

2009年3月期 決算説明会

2009.5.11

日本最大級のリユースデパート



REUSE DEPARTMENT
REUSE DEPARTMENT
KOMEHYO

株式会社コメ兵

証券コード: 2780 (東証二部、名証二部)

<http://www.komehyo.co.jp>

注 記

本資料に掲載されている株式会社コメ兵の現在の計画、見通し、戦略、確信等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。

これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社コメ兵の経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、さまざまな重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみにも全面的に依拠することは控えるようお願い致します。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、利用者ご自身のご判断において行われるようお願い申し上げます。



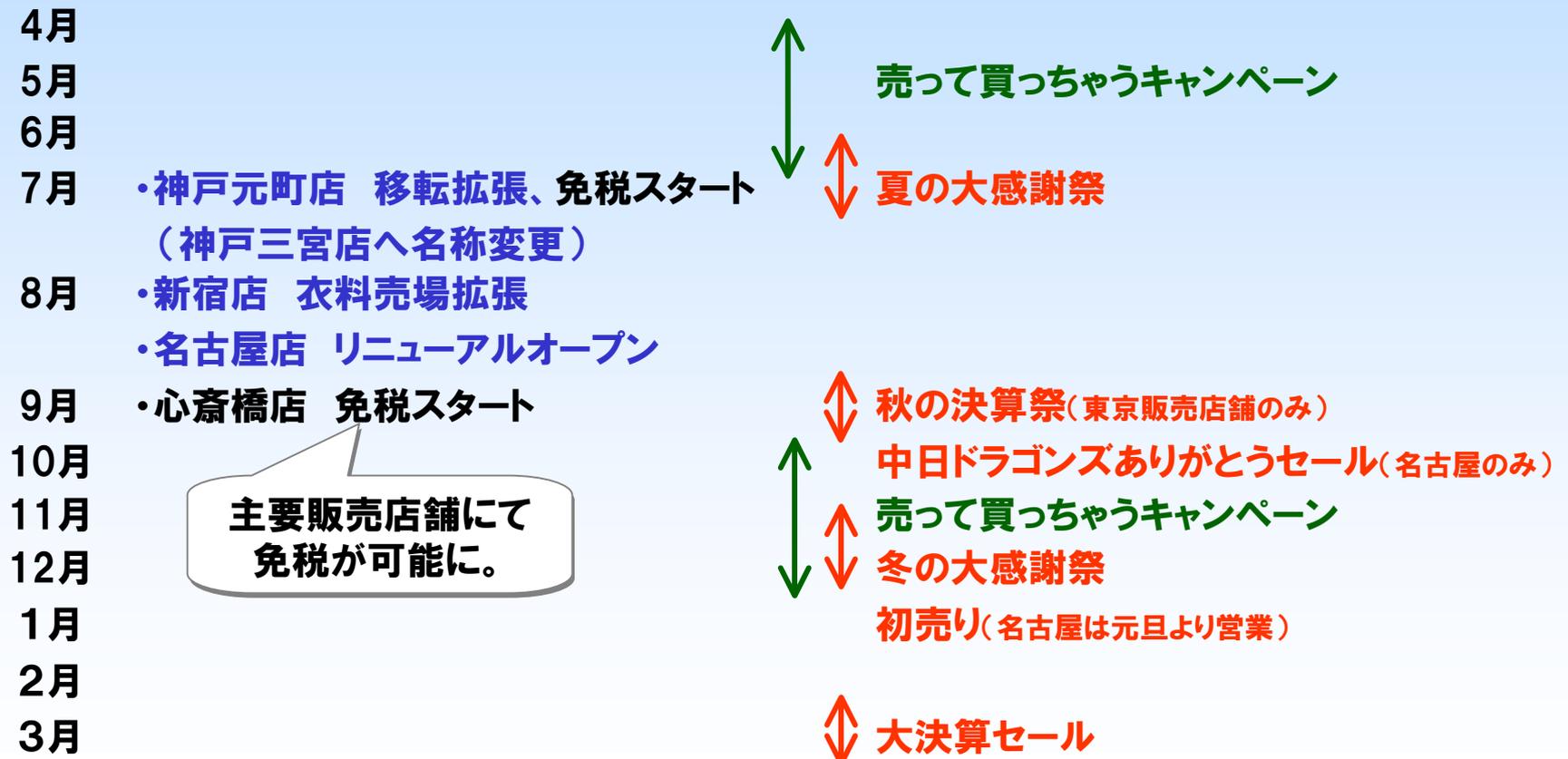
2009年3月期 決算報告

REUSE DEPARTMENT
REUSE DEPARTMENT
KOMEHYO

09/3期の取り組み

販売力強化への施策

・主な出店・販促活動



新宿店 売場改装

ファッション館としての統一感

08年8月に
フロアを拡大

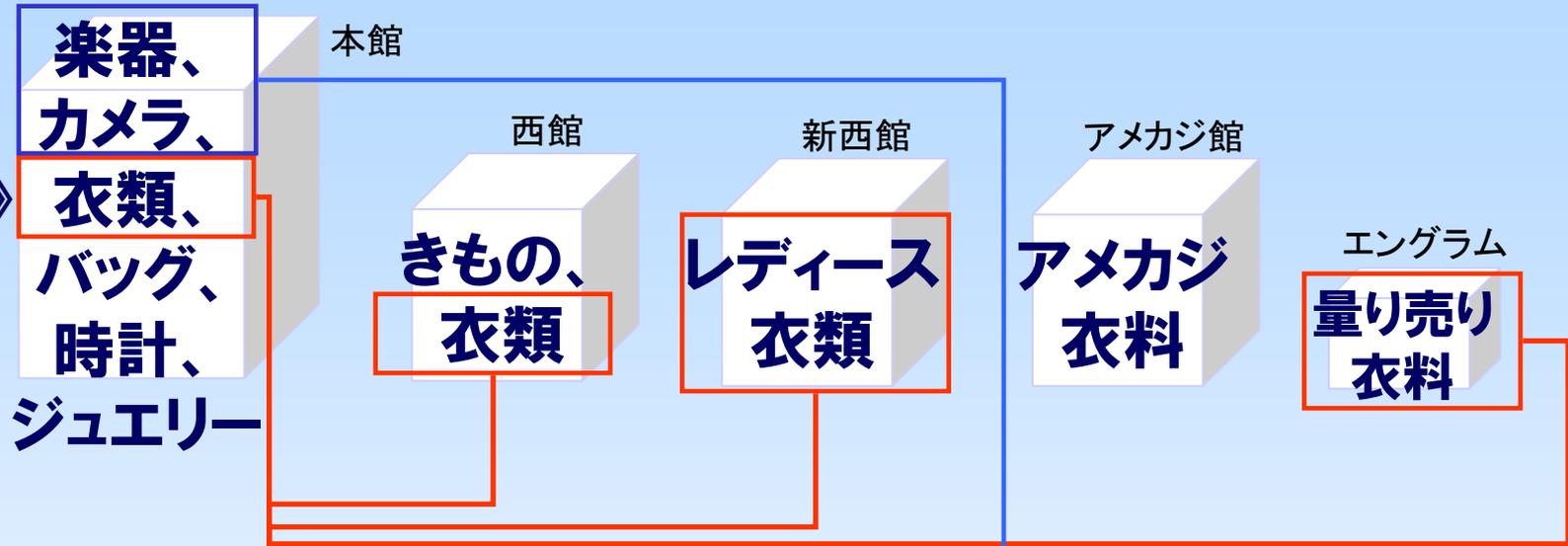
| | 08年03月時点 | 09年05月現在 |
|-----|--------------------|--------------------|
| 7F | 楽器 | セレクト & インポートブランド衣料 |
| 6F | ブランド衣料 | カジュアルブランド衣料 |
| 5F | ブランドバッグ | ブランドバッグ |
| 4F | ダイヤモンド & ブランドジュエリー | ダイヤモンド & ブランドジュエリー |
| 3F | 宝石・貴金属 | 宝石・貴金属 |
| 2F | 時計(舶来) | 時計(舶来) |
| 1F | 時計(国産) | 時計(国産) |
| B1F | 買取センター | 買取センター |



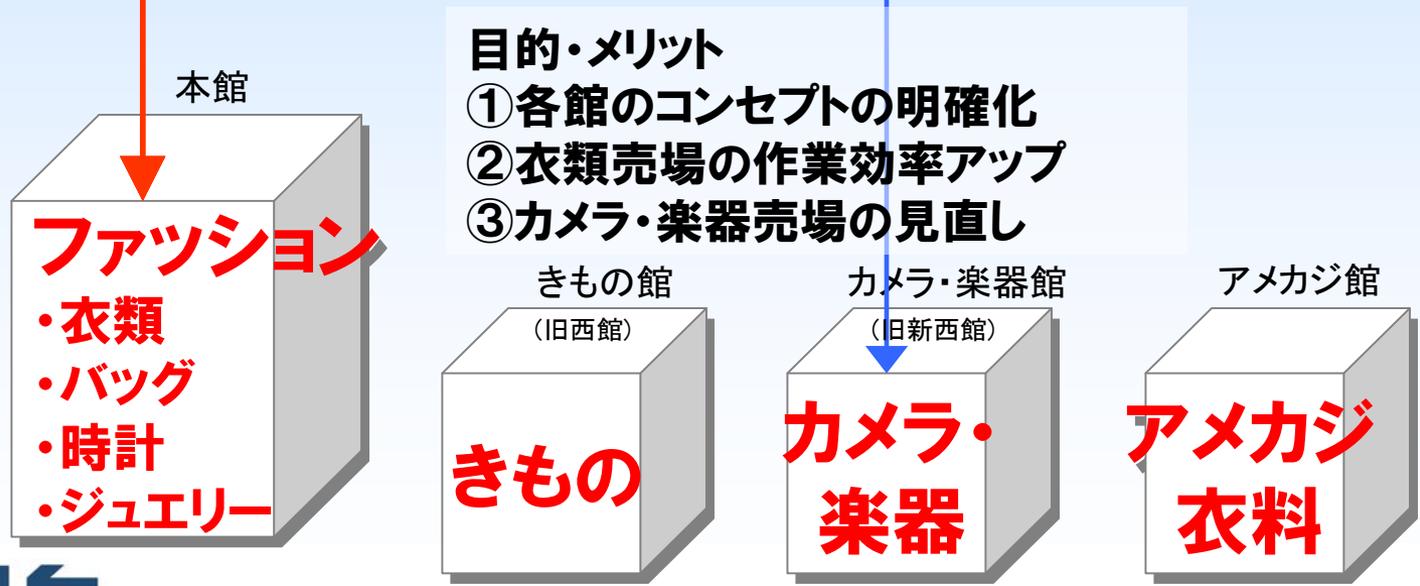
新宿3丁目駅地下連絡通路

名古屋 大須地区 売場改装

《改装前》



《改装後》
08年8月～



神戸三宮店の概要

店舗名: コメ兵神戸三宮店 (2008年7月 移転・拡張OPEN)
出店予定地: 兵庫県神戸市中央区御幸通8丁目1-16 S・ヨシマツビル1階
店舗構成: 買取センター (約30坪)、販売フロア (約60坪)
販売品目: 宝石・貴金属、時計、ブランドバッグ
買取品目: 宝石・貴金属、時計、ブランドバッグ、ブランド衣料



