

株式会社 千趣会
第61期 中間決算説明会

2005年7月28日

1. 2005年中間期業績について
2. 減損会計の適用について
3. 2005年度中間期トピックス
4. 日興プリンシパルインベストメンツ(株)への株式譲渡について
5. 中間期までの当初計画対比
6. 中期経営計画指標推移
7. 2005年度 通期連結業績予想
8. 2005年度下期の主な取組み

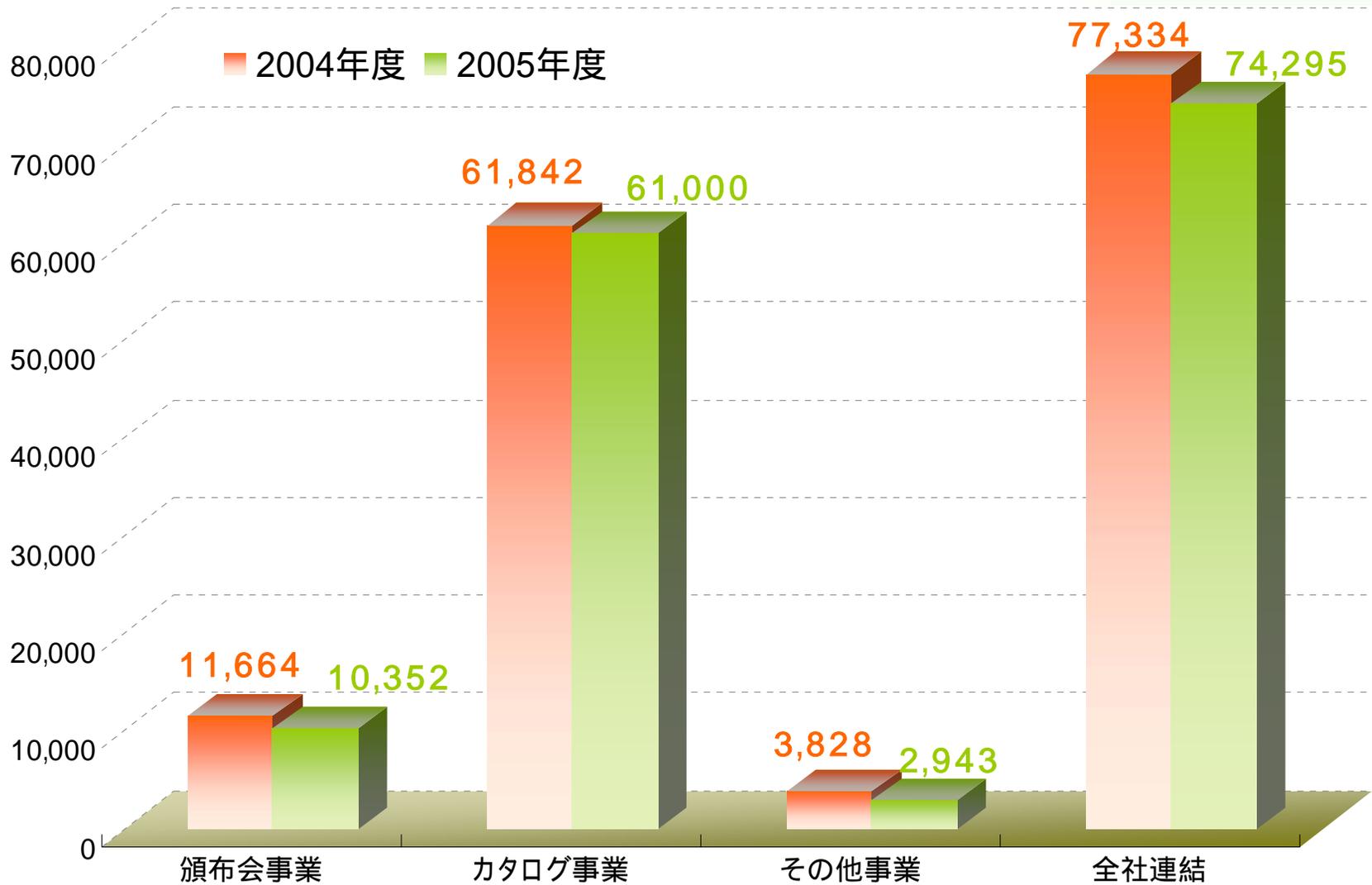
2005年度 中間期業績について

2005年度中間期連結決算損益(対前年)

