

2020年11月期 第2四半期 決算説明資料



2020年7月14日

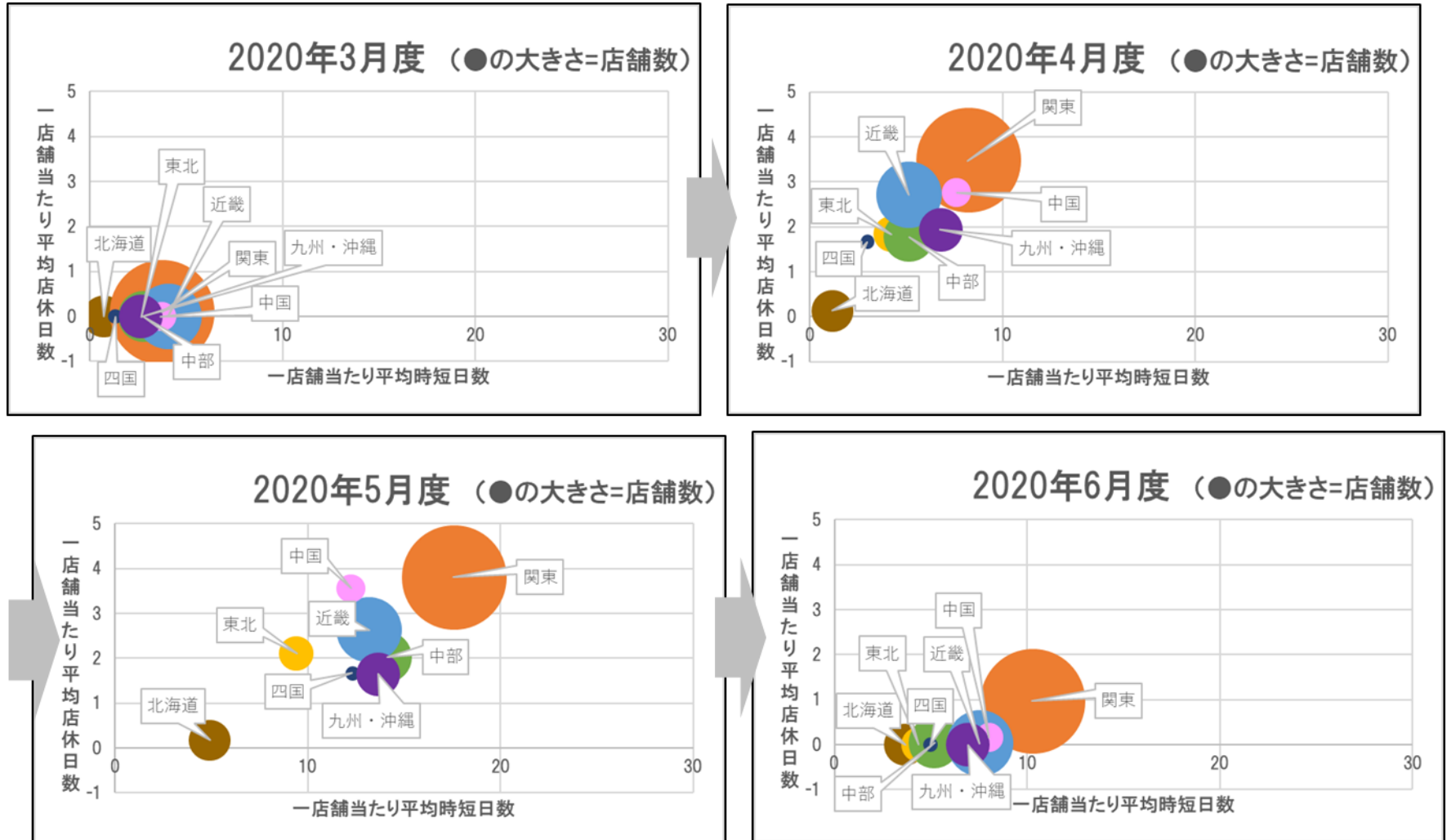
Can★Do

(証券コード:2698)

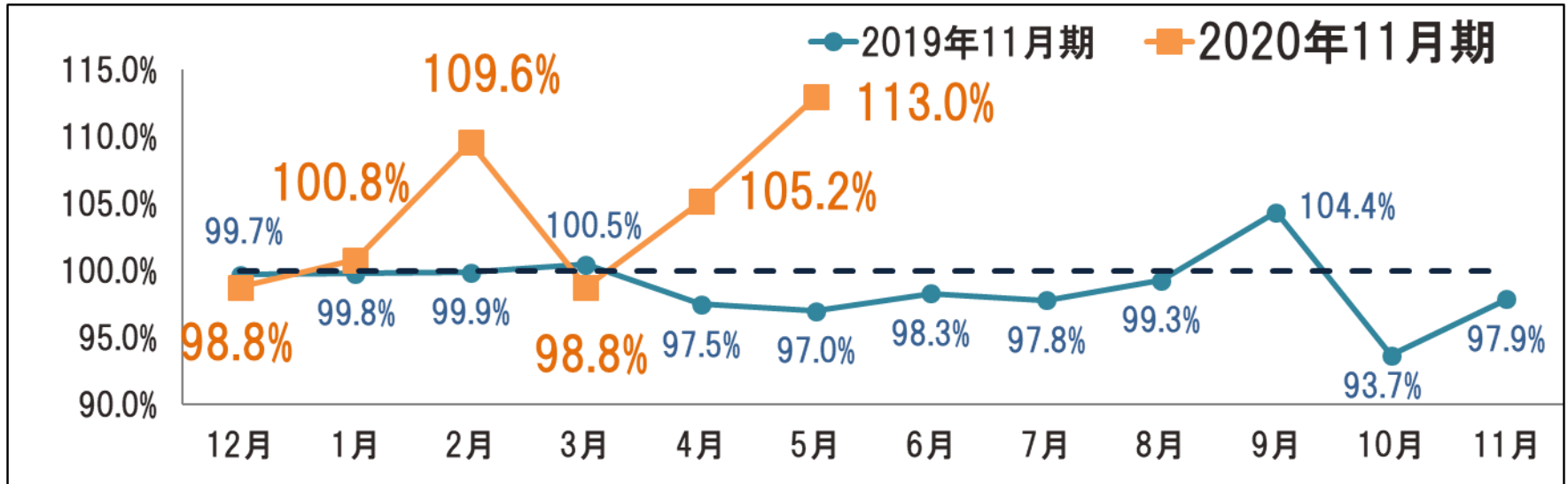
<https://www.cando-web.co.jp>

	プラス与件	マイナス与件
小売業界	・新型コロナウイルスの影響により、買いだめ及び巣ごもりに必要な商品の特需	・新型コロナウイルスの影響による消費マインドの悪化 ・雇用確保の困難化及び人件費の高騰 ・物流費用の高騰 ・原材料の高騰
100円ショップ業界	・新型コロナウイルス対応の衛生用品、消耗品の特需 ・ネット販売業者の参入が困難 ・地域や商業施設からの期待値の上昇	・新型コロナウイルスの影響による不安定な供給、物流遅延 ・SM業界再編に伴う商業施設閉鎖継続 ・他業界における低価格競争
当社	・Instagramを中心としたSNSにおける認知度向上 ・コト消費への需要	・母店退店が多い