外観

宝石・時計コーナー

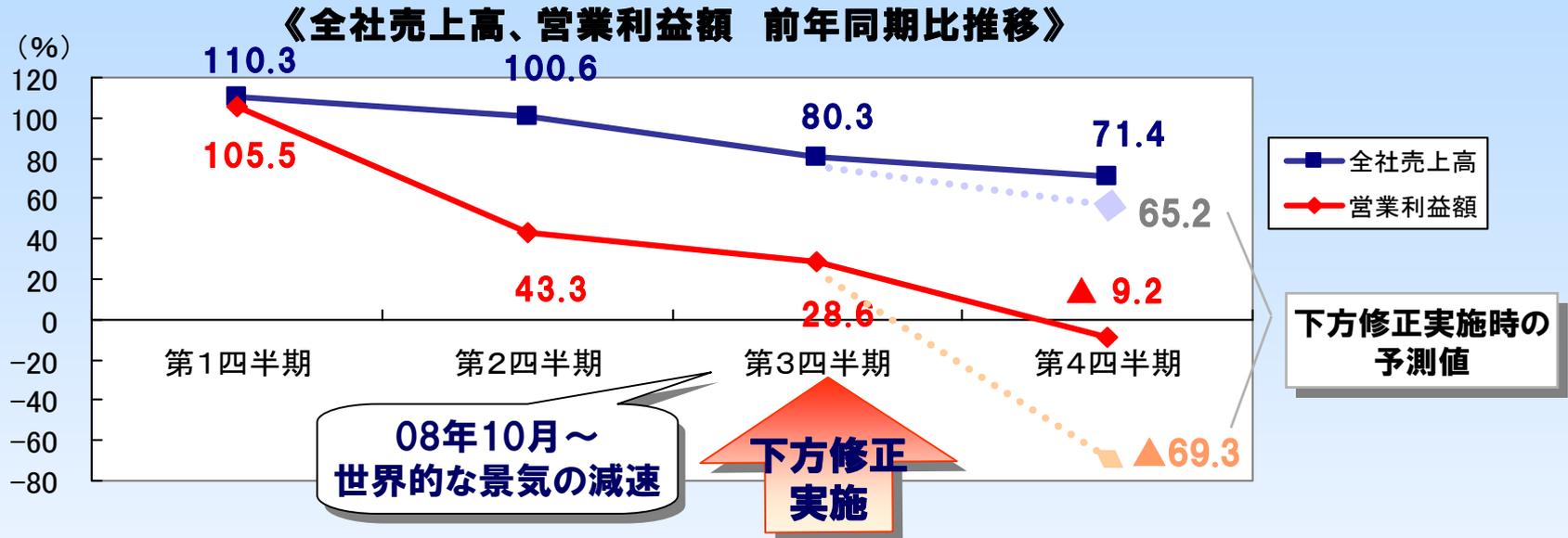


ブランドバッグコーナー



下方修正の実施概要

売上高、営業利益額前期比が期末に向けて悪化



■対策:

- ① 売上高総利益率が低い在庫の早期処分
- ② 中古品買取価格の調整、新品仕入の抑制
- ③ 経費コントロールの徹底 (主に広告宣伝費、人件費)

《09年3月期 四半期毎の業績推移》

| (単位:百万円) | 第1四半期 | 第2四半期 | 第3四半期 | 第4四半期 | 第4四半期 (下方修正実施時の予測値) |
|----------|-------|-------|-------|-------|---------------------|
| | 売上高 | 8,027 | 7,807 | 7,075 | 6,013 |
| 営業利益 | 410 | 136 | 184 | ▲41 | ▲312 |
| 経常利益 | 394 | 120 | 168 | ▲53 | ▲332 |
| 四半期純利益 | 277 | 36 | 75 | ▲17 | ▲167 |

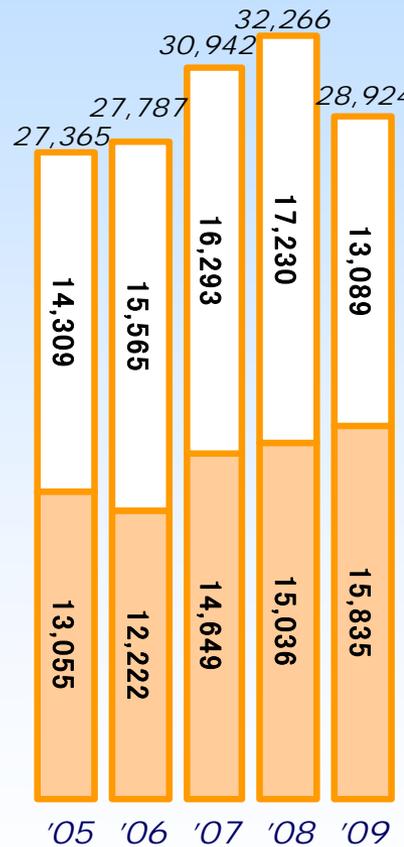
09/3期 決算概要

売上高の伸び悩み、売上高総利益率の悪化

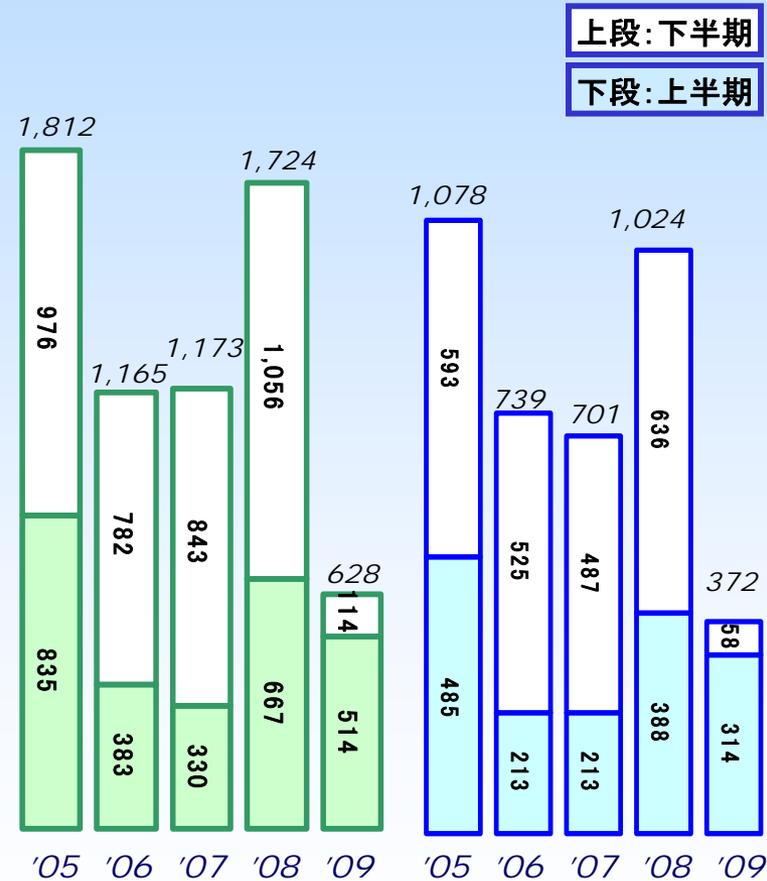
| | 09/3 実績 | 前期比 | 修正後計画比 (修正前計画比) |
|-------|------------|--------|--------------------|
| 売上高 | 28,924 | 89.6 % | 101.8 % (87.1%) |
| 売上総利益 | 6,799 | 85.5 % | 103.0 % (82.5%) |
| 営業利益 | 690 | 38.4 % | 164.4 % (41.0%) |
| 経常利益 | 628 | 36.5 % | 179.7 % (39.2%) |
| 当期純利益 | 372 | 36.3 % | 167.7 % (38.7%) |
| 個人仕入高 | 11,999 | 85.5 % | - |

※当社は平成21年1月29日および4月28日に業績修正を行っています。
上記修正後計画比は平成21年1月29日における修正数値との比較を記載しています。

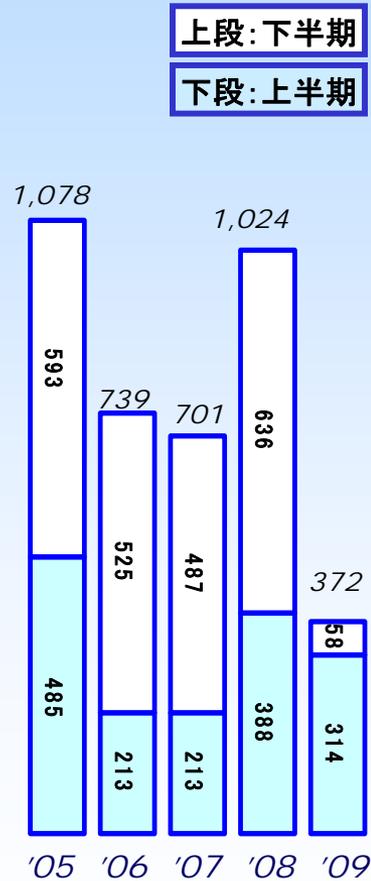
(単位:百万円)



売上高
(単位:百万円)



経常利益
(単位:百万円)



当期純利益
(単位:百万円)

上段: 下半期

下段: 上半期

売上高増減要因

名古屋を中心に売上高が減少

前期比
▲3,341百万円
(89.6%)

