



2022年3月期 第1四半期（2021年4月～6月） 決算説明資料



株式会社MCJ

2021年8月5日

2022年3月期 第1四半期（4月～6月）における主なトピックス

業績サマリー

□ 売上高は第1四半期としての過去最高を更新

- 営業利益は前年同期比減収も、今期より適用の会計基準変更*1の影響を除く実質ベースでは前期比増益となり、実態としては四半期として過去最高の営業利益更新
- 前期のハードルが特に高いことを想定していた1Q業績は順調に着地

業績に係る
トピック

□ パソコン関連事業は想定を上回る着地

- 国内パソコン関連事業は会計基準変更の影響に加え、原材料・部材不足の影響等により想定通り前年同期比減収減益
- 前期ロックダウンの影響等を受けた欧州モニタ事業（1月～3月）は新型コロナウイルス感染症の再拡大の中においても堅調を維持し前年同期比増収増益を達成

□ 総合エンターテインメント事業は赤字大幅縮小

- 緊急事態宣言等の環境下、赤字幅は前年同期比1/4程度に縮小
 - 前期実施の各種コストカットを含む構造改革の効果に加え、主力のネットカフェ及び新規注力事業である24時間フィットネスの売上が急伸

□ 事業ポートフォリオ毎の動きとしては期初想定通りのストーリーで推移

- 部材不足の影響や前期ハードルの高い国内パソコン事業は減収減益の一方、海外事業はロックダウンのリバウンドもあり好調。総合エンターテインメント事業は赤字幅縮小

その他
トピックス

□ 期初発表の減収減益想定との2022年3月期上半期業績予想比での1Q進捗は非常に高く推移

※1) 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2018年3月30日）等を適用したことによる影響

第1四半期（4月～6月）連結損益計算書

前年同期比減収想定の中、**第1四半期としての過去最高売上高を更新**
 営業利益は想定通り減収も会計基準変更の影響除くと実質的には増益

(百万円)	2021年3月期 第1四半期		2022年3月期 第1四半期		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	44,420	100.0%	46,473	100.0%	2,052	4.6%
売上原価	33,668	75.8%	35,525	76.4%	1,857	5.5%
売上総利益	10,752	24.2%	10,947	23.6%	195	1.8%
販売費 及び一般管理費	5,852	13.2%	6,245	13.4%	392	6.7%
営業利益	4,900	11.0%	4,702	10.1%	△ 197	△ 4.0%
経常利益	5,145	11.6%	5,055	10.9%	△ 90	△ 1.8%
税金等調整前 当期純利益	5,994	13.5%	4,996	10.8%	△ 998	△ 16.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,247	9.6%	3,440	7.4%	△ 807	△ 19.0%

海外パソコン関連事業の好調及び総合エンターテインメント事業が回復。国内パソコン事業も想定を上回り推移

部材不足等がある中、高い粗利率を維持

売上水準等を鑑みて想定通り戦略費用等を抑制

四半期として40億円を超える営業利益は前期1Q以来で過去2番目の水準。会計基準変更の影響を除くと実質的には四半期としての過去最高益

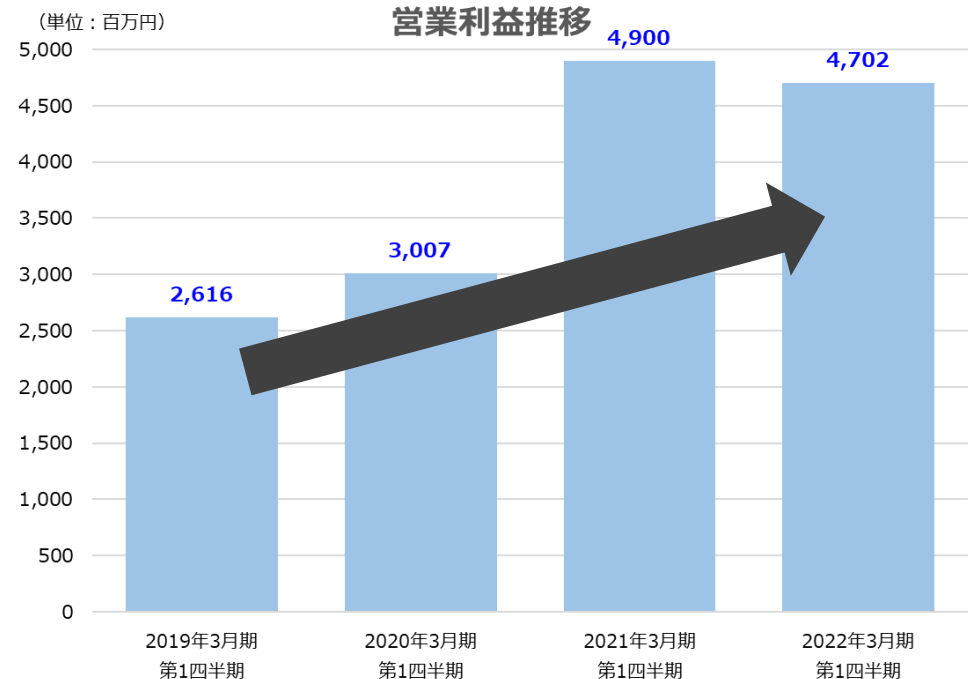
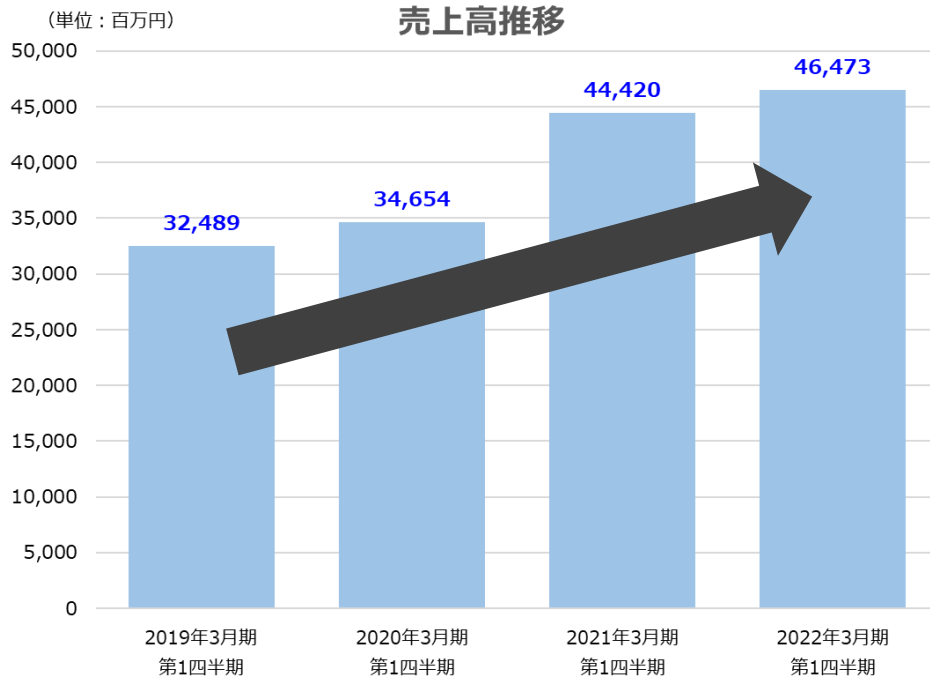
→ 前年同期は欧州訴訟に係る特別利益が発生

