



株式会社ワッツ

(2735 東京証券取引所市場第一部)

2015年8月期 第2四半期決算について

2015年4月13日(月)

代表取締役社長 平岡 史生

目次



2015年8月期 第2四半期連結決算と
通期計画の進捗状況について

P 2 — P 15

中期事業計画(2015年～2017年)について

P 17 — P 28

(参考資料)

P 30 — P 43



2015年8月期第2四半期 業績ハイライト



(単位:百万円)

| | 2014年8月期第2四半期 | | 2015年8月期第2四半期(当期) | | | |
|----------------|---------------|-------|-------------------|-------|--------|-------|
| | | 構成比 | | 構成比 | 前年同期比 | 計画比 |
| 売上高 | 21,545 | — | 22,011 | — | 102.2% | 98.3% |
| 売上総利益 | 8,186 | 38.0% | 8,360 | 38.0% | 102.1% | — |
| 販売費および一般管理費 | 7,280 | 33.8% | 7,561 | 34.4% | 103.9% | — |
| 営業利益 | 906 | 4.2% | 799 | 3.6% | 88.2% | 90.9% |
| 経常利益 | 905 | 4.8% | 800 | 3.6% | 88.4% | 91.0% |
| 四半期純利益 | 480 | 2.2% | 493 | 2.2% | 102.5% | 98.6% |
| 1株当たり四半期純利益(円) | 35.50 | | 36.40 | | 102.5% | 98.6% |

- ✔ 売上高は、100円ショップの新規出店や既存店改装効果と、海外やブォーナ・ビータの売上寄与により、前年同期比2.2%増。
- ✔ 100円ショップ事業は、国内市場の消費回復の遅れの影響を受け、直営既存店は前年同期比1.6%減。全体でも1.3%の小幅の増加に留まった。
- ✔ 利益は円安と出店費用の増嵩を主因として前年比大きく減少したものの、中間期業績予想の90%は確保。



2015年8月期第2四半期 トピックス(1)



国内事業の更なる拡大

- ✔ Watts(ワッツ)店舗: 100円ショップ「meets.」神戸ハーバーランド店をリニューアルし、「ワッツ」の屋号で第一号店を出店。30頁～ご参照。
- ✔ (株)ワッツオースリー中四国: 2014年9月(株)大専を存続会社として、(株)ワッツオースリー販売の中四国エリア事業を分割する吸収分割を実施。存続会社の専は、(株)ワッツオースリー中四国に商号変更を行う。
- ✔ 100円ショップ出退店: 期初より新店開設スピードを加速→上期出店計画45、退店計画36の純増計画9に対し、実績は出店66、退店32と純増34。
- ✔ ブォーナ・ビィータ: 前期出店店舗のフル寄与効果もあり、売上は前年同期比42.4%の大幅増加。上期は2店舗出店し、2店舗(内FC1)退店。既存店の整備に注力した。今後はショッピングモール、駅ビル、駅前ファッションビルを主ターゲットとして出店して行く。併せて商品力の一段のアップを図るべく、独自商品の開発に注力していく。
- ✔ threege(スリージ): 平成26年11月28日東京都板橋区成増に1号店をオープン。100円、300円、500円の3つの価格で、キッチン用品、ランチグッズ、インテリア小物、靴下、アクセサリ等のおしゃれでカラフルな商品を展開している。



2015年8月期第2四半期 トピックス(2)



海外事業の更なる進展

- ✓ 全体： 売上は前年同期比ほぼ倍増し、連結売上に占めるシェアも1.1%→1.9%に増加。
- ✓ タイ： 売上は新店がフル寄与した効果もあり順調に推移。タイ事業は2015年4月から合併相手のセントラル主導に切り替え、出店ペースを加速して行く。上期は1店舗出店、1店舗退店し15店舗と変わらずだが、今年12月までに追加で11店舗出店を計画。
- ✓ マレーシア： 直営1店舗オープンし、計4店舗となる。体制固めの途上であり今期中に6店舗体制を計画。
- ✓ 中国： 上海は直営は、1店舗を残し閉鎖済。今後は地方都市での催事や日系大手小売施設へのテナント出店、代理商による出店をからめてビジネスモデルを確立して行く。1月21日蘇州にて代理商店舗をオープン。
- ✓ ベトナム： ホーチミン郊外の1号店は順調。2015年1月からタイのセントラルグループの子会社である現地子会社を単独フランチャイジーとして、FC方式にて多店舗展開を進めて行く。今年12月まで4店舗出店予定。
- ✓ ペルー： 当連結会計期間での出店はなかったものの、3月21日にリマ市内に「KOMONOYA」1号店を出店。5月には2号店出店予定。



事業部門別売上高の状況



(単位:百万円)

| | | 2014年8月期第2四半期 | | 2015年8月期第2四半期(当期) | | |
|----------|-----------|---------------|--------|-------------------|--------|--------|
| | | | 構成比 | | 構成比 | 前年比 |
| 100円ショップ | 直営 | 18,227 | 84.6% | 18,569 | 84.4% | 101.9% |
| | 卸その他 | 2,026 | 9.4% | 1,939 | 8.8% | 95.7% |
| | 小計 | 20,254 | 94.0% | 20,509 | 93.2% | 101.3% |
| 海外事業 | 直営 | 38 | 0.2% | 149 | 0.7% | 383.9% |
| | 卸 | 187 | 0.9% | 270 | 1.2% | 144.3% |
| | 小計 | 226 | 1.1% | 419 | 1.9% | 185.5% |
| 国内その他業態 | ブォーナ・ビィータ | 1,064 | 4.9% | 1,082 | 4.9% | 101.7% |
| | バリュー100 | | | | | |
| | あまの | | | | | |
| | その他 | | | | | |
| 合計 | | 21,545 | 100.0% | 22,011 | 100.0% | 102.2% |

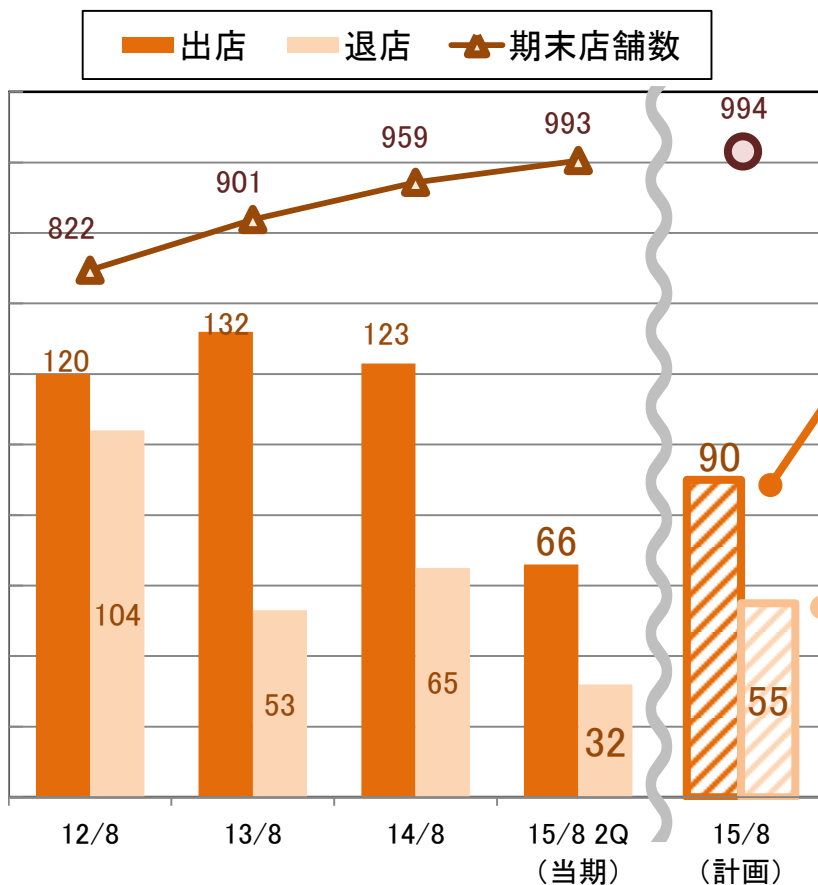
- ☑ グループ売上高の中心は、これまでどおり100円ショップの直営部門。
- ☑ 国内100円ショップのグループ売上に占める割合は、既存店売上が前年を下回ったことに加え、海外事業とブォーナ・ビィータの伸びにより0.8ポイント低下。



100円ショップ 出退店推移

第2四半期期末店舗数は、993店舗（直営943、FC50）

100円ショップの店舗数推移



出退店計画と実績

出店計画
90店舗

→ 66店舗出店

閉鎖計画
55店舗

→ 32店舗閉鎖
(内FC1店舗)

