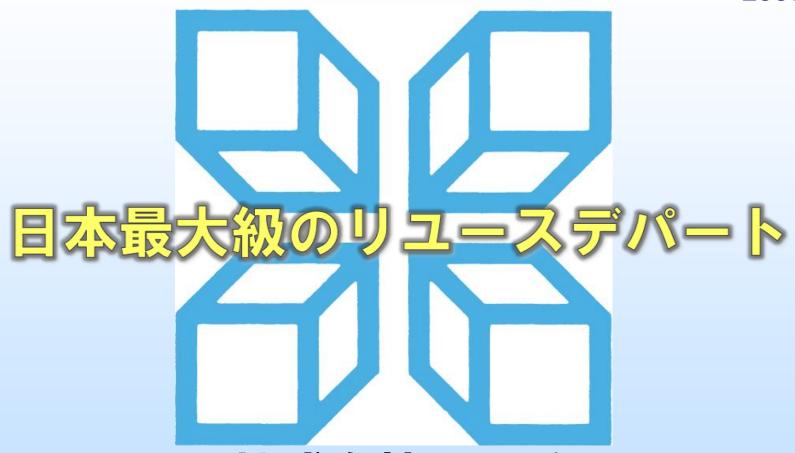
2010年3月期 第2四半期決算説明会

2009.11.5



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、業績見通しのみに全面的に依拠することはお控えくださいますようお願いいたします。

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、皆様ご自身のご判断において行われますようお願い申し上げます。



本日の配布資料



直近の主なプレスリリース

2009年10月 8日 平成22年3月期 9月度月次売上高のお知らせ

2009年10月26日 業績予想の修正に関するお知らせ

2009年10月29日 平成22年3月期 第2四半期決算短信

決算説明会資料 目次

· 2010年3月期 第2四半期決算報告 P 04 ~ 20

・ 営業の状況について P 21 ~ 29

• 2010年3月期計画および下半期の取組み P30 ~ 37

【参考資料】 会社概要・ビジネスモデル P 38 ~ 49



2010年3月期 第2四半期決算報告





10/3期 第2四半期決算概要

- ・売上高総利益率の改善
- ・経費コントロールの強化

売上高 (単位:百万円) 上段:下半期

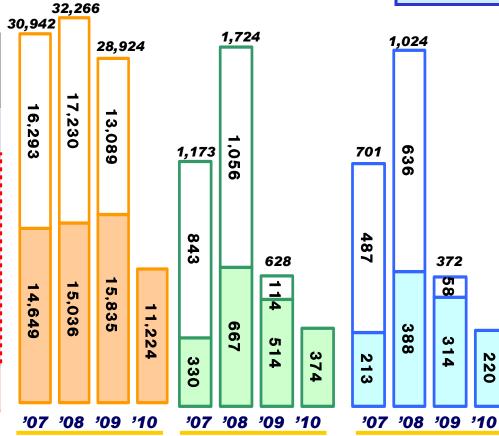
下段:上半期

1,024

636

388

	(単位:百万円)				
	10/3期 20累計実績	前年 同期比	修正前計画比		
売上高	11,224	70.9 <mark>%</mark>	98.4%		
売上総利益	3,230	87.3 <mark>%</mark>	106.5%		
営業利益	380	69.5 <mark>%</mark>	238.5%		
経常利益	374	72.9 <mark>%</mark>	265.9%		
第2四半期 純利益	220	70.1%	416.9%		
個人仕入高	4,286	58.2%	_		



経常利益 (単位:百万円) 当期純利益 (単位:百万円)

372 58

314

220

10/3期 第2四半期決算のポイント

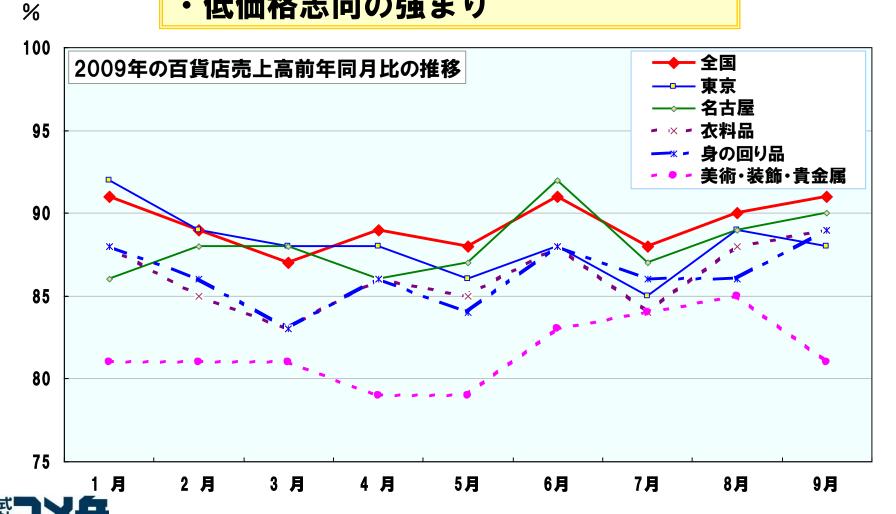
上半期の利益計画を達成、通期見通しを上方修正

- **■**売上高 11, 224百万円(前年同期比▲4, 611百万円)
 - →高額品を中心に需要が伸び悩み、厳しい結果。
- ■売上高総利益率 28.8%(同+5.4pt)
 - →利益改善策の実施により、大幅に改善。 前期下半期より低利益率な在庫の整理を実施。
- ■販管費 2,850百万円(同▲304百万円)
 - →広告宣伝の効率的なものへの絞込み。 その他経費コントロールによるコスト削減。
- ■第2四半期末 6,847百万円(同▲3,682百万円) 商品棚卸高 →新品を中心とした在庫の圧縮。
- **■個人買取仕入高** 4,286百万円(同▲3,074百万円)
 - →競合店の増加による買取競争の激化。 高額品を中心とした個人買取の苦戦。