不動産賃貸
59百万円
0.2%

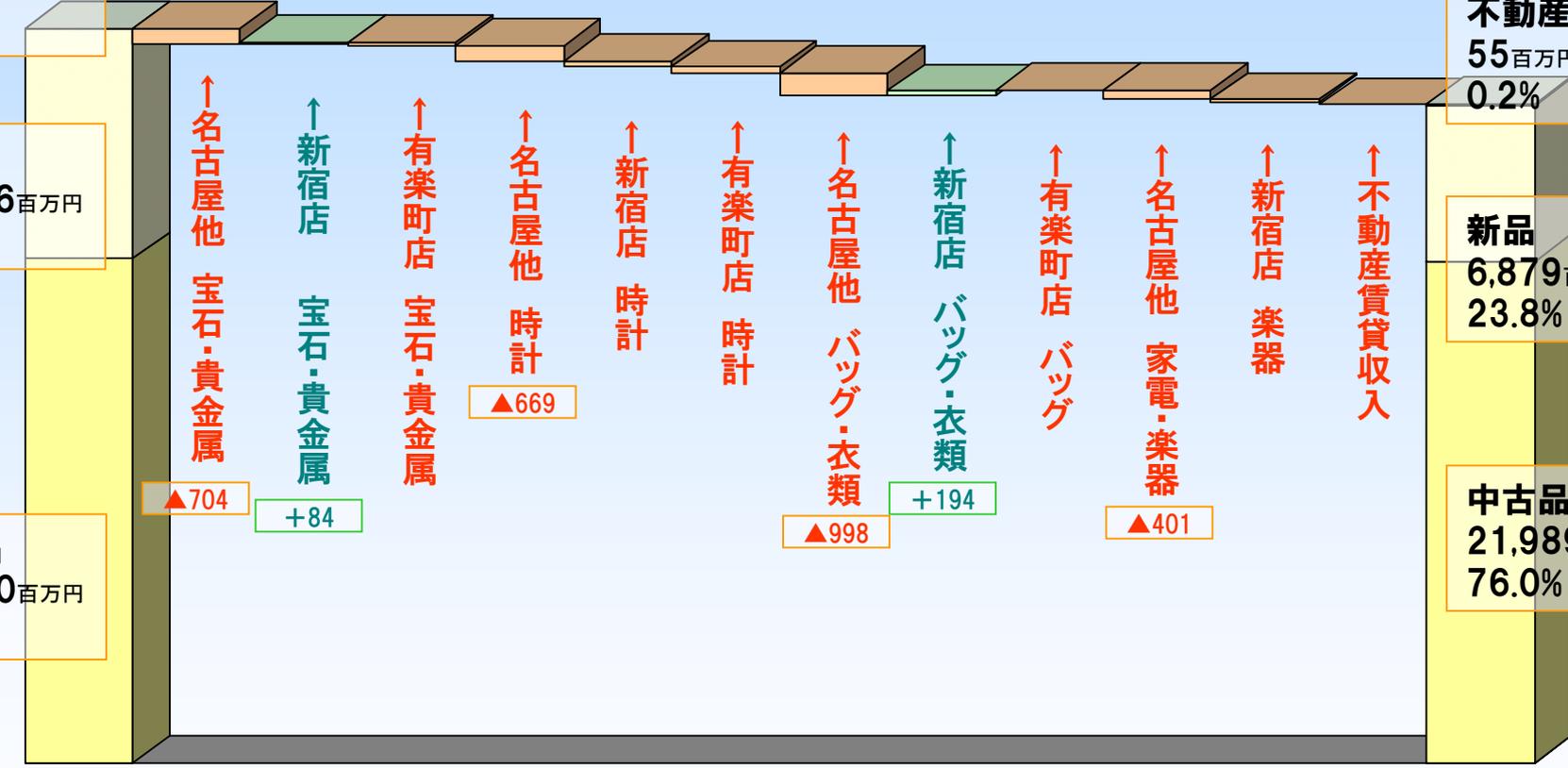
新品
10,076百万円
31.2%

中古品
22,130百万円
68.6%

不動産賃貸
55百万円
0.2%

新品
6,879百万円
23.8%

中古品
21,989百万円
76.0%



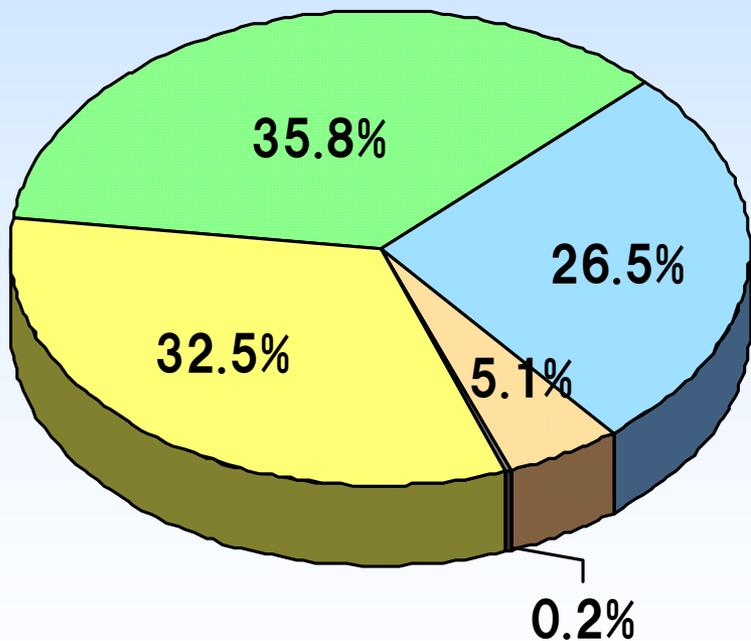
09/3期

10/3期

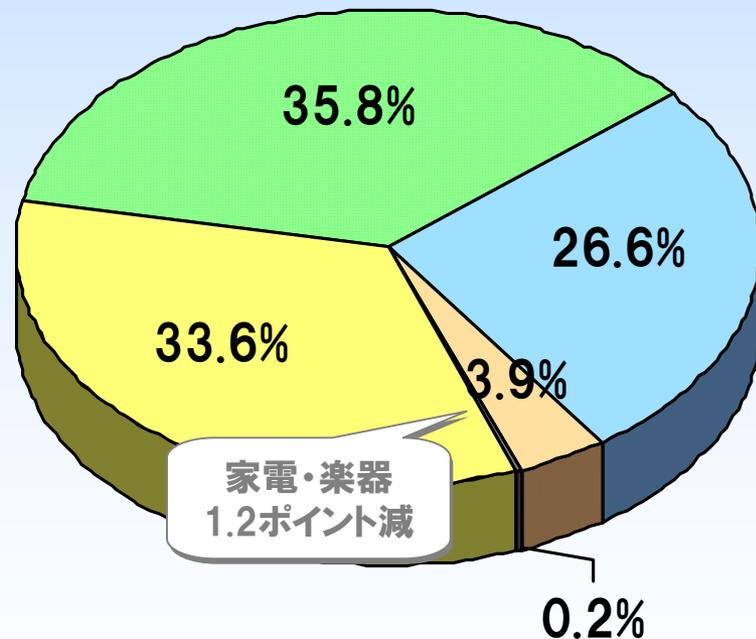
商品別売上高構成比

家電・楽器：取扱商品絞込みによる売上高減

2008年3月期



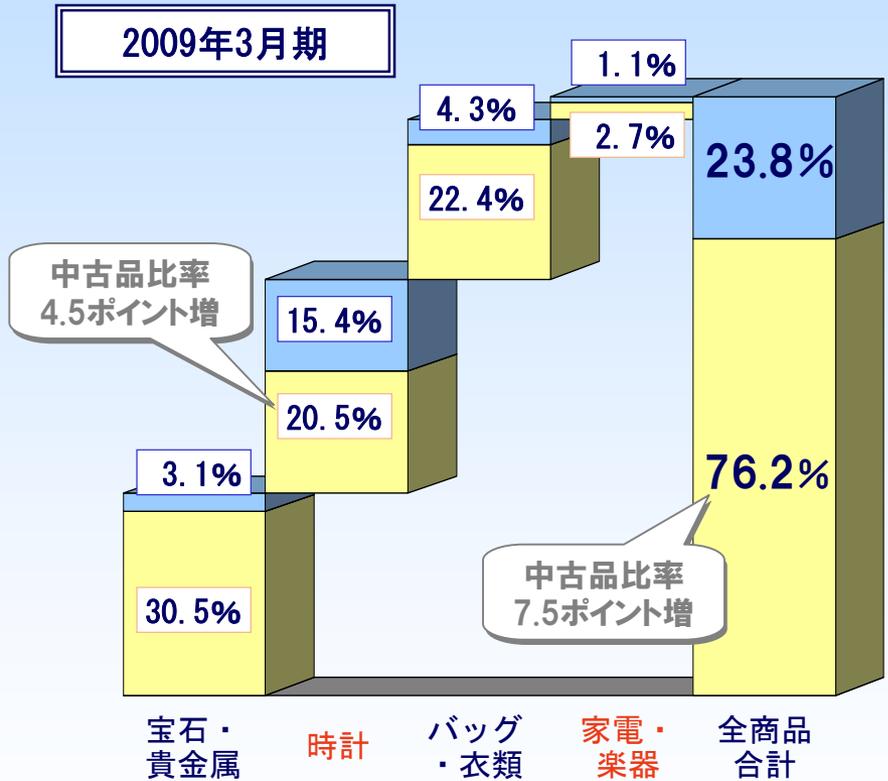
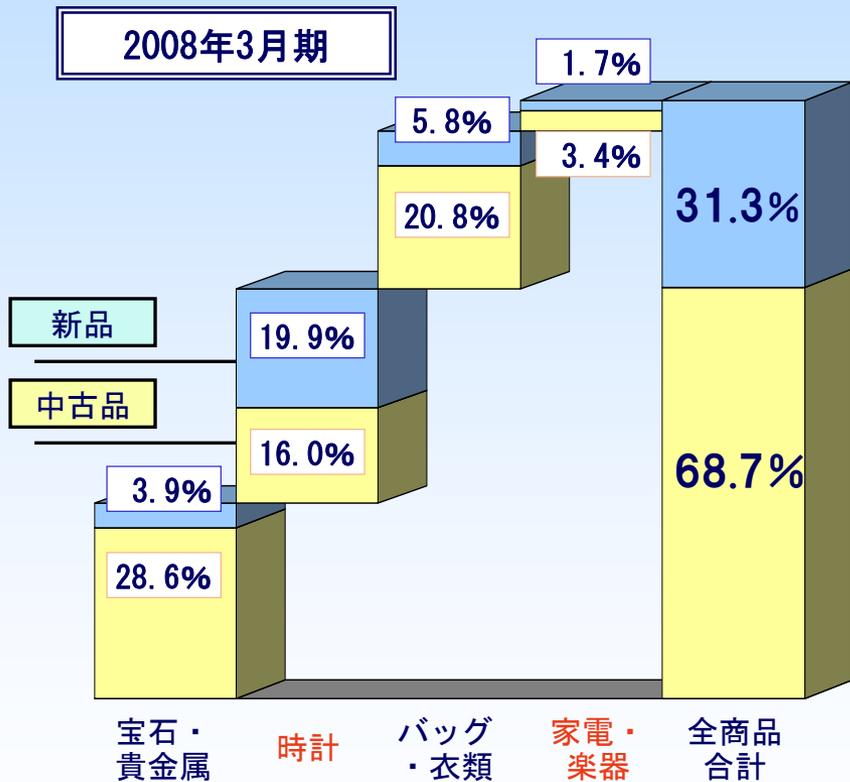
2009年3月期



