



2011年3月期
第2四半期 決算説明会

株式会社コメ兵

証券コード：2780（東証二部、名証二部）

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

注 記

本資料に掲載されている株式会社コメ兵の現在の計画、見通し、戦略、確信等のうち、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素を含んでおります。

これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社コメ兵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、さまざま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きます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、皆様ご自身のご判断において行われますようお願い申し上げます。

目次

- ・ 2011年3月期 第2四半期決算報告 P4 ~ P18
- ・ 営業の状況について P19 ~ P24
- ・ 2011年3月期計画および下半期の取組み P25 ~ P30
- ・ 中期計画 P31 ~ P35

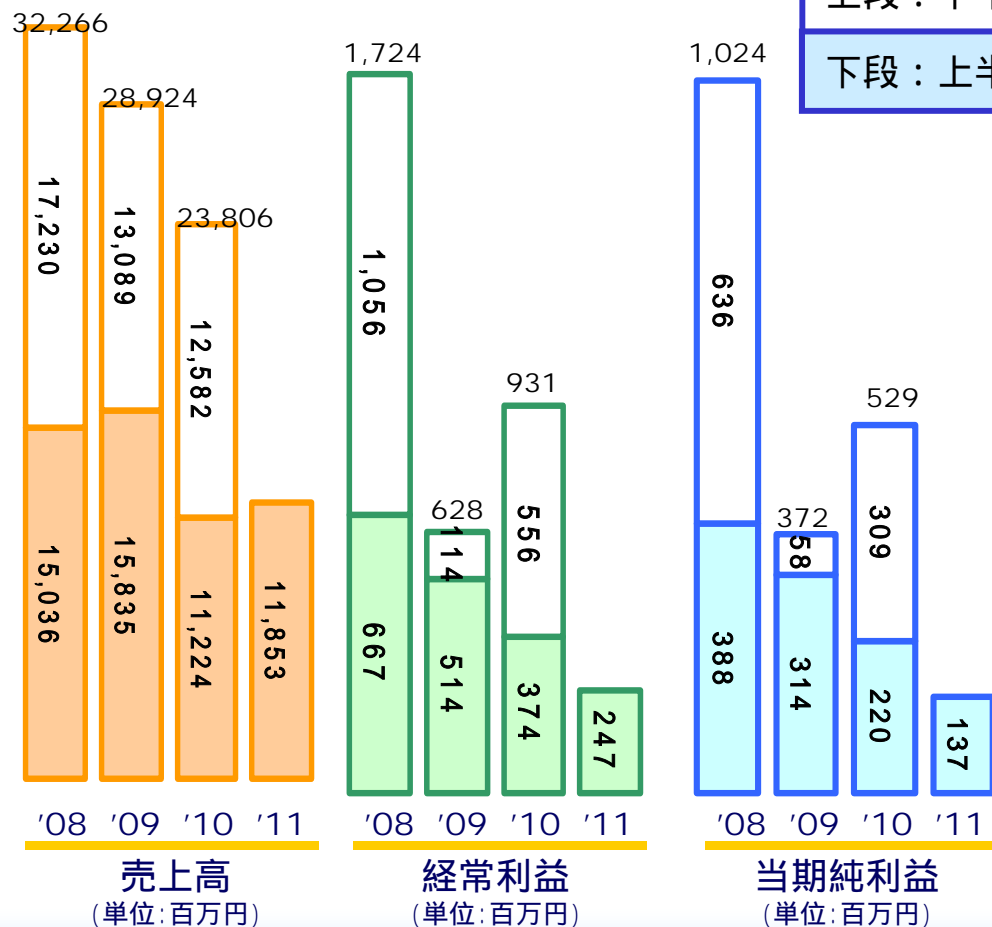
2011年3月期 第2四半期決算報告

11/3期 第2四半期決算概要

売上高は前期比5.6%増、営業利益は34.7%減の増収減益

(単位：百万円)

	11/3期 2Q累計実績	前年 同期比	計画比
売上高	11,853	105.6%	103.3%
売上総利益	3,337	103.3%	99.3%
営業利益	248	65.3%	62.6%
経常利益	247	66.0%	62.6%
第2四半期 純利益	137	62.6%	59.9%
個人仕入高	5,329	124.3%	-



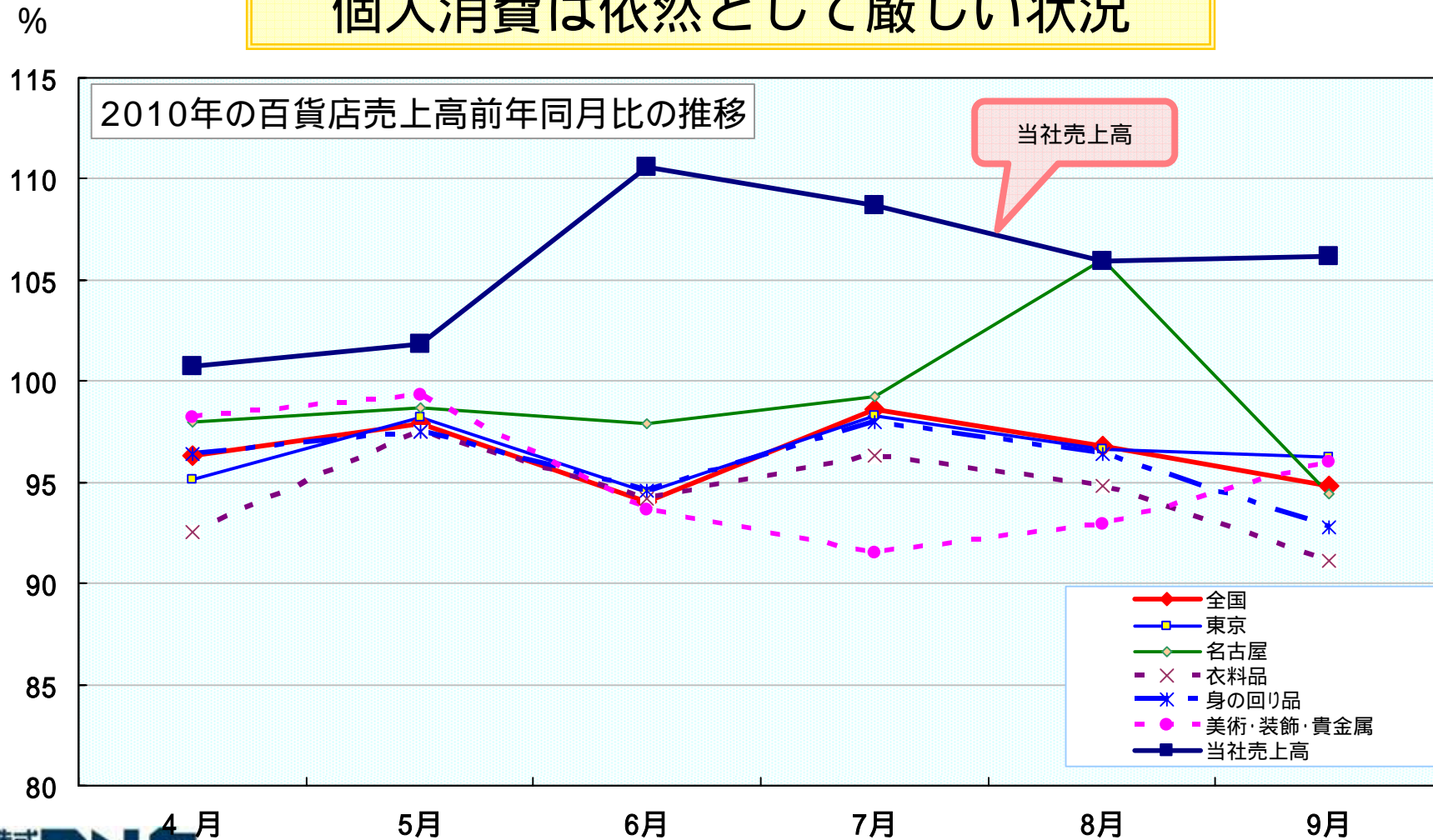
11/3期 第2四半期決算のポイント

売上高総利益率の低下、販管費の増加

売上高	11,853百万円（前年同期比628百万円増） 全エリア売上高UP オンラインストアの売上好調 地金相場の変動による宝石・貴金属の好調
売上高総利益率	28.2%（同 0.6pt） 中古品取扱業者等への売上増、低粗利在庫の処分
販管費	3,088百万円（同238百万円増） 店舗出店・オンライン強化に伴う広告宣伝費・人件費の増加
第2四半期末 商品棚卸高	6,482百万円（同 364百万円） 計画値 + 100百万円
個人買取仕入高	5,329百万円（同 + 1,042百万円） 買取促進広告強化等により増加

