

2024年3月期 第1四半期
決算説明資料

株式会社ハードオフコーポレーション

東証プライム 2674



1

2024年3月期第1四半期 決算概要

2

2024年3月期 通期の見通し

3

中期経営計画

4

トピックス

2024年3月期 第1四半期決算概要（連結P／L）

売上高・各利益とも計画通り順調に進捗

(百万円)	2023/3期 1 Q実績	2024/3期 1 Q		上期進捗率	通期進捗率
		実績	前期比		
売上高	6,560	7,177	+9.4%	50.2%	23.9%
売上総利益	4,567	4,989	+9.2%	—	—
売上総利益率	69.6%	69.5%	▲0.1%p	—	—
販管費	3,838	4,311	+12.3%	—	—
営業利益	729	678	▲6.9%	66.7%	26.6%
営業利益率	11.1%	9.5%	▲1.6%p	—	—
営業外収益	40	59	+45.2%	—	—
営業外費用	3	2	▲32.2%	—	—
経常利益	766	735	▲4.0%	65.7%	27.2%
経常利益率	11.7%	10.2%	▲1.5%p	—	—
特別利益	5	0	—	—	—
特別損失	3	0	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	512	484	▲5.5%	67.3%	28.5
四半期純利益率	7.8%	6.8%	▲1.0%p	—	—

決算のポイント（連結）

売上高

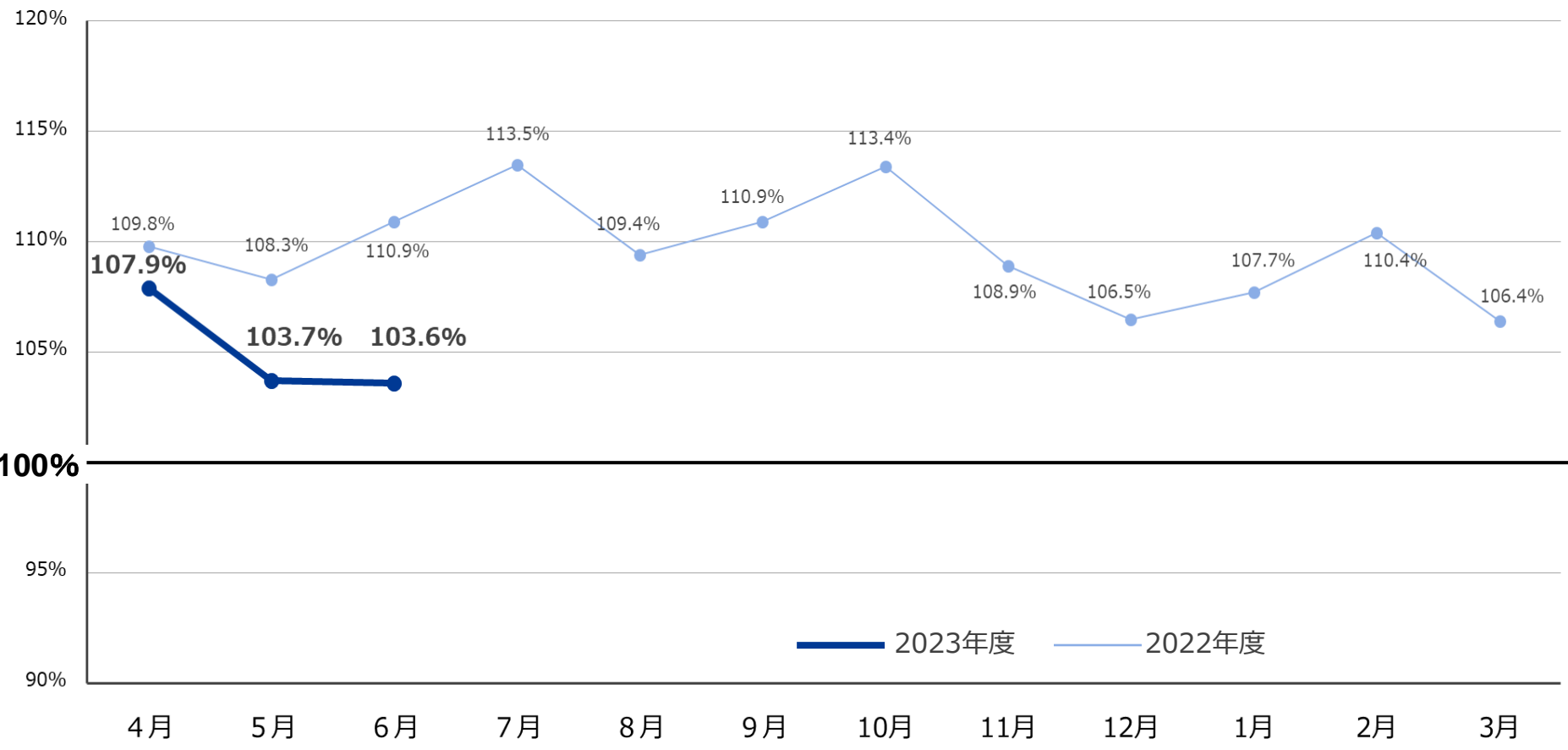
- SDGsの浸透によるリユース意識の高まり、インフレに伴うリユース品需要拡大もあり、国内既存店売上高は5.0%増と堅調 22カ月連続の前年超え。
- 直営店を4店舗新規出店した結果、全社売上高は9.4%増、過去最高を更新。

営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する四半期純利益

- 期中オープンの新店4店舗に加え、2店舗分の開業費用の先行発生。
- 既存店2店舗分の移転費用、既存店14店舗分のリニューアル費用発生。
- 主に上記要因により、販管費12.3%増
（前年同期は新店2店舗、移転・リニューアルは無し）
- 営業利益は6.9%減、経常利益は4.0%減、親会社株主に帰属する四半期純利益は5.5%減。上期計画、通期計画に対して順調に進捗。

既存店売上高 前年同月比推移 (連結)

既存店売上高は**5.0%増**と堅調



第1四半期 通期
105.0%

リユース店舗数の増減

直営店4店舗、F C店舗2店舗を出店し純増6

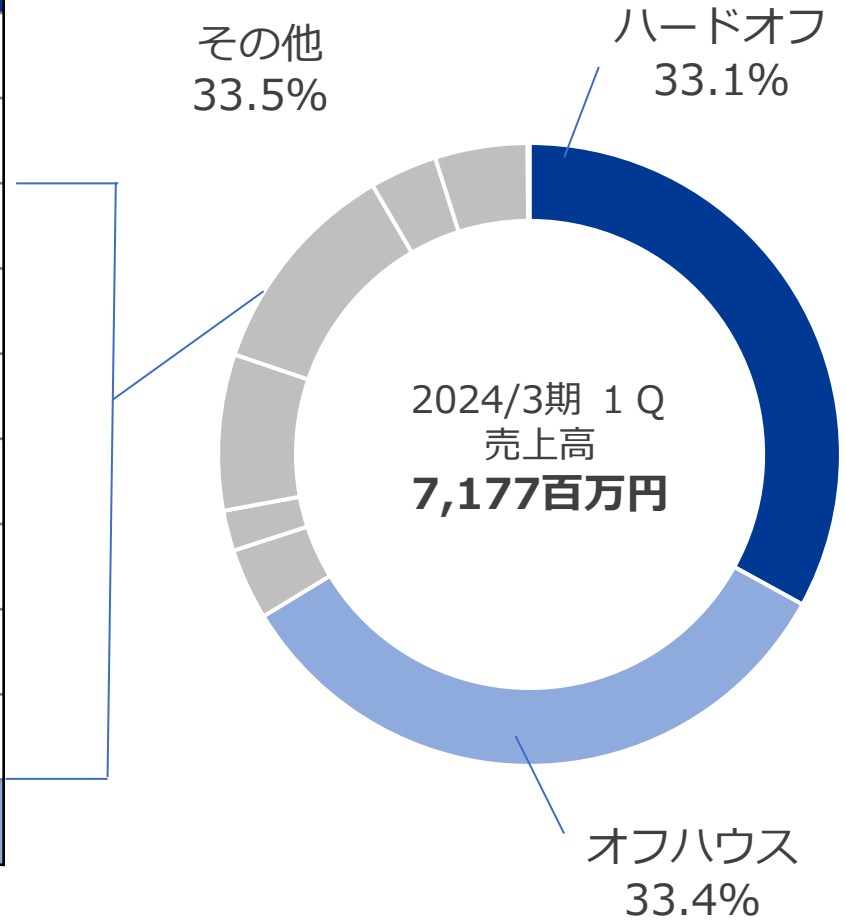
	ハードオフ	オフハウス	モード オフ	ガレージ オフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	2023年6月末 合計
直 営 店	142	127	15	10	57	4	50	7	412
	+2/▲0	+1/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+1/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+4/0
F C 店	237	196	2	5	77	1	-	7	525
	+0/▲0	+1/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+1/▲0	+0/▲0	-	+0/▲0	+2/▲0
合 計	379	323	17	15	134	5	50	14	937
	+2/▲0	+2/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+2/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+6/▲0

