

2004年度中間期決算補足資料

株式会社 良品計画
2004年9月28日

海外子会社の状況

	RKE 〔千英ポンド〕		RKF 〔千ユーロ〕		香港 〔千香港ドル〕		シンガポール 〔千シンガポールドル〕	
決算期	2004/7		2004/7		2004/5		2004/5	
営業収益	10,032 (2,043)	105.7	5,468 (738)	115.2	83,188 (1,174)	152.3	2,260 (146)	162.9
売上高	9,994 (2,036)	105.6	5,395 (728)	115.1	83,127 (1,173)	152.1	2,260 (146)	162.9
営業利益	321 (65)	+201 (+36)	58 (7)	125 (16)	14,912 (210)	415.3 (+160)	56 (3)	+214 (+15)
経常利益	98 (20)	+401 (+77)	97 (13)	202 (27)	14,969 (211)	417.7 (+156)	59 (3)	+211 (+15)
当期利益	98 (20)	+401 (+77)	189 (25)	275 (36)	12,224 (172)	416.6 (+127)	59 (3)	+215 (+15)
既存店昨年比	106.0		107.8		152.1		-	

注.()内数値は単位百万円 また、印は対前期増減額を表示しております。

国内子会社の状況

(百万円)

	RKトラック		ムジ・ネット		花良品	
決算期	2004/8		2004/8		2004/8	
営業収益	501	121.5	93	144.0	570	115.9
売上高	501	121.5	93	144.0	556	116.3
営業利益	77	132.2	14	255.9	34	42
経常利益	77	132.1	14	256.4	33	44
当期利益	47	146.0	14	+17	43	51

注. 印は対前期増減額を表示しております。

その他事業の状況

ファミリーマート供給

(百万円、%)

	売上高	昨年比
衣服・雑貨	651	76.7
生活雑貨	1,039	90.9
食品	891	91.0
合計	2,582	86.9

comKIOSK供給

(百万円、%)

	売上高	昨年比	既存店頭 売上昨年比
衣服・雑貨	148	92.5	97.9
生活雑貨	190	87.2	90.3
食品	258	114.8	116.9
合計	597	98.9	101.8

ネットストア売上

(百万円、%)

	売上高	昨年比	構成比
衣服・雑貨	132	194.7	11.6
生活雑貨	1,004	138.2	88.3
食品	0	64.2	0.0
合計	1,137	143.2	100.0

商品別実績

衣服・雑貨

21,033百万円 (110.3%)

デパートメント	昨年比	商品動向
紳士ウェア	106.1%	○ 凸凹感のある素材スラブ天竺を中心に好調(カットソー107%)
		✕ ミドルゲージニットが例年に比べ苦戦(7掛)、カットライクなハイゲージニットで補強(ニット76%)
婦人ウェア	125.9%	○ 上質感のあるハイゲージニット、ナチュラル感があり、ソフトなスラブのカットソーが好調(ニット162%、カット143%)
		✕ 2～3月にジャケット、コートの品揃えが欠落。後半はスカート、麻素材の強化で回復(アウター-100%)
子供服	107.8%	○ 動き易く、着心地のいいカットソー・ボトムが好調で度詰天竺カーゴが核になる(トドラ-122%)
		✕ マタニティジャンパ-スカートは時代性で苦戦。着用期間に幅がある普段着で回復(マタニティ115%)
服飾雑貨	102.3%	○ UV対策の需要として、ツバ広デザインの帽子が好調(帽子作比118%)、ベルトは安定的ヒット(小物105%)
		✕ 3～8月降水量昨比5.1%で傘苦戦(傘90%)
靴・バッグ	97.8%	○ トラベル関連、特に小旅行用ボストンバッグ伸長(ボストン148%)
		✕ ビジネスの展開店舗で売り込みが出来ず、ビジネスシューズ苦戦(ビジネスシューズ74%)
インナーウェア	98.9%	○ 独創性のある商材、成形シリーズ、スイスコットンに着心地が良いと好評(ランファン113%)
		✕ 主力商品のパワーダウン。太番手ロングパンツは需要とのズレを生じた(婦人ホーム86%)
合 計	110.3%	プロモーションが計画比116%と順調に推移し、天候も見方して11期振りに既存店2桁の伸びとなった

商品別実績

生活雑貨

30,729百万円 (99.8%)