単位:百万円

	2004年度 中間期	売上比	2005年度 中間期	売上比	差額	対前年 増減率
売上高	77,334	-	74,295	-	- 3,039	- 3.9%
総原価	40,036	51.8%	38,659	52.0%	- 1,377	- 3.4%
売上総利益	37,298	48.2%	35,635	48.0%	- 1,663	- 4.5%
販管費	35,217	45.6%	33,854	45.6%	- 1,363	- 3.9%
営業利益	2,081	2.7%	1,780	2.4%	- 301	- 14.4%
経常利益	2,234	2.9%	1,979	2.7%	- 255	- 11.4%
当期利益	1,253	1.6%	- 605	- 0.8%	- 1,859	-

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



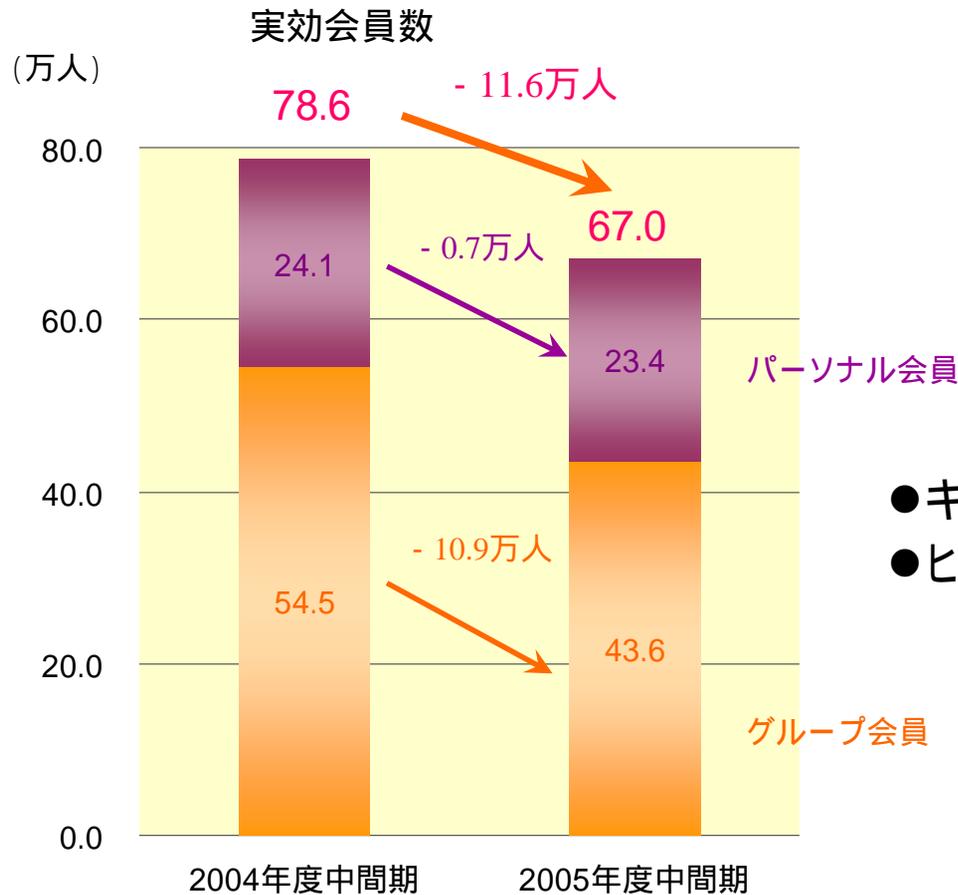
- 収益確保のための各媒体部数減による売上減
(前期比約700万部減)
- 「暮らす服」売上増に伴う単価減
- 優良顧客政策による5000円未満受注件数増
(対前年同期比約30%増)

「暮らす服」創刊について

- 今期創刊し春夏号・夏号共に売上計画を大幅に上回る（約40%増）
- それぞれのテーマ特集が好調、またサイズ拡大の効果あり
- 新規顧客獲得にも寄与
今まで雑貨しか購入しなかった顧客が新たに購入
購入者全体の約7%を占める
- 顧客復活にも貢献
購入者全体の約11%を占める

