



2024年2月期

決算説明会資料

(2023年3月1日～2024年2月29日)

2024年4月10日

コーナン商事株式会社

(証券コード：7516 東証プライム)



2024年2月期

1. 2024年2月期 決算概要 P.3
 2. 2025年2月期 業績予想と株主還元 P.18
 3. 第3次中期経営計画の取組み状況と
2025年2月期 成長戦略 P.22
 4. 企業価値向上への取組み P.38
- 補足資料 P.47

1

2024年2月期 決算概要

損益計算書（連結）

- 売上高は、PRO商材、日用消耗品など利用頻度が高い商品の売れ行き好調により増収
営業利益は、売上増に伴う売上総利益の増加と計画を下回る販管費の抑制により増益

項目（百万円）	2023年2月期	売上比	2024年2月期	売上比	前年同期比	前年同期比 (HIひろせ除く)	前年同期比 増減	計画比
売上高	423,136	-	456,345	-	107.8%	103.7%	33,209	100.5%
既存店売上高※1	420,022	-	424,373	-	101.0%	101.0%	4,350	101.9%
営業収入	15,888	-	16,309	-	102.7%	101.1%	421	99.2%
営業収益	439,024	-	472,655	-	107.7%	103.6%	33,630	100.5%
売上総利益 (カッコ内は粗利益率前年差)	159,835	<粗利益率> 37.77%	170,806	<粗利益率> 37.43%	106.9% (△0.34pt)	103.6% <粗利益率> 37.74% (△0.03pt)	10,970	99.1%
販売管理費	153,704	36.3%	163,018	35.7%	106.1%	102.5%	9,313	98.3%
営業利益	22,019	5.2%	24,097	5.3%	109.4%	109.6%	2,078	105.2%
経常利益	20,732	4.9%	22,598	5.0%	109.0%	108.9%	1,866	107.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	13,235	3.1%	14,054	3.1%	106.2%	105.1%	819	103.7%

※1 当期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期を比較しております。

損益計算書（連結、四半期別）

➤ 第4四半期は、利益率の高い冬物商材の不振と日用品の価格強化などにより粗利益率が前年同期を下回り、増収減益

項目 (百万円)	2024年2月期										
	第1四半期 (3月-5月)	前年同期比	第2四半期 (6月-8月)	前年同期比	前年同期比 (HIひるせ除く)	第3四半期 (9月-11月)	前年同期比	前年同期比 (HIひるせ除く)	第4四半期 (12月-2月)	前年同期比	前年同期比 (HIひるせ除く)
売上高	111,088	103.4%	119,025	111.4%	105.6%	113,733	108.7%	103.3%	112,498	107.9%	102.2%
既存店売上高※1	107,292	100.2%	109,175	103.0%	103.0%	104,803	101.0%	101.0%	103,101	99.9%	99.9%
営業収入	3,992	101.2%	4,104	103.8%	101.7%	4,106	102.9%	100.7%	4,106	102.8%	100.6%
営業収益	115,080	103.3%	123,130	111.1%	105.5%	117,839	108.5%	103.2%	116,605	107.7%	102.2%
売上総利益	42,559	103.4%	44,322	110.7%	106.3%	42,064	107.8%	103.4%	41,859	105.7%	101.1%
粗利益率	38.31%	△0.01pt	37.24%	△0.25pt	0.24pt	36.98%	△0.32pt	0.04pt	37.21%	△0.77pt	△0.41pt
販売管理費	38,357	102.9%	40,992	106.8%	102.1%	41,424	107.3%	102.6%	42,242	107.0%	102.2%
営業利益	8,194	104.2%	7,434	131.9%	131.7%	4,745	107.5%	108.4%	3,722	90.7%	90.6%
経常利益	7,709	105.0%	7,249	132.9%	132.5%	4,099	104.6%	105.2%	3,539	88.1%	87.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,523	111.0%	4,729	133.3%	133.5%	2,620	104.7%	106.0%	1,180	53.4%	45.3%

※1 当期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期を比較しております。

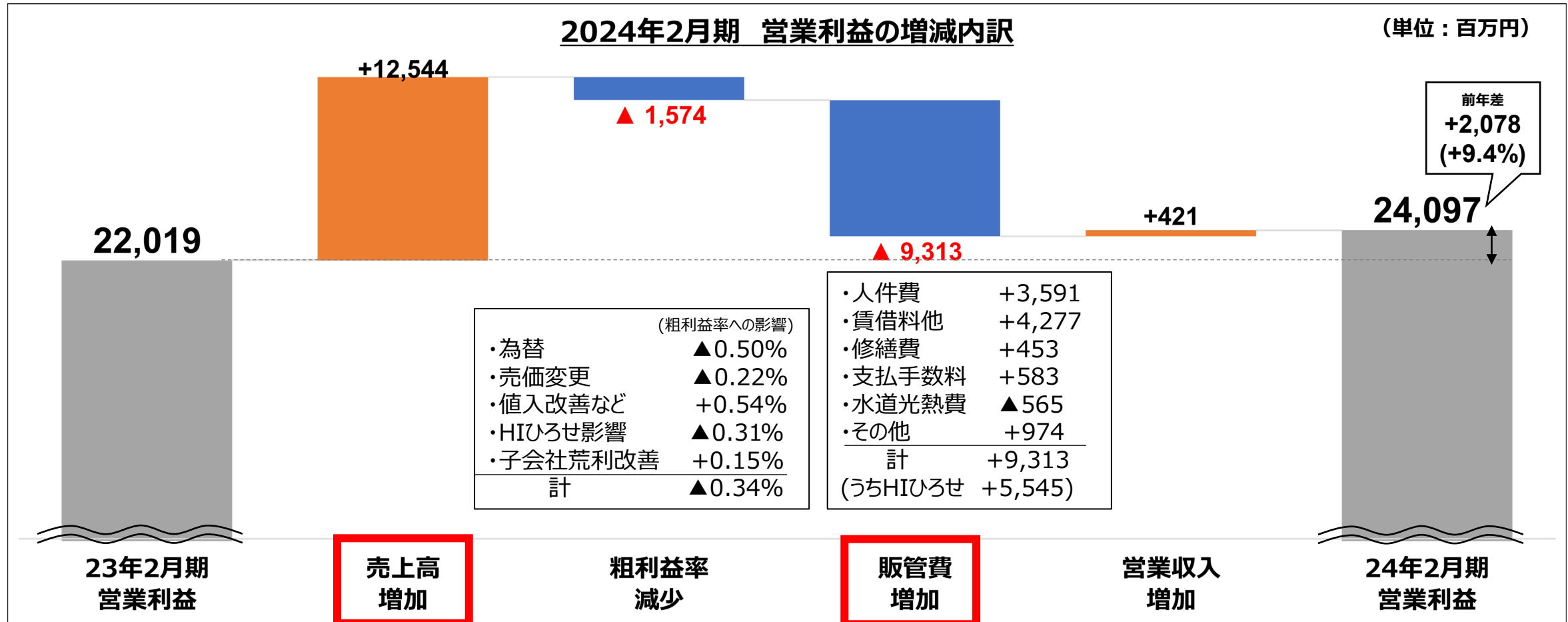
損益計算書（連結） 販売管理費

- 販管費率 : 前期 36.3% ⇒ 今期 35.7% (35.9%※) 前年同期比0.6pt (0.4pt※) 改善 ※HIひろせ除く
- 販管費の増減 (コーナン単体) : 新店 +4,917百万円 (+3.3%)、既存店 ▲3,099百万円 (▲2.1%)
- 人件費 (コーナン単体) : 新店 +1,501百万円 (+3.1%)、既存店 ▲710百万円 (▲1.5%)
- その他販管費 : 水道光熱費 ⇒ 使用量の削減と補助金の影響により約15%減少 (▲851百万円)
(HIひろせ除く) 支払手数料 ⇒ キャッシュレス比率の増加 (47.1%⇒50.4%) により約6%増加 (+288百万円)

項目 (百万円)	2023年2月期	売上比	2024年2月期	売上比	前年同期比	前年同期比 (HIひろせ除く)	前年同期比 増減	計画比
人件費	52,078	12.3%	55,669	12.2%	106.9%	102.7%	3,591	102.1%
賃借料	48,076	11.4%	51,043	11.2%	106.2%	104.0%	2,967	102.9%
減価償却費等	14,537	3.4%	15,848	3.5%	109.0%	103.1%	1,310	105.7%
その他販管費	39,013	9.2%	40,457	8.9%	103.7%	99.9%	1,443	86.5%
販売管理費計	153,704	36.3%	163,018	35.7%	106.1%	102.5%	9,313	98.3%

損益計算書（連結） 営業利益の増減要因

➤ 営業利益は、売上高の増加により、前年同期比9.4%増益（+20.8億円）

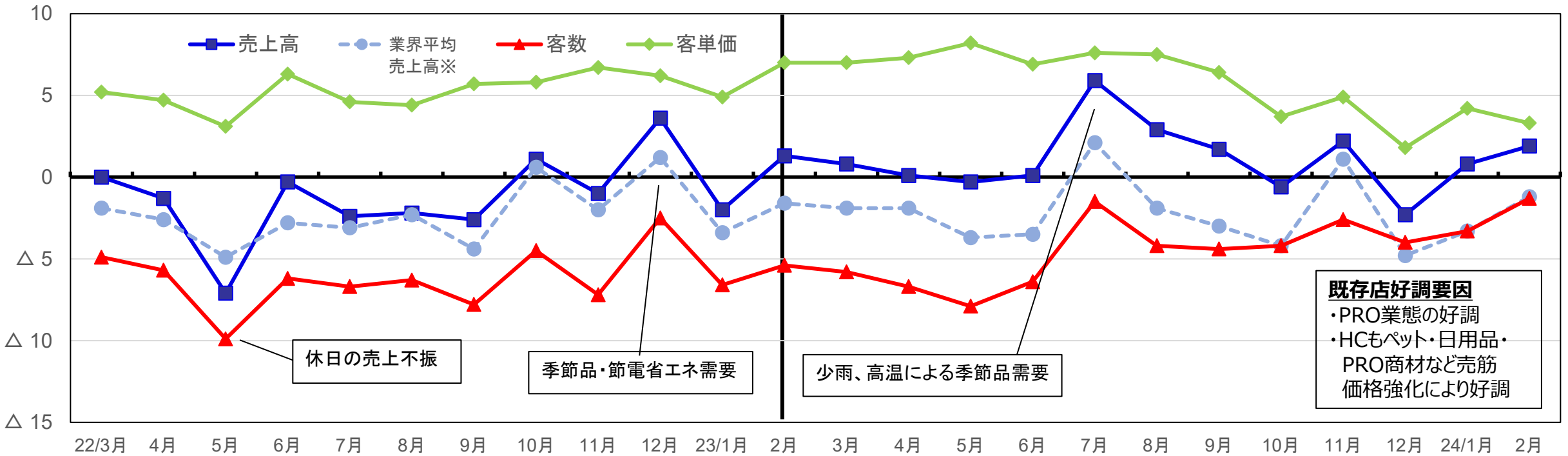


既存店前年比（連結） 売上高・客数・客単価

- 既存店売上高の前年比は、累計で+1.0%となり、業界平均値△2.2%を大きく上回る
- 客数は、物価上昇による消費マインドの冷え込みに対し、PRO商材や日用品などの売筋価格強化により回復傾向
- 客単価は、円安の影響や原材料費高騰などを踏まえた価格の見直しなどにより上昇

