

2023年2月期 決算説明資料



2023年4月11日

Can★Do

(証券コード:2698)

<https://www.cando-web.co.jp>

		プラス与件	マイナス与件
100円 ショップ 業界 当社		・インフレに対する生活防衛意識の高まりによる期待値の上昇 ・生活インフラとして地域や商業施設からの期待値の上昇	・急激な円安の進行 ・エネルギー価格及び原材料の高騰 ・人手不足の顕在化
		・イオングループ参入によるシナジー効果への期待値の上昇 ・他価格帯商品の取り扱い拡大	・母店退店が多い ・店舗の老朽化の進行

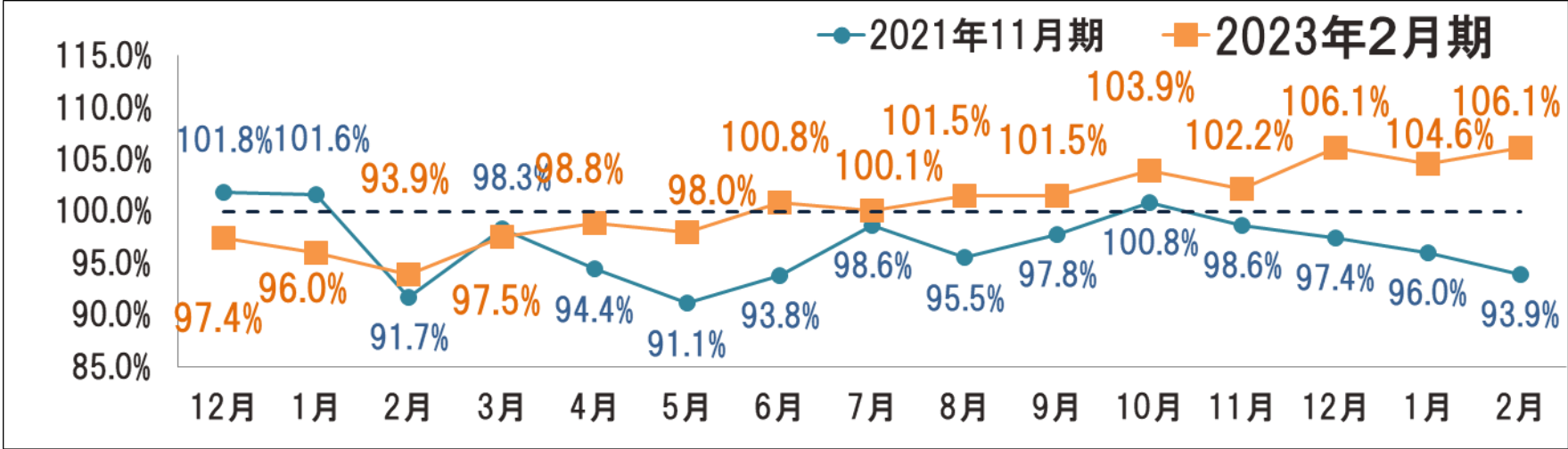
連結損益計算書(年度同期推移)



(単位:百万円、%)

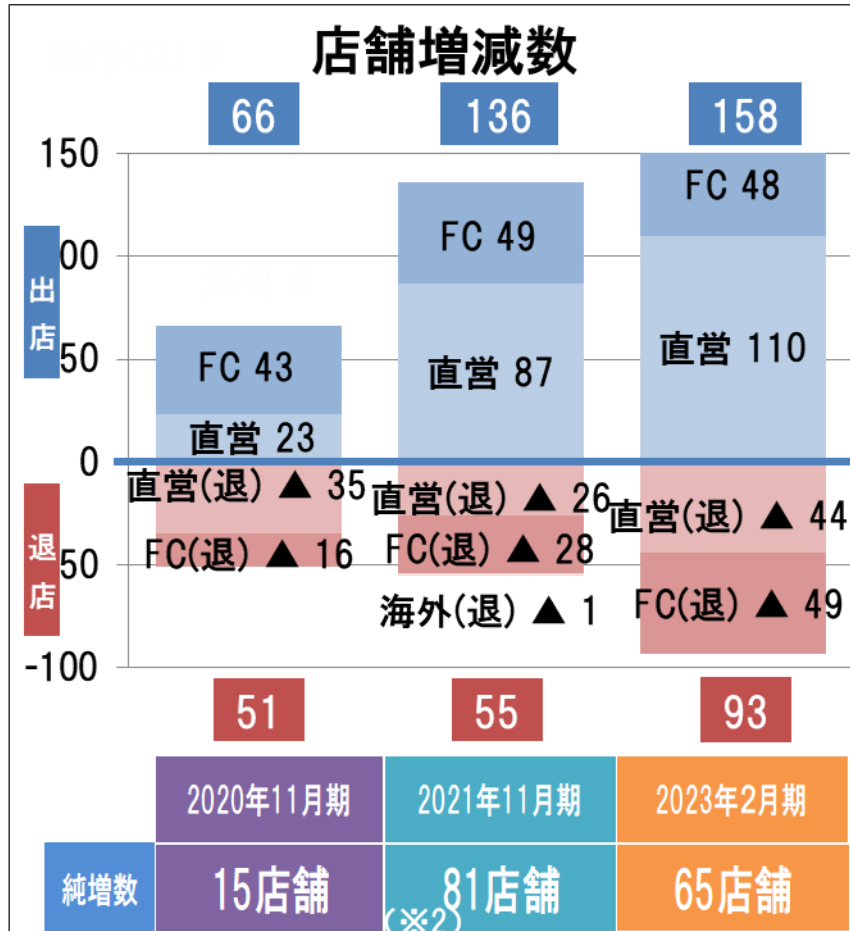
	2020年11月期 (2019/12-2020/11)		2021年11月期 (2020/12-2021/11)		2023年2月期 (2021/12-2023/2)	
	金額	率	金額	率	金額	率
売上高	73,034	100.0	73,130	100.0	93,150	100.0
売上総利益	28,002	38.3	27,987	38.3	35,020	37.6
営業利益	1,558	2.1	964	1.3	538	0.6
経常利益	1,643	2.3	1,034	1.4	633	0.7
親会社株主に帰属 する四半期純利益	440	0.6	194	0.3	-343	-0.4
一株当たり 当期純利益	27.65 円		12.21 円		-21.53 円	
会計期末 店舗数	1,065 店舗		1,180 店舗		1,245 店舗	