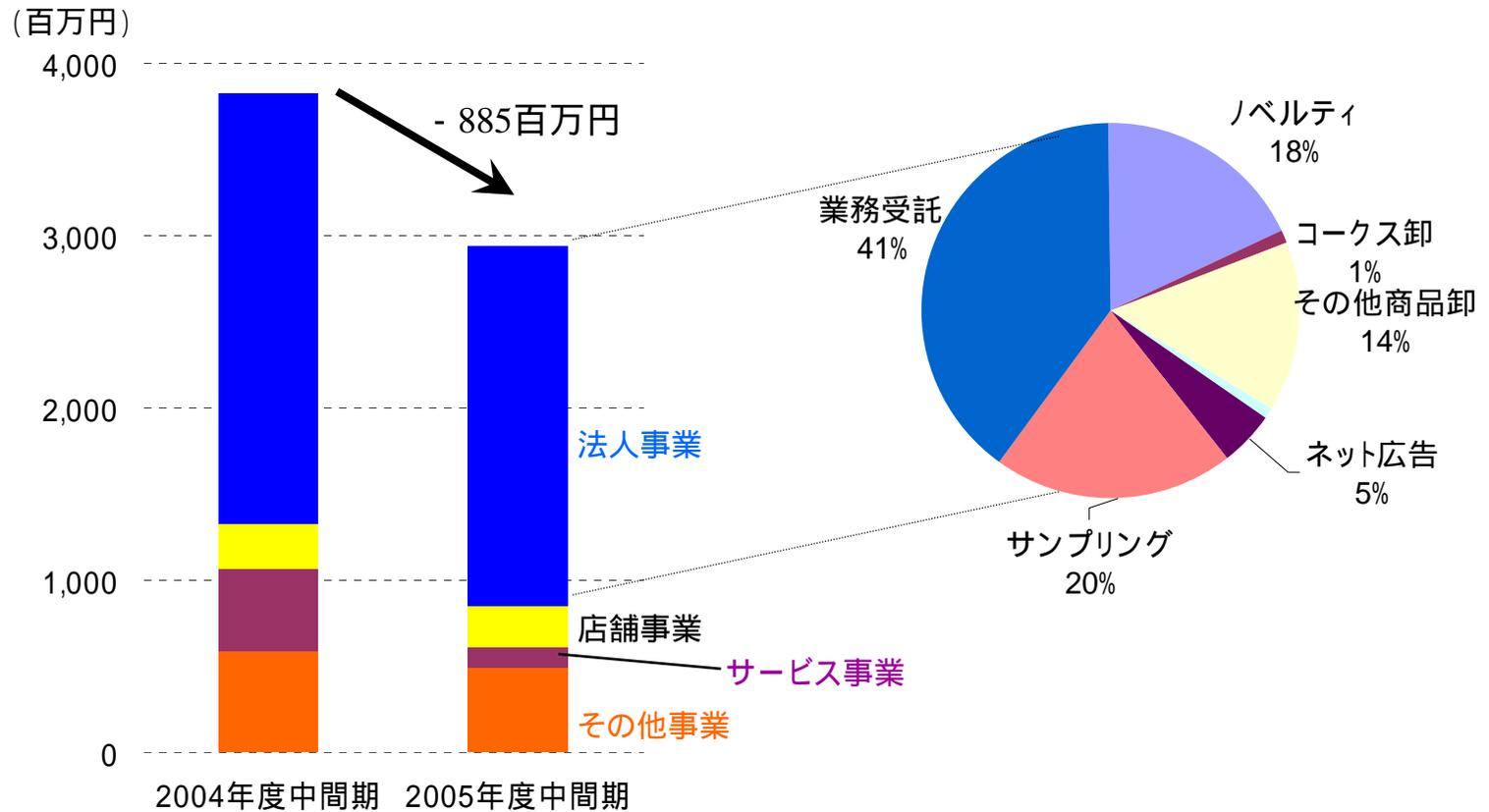


頒布会事業売上減少要因



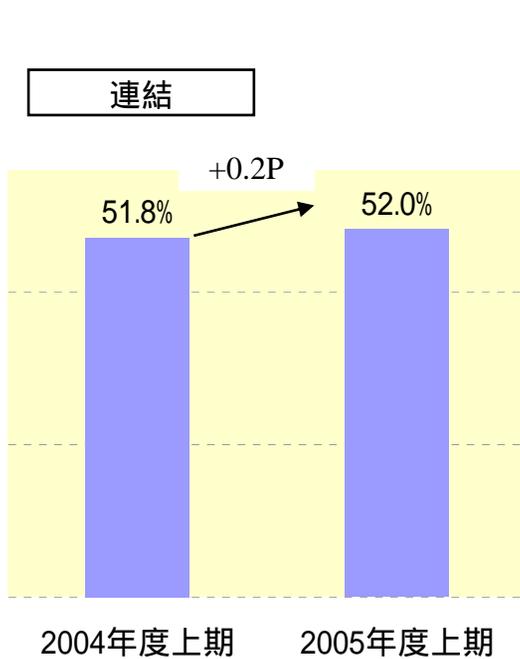
- キャンペーン等での新規会員獲得低調
- ヒット商品減少による会員減少

その他事業の売上減少要因

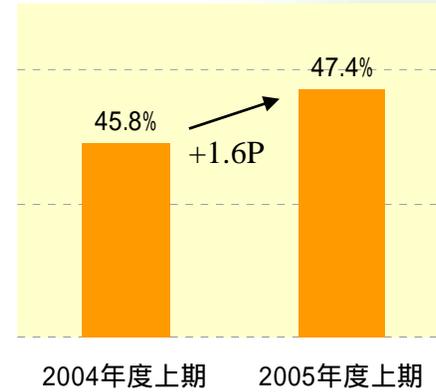


- 法人事業前年のコークス卸を売上から手数料計上に変更

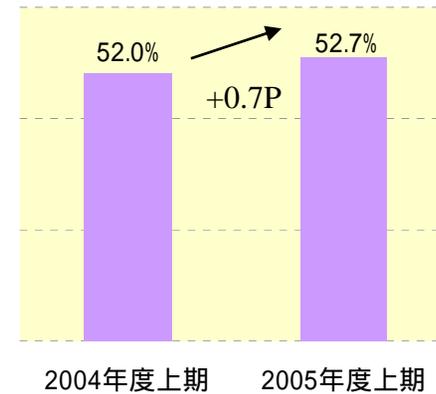
原価率の状況



頒布会事業



カタログ事業

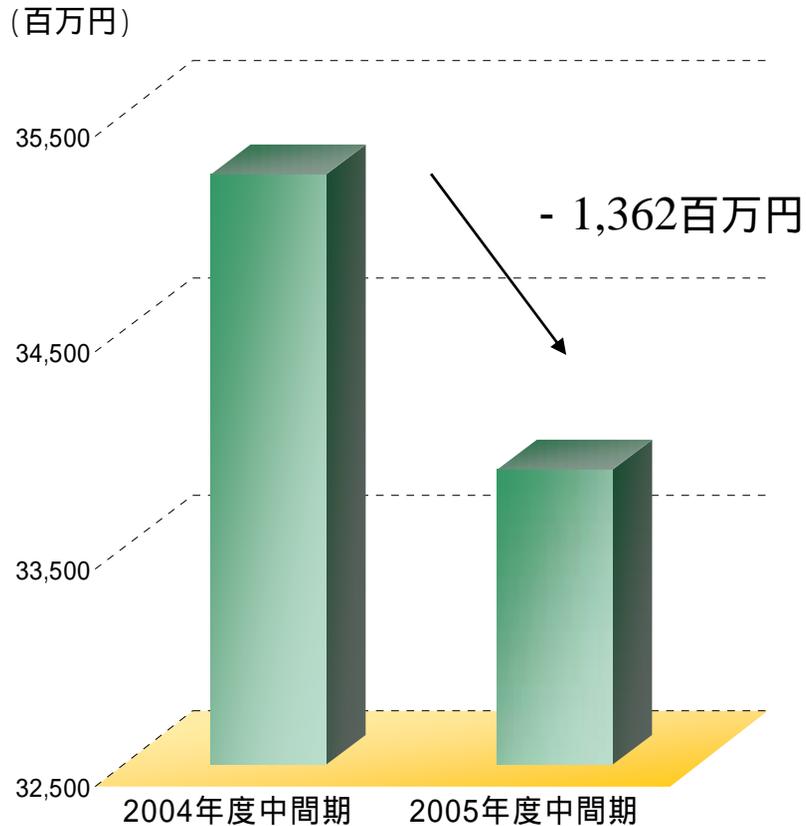


その他事業



- 頒布事業 在庫削減に伴う評価損増
- カタログ事業 「暮らす服」売上増に伴う原価率増
- その他事業 法人事業のコークス売上手数料計上による原価低減

販管費増減内訳



(百万円)	
媒体関連費用	- 492
減価償却費	- 222
広告宣伝費	- 577
販売促進費	592
その他削減費用	- 663
合計	- 1,362

送料単価減によりカタログ送料減少
TV・CMの今期取りやめによる減

減損会計の適用について

- 当中間期におきまして「固定資産の減損に係る会計基準」の早期適用を行います。
- なお、業績への影響につきましては、平成17年1月27日発表の業績予想に概算金額を見込んでおりますので、業績予想の変更はございません。