デパートメント	昨年比	商品動向
ファブリックス	108.6%	○ 低反発のヒットで枕17.8%、クッション19.8%と伸長。天候にも恵まれケットも伸びる
		× 寝装領域に比べてリビング領域が課題。カーテン9.2%
ファニチャー	98.5%	○ 体にフィットするソファが上期41,000台。リビング家具11.4%の牽引役となる
		× スチールユニットシェルフの不振で収納家具8.3%。脚付マットレスも9.0%と不振
エレクトロニクス	99.4%	○ 新規ペンダントライト・スタンドライトが好調で照明は10.2%
		× 新生活は苦戦も第2Qの仕掛け(2人のセット)は奏功
ハウスウェア	95.4%	○ 新規の天然素材収納は好調
		× 見直しの遅れたキッチンウェア8.1%、テーブルウェア8.9%と苦戦
ステーショナリー	94.8%	○ ファイルはPPアルバムを中心に好調
		× ノート・筆記具は低下傾向に歯止めがかからずノート9.1%、筆記用具8.9%
ヘルス & ビューティ	99.9%	○ こだわりの化粧品(ケアMD)は少しずつ浸透。癒してフレグランス用品好調
		× トイレタリー(シャンプー・リンス)入浴剤不振
アウトドア用品	94.7%	○ 第2Qの新規投入(電動アシスト・アルミクロスバイク)でサイクルは10.2%と好調
		× ガーデン用品は8.6%と不振
合計	99.8%	

商品別実績

食品

4,933百万円 (102.3%)

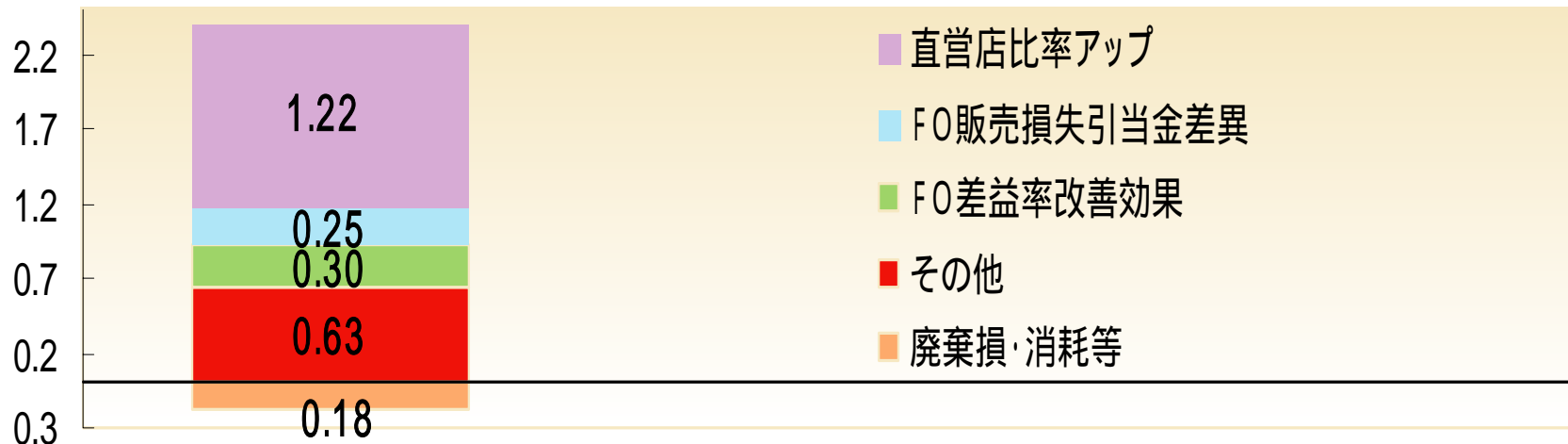
デパートメント	昨年比	商品動向
調味・加工	108.2%	○ 調理例写真入り包材に変更したレトルト食品、特にカレーが好調なインスタントラインがデパの売上を牽引した 製菓材料は夏の冷たいデザートが第2Qから好調。
		× 乾物ラインの不調(86.3%)はパスタ・パスタソース不調。
菓子	103.9%	○ 好調な半生菓子は6月を除き更に伸張り131%の伸び(既存124%)、練り梅や種なし干し梅などの大ヒットアイテム があった駄菓子と珍味も好調。
		× スナックはアルミ包材へ切り替えたアイテムが不調。チョコレートはガムの新規投入も及ばず不振
飲料・冷食関係	92.6%	× コーヒー茶ラインが既存で87.9%、ピバレッジは96.2%、アイスは構成比が低いものの昨比57.7%と全ライン昨 比割れ。茶葉は新規商品の企画不足。ピバレッジはPETが前年トントンだがカート缶・チアパック不振。アイスは4月 ~5月にかけての長期欠品が最大の要因
合計	102.3%	飲料の不振が全体の足を引っ張る結果になっているが、菓子も半生と一部商品を除くと構造的には脆弱。特に夏場の 企画商材が欠落

売上総利益の構造

(百万円、%)

