

株式会社くろがねや (証券コード9855)

2011年5月期 決算説明会
2011年7月21日

ホームセンター業界の現状

ホームセンターマーケットの推移及び当社の位置づけ

ダイヤモンド・ホームセンター
2010.9月号

	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	1社平均
総売上高 (億円)	36,494	36,544	36,515	36,425	35,970	157
企業数 (社)	312	302	285	260	229	
店舗数	3,885	3,967	4,052	4,135	4,205	18

当社2009年度売上高(億円)	172	229社中40番目
当社2009年度期末店舗数	21	

当社2010年度売上高183億円
当社2010年度末店舗数22店舗

2011年5月期 決算概要

2011年5月期の特筆すべき事業活動

2010年7月14日、成城店(東京都世田谷区成城)オープン

2010年9月18日、和戸リフォーム館(山梨県甲府市和戸町)オープン

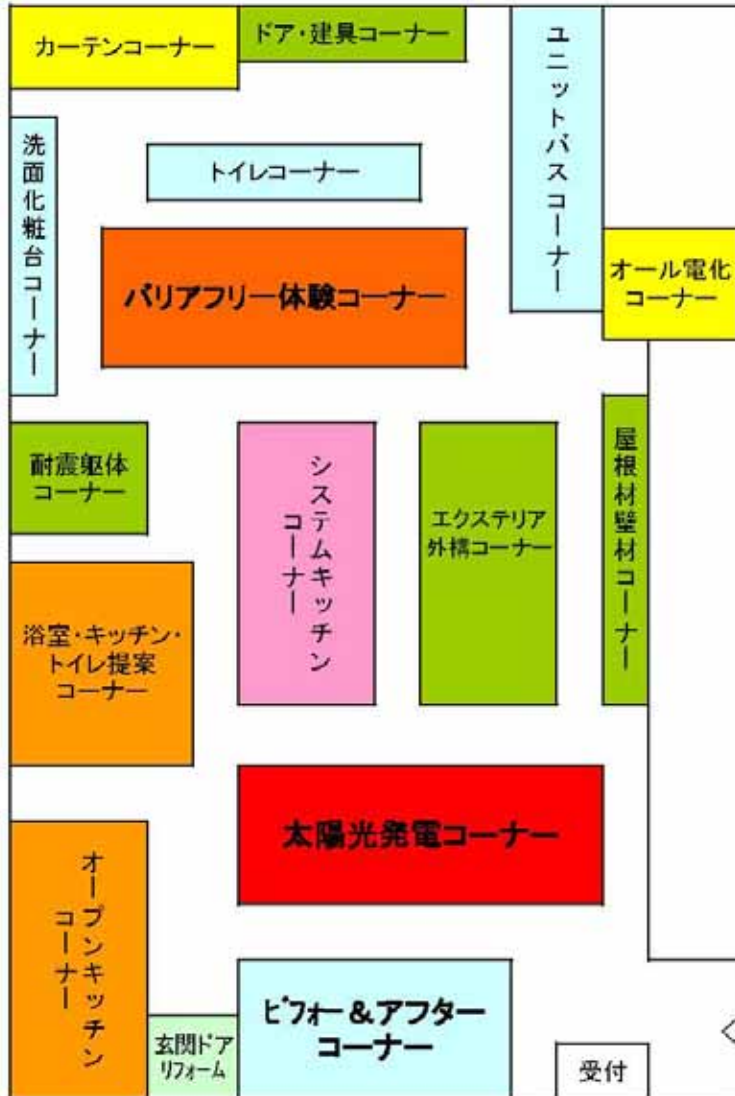
2010年11月、田富店(山梨県中央市山之神)にドラッグコーナー新設

2011年3月24日、新河口湖店(山梨県南都留郡富士河口湖町)オープン (移転・増床)

成城店



和戸リフォーム館



2010年11月17日
山梨日日新聞
田富店に関する新聞記事

くろがねや 医薬品販売参入



あす田富店に
直営コーナー

大衆薬や健康食品扱う

ホームセンターのくろがねや（甲府市中小河原一丁目、堀込丹社長）は、ドラッグ事業に参入する。既存店舗に直営のコーナーを設け、医師の処方なしで買える大衆薬（一般用医薬品）をはじめ、化粧品や健康食品、介護用品などを販売。18日、1カ所目のドラッグコーナーを田富店にオープンさせる。他社との差別化を図り、集客と売り上げアップにつなげるのが狙いで、将来的には大型店でも展開することを計画している。

2009年6月の改正薬事法の施行で「登録販売者」を置けば、大衆薬の9割以上が販売可能になったことから、ドラッグ事業への参入を計画。同社としては初めて本格的な食品売り場を備え、「衣・食・住」全般にわたる商品をそろえる新たな店舗モデルに位置付けている田富店を、参入1号店に選んだ。

収益性を高めるため、既存のドラッグストアをテナントとして入居させるのではなく、壁一面に陳列した医薬品

く、直営とした。店舗東側に約440平方メートルのドラッグ売り場を新設。新たに薬剤師1人と、登録販売者ら4人を雇用し、風邪薬や鎮痛剤などの第2類、ビタミン剤や整腸剤などの第3類を扱う。