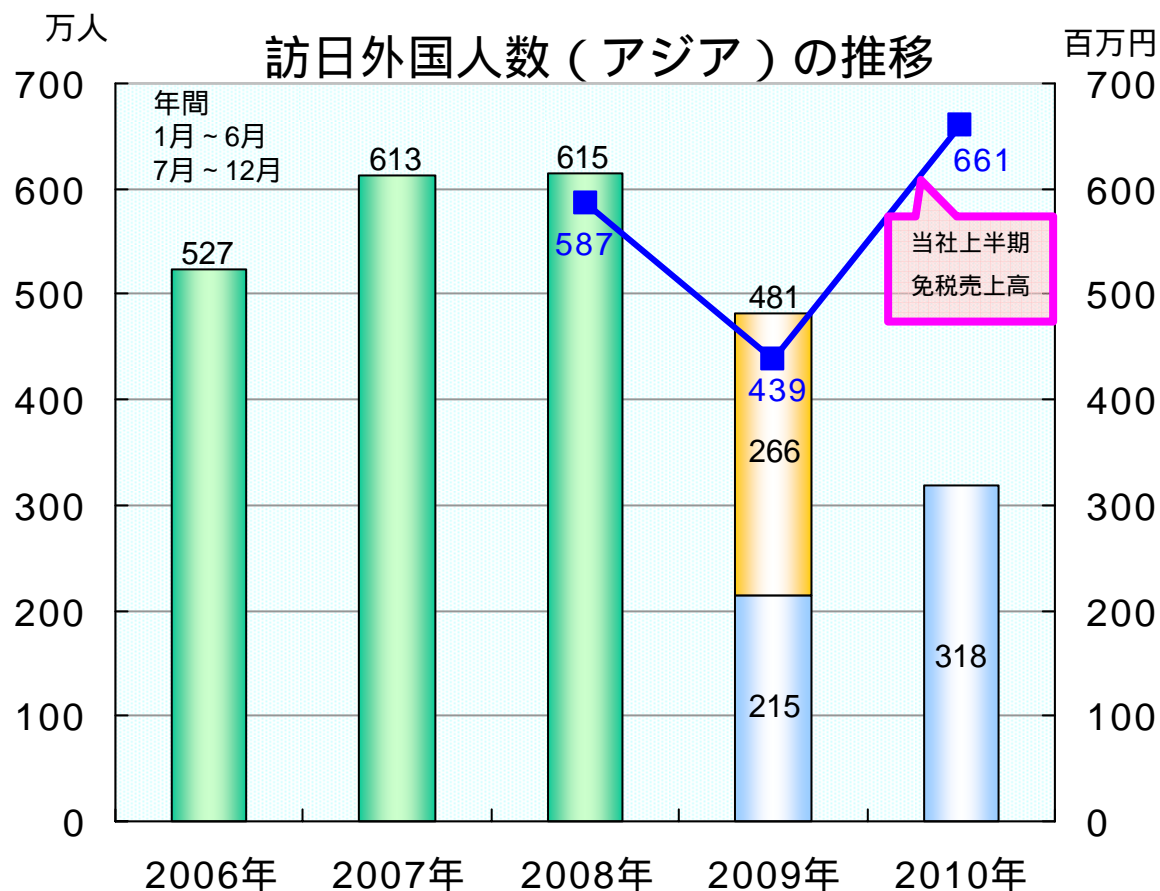
11/3期 上半期の外部環境

景気に持ち直しの動きが見えたものの
個人消費は依然として厳しい状況



11/3期 上半期の外部環境

前期免税売上高：9.9億円（総売上高の約4%）
 今後も外国人旅行者の取り込みは重要



【2009年のポイント】

訪日外客数は前年比 18.7%
 前年より続く景気後退と円高の
 継続に加え、新型インフルエンザ
 の流行等により、大きく減少

【2010年のポイント】

中国人への個人観光ビザ緩和によ
 り訪日数は大幅に増える見通し
 8月までの訪日外客数10か月
 連続の増加。1月～8月累計でも
 前年同期比33.5%増

【出所：日本政府観光局】

11/3期 上半期の主な活動

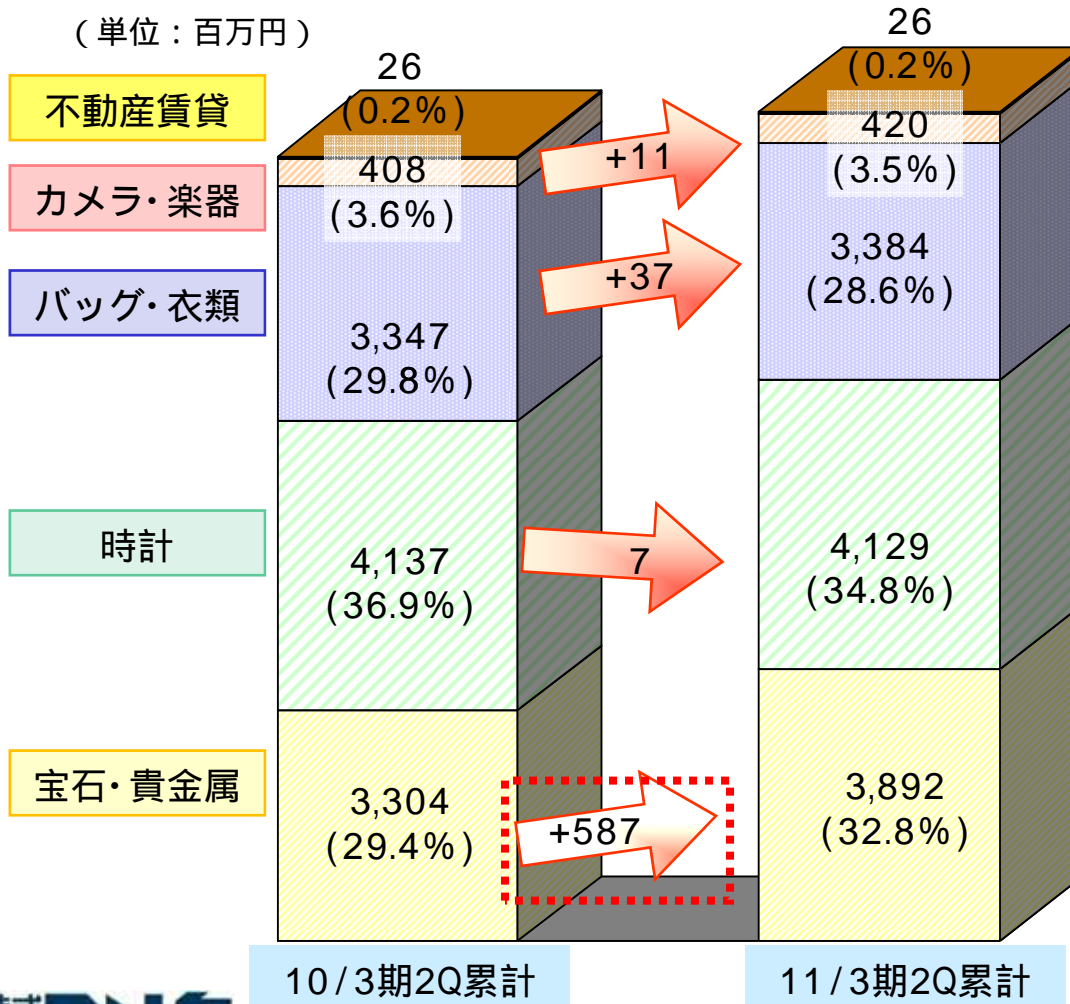
主な出店・販促活動

4月	オンラインストア リニューアル	アウトレットフェア(4/24～5/9)
5月		売って買っちゃおうキャンペーン(4/29～5/31)
6月	心齋橋店 移転オープン	夏の大感謝祭(6/26～7/19)
7月		
8月		銀聯カードでお買物キャンペーン (名古屋地区のみ ～10/31) アウトレットフェア(8/7～8/22) 売って買っちゃおうキャンペーン(8/1～8/31)
9月	買取センター吉祥寺オープン 携帯サイト公式化	
下期 予定	12月 LINK SMILE 日進店 オープン 1月 コメ兵銀座店 オープン(コメ兵有楽町閉店に伴う出店) 2月 LINK SMILE 植田山店 オープン	

