

2018年11月期 第2四半期 決算説明資料



2018年7月13日

Can★Do

(証券コード:2698)

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

| | プラス与件 | マイナス与件 |
|------------|---|---|
| 小売業界 | <ul style="list-style-type: none"> ・個人消費、消費マインドは緩やかに持ち直し | <ul style="list-style-type: none"> ・長期間に渡る天候不順 ・雇用確保の困難化 ・物流費用の高騰 ・節約志向を背景とする競争激化 |
| 100円ショップ業界 | <ul style="list-style-type: none"> ・やや円高に推移 ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・原材料の高騰 |
| 当社 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・母店退店が多い |

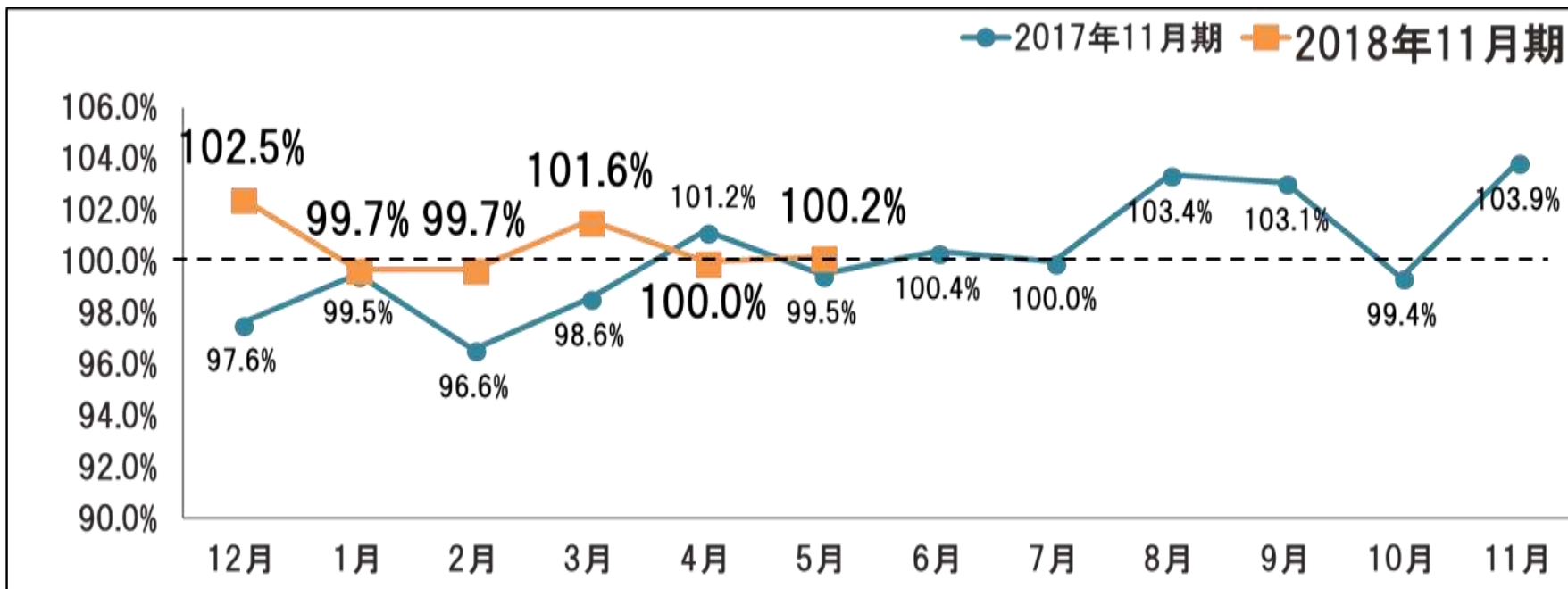
連結損益計算書(年度同期推移)



(単位:百万円、%)

| | 2016年11月期2Q | | 2017年11月期2Q | | 2018年11月期2Q | | 前年 同期比 | 業績予想 対比 |
|--------------------------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|------------|
| | 金額 | 率 | 金額 | 率 | 金額 | 率 | | |
| 売上高 | 34,553 | 100.0 | 34,616 | 100.0 | 35,391 | 100.0 | 102.2 | 98.2 |
| 売上総利益 | 12,901 | 37.3 | 13,276 | 38.4 | 13,643 | 38.6 | 102.8 | — |
| 営業利益 | 1,243 | 3.6 | 1,150 | 3.3 | 1,110 | 3.1 | 96.5 | 91.8 |
| 経常利益 | 1,285 | 3.7 | 1,260 | 3.6 | 1,181 | 3.3 | 93.7 | 93.0 |
| 親会社株主に 帰属する 四半期純利益 | 559 | 1.6 | 665 | 1.9 | 652 | 1.8 | 98.0 | 97.4 |
| 一株当たり 四半期純利益 | 34.80 円 | | 41.83 円 | | 40.99 円 | | 98.0 | — |
| 会計期末 店舗数 | 954 店舗 | | 967 店舗 | | 1,000 店舗 | | (※) 33店舗 | — |