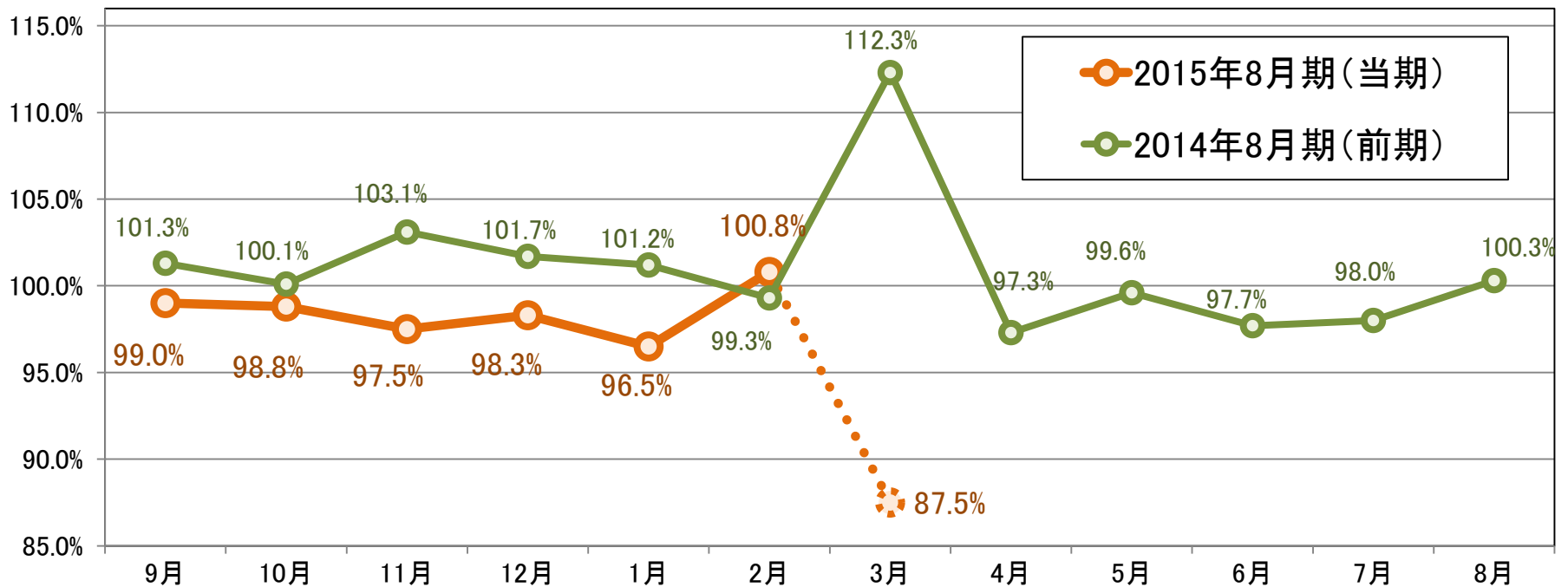
- ✓ 第2四半期計画 出店→45店舗、閉鎖→36
- ✓ 出店は計画比21店舗超過、退店は計画比4店舗下回り、純増店舗数は計画を25店舗超過する34店舗となった。

※ 足許2015年3月は出店9店、退店3店

100円ショップ 直営既存店売上高伸び率



既存店売上高伸び率98.4% ←(14年8月期2Q 101.2%)



| | 上期 | 下期 | 通期 |
|--------------|--------|--------|--------|
| 2014年8月期(前期) | 101.2% | 100.7% | 100.9% |
| 2015年8月期(当期) | 98.4% | — | — |

✓ 2月は、前年が大雪の影響を受けており、その反動もあって前年比100.8%。他の月は天候不順や消費回復の遅れもあり、100%に届かず。

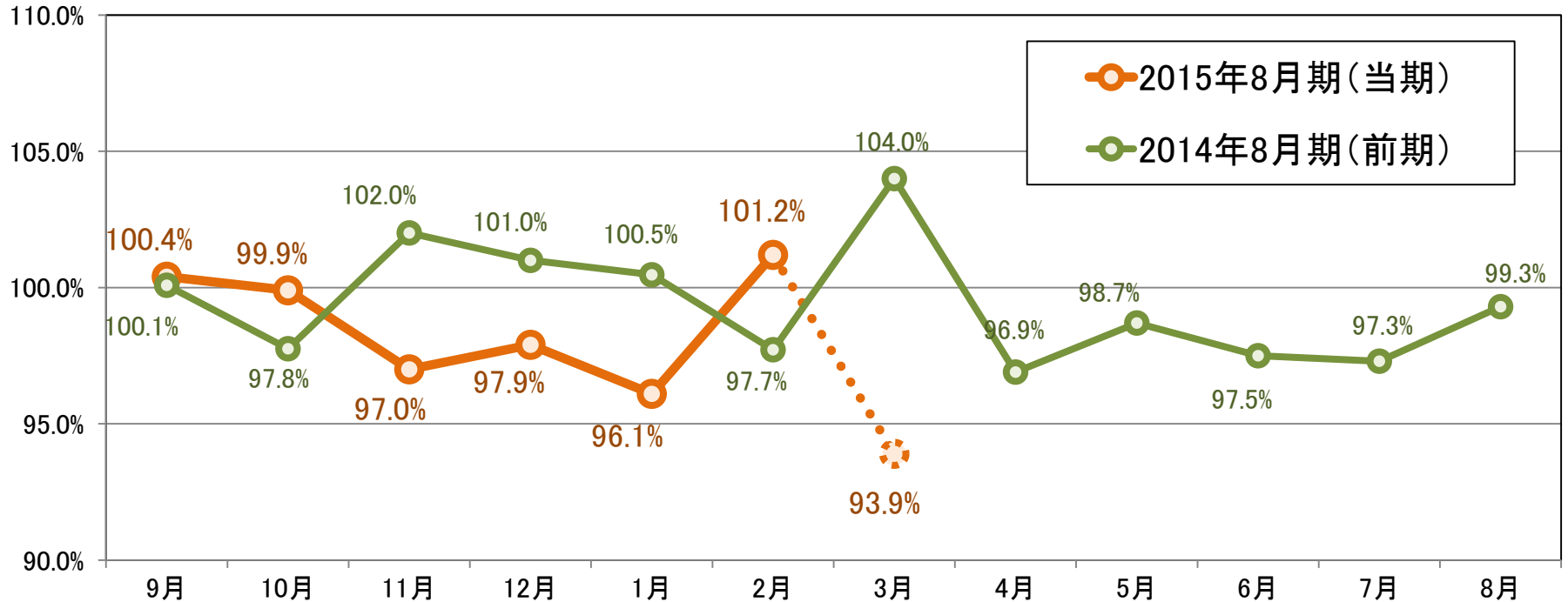
※ 足許3月の前年比は、前年3月の消費増税前の駆け込み需要の影響もあり、87.5%にとどまった。
(ご参考)前々年比では98.8%。



100円ショップ 直営既存店客数伸び率



既存店客数伸び率98.7% ←(14年8月期2Q 99.9%)



| | 上期 | 下期 | 通期 |
|--------------|-------|-------|-------|
| 2014年8月期(前期) | 99.9% | 98.9% | 99.4% |
| 2015年8月期(当期) | 98.7% | — | — |

