

株式会社 千趣会

第60期 中間決算説明会

- ・2004年度中間期業績について
- ・2004年度連結業績予想
- ・中期経営目標達成状況
- ・2004年度下期の主な取組み

2004年8月5日

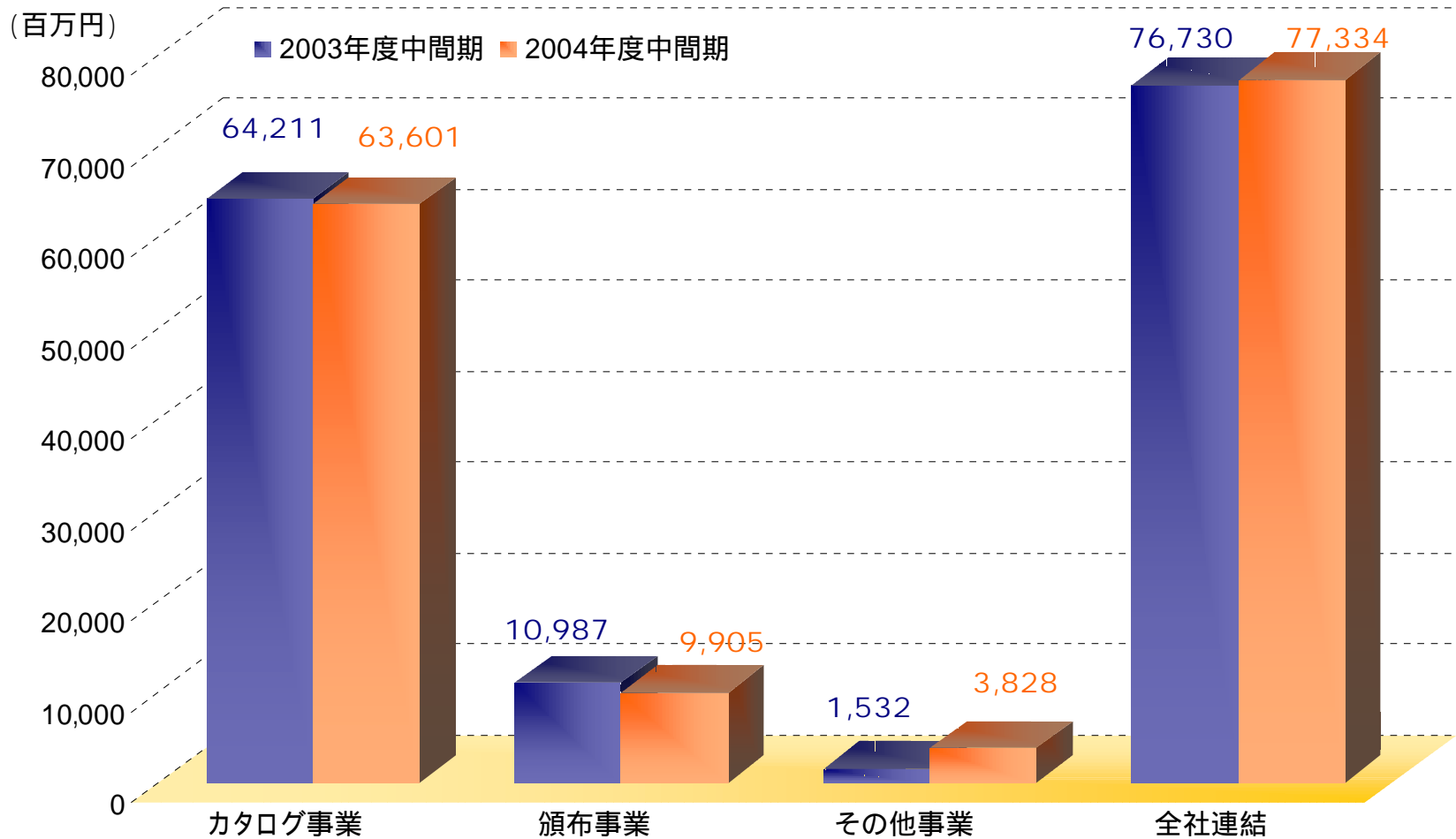
2004年度中間期業績について

2004年度中間期連結決算損益 (対前年比較)

単位:百万円

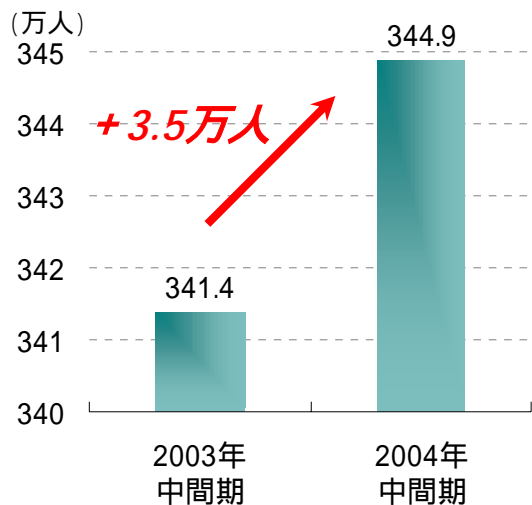
	2003年度	売上比	2004年度	売上比	差額	対前年 増減率
売上高	76,730	-	77,334	-	604	0.8%
総原価	39,195	51.1%	40,036	51.8%	841	2.1%
売上総利益	37,534	48.9%	37,298	48.2%	- 236	- 0.6%
販管費	33,666	43.9%	35,217	45.5%	1,551	4.6%
営業利益	3,867	5.0%	2,081	2.7%	- 1,786	- 46.2%
経常利益	3,863	5.0%	2,234	2.9%	- 1,629	- 42.2%
当期利益	1,513	2.0%	1,253	1.6%	- 260	- 17.2%

セグメント別売上高(対前年中間期)