- ・ +は開店、▲は閉店を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。
- ・ 上記の他、新刊書籍販売の「ブックオン」を直営店として1店舗運営しております。

売上高構成（連結）

ハードオフ・オフハウスを中心にバランスの取れた売上構成
2業態を柱にリユース事業の多角化を実現

事業区分	売上高（百万円）	構成比
ハードオフ	2,375	33.1%
オフハウス	2,394	33.4%
モードオフ	280	3.9%
ガレージオフ	131	1.8%
ホビーオフ	615	8.6%
ブックオフ	761	10.6%
海外	271	3.8%
FC事業	339	4.7%
その他	6	0.1%
合計	7,177	100.0%



- ・リカーオフは、オフハウス事業に含めて表示しております
- ・FC事業は、ハードオフ・オフハウス・モードオフ・ガレージオフ・ホビーオフ・リカーオフのフランチャイズ事業です

販売費及び一般管理費の内訳（連結）

開業費用の先行発生等で費用が増加したものの、計画通りに進捗

(百万円)	2023/3期 1 Q		2024/3期 1 Q		
	実績	販管費 構成比	実績	販管費 構成比	前期比
人件費	2,107	54.9%	2,338	54.2%	+11.0%
広告宣伝費	49	1.3%	58	1.3%	+17.8%
水道光熱費	122	3.2%	140	3.3%	+14.3%
減価償却費	132	3.4%	150	3.5%	+14.2%
地代家賃	865	22.6%	905	21.0%	+4.6%
その他	560	14.6%	717	16.6%	+27.9%
合計	3,838	100.0%	4,311	100.0%	+12.3%

売上高・経常利益・店舗数推移（連結）

	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期
売上高（百万円）	18,869	19,350	21,270	24,507	27,040
経常利益（百万円）	1,147	970	886	1,668	2,510
経常利益率	6.1%	5.0%	4.2%	6.8%	9.3%
店舗数	895	898	913	914	931
直営店舗数	320	323	389	396	408
F C店舗数	575	575	524	518	523

- 1 2024年3月期 第1四半期決算概要
- 2 2024年3月期 通期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

2024年3月期 通期の見通し 連結P / L

(百万円)	2023/3期	2024/3期		
	実績	上期	下期	通期
売上高	27,040	14,300 (+10.3%)	15,700 (+11.6%)	30,000 (+10.9%)
営業利益	2,312	1,017 (▲3.5%)	1,533 (+21.9%)	2,550 (+10.3%)
経常利益	2,510	1,120 (▲2.3%)	1,580 (+15.8%)	2,700 (+7.5%)
経常利益率	9.3%	7.8% (▲1.0%P)	10.1% (+0.4%P)	9.0% (▲0.3%P)
親会社に帰属する当期純利益	1,653	720 (▲2.6%)	980 (+7.1%)	1,700 (+2.8%)
当期純利益率	6.1%	5.0% (▲0.7%P)	6.2% (▲0.3%P)	5.7% (▲0.4%P)

・ () 内は前年同期比を表しております。

2024年3月期 通期の見通し ポイント

売上高

30,000百万円  前期比+10.9%

- 28期連続増収、過去最高更新の継続を見込む
- 既存店前期比+5.0%
- 直営店舗純増29（新規出店30、閉店1）

営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

営業利益 2,550百万円 	経常利益 2,700百万円 	親会社株主に帰属する 当期純利益 1,700百万円 
+10.3%	+7.5%	+2.8%

- 新規出店の増加、既存店舗の修繕・リニューアルの実施、IT投資の継続(システム開発・保守強化・機器入替)等に伴う経費増を受け、各利益はそれぞれ10.3%、7.5%、2.8%の増益、2期連続の過去最高更新を見込む。
- 前期に比べ、新規出店数の上期ウェイトが高いため、上期は減益。

2024年3月期の見通し チェーン売上高

国内チェーン売上高 597億円⇒**640億円**
 国内外チェーン売上高 609億円⇒**655億円**

	2023/3期	2024/3期見込み	
	売上高	売上高	前期比
ハードオフ	23,698	25,610	+8.1%
オフハウス	25,299	26,680	+5.5%
モードオフ	1,096	1,260	+14.9%
ガレージオフ	777	810	+4.2%
ホビーオフ	5,807	6,520	+12.3%
ブックオフ	3,082	3,120	+1.2%
国内合計	59,763	64,000	+7.1%
国内・海外合計	60,984	65,570	+7.5%

単位:百万円

2024年3月期 通期の見通し 店舗数

直営店、FC店ともに積極出店により、純増+45

	ハードオフ	オフハウス	モード オフ	ガレージ オフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	2024/3期 合計
直 営 店	153	130	17	11	62	4	50	10	437
	+13/▲0	+5/▲1	+2/▲0	+1/▲0	+6/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+3/▲0	+30/▲1
F C 店	242	200	2	5	81	1	-	8	539
	+6/▲1	+6/▲1	+0/▲0	+0/▲0	+5/▲0	+0/▲0	-	+1/▲0	+18/▲2
合 計	395	330	19	16	143	5	50	18	976
	+19/▲1	+11/▲2	+2/▲0	+1/▲0	+11/▲0	+0/▲0	+0/▲0	+4/▲0	+48/▲3

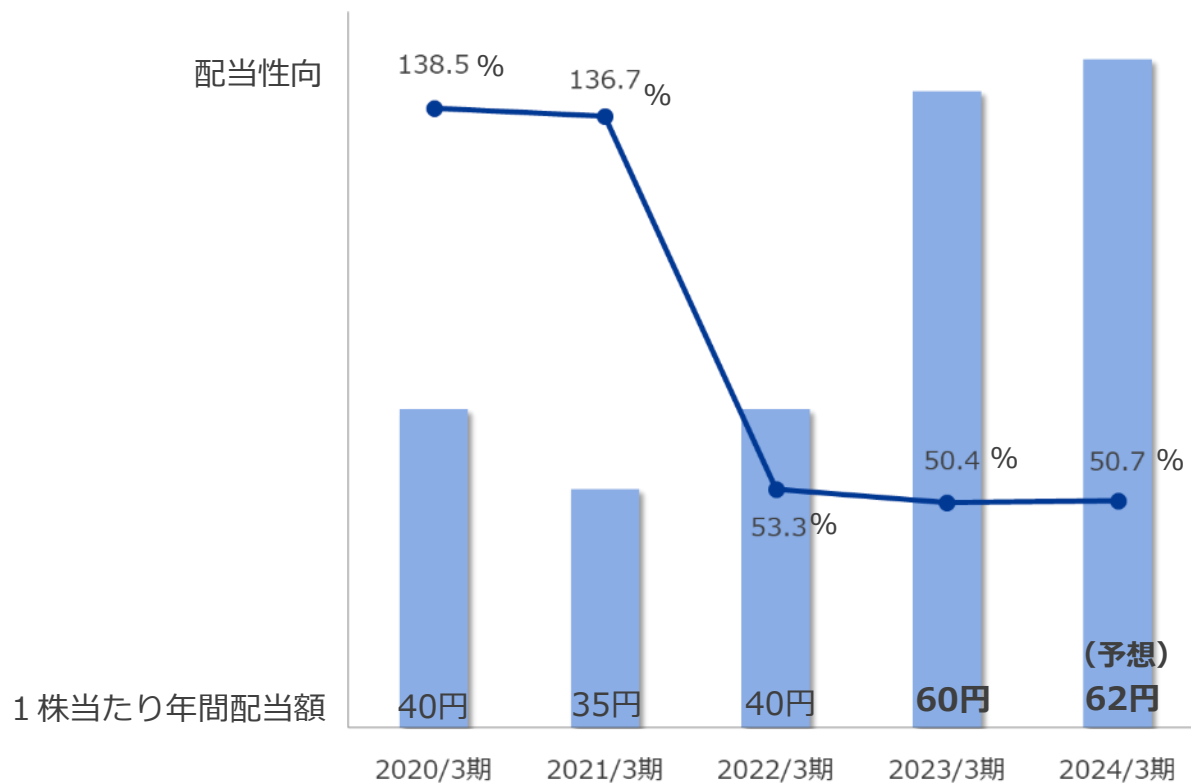
- ・ +は開店、▲は閉店を表しております。
- ・ 子会社が運営する店舗は直営店に含めております。

