

株式会社カンセキ 第38期決算説明資料

(2011年3月1日～2012年2月29日)



2012年5月
株式会社カンセキ

経営方針

当社は、「住まいと暮らしを豊かに快適にするための商品とサービスを提供し、地域の皆様の生活文化の向上に役立つ」を経営理念として、主力であるホームセンター事業を核に、アウトドア専門店など複数の事業を展開し、日常における「快適な暮らしの創造」から、「人生を豊かにするライフスタイルの提案」までのニーズを満たし、「お客様にとって、安心・親切・便利な店」をスローガンに地域の皆様に愛される「地域一番店」であり続けることを基本方針としております。

代表取締役 長谷川 静夫



主な事業内容



**HOME CENTER
カンセキ**

生活を楽しく
豊かで快適にするため...

「生活の快適創造」をスローガンに、お客様のニーズにお応えできる品揃えとサービスの充実に努め、地域の皆様の「より楽しく、より快適な生活」のお手伝いをさせていただけるよう励んで参ります。



**WILD-1
OUTDOOR LIFE STORE**

コミュニケーションの場
そして情報発信基地

自然が与えてくれるたくさんの感動や喜びを、商品やお客様とのコミュニケーションを通じてお伝えしていきたいと考えております。



Wild Barn

飲食事業

美味しさと楽しさの快適空間
より身近な食卓を目指します

私たちのレストランはお客様が笑顔で食事ができる空間を提供したいと考えています。安心してお食事ができる様、厳選した食材を使用しております。



**NEO
CYCLISTA**
ENJOY YOUR CYCLE SCENE.

サイクリライフの
多種多様なニーズに応えます

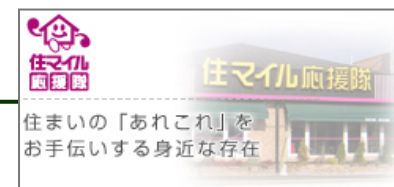
「エンジョイ・ユア・サイクルシーン」をコンセプトにした自転車専門店。一般の自転車用品から、上級者のレースシーンでもご満足いただける専門用品まで幅広く取り揃えております。



Pet Planet ペットプラネット

ペットを愛する
人たちの暮らしを楽しく

犬、猫をはじめ、小鳥やそのほかの小動物、金魚、熱帯魚および飼育関連用品を豊富に取り揃える総合ペットストアです。



**住マイル
西徳田**

住マイル応援隊

住まいの「あれこれ」を
お手伝いする身近な存在

お客様のご自宅にお伺いして、住まいや暮らしに関わるサービスを提供しております。住まいの身近なニーズにお応えしていきます。



Off House
オフハウス

商品をクリーニングして提供
リユース・リサイクル

オフハウスは、お客様がご愛用になられた家具・生活雑貨・衣料・スポーツ用品などを買入れし、点検・修理・クリーニングを行い店頭で販売するリユース・リサイクル店です。



プロの品質とプロの価格
業務スーパー

「食」をテーマに
品質第一の商品をご提供

業務スーパーは、これまで業務用として流通していた食材を一般のお客様にも提供する、新しい業態の食品スーパーです。冷凍食品を中心として、約2,000品目を取り揃えています。

■ 当社グループにおける事業セグメント

事業	内容
ホームセンター	DIY用品、家庭用品、カー・レジャー用品、文具、食品等
WILD-1	アウトドア用品等
専門店	オフハウス(リユース商品) 業務スーパー(業務用食材) 飲食店等
店舗開発	不動産賃貸、アミューズメント施設等
その他	子会社の経営する不動産事業および保険代理店業務等

事業の経過について

当連結会計年度(2011年3月1日から2012年2月29日)におけるわが国経済は、2011年3月11日に東日本大震災による甚大な被害が発生し、さらに原発事故による不安定な電力供給の影響、長引く円高やタイの洪水被害、欧米の金融不安など、国内外で相次ぐ不安定要因が重なり、厳しい状況が続きました。被災地の復旧・復興需要による回復傾向が見られるものの、内需の拡大にはいたらず、雇用情勢や所得環境は低迷し、消費動向も依然として上向かず、先行き予断を許さない状況で推移いたしました。

