



Combi

2008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
2008年5月15日

コンビ株式会社

Agenda

I. 2008年3月期実績概要

II. 2008年3月期主要事業レビュー

III. 2009年3月期の取り組み

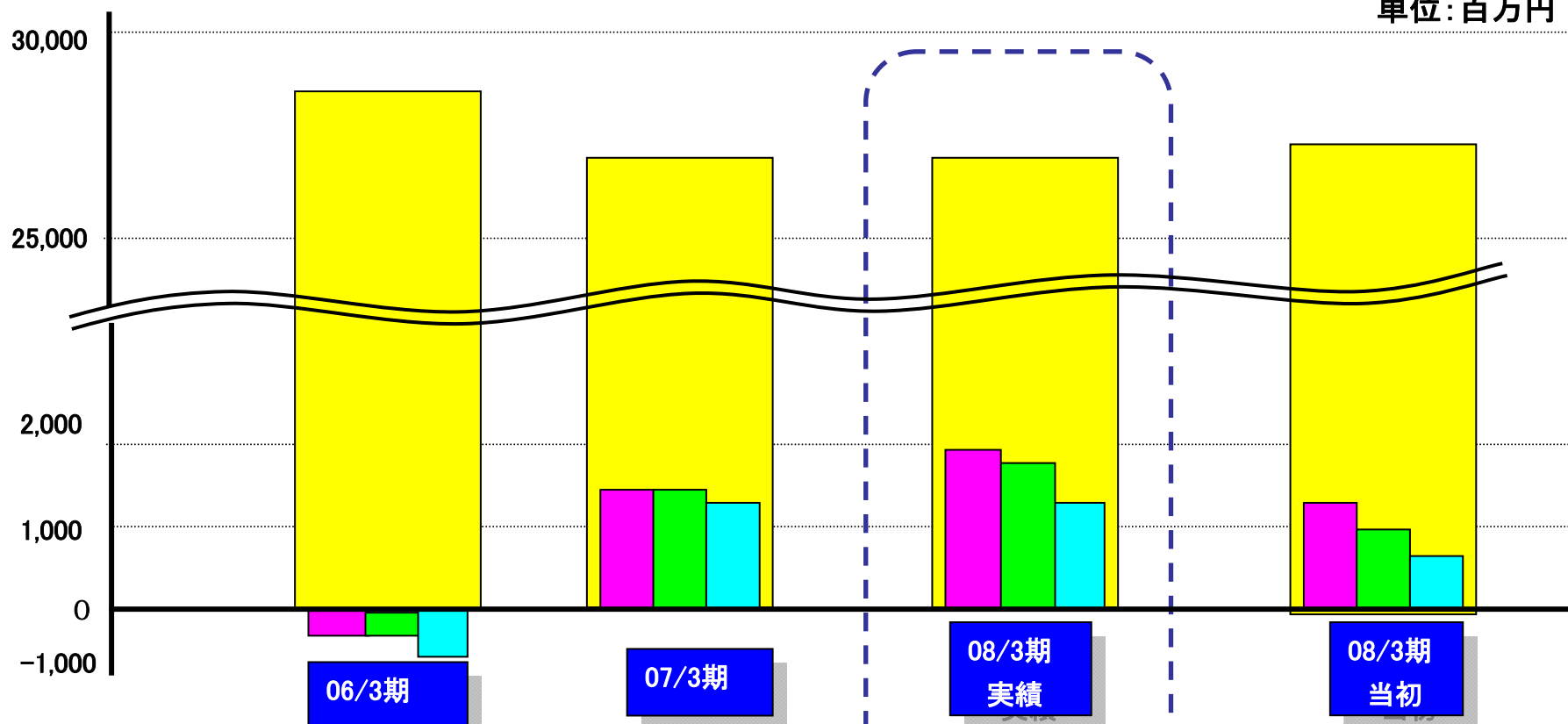
IV. 定量目標

V. 目論見

I . 2008年3月期 実績概要

2008年3月期 業績概要

単位: 百万円



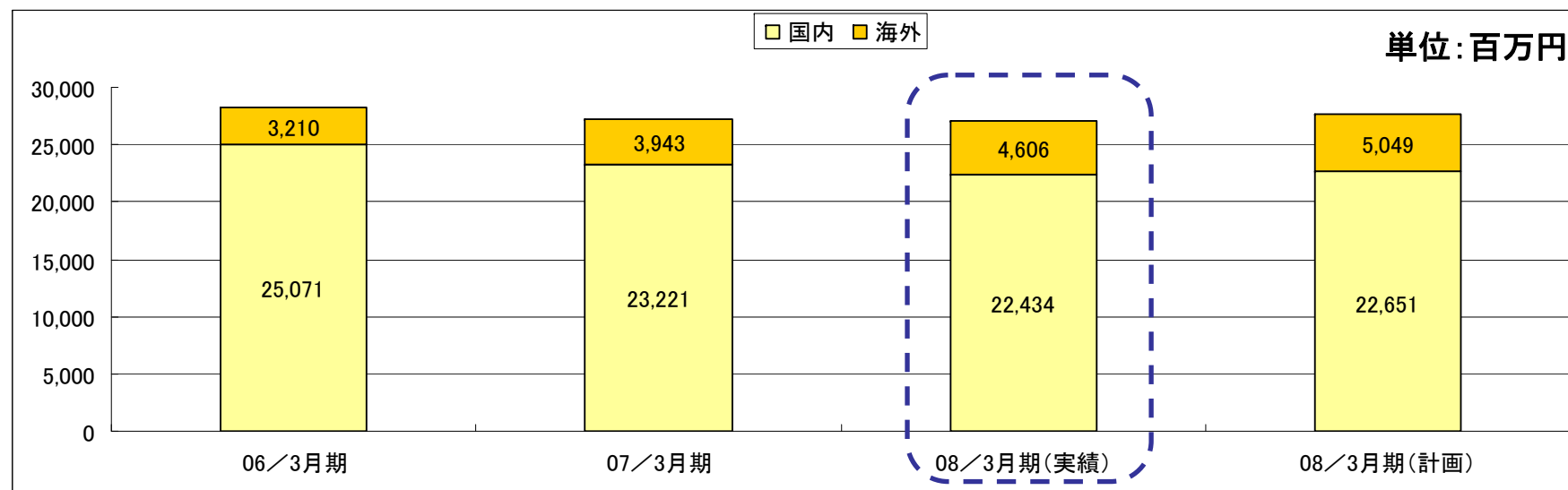
売上高	28,281	27,164	27,040	27,700
営業利益	-309	1,539	1,976	1,300
経常利益	-379	1,519	1,884	1,040
当期純利益	-868	1,321	1,399	770