2024年3月期 通期の見通し 経営効率

	2023/3期 (連結)	2024/3期 (連結)
	実績	見込み
売上高経常利益率	9.3%	9.0%
ROIC (投下資本収益率)	9.9%	10.2%
ROA (総資産経常利益率)	12.7%	12.8%
ROE (自己資本当期純利益率)	11.4%	10.8%
EPS (1株当たり当期純利益)	119円13銭	122円32銭
BPS (1株当たり純資産)	1,099円30銭	1,161円62銭

1株あたり配当金と配当性向推移

配当性向50%程度を目安として、各期の業績や内部留保を総合的に勘案のうえ、安定的な配当を実施



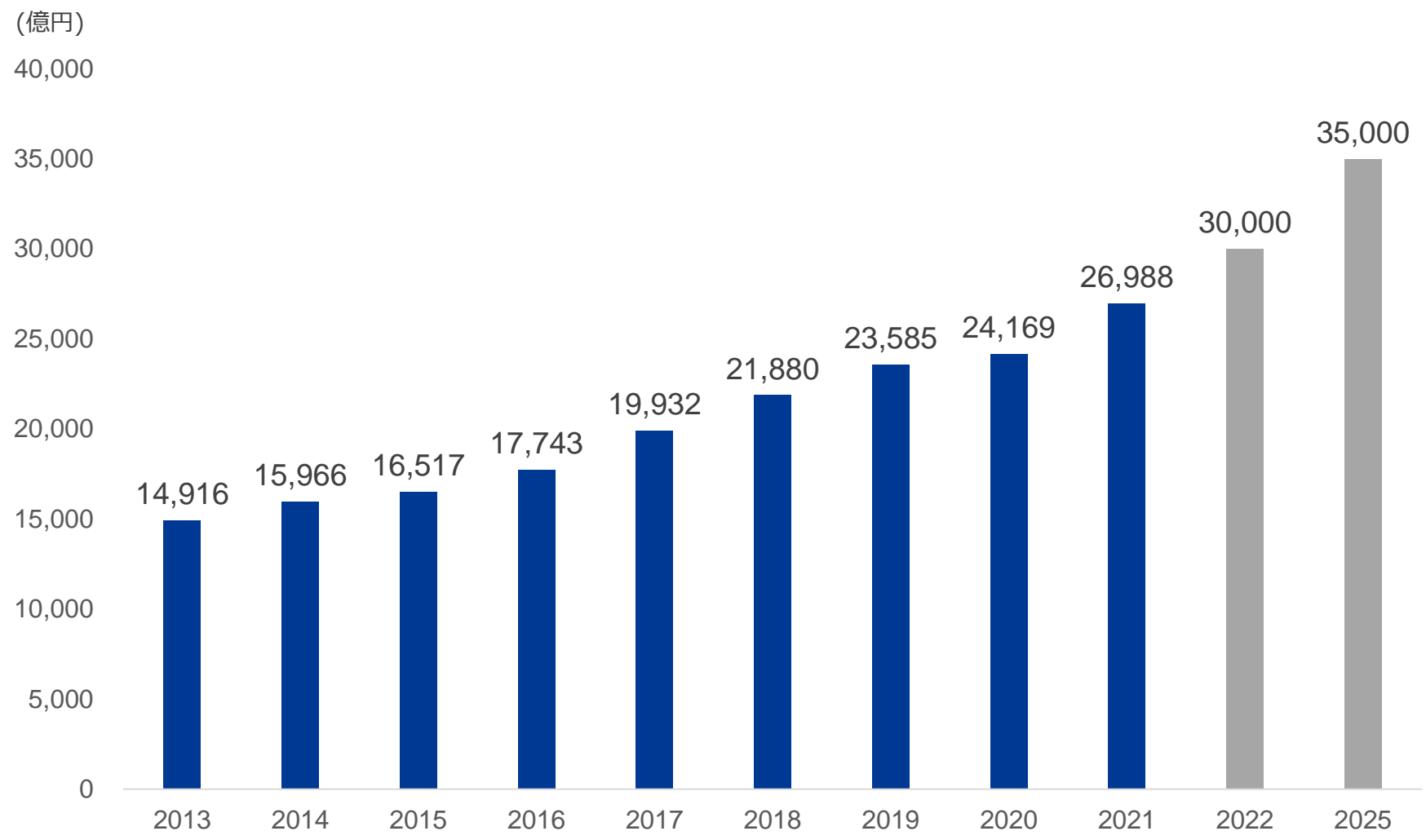
	2023/3期	2024/3期
年間配当金	60円	62円 (予想)

- 1 2024年3月期 第1四半期決算概要
- 2 2024年3月期 通期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

理念経営に磨きをかけ、
誰にも真似できない**唯一無二の存在**になる。
強いリアル店舗を中心とした
“Re”NK CHANNEL を作り上げ、
日本国内でも、海外でも、
圧倒的なリユースのリーディングカンパニー
として循環型社会の構築に貢献する。

リユース市場規模の推移と予測

市場は**右肩上がり**に成長 2022年には3兆円規模の予想



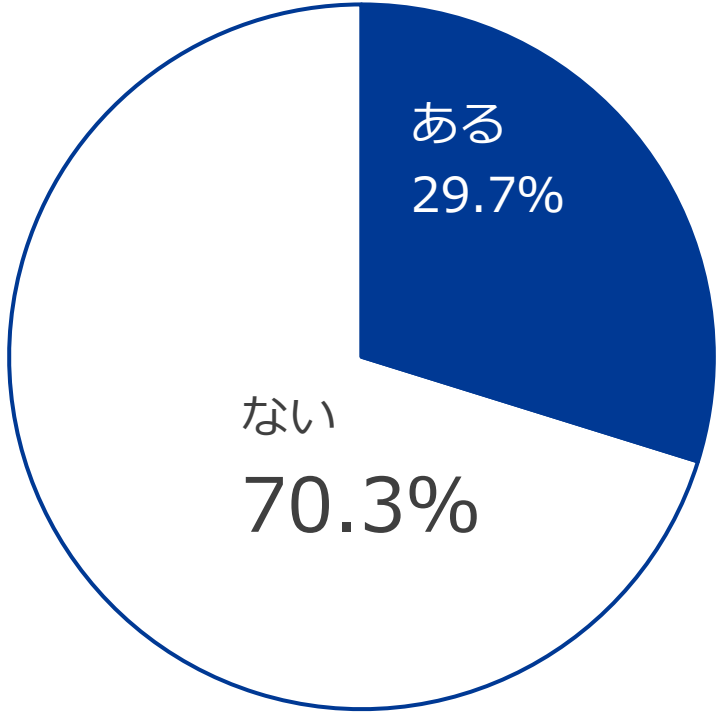
(出典 リサイクル通信『中古市場データブック2022』)

※2022年～は予測値

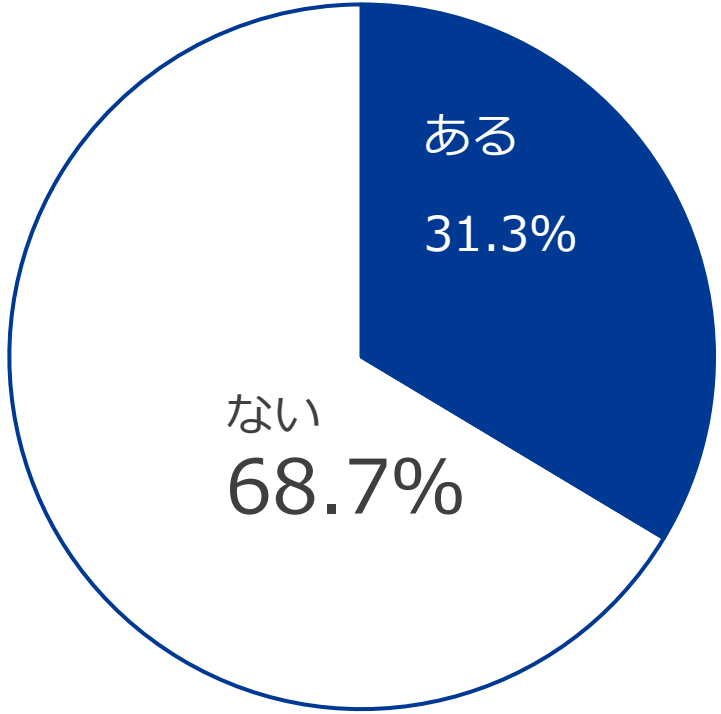
リユースの利用率

リユース利用経験者は約 3 割 **市場の伸びしろ大**

過去 1 年のリユース品
購入経験



過去 1 年の不用品
売却・引き渡し経験



(出典 令和3年度リユース市場規模調査報告書)

