

2006年3月期決算説明会

Brand Vision

赤ちゃんを育てることが、
楽しく幸せだと思える社会をつくる。

コンビ株式会社
代表取締役社長

松浦 弘昌

2006年5月17日

Agenda

I. 2006年3月期実績概要

II. 主要事業説明

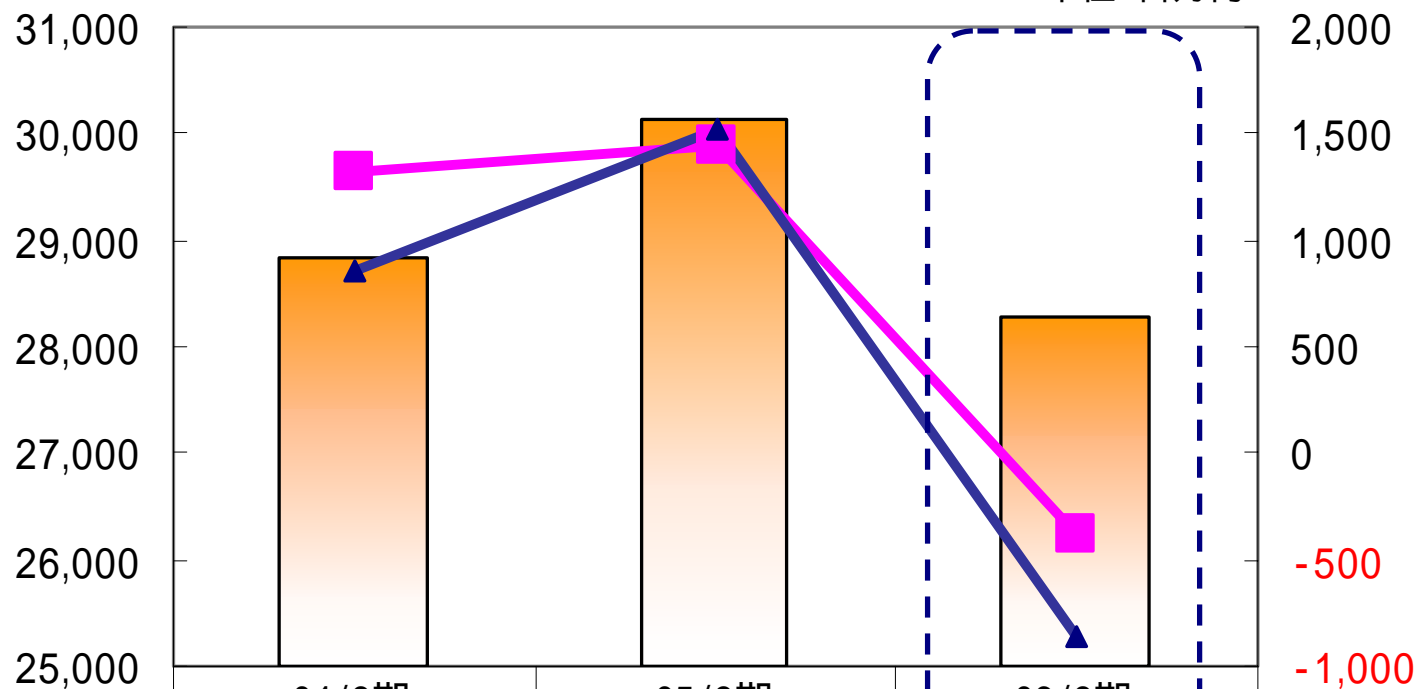
III. 2007年3月期 見通し

IV. 2007年3月期の取組み

2006年3月期 実績概要

2006年3月期 業績概要

単位: 百万円

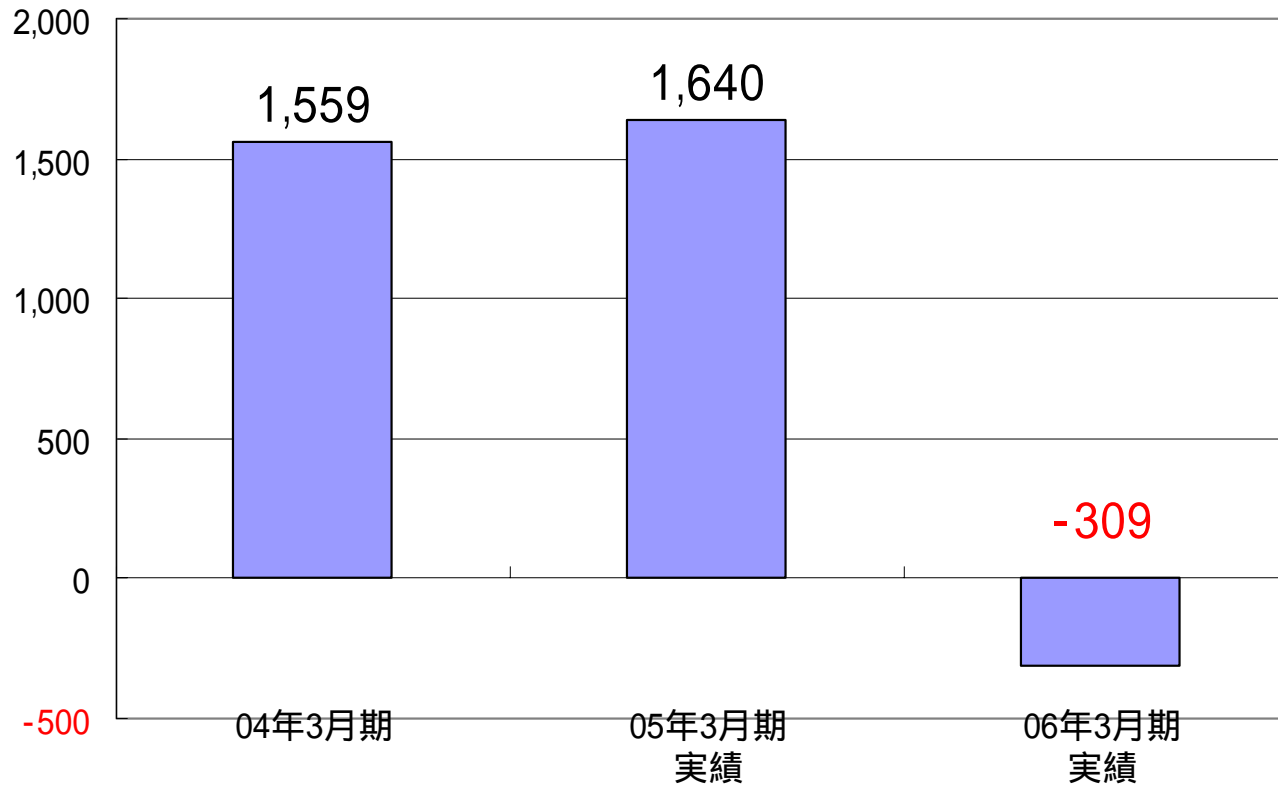


売上高	28,824	30,149	28,281
経常利益	1,318	1,436	-379
当期純利益	861	1,513	-868

営業利益(実績)

【営業利益推移】

単位: 百万円



- 国内ベビー事業の販売不振の影響で営業利益が減少し、連結営業損失 309 百万円となった。

キャッシュフロー

(連結)

(単位:百万円)

	05/3月期	06/3月期	増減額
営業活動による キャッシュフロー	1,456	741	715
投資活動による キャッシュフロー	645	112	757
財務活動による キャッシュフロー	469	345	814
現金及び現金同等物 による換算差額	29	198	227
現金及び現金同等物 の増減額	1,250	707	543

貸借対照表

(連結)

(単位:百万円)

	05/3月期末	06/3月期末	増減額
現金及び預金	5,112	5,424	311
売上債権	8,007	7,280	726
有価証券	1,057	933	124
たな卸資産	4,818	4,619	198
その他	1,474	846	627
流動資産合計	20,470	19,105	1,365
有形固定資産	5,859	5,768	90
無形固定資産	665	580	84
投資その他の資産	1,521	1,930	408
固定資産合計	8,045	8,279	233
資産合計	28,516	27,385	1,131
買掛債務	4,159	3,587	572
短期借入金	1,230	1,296	65
その他流動負債	2,336	2,433	96
流動負債合計	7,727	7,317	409
固定負債合計	3,984	3,928	55
負債合計	11,711	11,245	465
少数株主持分	28	51	23
資本合計	16,776	16,087	689
負債・資本合計	28,516	27,385	1,131