10/3期 上半期(4-9月)の外部環境

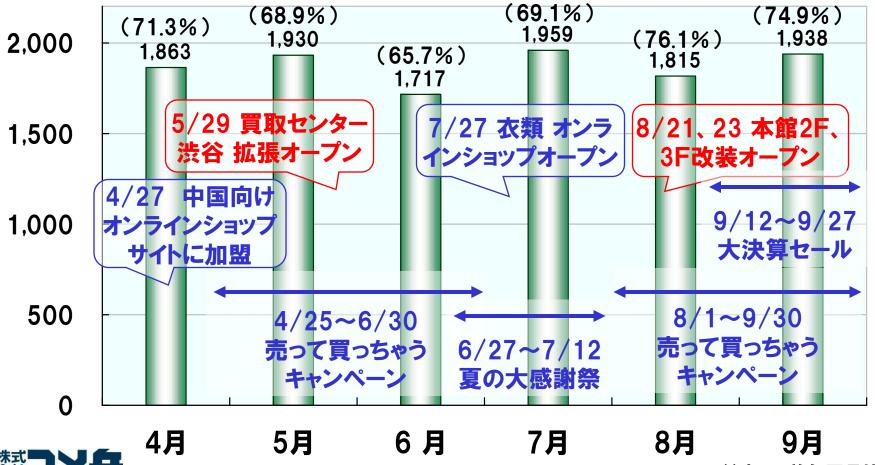
- ・嗜好品を中心とする消費の冷え込み
- 低価格志向の強まり



10/3期 上半期(4-9月)の取組み

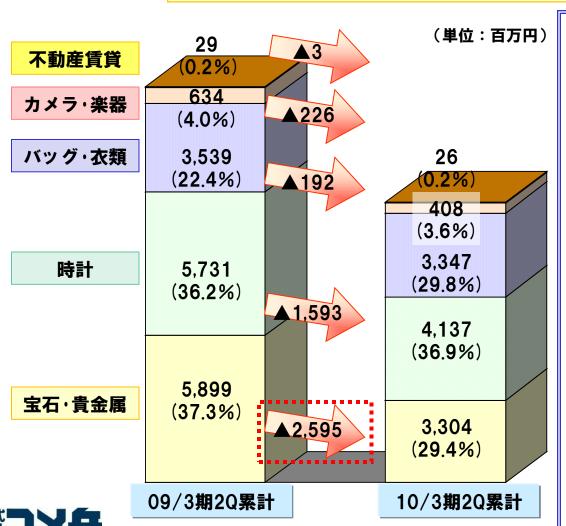
- ・オンラインショップの強化
- ・顧客管理の取組み

月次売上高の推移(百万円)



商品別売上高増減要因

前年同期比▲4,611百万円(▲29.1%)



【宝石·貴金属】

・前年同期比56.0%: 前期は地金相場高騰により増加 した在庫の適正化を目的とした 中古品仕入業者等への販売有。

【時計】

・前年同期比72.2%: 景気減退に合わせた在庫の絞込、 及び、高額品需要の減退。

【バッグ・衣類】

・前年同期比94.6%:
バッグは宝石・貴金属、時計に 比べ、安定した中古品供給を実施。 衣類は売場増床、オンラインショ ップサイトの開設、及び、潤沢な 中古品在庫による安定供給を実施。

【カメラ・楽器】

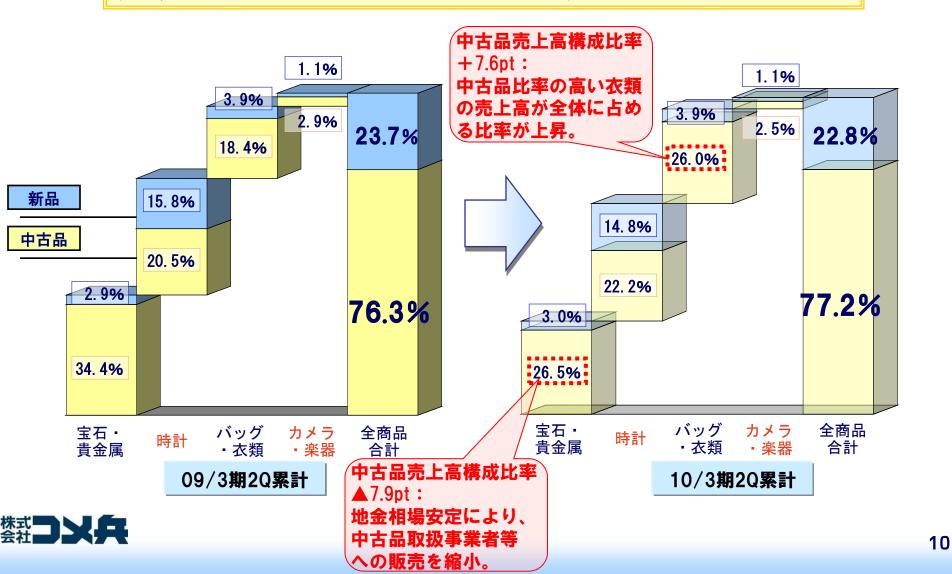
・前年同期比64.4%: 08年8月に名古屋店売場縮小、 08年7月に新宿店売場閉鎖。