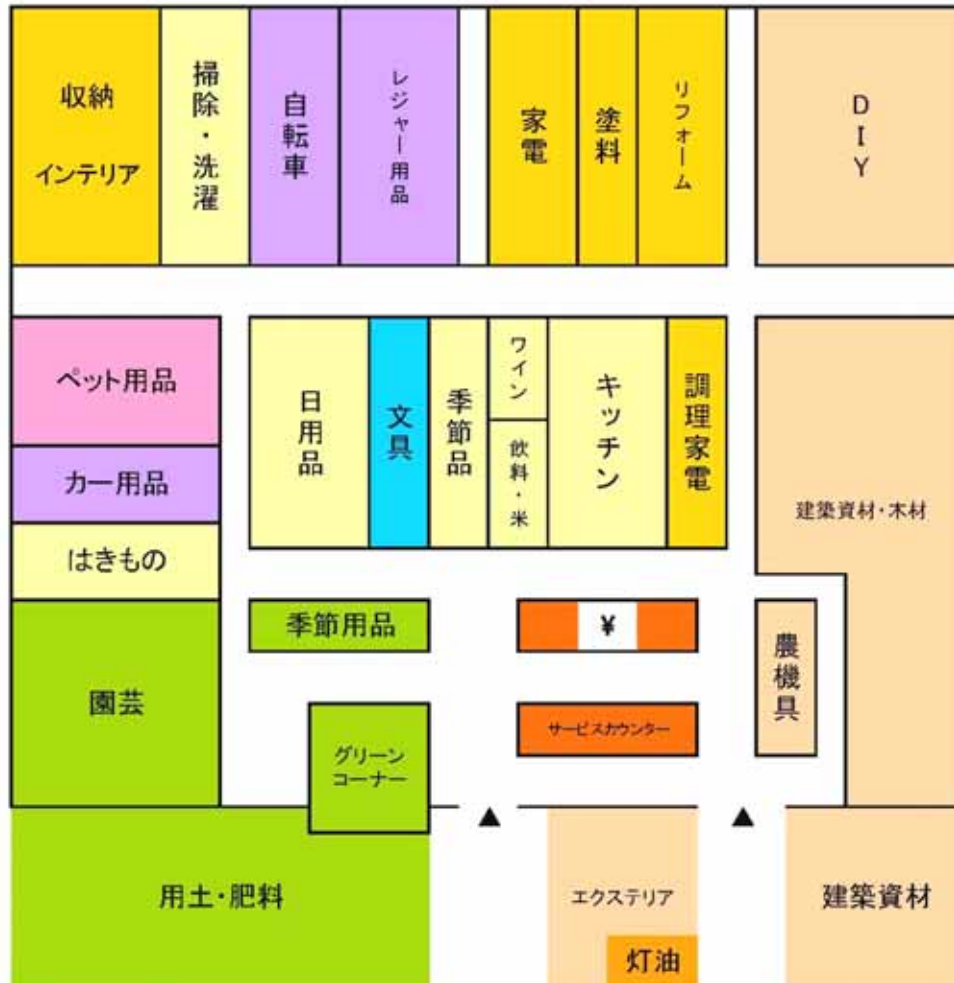
売り場の壁一面に高さ約1

80センチの薬コーナーを設置。「のどの痛み・せき・たん」「肌荒れ・にきび」など、症状を示す看板を上部に取り付け、店内に入ると二目で売り場が分かるよう工夫した。医薬品で約3千種類をそろえる。

このほか、おむつや簡易型トイレ、つえなど介護用品を充実させたほか、ベビー用品や血圧計、栄養ドリンク、化粧品なども幅広く取りそろえている。

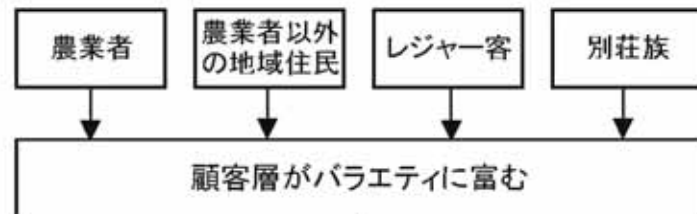
同社は、ドラッグ事業で初年度1億円以上の売上高を目指している。堀込社長は「田富店のノウハウを生かし、スーパーデポ店（大型店）でもドラッグ事業を展開していきたい」と話している。

河口湖店の移転・増床



1500坪スタイルの新フォーマット2号店
多彩な顧客層に向けて
日用品もDIYもレジャーも幅広くカバー

- 周辺町村を含めた10km～15km商圏人口は10万人
- 地域の主要産業は農業と観光業
- 富士山と富士五湖を控えた観光地
- 店舗周辺の高原地帯に別荘地点在



農業資材、日用品、アウトドア用品からワインまで、
取扱いアイテムは幅広い。また、リフォーム部門は別
荘族主体に需要を見込む。

貸借対照表の概要

(単位:百万円)

		2010年5月期 (61期)	2011年5月期 (62期)	増減額
資 産	流動資産	5,116	5,220	+104
	固定資産	11,777	11,781	+3
	資産合計	16,893	17,001	+107
負 債	流動負債	5,865	5,888	+22
	固定負債	2,678	2,697	+18
	負債合計	8,544	8,586	+41
純資産	資本合計	8,349	8,415	+66
負債及び純資産合計		16,893	17,001	+107

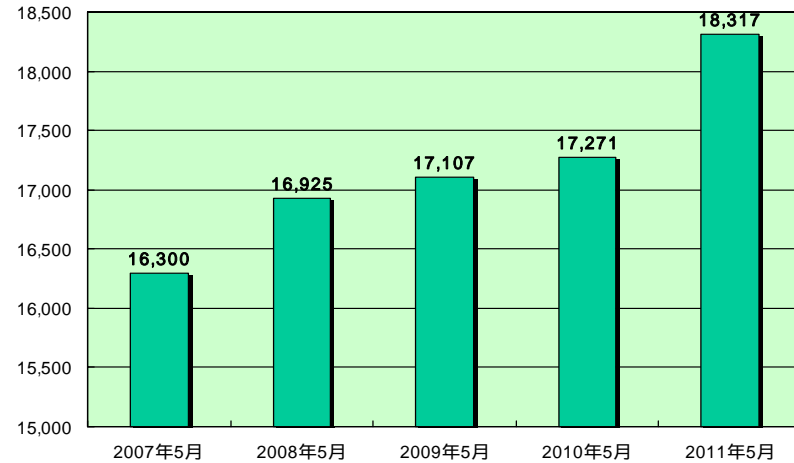
損益計算書の概要

(単位:百万円)

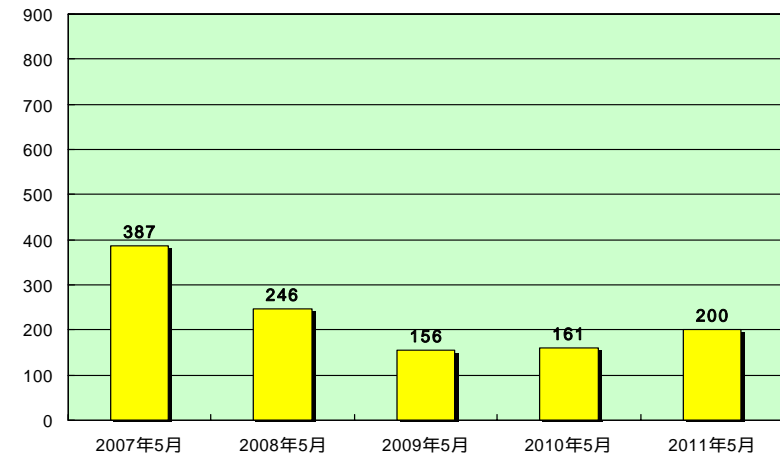
	2010年5月期 (61期)	2011年5月期 (62期)	増減	前期比 (%)
売上高	17,271	18,317	+104	+6.1
営業利益	334	425	+90	+27.1
経常利益	330	435	+105	+31.8
当期純利益	161	200	+39	+24.6

