

株式会社 千趣会 第61期 決算説明会

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

株式会社 千趣会

2006年1月26日



BELLE MAISON

目次

1. 2005年度決算期業績について
2. 2005年度下期トピックス
3. 中期経営計画(2005年~2007年)進捗状況
4. 2006年度連結業績予想
5. 2006年度主な取組み
6. 2006年度決算発表予定

2005年度決算期業績について

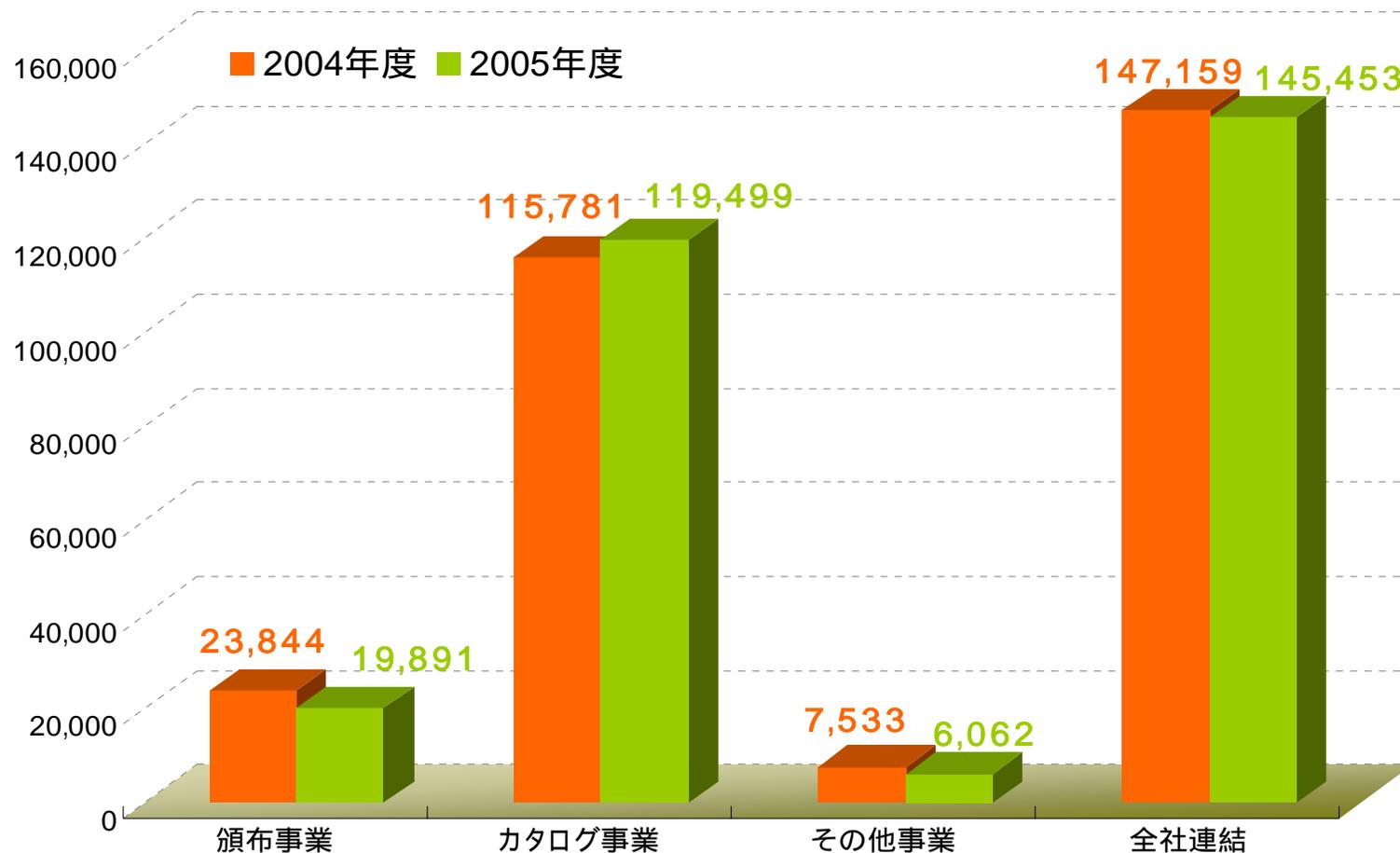
2005年度決算期連結決算損益（対前年比較）

単位：百万円

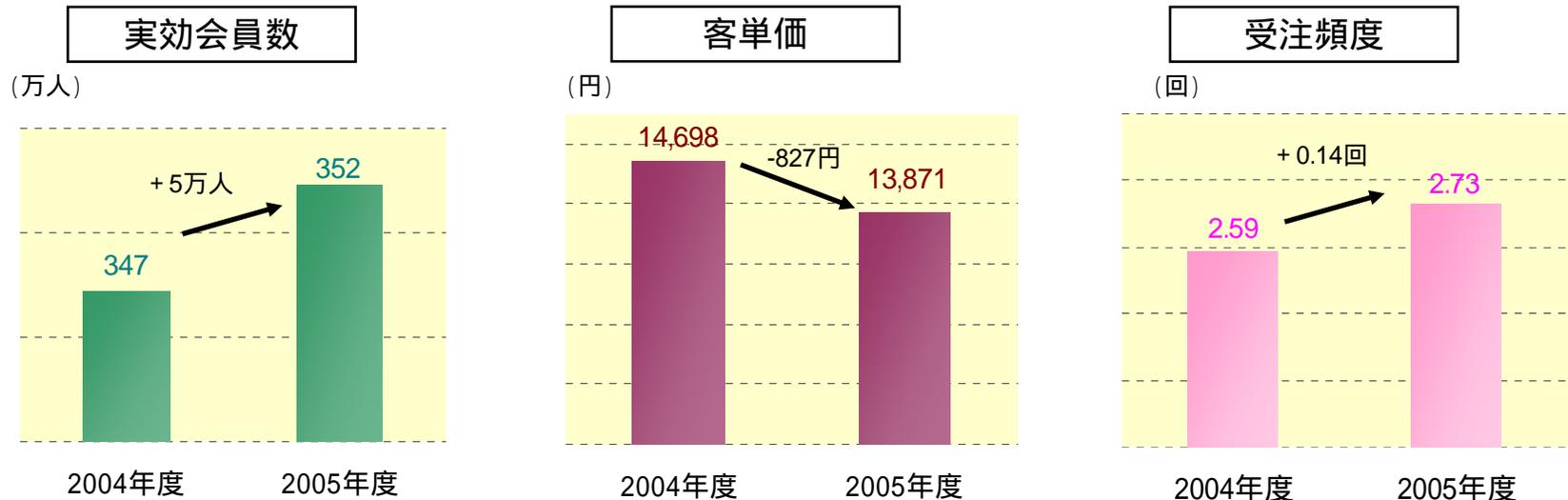
	2004年度	売上比	2005年度	売上比	差額	対前年 増減率
売上高	147,159	-	145,453	-	- 1,705	- 1.2%
総原価	76,115	51.7%	75,173	51.7%	- 941	- 1.2%
売上総利益	71,043	48.3%	70,279	48.3%	- 764	- 1.1%
販管費	68,122	46.3%	66,847	45.9%	- 1,275	- 1.9%
営業利益	2,921	2.0%	3,432	2.4%	+ 511	+ 17.5%
経常利益	3,033	2.1%	3,962	2.7%	+ 928	+ 30.6%
当期利益	1,231	0.8%	1,267	0.9%	+ 35	+ 2.9%

2005年度セグメント別売上高(対前年比較)

(百万円)