カッコ内の数字は売上高構成比です。

前事業年度に「家電・楽器」としていた区分名は、より適正に取扱品目の内容を表示した「カメラ・楽器」へと変更しています。

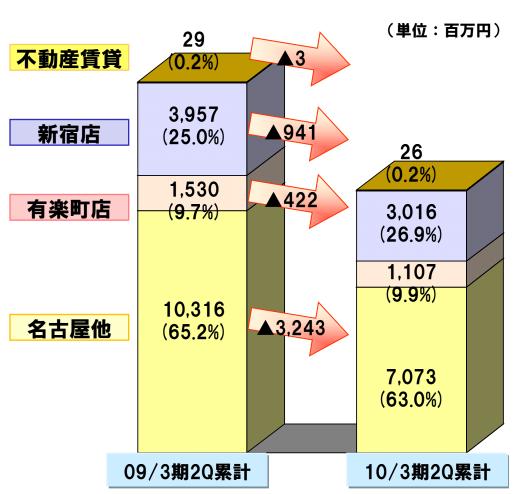
中古品·新品別売上高構成比

売場構成の変更等に伴う中古品売上高構成比率向上



地域別売上高増減要因

名古屋地区の苦戦



【名古屋他】

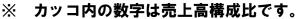
・前年同期比68.6%: 宝石・貴金属、時計等の 高額品を中心に苦戦。

【有楽町店】

・前年同期比72.4%: 立地に合わせ、高額品中心の 売場のため全般的に苦戦。

【新宿店】

・前年同期比76.2%: 宝石・貴金属、時計等の 高額品を中心に苦戦。 オンラインショップを強化。 08年7月に楽器売場を閉鎖、 衣類売場が2フロアに拡大。



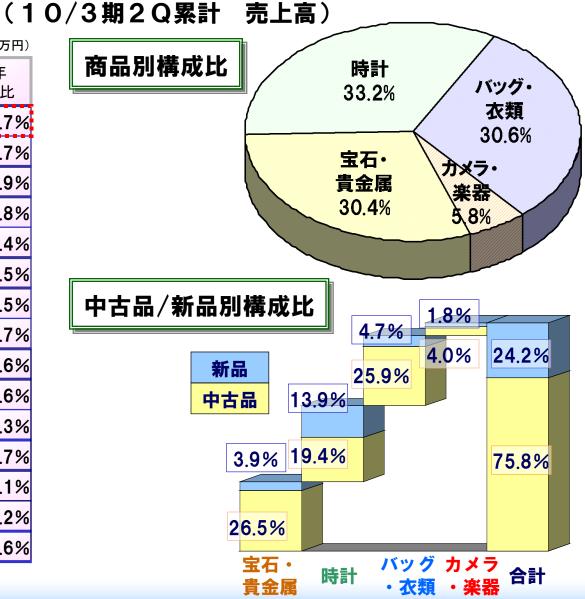


名古屋他 販売状況

商品別売上高

	(単位	ī:百万	7円)
--	-----	------	-----

売上高実績		10/3期 2Q累計実績	前年 同期比	
	中古品	1,873	50.7%	
宝石・ 貴金属	新品	274	74.7%	
只业加	計	2,148	52.9%	
	中古品	1,371	73.8%	
時計	新品	980	68.4%	
	計	2,351	71.5%	
バッグ・衣類	中古品	1,831	94.5%	
	新品	334	69.7%	
	計	2,165	89.6%	
カメラ・楽器	中古品	284	73.6%	
	新品	124	77.3%	
	計	408	74.7%	
合計	中古品	5,359	68.1%	
	新品	1,714	70.2%	
	計	7,073	68.6%	



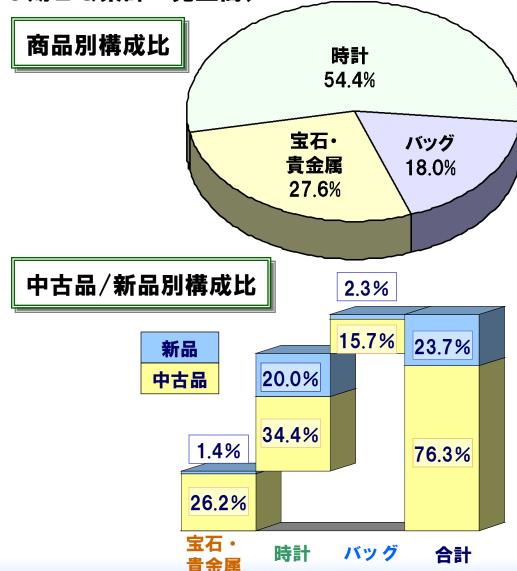
有楽町店 販売状況

(10/3期2Q累計 売上高)

商品別売上高

(単位:百万円)

売上高実績		10/3期 2Q累計実績	前年 同期比	
	中古品	290	79.1%	
宝石・ 貴金属	新品	15	54.9%	
只业物	計	306	77.3%	
	中古品	380	82.8%	
時計	新品	221	53.6%	
	計	602	69.0%	
バッグ	中古品	174	83.7%	
	新品	25	47.1%	
	計	199	76.3%	
合計	中古品	845	81.7%	
	新品	262	53.0%	
	計	1,107	72.4%	





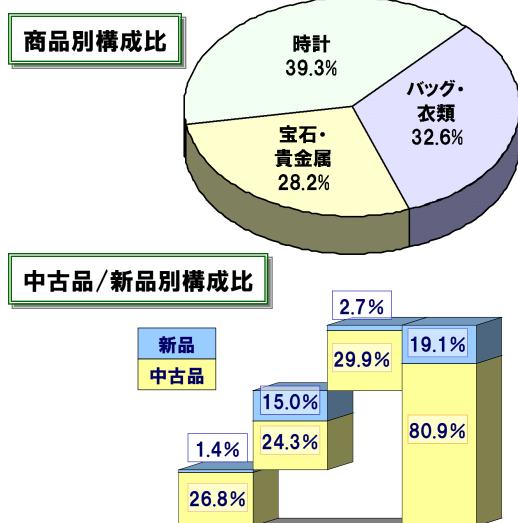
新宿店 販売状況

(10/3期2Q累計 売上高)

商品別売上高

(単位:百万円)

