

2015年11月期 第2四半期 決算説明会資料

2015年7月14日

Can★Do

(証券コード:2698)

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

経営環境

- 政府、日本銀行による財政・金融政策
⇒ 円安・株高 ⇒ 企業収益改善傾向
- 消費マインドも回復の兆し
⇒ 高額品需要と節約志向「二極化」継続
- インバウンド需要の「特需」の一方で海外景気の下振れなどのリスクも

2. 業績のハイライト



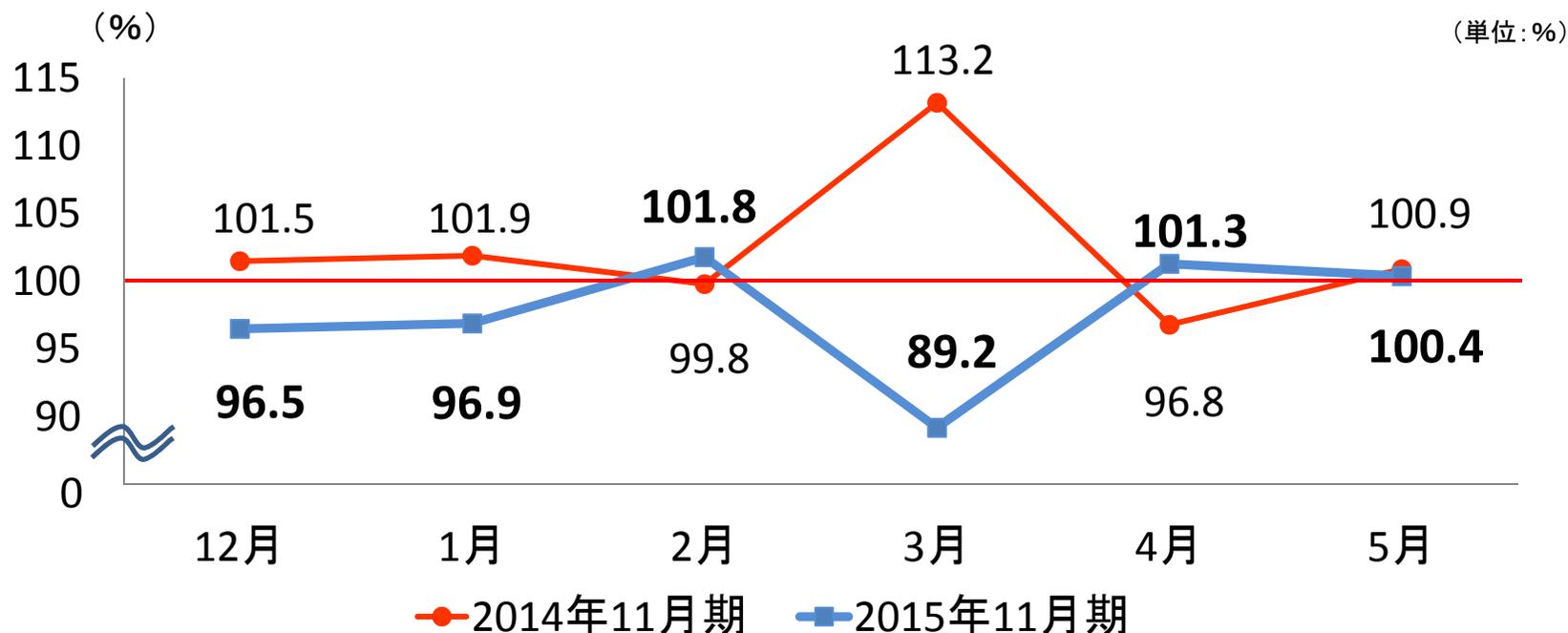
連結損益計算書（累計）

（単位：百万円、％）

	2013年11月期 2Q		2014年11月期 2Q		2015年11月期 2Q		前年 同期比	業績予 想対比
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	31,467	100.0	32,480	100.0	32,544	100.0	100.2	99.4
売上総利益	11,621	36.9	11,905	36.7	12,019	36.9	101.0	99.5
営業利益	944	3.0	1,111	3.4	791	2.4	71.2	78.6
経常利益	1,077	3.4	1,189	3.7	874	2.7	73.6	80.3
四半期純利益	476	1.5	469	1.4	354	1.1	75.5	76.3
店舗数	838店舗		865店舗		905店舗		+40店舗	