直営店舗のエリア別店休及び営業時間短縮状況



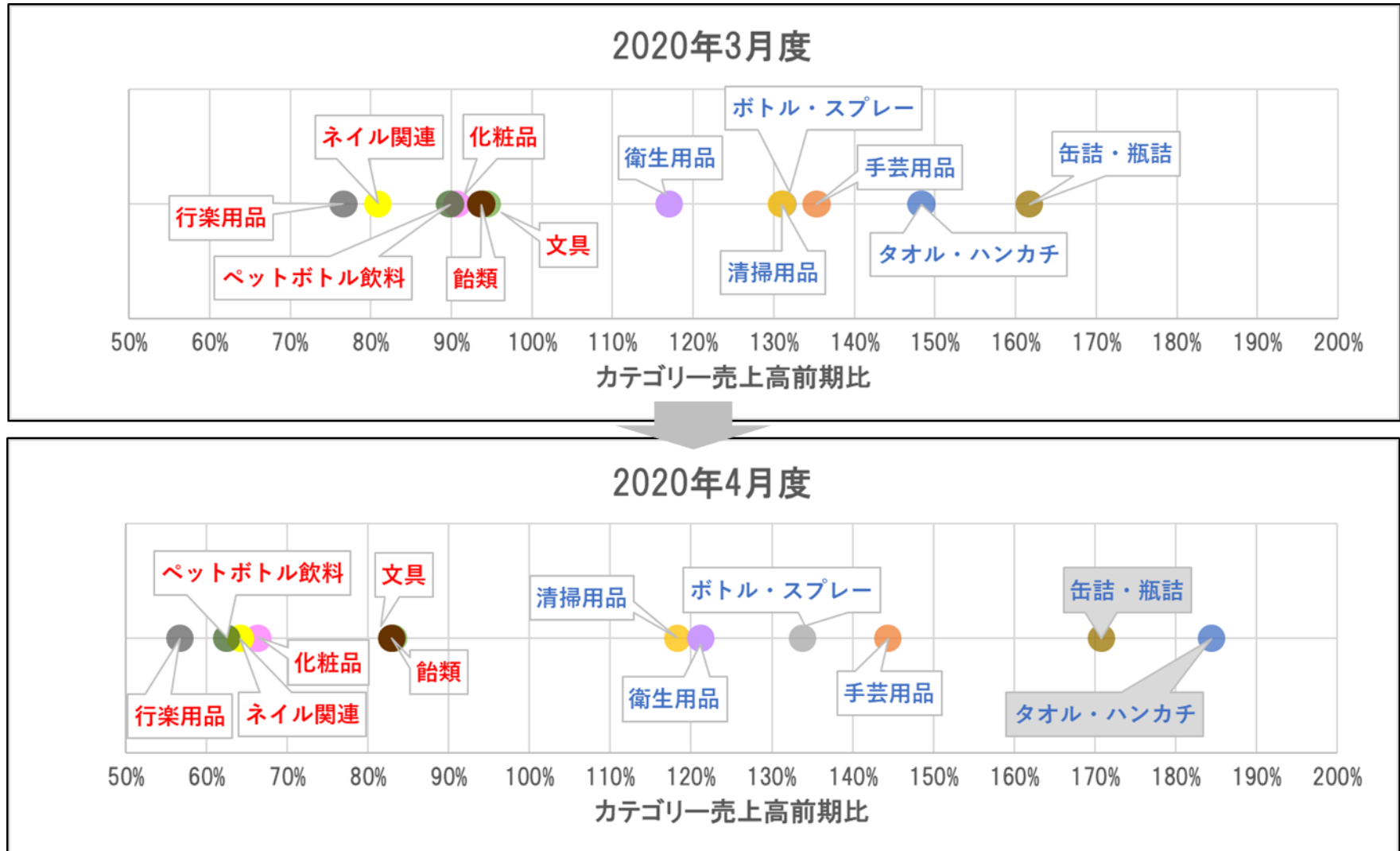
既存直営店売上高 前年比推移(月次)



2020年11月期 2Q

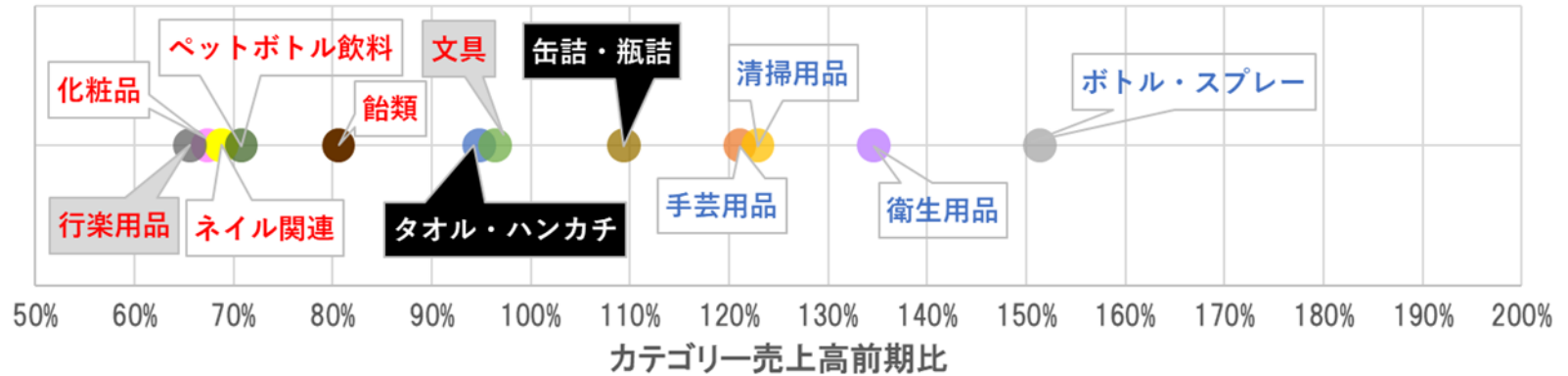
- 2月：新型コロナウイルス対応における特需、閏年による売上増加
- 3月：新型コロナウイルスの影響で、新生活需要及び花見需要が低迷
- 4月：緊急事態宣言発令による店休及び営業時間短縮店舗の増加、衛生関連商品及び日用品の買いだめによる特需
- 5月：緊急事態宣言継続による店休及び営業時間短縮店舗の増加、衛生関連商品及び巣ごもり対応による特需
- 2020年11月期2Qでは、105.0%

