

2023年8月期 決算説明会

2023年10月17日

株式会社 **ビックカメラ**
東証プライム:3048

株式会社 **コジマ**
東証プライム:7513



2023年8月期 決算説明会

1. **ゴジマ**

2. **ビックカメラ**





株式会社 **コジマ**
(東証プライム:7513)

パーパス

家電を通じて 笑顔あふれる
明るく暖かい未来をつくる
くらし応援企業であること

中 澤 裕 二
代表取締役社長

【コジマ】決算概要

単位:百万円, %	2022年8月期 通期		2023年8月期 通期					
	実績	売上比	計画	売上比	実績	売上比	前期比	計画比
売上高	279,374	100.0	277,900	100.0	267,893	100.0	95.9	96.4
売上総利益	75,374	27.0	73,679	26.5	71,255	26.6	94.5	96.7
販売費及び一般管理費	67,266	24.1	68,679	24.7	66,436	24.8	98.8	96.7
人件費	23,122	8.3	23,660	8.5	23,407	8.7	101.2	98.9
広告宣伝費	1,659	0.6	1,601	0.6	1,555	0.6	93.8	97.1
販売促進費	2,565	0.9	3,001	1.1	2,646	1.0	103.1	88.2
物流費(運賃)	12,055	4.3	11,870	4.3	11,304	4.2	93.8	95.2
地代家賃	8,681	3.1	8,958	3.2	8,926	3.3	102.8	99.6
水道光熱費	1,871	0.7	2,357	0.8	2,067	0.8	110.5	87.7
減価償却費	1,413	0.5	1,484	0.5	1,478	0.6	104.6	99.6
その他	15,897	5.7	15,745	5.7	15,050	5.6	94.7	95.6
営業利益	8,107	2.9	5,000	1.8	4,819	1.8	59.4	96.4
営業外収益	565	0.2	333	0.1	422	0.2	74.7	126.6
営業外費用	147	0.1	133	0.0	95	0.0	64.8	71.6
経常利益	8,525	3.1	5,200	1.9	5,146	1.9	60.4	99.0
特別利益	259	0.1	64	0.0	336	0.1	129.7	519.6
特別損失	983	0.4	349	0.1	587	0.2	59.8	168.3
税引前当期純利益	7,800	2.8	4,915	1.8	4,894	1.8	62.7	99.6
法人税、住民税及び事業税	953	0.3	461	0.2	560	0.2	58.8	121.5
法人税等調整額	1,086	0.4	1,354	0.5	1,465	0.5	134.9	108.2
当期純利益	5,761	2.1	3,100	1.1	2,869	1.1	49.8	92.6

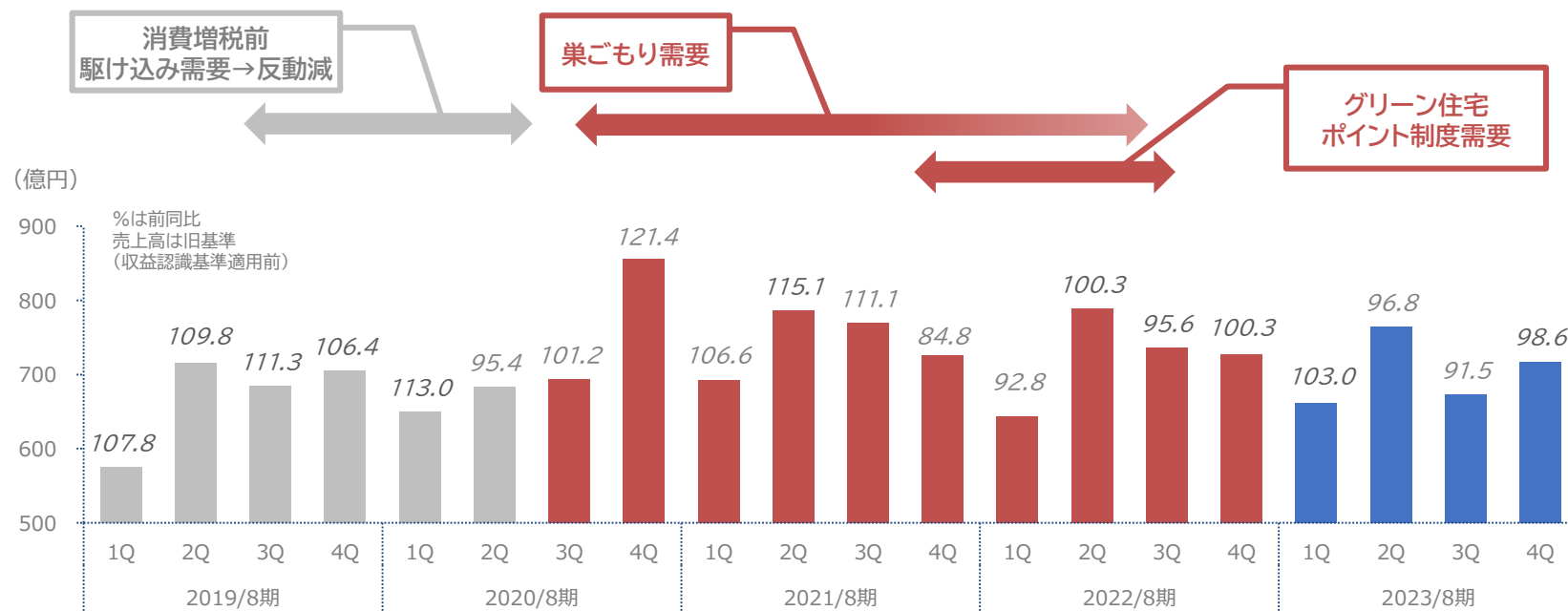
【コジマ】決算概要(上期・3Q・4Q・通期)

単位:百万円, %		上期			3Q			4Q			通期		
		実績	前同比	期初 計画比	実績	前同比	修正 計画比	実績	前同比	修正 計画比	実績	前期比	修正 計画比
売上高		136,945	98.9	98.6	64,507	91.2	90.4	66,440	94.7	95.5	267,893	95.9	96.4
営業利益		2,500	52.5	64.1	747	42.6	54.8	1,572	98.5	138.4	4,819	59.4	96.4
経常利益		2,669	53.6	66.7	794	43.1	57.2	1,681	98.6	147.6	5,146	60.4	99.0
当期純利益 (四半期純利益)		1,601	47.1	59.3	567	53.4	58.2	700	40.8	101.2	2,869	49.8	92.6
売上比	売上総利益	26.3			26.5			27.4			26.6		
	販管費	24.4			25.3			25.0			24.8		
	営業利益	1.8			1.2			2.4			1.8		
	経常利益	1.9			1.2			2.5			1.9		
	当期純利益 (四半期純利益)	1.2			0.9			1.1			1.1		

【コジマ】概況

コロナ前後における 売上高推移(四半期)

コロナ前			コロナ以降 2020年3月～		
2018	2019	2020	2021	2022	2023
2019/8期	2020/8期	2021/8期	2022/8期	2023/8期	
売上高 268,127 (前期比 108.8)	売上高 288,216 (前期比 107.5)	売上高 297,535 (前期比 103.2)	売上高 279,374 (前期比 93.9)	売上高 267,893 (前期比 95.9)	



- 2020年8月期の下期から始まった「テレワーク」需要や「巣ごもり」需要によって、需要の先食いが発生
- 2021年8月期4Qから2022年8月期2Qにかけて、「グリーン住宅ポイント制度」の影響により
特にECや法人において、テレビや冷蔵庫を中心とした商品の販売が伸長

【コジマ】前年同期差 増減要因

2023年8月期 売上高・売上総利益率 前年同期差 増減要因

※赤…マイナス要因 青…プラス要因

		上 期						下 期					
		店舗 (店法人含む)		EC		法人		店舗 (店法人含む)		EC		法人	
		売上高	粗利率	売上高	粗利率	売上高	粗利率	売上高	粗利率	売上高	粗利率	売上高	粗利率
22年 8月期	樂ごもり需要	+	+	+	+								
	グリーン住宅 ポイント制度			+	+	+	+						
23年 8月期	需要の先食い							-	-				
	接客強化	+	+					+	+				
	住設	+						+					
	携帯電話	+	-										
	ゲーム	+	-	+	-								
	エアコン・季節							-	-				
	ECイベント 非開催			-						-			
	ECサイト 販売構成最適化									-	+		
	かながわPay	+											
	ポイント利用 (携帯電話購入分)							-	-				
	コジマックス キャンペーン							+					
2023年8月期(前期比)					-	-	-	-	-	-	+		

【コジマ】売上高(販売チャネル別)

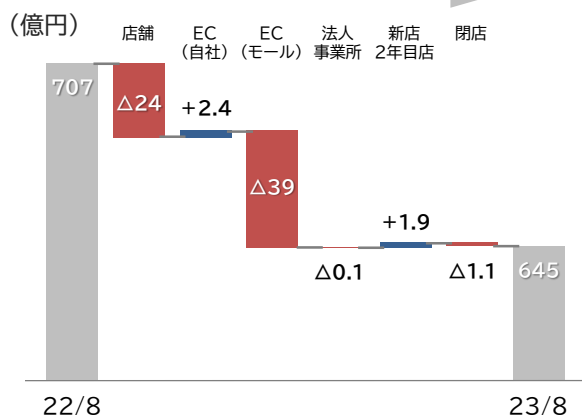
単位:百万円, %	3Q			
	2022年8月期	2023年8月期		
	実績	実績	前同差	前同比
全社	70,721	64,507	△6,214	91.2
既存店	68,576	62,284	△6,292	90.8
店舗	53,636	51,139	△2,496	95.3
E C	11,460	7,725	△3,734	67.4
自社サイト	1,745	1,987	+241	113.8
ショッピングモールサイト	9,714	5,738	△3,976	59.1
法人事業所	3,409	3,392	△16	99.5
新店・2年目店、閉店	2,145	2,222	+77	103.6

	4Q			
	2022年8月期	2023年8月期		
	実績	実績	前同差	前同比
全社	70,135	66,440	△3,694	94.7
既存店	67,789	63,984	△3,805	94.4
店舗	54,639	53,009	△1,629	97.0
E C	10,621	8,289	△2,322	78.0
自社サイト	1,867	1,996	+129	106.9
ショッピングモールサイト	8,754	6,292	△2,461	71.9
法人事業所	2,456	2,625	+169	106.9
新店・2年目店、閉店	2,345	2,456	+111	104.7

	通期			
	2022年8月期	2023年8月期		
	実績	実績	前期差	前期比
全社	279,374	267,893	△11,480	95.9
既存店	271,450	258,336	△13,113	95.2
店舗	211,775	207,321	△4,453	97.9
E C	45,230	39,282	△5,947	86.9
自社サイト	8,041	7,610	△430	94.6
ショッピングモールサイト	37,189	31,672	△5,516	85.2
法人事業所	14,118	11,511	△2,607	81.5
新店・2年目店、閉店	7,923	9,556	+1,633	120.6

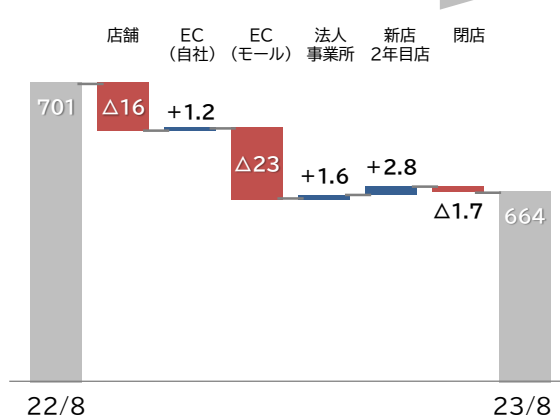
3Q

△62



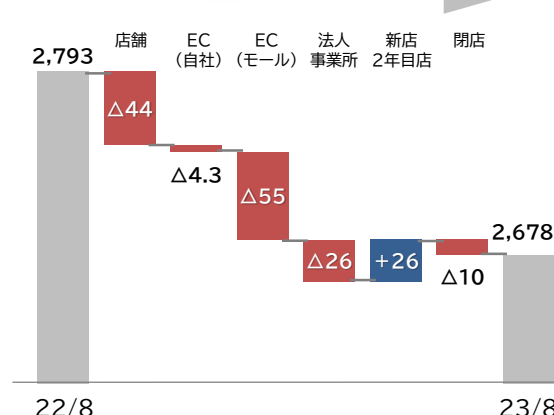
4Q

△36



通期

△114



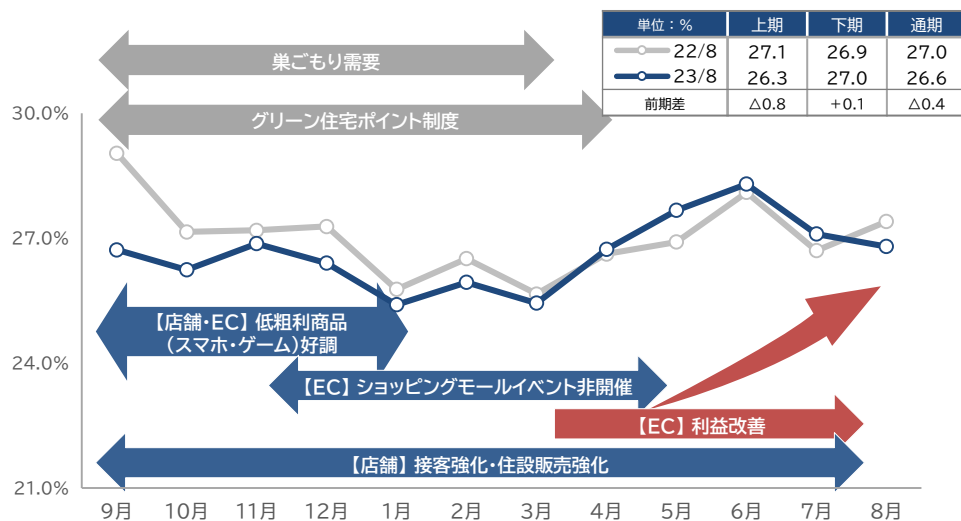
【コジマ】売上高(品目別)