3. 売上の状況

直営既存店売上高 前年比の推移



2014年11月期 上半期

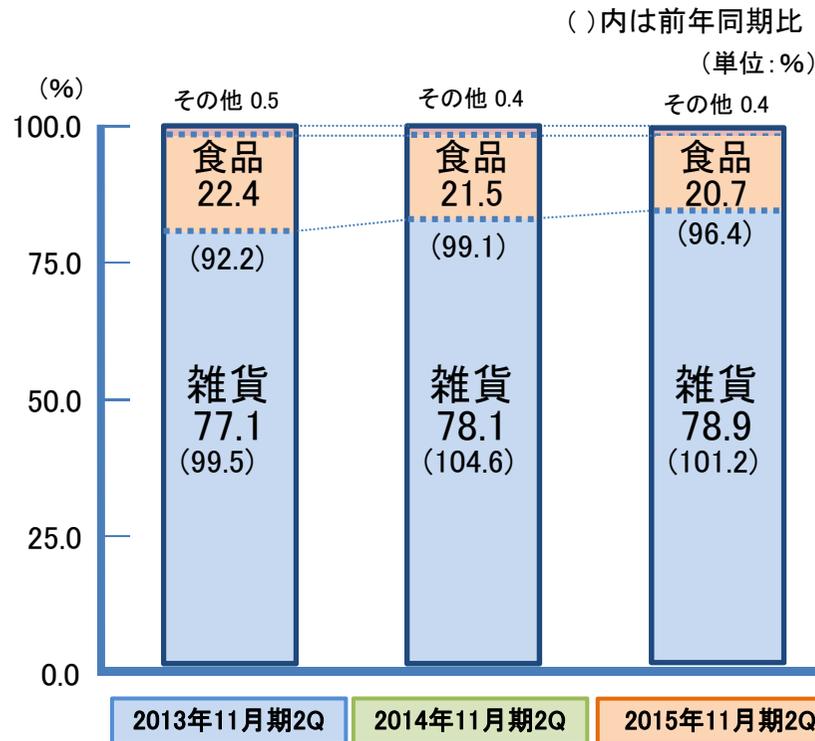
- 3月は予想を超える特需
- 4月は予想より小さい反動減

2015年11月期 上半期

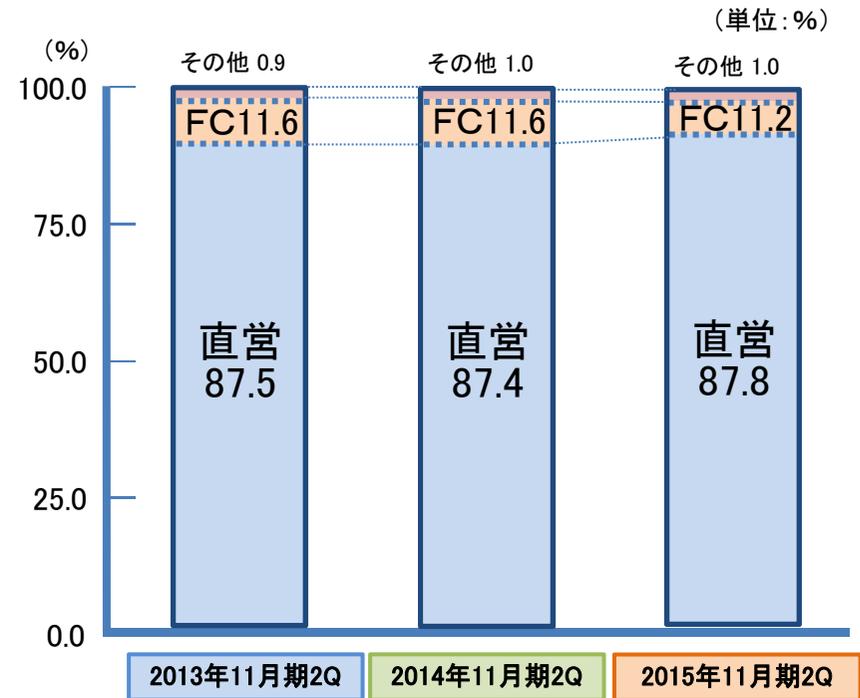
- 3月の反動減をカバーできず
- 4月、5月では前年を上回る
- 既存店は上半期通算では前年を下回る

