

2018年11月期 決算説明資料



2019年1月15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上向き 	<ul style="list-style-type: none"> ・天候不順、地震被害 ・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"> ・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		2017年11月期		2018年11月期		前年 同期比	業績予想 対比
	金額	率	金額	率	金額	率		
売上高	68,041	100.0	68,829	100.0	70,741	100.0	102.8	99.9
売上総利益	25,617	37.6	26,512	38.5	27,332	38.6	103.1	—
営業利益	2,341	3.4	2,073	3.0	1,850	2.6	89.3	99.0
経常利益	2,447	3.6	2,273	3.3	1,978	2.8	87.0	98.9
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,067	1.6	1,010	1.5	798	1.1	79.1	96.0
一株当たり 当期純利益	66.72 円		63.49 円		50.20 円		79.1	—
会計期末 店舗数	967 店舗		994 店舗		1,008 店舗		(※) 14店舗	—

(※)2018年11月期末店舗数1,008店舗—2017年11月期末店舗数994店舗

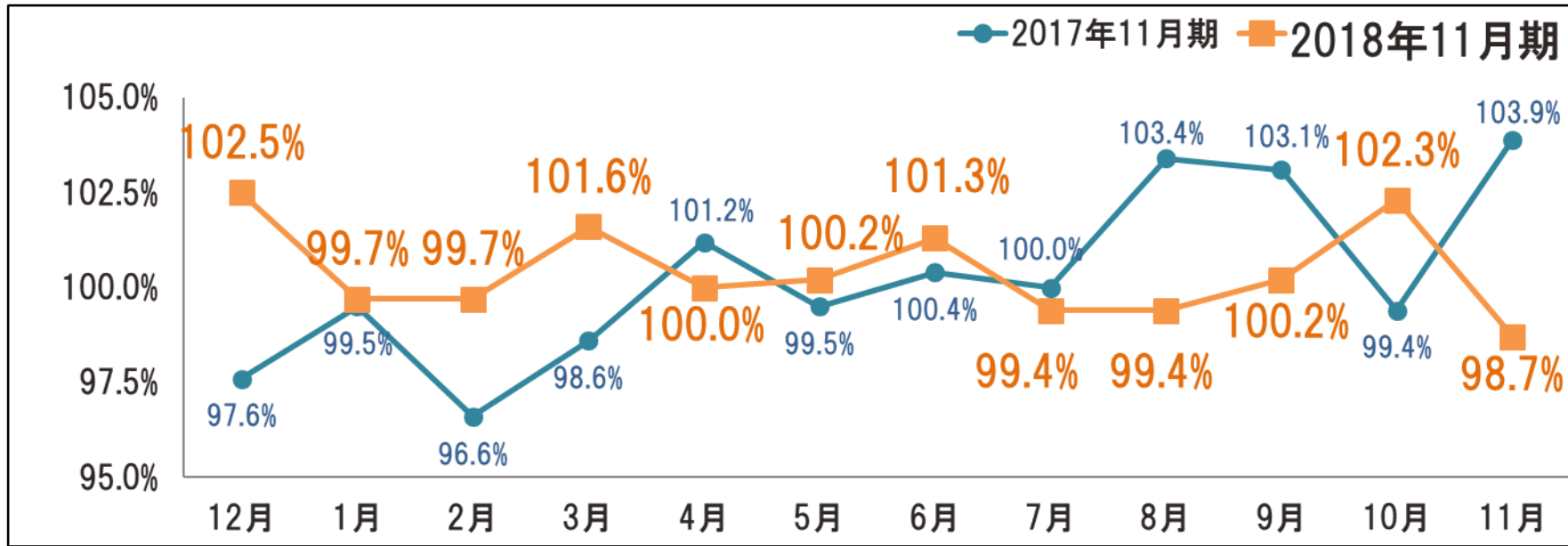
単体損益計算書(年度同期推移)



(単位:百万円、%)

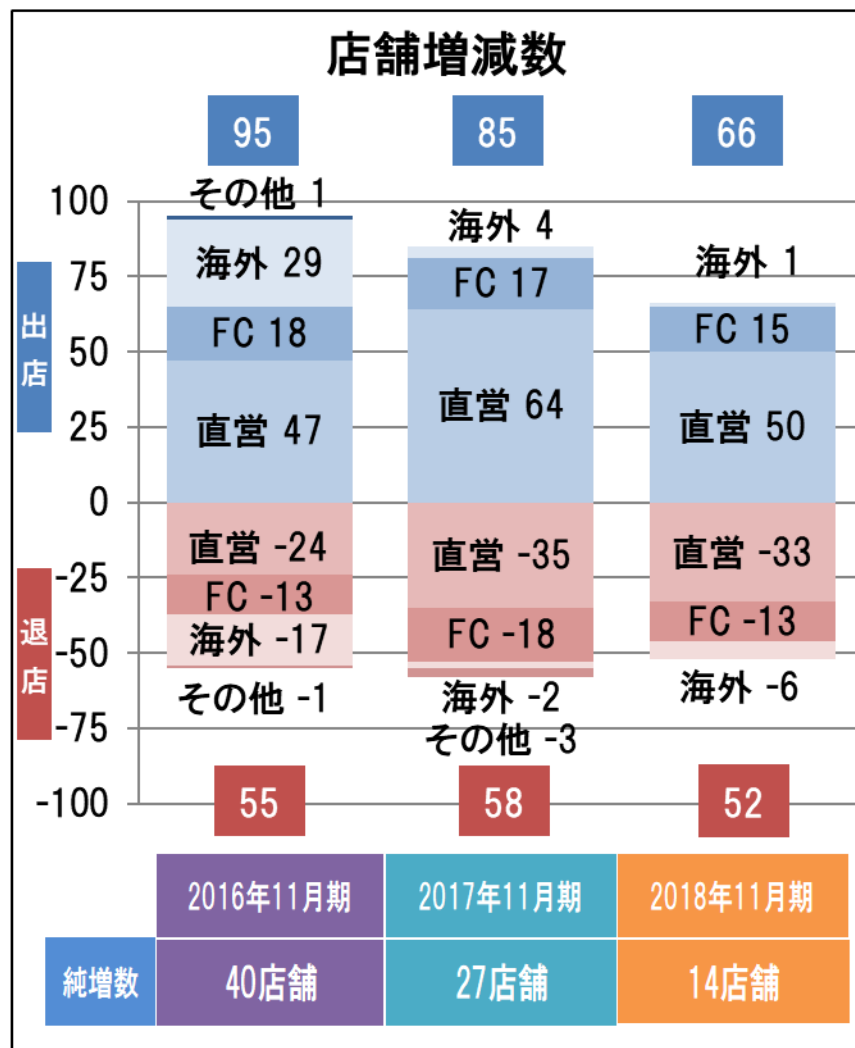
	2016年11月期		2017年11月期		2018年11月期		前年 同期比
	金額	率	金額	率	金額	率	
売上高	68,030	100.0	68,812	100.0	70,709	100.0	102.8
売上総利益	25,047	36.8	25,870	37.6	26,699	37.8	103.2
営業利益	2,171	3.2	1,888	2.7	1,843	2.6	97.6
経常利益	2,273	3.3	2,051	3.0	1,933	2.7	94.3
当期純利益	940	1.4	815	1.2	757	1.1	92.8
一株当たり 当期純利益	58.82 円		51.27 円		47.59 円		92.8
会計期末 店舗数	967 店舗		994 店舗		1,008 店舗		14店舗