2023年度累計前年同期比
 ・売上高： +1.0%
 (業界平均※△2.2%)
 ・客数： △4.5%
 ・客単価： +5.8%

(単位：%) 既存店売上高・客数・客単価 前年同期比推移（連結）



既存店好調要因
 ・PRO業態の好調
 ・HCもペット・日用品・PRO商材など売筋価格強化により好調

※ 業界平均は上場HCの既存店売上高10社平均

業態別実績（売上・粗利益率・営業利益率） 連結/コーナン単体

- **HC業態**：売上高は、ペット用品、日用品、PRO商材など好調に増加。粗利益率は一部価格強化の影響により低下。営業利益率は、コーナン単体では経費コントロールの成果もあり上昇
- **PRO業態**：売上高は、顧客ニーズを捉え堅調を維持。粗利益率は、価格や原価の見直しにより上昇
営業利益率も、HC業態を上回り堅調に上昇

(百万円)	業態	2024年 2月期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差	営業利益率	営業利益率 前年差
連結	HC※1	314,420	105.7%	39.08%	39.55%	△0.47pt	6.3%	0.0pt
	PRO※1	129,074	107.9%	33.72%	33.32%	0.40pt	6.8%	0.2pt
コーナン (単体)	HC※1	300,074	101.9%	39.34%	39.62%	△0.28pt	6.7%	0.3pt
	PRO※1	81,903	109.2%	35.43%	35.29%	0.14pt	7.5%	0.5pt

※1 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。

<会社計>

(百万円)		2024年 2月期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差	営業利益率	営業利益率 前年差
連結	会社計※2	456,345	107.8%	37.43%	37.77%	△0.34pt	5.3%	0.1pt
コーナン (単体)	会社計※2	392,101	103.4%	38.15%	38.33%	△0.18pt	5.9%	0.4pt

※2 会社計には、その他売上（EC、キャンプデポ、他社への商品供給等）を含んでおります。

業態別実績（売上・粗利益率） 子会社別

- 建デポ：売上高は新規出店などにより増加し、粗利益率はPB商品導入などにより上昇。継続して好調維持
- HIひろせ：売上強化と粗利益率の上昇を目指し、コーナンの棚割りやPB商品の導入を加速
- コーナンベトナム：新規出店により売上は上昇するも景気の冷え込みにより計画より伸び悩む。粗利益率はPB、現地ストアブランド商品が着実にシェアを伸ばし上昇

（百万円）	業態	2024年 2月期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差
建デポ	PRO※1	47,170	105.6%	30.74%	30.01%	0.73pt
ホーム インフラメント ひろせ	HC+PRO※1	10,588	-	33.54%	-	-
	食品※1	5,753	-	25.55%	-	-
	HIひろせ会社計	17,748	-	29.86%	-	-
コーナンベトナム	HC※1	3,757	122.1%	33.69%	32.73%	0.96pt

※1 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。

商品部門別売上（連結）

商品部門 (百万円)	連結		
	2024年2月期	前年同期比	売上構成比
ホームインプルーブメント (DIY用品・PRO商材・園芸・リフォーム)	218,848	105.6%	48.0%
ハウスキーピング (家庭用品)	144,630	105.6%	31.7%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	67,554	111.6%	14.8%
食品 (フード・酒類)	11,351	-	2.5%
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	13,961	103.9%	3.0%
合計	456,345	107.8%	100.0%

- ホームインプルーブメント … 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品、園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア、住設機器、リフォーム
- ハウスキーピング … ダイニング用品、インテリア、電材・照明、日用品、収納用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、家電、介護用品
- ペット・レジャー … カー用品、ペット用品、文具・事務用品、サイクル・レジャー用品

商品部門別売上（詳細：コーナン単体）

商品部門 (百万円)	コーナン単体		
	2024年2月期	前年同期比※	売上構成比
ホームインプルーブメント（HC）	54,650	102.4%	13.9%
ホームインプルーブメント（PRO）	65,575	113.8%	16.8%
ガーデニング	38,768	103.8%	9.9%
リフォーム	14,195	101.7%	3.6%
日用雑貨・家庭用品	84,846	102.2%	21.6%
インテリア・収納・家電・文具	60,139	100.6%	15.4%
ペット・カー・レジャー	54,596	109.3%	13.9%
その他（100円ショップ、灯油、自販機）	19,327	106.8%	4.9%
合計	392,101	105.1%	100.0%

※ 前年同期の数値にビークンを含めず算出しております。

- ホームインプルーブメント（HC/PRO） … 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品
- ガーデニング … 園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア
- リフォーム … 住設機器、リフォーム工事、物置
- 日用雑貨・家庭用品 … ダイニング用品、日用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、介護用品、フード、酒類
- インテリア・収納・家電・文具 … インテリア用品、収納用品、電材・照明、家電、文具・事務用品
- ペット・カー・レジャー … ペット用品、カー用品、サイクル・レジャー用品

PB商品部門別売上（連結/コーナン単体）

	商品部門 (百万円)	2023年2月期※1		2024年2月期	
		PB 売上高	PB売上 構成比※2	PB 売上高	PB売上 構成比※2 (前年同期比)
連結	ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	60,757	33.7%	65,227	34.1% (0.4pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	50,541	37.1%	51,878	36.1% (△1.0pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	24,126	40.8%	26,272	39.7% (△1.1pt)
	合計	135,425	36.0%	143,377	35.7% (△0.3pt)
コーナン単体	ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	53,353	36.0%	56,509	35.5% (△0.5pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	49,513	38.9%	49,827	38.6% (△0.3pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	23,942	40.9%	25,863	40.8% (△0.1pt)
	合計	126,809	37.9%	132,200	37.6% (△0.3pt)

※1 2023年2月期のコーナン単体においてはビーバートザンの数値を含んでおりません。

※2 リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。

貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2023年2月期	2024年2月期	増減	うちHIひろせ	増減要因他
流動資産合計	141,292	159,455	18,163		
現金及び預金	9,218	11,723	2,505		
売掛金	13,568	15,798	2,230		キャッシュレス比率の増加（前年47.1% ⇒ 今期50.4%）
商品及び製品	108,898	121,758	12,859	5,110	新店、HIひろせ及び販売強化による在庫増加によるもの
固定資産合計	277,957	299,101	21,144		
有形固定資産	189,393	206,786	17,392	11,054	HIひろせの資産計上によるもの
無形固定資産	26,888	26,860	△28		
資産合計	419,249	458,557	39,307		
流動負債合計	115,553	125,032	9,478		
買掛金	42,280	44,823	2,542		
短期借入金	20,937	24,000	3,062	5,500	HIひろせの短期借入分によるもの
1年以内返済長期借入金	26,624	27,673	1,049		
固定負債合計	154,140	176,267	22,127		
長期借入金	87,626	108,138	20,511	4,414	HIひろせ取得費用とひろせ外部借入分、新店投資によるもの
純資産合計	149,555	157,257	7,702		自己資本比率 34.3%
負債純資産合計	419,249	458,557	39,307		

キャッシュフローの状況（連結）

単位：百万円	2023年2月期	2024年2月期	増減	2024年2月期 各CFの主な内訳（百万円）
営業活動による キャッシュ・フロー	9,402	22,494	13,092	税引前当期純利益 21,051 減価償却費 14,553 利息の支払い △2,154 法人税等の支払 △6,714
投資活動による キャッシュ・フロー	△17,935	△24,013	△6,078	有形固定資産の取得 △17,998 無形固定資産の取得 △755
財務活動による キャッシュ・フロー	5,428	2,502	△2,925	短期・長期借入等による収入 257,100 短期・長期借入金等の返済 △246,257 自己株式の取得・配当 △5,924
現金及び現金同等物 期首残高	12,224	9,199	△3,024	
現金及び現金同等物 期末残高	9,199	10,205	1,005	
フリーキャッシュ・フロー	△8,533	△1,519	7,013	(営業CF+投資CF)

有利子負債

- 有利子負債は新規出店及びそれに伴う在庫増やHIひろせの子会社化により増加
- DELシオ（有利子負債÷純資産）： 1.26倍（前期末1.15倍）
- 自己資本比率：34.3%
- ROE（自己資本利益率）：9.16%

(単位：億円)

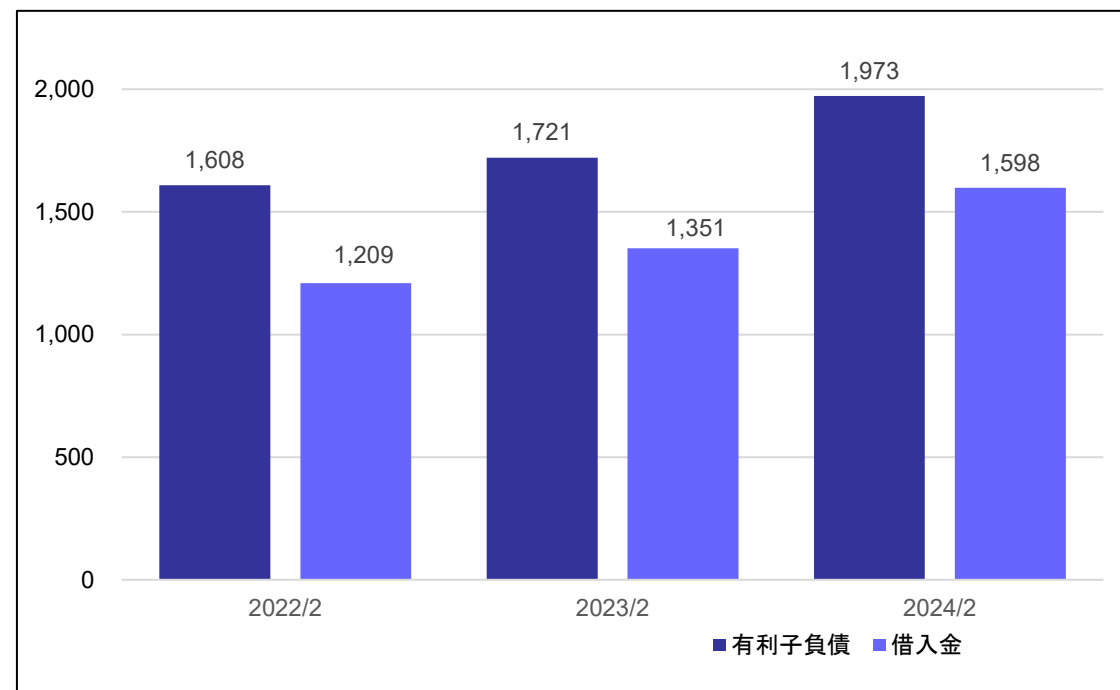
科目	2023年2月期	2024年2月期	増減
有利子負債 合計※1	1,721	1,973	252
内) 借入金 合計※2	1,351	1,598	246