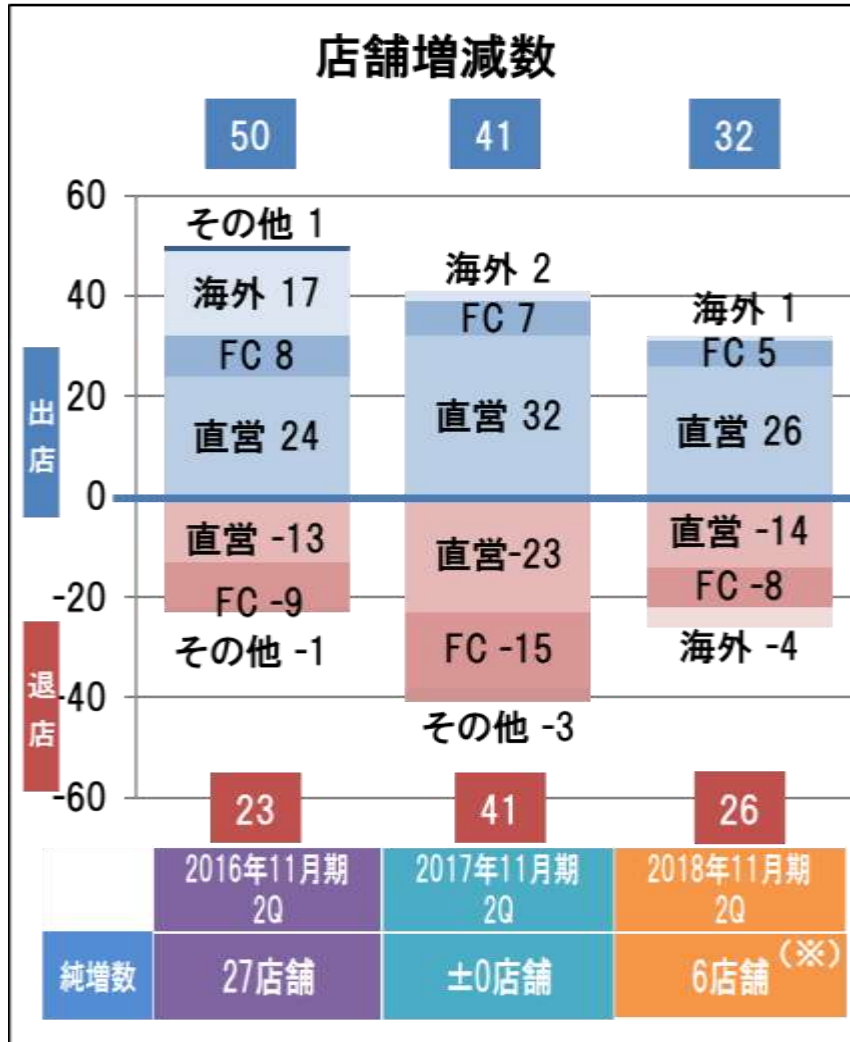
(※)2018年11月期2Q末店舗数1,000店舗—2017年11月期2Q末店舗数967店舗



2018年11月期上期

- 12月:前年の発注システムの障害解消による売上増
- 1月 :悪天候(降雪)による売上減
- 2月 :悪天候(降雪)による売上減
- 2018年11月期2Qでは、100.7%

出退店数の状況



(※)2018年11月期2Q末店舗数1,000店舗－2017年11月期末店舗数994店舗

出店・リニューアル

- 新規出店:32店舗(計画:100/通期)
直営26店舗、FC5店舗
海外FC1店舗
- リニューアル 25店舗

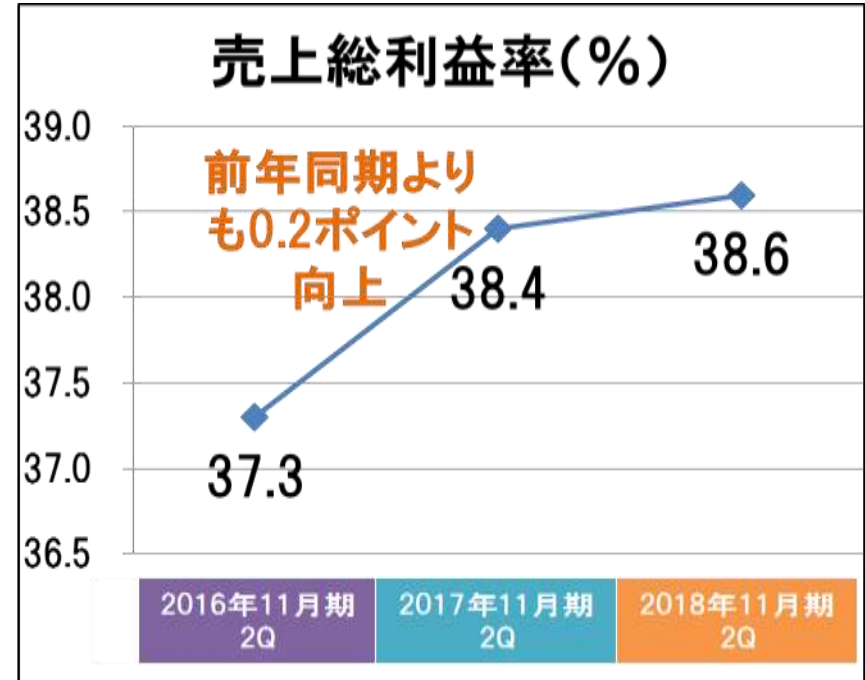
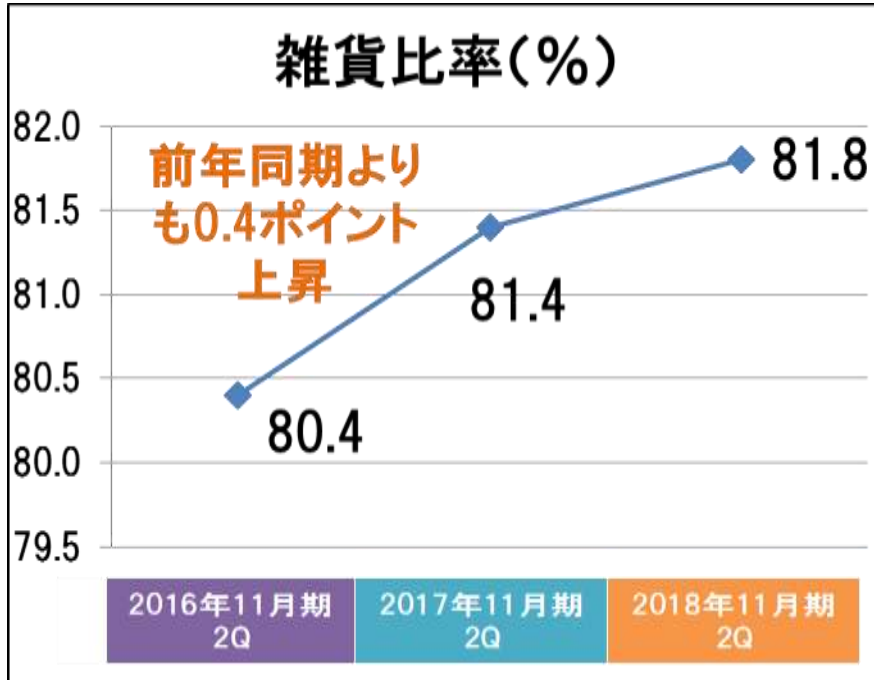
退店