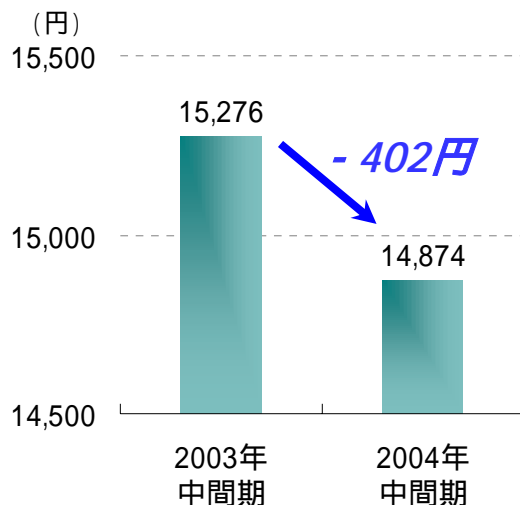


カタログ事業売上減少要因

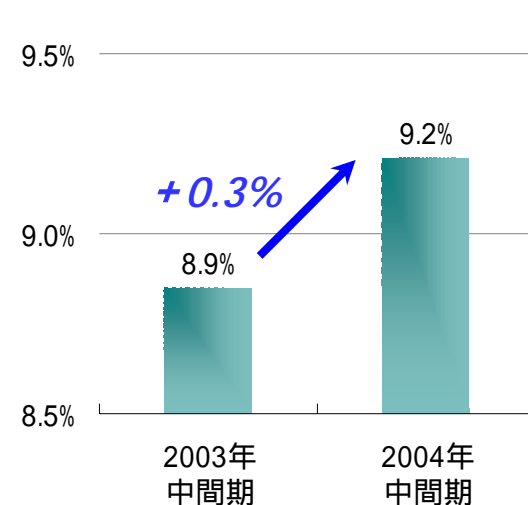
実効会員数



客単価



返品率



- ・実効会員数は増加
- ・4月からの優良顧客政策による5,000円未満の注文に対しての送料無料サービスにより客単価が減少。また、返品送料無料サービスにより返品率が上昇。

春のメディアミックス実績

- ・TVコマーシャル、新聞折込チラシ、雑誌広告で広告宣伝費及び媒体関連費で対前年比約10億円増の投資

収集人数(万人)

	2003年	2004年	対前年	当初計画	対当初計画
新規客	42.7	48.0	+ 5.3	52.3	- 4.3
復活客	41.0	43.5	+ 2.5	45.9	- 2.4

- ・カタログ請求人数・・・対前年24%UP
- ・カタログ請求部数・・・対前年96%UP
- ・20代千趣会ノンユーザーの認知度向上(23.8% → 41.3%)・・・17.5ポイントUP