.2006年3月期 主要事業説明

2006年3月期 事業活動の概要

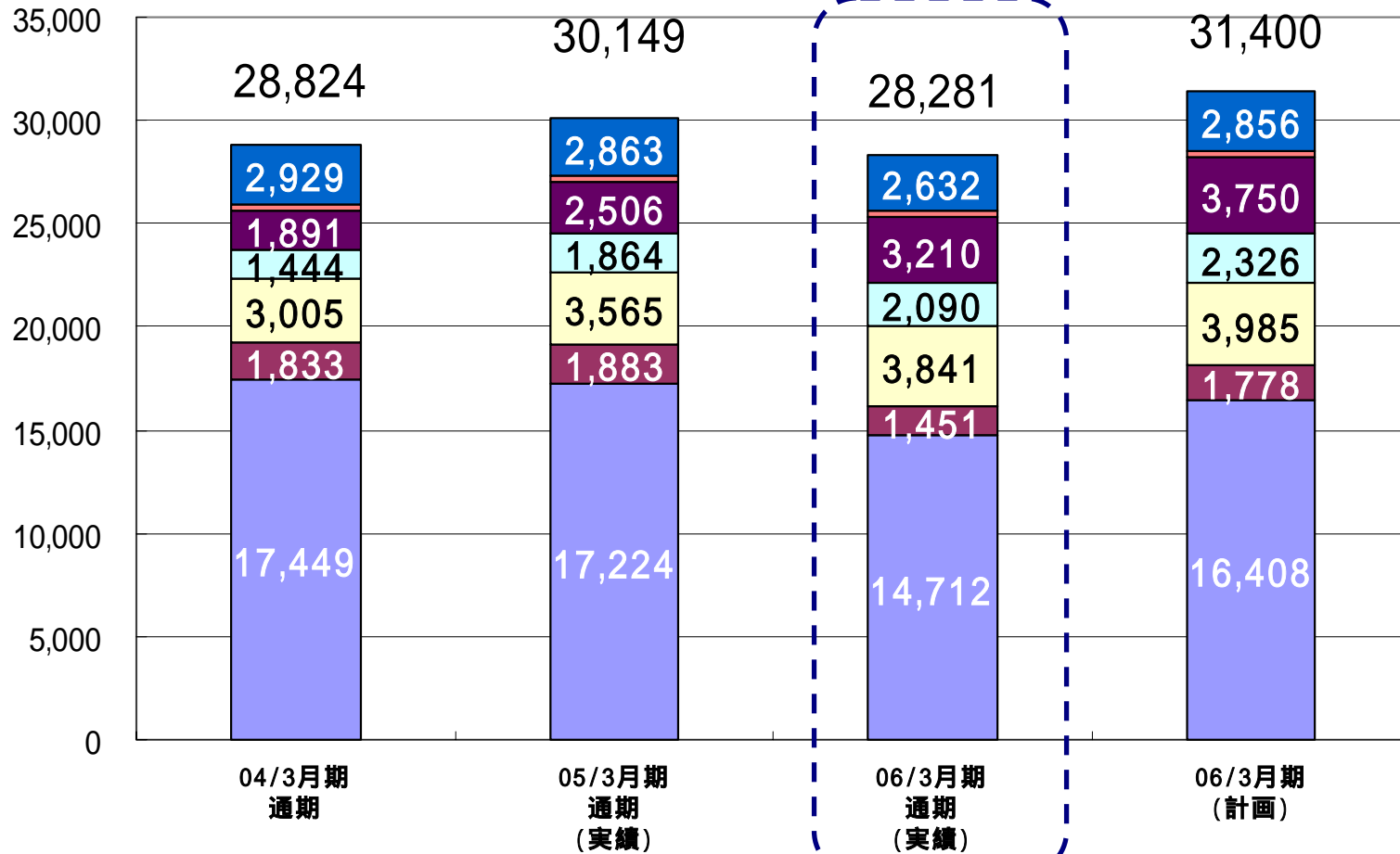
2006年3月期にとった戦略と結果

- **戦略** : 海外事業、アパレルをドライバーに成長する。
結果 : 海外売上前年比約28%増、
国内アパレル売上前年比約8%増
- **戦略** : 国内事業は安定収益獲得を目指す。
結果 : 前年比売上高15%減少
= 今期の収益悪化の主要因。

事業別売上高の状況(連結・実績)

- 国内ベビー用品
- アパレル
- 海外ベビー
- フィットネス・ヘルスケア(コンビ'ウェルネス)
- 玩具
- 外出環境支援・保育(コンビ'ウイズ')
- その他

単位:百万円



主要事業レビュー

国内販売ベビー/チャイルドシート事業

【自社の施策と結果】

- 07年の基準改訂(実施は06年10月、猶予期間数年)を見越した新製品の投入時期尚早で06年3月期上半期は売上不振。

下半期に『だっこ型キャンペーン』によりPromotionを強化し挽回を期すも、効果希薄。



国内販売ベビー/ベビーカー事業

【自社の施策と結果】

- 上半期は、新製品の投入(5機種11アイテム)によりほぼ計画どおり
- 下半期は、新製品(リッコシリーズ)を投入するも、競合品の急増(海外品、中価格帯バギー等)により当社シェア下落。

リッコW EG
¥68,000(税別)



