

平成 26 年 3 月期第 2 四半期
決算説明会資料



平成 25 年 12 月 6 日
株式会社ワットマン

JASDAQ
証券コード: 9927

- P3 会社概要
- P4 会社沿革
- P5 リユース業とは
- P6 当社の事業内容
- P7 店舗展開
- P8 新ブランド・アイデンティティ
- P9 独自ブランド立上げのねらい
- P10 独自ブランド転換後の施策
- P11 独自ブランド転換後の業績
- P12 平成26年3月期第2四半期 四半期業績推移
- P13 平成26年3月期第2四半期 業績概況
- P14 平成26年3月期第2四半期 品目別業績
- P15 平成26年3月期第2四半期 品目別商品売上高概況
- P16 平成26年3月期第2四半期 販売費管理費推移
- P17 平成26年3月期第2四半期 貸借対照表の概況
- P18 平成26年3月期第2四半期 キャッシュ・フロー計算書及び設備投資額の推移
- P19 業績推移
- P20 平成26年3月期の見通し・経営指標
- P21 平成26年3月期の取り組み①
- P22 平成26年3月期の取り組み②

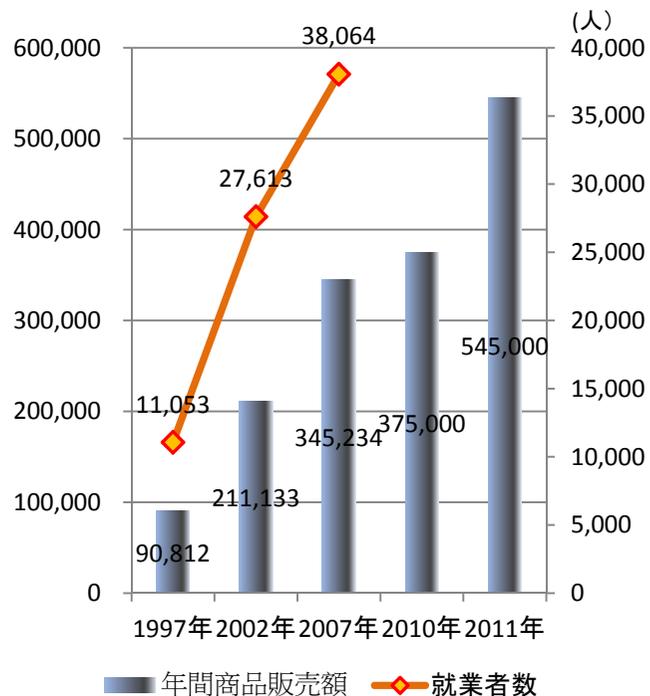


会社名	株式会社ワットマン
所在地	神奈川県横浜市旭区鶴ヶ峰本町1-27-13
代表者	代表取締役 清水一郷
設立	昭和53年9月
資本金	500百万円
発行済株式総数	11,368千株
従業員数	388名（社員72名、パート・アルバイト316名）（25年9月末現在）
事業内容	リユース事業（リユース商品の仕入販売）
事業所・店舗数	神奈川県内 12事業所 25店舗（25年9月末現在） （スタイル:9店舗 テック:9店舗 ブックオフ:7店舗）

昭和53年 9月	株式会社電化センターシミズを設立。
昭和55年12月	横須賀市野比に野比店を開店。神奈川県下における家電チェーン店化を開始。
昭和63年 2月	本社機構を横浜市西区に移転。
平成2年 4月	社名を株式会社ワットマンに変更。
平成4年 7月	日本証券業協会に店頭売買有価証券として新規登録。
平成14年 3月	新業態として、リユース事業 1号店 ハードオフ/オフハウス横浜上郷店を開店。
平成14年 5月	本社機構を横浜市旭区に移転。
平成16年 5月	家電事業からリユース事業へ業態転換を開始。
平成16年12月	JASDAQ証券取引所へ上場。
平成20年 6月	ハードオフ/オフハウス鎌倉藤沢店を閉鎖し、ハードオフ/オフハウス/ブックオフ鎌倉手広店へ移転し増床開店。
平成20年 6月	リユース事業に業態転換後、初の新規出店としてオフハウス逗子店を開店。
平成20年 7月	ハードオフ/オフハウス北久里浜店をオフハウス単独店舗に改装。
平成20年 8月	ハードオフ/オフハウス横須賀佐原店を開店。
平成20年10月	ハードオフ/オフハウス横浜本郷台店を改装し、ブックオフ横浜本郷台店を併設。
平成21年12月	ブックオフ横須賀中央店開店。
平成22年10月	JASDAQ証券取引所と大阪証券取引所の合併に伴い、大阪証券取引所JASDAQ(スタンダード)へ上場。
平成23年 7月	ハードオフ横浜本郷台店をオフハウス横浜本郷台店に統合。
平成23年10月	オフハウス逗子店を閉店。
平成23年11月	ブックオフ逗子久木店を開店。(グランドオープンは平成23年12月3日)
平成24年 2月	オフハウス横浜本郷台店を閉店し、ブックオフ横浜本郷台店を増床。
平成24年 4月	ハードオフ・オフハウス横浜上郷店を閉店。
平成24年 8月	ハードオフ湘南台店をオフハウス湘南台店、ハードオフ綾瀬店をオフハウス綾瀬店に、ハードオフ座間店をオフハウス座間店にそれぞれ統合。
平成24年 9月	ハードオフ川崎大師店を閉店
平成25年 3月	オフハウス北久里浜店を閉店
平成25年 5月	株式会社ハードオフコーポレーションとのフランチャイズ契約を解消
平成25年 6月	新ブランド「Super RecycleShop WATTMANN」(スーパーリサイクルショップ ワットマン)立ち上げ。ワットマンテック湘南台店、綾瀬店、座間店が開店
平成25年9月現在	店舗数25店

