

# 2008年8月期 決算説明会

2008年10月17日

株式会社ジェイアイエヌ

(大証ヘラクレス上場 証券コード：3046)

## 損益計算書の概要

	08/8期実績 百万円	07/8期実績 百万円	前期比 %	百分比 %
売上高	6,222	5,101	122.0	100.0
売上総利益	4,395	3,518	124.9	70.6
人件費	1,765	1,327	133.0	
広告宣伝費	105	81	129.6	
地代家賃	973	571	170.4	
支払リース料	236	140	168.6	
減価償却費	182	107	170.1	
その他販管費	908	611	148.6	
販売費及び一般管理費	4,171	2,838	147.0	67.0
営業利益	223	679	32.8	3.6
営業外収益	2	5		
営業外費用	47	12		
経常利益	179	673	26.6	2.9
特別利益	0	11		
特別損失	298	3		
税引前当期純利益	118	682		1.9
法人税等	111	307		
法人税等調整額	117	12		
当期純利益	112	387		1.8

売上高は、出店数の拡大による寄与等から、前期比122%と増収基調を維持。営業利益は、売上原価、販売費及び一般管理費は計画通りに推移するも、アイウェア事業の競争激化に伴う売上計画未達成が響き、前期比67.2%の減少。店舗整理損失と減損損失を主とした298百万円の特別損失発生により、当期純損失は112百万円となった。