(※)決算期変更に伴い、当期は2021年12月1日から2023年2月28日までの15ヶ月決算であります



2023年 2月期	2021年12月～ 2022年5月	新型コロナ特需の反動
	2022年6月～9月	インフレの兆しによる持ち直し傾向
	2022年10月～ 2023年2月	インフレ進行に伴う生活防衛意識の高まりと お客さまニーズに沿った趣味趣向品による集客増

出退店数の状況



出店・リニューアル

- 新規出店: 158店舗 (計画: 185/通期)
直営110店舗 (委託店含む(※1))、FC48店舗
- リニューアル: 33店舗

退店

- 93店舗 (計画: 65/通期)
直営44店舗、FC49店舗

【増減】直営+66店舗、FC▲1店舗、海外FC±0店舗

1,245店舗

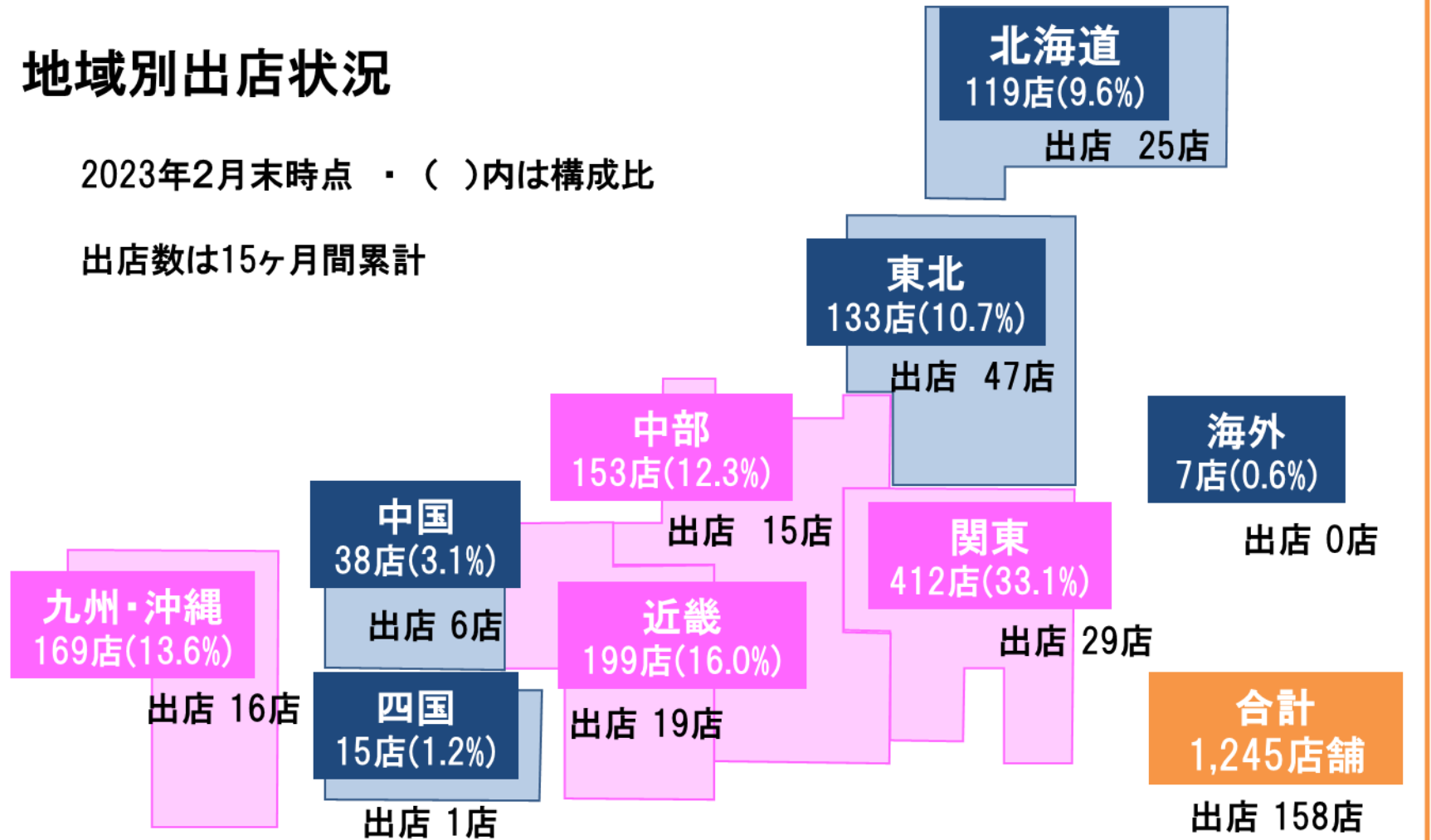
(※1) 2021年11月期2Qより売上高の拡大と収益体質の強化を目的とした、委託店舗の出店をスタートさせました。