※ 足許3月は、前年比は93.9%

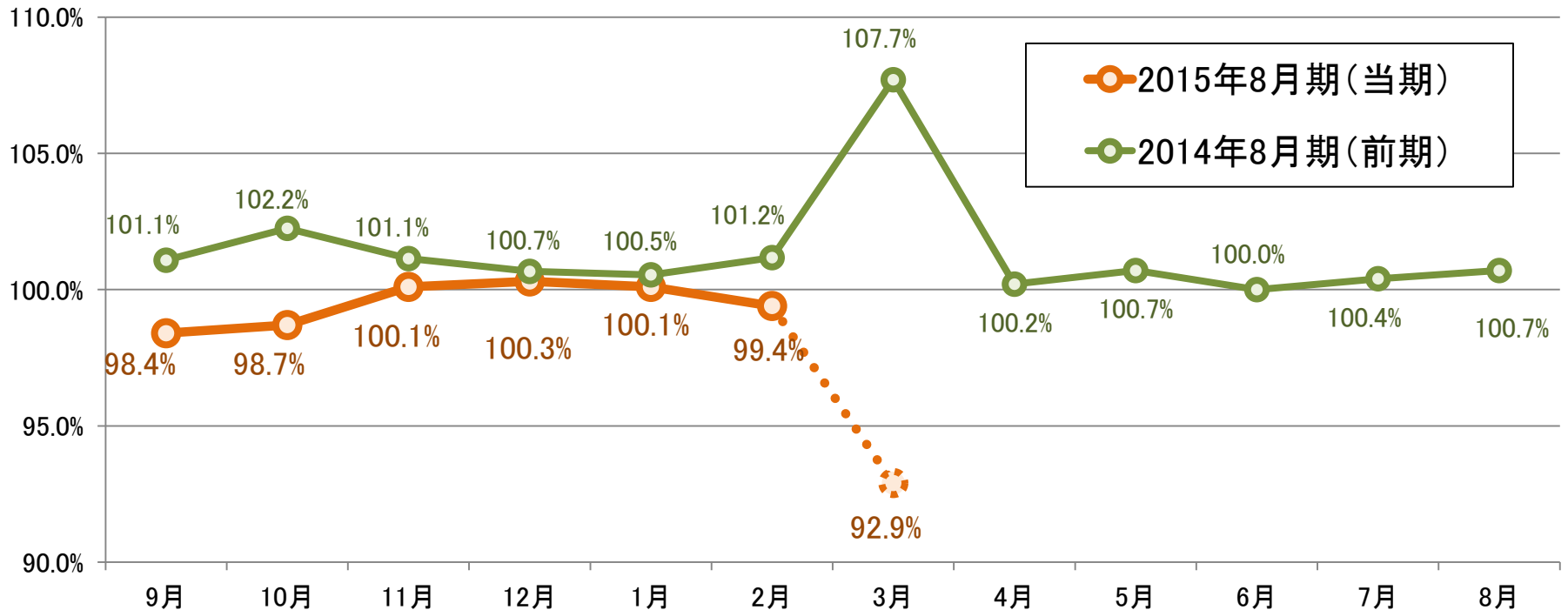
(ご参考) 前々年比は、98.3%



100円ショップ 直営既存店客単価伸び率



既存店客単価伸び率99.5% ←(14年8月期2Q 101.1%)



| | 上期 | 下期 | 通期 |
|--------------|--------|--------|--------|
| | 前年比 | 前年比 | 前年比 |
| 2014年8月期(前期) | 101.1% | 101.6% | 101.4% |
| 2015年8月期(当期) | 99.5% | - | - |