- 宝石・貴金属
- 時計
- バッグ・衣類
- 家電・楽器
- 不動産賃貸

中古品・新品別売上高構成比

中古品売上高比率が7.5ポイント改善
《68.7%→76.2%》

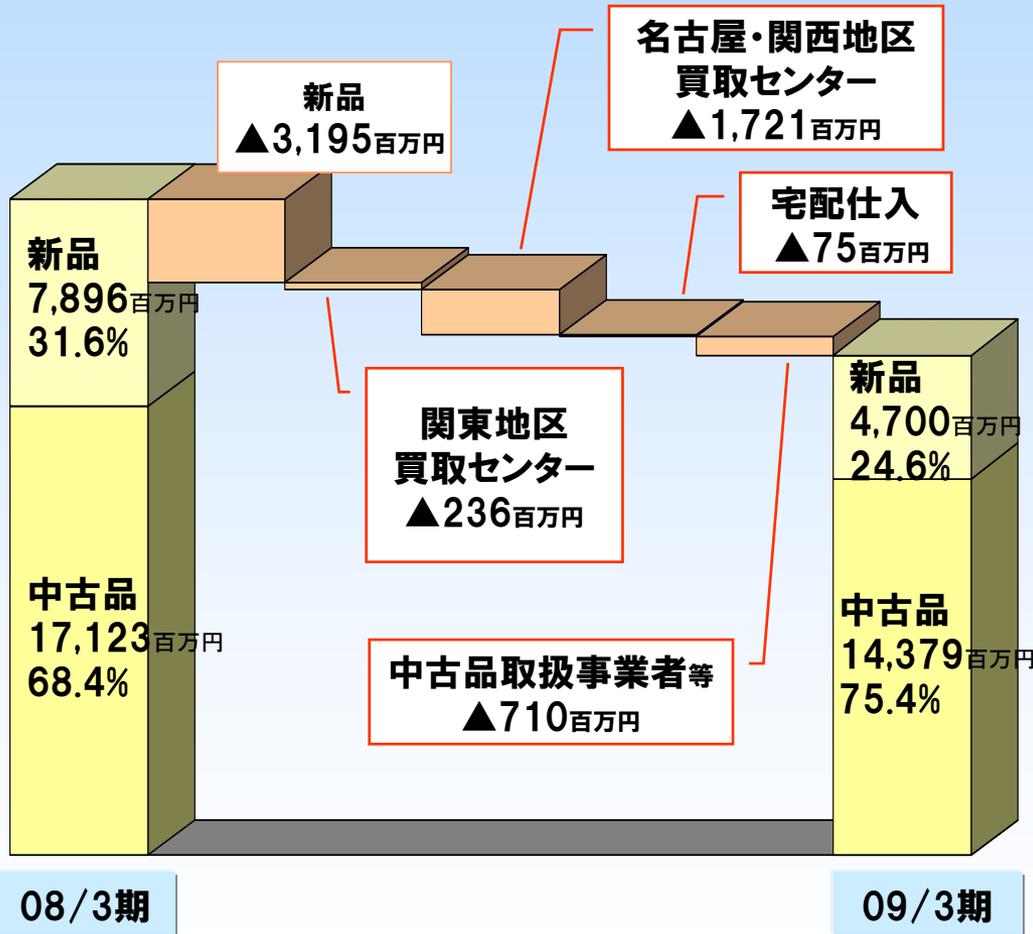


仕入高増減要因

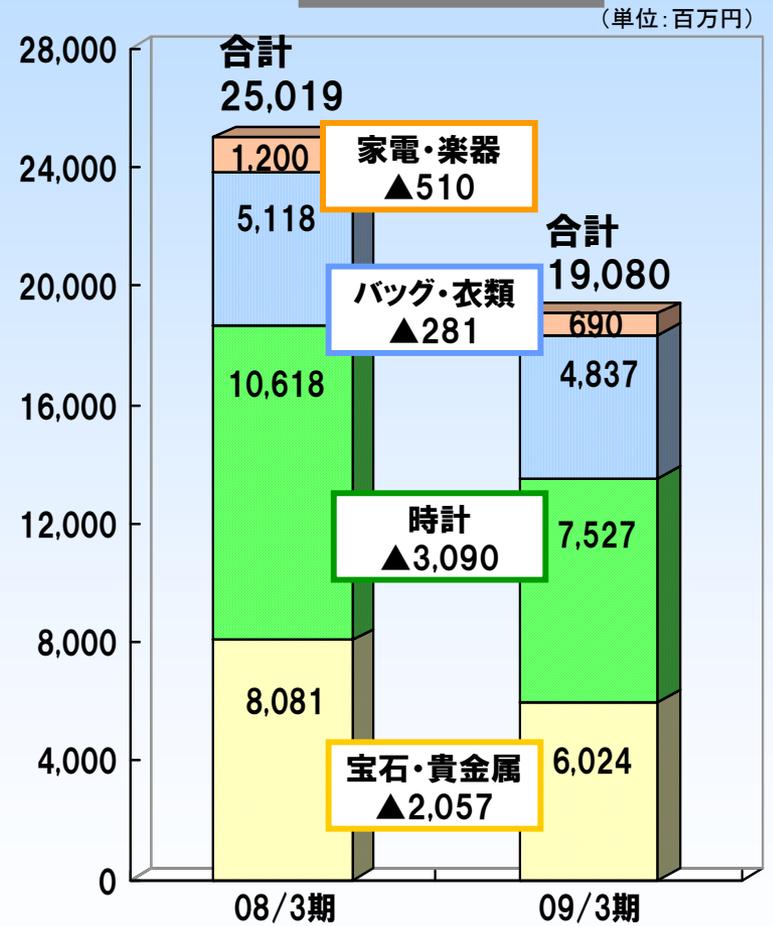
前期比

▲ 5,939百万円
(76.3%)

仕入経路別仕入高



商品別仕入高



08/3期

09/3期

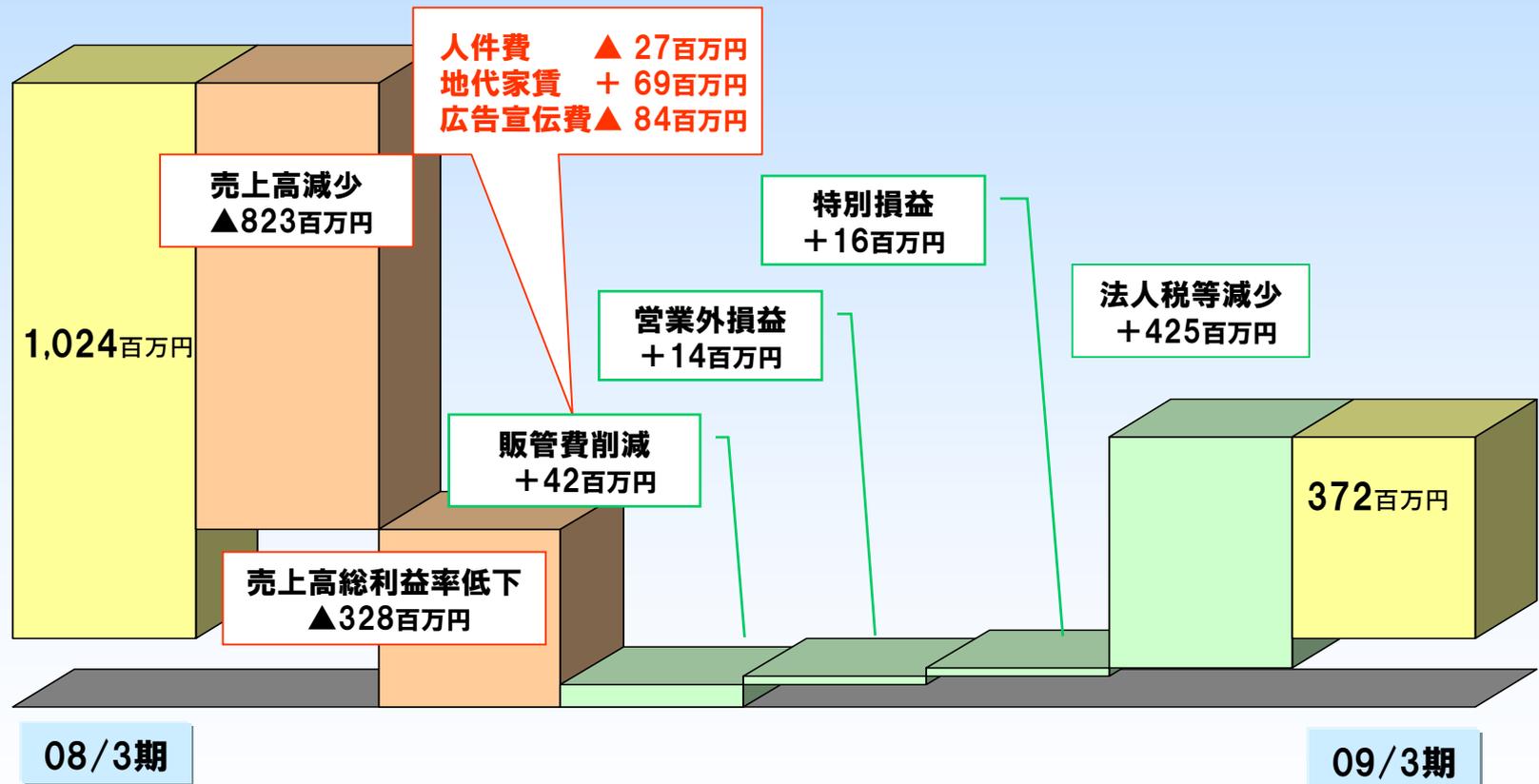
08/3期

09/3期

当期純利益額増減要因

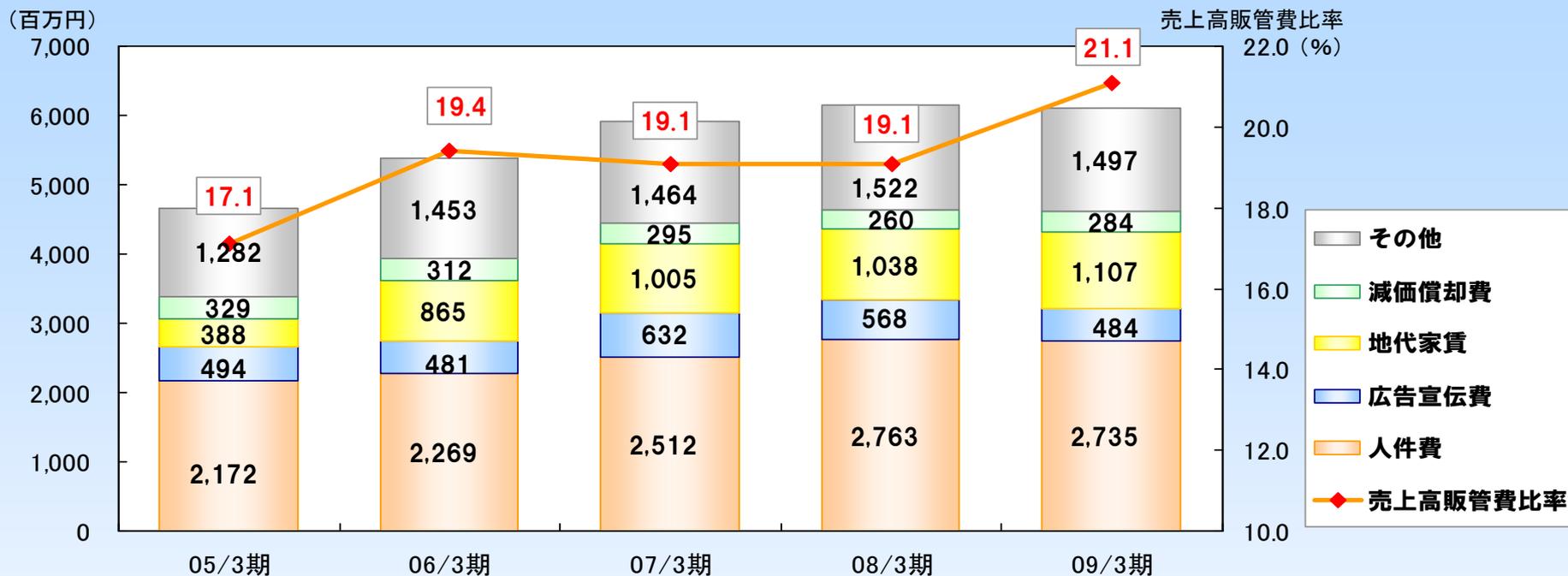
前期比
▲ 652百万円
(36.3%)

