

point

2012年2月期  
第1四半期決算補足資料

株式会社ポイント

<http://www.point.co.jp/>

## 次期中計での飛躍に向けた強い企業体質の構築

### 基幹ブランド強化のために積極的な経営資源投入を実施

- ▶ 組織改編による体制強化
- ▶ 新MDラインの追加、雑貨強化による差別化

### 商品企画・サプライチェーン・営業サポート体制の強化

- ▶ 自社商品企画機能の確立と取引先との協働体制強化
- ▶ 関西地区に物流拠点の新設

## Strategy1

### 既存ブランドの成長と変革による業容拡大

- ▶ ローリーズファーム、グローバルワークの大型店が好調に推移
- ▶ ローリーズファーム駅中業態が好調にスタート

## Strategy2

### ビジネスモデルの強化による永続的成長

- ▶ 自社商品企画での秋・冬物商品について生産本部・各ブランドの検討進捗
- ▶ 物流体制は正常化。関西地区に物流拠点新設を検討

## Strategy3

### 将来の成長に向けて新たなマーケットの開拓

- ▶ レピピアルマリオが認知向上とMD精度向上に伴い大きく伸長
- ▶ 今春スタートした新ブランドは仮説の検証・修正段階

## Strategy4

### 積極的な人材投資による組織力強化

- ▶ 月次店長会議は再開。社員研修も下期から当初計画ベースに再開

# 2012年2月期計画

point

単位:百万円	2011/2期		2012/2期(計画)		
		構成比		構成比	前期比
売上高	105,893	100.0%	116,000	100.0%	109.5%
売上総利益	63,360	59.8%	69,000	59.5%	108.9%
販管費	48,030	45.4%	55,000	47.4%	114.5%
経常利益	15,504	14.6%	14,100	12.2%	90.9%
特別損失	1,259	1.2%	1,300	1.1%	103.2%
当期純利益	8,400	7.9%	7,500	6.5%	89.3%
期末店舗数	747	-	823	-	76店増

## 永続的成長に向けた戦略投資、広告宣伝強化により増収減益

	出店数	退店数	改装数
国内	93	31	69
海外	17	3	1
合計	110	34	70

- ・国内売上1,120億円、海外売上40億円
- ・国内既存店売上前年比96.0%
- ・広告宣伝の積極展開により広告宣伝比率3%に上昇
- ・減価償却費29億円の計画
- ・設備投資63億円の計画

# 2012年2月期 1Q(累計)決算のポイント

point

単位:百万円	2011/2期 1Q(累計)		2012/2期 1Q(累計)		
		構成比		構成比	前期比
売上高	23,186	100.0%	24,995	100.0%	107.8%
売上総利益	14,651	63.2%	15,480	61.9%	105.7%
販管費	11,098	47.9%	13,261	53.1%	119.5%
経常利益	3,616	15.6%	2,269	9.1%	62.8%
特別損失	528	2.3%	480	1.9%	91.0%
四半期純利益	1,845	8.0%	1,068	4.3%	57.9%
期末店舗数	694	-	808	-	114店増

## 積極出店と広告宣伝の積極投入するも震災の影響により増収減益

- ・売上高は震災の影響を受けるも、積極出店と海外売上増加により増収を確保  
～ 国内既存店前年比93.2%、海外は前年同期比37.0%増と大きく伸長
- ・売上総利益率は震災後のセールイベント、震災時の物流経費負担増により前年同期比1.3%低下
- ・販管費はTVCM実施による広告宣伝費の増加や積極出店により大きく伸長
- ・特別損失として震災関連の損失435百万円、減損損失19百万円、退店・改装関係25百万円を計上
- ・出店数70店舗(国内68、海外2)と四半期としては過去最高の出店を実施
- ・在庫は前年同期比45.8%増。前期の残在庫増と震災影響による春物在庫増が要因

# 販売管理費の状況

point

単位:百万円	2011/2期 1Q(累計)		2012/2期 1Q(累計)		
		売上比		売上比	前期比
広告宣伝費	593	2.6%	1,312	5.3%	221.1%
人件費	3,705	16.0%	4,158	16.6%	112.2%
地代家賃	3,901	16.8%	4,402	17.6%	112.8%
リース料	560	2.4%	427	1.7%	76.3%
減価償却費	471	2.0%	753	3.0%	159.9%
その他	1,865	8.1%	2,206	8.8%	118.2%
合計	11,098	47.9%	13,261	53.1%	119.5%