✓ 客単価は359円

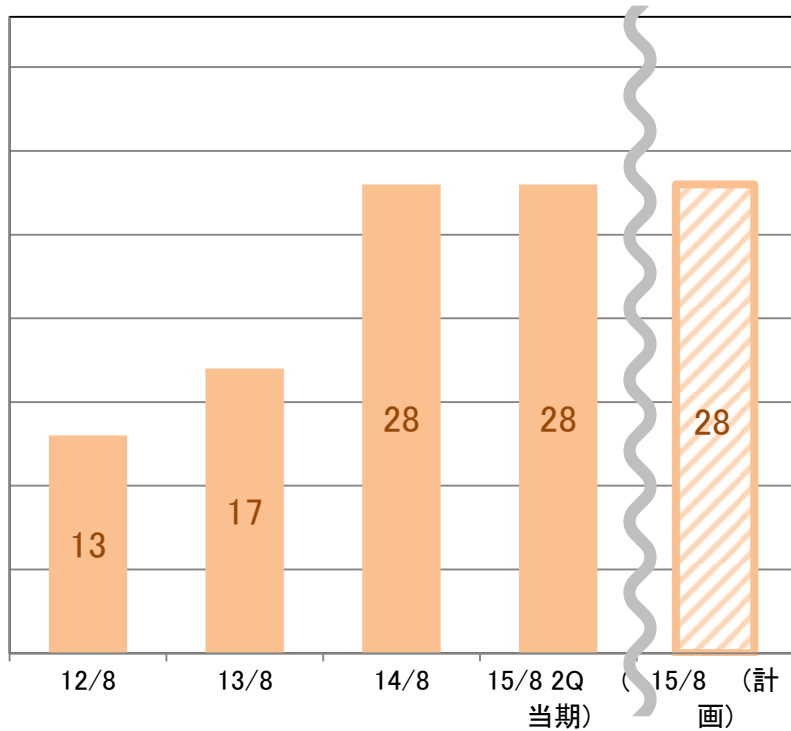
※ 足許3月は、前年比92.9%
(ご参考)前々年比は、100.5%



その他店舗数推移



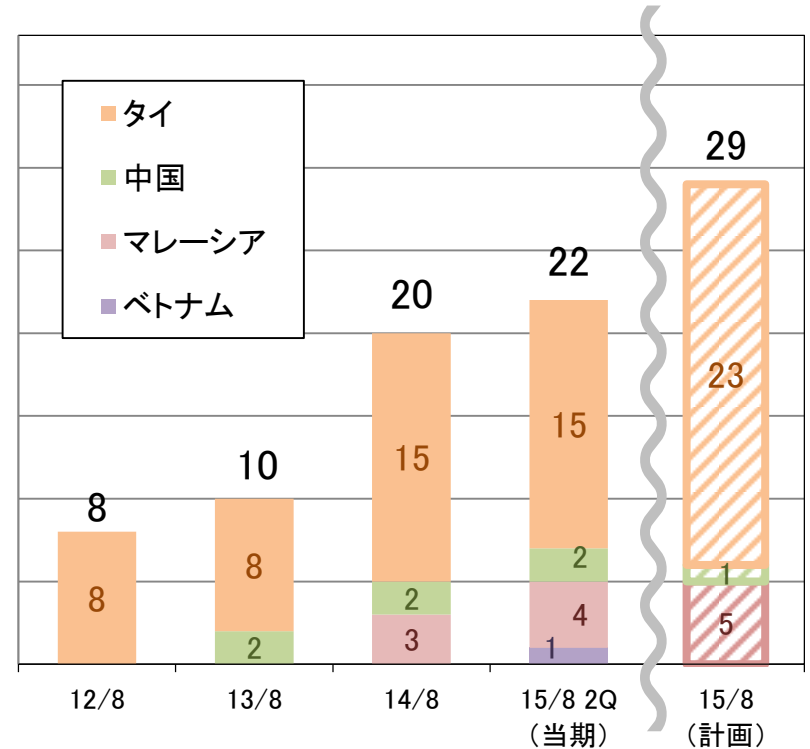
フォーナ・ビータ 店舗数推移



フォーナ・ビータ: 2店舗出店2店舗退店。計28店舗

☑ 他にthreege、バリュー100がそれぞれ1店舗

海外 店舗数推移



タイ: 1店舗出店1店舗退店。計15店舗

マレーシア: 1店舗出店。計4店舗

中国: 直営1店舗退店、代理商1店舗出店。計2店舗

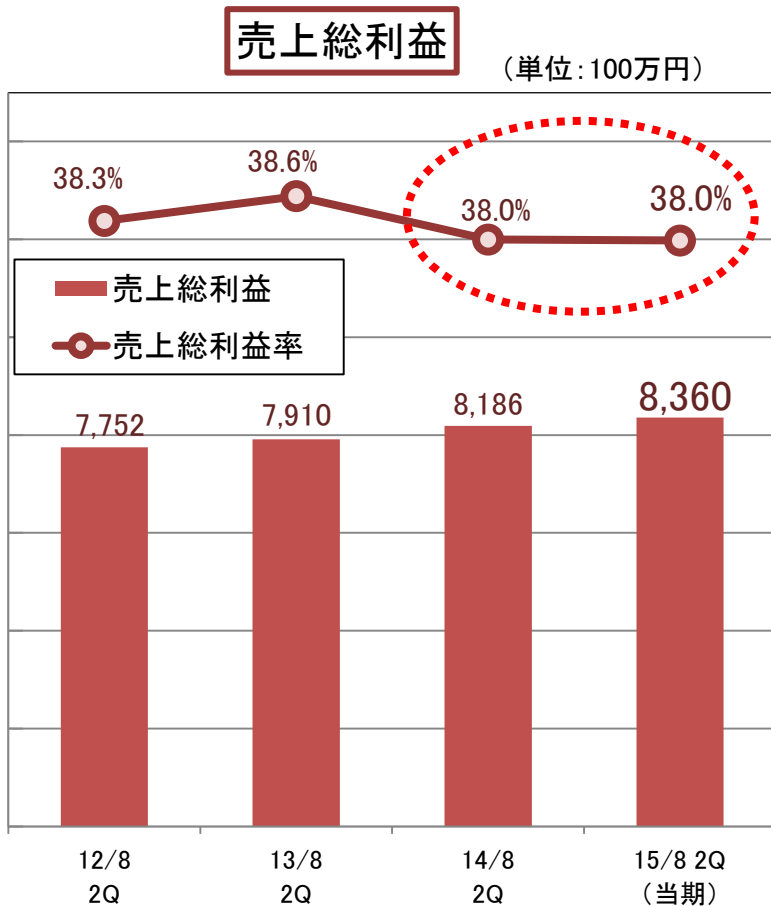
ベトナム: 1店舗出店。計1店舗



売上総利益



売上総利益率は、前期並み



短期間且つ急激な円安や海外でのコスト増の影響から原価率は上昇しているものの、売上総利益率は前期並みの水準を確保。



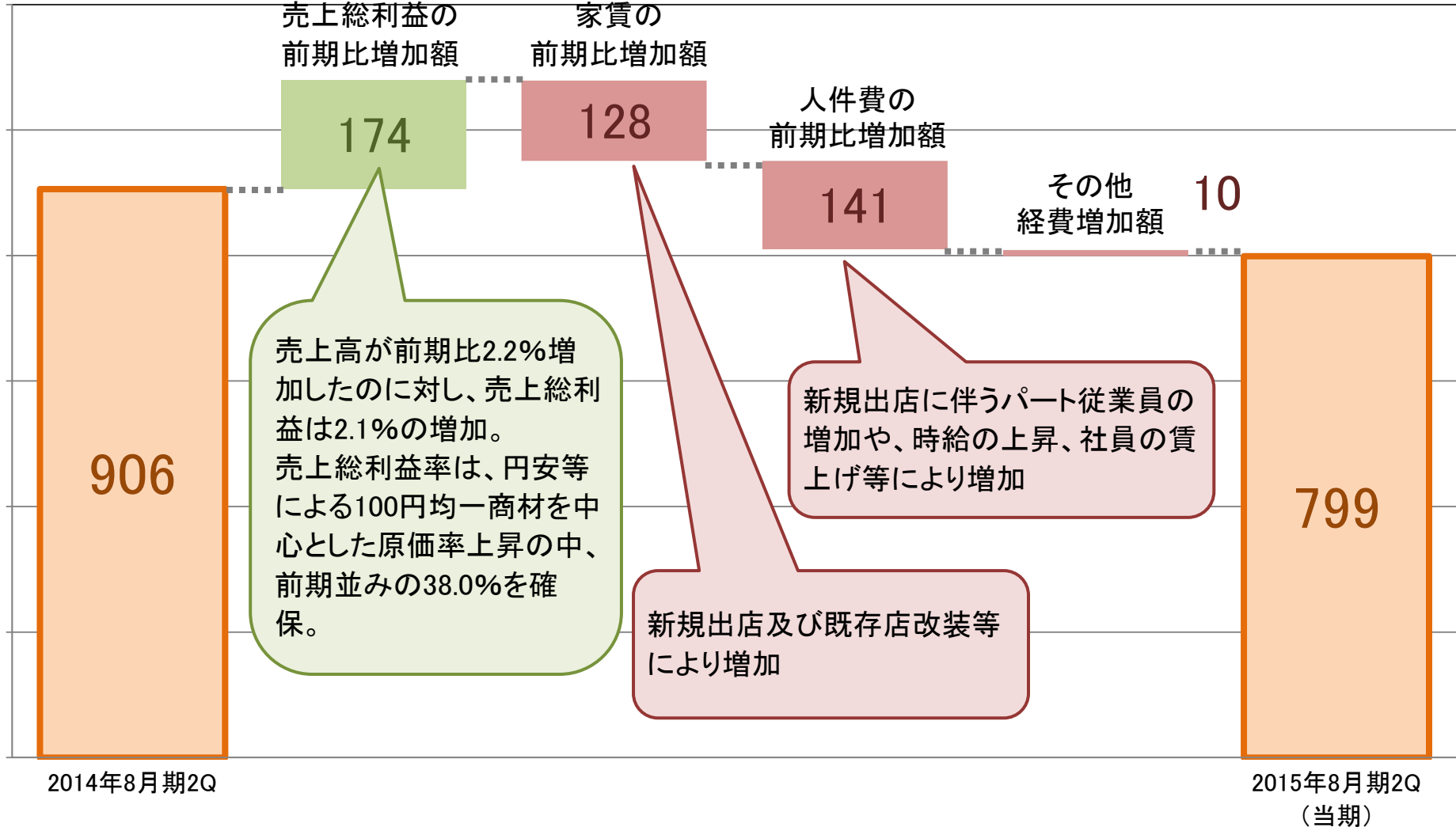
☑ 当社の仕入は、円建国内取引のため、為替の影響を直接は受けない。しかしながら、仕入先は取扱商品の多くを中国を始めとする海外から輸入しているため、間接的に為替の影響を受けている。
仕入先とも協力して商品の見直しを図り、影響度合いを極力軽減させるべく努力を続けている。
加えて、雑貨売上比率も継続して増加させることにより売上総利益率の回復に繋げていく。



営業利益



(単位:百万円)



貸借対照表

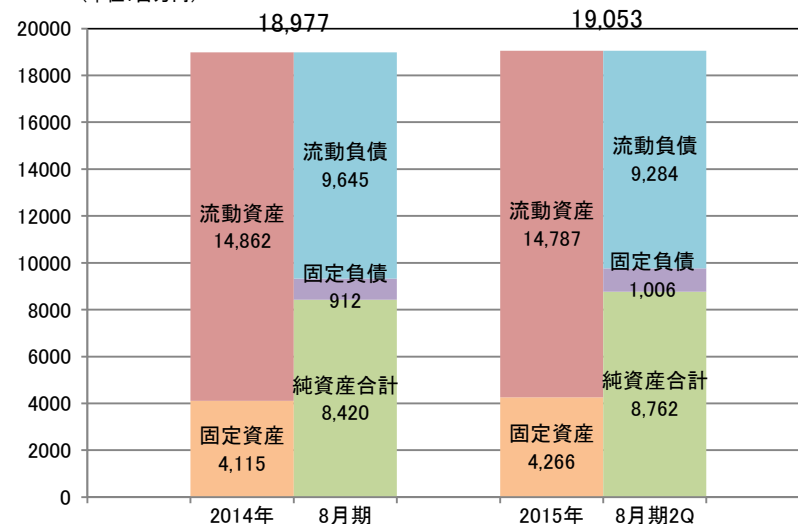


(単位:百万円)

| | 2014年 8月期 | 2015年 8月期2Q (当期) | 増減額 | 前期比増減 |
|---------------|--------------|------------------------|------|---------|
| 総資産 | 18,977 | 19,053 | 76 | 0.4%増 |
| 流動資産 | 14,862 | 14,787 | △75 | 0.5%減 |
| 現金及び預金 | 6,714 | 6,609 | △105 | 1.6%減 |
| 受取手形及び売掛金 | 2,318 | 1,989 | △329 | 14.2%減 |
| 商品及び製品 | 5,225 | 5,633 | 407 | 7.8%増 |
| その他流動資産 | 603 | 555 | △48 | 8.0%減 |
| 固定資産 | 4,115 | 4,266 | 151 | 3.7%増 |
| 土地 | 257 | 257 | — | — |
| 建物及び構築物 | 347 | 374 | 26 | 7.6%増 |
| 工具、器具及び備品 | 513 | 523 | 10 | 2.0%増 |
| 差入保証金 | 2,536 | 2,562 | 26 | 1.0%増 |
| その他固定資産 | 459 | 548 | 88 | 19.3%増 |
| 負債合計 | 10,557 | 10,290 | △266 | 2.5%減 |
| 流動負債 | 9,645 | 9,284 | △360 | 3.7%増 |
| 支払手形及び買掛金 | 7,170 | 7,165 | △4 | 0.1%減 |
| 1年内返済予定の長期借入金 | 679 | 627 | △52 | 7.7%減 |
| 未払法人税等 | 294 | 320 | 26 | 8.9%増 |
| 未払消費税等 | 154 | 111 | △43 | 28.0%減 |
| その他流動負債 | 1,346 | 1,060 | △286 | 21.2%減 |
| 固定負債 | 912 | 1,006 | 93 | 10.3%増 |
| 長期借入金 | 403 | 496 | 92 | 23.0%増 |
| その他固定負債 | 508 | 509 | 1 | 0.2%増 |
| 純資産合計 | 8,420 | 8,762 | 342 | 4.1%増 |
| 株主資本 | 8,374 | 8,637 | 262 | 3.1%増 |
| 資本金 | 440 | 440 | — | — |
| 資本剰余金 | 1,583 | 1,583 | — | — |
| 利益剰余金 | 6,434 | 6,697 | 262 | 4.1%増 |
| 自己株式 | -84 | -84 | 0 | — |
| その他包括利益累計額 | 45 | 125 | 79 | 175.2%増 |

- ✓ 固定資産151百万円増加の要因は、新規出店及び既存店改装等により、建物及び構築物26百万円、差入保証金26百万円が増加したこと等
- ✓ 流動負債360百万円減少の要因は、未払法人税等が26百万円増加した一方、一年内返済予定の長期借入金が52百万円、未払消費税等が43百万円減少したこと等
- ✓ 利益剰余金は着実に積み上がっており、自己資本比率は46.0%となった。
- ✓ 前連結会計年度末日(8/31)及び当第2四半期連結会計期間末日が金融機関の休日であり、支払の多くが翌月に延びたことを主因として現金及び預金、受取手形及び売掛金、支払手形及び買掛金などが通常よりも多くなっている。

