

2024年2月期 第3四半期 決算説明資料



2024年1月10日

Can★Do

(証券コード:2698)

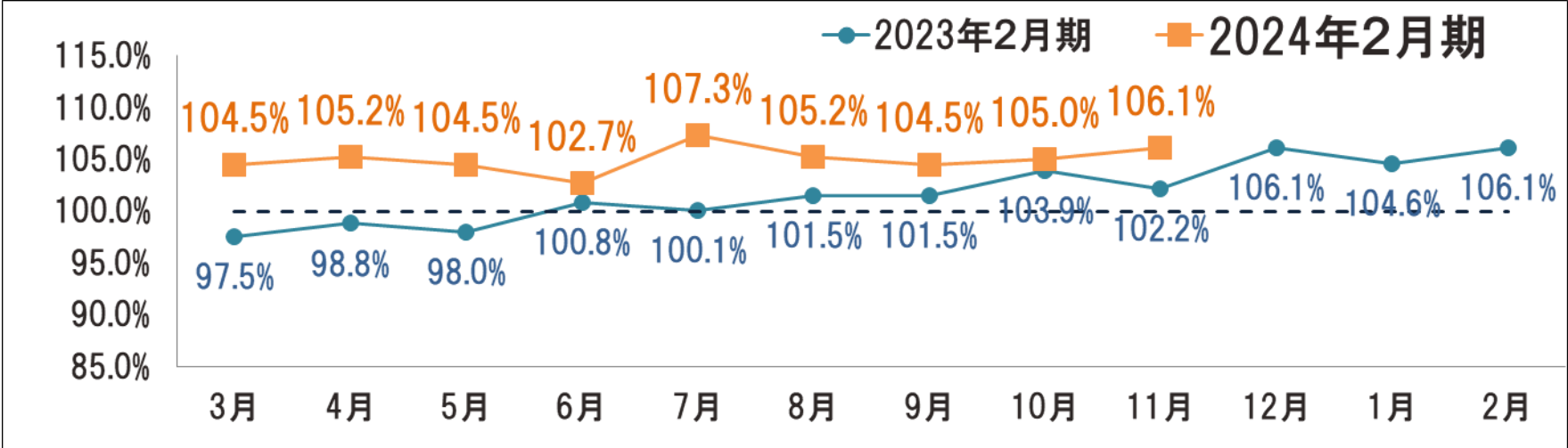
<https://www.cando-web.co.jp>

		プラス与件	マイナス与件
小売業界		・ウィズコロナの下、ハレの日消費やコト消費の復活などによる個人消費の持ち直し	・インフレの進行 ・為替相場が円安基調で推移 ・エネルギー価格及び原材料の高騰 ・人手不足の顕在化 ・気温の高止まりに伴う冬物商材の苦戦
	当社	・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)

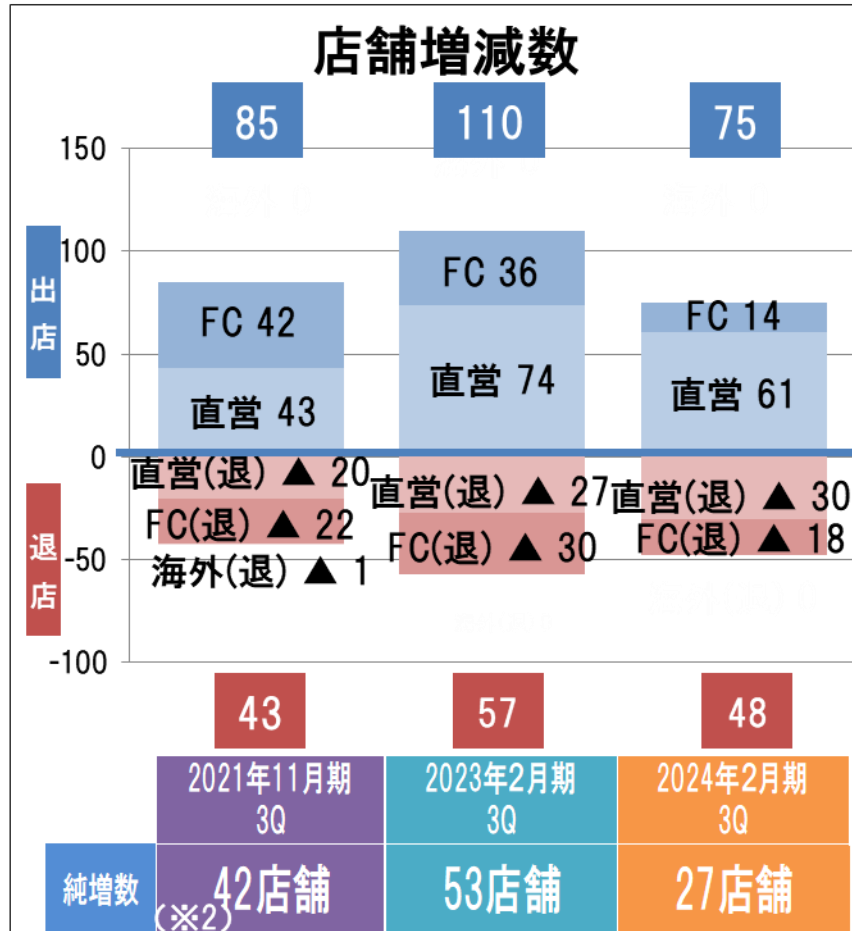
	2021年11月期3Q (2020/12-2021/8)		2023年2月期3Q (2021/12-2022/8)		2024年2月期2Q (2023/3-2023/11)	
	金額	率	金額	率	金額	率
売上高	55,120	100.0	54,984	100.0	59,661	100.0
売上総利益	21,079	38.2	20,909	38.0	22,076	37.0
営業利益	1,013	1.8	432	0.8	302	0.5
経常利益	1,070	1.9	492	0.9	348	0.6
親会社株主に帰属 する四半期純利益	299	0.5	56	0.1	▲ 200	▲ 0.3
一株当たり 当期純利益	18.80 円		3.57 円		▲ 12.52 円	
会計期末 店舗数	1,141 店舗		1,233 店舗		1,272 店舗	

(※)決算期変更に伴い、前期以前の3Qは12～8月、今期の3Qは3～11月となります。



2024年 2月期3Q -9～11月 105.2% -3～11月 105.0%	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 外出・イベント・旅行の活性化 残暑継続に対応する商品が好調
--	--