単位:百万円, %	3Q					4Q					通期				
	2022年8月期		2023年8月期			2022年8月期		2023年8月期			2022年8月期		2023年8月期		
	金額	構成比	金額	構成比	前同比	金額	構成比	金額	構成比	前同比	金額	構成比	金額	構成比	前期比
音 響 映 像 商 品	11,244	15.9	9,132	14.1	81.2	10,166	14.5	9,077	13.7	89.3	46,159	16.5	40,809	15.2	88.4
カメラ	1,581	2.2	1,444	2.2	91.4	1,449	2.1	1,382	2.1	95.4	6,008	2.2	5,914	2.2	98.4
テレビ	5,314	7.5	4,333	6.7	81.6	4,876	7.0	4,352	6.6	89.3	22,867	8.2	19,203	7.2	84.0
レコーダー・ビデオカメラ	1,134	1.6	845	1.3	74.5	936	1.3	746	1.1	79.7	4,931	1.8	4,137	1.5	83.9
オーディオ	1,088	1.5	850	1.3	78.1	977	1.4	924	1.4	94.6	4,063	1.5	4,009	1.5	98.7
家 庭 電 化 商 品	31,229	44.2	28,430	44.1	91.0	36,459	52.0	34,295	51.6	94.1	130,338	46.7	121,415	45.3	93.2
冷蔵庫	5,623	8.0	5,213	8.1	92.7	6,390	9.1	6,058	9.1	94.8	22,519	8.1	20,878	7.8	92.7
洗濯機	5,667	8.0	5,659	8.8	99.9	4,794	6.8	5,035	7.6	105.0	20,441	7.3	20,760	7.7	101.6
調理家電	4,311	6.1	3,684	5.7	85.4	3,627	5.2	3,378	5.1	93.1	17,248	6.2	15,478	5.8	89.7
季節家電	7,216	10.2	6,453	10.0	89.4	13,301	19.0	12,232	18.4	92.0	34,561	12.4	32,031	12.0	92.7
理美容家電	3,287	4.6	2,668	4.1	81.2	3,283	4.7	2,844	4.3	86.6	13,529	4.8	11,930	4.4	88.2
情報通信機器商品	21,658	30.6	19,942	30.9	92.1	15,928	22.7	15,123	22.8	94.9	74,830	26.8	74,641	27.9	99.7
パソコン本体	6,235	8.8	5,627	8.7	90.2	4,059	5.8	3,213	4.8	79.2	19,776	7.1	18,686	7.0	94.5
パソコン周辺機器	3,057	4.3	2,570	4.0	84.1	2,550	3.6	2,144	3.2	84.1	11,537	4.1	10,750	4.0	93.2
携帯電話	7,824	11.1	7,812	12.1	99.8	5,512	7.9	6,215	9.4	112.8	26,374	9.4	29,435	11.0	111.6
そ の 他 の 商 品	6,216	8.8	6,627	10.3	106.6	7,203	10.3	7,572	11.3	105.1	26,546	9.5	29,514	11.0	111.2
ゲーム	2,315	3.3	2,120	3.3	91.5	2,249	3.2	1,954	2.9	86.9	9,974	3.6	11,289	4.2	113.2
スポーツ用品	515	0.7	566	0.9	109.8	470	0.7	562	0.9	119.5	1,823	0.7	2,111	0.8	115.8
玩具	679	1.0	792	1.2	116.6	750	1.1	892	1.3	119.0	3,265	1.2	3,615	1.3	110.7
医薬品・日用雑貨	412	0.6	340	0.5	82.4	459	0.7	353	0.5	76.9	1,586	0.6	1,348	0.5	85.1
物品販売事業	70,348	99.5	64,132	99.4	91.2	69,756	99.5	66,068	99.4	94.7	277,874	99.5	266,381	99.4	95.9
その他の事業	373	0.5	374	0.6	100.4	378	0.5	372	0.6	98.2	1,499	0.5	1,512	0.6	100.9
合 計	70,721	100.0	64,507	100.0	91.2	70,135	100.0	66,440	100.0	94.7	279,374	100.0	267,893	100.0	95.9

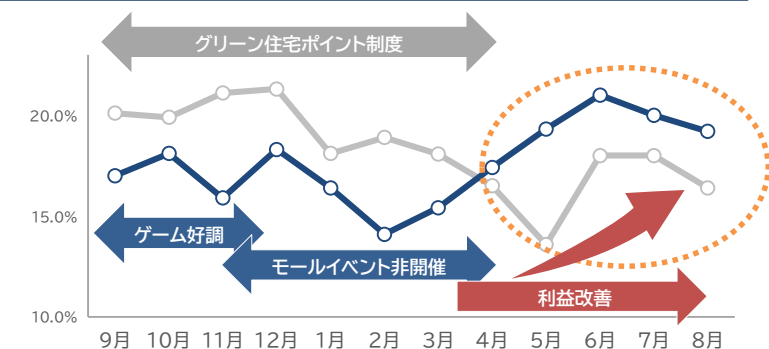
注)商品カテゴリー毎の詳細は抜粋

【コジマ】売上総利益率

全社

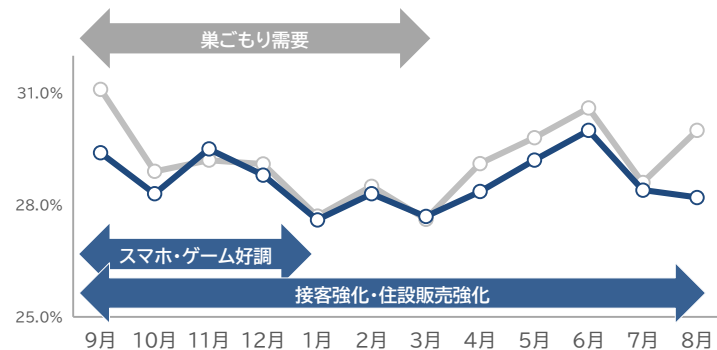


EC



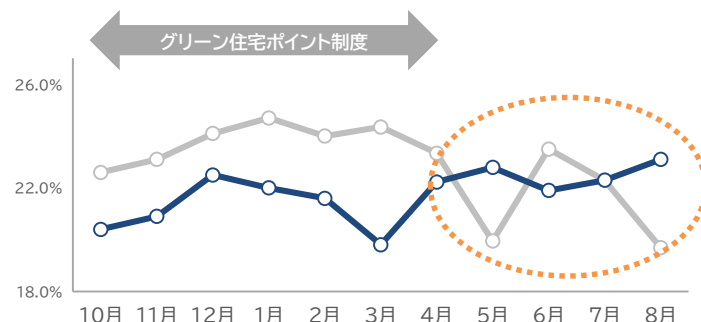
- 上期 ・ゲームなどの比較的粗利率の低い商品の販売構成比が上昇したことにより、粗利率が低下
- 下期 ・ECサイト(自社/モール)の販売構成最適化等により、粗利率が上昇

店舗



- 上期 ・前期は「楽ごもり」需要によりテレビや大型白物家電が好調
・今期はスマホ、ゲームなどの比較的粗利率の低い商品の販売構成が上昇したものの、接客力、専門性の強化等によって粗利率の高い 高付加価値商品の販売を促進
- 下期 ・テレビやPC、季節家電など大物家電の不調により粗利率が低下

法人事業所



- 上期 ・前期は「グリーン住宅ポイント制度」需要の高まりにより、掃除機、冷蔵庫、調理家電など高粗利率の商品が好調
・今期の売上、粗利率はその反動により低下
- 下期 ・上記影響が和らぎ、粗利率は上昇傾向

【コジマ】販売費及び一般管理費

単位:百万円, %	2022年8月期 通期		2023年8月期 通期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比
販売費及び一般管理費	67,266	24.1	66,436	24.8	98.8
人件費	23,122	8.3	23,407	8.7	101.2
広告宣伝費	1,659	0.6	1,555	0.6	93.8
販売促進費	2,565	0.9	2,646	1.0	103.1
物流費(運賃)	12,055	4.3	11,304	4.2	93.8
地代家賃	8,681	3.1	8,926	3.3	102.8
水道光熱費	1,871	0.7	2,067	0.8	110.5
減価償却費	1,413	0.5	1,478	0.6	104.6
その他	15,897	5.7	15,050	5.6	94.7

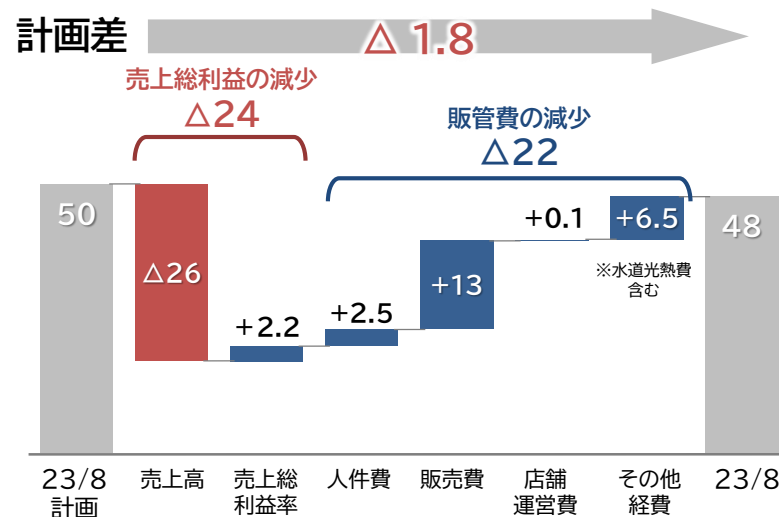
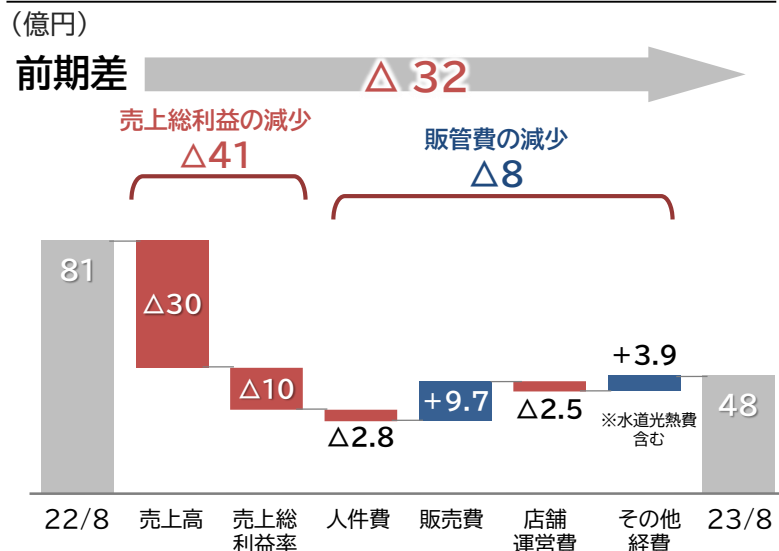
前年同期差

■人件費	+285百万円	人員数の増加や従業員の待遇改善、働きやすい職場環境づくり等への投資による増加
■広告宣伝費	△103百万円	テレビ・ラジオCMやデジタル広告(LINE、YouTube等)、 リニューアルしたコジマ公式スマートフォンアプリ等の活用により、 新聞折込チラシ広告の効果を見直し、費用を削減
■販売促進費	+80百万円	集客に係る費用(イベント、DM)や、EC販促クーポン等への積極的な投資による増加
■物流費(運賃)	△750百万円	ECの出荷数量減少等に伴う宅配料の減少、 テレビや冷蔵庫、洗濯機等の大型家電の配送件数減少に伴う設置配送料の減少
■地代家賃	+245百万円	前期(2022年8月期)オープン店舗の賃料分が増加
■水道光熱費	+195百万円	燃料費調整単価の上昇による電気代の増加
■その他	△847百万円	売上高減少に伴うクレジット手数料やEC(モール)販売手数料等の減少