(単位:百万円)



キャッシュ・フロー計算書

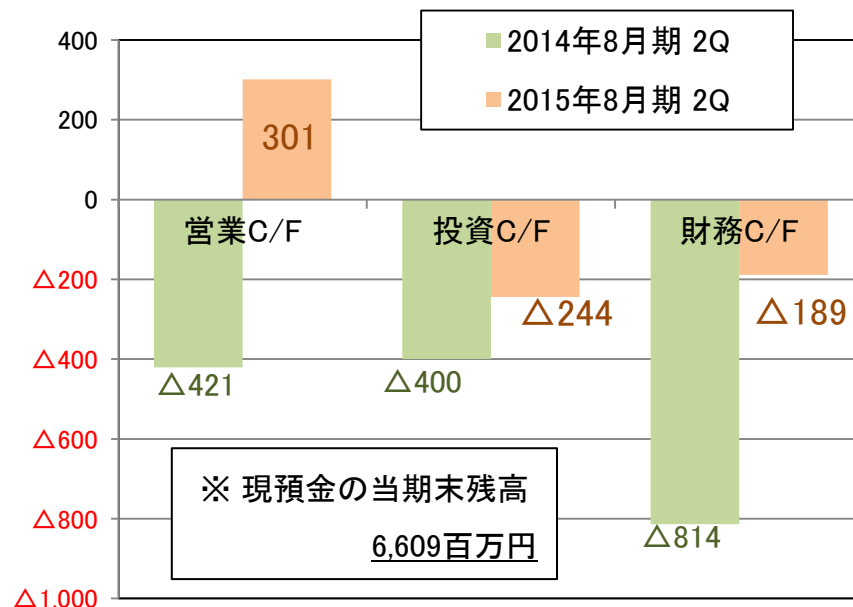


(単位:百万円)

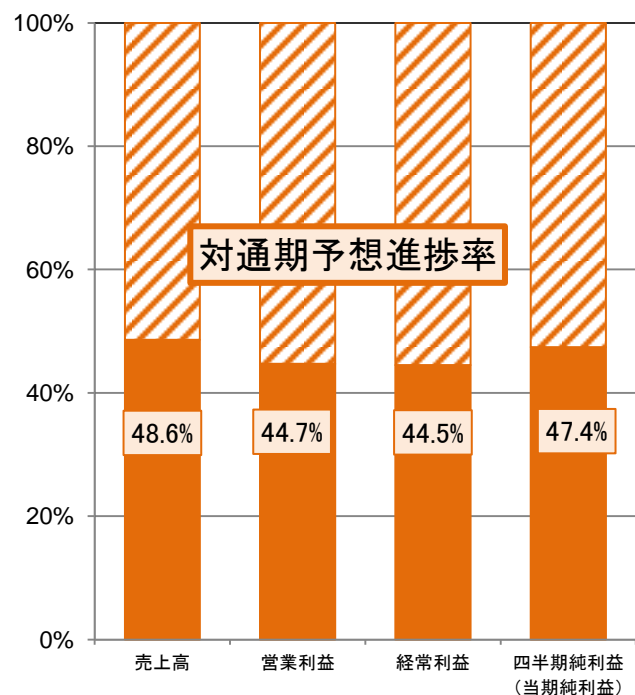
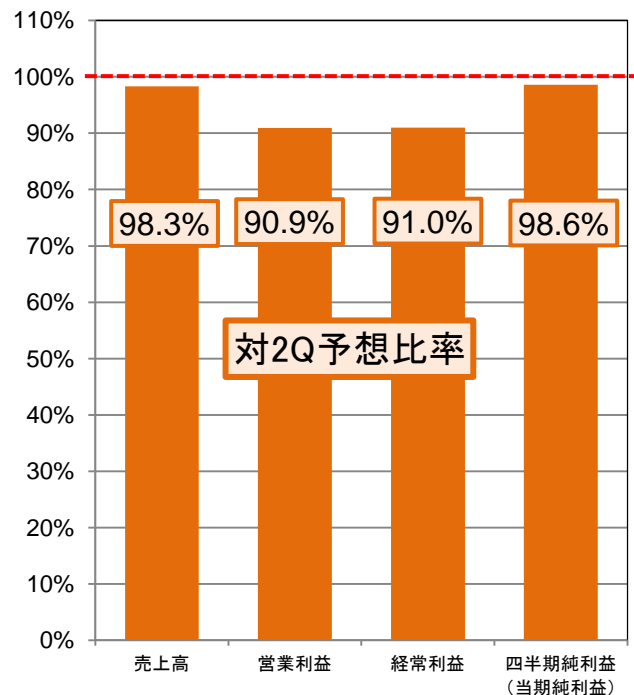
| | 2014年8月期 2Q | 2015年8月期 2Q(当期) | 前期比 増減額 | 前期比 増減率 |
|------------------|----------------|--------------------|------------|------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △421 | 301 | 722 | 171.6%増 |
| 税金等調整前当四半期純利益 | 902 | 768 | △133 | 14.8%減 |
| 減価償却費 | 115 | 127 | 12 | 10.4%増 |
| 売上債権の増減額(△は増加) | 495 | 331 | △163 | 33.1%減 |
| たな卸資産の増減額(△は増加) | △253 | △393 | △139 | 55.1%増 |
| 仕入債務の増減額(△は減少) | △1,109 | 17 | 1,127 | 101.6%減 |
| 法人税等の支払額 | △178 | △290 | △112 | 62.9%減 |
| その他営業キャッシュ・フロー | △392 | △260 | 1,362 | 33.7%減 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △400 | △244 | 155 | 38.9%減 |
| 有形固定資産の取得による支出 | △275 | △207 | 68 | 24.8%減 |
| 敷金及び保証金の差入による支出 | △119 | △89 | 29 | 24.8%減 |
| 敷金及び保証金の回収による収入 | 51 | 66 | 15 | 29.2%減 |
| その他投資キャッシュ・フロー | △57 | △14 | 42 | 74.6%減 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △814 | △189 | 625 | 76.8%減 |
| 長期借入れによる収入 | — | 500 | 500 | — |
| 長期借入金の返済による支出 | △545 | △459 | 85 | 15.7%減 |
| 配当金の支払額 | △229 | △229 | 0 | 0.2%増 |
| その他財務キャッシュ・フロー | △40 | — | 40 | — |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | 13 | 27 | 13 | 98.9%増 |

- 前年同期の営業C/Fがマイナスになっているのは、期末日が金融機関の休業日であったかどうかによる特殊要因によるもの。当社は期末日が金融機関の休業日にあたる場合、支払を翌営業日にしているため。
- 当第二四半期連結会計期間末日も金融機関の休業日にあたるが、前連結会計年度末日も同様に休業日であったため、フロー上は影響なし。ただし、残高ベースでは通常よりも高い水準で推移しているものもある。

(単位:100万円)



2015年8月期 連結業績進捗状況



☑ 各項目、計画に対して未達であった。

売上高は、新規出店・既存店改装・海外事業・BV・売上寄与により前年同四半期比2.2%の伸びであったが計画に対しては、98.3%。

但し、100円ショップは既存店が消費低迷からの回復に至っておらず、前年同四半期比98.4%に留まる。

(単位:百万円)

| | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 四半期純利益 (当期純利益) |
|---------------|--------|-------|-------|----------------|
| 2015年8月期 2Q実績 | 22,011 | 799 | 800 | 493 |
| 2015年8月期 2Q予想 | 22,400 | 880 | 880 | 500 |
| 2015年8月期 通期予想 | 45,300 | 1,790 | 1,800 | 1,040 |
| 対2Q予想 比率 | 98.3% | 90.9% | 91.0% | 98.6% |
| 対通期予想 進捗率 | 48.6% | 44.7% | 44.5% | 47.4% |

