.6		39.0
売上高営業利益率(%)	2.1	2.2		3.0

【21年4月時点の実績】

	20.2期実	21.2期(実)
売上高(億円)	1,175	1,269
営業利益(億円)	24.5	60.1
売上高営業利益率(%)	2.1	4.7

今22.2期を初年度とする中期計画（22.2期～24.2期）

- 24.2期に売上高1,300億円、営業利益65億円、営業利益率5.0%を目指す。

	21.2期(実)	22.2期(計)	…	24.2期(計)
売上高(億円)	1,269	1,196		1,300
営業利益(億円)	60.1	44.0		65.0
税引利益(億円)	35.4	30.0		44.0
売上高営業利益率(%)	4.7	3.7		5.0
総資産(億円)	823	859		904
株主資本(億円)	279	300		356
有利子負債 ^(*) (億円)	261	268		257
ROE(%)	13.5	11.9		12.9
D/Eレシオ	0.9	0.8		0.7

【前提条件】

既存店増収率は、22.2期：-6.0%、23.2～24.2期は+3.8～+4.3%を前提。

売上高荒利益率は、22.5～23.0%を前提。

新規出店は22.1期に1店舗、23.2～24.2期は織り込まず。設備投資計画もCF範囲内を計画。

注-1)ROE=税引利益/期中平均株主資本(%)

注-2) (*)…リース債務を含む純有利子負債残高

