

2017年11月期 第2四半期 決算説明会資料

2017年7月14日

Can★Do

(証券コード:2698)

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

●2013年11月期:新企業理念制定

企業理念	・100円の素晴らしさに誇りを持ち、どこまでも追求する
	・老若男女すべての人に利用してもらえるブランドにする
	・100円ですべての人(お客様、お取引先様、従業員)を幸福にする

●2015年11月期:新ビジョン・行動基準制定

ビジョン	「信頼No. 1」
行動基準	～量から質への転換～



●2017年11月期業務方針:

販売機会増・営業利益の更なる増加

売上の拡大

- ・既存店のポテンシャル引出
- ・積極的新店出店
- ・海外ビジネスモデルの刷新

粗利の増加

- ・ベンダー様と連動した仕入原価コントロール
- ・品質向上活動による返品の減少
- ・在庫管理の徹底による廃棄・棚ロスの削減

販管費の抑制

- ・業務改革の推進/4Sの徹底
- ・不採算店の計画的退店
- ・店舗内物流構築及び新型POS導入による業務効率改善

	プラス与件	マイナス与件
小売業界	<ul style="list-style-type: none"> ・個人消費に持ち直しの動き 	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用確保の激化 ・モノ消費からコト消費へ ・訪日外国人の購買力に陰りがみられる ・前年閏年の反動
100円 ショップ 業界	<ul style="list-style-type: none"> ・原油価格の低位安定 ・SNSによる拡散やDIYブームにフィット ・アパレル業界不振による代替出店増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・円高から円安への反転 ・新商業施設減少傾向 ・SM業界再編に伴う商業施設閉鎖増加

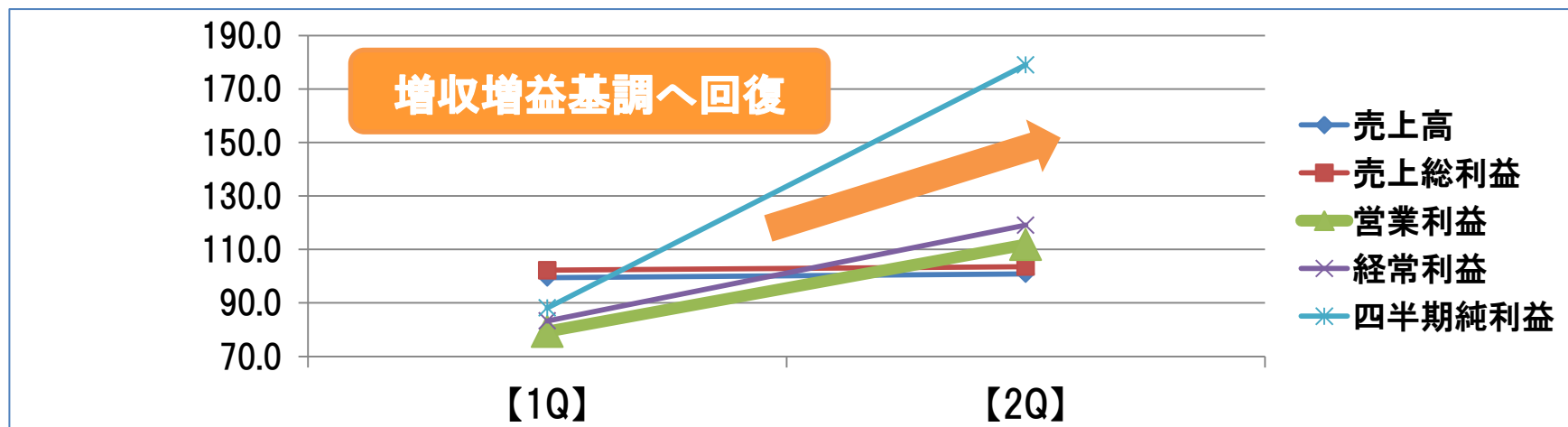
(単位:百万円、%)

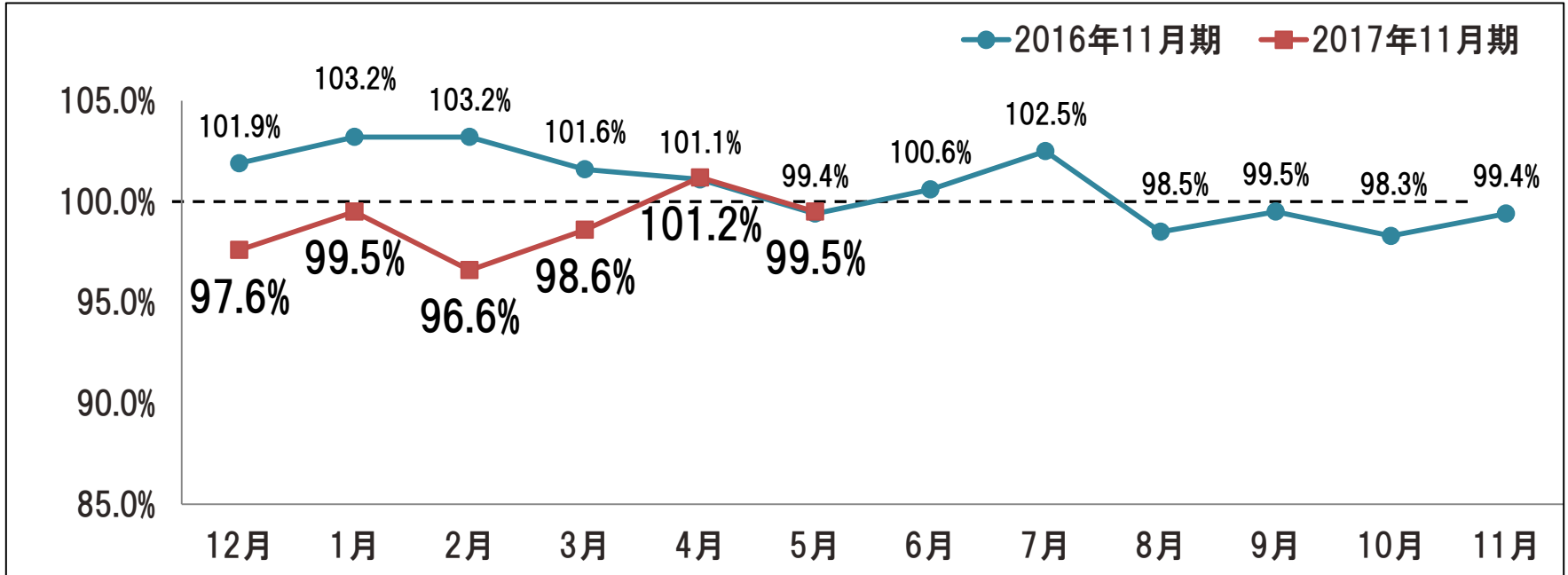
	2015年11月期2Q		2016年11月期2Q		2017年11月期2Q		前年 同期比	業績予想 対比
	金額	率	金額	率	金額	率		
売上高	32,544	100.0	34,553	100.0	34,616	100.0	100.2	96.4
売上総利益	12,019	36.9	12,901	37.3	13,276	38.4	102.9	—
営業利益	791	2.4	1,243	3.6	1,150	3.3	92.5	85.8
経常利益	874	2.7	1,285	3.7	1,260	3.6	98.1	88.8
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	354	1.2	559	1.6	665	1.9	119.0	105.7
一株当たり 四半期純利益	21.86 円		34.80 円		41.83 円		120.2	—
会計期末 店舗数	905 店舗		954 店舗		967 店舗		(※)13店舗	—

(※)2017年11月期2Q末店舗数967店舗—2016年11月期2Q末店舗数954店舗

(単位:百万円・%)