目次



2015年8月期 第2四半期連結決算と
通期計画の進捗状況について

P 2 — P 15

中期事業計画(2015年～2017年)について

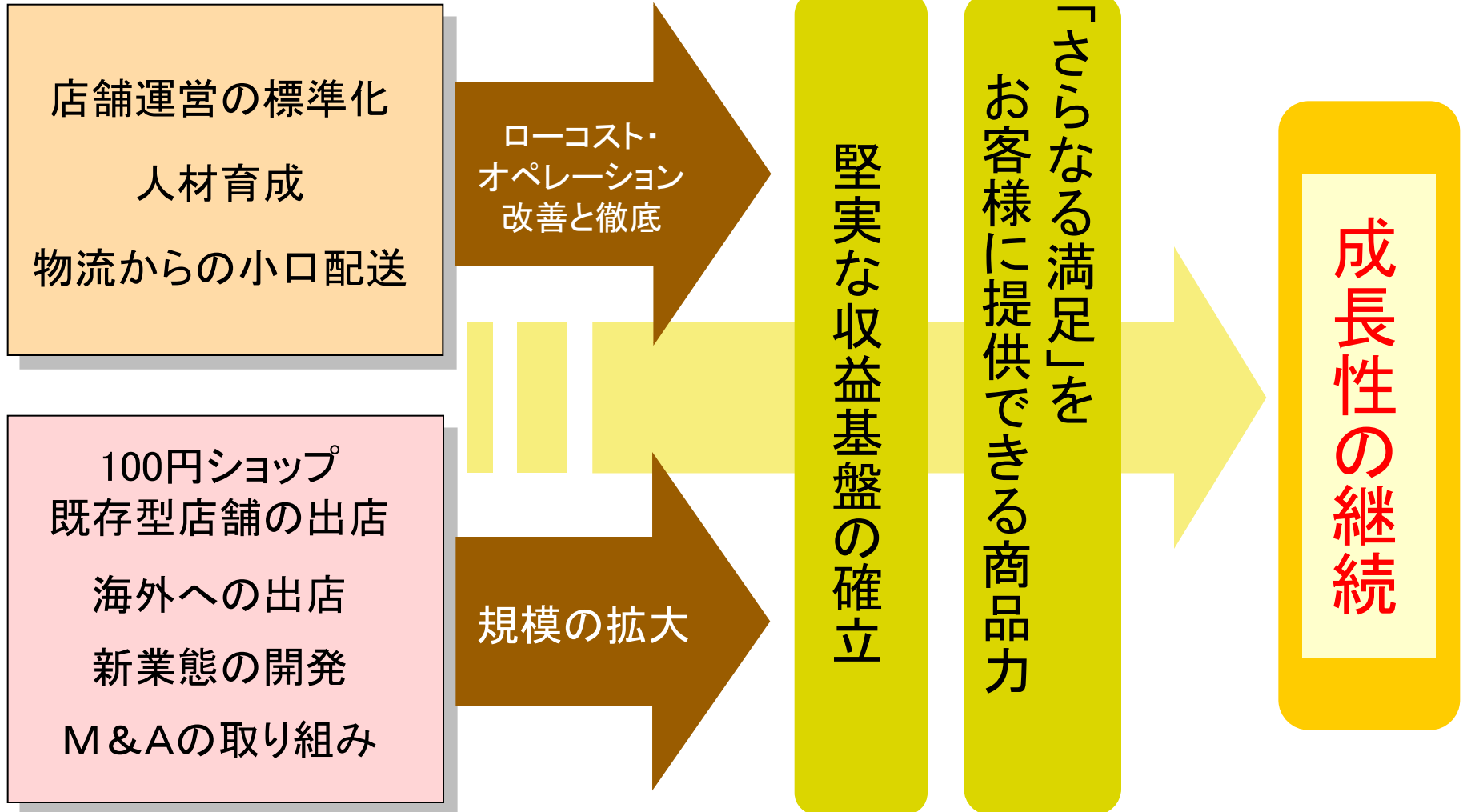
P 17 — P 28

(参考資料)

P 30 — P 43



基本方針 ①成長性の継続



基本方針 ②宣言



実生活雑貨の分野において、
量・品質ともに圧倒的なお買い得感のある商品群を持つ
「実生活雑貨におけるNo.1企業」になり、お客様から
「実生活雑貨はワッツ・ミーツ・シルクで」
という評価を得られる小売企業を目指します！



100円均一の**実生活雑貨で満足度No.1**になる！



100円で「**100円以上の価値**」を提供し続ける！



中期事業計画 経営環境の認識



国内

- 2012年11月を底に景気回復局面入り。特に雇用の需給状況の改善が顕著。
- 為替は更なる円安が見込まれることから、輸入コストの高止まりが想定される。
- 2014年4月の消費税率引き上げ前の駆け込み需要があったものの、4月以降の反動減に加え、夏場の天候不順の影響を受け、足許消費は軟調に推移。
- 賃上げによる一定の所得増加の効果はあったものの、物価上昇に比して限定的。
- 2015年10月に消費税率が再度引き上げられた場合、もう一段の調整局面が見込まれる。
- 一方、引き続き東日本大震災の復興需要が見込まれることや、大型の経済対策の効果や来年度の追加経済対策により、景気の下支え効果が見込まれる。

依然として雇用環境・世帯所得の改善には尚しばらく時間がかかる

100円ショップへのニーズは堅調

海外

- 欧米経済はとも緩やかな回復基調にある。
- アジア経済は中国が成長率鈍化しつつも、比較的堅調に成長が持続することが予想されるが、アセアン諸国では成長の鈍化、インフレ高進と通貨安の進行により、国別に濃淡が出やすい状態ではあるが、購買力のある層は確実に存在する。
- 但し、旧東欧、中東、アジアでの地政学上のリスクが顕在化しており不安材料。

もう一段の成長のためには海外市場開拓と展開が必要

中期事業計画 経営戦略



基本戦略



- 出店戦略 地域特性に合わせたローコスト出退店
- 運営戦略 顧客サービスの質を維持したローコスト・オペレーション
- 商品戦略 お買い得感のある実生活雑貨を中心とした品揃え

国内 成長戦略

- インショップ型小型店舗の多店舗出店の継続
- ワッツブランドの再構築～ハード、ソフト両面での見直し
- 出店環境に対応した出店ロケーションの見直しと出店エリアの拡大
- PB商品「ワッツセレクト」の更なる競争力の強化
- 100円ショップ事業を補完する新業態の開発と収益性の追求
～含むM&Aの機会補足

海外 成長戦略

- タイ、ベトナム、マレーシアでの出店ペース加速
- 中国でのビジネスモデル再構築
- ペルーを起点とした中南米市場開拓
- 中国物流倉庫の活用による調達コストの低減
- 徹底した市場リサーチに基づく、新規進出先の選定

基本戦略 当社100円ショップの強み



1 ローコスト出退店

- ・ 新店への投資額が少ない
- ・ 退店時の損失が少ないため、迅速な撤退が可能

2 ローコスト・オペレーション

- ・ 運営コストが小さいため、低い売上高でも利益の確保が可能

3 お買い得な実生活雑貨

- ・ ローコスト運営で生み出した利益を商品開発へ投入



出店戦略 ローコスト出退店




○ 中小型店舗を多店舗展開

- ✓ 平均230m²(他社は330~1,000m²)の店舗展開
- ✓ 他社と競合しにくい物件のため、好条件で出店可能

○ 不採算店舗の積極的な退店

- ✓ 資産を極力持たず、退店条件も緩く、迅速な判断が可能



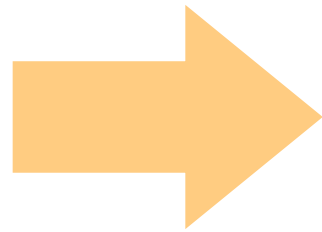
既存店100%を維持しながら
出店による+α を積み上げる。

運営戦略 ローコスト・オペレーション



○ ムリ・ムダ・ムラの徹底排除

○ 「単純化」「標準化」⇒マニュアル化



- ✓ パート・アルバイトを中心とした運営
- ✓ スーパーバイザーが複数の店舗を担当
- ✓ 作業よりも接客に力を入れた店舗運営



小規模店舗でも利益の出る体質を強化し、
多店舗展開を可能にする運営力を身につける



ローコスト出退店、ローコスト・オペレーションで
生み出した利益を、お買い得な商品の開発へ



商品戦略 お買い得な実生活雑貨



品質(安全・安心してお使い頂ける商品)にこだわったワッツが自信をもってオススメする商品。それが「ワッツセレクト」です。

台所用品、掃除用品、衛生用品、レジャー用品等の実生活雑貨を中心に開発、2015年2月現在171アイテム。自信を持って提供できる商品だけを厳選し、順次アイテムの見直しを図っていく。

引き続き開発を進め、お買い得な商品を提供してまいります。



いい商品を安く売る仕組み



ローコスト出退店
ローコスト・オペレーション

経費を抑えた運営により、「**高品質な**」
原価が高い商品も開発していく。

「ローコスト」運営により、**利益体質を強化**、
新たなM&Aへの投資へ。

商品力は店舗の魅力を高め、
新たなM&Aのチャンスを生む。
M&Aにより会社の規模が拡大、
仕入のスケールメリットが生まれる。

いい商品を
安く売る仕組み

お買い得な
実生活雑貨

企業規模
の拡大

お客様の満足



国内その他事業



BuonaVita (心地よい生活)
を提案するナチュラル雑貨店
28店舗を展開。
※ 2015年2月末現在



大黒天物産との協業での
100円ショップと
食品スーパーのコラボ店舗



100円、300円、500円の
3プライスショップ。
2014年11月、
東京都板橋区成増に
第一号店オープン。



ナチュラルエレガント
雑貨の輸入卸事業



海外戦略

KOMONOYA(こものや)



