

# 2021年11月期 第2四半期 決算説明資料



2021年7月13日

Can★Do

(証券コード:2698)

<https://www.cando-web.co.jp>

	プラス与件	マイナス与件
小売業界	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルスの影響により、衛生関連用品・巣ごもり消費は好調</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・緊急事態宣言の再発出による景況感の悪化</li> <li>・物流費用の高騰</li> <li>・原材料の高騰</li> </ul>
100円ショップ業界	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス対応の衛生用品、消耗品の特需継続</li> <li>・ネット販売業者の参入が困難</li> <li>・地域や商業施設からの期待値の上昇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルスの影響による前年度の反動</li> <li>・他業界における低価格競争</li> </ul>
当社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他価格帯商品の取り扱い</li> <li>・Instagramを中心としたSNSにおける認知度向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・母店退店が多い</li> </ul>

(単位:百万円、%)

	2019年11月期 2Q		2020年11月期 2Q		2021年11月期 2Q		前年 同期比	業績予想 対比
	金額	率	金額	率	金額	率		
売上高	35,719	100.0	36,854	100.0	37,353	100.0	101.4	100.7
売上総利益	13,776	38.6	14,126	38.3	14,264	38.2	101.0	—
営業利益	871	2.4	891	2.4	1,044	2.8	117.1	102.4
経常利益	930	2.6	934	2.5	1,082	2.9	115.8	102.1
親会社株主に帰属 する四半期純利益	450	1.3	417	1.1	472	1.3	113.2	112.9
一株当たり 四半期純利益	28.31 円		26.25 円		29.66 円		113.0	—
会計期末 店舗数	1,016 店舗		1,044 店舗		1,128 店舗		(※) 84店舗	—

(※)2021年11月期2Q末店舗数1,128店舗—2020年11月期2Q末店舗数1,044店舗

# 既存直営店売上高 前年比推移(月次)



2021年11月期  
2Q

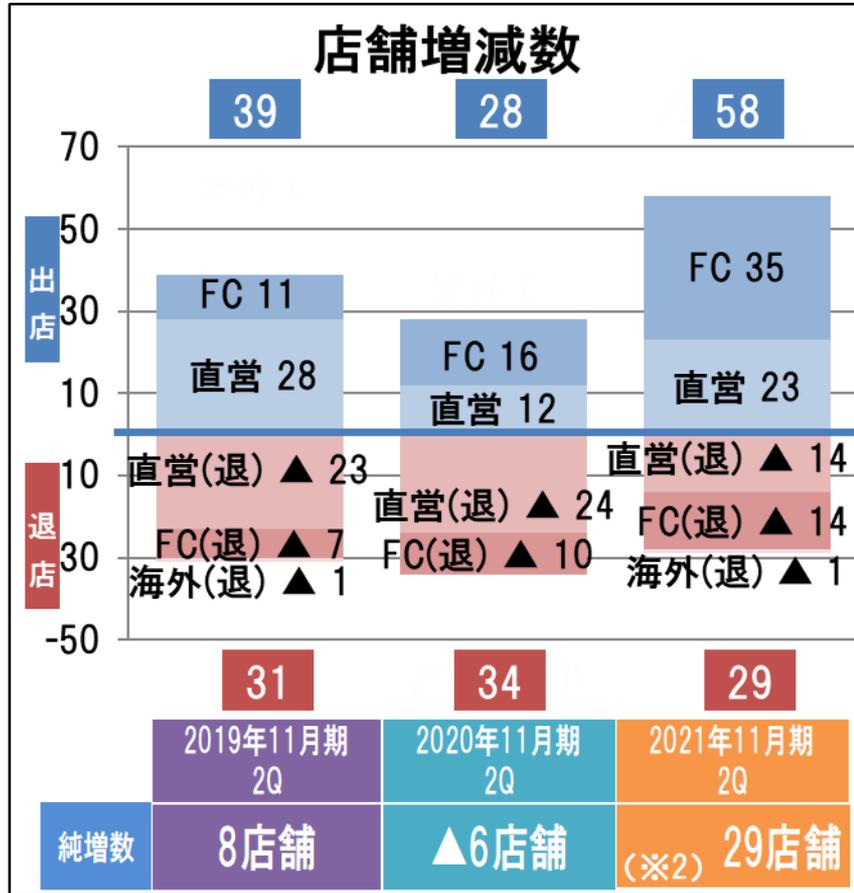
(3月～5月 : 94.8%)  
(12月～5月 : 96.8%)

3月 : 緊急事態宣言発出に伴う外出自粛・商業施設の営業時間短縮による客数減

4月・5月 :