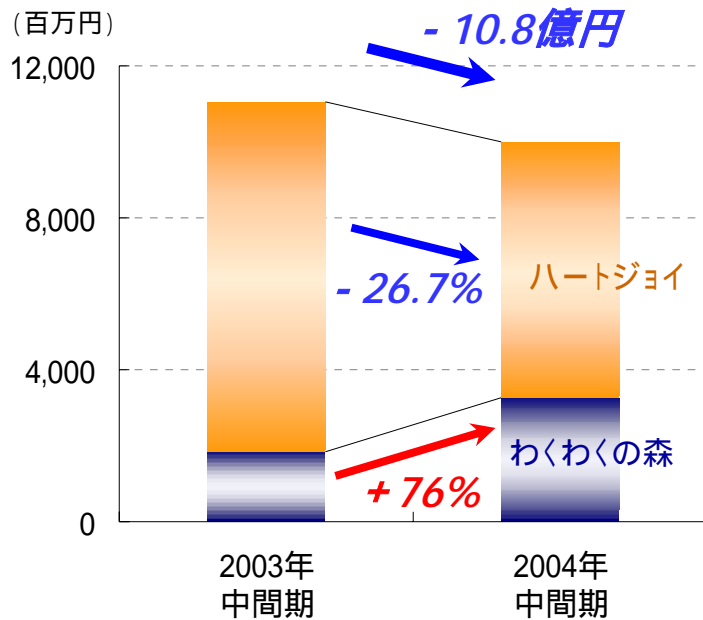


しかしながら、CMの内容がイメージ先行に偏ったこと、ターゲット設定が若すぎたことから、購買に結びつかず、投資効果としては低かった。

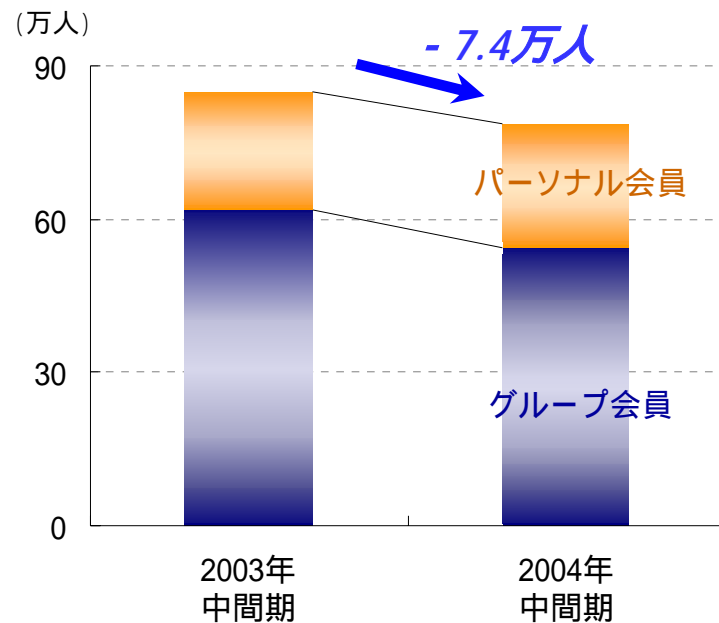
- ・レスポンス率・・・対前年0.6ポイントDOWN

頒布事業売上減少要因

売上推移



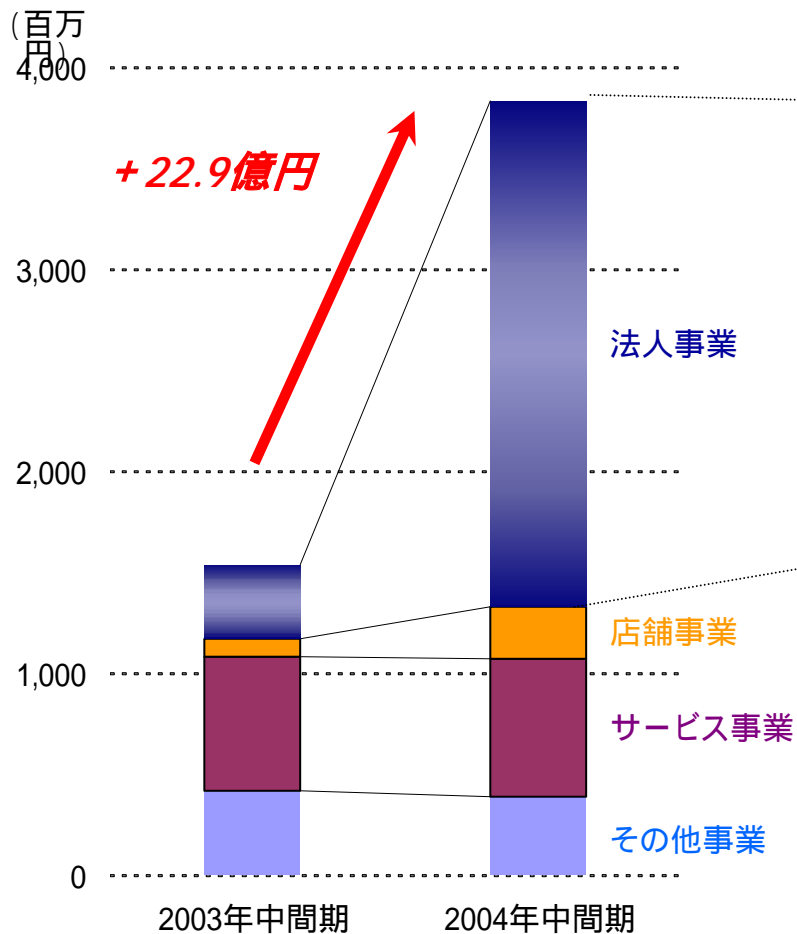
会員数推移



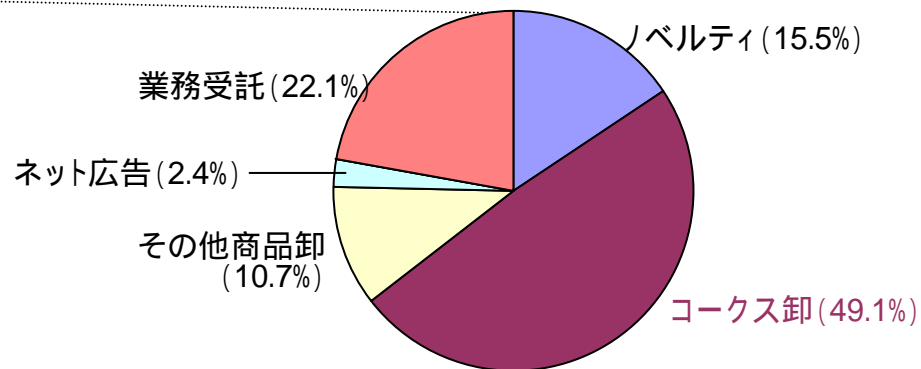
- ・わくわくの森の売上は増加したが、ハートジョイの売上が大幅に減少