減損損失見込額

(百万円)

	連結	個別
越前カントリークラブ	1,730	1,264
遊休地	129	129
合計	1,860	1,394

1.新VIの導入

- 創業50周年を迎えシンボルマークをリニューアル
- 同時に総合オンラインショップ「ベルメゾンネット」もURLを新しくすると共に、より見やすく分かりやすく、使いやすくリニューアル

2.他社との連携

- ヤマダ電機、住友生命、みずほ銀行と業務提携
- 各社と当社のポイントを交換したり当社が各社に商品を提供



日興プリンシパル・インベストメンツ(株)への 株式譲渡について

当社は、日興プリンシパル・インベストメンツ(株)へ当社の自己株式340万株(発行株式の約7.14%)を譲渡いたしました。同社は、中長期的な視点から投資事業を行っており、投資先各企業の経営をサポートしています。

当社に対しても、株主の視点から建設的なご意見を頂き、当社経営に活かしていく方針です。

最終目的として株式の時価総額アップなど企業価値の向上を目指します。

今後は、定期的に企業価値向上のためのミーティングを毎月開催しまたM&Aのアドバイスを受けてゆく予定です。

今回の株式を譲渡した結果、同社は当社の筆頭株主となります。

なお、当該自己株式処分による収入金は、設備投資及び運転資金に充当いたします。

中間期までの計画対比(対当初計画)

単位:百万円

	2005年度上期 当初計画	売上比	2005年度上期 実績	売上比	差額	対当初 増減率
売上高	75,200	-	74,295	-	- 905	- 1.2%
総原価	38,633	51.4%	38,659	52.0%	26	0.1%
売上総利益	36,567	48.6%	35,635	48.0%	- 932	- 2.5%
販管費	35,066	46.6%	33,854	45.6%	- 1,212	- 3.5%
営業利益	1,500	2.0%	1,780	2.4%	280	18.7%
経常利益	1,500	2.0%	1,979	2.7%	479	31.9%
当期利益	- 1,000	- 1.3%	- 605	- 0.8%	395	-

SCM関連指標

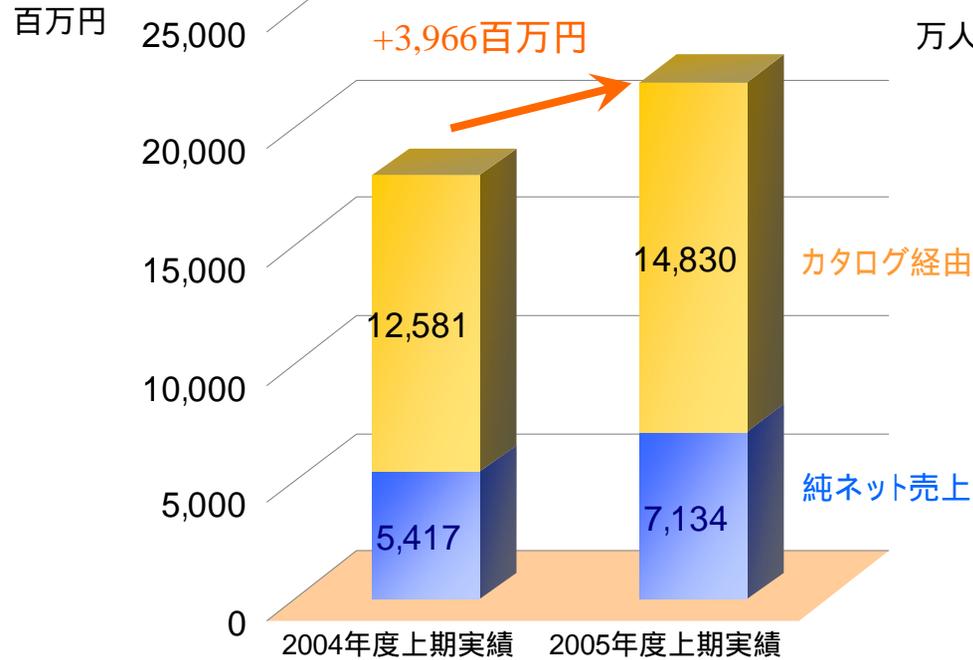
	2004年中間期	2005年中間期
直接輸入取引（リードタイム）	69日	65.5日
国内間接取引（リードタイム）	30日	28日
即時供給率	71.2%	78.2%
荷分け率	152.8%	138.6%
在庫回転率	5.6回	5.1回
輸入比率	60.8%	66.1%
直接輸入比率	10.2%	12.0%