前年の緊急事態宣言発出に伴う特需発生の反動、  
今年の緊急事態宣言発出に伴う外出自粛・  
商業施設の休業・営業時間短縮による客数減

## 出退店数の状況



### 出店・リニューアル

- 新規出店:58店舗(計画:80/通期)  
直営23店舗(委託店含む(※1))、FC35店舗
- リニューアル:37店舗

### 退店

- 29店舗(計画:55/通期)  
直営14店舗、FC14店舗、海外FC1店舗

【増減】直営+9店舗、FC+21店舗、海外FC▲1店舗

**1,128店舗**

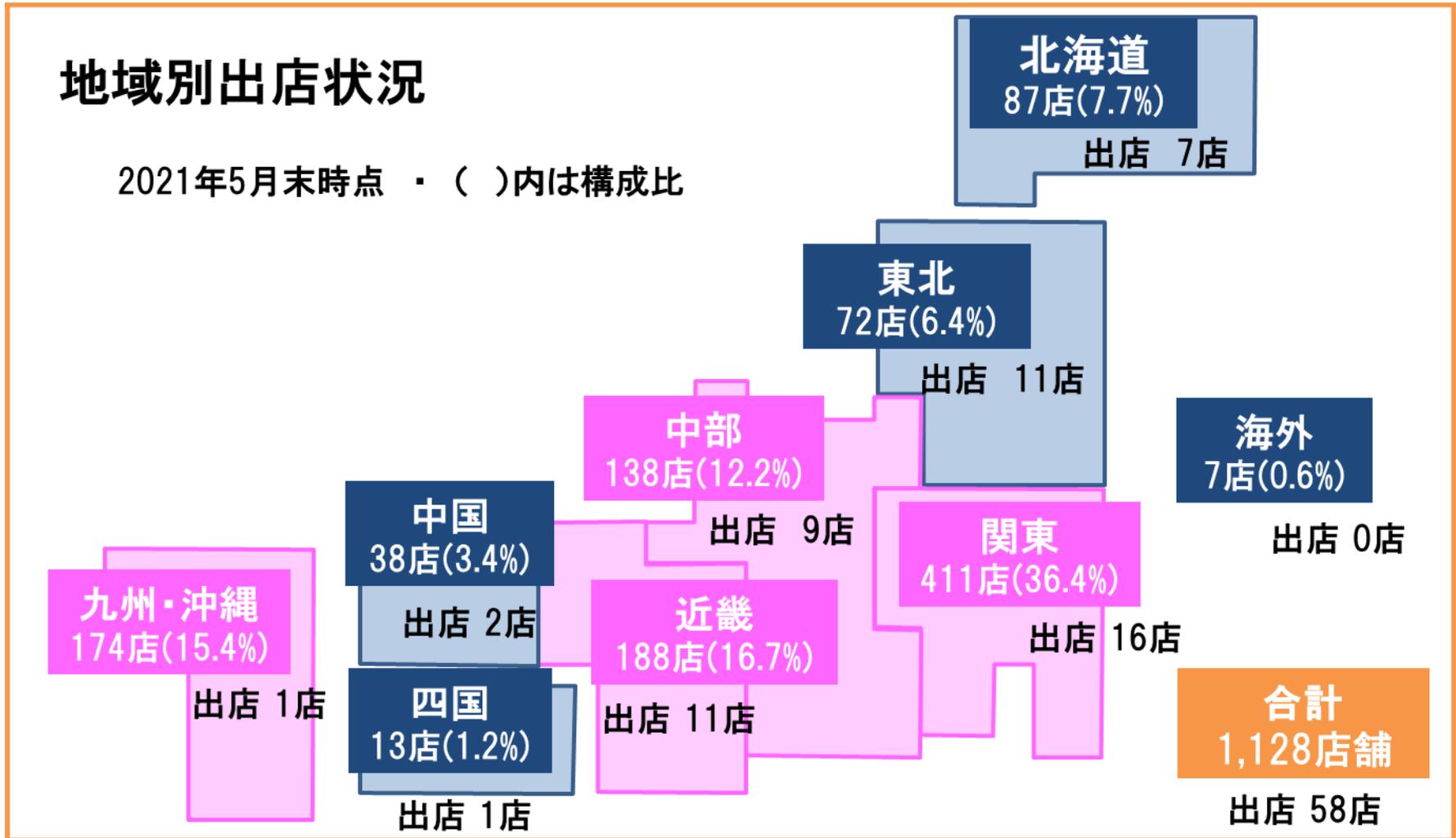
(※1)2021年11月期2Qより売上高の拡大と収益体質の強化を目的とした、委託店舗の出店をスタートさせました。  
 (※2)2021年11月期2Q末店舗数1,128店舗ー2020年11月期末店舗数1,065店舗ーキャンドウセレクト34店舗  
 売場規模が小さかった為、開示店舗数に含めていなかった、キャンドウセレクト計34店を2021年3月末より、  
 現在店舗数に含めております。キャンドウセレクトとは、日用消耗品を中心に厳選した品揃えの店舗になります。

