

2019年11月期 決算説明資料



2020年1月14日

Can★Do

(証券コード:2698)

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

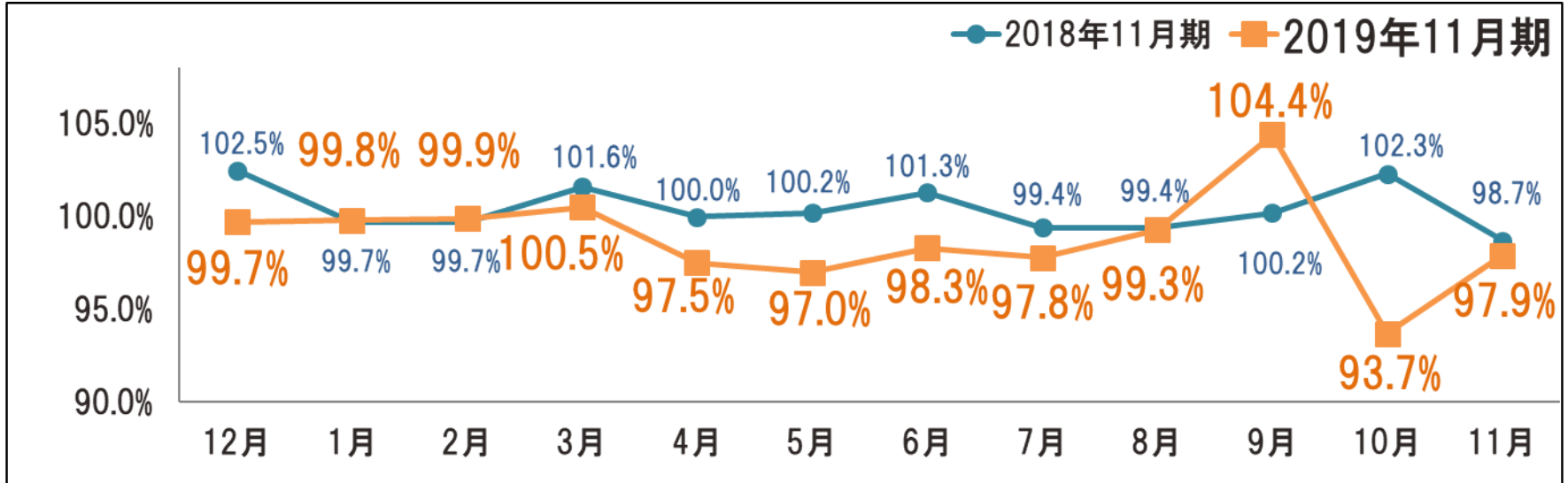
	プラス与件	マイナス与件
小売業界	<ul style="list-style-type: none"> ・実質雇用指数の緩やかな増加はありつつも、景気は足踏みの状況 ・消費増税前の駆け込み需要 	<ul style="list-style-type: none"> ・相次ぐ自然災害の影響 ・雇用確保の困難化及び人件費の高騰 ・物流費用の高騰 ・原材料の高騰 ・消費増税後の反動
100円ショップ業界	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット販売業者の参入が困難 ・地域や商業施設からの期待値の上昇 	<ul style="list-style-type: none"> ・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
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

(単位:百万円、%)

	2017年11月期		2018年11月期		2019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	68,829	100.0	70,741	100.0	71,297	100.0	100.8	99.9
売上総利益	26,512	38.5	27,332	38.6	27,550	38.6	100.8	—
営業利益	2,073	3.0	1,850	2.6	1,193	1.7	64.5	97.0
経常利益	2,273	3.3	1,978	2.8	1,300	1.8	65.7	97.1
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,010	1.5	798	1.1	325	0.5	40.7	101.7
一株当たり 当期純利益	63.49 円		50.20 円		20.45 円		40.7	—
会計期末 店舗数	994 店舗		1,008 店舗		1,050 店舗		(※) 42店舗	—