(※2) 売場規模が小さかった為、開示店舗数に含めていなかった、キャンドウセレクト計34店を2021年3月末より、現在店舗数に含めております。キャンドウセレクトとは、日用消耗品を中心に厳選した品揃えの店舗になります。

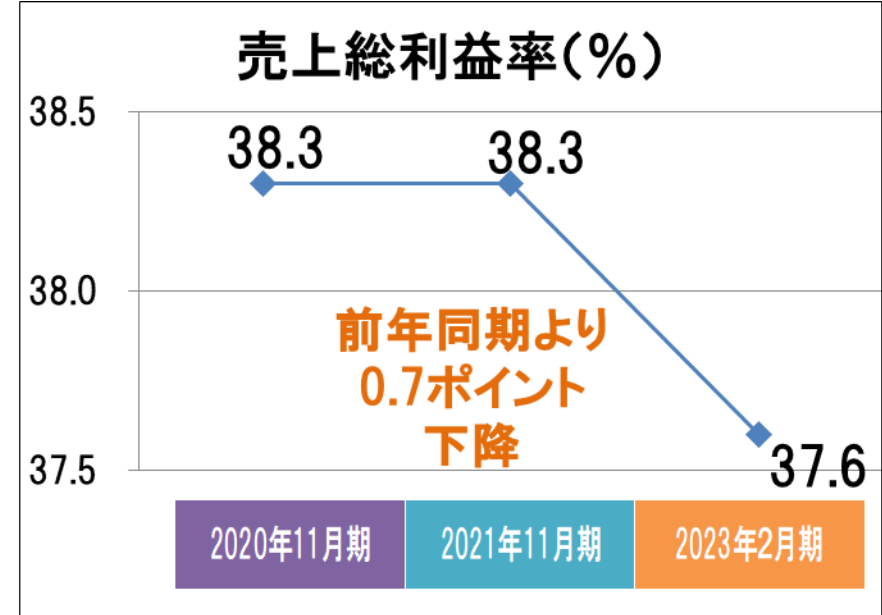
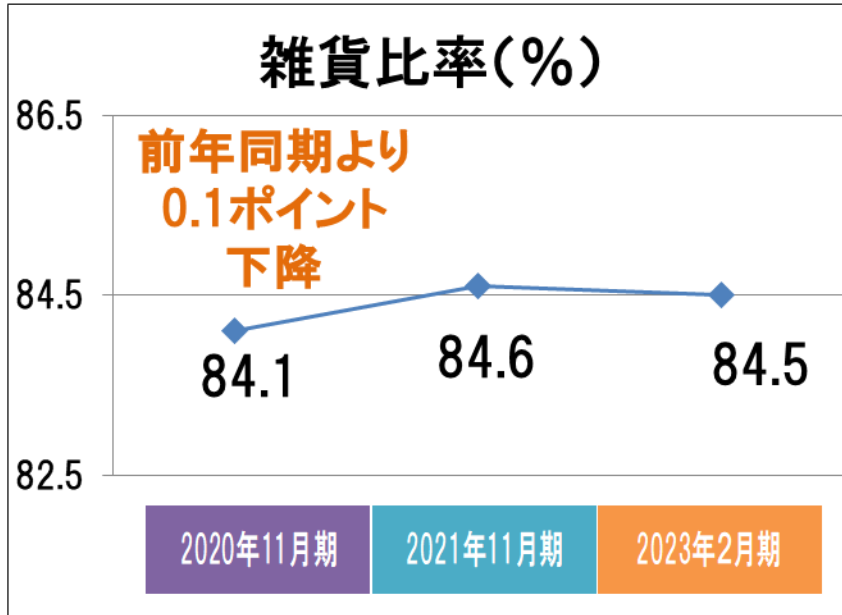
地域別出店状況