## ザ・ビッグエクストラ大安寺店 (奈良県・2021年3月13日オープン・51坪・委託店1号店)

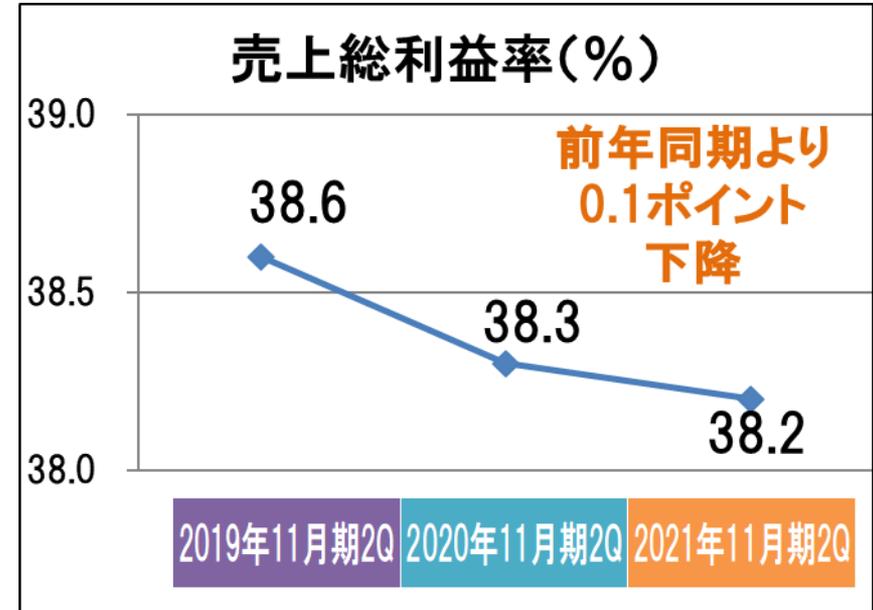
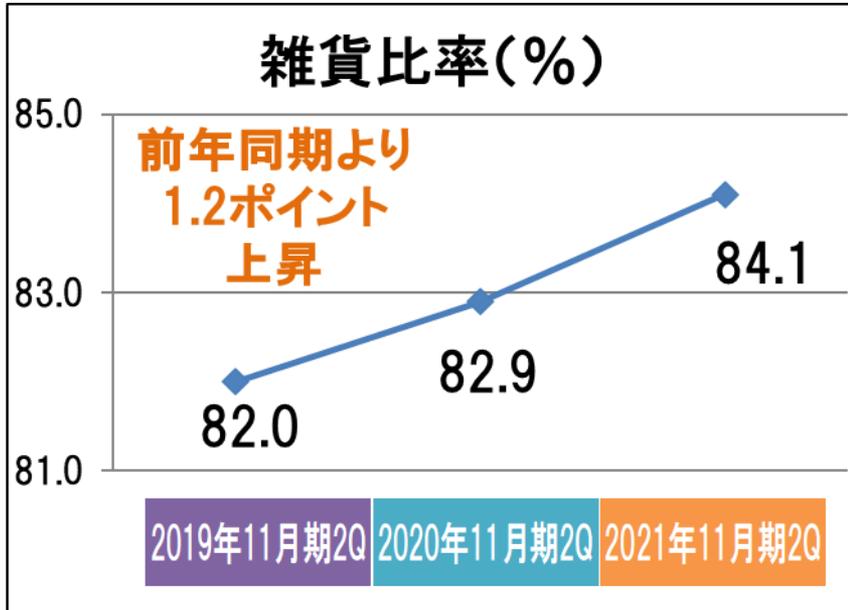


## 地域別出店状況

2021年5月末時点 ・ ( )内は構成比



# 売上総利益の内訳



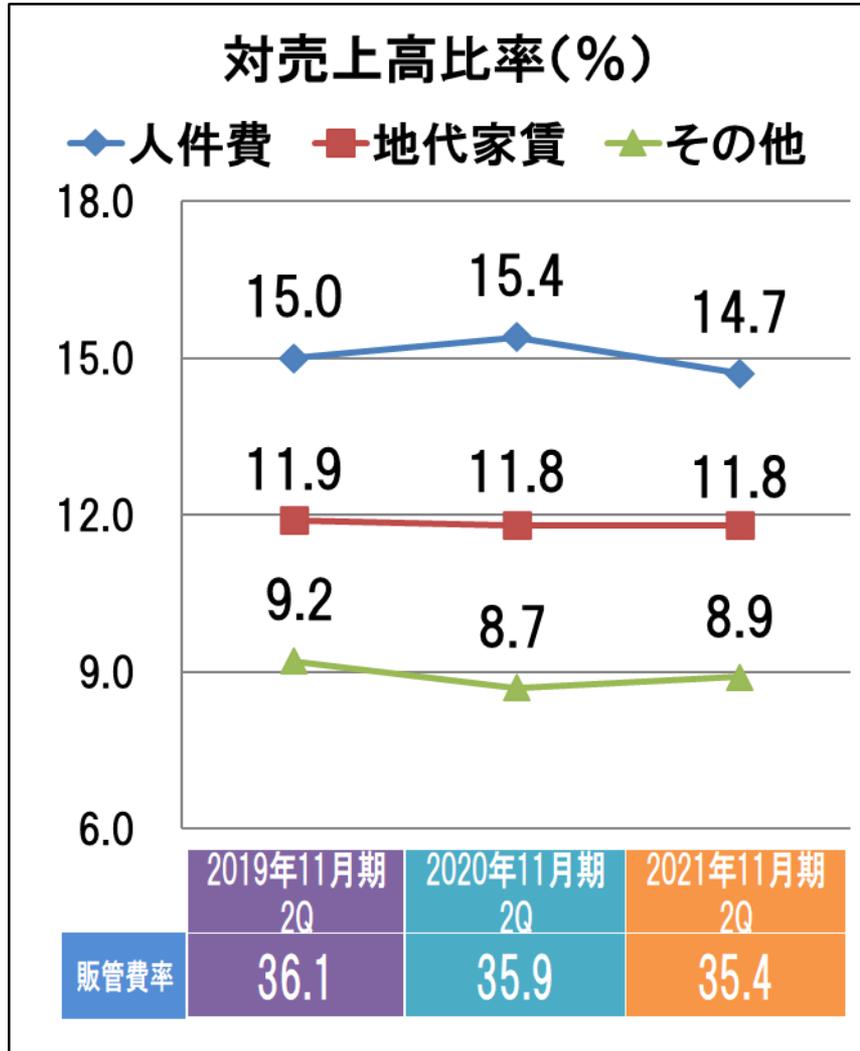
## 雑貨比率の上昇

- 他価格帯商品の売上比率増加
- 巣ごもり需要により、一部雑貨商品の売上の伸長

## 売上総利益率の下降

- 他価格帯商品の売上比率増加
- 卸売上比率の増加

## 販管費の内訳



### 抑制要因

- 人件費：退職給付費用の減少、  
アルバイト総労働時間の抑制、  
外注人件費(人材派遣)の抑制
- 地代家賃：売上高が概ね計画通りであった  
ことにより地代家賃比率は横ばい
- その他費用：消耗品費、修繕費、水道光熱費、  
旅費交通費の抑制