※1 有利子負債合計：借入金合計+1年内リース債務+リース債務+1年内長期未払+長期未払

※2 借入金合計：短期借入金+長期借入金+1年内長期借入金

有利子負債・借入金 推移表

(単位：億円)

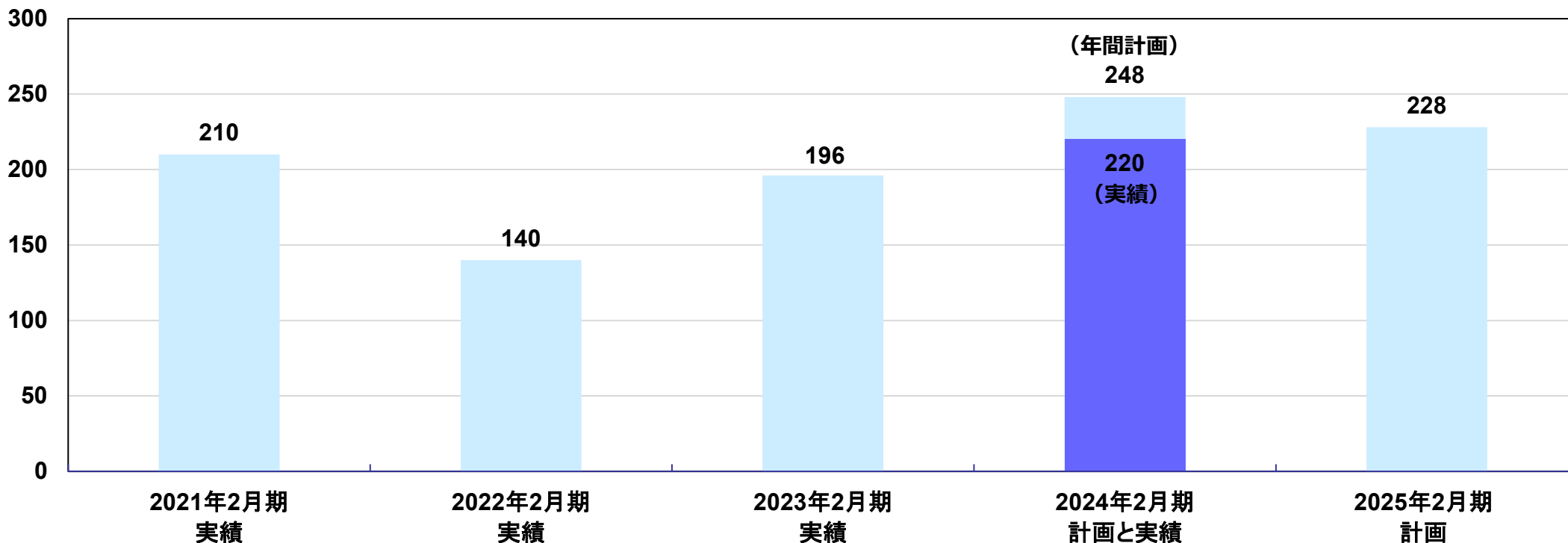


設備投資 実績・計画

- 2024年2月期の設備投資実績は248億円の計画に対し約220億円（新店投資の時期ずれなどにより 計画比▲28億円）
- 設備投資のうち約9割は新規出店や店舗改装などに伴う費用
- 2025年2月期は新店投資や既存店の改装などを中心に228億円の投資計画を見込む

(単位：億円)

設備投資金額実績・計画



2

**2025年2月期
業績予想と株主還元**

2025年2月期 業績予想（連結）

➤ 2025年2月期は成長戦略の実行を通じて、2期連続の増収増益を目指す

項目 (百万円)	2025年2月期 第2四半期	売上比 (前年)	前年 同期比	2025年2月期 通期	売上比 (前年)	前年 同期比
営業収益	252,400	-	106.0%	501,300	-	106.1%
売上高	244,000	-	106.0%	484,500	-	106.2%
(内 既存店売上高)	-	-	101.2%	-	-	101.2%
売上総利益	92,000	37.70% (37.76%)	105.9% (▲0.06pt)	181,200	37.40% (37.43%)	106.1% (▲0.03pt)
営業収入	8,400	-	103.7%	16,800	-	103.0%
販売管理費	83,800	34.3%	105.6%	172,180	35.5%	105.6%
営業利益	16,600	6.8%	106.2%	25,900	5.3%	107.5%
経常利益	15,700	6.4%	105.0%	24,000	5.0%	106.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	10,600	4.3%	103.4%	14,800	3.1%	105.3%

株主還元

- 株主還元は重要な経営課題と認識し、以下の方針のもと、株主の皆様へ利益還元を行います

■ 基本方針

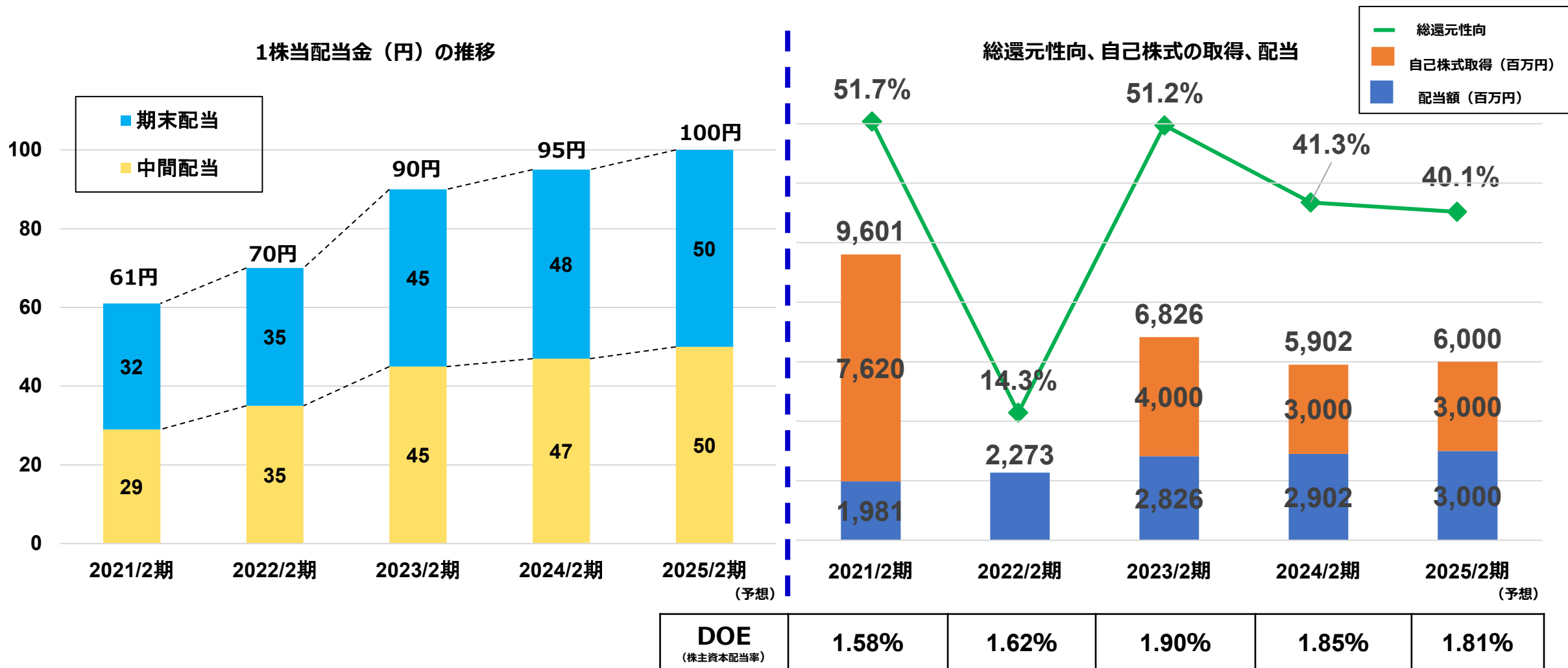
- ・株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施する
- ・自己株式の取得についても業績ならびに株価水準等に応じ、適宜検討を行う