## 積極出店とTVCM実施により大きく伸長

- ・広告宣伝費: ローリーズファームTVCM実施
- ・人件費: 積極出店と前期からの外部人材積極採用
- ・地代家賃・減価償却費: 積極出店(1Q末店舗数は前年同期比116.4%)
- ・その他: 積極出店に伴うイニシャルコスト等

# ブランド別売上状況(国内) 計画・実績

point

単位:百万円	2011/2期1Q(累計)		2012/2期1Q(累計)			2012/2期 計画		
		構成比		構成比	前期比		構成比	前期比
レイジブルー	1,611	7.2%	1,846	7.7%	114.6%	8,200	7.3%	103.7%
グローバルワーク	5,259	23.4%	5,668	23.5%	107.8%	26,100	23.3%	105.7%
ローリース'ファーム	5,629	25.0%	5,441	22.6%	96.7%	25,700	22.9%	108.9%
ジーナシス	2,647	11.8%	2,444	10.1%	92.3%	12,000	10.7%	100.6%
ハザー	1,697	7.5%	1,929	8.0%	113.6%	8,700	7.8%	111.4%
ハレ	927	4.1%	812	3.3%	87.7%	4,700	4.2%	102.8%
アバートハイローリース'	965	4.3%	1,029	4.3%	106.7%	3,700	3.3%	80.7%
レブシムローリース'ファーム	2,554	11.3%	2,748	11.4%	107.6%	13,300	11.9%	111.5%
レビリアルマリオ	47	0.2%	282	1.2%	600.2%	1,200	1.1%	281.8%
ジュエリウム	-	-	96	0.4%	-	350	0.3%	400.0%
トゥールノジーナ	-	-	62	0.3%	-	250	0.2%	-
ナッシュダレック	-	-	61	0.3%	-	300	0.3%	-
コレクトポイント(オリジナル)	26	0.1%	211	0.9%	801.2%	1,300	1.2%	368.4%
ナインブロックス	1,159	5.1%	1,451	6.0%	125.2%	6,200	5.5%	116.1%
他共合計	22,526	100.0%	24,090	100.0%	106.9%	112,000	100.0%	108.5%

ナインブロックスにはブランドアウトレットを含んでおります  
 インメルカートはレブシムローリース'ファームに合算しております

# 店舗業態別出店・退店状況(国内) 計画・実績

point

単位:百万円	2012/2期1Q(累計)					2012/2期 計画				
	期首 店数	出店	変更	退店	期末 店数	期首 店数	出店	変更	退店	期末 店数
レイジブルー	55	2	-	-	57	55	4	-	1	58
グローバルワーク	162	8	-	-	170	162	14	-	5	171
ローリーズファーム	130	12	1	1	142	130	18	2	3	147
ジナシス	80	2	-	1	81	80	3	-	1	82
ハザ	69	4	-	2	71	69	7	-	3	73
ハレ	31	4	-	-	35	31	4	-	-	35
アパートハイロリーズ	32	3	1	2	32	32	3	2	6	27
レブシムローリーズファーム	105	9	-	-	114	105	11	-	6	110
レビビアルマリオ	8	6	-	-	14	8	7	-	-	15
ジュエリウム	5	4	-	-	9	5	4	-	2	7
トゥールジーナ	2	7	-	-	9	2	7	-	1	8
ナッシュダレック	-	5	-	-	5	-	5	-	1	4
コレクトポイント	6	-	-	-	6	6	1	-	1	6
ナインブロックス	21	2	-	1	22	21	5	-	1	25
合計	706	68	-	7	767	706	93	-	31	768

店数にはECサイト・自社ECサイトを含んでおります  
 複合店舗は店舗を運営しているブランドで集計しております  
 ナインブロックスにはブランドアウトレットを含んでおります  
 インメルカートはレブシムローリーズファームに合算しております

## 業績予想の適切な利用に関する説明

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、実際の業績は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

## その他留意事項

資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は元データから算出しております。

point