顧客基盤拡大

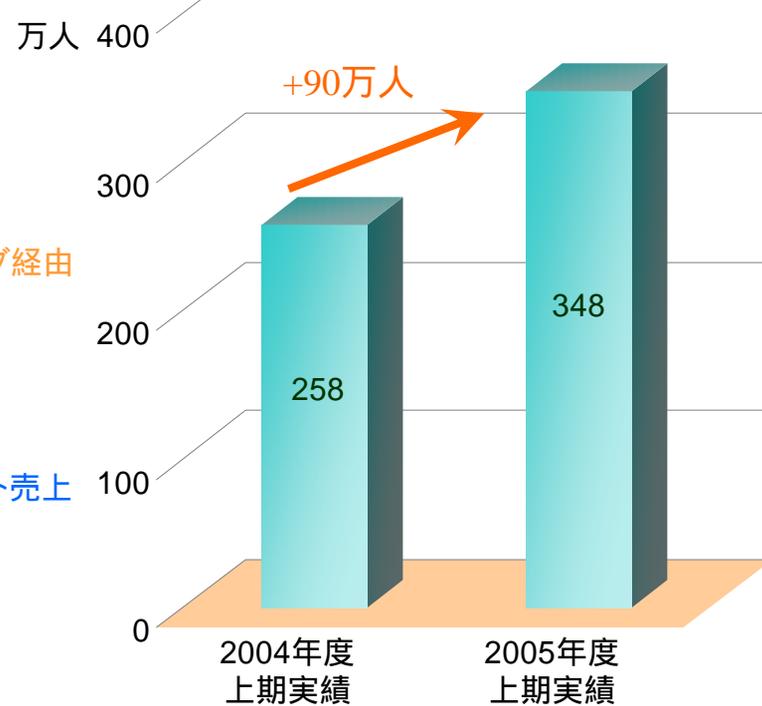
- 20代顧客 プチベルメゾンによる新規会員獲得 18歳～25歳の女性向けブランド「カナリートロワ」デビュー
- 40代顧客 40代向けリビングおよびファッションの新カタログを今秋それぞれ創刊

