

株式会社 くろがねや
(証券コード : 9855)

2008年5月期 決算説明会
2008年7月25日

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

2008 年 5 月期 決算概要

2008年5月期 決算のポイント

増収減益

新規出店による売上増加と出店コストの増加

着実な改革効果と反作用

粗利益率の向上

販売費及び一般管理費の増加

利益体質の確立

ローコストオペレーションの定着

2008年5月期 決算概要

(単位：百万円、%)

	2007年5月期 (58期)		2008年5月期 (59期)		
	金額	百分比	金額	百分比	前期比
売上高	16,300	100.0	16,925	100.0	+3.8
営業利益	743	4.6	589	3.5	-20.7
経常利益	775	4.8	614	3.6	-20.8
当期純利益	387	2.4	246	1.5	-36.4

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	624	171	新店及びスーパー・デポの寄与
粗利率	-0.2	-34	仕入原価の値上げ
販売管理費	291	-291	社員採用増加、新店コスト
営業利益	-154	-154	

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	103.8	新規出店による売上増加とスーパーデポ店の売上増加
客数	101.6	広告サイズの縮小、回数減
客単価	102.3	買上点数の増加
単品単価	98.3	灯油の販売ウェイト増加

粗利益

(単位：百万円、%)

	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	増減	コメント
粗利益高	4,517	4,654	137	(株)カ-マとの連携による値入率改善の継続 売上構成比の変化
粗利益率	27.7	27.5	-0.2	

販売費及び一般管理費

(単位：百万円、%)

	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	増減額	増減率	コメント
人件費	1,232	1,325	+93	+7.5	新規出店に伴う増加
販売費	386	409	+23	+6.0	
設備費	1,646	1,780	+133	+8.1	
管理費	506	548	+41	+8.2	
合計	3,773	4,064	+291	+7.7	

貸借対照表の概要

(単位：百万円)

		2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	増減額	主たる増減要因
資 産	流 動 資 産	4,154	4,367	+213	たな卸資産の増加
	固 定 資 産	10,628	10,739	+111	土地の増加
	資 産 合 計	14,782	15,107	+324	-
負 債	流 動 負 債	5,145	5,526	+381	買掛金及び借入金の増加
	固 定 負 債	1,260	1,257	-3	長期借入金の減少
	負 債 合 計	6,405	6,783	+378	-
純 資 産	資 本 合 計	8,377	8,323	-53	自己株式の増加
負 債 及 び 純 資 産 合 計		14,782	15,107	+324	-

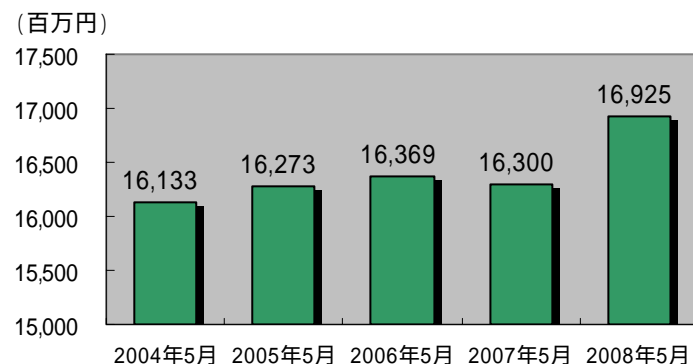
損益計算書の概要

(単位：百万円)

