



**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（東証一部、名証一部）
<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

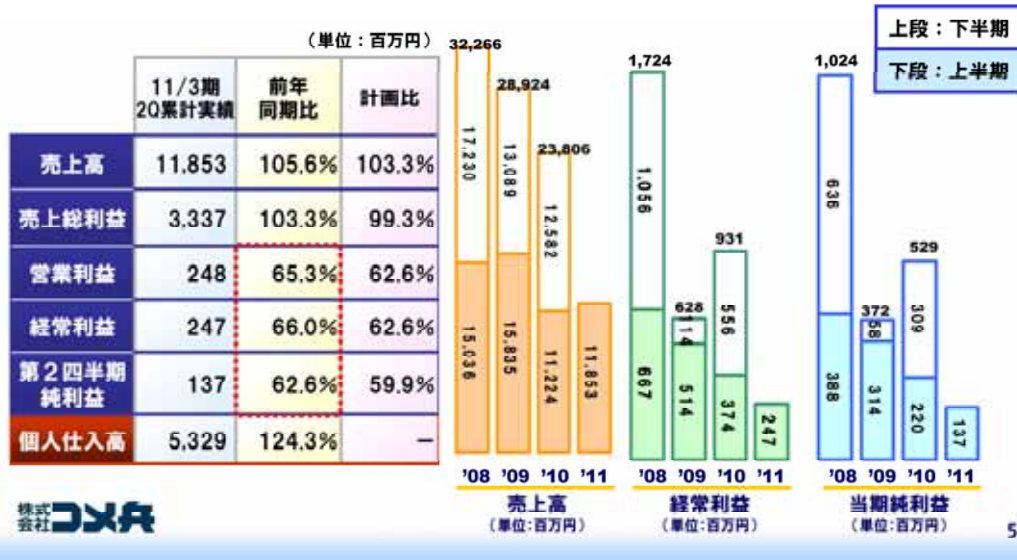
- ・ 2011年3月期 第2四半期決算報告 P4～P18
- ・ 営業の状況について P19～P24
- ・ 2011年3月期計画および下半期の取組み P25～P30
- ・ 中期計画 P31～P35

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



11/3期上半期 決算概要

- ・前年同期比 「増収減益」
- ・売上高は予算を確保できたものの、売上高総利益率の低下、及び、店舗出店やオンラインストアの強化に伴う人件費及び広告宣伝費等の増加により営業利益、経常利益は前年同期比62.6%。
- ・個人仕入高は、買取促進広告の強化、コメ兵心齋橋店の移転拡張、買取センター吉祥寺の出店等に伴う効果により、前年同期比124.3%と順調に増加。

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

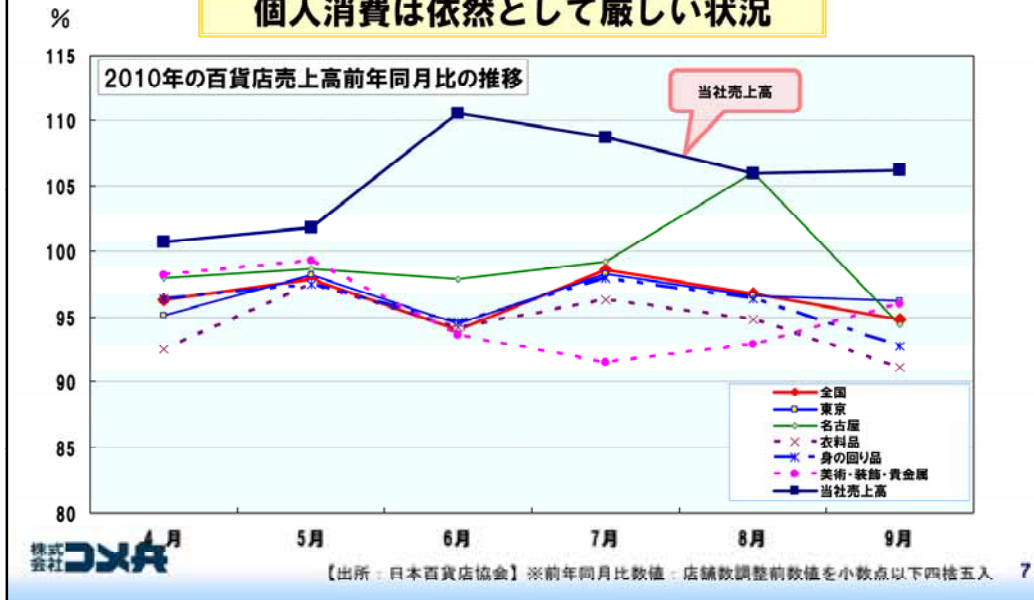
■売上高	11,853百万円（前年同期比628百万円増） →全エリア売上高UP →オンラインストアの売上好調 →地金相場の変動による宝石・貴金属の好調
■売上高総利益率	28.2%（同▲0.6pt） →中古品取扱業者等への売上増、低粗利在庫の処分
■販管費	3,088百万円（同238百万円増） →店舗出店・オンライン強化に伴う広告宣伝費・人件費の増加
■第2四半期末商品棚卸高	6,482百万円（同▲364百万円） →計画値+100百万円
■個人買取仕入高	5,329百万円（同+1,042百万円） →買取促進広告強化等により増加