このような状況において、震災時におけるライフラインの一翼を担う企業としての使命を果たすべく、不安定な商品供給の中で、より多くの必要な商品を、より多くのお客様に供給することを第一義と考え、震災による損壊店舗の安全確保をしつつ、店舗の早期復旧を社員一丸となって取り組みました。

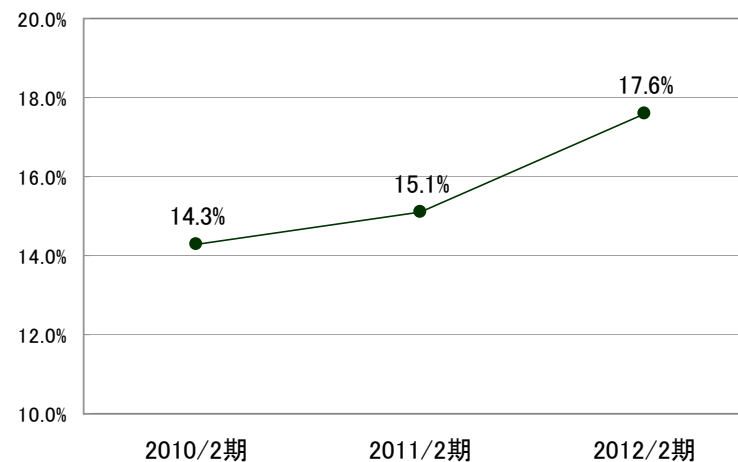
<p>ホームセンター事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・震災からの復旧・復興に関わる住関連商品の売上が好調に推移 ・節電を意識した「暑さ対策」「寒さ対策」関連商品が好調に推移 ・2011年7月、わし宮店(埼玉県久喜市)改装実施 ・2011年11月、小金井店(栃木県下野市)に灯油販売所設置 ・2012年11月、龍ヶ崎店(茨城県龍ヶ崎市)に灯油販売所設置 ・高齢者向けカタログ販売「スマイル便」の取扱いを11店舗に拡充 	<p>WILD-1事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・震災後、被災地を中心に防災用品やキャンプ用品などの需要が高まる ・震災による一部店舗の休店や天候不順による影響等があったものの、通期では好調な売上を維持 ・2011年10月に仙台東インター店(宮城県仙台市)を出店 ・2011年7月に「WILD-1オンラインストア印西」を開設 ・印西ビッグホップ店においてインターネットショップ販売を開始
<p>専門店事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業務スーパー店舗において、震災後から備蓄用食料や飲料水などの需要が急増 ・2011年4月に業務スーパー栃木店(栃木県栃木市)を出店 ・新店、既存店ともに好調な売上を維持、客単価も前年を上回る ・オフハウス店舗においては、家具、家電、ブランドバックなどの売上が好調に推移 ・2011年10月にオフハウス下館店(茨城県筑西市)増床改装を実施 	<p>店舗開発事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・栃木県宇都宮市と福島県須賀川市の物件において、建物および賃借権の譲渡を行う ・他の賃貸物件においては、計画通りに安定した利益を計上

連結貸借対照表(要約)