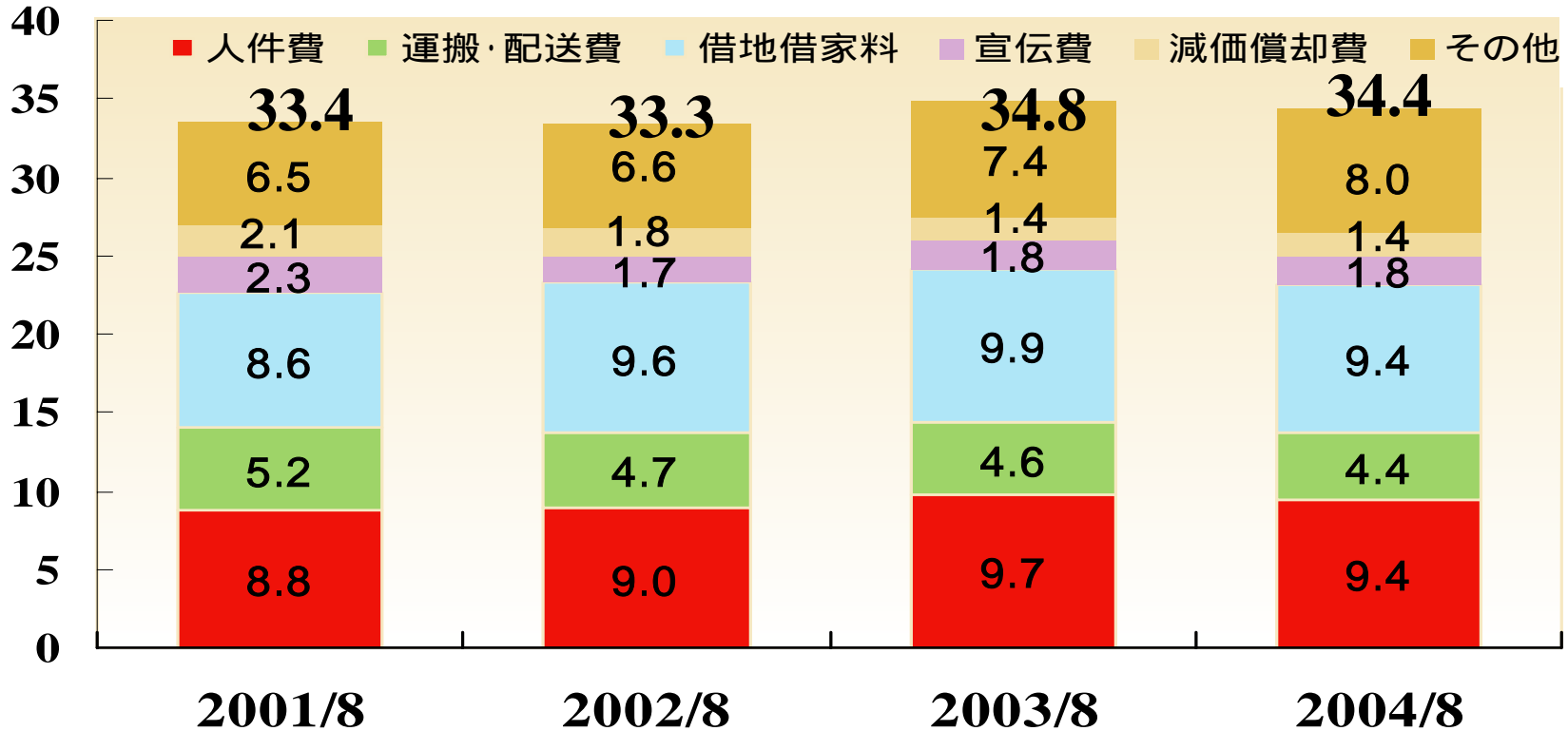
	合計	衣服・雑貨	生活雑貨	食品	他
売上高	57,436	21,033	30,729	4,933	739
売上総利益	24,833	10,220	12,071	1,589	322
(A) 売上総利益率	43.2	48.6	41.3	32.2	43.6
(B) 売上総利益率(昨年)	41.0	43.5	40.8	30.7	58.2
(A) - (B)	2.2	5.1	0.5	1.5	14.6