	【1Q】		2017年11月期		前年 同期比	【2Q】		2017年11月期		前年 同期比
	2016年11月期		金額	率		金額	率	金額	率	
売上高	17,165	100.0	17,075	100.0	99.5	17,388	100.0	17,541	100.0	100.9
売上総利益	6,430	37.5	6,573	38.5	102.2	6,470	37.2	6,703	38.2	103.6
営業利益	737	4.3	584	3.4	79.3	505	2.9	565	3.2	111.8
経常利益	753	4.4	627	3.7	83.3	531	3.1	633	3.6	119.1
四半期純利益	369	2.2	326	1.9	88.1	189	1.1	339	1.9	179.1

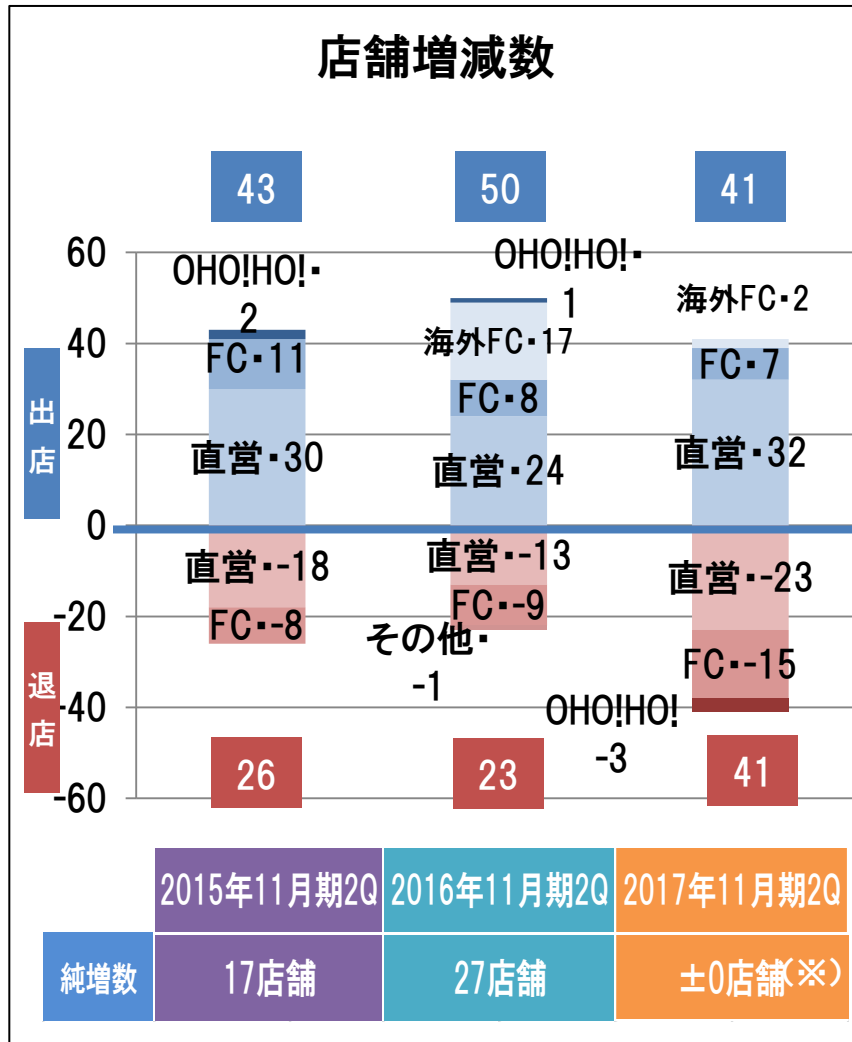




2017年11月期上期

- 12月：発注システムに障害が発生し、売上機会損失が発生
- 1月：路面店において元旦を店休日としたことによる売上減
- 2月：前年が閏年で、営業日数が減少したことによる売上減
- 小売業界再編による母店退店に伴い、売上高の大きい店舗が減少
- 既存直営店売上高前年比は上期累計で98.8%