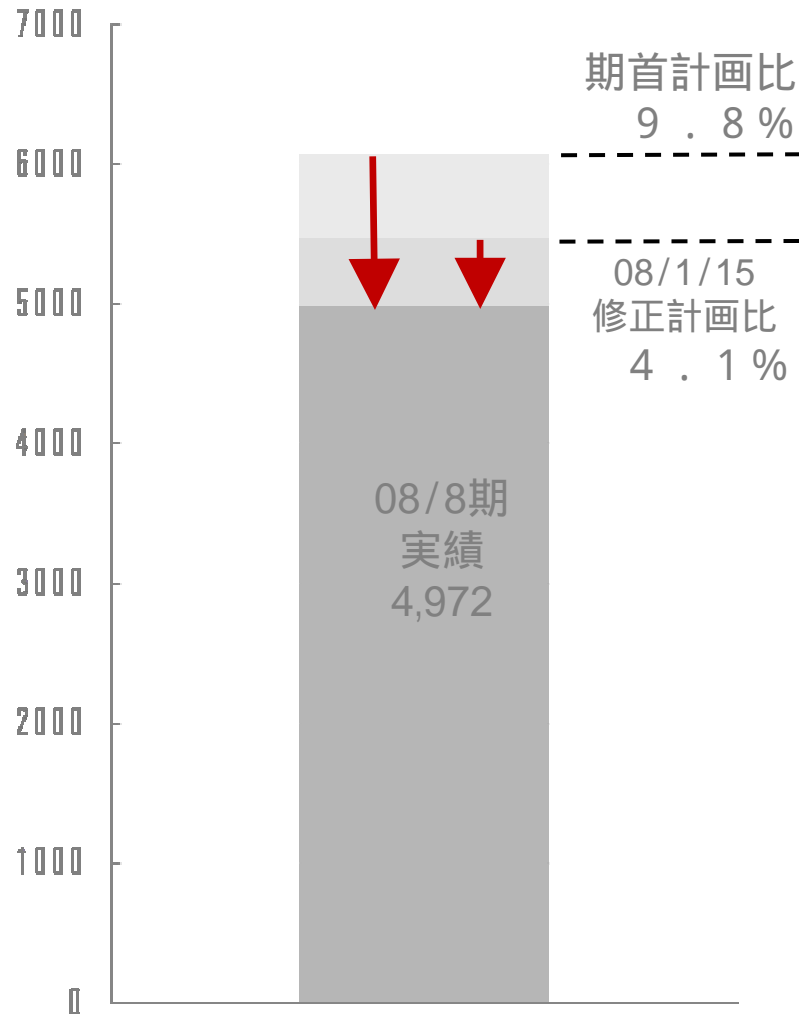
## 損益計算書 対業績予想比

	08/8期末実績 百万円	期首予想 百万円	期首予想比 %	08/1/15修正予想 百万円	修正予想比 %
売上高	6,222	7,300	85.2	6,750	92.2
売上総利益	4,395	5,145	85.4	4,740	92.7
人件費	1,765	1,937	91.1	1,825	96.7
広告宣伝費	105	136	77.7	84	125.9
地代家賃	973	941	103.5	950	102.5
支払リース料	236	257	91.9	230	102.7
減価償却費	182	131	139.2	163	111.9
その他販管費	908	877	103.5	858	105.8
販売費及び一般管理費	4,171	4,283	97.4	4,110	101.5
営業利益	223	862	25.9	630	35.4
営業外収益	2	2		2	
営業外費用	47	14		12	
経常利益	179	850	21.6	620	28.9
特別利益	0	0		0	
特別損失	298	24		32	
税引前当期純利益	118	826	-	588	-
法人税等	111	356		268	
法人税等調整額	117				
当期純利益	112	470	-	320	-

売上高は、アイウェア事業の成長ペース鈍化（国内眼鏡市場縮小及び競争環境の激化）により、計画達成ができなかった。  
 売上高総利益率は雑貨事業の改善を主要因として、計画値を上回る70.6%となった。  
 販売管理費は、人員体制の見直しに伴う人件費抑制効果等が寄与し、ほぼ計画通り。

# 業態別の売上高の状況 ～ ジンズ業態(アイウェア関連事業) \*

売上高  
(百万円)



## 計画未達成の主な原因

アイウェア市場規模の縮小が想定以上に進んだ。  
(次ページの「眼鏡市場規模の推移」を参照)

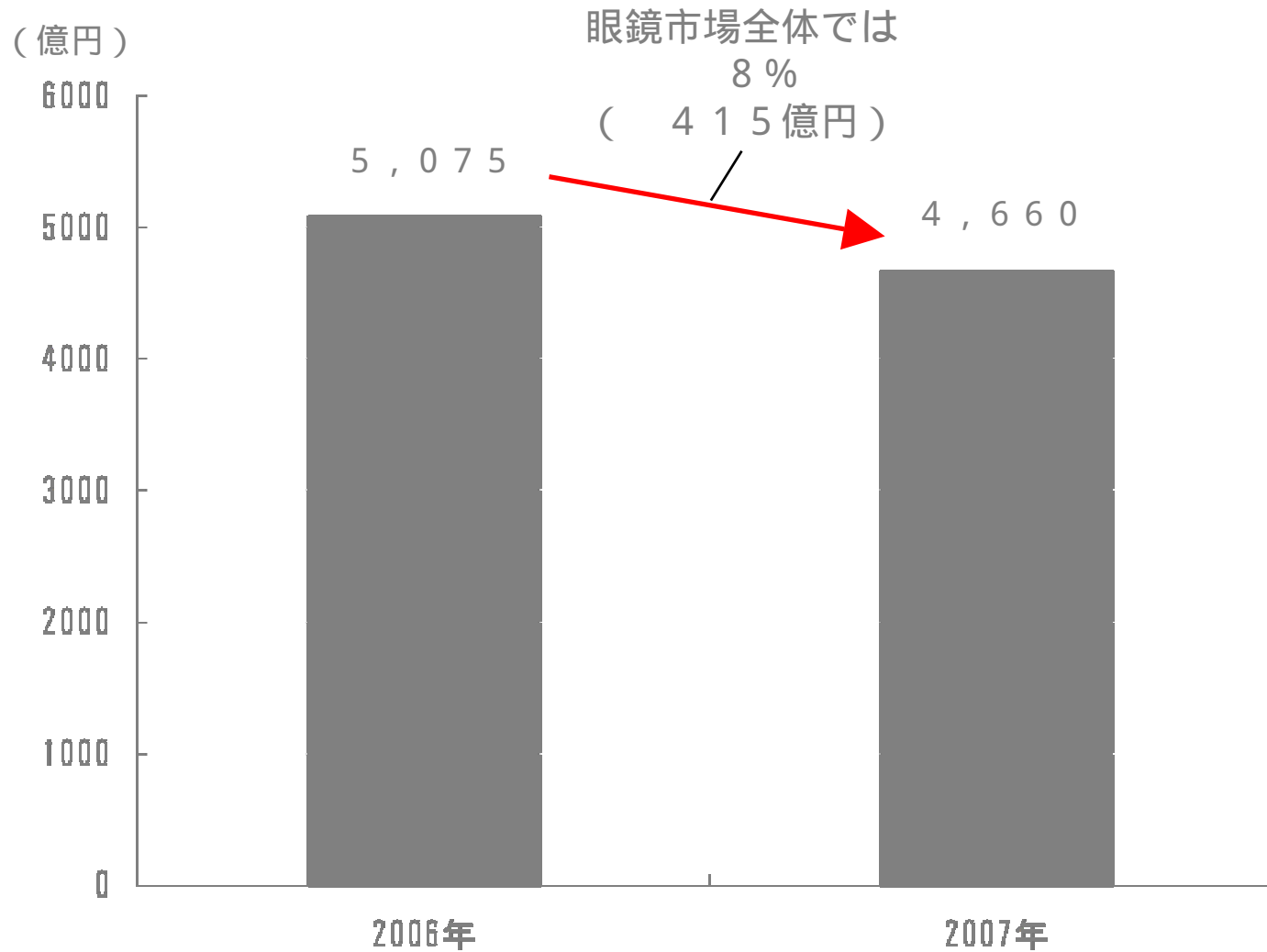
リピート需要が減退するなかで、ワンピースショップ台頭等により、レギュラー業態からの転向組を取り込めなかった。