【売上総利益率昨年差2.2ポイント改善の内訳】



経費率の推移

売上高販管費比率の推移



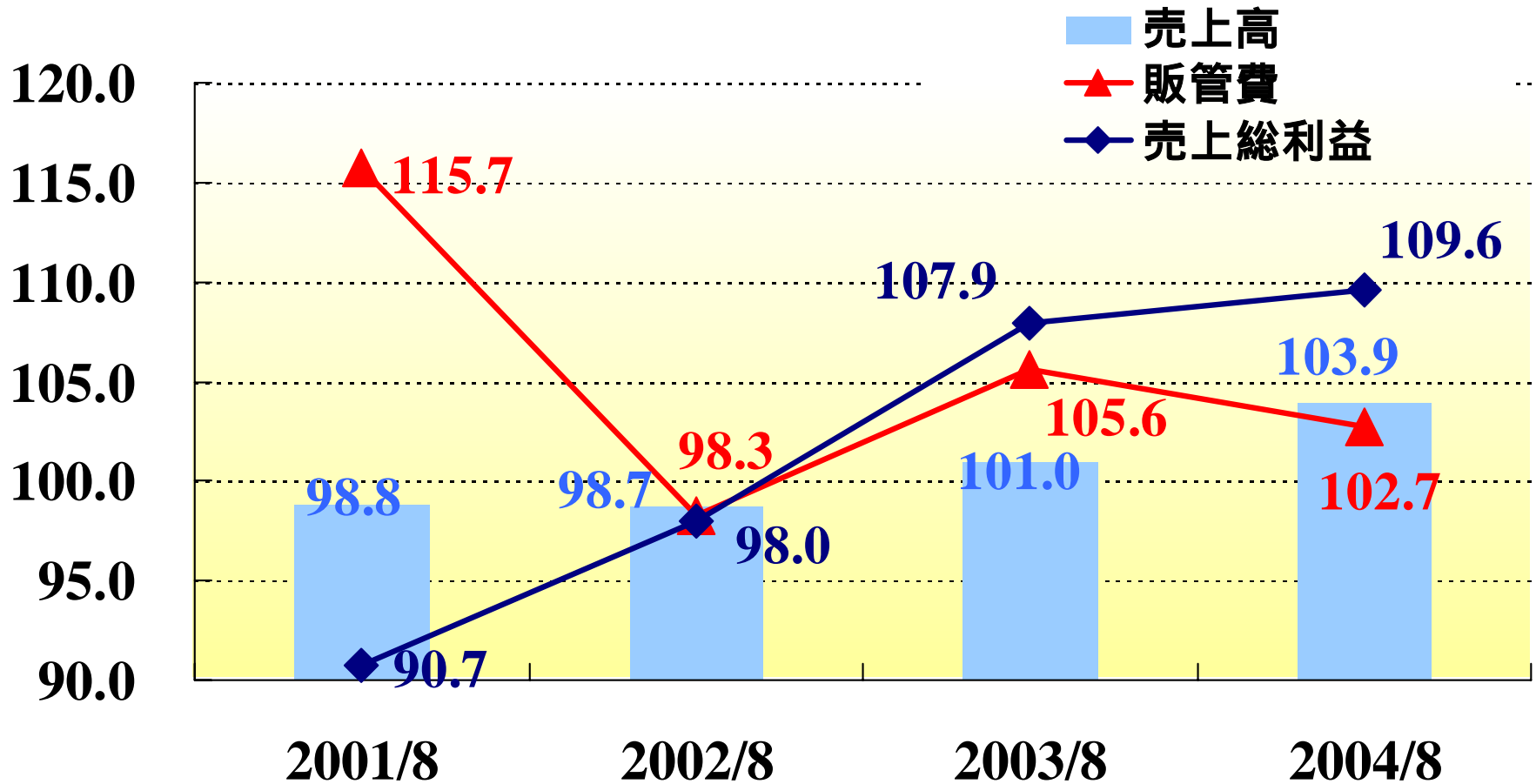
2003/8は西武・エフの直営移管により、2.0ポイント増加しております。