“Re”NK CHANNEL (リンクチャンネル)

リアルとネットの様々なチャンネルを
融合させるハードオフ版のオムニチャンネル戦略



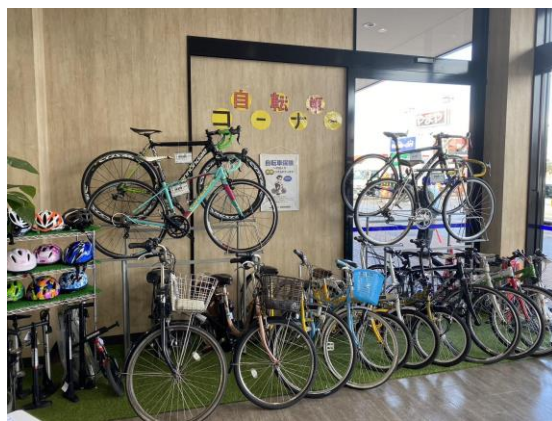
中期経営計画

4つの戦略で中期経営計画の達成を目指す

リアル店舗戦略	個店の魅力の深掘り 新業態の開発
出店戦略	出店商圈の考え方（新潟モデル）
デジタル戦略	オフモール ハードオフ公式アプリ オファー買取アプリ
海外戦略	現在14店舗の海外店舗網を拡大強化

リアル店舗戦略 魅力のある強いリアル店舗

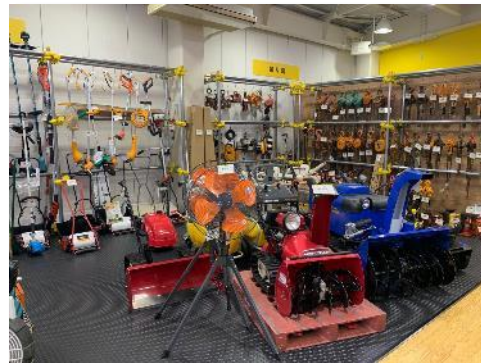
お客様をワクワクさせる唯一無二の個性ある店舗づくり



地域のお客様から買い取った品物をそのまま買い取った店舗で販売する
地産地消型リユースショップ。品揃えが個々の店舗によって異なり
チェーン店でありながら店舗ごとに特色があるのが強み。

工具専門店、アウトドア専門店のF C展開を進める

ハードオフ 工具館 7店舗



- ・コロナ過で工具やアウトドア用品の**需要が拡大**
- ・2020年より専門リユース店の展開を開始
- ・工具は**中古品の価値が落ちにくい**
- ・アウトドア用品は実際に目で見て買いたいという**お客様のニーズ**

オフハウス アウトドア&スポーツ 5店舗



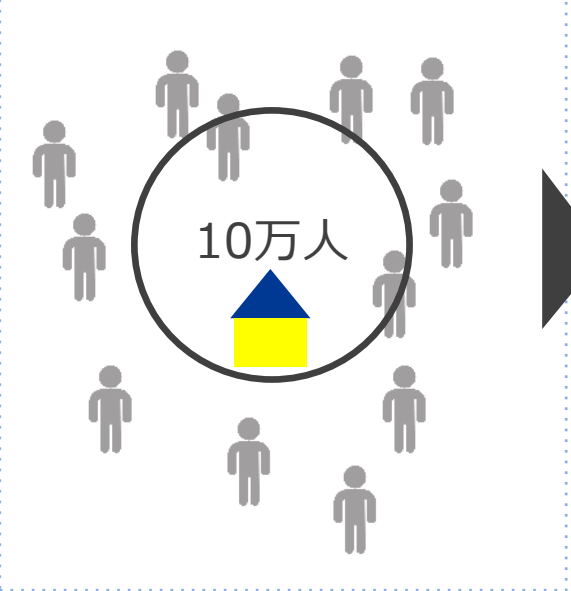
- ・工具館はフランチャイズ募集開始
2022年9月にF C 1号店オープン
- ・アウトドア&スポーツは2023年5月より
フランチャイズ募集を開始
2023年5月にF C 1号店オープン
(山梨県甲府市)