「お客様のご不用になった
商品を買取り、点検・クリーニングを施し、
新たなお客様に提供する」のがリユース業です。

大量生産・大量消費・大量廃棄の使い捨て型社会から、地球環境との共生を目指す、循環型社会（＝リサイクル社会）への転換は広く社会に受け入れられてきました。
 従来のリサイクル（1R）から、リデュース（廃棄物の発生抑制）、リユース（再利用）、リサイクル（再資源化）のいわゆる（3R）政策も社会に浸透してきています。
 こうした時代背景と共に成長しているのが、リユース業です。



エコ意識の高まりを背景とした循環型社会の構築に寄与するとともに、今後さらなるマーケットの形成を見据え、消費者に当社の業態（リユース業）の浸透を推進していきます。

（注）1997年・2002年・2007年は経済産業省【商業統計】『中古品小売業（骨董品を除く）』より
 2010年・2011年は日本リユース業協会『日本リユース業協会統計』より

「スーパーリサイクルショップ ワットマン」



「Super Recycle Shop WATTMANN」は
パソコン・テレビ・冷蔵庫・楽器など家電製品を扱う「WATTMANN Tech」(ワットマン・テック)。
そして、洋服、バッグなどの服飾雑貨・貴金属・ギフト商品などを扱う「WATTMANN Style」(ワットマン・スタイル)
の2つの専門店で構成しております。
さらにパッケージメディアの「BOOK OFF」(ブックオフ)も融合することで、様々な商品を扱う、強力なリユース店舗となります。
それが「Super Recycle Shop WATTMANN」です。



スーパーリサイクルショップ「ワットマン」
横浜鶴ヶ峰店

「神奈川県にはまだまだ出店余地があります」

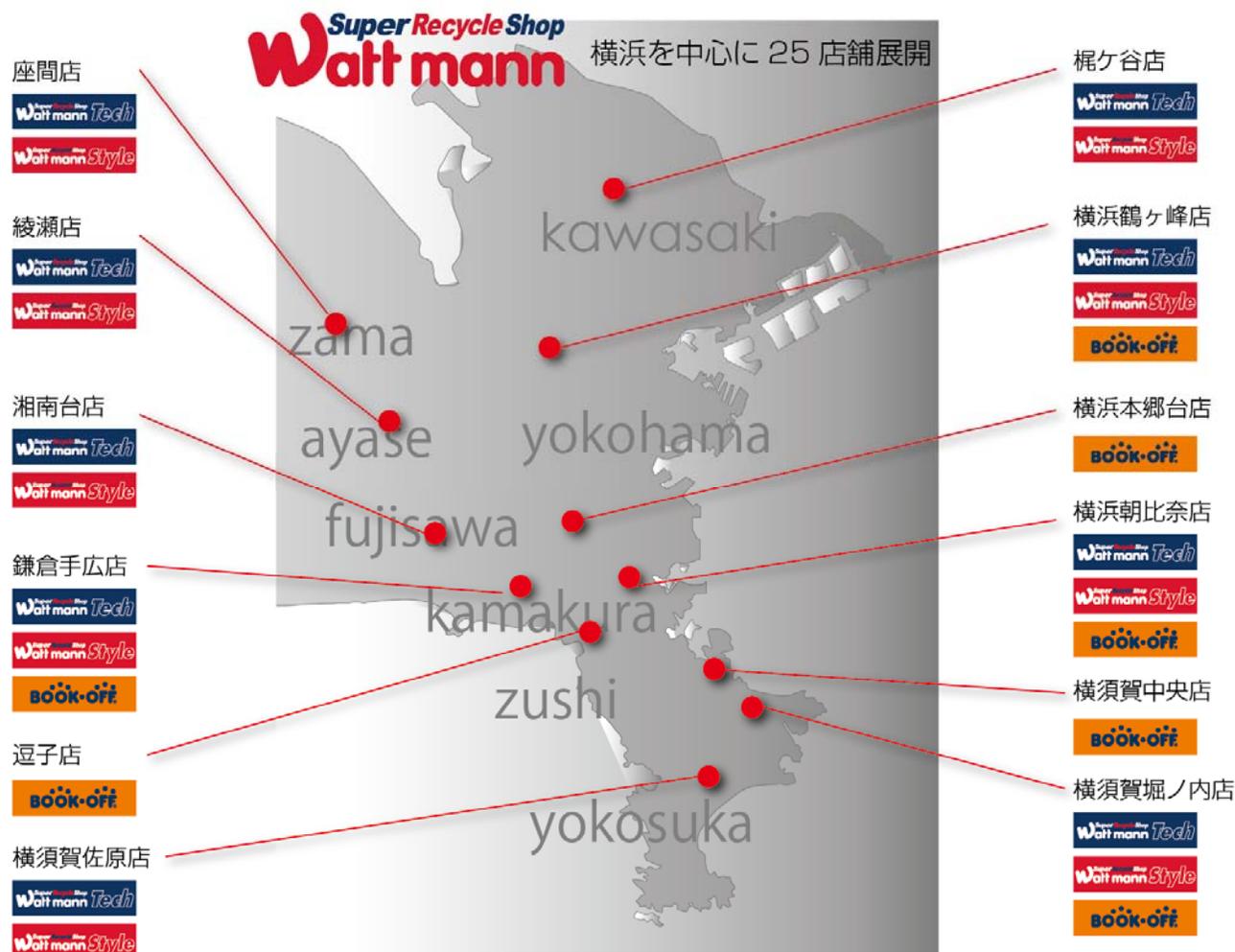
H25年9月末現在横浜を中心に
12事業所 25店舗 を展開しています。

ワットマンテック 9店舗
ワットマンスタイル 9店舗
ブックオフ 7店舗

リユース業の商圏人口は約10万人
です。

神奈川県は人口は908万人(H25年
10月1日現在)、
横浜市に限っても370万人(H25年
11月1日現在)ですから、
まだまだ出店の余地があります。

特にスタイルは需要に比べ店舗数が
少なく急成長が見込める分野です。



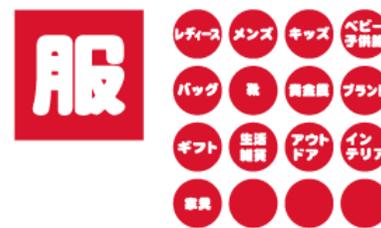
総合店舗名

ブランドカラー赤

Super Recycle Shop Watt mann

サブタイトル

トコトン買取ります!