直営店 売上比率 (%)	2001/8	2002/8	2003/8	2004/8
	60.6	61.5	69.6	70.8

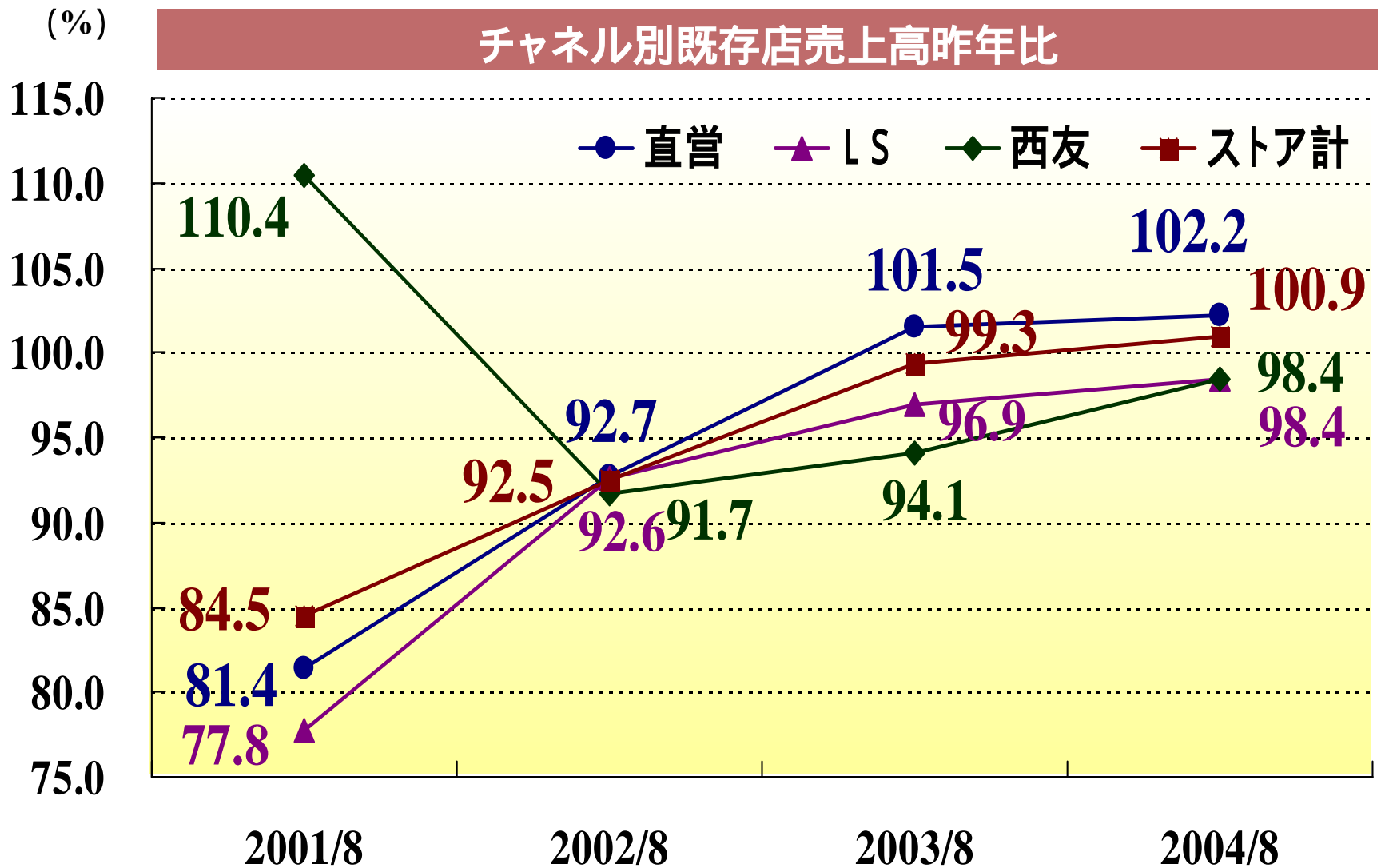
収益と販管費の伸び率

(%)