### 増加要因

- その他費用：母店販促協力費増加、  
システム再構築関連費用の増加、  
通信費の増加

販管費率▲0.5ポイント

# 設備投資の状況

基幹システムをはじめとしたシステムの再構築及び  
 キャッシュレス対応を継続しつつ  
 概ね計画通りの出店・リニューアルを推進しました。

(単位:百万円)

	2020年11月期2Q	2021年11月期2Q	増減
設備投資額	615	973	357
減価償却費	545	572	26

## ◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2020年11月期2Q	2021年11月期2Q	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	592	(※) 836	243
情報システム関連投資	23	137	114
合計	615	973	357

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

# 連結貸借対照表の状況

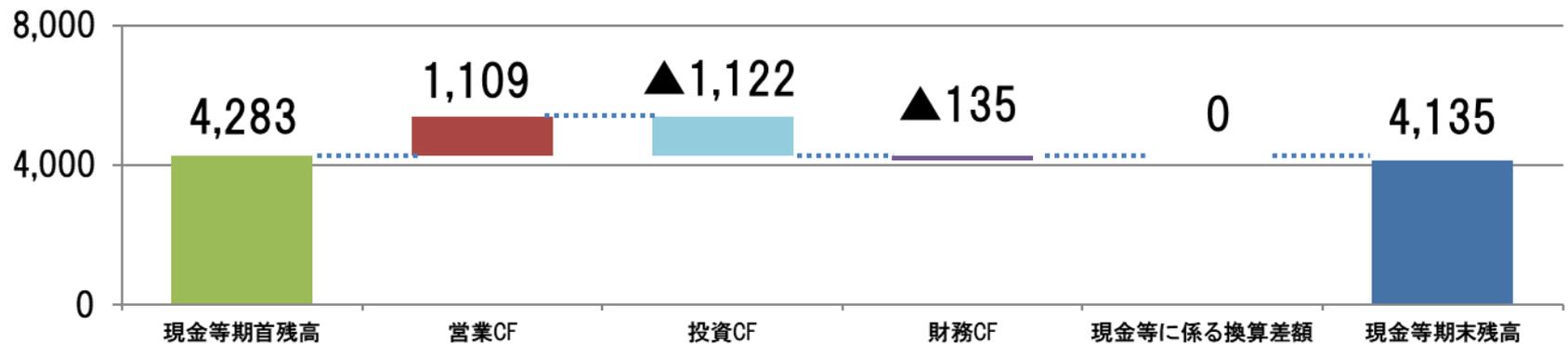
(単位:百万円)	2020年 11月期	2021年 11月期2Q	前年 増減額		2020年 11月期	2021年 11月期2Q	前年 増減額
流動資産合計	13,906	13,974	68	流動負債合計	11,324	11,068	▲ 255
現金及び預金	4,283	4,135	▲ 148	仕入債務	8,701	9,010	② 308
売上債権・未収入金	2,724	2,849	① 124	その他流動負債	2,622	2,058	③ ▲ 564
商品	6,256	6,415	158	固定負債合計	4,479	4,538	59
その他流動資産	641	574	▲ 66	退職給付に係る負債	2,097	2,166	68
有形固定資産合計	6,517	6,714	196	資産除去債務	1,762	1,779	17
建物及び構築物	5,294	5,432	137	負ののれん	247	228	▲ 19
その他有形固定資産	1,223	1,281	58	その他固定負債	372	364	▲ 7
無形固定資産合計	691	638	▲ 52	負債合計	15,804	15,607	▲ 196
投資その他の資産合計	7,264	7,241	▲ 23	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,471	5,461	▲ 9	資本剰余金	3,068	3,082	13
その他投資その他の資産	1,792	1,779	▲ 13	利益剰余金	7,682	8,020	④ 337
固定資産合計	14,473	14,594	121	自己株式	▲ 1,210	▲ 1,155	55
資産合計	28,379	28,569	189	その他の包括利益累計額	▲ 41	▲ 14	26
				新株予約権	46	0	▲ 46
				純資産合計	12,575	12,961	385
				負債純資産合計	28,379	28,569	189

※対前年増減額が大きな項目について、その主なものを以下に記載

- ① 未収入金の増加135百万円
- ② 電子記録債務の増加469百万円
- ③ 未払消費税の減少228百万円、未払法人税等の減少66百万円
- ④ 配当支払後の四半期純利益により337百万円増加