T V C M

商品別売上高増減要因

宝石・貴金属 前年同期比17.8%



【宝石・貴金属】 117.8%
地金相場高騰により中古品取扱事業者等への販売増加

【時計】 99.8%
高額品需要の減退

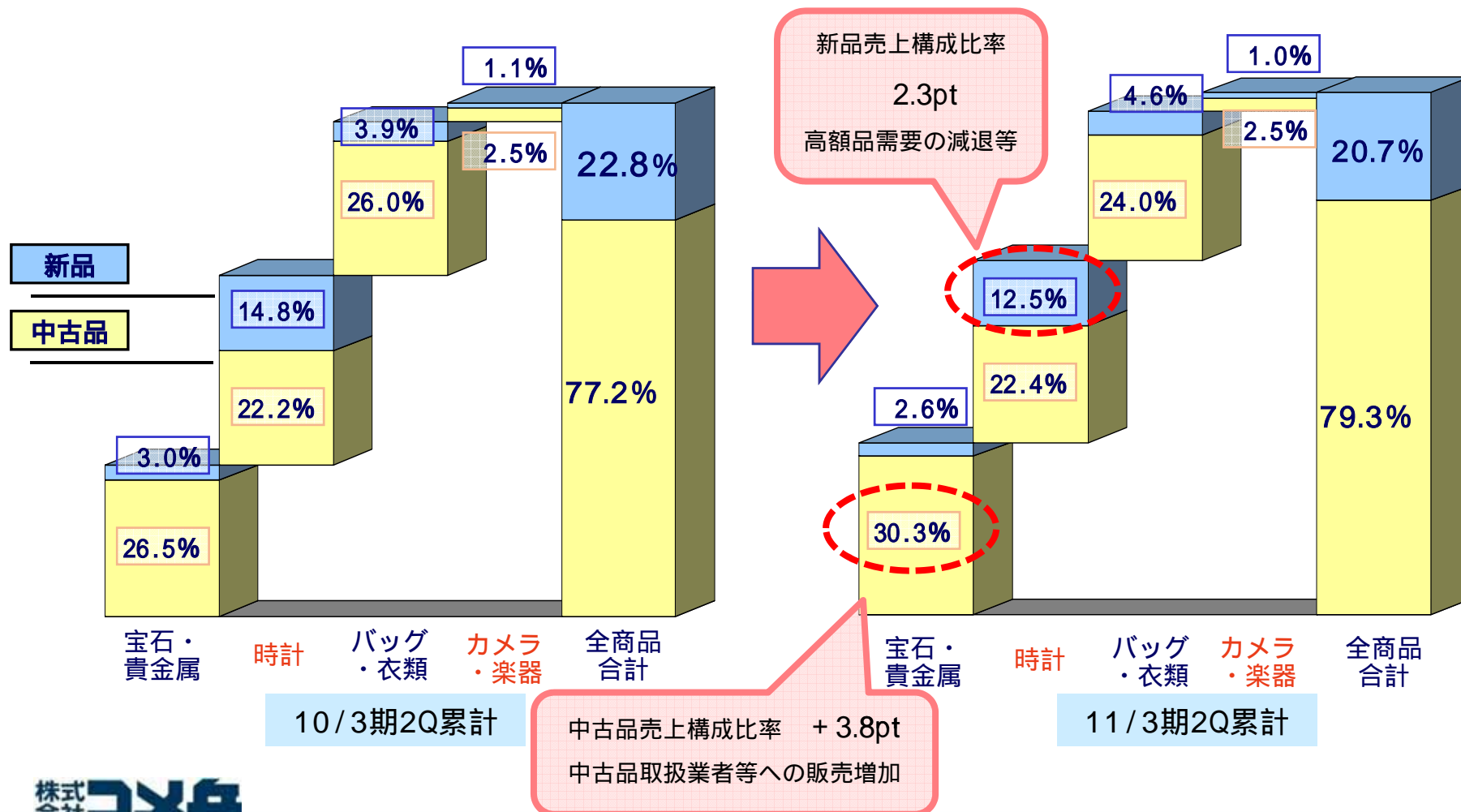
【バッグ・衣類】 101.1%
アウトレットフェア等の実施

【カメラ・楽器】 102.9%
商品構成の見直し
売場レイアウト変更

数字は前年同期比

中古品・新品別売上高構成比

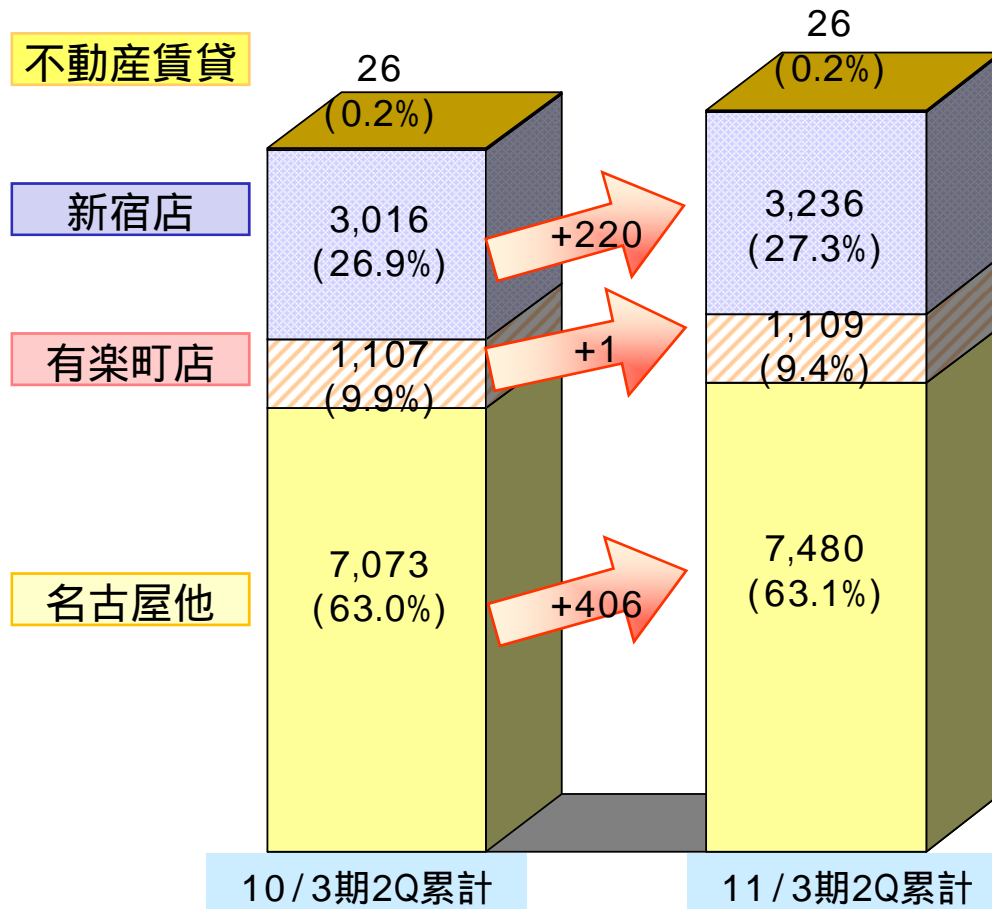
中古仕入の好調により豊富な品ぞろえ、売上高も増加



エリア別売上高増減要因

全エリア売上高アップ（前年同期比）

（単位：百万円）



【名古屋他】

- ・前年同期比：105.7%
- 宝石・貴金属が特に好調

【有楽町店】

- ・前年同期比：100.1%
- 時計が苦戦するものの、宝石・貴金属
バッグがカバー

【新宿店】

- ・前年同期比：107.3%