- 売上高の減少、売上高総利益率の低下
- 時間外勤務抑制、広告宣伝費削減による販管費の圧縮



※ 販管費の科目については社内管理科目であり、財務諸表等の科目とは異なる場合があります。

販管費推移



(単位:百万円)

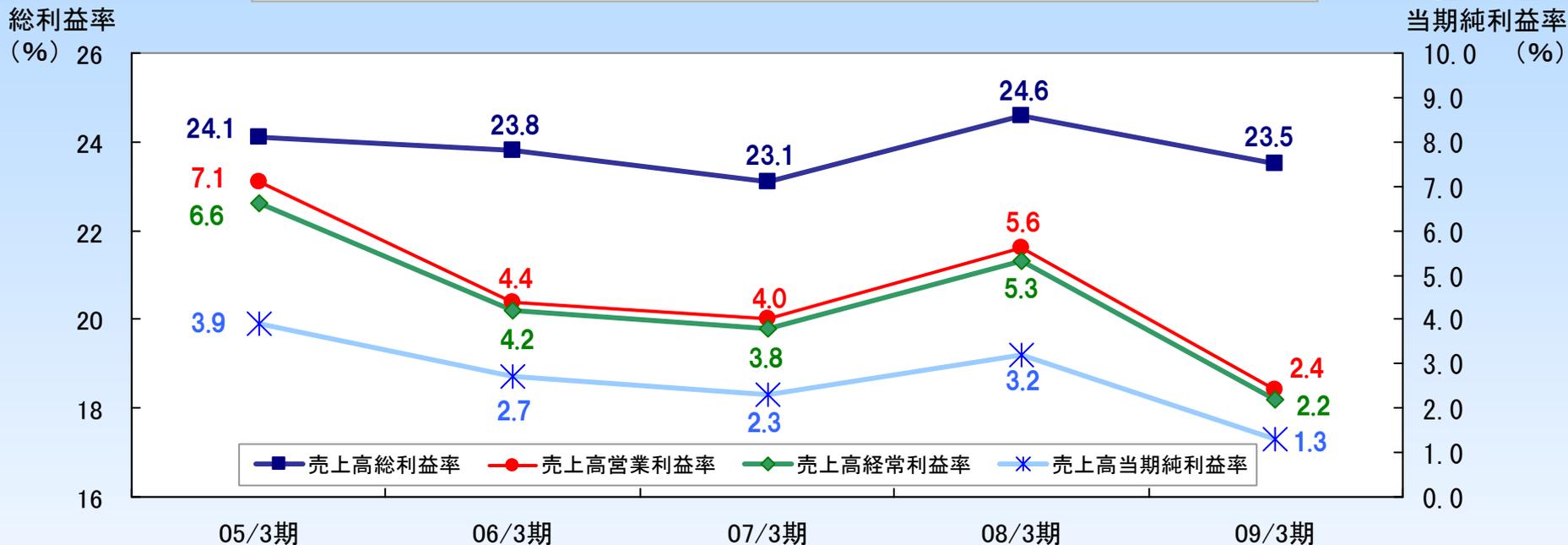
| | 05/3期 | | 06/3期 | | 07/3期 | | 08/3期 | | 09/3期 | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 金額 | 構成比 |
| 人件費 | 2,172 | 7.9% | 2,269 | 8.2% | 2,512 | 8.1% | 2,763 | 8.6% | 2,735 | 9.5% |
| 広告宣伝費 | 494 | 1.8% | 481 | 1.7% | 632 | 2.0% | 568 | 1.8% | 484 | 1.7% |
| 地代家賃 | 388 | 1.4% | 865 | 3.1% | 1,005 | 3.3% | 1,038 | 3.2% | 1,107 | 3.8% |
| 減価償却費 | 329 | 1.2% | 312 | 1.1% | 295 | 1.0% | 260 | 0.8% | 284 | 1.0% |
| その他 | 1,282 | 4.7% | 1,453 | 5.2% | 1,464 | 4.7% | 1,522 | 4.7% | 1,497 | 5.2% |
| 計 | 4,666 | 17.1% | 5,382 | 19.4% | 5,911 | 19.1% | 6,152 | 19.1% | 6,109 | 21.1% |

※ 上記科目は社内管理科目であり、財務諸表等の科目とは異なる場合があります。

※ パーセンテージは売上高に対する構成比であります。

利益率推移

売上高販管費比率上昇による営業利益の圧迫



| | 05/3期 | 06/3期 | 07/3期 | 08/3期 | 09/3期 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上高総利益率 (%) | 24.1 | 23.8 | 23.1 | 24.6 | 23.5 |
| 売上高営業利益率 (%) | 7.1 | 4.4 | 4.0 | 5.6 | 2.4 |
| 売上高経常利益率 (%) | 6.6 | 4.2 | 3.8 | 5.3 | 2.2 |
| 売上高当期純利益率 (%) | 3.9 | 2.7 | 2.3 | 3.2 | 1.3 |

貸借対照表

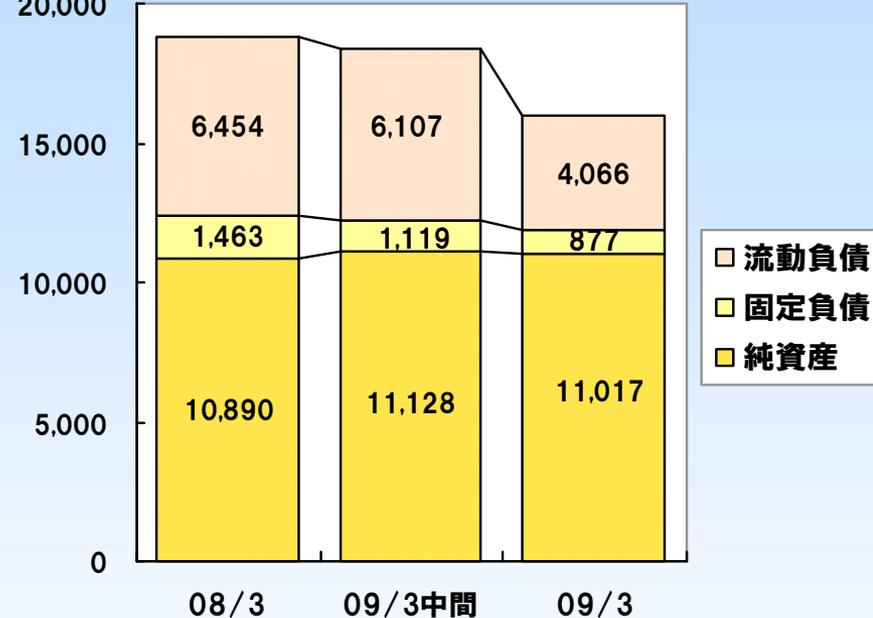
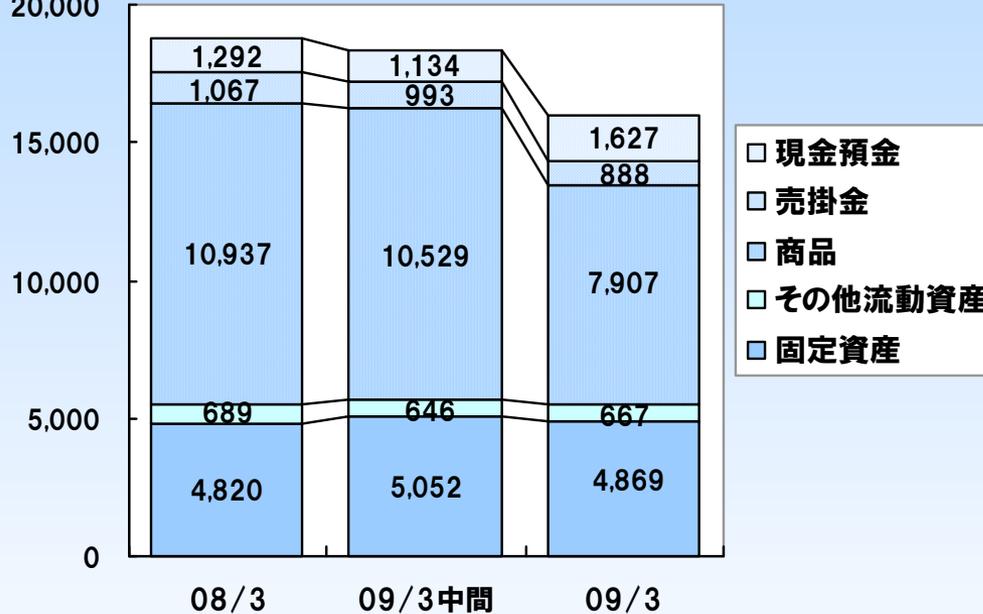
在庫、有利子負債の圧縮