カタログ事業売上増加要因

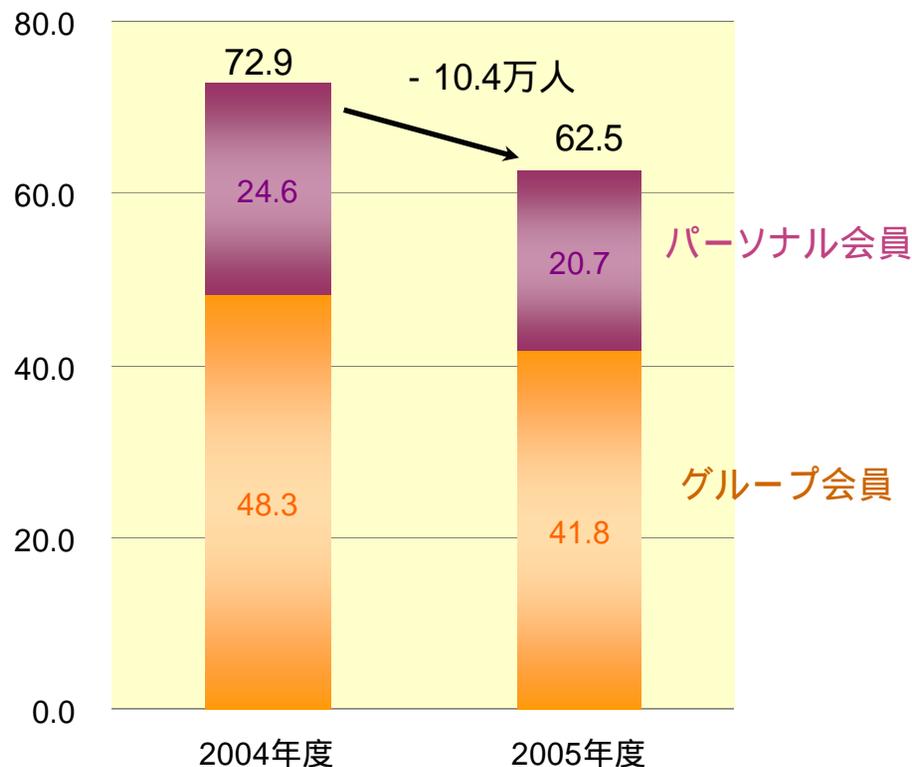


- ✓ 継続率アップによる実効会員数増
- ✓ 客単価は減少したが、受注頻度増により年間の受注金額も回復基調
- ✓ 「暮らす服」好調
2005年度売上約200億円、新規会員・復活会員の獲得にも貢献
衣料全体で対前年約50億増
- ✓ リビング媒体復調 すまいと雑貨対前年約22億円増
新・生活館秋冬号より前年を上回る

頒布事業売上減少要因

会員数推移

(万人)



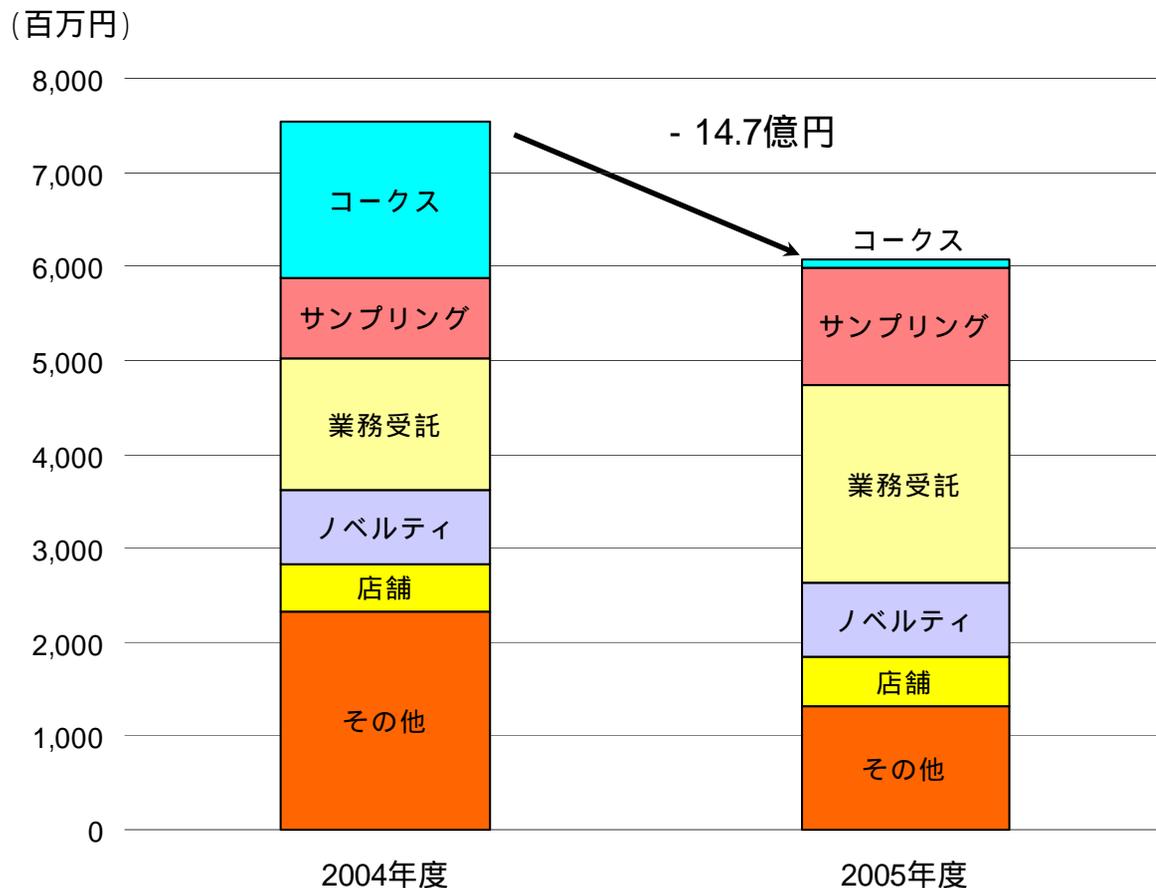
パーソナル会員及び
グループ会員の減少による売上減
今後もグループ会員の減少が予想