- 26店舗(計画:40～50/通期)
直営14店舗、FC8店舗
海外FC4店舗

1,000店舗

【純増】直営+12店舗、FC△3店舗
海外FC△3店舗

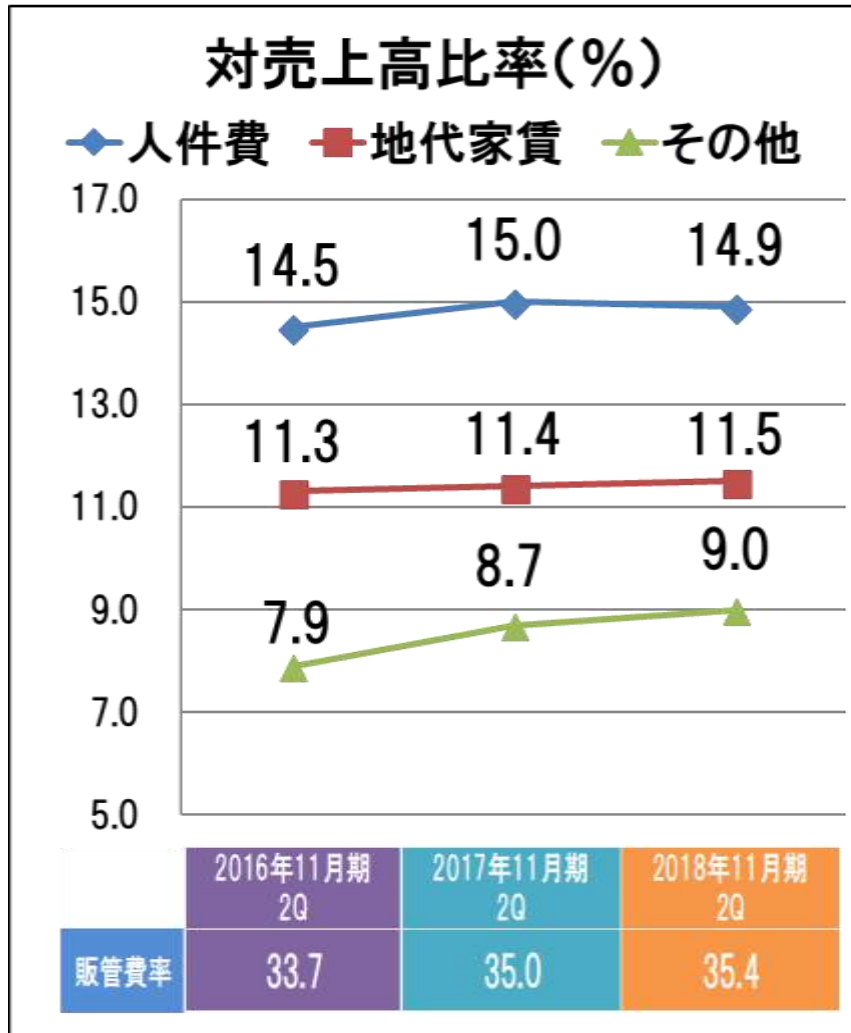
売上総利益の内訳



ベンダー様と連携した
商品開発方針の
明確化

- 「量」から「質」への転換
- 売上総利益率の高い雑貨の**独自商品**群の強化
- 継続的に品質を強化しつつ、商品の洗い替えを推進
- 食品の**独自商品**・特価商品の戦略的活用

販管費の内訳



抑制要因

- 人件費 : 外注人件費(人材派遣)の抑制
- その他費用 : 消耗品・出店費・通信費の抑制

増加要因

- 家賃 : 競合激化、新店増加
- その他費用 : 物流費用高騰による運賃の増加、支払手数料の増加、母店販促協力費増加、水道光熱費の増加

販管費率0.4ポイント増加

設備投資の状況

新規出店及び老朽店舗の自主リニューアルへの対応及び
 新型POS導入をはじめとした大型の情報システム関連投資
 の一部は、2017年11月期に前倒しで実施。

(単位:百万円)

| | 2017年11月期2Q | 2018年11月期2Q | 増減 |
|-------|-------------|-------------|----|
| 設備投資額 | 975 | 992 | 16 |
| 減価償却費 | 494 | 526 | 31 |

◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

| | 2017年11月期2Q | 2018年11月期2Q | 増減 |
|-----------------------|-------------|-------------|-----|
| 直営新規出店・ 既存店リニューアル等 | 773 | (※) 867 | 93 |
| 情報システム関連投資 | 201 | 124 | ▲76 |
| 合 計 | 975 | 992 | 16 |