資産の部

負債・純資産の部

(百万円)
20,000

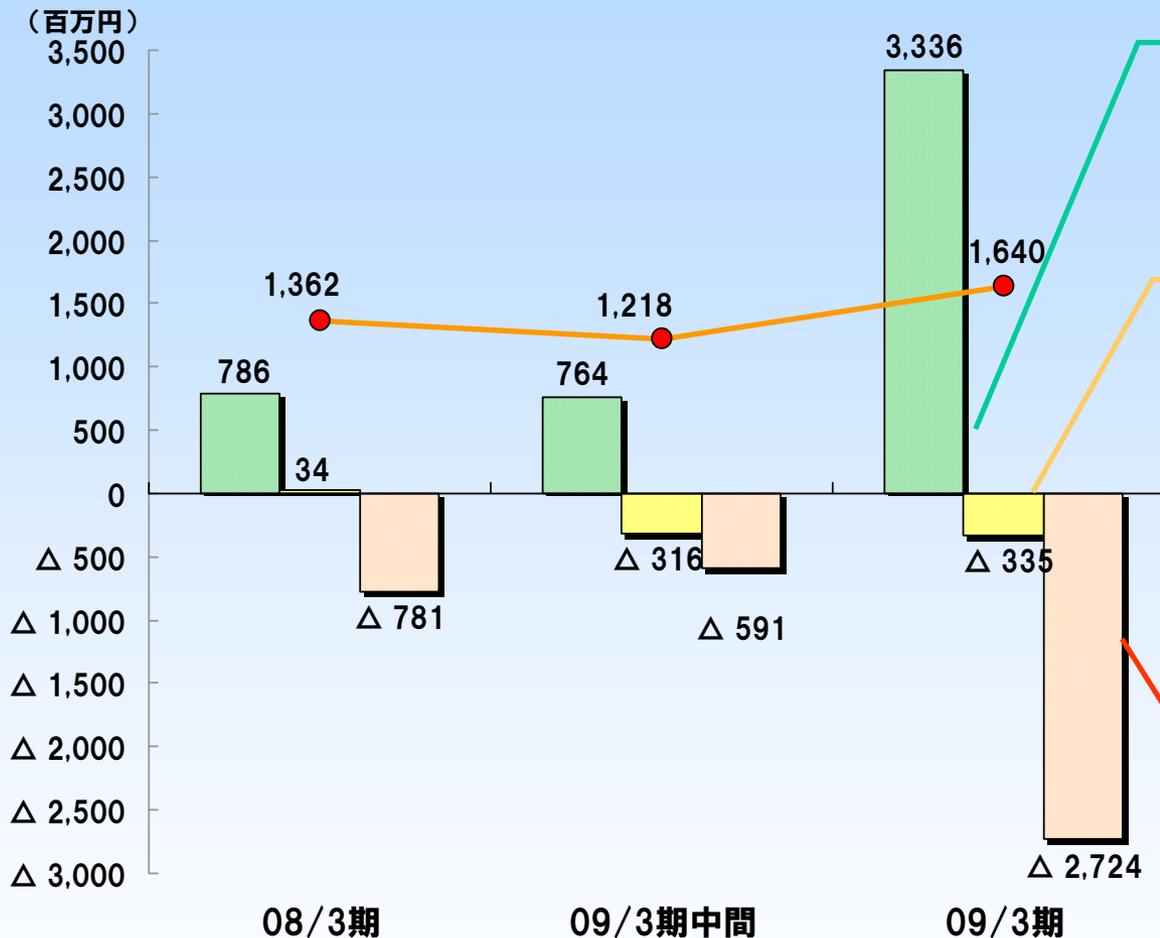
(百万円)
20,000



| | 08/3期 | 09/3 中間期 | 09/3期 |
|--------------|------------|-------------|------------|
| 自己資本比率 (%) | 57.9 | 60.6 | 69.0 |
| 有利子負債依存度 (%) | 32.3 | 30.2 | 22.4 |
| 期末株式数(株)※ | 11,256,943 | 11,256,693 | 10,956,703 |

※期末株式数は、自己株式数を控除し、記載しております。

キャッシュ・フロー計算書



・税引前当期純利益の計上
667百万円

・たな卸資産の減少
3,020百万円

・神戸三宮店への移転拡張、
名古屋大須地区の改装、
新宿店の改装等に伴う
有形無形固定資産の
取得による支出 248百万円

・神戸三宮店等の差入保証金の
差入による支出 162百万円

・長期借入金の返済による支出
1,248百万円

・短期借入金の減少額
1,250百万円

■ 営業活動によるキャッシュ・フロー
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー
● 現金及び現金同等物の期末残高

2010年3月期計画 および 今後の取り組み

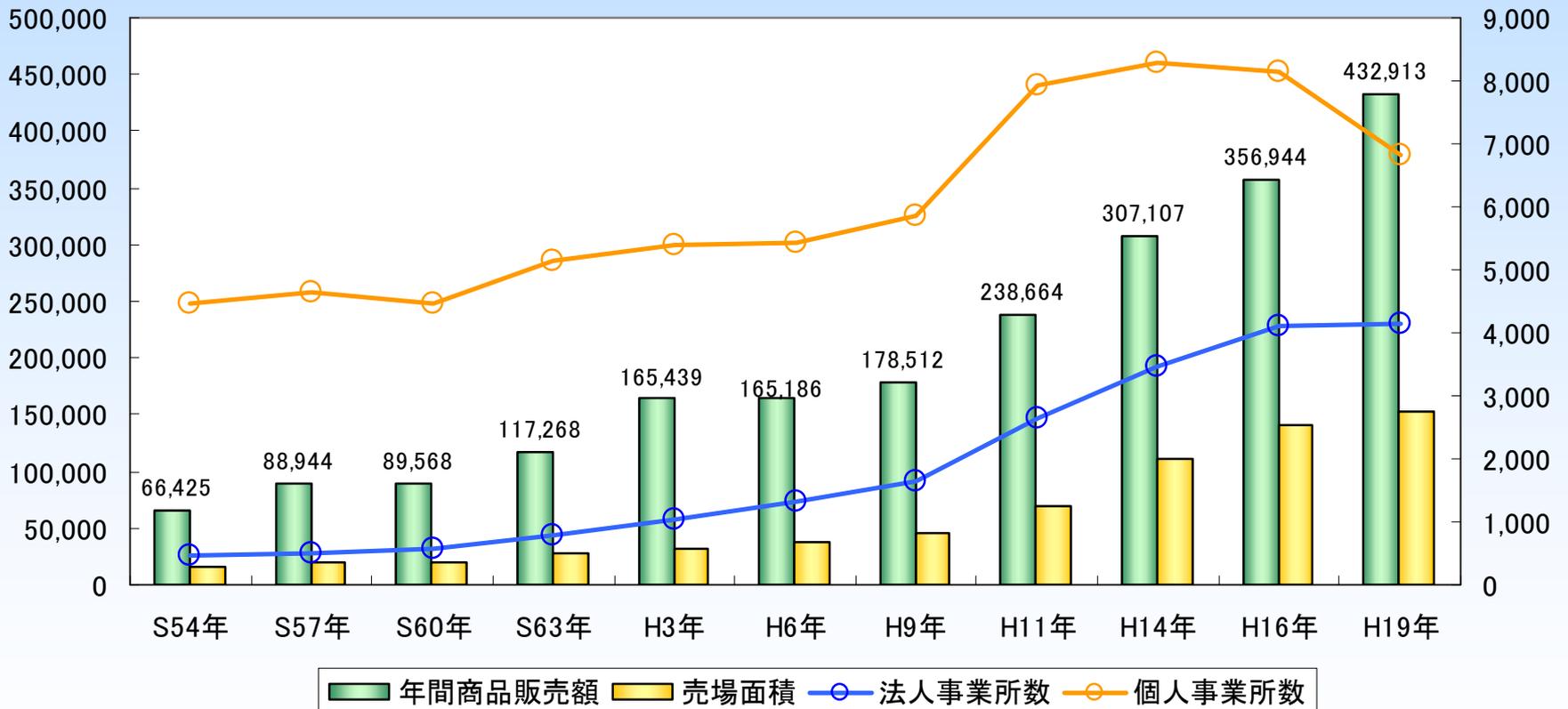
REUSE DEPARTMENT
REUSE DEPARTMENT
KOMEHYO

中古品小売市場

今後も底堅い成長が見込まれる

販売額(百万円)
売場面積(10m²)

事業所数



外部環境の見込み

個人消費は緩やかに減少している（月例経済報告）

- ・政府による4月の月例経済報告が発表された。内閣府は3月の消費動向について、「個人消費は緩やかに減少している。」と、最も厳しい表現を使用。先行きについても「当面、弱い動きが続くと見込まれる。」と締めくくっている。（内閣府HPより）

消費者の景況感DI ▲88.9に悪化（09年4月調べ）

- ・日本銀行がまとめた生活意識調査によると、消費者は雇用に対する不安が強く、現在の支出が1年前より減ったとの回答が28.7%、1年後も現在より支出を減らすとの回答が65.7%となっている。