出退店数の状況



(※)2017年11月期2Q末店舗数967店舗－2016年11月期末店舗数967店舗

出店・リニューアル

- 新規出店 :41店舗
直営32店舗、FC7店舗
海外FC2店舗
- リニューアル 23店舗

退店

- 41店舗
直営23店舗、FC15店舗
OHO!HO!3店舗

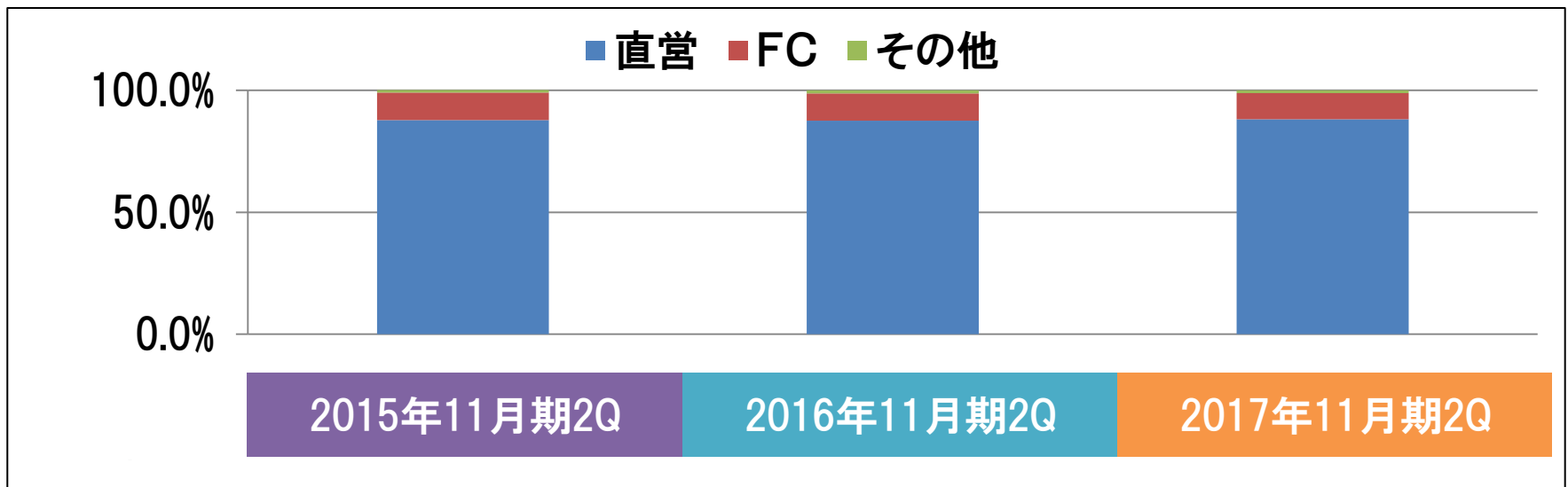
967店舗

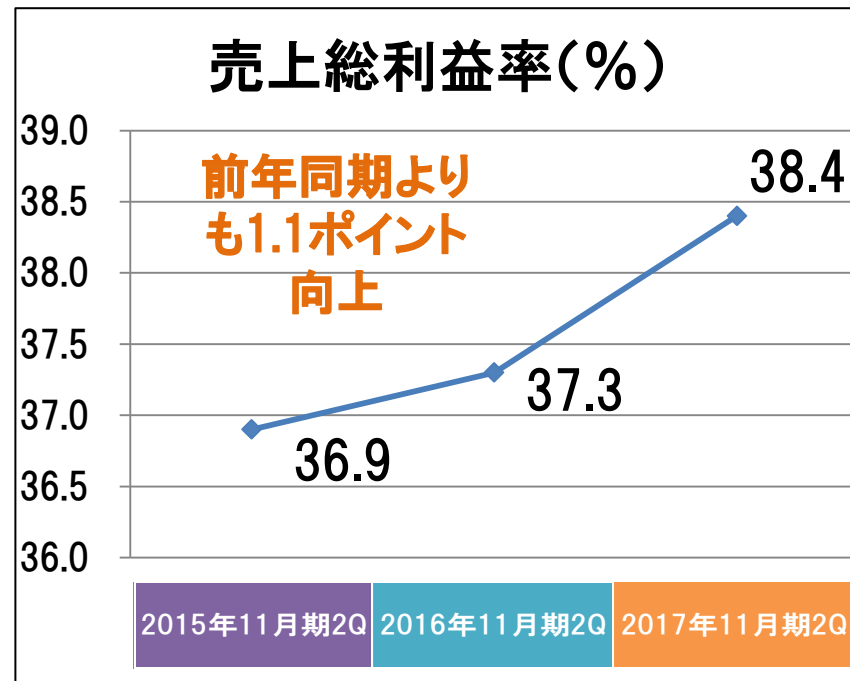
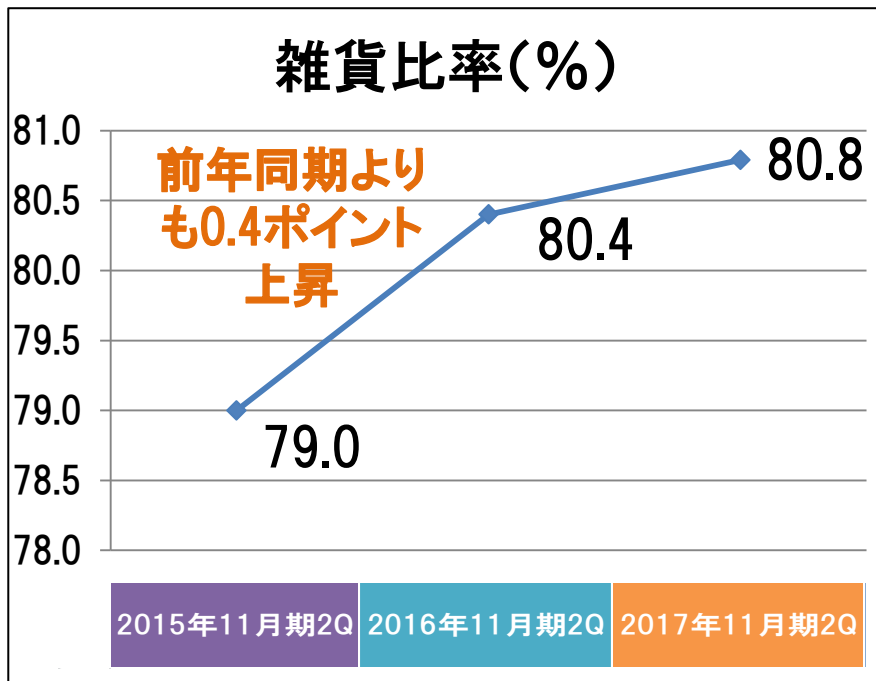
【純増】直営+9店舗、FC▲8店舗
海外FC+2店舗、OHO!HO!▲3店舗

売上高の内訳(直営・FC売上構成比)

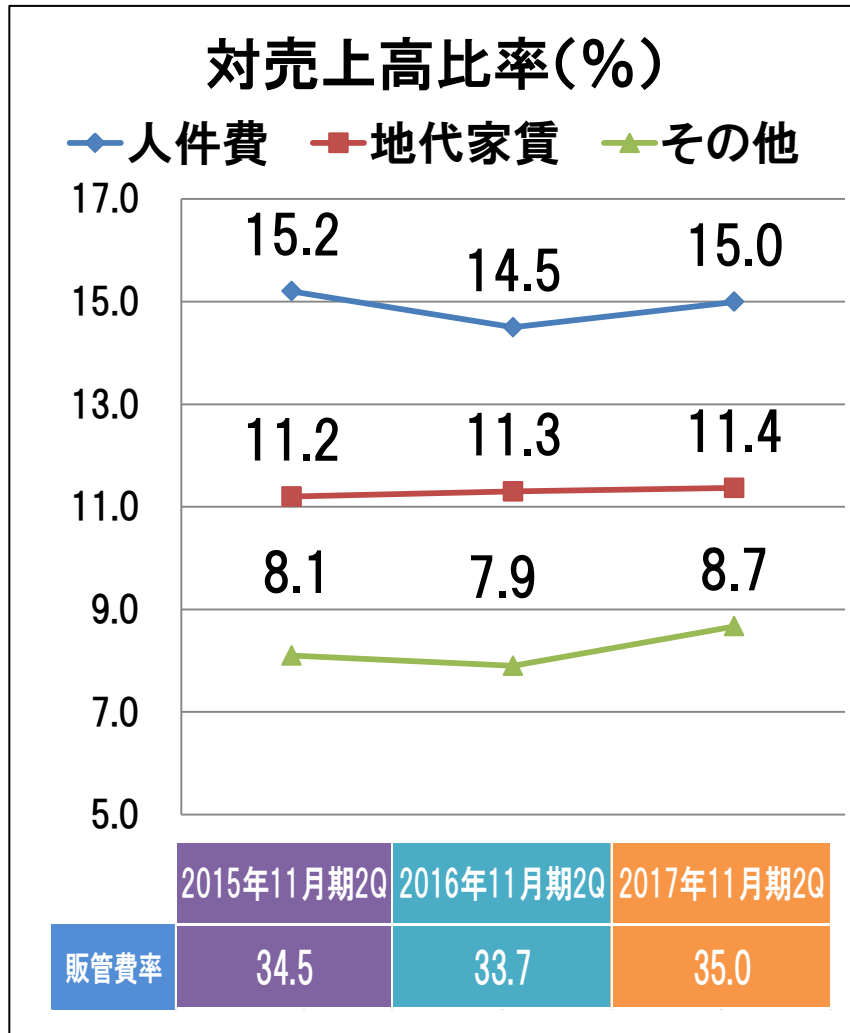
(単位:百万円、%)

	2015年11月期2Q		2016年11月期2Q		2017年11月期2Q	
	金額	率	金額	率	金額	率
直営	28,555	87.7	30,272	87.6	30,504	88.1
FC	3,643	11.2	3,829	11.1	3,721	10.8
その他	345	1.1	452	1.3	391	1.1





<p>ベンダー様と連携した商品開発方針の明確化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「量」から「質」への転換 ○ 売上総利益率の高い独自商品群の強化 ○ 継続的に品質を強化しつつ、商品の洗い替えを推進 ○ 特価商材の戦略的活用
-----------------------------	--



抑制要因

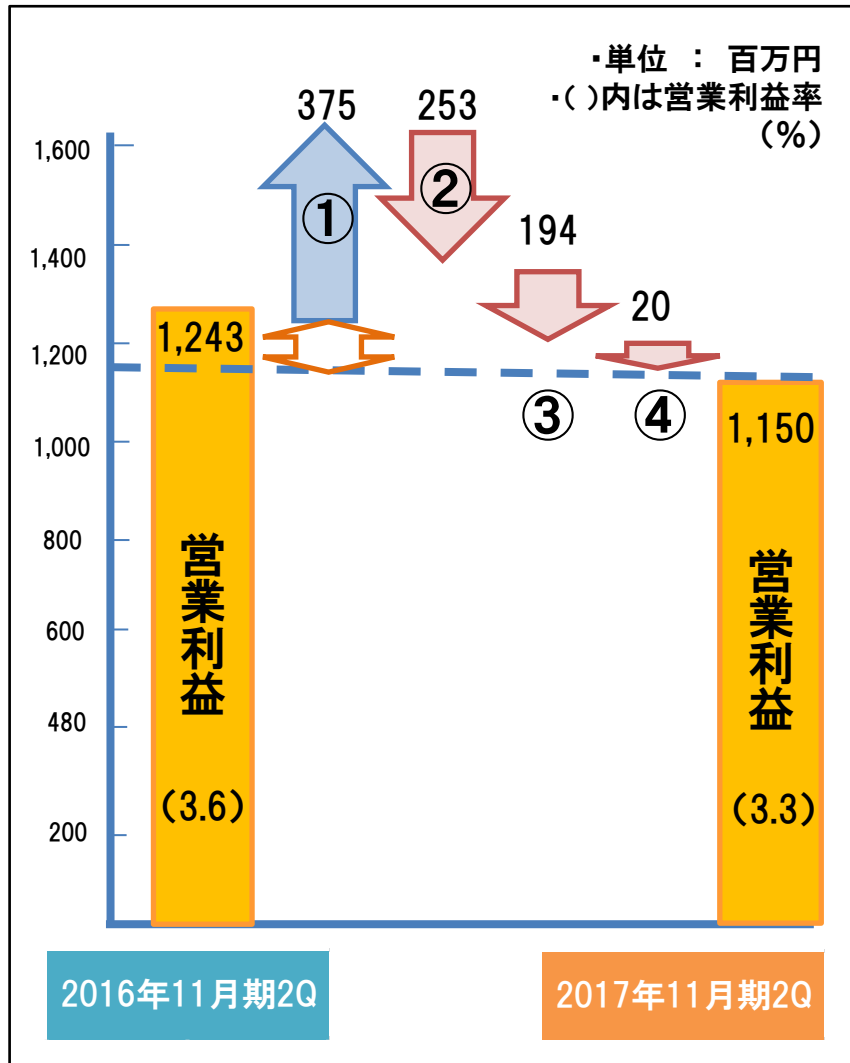
- 人件費 : 外注人件費(人材派遣)の抑制
- その他費用 : 水道光熱費抑制

