

2015年2月期 第2四半期決算説明資料



2014年9月

目 次

1. 2015年2月期 第2四半期決算実績
 2. TOPICS
 3. 2015年2月期 通期計画
業績予想の修正について
- ※ 参考資料 今後の展望
沿革及び概要

1. 2015年2月期 第2四半期決算実績



2015年2月期 第2四半期決算実績

【単位：百万円、％】

	2014年2月期 第2四半期(累計)		2015年2月期 第2四半期(累計)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年 同期比
売上高	24,270	100.0	26,242	100.0	108.1
売上総利益	12,172	50.2	12,710	48.4	104.4
営業利益	3,201	13.2	2,820	10.7	88.1
経常利益	3,234	13.3	2,851	10.9	88.2
四半期純利益	1,937	8.0	1,760	6.7	90.9

実績ポイント

※()内は前年同期比

売上高	262億4千2百万円(108.1%) ■ 新規出店等による売上高の増加 ■ 増税前の駆け込み需要による増加と反動 ■ 天候不順による影響
売上総利益	127億1千万円(104.4%) ■ 駆け込み需要で高単価、低粗利の電動自転車や、NB車を中心に売上高構成比が増加したことにより、売上総利益率が低下
経常利益	28億5千1百万円(88.2%)
四半期純利益	17億6千万円(90.9%)

部門別売上高

【単位:百万円、%】

	2014年2月期 第2四半期(累計)		2015年2月期 第2四半期(累計)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
店舗	23,351	96.2	25,342	96.6	108.5
その他	919	3.8	899	3.4	97.9
合計	24,270	100.0	26,242	100.0	108.1

※ その他売上高には、ロイヤリティ、FC店並びにGMS・HC等への商品売上高、及び外商売上高などを含んでいます。

部門別売上高ポイント

※()内は前年同期比

店舗 ネット	<p>253億4千2百万円(108.5%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■直営店31店舗出店の寄与 (前期:14店舗、今期:17店舗、計31店舗) ■増税前の駆け込み需要による増加と反動 ■既存店売上高 前年同期比 99.9% ■「ネットで注文、お店で受取り」サービスの効果
その他	<p>8億9千9百万円(97.9%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■FC店の売上高減少による、ロイヤリティ等収入の減少

販管費

【単位:百万円、%】

	2014年2月期 第2四半期(累計)		2015年2月期 第2四半期(累計)			
	金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	
販管費	8,971	37.0	9,890	37.7	110.2	
内訳	人件費	3,960	16.3	4,513	17.2	114.0
	広告宣伝費	633	2.6	524	2.0	82.8
	物流費	647	2.7	650	2.5	100.5
	減価償却費	450	1.9	487	1.9	108.2
	その他	3,279	13.5	3,713	14.2	113.2

販管費ポイント(1)

※()内は前年同期比

人件費	<p>45億1千3百万円(114.0%)</p> <p>■従業員数(注1):2,480名 社員:1,197名 パート・アルバイト:1,283名(注2) ■新規採用による増加等</p>
広告宣伝費	<p>5億2千4百万円(82.8%)</p> <p>■第2四半期会計期間に、TVCM等を実施 ■インターネット広告など、効率的な販促による減少</p>
物流費	<p>6億5千万円(100.5%)</p> <p>■NB車の販売比率上昇に伴い、PB出荷台数が減少 ■自社物流による効率化</p>

(注1)従業員数には、取締役及び監査役は含んでおりません。
(注2)パート・アルバイト人数は、1人1日8時間換算で算出しております。
※ 従業員数は速報値のため、実際の人数とは若干異なります。

販管費ポイント(2)

※()内は前年同期比

減価償却費	<p>4億8千7百万円(108.2%)</p> <p>■出店による増加</p>
その他	<p>37億1千3百万円(113.2%)</p> <p>■新規出店及び建替に係る費用等</p>

出店実績

合計:371店舗 (2014年8月20日現在)
(直営店:349店舗 FC店:22店舗)