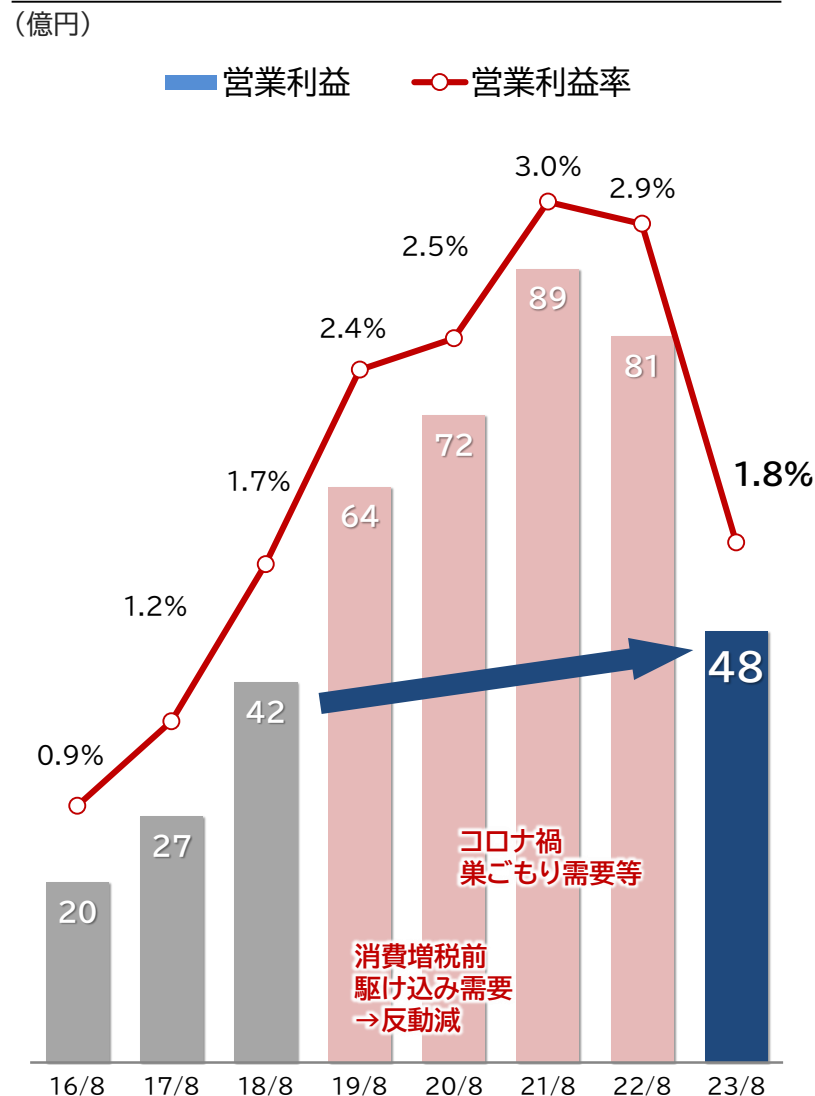
販管費計 △830百万円

【コジマ】営業利益

増減要因 通期



営業利益推移 通期



【コジマ】店舗展開

単位:店, %	2022年 8月期	2023年8月期			
	期末	新店	閉店	その他	期末
店舗数(全店)	141	+1	△1		141

(構成比)

店舗形態	単独店	85		△1	△1	83	(58.9)
	スーパー複合店 ※アット1店舗を含む	31				31	
	ショッピングモール	16	+1			17	(41.1)
	その他複合店	9			+1	10	

エリア	北海道・東北	16				16	
	北関東	15				15	
	1都3県	68	+1	△1		68	(48.2)
	中部	18				18	
	近畿・中国 ※アット1店舗を含む	15				15	
	九州・沖縄	9				9	

■ 9月1日には、「コジマ×ビックカメラ 聖蹟桜ヶ丘駅店」(東京都多摩市)を開店しております。

単独店



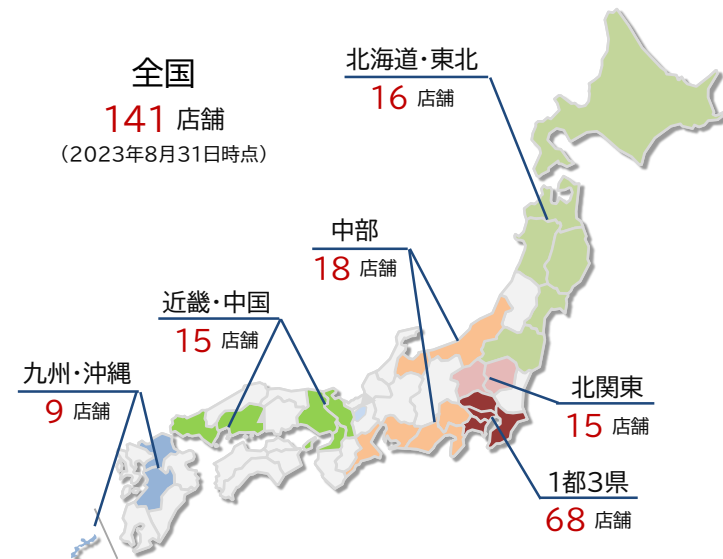
スーパー複合店



ショッピングモール



その他複合店



【コジマ】今後の取り組み(営業利益の確保)

集客・販売力の向上

■ 接客力・専門性の強化

- ・研修センターの新設
- ・接客ロープレ実施による接客力強化

■ 業務効率の改善

- ・電子棚札導入店舗の拡大

■ 各種イベントの再開

- ・ミニ四駆大会(コジマキングカップ)の実施
- ・地域と連携したイベントの実施

法人事業の収益力向上

■ 法人組織体制の再構築

- ・法人事業所と店舗法人の貫通による業務効率改善



【コジマ】今後の取り組み(成長領域の拡大)

住設事業の強化

- 再生エネルギー事業の推進
 - ・協力店との連携の強化
- 外壁屋根塗装・修繕リフォームの販売強化
 - ・露出の強化による認知度向上・売上の拡大
- コールセンター業務の拡大
 - ・住設関連商品の点検サービスによる顧客アプローチ強化
- 住設強化リニューアルの実施
 - ・上期 5店舗実施、下期 5店舗予定



EC事業の強化

- 新規ECモールサイトへの出店
 - ・Qoo10への出店による新規顧客層の獲得

店舗展開

- コジマ×ビックカメラ 聖蹟桜ヶ丘駅店

(東京都多摩市) 2023年9月1日 オープン

・ビックカメラの店舗を刷新し、地域密着の店舗として営業を開始

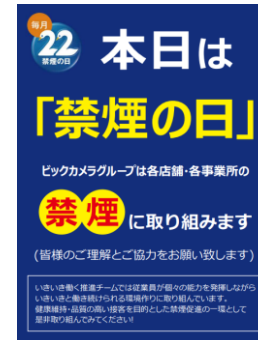


【コジマ】今後の取り組み(環境・社会)

人的資本経営の推進

健康経営を全社で推進

- ・健康経営推進担当者向けワークショップの実施
- ・禁煙に対する取り組み



人財の育成

- ・タレントマネジメントの導入による適材適所を考慮した人員の配置

ダイバーシティの推進

- ・ダイバーシティ推進室の新設による多様な人材が働きやすい環境の整備



サステナビリティ経営の推進

環境に配慮した取り組みの実施

- ・コーポレートPPAの導入
- ・店舗駐車場へのEV充電設備の設置

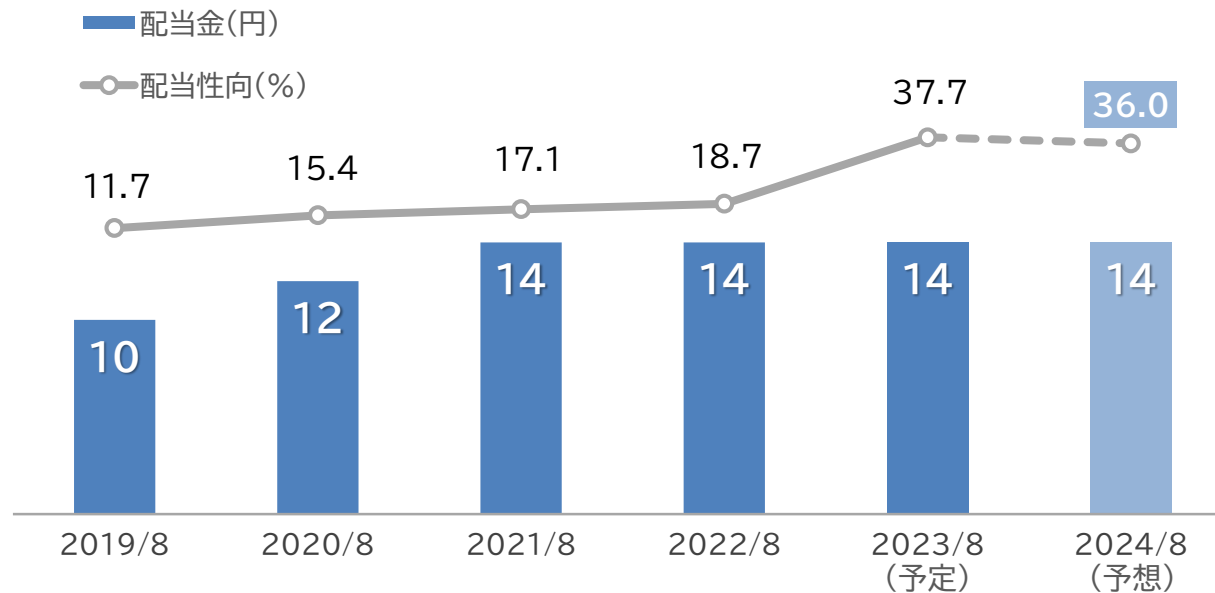


【コジマ】業績予想(2024年8月期)

単位:百万円, %		上期			下期			通期		
		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期	
		実績	予想	前同比	実績	予想	前同比	実績	予想	前期比
売上高		136,945	134,400	98.1	130,948	132,600	101.3	267,893	267,000	99.7
営業利益		2,500	2,320	92.8	2,319	2,280	98.3	4,819	4,600	95.4
経常利益		2,669	2,480	92.9	2,476	2,320	93.7	5,146	4,800	93.3
当期純利益 (四半期純利益)		1,601	1,650	103.0	1,267	1,350	106.5	2,869	3,000	104.6
売上比	売上総利益	26.3	26.9	+0.6	26.7	27.7	+1.0	26.6	27.3	+0.7
	販管費	24.4	25.1	+0.7	25.2	26.0	+0.8	24.8	25.6	+0.8
	営業利益	1.8	1.7	△0.1	1.8	1.7	△0.1	1.8	1.7	△0.1
	経常利益	1.9	1.8	△0.1	1.9	1.7	△0.2	1.9	1.8	△0.1
	当期純利益 (四半期純利益)	1.2	1.2	0.0	1.0	1.0	0.0	1.1	1.1	0.0

【コジマ】 配当・自己株式取得の推移

		2019年 8月期	2020年 8月期	2021年 8月期	2022年 8月期	2023年 8月期 (予定)	2024年 8月期 (予想)
1株あたりの 配当額(円)	年間	10	12	14	14	14	14
	中間	0	0	0	0	0	0
	期末	10	12	14	14	14	14
配当金総額(百万円)		776	931	1,079	1,079	1,080	1,080
配当性向(%)		11.7	15.4	17.1	18.7	37.7	36.0
自己株式取得	株式数(万株)	30	—	50	—	—	—
	取得総額(百万円)	154	—	419	—	—	—





株式会社

ビックカメラ

(東証プライム:3048)