＜目標＞ 第3次中期経営計画期間中（2021－2025）

- ・総還元性向：30%以上
- ・DOE（株主資本配当率）：2.0%

株主還元：配当と自己株式の取得

➤ 2025年2月期 ⇒ 配当は10期連続増配を見込み、自己株式の取得も継続

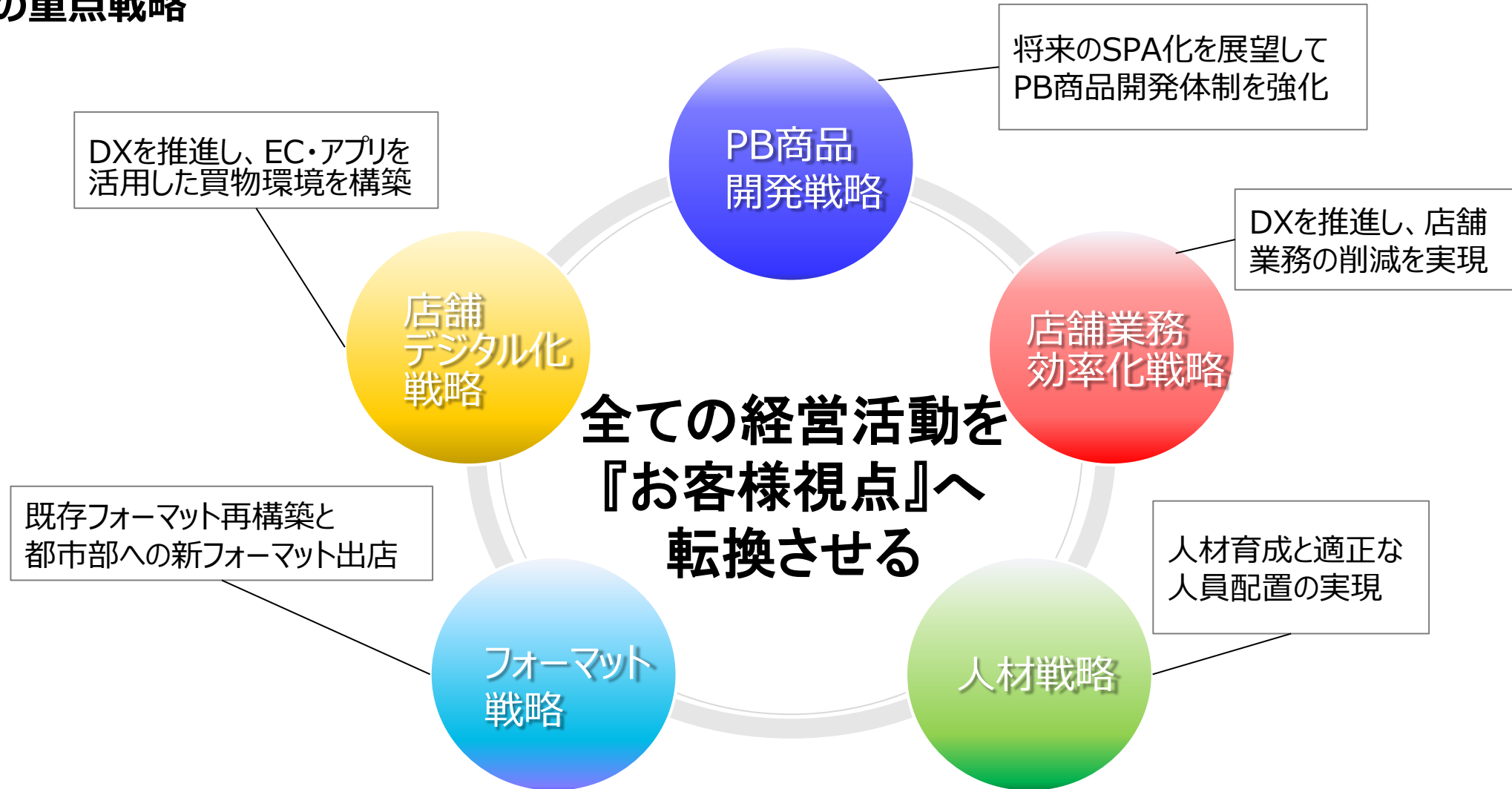


3

第3次中期経営計画の取組み状況と 2025年2月期 成長戦略

第3次中期経営計画（2021-2025）の概要

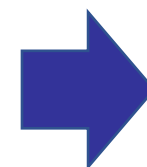
■ 5つの重点戦略



第3次中期経営計画の進捗状況

➤ 2026年2月期の目標値達成に向け、5つの重点戦略と新たな成長戦略に取り組む

	2022年2月期	2023年2月期※	2024年2月期
売上高	4,257億円	4,231億円	4,563億円
経常利益	242億円	207億円	225億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	155億円	132億円	140億円
ROE (自己資本利益率)	11.3%	9.1%	9.2%
EPS (一株当たり純利益)	489円	431円	473円
ROIC (投下資本利益率)	6.0%	4.9%	4.8%
総還元性向	14.3%	51.2%	41.3%
DOE (株主資本配当率)	1.62%	1.90%	1.85%



2026年2月期 (目標値)	
売上高	5,000億円
経常利益	310億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	195億円
ROE (自己資本利益率)	10.0%
EPS (一株当たり純利益)	575円
ROIC (投下資本利益率)	6.5%
総還元性向	30%以上
DOE (株主資本配当率)	2.0%

※2023年2月期より収益認識に関する会計基準等を適用しております。

第3次中期経営計画：PB商品開発戦略

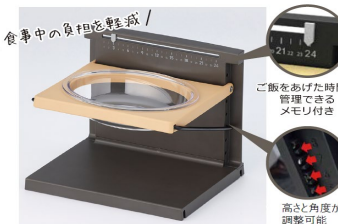
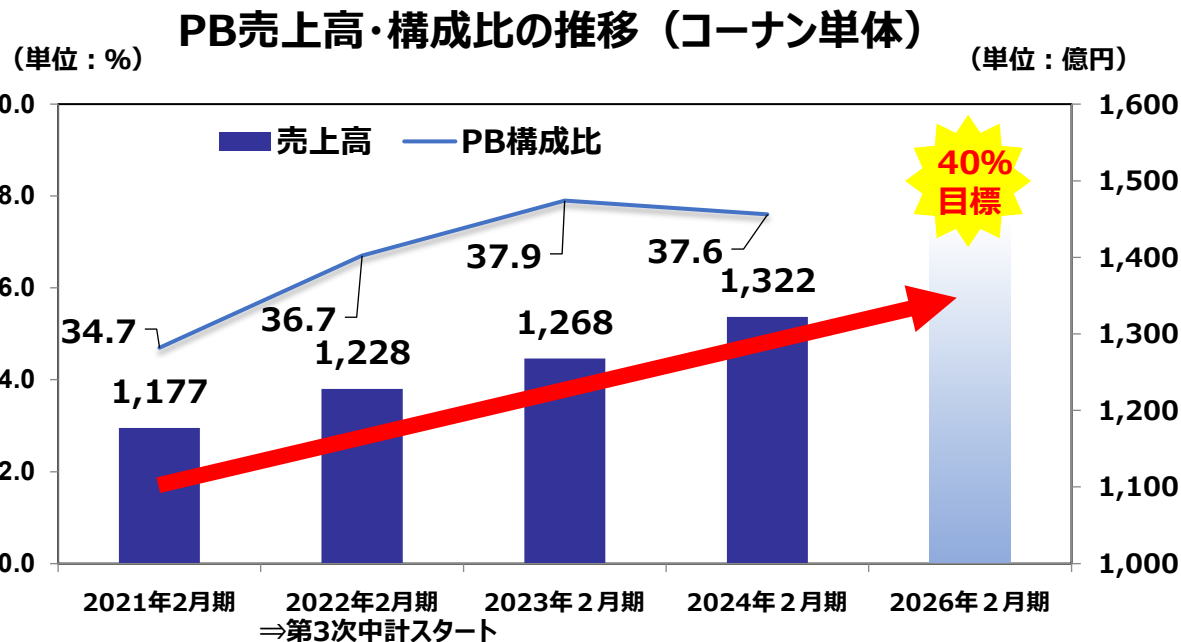
中計最終年度(2025年)目標：PB商品構成比 40%

- ワークショップを活用した独自性のある商品開発の推進（知財登録/実用新案取得の拡大）
- 重点強化カテゴリ：ペット・園芸・レジャー・PRO商材 + 新たな分野の開発への挑戦
- 円安水準を考慮した原価引下げ/値入改善・値ごろ感ある商品の供給

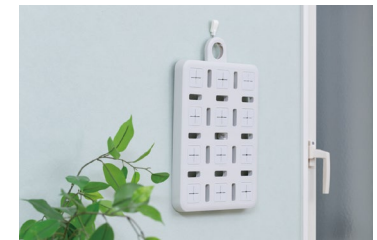


＜ワークショップの風景＞

※ 自社HP「商品情報」(新発売や一押しのPB商品を紹介)
[\(https://www.hc-kohnan.com/news/products/\)](https://www.hc-kohnan.com/news/products/)



＜高さ・角度が変えられる猫用食器台＞

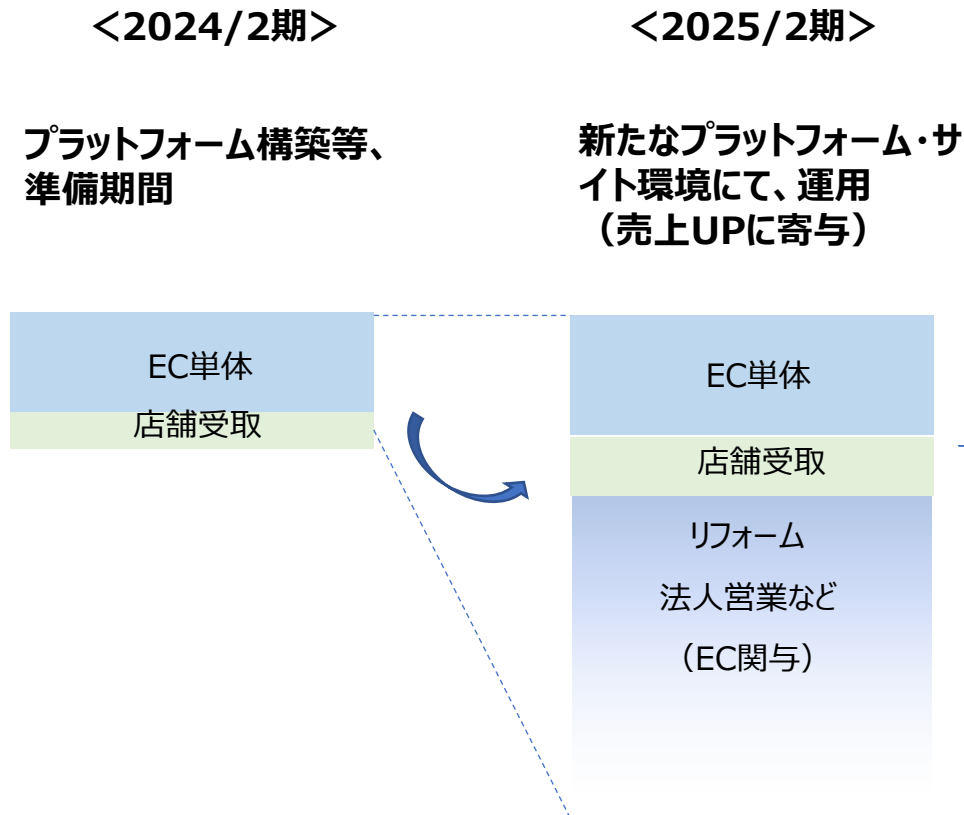


＜洗濯バサミのない新しい形状の洗濯ハンガー＞

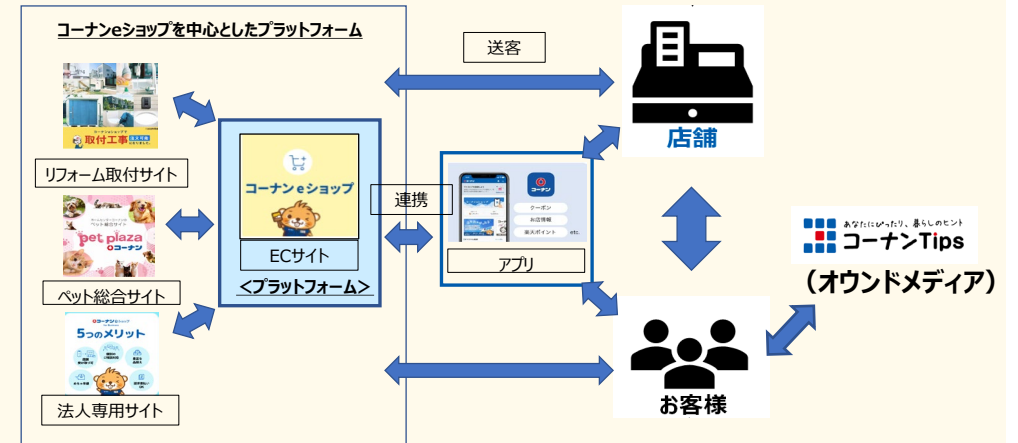
第3次中期経営計画：店舗デジタル化戦略

中計(2025年)目標：オンライン(EC) とオフライン（店舗）を融合し、EC化率5.5%へ

ECサイトの活用による店舗送客/売上(EC関与売上)UPを軸としたインフラを整備



➤ コーナンeショップが顧客情報の「プラットフォーム」となり、ニーズに応じた様々なサービス・お得情報を提供



➤ DIY・ペット業者との在庫連携による品揃え強化

➤ サイトリニューアル/決済方法多様化

第3次中期経営計画：店舗業務効率化戦略

中計最終年度(2025年度)目標：業務量▲20%・人件費抑制▲25億円 (※)