グルメ事業の売上が減少
ヒット商品不在
対前年約9億円減少

売上高減少に対応し販売拠点を
2004年度下期に閉鎖
コスト削減により利益を確保

その他事業売上減少要因

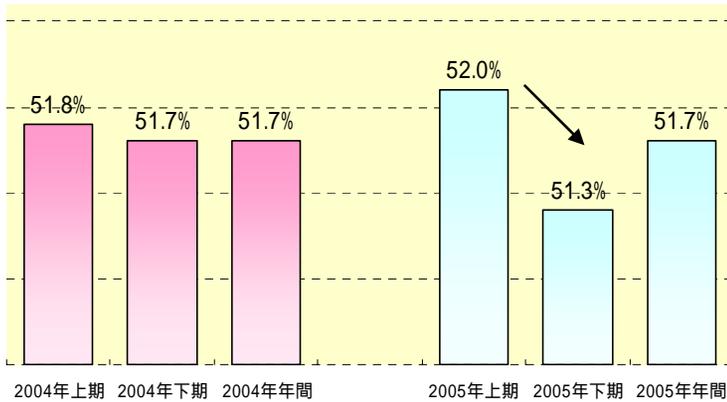
売上推移



▶ 法人事業のうち前年のコークス卸販売の売上計上の変更 (売上から手数料に変更 約15億円の減少)