出店戦略 空白地域への積極出店

地方都市の空白エリアも強化 新潟モデルを全国へ

基本の出店基準

人口10万人に対し 1 店舗

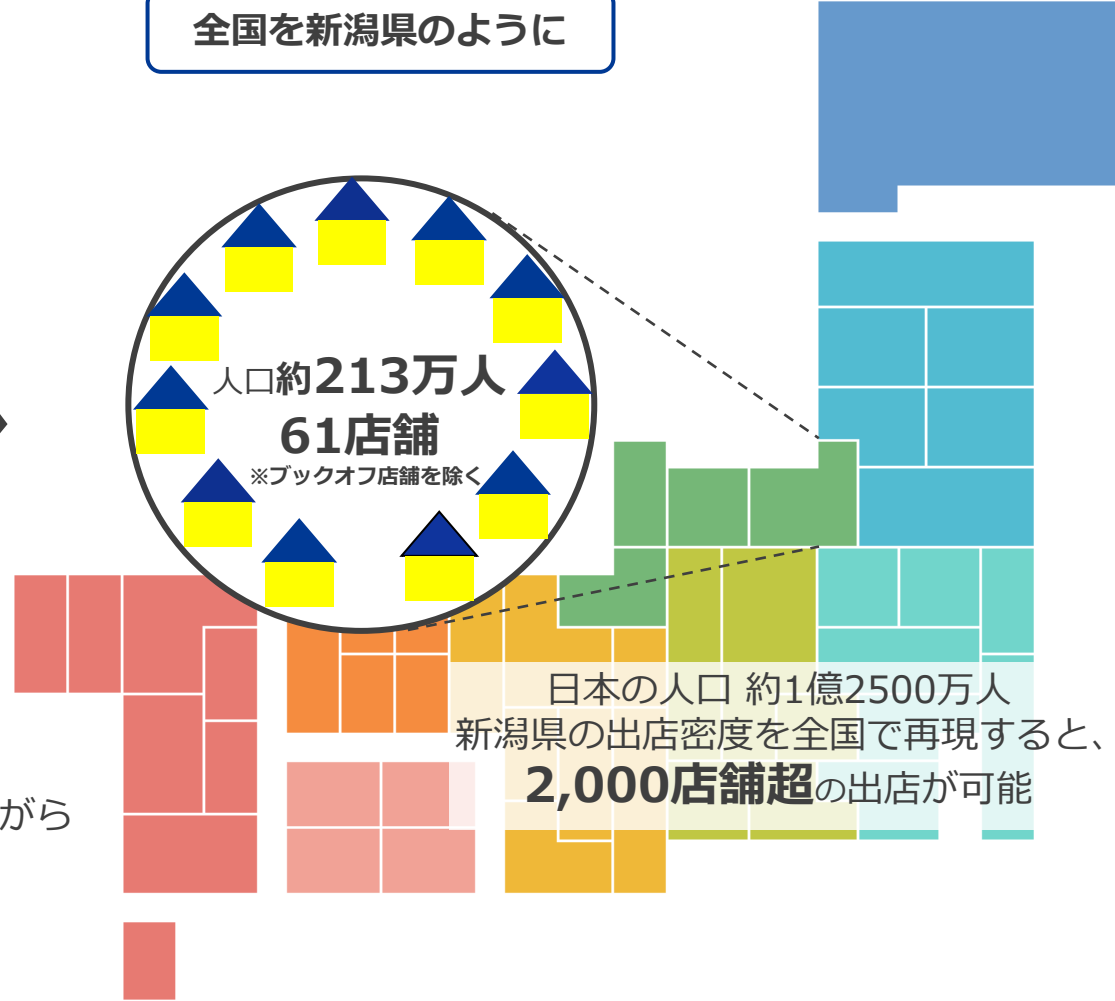


10万商圈への出店を確実に達成しながら
さらなる空白地域へ

全国を新潟県のように

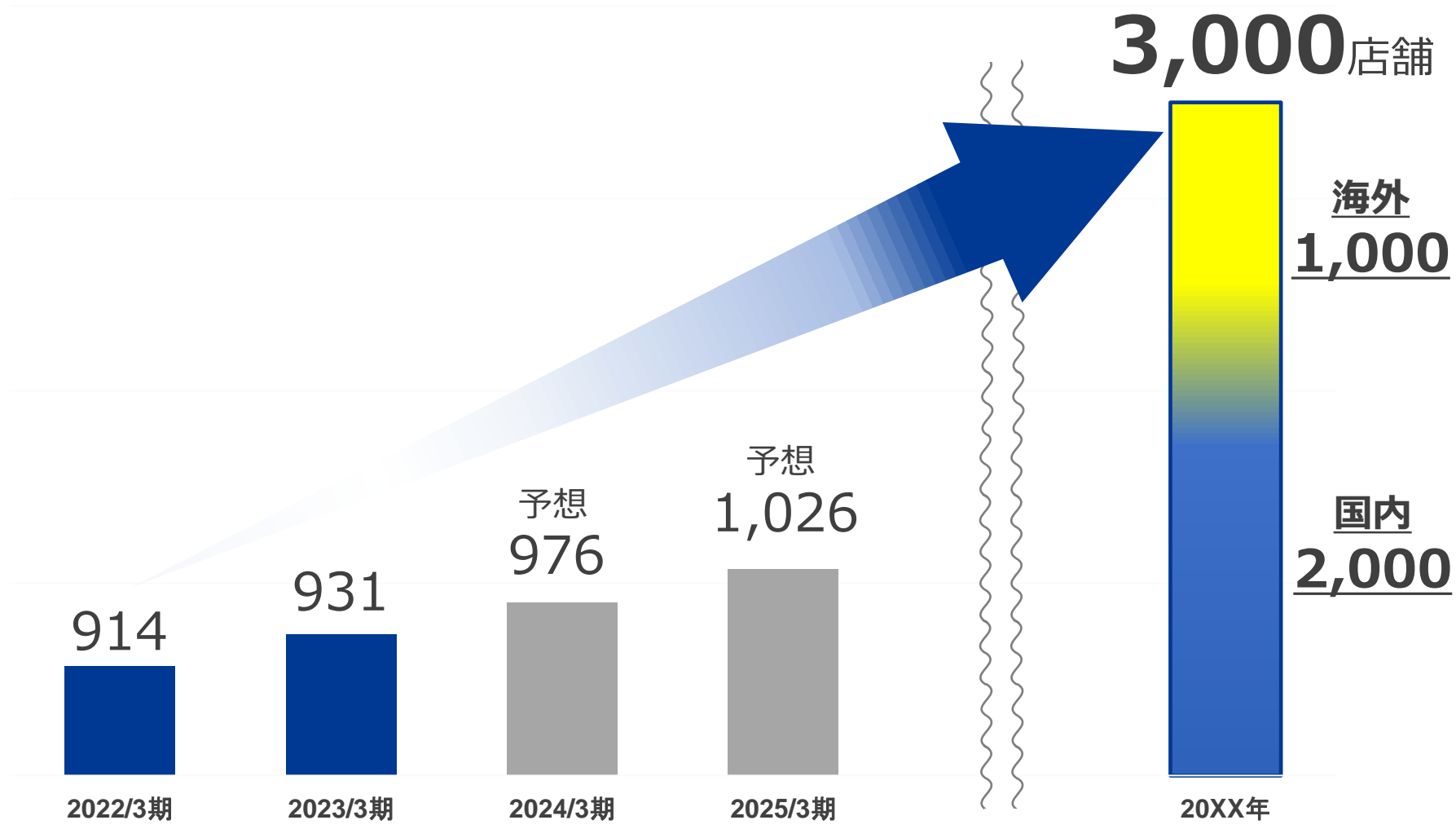


日本の人口 約1億2500万人
新潟県の出店密度を全国で再現すると、
2,000店舗超の出店が可能

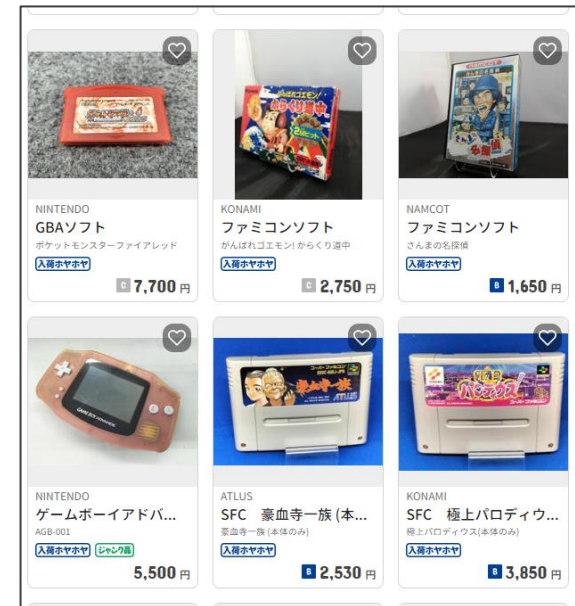


出店戦略 グループ店舗数 中・長期目標

2025年3月期 グループ店舗**1,000**店舗突破
長期的には**3,000**店舗突破を目指す

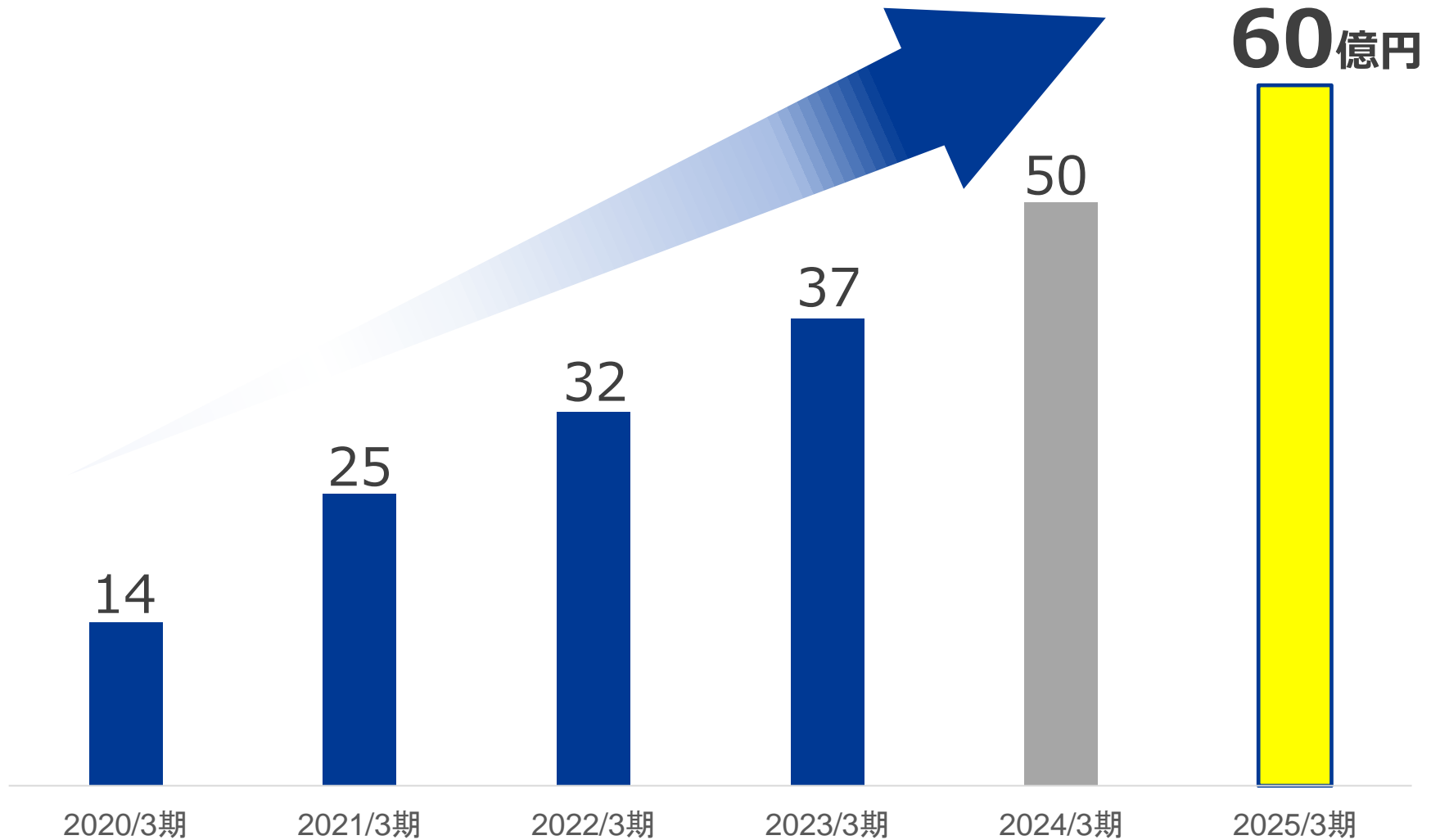


全国のグループ店舗の商品を購入できる独自のECサイト



- 定期的に特集を組み人気ジャンルの商品をアピール
- ジャンク品から高額ブランド品まで幅広い品ぞろえ
- 商品は随時更新、リアル店舗に来店するようなお買い物体験を目指す