知名度の低さ等から、新店での顧客取り込みや既存店での新規顧客(初期装用者)開拓に苦戦した。

上記に加え、大型複合ショップにおけるアイウェアと雑貨の相乗効果が顕在化せず、各事業種別売上高で計画が未達成となった。

\* アイウェア(眼鏡)専門ショップ、及びアイウェアと雑貨の複合ショップを総称して「ジンズ」と呼んでおります。

## 参考：2006～2007年の眼鏡市場規模の推移



出所：眼鏡DB2008（眼鏡光学出版株）

## 業態別の売上高の状況 ～ 雑貨関連事業

(単位：百万円)

	08/8月期 実績	期首 計画	修正後 計画	対期首 計画	対修正後 計画
クールドゥ クルール業態	479	426	468	112.4%	102.4%
雑貨卸	608	630	663	96.5%	91.7%

クールドゥクルール業態は、期首計画に対して112.4%と好調を維持

小売業態の出店フォーマットがほぼ固まり、期中の新店3店出店が成長に寄与

# 売上総利益率は、期首計画通りに推移

(単位：%)

	08/8月期 実績	期首 計画	修正後 計画	対期首 計画	対修正後 計画
全社ベース	70.6	70.5	70.2	0.1	0.4
ジーンズ業態+卸	73.7		73.7	-	0
カフェ他	65.4		64.8	-	0.6
アイウエア関連	73.5	73.7	73.5	0.2	0
CC業態	63.5		63.1	-	0.4
雑貨卸	52.4		47.3	-	5.1
雑貨関連	57.3	53.8	53.8	3.5	3.5

## 販売費及び一般管理費は、概ね計画通りに着地した

(単位：百万円)

	08/8月期 実績	期首 計画	期首計画比 (%)	修正 計画	修正計画比 (%)
人件費	1,765	1,937	91.1	1,825	96.7
広告宣伝費	105	136	77.7	84	125.9
地代家賃	973	941	103.5	950	102.5
支払リース料	236	257	91.9	230	102.7
減価償却費	182	131	139.2	163	111.9
その他販管費	908	877	103.5	858	105.8
販売費及び一般管理費 合計	4,171	4,283	97.4	4,110	101.5