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

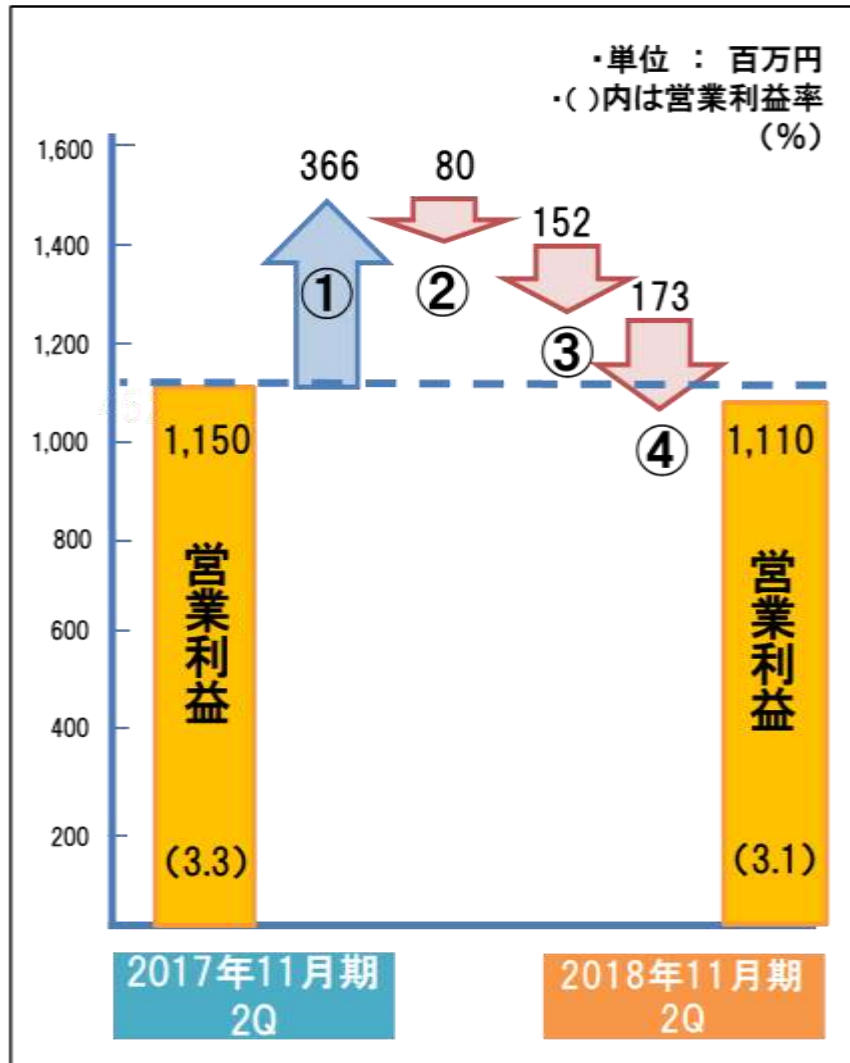
連結貸借対照表の状況

| (単位:百万円) | 2017年 11月期 | 2018年 11月期2Q | 前年 増減額 | | 2017年 11月期 | 2018年 11月期2Q | 前年 増減額 |
|-------------|---------------|-----------------|-----------|-------------|---------------|-----------------|-----------|
| 流動資産合計 | 11,914 | 12,502 | 587 | 流動負債合計 | 9,533 | 9,872 | 338 |
| 現金及び預金 | 3,354 | 3,860 | 506 | 仕入債務 | 7,544 | 7,664 | 2 |
| 売上債権・未収入金 | 2,197 | 2,222 | 24 | その他流動負債 | 1,989 | 2,208 | 3 |
| 商品 | 5,589 | 5,701 | 112 | 固定負債合計 | 3,198 | 3,225 | 27 |
| その他流動資産 | 773 | 718 | ▲ 55 | 退職給付に係る負債 | 1,418 | 1,466 | 48 |
| 有形固定資産合計 | 5,636 | 5,843 | 206 | 資産除去債務 | 1,053 | 1,073 | 19 |
| 建物及び構築物 | 4,210 | 4,454 | 1 | 負ののれん | 361 | 342 | ▲ 19 |
| その他有形固定資産 | 1,425 | 1,388 | ▲ 36 | その他固定負債 | 364 | 342 | ▲ 21 |
| 無形固定資産合計 | 689 | 662 | ▲ 26 | 負債合計 | 12,731 | 13,097 | 366 |
| 投資その他の資産合計 | 6,300 | 6,433 | 132 | 資本金 | 3,028 | 3,028 | 0 |
| 敷金及び保証金 | 5,046 | 5,129 | 82 | 資本剰余金 | 3,065 | 3,065 | 0 |
| その他投資その他の資産 | 1,253 | 1,303 | 50 | 利益剰余金 | 6,999 | 7,516 | 4 |
| 固定資産合計 | 12,625 | 12,938 | 312 | 自己株式 | ▲ 1,228 | ▲ 1,228 | 0 |
| 資産合計 | 24,540 | 25,440 | 900 | その他の包括利益累計額 | ▲ 80 | ▲ 80 | 0 |
| | | | | 新株予約権 | 24 | 41 | 17 |
| | | | | 純資産合計 | 11,809 | 12,343 | 534 |
| | | | | 負債純資産合計 | 24,540 | 25,440 | 900 |

※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 新店出店などによる建物及び構築物243百万円の増加
- ② 電子記録債務77百万円の増加等
- ③ 未払法人税等137百万円の増加等
- ④ 配当支払後の当期純利益により517百万円増加