出退店数の状況



出店・リニューアル

- 新規出店: 75店舗 (計画: 195/通期)
直営61店舗(委託店含む(※1))、FC14店舗
- リニューアル: 34店舗

退店

- 48店舗 (計画: 108/通期)
直営30店舗、FC18店舗

【増減】直営 +31店舗、FC ▲4店舗、海外FC ±0店舗

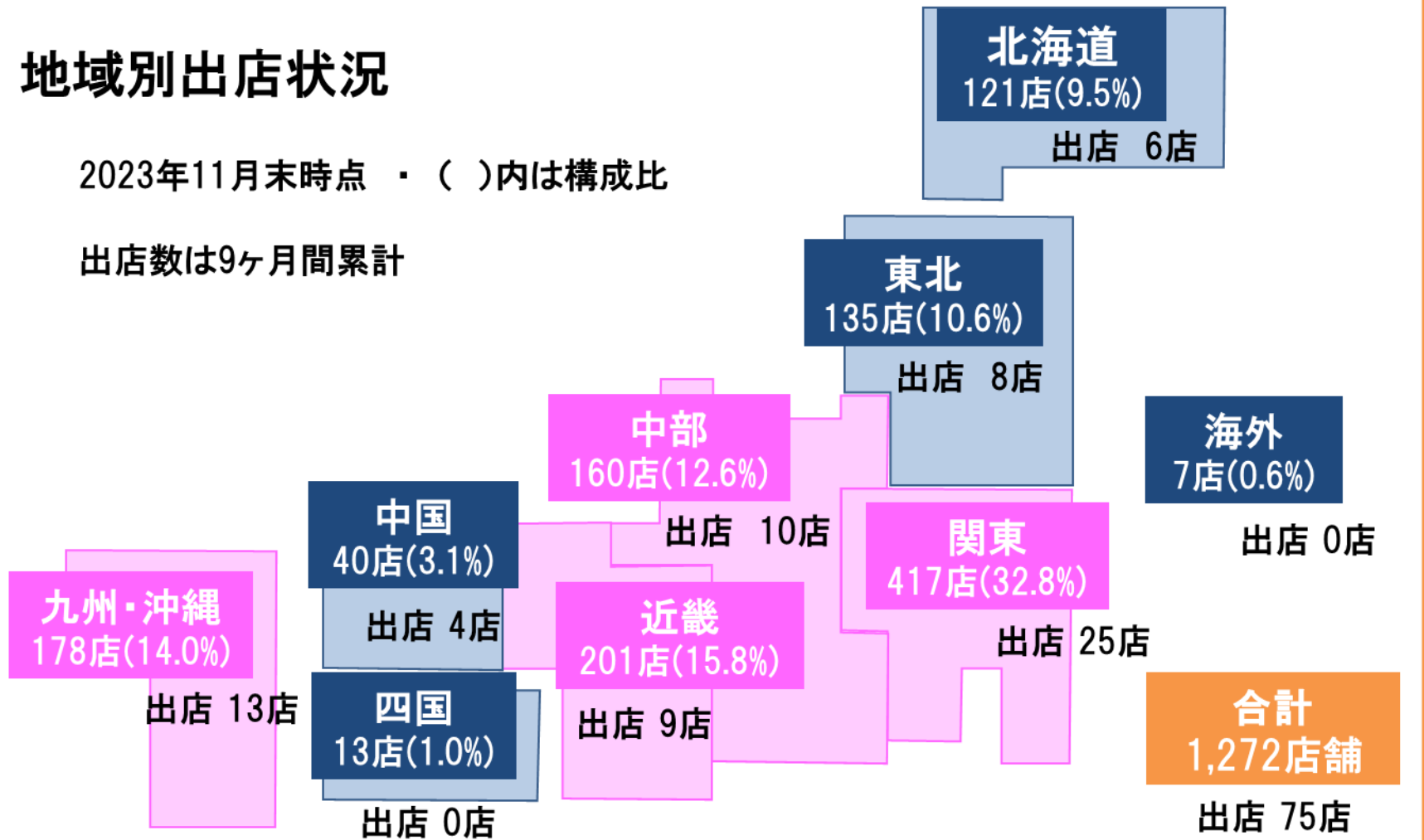
1,272店舗

(※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。

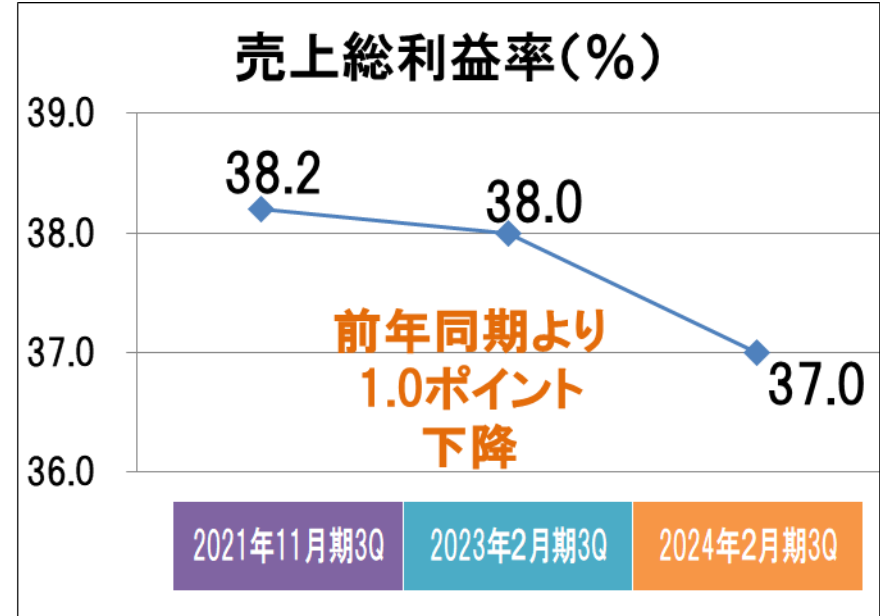
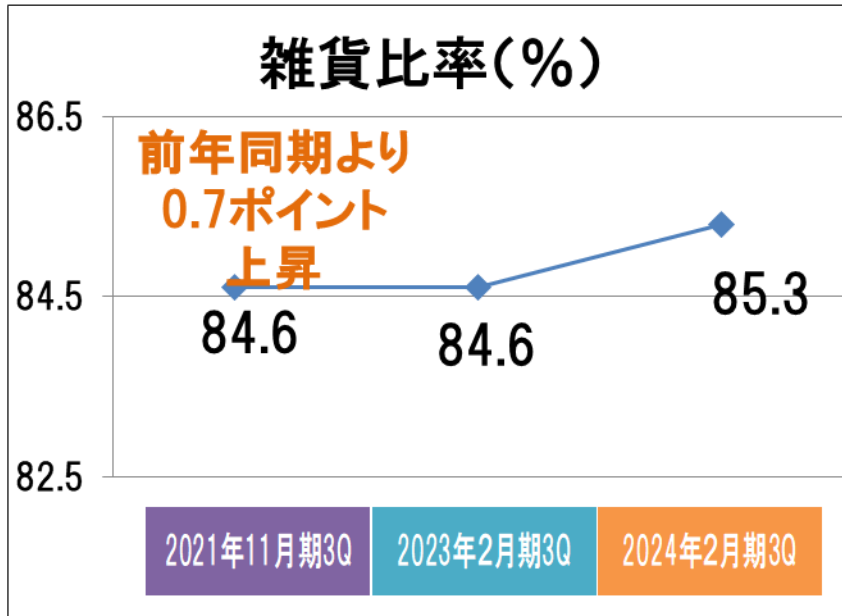
地域別出店状況