売上高実績		10/3期 2Q累計実績	前年同期比	
	中古品	807	58.6%	
宝石・ 貴金属	新品	42	66.5%	
貝亚病	計	849	58.9%	
	中古品	731	79.3%	
時計	新品	452	70.1%	
	計	1,183	75.5%	
バッグ・衣類	中古品	901	117.2%	
	新品	80	88.8%	
	計	982	114.2%	
合計	中古品	2,440	77.6%	
	新品	575	70.6%	
	計	3,016	76.2%	



宝石・

バッグ

・衣類

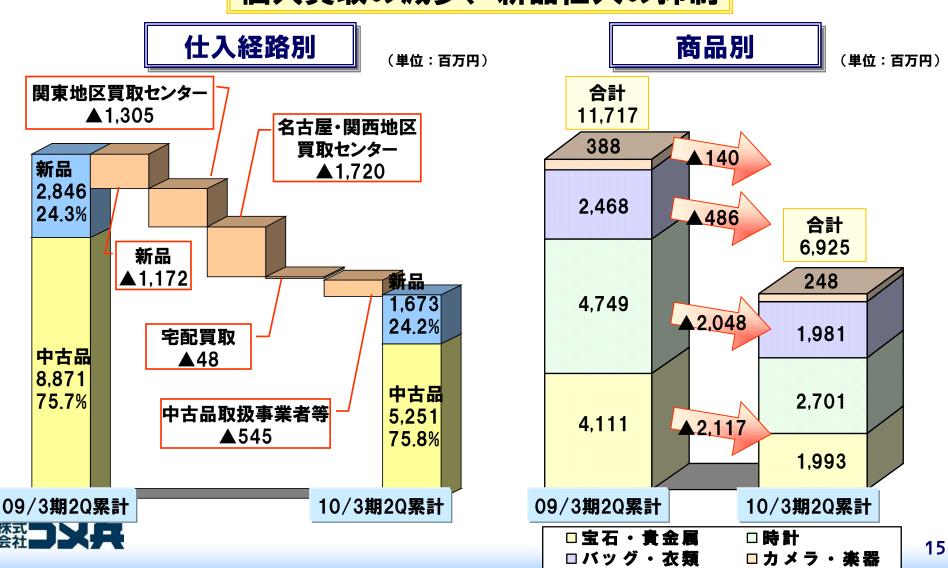
合計

時計



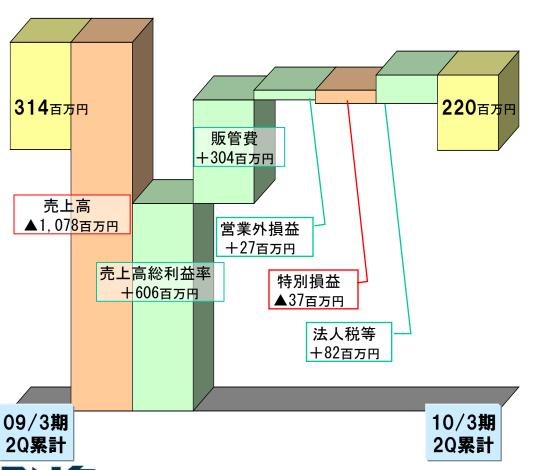
仕入高増減要因

個人買取の減少、新品仕入の抑制



第2四半期純利益額增減要因

前年同期比:▲94百万円(▲29.9%)



【プラス要因】

- ・売上高総利益率の向上。
- ・経費コントロール効果: 販売費 前年同期比▲163_{百万円}、 人件費 同▲92_{百万円}。

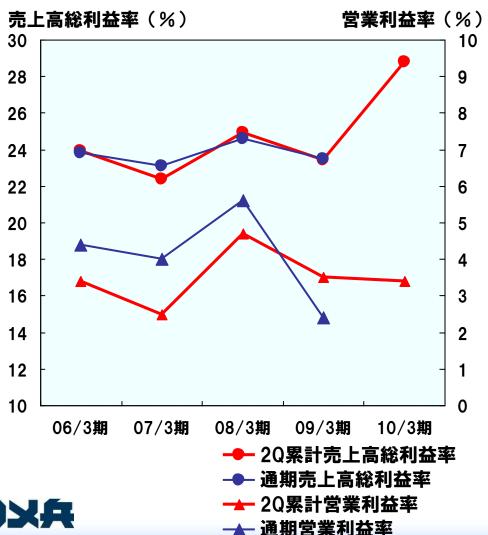
【マイナス要因】

- ・売上高の減少。
- ・前期は特別利益として 受取保険金79gg用有。



利益率の推移

売上高総利益率:28.8%(前年同期比+5.4pt)



- 【売上高総利益率:28.8%】
- ・前期下半期より、売上高総利益 率の低位な在庫の早期処分及び 新品商品の仕入抑制を実施した ことが上半期に寄与。
- ・商品毎の売上高総利益率管理の 厳格化。
- ・メリハリのある買取・販売価格 の設定。
- ・売上高総利益率の高位な 中古品売上高比率が77.2% (前年同期比+0.9pt)に向上。
- ・売上高総利益率の低位な 貴金属の中古品取扱事業者等 への販売量の縮小。

