

株式会社 くろがねや
(証券コード : 9855)

2007年5月期 決算説明会
2007年7月27日

<http://www.kuroganeya.co.jp>

2007 年 5 月期 決算概要

2007年5月期 決算のポイント

微減収増益

既存店売上低迷を新店フル稼働と利益率向上でカバー

着実な改革効果

粗利益率の向上

販売費及び一般管理費の安定

利益体質の確立

ローコストオペレーションの定着

2007年5月期 決算概要

(単位：百万円、%)

	2006年5月期 (57期)		2007年5月期 (58期)			
	金額	百分比	金額	百分比	前期比	計画比
売上高	16,369	100.0	16,300	100.0	-0.4	-4.1
営業利益	467	2.9	743	4.6	+59.1	+37.8
経常利益	524	3.2	775	4.8	+47.8	+37.4
当期利益	253	1.5	387	2.4	+53.1	+23.6

営業利益増加要因

(単位：百万円、%)

	前期差額	営業利益への 影響	要因
売上高	-68	-18	売上減少
粗利率	+1.9	+309	粗利率改善
販売管理費	15	-15	経費増加
営業利益	276	276	

営業損益の状況

売上高

(単位：百万円、%)

	前期比 (%)	コメント
売上高	99.6	既存店の落込みを新店（稲城押立店）がカバー
客数	99.0	広告サイズ [*] の縮小、回数減、ターゲットの減少
客単価	100.4	低価格のウェイト縮小
単品単価	106.2	売価特売からコレクション特売による効果

粗利益

(単位：百万円、%)

	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	増減	コメント
粗利益高	4,225	4,517	291	株カ-マとの連携による値入率改善 売上構成比の変化
粗利益率	25.8	27.7	+1.9	

販売費及び一般管理費

(単位：百万円、%)

	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	増減額	増減率	コメント
人件費	1,253	1,232	-21	-1.6	自動発注・稼働計画
販売費	399	386	-12	-3.1	広告サイズ [*] 縮小と新店の適性化
設備費	1,608	1,646	38	+2.4	新店開店に伴う増加
管理費	496	506	10	+2.0	

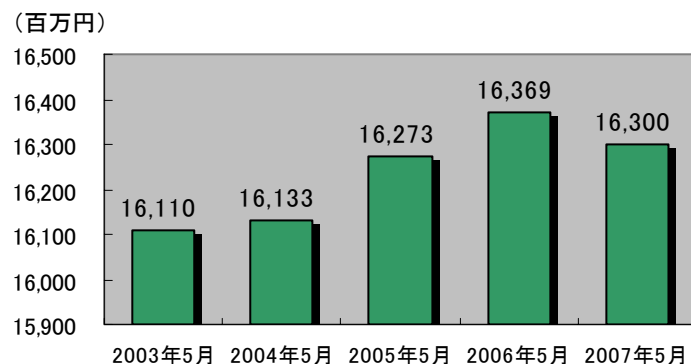
貸借対照表の概要

(単位：百万円)

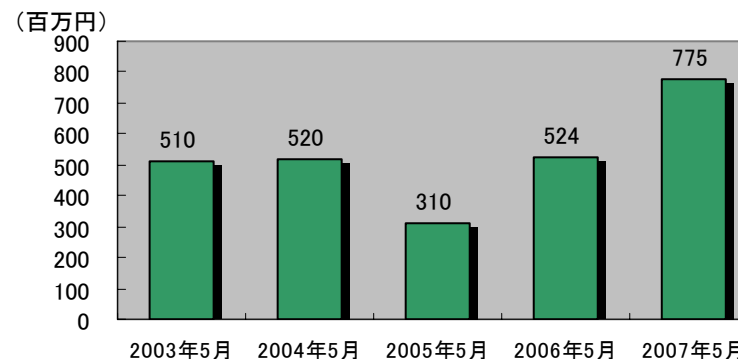
		2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	増減額	主たる増減要因
資 産	流 動 資 産	3,795	4,154	+358	現金及び預金の増加
	固 定 資 産	11,125	10,628	-496	有形固定資産の減少
	資 産 合 計	14,921	14,782	-138	—
負 債	流 動 負 債	4,899	5,145	+246	短期借入金の増加
	固 定 負 債	1,851	1,260	-590	長期借入金の減少
	負 債 合 計	6,750	6,405	-344	—
純 資 産	資 本 合 計	8,171	8,377	+206	利益剰余金の増加
負 債 及 び 純 資 産 合 計		14,921	14,782	-138	—