Super Recycle Shop

watt mann

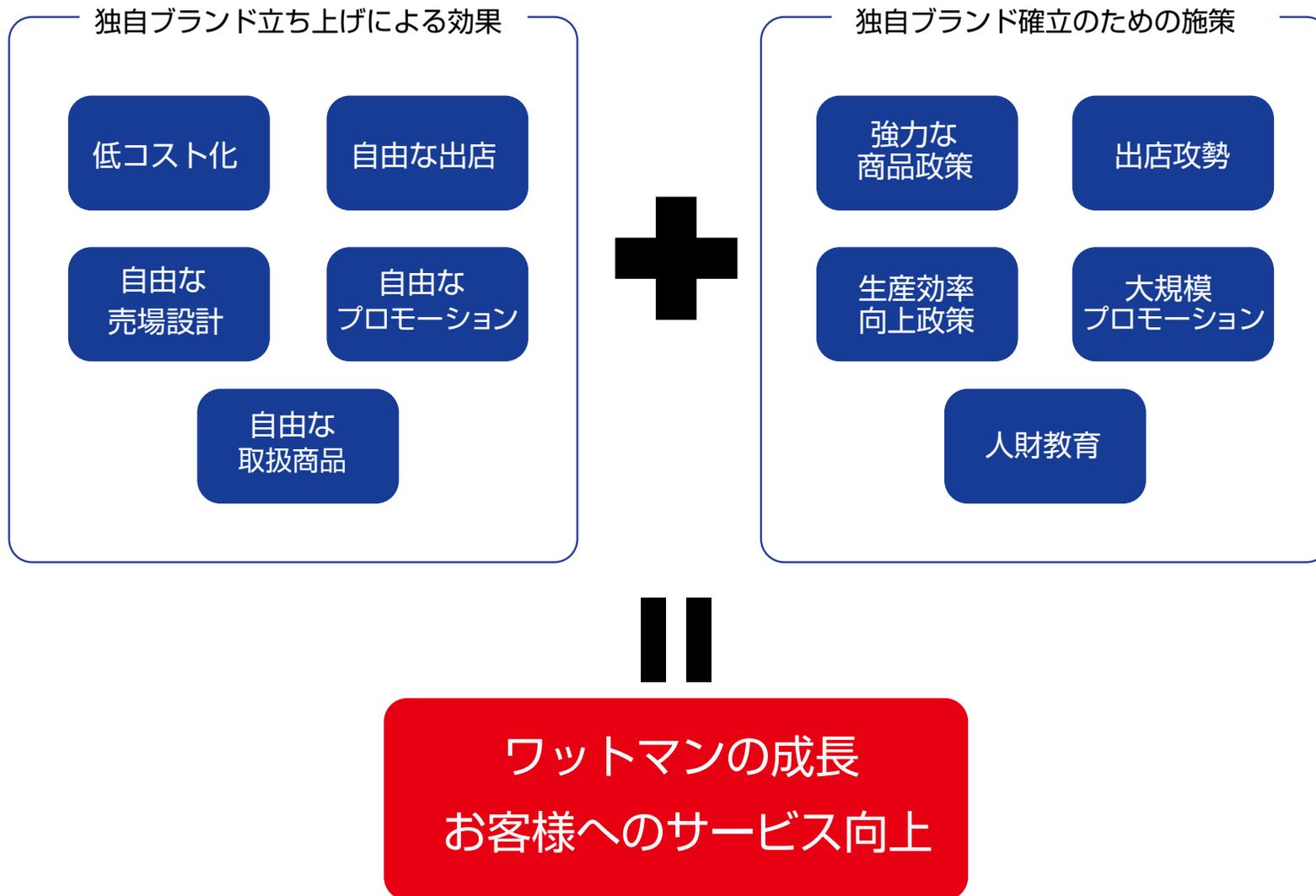
トコトン買取ります!

より大きく、より多くの商品を取扱い、よりお客様に便利な、そして心地良くご利用いただけるリサイクルショップ。

我が社の社名。

家電時代も使用してきた神奈川では浸透しているブランドが店名として復活。

お客様のご不要品、ご愛用品をより幅広くそしてより専門的に買取いたします。



- 今後の出店予定

12月Wattmann Tech・Style 藤沢石川店オープン 店舗面積約300坪
2月Wattmann 新丸子店(仮称)オープン 店舗面積200坪

- 商品政策

プロパー服飾に加えて、ブランド服飾(婦人服・バッグ)の強化開始
服飾、電化製品、ブランド、ホビー、楽器などネット通販の試験導入

- 大規模プロモーション

フランチャイズ手数料減少相当額を充当し広告宣伝費を増加

- 人材教育

8月1日付で日本流通自主管理協会(AACD)に加入し、「偽造品」「不正商品」の識別研修に参加

- 生産性向上

ファクトリーレイアウトの見直し

要約損益計算書(7月～9月)

(千円)

	平成25年3月期 第2四半期会計期間	平成26年3月期 第2四半期会計期間	前年同期比
売上高	716,401	664,925	92.8%
粗利額	453,291	461,867	101.9%
(粗利率)	63.3%	69.5%	+6.2p
販管費	446,871	425,648	95.3%
(販管费率)	62.4%	64.0%	+1.6p
営業利益	6,419	36,219	564.2%
(営業利益率)	0.9%	5.4%	+4.6p
経常利益	9,094	39,347	432.7%
四半期純利益 又は四半期純損失	-7,638	23,306	-