4. 売上の内訳

雑貨・食品 売上構成比



直営・FC 売上構成比



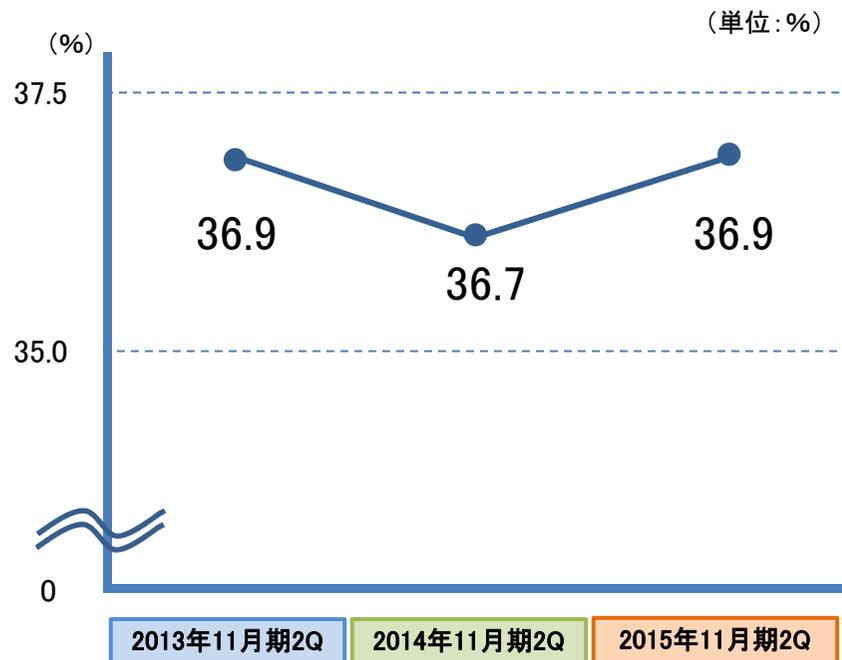
- 雑貨売上高比率が0.8ポイント増加
 - ・ 食品の競争激化状態は続く
 - ・ 雑貨新商品(仕様変更を含む)を高水準で供給