第1四半期（4月～6月）連結業績推移グラフ

売上高は前期の高いハードルや原材料・部材不足を乗り越え増収
 営業利益は会計基準変更の影響もあり減益も、
 前期からの需要反動減や部材不足等で軟調な環境下においても高い利益水準を達成

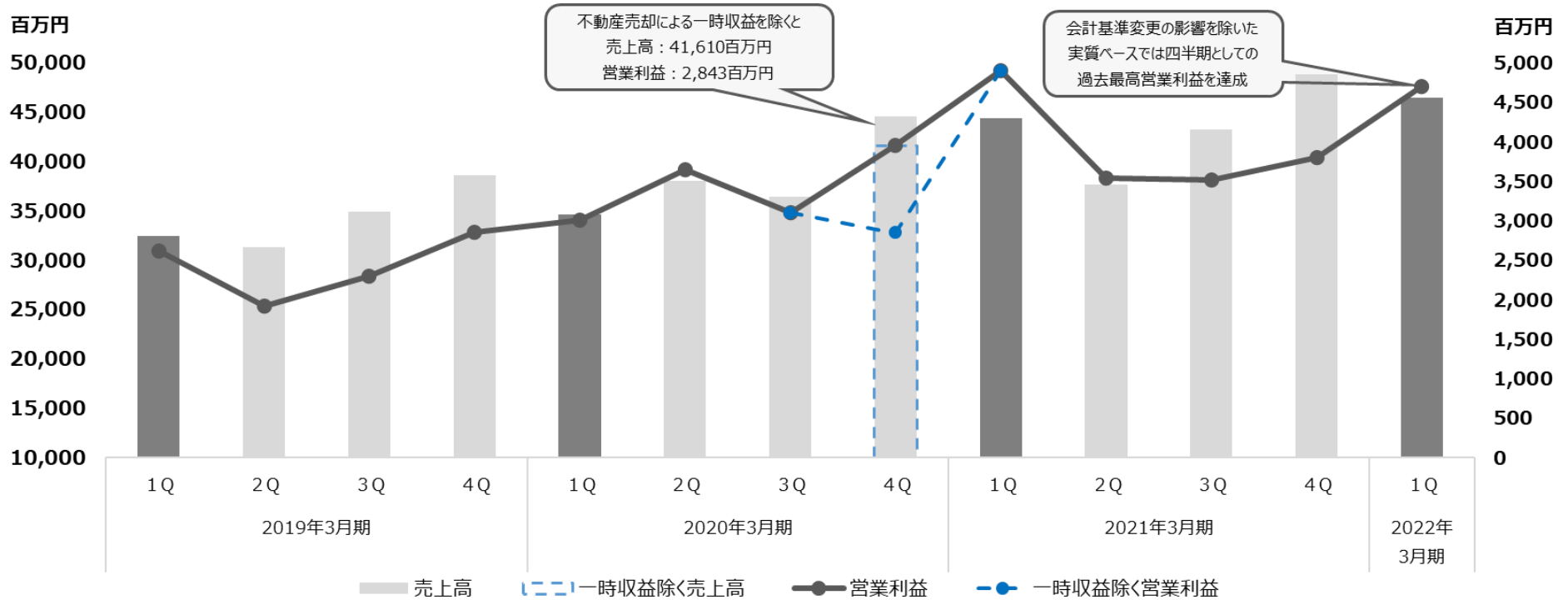
海外事業の好調と総合エンターテインメント
 事業の復調もあり
第1四半期としての過去最高を更新

高い粗利水準及び利益率が継続
四半期としては前年1Q以来の
 40億円を超える営業利益を達成



第1四半期（4月～6月）連結業績推移

不安定な事業環境にも関わらず、売上高は**第1四半期としての過去最高**を達成すると共に
 四半期としては過去2番目の水準となる
 営業利益も四半期として40億円超えは前期1Q以来で過去2番目の水準
業績に寄与する特殊要因不在の軟調な環境下においても高い収益性を維持



(百万円)	2019年3月期				2020年3月期				2021年3月期				2022年3月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	32,489	31,293	34,897	38,583	34,654	38,075	36,439	44,565	44,420	37,698	43,253	48,799	46,473
営業利益	2,616	1,922	2,299	2,849	3,007	3,645	3,099	3,954	4,900	3,540	3,514	3,803	4,702

※ 上記表の2020年3月期4Qには、不動産売却による一時収益を含んでおります。

参考) 第1四半期 (4月~6月) 上半期連結業績予想に対する達成率及び進捗

上半期は前年同期比減収減益予想も、特にハードルが高いと想定していた1Qは増収を達成。1Q減益幅は上半期想定を大きく下回るだけでなく、会計基準変更の影響を除くと実質的には前年同期比営業増益を達成

(百万円)	2022年3月期				
	第2四半期 累計期間計画	対前年同期 増減率	1Q実績	対前年同期 増減率	進捗率：【1Q実績/ 上半期予想】
売上高	80,800	△1.6%	46,473	4.6%	57.5%
営業利益	7,000	△17.1%	4,702	△4.0%	67.2%
経常利益	7,100	△18.5%	5,055	△1.8%	71.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,800	△24.6%	3,440	△19.0%	71.7%