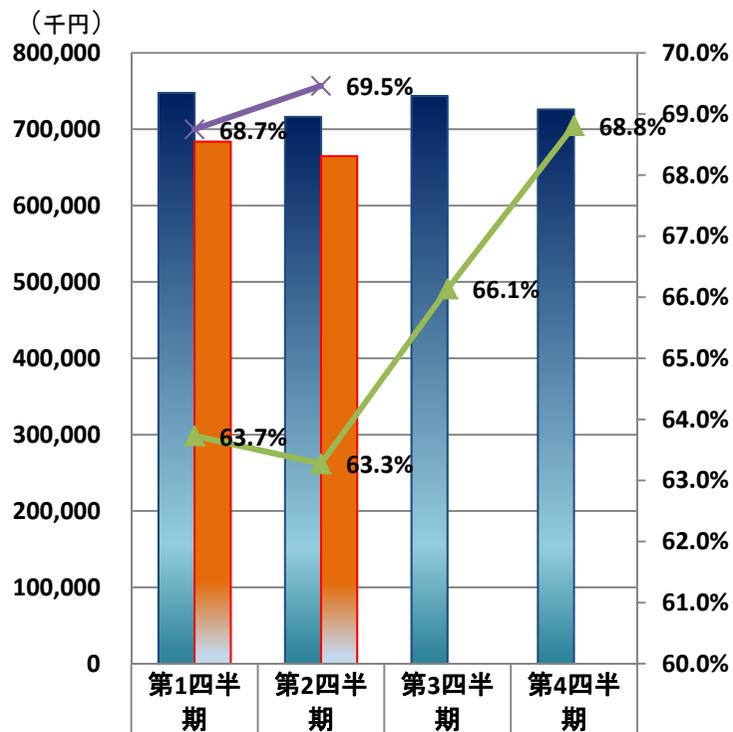


※千円未満については四捨五入しております。

POINTS

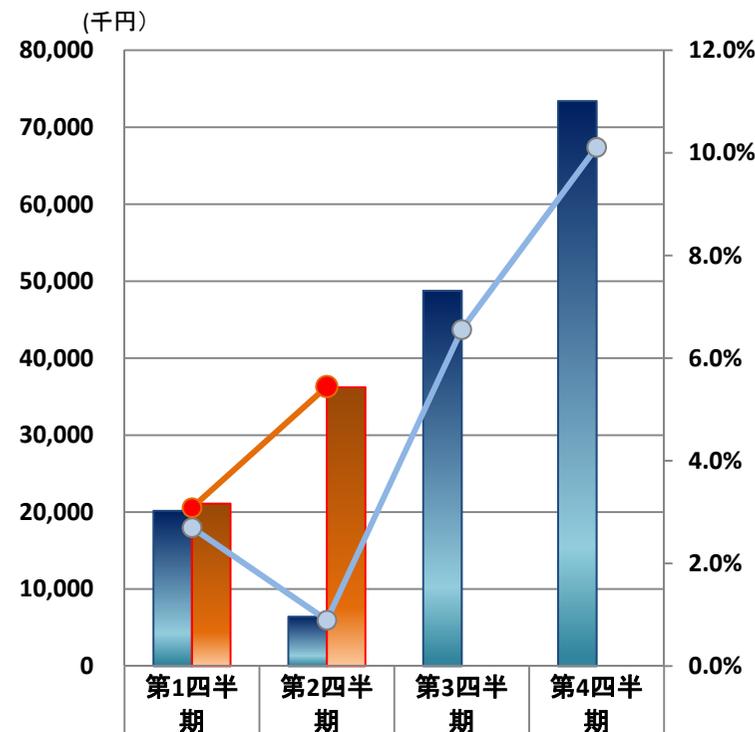
第2四半期会計期間の業績を比較すると、売上以外は全ての成績が新ブランド開始後で上回っている。売上も既存店ベースでは前年比98.3%を達成している。新ブランド転換は順調に進んでいると判断している。引続き新ブランドを確立し店舗数も拡大し増収増益を目指します。

四半期売上推移



平成25年3月期	747,680	716,401	743,716	726,155
平成26年3月期	683,874	664,925		
平成25年3月期粗利率	63.7%	63.3%	66.1%	68.8%
平成26年3月期粗利率	68.7%	69.5%		

四半期営業利益推移



平成25年3月期	20,176	6,419	48,763	73,411
平成26年3月期	21,104	36,219		
平成25年3月期 (営業利益率)	2.7%	0.9%	6.6%	10.1%
平成26年3月期 (営業利益率)	3.1%	5.4%		

POINTS

売上高は第1四半期においては63百万円(8.5%)減収の683百万円、第2四半期においては51百万円(7.2%)減収の664百万円でした。第1四半期の営業利益は売上総利益率が向上したものの売上減少と新ブランド立上げ経費の発生に伴い0.9百万円(4.6%)増益の21百万円にとどまりました。第2四半期は売上総利益率の向上により29百万円増益の36百万円となりました。

※千円未満については四捨五入しております。

要約損益計算書

	平成25年3月期 第2四半期累計期間	平成26年3月期 第2四半期累計期間	前年同期比
売上高	1,464,081	1,348,799	92.1%
粗利額	929,794	932,030	100.2%
(粗利率)	63.5%	69.1%	+5.6p
販管費	903,197	874,707	96.8%
(販管费率)	61.7%	64.9%	+3.2p
営業利益	26,596	57,323	215.5%
(営業利益率)	1.8%	4.2%	+2.4p
経常利益	35,634	62,580	175.6%
四半期純利益 又は四半期純損失	6,595	△422,430	-