直営店舗の商品カテゴリー別売上状況

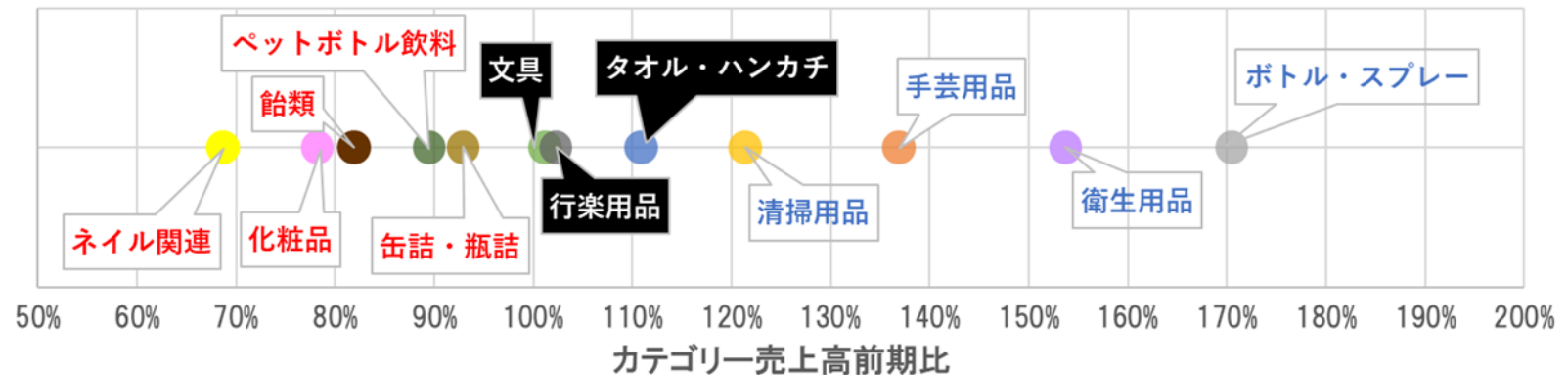


直営店舗の商品カテゴリー別売上状況

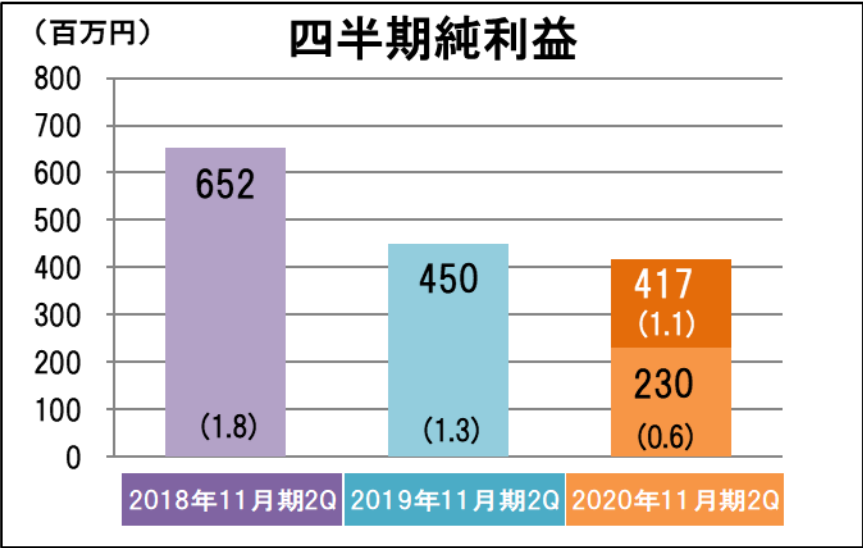
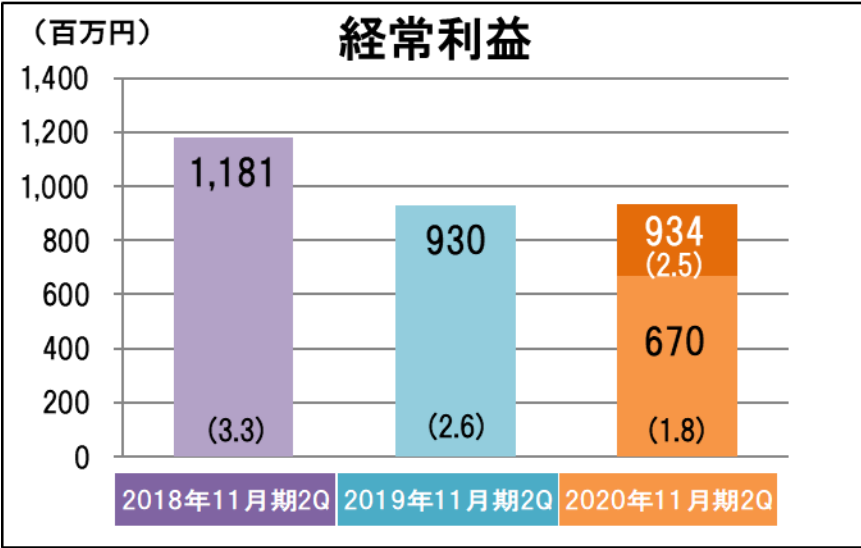
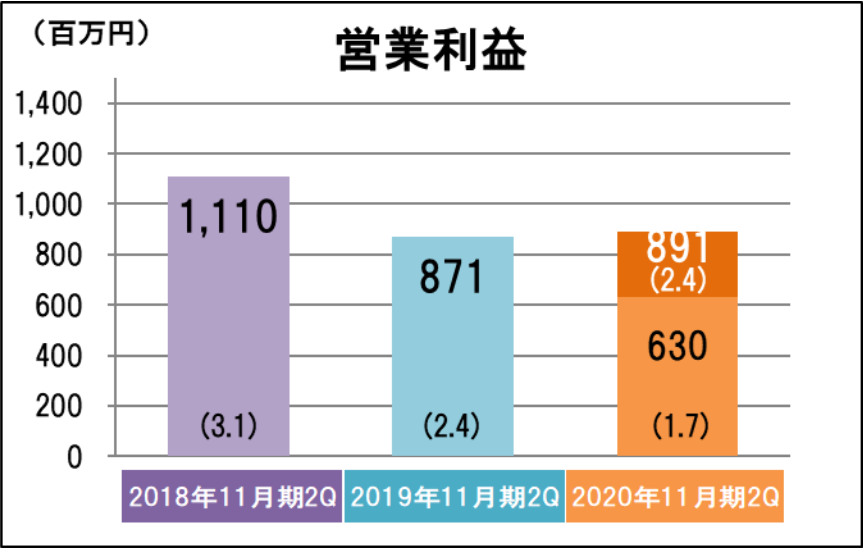
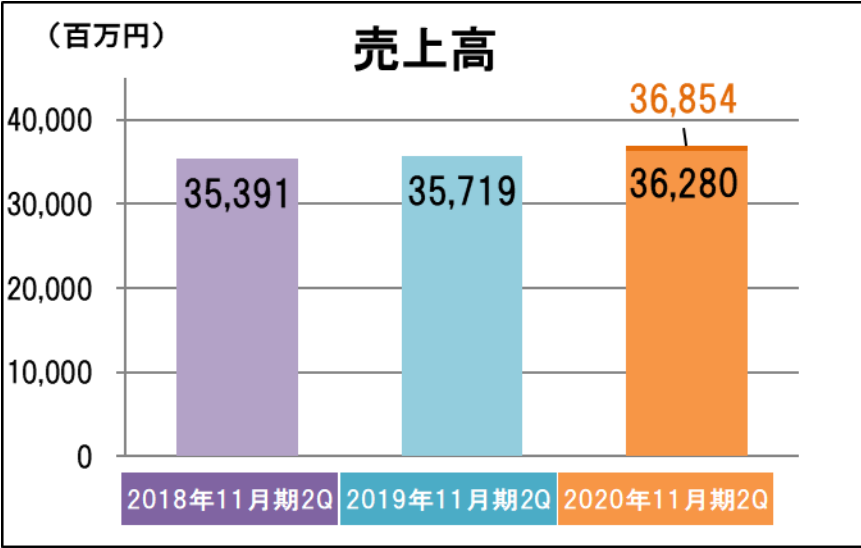
2020年5月度



2020年6月度



2020年11月期2Qの業績予想の修正内容について **Can★Do**



2020年7月13日適時開示実施 / ()にある小数点1位の数値は、利益率を示す

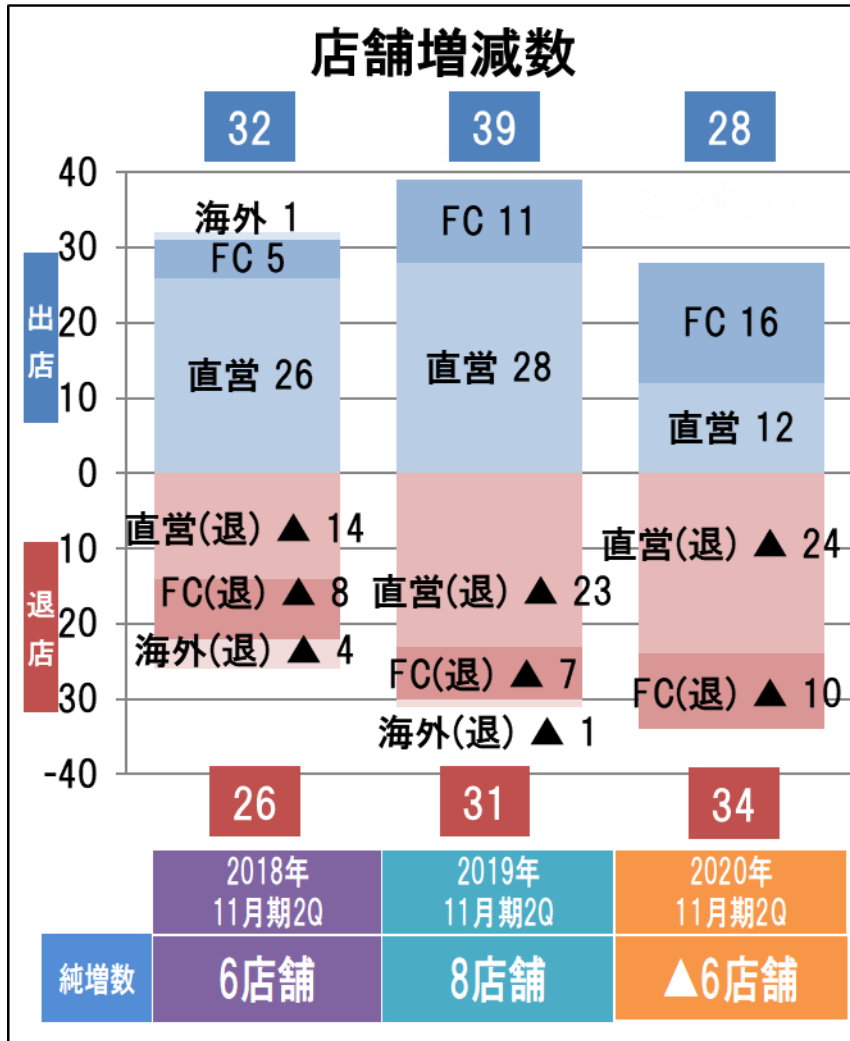
連結損益計算書(年度同期推移)