上半期業績予想に対する1Q実績の進捗は利益ベースでは7割前後と高い進捗率となる

← 上半期業績予想及び対前年同期比 →

← 1Q実績及び対前年同期比 →

セグメント情報 第1四半期 4月～6月実績

パソコン関連事業

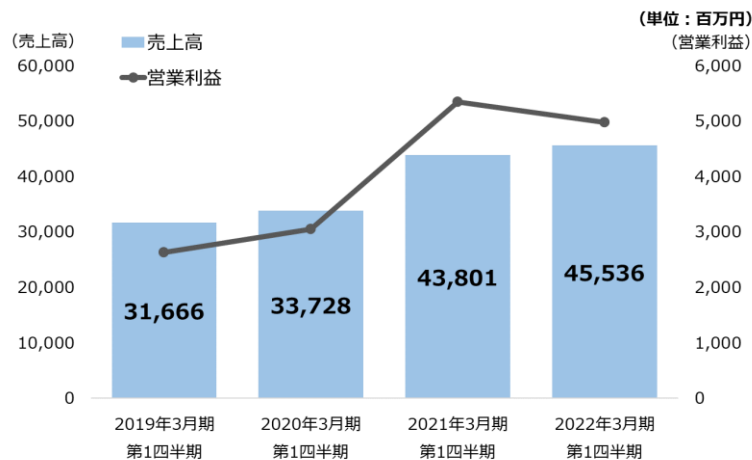


➤ 売上高 455億円（前年同期比4.0%増）

- 国内パソコン事業は部材不足や前期需要の反動減、会計基準変更の影響により**想定通りの減収**
一方で当社グループ製品に対する需要は高く**想定を上回り着地**
- 前期ロックダウン等の影響を受けた**海外事業（1月～3月）は前年同期比2桁の増収**
iiyamaはコロナ禍における需要の変化を受けた製品投入や営業施策等を積極化し大幅増収

➤ 営業利益 49億円（同7.0%減）

- 減収や会計基準変更の影響を受け国内パソコン関連事業は**減益**
- iiyamaは**前年同期比2桁増益**を達成し、堅調に推移。同じく前期ロックダウン等の影響を受けたR-logicも**営業黒字転換**し順調に回復



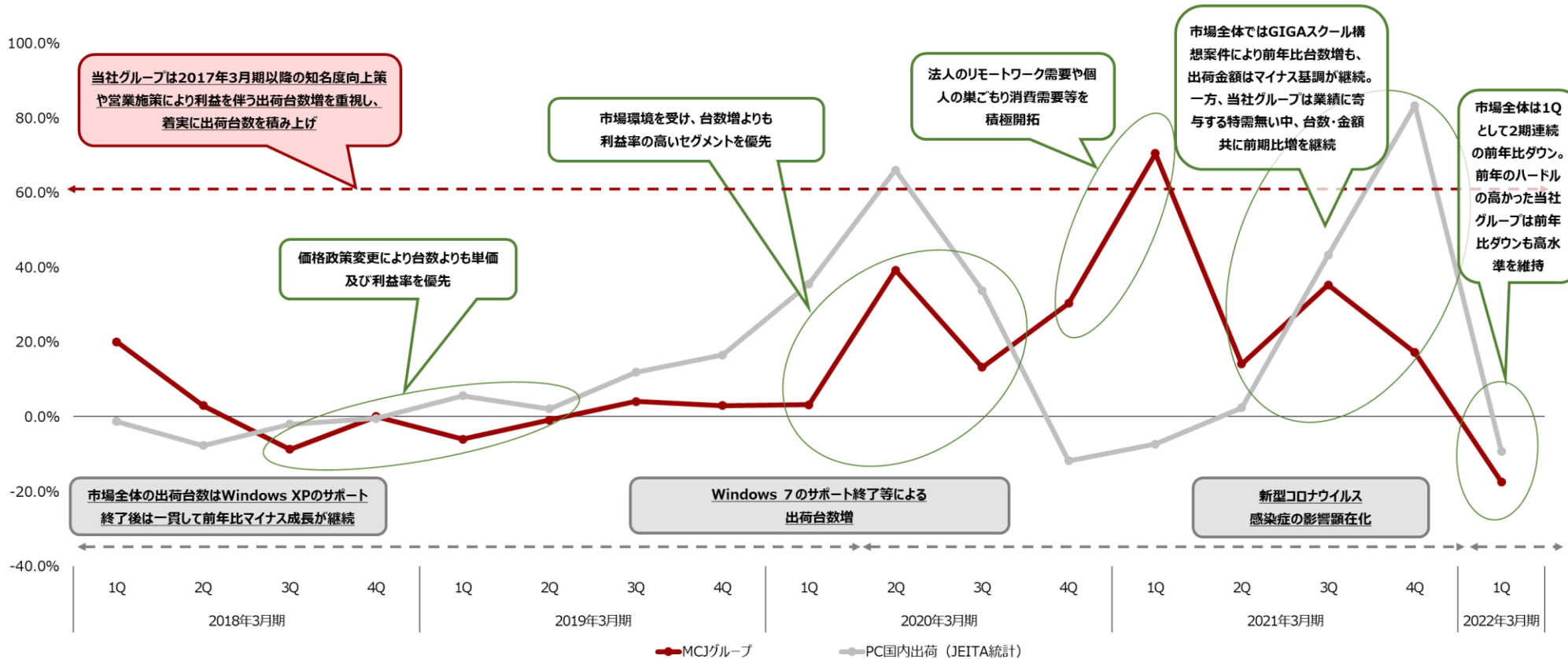
パソコン関連事業 (百万円)	2021年3月期 第1四半期		2022年3月期 第1四半期		前年同期比	
	金額	構成比率	金額	構成比率	増減額	増減比率
売上高	43,801	98.6%	45,536	98.0%	1,735	4.0%
営業利益	5,345	109.1%	4,972	105.7%	△ 373	△ 7.0%

※ 上記表には、連結消去及び全社費用等の金額が含まれていないため、「連結売上高」数値と各セグメント数値の合計値とが異なります。なお、構成比は、「連結売上高」数値を基に算出しております。