- 宝石・貴金属、バッグが好調

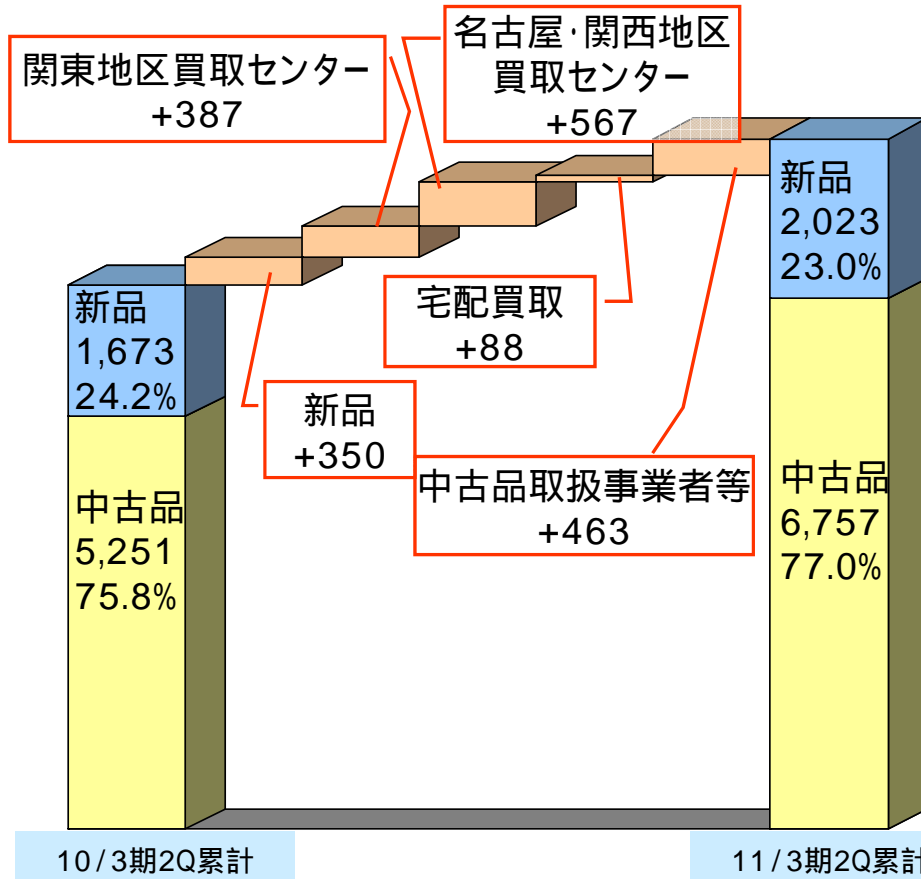
カッコ内の数字は売上高構成比

仕入高増減要因

個人買取好調 新品仕入も増加

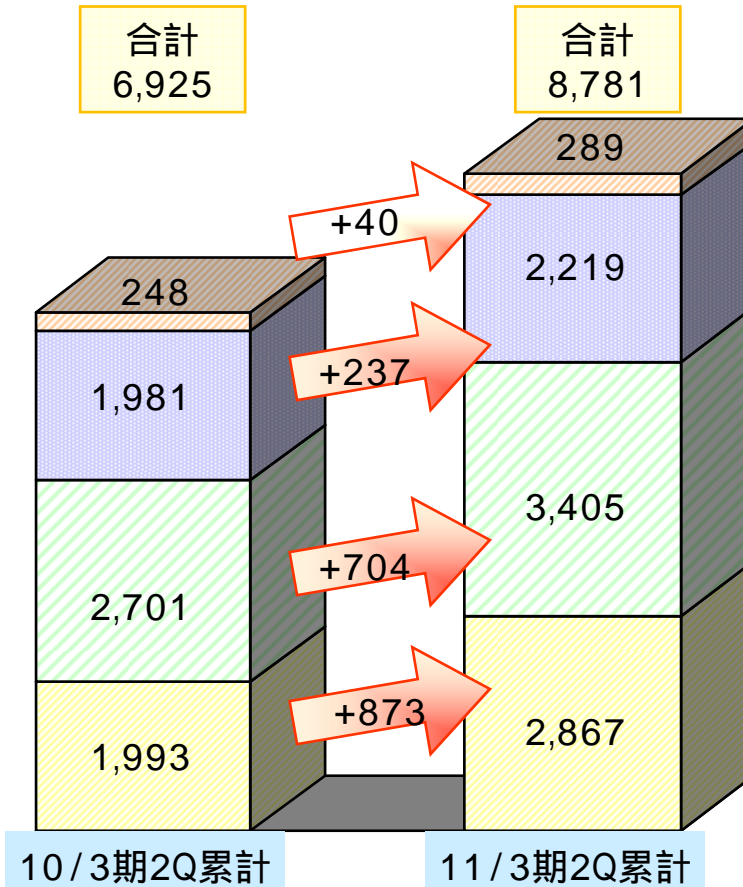
仕入経路別

(単位：百万円)



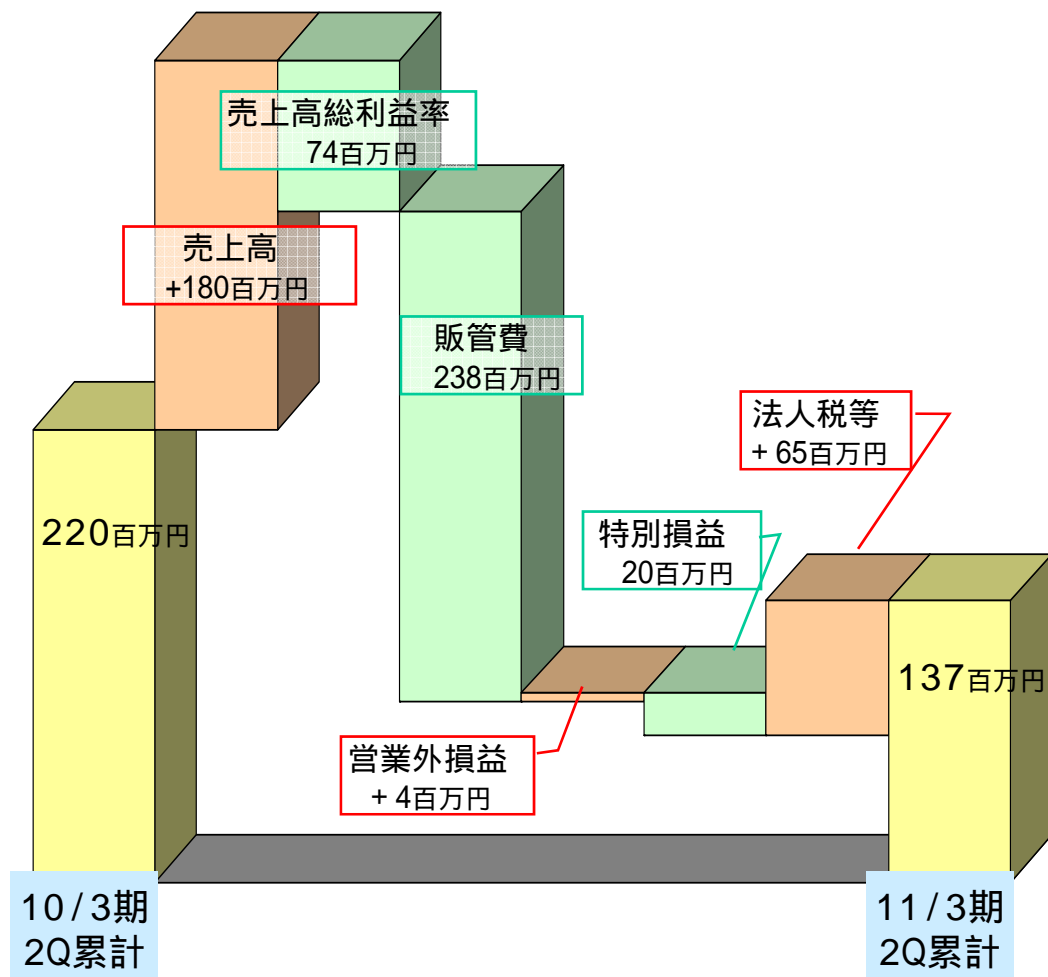
商品別

(単位：百万円)



第2四半期純利益額増減要因

販管費の増加 売上高総利益率の低下が影響

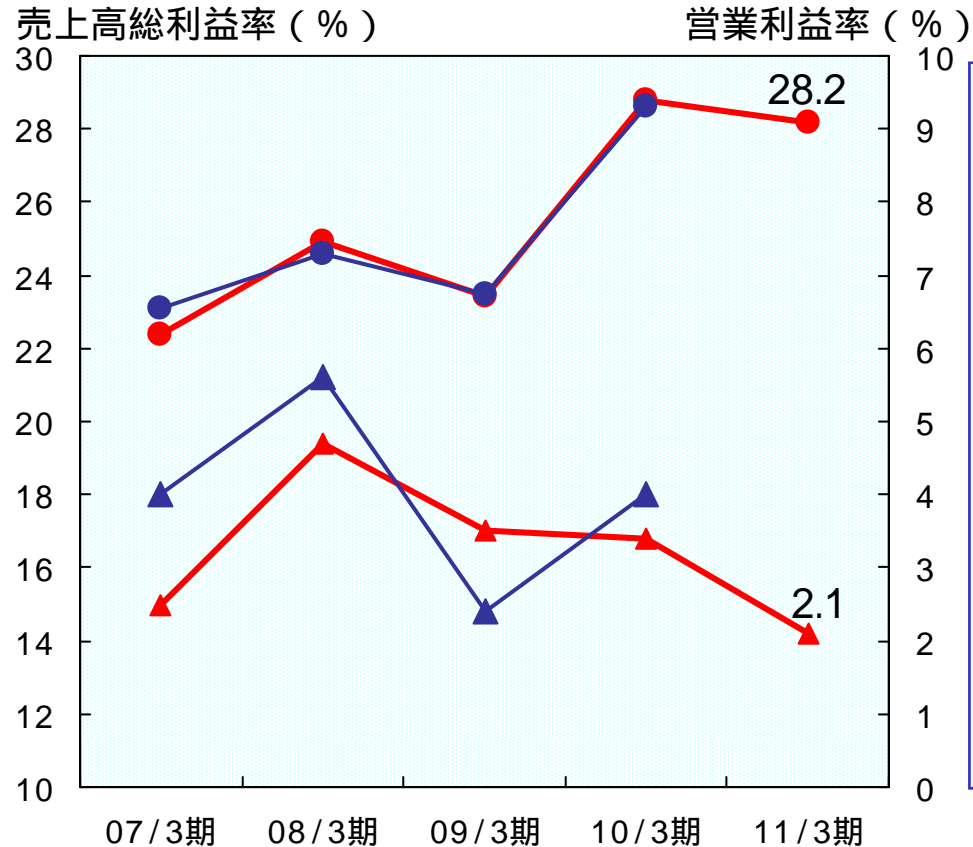


【プラス要因】
 売上高増加
 法人税等の減少

【マイナス要因】
 販管費の増加
 広告宣伝費 +120百万円
 人件費 +83百万円
 売上高総利益率の低下
 0.6pt

利益率の推移

売上高総利益率 28.2% (前期比 0.6pt)



【売上高総利益率】

28.2% (0.6ポイント)