主要な経営指標等の推移

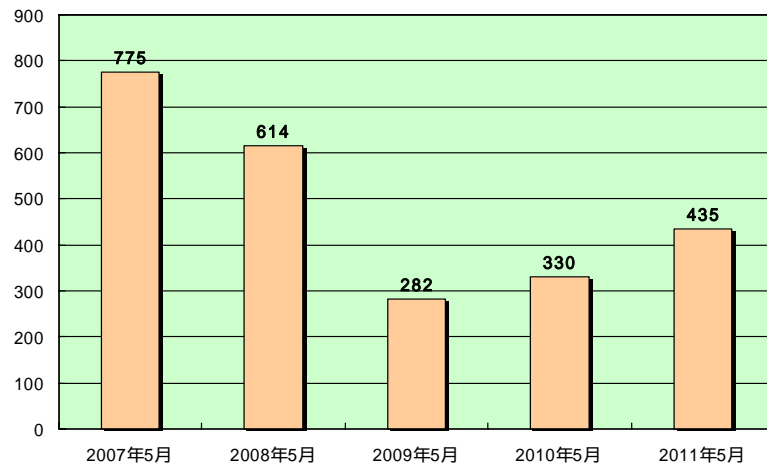
(百万円) 売上高の推移



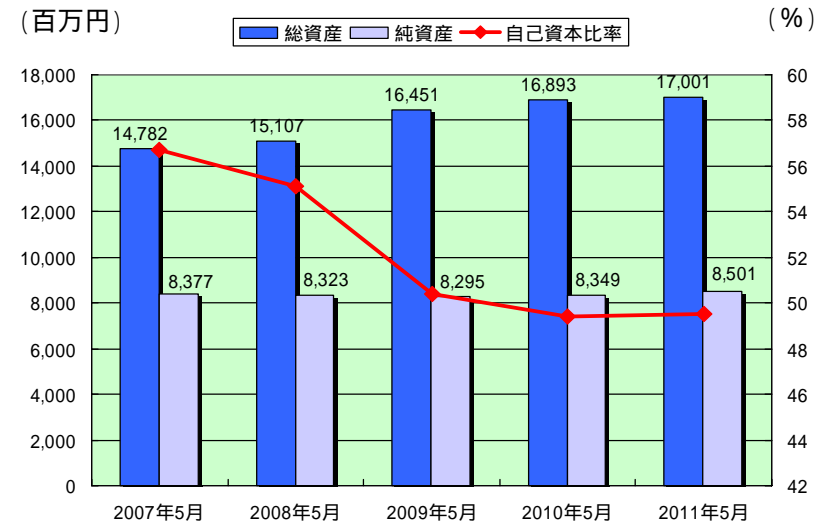
(百万円) 当期純利益の推移



(百万円) 経常利益の推移



総資産対純資産(自己資本)



今後の戦略と業績見通し

経営戦略

店舗戦略

- 既存店の売場改装等による売上増強とドミナント戦略の推進
- 神奈川・東京地区への出店

事業戦略

- リフォーム事業の積極的展開

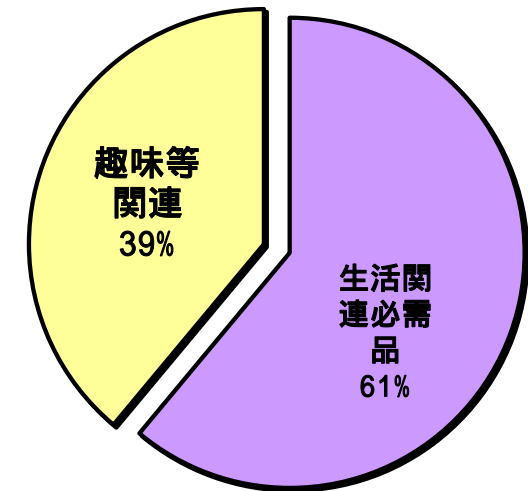
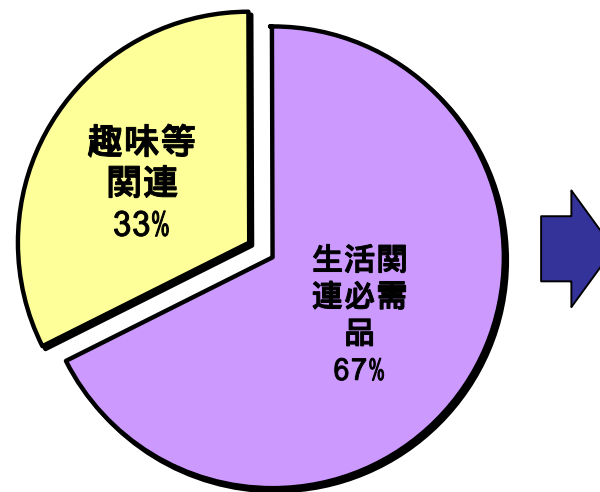
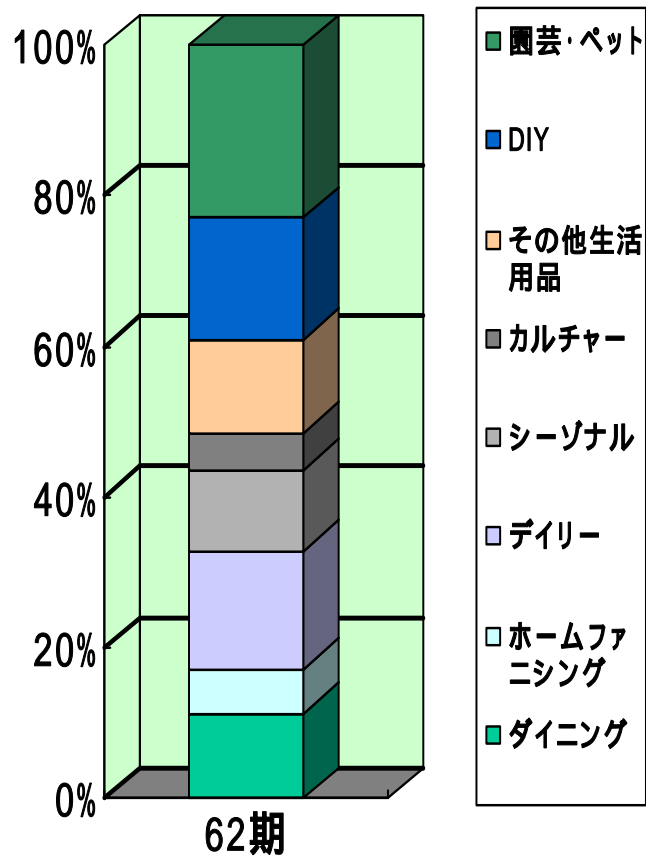
基本戦略