コンビ株式会社

Combi Corporation All Rights reserved.

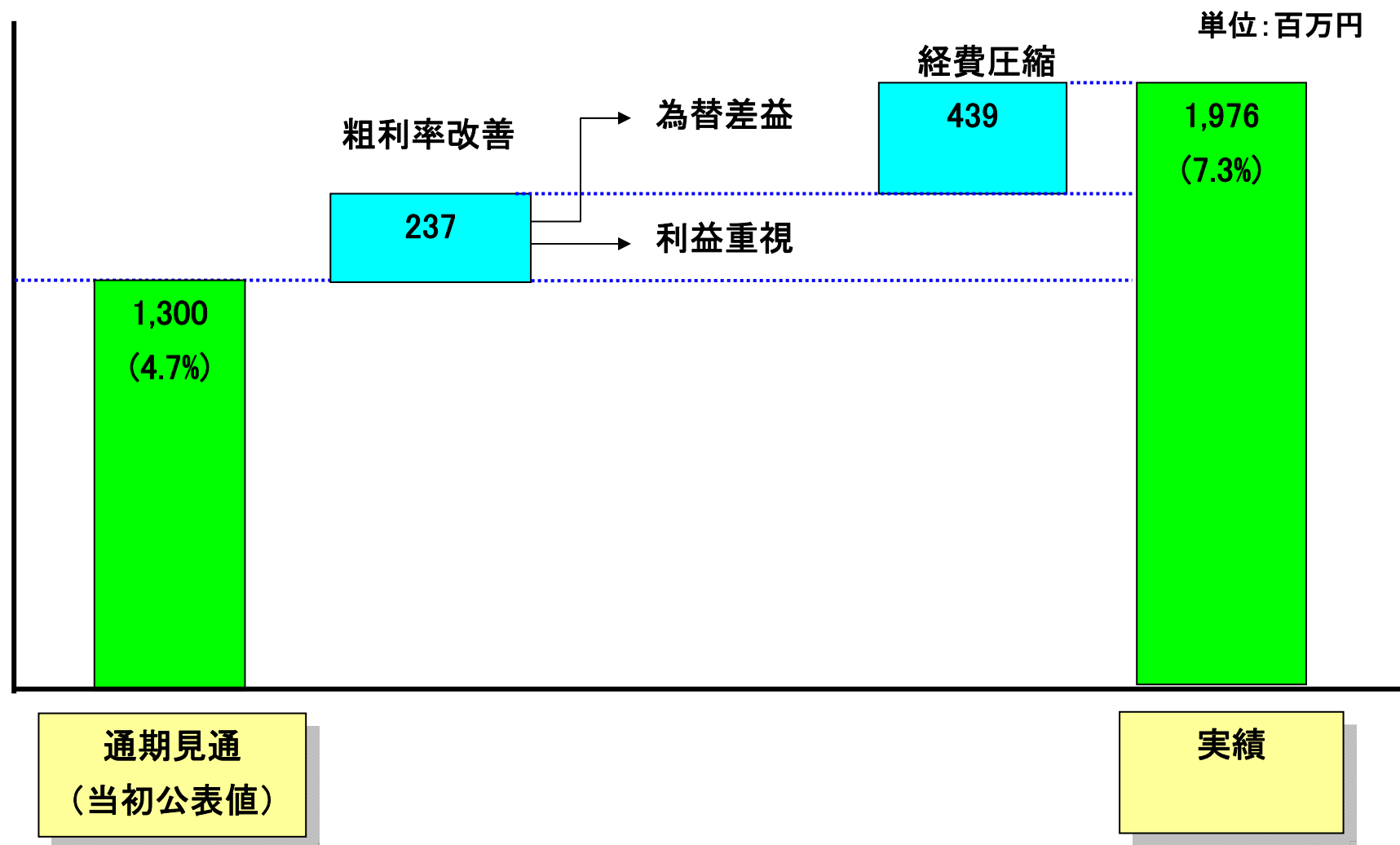
Combi

セグメント別売上高の状況(連結・実績)



単位: 百万円	06/3月期	07/3月期	08/3月期 (実績)	前年比	08/3月期 (計画)	計画比
売上高	28,281	27,164	27,040	99.5%	27,700	97.6%
国内ベビー&トイ	16,163	15,265	14,721	96.4%	15,340	96.0%
アパレル	3,841	3,694	4,201	113.7%	3,770	111.4%
外出支援・保育	2,090	2,350	2,482	105.6%	2,682	92.5%
海外	3,210	3,943	4,606	116.8%	5,049	91.2%
フィットネス・ヘルスケア	2,632	1,468	561	38.2%	398	141.0%
その他	345	444	469	105.6%	461	101.7%

営業利益分析(連結)



貸借対照表 & キャッシュフロー

貸借対照表(連結)