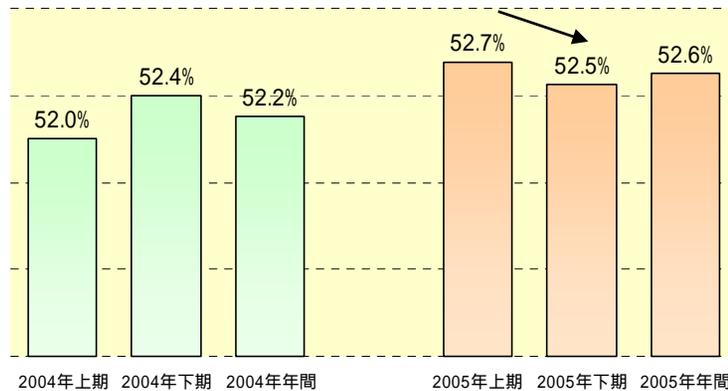
原価率の状況

連結



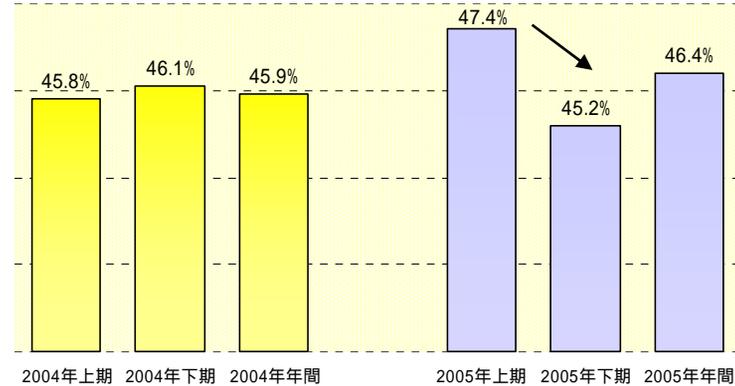
●各事業共に下期に低減

カタログ事業



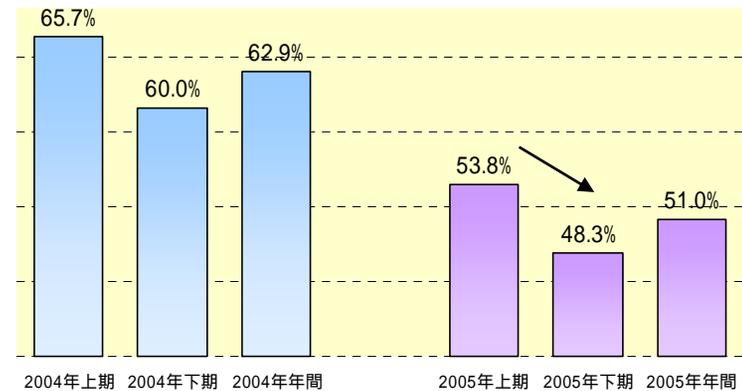
●カタログ事業 評価損増加に伴う原価率上昇

頒布会事業



●頒布事業 在庫削減に伴う評価損、償却増による

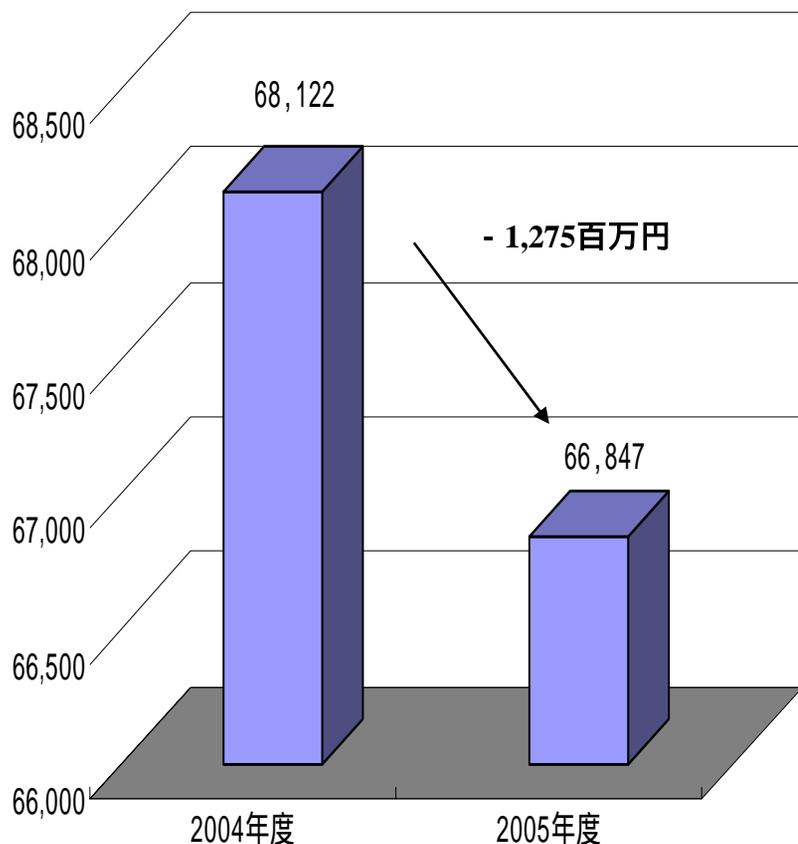
その他事業



●その他事業 法人事業のコークス売上を手数料計上の変更による原価率低減

販管費増減内訳

(百万円)



媒体関連費用	- 1,137
減価償却費	- 484
広告宣伝費	- 583
販売促進費	1,094
その他費用増減	- 165
合計	- 1,275

送料単価減によるカタログ送料減
 カタログ部数減による印刷費減
 TV・CMの今期取りやめによる広告宣伝費減
 ベルメゾンポイント交換率アップによる販促費増

減損会計の適用及びゴルフ事業の営業譲渡について

- ▶今年度中間期におきまして「固定資産の減損に係る会計基準」の早期適用を行っております。
連結ベースで18.6億を計上しております。
(内訳 越前カントリー倶楽部17.3億、遊休地1.3億)
- ▶財務体質の強化と資産の効率的運用を図るため子会社である千趣会ゼネラルサービス(SGS)のゴルフ事業を会社分割しゴールドマン・サックス・グループの企業(株)アコーディア・ゴルフに売却いたしました。
これにより、当社の中核事業である通信販売事業等に経営資源を集中し企業価値の最大化を目指してまいります。

2005年度下期のトピックス-1

ベルメゾンコールセンターの新設

顧客対応の中核拠点として8月29日に大阪市内にオープン。

新センターでは、コミュニケーター(オペレーションスタッフ)を今後約500人体制・350席の規模に拡大する予定。

また日曜・祝日の受付時間を17時までから平日と同じ21時までに延長。

さらにお客様からの問合せの対応履歴や現況などの情報が、本社や全国にあるコールセンター間で共有化できるよう新システムを導入。



2005年度下期のトピックス-2



ベルメゾンマーケット宇都宮店オープン

栃木県宇都宮市に11月23日(水)にオープン。

当社の主力顧客であるニューファミリーをターゲットに、生活・キッチン雑貨を中心に従来カタログでしか購入できないベルメゾンオリジナルの企画商品を多数陳列。

今回の出店によりベルメゾンマーケットは6店舗目。

ルボンディール南青山店オープン

20代から30代のファッション感度の高い女性を対象にしたカタログ「ルボンディール」のプライベートフィッティングルーム(予約の試着室)として今回東京都港区南青山に9月13日(火)にオープン。