(※)2019年11月期末店舗数1,050店舗—2018年11月期末店舗数1,008店舗

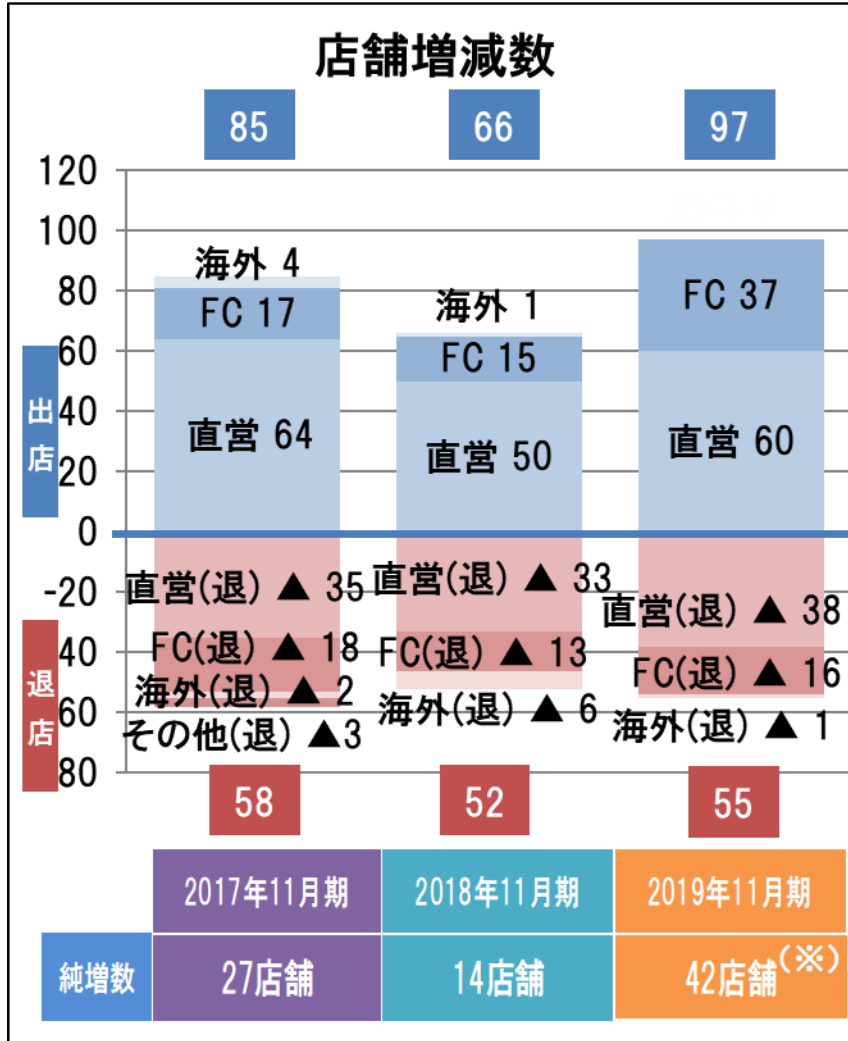
既存直営店売上高 前年比推移(月次)



2019年11月期
(累計：98.8%)

- 12月：暖冬による冬物商材不調・クリスマス商材不調
- 1月：年末年始の店休及び営業時間短縮の増加
- 2月：寒波による春物商材不調、バレンタイン商材の成長鈍化
- 4月・5月：隔週放送のテレビ番組終了、ゴールデンウィーク10連休
- 6月・7月：低気温、梅雨が長引き夏物商材不調、集中豪雨被害
- 8月・9月・10月：台風被害、集中豪雨被害
- 9月・10月・11月：消費増税前後の駆け込み需要及びその反動

出退店数の状況



(※)2019年11月期末店舗数1,050店舗－2018年11月期末店舗数1,008店舗

出店・リニューアル

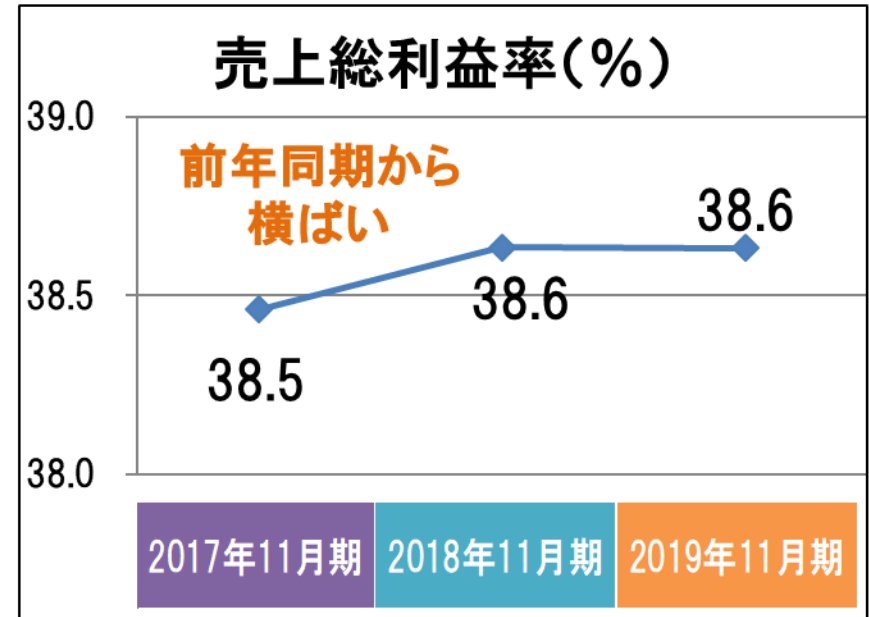
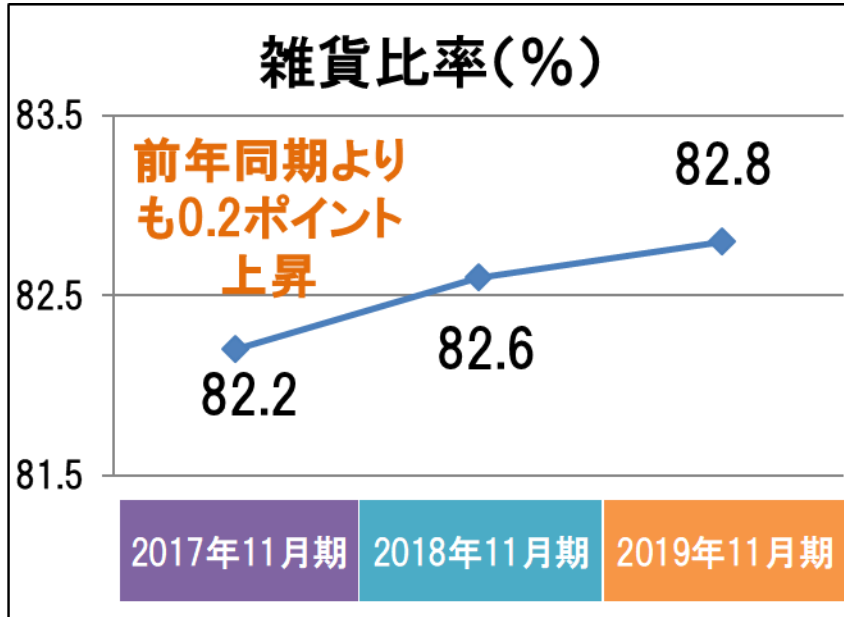
- 新規出店:97店舗(計画:80/通期)
直営60店舗、FC37店舗
- リニューアル 52店舗