主要な経営指標等の推移

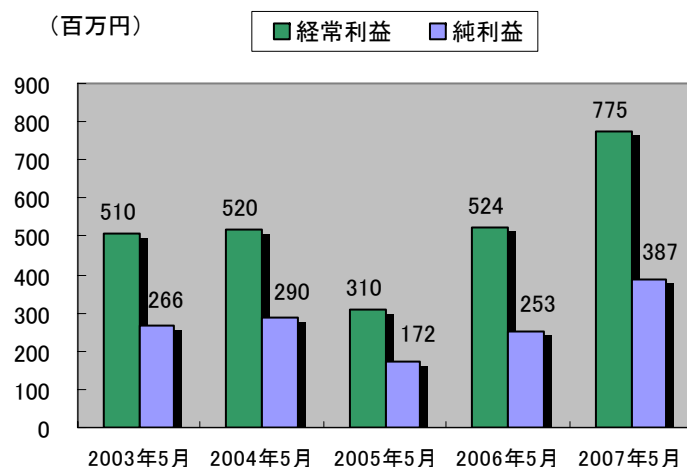
売上の推移



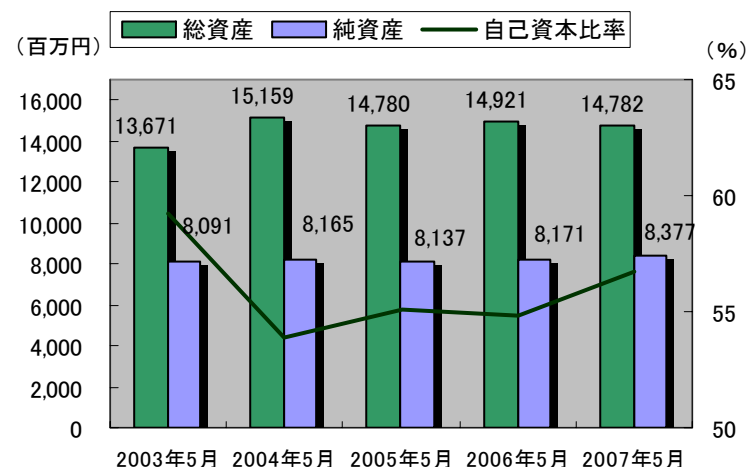
経常利益の推移



経常利益と純利益推移



総資産対純資産 (自己資本)



店舗の状況

(単位：百万円、%)

	2006年5月期 (57期)					2007年5月期 (58期)				
	出店	退店	店舗数	売上高	構成比	出店	退店	店舗数	売上高	構成比
山梨	0	0	13	9,471	59.3	0	0	13	8,874	55.9
神奈川	0	0	6	5,742	36.0	0	0	6	5,329	33.6
東京	1	0	1	757	4.7	0	0	1	1,667	10.5
合計	1	0	20	15,971	100.0	0	0	20	15,871	100.0

設備投資、減価償却費

(単位：百万円、%)