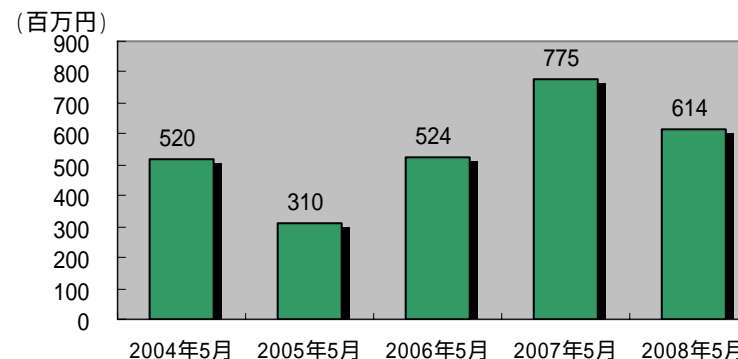
	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	増減額	前期比(%)
売上高	16,300	16,925	624	+3.8
売上原価	11,783	12,270	486	
売上総利益	4,517	4,654	137	+3.0
販売費及び一般管理費	3,773	4,064	291	
営業利益	743	589	-154	-20.7
営業外収益	54	50	-4	
営業外費用	22	25	2	
経常利益	775	614	-161	-20.8
特別損失	55	110	55	
税引前当期純利益	720	503	-216	-30.1
法人税、住民税及び事業税等	332	256	-75	
当期純利益	387	246	-141	-36.4

主要な経営指標等の推移

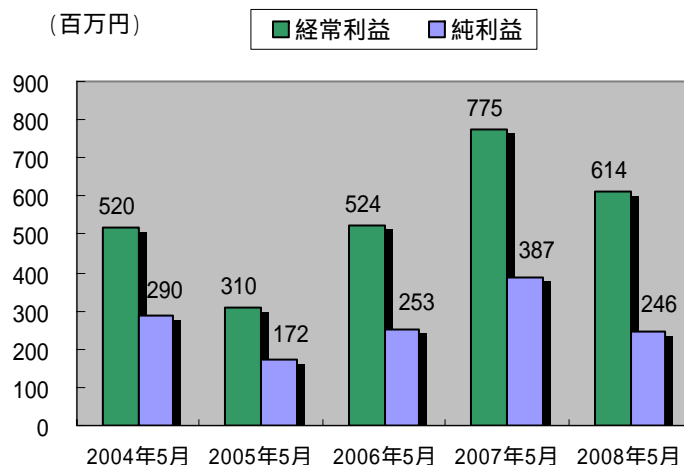
売上の推移



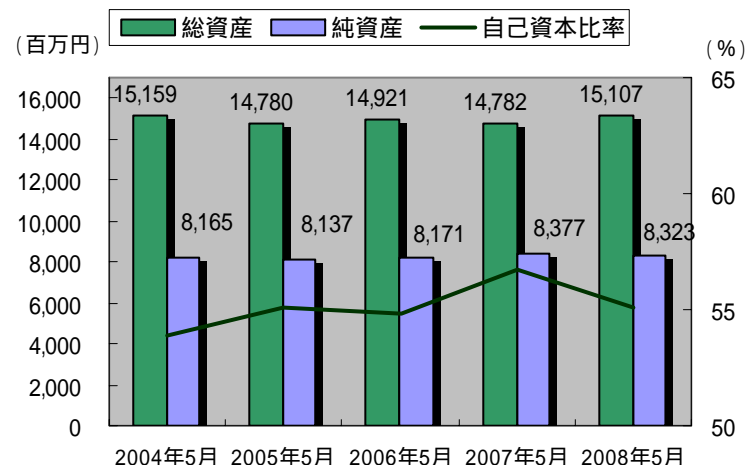
経常利益の推移



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、%)

	2007年5月期 (58期)					2008年5月期 (59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	8,874	55.9	0	0	13	8,743	53.0
神奈川	0	0	6	5,329	33.6	1	1	6	5,821	35.3
東京	0	0	1	1,667	10.5	0	0	1	1,928	11.7
合計	0	0	20	15,871	100.0	1	1	20	16,493	100.0

設備投資、減価償却費

(単位：百万円、%)