11/3期 第2四半期決算のポイント

- ・売上高：11,853百万円（前年同期比628百万円増）
全エリアで前年同期比売上高UP。
特に東京地区及びオンラインストアの売上が順調に推移。
- ・売上高総利益率：28.2%（前年同期比 0.6pt）
地金を中心とした中古品取扱事業者等への販売増加、及び低粗利在庫の処分等により低下。
- ・販管費：3,088百万円（前年同期比238百万円増）
店舗出店やオンラインストア強化に伴い、戦略的に広告宣伝費を前倒し使用。
- ・第2四半期末商品棚卸高：6,482百万円（前年同期比 364百万円増）
前年同期比では抑えたものの、下期の銀座店等新規出店に備え、計画比では約1億円超過。
- ・個人仕入高：5,329百万円（前年同期比1,042百万円増）
TVCM等を活用した買取促進を行ったことや、買取センター吉祥寺の出店等、店舗戦略も奏功し、順調に推移。

11/3期 上半期の外部環境①

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

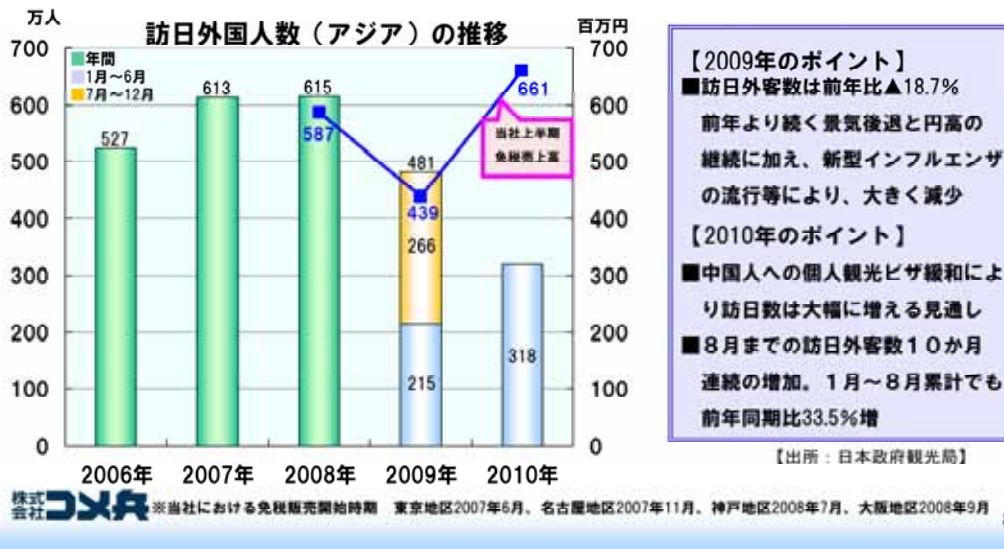


11 / 3 期 上半期の外部環境

・個人消費は依然厳しい環境の中、当社売上高は上半期を通して前年値を上回り順調に推移。

11/3期 上半期の外部環境②

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