地金相場高騰による中古品取扱業者への販売増加

低粗利在庫の処分

アウトレットセールの実施

【営業利益率】

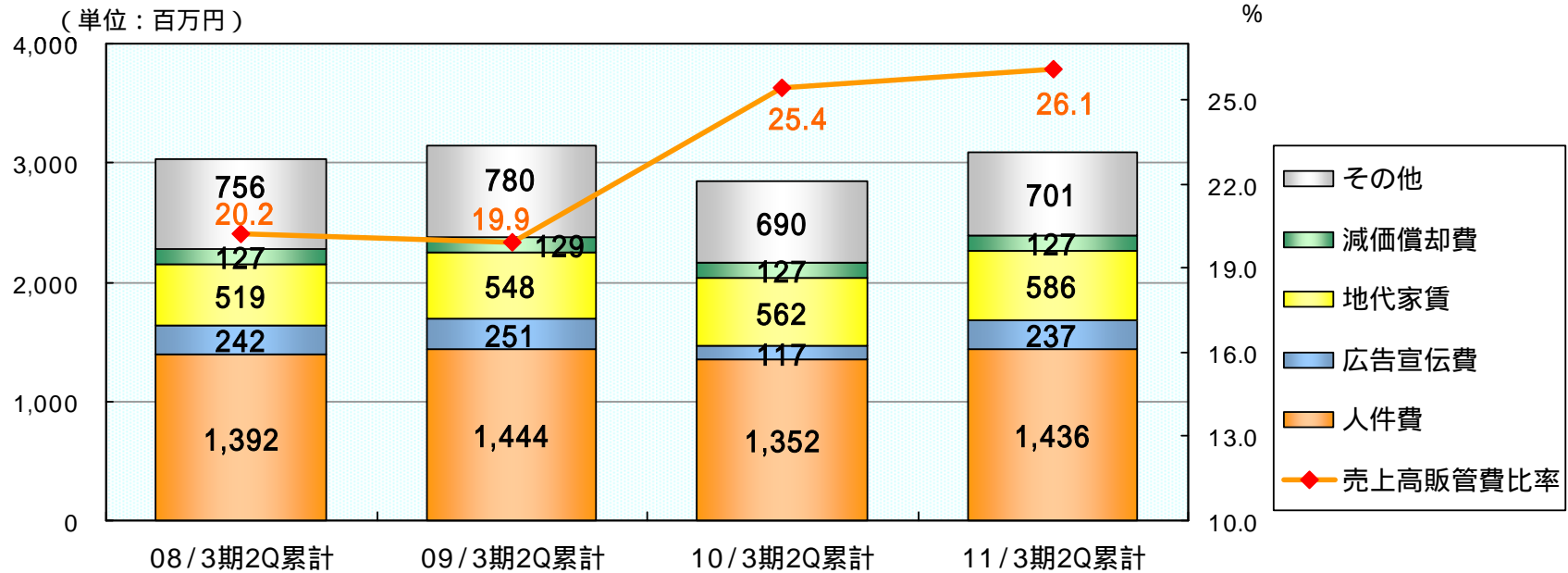
2.1% (1.3ポイント)

広告宣伝費、人件費の増加

売上高総利益率の低下

上半期 販管費の推移

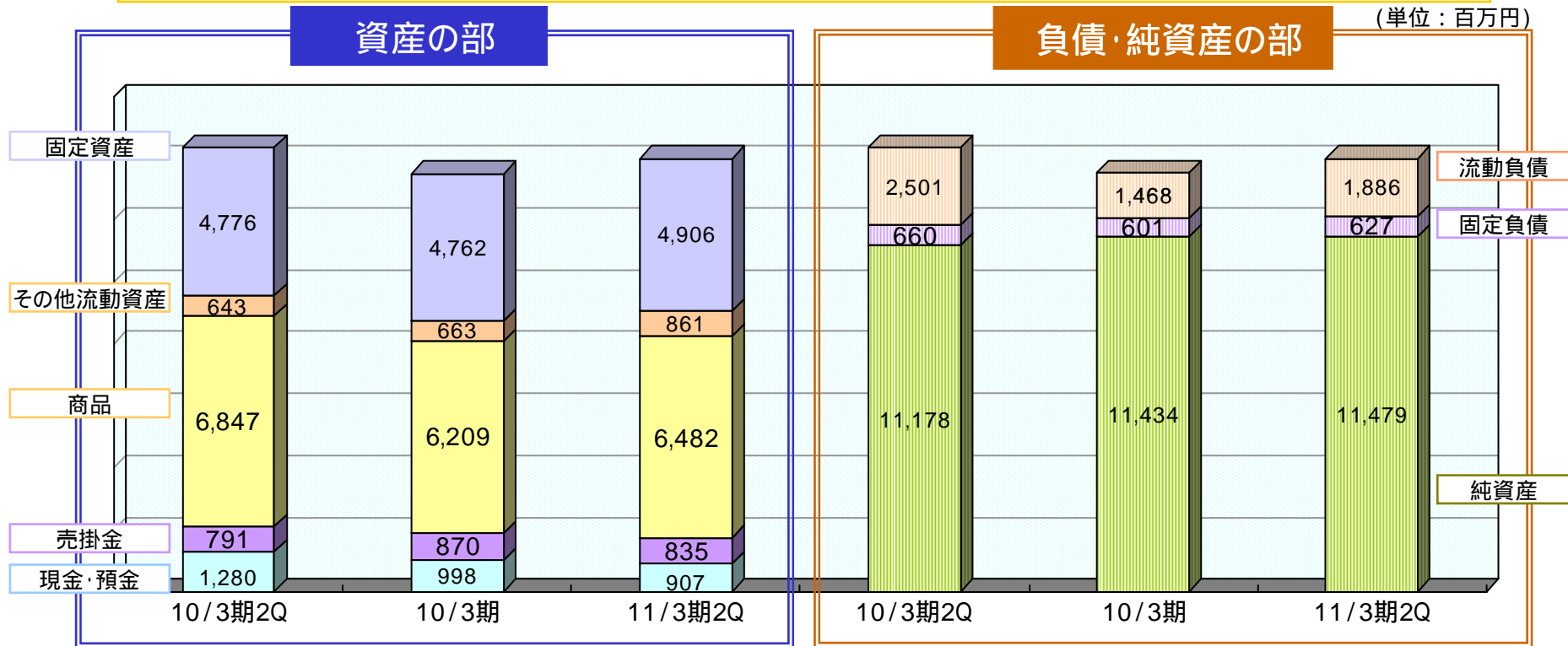
広告宣伝費の増加



	2Q累計実績 (百万円)	前期比	計画比
人件費	1,436	106.2%	103.0%
広告宣伝費	237	202.6%	142.6%
地代家賃	586	104.1%	99.9%
減価償却費	127	99.7%	107.1%
その他	701	101.6%	99.3%
計	3,088	108.4%	104.3%

貸借対照表

前年同期比 自己資本比率、有利子負債依存度改善

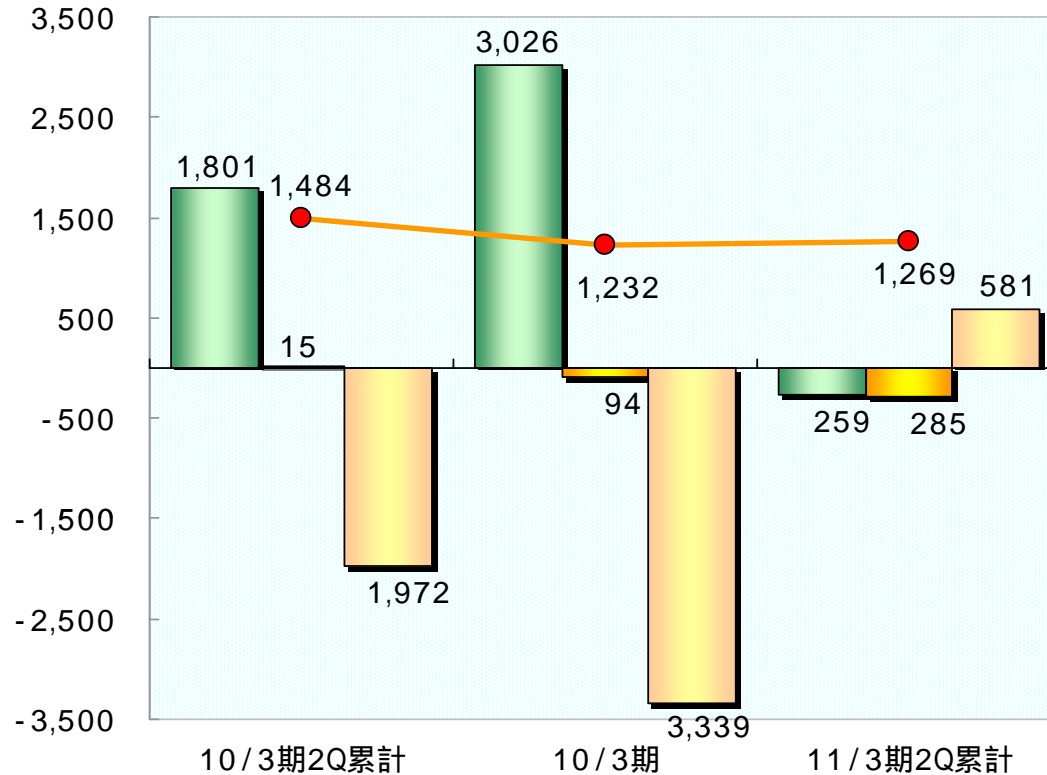


	10/3期2Q	10/3期	11/3期2Q
自己資本比率 (%)	78.0	84.7	82.0
有利子負債依存度 (%)	11.6	2.6	7.2
発行済株式数 (株)	10,956,703	10,956,703	10,956,631