退店

- 55店舗(計画:40/通期)
直営38店舗、FC16店舗
海外FC1店舗

1,050店舗 【増減】直営+22店舗、FC+21店舗
海外FC▲1店舗

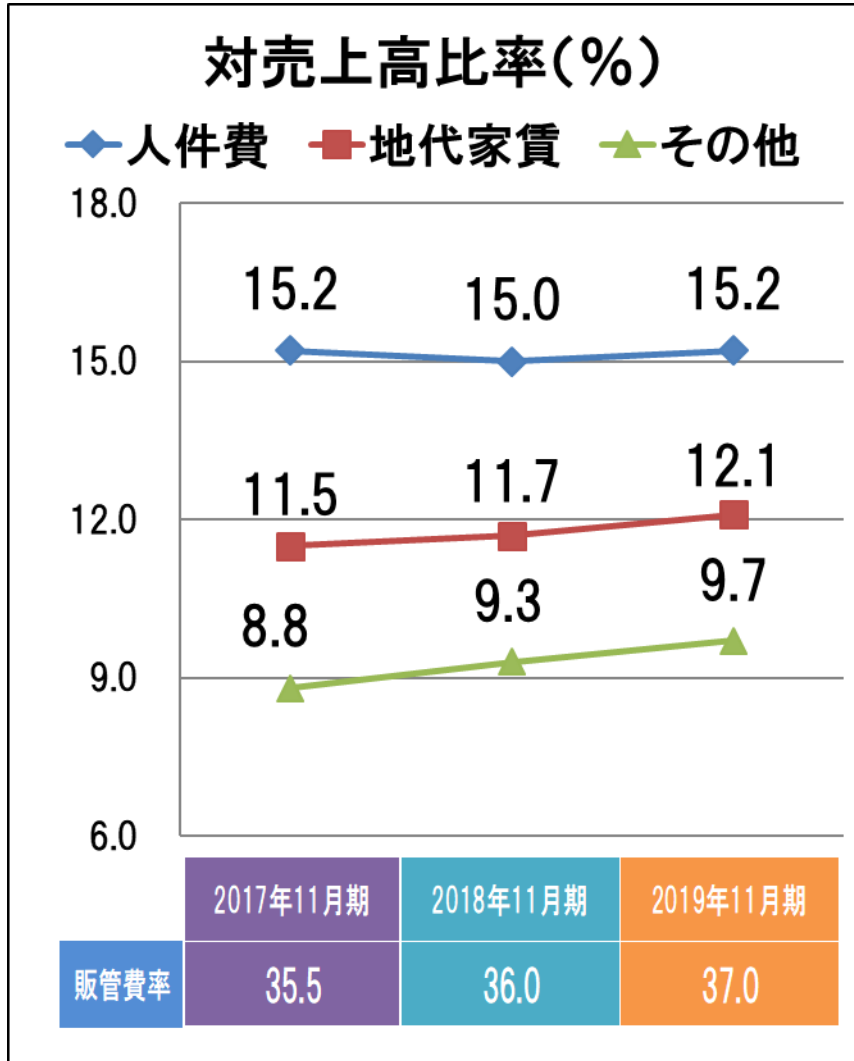
売上総利益の内訳



ベンダー様と連携した商品開発方針の明確化

- 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

販管費の内訳



抑制要因

- その他費用：支払手数料(棚卸委託手数料等)
水道光熱費、募集費の抑制

増加要因

- 人件費：売上高計画未達により比率増加、働き方改革による雑給増加
- 家賃：競合激化、新店増加、年末年始店休・悪天候による営業時間短縮の増加
- その他費用：
システム再構築関連費用の増加
母店販促協力費増加、出店費用の増加