東南アジアを中心とした均一ショップ。
直営・J/V・FCなど、国や地域によって最適な
形態にて柔軟な戦略で出店し、勢力拡大を図る。

◇ 店舗数(2015年2月末現在)

| | |
|--------------|------------------|
| タイ(J/V 直営) | 15店舗 |
| マレーシア(独資 直営) | 4店舗 |
| ベトナム(J/V FC) | 1店舗 |
| ペルー(独資 直営) | 1店舗(2015.3 OPEN) |

小物家园(こものかえん)

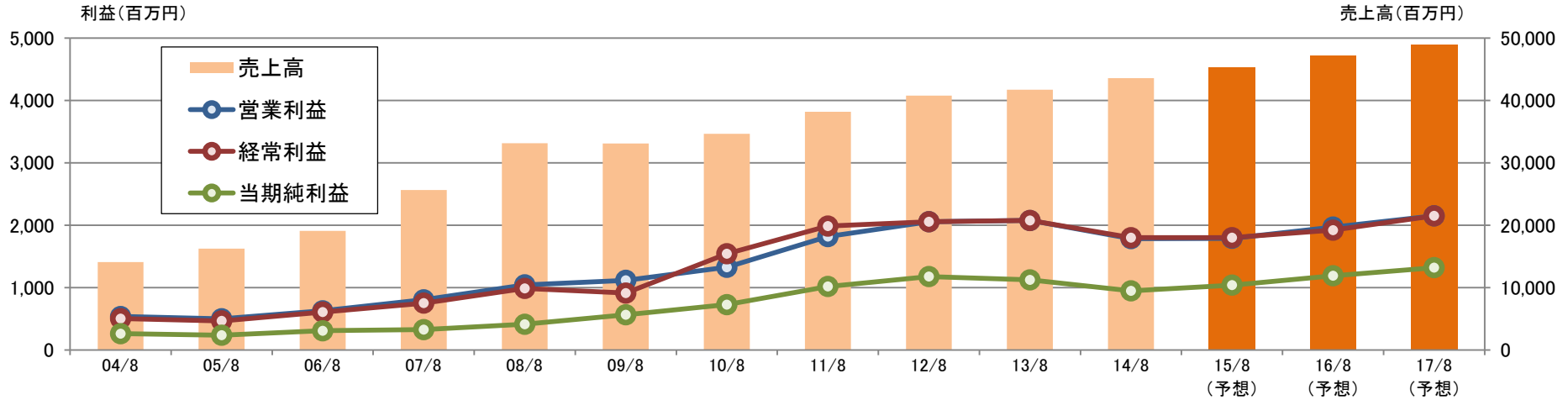


中国での均一ショップ。
直営・代理商・催事と、ビジネスモデルを模索。
2015年2月末現在 直営2店舗、代理商1店舗。

卸売での商品供給

積極的に展開。
2015年2月末現在 出荷実績のある国と地域は、
中国、韓国、台湾、モンゴル、オーストラリア、
ニュージーランド、ミャンマーと順調に拡大。

中期事業計画 3ヶ年業績予想



(単位: 百万円)

| | 2013年8月期(実績) | | | 2014年8月期(実績) | | | 2015年8月期(予想) | | | 2016年8月期(予想) | | | 2017年8月期(予想) | | |
|-------------------|--------------|---------|-----------|--------------|------|-----------|--------------|---------|---------|--------------|------|---------|--------------|------|---------|
| | | 構成比 | 前年比 | | 構成比 | 前年比 | | 構成比 | 前年比 | | 構成比 | 前年比 | | 構成比 | 前年比 |
| 売上高 | 41,725 | — | 102.4% | 43,573 | — | 104.4% | 45,300 | — | 104.0% | 47,100 | — | 104.0% | 48,920 | — | 103.9% |
| 営業利益 | 2,074 | 5.0% | 100.9% | 1,784 | 4.1% | 86.0% | 1,790 | 4.0% | 100.3% | 1,970 | 4.2% | 110.2% | 2,150 | 4.4% | 109.6% |
| 経常利益 | 2,075 | 5.0% | 101.0% | 1,799 | 4.1% | 86.7% | 1,800 | 4.0% | 100.1% | 1,920 | 4.1% | 107.1% | 2,120 | 4.3% | 110.5% |
| 当期純利益 | 1,123 | 2.7% | 95.4% | 948 | 2.2% | 84.4% | 1,040 | 2.3% | 109.7% | 1,190 | 2.5% | 114.7% | 1,320 | 2.7% | 111.5% |
| ROE | 16.6% | | △ 5.6ポイント | 11.8% | | △ 4.8ポイント | 11.8% | | 0.0ポイント | 12.4% | | 0.6ポイント | 12.6% | | 0.2ポイント |
| 計画前提 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 100円ショップ 期末店舗数(店) | 901 | 79 | 959 | 58 | 994 | 35 | 1,029 | 35 | 1,064 | 35 | | | | | |
| その他 期末店舗数(店) | 28 | 4 | 49 | 21 | 63 | 14 | 93 | 30 | 121 | 28 | | | | | |
| その他 売上シェア | 6.5% | 0.0ポイント | 5.8% | △0.7ポイント | 8.6% | 2.8ポイント | 10.0% | 1.4ポイント | 11.2% | 1.2ポイント | | | | | |
| うち海外事業 期末店舗数(店) | 10 | 2 | 21 | 11 | 33 | 12 | 60 | 27 | 85 | 25 | | | | | |
| 海外事業 売上シェア | 0.9% | 0.3ポイント | 1.2% | 0.3ポイント | 2.2% | 1.0ポイント | 3.7% | 1.5ポイント | 4.7% | 1.0ポイント | | | | | |



目次



2015年8月期 第2四半期連結決算と
通期計画の進捗状況について

P 2 — P 15

中期事業計画(2015年～2017年)について

P 17 — P 28

(参考資料)

P 30 — P 43



(参考資料)

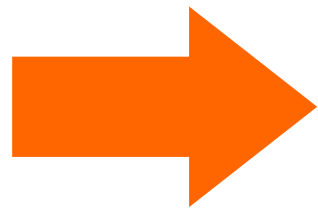
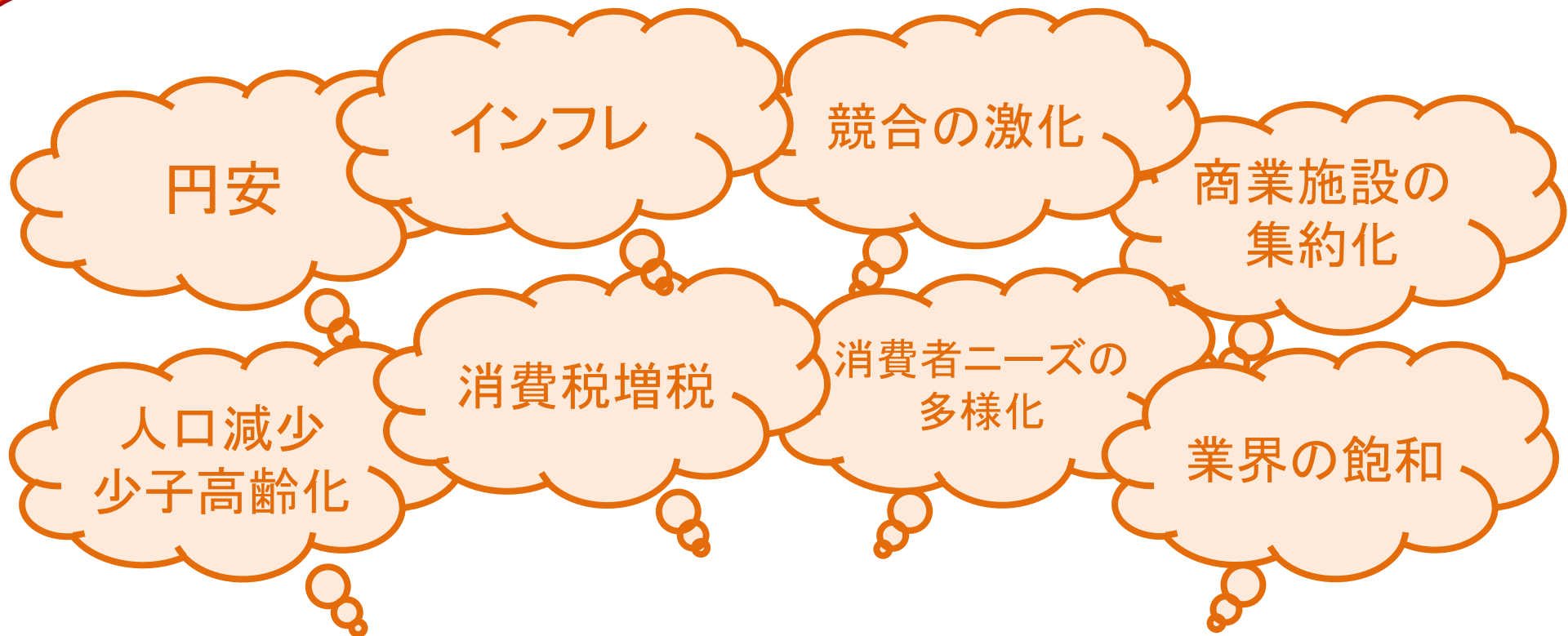