2023年2月末時点 ・ ()内は構成比

出店数は15ヶ月間累計



売上総利益の内訳



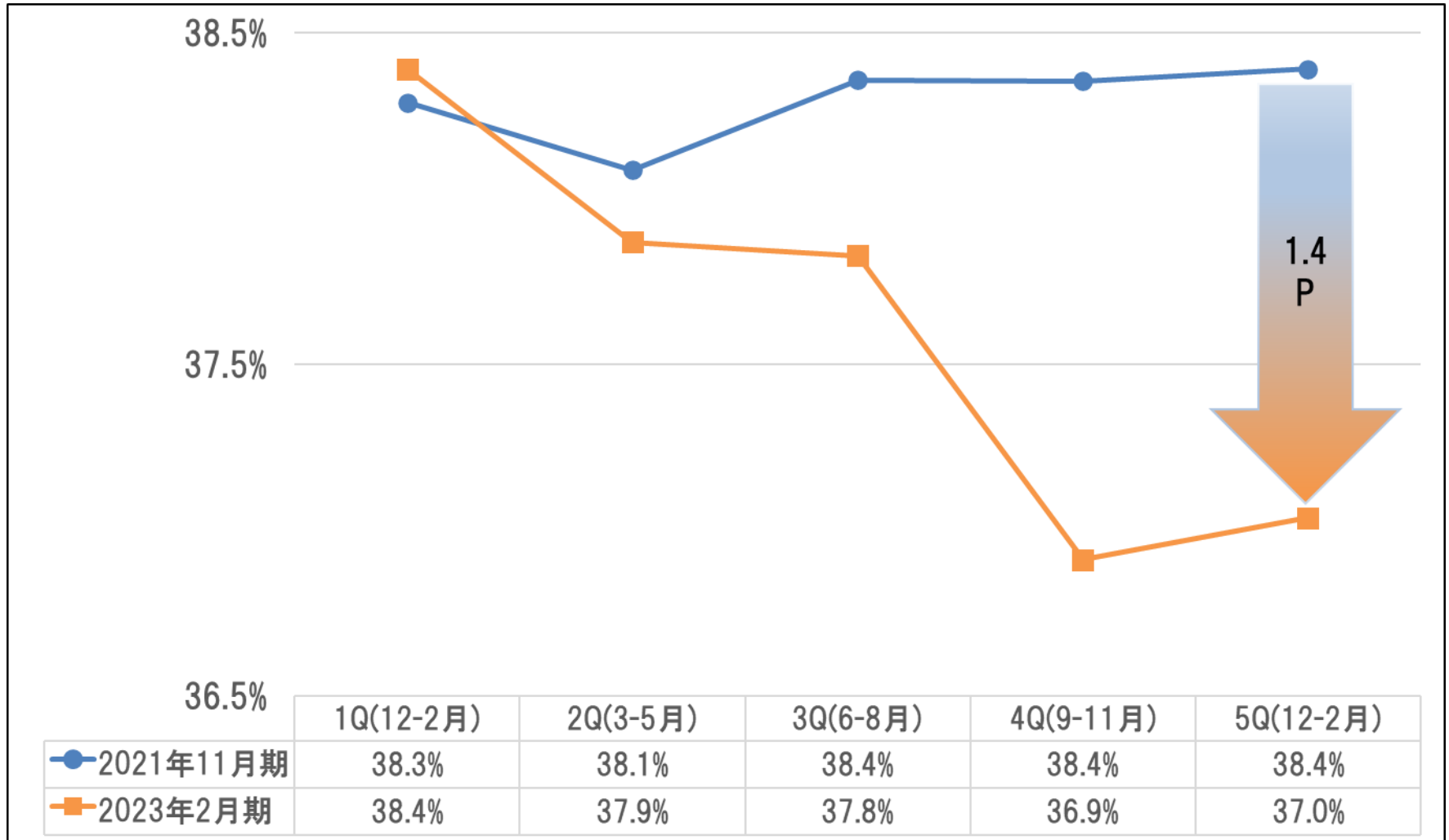
雑貨比率の変動

- 他価格帯商品の売上比率増加
- 食品のニーズが復活

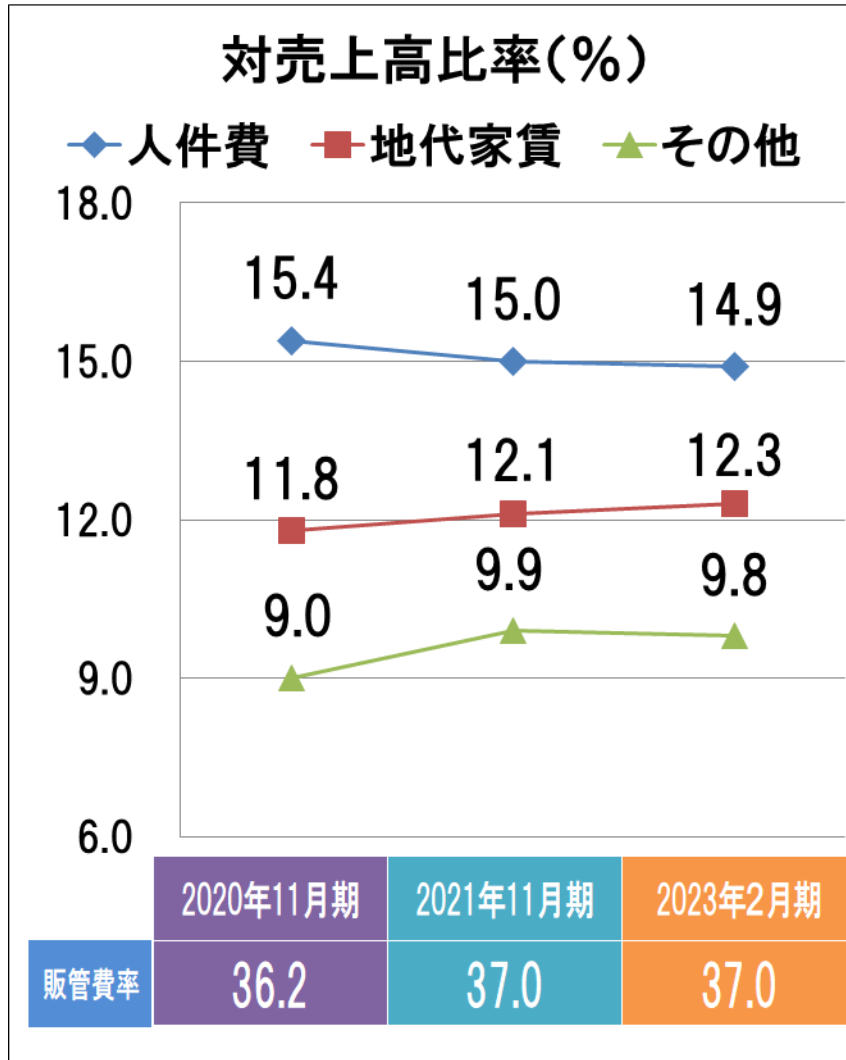
売上総利益率の変動

- 急激な円安進行
- エネルギー価格や原材料の上昇

売上総利益率 四半期推移



販管費の内訳



人件費

- ・労働時間数の増加を伴わない売上高増加による人件費率低減

地代家賃

- ・直営店舗数の増加及び1～3Qの売上苦戦に伴い率が増加

その他販管費

- ・水道光熱費の増加
- ・クレジット等手数料、母店販促費増

販管費率±0ポイント

連結貸借対照表の状況

(単位:百万円)	2021年 11月期	2023年 2月期	前年 増減額		2021年 11月期	2023年 2月期	前年 増減額
流動資産合計	13,270	14,243	972	流動負債合計	10,816	11,387	570
現金及び預金	3,159	3,050	▲ 109	仕入債務	8,984	9,035	50
売上債権・未収入金	2,944	3,139	194	その他流動負債	1,832	2,352	519
商品	6,525	7,383	858	固定負債合計	4,712	4,727	15
その他流動資産	641	670	29	退職給付に係る負債	2,326	2,321	▲ 4
有形固定資産合計	6,880	6,258	▲ 622	資産除去債務	1,801	1,885	84
建物及び構築物	5,590	5,180	▲ 409	負ののれん	209	161	▲ 47
その他有形固定資産	1,290	1,077	▲ 212	その他固定負債	375	358	▲ 17
無形固定資産合計	545	314	▲ 231	負債合計	15,529	16,114	585
投資その他の資産合計	7,347	7,396	48	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,488	5,557	69	資本剰余金	3,082	3,089	6
その他投資その他の資産	1,859	1,838	▲ 20	利益剰余金	7,606	6,991	▲ 615
固定資産合計	14,773	13,968	▲ 804	自己株式	▲ 1,155	▲ 1,138	16
資産合計	28,044	28,212	168	その他の包括利益累計額	▲ 47	127	175
				新株予約権	0	0	0
				純資産合計	12,515	12,097	▲ 417
				負債純資産合計	28,044	28,212	168