- ・会員数もパーソナル会員は増加したが、グループ会員が大幅に減少

その他の事業売上増加要因

売上推移

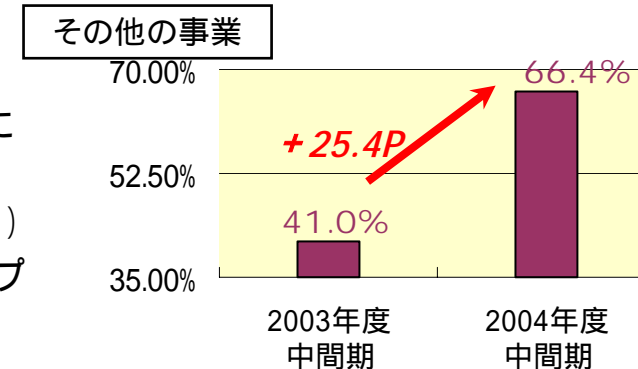
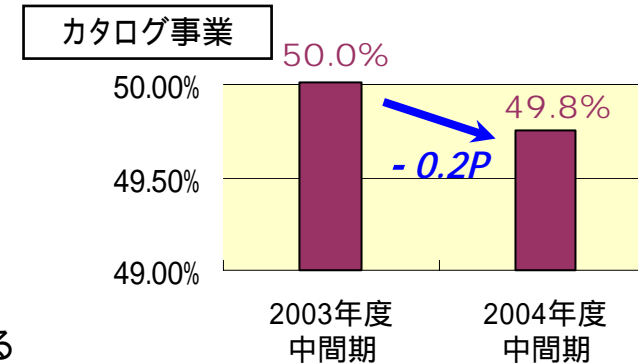
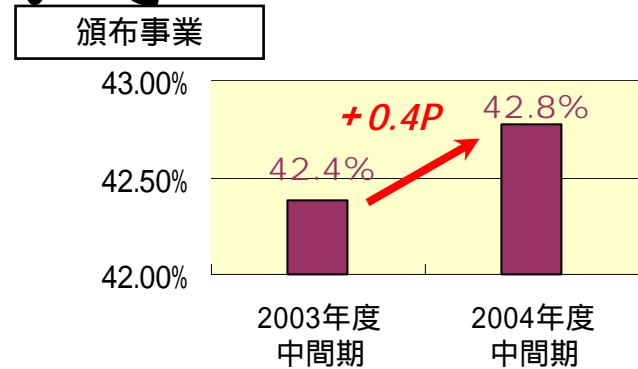
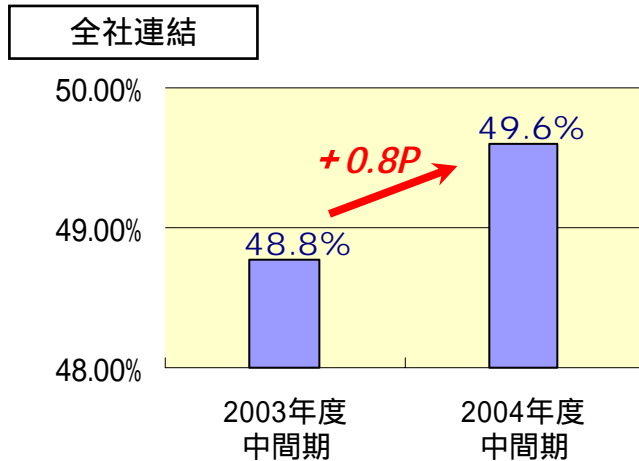


法人事業売上内訳



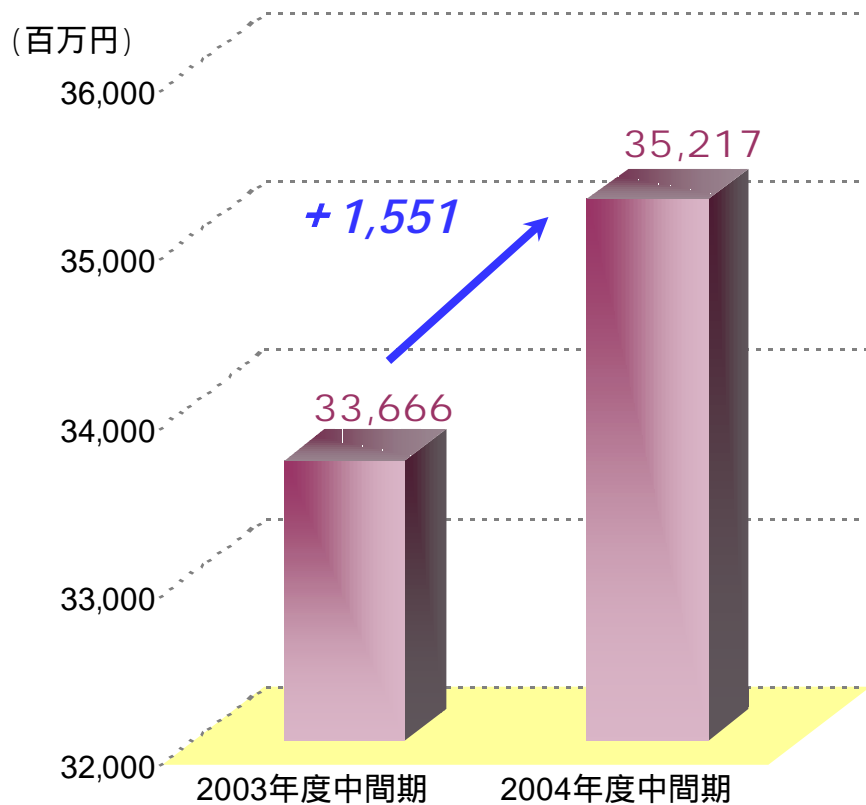
- ・法人事業対前年595%増
- ・法人事業のうち、卸販売及び業務受託が前年より大幅に増加した