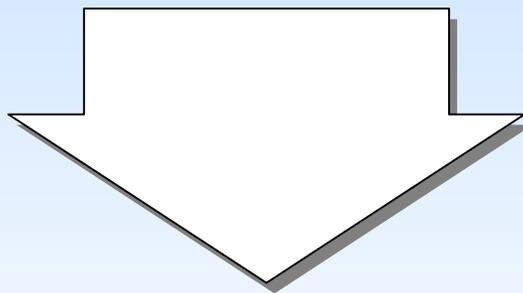
（日本経済新聞2009/4/1）

**結論：今後も消費の冷え込みが続く見込み
『売上高重視』 → 『利益体質』への転換**

『利益体質』への転換に向けた施策

売上高総利益率の改善

経費コントロールの強化



**目標：2012年3月期に
営業利益11.1億円**

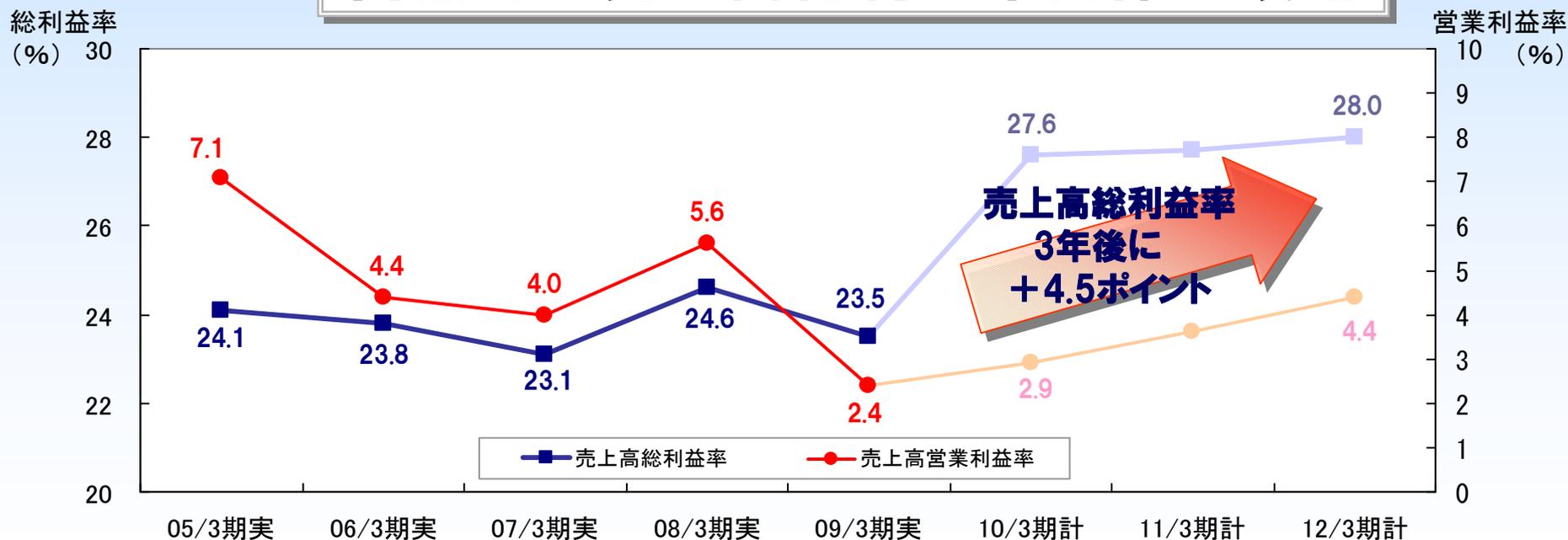
売上高総利益率の改善

■ 施策：

在庫コントロールの強化

中期的な中古品比率の向上

商品毎の売上高総利益率目標の設定



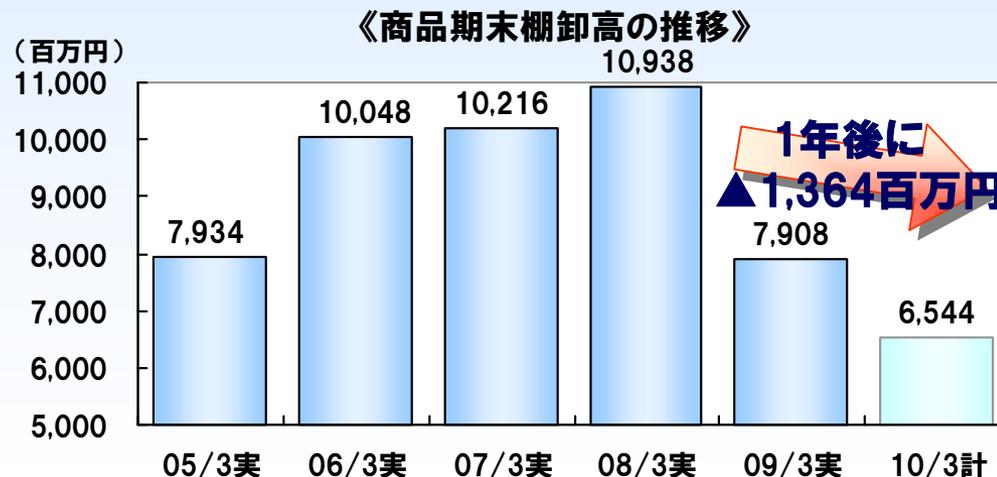
在庫コントロールの強化

滞留在庫のコントロール

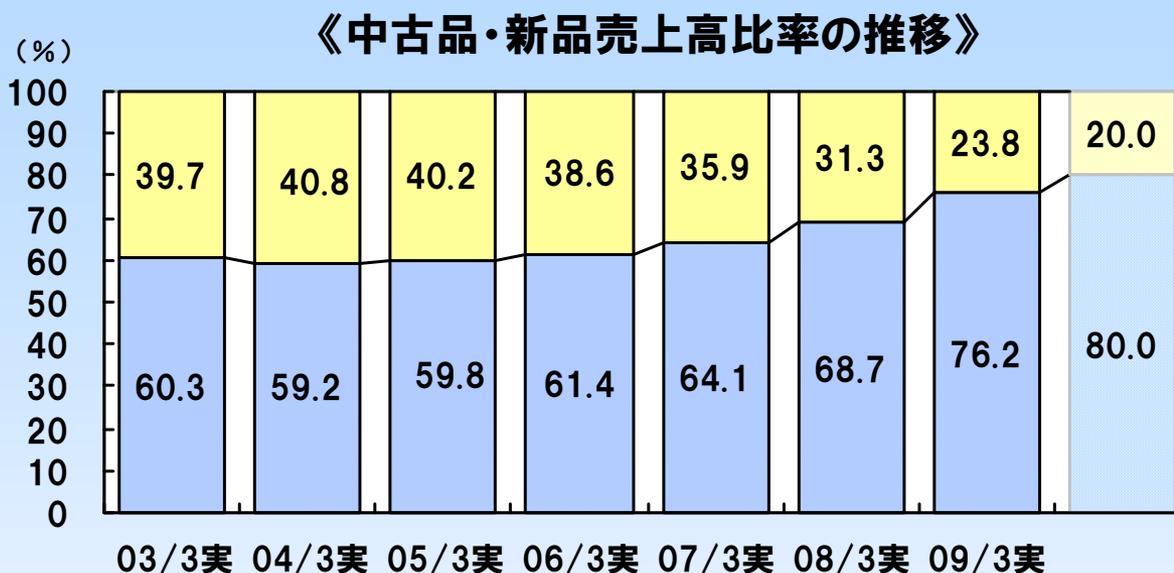
- 売上高総利益率が低位な在庫の早期削減。
- 定期的な売価の見直しによる、適正な利益の確保。

新品商材の絞込み

- 回転率、売上高総利益率の低い新品商材を定番から排除し、品揃えを絞り込む。



中期的な中古品比率の向上



中期的には
中古品80:新品20
の売上高比率を
目指す方針

■ 新品
■ 中古品

■ 施策 :

個人買取強化：買取センター渋谷増床

- ・ 1フロア追加し、アメカジ・DC衣料の買取スペースと待合スペースを拡大。

新品商材の絞込み



買取センター渋谷 概観

経費コントロールの強化

10年3月期 販管費目標 58.8億円

年間
約2億円の
削減

- ・ 時間外労働時間の更なる削減。
- ・ 販促費の削減：広告宣伝費約4千万円削減。
- ・ 09/3期に実施した諸経費の見直し効果が通年に渡り表れる。
→今後も見直しを続け、削減していく。

09年3月期 販管費実績 61.0億円

- ・ 時間外労働時間 前期比▲36,000時間削減。
(削減率40.5%)
- ・ 経費コントロールプロジェクト発足(08年10月)による諸経費カットの取り組み。

その他 営業施策

営業企画部、WEB事業室 立ち上げ

オンラインショッピングの強化

外国人向けPRの強化

ポイントカード(売場向け)の実験的導入

接客力の強化

バイヤー育成

マネジメントスタッフ育成

営業組織の強化

営業企画部

- ・発 足：09年4月
- ・目 的：全社的営業戦略の立案および営業管理体制の強化。
- ・今期課題：市場調査やマーケティング計画に基づいた販促、および、店舗・商品戦略等の立案・管理。

WEB事業室

- ・発 足：09年6月（予定）
- ・目 的：オンラインショッピング売上向上のための仕組みの整備。
衣類自社（オンラインショッピング）サイトの立ち上げ。
※宝石・貴金属、時計、ブランドバッグ、カメラ・楽器は
自社サイトを既に運営しています。
ネットでの事業展開の可能性の模索。

オンラインショッピングの強化

《オンラインショップ売上高の推移》

(百万円)



以下の施策により
今後成長を目指す

■ 施策：

SEO対策強化

効率的なシステムの構築

衣類の販売強化

中国本土向けサイトにおける販売、PR

中国本土向けサイトにおける販売、PR

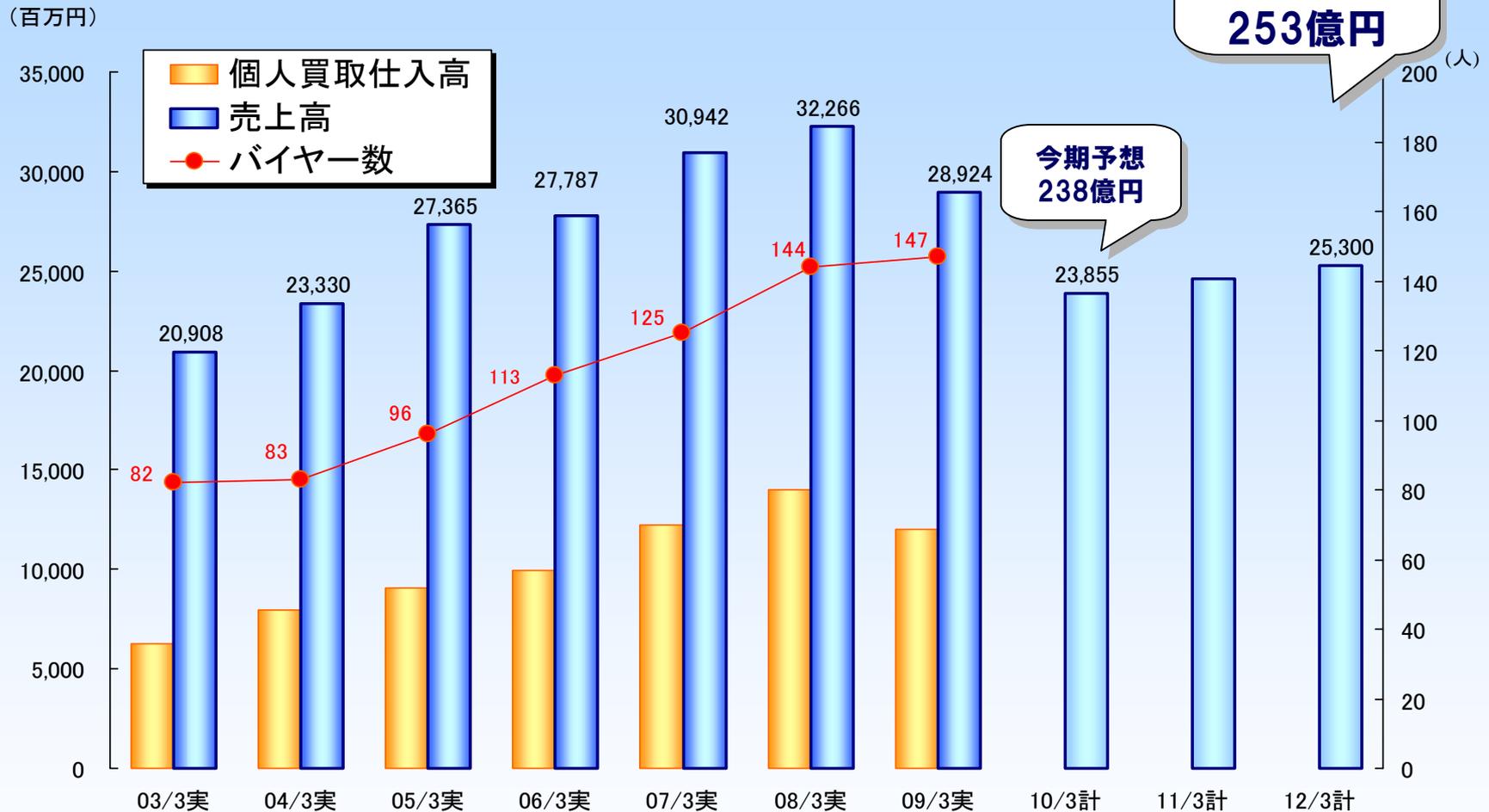


中国本土向けECサイト
「**佰宜杰.com**」
(バイジェイドットコム:
<http://www.buy-j.com>)
に09年4月27日
加盟しました。

- ・ 詳細：SBIベリトランス株式会社が運営する中国本土の消費者にむけたECモール。銀聯カードで決済するシステム。ヨドバシカメラ、洋服の青山等も加盟。
- ・ 目的：中国人消費者への認知向上、販売。
- ・ 販売商品：現在は時計を100点程度掲載。出店環境が整い次第、その他商品も追隨する予定。