(単位:百万円、%)

	2018年11月期2Q		2019年11月期2Q		2020年11月期2Q		前年 同期比
	金額	率	金額	率	金額	率	
売上高	35,391	100.0	35,719	100.0	36,854	100.0	103.2
売上総利益	13,643	38.6	13,776	38.6	14,126	38.3	102.5
営業利益	1,110	3.1	871	2.4	891	2.4	102.3
経常利益	1,181	3.3	930	2.6	934	2.5	100.5
親会社株主に帰属 する四半期純利益	652	1.8	450	1.3	417	1.1	92.7
一株当たり 四半期純利益	40.99 円		28.31 円		26.25 円		92.7
会計期末 店舗数	1,000 店舗		1,016 店舗		1,044 店舗		(※) 28店舗

(※)2020年11月期2Q末店舗数1,044店舗ー2019年11月期2Q末店舗数1,016店舗

出退店数の状況



出店・リニューアル

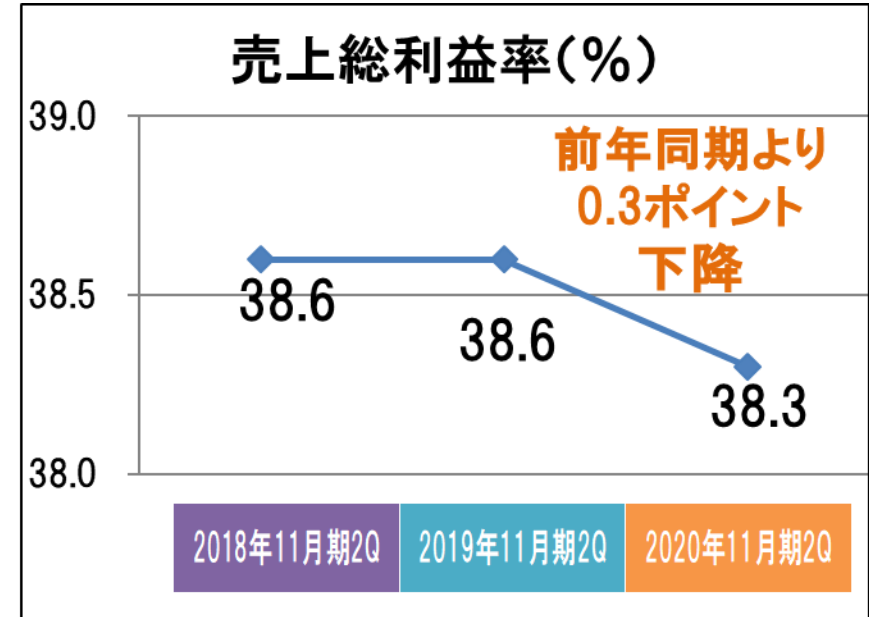
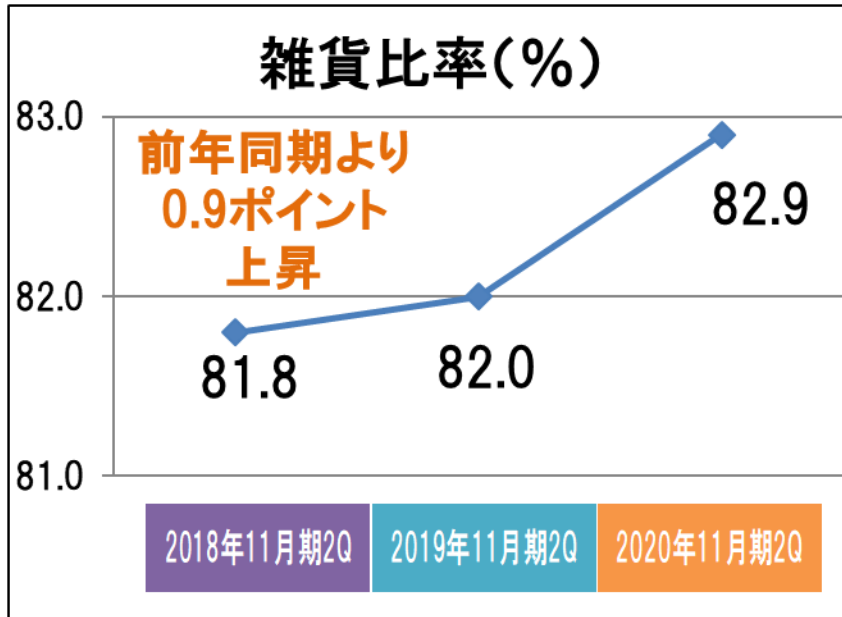
- **新規出店: 28店舗**
(計画: 100→70/通期)
直営12店舗、FC16店舗
- **リニューアル 21店舗**

退店

- **34店舗 (計画: 55/通期)**
直営24店舗、FC10店舗

**【増減】直営▲12店舗、
1,044店舗 FC+6店舗、
海外FC±0店舗**

売上総利益の内訳



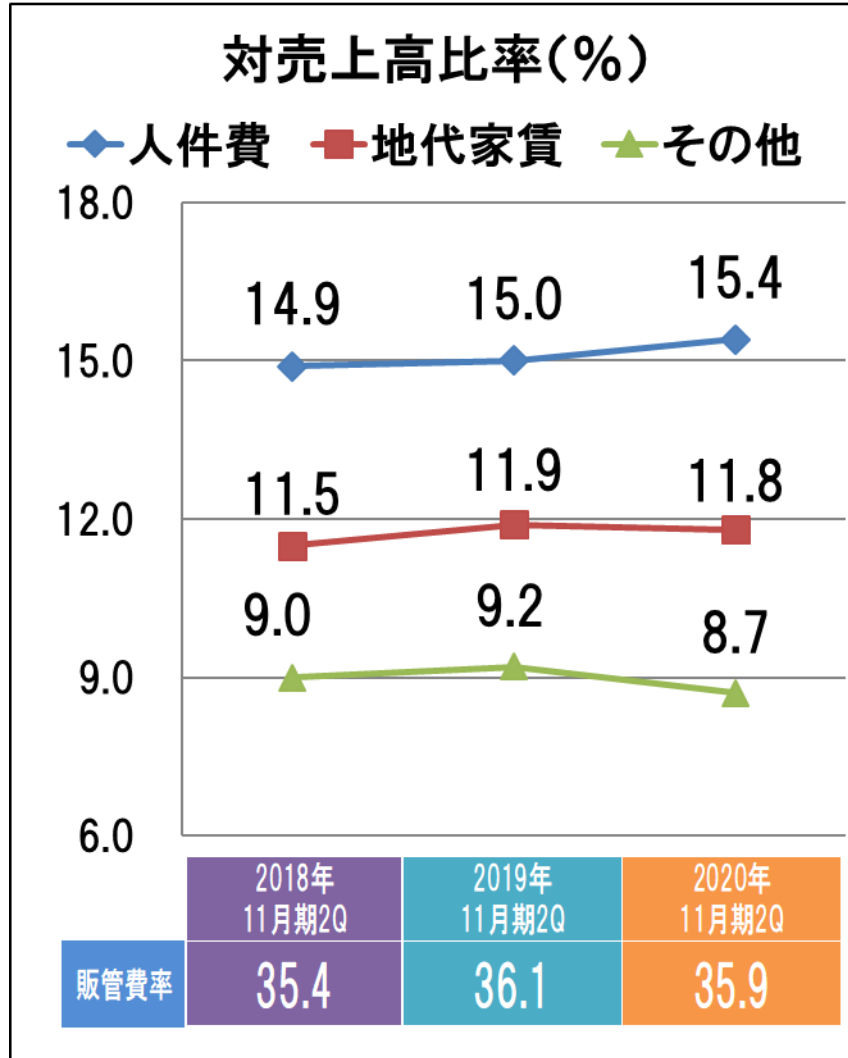
雑貨比率の上昇

- 巣ごもり需要により、一部雑貨商品の売上の急伸
- 一般市場の食品需要の急増により、100円商材の減少

売上総利益率の下降

- マスク等を中心とした、一部商品の商品原価が上昇
- 卸売上比率の増加

販管費の内訳



抑制要因

- 地代家賃：売上高が概ね計画通りであったこと、一部デベロッパーによる賃料減免措置等による地代家賃比率の低減
- その他費用：水道光熱費、出店費、消耗品費、旅費交通費、募集費の抑制