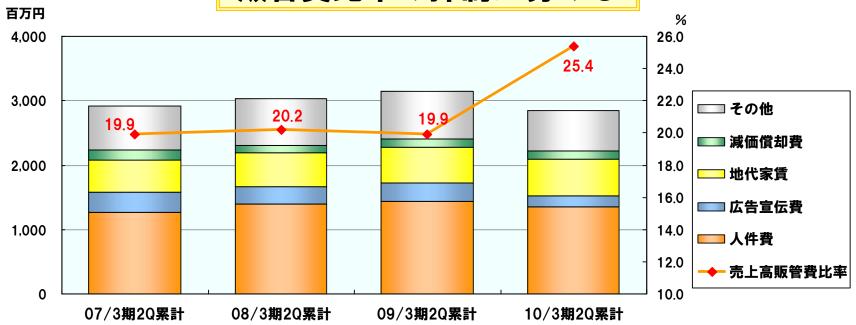
【営業利益率:3.4%】

・売上高の大幅な減少が売上高総 利益率の改善・販管費の削減 効果を上回ったため、 前年同期比▲0.1pt。



上半期 販管費の推移

販管費比率の抑制に努める



	20累計実績(百万円)	前期比	計画比
人件費	1,352	93.6%	99.1%
広告宣伝費	176	61.8%	101.3%
地代家賃	562	102.6%	99.9%
減価償却費	127	98.3%	94.6%
その他	631	84.5%	99.1%
計	2,850	90.3%	99.2%

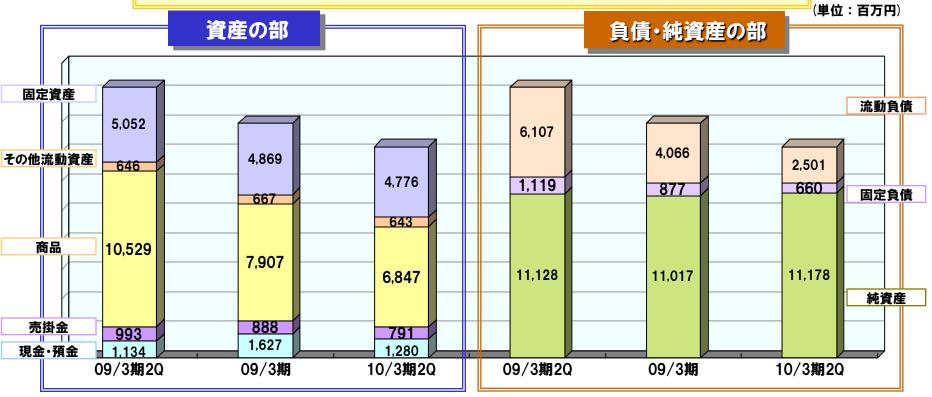


[※] 上記科目は社内管理科目であり、財務諸表等の科目とは異なる場合があります。

[※] 社内管理科目である「広告宣伝費」は算出方法の変更に伴い、数値を変更しておりますが、総額は変更ありません。

貸借対照表

商品在庫の圧縮による有利子負債の大幅削減

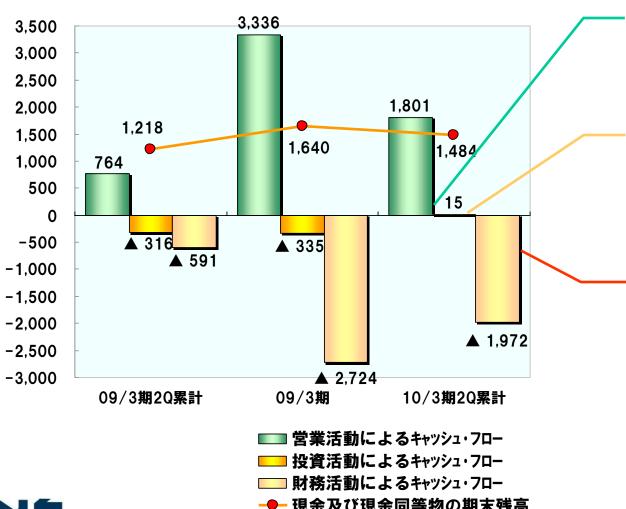


	09/3期2Q	09/3期	10/3期2Q
自己資本比率 (%)	60.6	69.0	78.0
有利子負債依存度 (%)	30.2	22.4	11.6
発行済株式数(株)※	11,256,693	10,956,703	10,956,703



キャッシュ・フロー計算書

営業C/F:たな卸資産の減少等により減少



- ・税引前四半期純利益の 計上 385百万円
- ・たな卸資産の減少 1.065百万円
- 有形無形固定資産の 取得 **▲43百万円**
- ・定期預金等の払戻 による収入 60百万円
- ・短期借入金の純減額 ▲1.550百万円
- ・長期借入金の返済 による支出
 - ▲367百万円

─ 現金及び現金同等物の期末残高



営業の状況について





上半期の取組み①

『買取・販売チャネルの拡大・強化』

■店舗戦略

- ・ポイントカードの実験的導入(売場向け)
- ・売場改装:名古屋大須地区

■ネット戦略

- ・衣類のオンラインショップサイトオープン
- ・オンラインショップサイトの認知度向上策の実施

■買取戦略

- ・買取センター渋谷の増床
- ・宅配買取の強化:衣類のWEB広告強化・オンラインショップサイト からのリンク等により、宅配買取の申込数は 第2四半期累計期間において前年同期比+40%と なった。



上半期の取組み②

『収益力の向上』

■売上高総利益率の改善

- ・在庫コントロールの強化
- ・中期的な中古品売上高比率の向上:第2四半期累計売上高で77.2%。

中期的には80%を目指す。

・商品毎の売上高総利益率管理の厳格化。

■経費コントロールの強化

・人件費の削減 :時間外労働の削減・作業の効率化により、

前年同期比▲92百万円。

・広告宣伝費の削減 :効率的な販促活動への注力により、

前年同期比▲109百万円。

・その他諸経費の削減:全般的な経費の見直しにより、上記以外は

前年同期比▲103百万円。



ポイントカードの概要

主要販売フロアにて実験的に導入現在の加入者数:約7千名



■特典

- *ポイント割引サービス
- ・ご購入額の1%をポイントにて 還元。
- 1ポイント=1円として 100ポイント単位で使用可。
- *ハガキや、eメールにて お得な情報をお届け。

■外部環境

・ポイント市場は拡大しており、 2009年に1兆円を超える見通し。 (日本経済新聞2009/7/30)