販管費率1.0ポイント増加

大規模な基幹システムをはじめとしたシステムの再構築及び
キャッシュレス対応に向けたテスト及び効果検証を進行しております。

(単位:百万円)

	2018年11月期	2019年11月期	増減
設備投資額	1,865	2,683	818
減価償却費	1,021	1,052	31

◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2018年11月期	2019年11月期	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	1,715	(※) 2,107	391
情報システム関連投資	149	361	212
合 計	1,865	2,469	604

(※)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

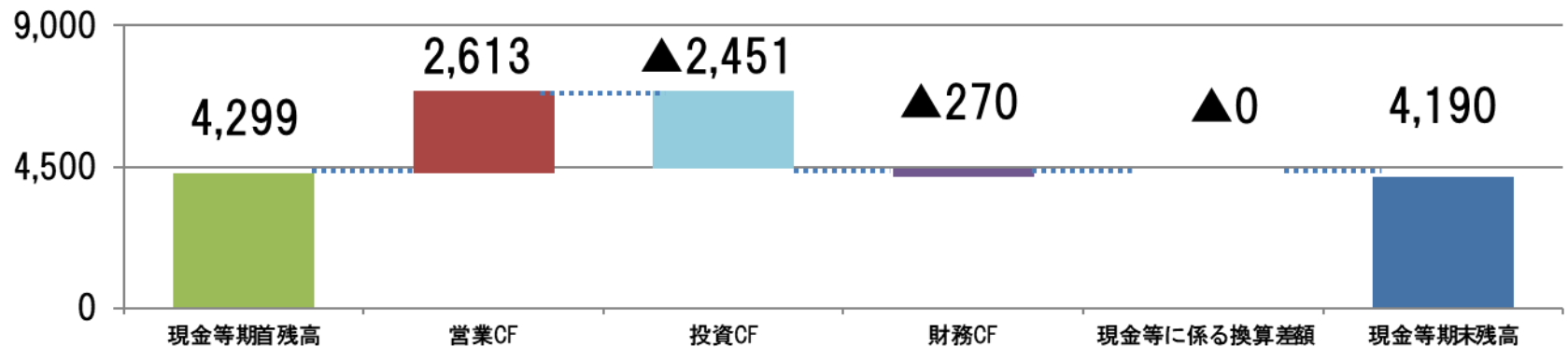
(単位:百万円)	2018年 11月期	2019年 11月期	前年 増減額		2018年 11月期	2019年 11月期	前年 増減額
流動資産合計	12,825	14,101	1,276	流動負債合計	10,268	12,074	1,805
現金及び預金	4,299	4,190	▲ 109	仕入債務	8,095	10,073	③ 1,978
売上債権・未収入金	2,291	3,138	① 846	その他流動負債	2,173	2,000	▲ 172
商品	5,650	6,085	434	固定負債合計	3,298	4,313	1,014
その他流動資産	583	687	104	退職給付に係る負債	1,531	1,934	402
有形固定資産合計	5,727	6,685	958	資産除去債務	1,095	1,731	636
建物及び構築物	4,400	5,403	② 1,003	負ののれん	323	285	▲ 38
その他有形固定資産	1,327	1,281	▲ 45	その他固定負債	347	361	13
無形固定資産合計	633	741	108	負債合計	13,567	16,387	2,819
投資その他の資産合計	6,765	7,103	337	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,267	5,515	248	資本剰余金	3,065	3,066	0
その他投資その他の資産	1,498	1,588	89	利益剰余金	7,480	7,513	④ 33
固定資産合計	13,127	14,531	1,404	自己株式	▲ 1,228	▲ 1,221	6
資産合計	25,952	28,633	2,680	その他の包括利益累計額	▲ 20	▲ 209	▲ 189
				新株予約権	59	69	9
				純資産合計	12,385	12,246	▲ 139
				負債純資産合計	25,952	28,633	2,680

※対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未収入金の増加698百万円
- ②新店出店及びリニューアル等により1,003百万円増加
- ③電子記録債務の増加1,935百万円
- ④配当支払後の当期純利益により33百万円増加