主要事業レビュー

米国(北米)市場

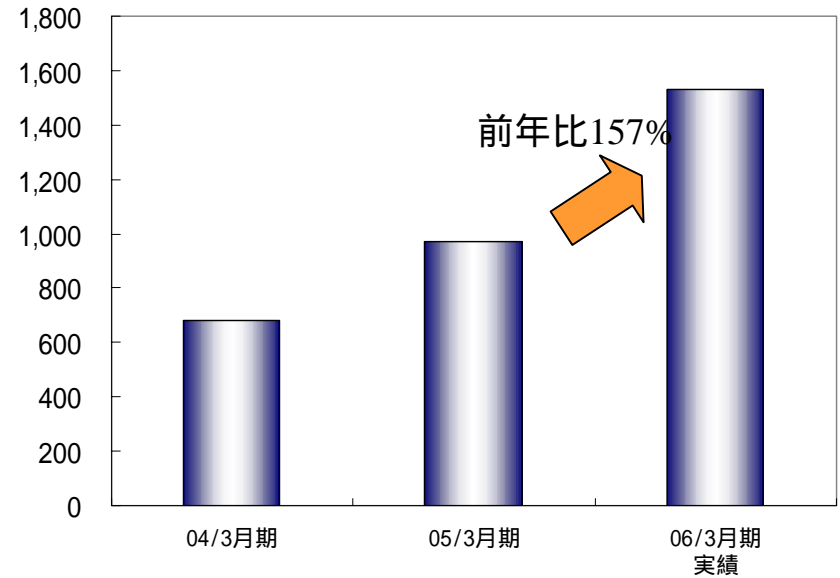
- ▶ 前年同期比約157%の売上高大幅増
 - * 製品構成の見直し(中価格帯増、チャイルドシート取扱増)
 - * 販売チャネル再整備(専門店への再アプローチ)が奏功

アジア市場

- ▶ 中国市場
代理店等のチャネル整備と取扱アイテム見直しの効果が徐々にあらわれ、売上高前年比約10%増。
- ▶ その他東南アジア市場
取扱アイテム増加により台湾を中心に前年比約5%増加

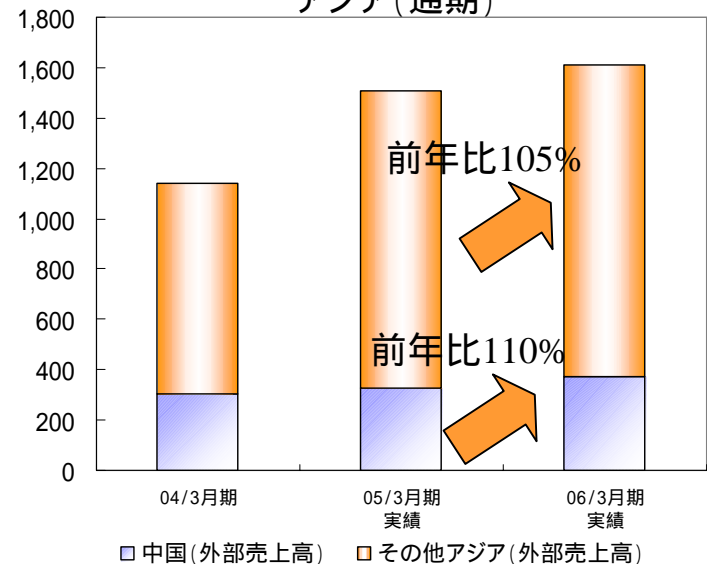
北米(通期)

単位:百万円



アジア(通期)

単位:百万円



主要事業レビュー

アパレル

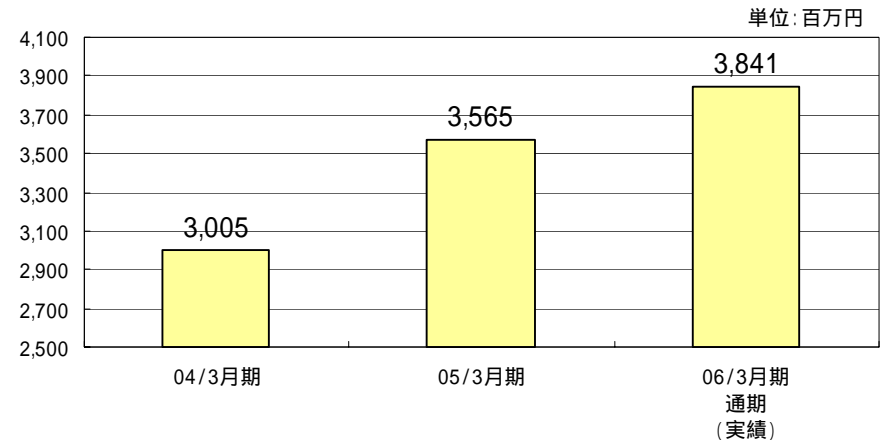
【売上好調の主要因】

- アパレル業界では稀な特許取得
ラップクラッチ、ラップコンパクトの特許取得により顧客獲得と競合算入防止に奏功
- お客様(ユーザー)へのダイレクト販売
販売コスト抑制/プロモーション効果/製品開発への寄与等効果大。