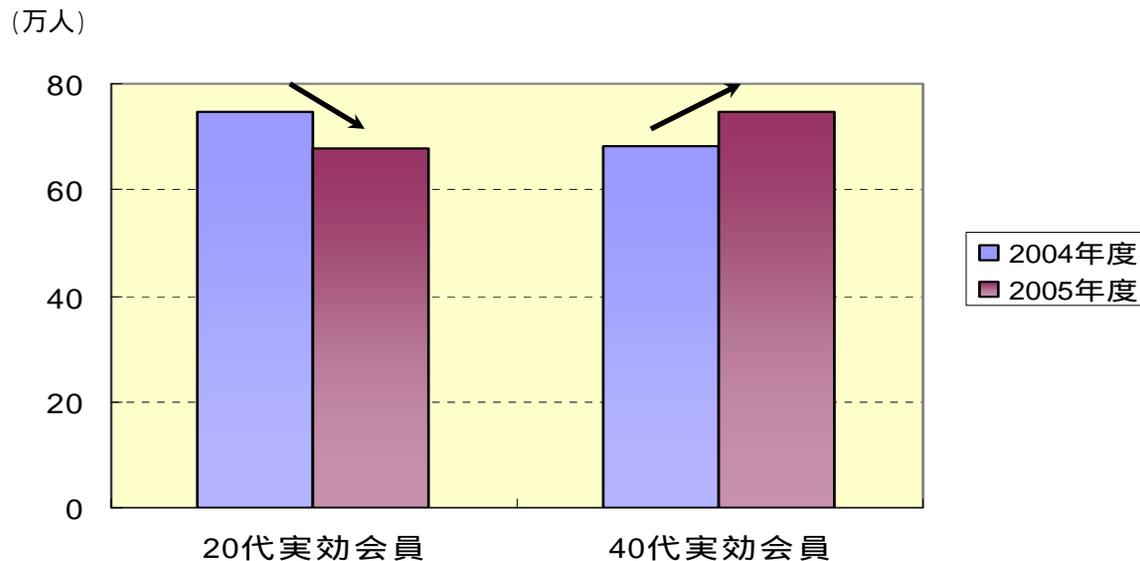
中期経営計画(2005年～2007年)進捗状況

SCMの推進 (各指標状況)

	2004年度 実績	2005年度 実績	改善度	2007年度 中計目標	
物流関連費比率低減	直取LT	69日	70.5日	→	45日
	国内間接LT	30日	26日	→	25日
	即時供給率	73.5%	78.4%	→	85.0%
	荷分れ率	145.1%	137.5%	→	130.0%
総原価率低減	在庫回転率	5.5回	4.8回	→	7.0回
	輸入比率	62.2%	66.1%	→	70.0%
	直取比率	10.1%	11.7%	→	15.0%

秋冬から直接海外取引商品の売上好調により直取LTが伸びた。
 今後予測精度向上プロジェクトやMDプロセスの強化プロジェクト
 また重点仕入先との更なる連携強化を行いLT短縮・在庫削減を目指す。

顧客基盤の拡大(20代・40代の獲得状況)

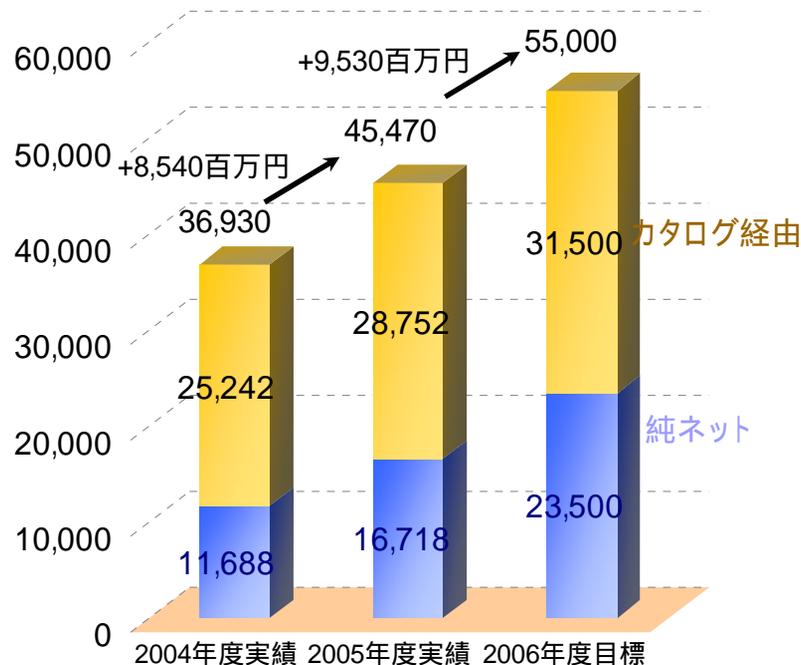


- 20代の顧客に対して「プチベルメゾン」による新規獲得を目指したが、対前年比で減少。今後ネット・モバイルでの獲得を目指す。
- 40代向けファッションカタログ「Rashisa(ラシサ)」のプレ版創刊やワンランク上のインテリアカタログ「Luxe living(リュクスリビング)」の創刊による新規獲得や現在の40代会員の継続率アップにより対前年比増。