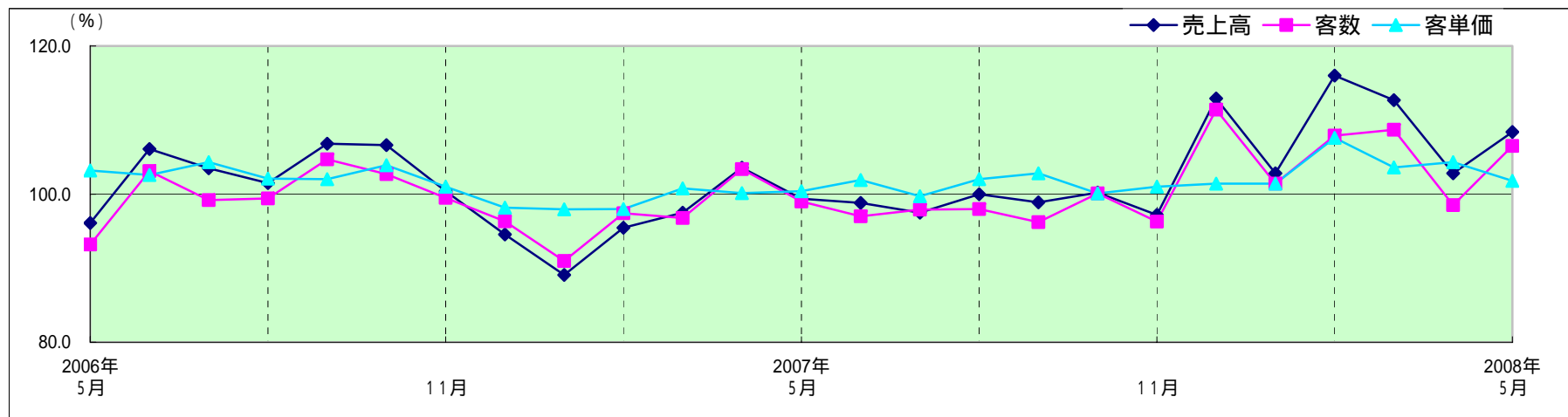
	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)
設備投資	56	561
減価償却	416	391

商品部門別売上高

(単位：百万円、%)

	2007年5月期 (58期)		2008年5月期 (59期)			傾向
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	
ダイニング	1,566	9.6	1,621	9.6	103.5	
カルチャー	965	5.9	975	5.8	101.0	
園芸	2,106	12.9	2,131	12.6	101.2	
DIY	1,722	10.6	1,845	10.9	107.1	▲
日用品	2,625	16.1	2,615	15.4	99.6	
カー用品	658	4.1	711	4.2	108.0	▲
履物	233	1.4	224	1.3	96.2	▼
ホームファニッシング	1,205	7.4	1,181	7.0	98.0	
電気	1,123	6.9	1,105	6.5	98.4	
シーゾナル	1,262	7.7	1,625	9.6	128.7	▲
調理家電	357	2.2	359	2.1	100.5	
掃除・洗濯	352	2.2	351	2.1	99.7	
衣料	345	2.1	348	2.1	100.9	
ペット	1,344	8.2	1,396	8.3	103.9	
賃貸料収入	429	2.7	431	2.5	100.5	
合計	16,300	100.0	16,925	100.0	103.8	

既存店月次動向と売場効率



	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	増減 (%)
売り場面積 (m ²)	56,647	62,923	+11.1
3.3 m ² 当たり売上高 (千円)	949	887	6.5
正社員数 (人)	120	170	+41.7
パート・アルバイト (8H 換算、人)	212	233	+ 9.9
従業員1人当たり売上高 (千円)	49,099	41,998	14.5