【その他市場環境】

- E-commerceの社会的普及
- 既存ブランドの激しい入れ替り

アパレル事業売上



Wrap Crotch



Wrap Compact



選択と集中

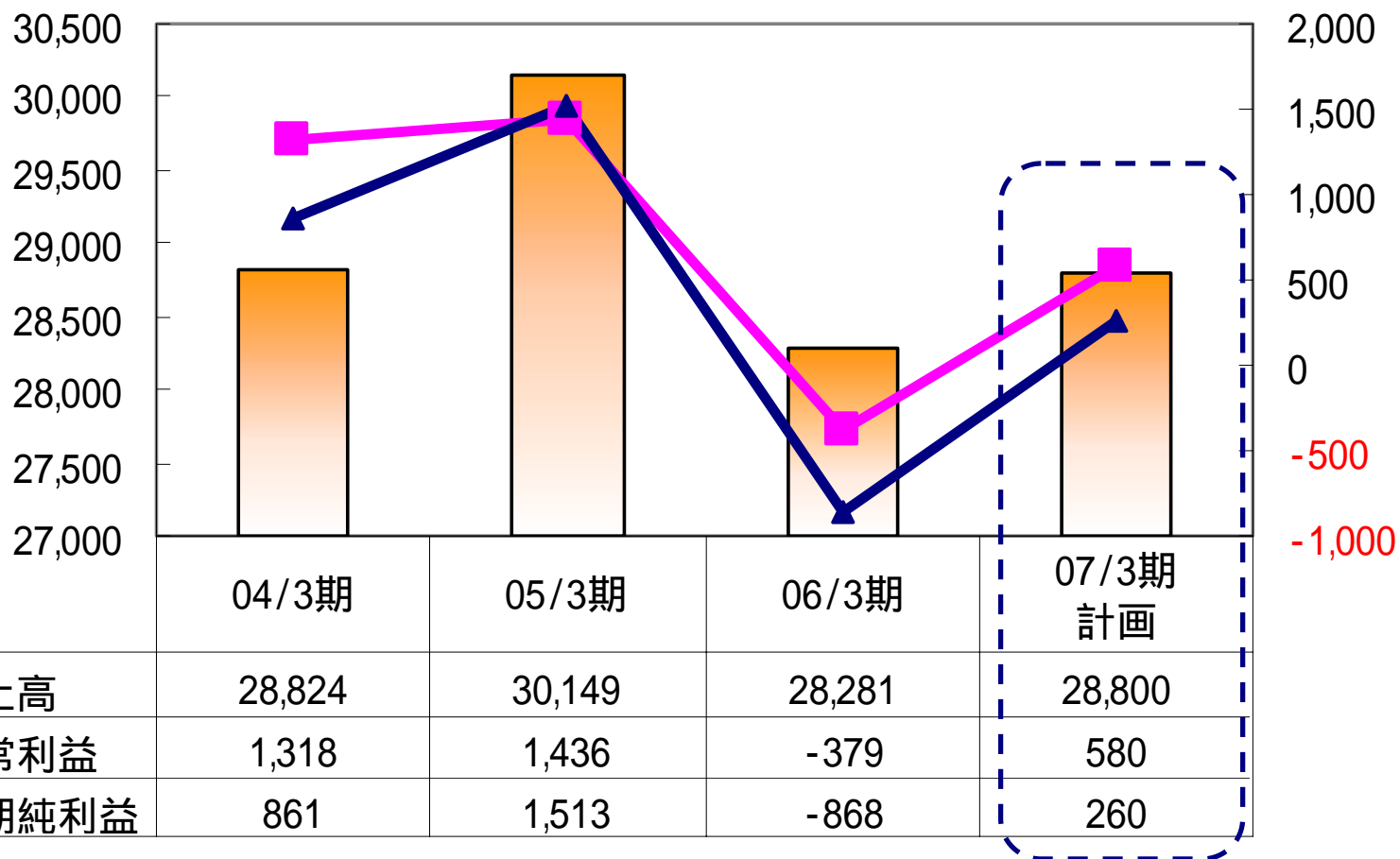
ウェルネス事業について

- コンビウェルネス株式会社(コンビ株式会社100%出資)の全株式をコナミ株式会社へ譲渡
- 譲渡予定日:2006年5月31日
- 目的:ベビー関連事業への経営資源集中。
- 当面の間、コンビウェルネス株式会社へのOEM供給は継続。