増加要因

- 人件費 : 社会保険適用拡大
退職給付費用増加
アルバイト時給引き上げ
- 家賃 : 競合激化、新店増加
- その他費用 : 外形標準課税税率変更
母店販促協力費増加

販管費率1.3ポイント増加

営業利益 前年差異分析



増加要因

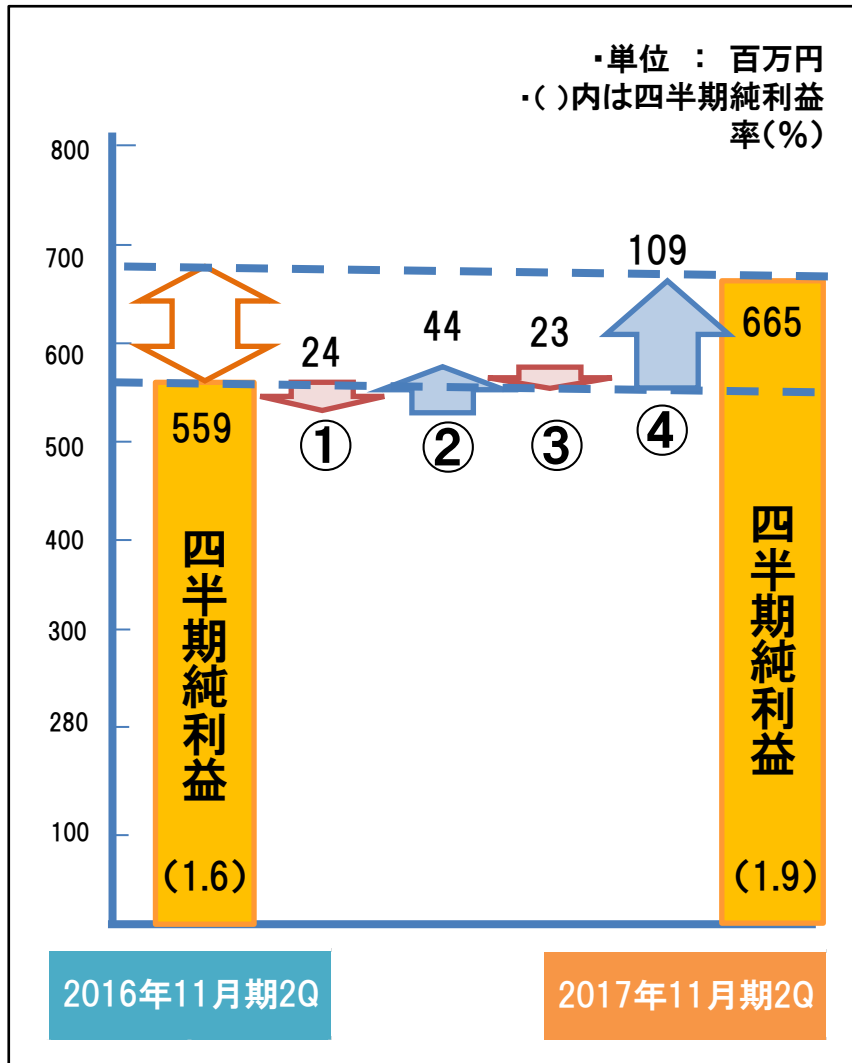
- ① 売上総利益増加による部分
(売上増×売上総利益率改善)
→375百万円

減少要因

- ② その他販管費増加による部分
→253百万円
- ③ 人件費増加による部分
→194百万円
- ④ 地代家賃増加による部分
→20百万円

93百万円の減少

四半期純利益 前年差異分析



増加要因

- ② 特別利益増加による部分
→44百万円
- ④ 法人税等減少による部分
→109百万円

減少要因

- ① 経常利益減少による部分
→24百万円
- ③ 特別損失増加による部分
→23百万円

106百万円の増加

効率的な在庫管理を目的とした店舗改革が徐々に浸透し、在庫の低減、仕入原価の抑制、棚卸減耗の削減により、在庫回転が改善。

●在庫回転期間の推移

(単位:百万円)	2015年11月期1Q~2Q	2016年11月期1Q~2Q	2017年11月期1Q~2Q
2Q期首在庫	5,527	6,103	5,477
2Q期末在庫	5,802	5,695	5,481
期間平均在庫	5,665	5,899	5,479
期間売上原価	20,525	21,652	21,340
月平均売上原価	3,420	3,608	3,556
在庫回転期間(月)	1.66	1.63	1.54