(※)2018年11月期末店舗数1,008店舗－2017年11月期末店舗数994店舗



2018年11月期

- 1～2月 : 悪天候(降雪)
- 6月 : 大阪北部地震
- 7月 : 西日本豪雨、台風12号上陸、記録的猛暑
- 8月 : 台風20号上陸、記録的猛暑
- 9月 : 北海道胆振東部地震、台風21号・24号上陸
- 2018年11月期通期では、100.4%



出店・リニューアル

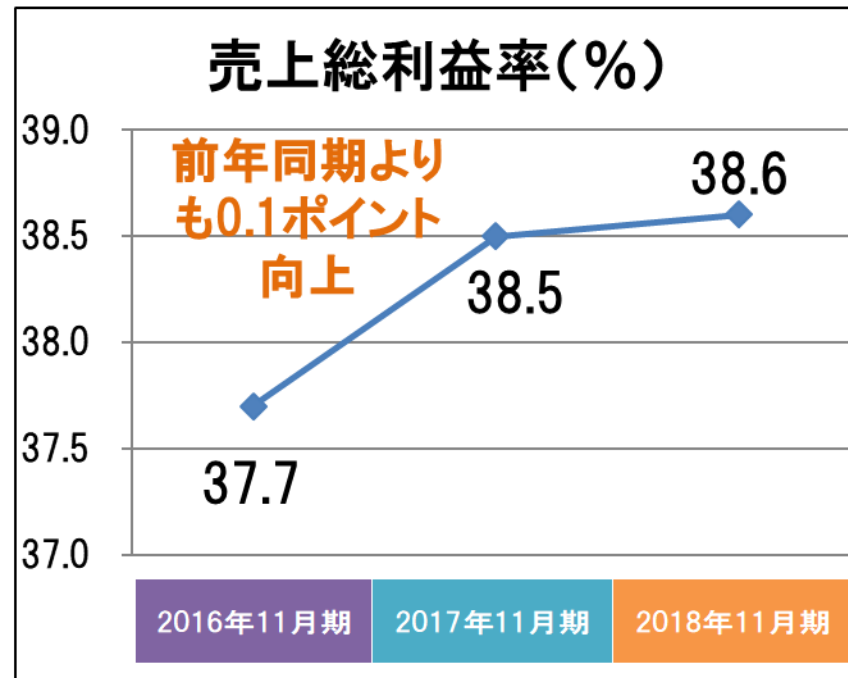
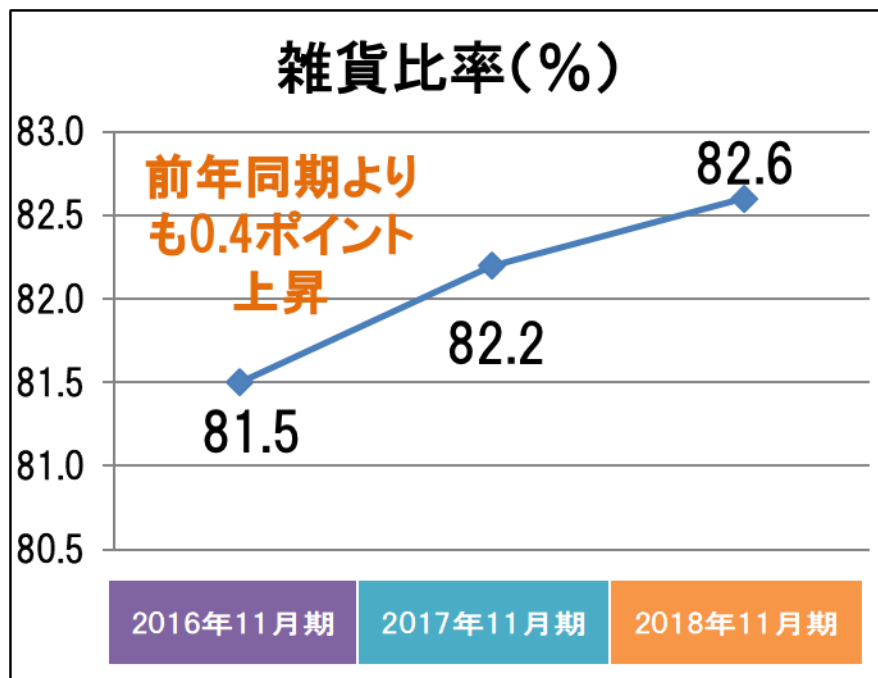
- 新規出店: 66店舗(計画: 100/通期)
直営50店舗、FC15店舗
海外FC1店舗
- リニューアル 50店舗