2023年11月末時点 ・ ()内は構成比

出店数は9ヶ月間累計



売上総利益の内訳



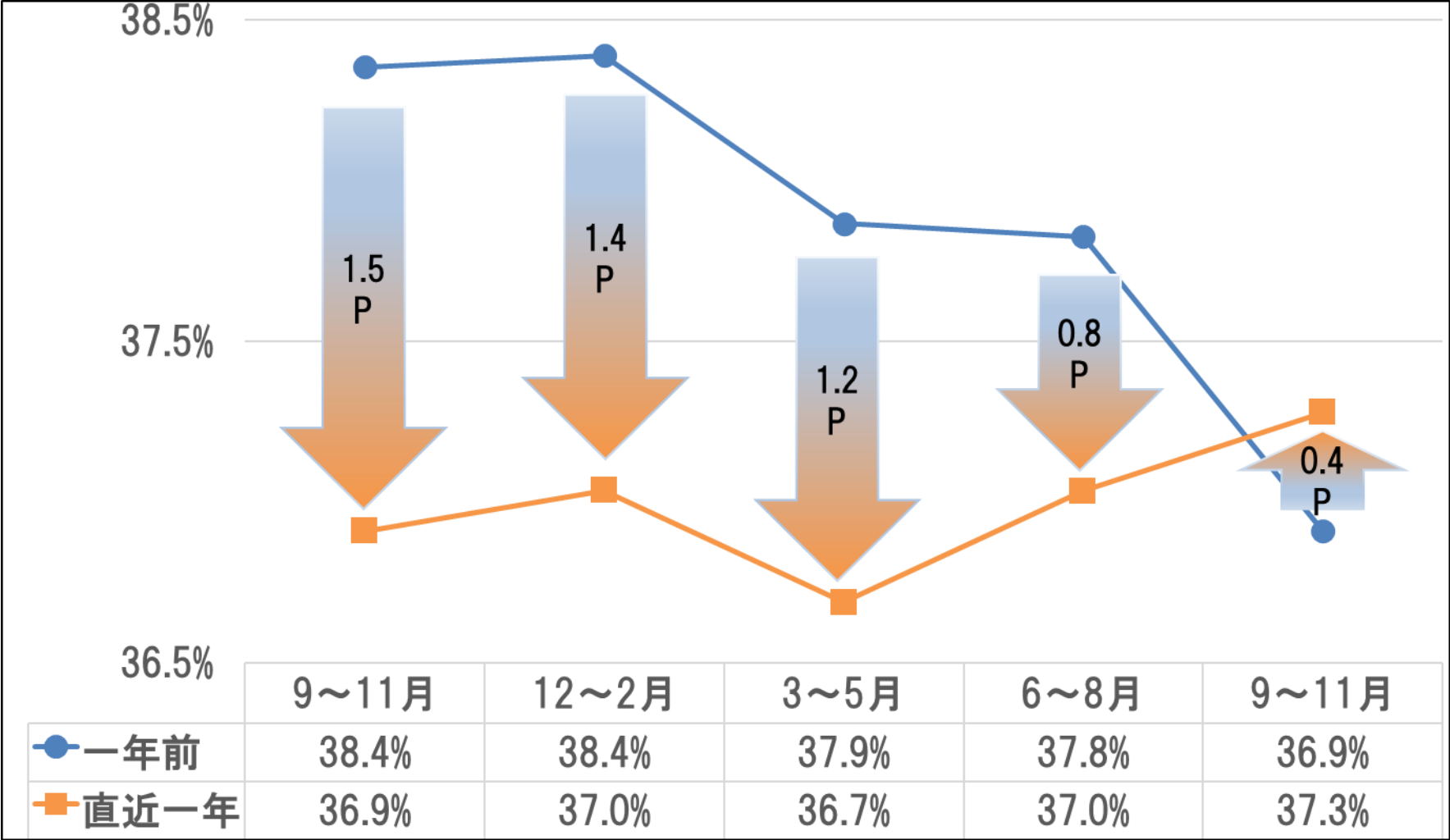
雑貨比率の変動

- 他価格帯商品の売上比率増加
- 計上時期の差異・・・2月は食品の売上高構成比が高い

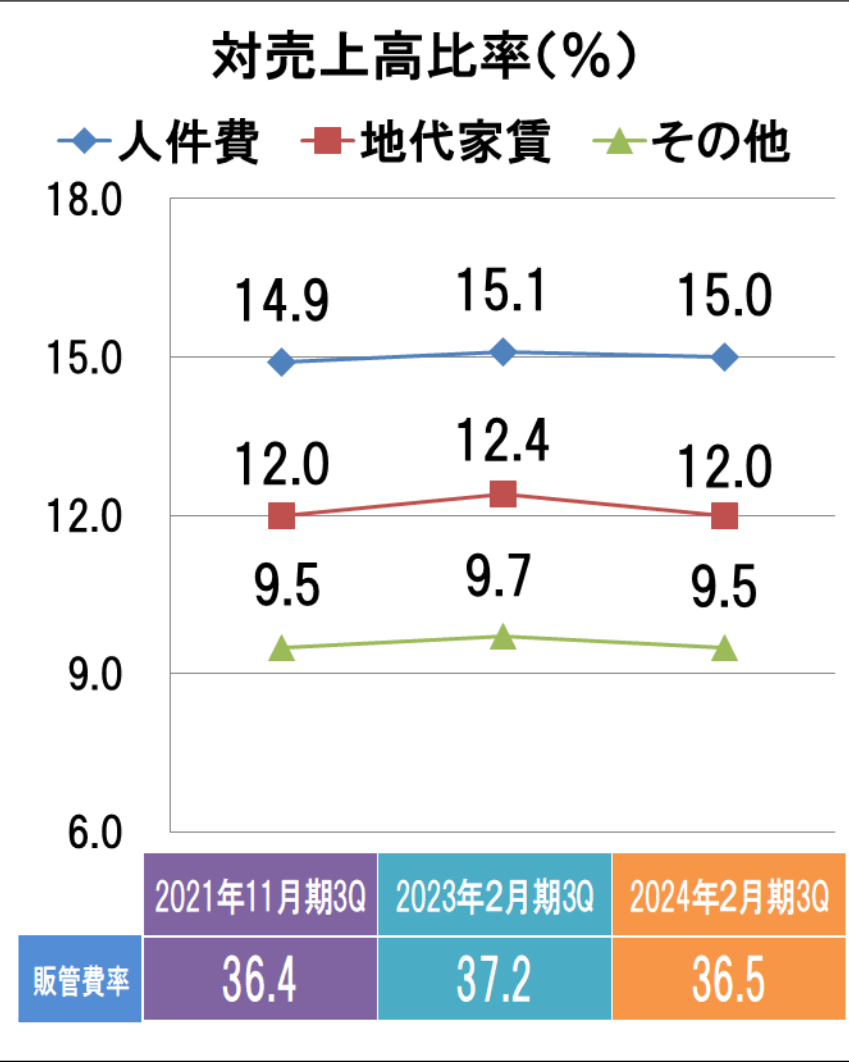
売上総利益率の変動

- 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

- ・売上高の伸長に伴い地代家賃比率が低下

その他販管費

- ・クレジット等手数料、母店販促費増
- ・旅費交通費、支払手数料の増加

販管費率▲0.7ポイント

連結貸借対照表の状況

(単位:百万円)	2023年 2月期	2024年 2月期3Q	前年 増減額		2023年 2月期	2024年 2月期3Q	前年 増減額
流動資産合計	14,243	15,876	1,632	流動負債合計	11,387	14,031	2,644
現金及び預金	3,050	2,413	▲ 636	仕入債務	9,035	8,425	3 ▲ 609
売上債権・未収入金	3,139	3,977	1 837	その他流動負債	2,352	5,606	3,254
商品	7,383	8,823	2 1,440	固定負債合計	4,727	4,809	82
その他流動資産	670	662	▲ 8	退職給付に係る負債	2,321	2,465	143
有形固定資産合計	6,258	6,578	320	資産除去債務	1,885	1,867	▲ 18
建物及び構築物	5,180	5,420	239	負ののれん	161	133	▲ 28
その他有形固定資産	1,077	1,157	80	その他固定負債	358	343	▲ 14
無形固定資産合計	314	286	▲ 27	負債合計	16,114	18,840	2,726
投資その他の資産合計	7,396	7,649	252	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,557	5,676	118	資本剰余金	3,089	3,103	14
その他投資その他の資産	1,838	1,972	134	利益剰余金	6,991	6,532	▲ 459