(※) 800人・年間160万時間分

【次世代POSシステム】



➤ 2022年9月末設置完了

- ・スマホ決済作業簡素化
- ・レジ点検不要化
- ・ダイソー店舗発注自動化 など

【次世代スマートフォン型ハンディ『NAVI-KO』】



➤ 2023年1月末導入完了

- ・商品/在庫検索機能
- ・作業タスク機能
- ・フロアマップ上の機能拡張 など

導入効果

2021/2期～2023/2期

➤ 3年間で1店舗当たり約▲10%労働時間抑制

⇒ 累計労働時間：延べ▲70万時間/人件費：約▲14億円

2024/2期以降

➤ 5年間の総労働時間抑制見込み

⇒ 累計労働時間：延べ▲115万時間/人件費：約▲23億円

+ 上記のほか「注文書の電子化」、「勤務表・作業指示書の自動化」など

⇒ 累計労働時間：延べ▲26万時間/人件費：約▲5億円

第3次中期経営計画：フォーマット戦略

【新・都市型コンセプト店舗：gardens umekita】

- JR大阪駅前の大規模複合開発うめきたプロジェクトの2期開発地区「グラングリーン大阪」へ出店決定
- 「植物とアクアリウム」を中心とした、新・都市型コンセプト店舗を2024年9月頃オープン予定



JR大阪駅
＜グラングリーン大阪 外観鳥観図＞



＜gardens umekita店 売場イメージ図＞

【PRO+HC ハイブリッド店舗】 ⇒ 累計7店舗展開

- PROとHCにおける陳列棚の重複がなくなり、お客様の回遊性向上を実現
- 事務所機能の統一や人員配置の見直しなど、効率的な店舗運営を実現
- ハイブリッド店への直近改装店舗の売上高の伸び
名谷店 売上前年比 112.4%、石内バイパス店 売上前年比 114.8%



＜ハイブリッド明石二見店＞
2023/12新規オープン



＜ハイブリッド鎌倉大船店＞
2024/3改装オープン

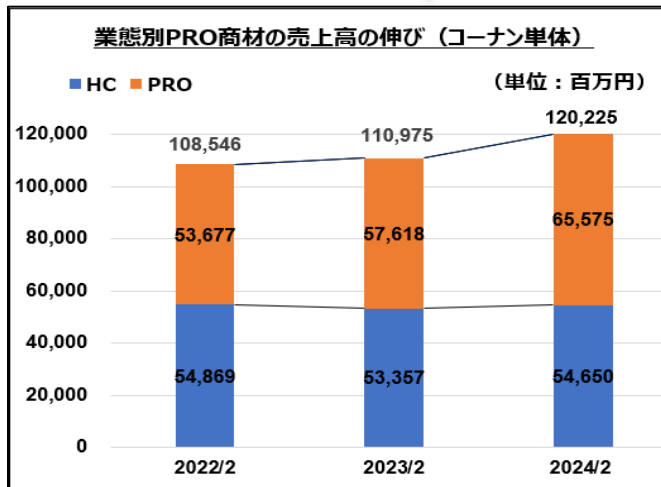
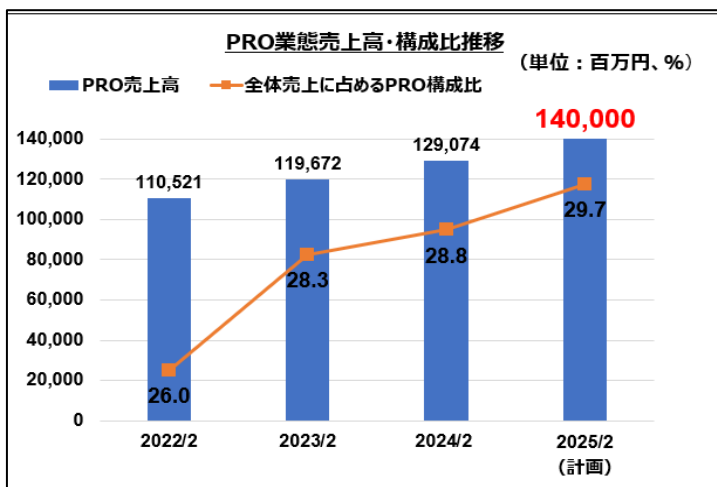
成長戦略：PRO市場における需要の更なる取り込み

PRO市場における当社の特徴

- 建築需要の多い関東・関西・九州地区で圧倒的なPRO業態店舗網
(PRO業態店舗のないエリアは、HCのHI売場/ハイブリッドでドミナントを補足)
- PRO業態売上は全売上の約1/3
→ 一般顧客に比べ来店後の粘着性が高い上、日常消費動向に左右されにくく、安定的

PRO需要を取り込んできた強み

- 永年の営業ノウハウ蓄積による品揃え(特に資材)、値ごろ感、顧客ニーズ捕捉力の充実
→ 職人との対話重視/PRO固有の人材育成
- 建築需要の多いエリア近くでのリアル店舗展開
→ 職人が保管スペース不要で無駄なく部材や工具の購入が可能(ネット注文・店舗取り置きにも対応)



店舗数	関東	関西	九州
	33	65	9
	44	2	16
計	77	67	25

成長戦略：M&A戦略

M&Aを通じてグループインした会社の業績は急回復

<建デポ> 2019年6月グループイン

	グループイン前3年平均
売上高	340億円
粗利益率	28.54%
営業利益	▲9億円

<ビーバートザン> 2017年6月グループイン・2023年3月合併

売上高	80億円
粗利益率	29.83%
営業利益	▲0.2億円

※ 通期決算となってから3年間

	グループイン後3年平均
売上高	420億円
粗利益率	30.09%
営業利益	20億円

売上高	65億円
粗利益率	33.95%
営業利益	3億円

【改善のポイント】

以下のグループシナジーの発揮

- 帳合先の統一による値入改善
- コーナン棚割りへの変更
- PB商品の導入
- 物流の共同化
- 不採算店の統廃合(ビーバートザン)

<HIひろせ> 2023年6月グループイン

	2024/2期(9ヶ月間)
売上高	177億円
営業利益	1.3億円

【改善のポイント（ホームセンター）】

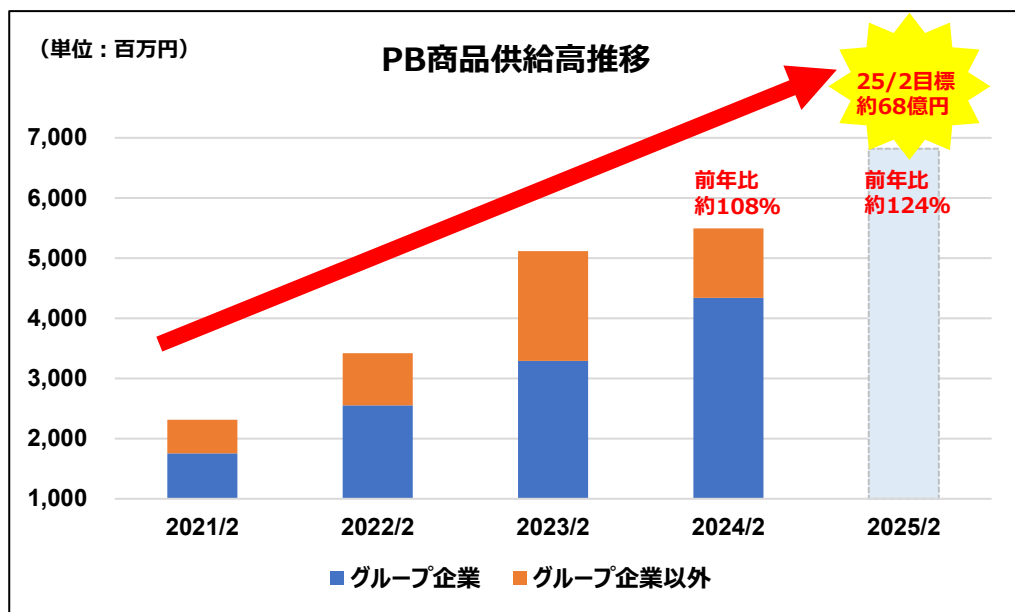
- ・コーナンPB商品のシェア拡大（粗利率向上）
⇒ PB商品売上構成比早期25%へ
- ・商品仕入・物流体制共有化による価格競争力/効率性強化
⇒ PB商品拡大・仕入原価見直しで粗利益率1.5%UPへ
- ・コーナンの棚割り・販促導入による販売力強化

【改善のポイント（食品）】

- ・食品部門の集客を活用したHC商材とのクロスマーチャンダイジングの強化
- ・コーナン本体へのインストア導入の検討

成長戦略：PB商品供給先の拡大

- グループ会社及び商品供給先とのシナジー最大化のため、供給量・供給先拡大に伴うマスメリット活用により、利益率改善と物流面での効率化を狙う
- 2024年2月～ ホームセンターみつわ様への商品供給開始（当社未出店エリアである、福井県のHC）



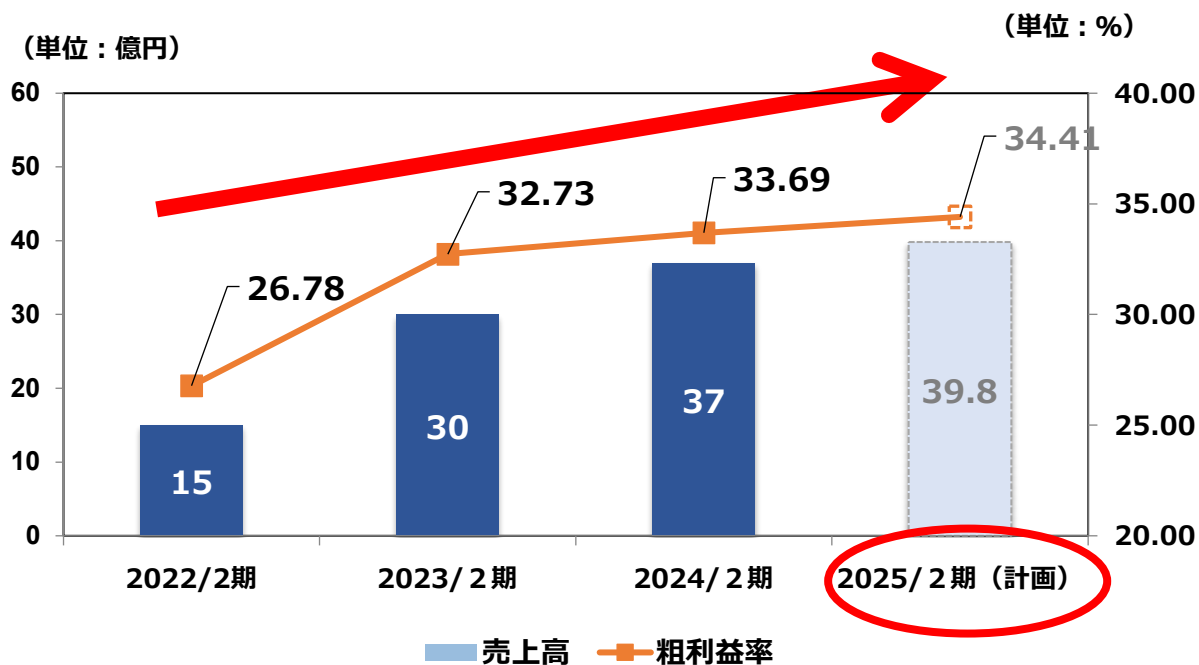
※ HIヒロセは2024年2月期にグループインした為、「グループ企業以外」→「グループ企業」へシフト