退店

- 52店舗(計画: 40~50/通期)
直営33店舗、FC13店舗
海外FC6店舗

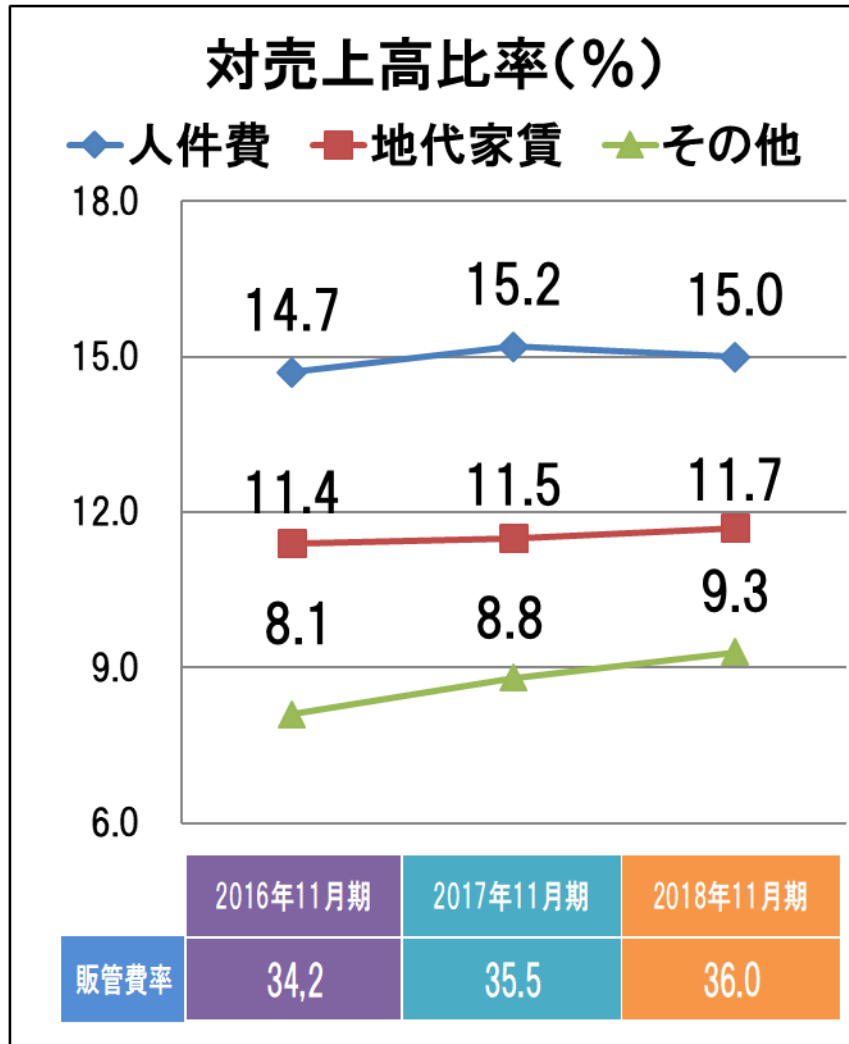
1,008店舗

【純増】直営+17店舗、FC+2店舗
海外FC△5店舗



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』に基づく品質の強化と商品の洗い替えの推進
- オリジナリティーの追求による差別化
- SNS情報分析による話題商品の商品化
- 消耗品の品揃えとクオリティーの強化



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、天候不順
- 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、物流倉庫移転費用

販管費率0.5ポイント増加

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月期に実施。

(単位:百万円)

	2017年11月期	2018年11月期	増減
設備投資額	2,365	1,865	▲500
減価償却費	1,055	1,021	▲34

◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2017年11月期	2018年11月期	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	1,688	1,715	27
情報システム関連投資	677	149	▲527
合 計	2,365	1,865	▲500