- ローコストオペレーションの推進と商品在庫の適正化

店舗戦略

➤ 既存店の売場改装等による売上増強

～ 部門別売上高の変化 ～



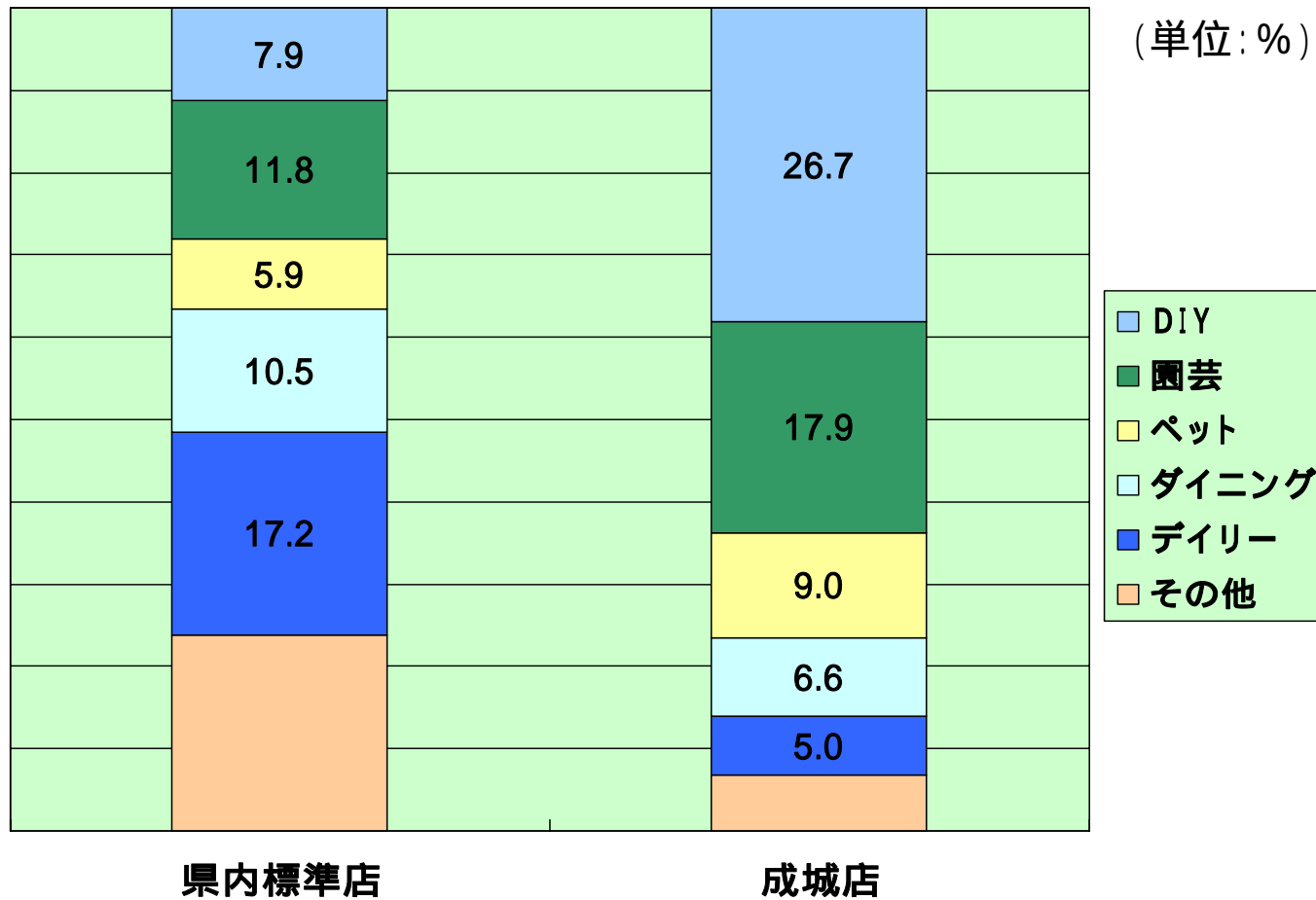
58期

62期

店舗戦略

➤ 既存店の売場改装等による売上増強

～ 県内店と成城店の売上構成比比較 ～



店舗戦略

➤ 既存店の売場改装等による売上増強

～ 新たな売場作りの挑戦 ～

田富店

河口湖店

食品

ドラッグ

農機具

レジャー



衣料



リフォーム



DIY



店舗戦略

▶ ドミナント戦略の推進

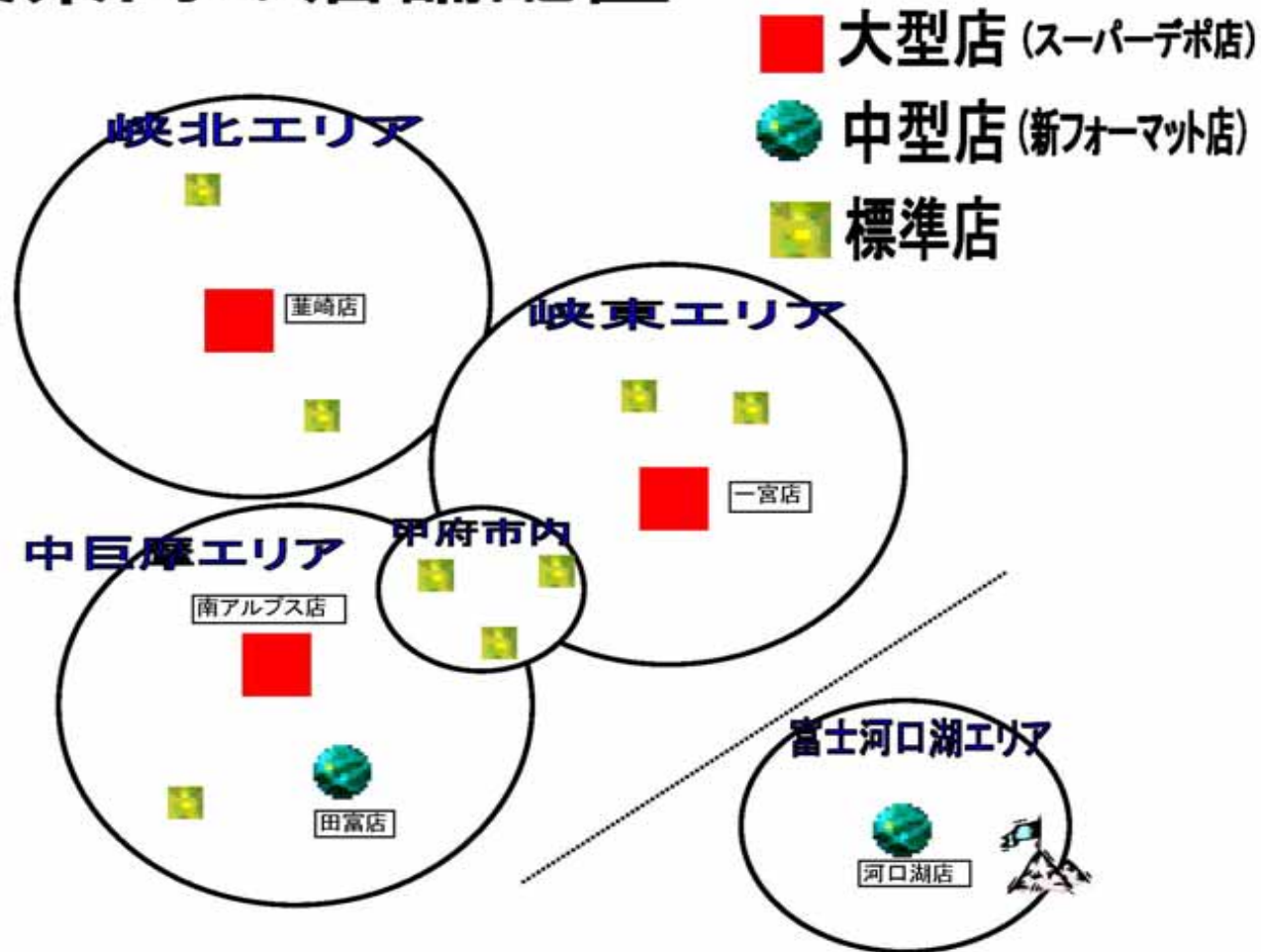
～ 店舗区分 ～

	標準店舗	大型店舗	新フォーマット店舗
売場面積	600～700坪	2,000坪以上	1,500坪
商 圏	3～4km	6～10km	3～4km <small>店舗立地により異なる</small>
アイテム数	約4万点	約8万点	約6万点
コンセプト	毎日の生活場 面を充足	プロユースや 特殊な生活場 面までカバー	衣食住において 「便利さと楽しさ」 を徹底的に追求