# 連結キャッシュ・フローの状況

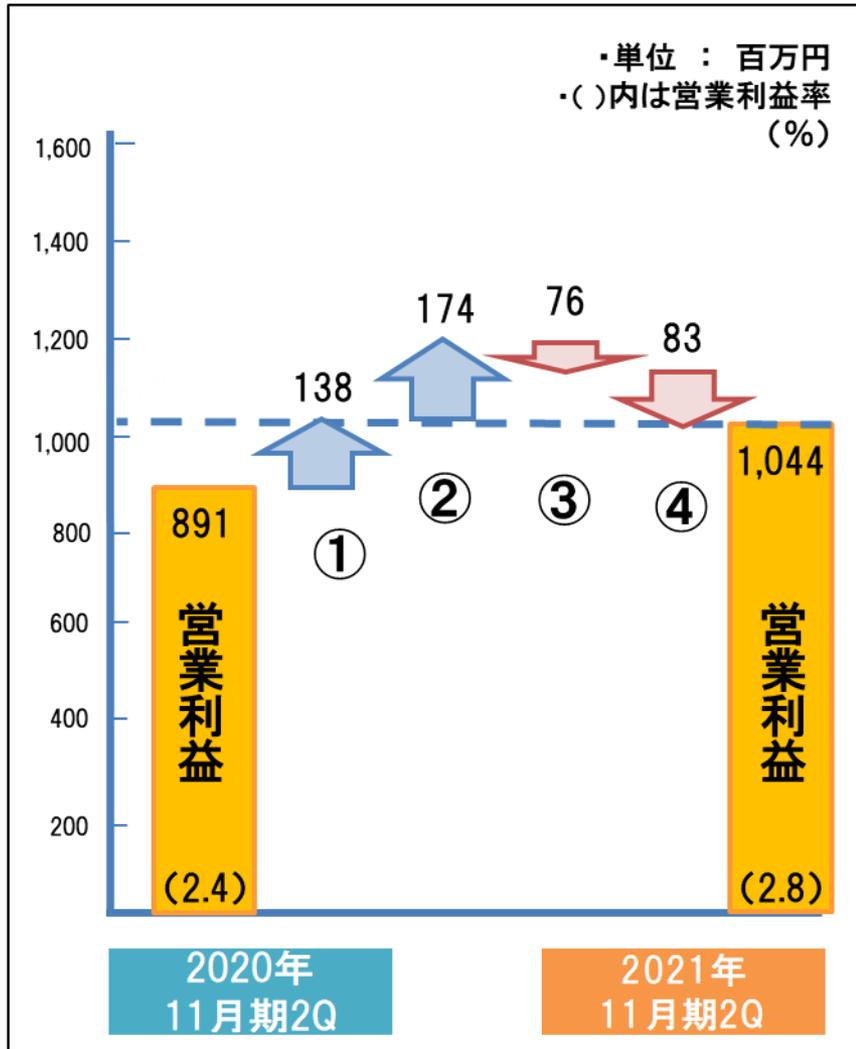
(単位:百万円)	2020年11月期2Q	2021年11月期2Q	増減
営業キャッシュ・フロー	1,657	1,109	▲ 547
投資キャッシュ・フロー	▲ 768	▲ 1,122	▲ 354
財務キャッシュ・フロー	▲ 135	▲ 135	▲ 0
現金・現金同等物換算差額	0	0	0
現金・現金同等物期首残高	4,190	4,283	93
現金・現金同等物期末残高	4,943	4,135	▲ 808



## ●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前四半期純利益865百万円に対して、  
 加算項目は減価償却費572百万円、仕入債務の増加308百万円等  
 減算項目は法人税等の支払466百万円、たな卸資産の増加158百万円、未収入金の増加135百万円等