連結キャッシュ・フローの状況

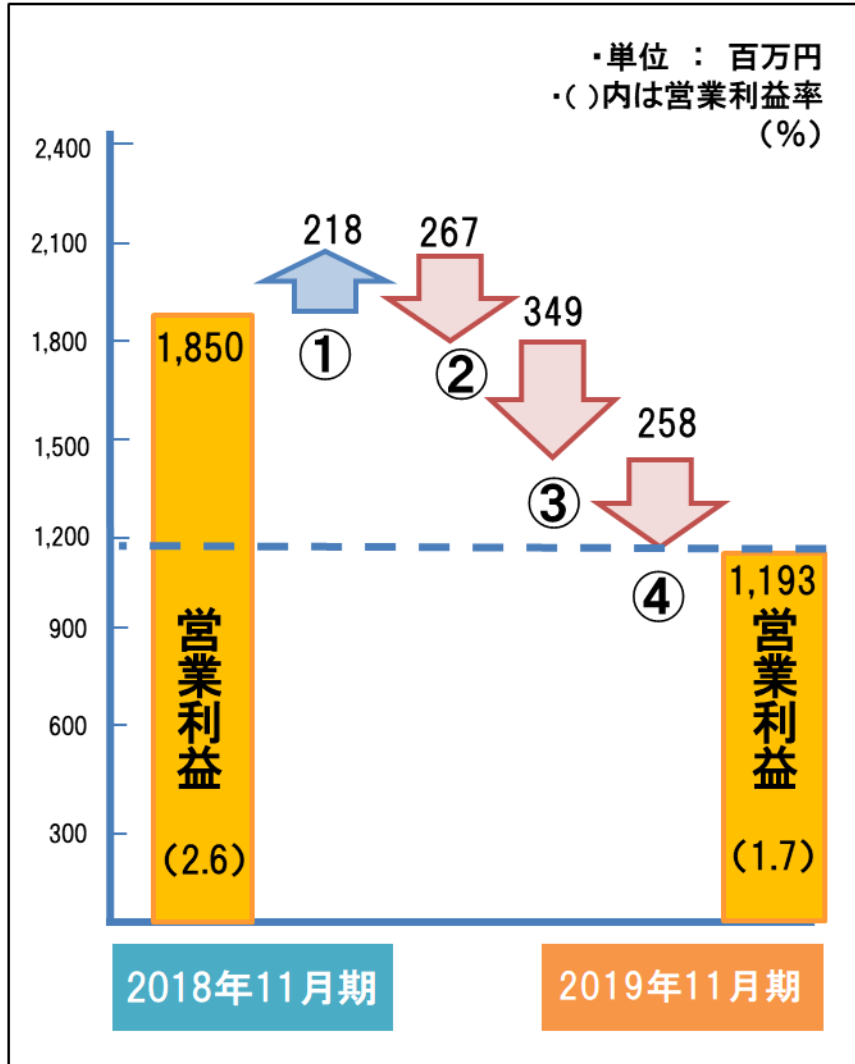
(単位:百万円)	2018年11月期	2019年11月期	増減
営業キャッシュ・フロー	3,169	2,613	▲ 556
投資キャッシュ・フロー	▲ 1,952	▲ 2,451	▲ 499
財務キャッシュ・フロー	▲ 270	▲ 270	0
現金・現金同等物換算差額	▲ 1	▲ 0	0
現金・現金同等物期首残高	3,354	4,299	945
現金・現金同等物期末残高	4,299	4,190	▲ 109



●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前当期純利益796百万円に対して、
 加算項目は減価償却費1,052百万円、仕入債務の増加1,978百万円等、
 減算項目は法人税等の支払669百万円、未収入金の増加698百万円、棚卸資産の増加434百万円等