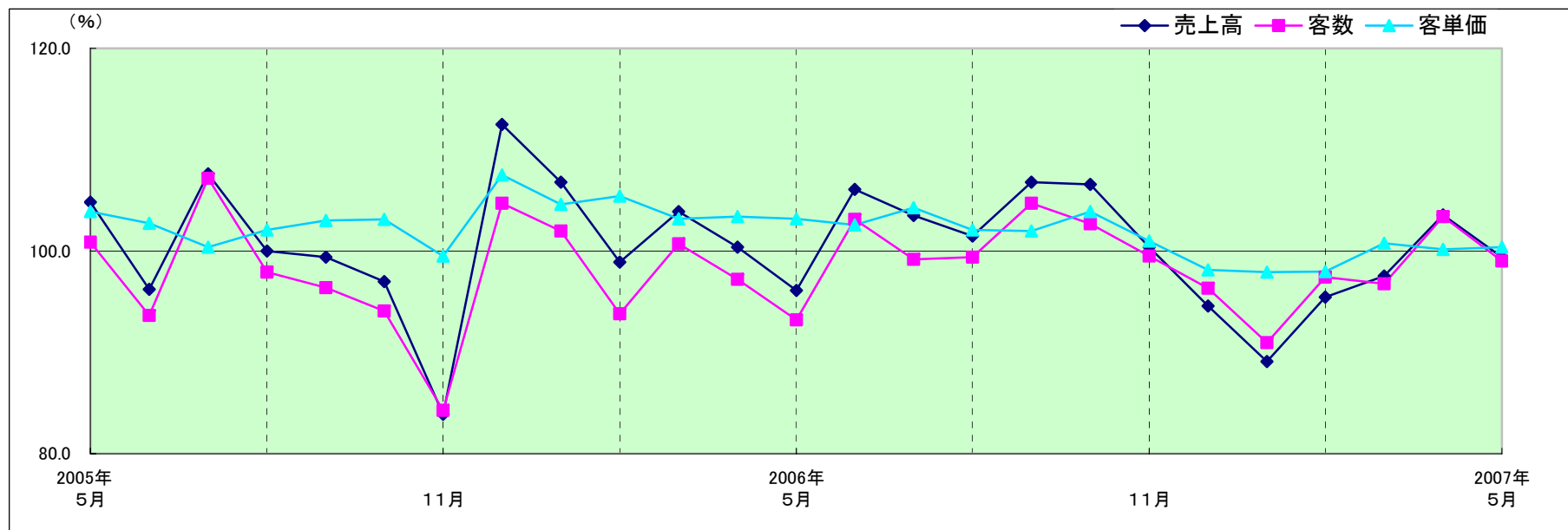
	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)
設備投資	939	56
減価償却	439	416

商品部門別売上高

(単位：百万円、%)

	2006年5月期 (57期)		2007年5月期 (58期)			傾向
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	
ダイニング	1,612	9.9	1,566	9.6	97.1	
カルチャー	989	6.0	965	5.9	97.6	
園芸	1,967	12.0	2,106	12.9	107.1	▲
DIY	1,567	9.6	1,722	10.6	109.9	▲
日用品	2,758	16.9	2,625	16.1	95.2	
カー用品	659	4.0	658	4.1	99.8	
履物	230	1.4	233	1.4	101.5	
ホームファニシング	1,171	7.2	1,205	7.4	102.9	
電気	1,159	7.1	1,123	6.9	96.9	
シーゾナル	1,541	9.4	1,262	7.7	81.9	▼
調理家電	363	2.2	357	2.2	98.4	
掃除・洗濯	345	2.1	352	2.2	102.3	
衣料	345	2.1	345	2.1	100.1	
ペット	1,259	7.7	1,344	8.2	106.7	▲
賃貸料収入	398	2.4	429	2.7	108.0	▲
合計	16,369	100.0	16,300	100.0	99.6	

既存店月次動向と売場効率



	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	増減 (%)
売り場面積(m ²)	56,647	56,647	-
3. 3m ² 当たり売上高(千円)	953	949	△ 0.4
正社員数(人)	139	120	△ 13.6
パート・アルバイト(8H換算、人)	207	212	+2.4
従業員1人当たり売上高(千円)	47,311	49,099	+3.7