売上高・売上総利益・販管費伸び率の推移



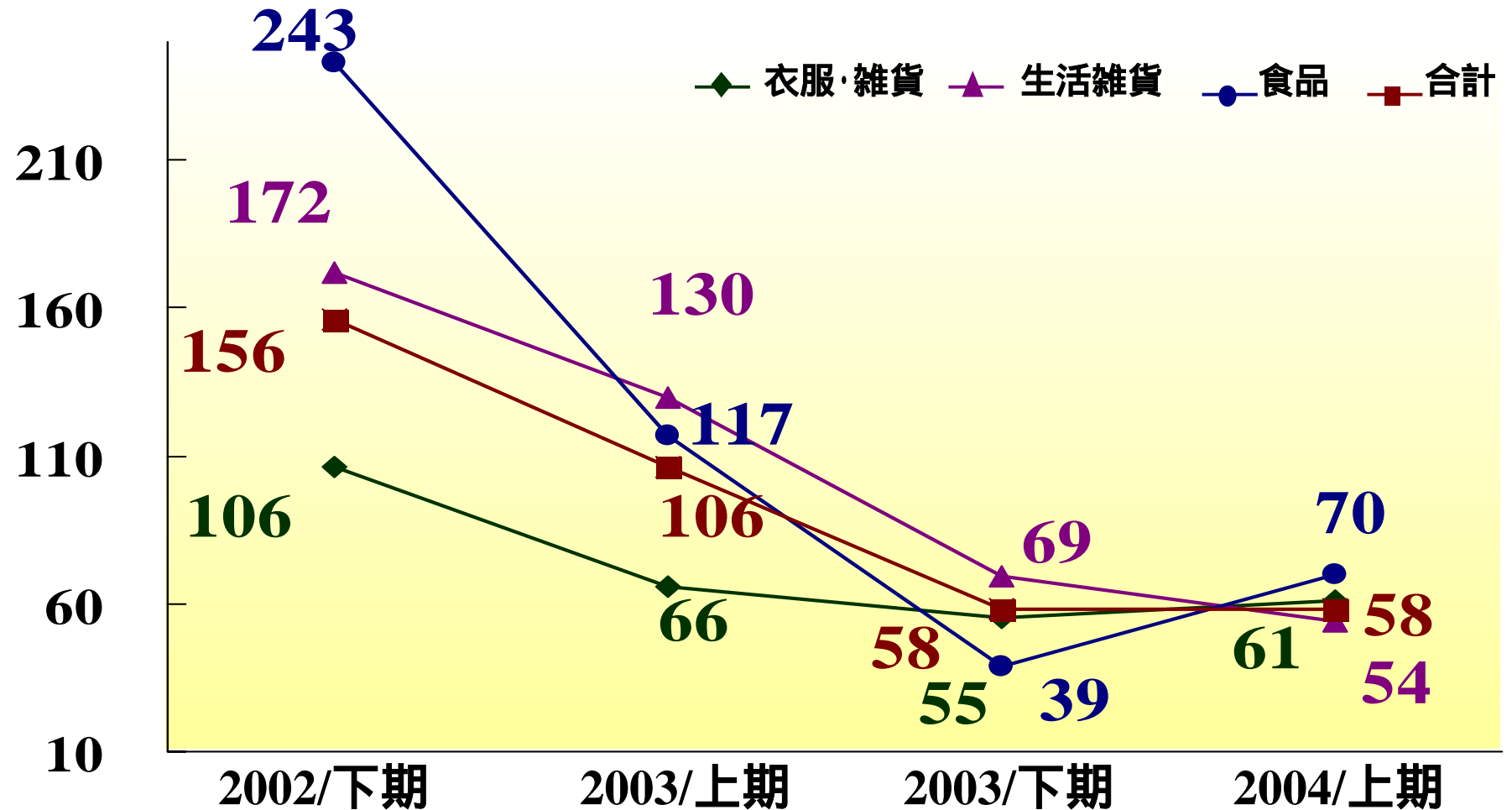
既存店売上高伸び率



品質レベルの改善

(%)