営業利益 前年差異分析



増加要因

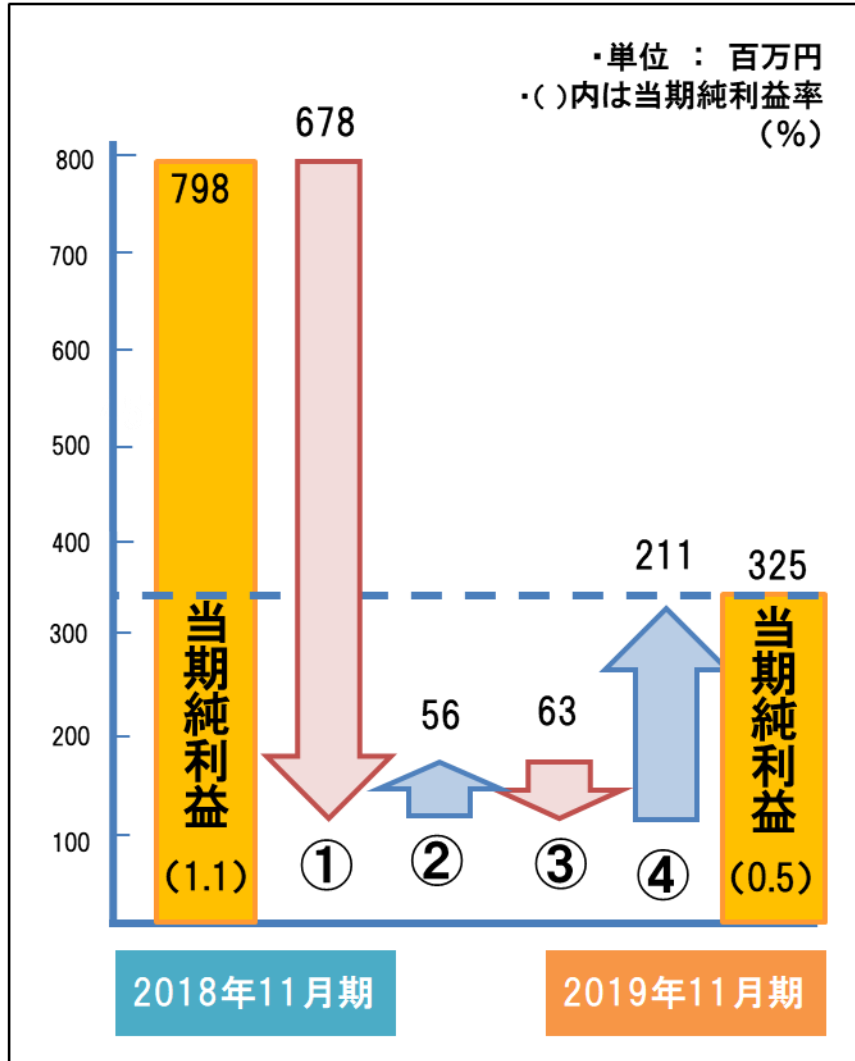
- ① 売上総利益増加による部分
(売上増×売上総利益率)
→218百万円

減少要因

- ② 人件費増加による部分
→267百万円
- ③ 地代家賃増加による部分
→349百万円
- ④ その他販管費増加による部分
→258百万円(システム再構築関連費用等)

657百万円の減少

当期純利益 前年差異分析



増加要因

- ② 特別利益増加による部分
→56百万円
- ④ 法人税等減少による部分
→211百万円

減少要因

- ① 経常利益減少による部分
→678百万円
- ③ 特別損失増加による部分
→63百万円

473百万円の減少

2020年11月期

年度事業方針と取組

2020年11月期 年度事業方針

『変化に対応する構造改革の実行』

2020年11月期の具体的取組：I

『出店・退店戦略』

年度事業方針『変化に対応する構造改革の実行』の一環として、お取引先様の「集客力向上」や「売場効率向上」といったニーズに、これまで以上に応えるべく、DCMホールディングス様を中心としたフランチャイズ契約等による出店に力を入れてまいります。

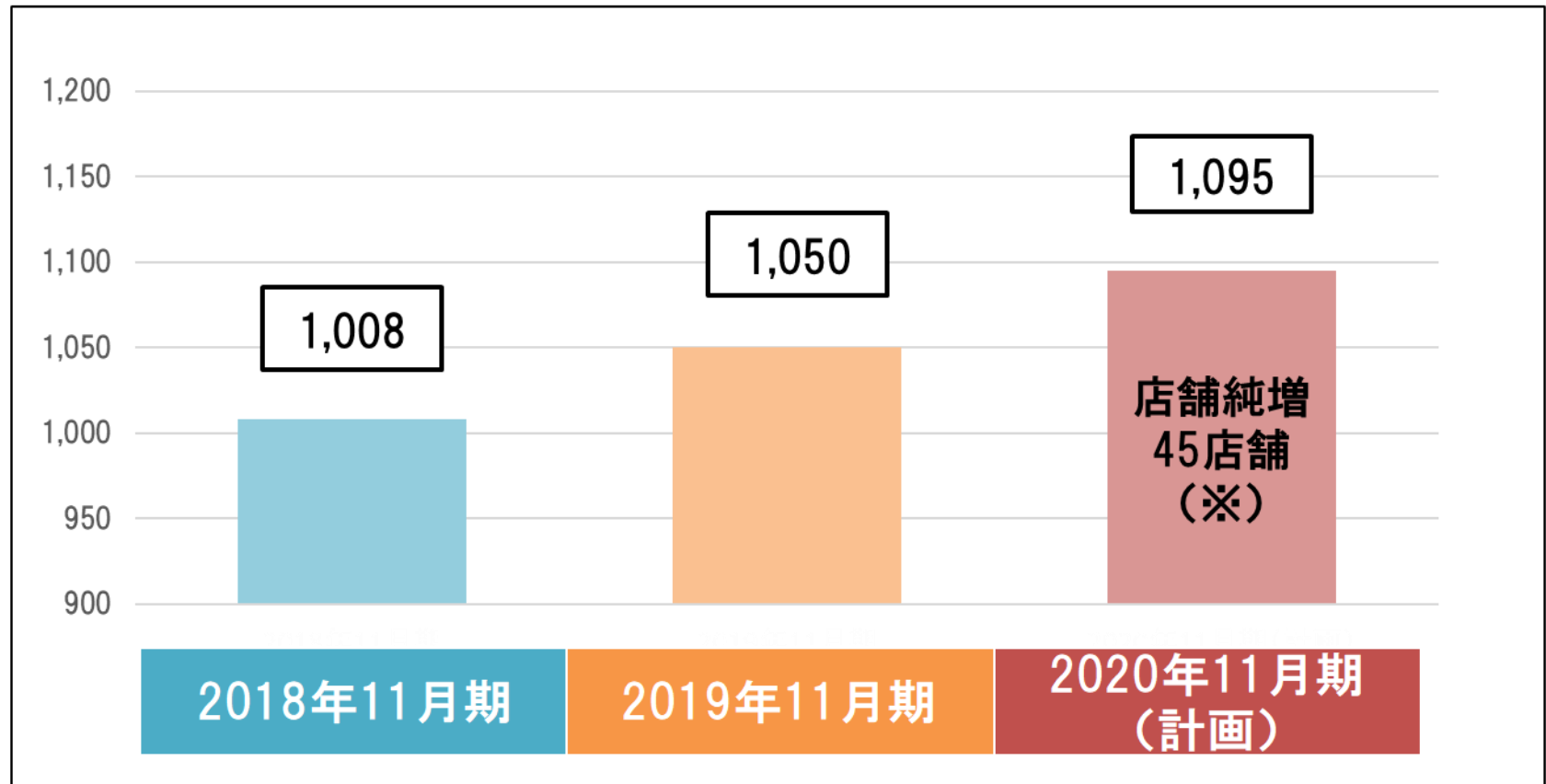
お取引先様の「欲しい」に一つでも多く応える手段として、取引形態の多様化という当社の強みを追求いたします。