11/3期 上半期の外部環境

- ・ 2010年度上半期におけるアジアからの訪日外国人数は約48%増加
- ・ 当社上期免税売上高は661百万円（前年同期比50.5%増）。

11/3期 上半期の主な活動

主な出店・販促活動

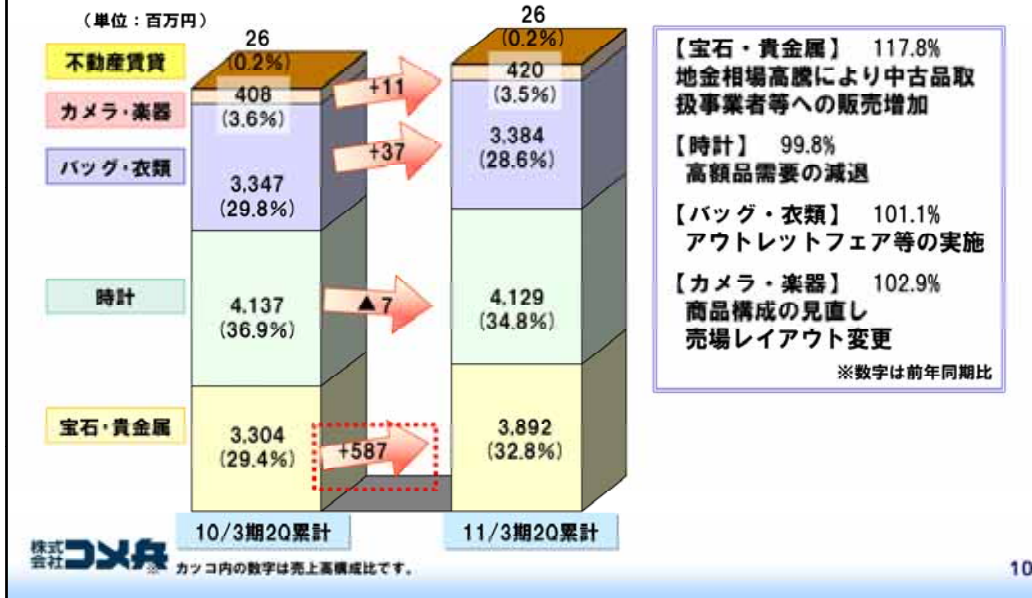
4月	■オンラインストア リニューアル	●アウトレットフェア(4/24~5/9)
5月		◆売って買っちゃうキャンペーン(4/29~5/31)
6月	■心斎橋店 移転オープン	●夏の大感謝祭(6/26~7/19)
7月		
8月		●銀聯カードでお買物キャンペーン (名古屋地区のみ ~10/31) TVCM ●アウトレットフェア(8/7~8/22) ◆売って買っちゃうキャンペーン(8/1~8/31)
9月	■買取センター吉祥寺オープン ■携帯サイト公式化	
下期 予定	12月 LINK SMILE 日進店 オープン 1月 コメ兵銀座店 オープン(※コメ兵有楽町閉店に伴う出店) 2月 LINK SMILE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

11/3期 上半期の主な取組み

- ・オンラインストアのリニューアルの他、心斎橋店の移転拡張、買取センター吉祥寺のオープンなど、店舗施策を実施。
- ・下期、コメ兵銀座店、LINK SMILE（郊外型古着店）2店舗の出店を予定。