増加要因

- 人件費：働き方改革による雑給増加、退職給付費用の増加
- その他費用：システム再構築関連費用の増加
母店販促協力費増加

販管費率▲0.2ポイント

設備投資の状況

基幹システムをはじめとしたシステムの再構築及び
キャッシュレス対応を継続しつつ、レジ袋有料化への対応並びに
他価格帯の商品の販売へ向けた設備投資を推進しました。

(単位:百万円)

	2019年11月期2Q	2020年11月期2Q	増減
設備投資額	1,078	615	▲ 462
減価償却費	486	545	58

◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2019年11月期2Q	2020年11月期2Q	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	979	(※) 592	▲ 386
情報システム関連投資	99	23	▲ 75
合 計	1,078	615	▲ 462

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

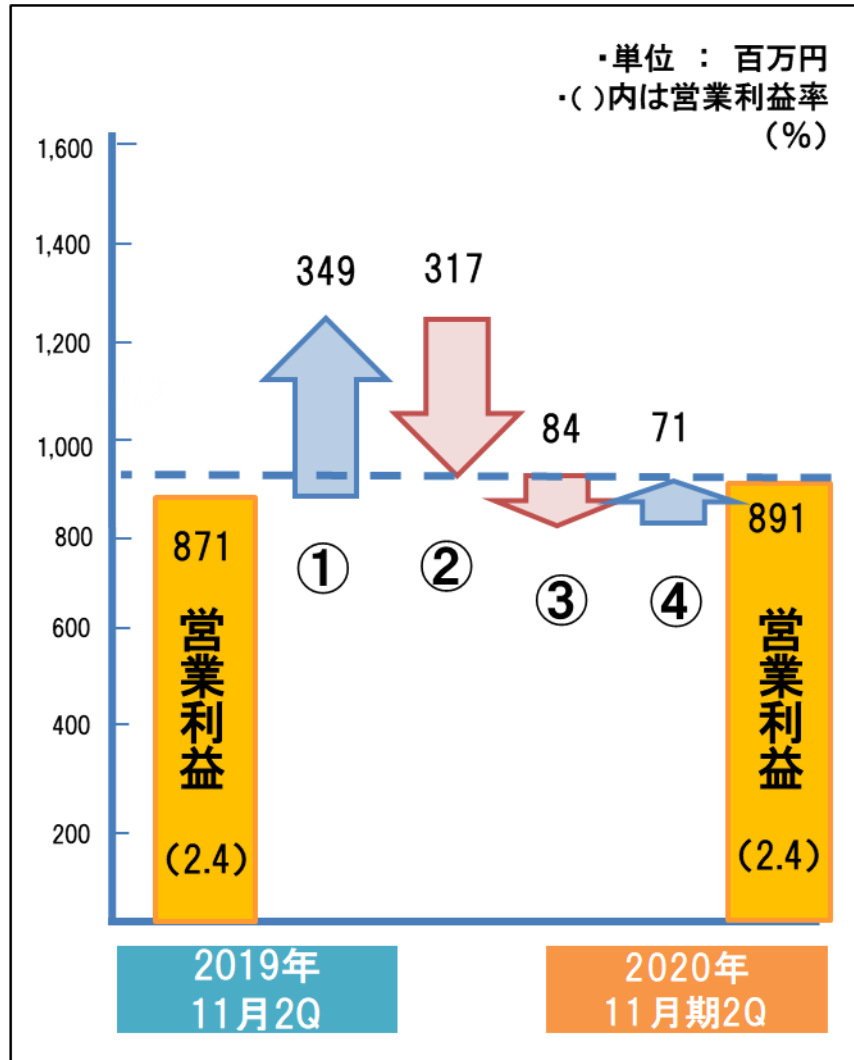
連結貸借対照表の状況

(単位:百万円)	2019年 11月期	2020年 11月期2Q	前年 増減額		2019年 11月期	2020年 11月期2Q	前年 増減額
流動資産合計	14,101	14,422	320	流動負債合計	12,074	11,798	▲ 275
現金及び預金	4,190	4,943	753	仕入債務	10,073	9,514	▲ 559
売上債権・未収入金	3,138	3,252	113	その他流動負債	2,000	2,284	284
商品	6,085	5,680	▲ 405	固定負債合計	4,313	4,338	25
その他流動資産	687	546	▲ 141	退職給付に係る負債	1,934	1,969	34
				資産除去債務	1,731	1,740	9
有形固定資産合計	6,685	6,681	▲ 4	負ののれん	285	266	▲ 19
建物及び構築物	5,403	5,493	89	その他固定負債	361	361	0
その他有形固定資産	1,281	1,188	▲ 93	負債合計	16,387	16,137	▲ 250
				資本金	3,028	3,028	0
無形固定資産合計	741	641	▲ 100	資本剰余金	3,066	3,066	0
投資その他の資産合計	7,103	7,017	▲ 86	利益剰余金	7,513	7,795	282
敷金及び保証金	5,515	5,488	▲ 27	自己株式	▲ 1,221	▲ 1,221	0
その他投資その他の資産	1,588	1,528	▲ 59	その他の包括利益累計額	▲ 209	▲ 104	105
				新株予約権	69	60	▲ 8
固定資産合計	14,531	14,340	▲ 191	純資産合計	12,246	12,625	379
資産合計	28,633	28,762	129	負債純資産合計	28,633	28,762	129

※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 現金及び預金の増加753百万円
- ② 新型コロナウイルスの影響による商品の需要と供給の一時的差異により405百万円減少
- ③ 電子記録債務及び買掛金の減少により559百万円減少
- ④ 配当支払後の当期純利益により282百万円増加

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)
→349百万円

④その他販管費減少による部分
→71百万円(水道光熱費・出店費等)