固定資産合計	13,968	14,514	545	自己株式	▲ 1,138	▲ 1,117	20
資産合計	28,212	30,390	2,178	その他の包括利益累計額	127	3	▲ 124
				新株予約権	—	—	—
				純資産合計	12,097	11,549	▲ 547
				負債純資産合計	28,212	30,390	2,178

※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 684百万円
- ② 商品の増加 1,440百万円
- ③ 電子記録債務の減少 1,251百万円、買掛金の増加 641百万円

設備投資の状況

「ライフスタイル提案型ショップ(New Can★Do)」フォーマットによる新規出店・リニューアルを推進しました。また、生産性向上を図るべく、情報システム関連投資の検討を進めております。

(単位:百万円)

	2023年2月期3Q	2024年2月期3Q
設備投資額	555	1,535
減価償却費	853	748

◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2023年2月期3Q	2024年2月期2Q
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	502	(※) 1,245
情報システム関連投資	53	290
合計	555	1,535

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

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

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』

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>

キャンドゥオリジナル/ディズニーグッズの発売と
売場のコーナー訴求

そよら武蔵狭山店

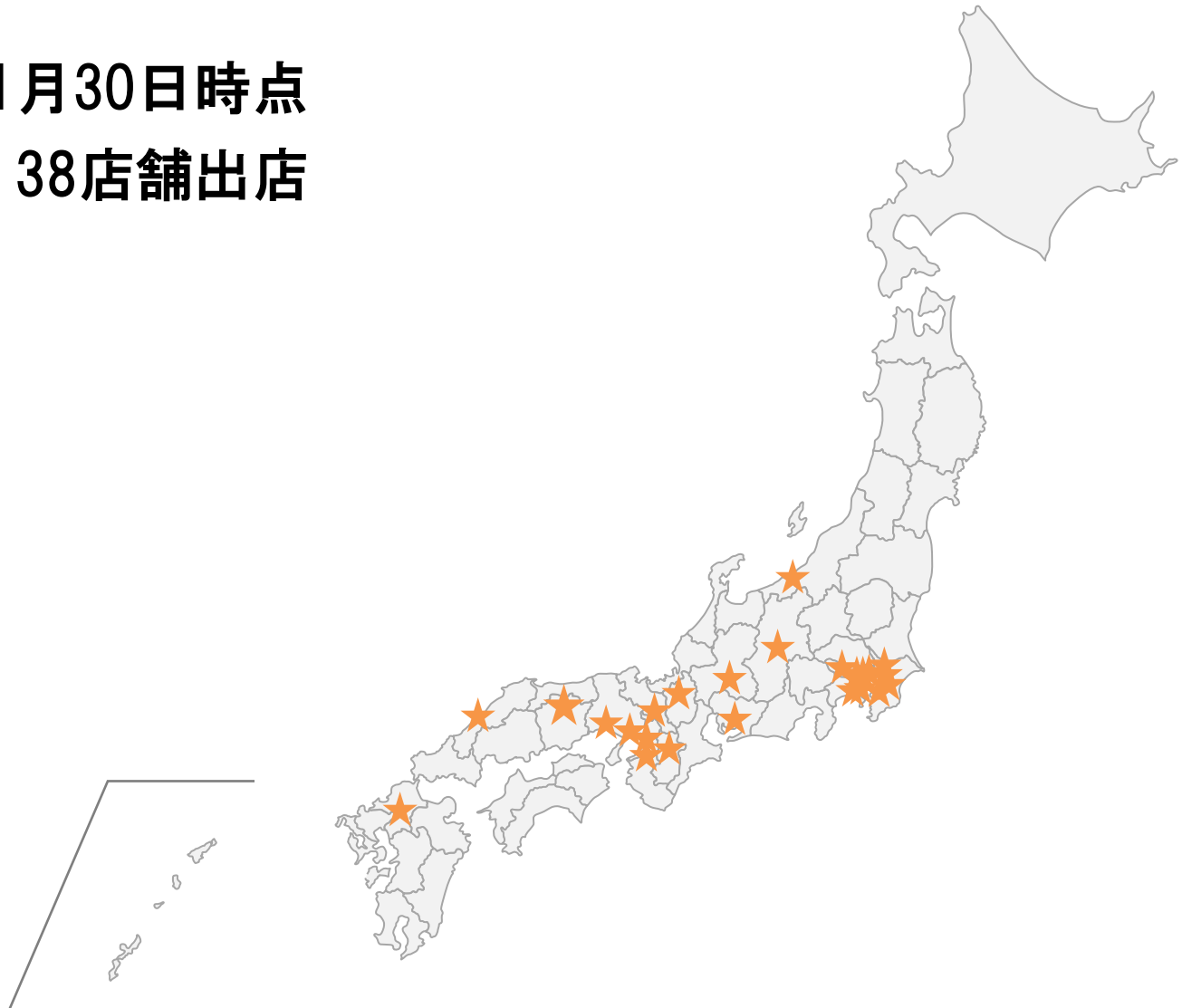
(埼玉県・2023年9月21日オープン・90坪)