インターネット売上・会員

ネット売上

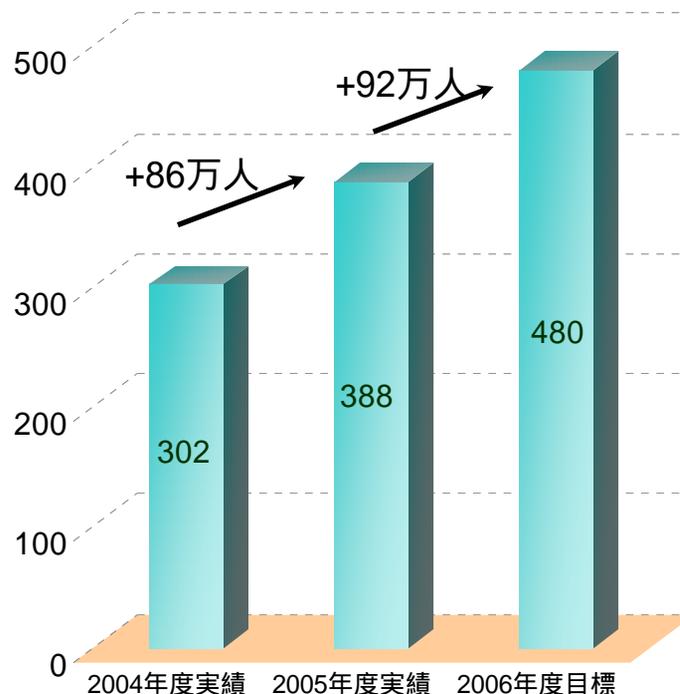
(百万円)



純ネット売上の更なる拡大に向けて
Web商品開発チームを発足。

ベルネ会員数

(万人)



モバイルコマースの分野においても積極的
な取組みに着手。

2006年度連結業績予想

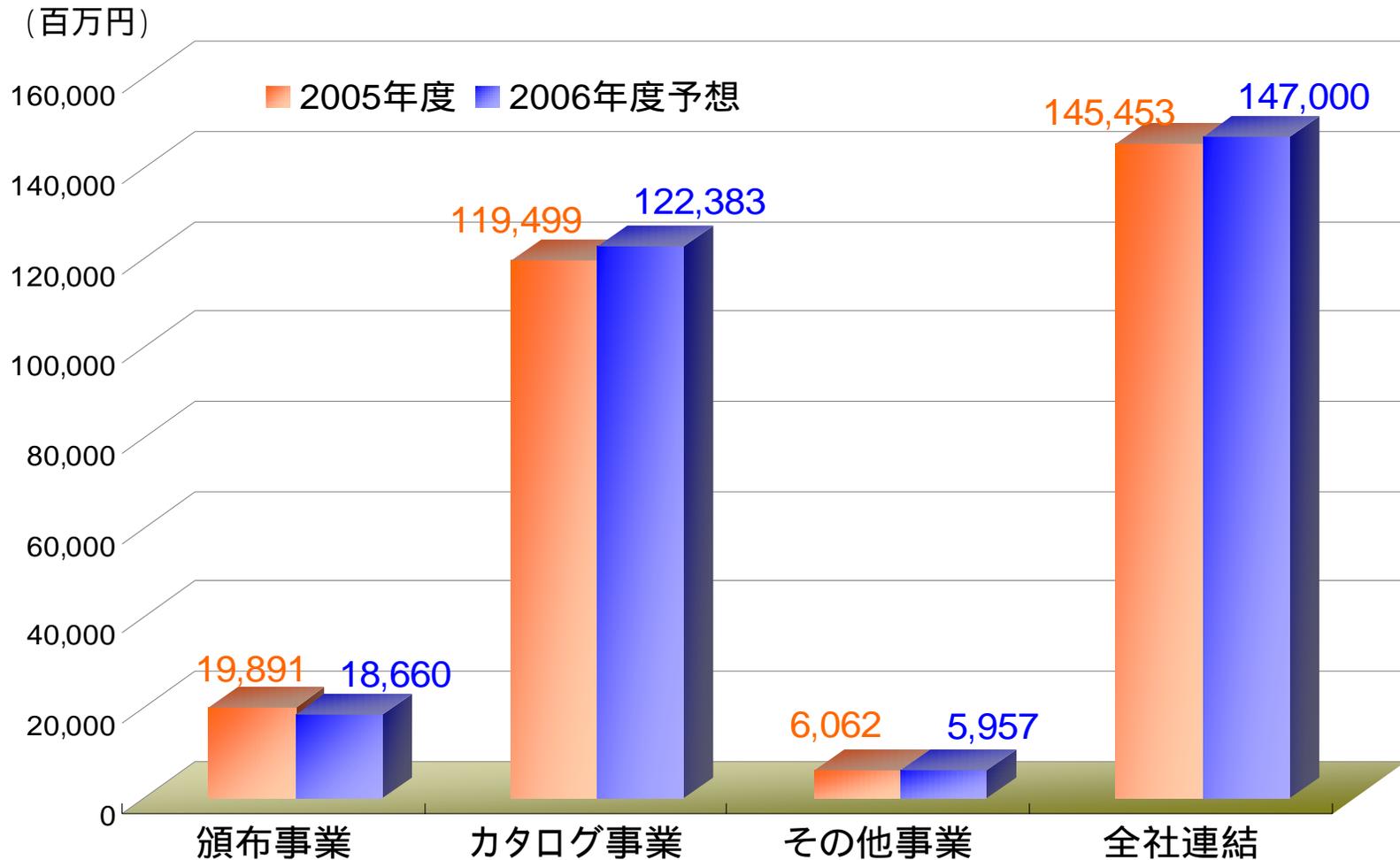
2006年度連結決算損益予想(対前年比較)