前年同期比

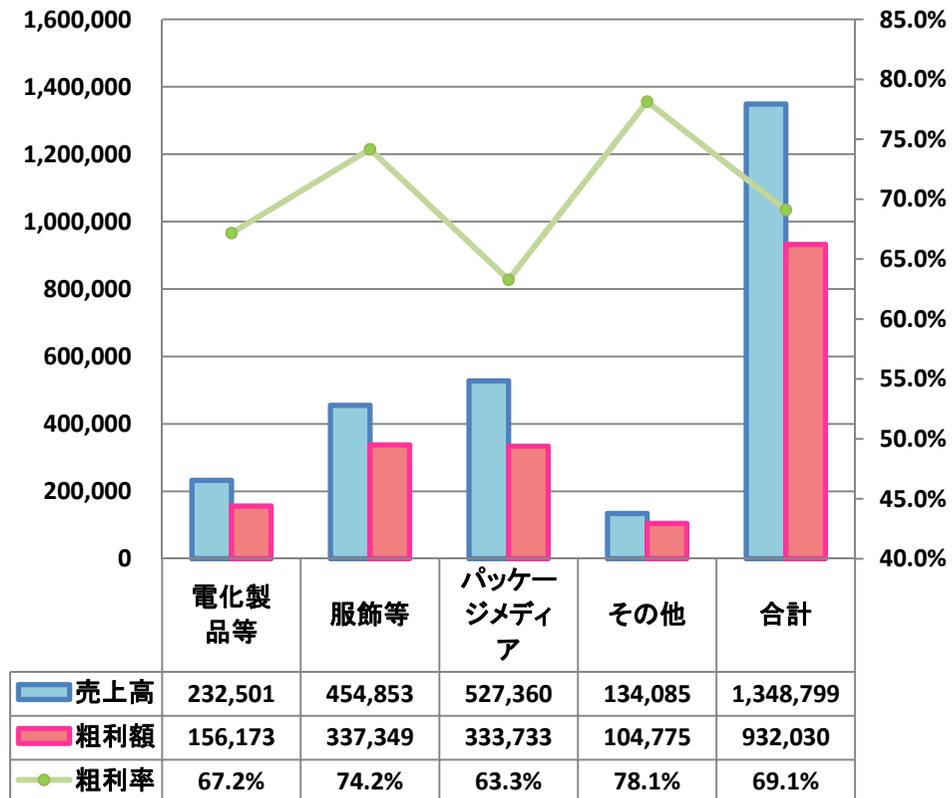


POINTS

当第2四半期累計期間の売上高は既存店はほぼ前年同期並みだったものの、閉店による店舗減少と政策的にゲームの取扱を縮小したため115百万円(7.9%)減収の1,348百万円となりました。売上総利益率の5.6%改善に伴い売上総利益額は2百万円(0.2%)増益の932百万円となりました。また営業利益は30百万円(115.5%)増益の57百万円、経常利益は26百万円(75.6%)増益の62百万円、最終損益はFC加盟契約解約損450百万円を計上し429百万円減益の四半期純損失422百万円となりました。

※千円未満については四捨五入しております。

平成26年3月第2四半期品目別業績
(千円)



POINTS

電化製品等、服飾等およびその他は店舗減少により、売上・売上総利益が減収減益となりました。
パッケージメディアは政策的に新品ゲームの取扱を縮小し減収となりましたが、売上総利益率の向上により売上総利益は増益となりました。

前年比	電化製品等	服飾等	パッケージメディア	その他	合計
売上高	86.7%	95.9%	90.5%	96.8%	92.1%
仕入高	93.4%	94.2%	68.7%	99.2%	80.3%
売上総利益	91.1%	99.0%	107.8%	97.0%	100.2%
売上総利益率	+3.3p	+2.4p	+10.2p	+0.1p	+5.6p

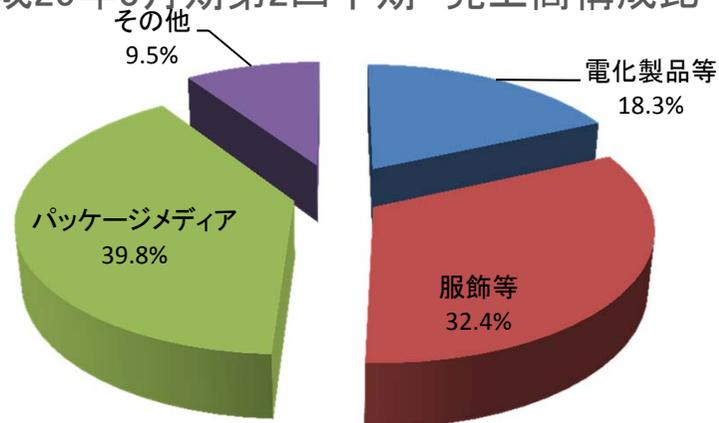
※千円未満については四捨五入しております。

品目別商品売上高

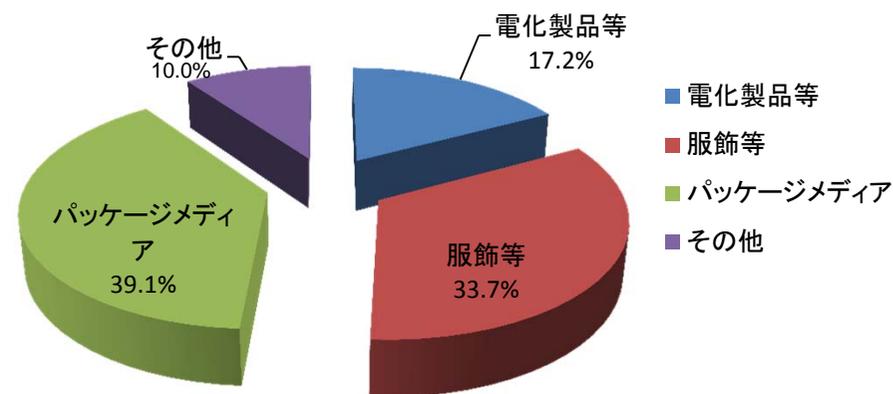
(千円)

品目	売上高	構成比	前年同期比
電化製品等	232,501	17.2%	86.7%
服飾等	454,853	33.7%	95.9%
パッケージメディア	527,360	39.1%	90.5%
その他	134,085	10.0%	96.8%
総計	1,348,799	100.00%	92.1%