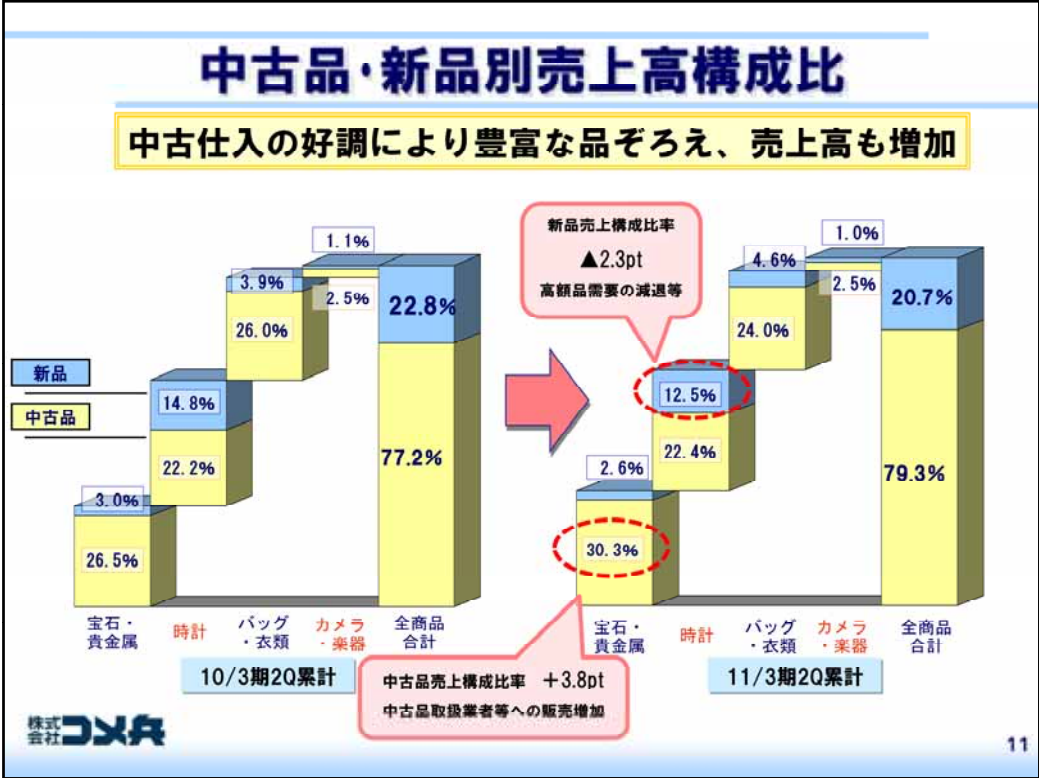
商品別売上高増減要因

宝石・貴金属 前年同期比17.8%



商品別売上高増減要因

- ・地金相場高騰などの要因もあり、宝石・貴金属の売上高が大幅にUP。



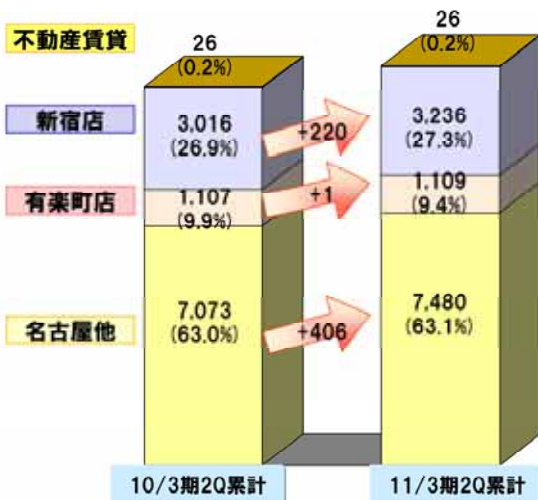
中古品・新品別売上高構成比

・個人買取をはじめ、中古品仕入が好調であったことから、中古品の売上高構成比が向上。

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

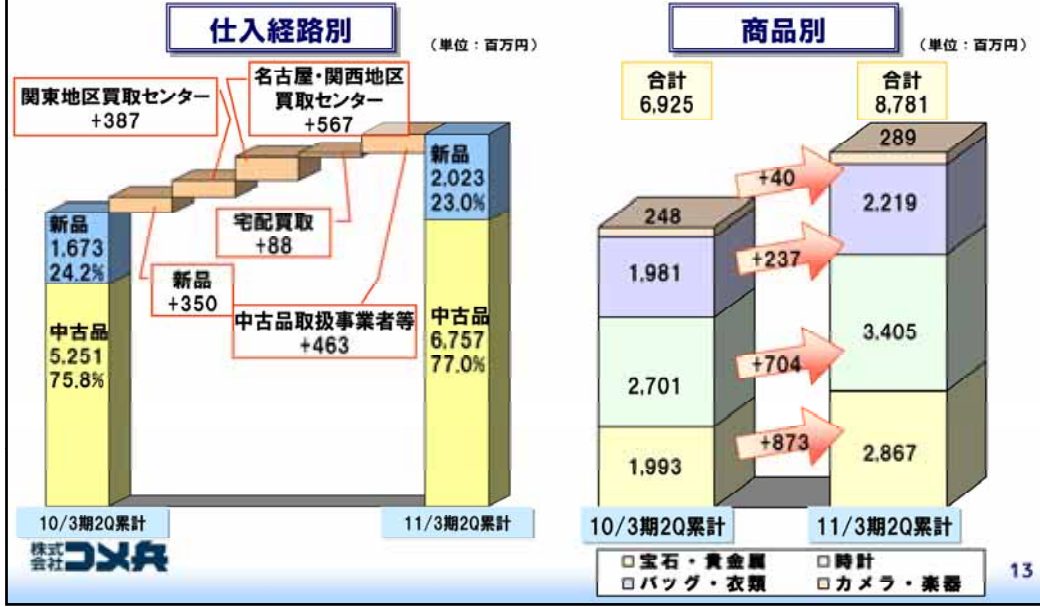
株式会社 **COMA** ※ カッコ内の数字は売上高構成比