・ 2007年3月期 通期見通し

2007年3月期 通期見通し

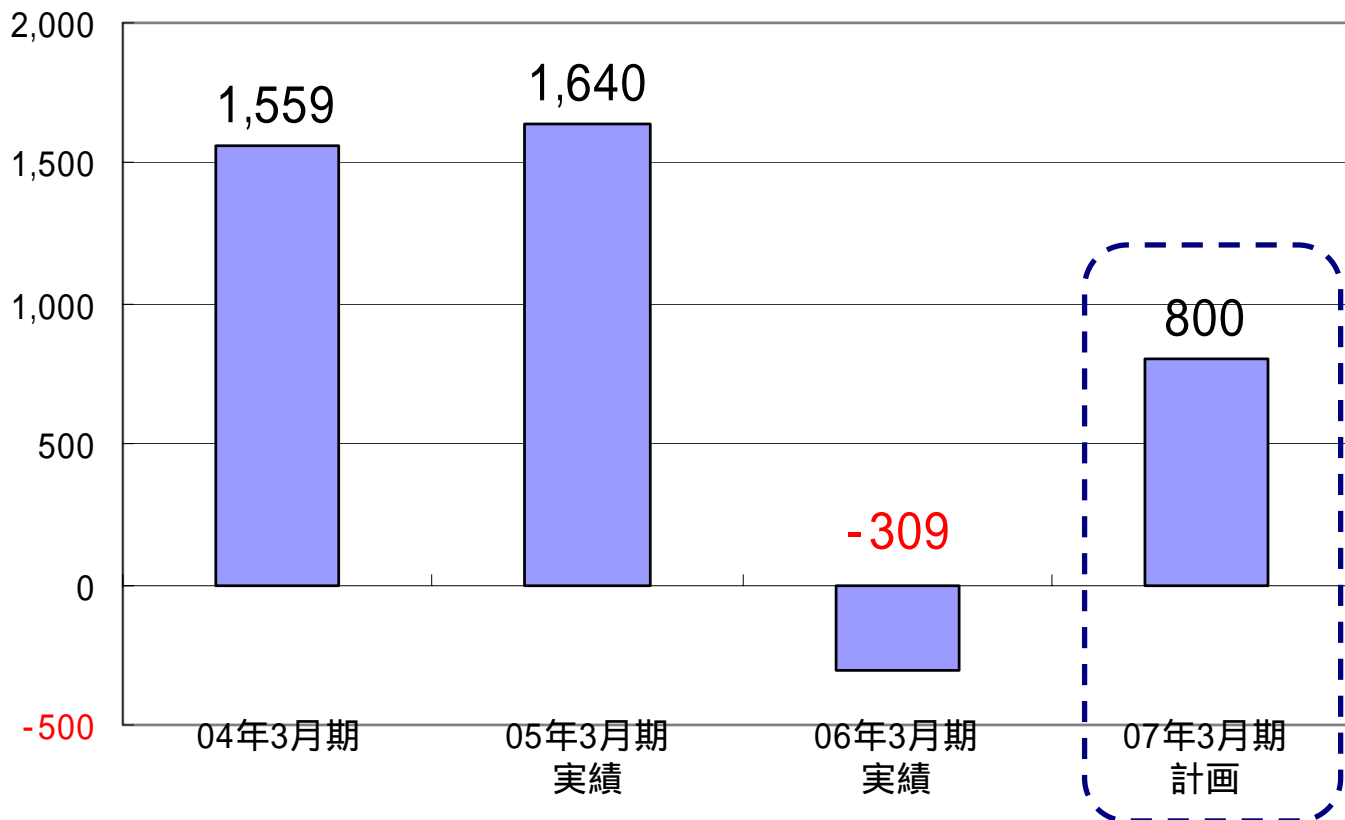
単位: 百万円



営業利益(計画)