仕入原価率の状況について



- 頒布事業は原価率の高い「わくわくの森」のシェアアップによる原価率アップ
(対前年売上比 +76%)
- カタログ事業は海外輸入比率の増加・付加価値商材の開発による原価率ダウン
(海外輸入比率 2003年上期 55.67% 2004年上期55.88%)
- その他の事業は法人事業の卸売販売増加による原価率アップ

販管費の増加について

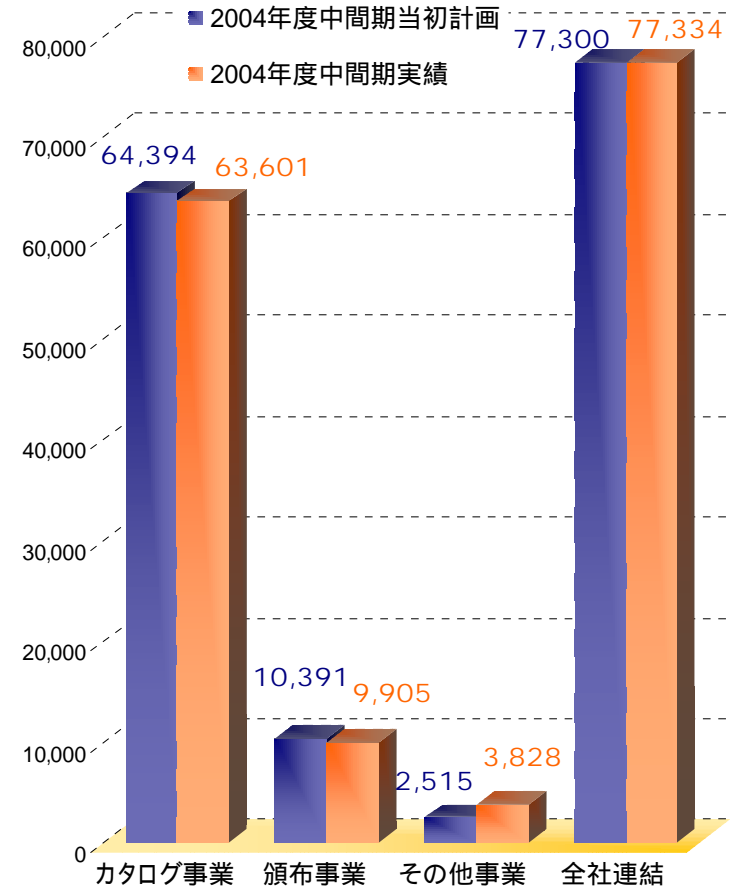


媒体関連費用	+ 1,209	(百万円)
広告宣伝費	+ 608	
減価償却費	- 115	
その他削減費用	- 151	
<hr/>		
合計	+ 1,551	

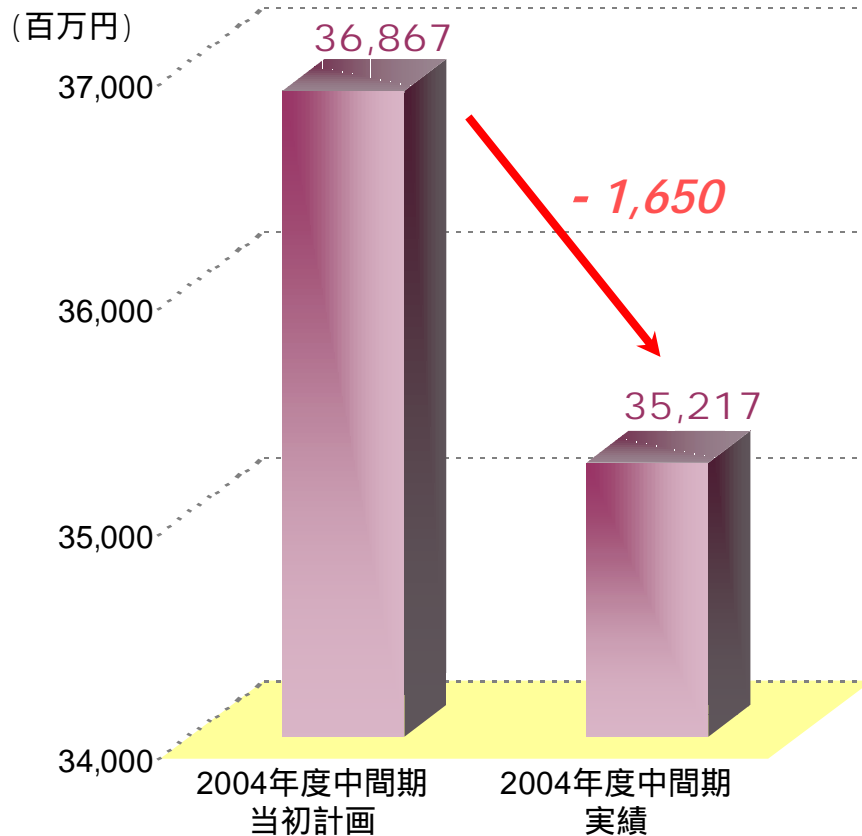
主に春のメディアミックスにより
媒体関連費及び広告宣伝費が増加した

参考資料: 对当初中間期計画 (損益)

	2004 年度 計画	売上比	2004 年度 実績	売上比	差額	対計画 増減率
売上高	77,300	-	77,334	-	34	0.0%
総原価	39,533	51.1%	40,036	51.8%	503	1.3%
売上総利益	37,767	48.9%	37,298	48.2%	- 468	- 1.2%
販管費	36,867	47.7%	35,217	45.5%	- 1,650	- 4.5%
営業利益	900	1.2%	2,081	2.7%	1,181	131.2%
経常利益	800	1.0%	2,234	2.9%	1,434	179.3%
当期利益	450	0.6%	1,253	1.6%	803	178.4%



参考資料: 对当初中間期計画 (販管費)



(百万円)