平成25年3月期第2四半期 売上高構成比



平成26年3月期第2四半期 売上高構成比



POINTS

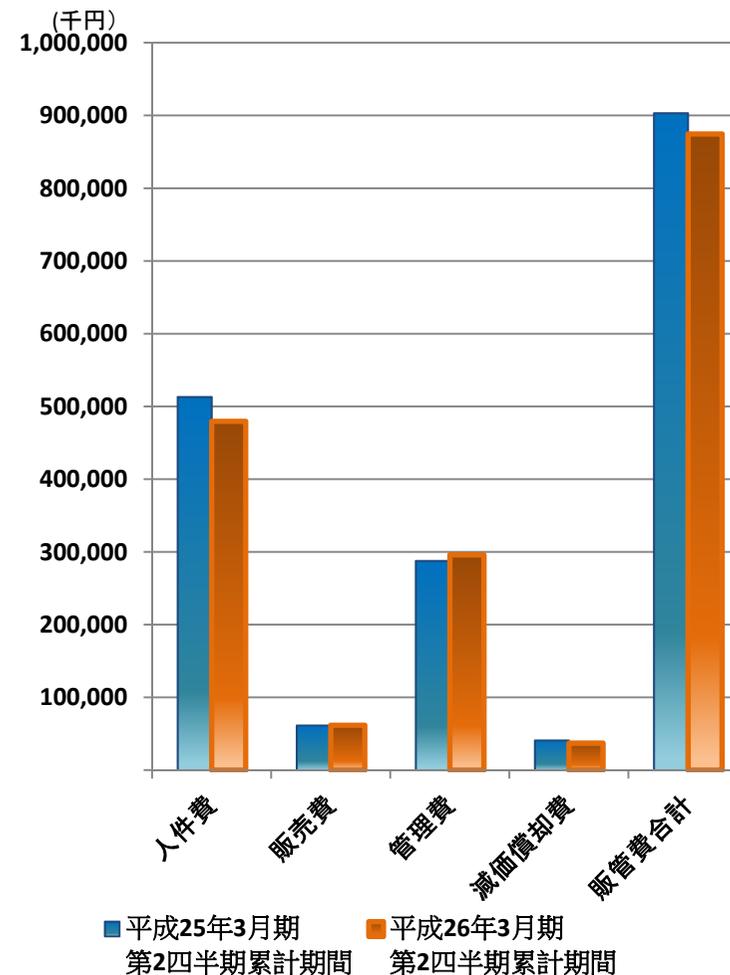
売上高構成比に大きな変動はありません。

※千円未満については四捨五入しております。

販売費管理費前年同期比

(千円)

	平成25年3月期第2四半期累計期間	平成26年3月期第2四半期累計期間	前年同期比
人件費	513,074	479,697	93.5%
(対売上高比率)	35.0%	35.6%	
販売費	61,451	61,836	100.6%
(対売上高比率)	4.2%	4.6%	
管理費	287,786	295,996	102.9%
(対売上高比率)	19.7%	21.9%	
減価償却費	40,887	37,178	90.9%
(対売上高比率)	2.8%	2.8%	
販管費合計	903,198	874,707	96.8%
(対売上高比率)	61.7%	64.9%	



POINTS

第2四半期の販売費及び一般管理費は28百万円(3.2%)減少の874百万円でした。主要な変動要因は人件費の減少が33百万円(6.5%)、販売費の増加が0.3百万円(0.6%)、管理費の増加が8百万円(2.9%)、減価償却費の減少が3百万円(9.1%)です。

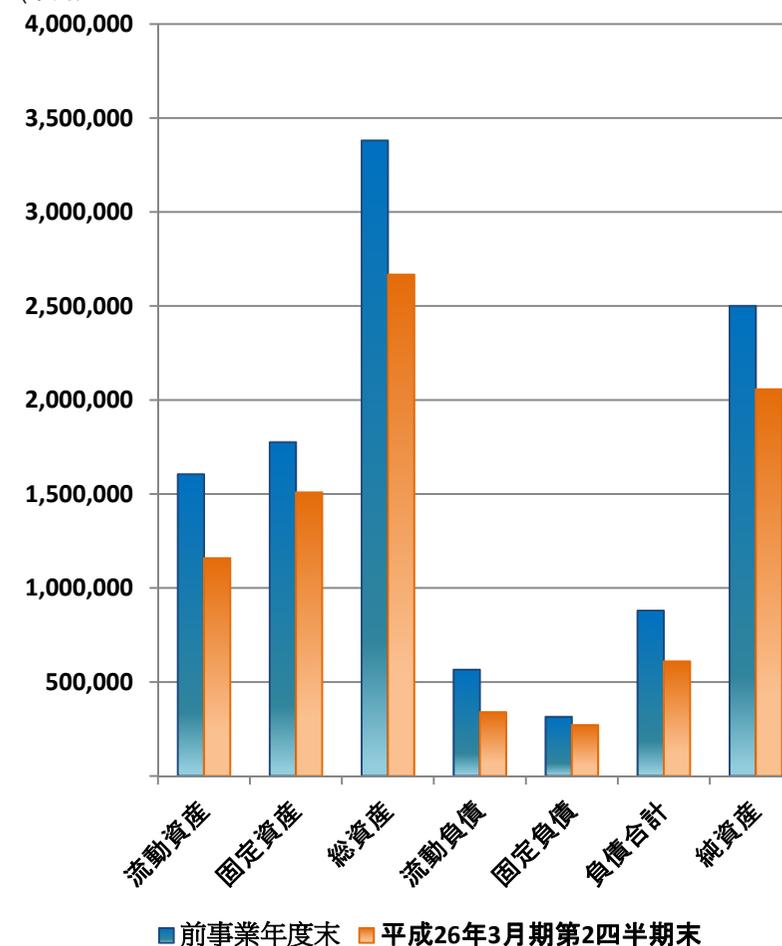
※千円未満については四捨五入しております。

要約貸借対照表

(千円)

	前事業年度末	平成25年3月期 第2四半期末	増減額
流動資産	1,605,231	1,158,897	-446,334
(構成比)	47.5%	43.4%	
固定資産	1,775,094	1,508,662	-266,432
(構成比)	52.5%	56.6%	
総資産	3,380,325	2,667,559	-712,766
流動負債	565,410	339,252	-226,158
(構成比)	16.7%	12.7%	
固定負債	314,292	270,992	-43,299
(構成比)	9.3%	10.2%	
負債合計	879,701	610,244	-269,457
(構成比)	26.0%	22.9%	
純資産	2,500,624	2,057,315	-443,308
自己資本比率	74.0%	77.1%	