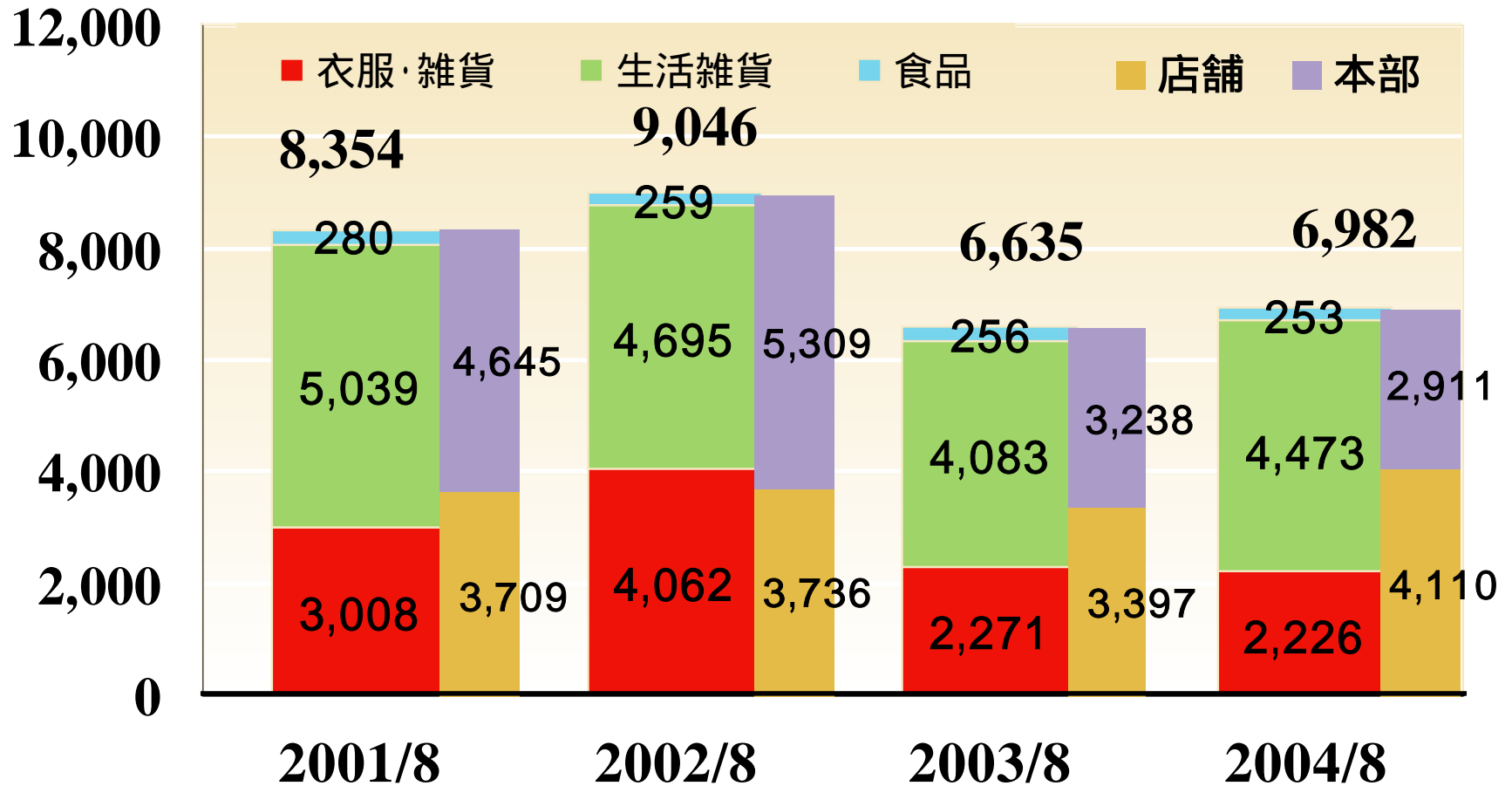
クレーム件数昨年比の推移



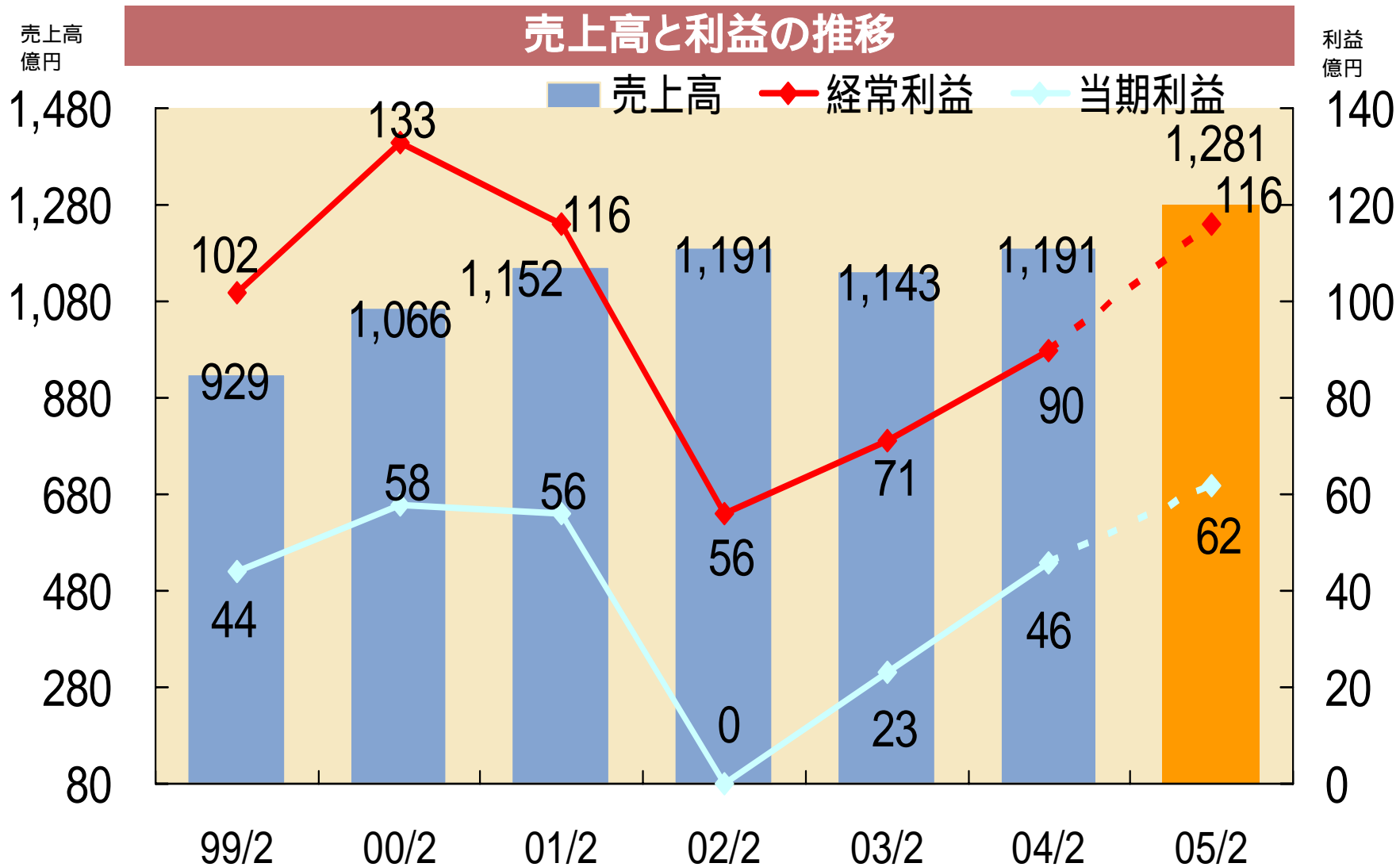
期末在庫の推移

(百万円)