- ※試験期間は2011年9月末までです。
- ※オンラインショッピングおよびメンバーズカード取扱フロア以外での使用はできません。



衣類オンラインショップサイト

09年7月27日オープン目標年間売上高:1億円



■詳細

- URL: http://www.komehyo-wear.com
- ・取扱商品: レディース、メンズの衣類・小物

■特徴

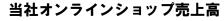
- ・主なターゲットは20~30代の男女
- ・常時約800点の商品を掲載
- ・実寸サイズ、素材、状態等を 細かく記載
- ・1商品につき、多数の写真を掲載
- ・店頭取り寄せも可能 (※一部店舗を除く)
- ・メールマガジンにてお得情報配信

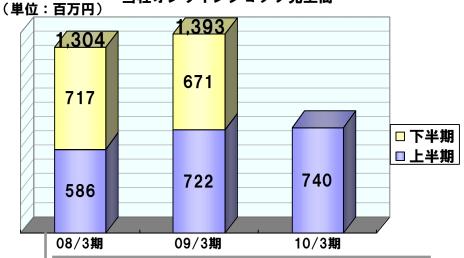


【商品詳細ページ】

オンラインショップ売上高推移

市場拡大と共に販売を強化し、売上高増

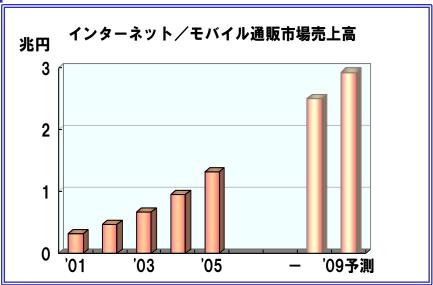




- ■オンラインショップの売上高は 堅調に推移。
- ■バッグが6月の第4週に楽天の週間 MVP「楽天市場ショップ・オブ・ザ・ ウィーク」を受賞。
- ■東京地区のWEB体制を強化。

- ■09年のインターネット/モバイル 通販市場は約3兆円規模となる予想。
- ■今後も同市場は拡大すると推測され ている。

【参考】



26

【出所: 富士経済「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2005」 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2008-2009」】



買取センター渋谷の概要

09年5月29日増床オープン

《改装前》

《改装後》

追加

7F:宝石・貴金属、 時計、ブランドバッグ 査定ブース

2F:宝石・貴金属、

時計、ブランドバッグ

査定ブース

1F:受付、待合室、 衣類査定ブース 2F: 衣類査定ブース

1F:受付、待合室



【1F:待合室】

- ■衣類査定ブース、待合室が広くなり、 お客様のストレスが緩和。 6~9月の渋谷店の接客数が前年同期比+1.8%。
- ■待合室に金の買取価格ボードを設置。



本館2F、3F改装の概要

09年8月下旬リニューアルオープン



【化粧品コーナー】

■本館3F【ブランドバッグ売場】 コーナー毎に分けていた仕切りを 取払い、広々とした開放感溢れる フロアに。 雑貨・小物コーナーが充実。

化粧品コーナーを新設。

【本館3F】

■本館 2 F【時計売場】 『*WATCH*サービスコーナー』を 新設。店頭における下取が可能に。 修理受付、商品検索にも対応。





在庫コントロールの強化

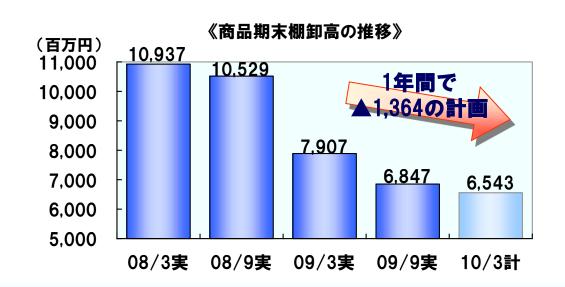
第2四半期末商品棚卸高:6,847百万円

■滞留在庫のコントロール

・売上高総利益率が低位な在庫を中心に削減を実施。 下半期には長期滞留在庫の削減に努める。

■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中心に品揃えを絞込。





2010年3月期計画 および 下半期の取組み





2010年3月期業績計画・実績

(単位:百万円)

	上半期		下半	≚期	通期	
	実績	前年 同期比	修正後 計画値	前年 同期比	修正後 計画値	前年 同期比
売上高	11,224	70.9%	12,631	96.5%	23,855	82.5%
売上総利益	3,230	87.3%	3,448	111.3%	6,679	98.2%
営業利益	380	69.5%	415	289.7%	795	115.2%
経常利益	374	72.9%	397	346.6%	772	122.8%
当期 (第2四半期) 純利益	220	70.1%	223	385.8%	444	119.3%

【通期計画の前提条件】

•売上確保:

年末年始商戦を中心とした売上高確保

•利益確保:

上半期の結果が通期に寄与

・経費コントロール:

人件費をはじめとする経費の予算統制



下半期の取組み・課題

■既存店の強化

・新宿店1F改装:時計フロア→ミックスフロアへ

■WEBシステムの強化

- ・オンラインショップページの利便性の向上
- ・宅配買取のPR強化:専用ページを11月末にオープン予定
- ・オンラインショップサイトの認知度向上策の実施

■売上高総利益率、在庫、経費コントロールの強化

- ・商品毎の売上高総利益率管理の厳格化
- ・売上高総利益率の比較的高い中古品の売上高比率向上
- ・在庫、経費コントロールの継続実施









新宿店1F改装の概要

09年11月7日:貴金属・時計・バッグのミックスフロアへ



【改装後イメージ図】

■詳細

- •目的:
 - 店の前を通った方が立寄り、店の中に入りたくなる 雰囲気作り。上層階への誘導。
- ・新宿店1Fのターゲット層: ファッショントレンドに敏感な20~30代の男女。