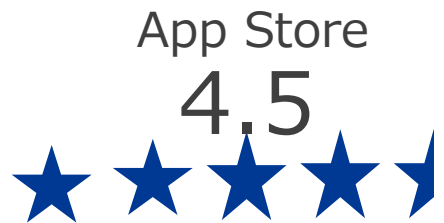
2025/3期 年間チェーン売上**60億円**を目指す



会員証・店舗検索・EC等コアユーザー向け機能を実装

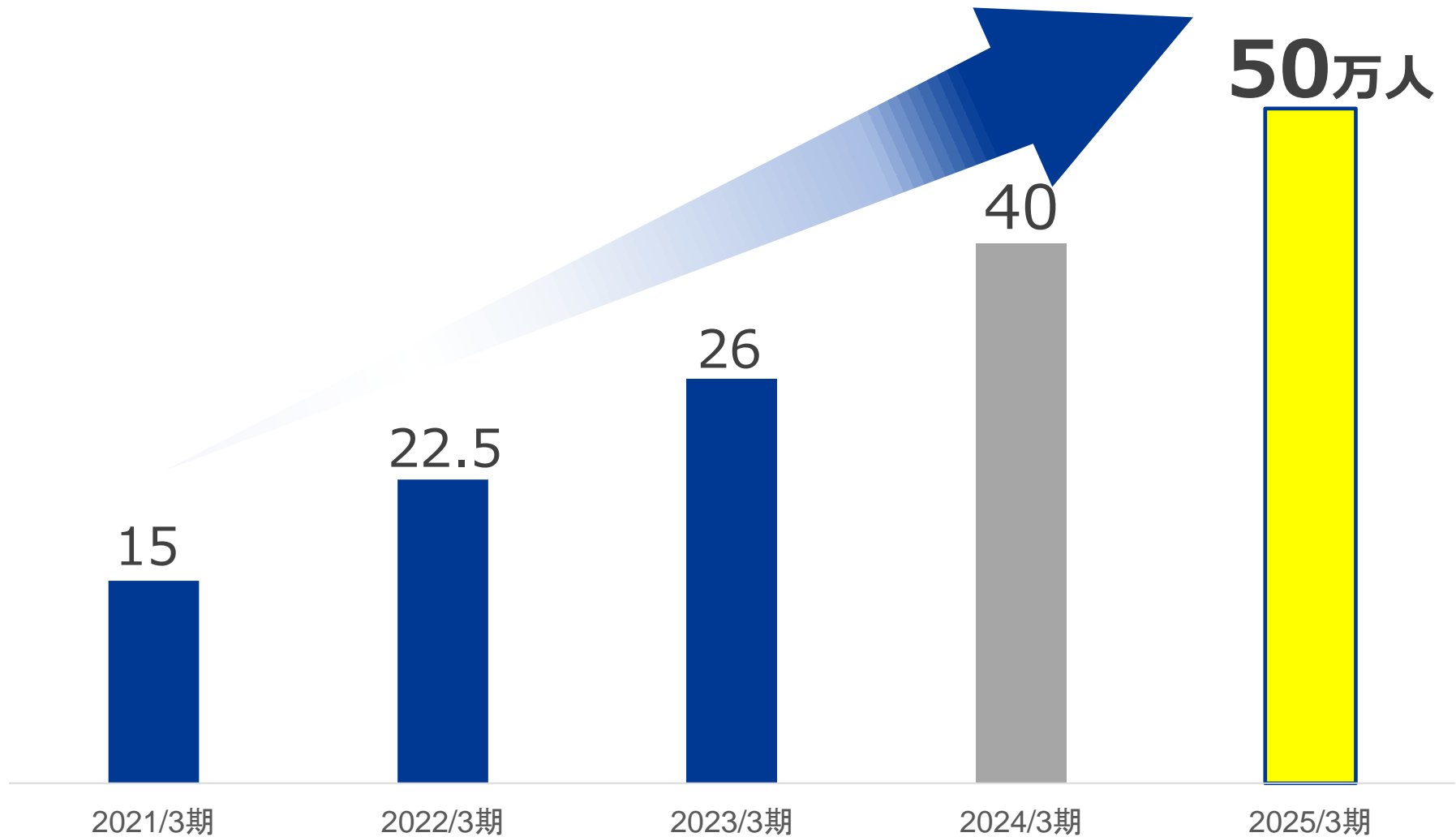


ストア高評価を維持



2022年12月に累計**100万ダウンロード**を突破

デジタル戦略 公式アプリ月間利用者数 (MAU) 中期目標

2025/3期 月間利用者数 **50万人**を目指す



不要品を出品すると店舗から買取のオファーが届く



ストア高評価を維持

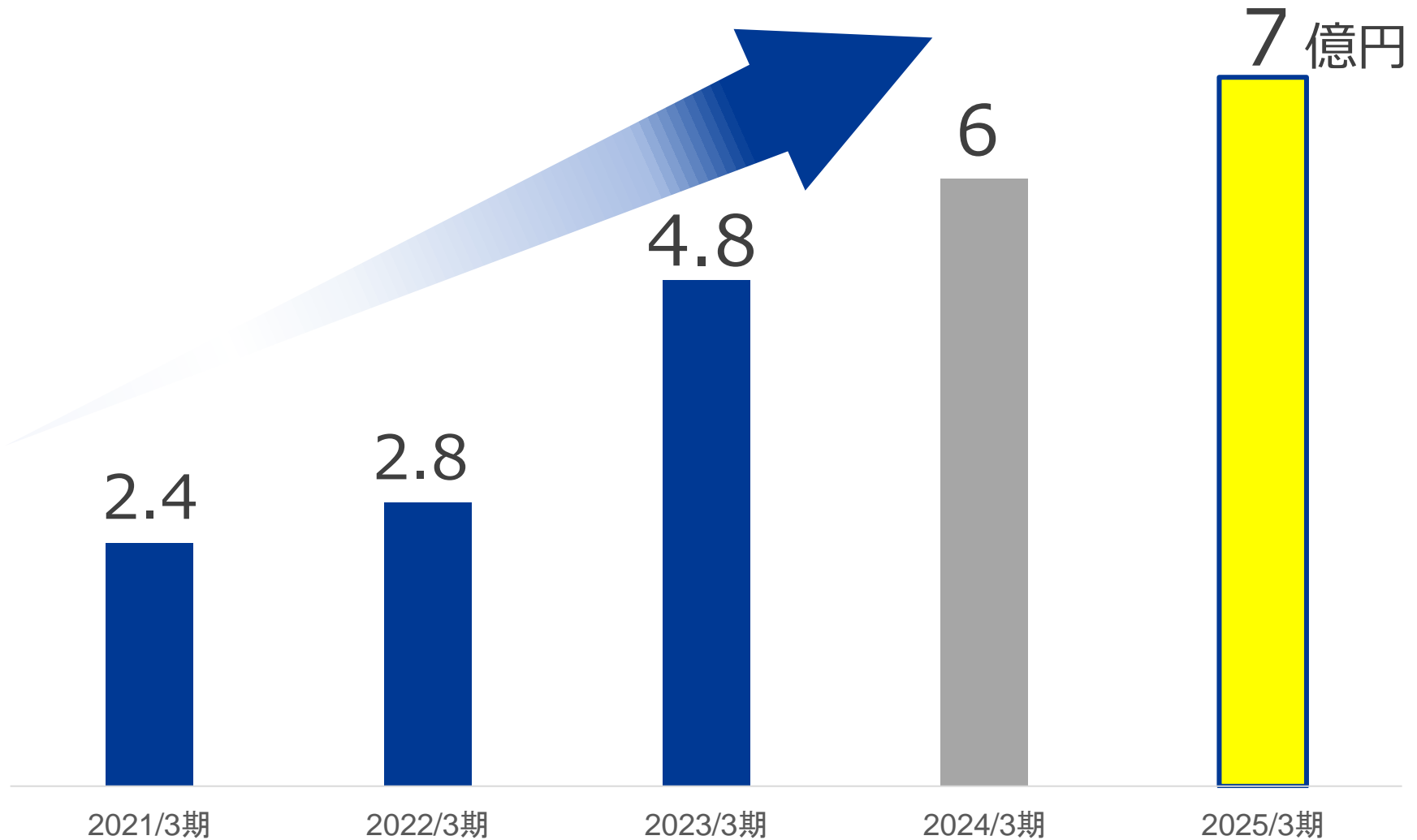


オファー買取の流れ

- ①不要品の写真を撮影し、ブランドやコンディションを入力
- ②全国のハードオフグループ店舗から買い取り金額のオファーが届く
- ③受けたいオファーを選び、宅配買取の依頼をする