※対前年増減額が大きな項目について、その主なものを以下に記載

- ① 未収入金の増加 217百万円
- ② 商品の増加 858百万円
- ③ 短期借入金の増加 800百万円、電子記録債務の増加 333百万円

設備投資の状況

キャッシュレス対応・自動釣銭機導入を継続しつつも新規出店を推進しました。また、イオングループ参入によるシナジー創出へ向けたWAON導入も進めております。

(単位:百万円)

	2021年11月期	2023年2月期
設備投資額	1,922	1,225
減価償却費	1,210	1,405

◆主な設備投資内訳

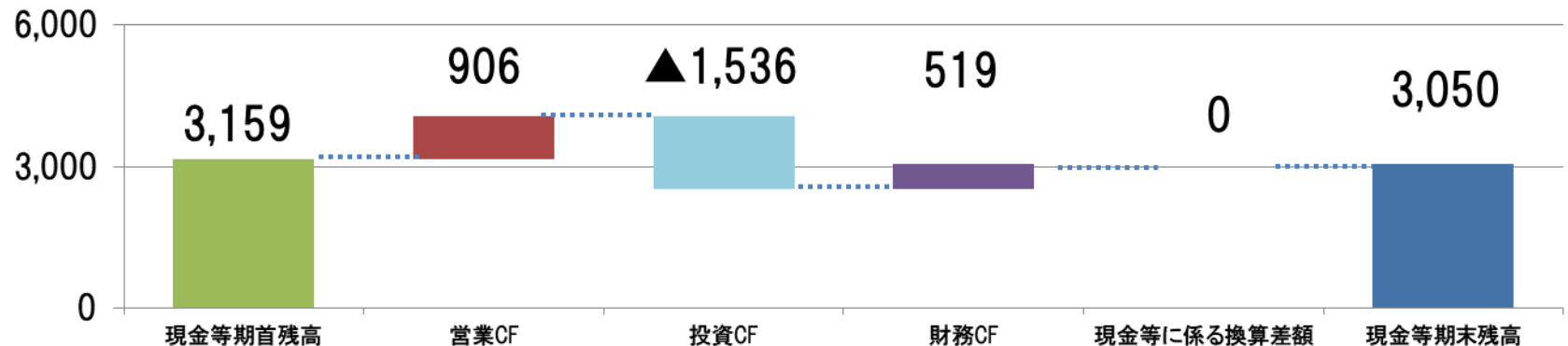
(単位:百万円)

	2021年11月期	2023年2月期
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	(※) 1,495	1,174
情報システム関連投資	426	51
合計	1,922	1,225