ネット売上推移とサービス強化について

ネット売上推移



会員数



サービス強化

- 5月よりギフトサービス開始(包装紙やメッセージが選べます)
- 7月よりお支払いの代金引換開始

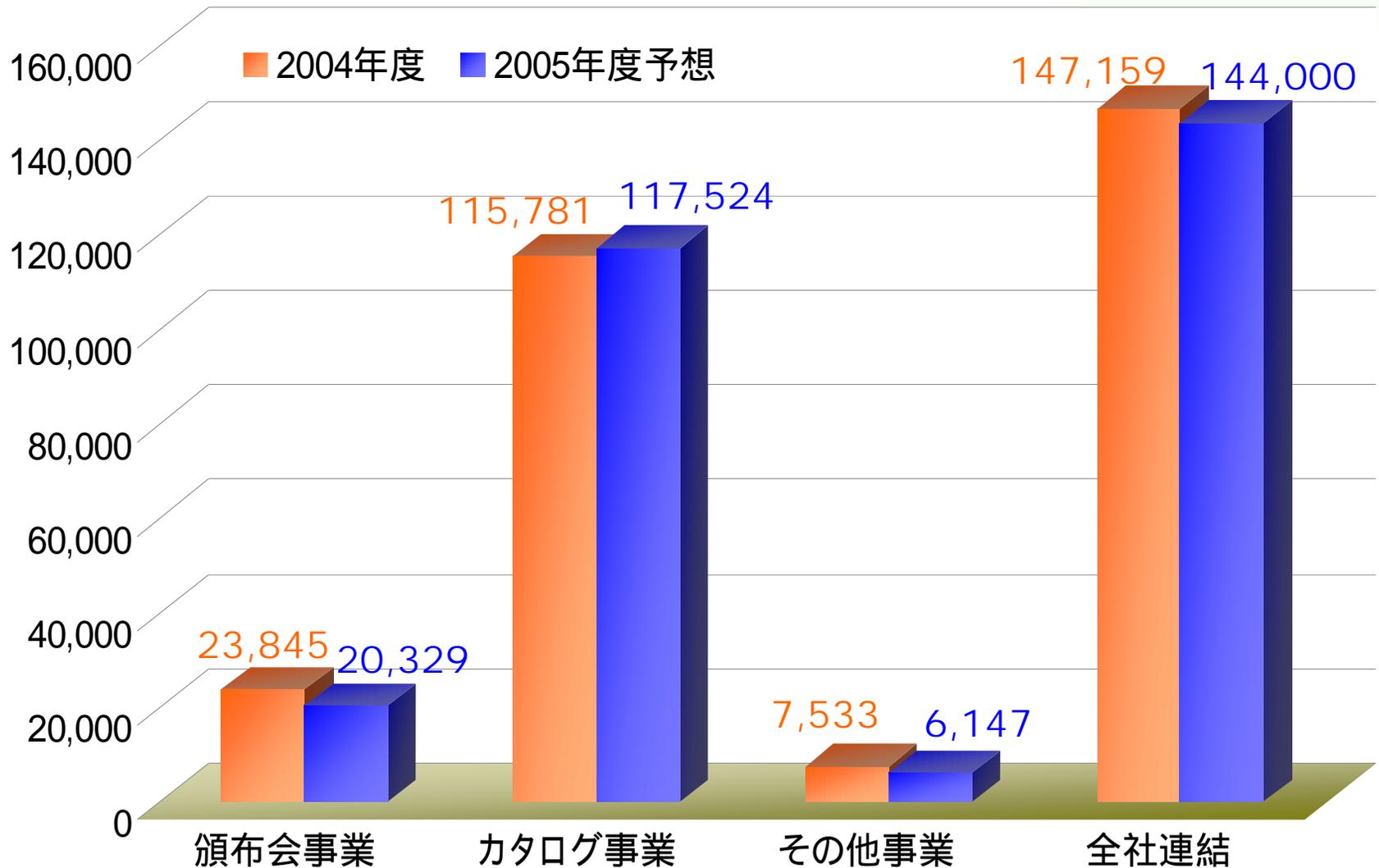
2005年度 通期連結業績予想

2005年度連結決算損益予想(対前年)

単位:百万円

	2004年度	売上比	2005年度 修正計画	売上比	差額	対前年 増減率
売上高	147,159	-	144,000	-	- 3,159	- 2.1%
総原価	76,115	51.7%	73,854	51.3%	- 2,261	- 3.0%
売上総利益	71,043	48.3%	70,145	48.7%	- 898	- 1.3%
販管費	68,122	46.3%	66,944	46.5%	- 1,178	- 1.7%
営業利益	2,921	2.0%	3,200	2.2%	279	9.6%
経常利益	3,033	2.1%	3,200	2.2%	167	5.5%
当期利益	1,231	0.8%	200	0.1%	- 1,031	-

2005年度セグメント別売上予想(対前年)





BELLE MAISON

2005年度下期の主な取組み

1. 「ベルメゾンマーケット大垣」のオープン
7月29日（金）岐阜県大垣市
に5店舗目をオープン

2. ルボンディール店舗オープン
東京・青山表参道に9月オープン



3. 「リュクスリビング」の創刊
●ワンランク上のインテリアカタログ
●上質なインテリアをお届け



4. 「ra shi sa (らしさ)」創刊
●パリテイストのナチュラルシックをキーワードに上品で女性らしい着こなしを提案
●モニターを活用しパターン・シルエット・サイズ設定を独自開発

1. 記念配当について

- 2005年12月末の株主様を対象に創立50周年を記念して普通配当に加えて記念配当2円を実施いたします。
- 中間期は前期同様8円ですが、決算期は2円追加して10円とさせていただきます。

2. 2005年第3四半期決算発表について 発表日程10月21日(金)