秋 保 徹
代表取締役社長

1. 2023年8月期 通期業績

2. 2024年8月期 業績予想

3. 重要経営課題

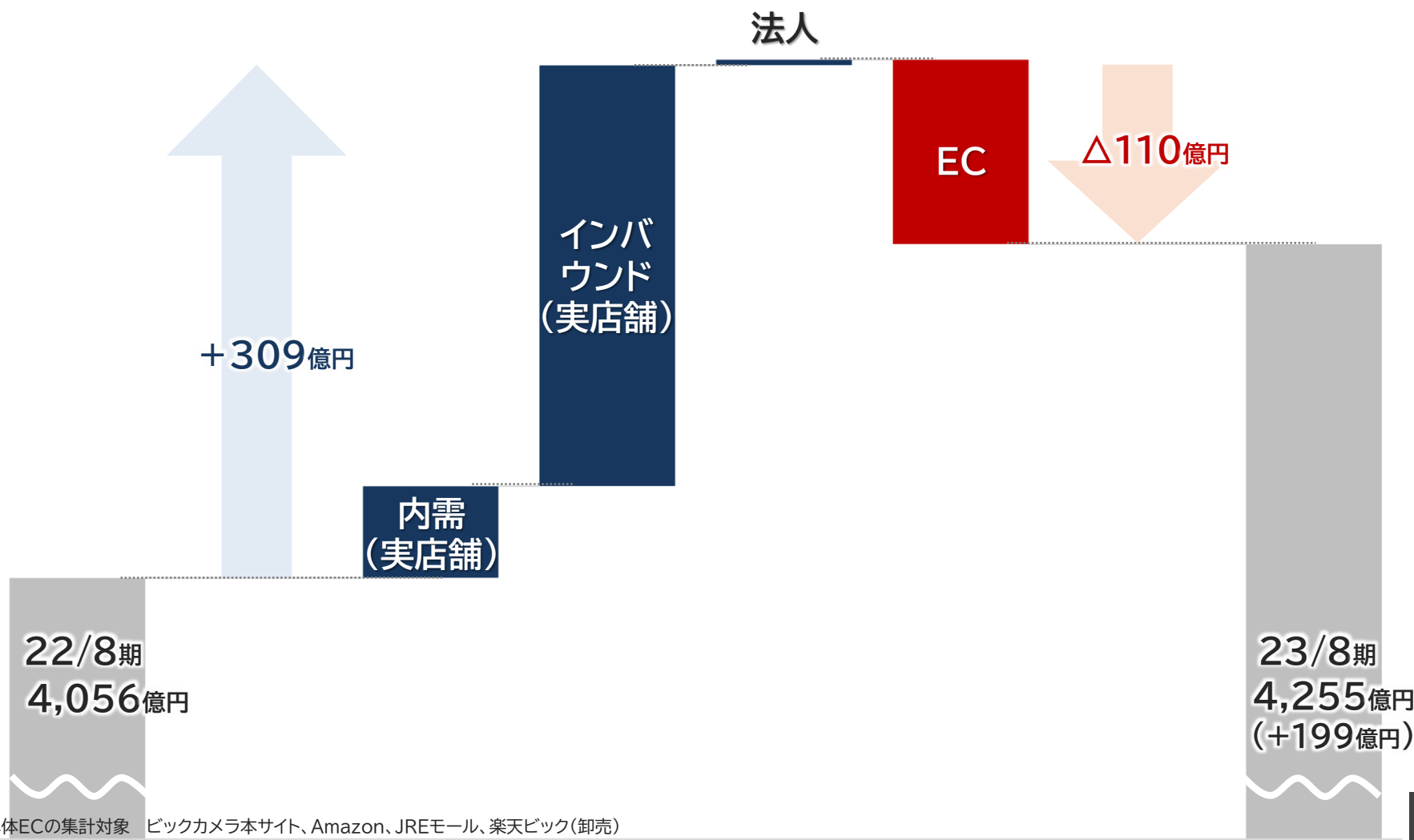
【単体】決算概要

単位:百万円, %	2022年8月期 通期		2023年8月期 通期			
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	予想
売上高	405,608	100.0	425,526	100.0	104.9	430,500
売上総利益 (卸売除く売上総利益)	98,634	24.3 25.8	103,032	24.2 25.5	104.5	24.3% 25.7%
販売費及び一般管理費	98,558	24.3	102,185	24.0	103.7	24.0%
人件費	31,850	7.9	33,227	7.8	104.3	
広告宣伝費	2,511	0.6	2,862	0.7	114.0	
物流費	12,008	3.0	11,975	2.8	99.7	
水道光熱費	2,390	0.6	2,805	0.7	117.4	
地代家賃	21,922	5.4	21,857	5.1	99.7	
減価償却費	6,825	1.7	6,641	1.6	97.3	
その他	21,050	5.2	22,815	5.4	108.4	
営業利益	75	0.0	847	0.2	1,116.6	1,350
営業外収益	3,556	0.9	3,203	0.8	90.1	
営業外費用	338	0.1	190	0.0	56.3	
経常利益	3,294	0.8	3,860	0.9	117.2	4,300
特別利益	1,445	0.4	247	0.1	17.1	
特別損失	2,246	0.6	7,682	1.8	342.0	
税引前当期純利益	2,493	0.6	△3,574	△0.8	—	
法人税等合計	436	0.1	729	0.2	167.4	
当期純利益	2,057	0.5	△4,304	△1.0	—	2,250

・特別損失：投資有価証券評価損 前期 139百万円 当期 1,718百万円 (+1,578百万円)
減損損失 前期 1,294百万円 当期 1,697百万円 (+403百万円)

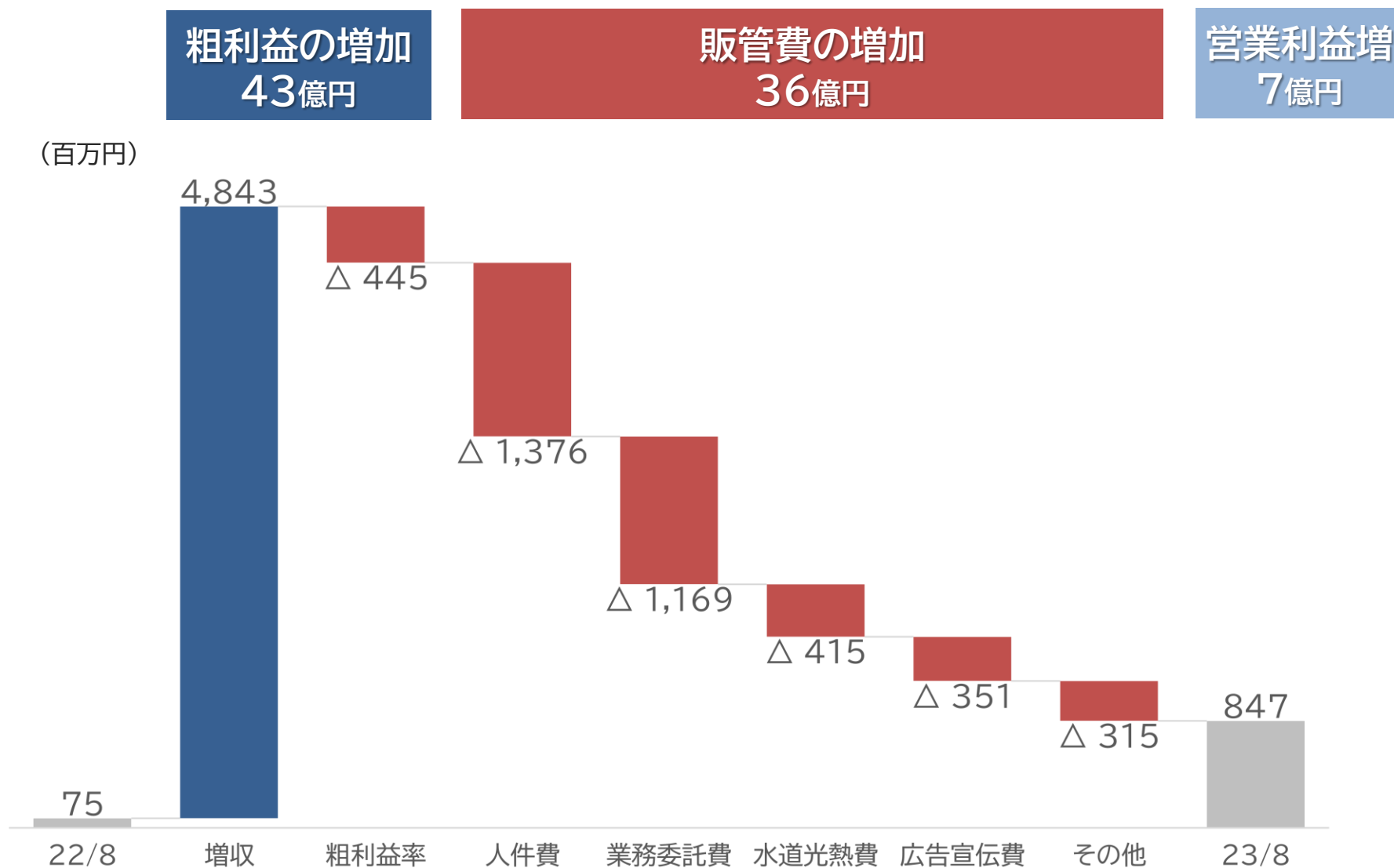
【単体】売上高

単体売上高の増減(前期比)



注) 単体ECの集計対象 ビックカメラ本サイト、Amazon、JREモール、楽天ビック(卸売)

【単体】営業利益



【連結】会社別業績

単位:百万円, %		ソフマップ(個別)			日本BS放送(個別)			ラネット(個別)		
		22/8期	23/8期	前期比	22/8期	23/8期	前期比	22/8期	23/8期	前期比
金額	売上高	39,361	41,185	104.6	11,547	11,625	100.7	88,471	98,853	111.7
	売上総利益	11,710	11,752	100.4	5,991	5,558	92.8	17,575	20,841	118.6
	販管費	10,931	10,954	100.2	3,589	3,587	100.0	12,102	15,512	128.2
	営業利益	779	798	102.5	2,402	1,970	82.0	5,472	5,329	97.4
	経常利益	795	1,098	138.1	2,406	1,974	82.0	5,566	5,362	96.3
売上比	売上総利益	29.8	28.5		51.9	47.8		19.9	21.1	
	販管費	27.8	26.6		31.1	30.9		13.7	15.7	
	営業利益	2.0	1.9		20.8	17.0		6.2	5.4	
	経常利益	2.0	2.7		20.8	17.0		6.3	5.4	

【ビックライフソリューション】
・23/8期通期 営業利益: △13億円 (前期差 △11億円)

注)ラネットは2022年8月1日付けでアロージャパンを吸収合併しております。

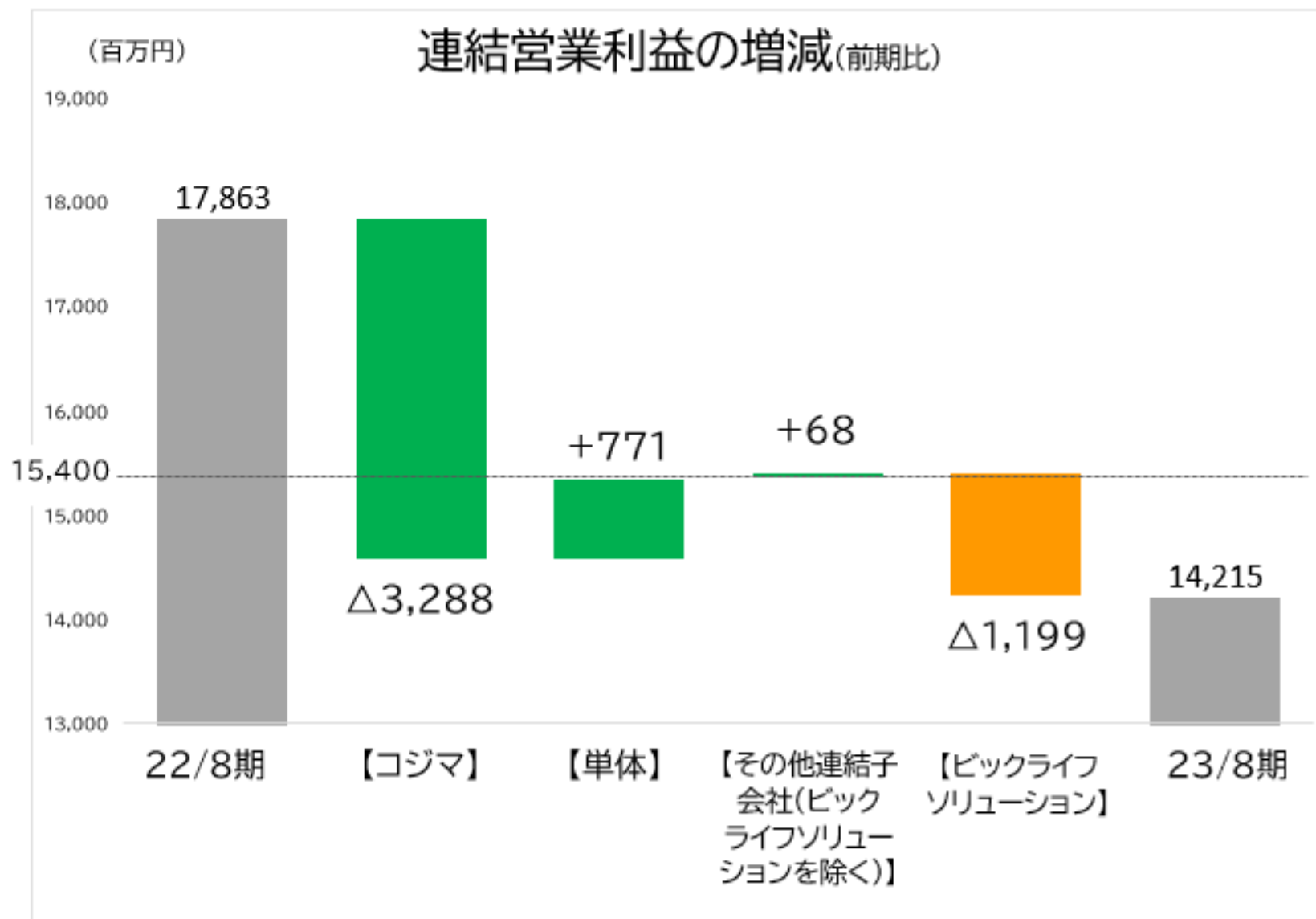
注)各社の実績に内部取引は考慮していません。

【連結】決算概要

単位:百万円, %	2022年8月期 通期		2023年8月期 通期			
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	公表予想
売上高	792,368	100.0	815,560	100.0	102.9	830,000
売上総利益	213,843	27.0	217,873	26.7	101.9	26.8%
販売費及び一般管理費	195,980	24.7	203,657	25.0	103.9	24.9%
人件費	73,239	9.2	79,300	9.7	108.3	
広告宣伝費	5,291	0.7	6,041	0.7	114.2	
物流費	18,390	2.3	16,020	2.0	87.1	
水道光熱費	4,830	0.6	5,585	0.7	115.6	
地代家賃	36,173	4.6	36,742	4.5	101.6	
減価償却費	9,539	1.2	9,511	1.2	99.7	
その他	48,516	6.1	50,454	6.2	104.0	
営業利益	17,863	2.3	14,215	1.7	79.6	15,500
営業外収益	3,512	0.4	2,798	0.3	79.7	
営業外費用	567	0.1	448	0.1	79.0	
経常利益	20,808	2.6	16,566	2.0	79.6	17,500
特別利益	260	0.0	393	0.0	151.0	
特別損失	6,418	0.8	6,887	0.8	107.3	
税金等調整前当期純利益	14,649	1.8	10,072	1.2	68.8	
法人税等合計	5,275	0.7	5,102	0.6	96.7	
法人税等調整額	1,026	0.1	925	0.1	90.1	
非支配株主に帰属する当期純利益	3,608	0.5	2,032	0.2	56.3	
親会社株主に帰属する当期純利益	5,765	0.7	2,936	0.4	50.9	7,800