# 営業利益 前年差異分析



## 増加要因

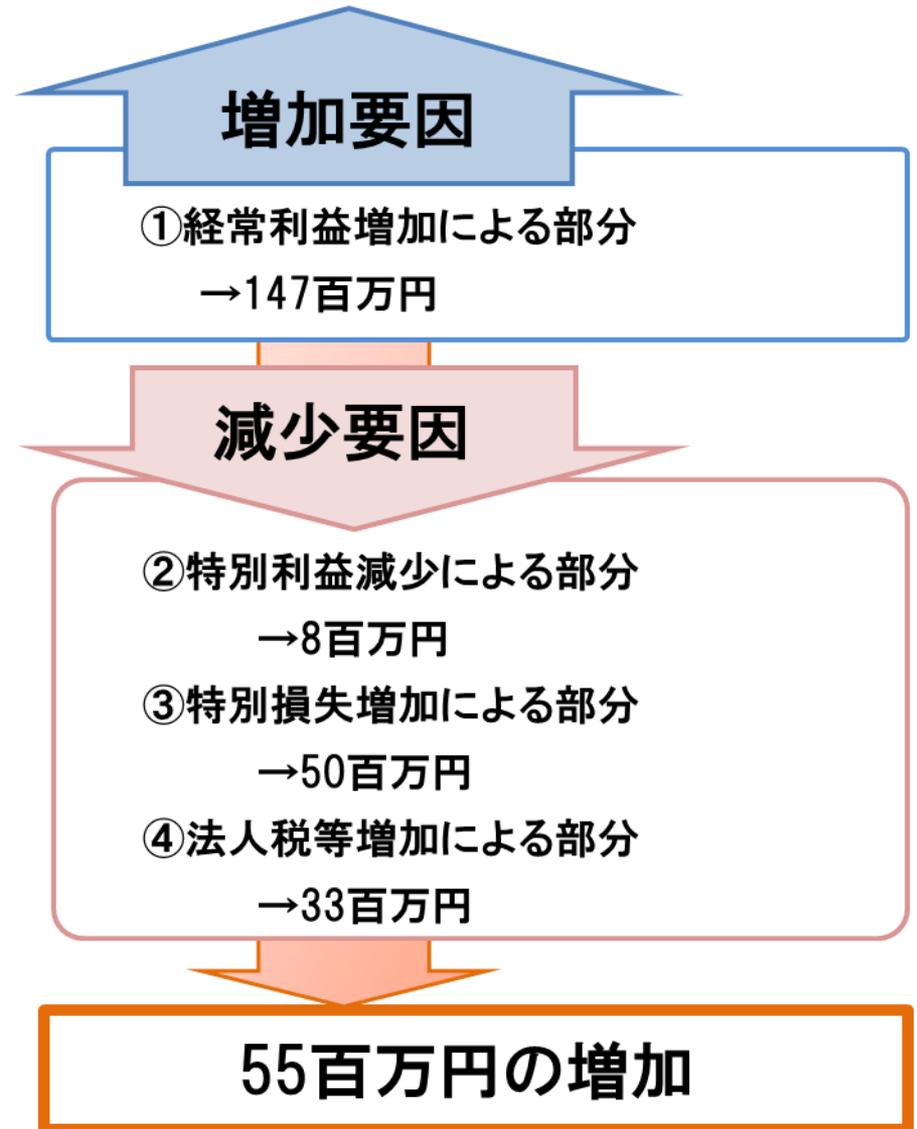
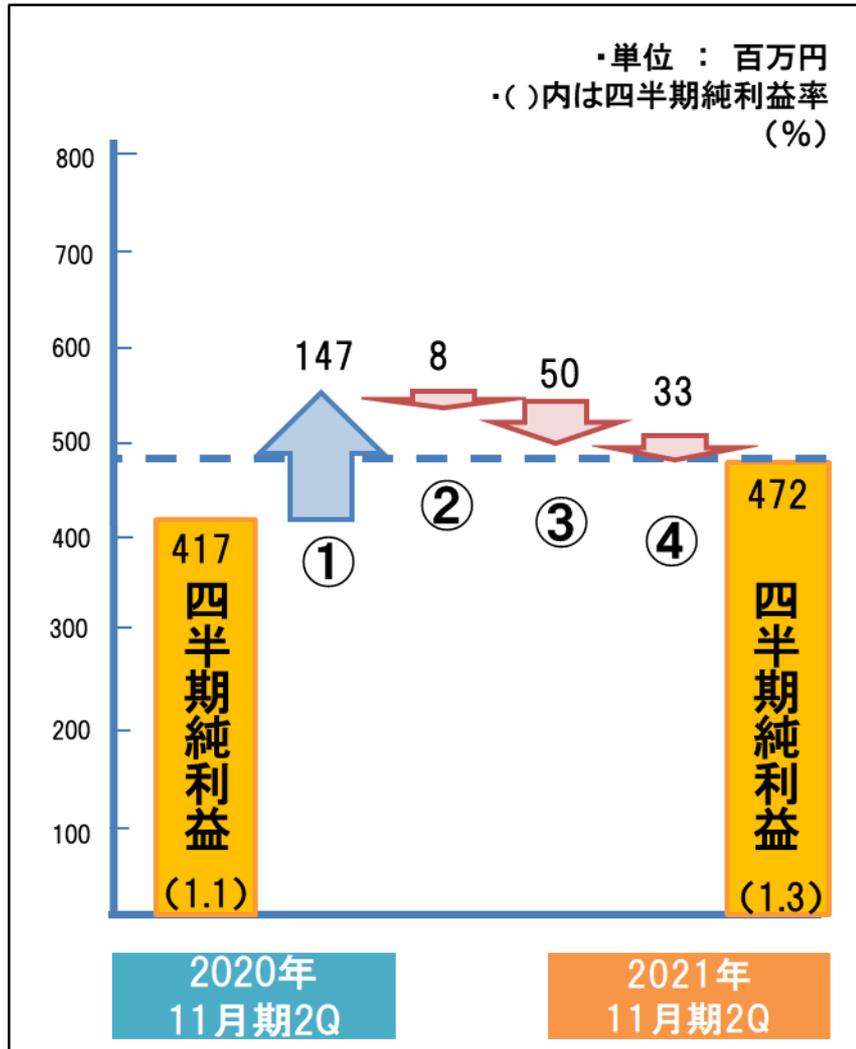
- ①売上総利益増加による部分  
(売上増×売上総利益率)  
→138百万円
- ②人件費減少による部分  
→174百万円

## 減少要因

- ③地代家賃増加による部分  
→76百万円
- ④その他販管費増加による部分  
→83百万円(母店販促協力費増加等)