国内パソコン出荷台数増減率の推移

市場全体は2期前のWindows7更新需要や前年度のリモートワーク需要等の反動減により2期連続前年同期比出荷台数減少と想定通り軟調に推移

当社グループもコロナ需要を大きく取り込んだ前年の出荷台数と比較し前年同期比減するも高水準を維持



※ 上記グラフは、四半期（会計期間）ごとの出荷台数実績を前年同期と比較したものです。

セグメント情報 第1四半期 4月～6月実績

□ **総合エンターテインメント事業**：株式会社aprecio、株式会社MID
【ネットカフェ、24時間フィットネス、接骨院・整体院、ホテル運営事業】

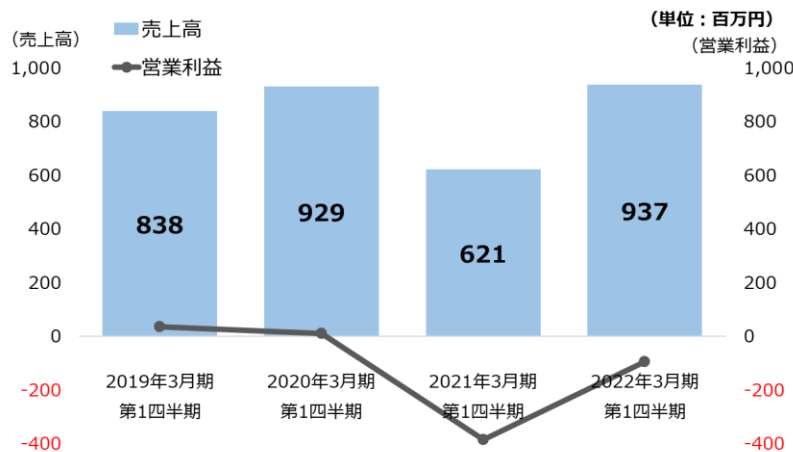


➤ **売上高 9.3億円（前年同期比50.9%増）**

- コロナ禍での事業環境ではあるものの、前年同期と比較すると提供するサービスの利用人数は上昇傾向
- ネットカフェ事業、24時間フィットネス事業は緊急時事態宣言下にも関わらず**大幅増収を達成**

➤ **営業利益 △0.9億円（-）**

- 主力の**ネットカフェ事業の赤字幅が大幅に縮小**
- 前期発生した接骨院・整体院事業に係る事業立ち上げコストも無くなり同事業の赤字幅も大幅に縮小
- 以上の結果、前年実施した構造改革の効果もあり、**営業赤字幅は前年同期比1/4程度に縮小**



総合エンターテインメント事業 (百万円)	2021年3月期 第1四半期		2022年3月期 第1四半期		前年同期比	
	金額	構成比率	金額	構成比率	増減額	増減比率
売上高	621	1.4%	937	2.0%	316	50.9%
営業利益	△ 385	-	△ 96	-	288	-

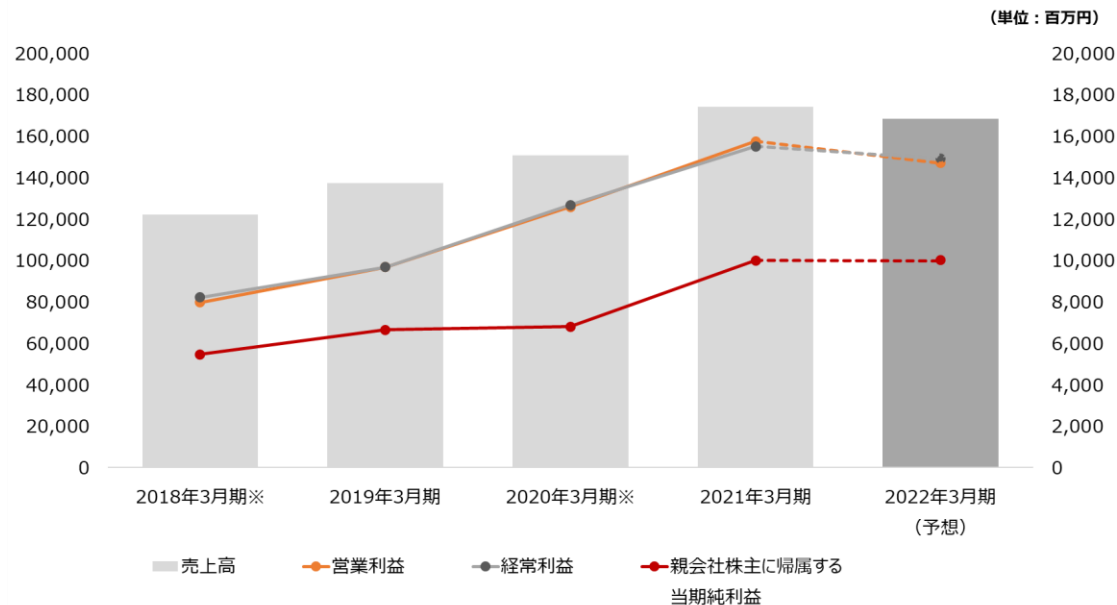
※ 上記表には、連結消去及び全社費用等の金額が含まれていないため、「連結売上高」数値と各セグメント数値の合計値とが異なります。なお、構成比は、「連結売上高」数値を基に算出しております。

2022年3月期 通期連結業績計画



現時点においては期初発表の計画より修正なし
 1Qは上半期業績予想に対する進捗が非常に高く推移するなど、計画達成に向け順調に推移中

(百万円)	2018年3月期 ^{※2}	2019年3月期	2020年3月期 ^{※2}	2021年3月期	2022年3月期 (予想)
売上高	122,244	137,264	150,780	174,173	168,400
営業利益	7,983	9,688	12,595	15,758	14,700
経常利益	8,223	9,690	12,674	15,510	14,900
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,471	6,655	6,802	10,005	10,000



※) 上記数値は不動産売却による一時収益を除いております。

再掲) 通期連結業績計画に対する前提及び考え方

計画についての補足事項

計画策定に係る前提

■ 市場環境

- 2020年3月期のWindows7更新需要、2021年3月期1Qを中心としたコロナ特需や政策（GIGAスクール）で需要の前倒しが発生
- その為、政策的な動きは別とし実需においては短期的には市場全体は反動減が予想され、2022年3月期もその影響が市場全体には出ると予想