・特別損失：投資有価証券評価損 前期 185百万円 当期 1,718百万円 (+1,533百万円)
減損損失 前期 4,658百万円 当期 4,407百万円 (△251百万円)

【連結】営業利益



【連結】貸借対照表

単位:百万円	2022年8月末	2023年8月末	前期末比増減
流動資産	252,258	247,245	△5,013
現金及び預金	91,081	75,135	△15,946
商品及び製品	100,872	105,260	4,387
有形固定資産	87,030	83,104	△3,926
無形固定資産	30,222	31,990	1,768
投資その他の資産	86,954	87,500	546
固定資産	204,207	202,595	△1,611
資 産 合 計	456,466	449,840	△6,625
流動負債	197,781	204,862	7,080
短期有利子負債(含むリース)	88,565	98,852	10,287
固定負債	89,551	68,593	△20,957
長期有利子負債(含むリース)	44,932	24,712	△20,220
負 債 合 計	287,332	273,456	△13,876
純 資 産 合 計	169,133	176,383	7,250
負 債 ・ 純 資 産 合 計	456,466	449,840	△6,625

【連結】キャッシュフロー計算書

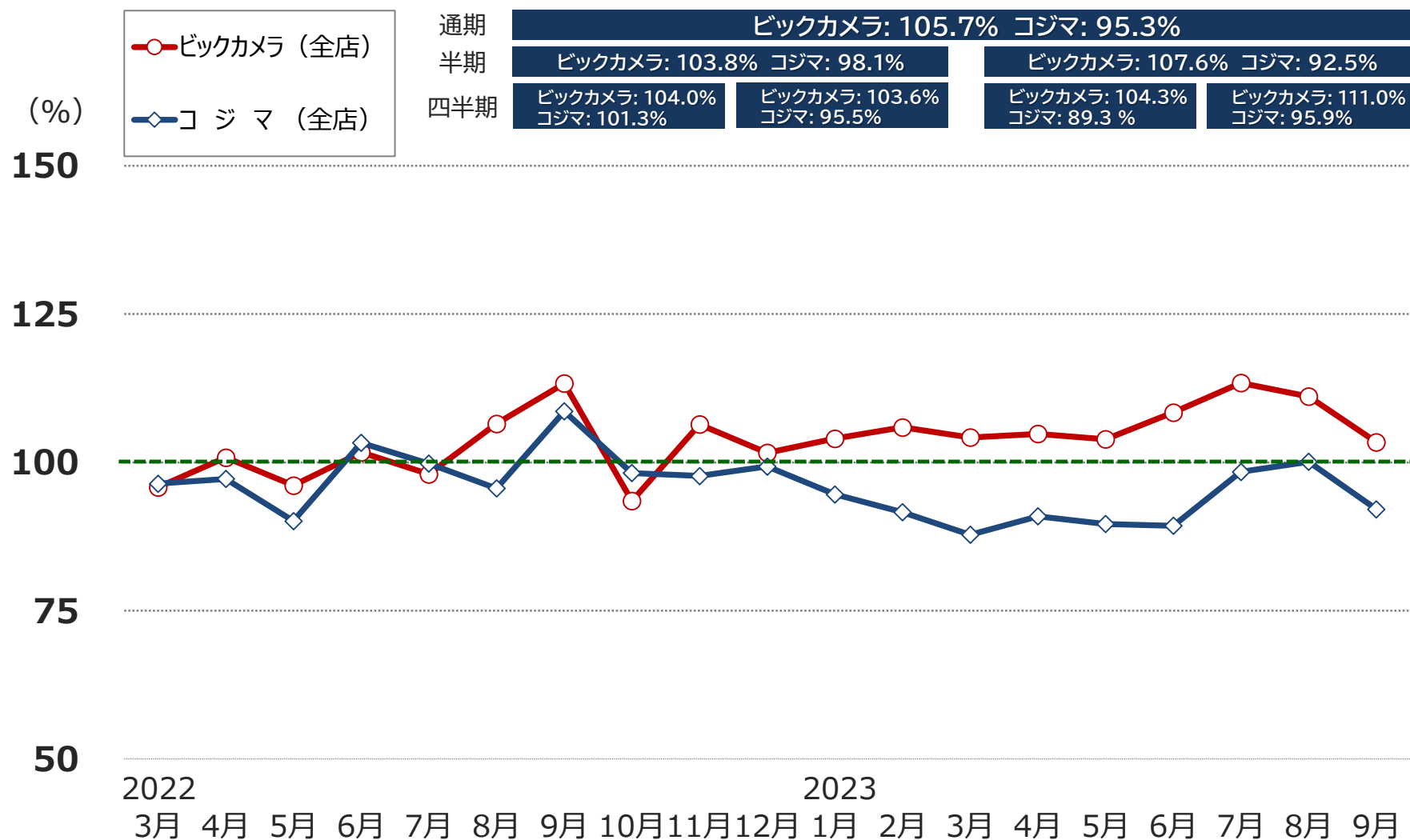
単位:百万円	2022年8月期 通期	2023年8月期 通期	
営業活動 による C F	25,317	10,078	・仕入債務の減少(△8,060) 23/8期 △3,478 ※22/8期 4,582
投資活動 による C F	△18,076	△11,118	・固定資産(有形・無形)の取得 23/8期 △10,822 ・子会社株式の取得 23/8期 △1,359
財務活動 による C F	△26,565	△13,580	・借入金の減少 23/8期 △9,643
現金等 の期末残高	89,536	75,135	

【連結】品目別売上高

単位:百万円, %	2022年8月期 通期		2023年8月期 通期						
	金額	構成比	金額	内 ビックカメラ		内 コジマ		構成比	前期比
				金額	前期比	金額	前期比		
音 響 映 像 商 品	116,425	14.7	112,385	67,498	103.1	40,809	88.4	13.8	96.5
カメラ	23,542	3.0	26,339	20,108	119.8	5,914	98.4	3.2	111.9
テレビ	43,201	5.5	37,441	17,384	89.9	19,203	84.0	4.6	86.7
オーディオ	10,713	1.3	10,602	6,389	99.1	4,009	98.7	1.3	99.0
家 庭 電 化 商 品	261,878	33.0	256,449	132,395	102.7	121,415	93.2	31.4	97.9
冷蔵庫	41,605	5.2	38,556	17,094	91.8	20,878	92.7	4.7	92.7
洗濯機	41,128	5.2	41,992	20,798	102.2	20,760	101.6	5.1	102.1
調理家電	32,439	4.1	31,424	15,713	105.3	15,478	89.7	3.9	96.9
季節家電(エアコン)	60,998	7.7	56,332	23,731	91.7	32,031	92.7	6.9	92.3
理美容家電	39,389	5.0	43,778	31,447	124.4	11,930	88.2	5.4	111.1
情 報 通 信 機 器 商 品	262,778	33.2	258,207	128,212	97.2	74,641	99.7	31.7	98.3
パソコン本体	66,214	8.4	60,810	38,918	91.6	18,686	94.5	7.5	91.8
パソコン周辺機器	30,176	3.8	27,548	14,361	91.0	10,750	93.2	3.4	91.3
携帯電話	117,866	14.9	123,871	47,717	104.5	29,435	111.6	15.2	105.1
そ の 他 の 商 品	138,090	17.4	175,352	97,419	122.7	29,514	111.2	21.5	127.0
ゲーム	36,147	4.6	46,905	30,901	135.0	11,289	113.2	5.8	129.8
時計	10,335	1.3	12,344	11,806	120.8	494	97.5	1.5	119.4
中古パソコン・スマートフォン	16,039	2.0	29,485	-	-	-	-	3.6	183.8
スポーツ用品	9,552	1.2	10,722	8,525	111.6	2,111	115.8	1.3	112.2
玩具	11,897	1.5	14,848	10,357	133.2	3,615	110.7	1.8	124.8
メガネ・コンタクト	4,436	0.5	4,718	4,546	104.0	-	-	0.6	106.4
酒類・飲食物	5,474	0.7	6,352	-	-	-	-	0.8	116.0
医薬品・日用雑貨	8,775	1.1	12,130	10,751	150.6	1,348	85.1	1.5	138.2
物 品 販 売 事 業	779,172	98.3	802,395	425,526	104.9	266,381	95.9	98.4	103.0
BSデジタル放送事業	11,478	1.5	11,537	-	-	-	-	1.4	100.5
そ の 他 の 事 業	1,717	0.2	1,627	-	-	1,512	100.9	0.2	94.8
合 計	792,368	100.0	815,560	425,526	104.9	267,893	95.9	100.0	102.9

注)商品カテゴリー毎の詳細は抜粋したものです。
注)内訳(ビックカメラ、コジマ)の数値は、集計の関係から連結とは表示区分が一部異なります。

月次売上高の推移(前年同月比POSベース)



注)ビックカメラ(全店)のPOS実績に卸売売上(楽天ビックなど)は含みません。

1. 2023年8月期 通期業績

2. 2024年8月期 業績予想

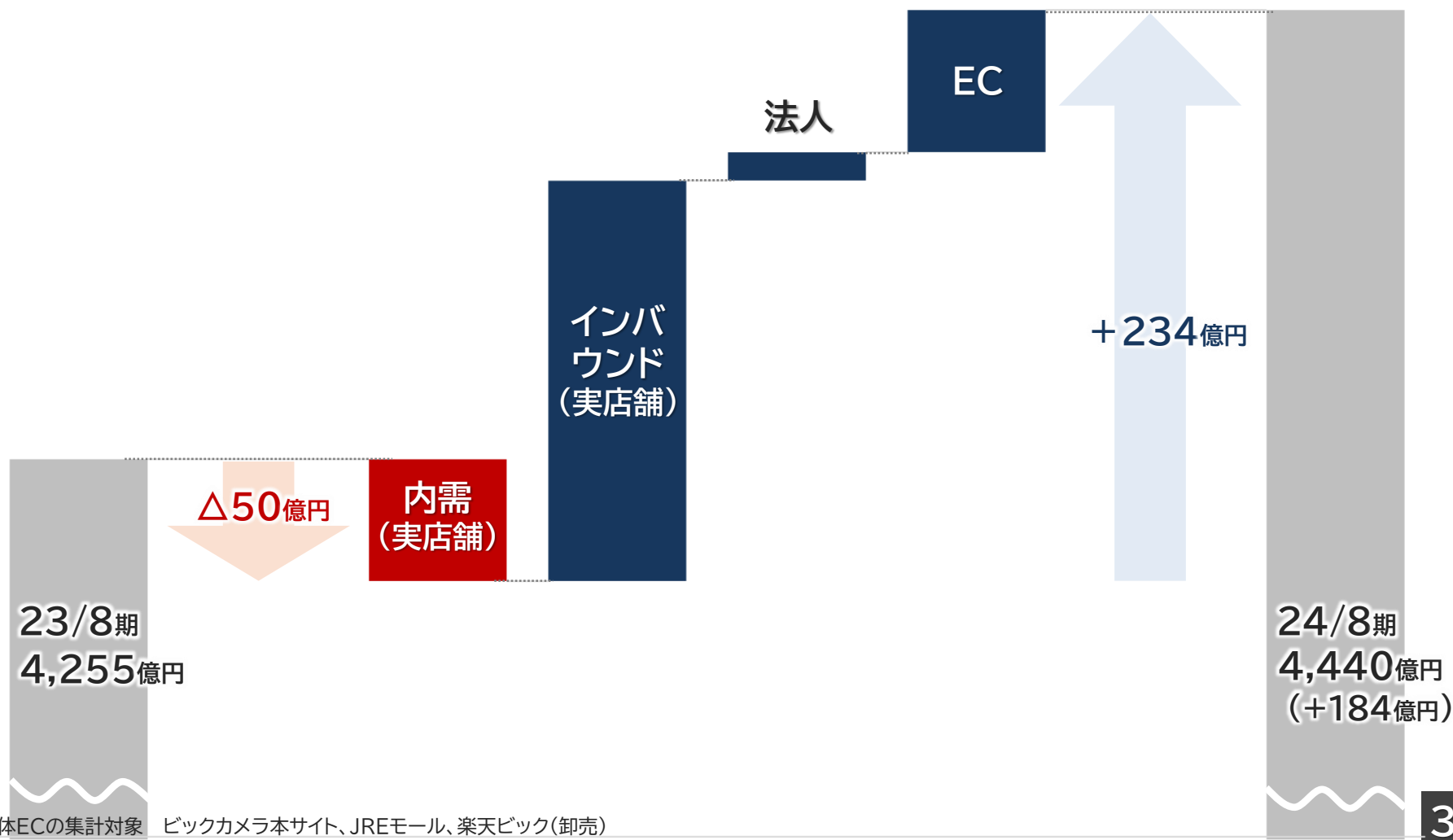
3. 重要経営課題

【単体】業績予想

単位:百万円, %		上期			下期			通期		
		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期	
		実績	予想	前同比	実績	予想	前同比	実績	予想	前期比
売上高		211,968	220,000	103.8	213,558	224,000	104.9	425,526	444,000	104.3
営業利益		△98	1,500	－	945	1,900	200.9	847	3,400	401.1
経常利益		1,754	3,350	90.9	2,106	3,550	168.6	3,860	6,900	178.7
当期純利益		774	2,350	203.6	△5,078	2,150	－	△4,304	4,500	－
売上比	売上総利益	23.6	24.4		24.8	24.8		24.2	24.6	
	卸売除く	25.0	25.8		26.0	26.3		25.5	26.1	
	販管費	23.7	23.8		24.4	24.0		24.0	23.9	
	営業利益	△0.0	0.7		0.4	0.8		0.2	0.8	
	経常利益	0.8	1.5		1.0	1.6		0.9	1.6	
	当期純利益	0.4	1.1		△2.4	1.0		△1.0	1.0	