販売促進費	- 682
媒体関連費用	- 284
その他削減費用	- 684
合計	- 1,650

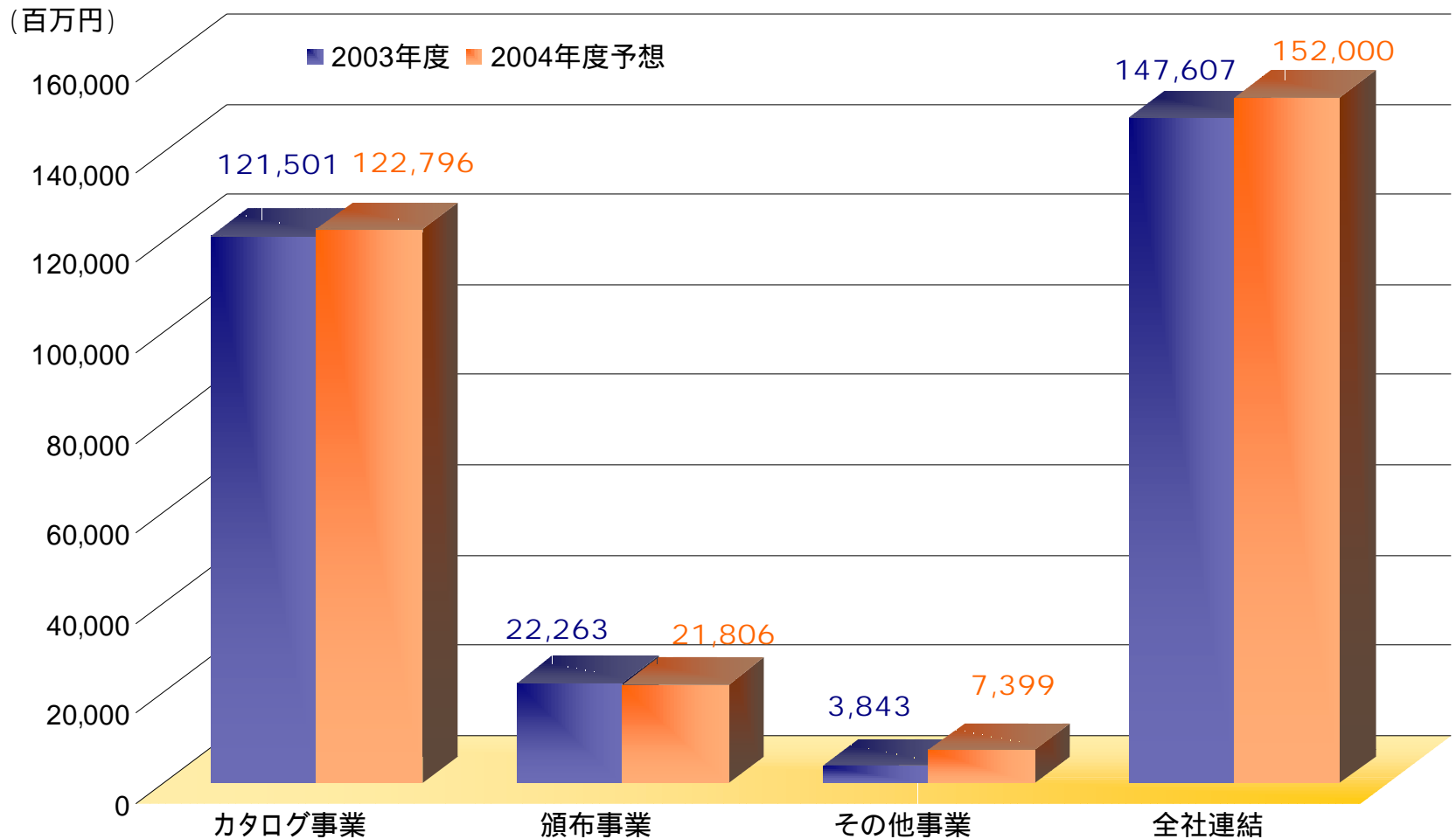
通期業績予想

2004年度連結決算損益予想(対前年比較)

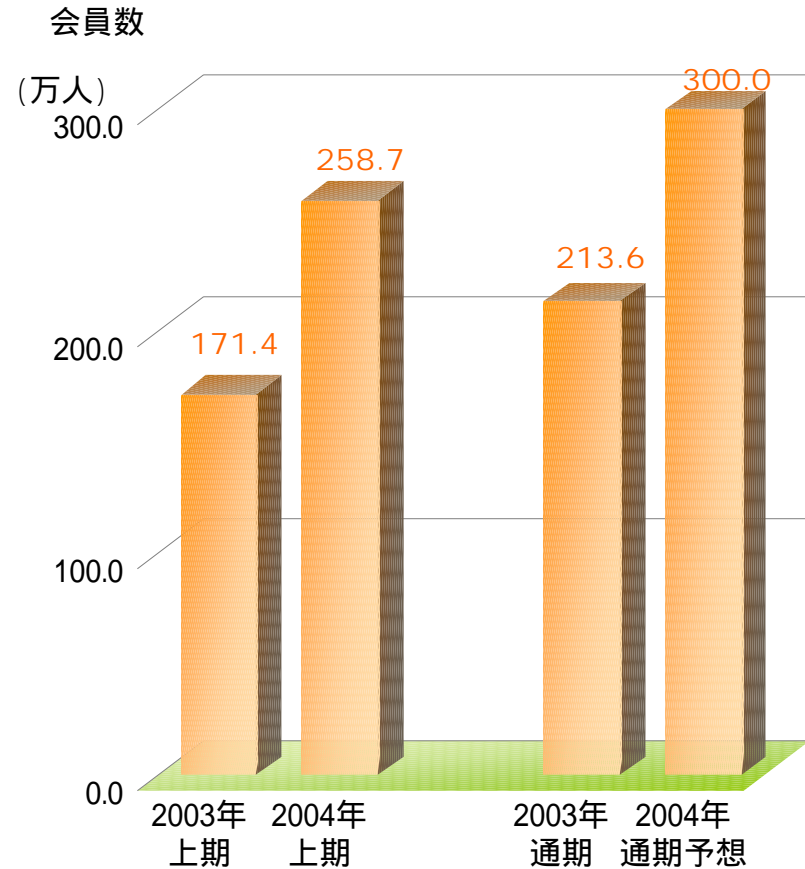
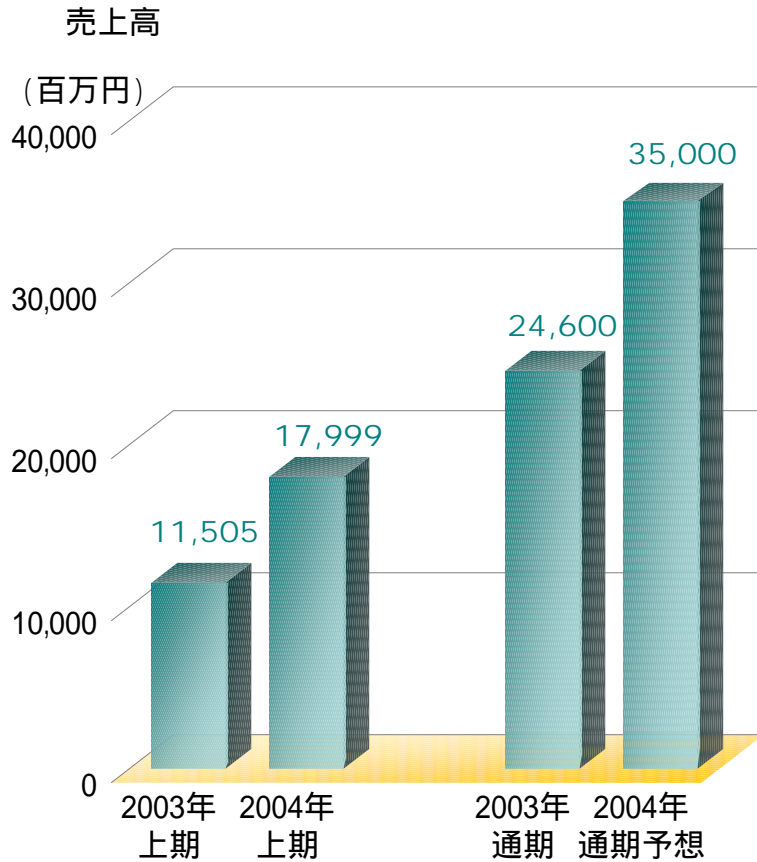
単位:百万円