■ 当社状況

- 当社については、GIGAスクール特需はほぼ無い等、上記の様な外的特需のみに依拠した成長をしてきたわけではなく、当社固有要因で過去5年間市場環境如何によらず成長をしてきており、反動減の中においても独自に成長を図れるポジションにいるものと認識

《2022年3月期計画策定の定性情報》

【パソコン事業】：好調が継続

- 市場は大きな反動減が見込まれる中、当社については成長市場への注力や顧客ベースの拡大策の深堀により、保守的に見積もってもハードルの高い2021年3月期同等の業績を見込む
- 売上については、原材料・部材調達に係るリスクの存在から若干保守的に見込む

【総合エンターテインメント事業】：赤字が継続

- 改善は見込むものの、引き続き赤字基調が続くとの前提

《数値に係る前提及び補足》

- コロナ特需のあった1Qのハードルは高いとの認識も、2Q以降は前年同水準程度の達成は最低限可能と想定
- 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2018年3月30日）等の適用の影響を一部事業が受け、旧会計基準比で2022年3月期売上、営業利益等への影響は10億円を超えるマイナスインパクトを見込む（2021年3月期に当該会計基準を適用したと仮定して算定した場合は前期営業利益が約13億円マイナスと試算）
- 以上を考慮すると、会計基準変更の影響を除く実態としては2022年3月期計画は前期比で売上3%程度減、営業利益は2%程度増となり、増益基調は継続の想定

再掲) 2022年3月期 連結業績計画

上半期はとりわけ前期1Qのハードルが高く減益を想定するも、
下半期は会計基準変更の影響を受けつつも前期比増益を想定

(百万円)	2022年3月期					
	第2四半期 累計期間計画	売上高比率	対前年同期 増減率	通期計画	売上高比率	対前年 増減率
売上高	80,800	100.0%	$\Delta 1.6\%$	168,400	100.0%	$\Delta 3.3\%$
営業利益	7,000	8.7%	$\Delta 17.1\%$	14,700	8.7%	$\Delta 6.7\%$
経常利益	7,100	8.8%	$\Delta 18.5\%$	14,900	8.8%	$\Delta 3.9\%$
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,800	5.9%	$\Delta 24.6\%$	10,000	5.9%	$\Delta 0.1\%$

- パソコン事業の好調は継続の想定も、原材料調達リスク等を鑑みて売上水準を保守的に想定
- 総合エンターテインメント事業は赤字縮小するも、黒字化までは想定せず

株主還元① 配当金について

2022年3月期の配当金予想は中計にて掲げる配当性向30%以上を維持し、
当初計画では30%と想定する

	実績※					予想
	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
年間1株当たり 配当金	13円00銭	18円00銭	20円50銭	23円50銭	31円00銭	30円52銭
配当性向	25.1%	30.1%	30.2%	30.6%	30.5%	30.0%

□ 2022年3月期1株当たりの予想期末配当金額は30円52銭

- » 現時点においては配当性向下限の30%を業績予想数値に適用
- » 業績動向その他を勘案の上、最終的な還元水準を決定

※ 2018年3月期以前の1株当たり配当金は2018年7月実施の株式分割の影響を過去にも遡り適用した参考数値

株主還元② 株主優待制度について

引き続き2022年3月期も株主優待制度を実施予定

① 1,000株以上

1万円相当の当社オリジナルカタログ
(グループ製品及び飲食料品を予定) より1点選択 + ②

<商品一例>

AirBar / 15.6型液晶ディスプレイ
パソコン工房1万円商品券 / 米沢牛すきやき肉
うなぎ蒲焼 / アイスセット / 日本酒セット 等

※右記商品をご参考までに前期のものを掲載しております。
今期の商品とは異なる旨ご了承下さい。



② 100株以上1,000株未満

『パソコンワンコイン診断サービス』利用券
(500円×2枚)