単位:百万円

	07/3月末	08/3月末	増減額	主な要因
売上債権	6,500	5,213	-1,286	国内回収条件の変更
たな卸資産	4,028	3,535	-492	国内在庫の圧縮
社債+一年以内償還社債	3,000	2,000	-1,000	一年以内社債償還
買掛負債	3,344	2,499	-845	国内仕入取引減少

キャッシュフロー(連結)

単位:百万円

	07/3月末	08/3月末	増減額	主な要因
営業活動によるキャッシュフロー	3,063	3,698	635	・売上債権の減少 ・純利益の増加 など
投資活動によるキャッシュフロー	-2,030	-1,530	500	・定期預金預入/払戻し ・投資有価証券売却による収入 など
財務活動によるキャッシュフロー	-592	-2,054	-1,461	・短期借入金の返済増 ・社債償還による支出 ・配当金 など

※詳細については決算短信を参照願います

コンビ株式会社

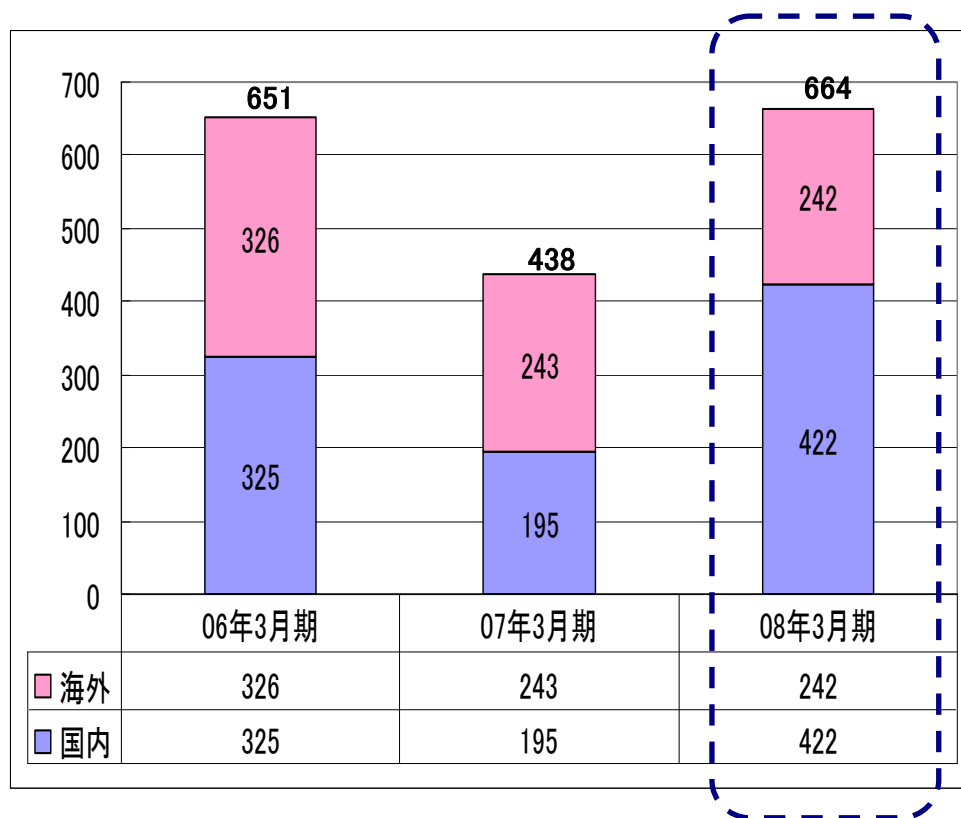
Combi Corporation All Rights reserved.