営業利益 前年差異分析



増加要因

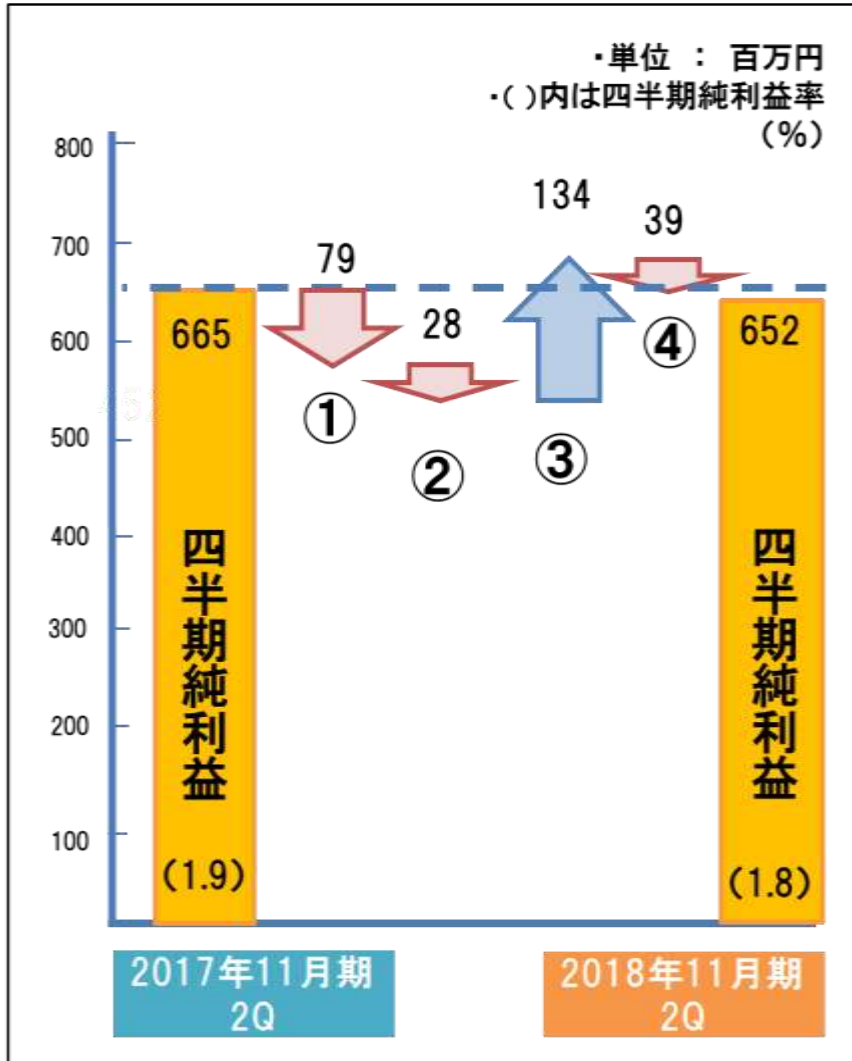
- ①売上総利益増加による部分
(売上増×売上総利益率改善)
→366百万円

減少要因

- ②人件費増加による部分
→80百万円
- ③地代家賃増加による部分
→152百万円
- ④その他販管費増加による部分
→173百万円

39百万円の減少

四半期純利益 前年差異分析



増加要因

- ③ 特別損失減少による部分
→134百万円

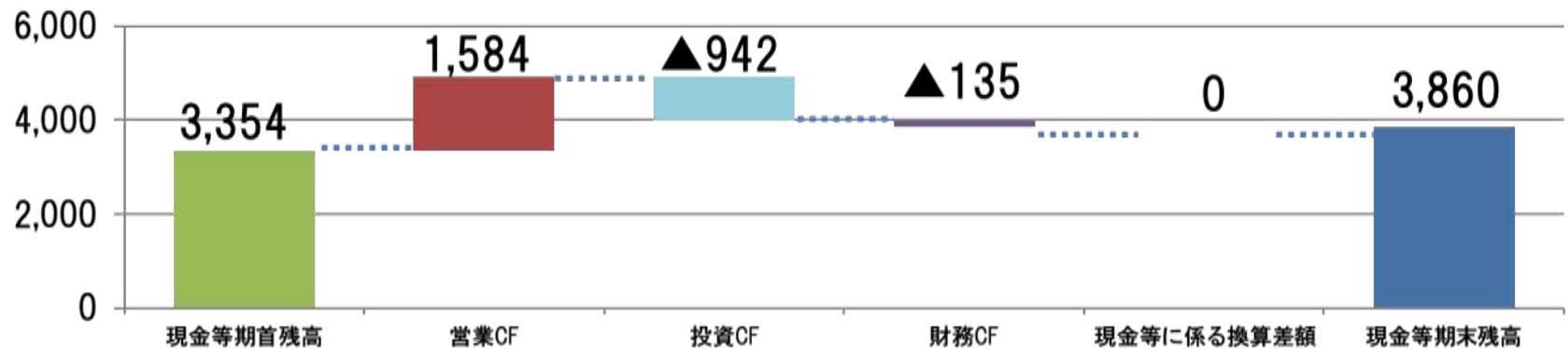
減少要因

- ① 経常利益減少による部分
→79百万円
- ② 特別利益減少による部分
→28百万円
- ④ 法人税等増加による部分
→39百万円

13百万円の減少

連結キャッシュ・フローの状況

| (単位:百万円) | 2017年11月期2Q | 2018年11月期2Q | 増減 |
|--------------|-------------|-------------|-------|
| 営業キャッシュ・フロー | 818 | 1,584 | 766 |
| 投資キャッシュ・フロー | ▲ 1,118 | ▲ 942 | 176 |
| 財務キャッシュ・フロー | ▲ 159 | ▲ 135 | 23 |
| 現金・現金同等物換算差額 | ▲ 1 | ▲ 0 | 1 |
| 現金・現金同等物期首残高 | 3,848 | 3,354 | ▲ 493 |
| 現金・現金同等物期末残高 | 3,386 | 3,860 | 473 |



- 営業キャッシュ・フローの内訳は、税金等調整前当期純利益1,109百万円に対して、加算項目は減価償却費526百万円等、減算項目は法人税等の支払312百万円等
- 投資キャッシュ・フローの内訳は、新規出店及び既存店改装による有形固定資産の取得による支出725百万円等
- 財務キャッシュ・フローの内訳は、配当金の支払い135百万円