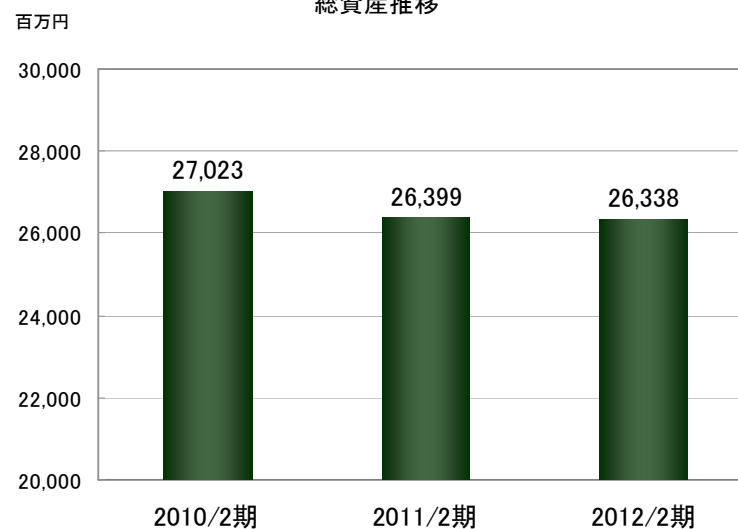
連結貸借対照表(要約)			
(単位:百万円)	2010/2期 実績	2011/2期 実績	2012/2期 実績
流動資産	5,992	6,079	6,602
現金および預金	1,124	1,047	1,263
売掛金	120	162	131
商品	4,141	4,264	4,566
その他	607	606	642
固定資産	21,030	20,320	19,735
有形固定資産	16,636	16,362	15,894
建物	4,153	3,870	3,549
土地	11,633	11,752	11,696
その他	850	740	649
無形固定資産	819	761	681
投資その他の資産	3,574	3,196	3,159
繰延資産	0	0	-
資産合計	27,023	26,399	26,338
流動負債	11,134	11,314	11,228
支払手形および買掛金	3,347	3,212	3,135
短期借入金	5,536	5,180	4,880
一年以内返済予定長期借入金	1,412	1,877	2,179
その他	839	1,045	1,034
固定負債	12,028	11,087	10,467
長期借入金	9,754	9,096	8,569
リース債務	156	112	118
退職給付引当金	1,048	1,159	640
その他	1,070	720	1,140
負債合計	23,162	22,401	21,696
純資産	3,860	3,997	4,642
資本金	1,926	1,926	1,926
資本剰余金	1,864	1,864	1,864
利益剰余金	310	415	1,039
自己株式	▲ 232	▲ 232	▲ 232
その他包括利益累計額	▲ 7	24	45
負債及び純資産合計	27,023	26,399	26,338

※記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

自己資本比率推移



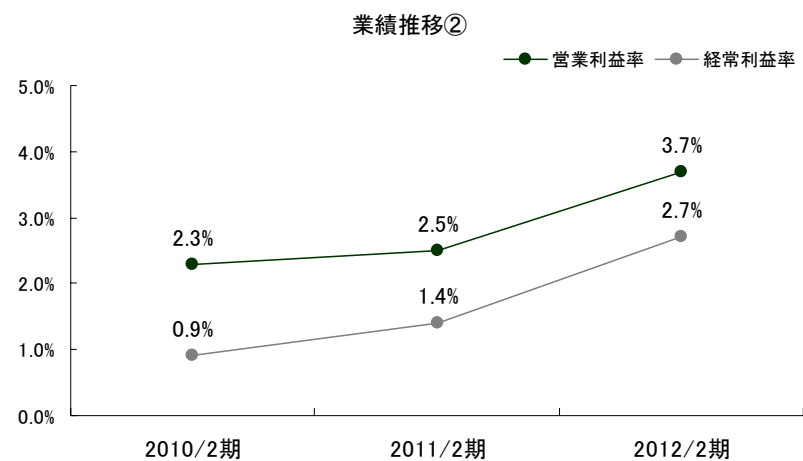
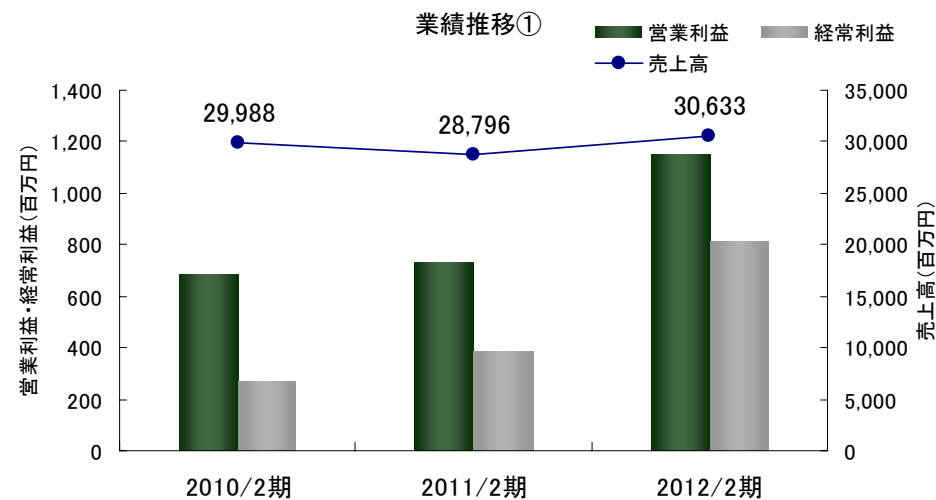
総資産推移