Combi

設備投資・研究開発費

設備投資

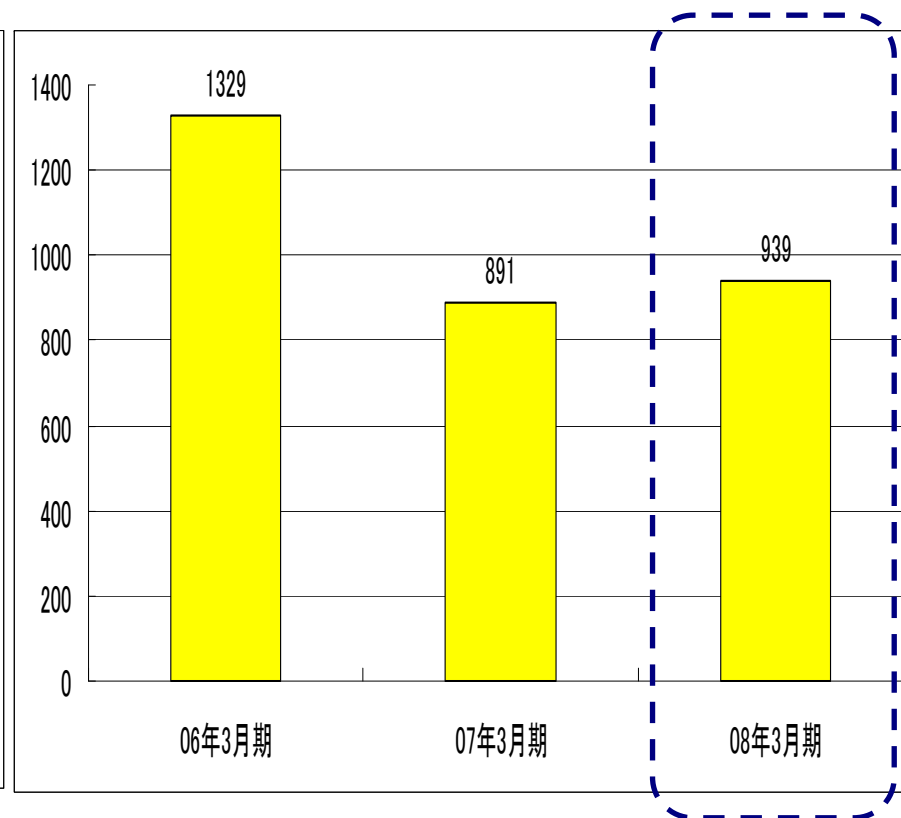
単位：百万円



・販売什器、IT投資 増加

研究開発費

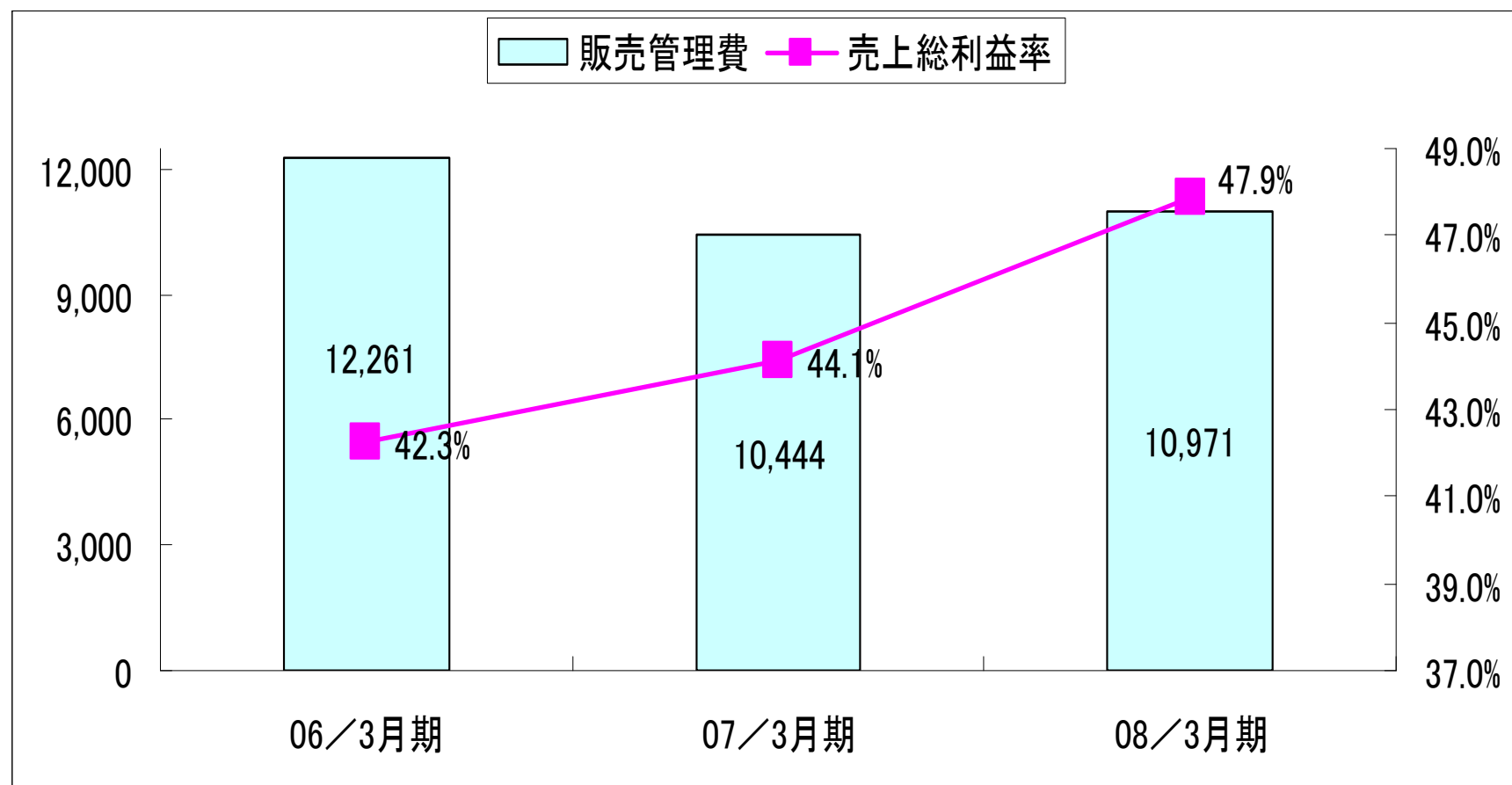
単位：百万円



・新商品開発に向けて開発費用増加

粗利率と販売管理費の推移

単位：百万円



Ⅱ .2008年3月期 主要事業レビュー

2008年3月期 全社方針

- ◆グローバルビジネスをグループの成長ドライバーと位置づける。
- ◆国内ベビー&トイ事業は安定収益獲得を目指す。




《08年3月期の結果》

- ◇海外は順調な伸びを示し利益貢献。
- ◇国内ベビー&トイ事業は安定的利益の確保を継続。

*** 09年3月期も上記全社方針を継続**

主要事業レビュー

国内ベビー&トイ事業

	市場環境	施策レビュー	結果
ベビーカー 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外品の認知度アップ ・競合との競争激化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベネフィット商品提案 ・VMD展開によるプロパー品販売力強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・高売上総利益率キープ ・ブランド価値向上
チャイルドシート 	<ul style="list-style-type: none"> ・チャイルドシート着用率低迷 46.9%(JAF調べ) ・2012年欧州新基準導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・2012年ECEヨーロッパ統一規格適合品ラインナップ強化 ・ベネフィット商品提案(高品位デザイン戦略) 	<ul style="list-style-type: none"> ・回転タイプチャイルドシートが市場でフラッグ商品として確立
その他 	<ul style="list-style-type: none"> ・品質要求のUP ・その他トイなど中小物も競争激化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ラックの商品別流通対応 ⇒ プライスゾーン別の商品展開 ・トイ商品ラインナップ見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロアンジュを中心としラックは高いシェアをキープ ・トイは非常に厳しい結果(昨対:80%)