- 直営売上構成比が0.4ポイント増加
 - ・ 直営とFCの両輪で店舗網拡充
 - ・ FCは店舗大型化、増床注力

5. 売上総利益のコントロール



売上高売上総利益率推移



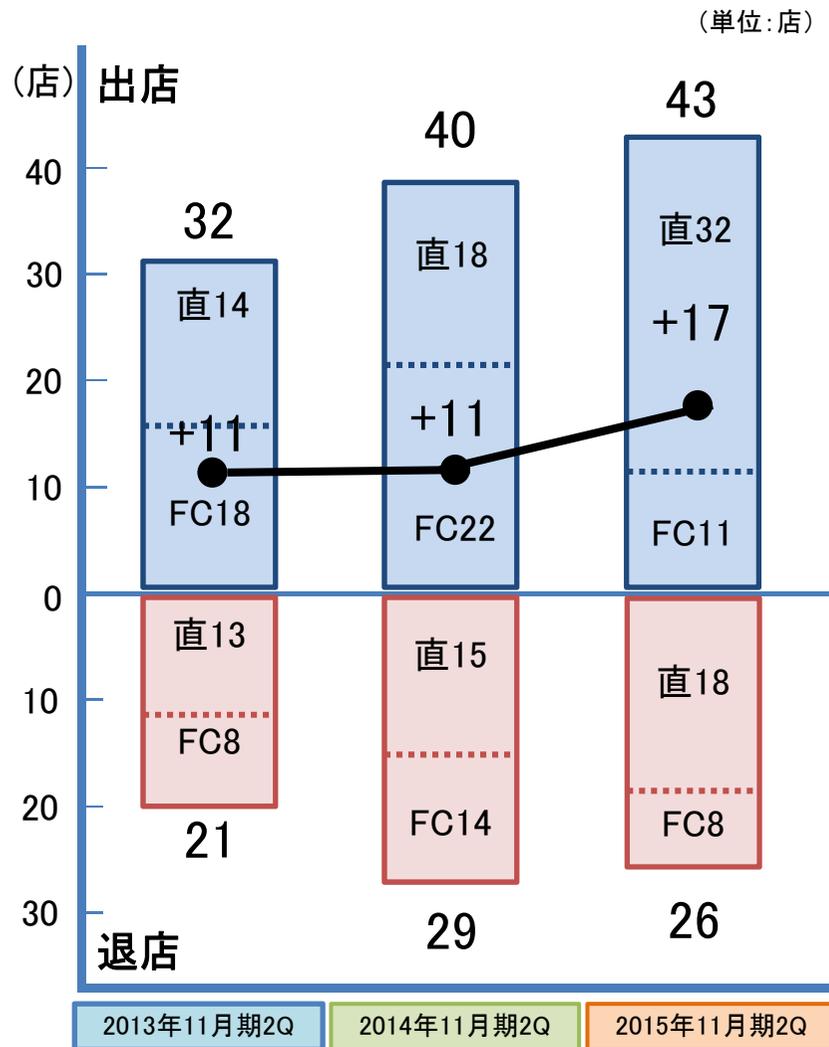
為替(USD)の推移



- 原価上昇へ対応
- 仕様変更
 - 量→質への転換
 - 脱特価商材、食品選別

6. 出退店の状況

出退店 店舗数



※直営FC含む

出店・リニューアル

- 新規出店 43店 (うち新仕様店舗 34店)
 - リニューアル 14店 (うち新仕様店舗への改装 9店)
 - 小規模リニューアル 20店
- ⇒ 新仕様店舗 43店増(累計163店)

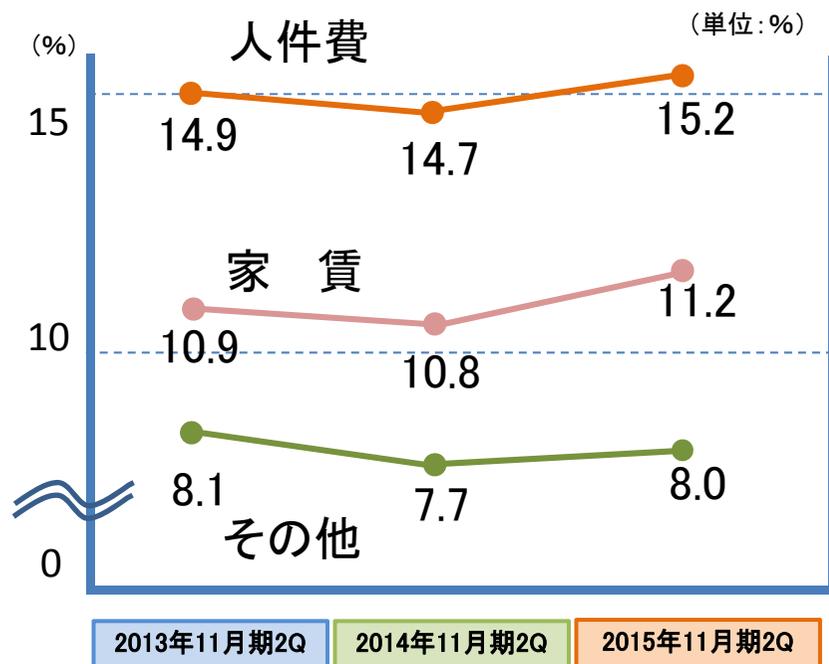
退店

- 直営18店舗、FC8店舗の計26店舗

17店舗の純増

7. 経費のコントロール

販管费率 推移



○ 販管费率の上昇

- 人件費は退職給付費用増加
- 家賃は競合激化、新店増加分
- その他費用では水道光熱費、テナント販促協力費等が増加

8. 連結貸借対照表の状況



連結貸借対照表

期末日が金融機関休業日に当たった為、月末の入出金に期ズレが発生。
しかし、前期末日も同様に休業日で合った為、その影響は軽微。

(単位:百万円)