キャッシュ・フロー計算書

棚卸資産増加、出店等による設備投資増加

(単位：百万円)



- 営業活動によるキャッシュ・フロー
- 投資活動によるキャッシュ・フロー
- 財務活動によるキャッシュ・フロー
- 現金及び現金同等物の期末残高

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 税引前四半期純利益 238百万円
- ・ 減価償却費 130百万円
- ・ たな卸資産の増加 270百万円
- ・ 法人税等の支払 343百万円

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 有形及び無形固定資産の取得 133百万円
- ・ 差入保証金の差入 152百万円

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- ・ 短期借入金の増加 900百万円
- ・ 長期借入金の返済 241百万円

営業の状況について

上半期の取組み

『買取・販売チャネルの拡大・強化』

店舗戦略

- ・ コメ兵心齋橋店：2010年6月5日に移転・拡張オープン
- ・ 買取センター吉祥寺：2010年9月11日オープン

ネット戦略

- ・ オンラインストア業務をWEB事業室に集約
サイトへの商品情報アップ数増加、業務の効率化
- ・ オンラインストアサイトのリニューアル

買取戦略

- ・ 映画監督 堤幸彦氏による新作CMを作成 関東・東海地区で放送
- ・ テレビCM放送に合わせてtwitterを活用したプロモーションキャンペーンを実施

コメ兵心齋橋店 概要

2010年6月5日：移転・拡張オープン



【店舗外観】



【販売フロア】



【買取フロア】



詳細

- ・面積 : 約425㎡ (旧店舗は約300㎡)
売場面積は約138㎡から約280㎡へ
- ・取扱商品 : 宝石・貴金属、時計、ブランドバッグ・衣料の買取および販売
(ブランド衣料は移転後に取扱を開始。)

買取センター吉祥寺 概要

2010年9月11日 オープン



【店舗外観】



【待合スペース】



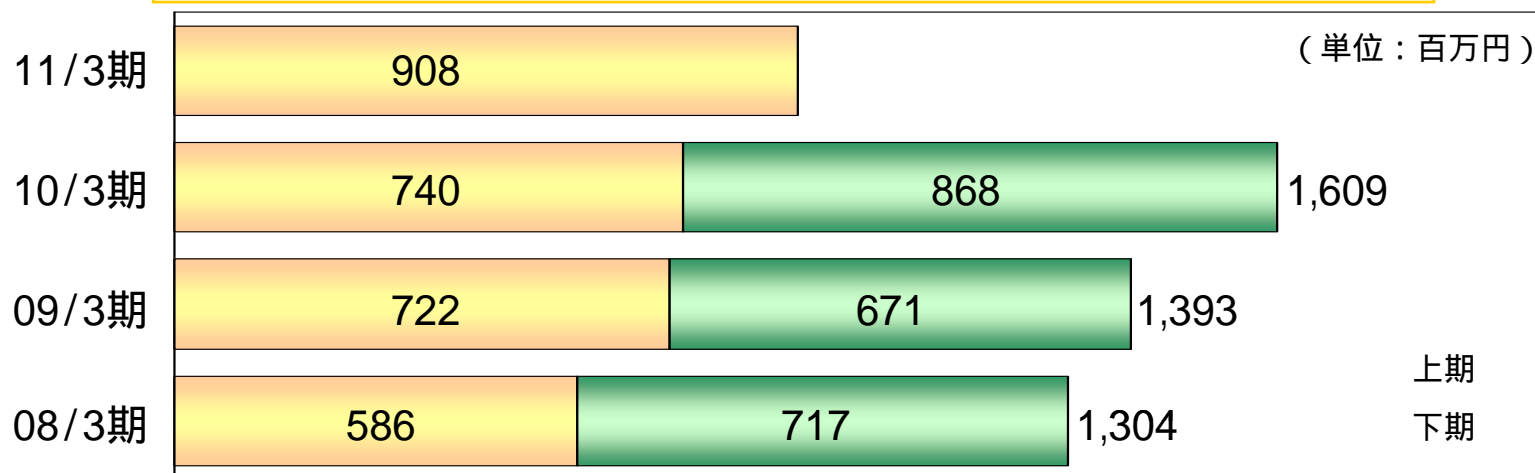
【買取ブース】

詳細

- ・所在地 : 東京都武蔵野市吉祥寺本町 2-2-2
LULUビル 2F
- ・賃借面積 : 約117㎡
- ・取扱商品 : 宝石・貴金属、時計、ブランド
バッグ・衣料の買取

オンラインストア売上高推移

見やすい・探しやすいサイトで売上好調



2011/3期 上半期販売額前年比 122%

高額品の売れ行きが好調 (商品平均単価 約10万円)

リピーター率が高い

2010/4 リニューアルオープン

リニューアル後の5月度における来客数40万人、閲覧ページ数577万ページ

9月度は来客数52万人、閲覧ページ数752万ページと5月と比較して30%の伸び

携帯サイトの公式化 (docomo、SoftBank、au)

オンラインストア売上高はサイトを通じて決済された金額の合計となっております。
店頭取寄せによる売上高は含んでおりません。

TVCMを中心にクロスメディアの広告展開

昔懐かしいフレーズが復活

いいモノ、いらんモノは
コメ兵へ売ろう!

名古屋で長く親しまれた
キャッチコピーが
約25年ぶりに復活!



クロスメディア展開

CMはコメ兵HPからご覧いただけます

TVCM記者会見を実施 TV・新聞各メディア14社が参加
TVCMをユーストリームで全世界に配信 twitterで大きな反響
twitter(ソーシャルメディア)でのキャンペーン実施
特設WEBサイトをオープン TVCM及びWEB専用動画を配信

記者会見、CM放送時にtwitter書込み件数も連動して上昇

TV 5局 新聞 2社他、Yahoo!ニュース 読売オンライン等で取り上げられる

2011年3月期計画 および 下半期の取組み

2011年3月期業績計画・上半期実績

(単位：百万円)

	上半期		通期	
	実績	前年同期比	計画値	前年同期比
売上高	11,853	105.6%	24,047	101.0%
売上総利益	3,337	103.3%	7,114	104.6%
営業利益	248	65.3%	1,008	107.2%
経常利益	247	66.0%	1,003	107.8%
当期(第2四半期)純利益	137	62.6%	575	108.7%

【通期計画の前提条件】

- ・売上確保：
有楽町店閉店セール、新店オープンを中心とした売上確保
- ・利益確保：
適正な値入と在庫コントロール強化による売上高総利益の確保
- ・経費コントロール：
広告宣伝費、人件費をはじめとする経費の予算統制

下半期の取組み・課題

店舗戦略

- ・ LINK SMILE出店（2010年12月日進店(仮称)、2011年2月植田山店(仮称)予定）
- ・ コメ兵銀座店（仮称）の出店：2011年1月予定

販売戦略

- ・ ポイントカードの導入
- ・ 銀座店オープンセールを中心とした東京店舗での販売強化

・ 個人買取仕入の強化

- ・ 複合バイヤー育成、社内育成制度の改善による新規バイヤーの育成強化
- ・ テレビ買取システム導入、活用
- ・ TVCMを活用した個人買取告知の強化

経費の予算統制

- ・ 上期の結果をふまえた販管費のコントロール

LINK SMILE（リンクスマイル）とは、当社が10年2月に開始した新業態であり、低単価な中古品衣料の販売を主とする郊外型小規模店舗の店名です。詳細は同ホームページ（<http://www.linksmile.jp/>）をご参照ください。