イオンモール直方店 (福岡県・2023年11月1日オープン・100坪)



2023年11月30日時点
38店舗出店



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

冬物衣料



保湿グッズ



プロテインシェイカー



ボリュームトート



② 趣味嗜好品の拡大

ミラーサイドシリーズ
330円(税込)



金木犀と銀木犀アクセサリー



カラフルカラビナ



シェイカーモールド



③ 環境に配慮した商品

環境にやさしい手さげ袋
炭酸カルシウム20%配合



ストレージボックスリサイクル
原料使用 220・330円(税込)



詰め替え用白綿棒 250本



充電式カイロ
1,980円(税込)



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8月現在、80万人超

- ・国内企業ランキングは、74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

Thanks! 800k



オリジナルディズニー
100



KAIJUシリーズ



シマエナガランチグッズ



押し靴下



X(旧Twitter)による「キャンドウ」ブランドの発信強化 Can★Do

- ・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先するX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

Snowmanシリーズ



ミュージアムシリーズ



初音ミクシリーズ



とーとつにエジプト神



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)

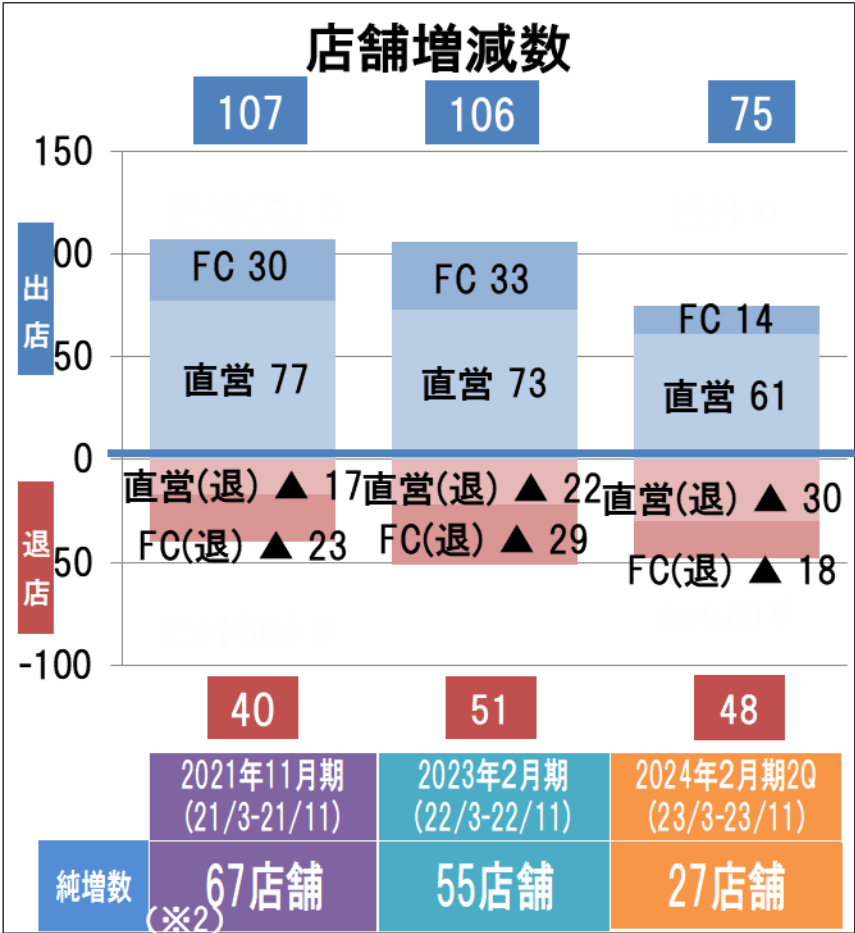
利便性向上	WAON導入による「イオン生活圏における“つながり”の創出」への参入
コスト低減	什器・備品などをイオングループとの共同仕入れで調達
先行投資	IT・デジタル化によるシステムの刷新

Appendix

各期同月累計(3-11月)推移について

	2021年11月期 (2021/3-2021/11)		2023年2月期 (2022/3-2022/11)		2024年2月期2Q (2023/3-2023/11)		前年 同月 (3～11月) 比
	金額	率	金額	率	金額	率	
売上高	54,290	100.0	55,572	100.0	59,661	100.0	107.4
売上総利益	20,773	38.3	20,857	37.5	22,076	37.0	105.8
営業利益	336	0.6	157	0.3	302	0.5	192.3
経常利益	382	0.7	211	0.4	348	0.6	164.9
親会社株主に帰属 する四半期純利益	▲ 120	▲ 0.2	▲ 283	▲ 0.5	▲ 200	▲ 0.3	70.5
一株当たり 当期純利益	▲ 7.04 円		▲ 17.70 円		▲ 12.52 円		70.7
会計期末 店舗数	1,180 店舗		1,252 店舗		1,272 店舗		20店舗