	2003年度	売上比	2004年度	売上比	差額	対前年 増減率
売上高	147,607	-	152,000	-	4,393	3.0%
総原価	75,780	51.3%	78,271	51.5%	2,491	3.3%
売上総利益	71,826	48.7%	73,729	48.5%	1,903	2.6%
販管費	66,769	45.2%	69,228	45.5%	2,459	3.7%
営業利益	5,057	3.4%	4,500	3.0%	- 557	- 11.0%
経常利益	4,041	2.7%	4,300	2.8%	259	6.4%
当期利益	1,819	1.2%	2,700	1.8%	881	48.4%

2004年度セグメント別売上予想(対前年度)

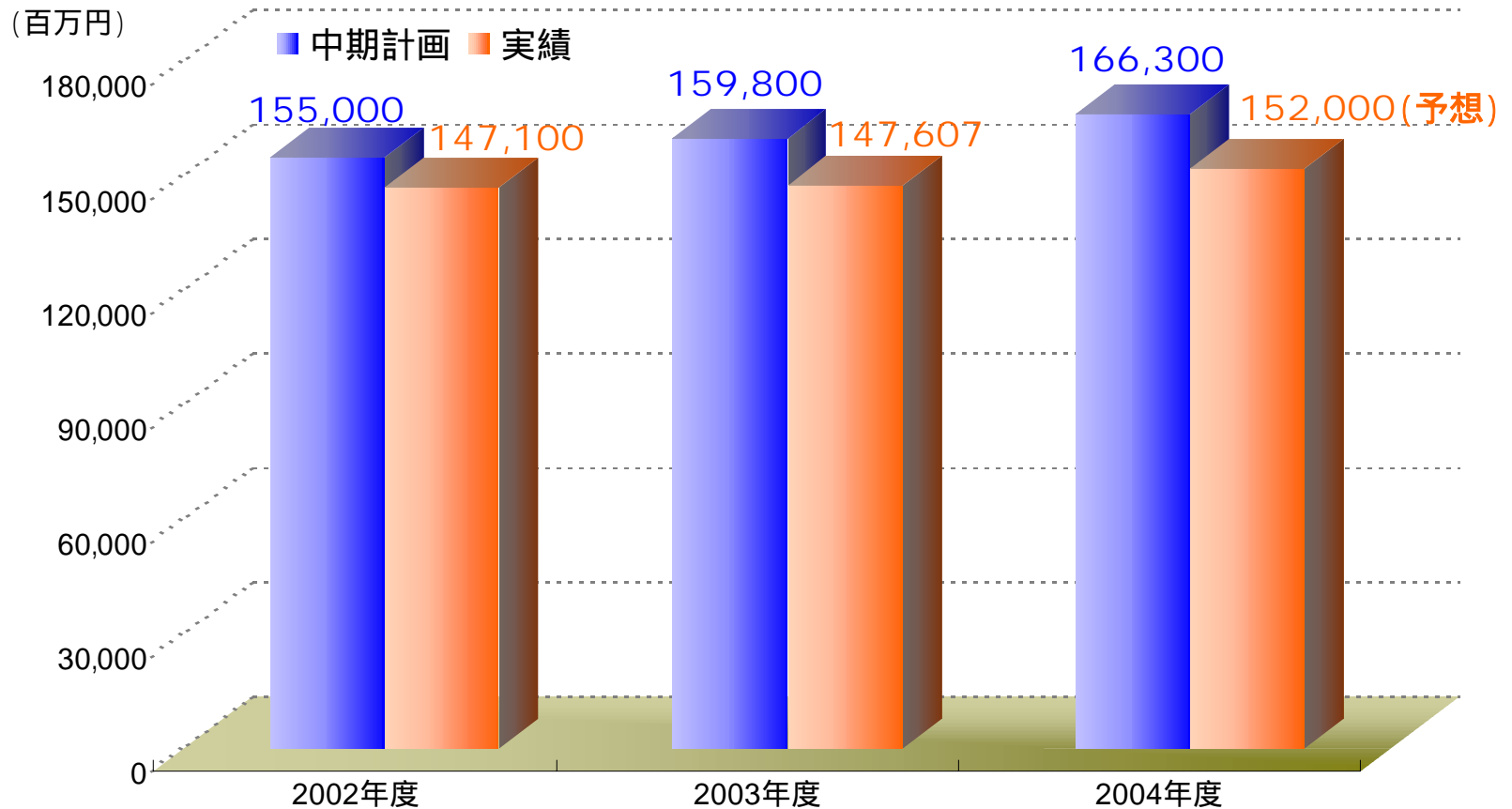


参考資料: インターネット売上と会員数

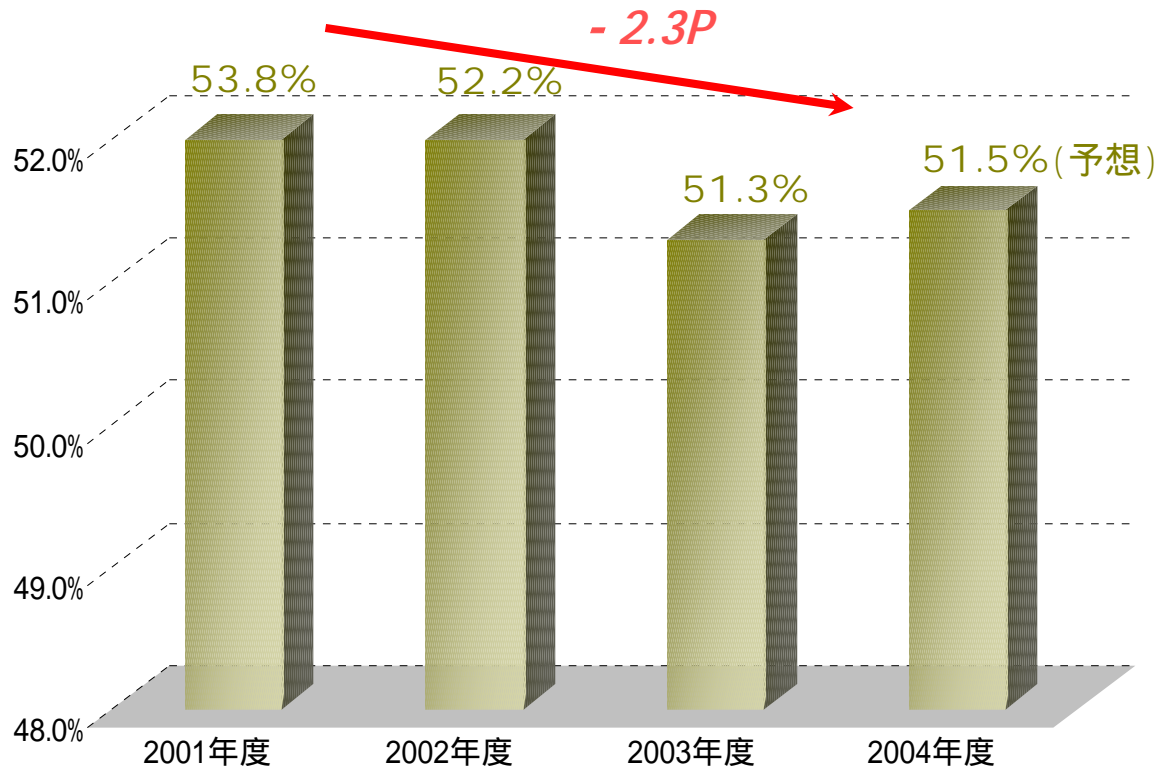


2002～2004年度 中期経営目標達成状況

中期経営目標達成状況(連結売上)

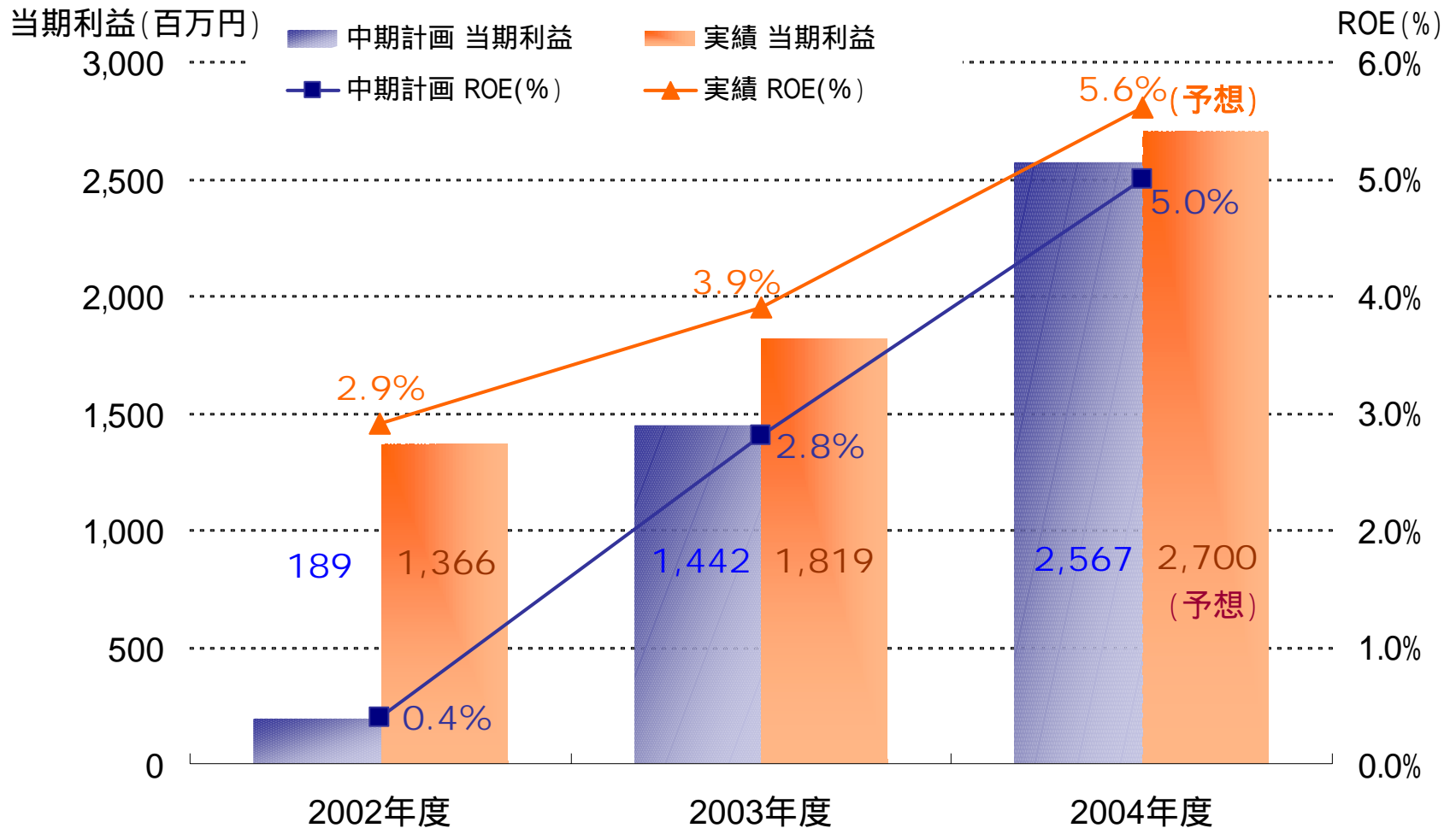


中期経営目標達成状況(原価率)



- 2004年度までに2.5ポイントの削減目標
- 通販事業においては3.0ポイントの削減達成 (50.9%)