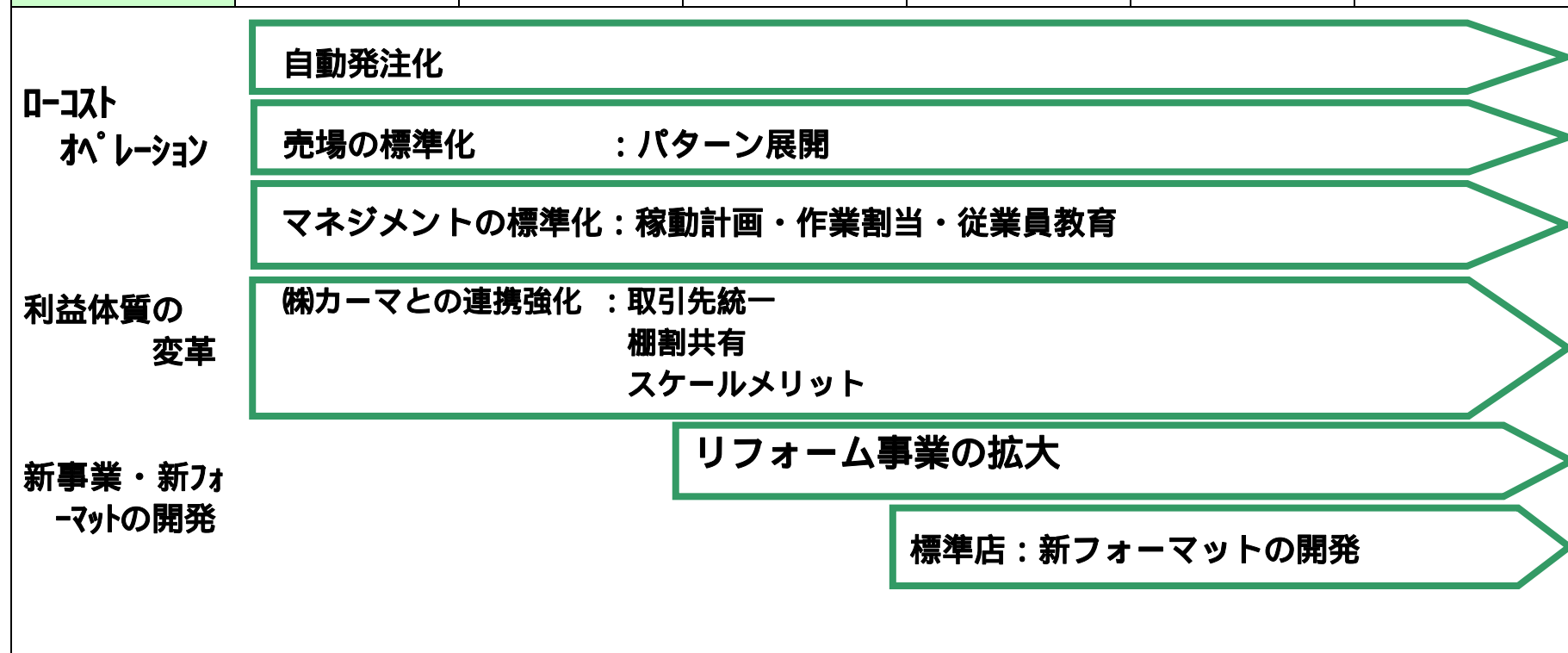
(参考 全国ホームセンターの従業員1人当たり売上高(千円)

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

	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)	2012年5月期 (63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	-1 17	-2 15	-2 13	-2 11	11
新フォーマット				3 3	2 5	1 6
スーパーデポ	2	1 3	2 5	5	5	1 6
合計	20	20	20	21	21	23



業務改革の成果

(単位：百万円、%)

	2005年5月期 (56期)	2006年5月期 (57期)	2007年5月期 (58期)	2008年5月期 (59期)	コメント
売上高 (単位:百万円)	16,273	16,369	16,300	16,925	-
粗利益率	23.5	25.8	27.7	27.5	値入改善の継続
営業利益率	1.5	2.9	4.6	3.5	経費率の安定化
在庫高 (既存店前期比)	94.7	97.4	100.5	100.6	自動発注の効果 (適性化)
ロス率	1.69	1.42	0.66	0.80	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	103.3%
	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 コレクション特売	52 週タイムリーな提案力 がゴリ毎のシェア拡大	
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 粗利改善	20 ~ 60% 0.6% ~ 1.8%