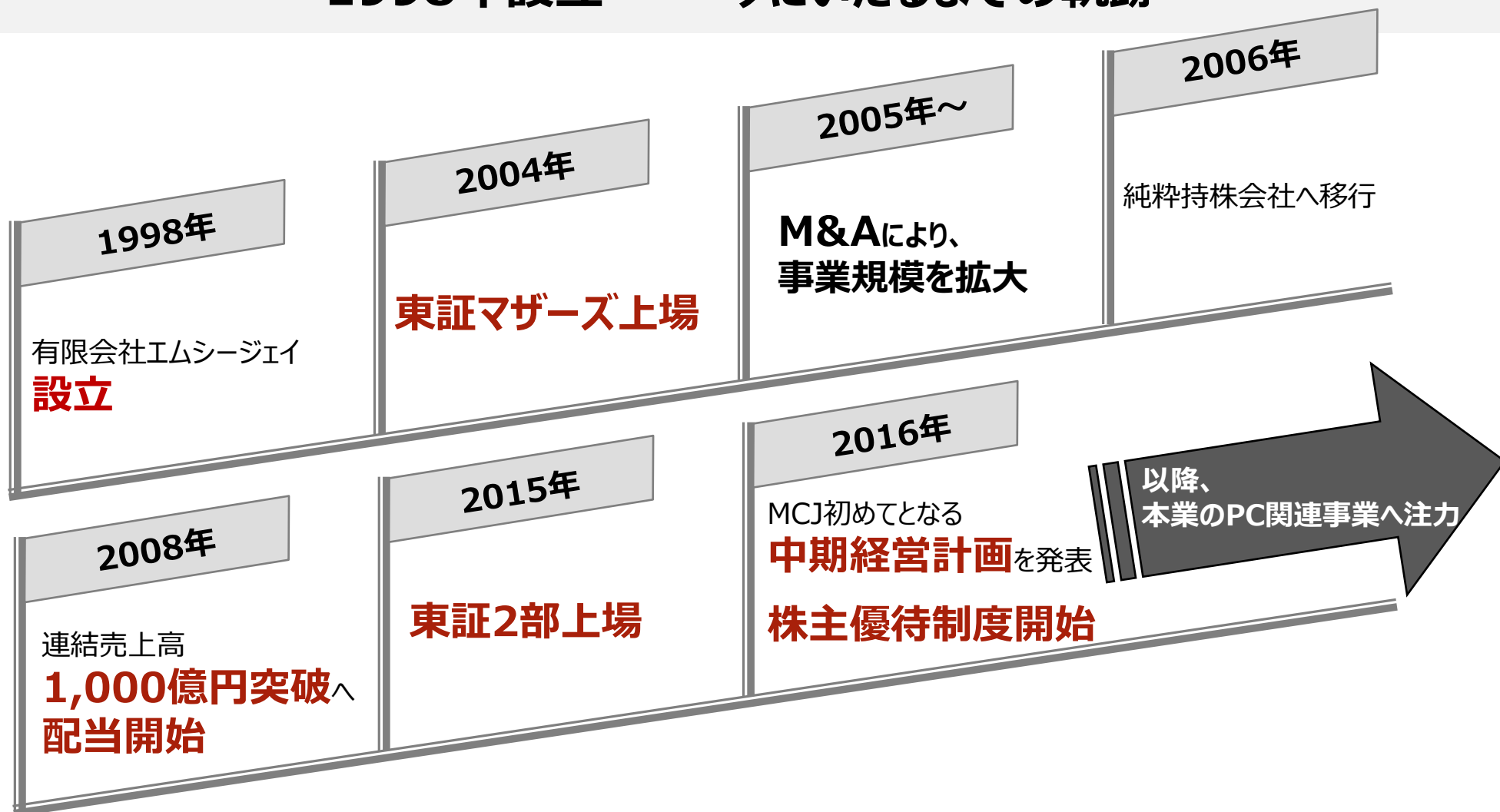


Appendix

- 商号** : 株式会社MCJ (英語表記 MCJ Co.,Ltd.)
- 設立** : 1998年8月
- 代表者** : 代表取締役会長兼CEO 高島 勇二
代表取締役社長兼COO 安井 元康
- 資本金** : 3,868,102,900円
- 従業員数 (連結)** : 2,157名 (2021年3月末)
- 発行済株式数** : 101,774,700株 (同上)
- 証券コード** : 6670 (東京証券取引所第2部上場)



1998年設立 ～ 今にいたるまでの軌跡



MCJグループ 主要子会社紹介



長期的な経営ビジョン ～ハードウェア×サービスの両輪による成長～

経営ビジョン及び事業方針

相乗効果

取扱製品（ハード）
の拡充

コンテンツ・サービス分野
への事業領域の拡大

設定の背景/考え方

情報に「アクセスする、発信する、共有する」手段としてのデバイスの多様化とユーザーニーズの多様化

- 形は変われども情報への接点としてのハードウェアは無くならない
- ハードウェアは成長産業

ハードウェア・サービスはそれぞれ独立関係ではなく、相互依存関係であり、ビジネスとしても一貫して捉えるのが自然

- ハードウェアよりも事業ドメインは意外とスタティックな世界
- ハードウェア以上の成長ポテンシャル

方向性/目標

- PC、モニタへの注力は継続
 - » 日本・欧州における更なる成長を模索
- コンシューマーハードウェア / 法人向けハードウェア...
 - » 成長市場へのアクセスを図る

- 既存ハード事業と親和性のあるサービス等の開拓
 - » 日本市場を中心としてスタート
- コンシューマー/法人向けサービス...
 - » まずはスモールスタート

目標達成手段

- 自社グループによる開発
- アライアンス戦略による拡大
 - » M&A、ベンチャー投資、事業提携...

- M&Aによる事業ドメインの拡大
- アライアンスによるサービス多様化
 - » 当初はVB投資 / 少額M&Aにて着手

今回の中期経営計画の位置づけ

前回中期経営計画

～ 2019年3月期

既存事業の収益性強化と将来成長の
為の体制整備

- グループ会社の選択と集中
- 主要子会社の収益性強化プロジェクトを通じた成長投資及びステークホルダーへの還元余力の拡大
- M&A、ベンチャー投資を通じた地理的・製品軸拡大の為の基礎整備

基礎固めフェーズ

Step1

今回の中期経営計画

～ 2022年3月期

着実な事業拡大に向け、成長と投資
のバランスを図る

- 国内PC事業、海外モニタ事業の着実な拡大による基礎収益の最大化
- バリューチェーン軸×製品軸での拡大投資《既存事業強化・発展》
- 将来ビジョン実現に向けて“右側部分”への着手・投資《事業多角化》
- 更なる成長に向けた社内体制整備

事業・収益多様化

Step2

今後の中期経営計画

～以降の期間

第1回及び第2回の中計を経て、長期ビジョン実現を図る時期

- 長期経営ビジョン実現に向けた先行投資の刈り取り施策
- ……

収益拡大期

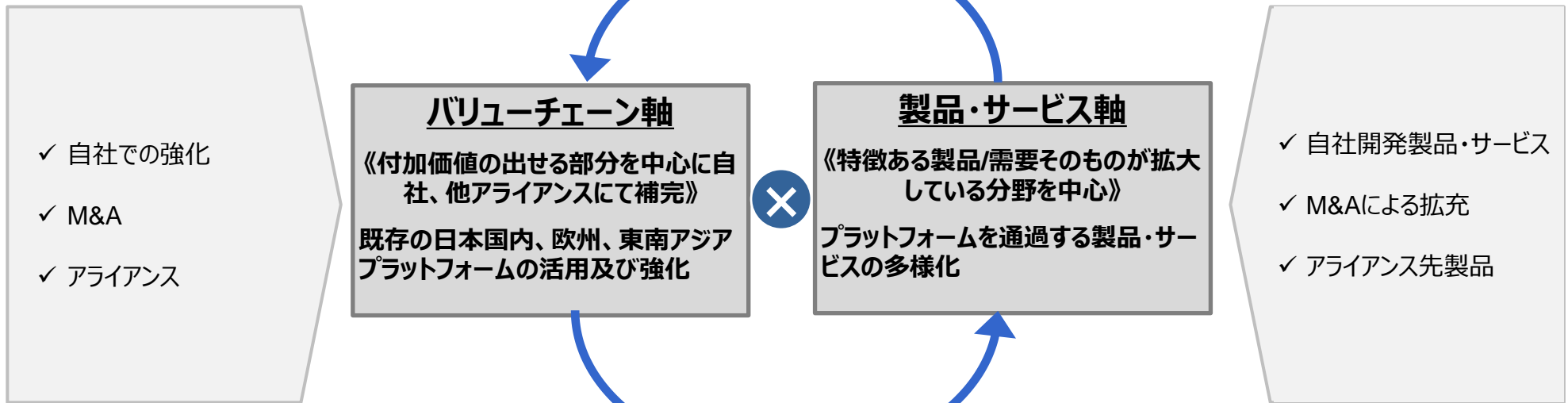
Step3

高まった収益基盤の強化・投資強化のバランスを取り、将来ビジョン実現の第一歩を踏み出す

“バリューチェーン×製品・サービス軸”拡大戦略 (1/2)