2018年11月期の取組

進捗報告

2018年11月度の具体的取組：I

『店舗開発戦略』

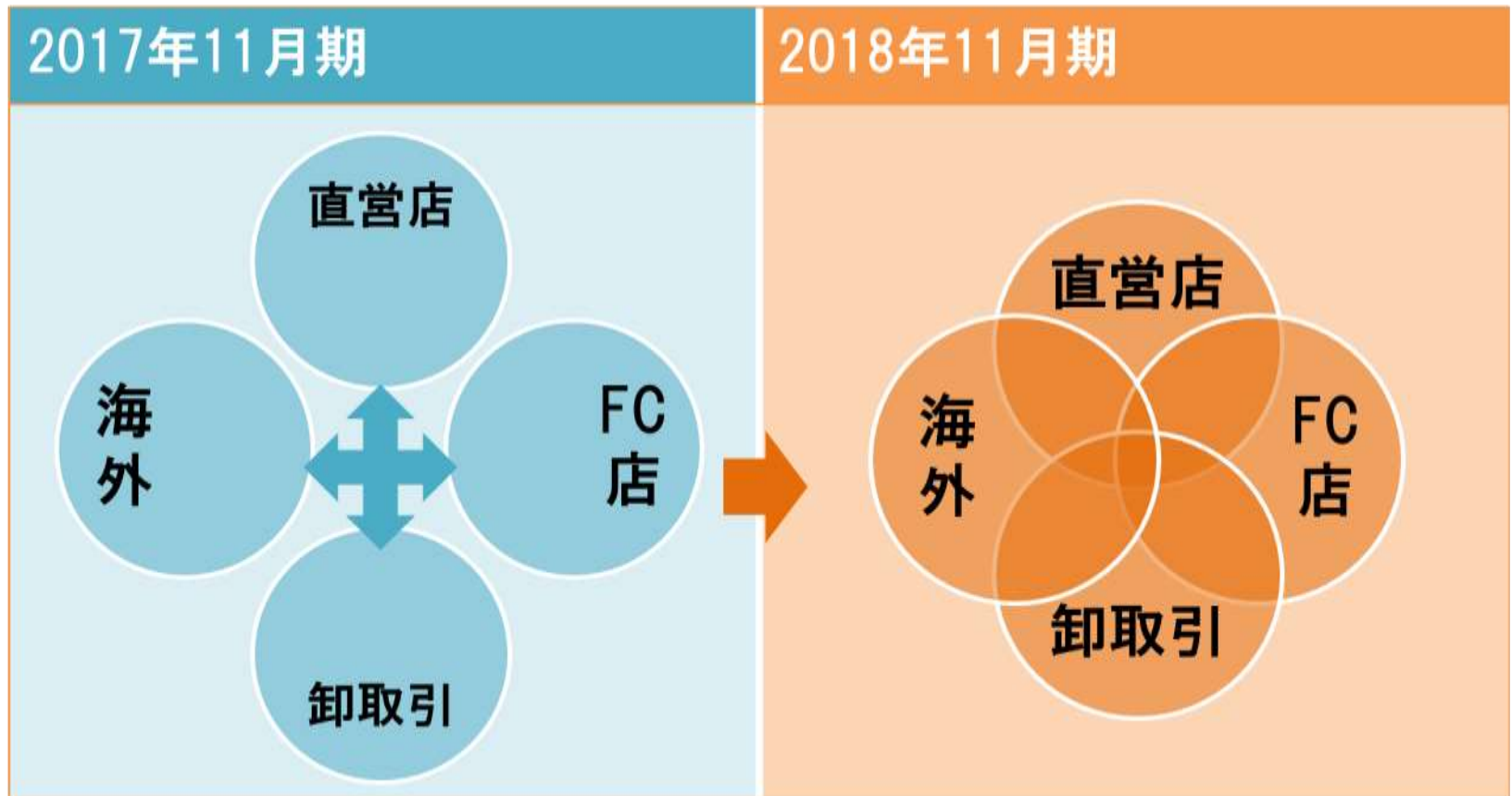
手段： 直営店とFC店における重点出店エリアの明確な区分で、店舗開発力を向上。

2018年11月期 重点出店エリア

①直営店： 当社の既存店が比較的多い主要都市部を中心に、出店を強化

②FC店： 当社の既存店が比較的少ないエリアにおいて地域に密着した企業様(オーナー様)の力を借りて出店を強化

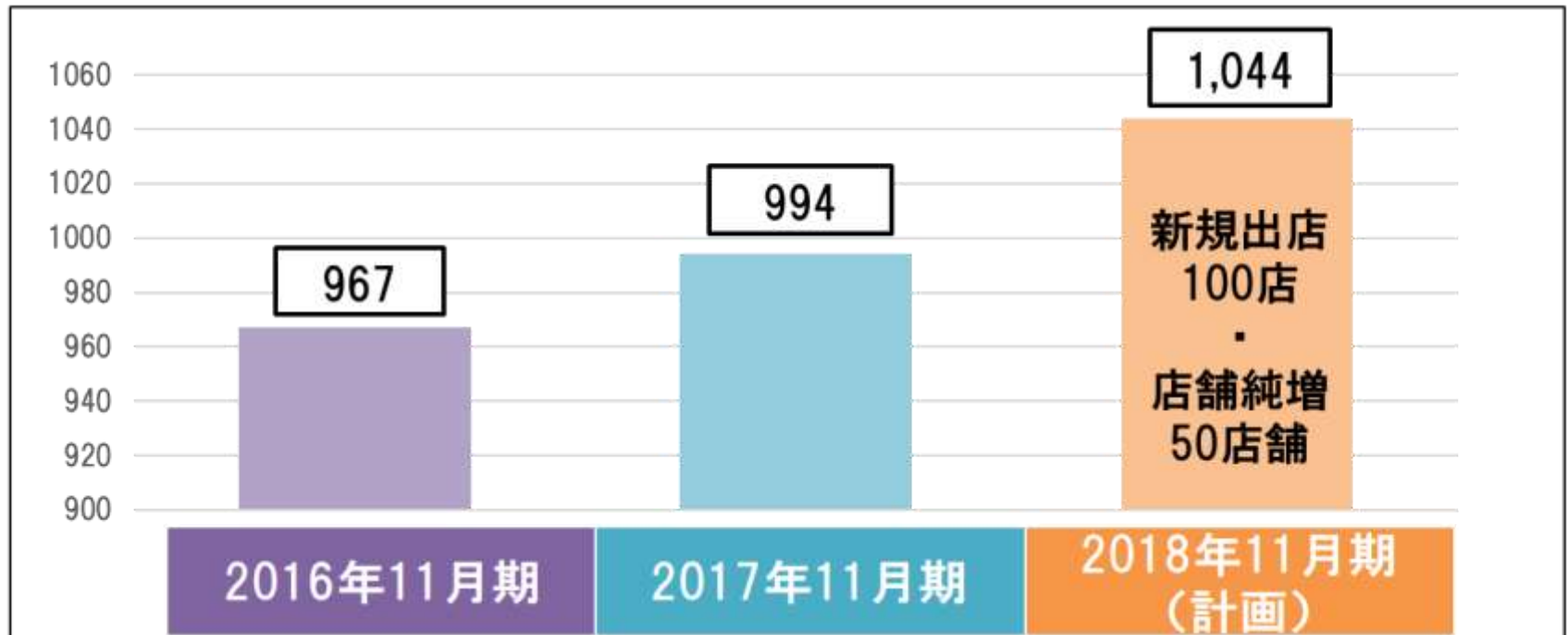
手段：開発案件を一元管理する組織編成で、店舗開発力を向上。



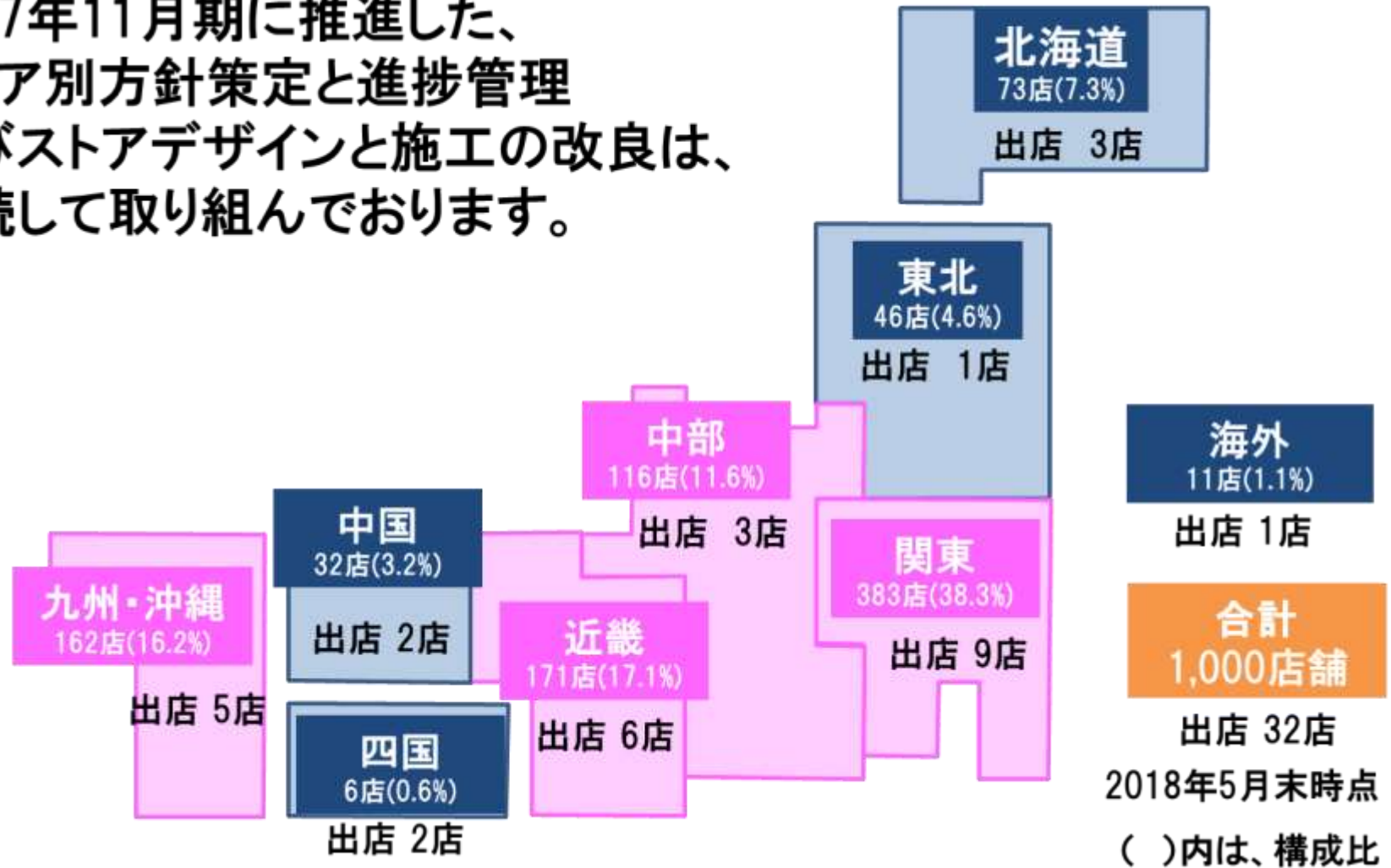
店舗開発力の向上(3)

手段：一元管理による幅広い情報と、独自性を打ち出したプレゼンテーションにより、店舗開発力を向上。

店舗数の推移



2017年11月期に推進した、
エリア別方針策定と進捗管理
及びストアデザインと施工の改良は、
継続して取り組んでおります。



最新店舗事例：Oh!Me大津テラス店



2018年11月期の具体的取組：Ⅱ

『商品戦略』

(1)商品力の向上

手段：商品開発方針の明確化により、
売上総利益率水準の維持を図る。

2018年11月期 商品開発方針