(※)決算期変更に伴い、前期以前の3Qは12～8月、今期の3Qは3～11月となります。



出店・リニューアル

- 新規出店: 75店舗(計画: 195/通期)
直営61店舗(委託店含む(※1))、
FC14店舗
- リニューアル: 34店舗

退店

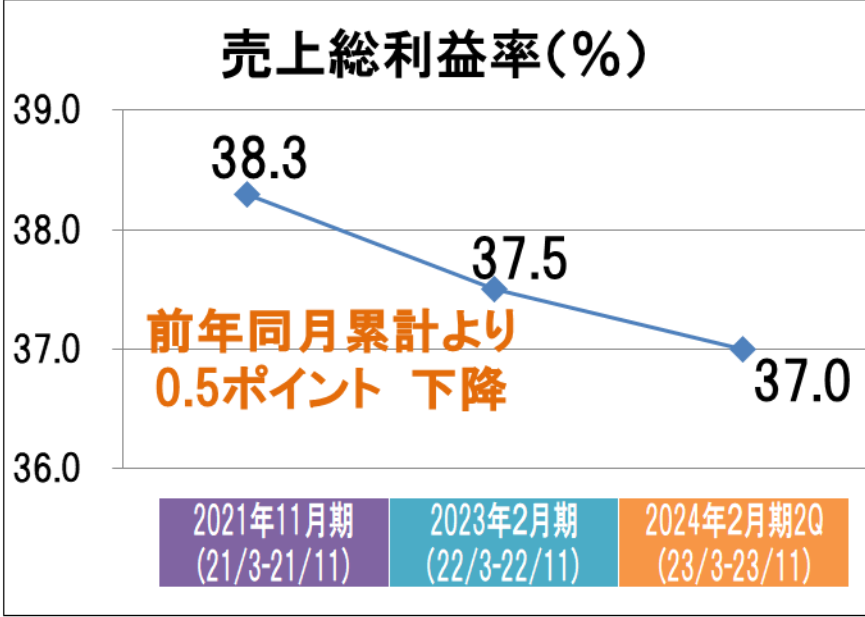
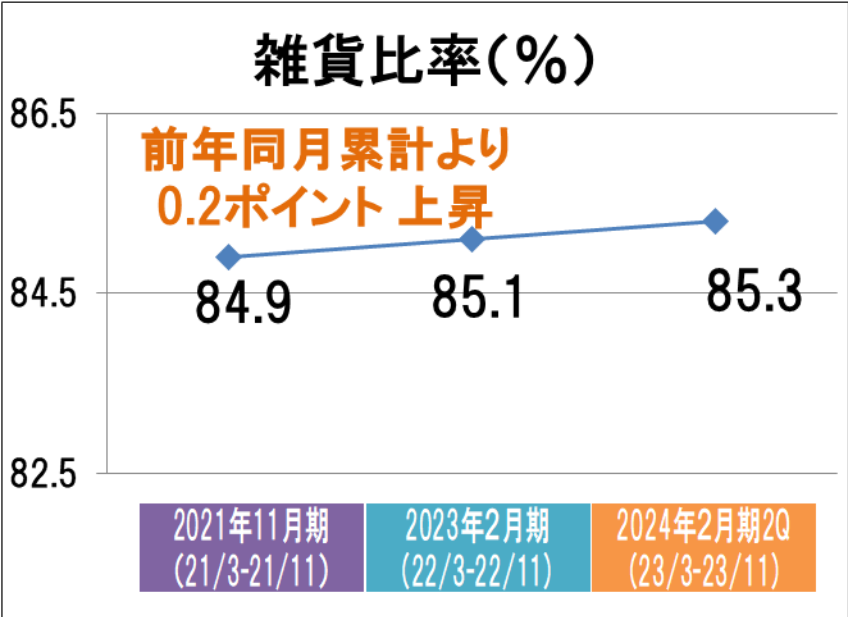
- 48店舗(計画: 108/通期)
直営30店舗、
FC18店舗

【増減】直営 +31店舗、
FC ▲4店舗、
海外FC ±0店舗

1,272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。

売上総利益の内訳(各期3～11月累計推移)



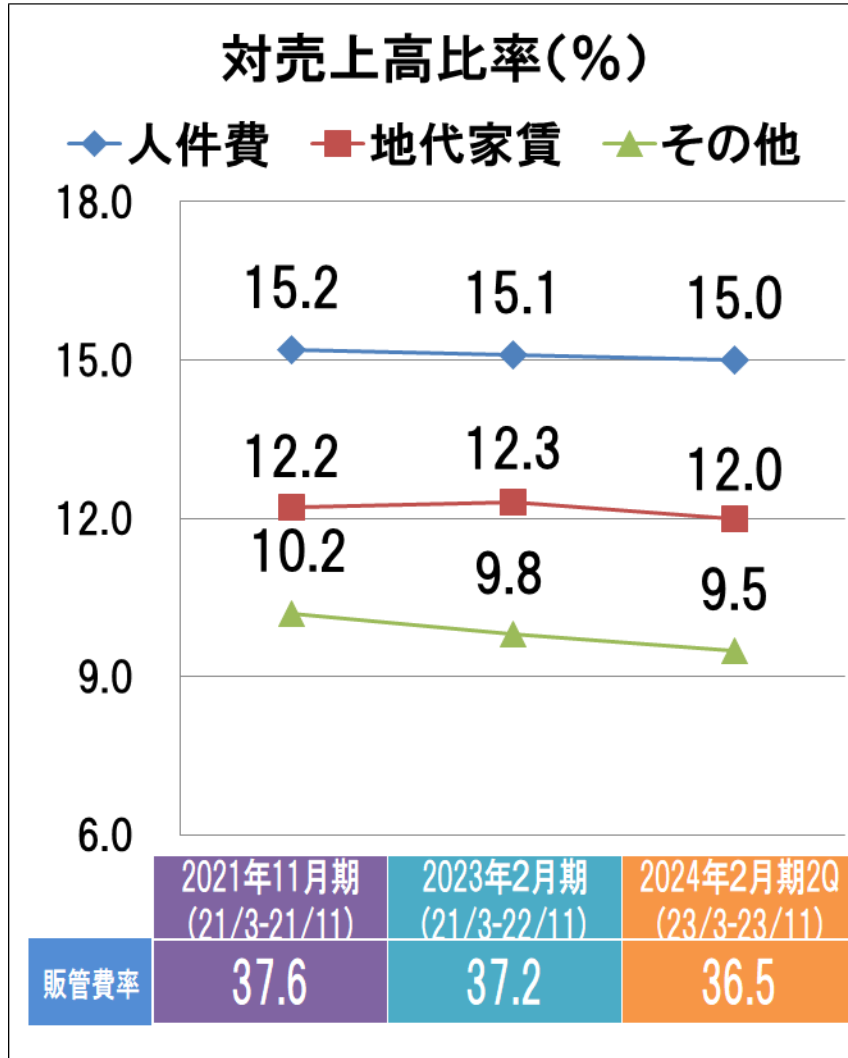
雑貨比率の変動

- 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

販管費の内訳(各期3～11月累計推移)