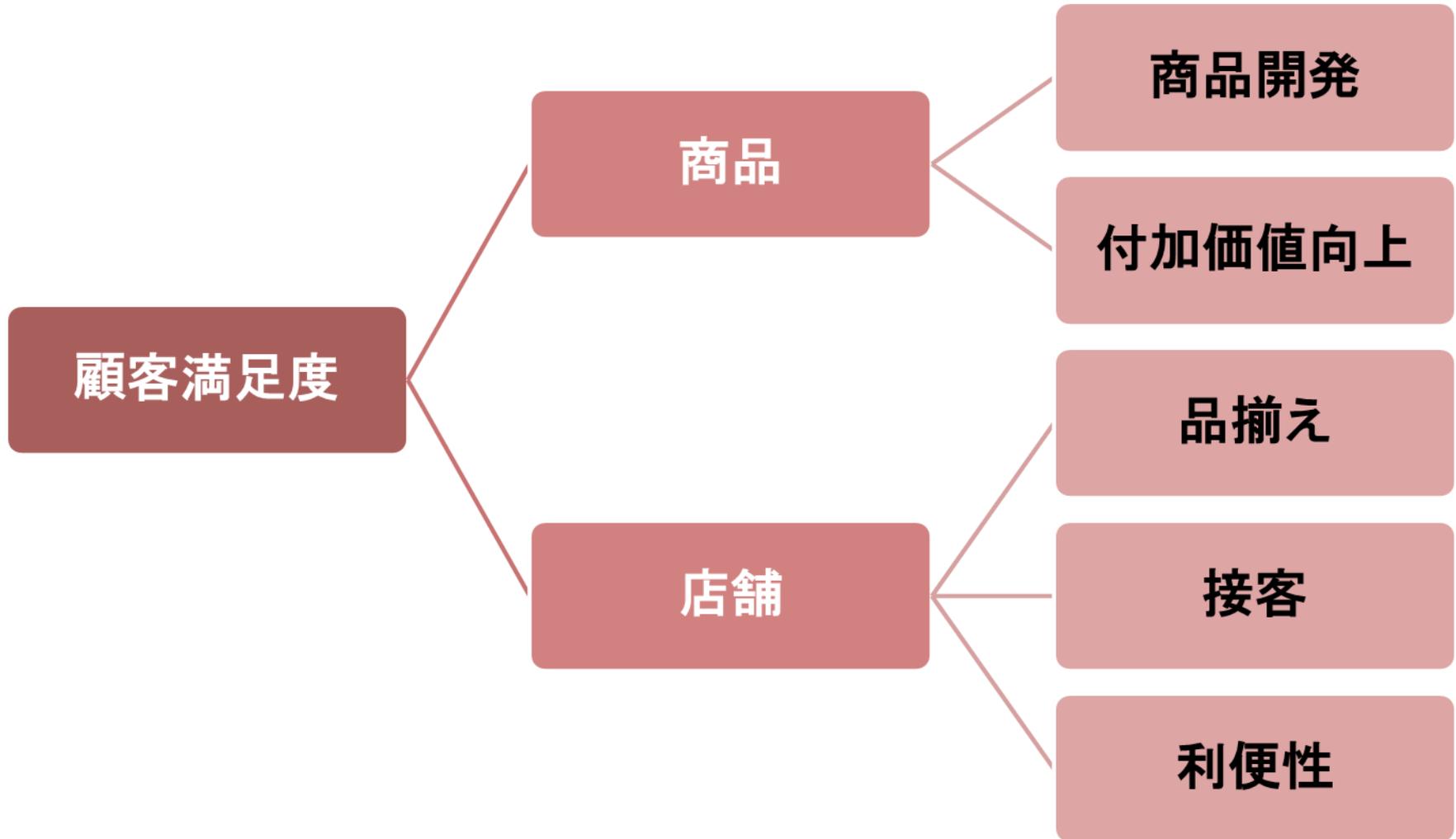
**152百万円の増加**

# 四半期純利益 前年差異分析



# 2021年11月期の取り組み

## 進捗報告



**2021年11月期の具体的取り組み：I**

**『お客様のニーズに対応する品揃え』**

## ① 他価格帯商品の拡充

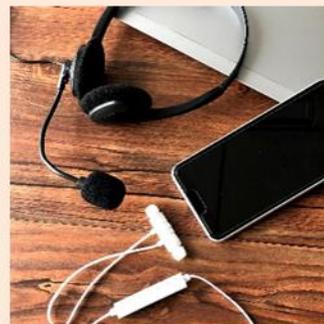
アウトドアグッズ



接触冷感・ひんやり  
マスク



マイク付きイヤホン



機能性ケーブル



スピーカー



天然素材スリッパ



ひっかけランドリーフック



LHコラボ収納ポーチ



## ② 新しい生活様式に対応する商品開発

シリコンホルダー付  
携帯用ボトル



肌映えマスク



シリコンイヤークフ



5連マスク洗濯ネット



セルフネイル:  
ジェルシール



シンプルエコバッグ



次が使いやすい  
ゴミ袋



エンディングノート



## ③ シーズンディレクションマップに基づく商品開発

アウトドアグッズ



鳥柄ランチシリーズ



虫よけグッズ



暑さ対策グッズ



## ④ お客様のニーズに対応する確実性の高い商品開発

手塚知育シリーズ



角型機能スティックのり



食品用圧縮袋・ポンプ



シリコンたわし



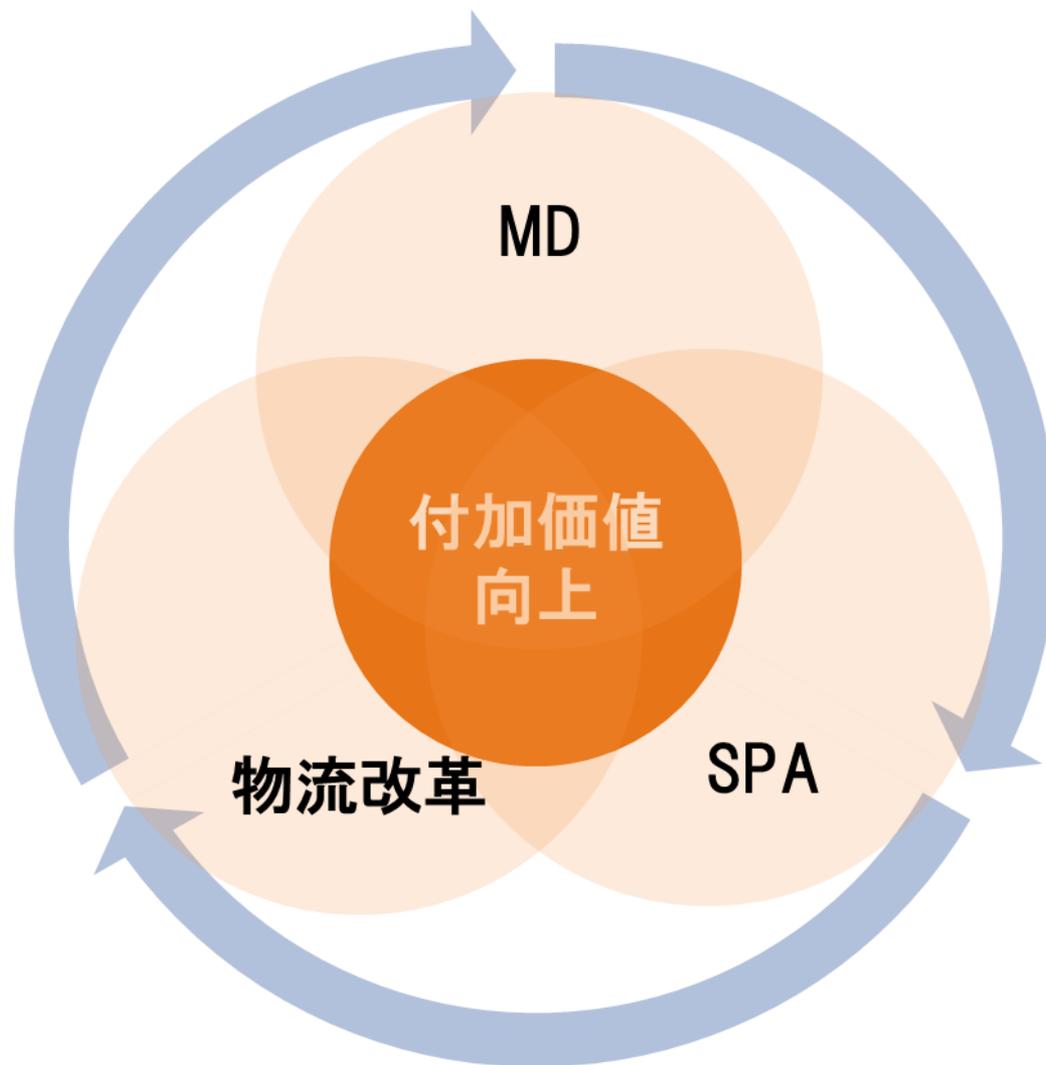
## 環境を配慮した商品開発

当社は、環境への配慮を含むサステナビリティへの取り組みとして、エコマークなどの認証商品やバイオマス・非木材原料による商品開発をしております。

消費者においても、商品を取り巻く地球環境や社会の持続可能性を重視する「エシカル消費」が注目されており、当社も、継続的に使用可能なシリコンなどを使用した商品開発も強化しております。

今後も環境を配慮した商品を開発してまいります。





## 付加価値向上の具体的取り組み

MD	■ 商品ラインナップの拡充と品揃えの精度向上による機会損失の回避
SPA	■ グループ企業活用による商品調達力の強化と商品原価の抑制
物流改革	■ 配送効率の向上及び店舗オペレーションの改善を見据えた物流拠点の移設

- ・フォロワー数は、2021年5月現在、76万人超
- ・国内企業ランキングは、47位(対象10,000社超)
- ・お洒落な画像による商品活用シーン提案



LHコラボシリーズ