【単体】業績予想:売上高

単体売上高の増減(前期比)



【連結】業績予想(会社別①)

単位:百万円, %		ソフマップ(個別)			日本BS放送(個別)		
		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期	
		実績	予想	前期比	実績	予想	前期比
売上高		41,185	41,918	101.8	11,625	11,900	102.4
営業利益		798	623	78.1	1,970	1,900	96.4
経常利益		1,098	906	82.6	1,974	1,900	96.2
売上比	売上総利益	28.5	28.7		47.8	48.2	
	販管費	26.6	27.2		30.9	32.2	
	営業利益	1.9	1.5		17.0	16.0	
	経常利益	2.7	2.2		17.0	16.0	

【連結】業績予想(会社別②)

単位:百万円, %		ラネット(個別)			TDモバイル		
		23年8月期	24年8月期		23年3月期	24年8月期	
		実績	予想	前期比	実績(参考)	予想	前期比
売上高		98,853	95,962	97.1	76,819	64,053	83.4
営業利益		5,329	4,500	84.5	3,118	758	24.3
経常利益		5,362	4,206	78.4	3,277	730	22.3
売上比	売上総利益	21.1	21.4		21.8	21.5	
	販管費	15.7	16.7		17.7	20.3	
	営業利益	5.4	4.7		4.1	1.2	
	経常利益	5.4	4.4		4.3	1.1	

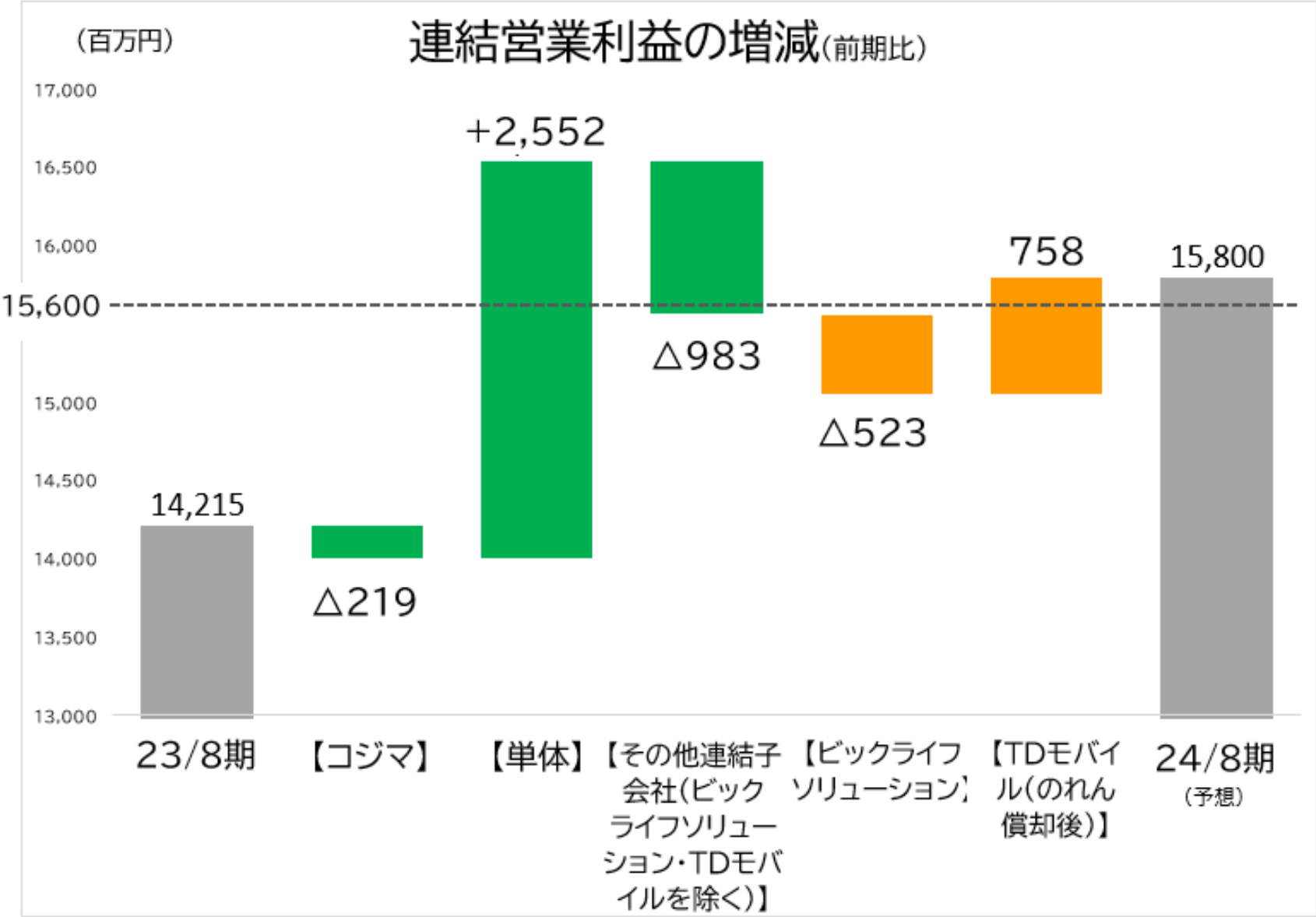
【ビックライフソリューション】
・24/8期通期 営業利益: △18億円 (前期差 △5億円)

注)ラネットは2023年9月1日付けでソーモバイルを吸収合併しております。
注)TDモバイルは2023年10月1日付けでラネットが取得しております。
参考として吸収分割前の2023年3月期実績を比較情報として記載しております。
注)TDモバイルの2024年8月期の営業利益、経常利益は、のれん償却(8億円)後の予想になります。

【連結】業績予想

単位:百万円, %		上期			下期			通期		
		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期		23年8月期	24年8月期	
		実績	予想	前同比	実績	予想	前同比	実績	予想	前期比
売上高		407,653	445,000	109.2	407,906	452,500	110.9	815,560	897,500	110.0
営業利益		7,382	7,600	102.9	6,833	8,200	120.0	14,215	15,800	111.1
経常利益		8,422	8,400	99.7	8,143	9,800	120.3	16,566	18,200	109.9
親会社株主に帰属する 当期純利益		4,205	3,850	91.6	△1,268	3,700	—	2,936	7,550	257.1
売上比	売上総利益	26.3	26.5		27.1	27.0		26.7	26.7	
	販管費	24.5	24.8		25.4	25.2		25.0	25.0	
	営業利益	1.8	1.7		1.7	1.8		1.7	1.8	
	経常利益	2.1	1.9		2.0	2.2		2.0	2.0	
	親会社株主に帰属する 当期純利益	1.0	0.9		△0.3	0.8		0.4	0.8	

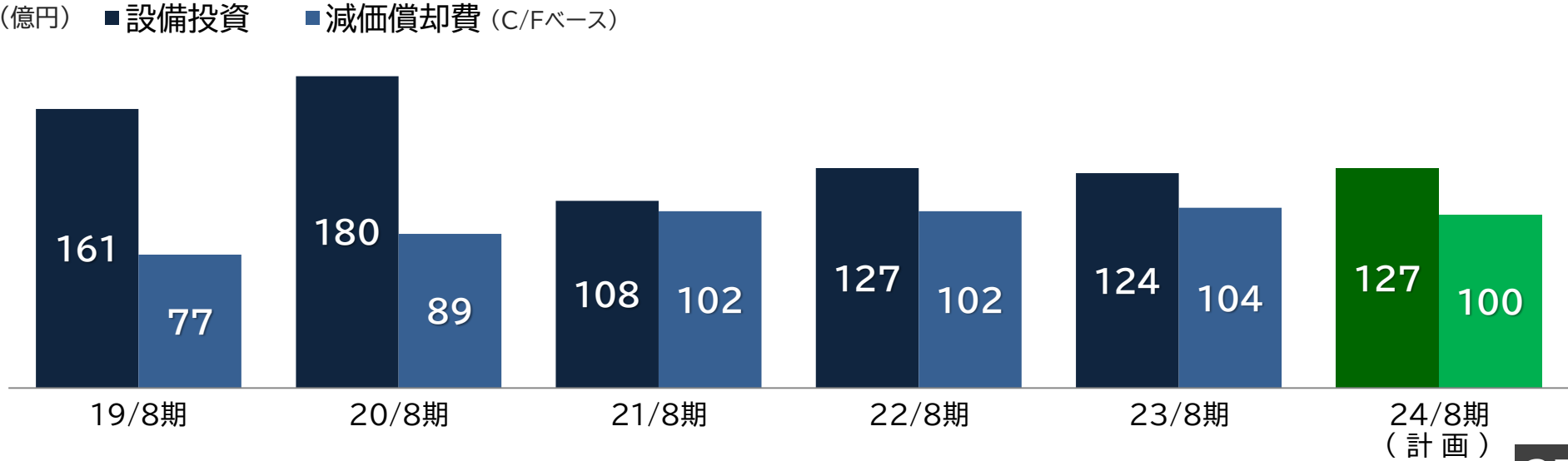
【連結】業績予想：営業利益



【連結】設備投資・減価償却

	2023年8月期	2024年8月期（計画）
設備投資	124億円	127億円
主な内容	・ IT（基幹・EC・効率化） ・ 店舗（新店・既存店） ・ 機械（放送設備）	・ IT（基幹・EC・効率化） ・ 店舗（新店・既存店）
減価償却 (C/Fベース)	104億円	100億円

設備投資・減価償却費の推移



配当金

		2019年 8月期	2020年 8月期	2021年 8月期	2022年 8月期	2023年 8月期 (予定)	2024年 8月期 (予想)
1株あたりの 配当額(円)	年間	20	13	15	15	15	18
	中間	10	10	5	5	5	9
	期末	10	3	10	10	10	9
配当金総額(百万円)		3,543	2,287	2,639	2,580	2,567	—
配当性向(%)		25.3	42.0	30.1	45.2	87.4	40.8
純資産配当率(%)		2.7	1.7	1.9	1.9	1.9	—

配当方針

当社は、株主の皆様への利益還元を最も重要な経営課題の一つと考えており、業績に応じた適正な利益配当の実施をその基本方針としております。

【単体】移転・退店

札幌店移転



【移転前】

出店先 札幌ESTA JRタワー 1～4階
面 積 約 10,200㎡
閉店日 2023年8月31日

【移転先】

出店先 東急百貨店 札幌店 5～6階
面 積 約 6,200㎡
開店日 2023年9月1日



ビックカメラ

店舗数 43

売場面積 229千㎡

連結

店舗数 259

売場面積 683千㎡

(売場面積には携帯ショップ 115店を含む)