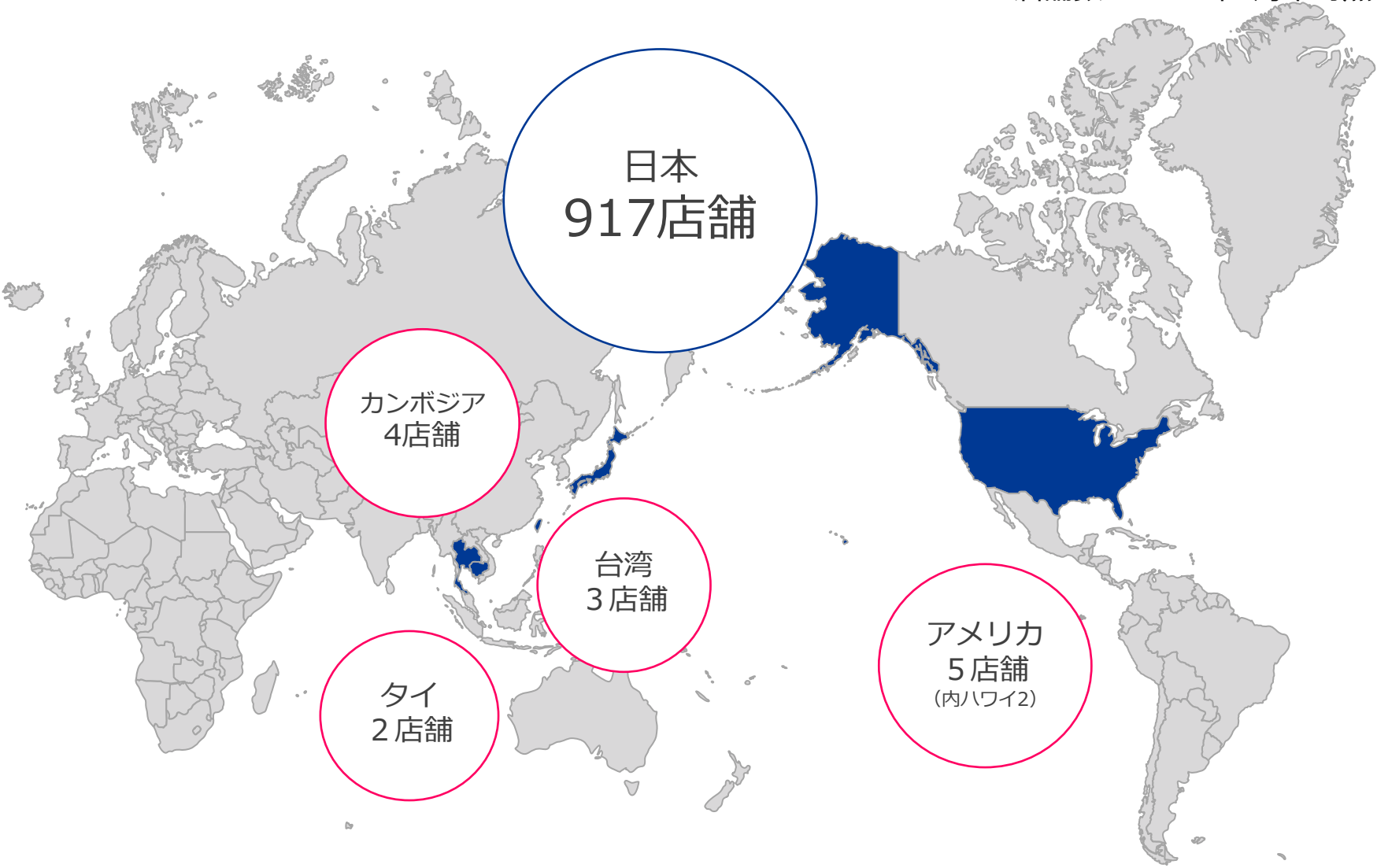


2025/3期 オファ―年間成約金額7億円を目指す

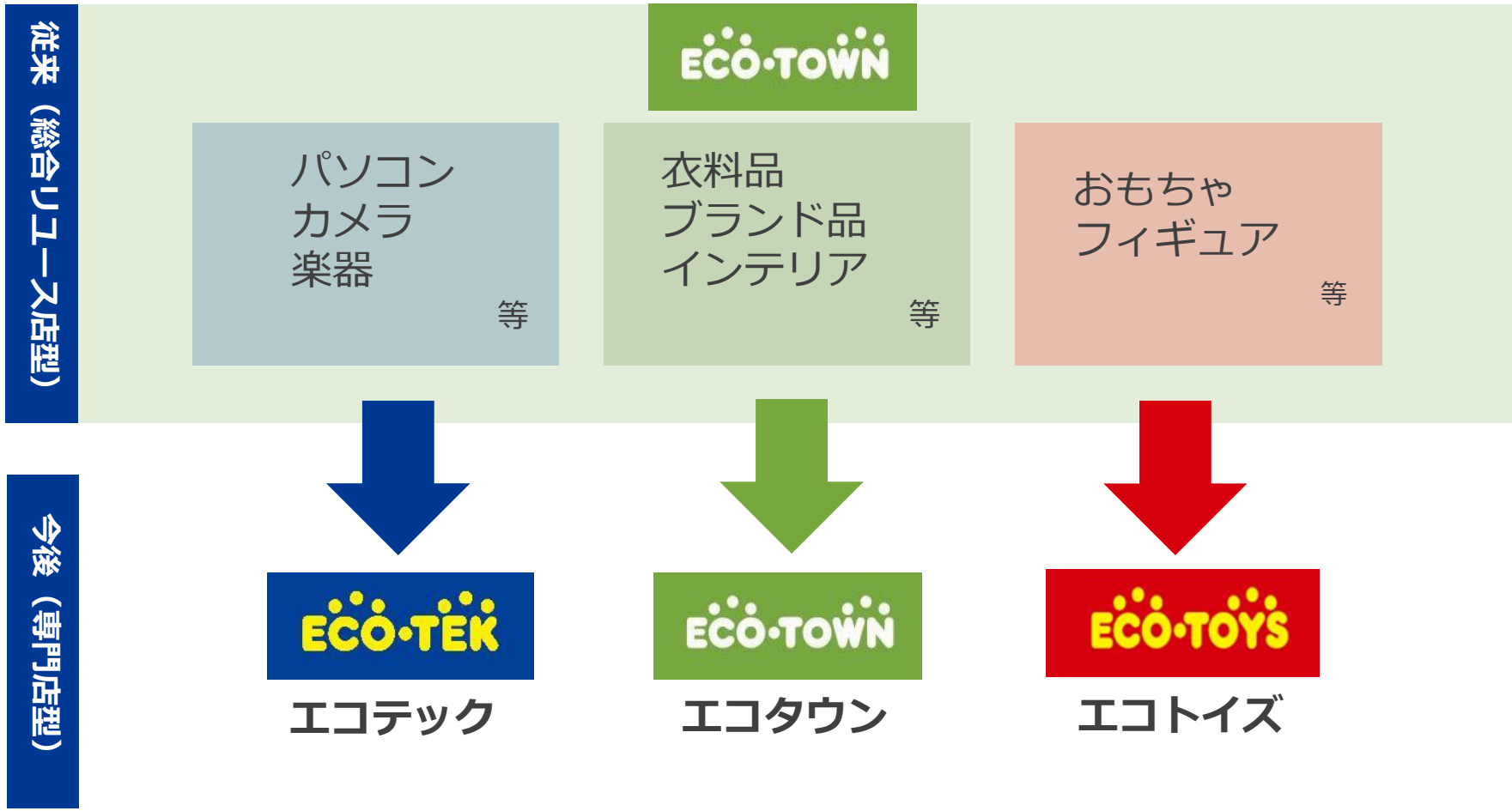


海外でグループ店舗14店舗を出店

店舗数：2023年3月末時点



アメリカの出店業態の見直し
既存のエコタウンからエコテック・エコトイズに分化



3つの店舗ブランドで**2030年 100店舗**達成を目指す

新業態ECO TEK（エコテック） 1号店をオープン



ECO·TEK



店舗名

ECO TEK Fountain Valley Store
(エコテック ファウンテンバレーストア)