	2014年 11月期	2015年 11月期2Q	増減額		2014年 11月期	2015年 11月期2Q	増減額
流動資産合計	17,036	16,450	△586	流動負債合計	14,653	14,277	△376
現金及び預金	5,860	5,023	△837	仕入債務	11,499	11,372	△127
売上債権・未収入金	2,844	2,950	105	その他流動負債	3,153	2,904	△249
商品	5,527	5,802	274	固定負債合計	2,813	2,894	81
信託受益権	2,000	2,022	21	退職給付に係る負債	1,101	1,186	85
その他流動資産	802	652	△150	資産除去債務	908	933	24
有形固定資産合計	4,947	5,372	425	負ののれん	476	457	△19
建物及び構築物	3,710	4,056	346	その他固定負債	327	317	△10
その他	1,237	1,315	78	負債合計	17,466	17,171	△295
無形固定資産合計	138	141	3	純資産合計	10,460	10,659	253
投資その他の資産合計	5,750	5,867	116	資本金	3,028	3,028	—
敷金及び保証金	4,543	4,705	161	資本剰余金	3,065	3,065	—
その他	1,207	1,161	△45	利益剰余金	5,124	5,372	248
				自己株式	△728	△728	—
				その他の包括利益累計額	△83	△78	4
資産合計	27,873	27,831	△42	負債純資産合計	27,873	27,831	△42
(※)ご参考 在庫回転率	1.63ヶ月	1.69ヶ月					

9. 設備投資の状況

設備投資

(単位:百万円)

	2014年11月期2Q	2015年11月期2Q
設備投資額	820	1,185
減価償却費	391	423

◆ 主な設備投資内訳	2014年11月期2Q	2015年11月期2Q
◆ 直営新規出店・既存店リニューアル等	735百万円	1,134百万円
情報システム関連投資	85百万円	50百万円
合計	820百万円	1,185百万円

10. 連結キャッシュフローの状況



(単位:百万円)

連結キャッシュフロー

	2014年11月期2Q	2015年11月期2Q
営業キャッシュフロー	1,750	679
投資キャッシュフロー	△787	△1,148
財務キャッシュフロー	100	△394
現金・現金同等物増減	1,063	△864
現金・現金同等物期末残高	4,950	5,018

内訳

◆営業活動によるキャッシュ・フロー

(うち、税金等調整前四半期純利益779百万円、減価償却費406百万円、法人税等の支払△603百万円)

【ご参考】

2014年11月期2Qとの差異について

法人税等の支払額△396百万円、税金等調整前四半期純利益△212百万円、
たな卸資産の増加額△183百万円。

◆投資活動によるキャッシュ・フロー

(うち、有形固定資産の取得△808百万円、敷金及び保証金の差入支払△225百万円)

◆財務活動によるキャッシュ・フロー

(うち、長期借入金返済△232百万円、配当金の支払△162百万円)

11. 今後の取組み

(1) 100円ショップの成長性

(2) 今後の出店余地

(3) 今後の対策、方向性

■ OHO!HO! 津田沼パルコ店



(1) 売上向上策

- 新規出店は計画通りの達成目指す(通算80店舗超へ)
 - ・新仕様店舗の「発見」「楽しさ」さらに拡大へ
- 既存店は品揃え精度向上→「地域売れ筋」から「個店売れ筋」
 - ・売れ筋欠品ゼロを目指す ⇔ 死に筋は早期洗い替え
 - 既存店前年超えへ

(2) 収益向上策

- 高原価品に頼らない販売は定着化
- 原価上昇圧力に対して「ものづくり」の工夫で対応
 - ・品質を強化した仕様変更、「Made in Japan」
 - ・顧客ニーズの変化～必需品⇨「嗜好品」⇨「小さい」「軽い」
- 販管費は仕組の改善、固定費の低減