2023年8月末日現在

営業終了

2022年11月13日 ビックカメラ町田店

2023年 5月 7日 ビックカメラJR京都駅店

2023年 8月16日 ビックカメラ聖蹟桜ヶ丘駅店

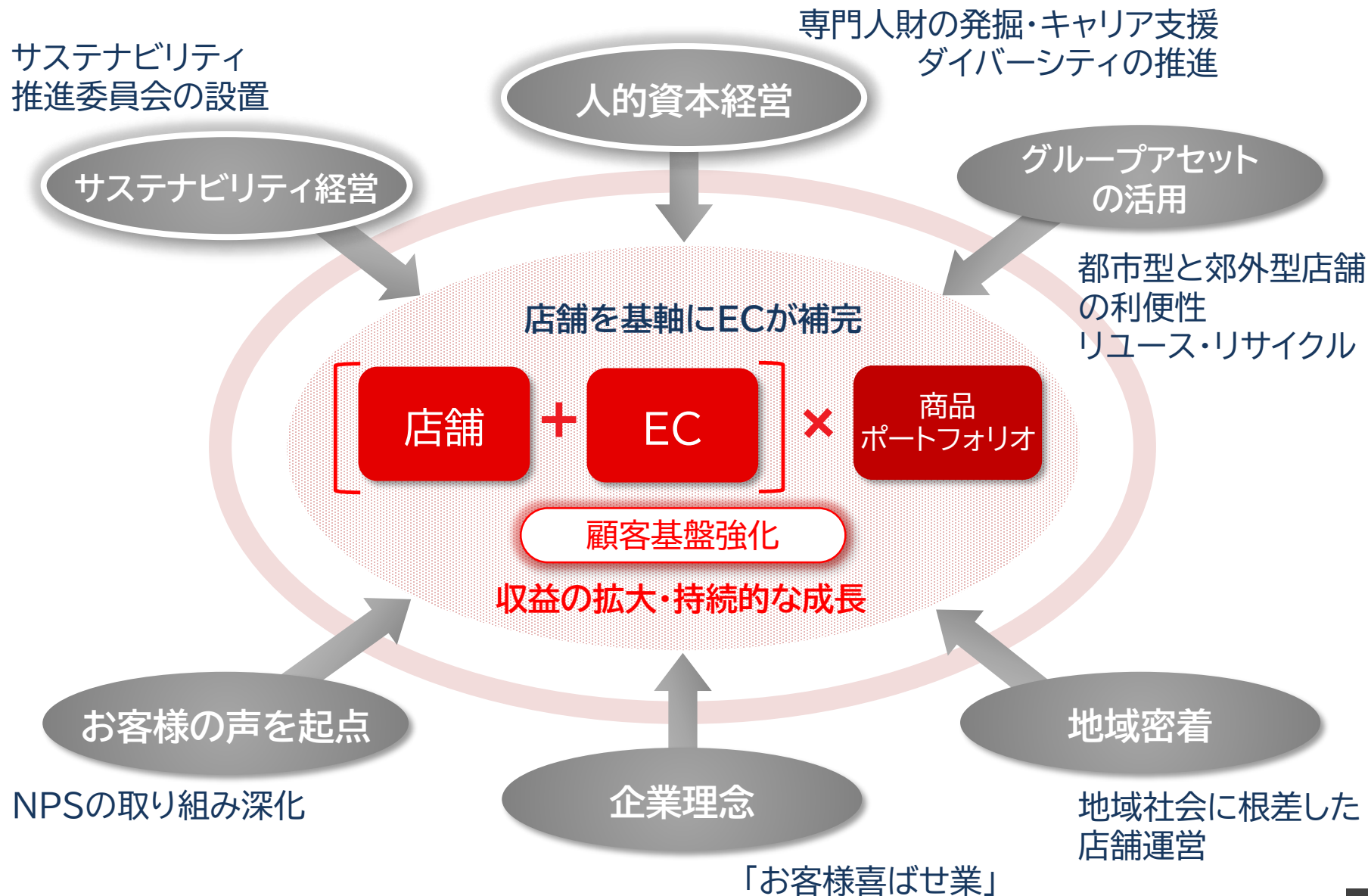
※聖蹟桜ヶ丘駅店はコジマ店舗として営業

1. 2023年8月期 通期業績

2. 2024年8月期 業績予想

3. 重要経営課題

店舗の魅力と利便性を飛躍的に高める



顧客基盤強化①-ビックカメラらしい強い店舗の再構築

再構築への取り組み

・店舗の生産性の改善

本部のスリム化と店舗間人員の再配置により、旗艦店人員を増強
売場の販売員がお客様に向かうための環境づくり

・お客様の声を起点にした店舗運営の強化

「ハンドレッド計画」の推進／お客様視点のマーチャндаイジング
NPSの取り組み深化／重要業績評価指標として設定

・お客様の体験価値の向上

ワクワクする、楽しくなる店舗・売場の追求/店舗空間創造チーム
高い専門知識をもつ人財の発掘やキャリア支援を実現



NPS(Net Promoter Score)の取り組み深化

いただいたお客様の声をもとに、
各店舗が「どうやったらお客様に喜ばれるのか」を自律的に考え、
店舗全体で改善行動に取り組む動きに拡大、NPSも大きく上昇



お客様の声を事務所ボードに貼り出し

NPS勉強会・店舗間共有会の開催

店舗NPSの推移
(全店舗)

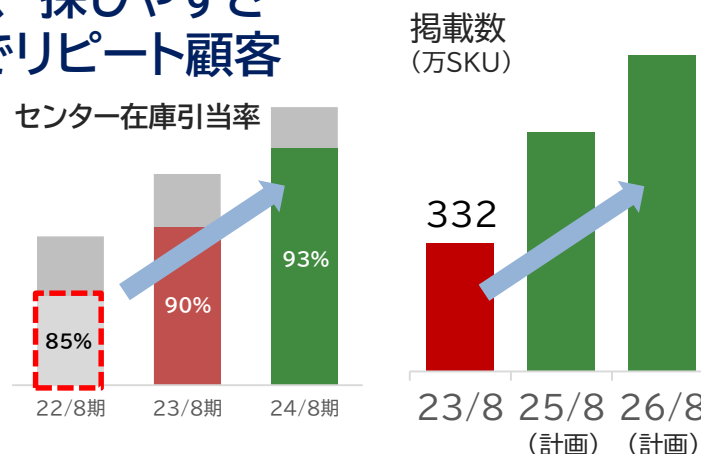


顧客基盤強化②-EC強化による店舗との相互送客強化

ECにおけるMD拡充

品揃え、商品情報の拡充をベースに”使いやすさ”、”探しやすさ”を追求 “早く”、“安く”、“正しく”お届けする事でリピート顧客の拡大を図る

- 品揃え・商品情報の拡充に関して23/8期は、約100万SKUの増加を達成。24/8期以降は3年間で、23/8期比2倍以上の増加を目指す。
- 在庫引当率を23/8期 90%から24/8期 93%へ
- 検索エンジンのさらなる拡張



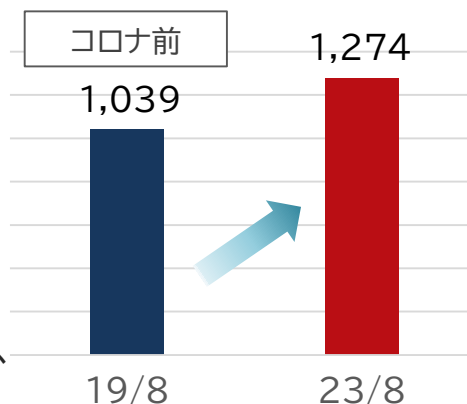
EC利用者の拡大

店舗からECへの送客強化、既存顧客のリピート促進

- 店舗・EC両利用顧客(店舗のみ利用顧客比)
購買金額：280% 購買頻度：220%
- 店舗・EC両利用顧客数
2019年8月期比：130%
- ECサイトの利便性を販売員を通じ体感頂くことができる”実店舗があるからこそ”の優位性を活かし店舗でもECでも同じサービスレベルを目指す
- 家電小売上位の売上規模のポテンシャルを活かし、お客様への想起を高め、リピーター増によるEC拡大を目指す

グループEC売上高 (億円)

2019/8期比 123%

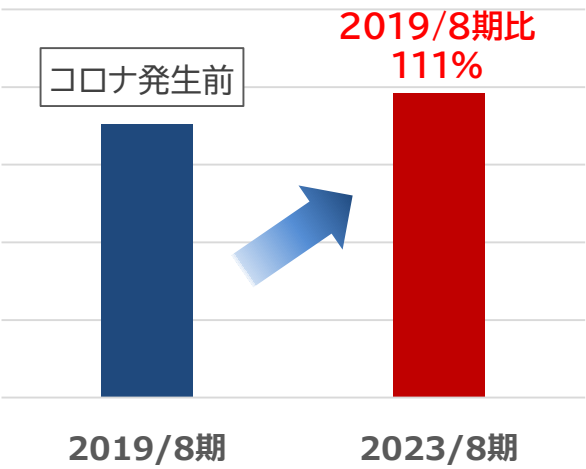


顧客基盤強化③-コジマとの連携強化

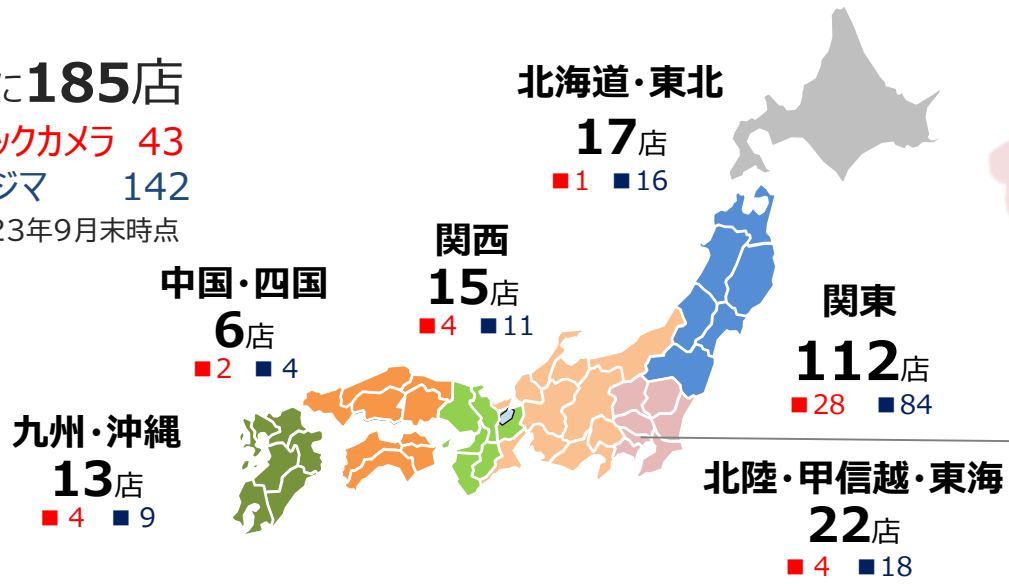
コジマ店舗との連携強化

- 都市型と郊外型店舗で相互に補完**
 都市型のビックカメラ43店舗、郊外型を主体としたコジマ142店舗計185店舗で全国をカバーしてお客様のニーズに対応
- お客様にとっての利便性の拡充**
 コロナ発生以降、都心・郊外・EC等、ライフスタイルや利便性に合わせた購買行動にグループで対応。コジマでのビックポイントの利用金額が増加し、コロナ発生前比で111%
- コジマ店舗でのビックカメラEC置き置き開始**
 9/1にビックカメラ聖蹟桜ヶ丘駅店がコジマとしてオープン。コジマ店舗で、ビックカメラECの置き置き対応を初めて導入