＜主なPB商品供給先＞ ※商品供給先は合計11社



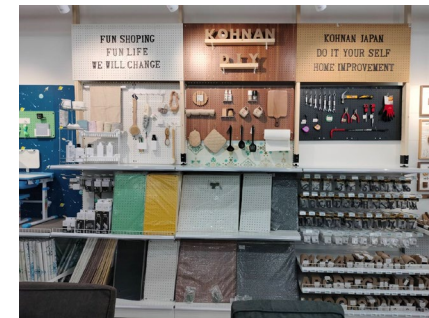
成長戦略：海外戦略の強化

- 2025/2期計画：
 - 売上高39.8億円(前年比106%)
 - 粗利益率 34.41% (同+0.72pt)
- ベトナム市場での景気後退下、ヘルスケア・インテリアに加えDIY商材強化により売上・利益率の向上に注力



成長戦略

<新規出店・既存店改装>



今期はベトナムに2店舗出店予定
 今後、既存店改装を進めパンチングボード等DIY要素のある品揃えに注力

<商品戦略>



現地の生活様式に合わせ、海外店舗限定サイズのPB商品展開
 (写真左はベトナムのベッドサイズ専用の寝具) SB商品の品揃え充実

※ PB：プライベートブランド、SB：ローカルストアブランド

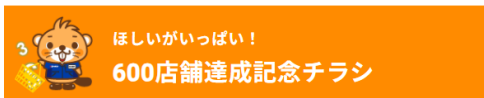
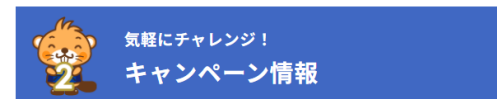
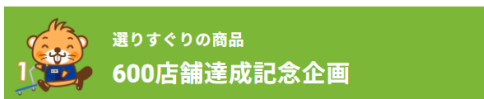
成長戦略：販売促進の強化

- 600店舗達成記念セールやテレビCMの放映など、客数回復に向け、新たな販売促進活動を積極的に実施



<600店舗達成記念セール>

- セール期間：3月1日～6月17日
- 記念価格商品やキャンペーンなど多数のイベントをご用意



<テレビCM放映>

600店舗達成記念CM (3/11～)



企業イメージCM (4/10～)

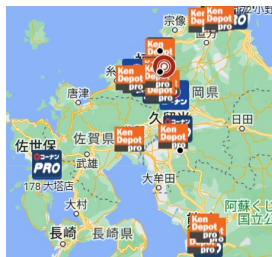


成長戦略：物流2024年問題への取組み

2024/2期実績

【コスト削減対応】

- コーナン・建デポで物流業務の共同化（九州地区） ⇒ ▲13百万円/年



建デポ福岡センターにて業務委託先を統一し、共同配送

- 川崎倉庫の保管容積拡大による大阪発関東納品便の削減 ⇒ ▲80百万円/年

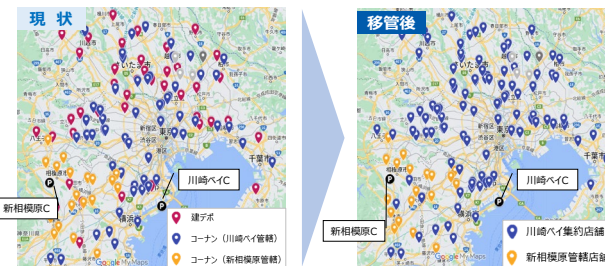
【人員不足対応】

- 遠距離間の配送方法の変更によるドライバーの業務時間及び作業時間の削減
 - ・一部を中継輸送へ
 - ・一部の納品形態を「バラ積み降ろし」から「パレット積み降ろし」に変更
- 一部長距離便へW連結トラックの運用



2025/2期計画

- コーナン・建デポで物流業務の共同化（関東地区） ⇒ ▲179百万円/年



- 大阪の保管倉庫の一部を流通センター化 ⇒ ▲300百万円/年

◆ 関西地区現行3拠点の中央に開設で配送距離50%減

LP大阪ベイ

現 状

LP大阪ベイ開設後

◆ 新規仕分け機器導入で、作業効率30%以上の改善

- 流通センターへの自動作業機器の導入



デバニングロボット（輸入コンテナから商品搬出作業）
⇒ 作業人員▲70%



無人搬送車（大型商品の仕分け）
⇒ 作業人員▲30%

成長戦略：出店戦略（2024年2月期 店舗数）

■ 2024年2月末時点：店舗数計 598店舗（出店30店/退店3店）

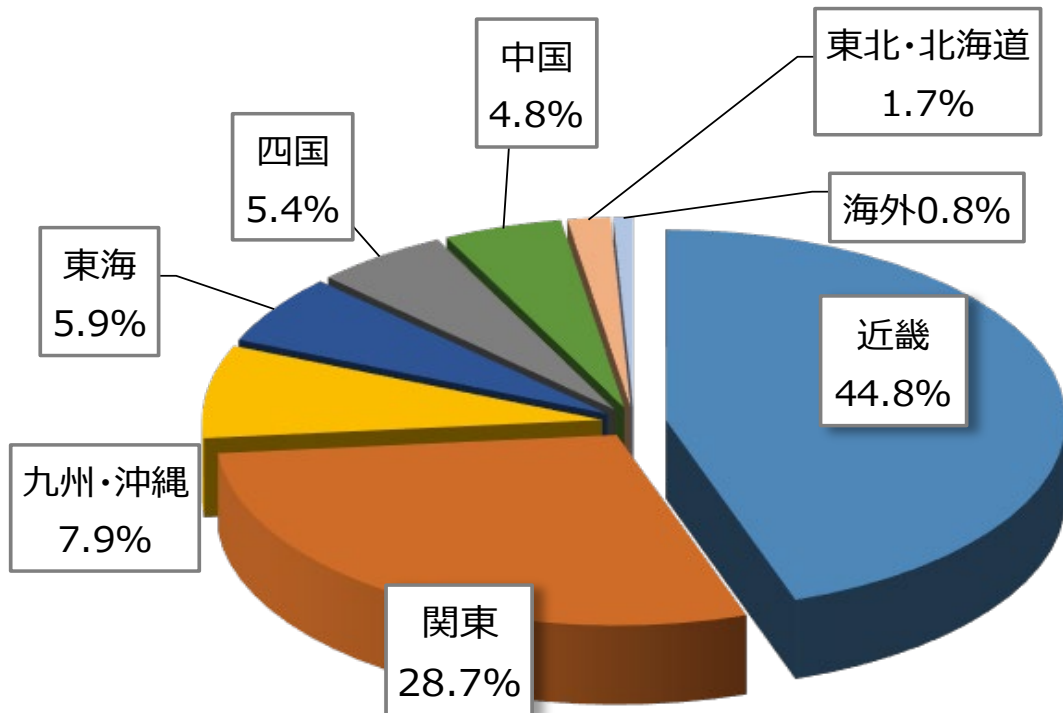
	店舗数	ホームセンター	PRO		ホームセンター+食品+PRO
国内	582				
		340※1	130	80（うちFC3）	32（うちPRO1）
	出店28 退店3	出店8 退店2	出店12 退店1	出店8 退店0	出店0 退店0
	店舗数	ホームセンター			
海外	16				
		13※2		3	
	出店2 退店0	出店2 退店0		出店0 退店0	

※1 CAMP DEPOTの店舗数9店舗を含んでおります。

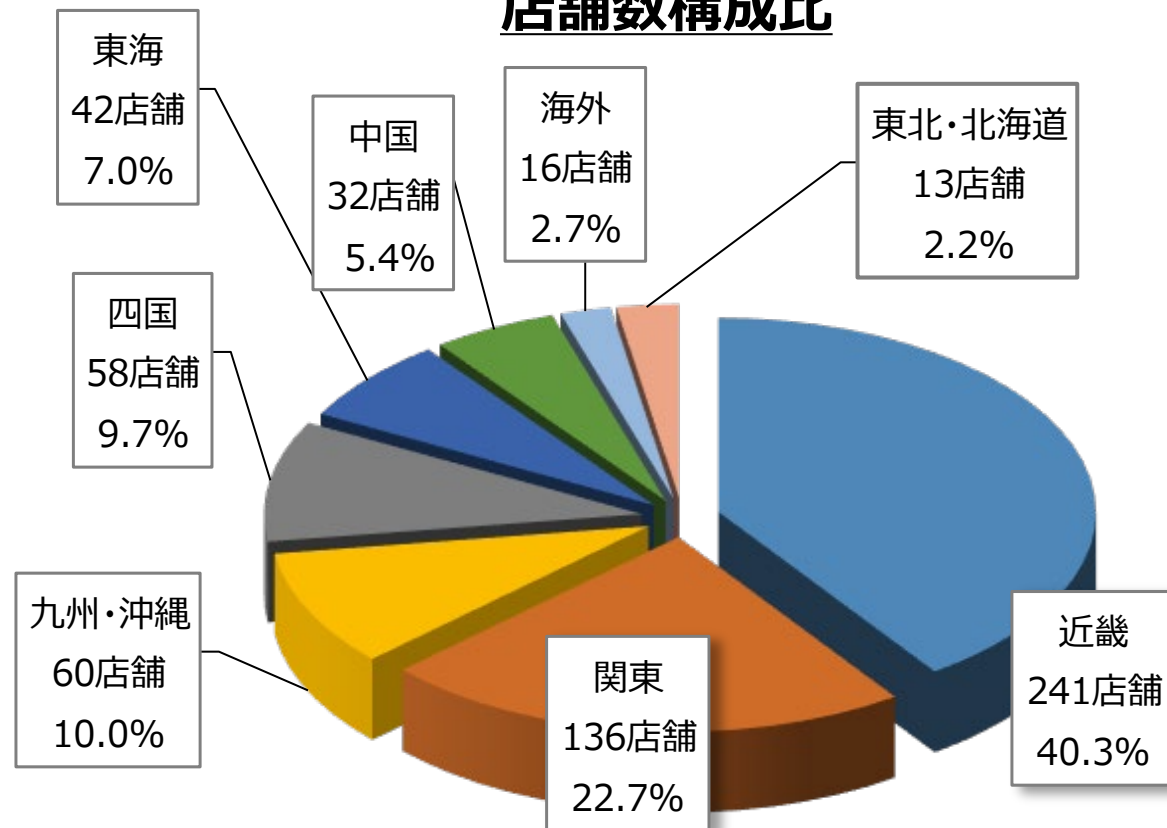
※2 店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）内に出店した店舗を表示しております。

地域別売上高・店舗数実績（2023年3月～2024年2月）

売上高構成比








店舗数構成比









総店舗数：598店舗
(2024年2月末)

成長戦略：出店戦略（2025年2月期 出店計画）

■ 2025年2月期 出店計画：39店舗（予定）

	店舗数	ホームセンター	PRO	
				
国内	37	15	14	8
海外	2		 (非連結)	
		2※1	0	

■ 2025年2月期末 店舗数計：637店舗（予定）

	店舗数	ホームセンター	PRO		H C + 食品 + PRO
					
国内	619	355	144	88 (うちFC3)	32 (うちPRO1)
海外	18			 (非連結)	
		15※1		3	



※1 店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、
当社の会計期間（3月～2月）内に出店した店舗数を表示しております。