北海道・東北
関東・甲信越 144 ⇒ 153店舗 +9店舗

中部・北陸 56 ⇒ 60店舗 +4店舗

近畿 91 ⇒ 93店舗 +2店舗

中国・四国・九州 63 ⇒ 65店舗 +2店舗

【2015年2月期】
新規出店エリア:福井県

- ※ FC店(北海道:1店舗、大阪府:7店舗、兵庫県:2店舗、京都府:3店舗、愛知県:1店舗、三重県:4店舗、広島県:1店舗、大分県1店舗、鹿児島県:2店舗)
- ※ FCの三田店と鈴鹿店は、2014年2月期に直営店に変わりました。
- ※ インターネット部門は含んでおりません。
- ※ 前期末店舗数からの増加を示しております。

2. TOPICS



TVCMの実施 「ネットで注文、お店で受取り」



- ◆ 放送期間: 7/4(金)~7/24(木)
- ◆ 露出: TVCM、交通広告、WEB広告、記者会見など
- ◆ 効果
 - ① 前年以上に企業認知拡大効果あり
 - ② インターネットサイトへの流入 前期比12.5%増
 - ③ 7月月間 人気CM動画ランキング 第8位を獲得

PB商品を柱としたブランディングの強化



-WEEKEND BIKES-

誰もが気軽に
ファッションとして
自転車を
コーディネートする
楽しさを提案



MUUR ZERO ST-2

女子レーシング
チームの三浦監督と
ロードバイクブランド
の確立を狙う

2015年2月期 通期計画 業績予想の修正について



① 2015年2月期 通期計画(修正後)

【単位：百万円、％】

	2014年2月期 (実績)		2015年2月期 (当初計画)	2015年2月期(修正後計画)		
	金額	構成比	金額	金額	構成比	前年 同期比
売上高	42,164	100.0	47,439	46,393	100.0	110.0
売上総利益	21,001	49.8	23,892	22,688	48.9	108.0
営業利益	3,556	8.4	4,248	3,261	7.0	91.7
経常利益	3,640	8.6	4,269	3,304	7.1	90.8
当期純利益	2,188	5.2	2,556	2,042	4.4	93.3

② 2015年2月期 通期計画(修正後)

【単位:百万円、%】

	2014年2月期 (実績)		2015年2月期 (当初計画)	2015年2月期(修正後計画)		
	金額	売上高 構成比	金額	金額	売上高 構成比	前年 同期比
販 管 費	17,444	41.4	19,644	19,426	41.9	111.4
内 訳	人 件 費	7,855	18.6	8,776	8,917	113.5
	広告宣伝費	979	2.3	997	841	86.0
	物 流 費	1,155	2.7	1,298	1,148	99.4
	減価償却費	964	2.3	1,154	1,093	113.4
	そ の 他	6,490	15.4	7,417	7,425	114.4

① 通期計画 修正要因

※()内は当初計画比

売上高

修正前 474億3千9百万円

修正後 463億9千3百万円(97.8%)

主な要因: 上期の天候不順

既存店前年比 101.5% 想定

売上総利益

修正前 238億9千2百万円

修正後 226億8千8百万円(95.0%)

主な要因: 消費の二極化

② 通期計画 修正要因

※()内は当初計画比

広告宣伝費

修正前 9億9千7百万円

修正後 8億4千1百万円(84.4%)

効率的な販促活動の実施による減少

物流費

修正前 12億9千8百万円

修正後 11億4千8百万円(88.4%)