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

連結キャッシュ・フローの状況

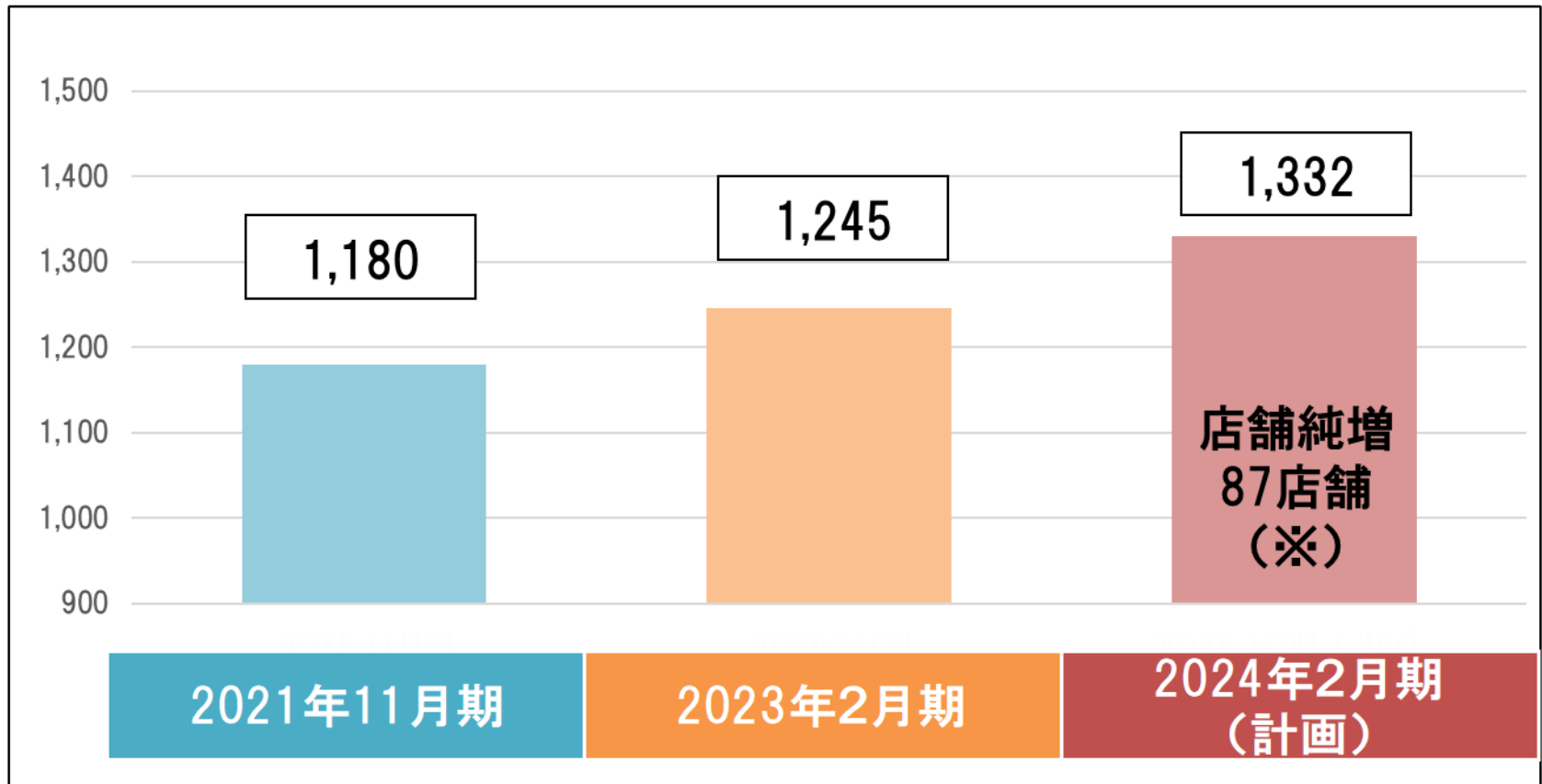
(単位:百万円)	2021年11月期	2023年2月期	増減
営業キャッシュ・フロー	1,172	906	▲ 265
投資キャッシュ・フロー	▲ 2,023	▲ 1,536	487
財務キャッシュ・フロー	▲ 272	519	792
現金・現金同等物換算差額	0	0	0
現金・現金同等物期首残高	4,283	3,159	▲ 1,123
現金・現金同等物期末残高	3,159	3,050	▲ 109



●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前当期純利益11百万円に対して、
 加算項目は減価償却費1,405百万円、仕入債務の増加50百万円
 減算項目は未収入金の増加221百万円、法人税等の支払額529百万円等

店舗数計画



(※)出店：195店舗、退店：108店舗

連結業績予想

(単位:百万円、%)

	2023年2月期 (2021/12-2023/2)		2024年2月期 (2023/3-2024/2)	
	金額	率	金額	率
売上高	93,150	100.0	78,700	100.0
営業利益	538	0.6	27	0.0
経常利益	633	0.7	87	0.1
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲ 343	—	▲ 703	—

2024年2月期

中期計画実現へ向けた取り組み

方針：イオングループとの協業によるお客さま満足の最大化

「販路の拡大」

- ・ [出店] 利益が出る出店でお客さまの利便性の向上
- ・ [既存店] 既存店の改装で利益体質を強化してお客さまの利便性を更に向上

「商品・ブランドの差別化」

- ・ [商品] お客さまから支持される商品の追求
- ・ [ブランド] 品揃えと発信を確立した新たなライフスタイル提案型ショップへの進化

「企業価値の向上」

- ・ [成長] イオングループとのシナジーによる成長性の確立
- ・ [利益] デジタルシフトによる生産性の飛躍的な改善

イオングループとのシナジーを最大化＝成長と利益確保の両立

イオンモール福岡店
(福岡県・2022年11月17日オープン・170坪)



方向性:

- ・グループアセットを活用しシナジーを最大化させる
- ・業態をブラッシュアップし、DVから選ばれる専門店へと変革する

変革

①

<ブランドコンセプトをリニューアル>

従来からのお客さまが「発見」する楽しさに加えて、
お客さまへ楽しさを「発信」するスタイルへ

変革

②

<「ライフスタイル提案型ショップ」へイメージ刷新>

見栄えする空間デザイン、店装やVP提案等を一新

変革

③

<品揃えの強み「趣味趣向品」を拡充>

ディズニー社とのコラボレーションを実現をはじめ
オリジナル商品の発売と売場のコーナー訴求

2024年2月期全社方針：「成長と生産性向上による利益確保」

① 既存店売上の引上げ	… お客さま満足の根幹となる 売上高の創出
② 「ライフスタイル提案型ショップ(New Can★Do)」 による出店・リニューアルの推進	… 出店競争激化への対応
③ 本部主導型オペレーションの導入と 店舗活性化の推進	… 既存店の潜在力を引き出しつつ お客さまへの発信を徹底
④ 他価格帯商品の拡販	… お客さまに支持される商品の 供給によるブランド価値向上
⑤ 更なる成長のための基盤整理 (制度改革＋人材育成)	… イオングループのノウハウ活用 による経営の質の向上