13. 「商品の創業」

■ ヒット商品のキーワード

① より「感度」の高い嗜好品

Natural marine シリーズ



② 「SNS」の拡散～口コミヒット

Room Clipより



111 21 0
キッチン > 100均 > キャンドワ >
しゃれとんしゃあ会 >
みんなとたわむれ隊(♥️♥️) >
メイソンジャー風 > ドリンクジャー >

ドリンクジャー
<http://roomclip.jp/photo/645h>

instagramより



いいね! 150件
www.instagram.com
以前、買おうかどうか悩みに悩んだ、キャンドワのシュガーネイル！
やっぱり欲しいと思った時には、どこも品切れで、諦めていたけど、今日やっと買えましたー！！
そしてさっそく使用！
語るだけでオシャレだから、特価ネイルとしてかなり重宝できそうです！
本家の仕様を再現したら、家事やっても帰りに気が引かなくなったので、これはほどよいぜ
カザラ感で、家事やっても安心の
買ってよかった(///ω///)
#セルフレイル #sugarnail #ネイル #real #セルフレイル部 #マニキュア #ガッシュ #100均ネイル
#100均ネイル #キャンドワ #キャンドワ #sugarnail #ネイル部 #特価ネイル #キャンドワ

シュガーネイル
<https://instagram.com/>

14. 「商品の創業」

■ ヒット商品のキーワード

- ③ 「インバウンド」需要の取込み ④ 「女性目線」のオリジナル商品

食品の抹茶シリーズ



SÖPÖDIC (北欧)



「ピチレモン」とのコラボ



■ 出店の考え方

(1) 100円ショップの魅力

- ・お客様の期待→各種アンケートで「近くにあるといい店」上位
- ・原点の再確認→100円かつ豊富な品揃えという安心感、お得感

(2) 出店戦略 ～ 採算管理、選別は強化

- ① 都市型小型店舗のビジネスモデル確立
- ② 首都圏、中部圏、近畿圏でのドミナント出店
- ③ 地方で小売チェーンを持つ法人とのフランチャイズ拡大
- ④ 「新業態開発」～「OHO!HO!」
～ 100円ショップと共存できるセレクトショップ

16. 「店舗の創業」

■ 新仕様店舗の認知拡大とさらなる「進化」

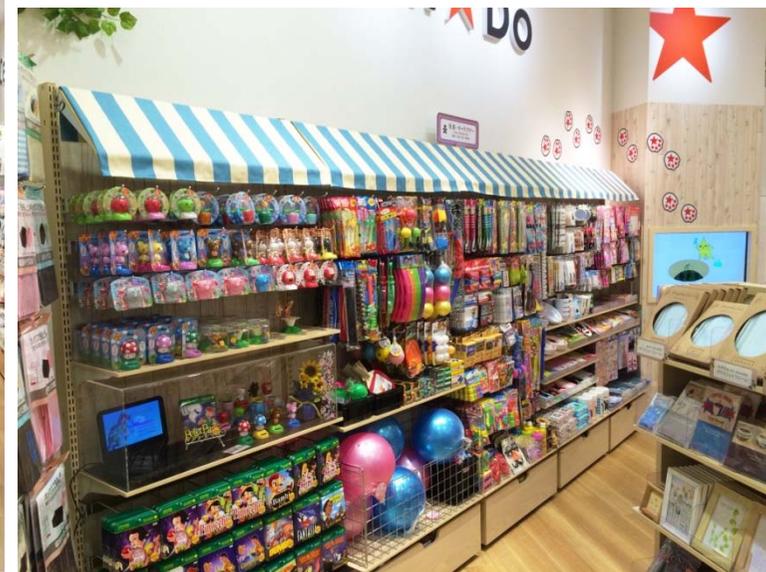
- ・ 新仕様店舗のシェアは約2割まで拡大 → 新仕様での出店要請や新規開拓へ
- ・ 「入りやすい」「見やすい」「買いやすい」+「発見」「楽しさ」の体験 → 差別化

＜最新事例＞アリオ川口店（2015年7月8日オープン）



＜コンセプト＞

- ・ 女性目線でのデザイン
- ・ やさしさ・居心地の良さ・親しみやすさ



<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。

説明内容に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

お問い合わせ先：
株式会社キャンドウ 古山利之(常務取締役)
TEL:03-5331-5124