店舗戦略

➤ ドミナント戦略の推進

山梨県内の店舗配置

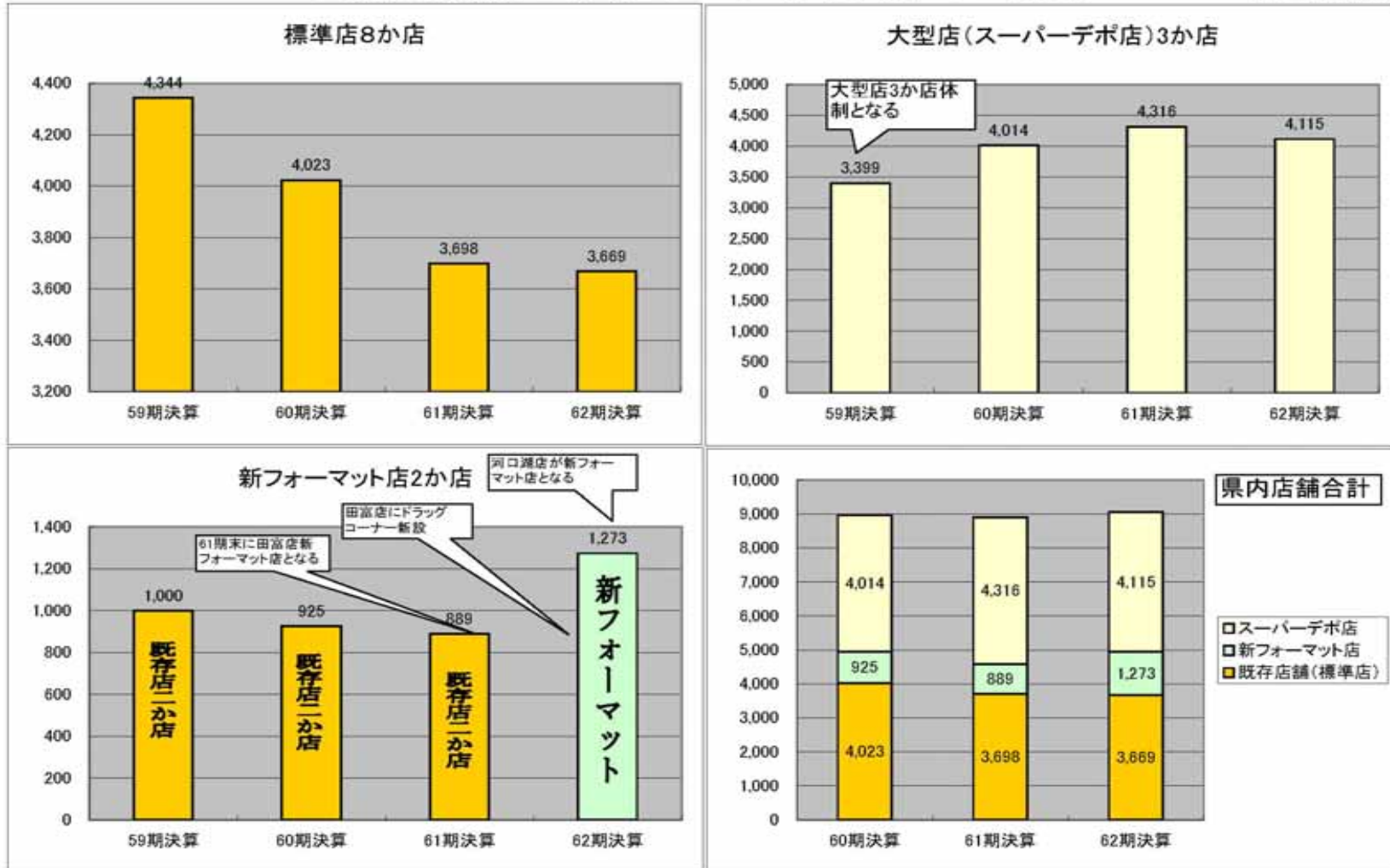


店舗戦略

➤ 既存店の売場改装等による売上増強とドミナント戦略の推進

山梨県内店舗(大型店・新フォーマット店・標準店)の売上高推移

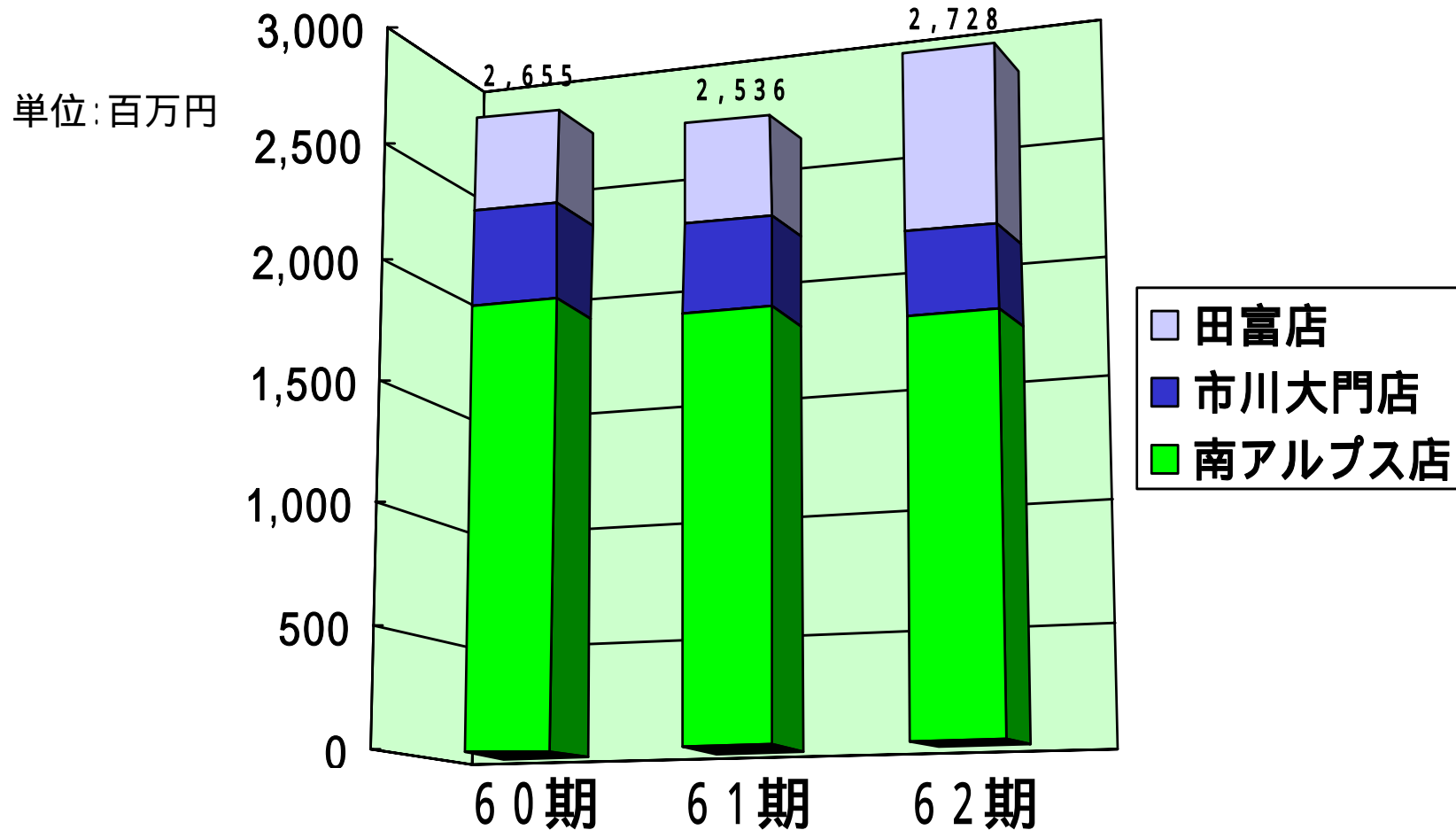
単位:百万円



店舗戦略

➤ 既存店の売場改装等による売上増強とドミナント戦略の推進

～ 中巨摩エリア売上高推移 ～

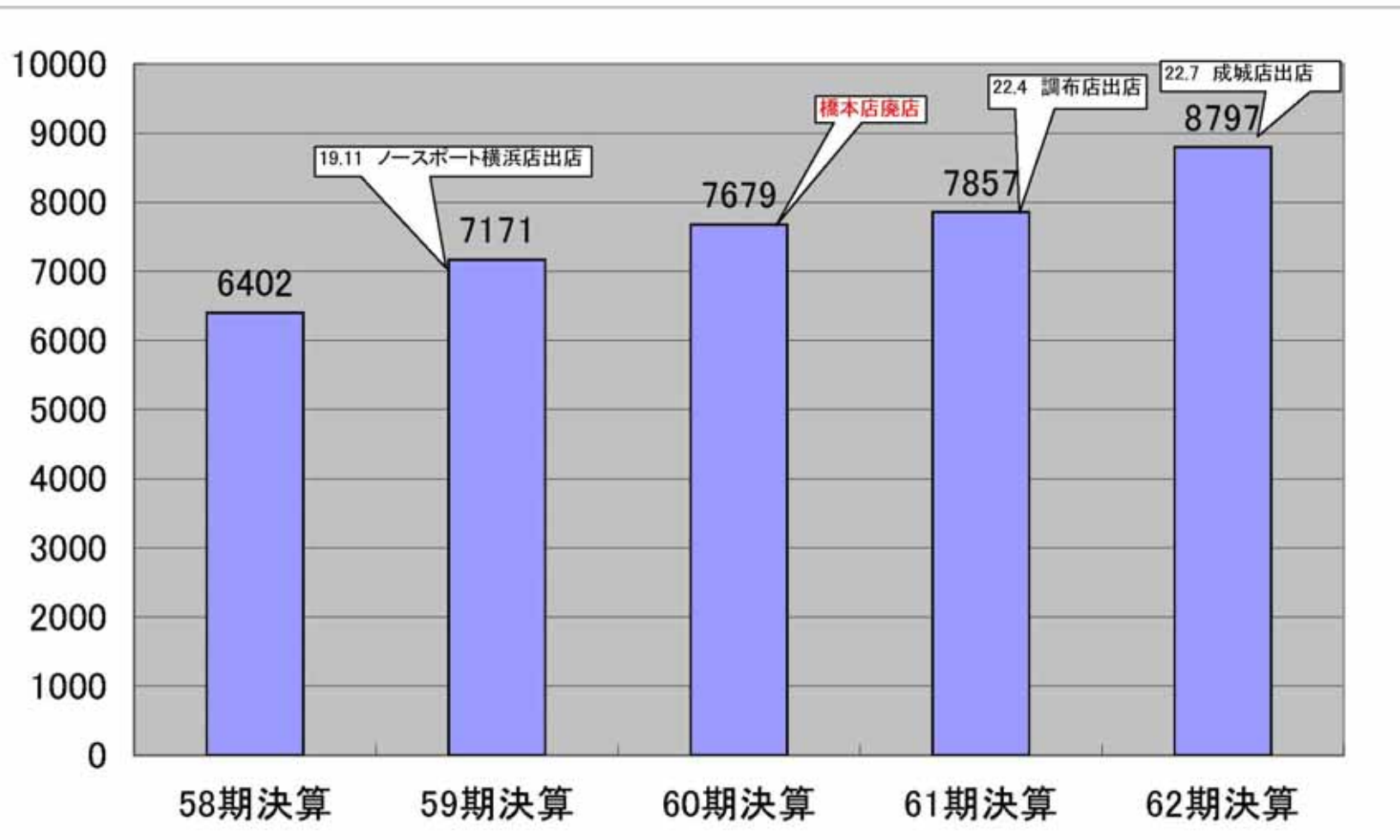


店舗戦略

➤ 神奈川・東京地区への出店