製品・サービス面での多様化を通じて、プラットフォーム自体の価値を高め、販売先 / 収益の多様化を図る



自社の持つビジネスプラットフォーム能力を強化・構築することで、“載せる”製品・サービスを拡充する余地を高める

自社プラットフォーム（バリューチェーン・顧客網）の維持・強化及び“載せる”製品の多様化を図る

“バリューチェーン×製品・サービス軸”拡大戦略 (2/2)



日本：HW製造・販売・メンテプラットフォーム



《例》
ハードウェア取り扱いネットワーク / 個人・法人向けビジネス

- 個人：特徴のある製品・サービスの強化 《ニッチ深堀》
- 法人向け：需要ある製品・サービスの強化 《成長市場の開拓》

欧州：HW販売プラットフォーム



《例》
域内モニタ販売ネットワーク

- 地理的なビジネスの拡大
- モニタ以外の法人向け製品拡販

東南アジア：HW修理メンテプラットフォーム



《例》
リペアノウハウ、ネットワーク

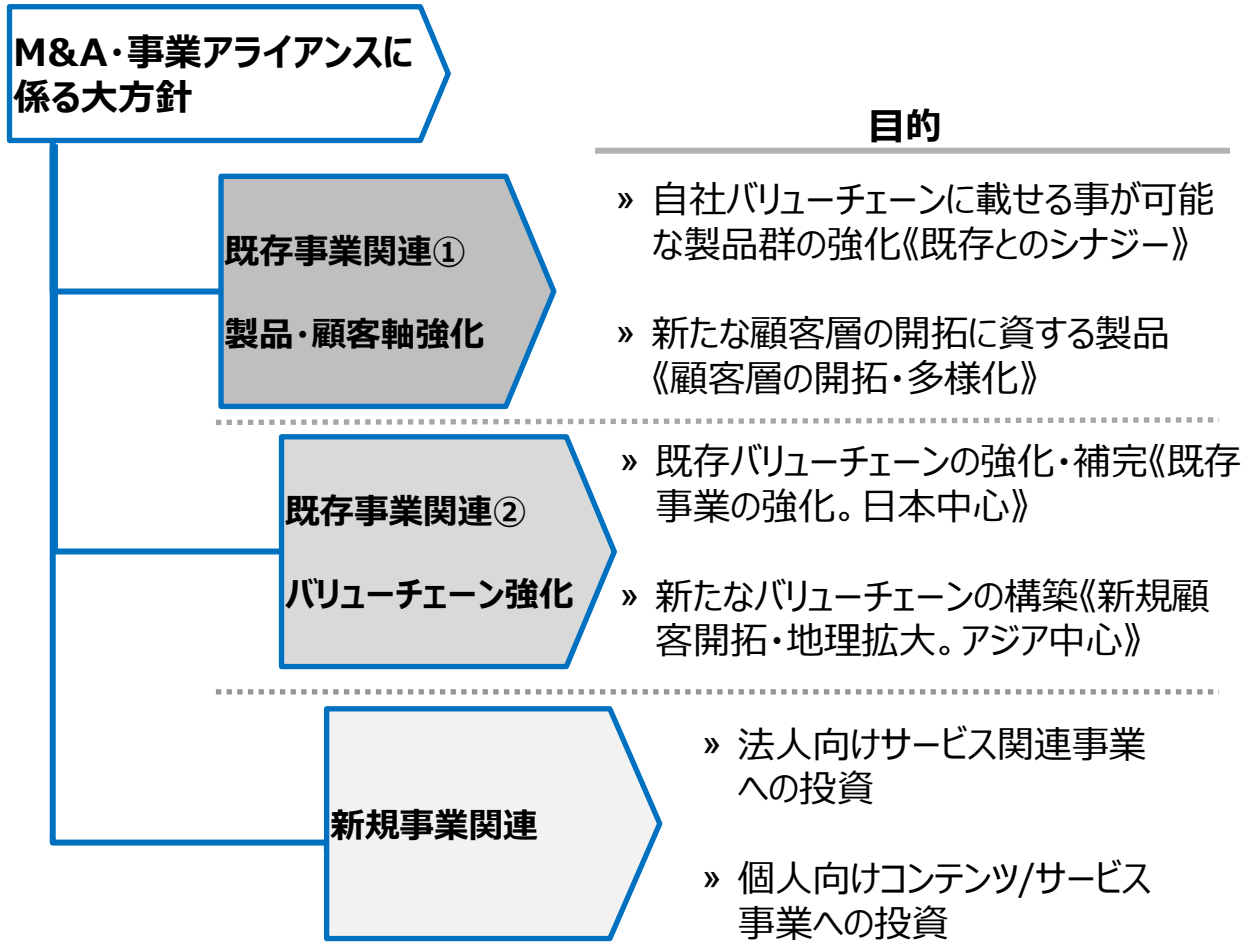
- 地理的なビジネスの拡大
- 取扱製品・顧客層の拡大

各プラットフォームを付加価値面で強化・拡大し、取り扱う製品・サービスの多様化を図ることで顧客基盤及び収益機会の拡大を狙う

中計期間におけるM&A・アライアンス方針 (1/2)

□ M&A・アライアンス戦略に係る方針は以下の通り

➤ 既存事業強化を軸としつつ、将来の種まきを過度なリスクを取らない範囲で実行



方向性

《注カターゲットとして積極化》

- ➔ 比較的短期的な収益貢献を目指し、国内・海外共に積極的検討
- ➔ M&Aのみならず、アライアンスやJV設立等を駆使
- ➔ 製品ポートフォリオ強化にて成長市場の開拓を、バリューチェーン強化で成長機会の拡大を図る