連結損益計算書(要約)

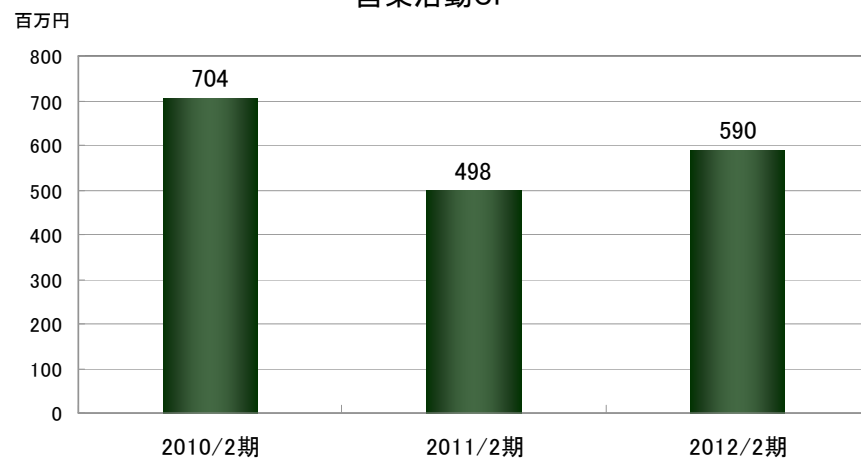
連結損益計算書(要約)		2010/2期	2011/2期	2012/2期
単位:百万円		実績	実績	実績
売上高		29,988	28,796	30,633
売上原価		21,701	20,657	21,969
売上総利益		8,286	8,139	8,663
	売上総利益率	27.6%	28.3%	28.3%
その他営業収入		1,392	1,405	1,200
営業総利益		9,679	9,544	9,863
	営業総利益率	32.3%	33.1%	32.2%
販売費及び一般管理費		8,997	8,815	8,715
	販管比率	30.0%	30.6%	28.4%
	人件費	3,641	3,795	3,911
	減価償却費	494	467	428
	地代家賃	2,245	2,130	1,952
	広告宣伝費	446	383	358
	その他経費	2,171	2,040	2,066
営業利益		681	728	1,148
	営業利益率	2.3%	2.5%	3.7%
営業外収益		28	28	36
営業外費用		437	365	367
経常利益		271	391	817
	経常利益率	0.9%	1.4%	2.7%
特別利益		9	3	119
特別損失		233	78	386
税金等調整前当期純利益		47	315	550
法人税等(調整額含む)		30	211	▲ 74
当期純利益		16	104	624
	当期利益率	0.1%	0.4%	2.0%

※記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。
 ※%表記は小数点第二位を四捨五入しております。