主要事業レビュー

アパレル事業

	市場環境	施策レビュー	結果
コンビミニ	<ul style="list-style-type: none"> ・リクルート・ベネッセ等の雑誌社の通販事業強化、総合通販会社のベビー、マタニティ領域への進出 ⇒ 激しい競争 ・E-commerceの社会的普及による消費者の購買動向変化 	<ul style="list-style-type: none"> ・集客プロモーション強化 (新聞、雑誌、web、ミニコミ誌) ・webサイトリニューアル (買いやすさ/買う楽しさの向上) ・新サブブランド投入 (消費者嗜好の多様化対応) ・対象月齢エイジアップ 	<p>売上げ増加 ⇒ 前年比114%</p> <p>会員数増加 ⇒ 191万人 (08年3月末)</p>

B&M
(Baby & Mama)




Ribbon Casket

コンビ株式会社

Combi

主要事業レビュー

外出支援・保育事業

	市場環境	施策レビュー	結果
外出支援事業 ・ベビーキープ ・おむつ交換台 ・休憩室／遊び場 ・ショッピングカート	・バリアフリー化強化 (公共施設、公共交通機関等) ・新規物件の減少	・狭所用オムツ交換台開発 ・調乳温度70度対応の浄水器付温水器の開発 	・対前年売上高伸び率 104%
保育事業 ・保育園 ・ベビーシッター	・保育施設増設 (行政の少子化対策、待機児童「0」施策の一環) ・保育園運営におけるコンプライアンス強化	・新園を1園開設 (2008年5月現在: 運営保育園合計15園) ・シッター託児の法人需要の開拓	・対前年売上高伸び率 112%

	市場環境	施策レビュー	結果
北米市場	<ul style="list-style-type: none">・景気低迷により消費落ち込み	<ul style="list-style-type: none">・予算管理徹底・webサイトリニューアルによりweb販売強化	<ul style="list-style-type: none">・黒字化維持
アジア市場	<ul style="list-style-type: none">・中国国内市場の拡大・香港、台湾市場は堅調に推移	<ul style="list-style-type: none">・徹底したCombi brandの訴求	<ul style="list-style-type: none">・着実な伸び⇒昨対150%

Ⅲ. 2009年3月期の取り組み

2009年3月期 全社方針

2008年3月期より継続

- ◆グローバルビジネスをグループの成長ドライバーと位置づける。
- ◆国内ベビー&トイ事業は安定収益獲得を目指す。

- ◇海外は売上高、収益の拡大を目指す
- ◇国内ベビー&トイ事業は利益政策の堅持とマーチャンダイジングの強化に引き続き注力し、安定利益を確保する。

主要事業別施策

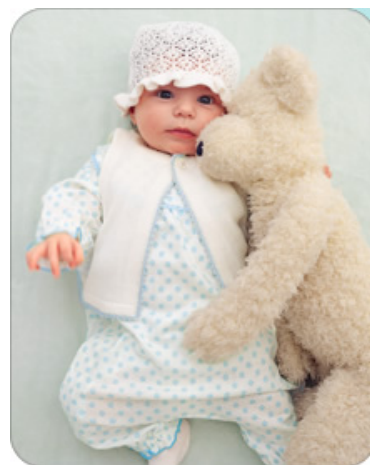
国内ベビー&トイ事業

	09年3月期施策
商品開発	<ul style="list-style-type: none">・ベネフィット商品 + イノベーティブ商品の開発⇒ ベビートップブランドの地位を確立 <p style="text-align: center;">↑ ↓</p> <p>組織再編(市場変化へのスピーディーな対応)</p>
品質	<ul style="list-style-type: none">・Japanese Quality Standard(日本的品質管理)の徹底
市場(現場)	<ul style="list-style-type: none">・VMD店舗の更なる拡充によるブランド価値向上とエンドユーザーとの連携強化・チャネル別商品戦略の推進による売上拡大
SCM	<ul style="list-style-type: none">・流通変化に対応したSCMの実施⇔流通寡占化と卸しの再編

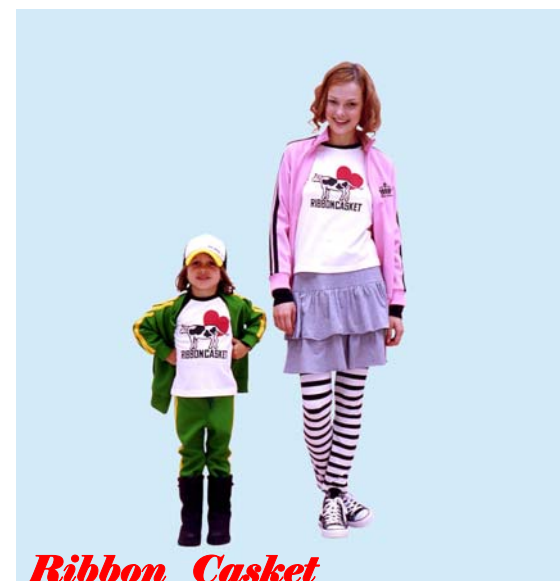
主要事業別施策

アパレル事業

	09年3月期施策
COMBIMINI	<p>ベビーアパレル分野でトップブランドを目指す (特許取得のWrap Seriesを軸に)</p> <ul style="list-style-type: none">①品質・機能性・デザイン性の高い商品の強化②web、携帯サイトの利便性と楽しさを強化③データマイニングを活用した効果的かつ効率的な顧客アプローチの確立