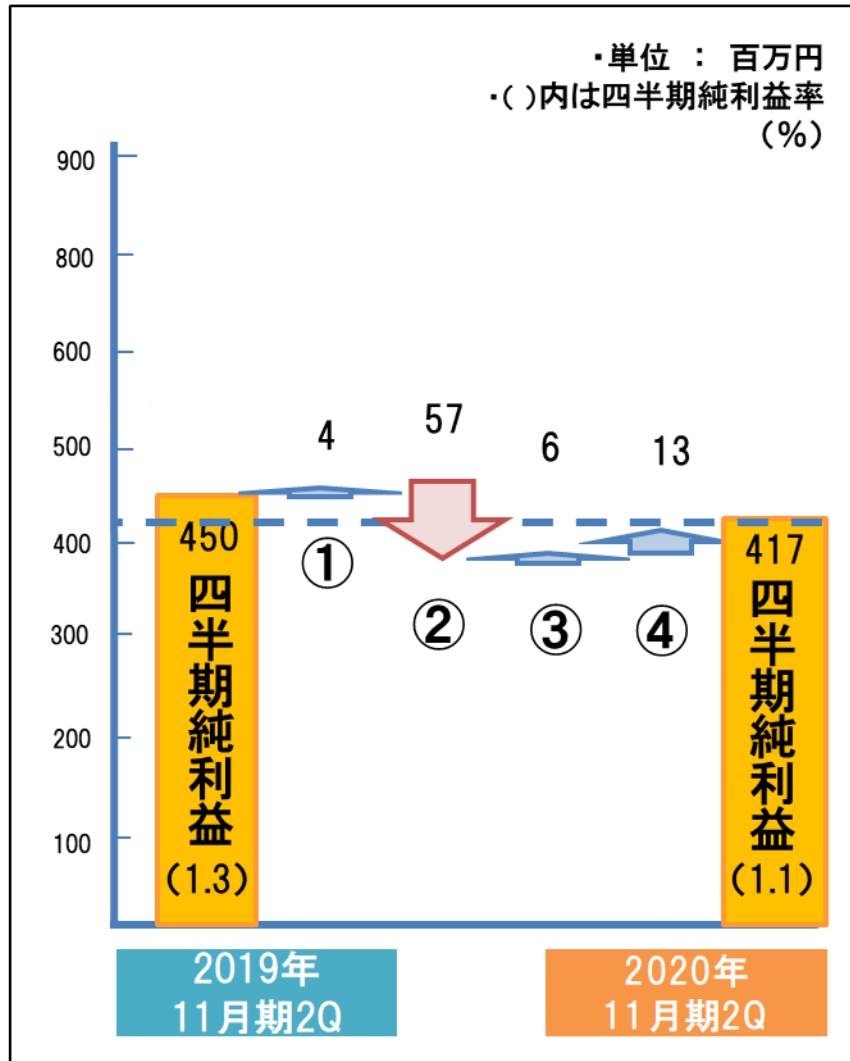
減少要因

②人件費増加による部分
→317百万円

③地代家賃増加による部分
→84百万円

19百万円の増加

四半期純利益 前年差異分析



増加要因

- ① 経常利益増加による部分
→ 4百万円
- ③ 特別損失減少による部分
→ 6百万円
- ④ 法人税等減少による部分
→ 13百万円

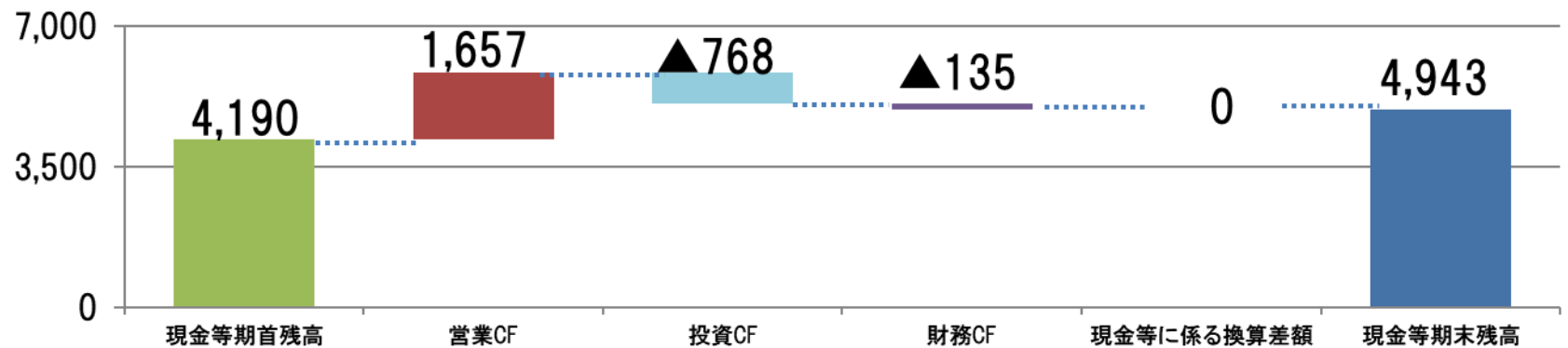
減少要因

- ② 特別利益減少による部分
→ 57百万円

32百万円の減少

連結キャッシュ・フローの状況

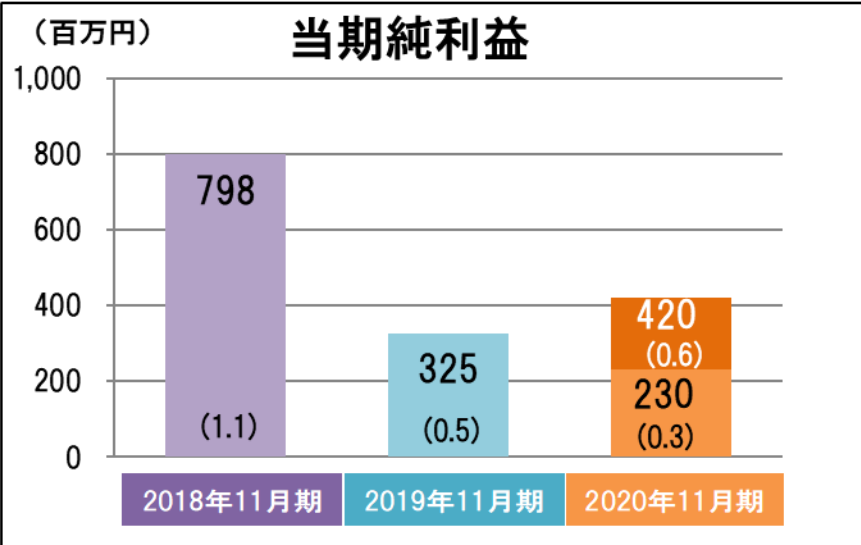
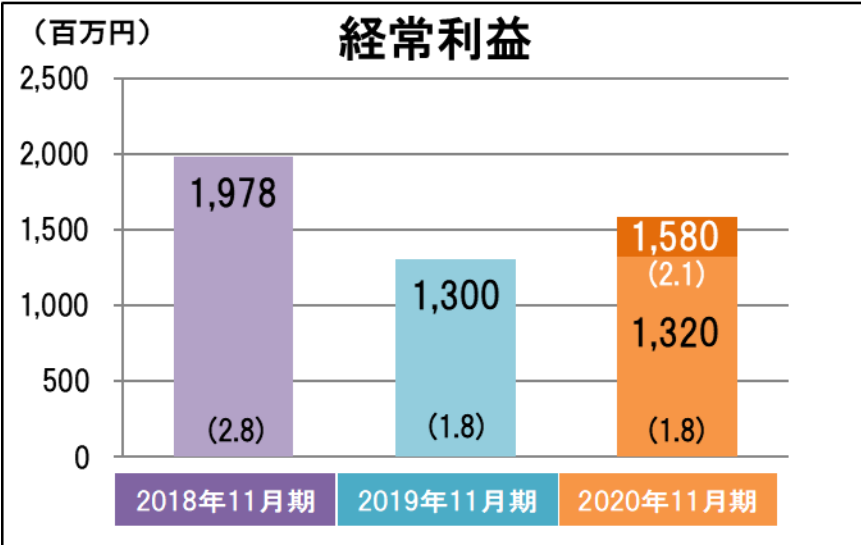
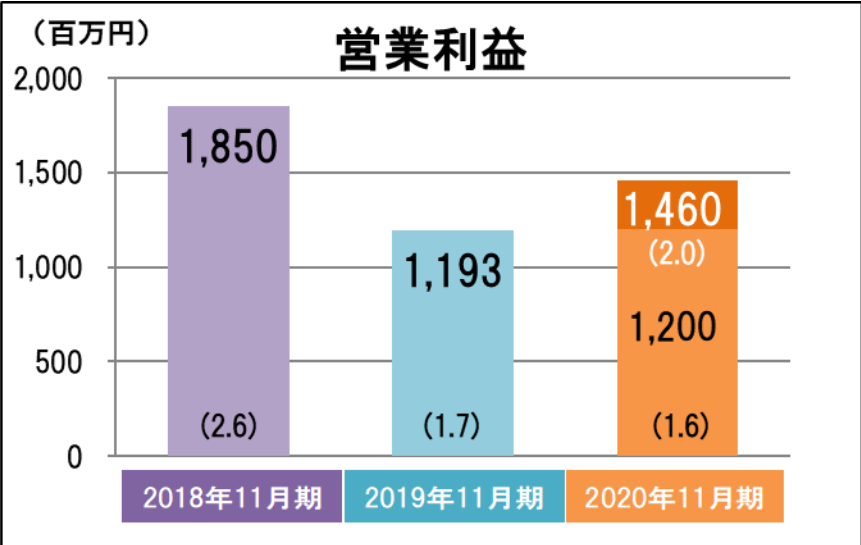
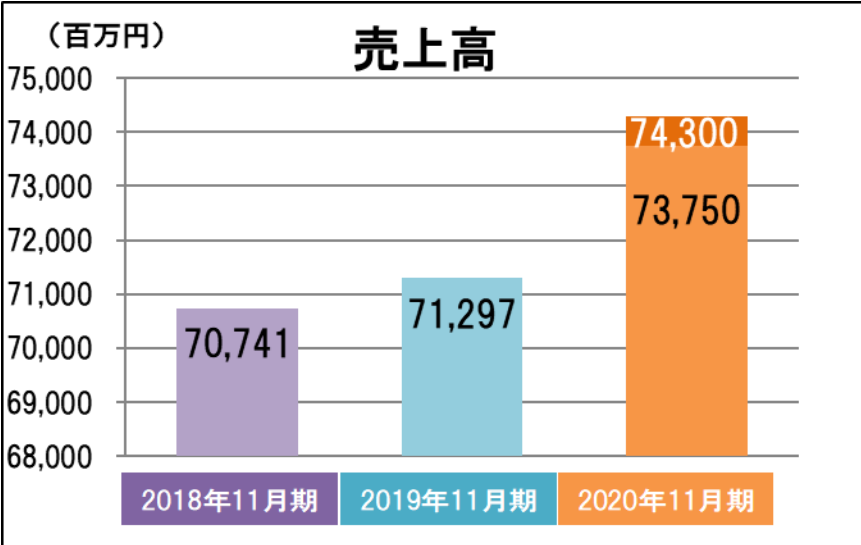
(単位:百万円)	2019年11月期 2Q	2020年11月期 2Q	増減
営業キャッシュ・フロー	968	1,657	689
投資キャッシュ・フロー	▲ 1,121	▲ 768	353
財務キャッシュ・フロー	▲ 135	▲ 135	▲ 0
現金・現金同等物換算差額	0	0	0
現金・現金同等物期首残高	4,299	4,190	▲ 109
現金・現金同等物期末残高	4,010	4,943	933