エリア別売上高増減要因

- ・全エリアとも売上高は前年同期比プラス。
- ・新宿店が順調に推移。

仕入高増減要因

個人買取好調 新品仕入も増加

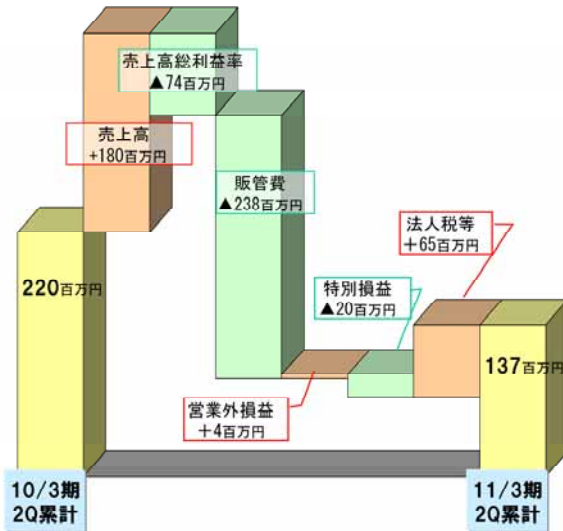


仕入高増減要因

- ・買取センター、宅配買取の仕入が好調。
- ・宝石・貴金属、時計の仕入が増加。

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】

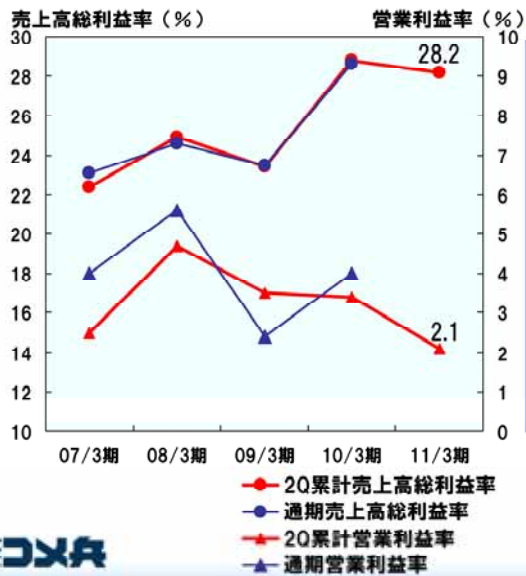
- 販管費の増加
⇒広告宣伝費 +120百万円
⇒人件費 +83百万円
- 売上高総利益率の低下
▲0.6pt