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	機会ロス低減

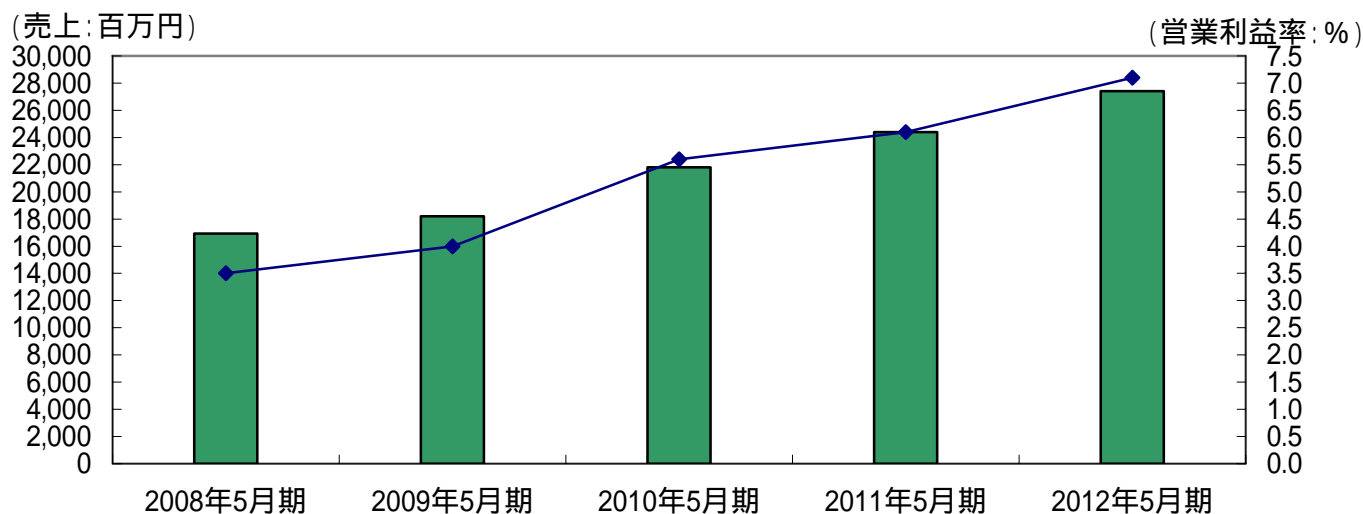
(3) 出店・新規事業戦略

出店戦略	計画的出店	標準店の新フォーマット店・スーパーデポ店を各々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
新規事業戦略	リフォーム事業	スーパーデポの主力事業化
	標準店の新フォーマット	売場構成の再構築による生産性の向上

今後の見通しの前提

	2009年5月期 上期 (60期)	2009年5月期 下期 (60期)	2009年5月期 通期 (60期)	(ご参考) 2008年5月期 通期 (59期)
出店	標準店 16 スーパーデポ 4 合計 20	標準店 15 スーパーデポ 5 合計 20	標準店 15 スーパーデポ 5 合計 20	標準店 17 スーパーデポ 3 合計 20
既存店売上 (前期比)	102.4%	104.1%	103.3%	14,763
全店売上 (前期比)	107.4%	107.8%	107.6%	16,925
商品粗利益率	29.0%	28.0%	28.5%	27.5%
販売費及び 一般管理費 (売上対比)	25.8%	23.3%	24.5%	24.0%
営業利益 (売上対比)	3.2%	4.7%	4.0%	3.5%

業績見通し



(単位:百万円、%)

	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)		2012年5月期 (63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	16,925	100.0	18,210	100.0	21,800	100.0	24,400	100.0	27,400	100.0
営業利益	589	3.5	724	4.0	1,220	5.6	1,487	6.1	1,944	7.1

今後の方向性

HC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、計画的出店を推進すると同時に新フォーマットの開発や新規事業として、リフォーム事業の拡大を図っていく所存であります。

当社は、HC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 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。