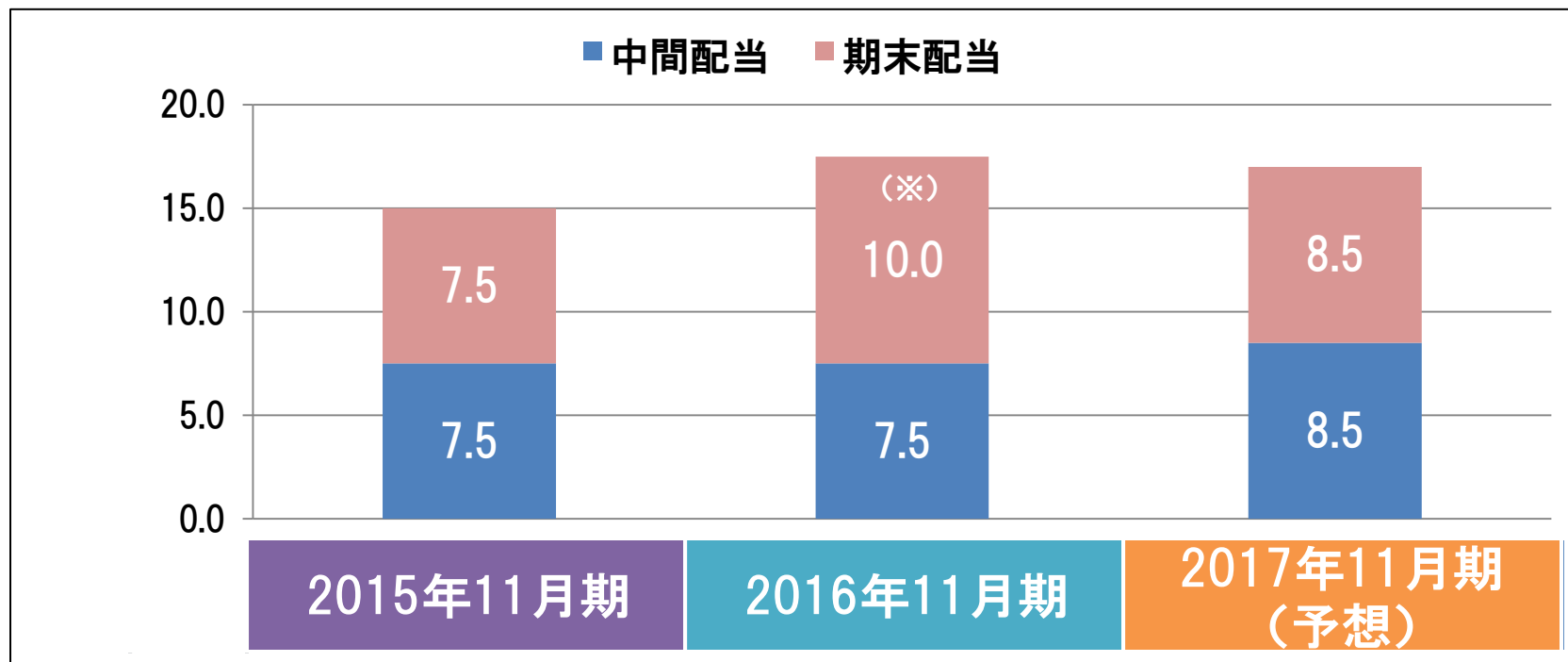
(単位:百万円)	2016年 11月期	2017年 11月期2Q	前年 増減額		2016年 11月期	2017年 11月期2Q	前年 増減額
流動資産合計	12,328	11,770	▲ 558	流動負債合計	10,262	9,360	▲ 901
現金及び預金	3,853	3,391	▲ 461	仕入債務	7,483	7,325	▲ 158
売上債権・未収入金	2,243	2,192	▲ 51	その他流動負債	2,778	2,035	3 ▲ 742
商品	5,477	5,481	4	固定負債合計	3,181	3,140	▲ 41
その他流動資産	754	704	▲ 49	退職給付に係る負債	1,341	1,377	35
有形固定資産合計	5,571	5,732	160	資産除去債務	991	1,009	17
建物及び構築物	4,192	4,222	30	負ののれん	399	380	▲ 19
その他有形固定資産	1,379	1,510	1 130	その他固定負債	448	372	▲ 75
無形固定資産合計	372	450	2 78	負債合計	13,444	12,501	▲ 942
投資その他の資産合計	6,154	6,120	▲ 33	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	4,904	4,949	45	資本剰余金	3,065	3,065	0
その他投資その他の資産	1,249	1,171	▲ 78	利益剰余金	6,283	6,789	4 506
固定資産合計	12,098	12,304	205	自己株式	▲ 1,228	▲ 1,228	0
資産合計	24,427	24,074	▲ 353	その他の包括利益累計額	▲ 165	▲ 90	75
				新株予約権	—	7	5 7
				純資産合計	10,983	11,573	589
				負債純資産合計	24,427	24,074	▲ 353

- ① 新型POS導入、新店出店及びリニューアルに伴う工具器具備品130百万円の増加
- ② 大型システム投資進行によるソフトウェア資産(ソフトウェア及びソフトウェア仮勘定)82百万円の増加
- ③ 未払金318百万円の減少、未払法人税等201百万円の減少、未払消費税163百万円の減少
- ④ 配当支払後の当期純利益により506百万円増加
- ⑤ 株式報酬型ストックオプション制度導入に伴い新株予約権7百万円の増加

企業価値及び株価の向上、そして業績と連動しつつ長期的に安定した配当を行うことが、全株主様への平等な利益還元と考えます。

●配当金の推移(1株当たり)

(単位:円)



(※)記念配当(2円50銭)実施

新型POS導入をはじめ大型の情報システム関連投資を継続中

(単位:百万円)

	2016年11月期2Q	2017年11月期2Q	増減
設備投資額	645	975	330
減価償却費	437	494	57

◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

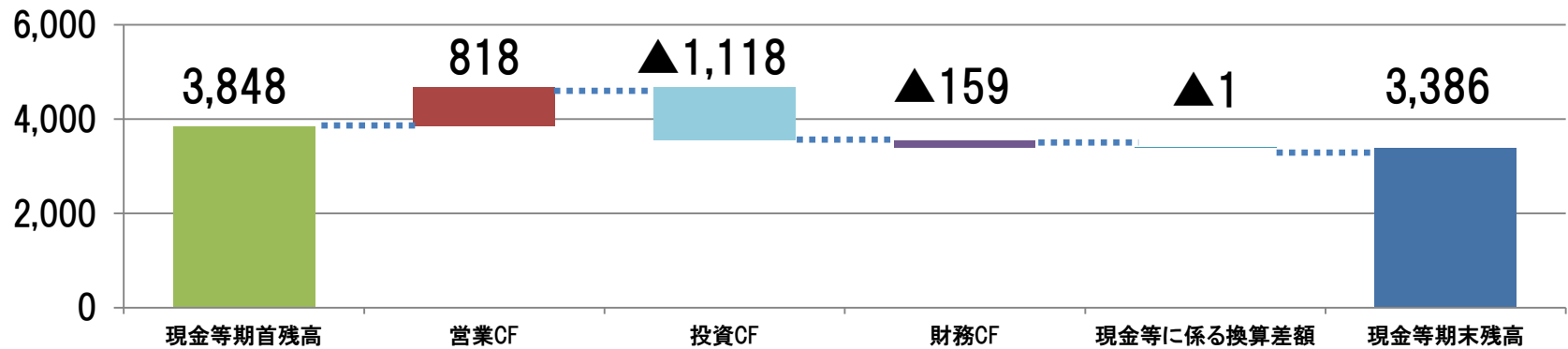
	2016年11月期2Q	2017年11月期2Q	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	616	(※) 773	157
情報システム関連投資	28	201	172
合 計	645	975	330