Wrap Crotch
ベビーウェアの定番



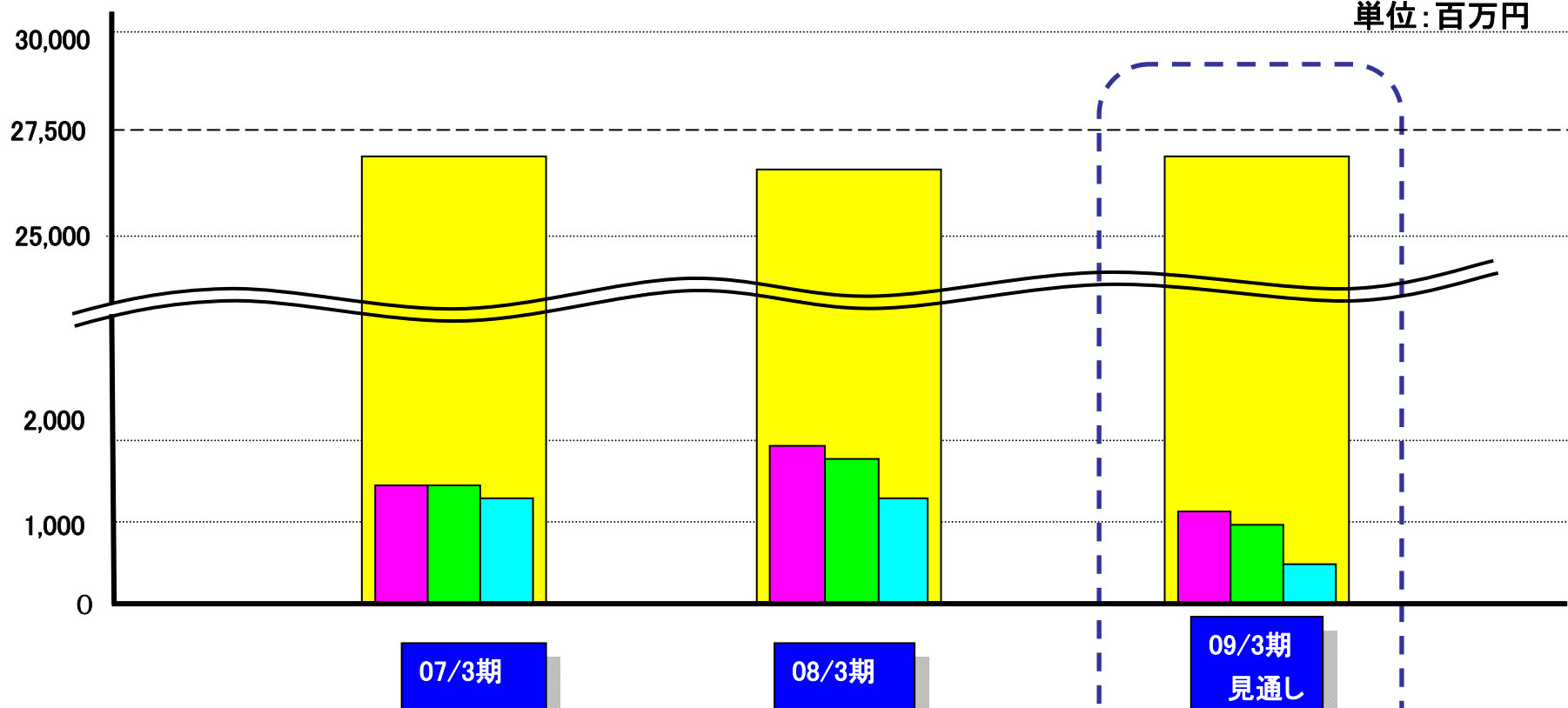
	09年3月期施策
外出支援事業 <ul style="list-style-type: none">・ベビーキープ・おむつ交換台・休憩室／遊び場・ショッピングカート	<ul style="list-style-type: none">・お客様のニーズを的確に捉えた新製品開発の継続・新製品の販売拡大に努め、リニューアル・改修物件へのアプローチ強化
保育事業 <ul style="list-style-type: none">・保育園・ベビーシッター	<ul style="list-style-type: none">・事業所内託児やイベント託児等の法人需要の開拓に傾注・2009年度新園開設の検討

	09年3月期施策
北米市場	<ul style="list-style-type: none">・専門店へのアプローチ強化・北米向けマーチャンダイジングの更なる強化
アジア市場	<ul style="list-style-type: none">・Combi brandの徹底訴求・アジア市場向けマーチャンダイジングの拡充