神奈川・東京地区店舗の売上高推移

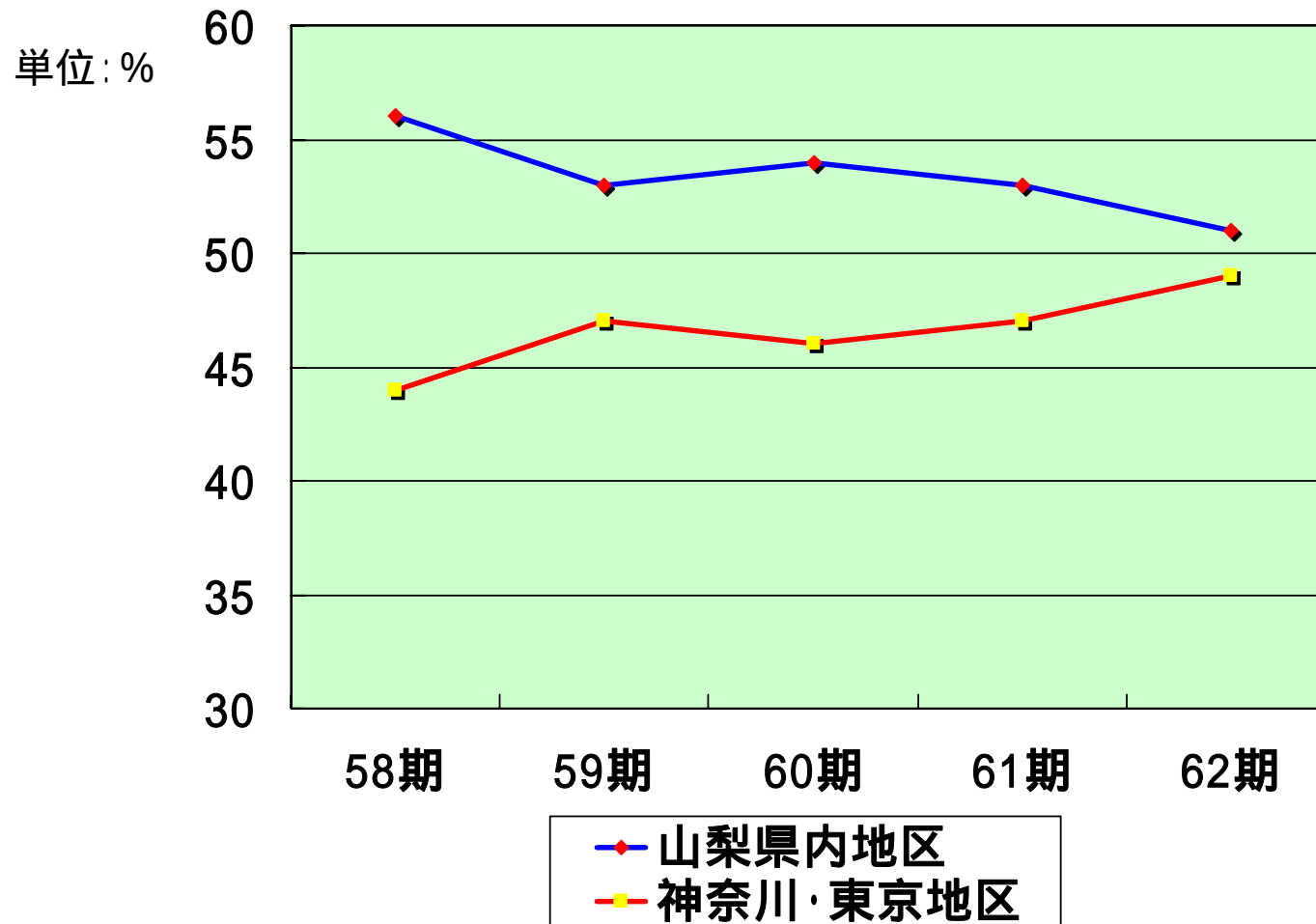
単位:百万円



店舗戦略

➤ 神奈川・東京地区への出店

～ 地区別売上高構成比推移 ～



店舗戦略

➤ 神奈川・東京地区への出店

～ 都道府県別基本データおよび市場分析 ～

HC業界ハンドブック
(2009年、2010年度版)

		山梨	神奈川	東京
人口・・・千人(2010年)		864	8,885	12,609
世帯数・・・千世帯(2008年)		335	3,928	6,296
チャンネル別 売上構成比 (2007年)	ホームセンター	4.1%	1.3%	1.0%
	百貨店		6.3%	12.3%
	総合スーパー	5.8%	6.7%	4.2%
	コンビニ	6.4%	6.2%	5.7%
	ドラッグストア	6.2%	5.6%	4.9%
HCの販売額 (2007年)	1店舗当りの販売額(百万円)	672	1,207	1,354
	1人当りの販売額(円)	40,639	12,505	14,010
HC1店舗当りの人口(2007年)		16,443人	95,634人	94,411人
世帯当りの年間消費支出合計額(千円)(2008年)		3,590	3,737	3,787
住宅リフォーム市場規模(億円)(2009年)		322	3,771	6,095

住宅リフォーム市場データブック2011(リフォーム産業新聞社)