中期売上高計画

中期計画
12/3期
253億円

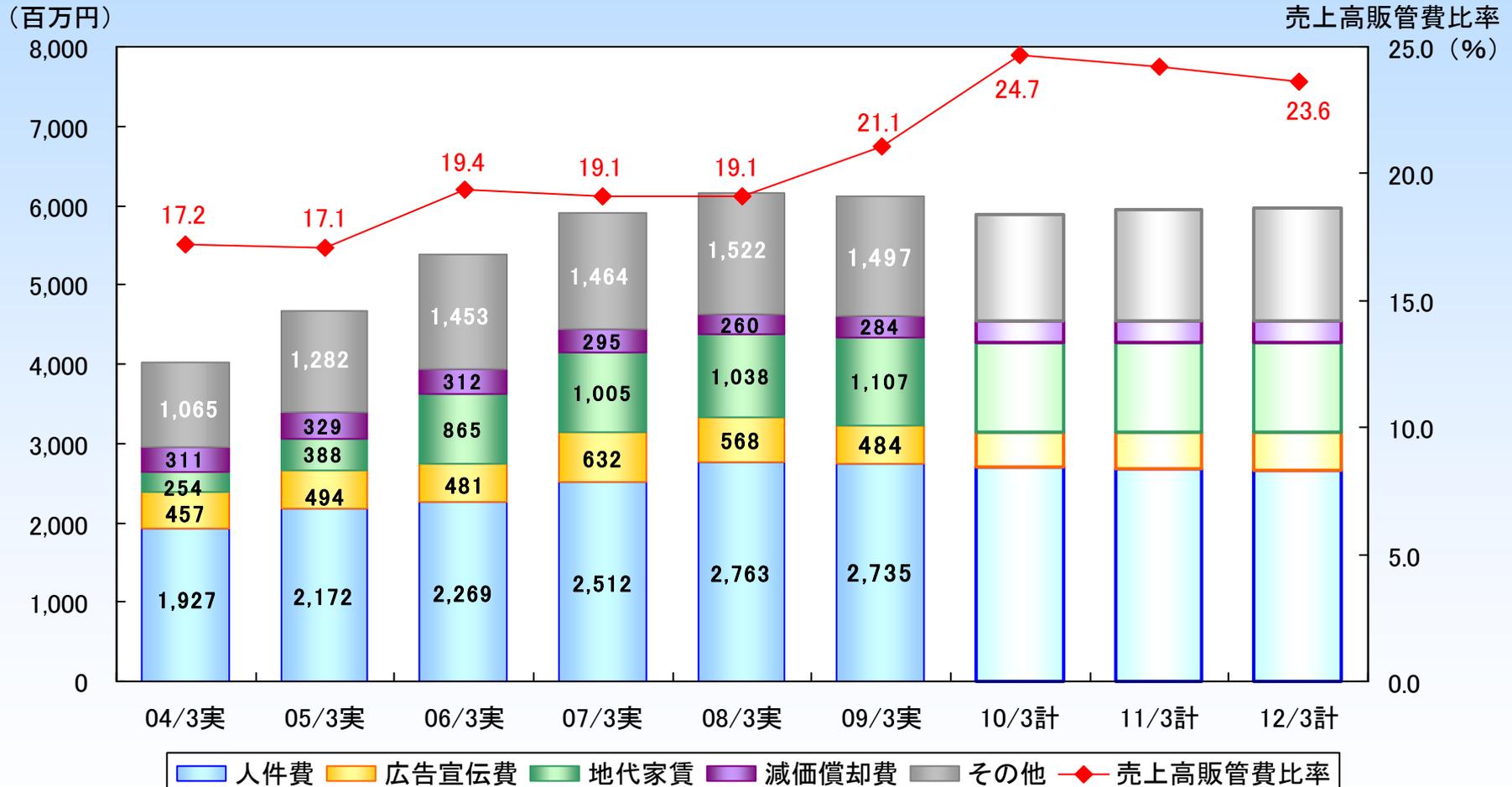


新宿店出店

神戸元町店
移転拡張

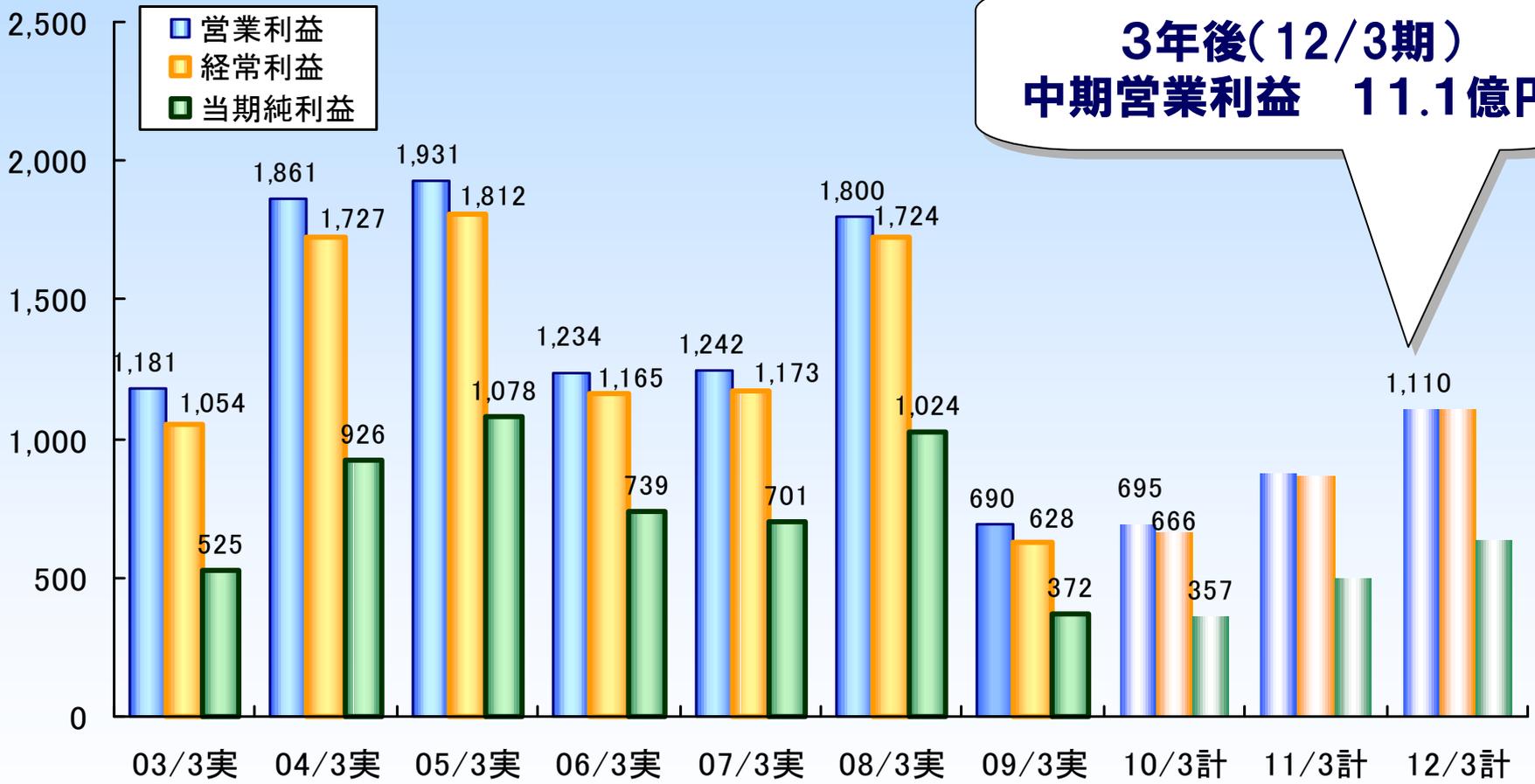
中期販管費計画

売上高減少に伴い、販管費比率は短期的に上昇
→徐々に適正水準になるよう、調整



中期利益計画

(百万円)



2010年3月期業績予想

単位：百万円

| | 2010年3月期 | | | | | | 2009年3月期 | | | |
|-------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|
| | 上半期見込み | | | 通期見込み | | | 上半期実績 | | 通期実績 | |
| | 金額 | 前期比(%) | 百分比(%) | 金額 | 前期比(%) | 百分比(%) | 金額 | 百分比(%) | 金額 | 百分比(%) |
| 売上高 | 11,402 | 72.0 | 100.0 | 23,855 | 82.5 | 100.0 | 15,835 | 100.0 | 28,924 | 100.0 |
| 売上総利益 | 3,033 | 81.9 | 26.6 | 6,579 | 96.8 | 27.6 | 3,702 | 23.4 | 6,799 | 23.5 |
| 販管費 | 2,873 | 91.1 | 25.2 | 5,884 | 96.3 | 24.7 | 3,154 | 19.9 | 6,109 | 21.1 |
| 営業利益 | 159 | 29.2 | 1.4 | 695 | 100.7 | 2.9 | 547 | 3.5 | 690 | 2.4 |
| 経常利益 | 140 | 27.4 | 1.2 | 666 | 106.0 | 2.8 | 514 | 3.2 | 628 | 2.2 |
| 当期純利益 | 52 | 16.8 | 0.5 | 357 | 96.1 | 1.5 | 314 | 2.0 | 372 | 1.3 |

前提条件

| | |
|-------|---|
| 売上高 | オンラインショッピングの強化、外国人向けPRの強化、ポイントカードの活用による顧客の囲い込み等に取り組むものの、個人消費は依然として停滞するものと予想され、前期比82.5%の売上高を見込んでおります。 |
| 売上総利益 | 地金相場等の大幅な変動が発生しないこと等を前提条件として、売上高総利益率が低位となっている商品の早期処分、売上高総利益率が確保しやすい中古品の売上高構成比の向上、適正な買取および販売価格の設定への注力等により、売上高総利益率は前期比4.1ポイント向上となる27.6%を見込んでおります。 |
| 営業利益 | 広告宣伝媒体を費用対効果が高いものに絞りこむこと、出来る限り時間外労働を抑え人件費を削減すること、その他諸経費の見直しを行うこと等によって経費コントロールの徹底を図ること等から、売上高営業利益率は前期比0.5ポイント向上となる2.9%を見込んでおります。 |
| 経常利益 | 支払利息については、長期借入金金利1.4%、短期借入金1.0%を見込み策定しております。 |