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

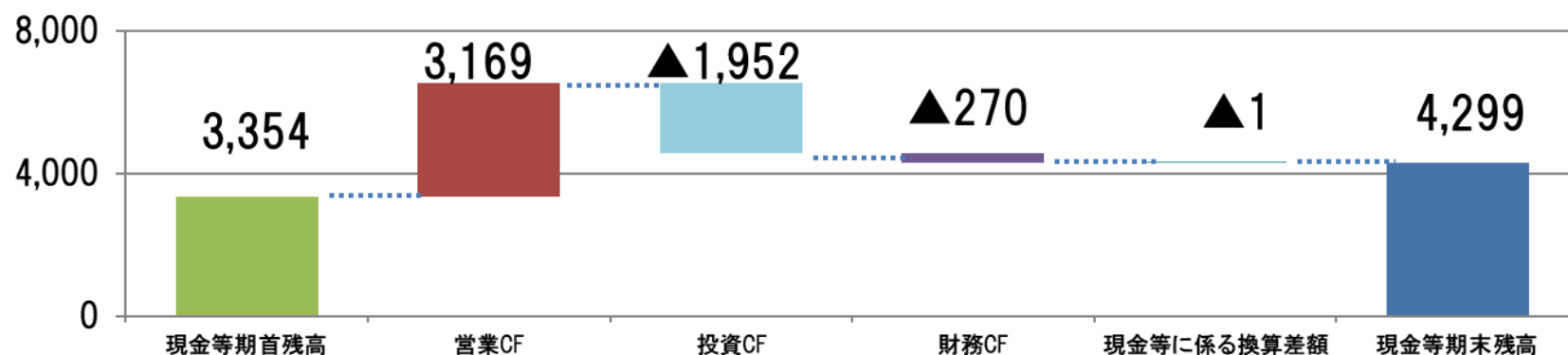
連結貸借対照表の状況

(単位:百万円)	2017年 11月期	2018年 11月期	前年 増減額		2017年 11月期	2018年 11月期	前年 増減額
流動資産合計	11,914	13,023	1,109	流動負債合計	9,533	10,268	735
現金及び預金	3,354	4,299	945	仕入債務	7,544	8,095	2
売上債権・未収入金	2,197	2,291	93	その他流動負債	1,989	2,173	184
商品	5,589	5,650	61	固定負債合計	3,198	3,298	100
その他流動資産	773	781	7	退職給付に係る負債	1,418	1,531	113
有形固定資産合計	5,636	5,727	91	資産除去債務	1,053	1,095	41
建物及び構築物	4,210	4,400	189	負ののれん	361	323	▲ 38
その他有形固定資産	1,425	1,327	▲ 98	その他固定負債	364	347	▲ 16
無形固定資産合計	689	633	▲ 55	負債合計	12,731	13,567	835
投資その他の資産合計	6,300	6,567	267	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,046	5,267	220	資本剰余金	3,065	3,065	0
その他投資その他の資産	1,253	1,300	47	利益剰余金	6,999	7,480	3
固定資産合計	12,625	12,928	302	自己株式	▲ 1,228	▲ 1,228	0
資産合計	24,540	25,952	1,411	その他の包括利益累計額	▲ 80	▲ 20	60
				新株予約権	24	59	34
				純資産合計	11,809	12,385	575
				負債純資産合計	24,540	25,952	1,411

※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

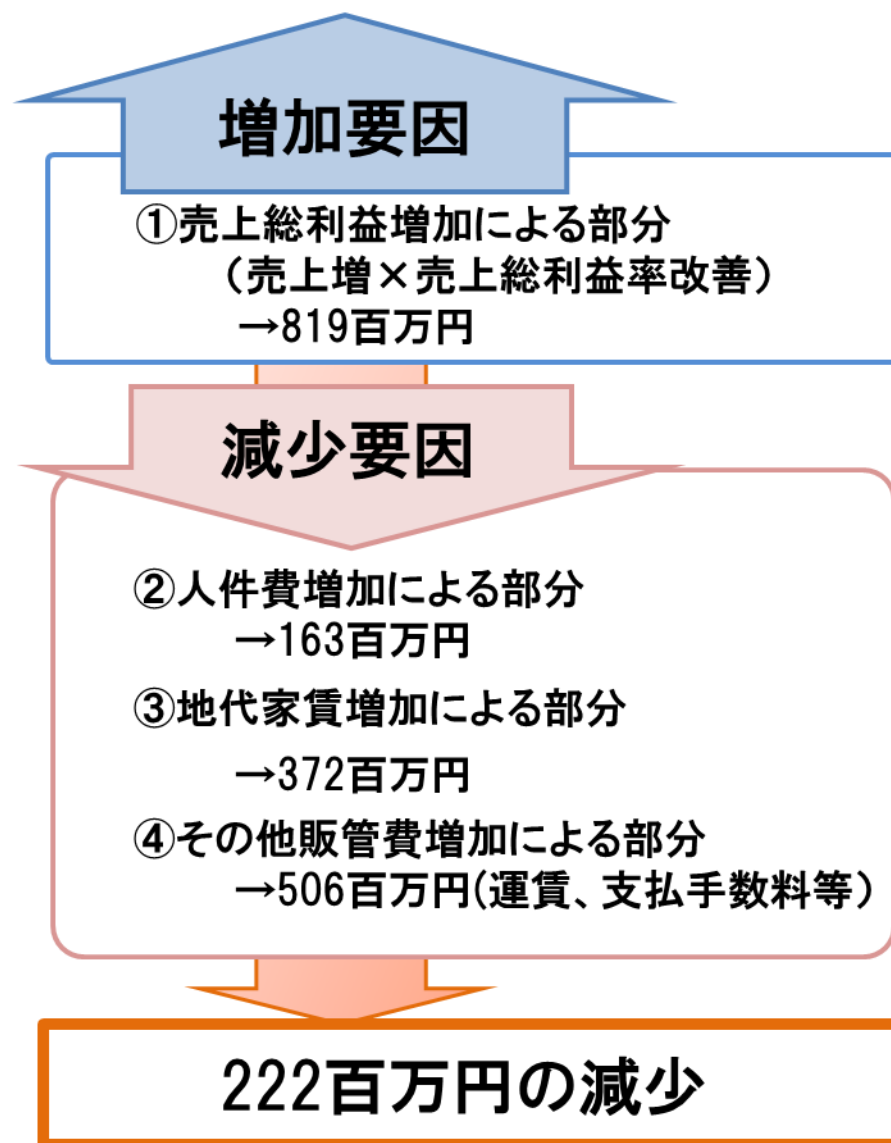
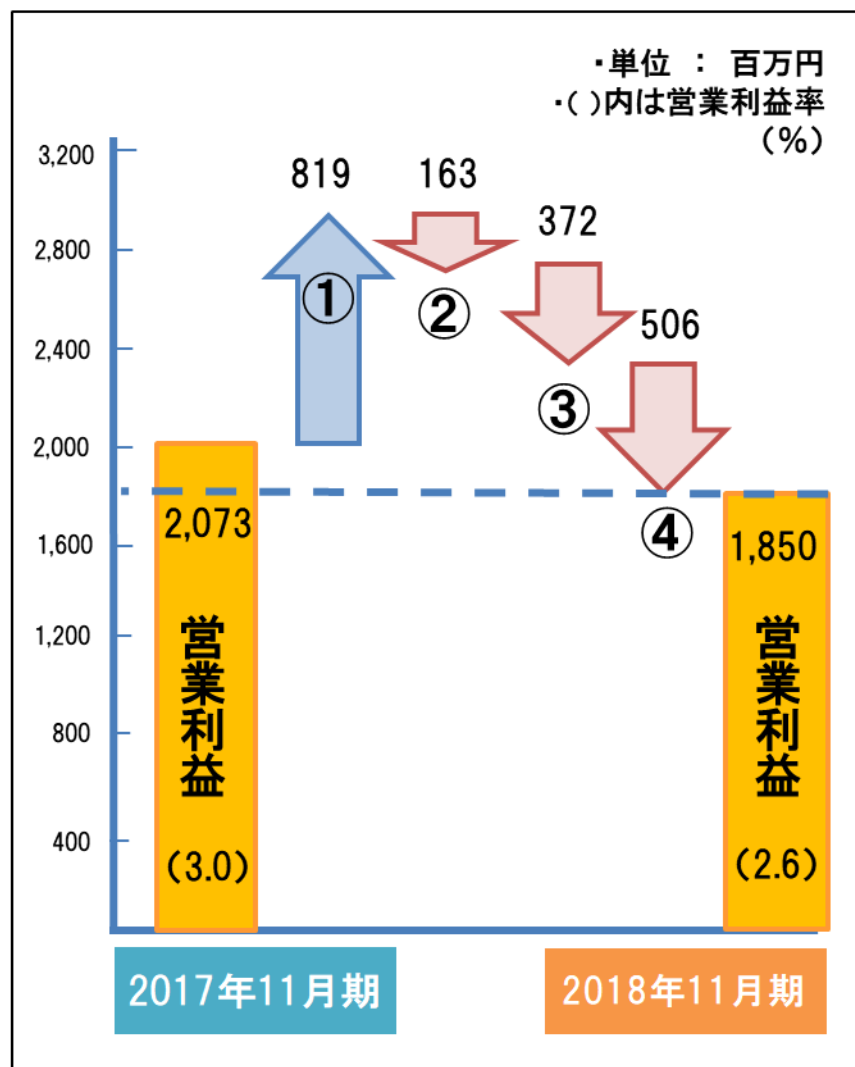
- ① 新店出店などによる建物及び構築物189百万円の増加
- ② 電子記録債務414百万円の増加等
- ③ 配当支払後の当期純利益により480百万円増加