(※)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

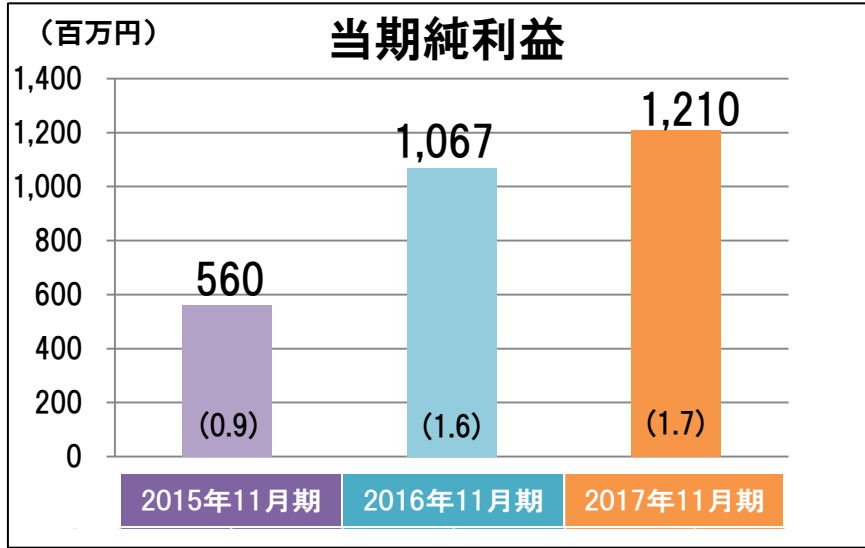
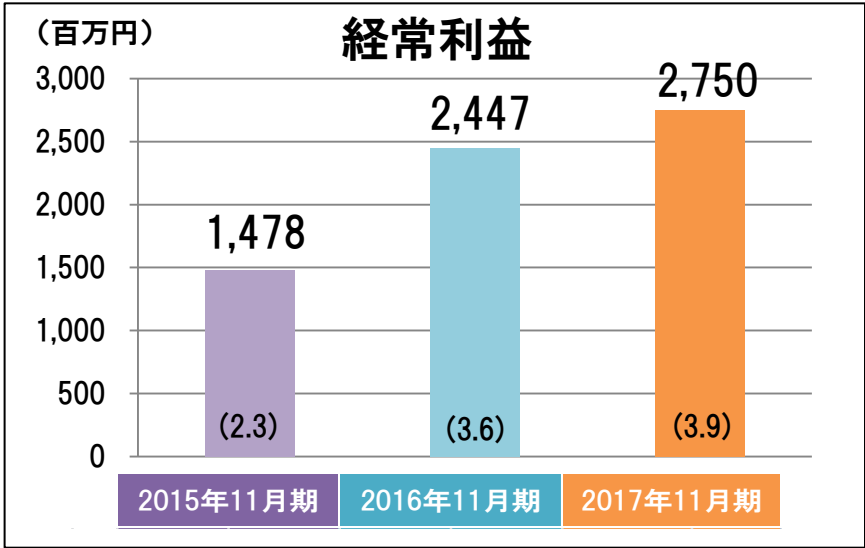
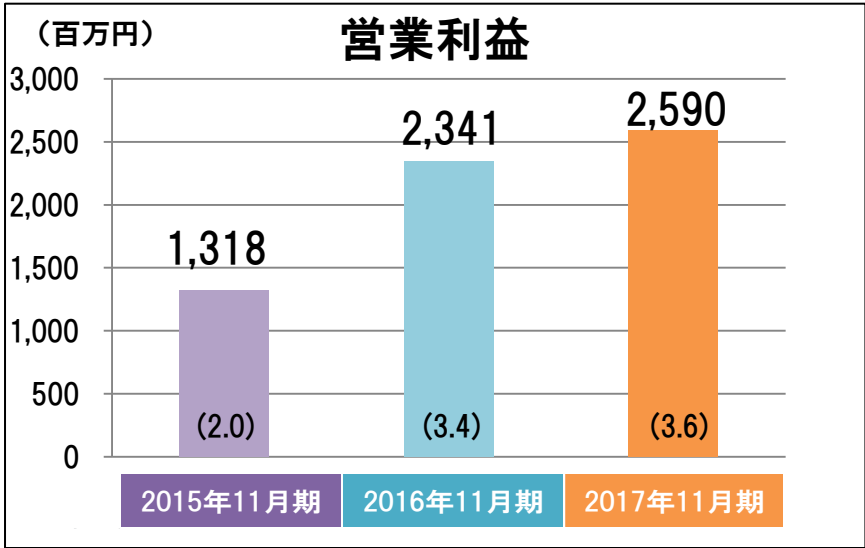
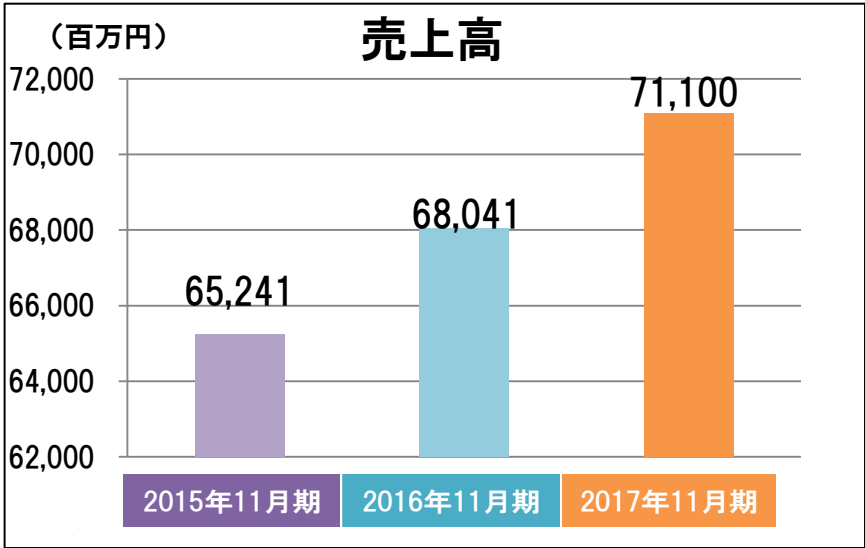
(単位:百万円)	2016年11月期2Q	2017年11月期2Q	増減
営業キャッシュフロー	1,060	818	▲ 242
投資キャッシュフロー	(※) 959	▲ 1,118	▲ 2,078
財務キャッシュフロー	▲ 622	▲ 159	462
現金・現金同等物換算差額	0	▲ 1	▲ 2
現金・現金同等物期首残高	1,982	3,848	1,865
現金・現金同等物期末残高	3,380	3,386	5

(※)信託受益権の純減少額1,600百万円による



- 営業キャッシュフローの内訳は、税金等調整前当期純利益1,082百万円に対して、加算項目は減価償却費484百万円、売上債権の減少112百万円等、減算項目は仕入債務の減少158百万円等
- 投資キャッシュフローの内訳は、新規出店及び既存店改装による有形固定資産の取得による支出958百万円等
- 財務キャッシュフローの内訳は、配当金の支払い159百万円

2017年11月期の取組 進捗ご報告



2017年11月期の具体的取組：I

『事業撤退戦略』

(1)韓国事業撤退

2016年12月 韓国ジョイントベンチャー事業に係る契約の
解除及び韓国からの撤退を完了(17店舗)

(2)OH0!HO!事業撤退

2017年 5月 全店撤退完了(3店舗)

2017年11月期の具体的取組：Ⅱ

『商品戦略』

(1)商品力の強化

手段：商品開発方針の明確化 ～「選ばれる商品」の開発～

新規軸	①「オリジナリティの追求」をした商品	➡	シリーズ・コラボ商品強化
	②20代～30代女性向け趣味・嗜好品	➡	ファッションシーンとの連動
既存軸	③アイデア商品	➡	「100円であつたらいいな」の期待を実現する
	④消耗品	➡	アイデア・デザイン・話題性で付加価値をプラス

シリーズ・コラボ商品強化

「テヅカモデルノ」



「柴犬まる」



ファッションシーンとの連動

「しずくネイルシール」



「Yoko's selectアクセサリー」



100円であつたらいいなを実現

「トイレスタンプ洗浄剤」



「プレーンボックスL
本体・フタ」



デザイン・話題性で付加価値を+

「紙袋風ランチバッグ」



「ディスクタイプタッチペン」



- ・2015年7月30日に開設し、平日毎日の更新を継続
- ・23期(12月～11月)のInstagram掲載回数は268件
- ・フォロワー数は、2016年5月の80,000人から大幅増加し、
**2017年5月末で230,000人超となり、国内企業ランキングも
77位まで上昇しました(ランキング対象10,000社超)**
- ・『インスタ映え』する画像を用いた商品紹介が話題に