(千円)



POINTS

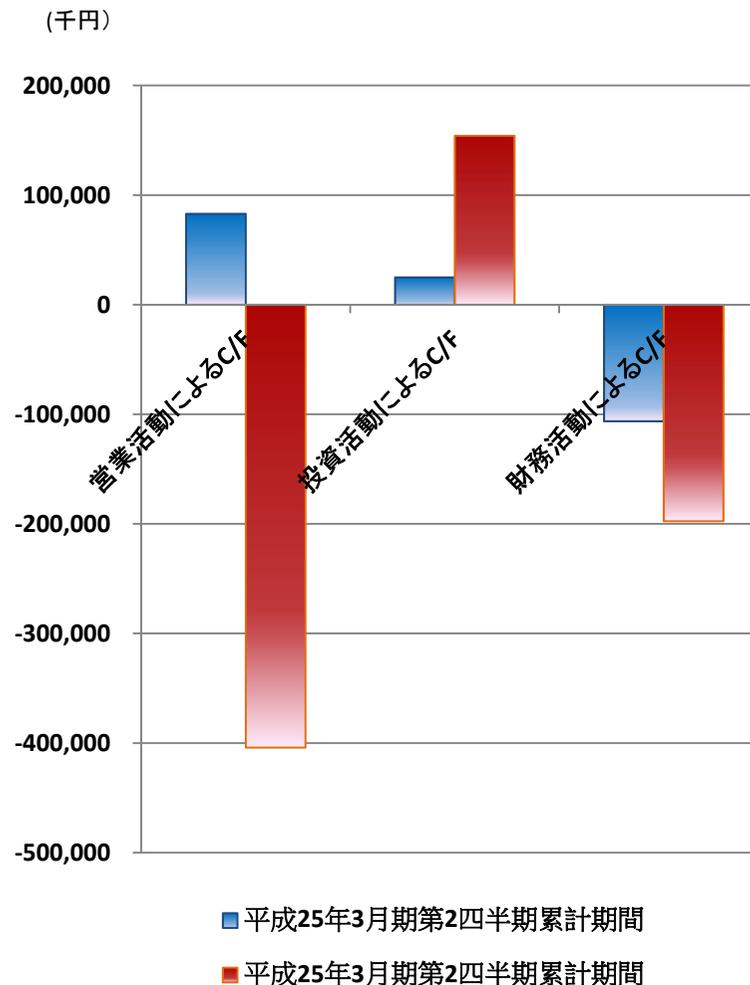
平成26年3月期第2四半期末における資産合計は前事業年度末と比較して712百万円減少し2,667百万円となりました。負債合計は前事業年度末と比較して269百万円減少し610百万円となりました。純資産合計は前事業年度末と比較して443百万円減少し2,057百万円となりました。

※千円未満については四捨五入しております。

キャッシュ・フロー前年同期比

(千円)

	平成25年3月期 第2四半期累計 期間	平成26年3月期 第2四半期累計 期間	前年同期 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	82,807	△404,121	△486,928
投資活動によるキャッシュ・フロー	24,815	154,075	+129,260
財務活動によるキャッシュ・フロー	△106,403	△197,596	△91,193
現金及び現金同等物の増減額	1,219	△447,642	△448,861
現金及び現金同等物の期末残高	668,197	695,687	+27,490



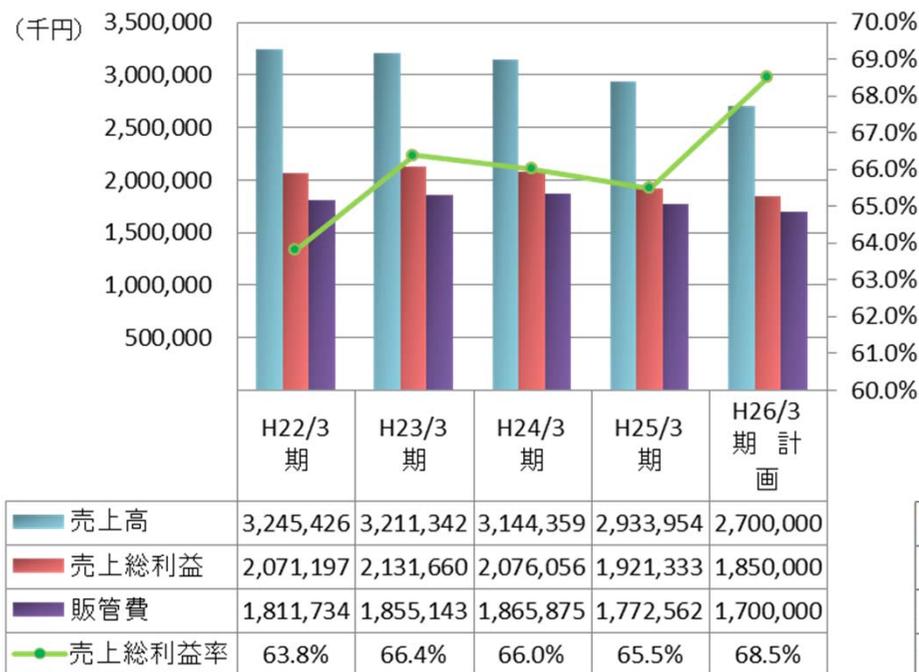
設備投資額前年同期比

	平成25年3月期 第2四半期累計 期間	平成26年3月期 第2四半期累計 期間	前年同期増減 額
設備投資額	16,658	62,892	46,234

POINTS

営業活動によるC/Fは前事業年度と比較し486百万円収入が減少し404百万円の支出となりました。
 投資活動によるC/Fは前事業年度と比較し129百万円増加し154百万円の収入となりました。
 財務活動によるC/Fは前事業年度と比較し91百万円支出が増加し197百万円の支出となりました。