4

企業価値向上への取組み

企業価値向上へ向けた取組み

現
状
認
識

- **PBR**：足許0.8程度で1.0倍を下回っている状況
- **株主資本コスト**：CAPMを用いた算定方式で概ね6～7%程度
- **ROE**：24/2期 9.2%で株主資本コストは上回っている

課
題
対
策

PBR(株価純資産倍率)

- **成長戦略への投資推進**

||

ROE(自己資本利益率)

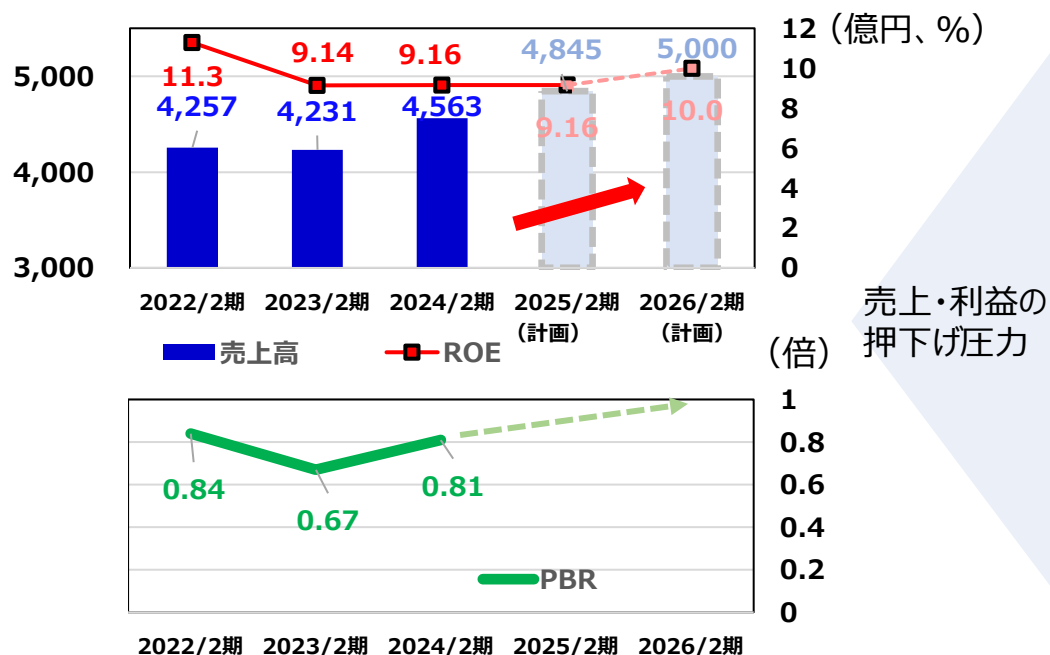
- **収益性・効率性の向上**
(2026/2期：ROE10%以上)

×

PER(株価収益率)

- **IRの強化**

< 中期経営計画期間中の売上高・PBR・ROEの推移(実績/計画) >



現時点における外部環境の変化

- **想定外の円安の進行**
 - ・中期経営計画設定時1ドル110円→直近140-150円
 - 2024/2期平均決済レートベースで**粗利率▲2.0%程度低下**
- **人件費・水道光熱費・物流費の高騰 (ベア/燃料高騰/2024年問題)**
- **2023/2より「収益認識に関する会計基準」の適用**
 - ・「代理人取引」(コンセ事業)、「他社ポイント」が売上計上対象外
 - 相応分の売上**▲約100億円**(HIヒロセ合併後は**▲約150億円**)
- **2023/6にHIヒロセを吸収合併**
 - ・2024/2期売上：**約170億円**(合併後の9ヶ月分)追加
 - ・2024/2期粗利率：**連結ベースで▲0.3%押し下げ** (同社は食品構成比が高く、粗利率は29%)

企業価値向上へ向けた取組み

- 成長戦略への取組みを通じたROE改善 ⇒ 中計最終年度(2026/2期)ROE10%以上を目標とし、PBR1倍超過を展望

ROE	=	当期純利益	×	売上高	×	総資産
		売上高		総資産		自己資本
(自己資本利益率)		(当期純利益率)		(総資産回転率)		(財務レバレッジ)
【2024/2期】 9.16%		3.08%		1.02		2.91
【2025/2期】 9.16% (計画)		3.05%		1.03		2.93

売上高 ↑

当期純利益 ↑

- 出店戦略/ドミナント強化 : 新規出店により年度売上 80~100億円上積み
- 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 : PRO業態の売上比率30%以上
- 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
- 値ごろ感のあるPB商品開発推進
- 顧客情報データを活用した有効な販促活動推進による集客UP
- オンラインと店舗の融合による、時間や場所に拘らない購買機会の創出
- M&Aを活用した事業規模拡大

企業価値向上へ向けた取組み

当期純利益 ↑

- 粗利率改善
 - ・PB商品の売上構成比(含む子会社) UP : PB売上構成比40%以上
 - ・**原価改善推進 (値入改善/仕入先・取扱商品のグループ統一化によるシナジー効果など)** : 2024/2期値入改善実績 +1.1%
- 一般販管費コントロール
 - ・店舗業務効率化(営業支援端末の機能性UP)を通じた人件費上昇の抑制・労働生産性UP
 - ・物流コスト削減

総資産 ↓

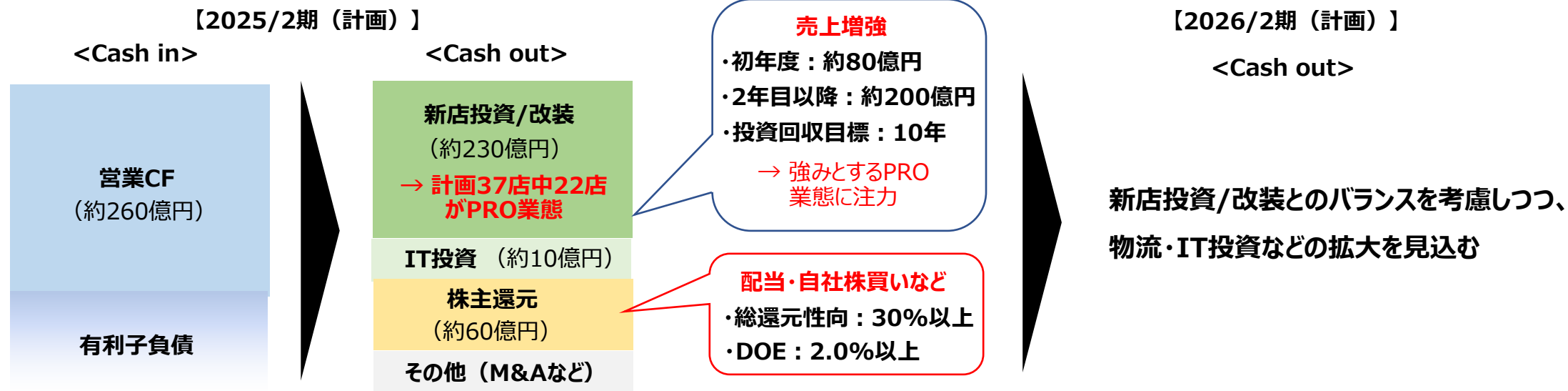
- 有利子負債の圧縮 : DER目標 1.1 (2024/2期実績 1.26) → 1.0以下を目指す
- 適正在庫コントロール : 在庫回転率目標 3.0 (2024/2期実績 2.5)

自己資本 ↓

- 自社株買いなどの活用

企業価値向上へ向けた取組み

● 成長投資に向けたキャッシュアロケーション



● IR強化／開示内容の充実

- 個別投資家向けIR (含むオンライン)の件数を大幅に増やし、投資家との接点・対話を強化
- 今年度より開示内容の充実を企図
 - ・人的資本への取組み内容を充実化
 - ・英訳版決算説明資料の開示開始

	実施回数		説明者
	2023/2期	2024/2期	
決算説明会	4	4	社長・常務取締役ほか
個人投資家向け説明会	1	1	常務取締役ほか
個別IR説明	77	117	上席執行役員IR広報室長ほか

企業価値向上へ向けた取組み

非財務戦略 <人的資本（第3次中期経営計画：人材戦略）>

人的資本経営への取組み

<人材育成方針>

コーナングループは、「チャレンジ精神」や「自律性」を持った人材を育成するため、中長期的かつ計画的に社員の成長を支援し、企業の成長と連動した人材の育成を行います。

<社内環境整備方針>

コーナングループは、社員一人ひとりが最大限にパフォーマンスを発揮し、安心・安全に働き続けることができる社内環境を整備します。特に、心身の健康の保持、増進を目的とした健康経営、多様な人材の活躍を推進するダイバーシティ、仕事と私生活の両立を支援する育児・介護制度に積極的に取り組みます。

<人的資本に関する開示>

- ・男女間賃金格差※1 ⇒ 77.2%
- ・女性管理職比率※1 ⇒ 5.3%
- ・男性育児休業取得率※1 ⇒ 44.0%

※1 当社発表数値はすべて2024年3月末時点のもので、正社員対象、期間は直近1年間、コーナン単体数値です

・新卒採用に占める女性比率の向上

	第1次中計期間 (2015~17)	第2次中計期間 (2018~20)	第3次中計期間 (2021~)
女性比率	25.9%	34.4%	40.5%

・社内有資格者数（2024年3月末時点）

- ・DIYアドバイザー 1,177名
- ・第2種衛生管理者 1,229名
- ・危険物取扱主任者（乙4）1,502名
- ・販売士2級 1,031名

企業価値向上へ向けた取組み

非財務戦略 <人的資本（第3次中期経営計画：人材戦略）>

<人材育成方針に基づく教育体系>

各役職に応じた階層別研修を通じて、「チャレンジ精神」や「自律性」を持った人材を育成するため、中長期的かつ計画的に社員の成長を支援

NEW <デジタル人材育成研修>

- ・各部門の若手を中心に選抜し6ヶ月研修を実施
 - ・研修内容：AI、クラウド、DX、WEBマーケティング、アプリ開発など
- ※デジタルを利用し課題解決できる人材を育成

役職	階層別研修	その他研修	自己啓発
部長 マネージャー	経営幹部候補養成研修 ペガサスクラブセミナー・FUDAI経営者養成特修塾		
店長 バイヤー チームリーダー	マイスター店長資格認定研修 シニア店長資格認定研修 店長研修Ⅰ～Ⅲ マーチャンダイザー資格認定研修	資格取得支援研修 NEW デジタル人材育成研修 海外研修	グロービス マネジメント スクール Eラーニング 通信教育講座 自己啓発サポートプログラム
主任	店長資格認定研修 バイヤー資格認定研修 リーダー資格認定研修 新任主任研修		
チーフ	新任チーフ研修 若手社員選抜研修		
一般社員	キャリアデザイン研修 フォローアップ研修Ⅲ～Ⅳ		
新入社員	フォローアップ研修Ⅰ～Ⅱ 導入研修		