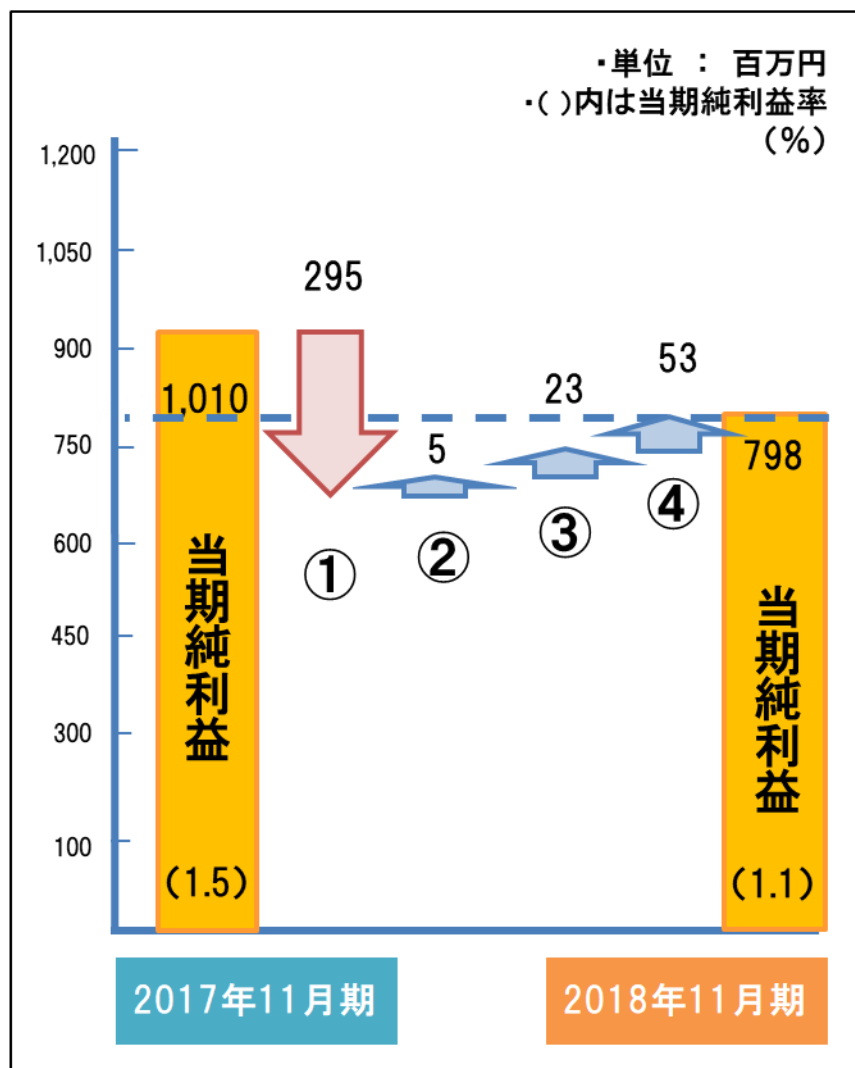
(単位:百万円)	2017年11月期	2018年11月期	増減
営業キャッシュ・フロー	2,044	3,169	1,125
投資キャッシュ・フロー	▲ 2,239	▲ 1,952	287
財務キャッシュ・フロー	▲ 294	▲ 270	24
現金・現金同等物換算差額	▲ 3	▲ 1	2
現金・現金同等物期首残高	3,848	3,354	▲ 493
現金・現金同等物期末残高	3,354	4,299	945



●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前当期純利益1,481百万円に対して、
 加算項目は減価償却費1,021百万円、仕入債務の増加551百万円等、
 減算項目は法人税等の支払694百万円、たな卸資産の増加61百万円、未収入金の増加51百万円等