## 2008年8月期決算内容のまとめ

最終赤字はアイウエア事業の成長鈍化が主な原因。

市場の急速な縮小に加え、ワンプライスショップ台頭による競争激化により、外部環境が激変  
結果、売上高の計画未達成による獲得利益の減少、閉店に伴う減損損失発生

かかる環境下、当社も競争力を維持すべく、アイウエアと雑貨の複合業態へのチャレンジや価格値下げ等で対抗するも、十分な効果が出せず、売上計画を達成できなかった。

また、雑貨事業は国内消費市況全体が低迷する厳しい環境下でも、商品企画力 / 販売力の強化に努めた結果、成長路線を維持できた。

一方、損益面では、売上原価、販売費及び一般管理費がほぼ計画通りに着地し、次期以降への利益成長に向けた基盤固めができたと考える。

## 2009年8月期計画 損益計算書

	09/8期 計画 百万円	08/8期 実績 百万円	08/8期比 %	百分比 %
売上高	7,680	6,222	123.4	100.0
売上総利益	5,459	4,395	124.2	71.1
人件費	2,296	1,765		
広告宣伝費	183	105		
地代家賃	1,179	973		
支払リース料	263	236		
減価償却費	351	182		
その他販管費	1,052	908		
販売費及び一般管理費	5,324	4,171	127.6	69.3
営業利益	135	223	60.5	1.8
営業外収益	1	2		
営業外費用	35	47		
経常利益	100	179	55.8	1.3
特別利益	0	0		
特別損失	18	298		
税引前当期純利益	83	118		1.1
法人税等		111		
法人税等調整額		117		
当期純利益		112		

## 2009年8月期計画の前提

### 市場環境

国内眼鏡小売市場規模は、09/8期中縮小を続け、10/8以降は底バイから緩やかな回復へと向かう。

09/8上期までは、一式単価の下落と購買人口の減少が並行的に起こるが、下期以降はワンプライス購買者の買換需要が発生し、購買人口は緩やかに増加に転ずる。

### 当社の対応策

フルターゲット、ワンプライスからの転向組取り込みのため、以下の施策を展開する。

- (1)知名度向上のための販促活動の強化  
    広告宣伝費を約80百万円アップ
- (2)MDの修正
- (3)接客水準の向上

### 出店計画

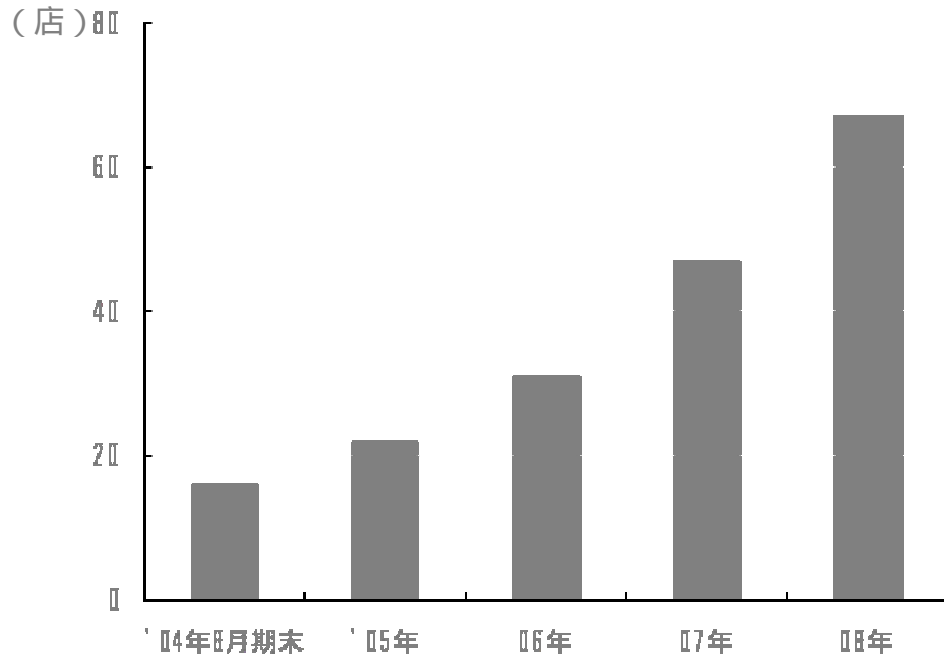
(店数)

業態	08/8 期末	09/2末	09/8 期末	通期	
				出店	退店
JIN'S業態	52	62	64	18	6
CC業態	12	19	20	8	0
NT業態	0	5	5	5	0
カフェ業態	3	3	3	0	0
合計	67	89	92	31	6

上期中に6店舗閉鎖を実施。下期は出店を抑制して既存店対策に経営資源を集中

# 出店数の状況

## 過去5年の推移



## 07年8月期末との比較 (内訳)

業態	07/8 期末	08/8上期		08/2 末	08/8下期		通期		08/8 期末
		出店	退店		出店	退店	出店	退店	
ジーンズ業態	33	11	1	43	11	2	22	3	52
CC業態	9	1	1	9	3	0	4	1	12
NT業態	2	0	2	0	0	0	0	2	0
カフェ業態	3	0	0	3	0	0	0	0	3
合計	47	12	4	55	14	2	26	6	67