(参考 全国ホームセンターの従業員1人当たり売上高(千円))

29,475 DIY小売業実態調査報告書より

業務改革の進捗と今期の戦略

出店計画及び基本戦略フロー

	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	2009年5月期 (60期)	2010年5月期 (61期)	2011年5月期 (62期)
出店計画		増減 店舗数	増減 店舗数	増減 店舗数	増減 店舗数	増減 店舗数
標準店舗	18	18	-1 17	-1 16	16	-1 15
スーパーデポ	2	2	1 3	2 5	5	5
合計	20	20	20	21	21	20

ローコスト
オペレーション

売場の標準化：パターン展開

作業の標準化：マネジメント
稼動計画
作業割当
従業員教育

利益体質の
変革

自動発注化

売価政策の変更

(株)カマとの連携強化 取引先統一
棚割共有の実験
スケールメリット

業務改革の成果

(単位：百万円、%)

	2004年5月期 (55期)	2005年5月期 (56期)	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	コメント
売上高 (単位:百万円)	16,133	16,273	16,369	16,300	—
粗利益率	24.4	23.5	25.8	27.7	値入改善
営業利益率	2.9	1.5	2.9	4.6	経費率の安定化
在庫高 (既存店前期比)	100.2	94.7	97.4	100.5	自動発注の効果 (適性化)
就労時間 (既存店前期比)	103.9	93.0	94.0	100.4	マネジメントの標準化 (適性化)
ロス率	1.58	1.69	1.42	0.66	商品管理の徹底

今後の重点戦略 1

(1) 商品政策：売上・粗利対策

	対 策		想定される効果
売 上	品揃え	(株)カーマとの共通棚割、製販協働体制	既存店売上高 99.8% (ただし、大型店を除く)
	売場構成	データに基づく ABC パターンの摘要	
	サービス	接客・説明販売の強化 (人員育成、採用)	高付加価値商品の販売
	プロモーション	プロモーション計画(データ分析)の精度向上	52週タイムリーな提案力
粗 利	原価低減	(株)カーマとの取引先統一及び棚割共有 ロス率の改善 処分ロス、不明ロス対策	共通商品化 20~100% 粗利改善 0.6%~3%

今後の重点戦略 2

(2) オペレーション

	対 策	想定される効果
ローコスト化	店長マネージメントの標準化 人時売上高目標による稼働計画 作業分析 作業割当の適正化 従業員能力分析 教育実施	人件費のコントロール
	自動発注システムの精度向上	機会ロスの低減