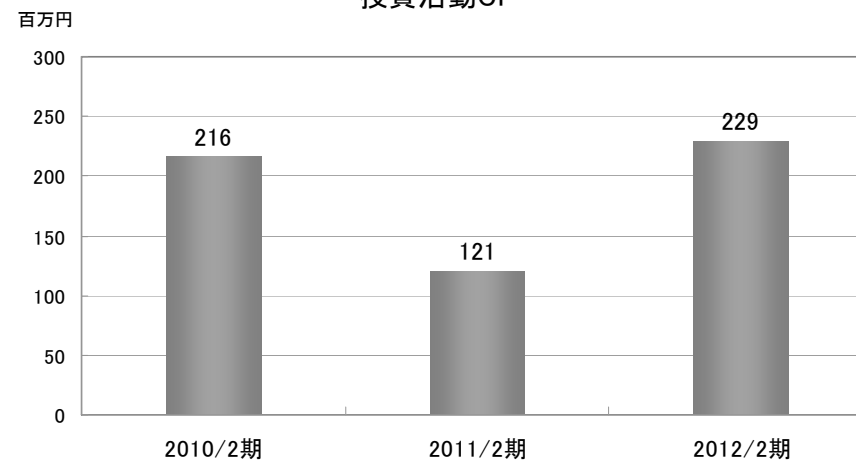


連結キャッシュ・フローの状況

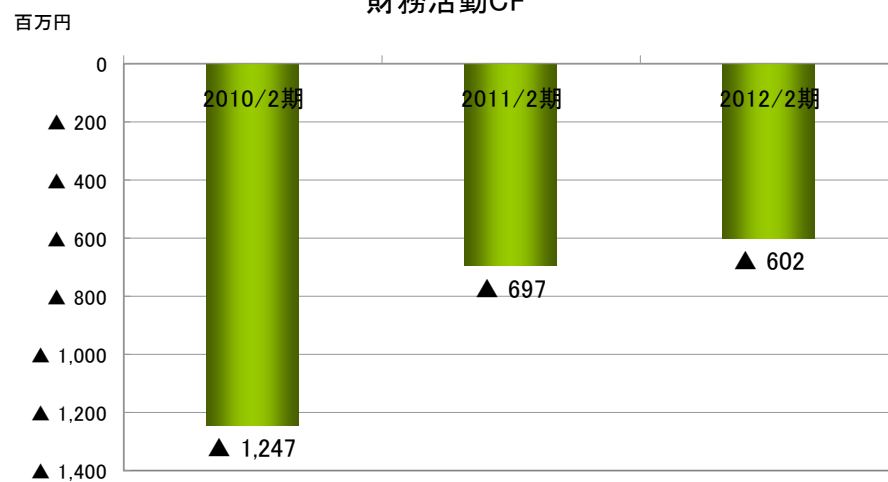
営業活動CF



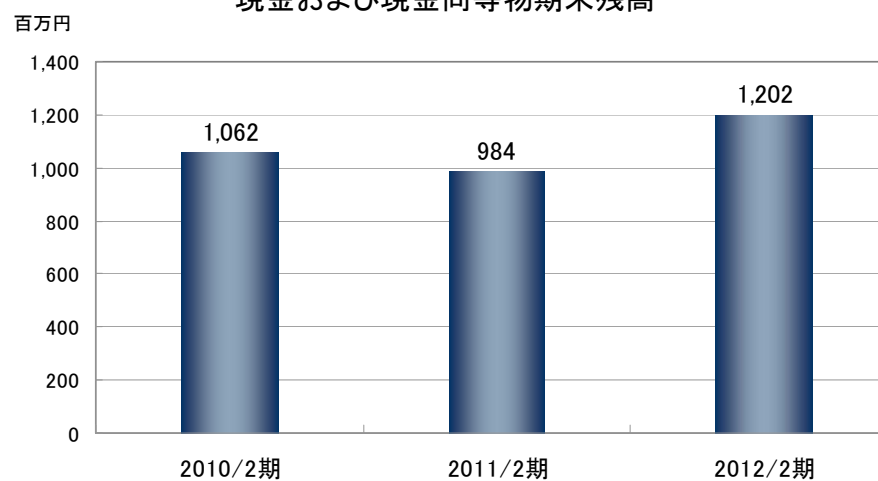
投資活動CF



財務活動CF



現金および現金同等物期末残高



2013年2月期の業績予想(連結)