新規出店 概要

コメ兵銀座店（仮称）

コメ兵バイヤーの選りすぐりの逸品をまず銀座店にて披露する。価値の高い本物をお求めのお客様にご満足いただける品揃え。

ターゲットは20代後半～50代と幅広く設定。

従来の商品群別とは異なる「顧客ターゲット別」のフロア構成を採用。

【フロア構成（予定）】

4F 買取センター

3F ラグジュアリー

2F 時計・メンズ

1F レディース



《店舗イメージ》

オープン予定：2011年1月

所在地：中央区銀座5丁目6-12

みゆきビル1F～4F

面積：1,010.84㎡（有楽町店は約730㎡）

新規出店 概要



LINK SMILE(リンクスマイル)は、当社の新業態で、低価格な中古品衣料の販売を主とした、郊外型の小規模店舗です。

【LINK SMILE 日進店（仮称）】

オープン予定：2010年12月

所在地：愛知県日進市日進竹の山南部特定土地
区画整理組合仮換地22街区8

面積：330㎡

【LINK SMILE 植田山店（仮称）】

オープン予定：2011年2月

所在地：愛知県名古屋市天白区植田山
3丁目 1697、1608

面積：296㎡

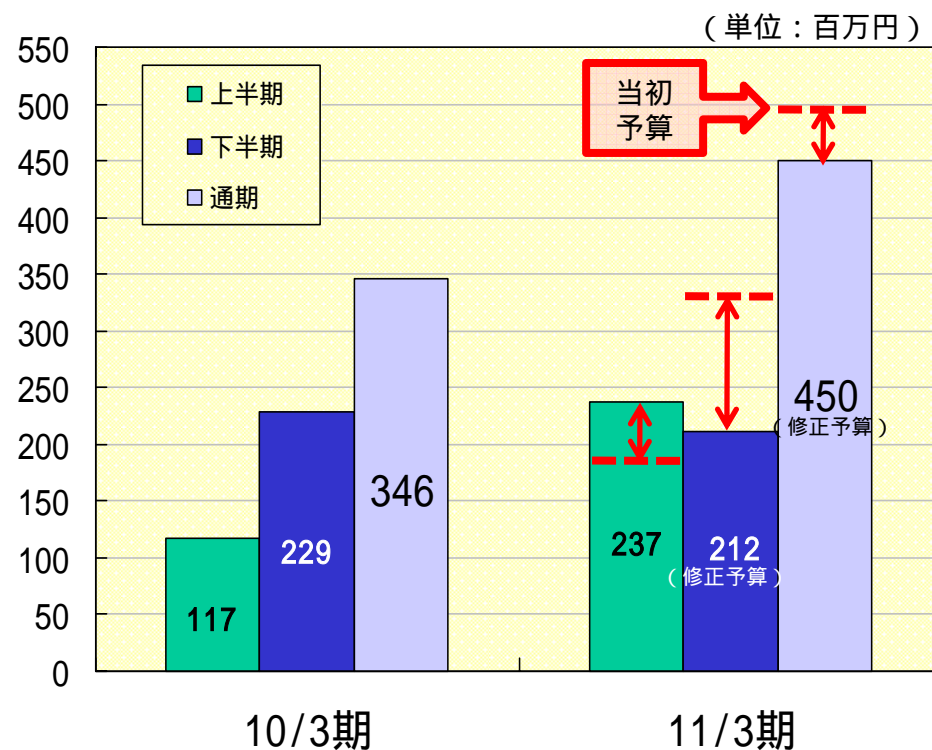


【日進店 イメージ】

コスト対策の強化