当期中の出店数は26店舗（アイウエア22店、雑貨4）となり、期首計画に対して、純増ベースで6店舗、修正後計画に対して1店舗上回った。  
 主力業態であるアイウエア事業のSCインショップタイプを主体に店舗数を増やすも、SC自体の集客にバラツキが見られ、概して低調に推移した。  
 また、大型複合ショップ（アイウエアと雑貨の複合店）は、従来の主力アイウエアショップに比較して投資効率が伸び悩み、今後課題を残した。

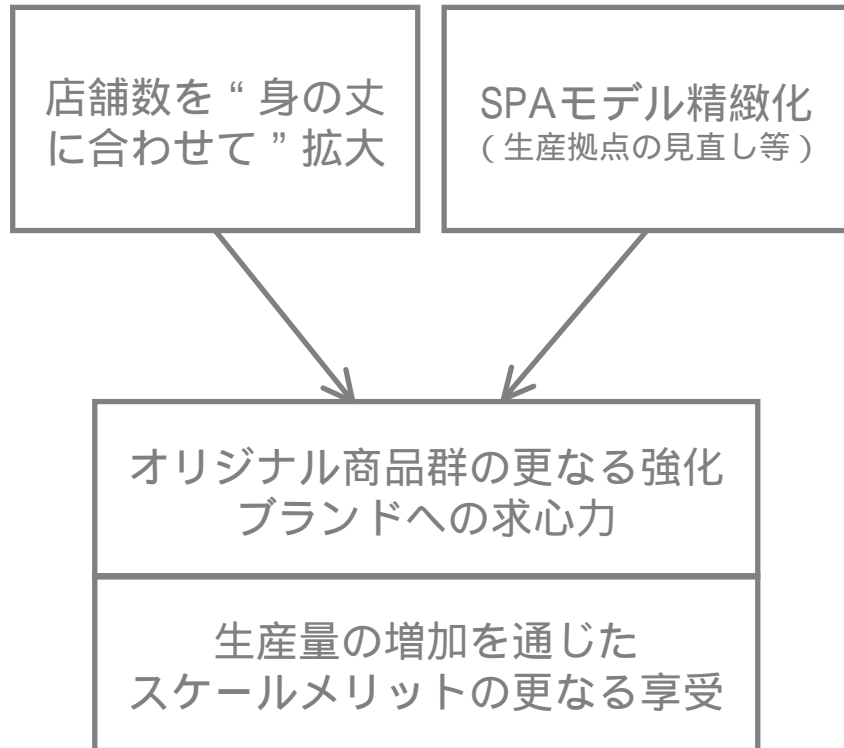
# 業績の改善に向けて

# アイウェア事業 強化の方向性

	重点課題	強化の方向性
Product	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品力の更なる強化</li> <li>M D 改革</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ 上位ライン充実による差別化強化</li> <li>→ 1) 売れ筋補充スピードアップ</li> <li>→ 2) 在庫マネジメント強化</li> </ul>
Price	基本セットプライス及びオプションレンズ料金変更	→ 業界最安値水準を武器に、競合からシェア奪取を狙う
Promotion	ブランド強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ 社外専門家を活用したブランディングプロジェクト始動</li> <li>→ 新たなプロモーション手法への挑戦</li> </ul>
Place	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店精度の向上</li> <li>複合店舗モデルの修正</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ “勝ちパターン” S C 出店モデルの精度をあげる</li> <li>→ セパレートタイプ中心の出店へシフト</li> </ul>

# 雑貨事業 強化の方向性

## レディース



## メンズ

順調に販売数量が増加している  
(取扱店舗数が1年間でほぼ倍増)



【今後のチャレンジテーマ】

- 1) 生産の海外移転加速
- 2) オリジナル商品比率のアップ

現状：30%台



今後：50%超を目指す(1年前後)

## まとめ

厳しいマーケット環境は続くが、将来の成長に向けて着実に地歩を固めていく。

消費不況の中でも勝ち残っていくのは、消費者のニーズをスピーディに市場投入できるSPA業態。

我々の強みである商品企画力、コスト競争力を更に高めていく。