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

- ・売上高の伸長に伴い
地代家賃比率が減少

その他販管費

- ・クレジット等手数料、母店販促費増
- ・旅費交通費、支払手数料の増加

販管費率▲0.7ポイント

設備投資の状況(各期3～11月累計推移)

「ライフスタイル提案型ショップ(New Can★Do)」フォーマットによる新規出店・リニューアルを推進しました。また、生産性向上を図るべく、情報システム関連投資の検討を進めております。

(単位:百万円)

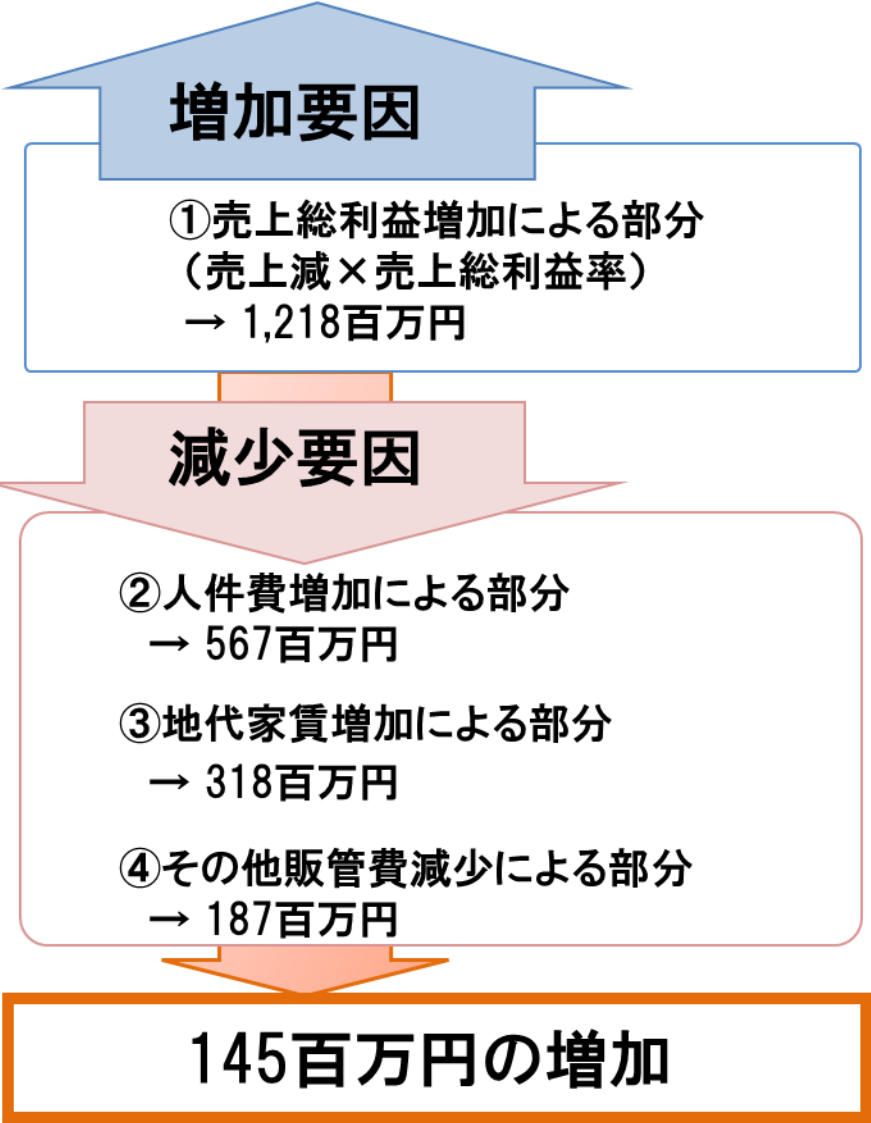
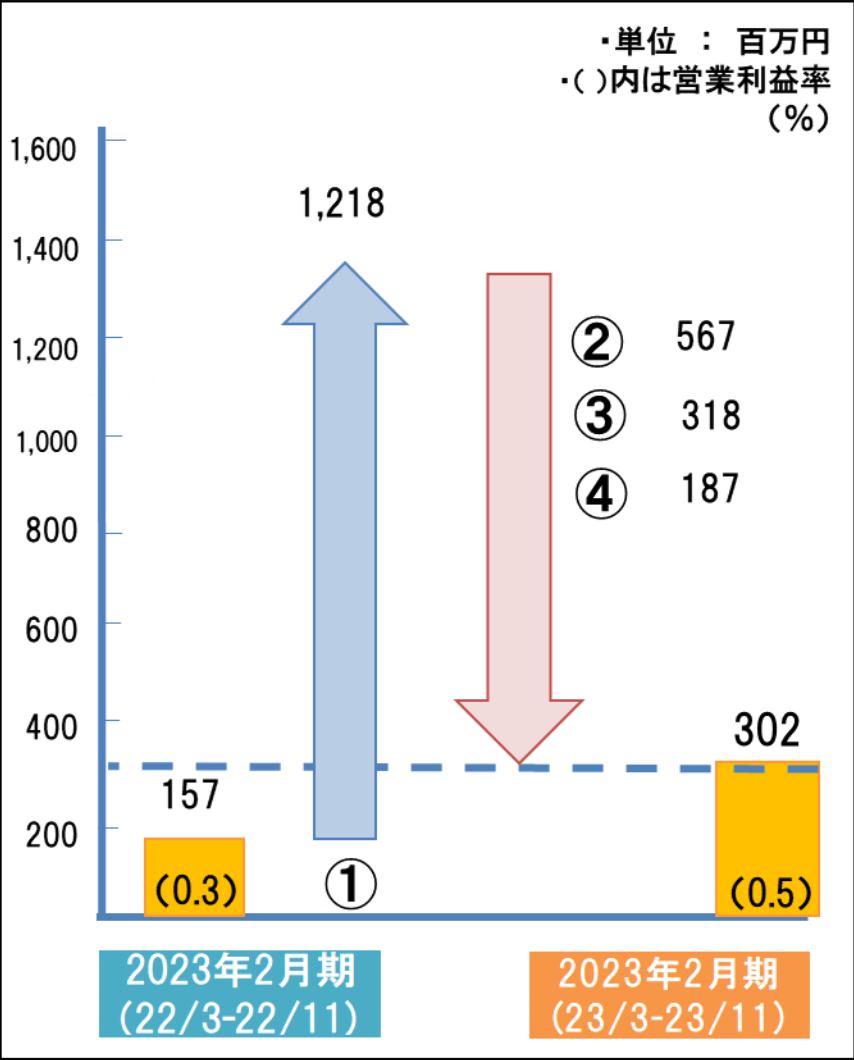
	2023年2月期(22/3-22/11)	2024年2月期3Q	増減
設備投資額	890	1,535	645
減価償却費	883	748	▲ 135