WEBシステムの強化

目的:利便性の向上、買取の強化

■オンラインショップページの利便性の向上

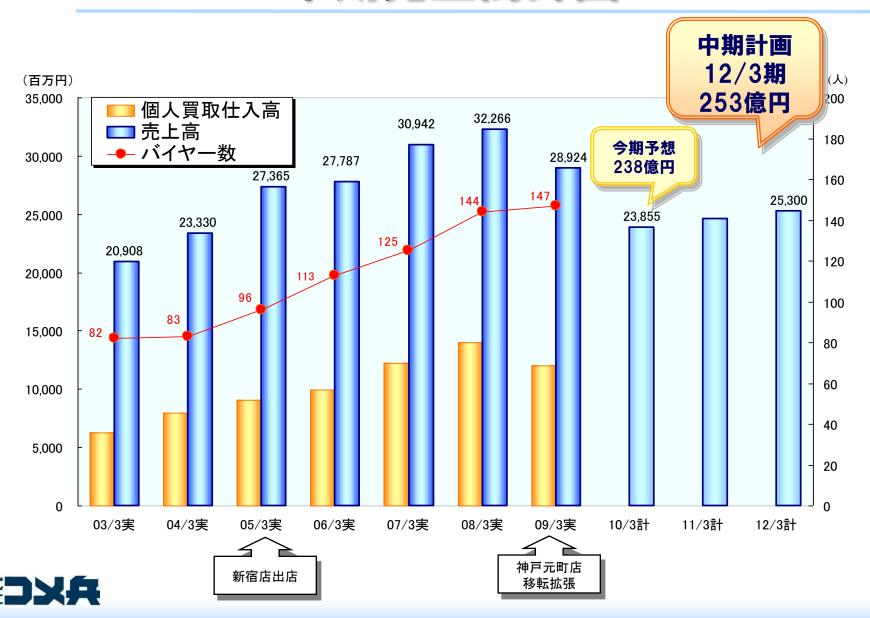
- ・会員サービス導入に向けた検討の開始。
- ・商品群毎に分かれているサイトの統合の検討開始。
 - →商品群を跨いで使用可能な買物カゴ導入等により、 トータルコーディネートの提案を促進。
- ・掲載商品群の増量:毛皮、スーツケース等を含め、幅広い 品揃えの検討の開始。
- ・作業の効率化。

■宅配買取のPR強化

- ・11月末に「宅配買取」専用のページを作成予定。
 - →オンラインショップページとのリンクによりPRを強化。
- ・「査定見積もり」のフォームを各商品群毎に作成予定。
 - →よりアクセスしやすい形とする。