第2四半期純利益増減要因

・売上高は増加したものの、販管費の増加及び売上高総利益率の低下により第2四半期純利益は前年同期比で減少。

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

利益率の推移

- ・売上高総利益率の低下、販管費の増加により、営業利益率が低下。

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%

株式会社 **DXA** ※ 上記科目は社内管理科目であり、財務諸表等の科目とは異なる場合があります。

上半期 販管費の推移

- ・売上高は増加したものの、人件費、広告宣伝費等の販管費も増加し、売上高販管費比率は上昇。

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



貸借対照表

- ・前年同期比では、借入金を655百万円圧縮できたこともあり、自己資本比率向上、有利子負債依存度も改善。

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】

- ・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

株式会社 **COMA**

キャッシュ・フロー計算書

- ・棚卸資産の増加等により、営業キャッシュ・フローは 259百万円
- ・出店等の設備投資により、投資活動によるキャッシュ・フローは 285百万円。

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

- ・ コメ兵心斎橋店：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

上半期の取組み

- ・ 「買取・販売チャネルの拡大・強化」の方針のもと、買取センター吉祥寺等の出店、オンラインストアの強化、TVCM等の買取強化に取り組む。

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】



株式会社
コメ兵

■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。)

心齋橋店 概要

- ・リユースブランドファッションを楽しむ高感度ショッピング空間として滞留制の高い空間づくり、サービスの充実に取り組む。
- ・メインターゲットはブランドショッピングが好きな20代後半～40代女性、サブターゲットはブランド時計の購買ニーズが高い男性層。

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】

株式会社 **COMA**

■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

22

買取センター吉祥寺 概要

- ・住んでみたい街No. 1の吉祥寺に9月11日にオープン。
- ・吉祥寺駅北口より徒歩3分。
- ・居ごこちの良い待合スペース。

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。

オンラインストア売上高推移

・サイトをリニューアルしたことでお客様の利便性向上、売上高は前年同期比122%。

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



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をユーチューブで全世界に配信 ⇒ 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書き込み件数も連動して上昇

⇒TV5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

TVCM

・有名な映画監督に依頼し、昔ながらのフレーズを復活させたTVCMを製作、中部地区を中心に放映。

・コメ兵HPへの掲出にとどまらず、ユーチューブ、Twitter等を活用し、クロスメディアの広告展開を実施。

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

2011年3月期業績計画・上半期実績

・有楽町店閉店に伴うセールの実施、及び、銀座店、LINK SMILE等の新規出店による収益の底上げ、販管費や売上高総利益率の適正なコントロールによる既存店の収益改善を見込み、通期予算は当初計画どおりとし、今期、通期での増収増益を目指す。