売上高～粗利率

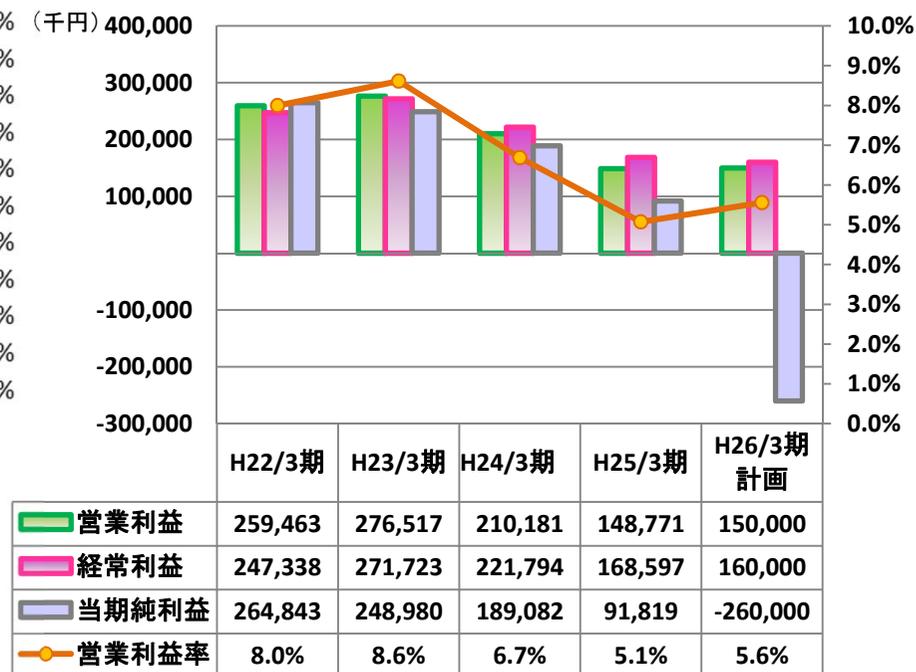


前年比	H22/3期	H23/3期	H24/3期	H25/3期	H26/3期計画
売上高	108.3%	98.9%	97.9%	93.3%	92.0%
売上総利益	114.1%	102.9%	97.4%	92.5%	96.3%
売上総利益率	+3.2p	+2.6p	△0.4p	△0.5p	+3.0p
販管費	102.3%	102.4%	100.6%	95.0%	95.9%

POINTS

平成26年3月期第2四半期は前期に引続き、経営効率の改善により粗利率・営業利益率及び粗利額・営業利益の向上を図りました。FC脱退と新ブランドの関連費用により最終損失となりましたが、新ブランドのもと粗利率・営業利益率が改善し営業利益・経常利益は業績予測を上回りました。H26年3月期の業績予測に変更はありません。

営業利益～当期純利益



前年比	H22/3期	H23/3期	H24/3期	H25/3期	H26/3期計画
営業利益	580.0%	106.6%	76.0%	70.8%	100.8%
経常利益	700.8%	109.9%	81.6%	76.0%	94.9%
当期純利益	364.7%	94.0%	75.9%	48.6%	-283.2%

※千円未満については四捨五入しております。

	H25/3期	H26/3期	
	実績	計画	前期比
売上高経常利益率	5.7%	6.1%	+0.4p
ROA (総資産当期純利益率)	2.7%	-8.1%	-10.8p
ROE (自己資本当期純利益率)	3.8%	-11.0%	-14.8p
EPS (1株当り当期純利益)	8.39円	-23.76円	-32.17円
BPS (1株当り純資産)	228.61円	202.84円	+25.76円
PER (株価収益率)	11.44倍	-4.00倍	-15.43倍
PBR (株価純資産倍率)	0.42倍	0.47倍	0.05倍
期末株価	96円	95円	△1円

※H26年3月期末株価はH25年10月31日終値と同価格としております。

1. 売上増加のため、展示アイテム数を最大にする。

そのため、全数買い取りを継続し、原則として生産前廃棄及び未生産を無くし、常に全数出し切りを実行する。

(1) ムダ・ムリ・ムラの排除

- ① まずはムダのあぶり出しと排除
- ② 買い取り・生産時間を現状の半分に短縮する

(2) 取扱いジャンルの見直し

2. 売上増加のため、適正売価を継続し、商品鮮度を向上する。

そのため、スタート売価は相場より安すぎない売価にする。ジャンル別に適正な売価変更を早期・適時に実施する。

(1) 品揃え・鮮度管理の理解と実行

(2) 自動売価変更システムの導入

- ① 出し切り・売価変更・廃棄の時間を現状の半分にする
- ② マニュアルの充実により作業効率を高める

3. 「フィロソフィー」の理解と実行

一人一人は小さな力でも店の組織(チーム)として大きな力が発揮できる。

(1) 『customer satisfaction』の向上

- ① 常にお客様第一の視点で考え行動する
お客様都合 > 会社(店舗)都合

4. 活き活きとした活気ある職場環境を作るために、常に意欲的に取り組む。

- (1) 『私たちのルール』の実行によりパート・アルバイトのより戦力化を図る。
- (2) 人的生産性のUP
 - ① ムダ・ムラ・ムリの排除
 - ② 組織能力の最大化
- (3) 従業員のモチベーションUPと成長支援
- (4) コンプライアンス、社内諸規則の制定と見直し

5. ストアコンパゾン(業績の良い他店の研究とそのノウハウの導入)

会社の発展・人材の成長のために業績の良い他社の店舗、自社の他店を常に研究し、自店に導入する。

- (1) 固定概念・既成概念を捨てる
- (2) 情報吸収・自己啓発を向上する

6. 粗利率を上げる

- (1) 商店経営者意識をもつ
- (2) サービスは有料と捉える



株式会社ワットマン

平成26年3月期第2四半期
決算説明会資料

完

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、
当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、
実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

お問い合わせ

株式会社ワットマン 経理総務グループ
神奈川県横浜市旭区鶴ヶ峰本町 1-27-13
TEL 代表 : 045-959-1100