- ①オリジナリティの追求による差別化
- ②SNS情報分析による 話題商品の商品化
- ③消耗品の品揃えとクオリティーの強化

① オリジナリティの追求による差別化 = 「Do!STARS」開発とコラボ商品開発

「ディスクタイプ
タッチペนครリップ付き」

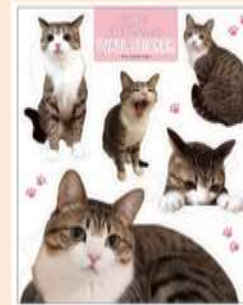


「クールマックス」



「ねこのすずめちゃん」

「手塚プロダクション
原画シリーズ」



② SNS情報分析による話題商品の商品化

「スマイルシリーズ」

「スクイーズマグネット」



③ 消耗品の品揃えとクオリティーの強化

「ダストボックス」

「スタンディング
ジッパーバッグ」



このページに記載されている商品は、当社のみのお取扱いとなります。

(2)Instagramによる需要創出活動の強化

- ・2015年7月30日に開設し、平日毎日の更新を継続
- ・フォロワー数は、2018年5月末で、35万人超
- ・国内企業ランキングは、72位(対象10,000社超)
- ・売場では難しい、お洒落な画像による商品活用シーン提案



Can★Do
まいにちが楽しく。

「プチマグネット」

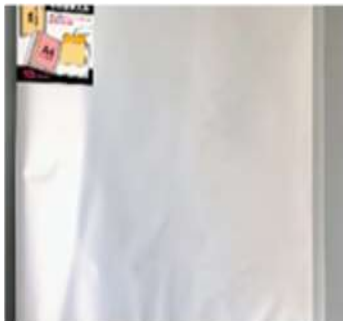
「ユニコーン
デザイングッズ」「しずくネイル
シリーズ」「はりねずみの
あずき」