2020年11月期 出店・退店方針

フランチャイズ契約等による出店強化

直営	<ul style="list-style-type: none">■当社既存店が比較的多い主要都市部、商業施設を中心に収益性の高い出店を実行■不採算店の計画的退店
FC	<ul style="list-style-type: none">■大手法人企業による出店の加速■新規取引法人企業の拡大
海外	<ul style="list-style-type: none">■現在、約20ヶ国以上ある取引先への卸売を中心に取引を継続

店舗数計画

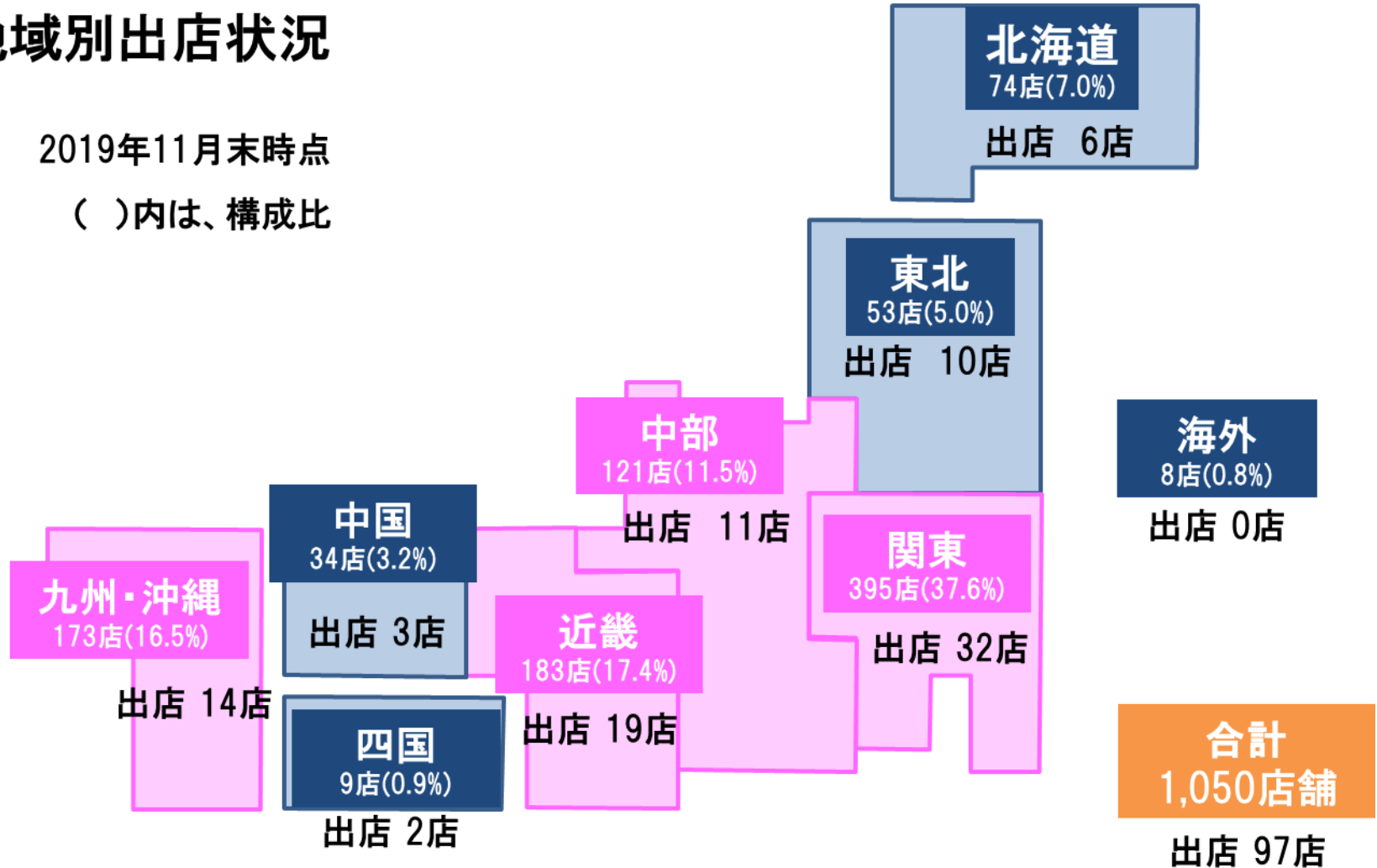


(※)出店：100店舗、退店：55店舗

地域別出店状況

2019年11月末時点

()内は、構成比



最新店舗事例：吉祥寺店 (東京都・2019年12月18日オープン・278坪)



最新店舗事例：DCMホームック牧野林店 (岩手県・2019年11月15日オープン・109坪)



2020年11月期の具体的取組：Ⅱ

『商品戦略』

年度事業方針『変化に対応する構造改革の実行』の一環として、100円以外の価格帯の商品の販売開始の準備を進めております。

目的 : 多様化するお客様のニーズに応えることで収益力を向上

効果 : 新規顧客へ向けた来店への動機付けにより客数の増加
既存顧客に併売を誘発することにより客単価の増加

取扱い予定価格帯 : 200円、300円、400円、500円(税別)

販売開始予定 : 2020年7月

2020年11月期 商品開発方針

他価格帯戦略と差別化戦略の推進

お客様のニーズに対応する
確実性の高いバラエティーに富んだ商品開発

オリジナリティーの更なる追求

①お客様ニーズに対応する確実性の高いバラエティーに富んだ商品開発

「シンプルインテリア
シリーズ」



「Mariコラボシリーズ」



「豆皿」



「ミニドリンクボトル」



②オリジナリティの更なる追求

「柴犬まるシリーズ」



「しづくネイルシリーズ」



「Osoroiソックス」



「低糖質ミルク
チョコレート」



このページに記載されている商品は、当社のみのお取り扱いとなります。

- ・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、2019年11月末で、62万人超
- ・国内企業ランキングは、48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

Thanks!
600k



「アンティークボタン風
アクセサリ」



「プチクリア
ケース」



「デザイン
ラベルステッカー」



「木製おままごと
セット」



- ・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
- ・推し活アイテムなどTwitterユーザーに親和性の高い商品を紹介

「カラフル
おすわりベア」



「推し色
マスキングテープ」



「サンリオキャラクター
マスキングテープ」



「エヴァンゲリオン