IV. 定量目標

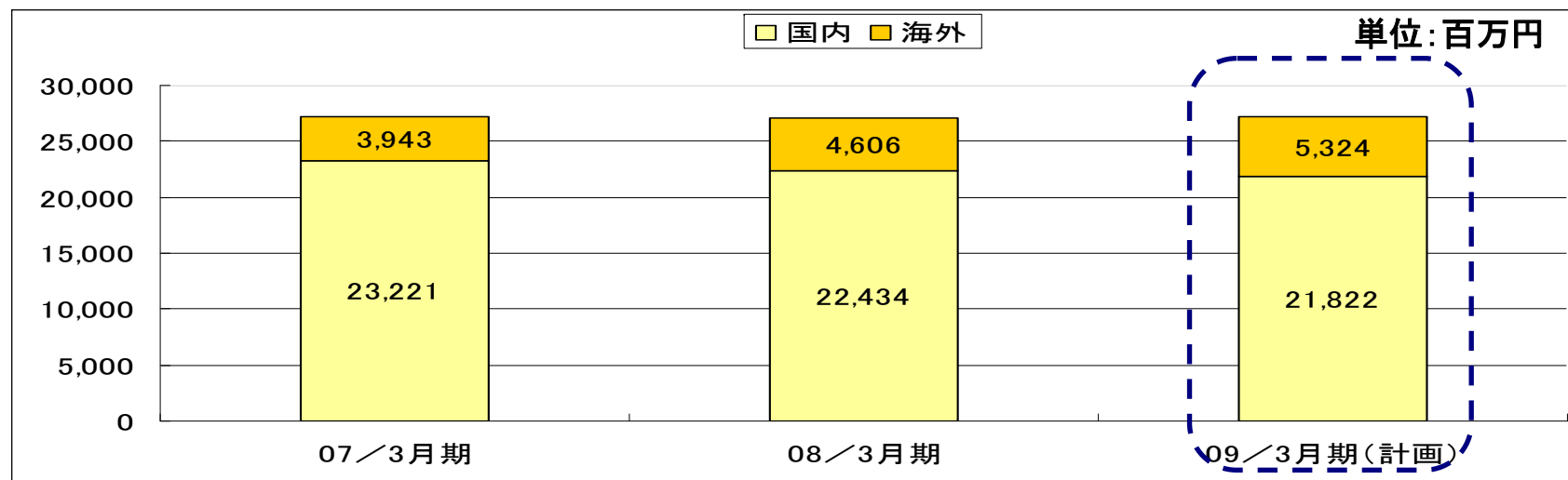
2009年3月期 通期見通し

単位：百万円



売上高	27,164	27,040	27,146
営業利益	1,539	1,976	1,148
経常利益	1,519	1,884	1,099
当期純利益	1,321	1,399	711

セグメント別売上高見通し(連結・通期)

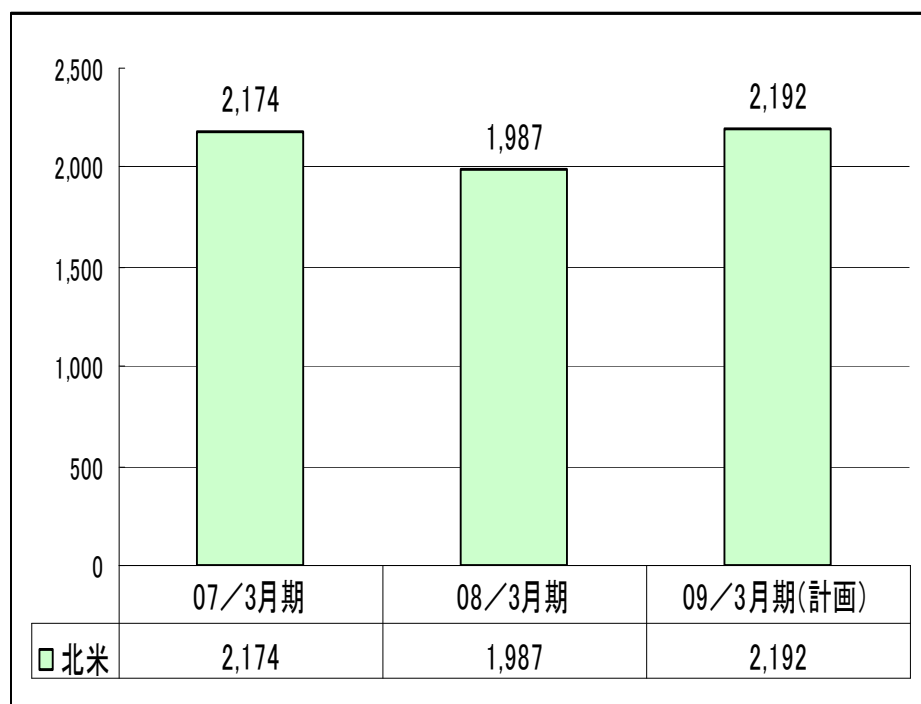


単位:百万円	07/3月期	08/3月期	09/3月期(見通し)	前年比
売上高	27,164	27,040	27,146	100.4%
国内ベビー&トイ	15,265	14,721	14,924	101.4%
アパレル	3,694	4,201	4,139	98.5%
外出支援	2,350	2,482	2,614	105.3%
海外	3,943	4,606	5,324	115.6%
フィットネス・ヘルスケア	1,468	561	0	0.0%
その他	444	469	443	94.5%