住所

18880 Brookhurst St, Fountain Valley, CA 92708

オープン日

2023年3月18日（土）

取扱商品

楽器・オーディオ・ビジュアル・PC・ゲーム機器・
カメラ等



中期経営計画（3か年計画）の前提

	2024/3期	2025/3期	2026/3期
直営店			
既存店売上高前期比	+5%	+2%	+2%
新規出店	30	33	33
閉店	1	0	0
純増	+29	+33	+33
F C加盟店			
純増	+16	+17	+17
チェーン全体（直営+ F C）			
純増	+45	+50	+50
店舗数	976	1,026	1,076

中期経営計画（3か年計画）

経常利益率は**10%**、ROEは**12%超**を目指す

(百万円)	2023/3期 実績	2024/3期 計画	2025/3期 計画	2026/3期 計画
売上高	27,040 (+10.3%)	30,000 (+10.9%)	33,000 (+10.0%)	37,000 (+12.1%)
経常利益	2,510 (+50.5%)	2,700 (+7.5%)	3,150 (+16.7%)	3,700 (+17.5%)
経常利益率	9.3%	9.0%	9.5%	10.0%
当期純利益	1,653 (+58.7%)	1,700 (+2.8%)	1,900 (+11.8%)	2,200 (+15.8%)
ROE	11.4%	10.8%	11.4%	12.5%

- 1 2024年3月期第1四半期 決算概要
- 2 2024年3月期 通期の見通し
- 3 中期経営計画
- 4 トピックス

2021年度からアンバサダーマーケティングを実施



- ・ 2022年度はタレント、一般の方を合わせ約200名のアンバサダーが活動
- ・ SNSでハードオフ・オフハウスに関する発信を行う

ハードオフ公式アンバサダー

自社コンテンツの製作を開始 新たな魅力発掘へ



公式YouTubeチャンネル開設

ハードオフファンを公言しているEvery Little Thingの伊藤一朗さん、KICK THE CAN CREWのMCUさんのお二人をアンバサダーにお迎えし、全国各地にあるハードオフ・オフハウスなどの店舗を巡るシリーズ企画を展開



【4/28グランドオープン!】「カードゲーム対戦スペース」「楽器セレクション」などこだわり満載のハードオフ・ホビーオフ広島八木店の店長に直撃インタビュー

2023年05月31日 お知らせ



ニュースコラムの製作

新店情報や個性的な店長・スタッフを紹介するコラムを展開。今まで表に出なかったコアな情報を記事化することで、既存ファンへの情報共有や新規ファンの獲得を目指していく。

本業であるリユースを通じてSDGsの達成に貢献します



リユース事業

リユースショップを日本全国・海外で展開。
物の再利用＝リユースを促進することで廃棄物を減らし、
環境保護に貢献。

リユース事業による年間CO₂排出削減量

品目	買い取り点数から換算した 新品製造時にかかるCO ₂ 排出削減量
ゲーム機	5,802トン
パソコン	1,505トン
携帯電話	232トン
テレビ	5,881トン
冷蔵庫	5,978トン
洗濯機	7,035トン

ハードオフグループでの買い取りにより
新品を製造した場合に比べ
26,432トンのCO₂を削減



家庭におけるCO₂排出量は
1世帯あたり2.8トン
9,440世帯分のCO₂を削減



(※) ハードオフ・オフハウス店舗での主要6品目 2022年度買い取り点数を元に当社にてチェーン数値を試算
参考：環境省「平成22年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」「令和2年度 家庭部門のCO₂排出実態統計調査」

本業以外でのSDGsに関連する取り組み



HARDOFF ECO スタジアム新潟

2009年より新潟県立野球場のネーミングライツを取得。
日本一環境に優しい球場を目指し、地域社会に貢献。



リユースカップ

Jリーグアルビレックス新潟のエコロジースポンサーとしてデポジット式リユースカップの運営をサポート。



アーチェリー大会

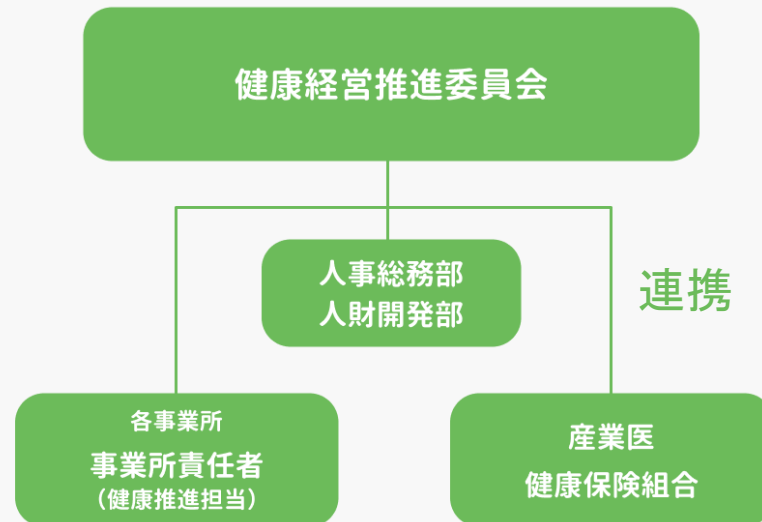
年に1回、「HARDOFF ECO スタジアム新潟」の無料使用権を活用し、障害者スポーツ大会を兼ねたアーチェリー大会を開催。

健康経営に取り組み、社員・スタッフの心身をサポート

ハードオフ健康経営宣言

ハードオフグループは、リユースビジネスを通して、SDGsの大きな基盤となっている環境保全に貢献していきながら、その担い手である社員・スタッフが心身ともに健康で、元気に笑顔で働くことができるよう積極的にサポートし、全社一丸となって持続可能な社会の実現を目指します。

組織・体制図

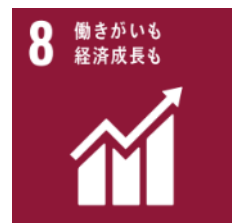


社長を委員長とした健康経営推進委員会を立ち上げ、定期的に課題を共有し、取り組みを検討しています。

重要な事項については取締役会で報告をしております。

健康経営優良法人2023に認定

経済産業省から**健康経営優良法人2023（大規模法人部門）**に認定。
今後はホワイト500を目指し取り組む。



今期重点取り組み

- ・メンタルヘルスに関する取り組みを通して社員・スタッフの心の健康を支える
- ・喫煙率低下に向けた取り組みを実施する
- ・女性の健康保持、増進に向けた取り組みを通して働きやすい環境を整える

今後50年で目指すべき会社像を策定

1

家族を大切にできる会社

2

50年安心して働くことができる会社

3

幸せを感じられる会社

2022年4月より 社員の働きやすさを考えた制度を拡充・新設

転勤制度 見直し

満30歳を迎えた翌年度から**転勤エリアを限定**
→社員がライフプランを立てやすくなると共に
地域に根差した店舗運営を実現

マイホーム 祝金新設

自己、もしくは配偶者との共同名義で初めて住居を取得する
者で勤続5年以上、かつ60歳までの正社員に**100万円を支給**
→安心して生活を送るための拠点となる家を持つことで、
心身ともに健康で仕事に良い影響をもたらせるように

2022年度の祝金取得者 **2名**

ロング バケーション・ 半日有給休暇の 新設

年2回、**5連休以上**のロングバケーション取得を推奨
有給休暇を**半日単位**でも柔軟に取得できるようにする
→適切な休養を取ることで心身のバランスを整え、
元気に働けるように配慮する

賃上げ

2023年4月分より正社員の給与を平均6.3%、18,296円の昇給
(うち、ベースアップ一律 10,000円)

株式会社ハードオフコーポレーション

<https://www.hardoff.co.jp/>

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

IRに関する問い合わせ先

株式会社ハードオフコーポレーション
専務取締役社長室長兼経営管理本部長 長橋 健
E-mail : ir-info@hardoff.co.jp