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.link-smile.jp/>）をご参照ください。

下半期の取組み・課題

- ・コメ兵銀座店、LINK SMILEなどの新規出店を中心とした営業面の戦略実施に取り組む。

新規出店 概要 ①

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

- ・ 2011年1月 銀座5丁目、みゆき通り沿いにコメ兵銀座店出店予定。
- ・ 店内は「顧客ターゲット別」のフロア構成を採用。

新規出店 概要 ②



Reuse Style Collection

LINKSMILE

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】

株式会社 **COMA**

※工事の進捗等により、オープン予定時期が変更になる可能性があります。

29

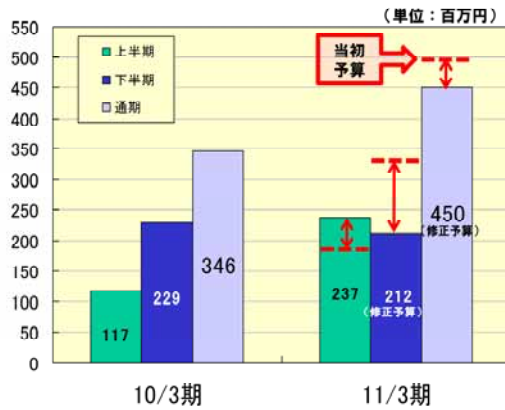
新規出店 概要

- ・下期、名古屋市に郊外型のリユース古着ショップ「LINK SMILE」を2店舗出店予定。

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

コスト対策の強化

- ・上期、TVC M等の広告宣伝を戦略的に前倒し実施、約71百万円予算超過。
- ・下期、広告宣伝費をコントロールすることで年間5億円の当初予算から4.5億円へと抑える予定。

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

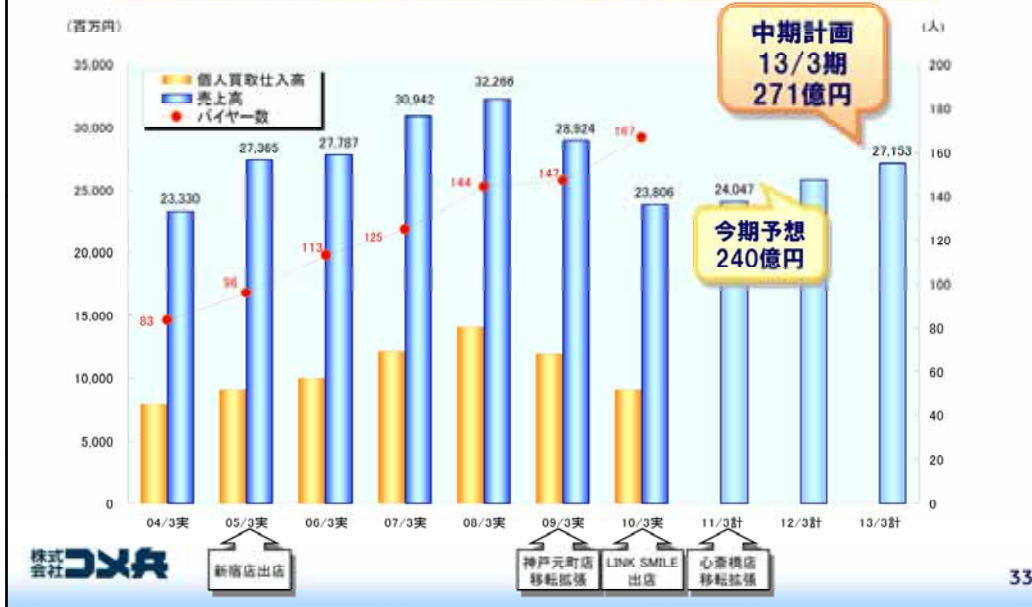


出店戦略

- ・ 中型販売店舗やLINK SMILE、買取センターの出店を計画的に進める。
- ・ 11/3期においては、
 - 心齋橋店の移転
 - LINK SMILE*2店舗
 - 関東買取センター*2店舗を計画。
- ・ 12/3期以降はLINK SMILEを年間3店舗ずつ出店する計画。