「紙袋風ランチバッグ」



「マリンスモールディッシュ」



「Yoko's select アクセサリー」

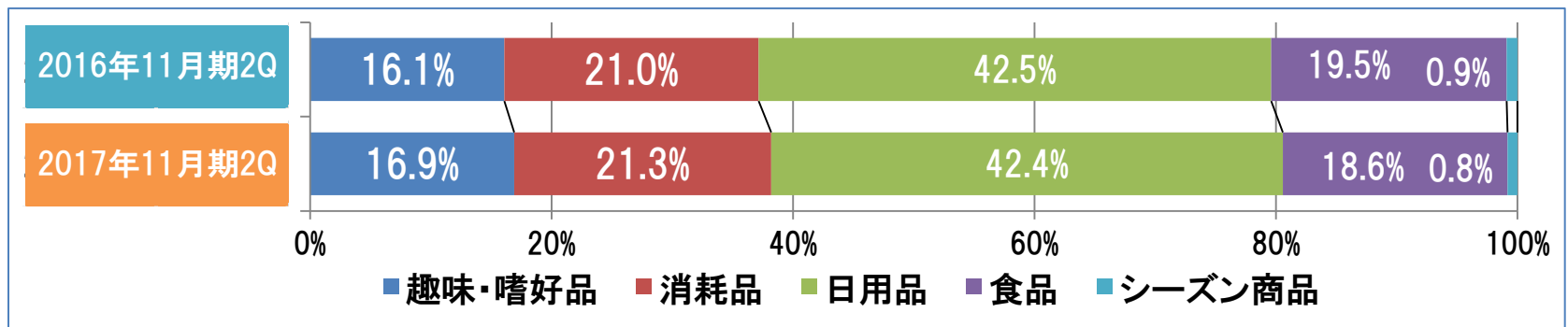
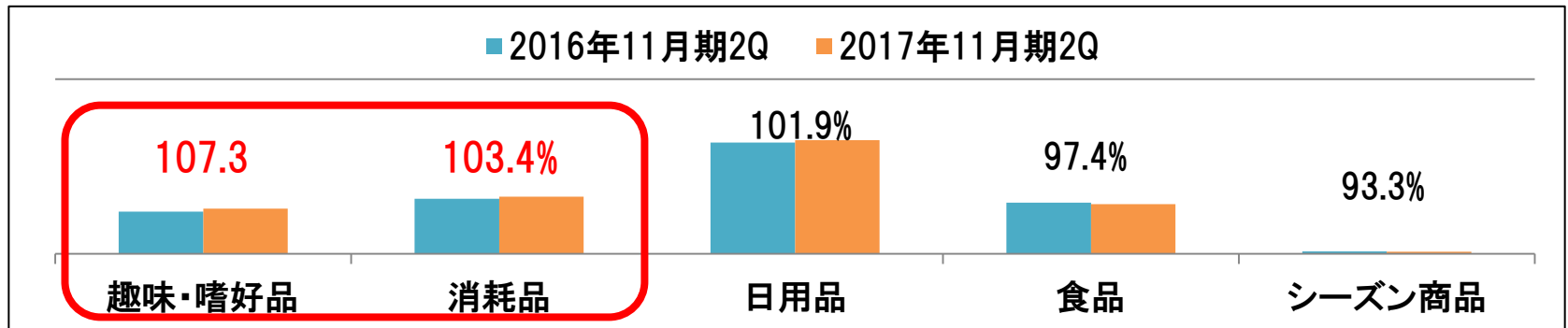