【営業利益推移】

単位: 百万円



- 国内ベビー事業の抜本的改革による立て直し、海外子会社黒字化により営業利益回復を目指す。

・ 2007年3月期の取組み

2007年3月期の取組み

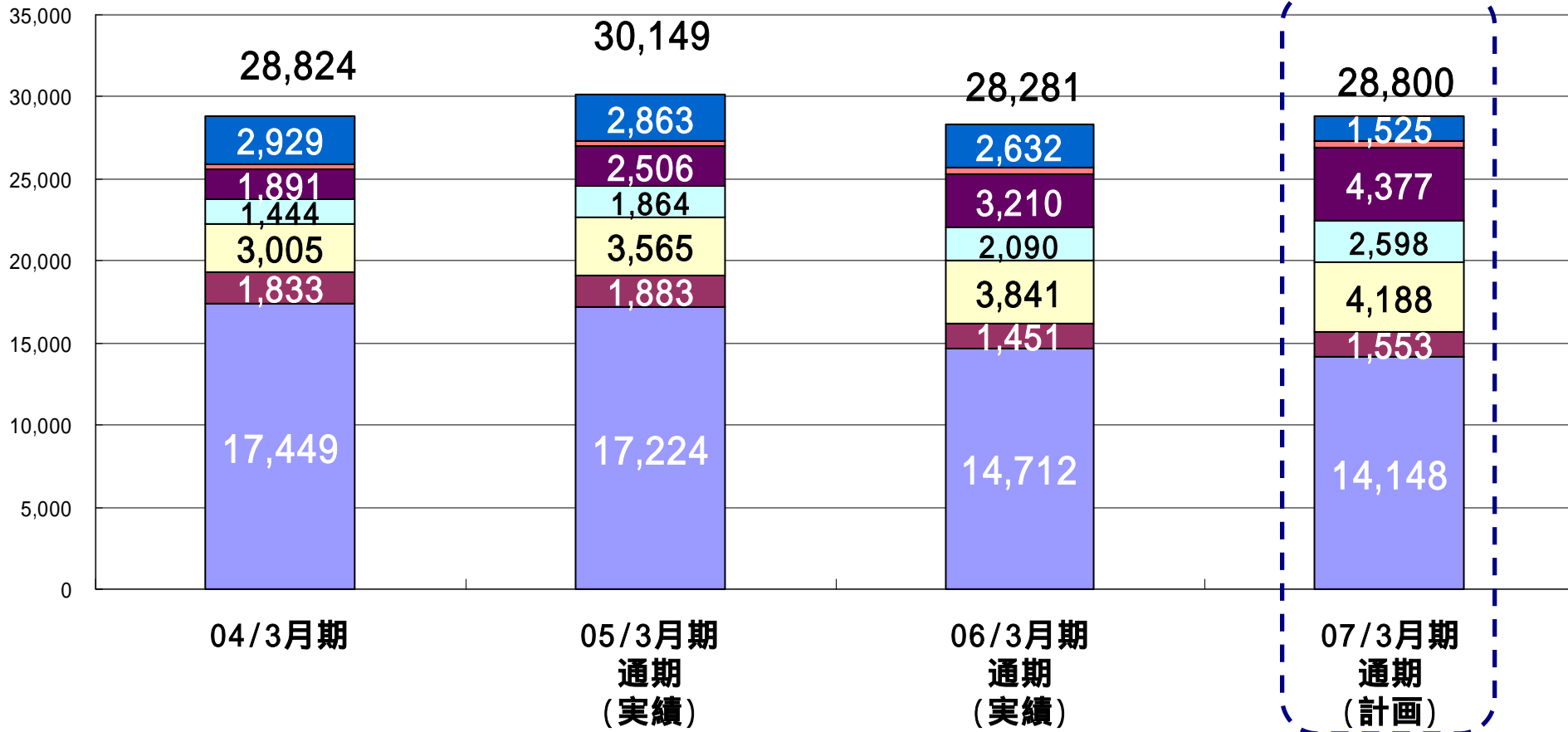
- ✓ 海外事業、アパレル事業をグループの成長ドライバーと位置付ける。
- ✓ 国内事業は抜本的改革の上、安定収益獲得を目指す。

- 海外は収益貢献のステージへ移行
= 全関係会社黒字化
- アパレル事業はダイレクト販売と特許を組み合わせ
積極展開
- 国内ベビー事業は顧客志向の観点から、全ての活動
において『抜本的改革』を実施する。

事業別売上高見通し(連結・通期)

- ベビー用品
- 外出支援・保育(コンビウイズ)
- フィットネス・ヘルスクア(コンビウエルネス)
- 玩具
- 海外
- アパレル
- 機能性食品

単位:百万円



(注)フィットネス・ヘルスクアについては、コンビウエルネス(株)株式譲渡後も当面の間、コンビ株式会社からOEM供給を続ける為、売上計画の計上している。

主要事業別施策

国内ベビー事業

【07年3月期の取組み】

国内ベビー事業の『抜本的改革』を実施。

- 顧客重視の製品開発
- 開発アイテムの選別
- 顧客アプローチの見直し

主要事業別施策

米国(北米)市場

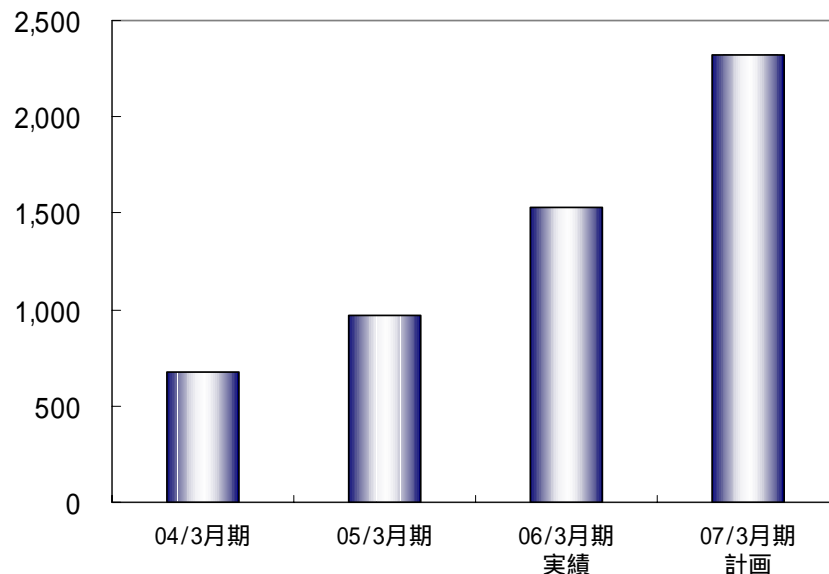
- 専門店でシェア拡大を目指す
- 中高価格帯へのCombi Brand定着
- 新製品投入