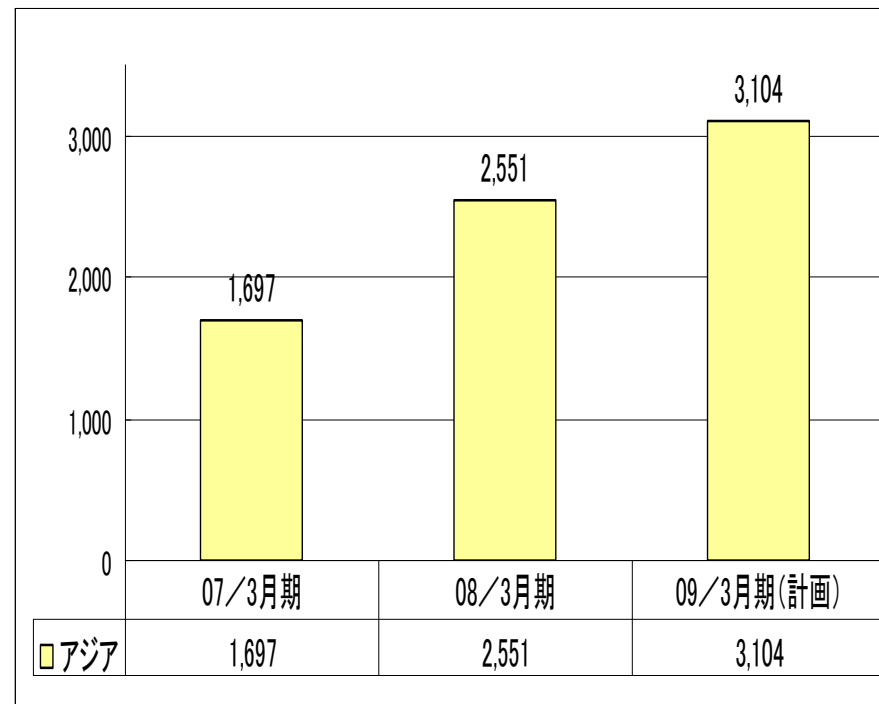
海外地域別定量目標

単位：百万円

米国(北米)市場



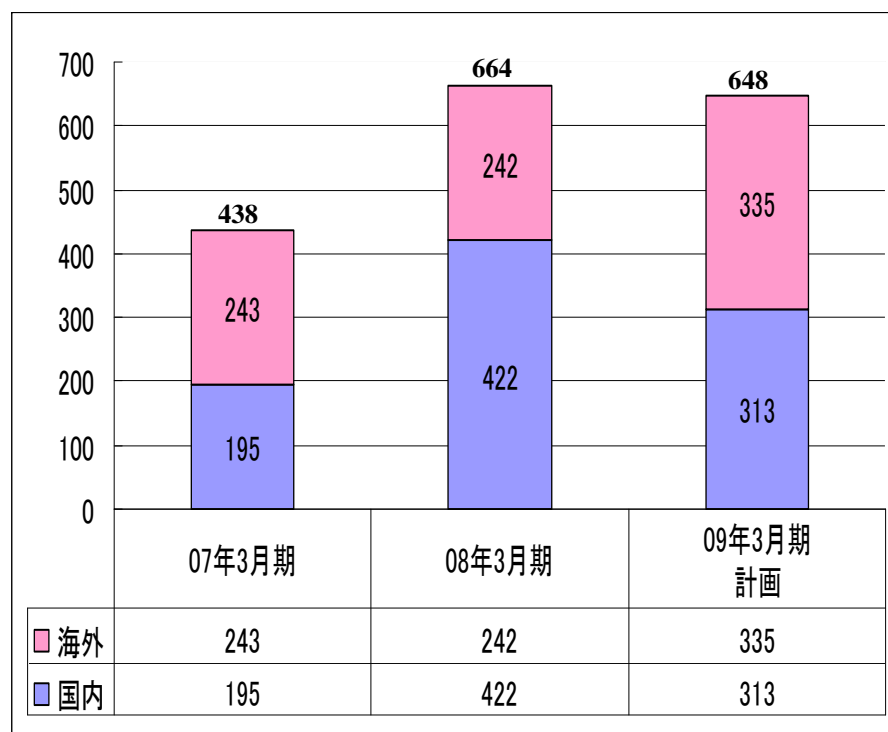
アジア市場



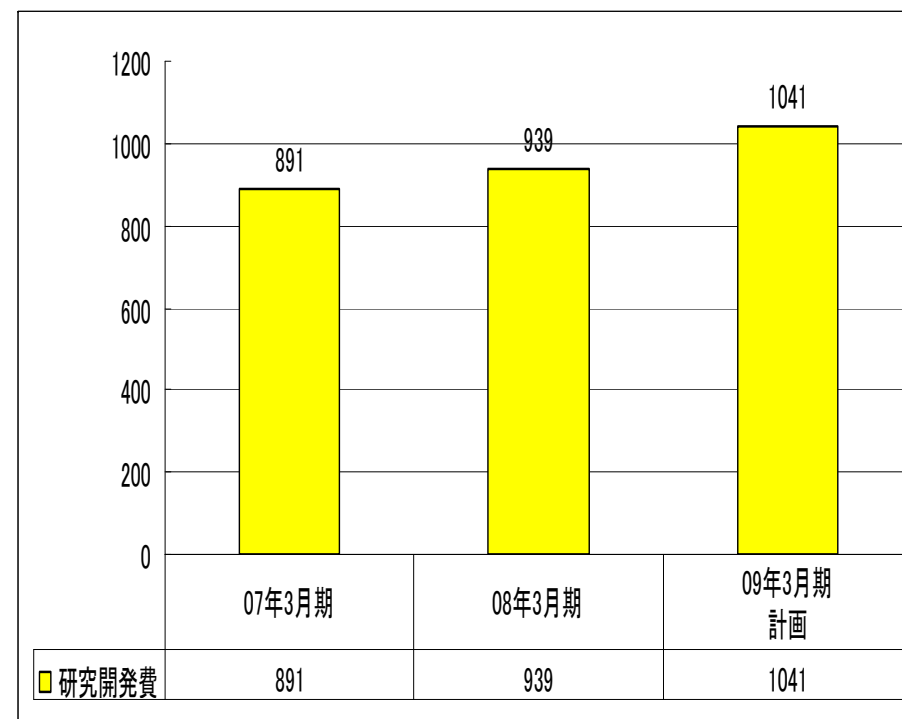
設備投資・研究開発費計画

単位：百万円

設備投資



研究開発費



V. 目論見

Combi Group として

2011年3月期 連結営業利益率8%目論む

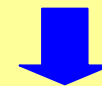
最終的には“連結営業利益率10%”を早い段階で実現する

国内

- ・利益率重視の販売政策継続
- ・アパレル事業の堅調な伸び

海外

- ・Combi brandの徹底訴求によるビジネスサイズの拡大



まずはアジアでの
トップブランドの地位を確立

CSR活動として

社会貢献

- ・全国の乳児院へ製品寄贈(次世代育成支援対策推進法に基づき)
⇒ベビーカー、ラック、子守帯など
- ・次世代育成支援企業として認定マークを取得



社員への子育て支援制度

- ・HELLO BABY HOLIDAY(男性社員の特別育児有給休暇制度)
⇒96名取得(08年3月現在) 取得率100%

株主還元

【配当方針】

業績、安定配当、純資産配当率などを総合的に勘案し、成果配分を行う。

* 08年3月期 1株当たり配当金：22円

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 経営企画部 TEL : 03-5828-7607

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。