●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前四半期純利益776百万円に対して、
 加算項目は減価償却費545百万円、たな卸資産の減少405百万円等
 減算項目は仕入債務の減少559百万円、法人税等の支払236百万円等

2020年11月期通期の業績予想の修正内容についてCan★Do



2020年7月13日適時開示実施 / ()にある小数点1位の数値は、利益率を示す

2020年11月期の取り組み

進捗報告

2020年11月期 年度事業方針

『変化に対応する構造改革の実行』

100円以外の価格帯の
商品の販売開始

フランチャイズ店の
出店強化

2020年11月期の具体的取り組み：Ⅰ

『フランチャイズ店の出店強化』

2020年11月期 出店・退店方針

フランチャイズ契約等による出店強化

直営	■ 当社既存店が比較的多い主要都市部、商業施設を中心に収益性の高い出店を実行 ■ 不採算店の計画的退店
FC	■ 大手法人企業による出店の加速 ■ 新規取引法人企業の拡大
海外	■ 現在、約20ヶ国以上ある取引先への卸売を中心に取引を継続

フランチャイズ契約による出店のメリット

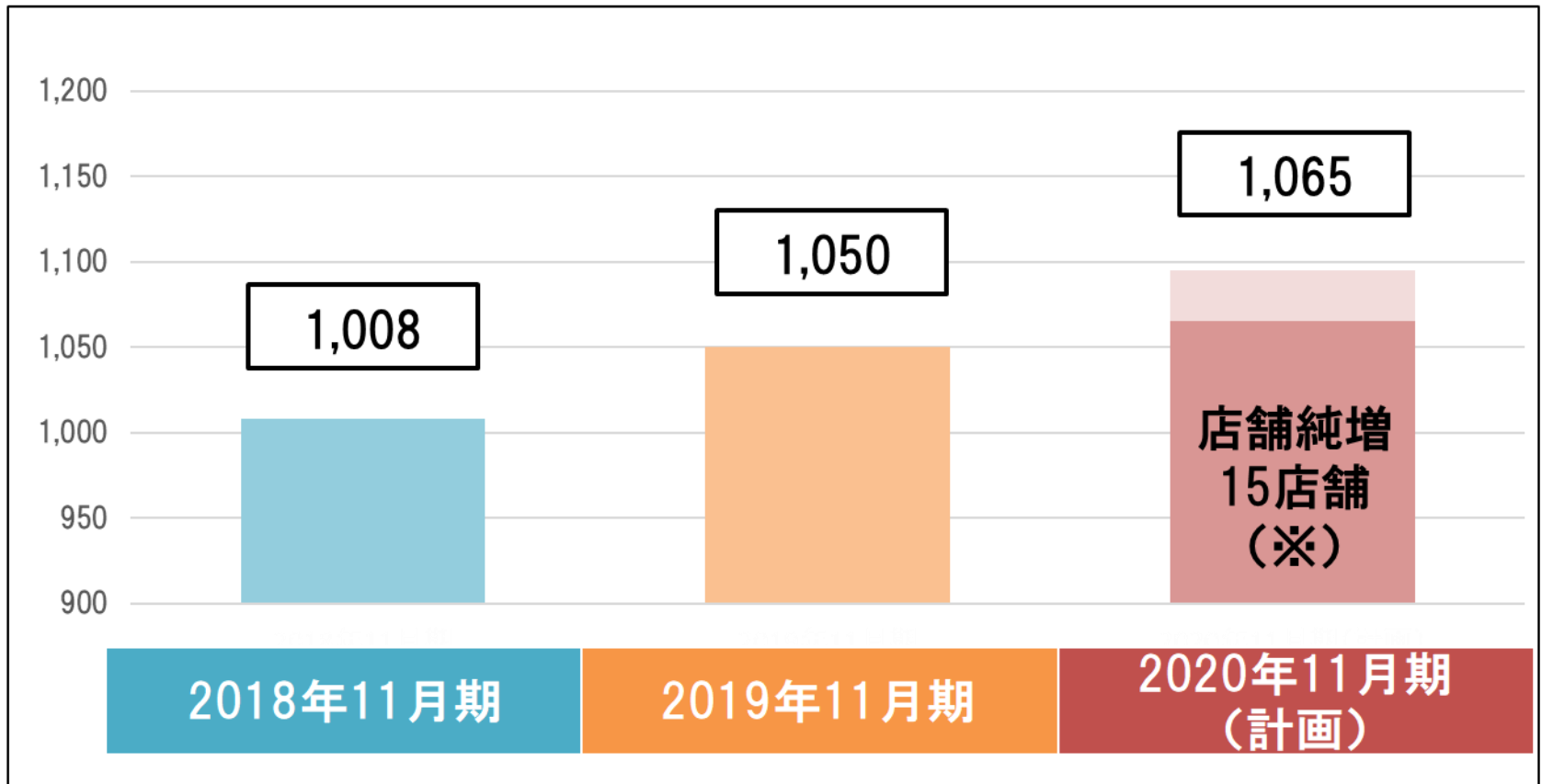
フランチャイズ
オーナー

- 集客力の向上
- 売場効率の向上
- 自社で取り扱えない商品のラインナップ追加

当社

- 直営店では出店しにくい郊外エリアへの出店
- 従業員採用不要での出店が可能
- 認知力の向上

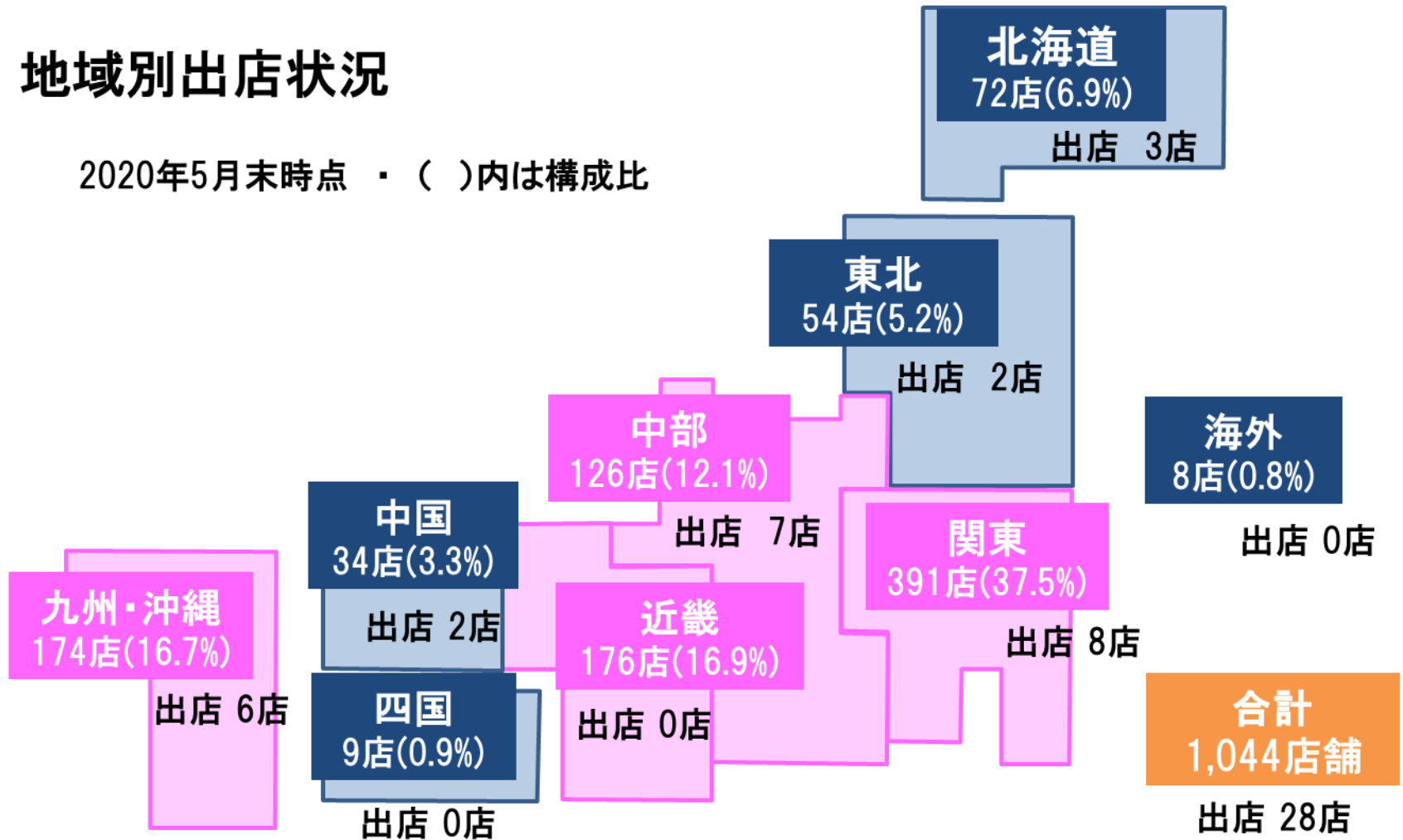
店舗数計画



(※)出店：100→70店舗、退店：55店舗

地域別出店状況

2020年5月末時点 ・ ()内は構成比



最新店舗事例：DCMカーマ日進竹の山店
(愛知県・2020年3月12日オープン・130坪・DCMカーマ1号店)



2020年11月期の具体的取り組み：Ⅱ

『ニーズに対応する商品開発』

2020年11月期 商品開発方針

他価格帯戦略と差別化戦略の推進

- お客様のニーズに対応する
確実性の高いバラエティーに富んだ商品開発
- オリジナリティーの更なる追求

他価格帯の商品開発

価格帯	200円、300円、400円、500円(税別)
販売開始	2020年7月
商品開発 コンセプト	■ 100円で販売ができなくなった商品 ■ 過去 他価格帯で販売し実績の高かった商品 ■ 一般市場で売れ筋の商品 ■ 独自性商品

他価格帯戦略の推進

① 100円で販売ができなくなった商品

コード付き安全タップ
3個口



グルーガン



折りたたみ椅子



ストレッチスリッパ



② 過去 他価格帯で販売し実績の高かった商品

ジャンプ傘 透明65cm



ステンレスボトル



③ 一般市場で売れ筋の商品

ハンディファン



充電式
モバイルバッテリー



他価格帯の商品の取扱い開始の告知

折りたたみ椅子



折りたたみ式でかさばらず、持ち運びにも便利な折りたたみイスです。

200円
(税込220円)

ショッピングバッグ 各種



内ポケットに収納出来る
携帯しやすい折りたためる
ショッピングバッグです。

300円
(税込330円)

電池式コンパクトファン



持ち運びに便利なコンパクト
サイズの電池式ハンディ
ファンです。

400円
(税込440円)

UV-LED レジンランプ



レジンクラフト・ネイル
アートに最適なUV-LEDラン
プです。

500円
(税込550円)

店頭POP

200円
(税込220円)

300円
(税込330円)

400円
(税込440円)

500円
(税込550円)

販売はじめました！



HP告知

①お客様ニーズに対応する確実性の高いバラエティーに富んだ商品開発

ドリンクボトルホルダー



真っ白な洗濯ネット



お風呂遊びグッズ



冷感スリッパ



②オリジナリティの更なる追求

うらめしにゃんこシリーズ



おやさいマルシェシリーズ



このページに記載されている商品は、当社のみのお取り扱いとなります。