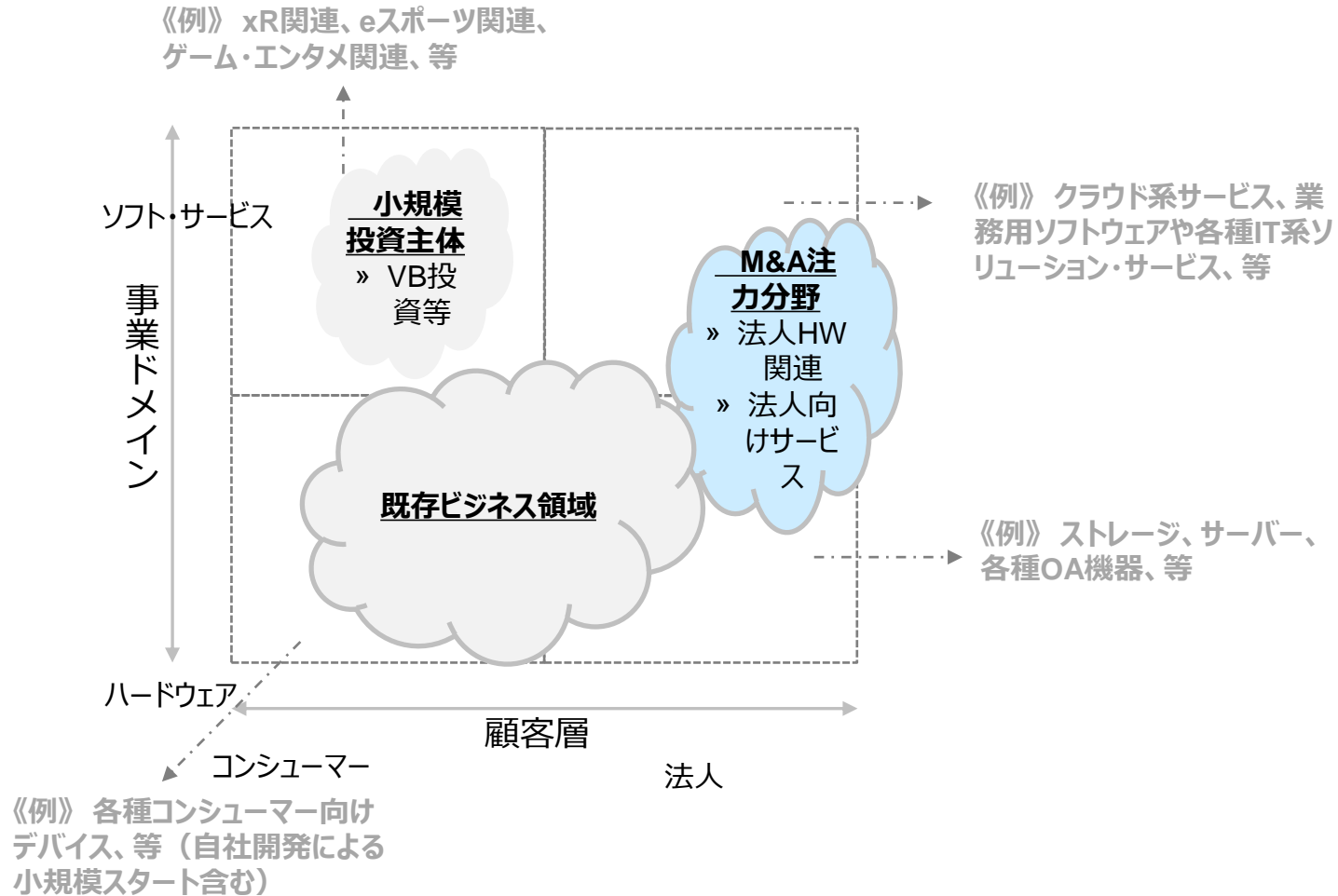
《小規模M&A/VB投資中心》

- ➔ 自社経験やノウハウを鑑みて、まずは小規模M&AやVB投資を想定
- ➔ 中長期での収益貢献を目指す

中計期間におけるM&A・アライアンス方針 (2/2)



日本国内におけるM&A/投資テーマイメージ (現時点想定)



経営上重視するKPI



重要視するKPI

実績数値及び目標数値

	2016年3月期実績	2019年3月期実績		新中期経営計画期間における目標
営業利益率 <営業利益/売上高>	5.0%	7.1%	➡	6~7%程度 連結ベースで概ね6%~7%程度を目安に事業運営及びポートフォリオ管理を実施
ROIC <NOPAT/事業性投下資本>	12.4%	17.6%	➡	12%以上 エクイティスプレッドを確実に取れる事を前提とし、資本効率を意識した事業運営及びポートフォリオ管理を実施。その前提で下限を12%と設定
ROE <当期純利益/期中平均株主資本>	13.0%	18.3%	➡	12%以上
配当性向 <配当総額/当期純利益>	20.5%	30.2%	➡	30%以上 下限を30%と設定し、M&Aを含む成長投資機会との兼ね合いにて都度判断
DOE <ROE×配当性向>	2.7%	5.5%	➡	4.5%程度 成長投資と株主還元のバランスを意識した経営を行うべく、今回新たに設定

免責事項

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、当社が現時点において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に係る仮定を前提として作成されており、実際の業績等は様々な要因によりこれらの見通しとは異なる可能性があります。

当社は、これらの将来の見通しに関する事項を常に改定する訳ではなく、またその責任も有しません。

尚、実際の業績等に影響を与えうる主な項目例は以下の通りとなりますが、将来見通しに影響を与える項目はこれらに限定されるものではありません。

- » 当社グループの事業領域を取り巻く各種経済情勢
- » 当社グループの製品・サービスに対する需要
- » 新製品等開発に係る当社グループの能力及び新製品・サービスの動向
- » M&Aや他社との事業等の提携
- » 資金調達環境、為替動向等の財務を取り巻く環境
- » 事故・自然災害等

< IR及び本資料に関するお問い合わせ >

株式会社MCJ
経営企画室 広報IR担当

Mail : ir-otoiawase@mcj.jp
HP : <https://www.mcj.jp/>

M

C

J

M

C

J

MCJ
HOLDING COMPANY