2024年2月期の具体的取り組み：Ⅰ

『販路の拡大』

店舗名	オープン日	都道府県	坪数
イオンモール福岡店	2022年11月17日	福岡県	180
グルメシティポートアイランド店	2022年12月9日	兵庫県	150
イオンモール堺鉄砲町店	2022年12月15日	大阪府	100
イオンモール八千代緑が丘店	2022年12月20日	千葉県	130
ザ・ビッグ岐南店	2023年1月18日	岐阜県	150
イオン長浜店	2023年1月27日	滋賀県	220
イオンタウン小阪店	2023年3月10日	大阪府	160
イオンモール日の出店	2023年3月24日	東京都	100
イオンタウン長野三輪店	2023年3月29日	長野県	100
イオンタウンたつみ台店	2023年3月30日	千葉県	120
イオンタウン糸魚川店	2023年3月30日	新潟県	150
イオンモール豊川店	2023年4月4日	愛知県	150
イオン松江SC店	2023年4月7日	島根県	120

本部主導型 の姿

<目的>

- ・既存店の潜在力を引き出しつつ、お客さまへ体験価値の発信を徹底することにより、お客さま満足の向上を実現

<手段>

- ・本部と店舗の役割を明確にした「本部主導型オペレーション」導入

～本部の役割～

- ・「売れ筋商品が確実に棚に並ぶ」状態にするため、「品揃え（什器構成・レイアウト）」と「棚割り」を構築し、常にブラッシュアップ

～店舗の役割～

- ・陳列、ディスプレイ、接客、サービスなどを通じたお客さまへの「発信」の徹底により、お客さまへ感動をお届けし、店舗でしか成し得ない「お客さまの体験価値の向上」を創り出す

2024年2月期の具体的取り組み：Ⅱ

『商品・ブランドの差別化』

① 生活必需品の維持

生活消耗雑貨



生活雑貨 浴用品



カトラリー



モノトーン乾電池



②-(1) 趣味嗜好品の拡大「ヘルス&ビューティー・ファッション」

パルカラージェル



JACKALOPEアクセシ리즈
(300円)



美容家電
(500~1,800円)



健康グッズ



②-(2) 趣味嗜好品の拡大「押し活・キャラクター」

カラーストーンズ



押し活カラーシップバッグ



オリジナルディズニーグッズ
(100～1,200円)



サンリオフェイスマスコット
(200円)



②-(3) 趣味嗜好品の拡大「KIDS・玩具・ペット」

木製汽車シリーズ



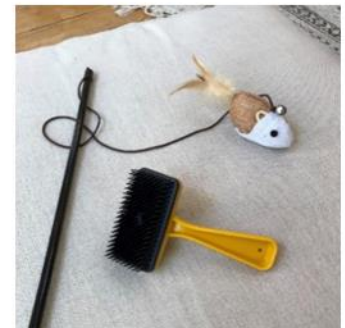
だんめんカード



子供用お買い物カート
(500円)



ねこじゃらし



③ 環境に配慮した商品

再生素材靴下



NO使い捨て
:さかなくんコラボ



再生コットン使用
:コットンアゲイン



根菜カバー



イオングループは、環境問題やエコに対する取り組みを重要視しています。
当社も、この方針に則って、環境に配慮した商品開発をして参ります。

- ・バイオマス素材の商品やフードロス削減できる商品
- ・分別や再資源化に適した商品
- ・パッケージにも配慮した商品

- ・フォロワー数は、2023年2月現在、79万人超
- ・国内企業ランキングは、70位(対象10,000社超)
- ・お洒落な画像による商品活用シーン提案



オリジナル
ディズニーグッズ



ひな祭り
シマエナガ



さくらアクセサリー



バレンタイン



- ・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先する Twitterですみ分け
- ・メディアで取り上げられた商品もリツイート
- ・推し活アイテムなどTwitterユーザーに親和性の高い商品を紹介

ミュージアムシリーズ



コースター
ディスプレイケース



ダイカットステッカー
Girl



お正月
アクリルスタンド



2024年2月期の具体的取り組み：Ⅲ

『企業価値の向上』

企業価値の向上 進行中の案件(一例)

利便性向上	WAON導入による「イオン生活圏における“つながり”の創出」への参入
コスト低減	什器・備品などをイオングループとの共同仕入れで調達
先行投資	IT・デジタル化によるシステムの刷新

【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドウの現在の計画、見通し、戦略、認識、評価、想定等のうち、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キャンドウ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、様々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いただく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、利用者ご自身の判断において行われるようお願い申し上げます。