「デザインフードパック モノトーン」



インスタグラムと商品開発方針の親和性が高い「趣味・嗜好品」と「消耗品」の категорияが、売上及び売上シェアを伸ばしています。

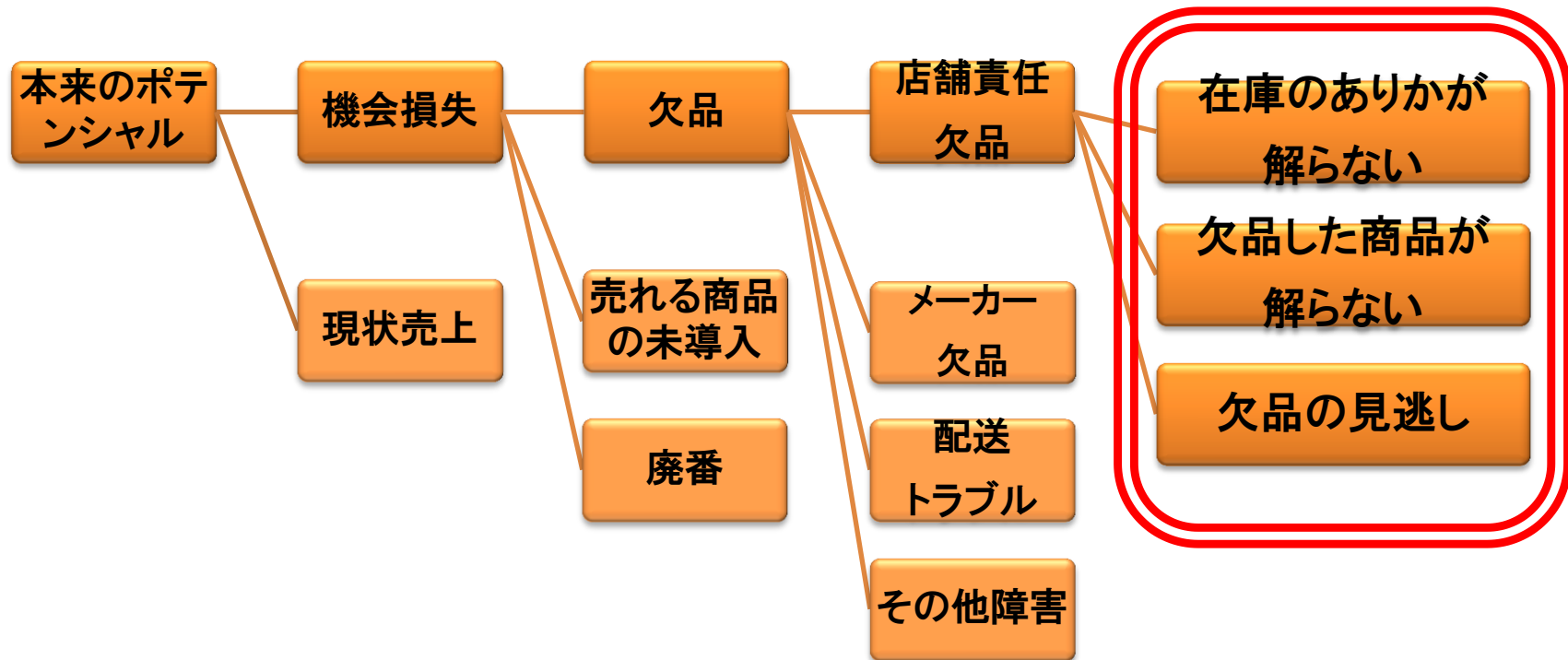
●カテゴリー別売上前期比とシェア推移



2017年11月期の具体的取組：Ⅲ

『販売戦略』

手段：店舗責任欠品の解消による、店舗ポテンシャルの引出



店舗内物流機能の浸透による店舗責任欠品の削減

商品ごとに「所定の場所と責任者」を明確に定める

店舗にある商品と在庫のありかを全員で共有できるようにする

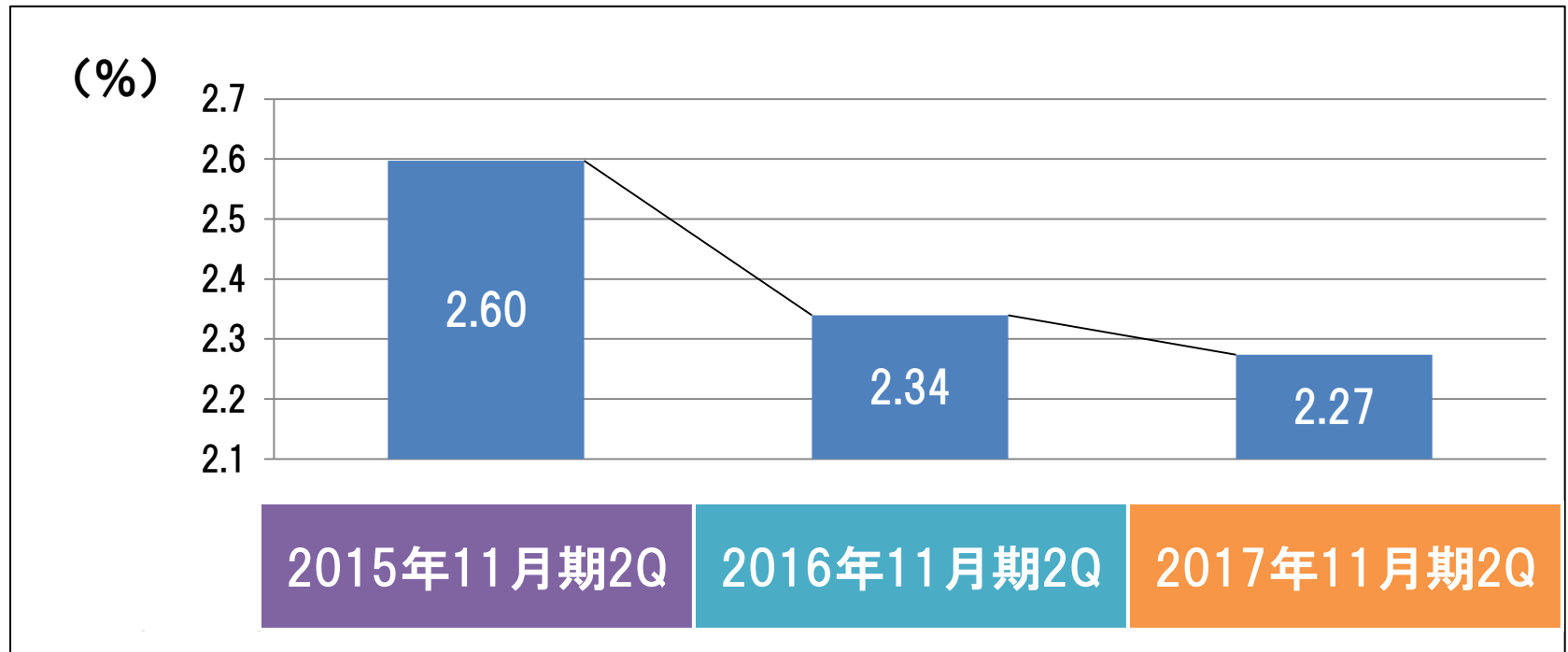
商品を早く確実に所定の場所に届けること(=物流)ができる

～ある直営店のバックルームの変化事例～



施策推進及びベンダー様との連携を強化した結果として、欠品率は期を追うごとに改善傾向が認められます。

●欠品率の推移

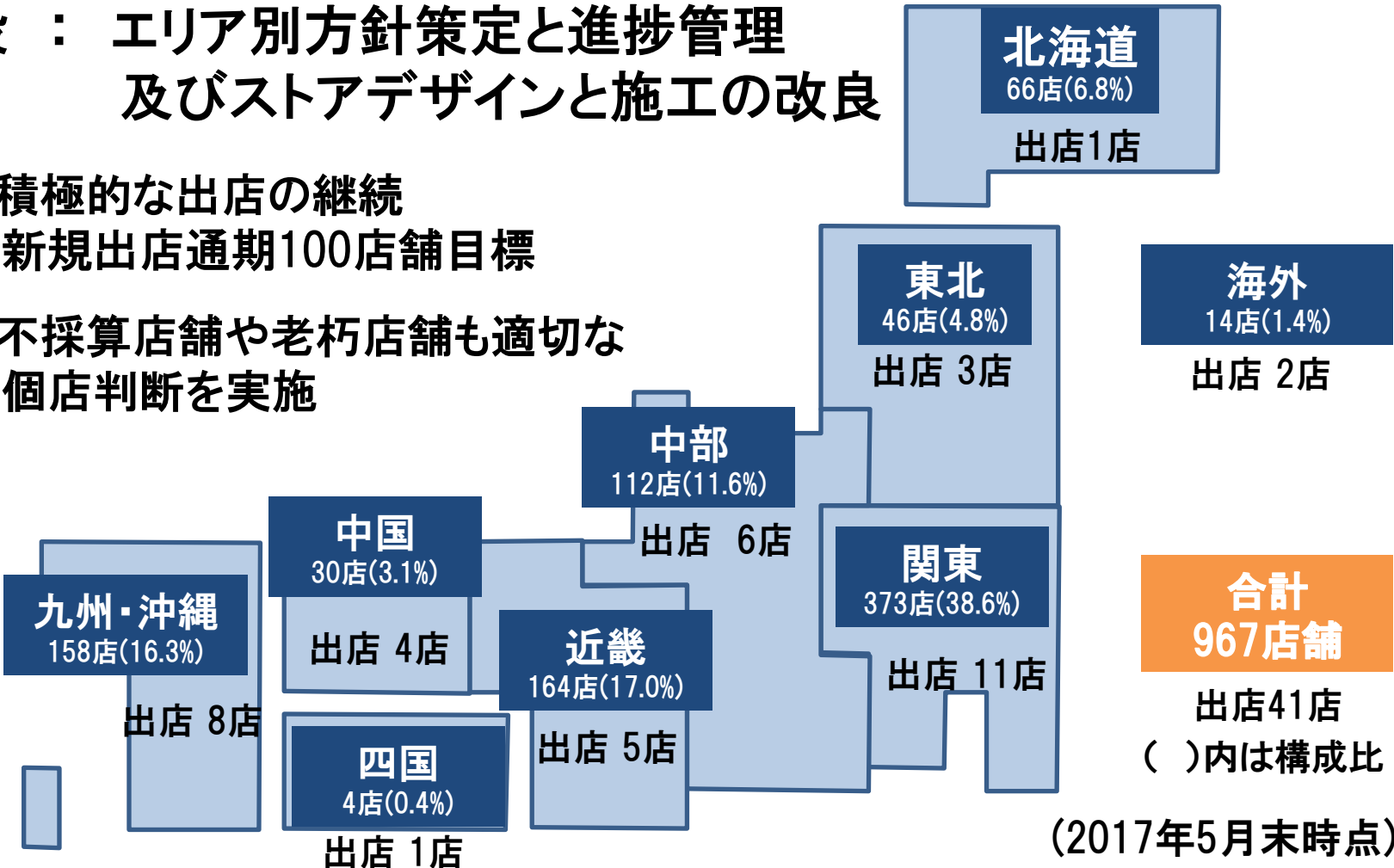


2017年11月期の具体的取組:IV

『出店戦略』

手段：エリア別方針策定と進捗管理 及びストアデザインと施工の改良

- ・積極的な出店の継続
新規出店通期100店舗目標
- ・不採算店舗や老朽店舗も適切な
個店判断を実施



最新店舗事例：勝どき駅前店(2017年5月26日オープン)



2017年11月期の具体的取組 V

『人事制度改革戦略』

『企業価値の向上』の源泉は「従業員」にあると考え、
経営を推進しております。



(1)就業環境の見直し

- ☛働きやすい環境づくりによる「従業員の幸福」の創出へ向け、
評価制度・給与制度・福利厚生制度の見直しを進行中。

(2)積極的な人材登用


- ☛企業理念・ビジョン・行動基準の実現へ向け、
優秀な人材を積極登用し、社内風土の変革を推進中。

(3)意欲的な人材創出

- ☛従業員生産性の向上と従業員満足度の向上へ向け、
教育体制と働き方の改革に着手へ。

2017年11月期の具体的取組VI

『新中期計画策定』

期間	三カ年(現中期計画は、2015年11月期～2017年11月期)
目的と手段	『企業理念の実現を通じた企業価値の向上とその継続』 その手段として、単年度のみならず将来を見据えた方針・目標・戦略を立て、全社で共有しPDCA管理を行う。そのために各部署・各個人がなすべきことを明確にする。
機能	対外的な公約ではなく、社内におけるゴールを設定。
	
ビジョン	『信頼No. 1』
行動基準	『「量」から「質」への転換』

中期計画名

『Next3』
(2018年11月期から2020年11月期を対象とする。)

現中期計画のビジョン・行動基準は、新中期計画でも継続する。

ビジョン

『信頼No. 1』

行動基準

『「量」から「質」への転換』

全社方針

『選ばれる独自性の確立』

全社定量目標

『連結営業利益50億円・連結当期純利益25億円』

【 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、業績見通しのみにより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。