<社内環境整備に向けた取組み>

【健康経営優良法人2024認定】

健康診断受診率100%、喫煙対策、女性の健康、食事と栄養などの取組みを通じ
健康経営優良法人2024に3年連続で認定



【従業員エンゲージメントの向上】

J-E S O P（従業員向け株式給付信託）の導入、従業員持株会の奨励金UP、新人事制度の導入、
従業員アンケートの実施などを通じ、会社への帰属意識と働きがいを醸成

【多様な人材の活躍を推進】

女性社員のキャリアデザイン研修の実施、社内報での育児・介護支援の啓蒙、
社員個人のキャリア志向に合わせた社内公募の実施など、多様な人材が活躍
できる環境を整備



<女性社員向けキャリアデザイン研修>

企業価値向上へ向けた取組み

非財務戦略 <サステナビリティ>

● CO2排出量削減に向けた取組み状況

【自家消費型太陽光発電設備導入（店舗屋上）】

2024/2期は2店舗で導入。累計5店舗で **▲781 t /年削減**



<広島/石内バイパス店>



<東京/ぐりーんうおーく多摩店>

【ダブル連結トラックを使った運行】



2022/10より運行開始。一部の長距離便にて従前に比べて **約▲22%削減**

【EV(電気自動車)用急速充電器の設置】



2024/2期は20店舗で導入。累計33店舗で充電時間は計2.7万時間

<埼玉/ドイト戸田店>

● 災害対策に絡む地域貢献への取組み状況

【2024年以降の主な防災協定締結】



<京都府>



<東京都江東区>



<相模原市>

【防災訓練・イベントへの協力】

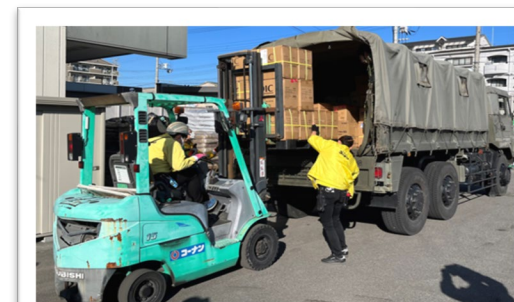


<高知県総合防災訓練>



<はびきの防災運動会>

【能登地震における自衛隊への物資供給】



<Mitaka防災フェスタ>



<芦屋市防災訓練>





2024年2月期 補足資料

(2022年2月期 ~ 2024年2月期)

※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。
前年同期比は2022年2月期に当該会計基準等を適用したと仮定して概算した増減率を記載しております。

01.損益計算書（連結）

項目 (百万円)	2022年2月期			2023年2月期			2024年2月期		
	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比※1	売上比	実績	前年同期比	売上比
売上高	425,704	99.7%	-	423,136	101.8%	-	456,345	107.8%	-
既存店売上高※2	412,880	97.1%	-	410,253	98.9%	-	424,373	101.0%	-
営業収入	15,517	103.8%	-	15,888	102.4%	-	16,309	102.7%	-
営業収益	441,222	99.8%	-	439,024	101.9%	-	472,655	107.7%	-
売上総利益	160,495	99.8%	37.70%	159,835	100.4%	37.77%	170,806	106.9%	37.43%
販売管理費	150,225	103.7%	35.3%	153,704	103.2%	36.3%	163,018	106.1%	35.7%
営業利益	25,788	83.4%	6.1%	22,019	85.2%	5.2%	24,097	109.4%	5.3%
営業外収支	△1,581	-	-	△1,287	-	-	△1,498	-	-
経常利益	24,206	81.3%	5.7%	20,732	85.5%	4.9%	22,598	109.0%	5.0%
特別損益	△1,028	-	-	△1,190	-	-	△1,547	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	15,590	83.6%	3.7%	13,235	84.7%	3.1%	14,054	106.2%	3.1%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 各期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期比較しております。

02.販売管理費（連結） 他

項目 (百万円)	2022年2月期			2023年2月期			2024年2月期		
	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比※	売上比	実績	前年同期比	売上比
人件費	51,106	104.1%	12.0%	52,078	101.9%	12.3%	55,669	106.9%	12.2%
賃借料	46,503	103.5%	10.9%	48,076	103.4%	11.4%	51,043	106.2%	11.2%
減価償却費 (のれん償却含)	14,141	103.4%	3.3%	14,537	102.8%	3.4%	15,848	109.0%	3.5%
その他販管費	38,473	103.6%	9.0%	39,013	105.0%	9.2%	40,457	103.7%	8.9%
計	150,225	103.7%	35.3%	153,704	103.2%	36.3%	163,018	106.1%	35.7%

※ 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

項目 (百万円)	2022年2月期		2023年2月期		2024年2月期	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
自己資本比率	35.8%	2.1pt	35.7%	△0.1pt	34.3%	△1.4pt
有利子負債	160,835	100.0%	172,122	107.0%	197,398	114.7%
DEレシオ	1.13倍	-	1.15倍	-	1.26倍	-

03.貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2022年2月期	増減	2023年2月期	増減	2024年2月期	増減
流動資産計	123,884	4,461	141,292	17,408	159,455	18,163
現金及び預金	12,242	△2,439	9,218	△3,024	11,723	2,505
売掛金	10,636	2,067	13,568	2,932	15,798	2,230
商品及び製品	93,113	4,867	108,898	15,785	121,758	12,859
固定資産合計	274,192	△1,480	277,957	3,764	299,101	21,144
有形固定資産	187,571	△2,196	189,393	1,822	206,786	17,392
無形固定資産	28,169	△624	26,888	△1,281	26,860	△28
資産合計	398,076	2,980	419,249	21,173	458,557	39,307
流動負債計	102,414	△2,251	115,553	13,139	125,032	9,478
買掛金	39,412	△1,558	42,280	2,868	44,823	2,542
短期借入金	9,187	2,750	20,937	11,750	24,000	3,062
1年内返済長期借入金	25,741	△371	26,624	882	27,673	1,049
固定負債合計	153,217	△3,925	154,140	922	176,267	22,127
長期借入金	85,988	47	87,626	1,638	108,138	20,511
純資産合計	142,444	9,157	149,555	7,110	157,257	7,702
負債純資産合計	398,076	2,980	419,249	21,173	458,557	39,307

04.商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）

■ 連結

商品部門 (百万円)	2022年2月期		2023年2月期		2024年2月期	
	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比 ^{※1}	売上高	前年同期比
ホームインプロブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	201,114	104.4%	207,336	103.5%	218,848	105.6%
ハウスキーピング (家庭用品)	143,383	93.5%	141,815	99.2%	144,630	105.6%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	68,374	100.6%	60,549	102.1%	67,554	111.6%
食品 (フード・酒類)	-	-	-	-	11,351	-
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	12,832	97.5%	13,434	105.0%	13,961	103.9%
合計	425,704	99.7%	423,136	101.8%	456,345	107.8%

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2022年2月期 ^{※2}			2023年2月期 ^{※2}			2024年2月期		
	売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比 ^{※1}	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率
ホームインプロブメント	159,661	104.1%	40.05%	162,274	101.9%	39.37%	173,190	106.7%	39.03%
ハウスキーピング	136,222	93.0%	37.90%	132,775	97.7%	37.56%	134,844	101.6%	37.21%
ペット・レジャー	67,828	100.7%	37.41%	59,916	102.0%	41.59%	64,738	108.0%	41.80%
その他	16,151	104.2%	29.32%	18,102	112.3%	25.57%	19,327	106.8%	24.58%
合計	379,863	99.3%	38.35%	373,068	100.8%	38.41%	392,101	105.1%	38.15%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 ビーバートザンの数値は含んでおりません。

05.PB商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）

■ 連結

商品部門 (百万円)	2022年2月期			2023年2月期			2024年2月期		
	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差
ホームインプロブメント (DIY用品)	55,598	31.5%	3.1pt	60,757	33.7%	2.2pt	65,227	34.1%	0.4pt
ハウスキーピング (家庭用品)	50,282	36.5%	1.8pt	50,541	37.1%	0.6pt	51,878	36.1%	△1.0pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	22,513	38.9%	2.2pt	24,126	40.8%	1.9pt	26,272	39.7%	△1.1pt
合計	128,394	34.5%	2.4pt	135,425	36.0%	1.5pt	143,377	35.7%	△0.3pt

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2022年2月期※2			2023年2月期※2			2024年2月期		
	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差
ホームインプロブメント (DIY用品)	50,867	34.8%	2.1pt	53,353	36.0%	1.2pt	56,509	35.5%	△0.5pt
ハウスキーピング (家庭用品)	49,577	37.9%	2.0pt	49,513	38.9%	1.0pt	49,827	38.6%	△0.3pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	22,361	39.0%	2.2pt	23,942	40.9%	1.9pt	25,863	40.8%	△0.1pt
合計	122,807	36.7%	2.0pt	126,809	37.9%	1.2pt	132,200	37.6%	△0.3pt

※1 連結・コーナン単体共に、リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。

※2 ビーバートザンの数値は含んでおりません。

06.事業会社 業態別実績

会社名 (百万円)	業態	2022年2月期			2023年2月期			2024年2月期		
		売上高	前年 同期比	粗利益率	売上高	前年※1 同期比	粗利益率	売上高	前年 同期比	粗利益率
コーナン	HC	308,347	96.2%	39.07%	294,372	98.6%	39.62%	300,074	101.9%	39.34%
	PRO	69,889	111.0%	35.42%	75,016	107.6%	35.29%	81,903	109.2%	35.43%
	その他※2	7,865	-	-	9,793	-	-	10,123	-	-
	計	386,103	99.2%	38.26%	379,183	100.8%	38.33%	392,101	103.4%	38.15%
建デポ	PRO	40,632	107.3%	30.15%	44,655	110.9%	30.01%	47,170	105.6%	30.74%
	その他※2	892	-	-	1,034	-	-	1,564	-	-
	計	41,524	107.8%	29.81%	45,690	111.0%	29.66%	48,734	106.7%	30.25%
HIひろせ	雑貨	-	-	-	-	-	-	10,588	-	33.54%
	食品	-	-	-	-	-	-	5,753	-	25.55%
	その他※2	-	-	-	-	-	-	1,406	-	-
	計	-	-	-	-	-	-	17,748	-	29.86%
コーナンベトナム	計	1,586	91.9%	26.78%	3,077	194.1%	32.73%	3,757	122.1%	33.69%
連結調整		△3,509	-	-	△4,815	-	-	△5,996	-	-
連結合計	計	425,704	99.7%	37.70%	423,136	101.8%	37.77%	456,345	107.8%	37.43%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 その他：EC、他社への商品供給（自社グループ内含む）等

07.店舗数（2024年2月末時点）

	業態	2022年2月期			2023年2月期			2024年2月期		
		出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数
コーナン	HC*	18	3	320	15	1	334	8	2	340
	PRO	5	1	106	13	0	119	12	1	130
	計	23	4	426	28	1	453	20	3	470
建デポ	PRO	3	1	68	6	2	72	8	0	80
HIひろせ	HC+食品 +PRO	-	-	-	-	-	-	32	0	32
コーナンベトナム	HC	0	0	8	3	0	11	2	0	13
コーナンカンボジア	HC	-	-	-	3	0	3	0	0	3
合計	計	26	5	502	40	3	539	62	3	598

※CAMP DEPOT 9店舗含む



【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・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みとは異なる可能性があります。