コジマでのビックポイント利用金額

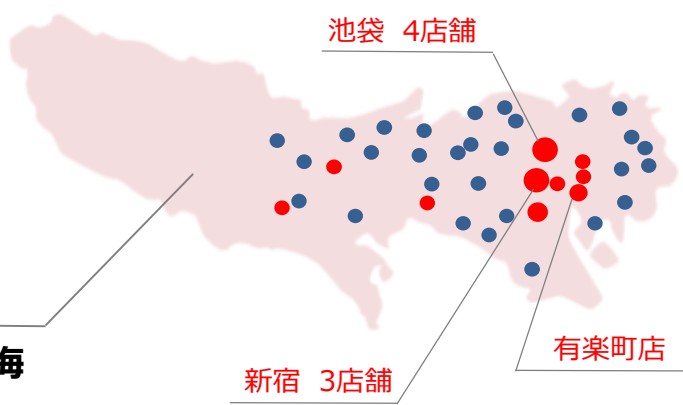


全国に**185店**
 ● **ビックカメラ** 43
 ● **コジマ** 142
 ※2023年9月末時点



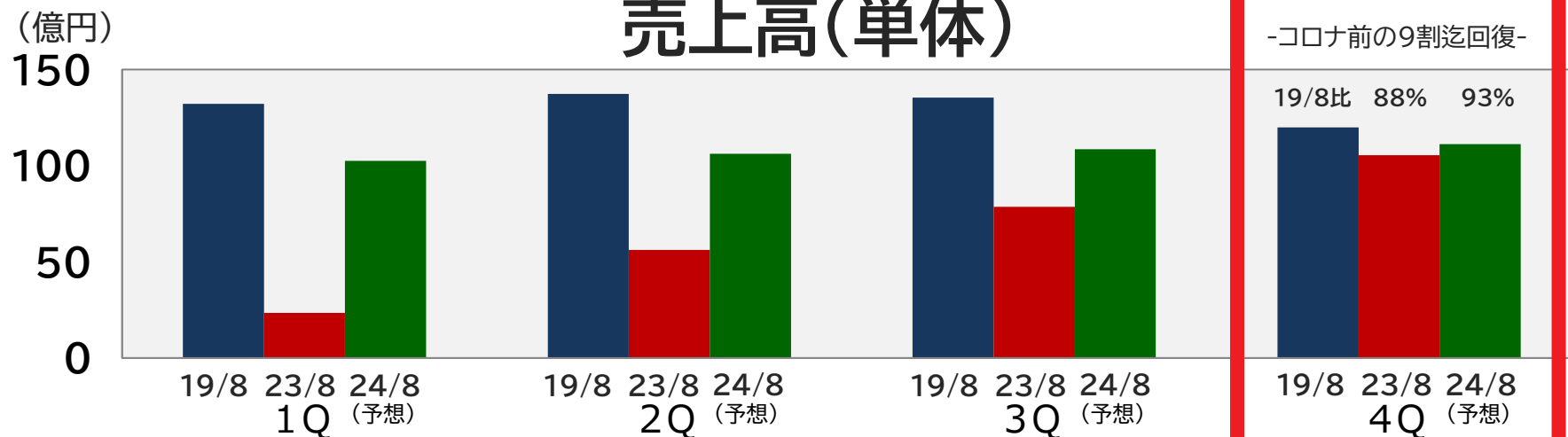
東京都内 店舗数

● **ビックカメラ** 15 ● **コジマ** 30



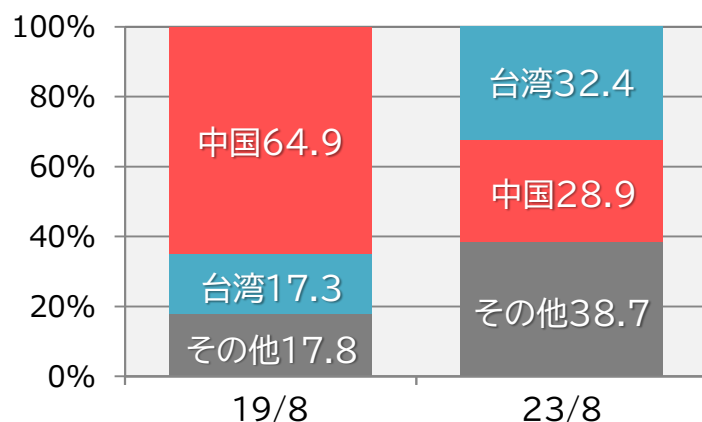
顧客基盤強化④-訪日外国人客の取込①

インバウンドの回復



国籍別の構成比

-コロナ前との比較-

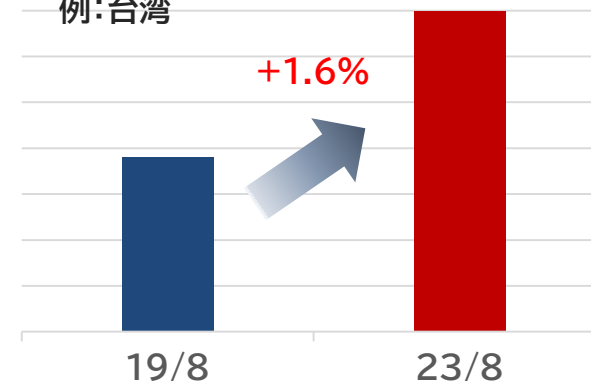


免税取込率の向上

(当社購買客数 ÷ 入国者数)

-コロナ前との比較-

例:台湾



顧客基盤強化④-訪日外国人客の取込②

インバウンド施策

従来からの取り組み強化

・SNSでの情報発信



・旅行展への出展



・異業他企業とのクーポン送客連携（例 JTB様海外支店様にて）



新たな取り組み

ビックカメラの持つノウハウをグループで最適化させるため「グルーピングインバウンド室」を立ち上げ
オーバーツーリズム問題もあり、外国人旅行者の地方への分散が進む中、都市型のビックカメラ、ソフマップと、
郊外型のコジマの住み分けにより、インバウンド効果の最大化を目指す

顧客基盤強化⑤-商品ポートフォリオの強化

デジタル家電のリユースの取り組み

・リユース市場の拡大と高い収益性

原材料の供給制約による新品の不足、物価上昇、環境意識の高まり、フリマアプリの普及等により、新品と中古品の使い分けする動きが増加し、リユース市場は今後とも拡大傾向
粗利率も高い(例 中古パソコン:約30% 新品の約2倍)



・グループで補完し、市場の動きに対応

ビックカメラの店舗も活用し、デジタル家電を中心に買取・中古販売をソフマップ・じゃんぱらで展開。グループ一体となって取り組みを強化し、リユース販売額が大きく増加

ポートフォリオの更なる拡大

- ・身近となったリユースへの対応やサステナビリティへの取り組みに向け、お客様のニーズや環境の変化に合わせてグループアセットの「質と量」を拡大



じゃんぱら

(株)じゃんぱら

- ・2021年12月にグループ化
- ・PC・スマホ等の買取・販売

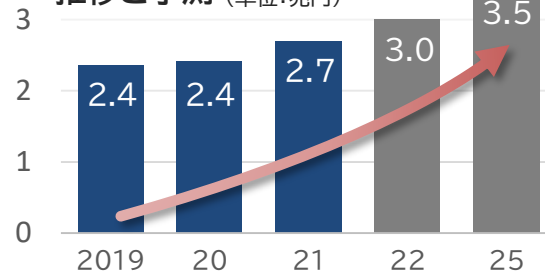


F-ECO

(株)フューチャー・エコロジー

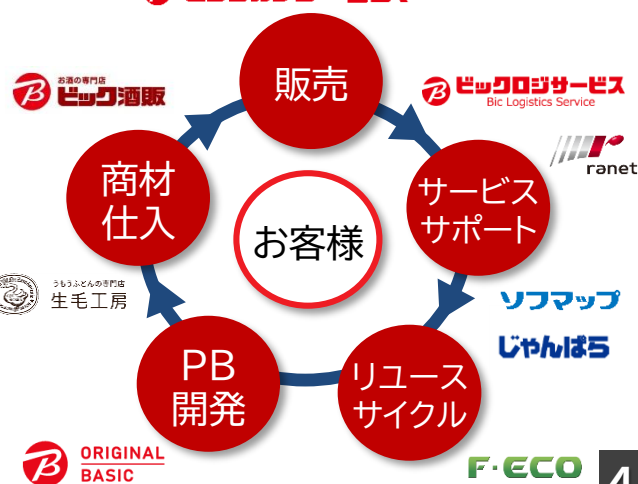
- ・循環型社会の実現に向けた使用済家電の再資源化事業

リユース市場規模
推移と予測 (単位:兆円)



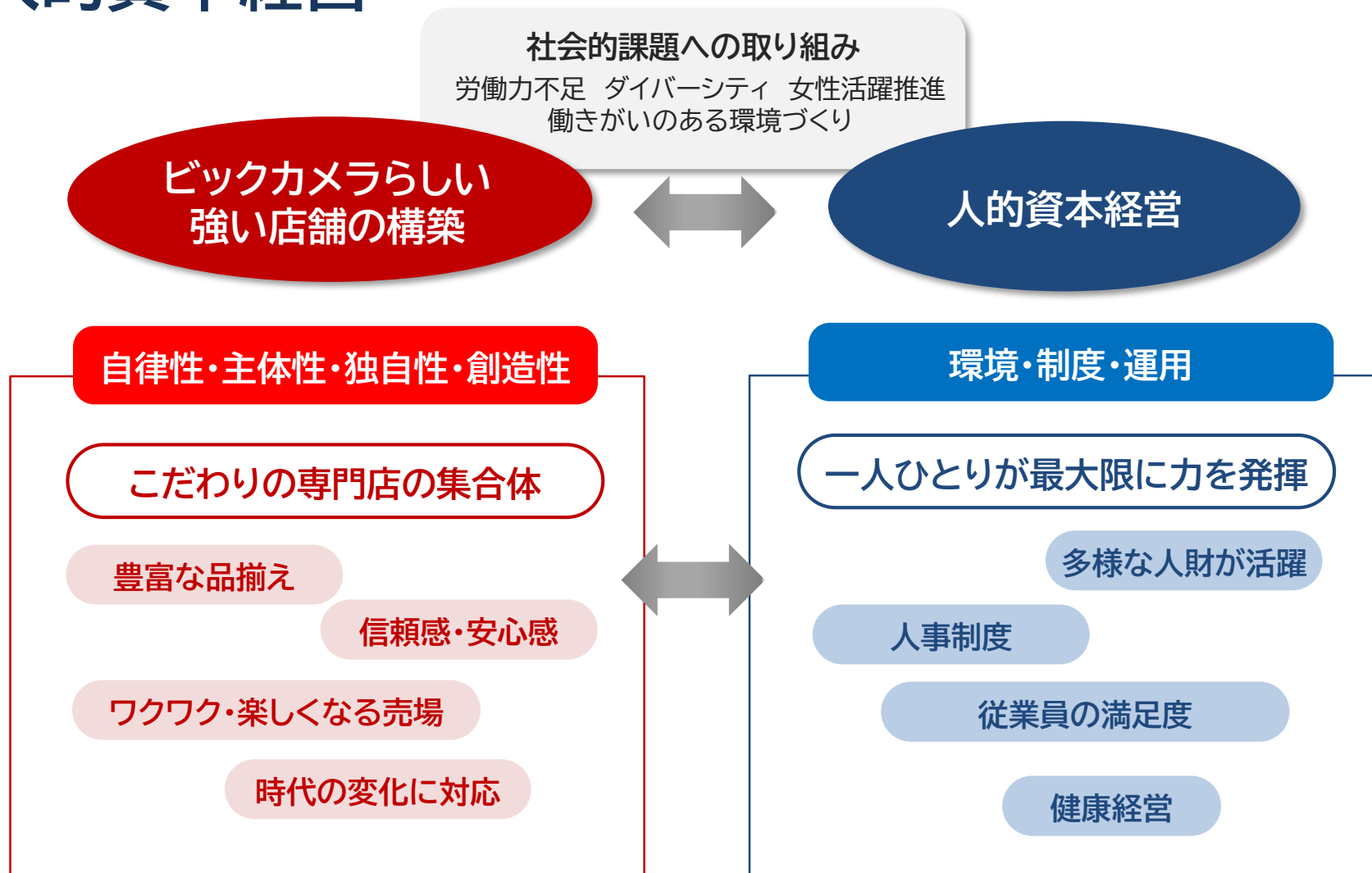
出所:リユース市場データブック2022
(株)リフォーム産業新聞社)より、当社作成

「リユース商品」グループ売上実績



サステナビリティ経営の推進①

人的資本経営



サステナビリティ経営の推進②

多様な人財が活躍出来る環境作り

①店舗における従業員の保有価値の発揮

- ・専門性を追求するマイスター制度の改定を行い
更なる専門人財の発掘やキャリア支援を実現

マイスター制度改定:より個の保有価値に着目した制度へ

管理職	専門職	
店長	エグゼクティブマイスター	
副店長	シニアマイスター	エキスパートマイスター
フロア統括	マイスター	

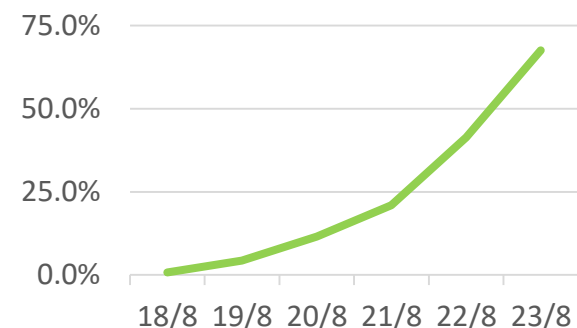
↑ キャリア選択

販売員

②従業員に寄り添う環境づくり・ダイバーシティの推進

- ・全社的な取り組みにより男性育児休業取得率が向上
- ・障がい者用入社式の実施
- ・従業員満足度調査実施：19/8期比 約2%増(全体)
- ・短時間勤務者比率：23/8期:4.9%(19/8期比 約1.2%増)
- ・シニア(65歳以上)比率：23/8期:1.4%(19/8期比 約0.6%増)

男性育児休業取得率推移



③健康経営の推進

- ・健康増進の取り組みによりホワイト500の認定を取得



従業員満足度調査

23/8期	全体	マイスター	外国籍	嘱託
総合DI(%)	73.2	80.4	90.3	82.5

※マイスター、外国籍、嘱託(シニア)は特に高い満足度

サステナビリティ経営の推進③

地域社会に根差した店舗運営

豊島区と締結している「豊かなまちづくりのためのパートナーシップ協定」の他にも、高崎市、千葉市とも包括連携協定を締結
相互に連携をとる事で、地域の皆様の生活がより豊かになるお手伝いが出来ればと思っており、今後も各地域の皆様喜んでいただける活動を継続して推進

成人式撮影会



千葉市/包括連携協定



高崎市/包括連携協定



SDGs店舗見学会開催



ふじさわ健康マルシェ出展



豊島区/パートナーシップ協定



企業主導型保育園の運営



ソフトボール教室開催



皆既月食観測会開催



成長戦略/中期経営ビジョン

ビックカメラらしい強い店舗を基軸とした成長戦略

再構築フェーズ

強化フェーズ

結集フェーズ

競争優位性の強化

- ・ 店舗とEC一体での体験価値の最大化
- ・ ロイヤルカスタマーの更なる創出
- ・ 体験価値を追求した独自サービスの提供

競争優位性の確立

- ・ 「こだわりの専門店の集合体」の深化
- ・ 従業員エンゲージメントの強化
- ・ 収益性の改善

ビックカメラらしい
強い店舗の構築

強い店舗を活用した
更なる価値創造

グループ力を結集した
新たなビジネスモデル

グループシナジーの追求

- ・ サーキュラーエコノミー型
ビジネスモデル等の確立
- ・ グループ経営資源の最適化
による企業価値の極大化

持続的成長に向けた取り組み

サステナビリティへの取り組み

循環型ビジネスモデルの構築

企業理念に基づく経営

人的資本経営



本資料は、当社の事業及び業界動向について当社による現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確かさが伴っています。既に知られた、もしくははまだ知られていないリスク、不確かさその他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、2023年10月17日現在において利用可能な情報に基づいて、当社により2023年10月17日現在においてなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

2023年10月
株式会社ビックカメラ
株式会社コジマ