このページに記載されている商品は、当社のみのお取扱いとなります。

(3)Twitterによる需要創出活動の強化

- ・2018年4月19日に開設し、毎日複数回の更新を継続
- ・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
- ・コレクターズアイテムなどTwitterユーザーに親和性の高い商品を紹介

「A4クリアフォルダーを
収納できるファイル」



「缶バッチカバー」



「チケット収納
ファイル」



「グッズ・パーツ
収納ファイル」



2018年11月度の具体的取組：Ⅲ

『販売戦略』

手段 : 新しい・楽しい店舗づくりにより、
ブランド・ロイヤリティの向上を図る。

| | | |
|------|--------------|-------------------------|
| ハード面 | リニューアル(40店舗) | デジタルサイネージ |
| | 店舗内物流網構築 | 販促支援ツールの導入 |
| ソフト面 | インスタグラムとの連動 | ワークショップ |
| | 的確な新商品導入 | 当社キャラクター はっ犬ワンドウイベント |

ワークショップ事例：

体験型のイベントで「コト消費」と「楽しさ」をお客様にご提案。
当社の商品を用いて、アクセサリなどを手作りします。



(アリオ上田店)



(ジョイナステラス二俣川店)

はっ犬ワンドウイベント事例：

社内公募により生まれた自社キャラクター「はっ犬ワンドウ」。店頭に出場し、お客様の笑顔がこぼれる「楽しい売場」を演出。



(イオンモール久御山店)



(アリオ橋本店)

自主リニューアル事例：新衣笠店

経年による老朽化で、早急な改善が求められる店舗でした。

(外観)



(内装)



(休憩室)

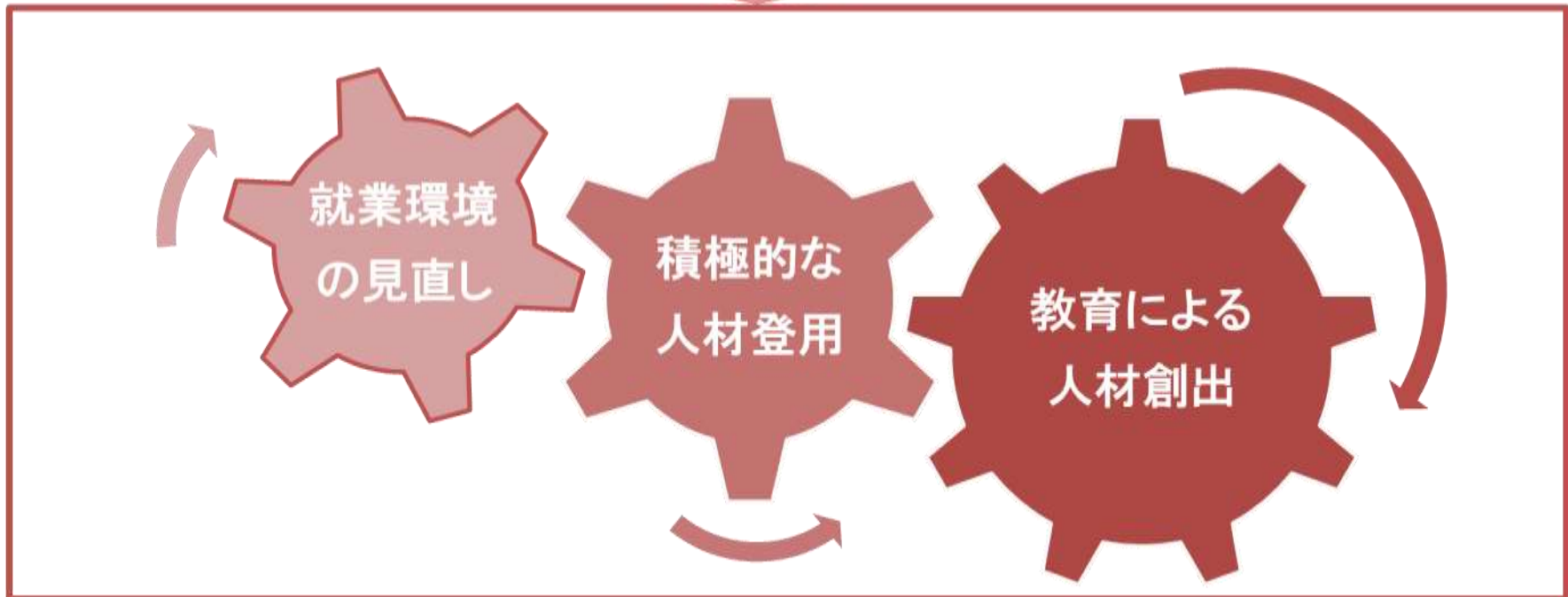


2018年11月度の具体的取組:IV

『人事制度改革戦略』

2017年11月期に開始した人事制度改革は、2018年11月期から最重要取組としてリソースを集中し、順次制度化をしております。

『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。



中期計画『Next3』について

| | |
|------|----------------|
| ビジョン | 『信頼No. 1』 |
| 行動基準 | 『「量」から「質」への転換』 |

| | |
|------|--------------|
| 全社方針 | 『選ばれる独自性の確立』 |
|------|--------------|

- ★『良いお店』を増やし続ける収益部門
- ★『お店からの感謝』を増やし続ける支援部門

- 直営店における販売力を底上げ
- 直営店の売上純増と収益増を牽引できるデベロッパー営業
- FC/卸の取引金額増大とオーナー様の収益向上を両立
- 競争力があり、より利益を出せる商品の開発
- 従業員の就業環境の改善と教育体制の確立

全社利益体質の向上

| | |
|--------|-----------------------------|
| 全社定量目標 | 『連結営業利益50億円・連結当期純利益25億円』(※) |
|--------|-----------------------------|

(※)対外的な公約ではなく、社内における2020年11月期のゴール指標として設定

| | |
|------------------|----------|
| 2018年11月期 年度事業方針 | 『生産性の向上』 |
|------------------|----------|

【 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、業績見通しのみにより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。