単位:百万円	第2四半期	対前年増減率	通期	対前年増減率
売上高	16,000	▲0.4%	30,000	▲2.1%
営業利益	650	▲29.3%	900	▲21.7%
経常利益	480	▲37.2%	550	▲32.7%
当期純利益	210	▲36.0%	240	▲61.6%

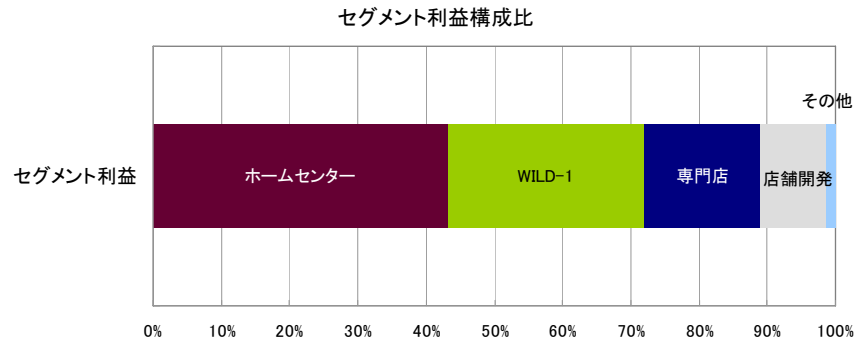
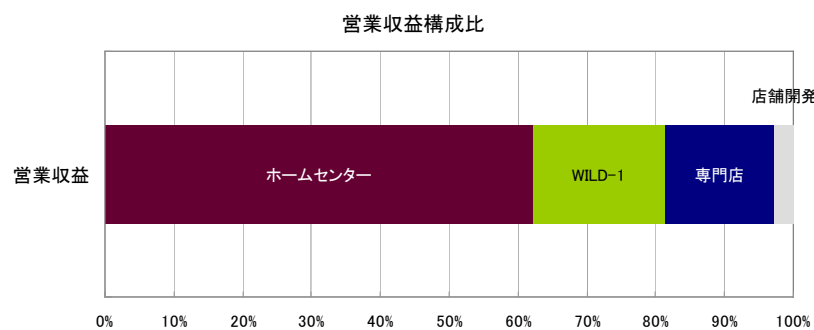
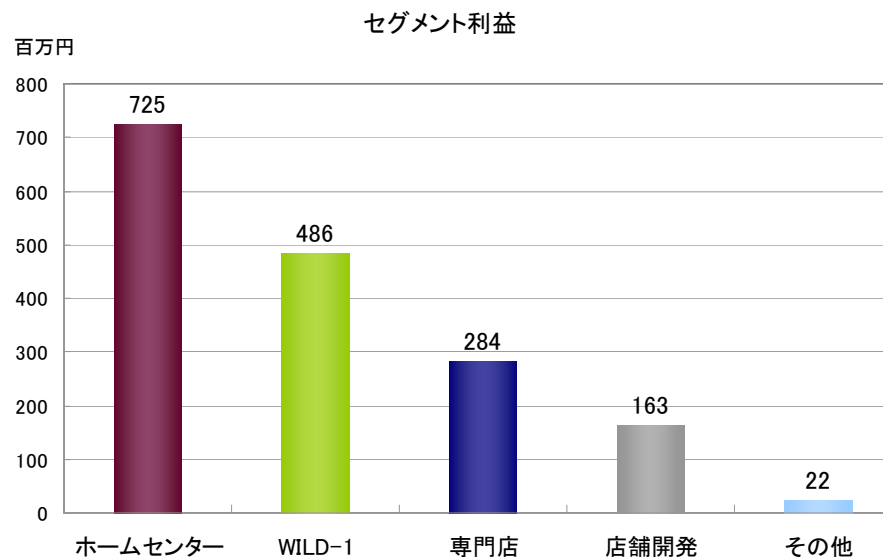
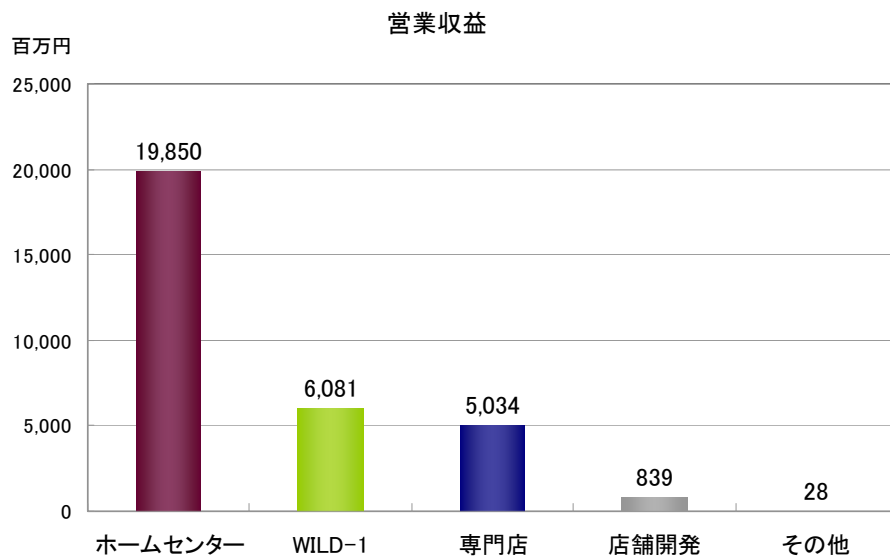
※上記に記載した予想数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、実際の業績等は業況の変化等により予想数値と異なる場合があります。