- ・新型コロナウイルス対応として三密を防ぐため一時休止、現在は再開
- ・再開後、フォロワー数は、2020年7月現在、70万人超
- ・国内企業ランキングは、47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



冷凍保存用
お肉分別シール



豆皿シリーズ



くすみカラーの
ヘアアクセサリ



ほっこりタイム
フレークシール



- ・新型コロナウイルス対応として三密を防ぐため一時休止、現在は再開
- ・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

CHOCOTTO
スパークリングカラーシール



しまえなが
キッチングッズ



Sea Planet
シリーズ



サンリオミニメモ
シリーズ



2020年11月期の具体的取り組み：Ⅲ

『販売力の向上』

第27期 販売戦略

多様化するお客様のニーズに対応する販売戦略の推進

- 他価格帯の商品の販売開始の準備
- リニューアル(55店舗)
- QRコード決済の順次導入
- SNSとの連動 + 店頭イベント
- 接客教育への取り組み
- レジ袋有料化への対応(2020年7月～)

イオン加賀の里店(石川県)



リニューアル前



リニューアル後

ワークショップ・はっ犬ワンドゥイベントは、開催を中止 HPにて巣ごもり生活に役立つレシピを掲載



動画による教育ツールの活用



接客マニュアル動画



接客コンテストの様子

2020年7月1日より、レジ袋有料化を実施

レジ袋のご案内

環境保全促進のため、
マイバッグ持参のご協力をお願いいたします
レジ袋をご希望のお客様は



サイズ表

サイズ	高さ	幅	マチ
レジ袋S	42 cm	23 cm	12 cm
レジ袋M	60 cm	32 cm	13 cm
レジ袋L	80 cm	48 cm	22 cm

にて、お買い求めいただけます
ご入用の方はレジ従業員まで、お声がけください

Can★Do

レジ袋有料化告知(7/1～)

レジ袋ご購入 コミュニケーションボード

レジ袋は有料ですが、ご入用ですか

(英語) There is a charge for shopping bags, but would you like to need one?
(中国語) 塑料袋实行收费, 请问要购买吗?
(韓国語) 쇼핑백을 유료로 제공합니다. 필요하십니까?

Sサイズ 1枚2円(税抜) (英語) S size 2 yen/1P (excluding tax) (中国語) S号 一袋2日元(不含税) (韓国語) S사이즈 1매당 2원(세금제외)	Mサイズ 1枚4円(税抜) (英語) M size 4 yen/1P (excluding tax) (中国語) M号 一袋4日元(不含税) (韓国語) M사이즈 1매당 4원(세금제외)
Lサイズ 1枚7円(税抜) (英語) L size 7 yen/1P (excluding tax) (中国語) L号 一袋7日元(不含税) (韓国語) L사이즈 1매당 7원(세금제외)	不要 (英語) Unnecessary (中国語) 不要 (韓国語) 필요하지 않습니다.

Can★Do

コミュニケーションボード(7/1～)

2020年11月期の具体的取り組み:IV

『働き方改革への取り組み』

2017年11月期に開始した人事制度改革は、最重要取組としてリソースを集中し、継続して順次制度化を推進しております。

『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。



働き方改革への取り組み

- 人手不足への対応
- 従業員満足度の向上

【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドゥの現在の計画、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ゥ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。