販管費のコントロール強化

広告宣伝費



当初年間 5 億円で予定
4.5 億円へ抑える

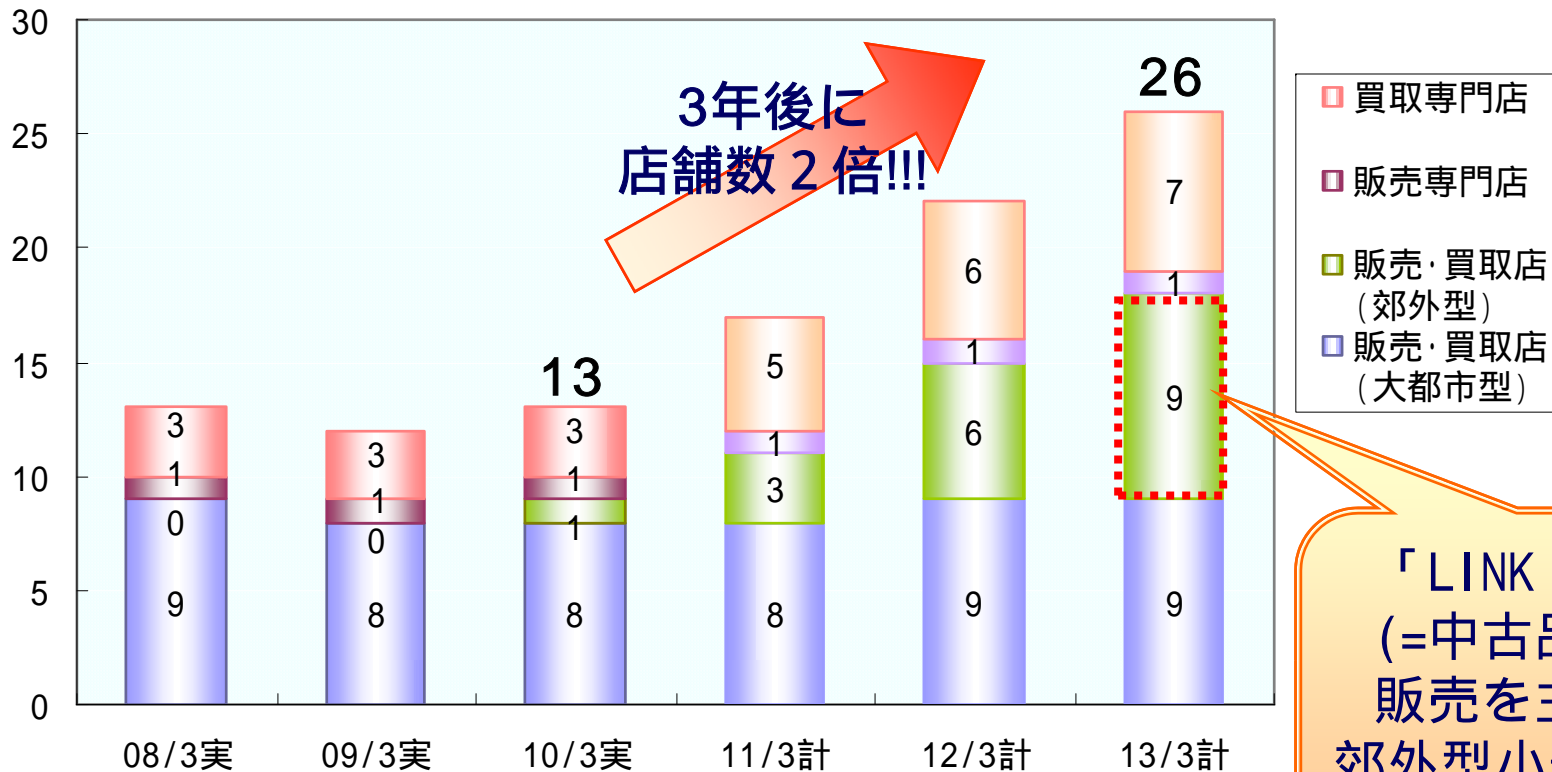
戦略的広告の実施により前期
に重点を置いて実施

中期計画

中期出店戦略

目標：13/3期末に店舗数を「26」とする

店舗数

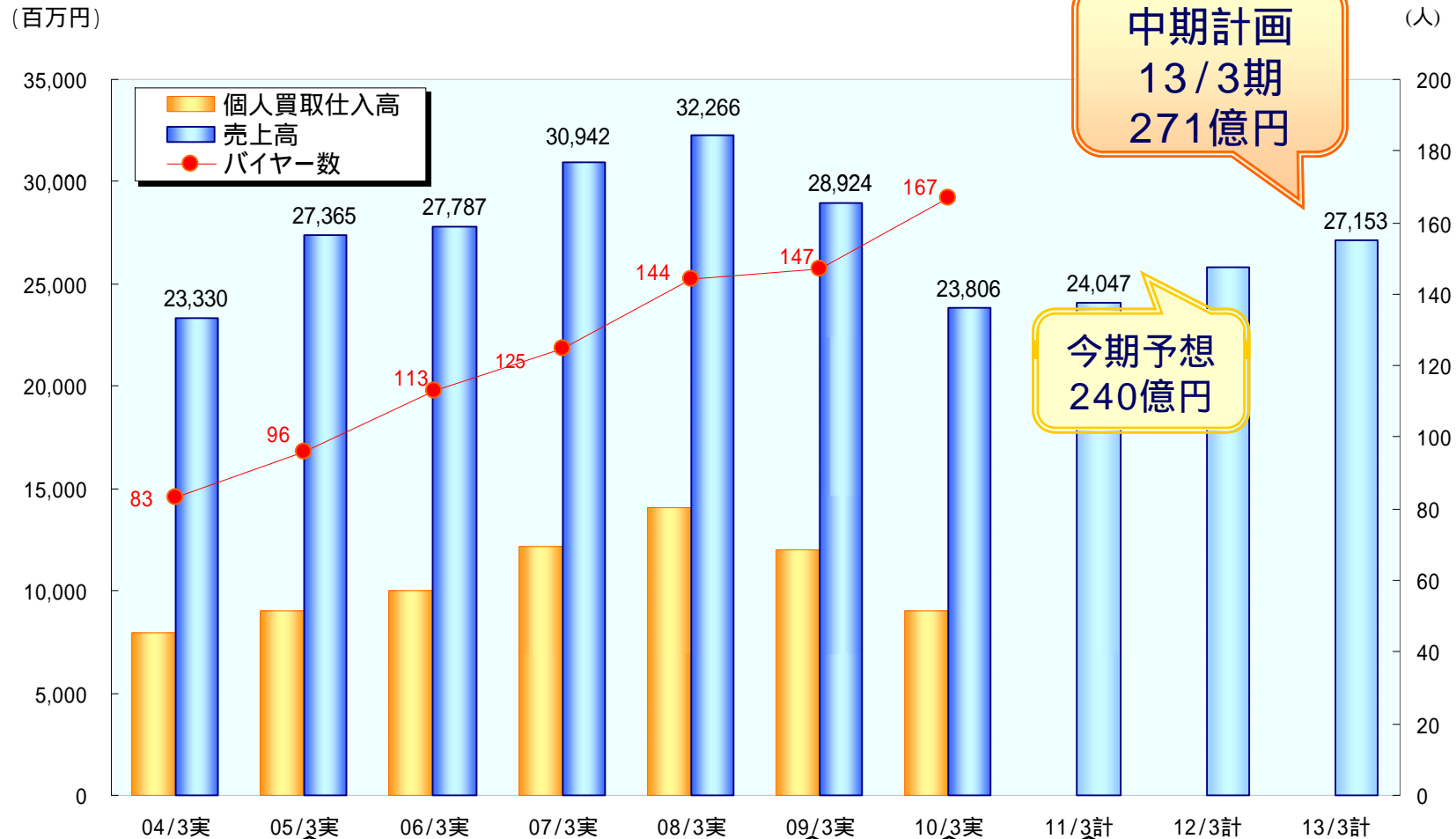


「販売・買取店(郊外型)」とは、現状「LINK SMILE」のことを指します。

「LINK SMILE」
 (=中古品衣料の
 販売を主とした
 郊外型小規模店舗)
 の積極的出店

中期売上高計画

中期経営方針：『買取・販売チャネルの拡大・強化』



中期計画
13/3期
271億円

今期予想
240億円

新宿店出店

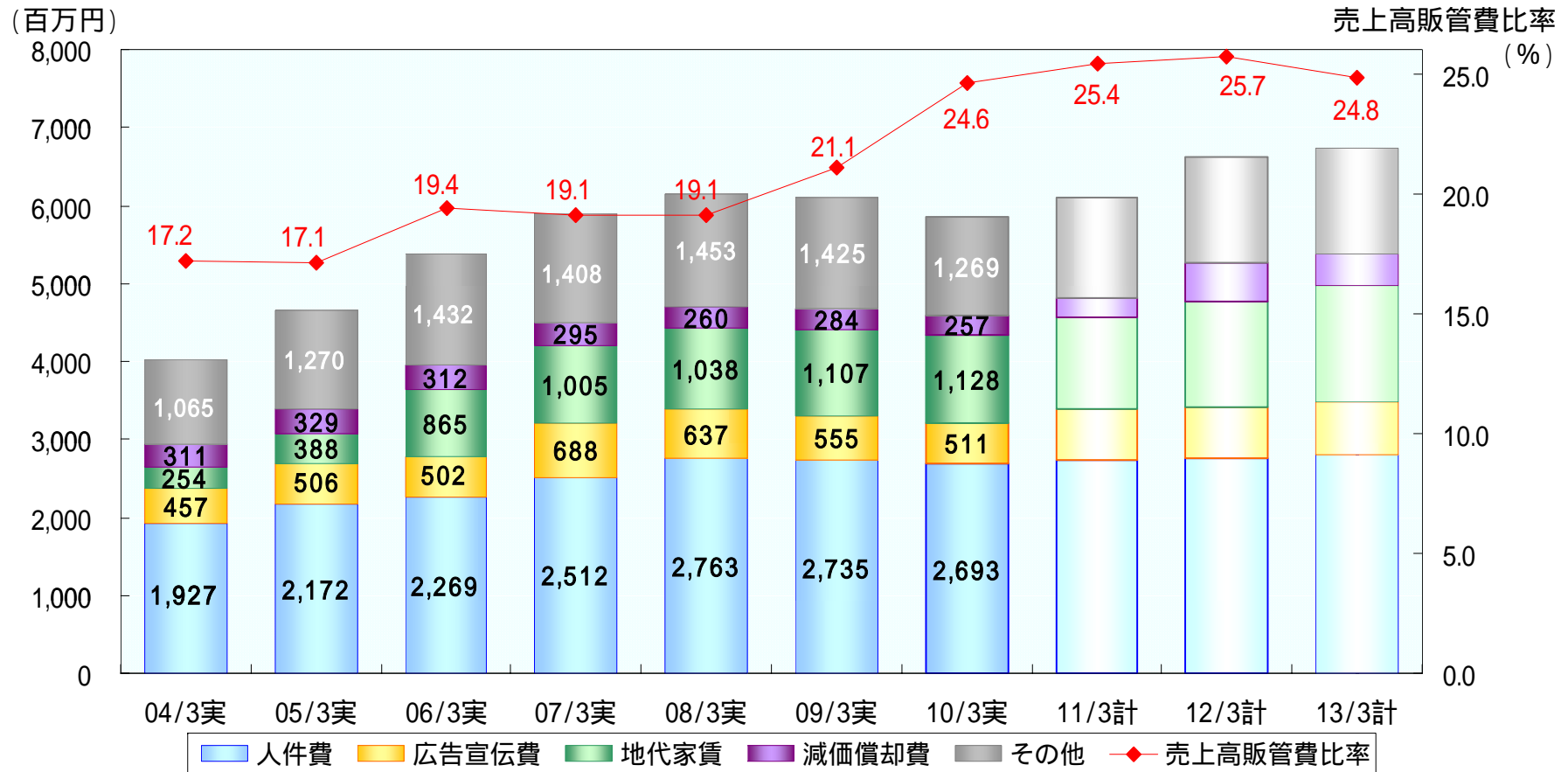
神戸元町店
移転拡張

LINK SMILE
出店

心齋橋店
移転拡張

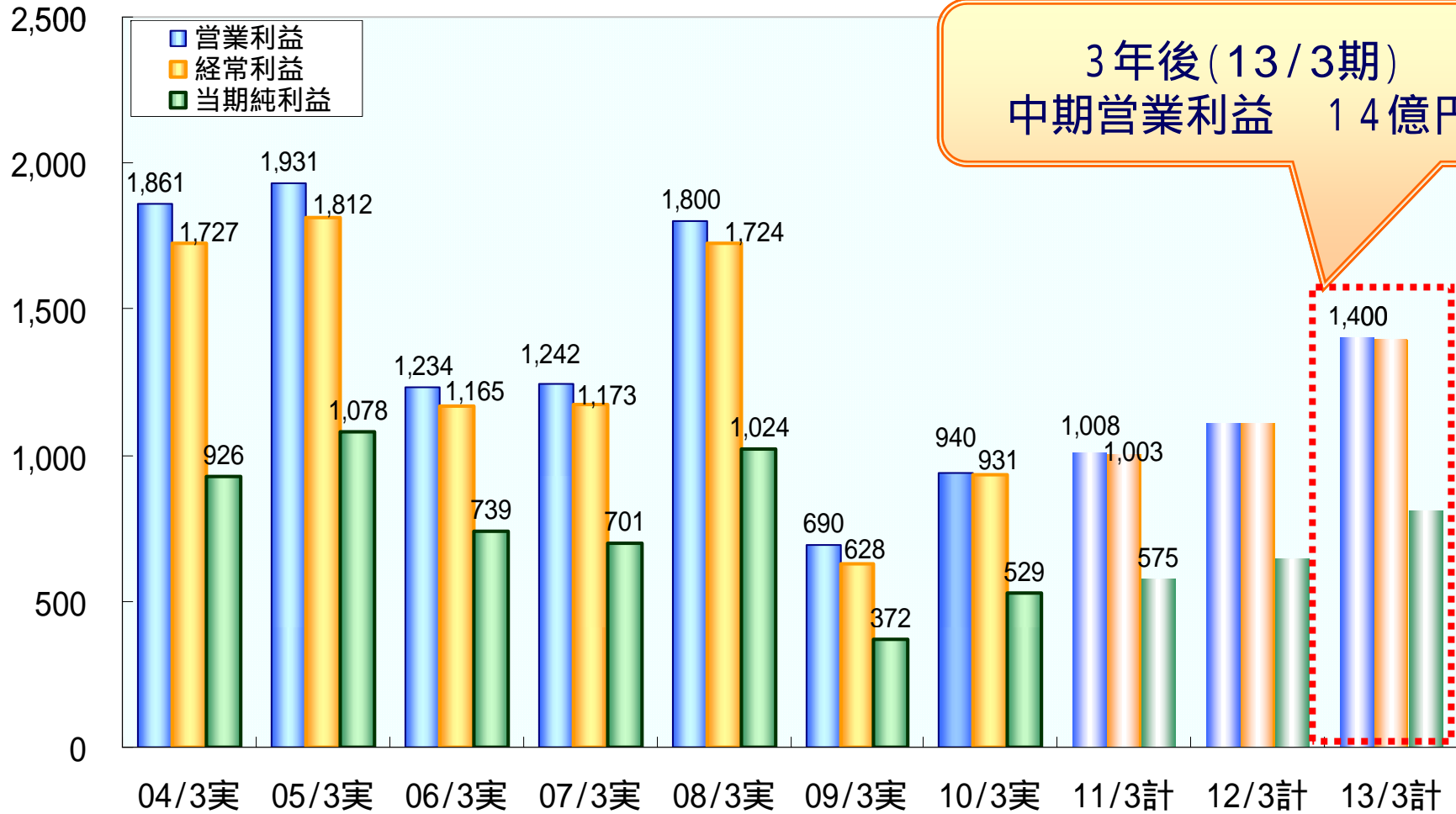
中期販管費計画

売上高減少に伴い、販管費比率は短期的に上昇
徐々に適正水準になるよう、調整



中期利益計画

(百万円)



3年後(13/3期)
中期営業利益 14億円