シリーズ」



2020年11月期の具体的取組：Ⅲ

『販売戦略』

年度事業方針『変化に対応する構造改革の実行』の一環として、
多様化するお客様のニーズに応えるべく、
決済手段やレジオペレーションの効率化の準備を進めております。

お客様に少しでも快適なお買物環境をご提供する手段として、
接客サービスの質の向上についても追求してまいります。

2020年11月期 販売方針

多様化するお客様のニーズに対応する販売戦略の推進

ハード面

リニューアル(55店舗)

QRコード決済の順次導入

ソフト面

SNSとの連動 + 店頭イベント増強

100円以外の価格帯の商品の販売開始の準備

リニューアル事例：水道筋店(大阪府)

店内設備の老朽化が進んでおりました。また小型店舗であるため、バックルームが複数に分かれており、作業導線見直し等による生産性の向上を目的として、改善を行いました。



ワークショップ事例（2019年11月期実績：148件開催）

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。



津田沼パルコ店(千葉県)



府中くるる店(東京都)

はっ犬ワンドウイベント事例（2019年11月期実績：30件開催）

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。



イオンモール高の原店(京都府)



岡崎ウイングタウン店(愛知県)

2020年11月期の具体的取組:IV

『人事制度改革戦略』

年度事業方針『変化に対応する構造改革の実行』の一環として、法改正への柔軟な対応や、従業員の採用・定着率の向上に繋げるべく、仕組みの準備を進めてまいります。

従業員に働きやすい職場環境を提案する手段として、引き続き人事制度改革を推進いたします。

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、継続して順次制度化を推進しております。

『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。



- ・働き方改革を推進するための制度及びシステム構築
- ・店舗における人員充足及び定着へ向けた仕組みの変革
- ・パートタイム従業員を正社員へ登用する制度の定着
- ・社内研修制度の拡充及びマニュアル類の整備推進

2020年11月期

業績予想

(単位:百万円、%)

	2018年11月期 実績		2019年11月期 実績		2020年11月期 業績予想		前年 同期比
	金額	率	金額	率	金額	率	
売上高	70,741	100.0	71,297	100.0	73,750	100.0	103.4
営業利益	1,850	2.6	1,193	1.7	1,200	1.6	100.5
経常利益	1,978	2.8	1,300	1.8	1,320	1.8	101.5
親会社株主に帰属 する当期純利益	798	1.1	325	0.5	230	0.3	70.7

【 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。