アジア市場

- Combi Brandの徹底遡及
自社アイテムの積極投入
- 利益体質の強化
不良在庫/不良債権等の徹底見直し
- 販売チャネルの再構築
商品教育徹底/販売員指導セミナー

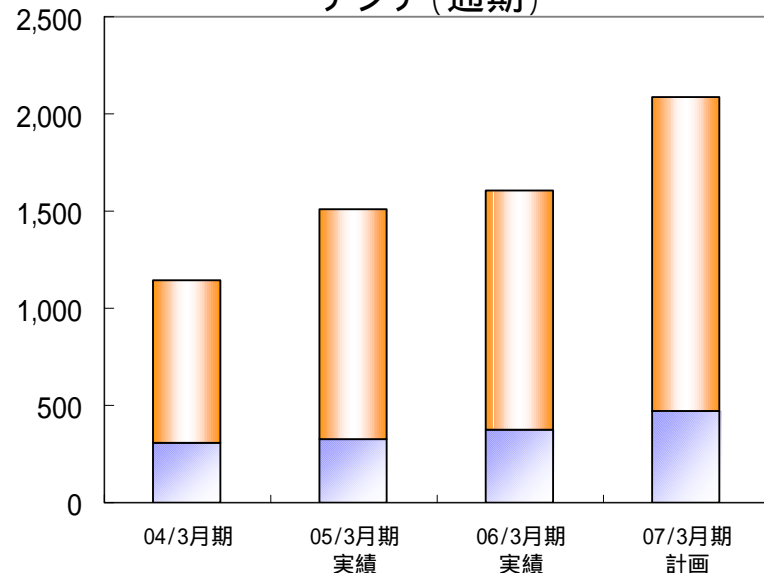
北米(通期)

単位:百万円



アジア(通期)

単位:百万円



□ 中国(外部売上高) □ その他アジア(外部売上高)

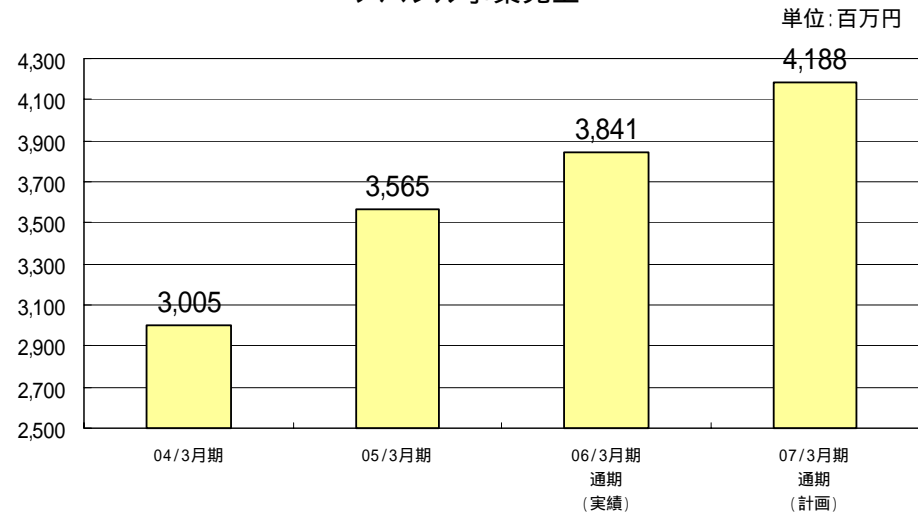
主要事業別施策

アパレル

【07年3月期の取組み】

- ベビーアパレルは特許取得のWrap Seriesを軸に、0～3歳児をターゲットとしたスペシャリティブランドを目指す。
- ベビー周辺領域への新ブランド構築、アイテム拡大等も視野に入れ、グループ全体の牽引役を担う。

アパレル事業売上



新ブランド etá [エッタ]

ベビーアパレルより大人っぽい
テイスト



Ribbon Casket

斬新なデザインの人気ブランド



Wrap Series

ベビーウェアの定番



ご静聴ありがとうございました。

Combi

<当社問合せ窓口>

コンビ株式会社 経営企画室 IR担当 阿部 知泰

TEL : 03-5828-7607 E-Mail : abet@combi.co.jp

本資料における業績予想及び将来の予想等に関する記述は、現時点で入手された情報に基づき判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実な要素を含んでおります。従いまして、実際の業績等が、様々な要因により異なる可能性がありますことをご了承ください。