事業の種類別セグメント営業収益(要約)

単位:百万円	ホームセンター	WILD-1	専門店	店舗開発	その他	合計
営業収益	19,850	6,081	5,034	839	28	31,833
構成比	62.4%	19.1%	15.8%	2.6%	0.1%	100.0%
セグメント利益	725	486	284	163	22	1,682
構成比	43.1%	28.9%	16.9%	9.7%	1.3%	100.0%

※記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

- 専門店・・・オフハウス(リユース商品)、業務スーパー(業務用食材)、飲食店等
- 営業収益・・・売上高+営業収入
- セグメント利益合計・・・全社費用(▲533百万円)調整前の数値となります。



経営戦略および対処すべき課題について

■ 目標とする経営指標

当社は効率的な経営を推進するため、収益力の維持・向上を図ると共に、自己資本比率を高める財務体質の改善が重要であると認識しており、キャッシュ・フローの向上及び借入金の圧縮を進めております。また、経済環境の変化に対応しながら営業利益率の向上を目指してまいりました。引き続き、自己資本比率並びに営業利益率を主要な経営指標として向上させることを目標としております。

■ 中長期的な経営戦略

栃木県及びその隣接地域を主たる商圈として、ホームセンターを中核事業としながらもWILD-1(アウトドアライフ専門店)、業務スーパー(業務用食材販売)、オフハウス(リユース・ショップ)の各店舗を効果的に配置し、ドミナントエリアの深耕を図ってまいります。

■ 対処すべき課題

世界的な不況による経済への影響が深刻化する中、個人消費はますます冷え込むことが予想され、同業種、異業種を超えた競争激化が一層増すなど、依然として厳しい経営環境が予想されます。こうした中、「利益率の改善」「在庫の効率化」を継続し、効率的な店舗運営ならびにマーチャンダイジングの再構築を図るとともに、当グループそれぞれの業態による当社ドミナントエリアにおける深耕を深め、お客様によりよいサービスを提供するため、顧客満足度のベースとなる商品知識及び技能の習得、接客技術の向上などの研修に取り組んでまいります。

ご注意

- 本資料は投資勧誘を目的に作成されたものではありません。投資を行う際には、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

本資料に関するお問い合わせ



株式会社カンセキ 総務部

TEL 028-658-8123

FAX 028-659-3621