店舗戦略

～ 出店計画 ～

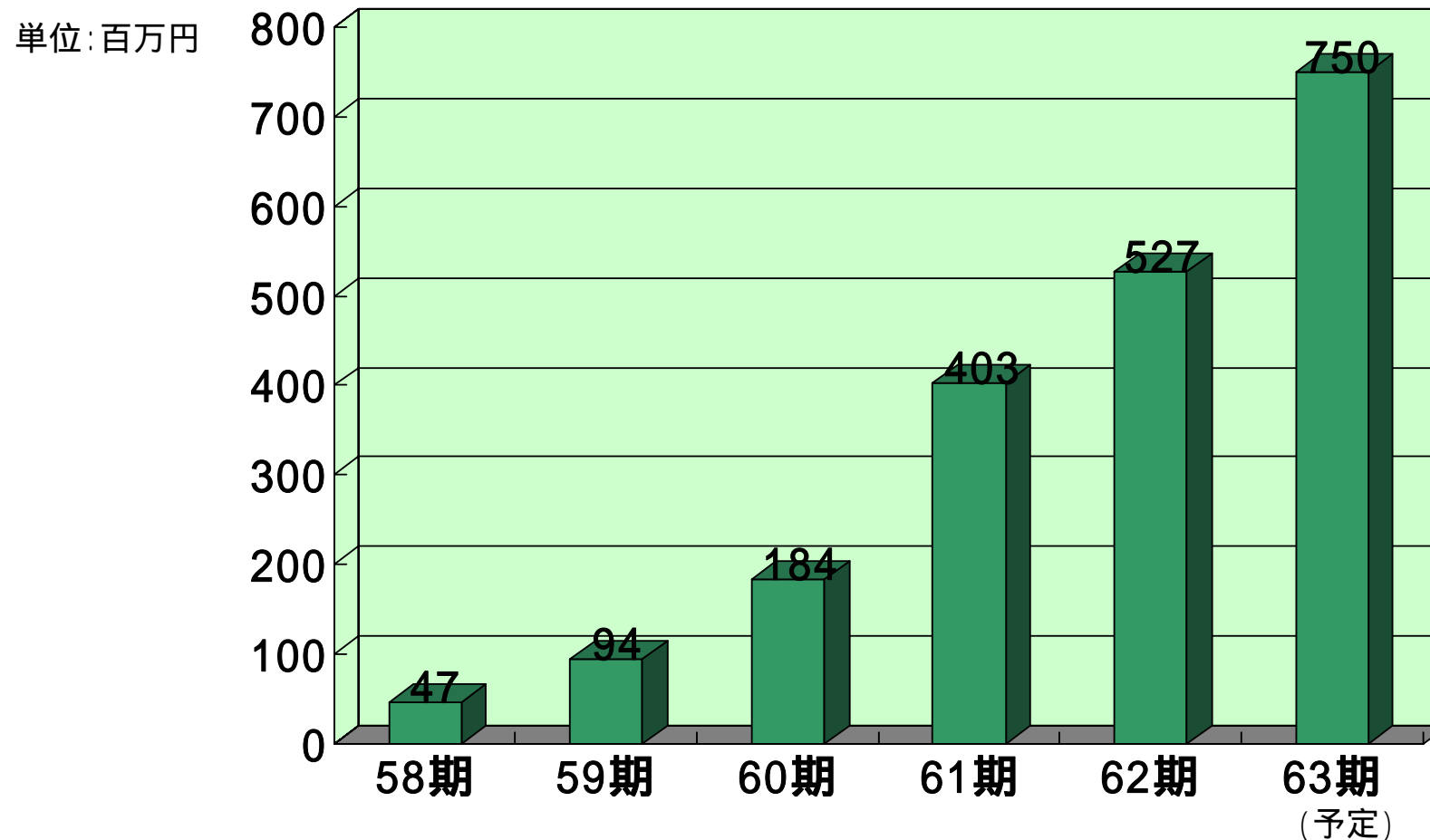
	2009年5月期 60期		2010年5月期 61期		2011年5月期 62期		2012年5月期 63期		2013年5月期 64期	
	増減	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数
標準店舗	2	15	0	15	1	14	0	14	2	12
新フォーマット	0	0	+1	1	+2	3	0	3	1	4
大型店	2	5	0	5	0	5	0	5	0	5
合計	20		21		22		22		21	

1増1減

事業戦略

➤リフォーム事業の積極的展開

～リフォーム部門売上高推移～



基本戦略

- ローコストオペレーションの推進と商品在庫の適正化
 ~ 当社の強みと課題 ~

H21年度・DIY協会調及び ダイヤモンドホームセンター2010年9月号		平均	当社 2011年5月期
従業員一人当たりの売場面積	47社平均	115.5m ²	223.62m ²
従業員一人当たりの売上高	44社平均	28.8百万円	48.7百万円
従業員一人当たりの荒利益高	44社平均	8.4百万円	13.3百万円
従業員一人当たりの営業利益高	44社平均	108.4万円	113万円
坪当り売上高	49社平均	82.2万円	71.8万円
客単価	43社平均	2,226円	2,122円
在庫回転率			4.5回 上場22社中18位
自己資本比率(上場22社平均)		34.70%	49.49%

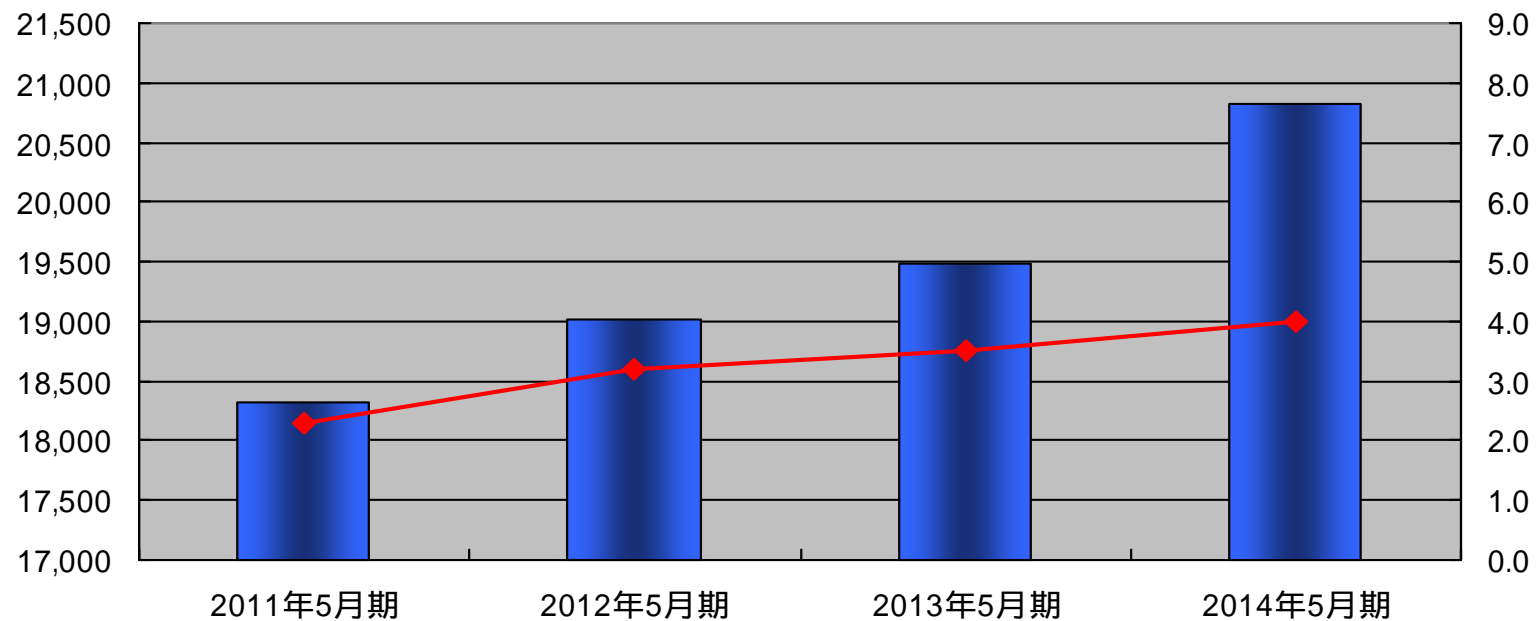
6回転へ

60%へ

業績見通し

(売上高:百万円)

(営業利益率:%)



(単位:百万円、%)

	2011年5月期 (62期)		2012年5月期 (63期)		2013年5月期 (64期)		2014年5月期 (65期)	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
売上高	18,317	100.0	19,009	100.0	19,480	100.0	20,814	100.0
営業利益	425	2.3	617	3.2	672	3.5	833	4.0

資料お問合せ先
管理部 常務取締役管理担当 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、ご了承下さい。