増加要因

- ② 特別利益増加による部分
→5百万円
- ③ 特別損失減少による部分
→23百万円
- ④ 法人税等減少による部分
→53百万円

減少要因

- ① 経常利益減少による部分
→295百万円

211百万円の減少

2019年11月期

年度事業方針と取組

2019年11月期 年度事業方針

『出店の加速と生産性の更なる追求』

2019年11月度の具体的取組：I

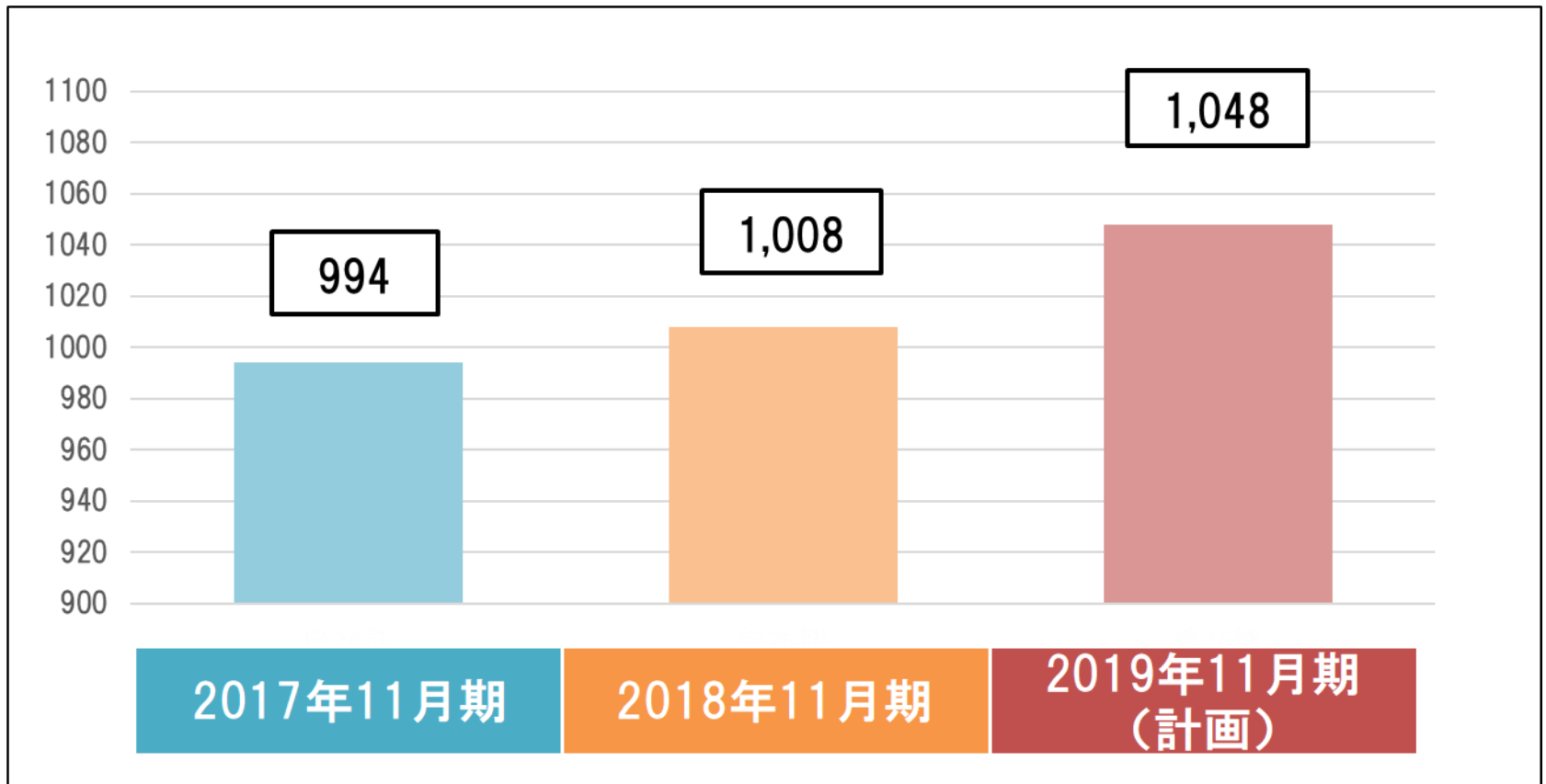
『店舗開発戦略』

手段：取引形態の多様性という差別化戦略の推進

2019年11月期 店舗開発方針

直営	当社既存店が比較的多い主要都市部、商業施設へ引き続き積極的に出店。
FC	「FC開発課」を新設し、FC店出店に関わる人員を増強。 法人オーナー様の複数出店を見据えた積極的な出店。
海外	現在、20ヶ国以上ある取引先を拡大しながら、 卸売を中心に積極的な取引拡大。