フルーツ  
ヘアアクセサリ



みつばちハッチ  
コラボ



サーフィンテリア  
シリーズ



・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先するTwitterですみ分け

・メディアで取り上げられた商品もリツイート

・推し活アイテムなどTwitterユーザーに親和性の高い商品を紹介

おそ松さん  
シリーズ



CanZoo  
シリーズ



MAGIAシリーズ



「ひろし」ふりかけ



## 2021年11月期の具体的取り組み：Ⅱ

### 『お客様の期待に応え続ける店舗づくり』

## 品揃え

■ POSデータと本部情報を活用し  
個店ごとの品揃えと在庫量を最適化

→ 当期より新設した「MD課」による、  
区画の大きさに合わせた、  
「あるべき品揃え」の推進

→ POSデータの活用による  
お客様のニーズとトレンドを踏まえた、  
店舗ごとの機会損失の抑制

## 接客

■ 目指す接客の在り方を明確化するとともに、それを全店に浸透させる教育体系を構築

- 「顧客満足度」追求のため、接客のハンドブックを刷新し、「キャンドゥ」の接客の在り方を再定義
- 接客検定を仕組化することにより、トレーナー主導での店舗従業員に対する教育を推進

## 利便性

■ 決済手段の拡充を図るとともに、提供する価値を全国のお客様にお届けすべくパートナー企業様との協業等による出店を推進

→ QRコード決済650店舗導入  
(2021年5月末時点)

→ 委託店の出店開始

→ DCMグループとの出店強化

出店数：21店舗

(2020年12月～2021年5月実績)

## 【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドウの現在の計画、見通し、戦略、認識、評価、想定等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社キャンドウの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、様々な重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみにより全面的に依拠することはお控えいただくようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願い申し上げます。