単位:百万円

	2005年度	売上比	2006年度	売上比	差額	対前年 増減率
売上高	145,453	-	147,000	-	+ 1,547	+ 1.1%
総原価	75,173	51.7%	73,894	50.3%	- 1,279	- 1.7%
売上総利益	70,279	48.3%	73,106	49.7%	+ 2,827	+ 4.0%
販管費	66,847	46.0%	68,905	46.8%	+ 2,058	+ 3.1%
営業利益	3,432	2.4%	4,200	2.9%	+ 768	+ 22.4%
経常利益	3,962	2.7%	4,200	2.9%	+ 238	+ 6.0%
当期利益	1,267	0.9%	3,200	2.2%	+ 1,933	+ 152.6%

今期配当性向30%を実施するため配当金額は年間20円とする予定です。

2006年度セグメント別売上予想(対前年比較)

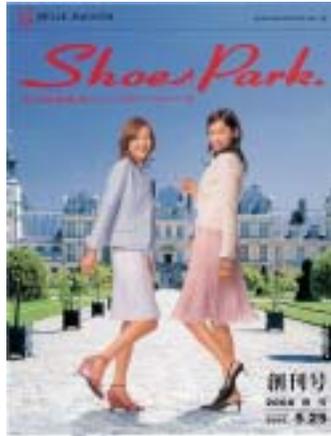


2006年度の主な取組み

DeNAとの合併会社設立

株式会社ディー・エヌ・エーと共同で合併会社を設立しモバイルECを中心とした物販事業を展開。20代の女性を主要ターゲットとしてファッション及びブランド関連商品などを販売する携帯ショッピングサイトのサービスを4月から開始する予定。

「ラシサ」・「シューズパーク」創刊



40代女性向けファッションブランドカタログ「ラシサ」とシューズ専門の総合カタログ「シューズパーク」を創刊。

「PET ST(ペットストリート)」サイトオープン



ペット専門のコミュニティWebサイト「PET ST(ペットストリート)」を2006年1月11日よりオープン。犬や猫などの飼い主を初めペットが大好きな方を対象にした会員制のコミュニティサイトです。

マルチブランド×マルチチャネルカンパニーを目指して



千趣会全体として顧客層を広げ、顧客数を増大させさらなる成長を遂げる

「ベルメゾン」以外のブランドの開発により、新たな顧客層を開拓する
各ブランドがターゲットや商品に合わせて最適なチャネルを組み合わせる
ITを活用したコンテンツビジネス等、物販以外のブランド構築にも力を入れる

企業価値最大化に向けた中期的取組みについて

当社は企業価値向上を実現するため中期3ヵ年計画を策定し実行しておりますが、平成17年12月に、株主の利益の観点から、当社株式の大規模な買付行為に関する対応方針を定めました。

当社株式の大規模な買付行為がなされた場合にこれを受け入れるかどうかは、最終的には株主の皆様の判断に委ねられるべきであり、そのためには株主の皆様に十分な情報が提供されることが必要であると考えております。

そこで、特定株主グループの議決権割合が20%以上となるような当社株式の買付けを行おうとする者に対し、事前に大規模買付者から当社取締役会に対して必要かつ十分な情報が提供されること 当社取締役会による当該大規模買付行為に対する一定の評価期間が経過した後大規模買付行為が開始されるべきである、とするルールを策定しました。このルールが守られない場合には、株主の利益の保護を目的として、株式分割、新株予約権の発行等の対抗措置を講じる可能性があります。

なお、平成18年1月19日に大規模な買収行為に対する取締役会が講じる対応措置の是非を検討し、取締役会に勧告する機関として特別委員会を設置しております。

2006年度決算発表予定

- ・ 4月21日 (金) 第1四半期決算発表
- ・ 7月27日 (木) 中間決算発表
- ・ 7月28日 (金) 中間決算説明会(東京)
- ・ 10月20日(金) 第3四半期決算発表