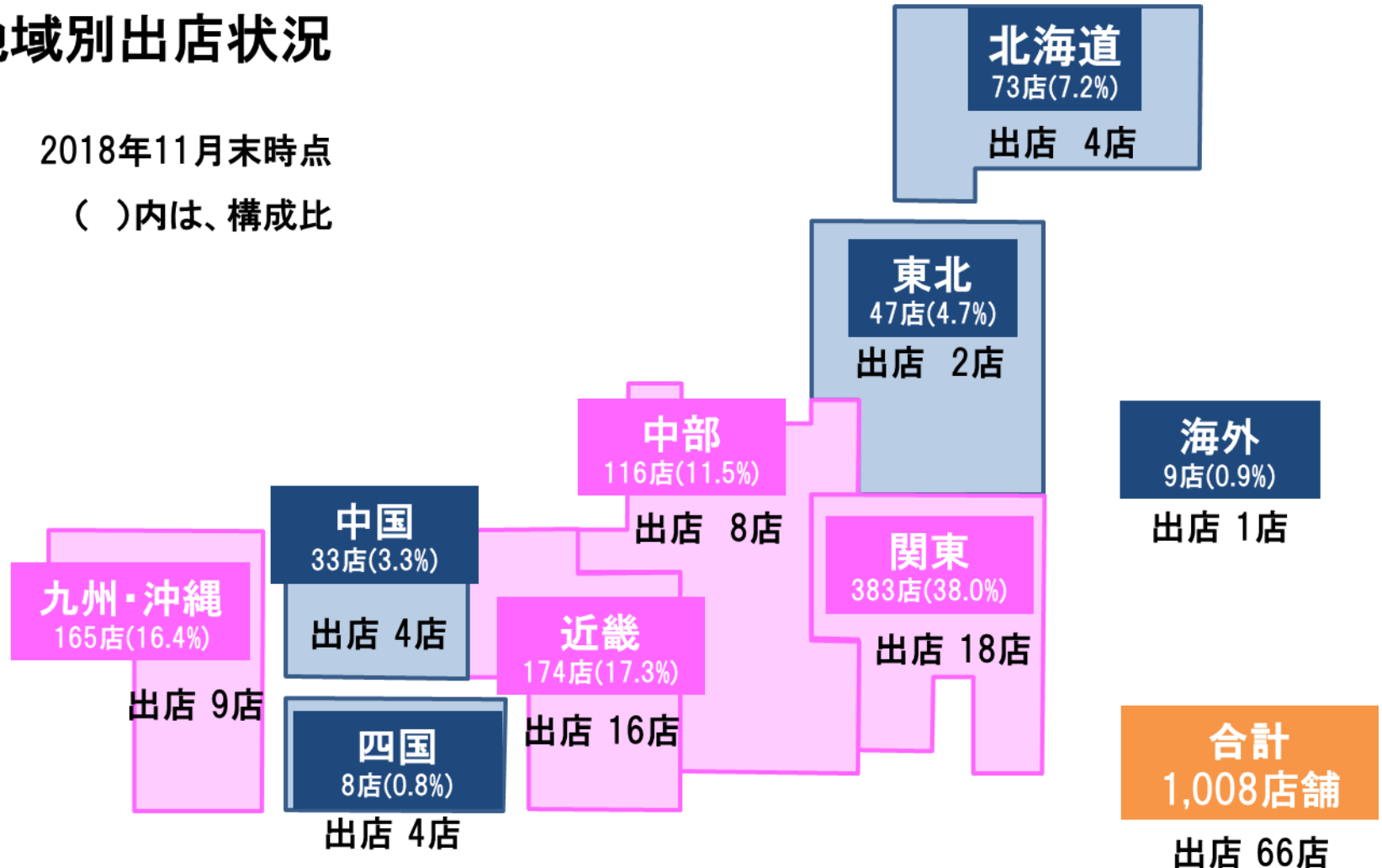
店舗数計画



地域別出店状況

2018年11月末時点

()内は、構成比



最新店舗事例：マークイズ福岡ももち店 (福岡県・2018年11月21日グランドオープン)



2019年11月期の具体的取組：Ⅱ

『商品戦略』

手段：商品のオリジナリティの更なる追求による
差別化戦略の推進

2019年11月期 商品開発方針

マーケティング発想のディレクションによる
オリジナルシリーズ商品の開発

より確実性の高い品揃えの充実

①マーケティング発想のディレクションによるオリジナルシリーズ商品の開発

「ショコラトリシリーズ」



「PAKUPAKU
ごはんシリーズ」



「アクセサリラッピングキット」



「OSOROIソックス」



②より確実性の高い品揃えの充実

「柴犬まる」



「ジッパーバッグ」



「ヘアサプリオイル」



「EVAパンプス」



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。

- ・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11月末で、46万人超
- ・国内企業ランキングは、57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



「Standard Poodle
QOO RIKU GAKU」



「ワイヤーベース」



「ねこアイマスク」



「しずくネイル
シリーズ」



- ・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

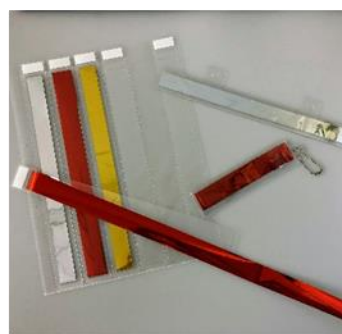
「キーホルダーカバー」



「ぬいぐるみカバー」



「銀テープファイル」



「スマホゲーム用
コントローラー・操作スティック」



2019年11月度の具体的取組：Ⅲ

『販売戦略』

手段 : 新しい・楽しい売場づくりにより、ブランド・ロイヤリティを高め、長期的な差別化戦略を推進

ハード面

リニューアル(50店舗)

店舗内物流の改善

ソフト面

インスタグラム・Twitterとの連動

店頭イベントのメニュー増強

自主リニューアル事例：マックスバリュ篠原橋東店(愛知県) 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)



(店内①)



(店内②)



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、シーズンインテリアなどを手作りします。



荻窪タウンセブン店(東京都)



アリオ上田店(長野県)

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」。
店頭で登場し、お客様の笑顔がこぼれる「楽しい売場」を演出。



オーケーみなとみらい店(神奈川県)



イオンモール扶桑店(愛知県)

実演販売イベント事例：

話題の新商品を、実演によるコミュニケーションにより、
お客様に発見していただく「新しい売場」を演出。



新百合丘オーパ店(神奈川県)



コムボックス光明池店(大阪府)