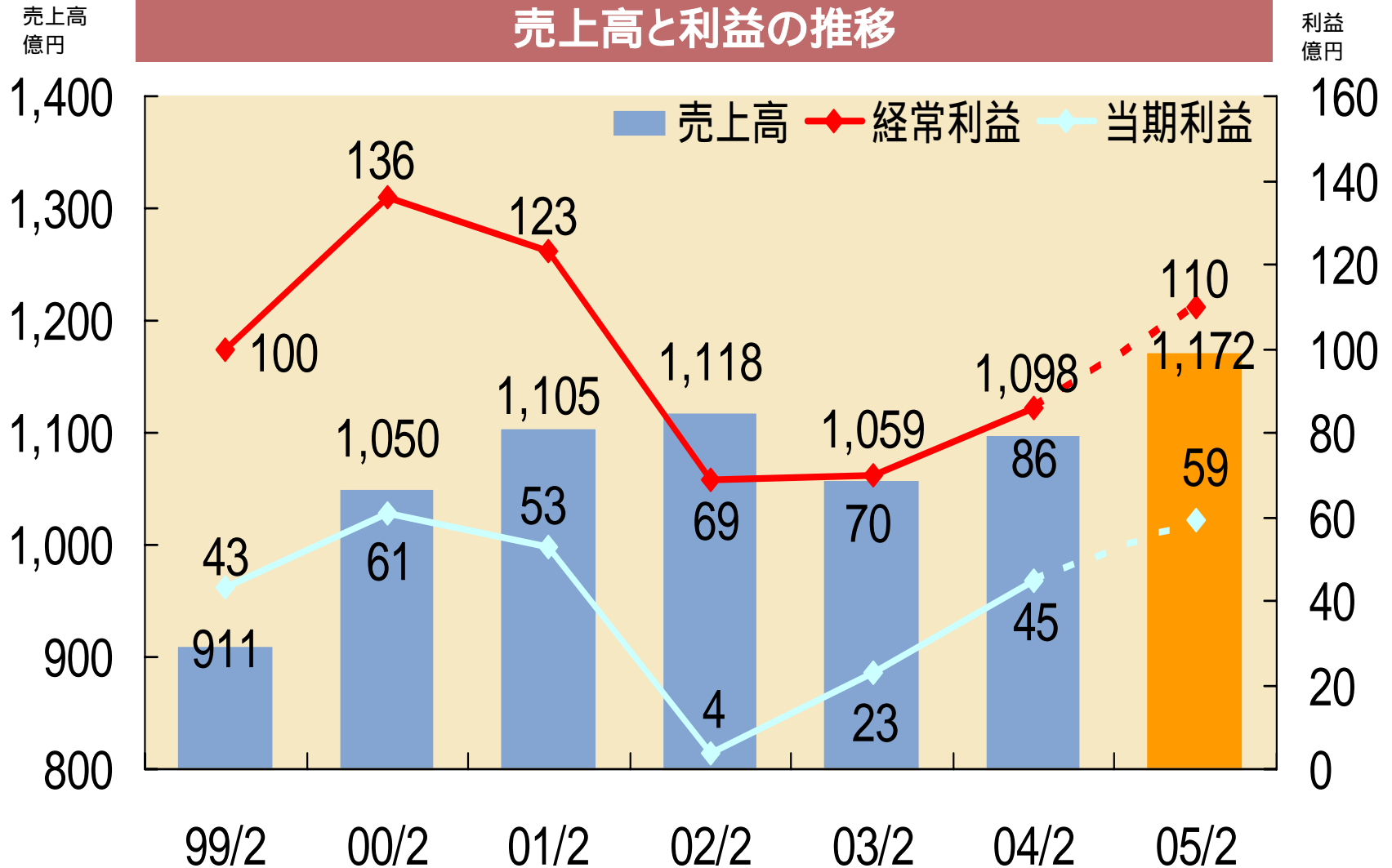
部門別期末在庫の推移



通期見込み(連結)



通期見込み(単体)



通期見込み(既存店売上高昨年比)

既存店売上高昨年比の推移