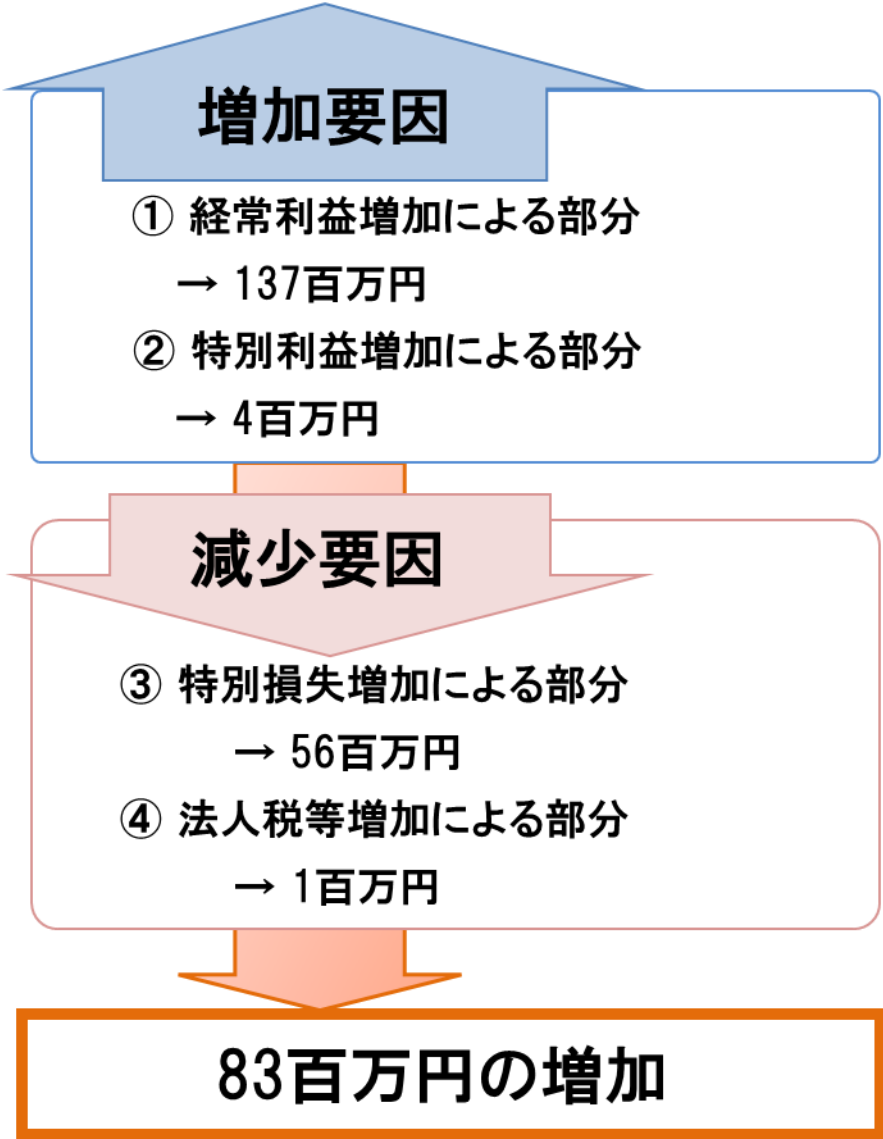
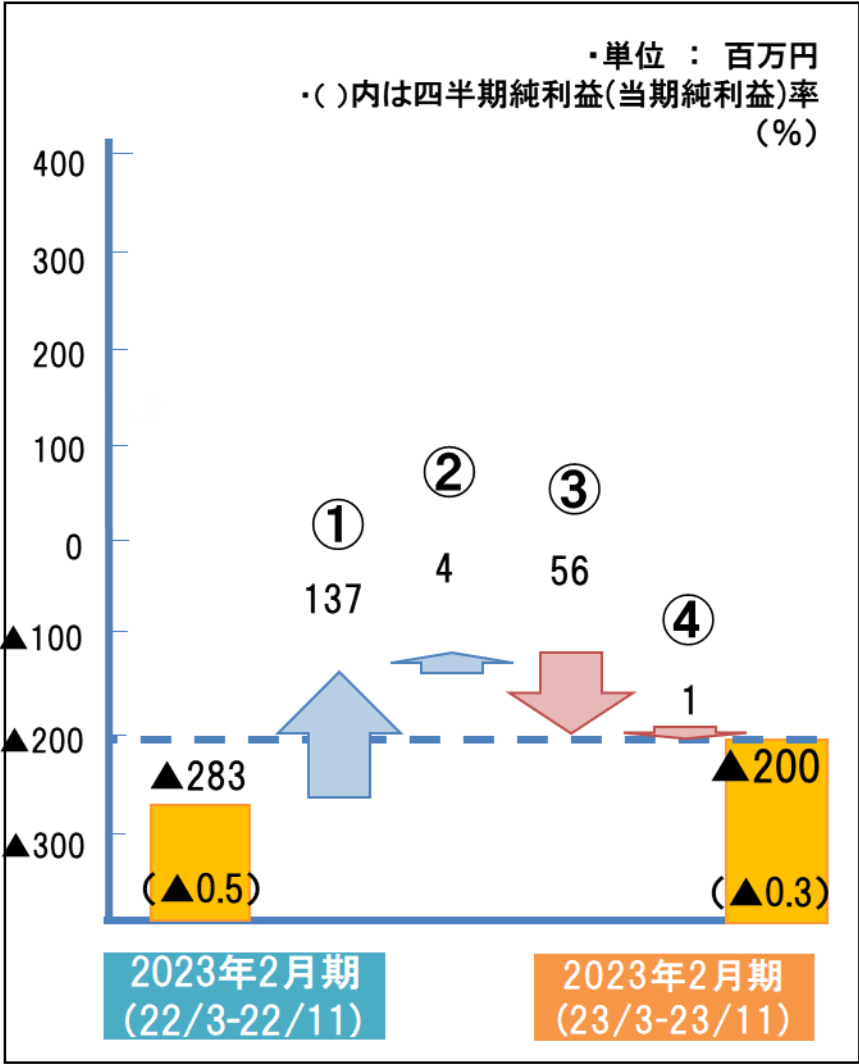
◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2023年2月期(22/3-22/11)	2024年2月期3Q	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	839	(※) 1,245	405
情報システム関連投資	51	290	239
合計	890	1,535	645

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む





【 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。