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』

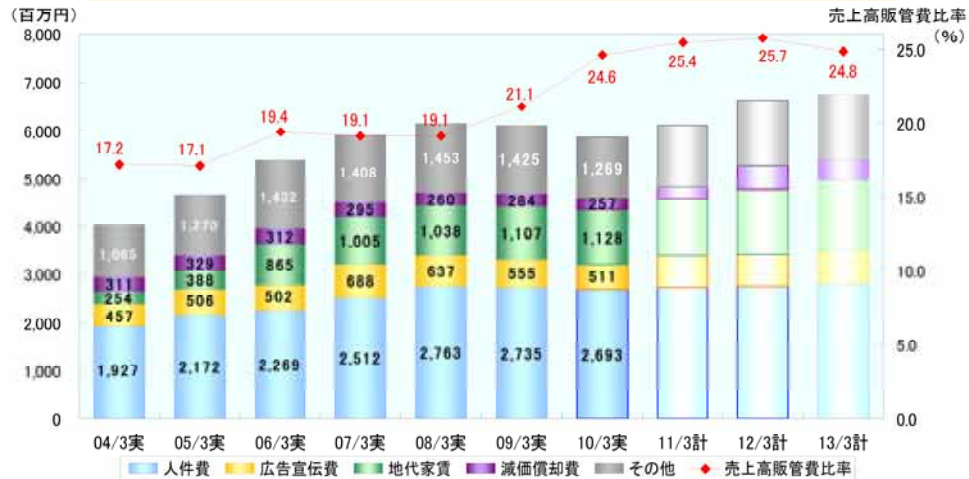


中期売上高計画

- ・ 「買取・販売チャネルの拡大・強化」の中期経営方針に沿って出店戦略を進めることで、中期的に売上高を伸ばしていく。
- ・ 11/3期の売上高は240億円、13/3期の売上高は271億円を目指す。

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



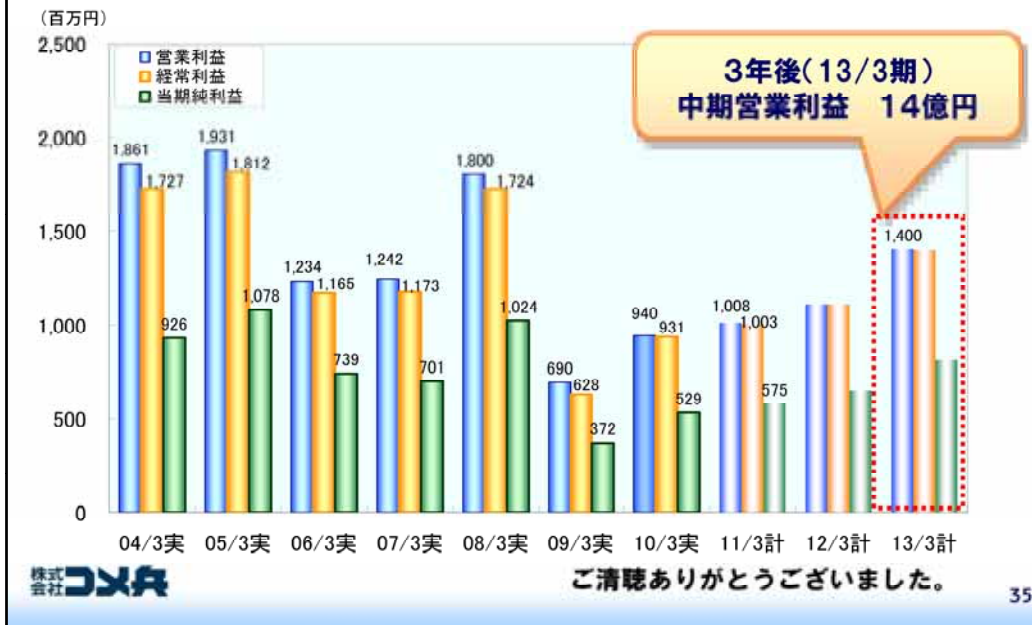
※ 上記科目は社内管理科目であり、財務諸表等の科目とは異なる場合があります。
 ※ 社内管理科目である「広告宣伝費」は算出方法の変更に伴い、数値を変更しておりますが、総額は変更ありません。

34

中期販管費計画

- ・ 出店コストや広告宣伝費等の戦略コスト増加を見込む。
- ・ 全体的な経費コントロールに取り組みながら、売上高販管費比率を中期的に抑えていく。

中期利益計画



中期利益計画

- ・ 中期的な増益計画。
- ・ 13/3期には営業利益14億円、売上高営業利益率5.2%を目指す。

以上をもちまして、株式会社コメ兵2011年3月期 第2四半期決算説明を終了いたします。

ご清聴ありがとうございました。