(3) 出店戦略

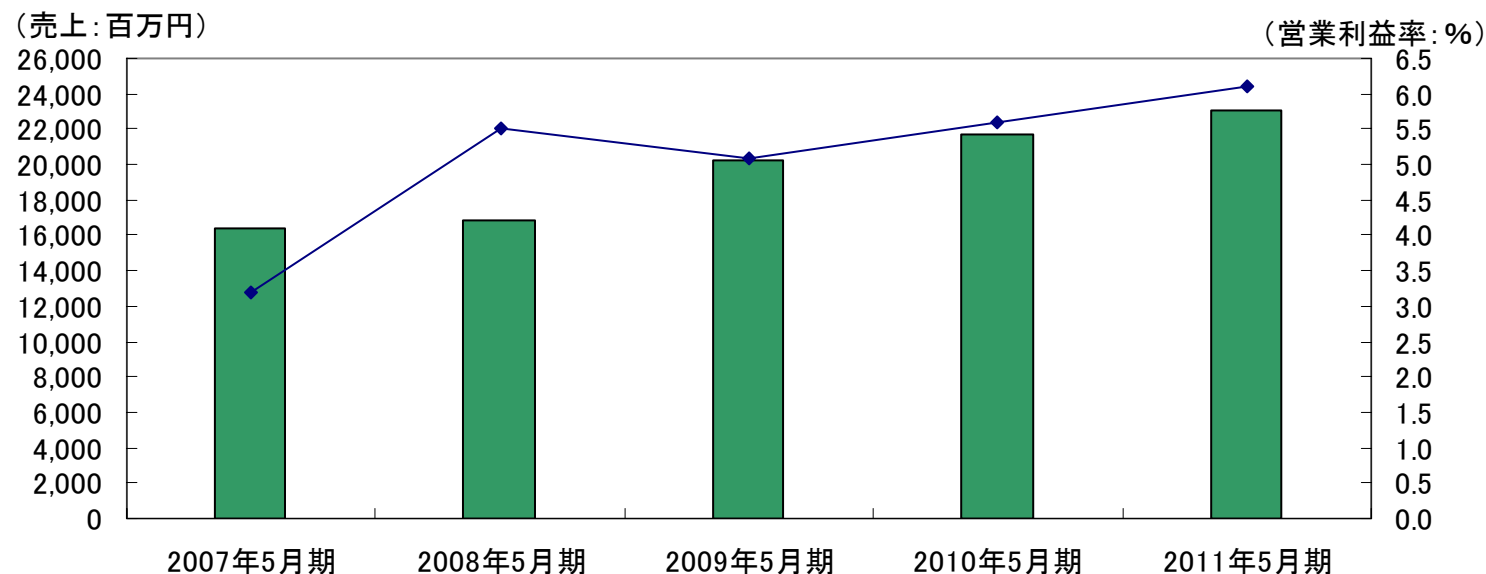
出店戦略	計画的出店	標準店・SPA・デポ店を各々1、2店舗出店及びスクラップ
	設備費の適正化	賃料・償却費・水道光熱費の適正值内の出店

今後の見通しの前提

	2008年5月期 上期 (59期)	2008年5月期 下期 (59期)	2008年5月期 通期 (59期)	(ご参考) 2007年5月期 通期 (58期)
出店	標準店 18 スパ・テ・ホ° 2 合計 20	標準店 17 スパ・テ・ホ° 3 合計 20	標準店 17 スパ・テ・ホ° 3 合計 20	標準店 18 スパ・テ・ホ° 2 合計 20
既存店売上 (前期比)	102.2%	100.7%	101.4%	15,871
全店売上 (前期比)	102.2%	104.2%	103.2%	15,871
商品粗利益率	28.0%	28.0%	28.0%	27.3%
販売費及び 一般管理費 (売上対比)	23.4%	22.4%	22.9%	23.1%

上記数値には、不動産賃貸料収入及び不動産収入原価は勘案されておりません。

業績見通し



(単位：百万円、%)

	2007年5月期 (58期)		2008年5月期 (59期)		2009年5月期 (60期)		2010年5月期 (61期)		2011年5月期 (62期)	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
売上高	16,300	100.0	16,821	100.0	20,200	100.0	21,700	100.0	23,000	100.0
営業利益	743	4.6	928	5.5	1,031	5.1	1,215	5.6	1,405	6.1

今後の方向性

H C 業界は、より高い生産性・合理性を追求する寡占化グループと独立系乱立組とに区分されております。

当社は、(株)カーマとの連携を軸にスケールメリットを享受しつつ、当社の武器である売場とマネジメントの標準化によるところのローコストオペレーションの技術を駆使し、収益性・安定性の高い経営を目指しております。

一方、成長戦略として、出店計画を推進する中、このような経営内容や神奈川県・東京都など首都圏への実績が評価され、民間や自治体の計画する商業施設への誘致などを要請される状況も生まれつつあります。

当社は、H C 業界の動向に連動しつつ、強い経営基盤を基に積極的な成長戦略を描いてまいります。

資料お問合せ先：
管理部 管理担当常務取締役 川崎
055-241-2472

ご注意

- ・ 本資料は当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的として作成されたものではありません。
- ・ 本資料に掲載されている事項は、資料作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性及び完全性を保証または約束するものではありませんので、ご了承ください。