国内物流体制の強化、合理化による削減

今後の競争力強化

人間力

- ◆ 人材育成体制の更なる整備、強化
- ◆ 500店舗体制を支える組織開発

商品力

- ◆ メーカーとしてのブランド機能強化
- ◆ 強靱なサプライチェーンの構築

店舗力

- ◆ 新規出店／建て替え
- ◆ 店舗オペレーション効率化／店舗大型化

経営理念

私たちは、自転車を通じて世界の
人々に貢献できる企業を目指します。

その企業目的に賛同し、
参画するすべての人々が、
豊かな人生を送れることを目指します。

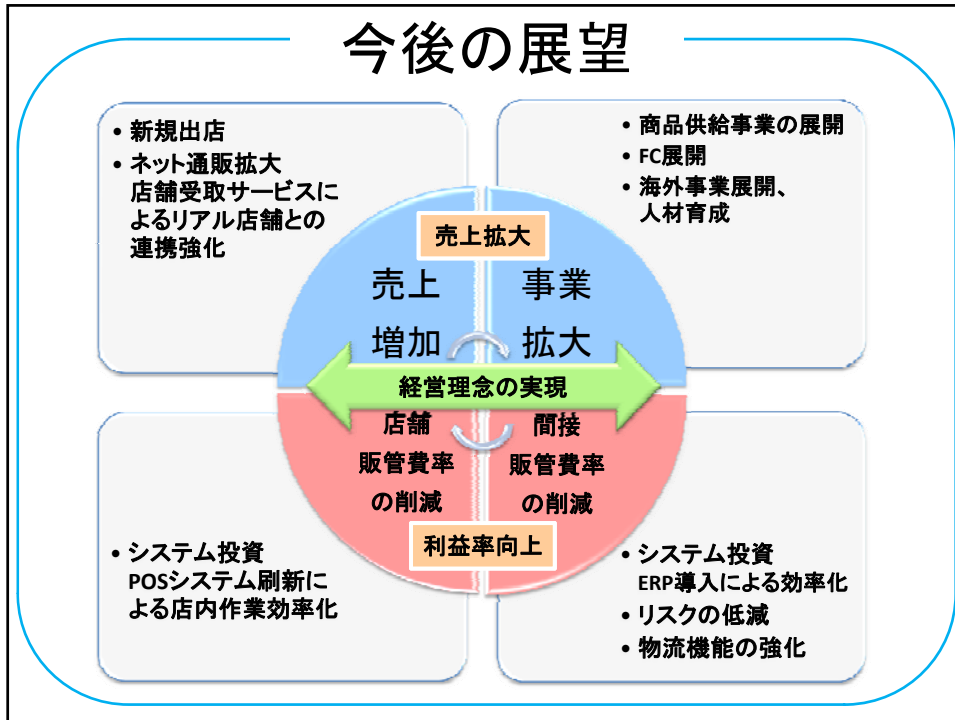
※ 参考資料

今後の展望

沿革及び概要



今後の展望



沿革及び概要

【沿革】

- 1992年: 株式会社あさひに商号変更
- 1994年: 当社初FC店オープン
- 1996年: PB商品開発開始
- 1997年: インターネット通販開始、中部地域へ初出店
- 2000年: 関東地域へ初出店
- 2004年: 関東に物流拠点設置、ジャスタック市場上場
- 2005年: 商品供給開始、西日本物流センター取得(自社倉庫)
東京証券取引所市場第二部上場
- 2007年: サイクルモール・ヤフー一店出店、東京証券取引所市場第一部指定
- 2009年: 創業60周年
サイクルモール・楽天市場店出店
- 2010年: 店舗数200店舗達成
中国現地法人設立 愛三希(北京)自転車商貿有限公司
新社屋移転(5/6)
海外第一号店「自転車基地 愛三希 三元西橋本店」出店(5/8)
- 2011年: 東日本物流センター竣工(自社倉庫)
- 2012年: 国内店舗数 300店舗達成、代表取締役社長の交代
- 2013年: 下田進が取締役を退任

【概要】

- 創業: 1949年4月
- 設立: 1975年5月
- 資本金: 20億61百万円(2015年2月期 第2四半期)
- 事業内容: 自転車及びパーツ、アクセサリ等関連商品の販売
各種整備及び修理等の付帯サービスの提供
- 従業員数: 2,480名(うちアルバイト1,283名)
(2014年8月20日現在)
- 株式市場: 東京証券取引所市場第一部
証券コード: 3333



本社 外観

資料取扱上のご注意

- 本資料に記載されております当社の将来の業績に関わる見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が独自に予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、見通しの達成を保証するものではありません。
- 当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接または間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。
- 本資料の転用等は、ご遠慮くださいませ。