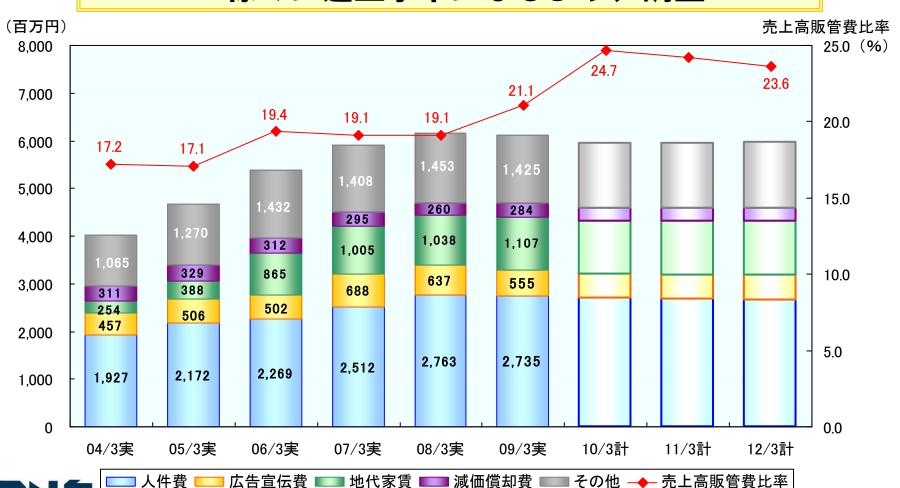


中期売上高計画



中期販管費計画

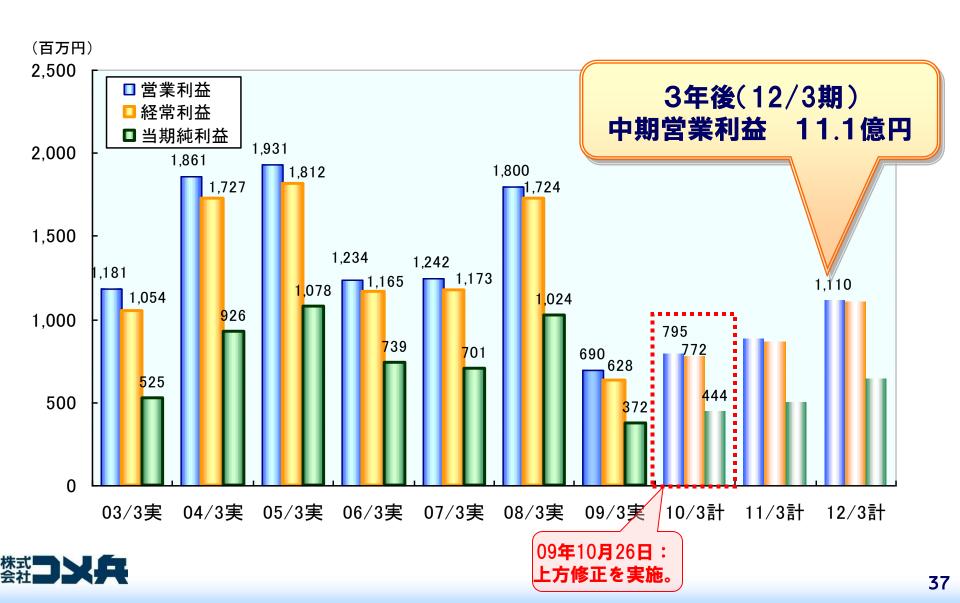
売上高減少に伴い、販管費比率は短期的に上昇 →徐々に適正水準になるよう、調整



[※] 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。

[※] 社内管理科目である「広告宣伝費」は算出方法の変更に伴い、数値を変更しておりますが、総額は変更ありません。

中期利益計画



【参考資料】 会社概要・ビジネスモデル





コメ兵の事業領域

「リレーユース」を核として お客様に満足と感動を提供する

「リレーユース」とは 『モノは人から人へと伝承(リレー)され、有効に 活用(ユース)されてこそ、その使命を全うする。』 というコメ兵独自の概念です。



リレーユースを基本とする事業の流れ

"不要なモノ"を持つお客様





取扱事業者

仕入代金

中古品

株式力以兵

仕入代金

新品

商品

売上代金

"モノ"が必要なお客様



取扱事業者

沿革(~2000年)

コメ兵は創業当時よりリレーユースでした。

1947年

1970年

1977年

1979年5月

1987年9月

1995年11月

1996年3月

2000年4月

2000年11月

・古着屋『米兵商店』(5坪)を出店



- ・現在の本館(本社)の地に本店を移転
- ・パート2(現きもの館)をオープン
- ・株式会社米兵を設立
- ・株式会社コメ兵へ社名変更
- ・パート1(本店)を増床、新築オープン
- ・東京 初 進出(買取センター道玄坂出店)
- ・関西 初 進出(買取センター心斎橋出店)
- ・本館・西館(現きもの館)増床リニューアルオープン

お客様のニーズに機会即応し、取扱品目・

販売店舗を拡大





沿革(2000年~)

2002年11月 2003年9月

2004年3月 2004年12月

2005年11月 2007年6月

2008年7月 2008年8、9月

- ・買取センター神戸元町出店
- ·株式公開(JASDAQ)

大都市展開を目指し 販売店舗の東京本格出店

- ・有楽町店出店(2003年10月 買取センター先行オープン)
- ・東証二部、名証二部へ上場

大都市 2号店出店 (本館に次ぐ売場面積)

- ・新宿店出店(2005年8月 買取センター先行オープン)
- ・買取センター横浜西口出店
- ・買取センター道玄坂移転、買取センター渋谷へ名称変更
- ・神戸元町店を移転・増床、神戸三宮店オープン
- ・名古屋店 および 新宿店 リニューアルオープン



店舗案内



販売店舗 9店舗

買取店舗 7店舗

※販売フロア・買取センター併設店舗は 販売店舗1店舗、買取センター1店舗として カウントしております。

名古屋

- ●コメ兵本館
- ●コメ兵きもの館
- ●コメ兵カメラ・楽器館
- ●コメ兵アメカジ館
- ●買取センター大須

豊田

●コメ兵豊田店

東京

- ●コメ兵新宿店(買取センター併設)
- ■買取センター渋谷
- ●コメ兵有楽町店(買取センター併設)

横浜

■買取センター横浜西口

大阪

<mark>●コメ兵心斎橋店(買取センター併</mark>設)

神戸

●コメ兵神戸三宮店(買取センター併設)



スーパーディスカウントリユースデパート

3業態の特徴を兼ね備える店舗づくり



リユースショップ

中古品取扱

デパート

品揃えの豊富さ 綺麗な店舗 良好なサービス

ディスカウントストア

新品商品の低価格販売

- ・広い売場 → 清潔感溢れるゆったりとした空間
- ・品揃え → 専門店に負けない商品構成・商品点数
- ・高級感 → 新品同様の商品、洗練されたディスプレイ
- ・総合力 → 宝石・貴金属、時計、バッグ、洋・和服、カメラ、楽器等

コメ兵本館外観



販売(売場)













仕入(買取センター)

- ・スムーズにお客様に対応できる受付、待合番号札
- ・明るい雰囲気の待合室、買取空間
- ・プライバシーに配慮した個室感覚の査定カウンター



商品の特徴

新品同様の 中古商品

・商品毎に必要な修理・補修を施し、 新品にできる限り近づける・アフターサービスの充実

新品商品の取扱い

- ・豊富な品揃え
- ・華やかさの演出
- ・お値打ち感の演出

新品商品のディスカウント 価格での提供

・中古品で利益を確保

「コピー商品流通防止対策」

- ・商品化過程における二重チェック
- ・第三者専門鑑定機関等を利用した再鑑定



仕入の特徴

147名_{*}の 専門バイヤー

- ・専門分野に特化
- ・約2年間の育成期間
- ・真贋判定能力の育成
- ・売場における販売活動

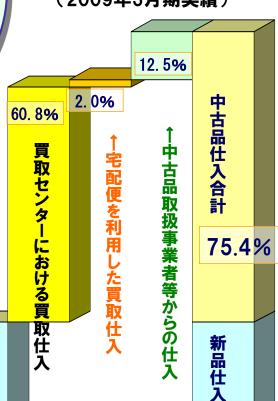
仕入ルート

- 1・買取センター
- 2. 宅配仕入
- 3.中古品取扱事業者

24.6%

4·新品取扱事業者

● 仕入経路別仕入実績 (2009年3月期実績)



※2009年3月実績

サポートシステム の構築

- ・ミーティング
- ·買取相場表



適正な価格設定

高く買えばモノが集まり、 安く売れば人が集まる

適正な買取価格

- ・「いくらで売れるか?」を反映した価格設定
- ・ミーティング、システム活用による情報共有

適正な販売価格

- ・POSシステムによる在庫滞留期間管理
- ・定期点検での売価の見直し兼勉強会の実施



問い合わせ先