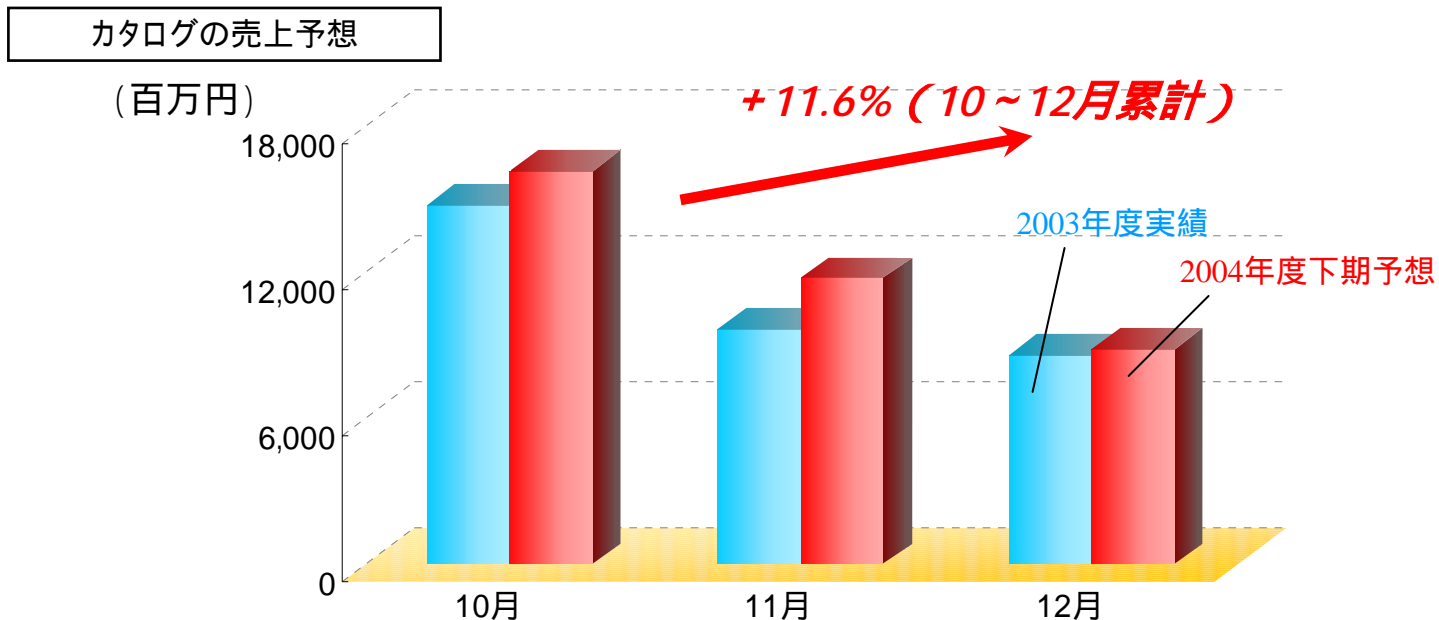
中期経営目標達成状況(利益・ROE)



2004年度下期の主な取組み

主要媒体の冬号発刊

- 主要媒体の冬号発刊で年4号体制に
 - ✓「すまいと雑貨」冬号・・・250万部
 - ✓「スポーツ」冬号・・・120万部
- ジャストシーズンの商品提案
- リーセンサーのアップ

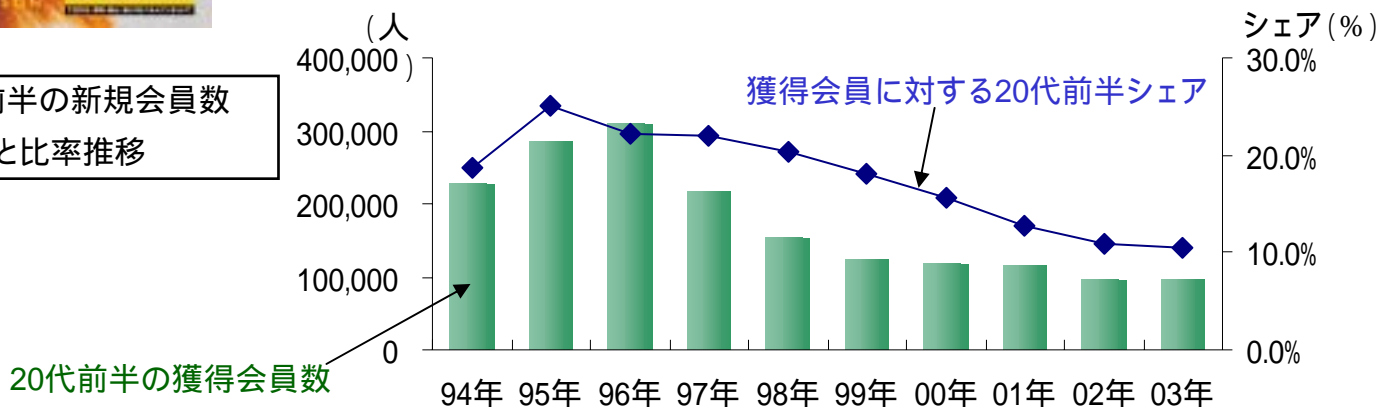


20歳代カタログ「プチベルメゾン」の創刊



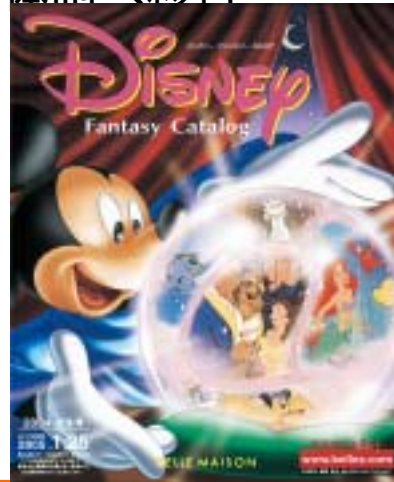
- この10年で約1/3となった20代前半に新規入会を再強化
- 9月創刊号100万部予定
- 様々なメディアによるプロモーションを計画
 - ✓ 雑誌
 - ✓ フリーペーパー
 - ✓ モバイル
 - ✓ サンプルングなど

20代前半の新規会員数
と比率推移



ディズニー事業の強化

- ディズニー事業を統合し、「ディズニー事業部」を設立
 - ✓ ディズニーファンタジーカタログ(カタログ)
 - ✓ ディズニードリームコレクション(頒布会)
 - ✓ ディズニーファンタジーショップ(Web)
- 今後はディズニーファンタジーショップ(ネットショップ)を強化
- 強力なブランドをより生かす事業体制へ移行し3年後売上100億円を目指す



ギフト事業の強化

- 「ギフト事業部」の設立
- 現会員に対するギフトニーズに対応(中元・歳暮・内祝いカタログの強化)
- Webによるギフトサービスの提供(9月)
- 子会社の(株)千趣会イイハナ(フラワーギフト販売)との連携強化
- 3年後に50億円の売上を目指す



次期中期経営計画(2005～2007年度)について

2004年度第3四半期決算(11月5日)発表時に
概要を発表する予定です