2019年11月度の具体的取組:IV

『人事制度改革戦略』

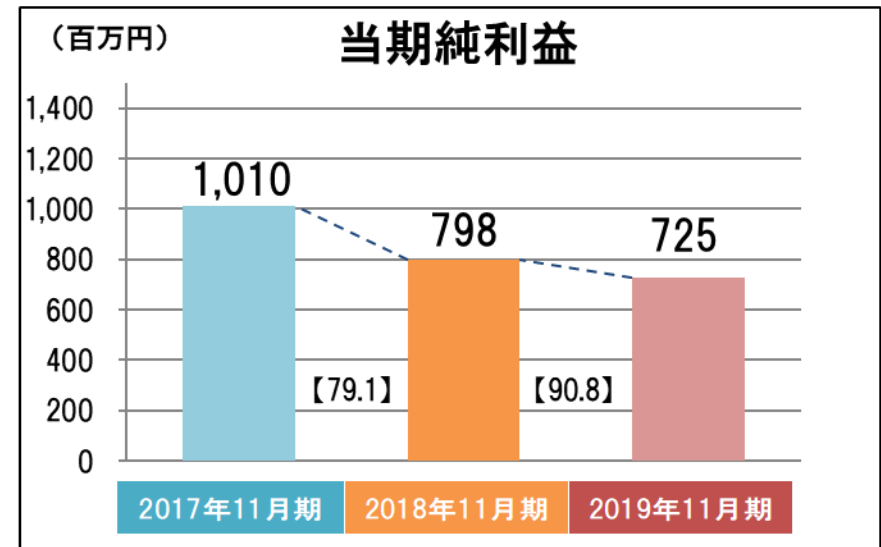
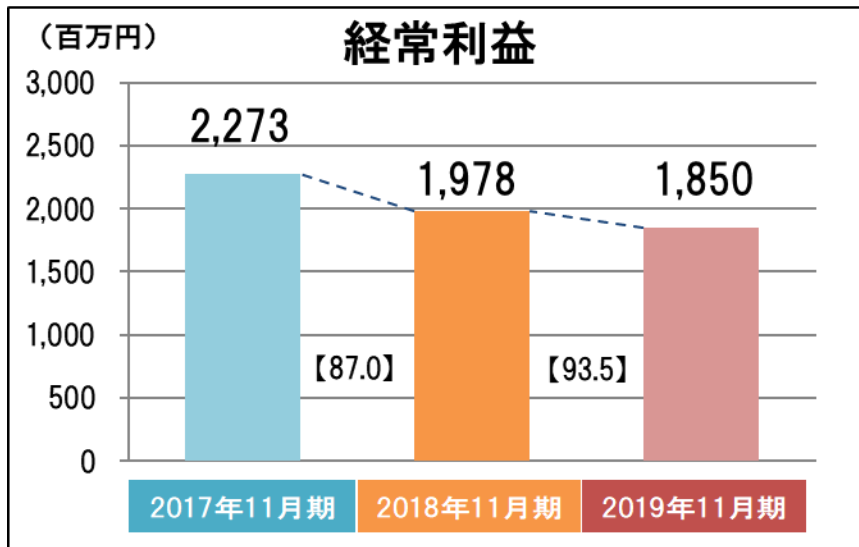
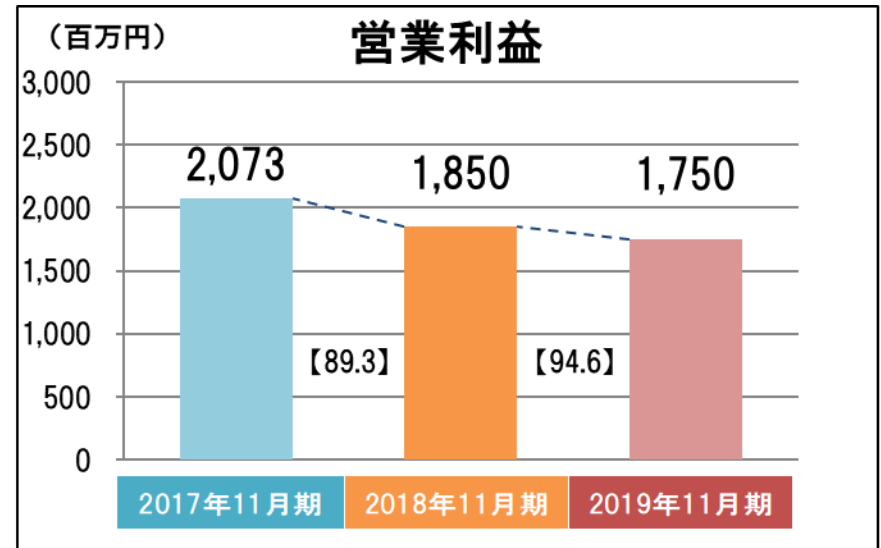
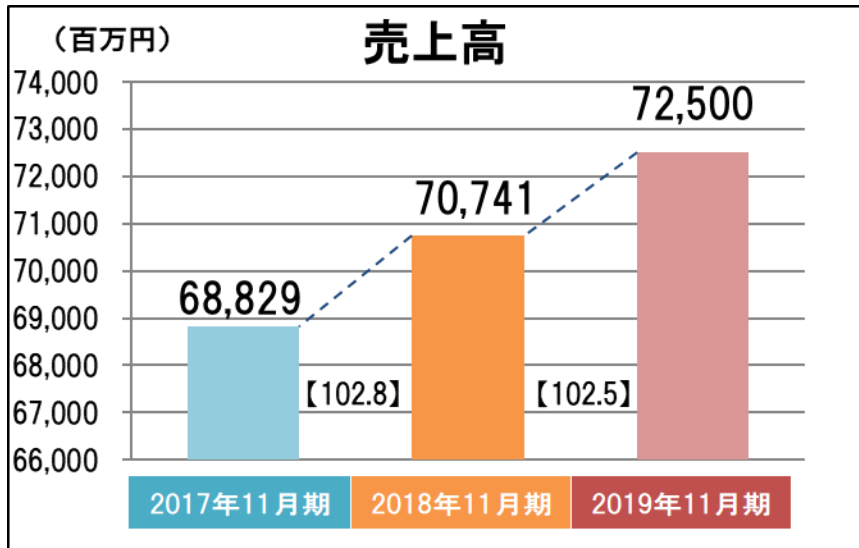
2017年11月期に開始した人事制度改革は、最重要取組としてリソースを集中し、引き続き順次制度化を推進してまいります。

『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。



2019年11月期

業績予想



【 】にある小数点1位の数値は前期比を示す。

【 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。