- Wattsブランド再構築プロジェクト
- ブランド
- 会社概要
- 業界動向 業界ポジショニング
- 業界動向 市場規模
- 当社の歩み
- 国内その他事業
- 株主構成
- 配当政策



new

Wattsブランド再構築プロジェクト

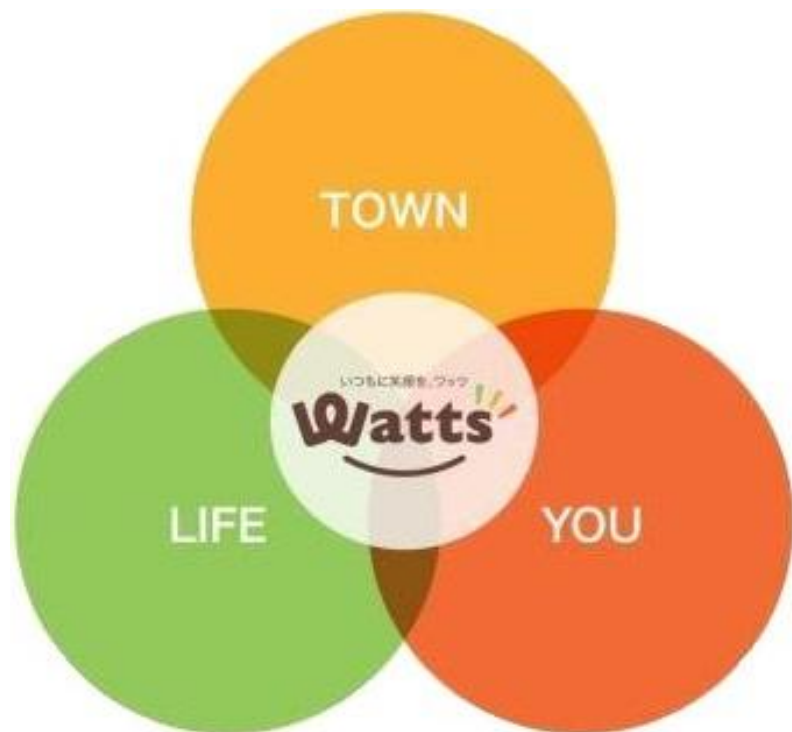


新たな付加価値を創造できるような
ビジネスモデルの再構築の必要性



new

「Watts」ブランド店舗コンセプト



“いつも”によりそう

100円ショップ

【WITH TOWN】

ワッツは、お客様が気軽に立ち寄れる
地域密着店を目指し、
地域の特性や個性によりそって
いっしょに成長していきます。

【WITH LIFE】

ワッツは、お客様の日々の生活や、
季節との調和を目指し、
暮らし方の違いや変化によりそって
毎日の質を高めていきます。

【WITH YOU】

ワッツは、趣味や嗜好も多様なお客様から
支持をいただくことを目指し、
お客様一人ひとりの想いによりそって
満足と幸せをお届けしていきます。



new

Watts一号店「ハーバーランド店」



meets.ハーバーランド店を
全面リニューアルし、
(株)ワッツ設立20周年となる
2015年2月22日に、
100円ショップWatts一号店
としてOPENしました。

おしゃれな生活を提案する商品を拡充し、訴求するレイアウトへの変更。また、POSレジ導入による売れ筋・死筋アイテムの把握を通じたこまめな商品の入れ替え等に取り組んでいます。



new

「ハーバーランド店」店頭イメージ



new

「Watts」ブランド店舗



3月20日オープン
北海道 アクロスたきかわ



3月27日オープン
北日本 松代TAIRAYA



3月28日オープン
中四国 山口メルクス



ワッツグループのブランド一覧

国内100円ショップ事業



海外事業



国内その他業態



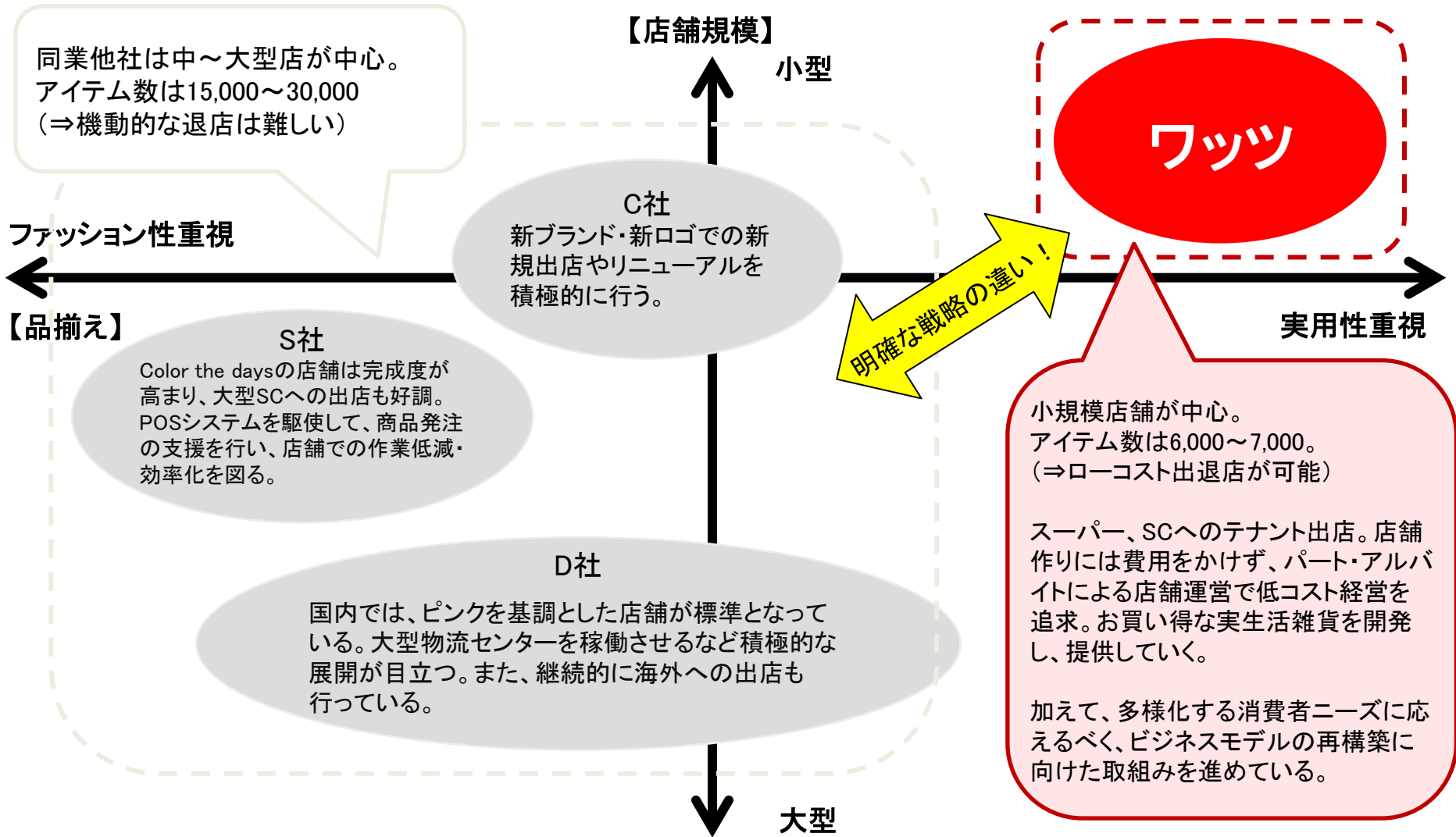
会社概要



| | |
|----------|---------------------------------------|
| 設立 | 1995年2月22日（現在は、第21期） |
| 社名の由来 | おもろいことを「ワッ」とやろう！ |
| 上場市場 | 東京証券取引所 市場第一部 （証券コード：2735） |
| 資本金 | 4億4,029万円（15/2/28現在） |
| 本社所在地 | 大阪府大阪府中央区城見一丁目4番70号 住友生命OBPプラザビル5階 |
| 主な業務 | 日用品・雑貨の卸小売業 （主に100円ショップの運営） |
| グループ従業員数 | 2,868名（15/2/28現在）※パート・アルバイトを含む |
| グループ店舗数 | 1,045店（15/2/28現在）※その他店舗を含む |

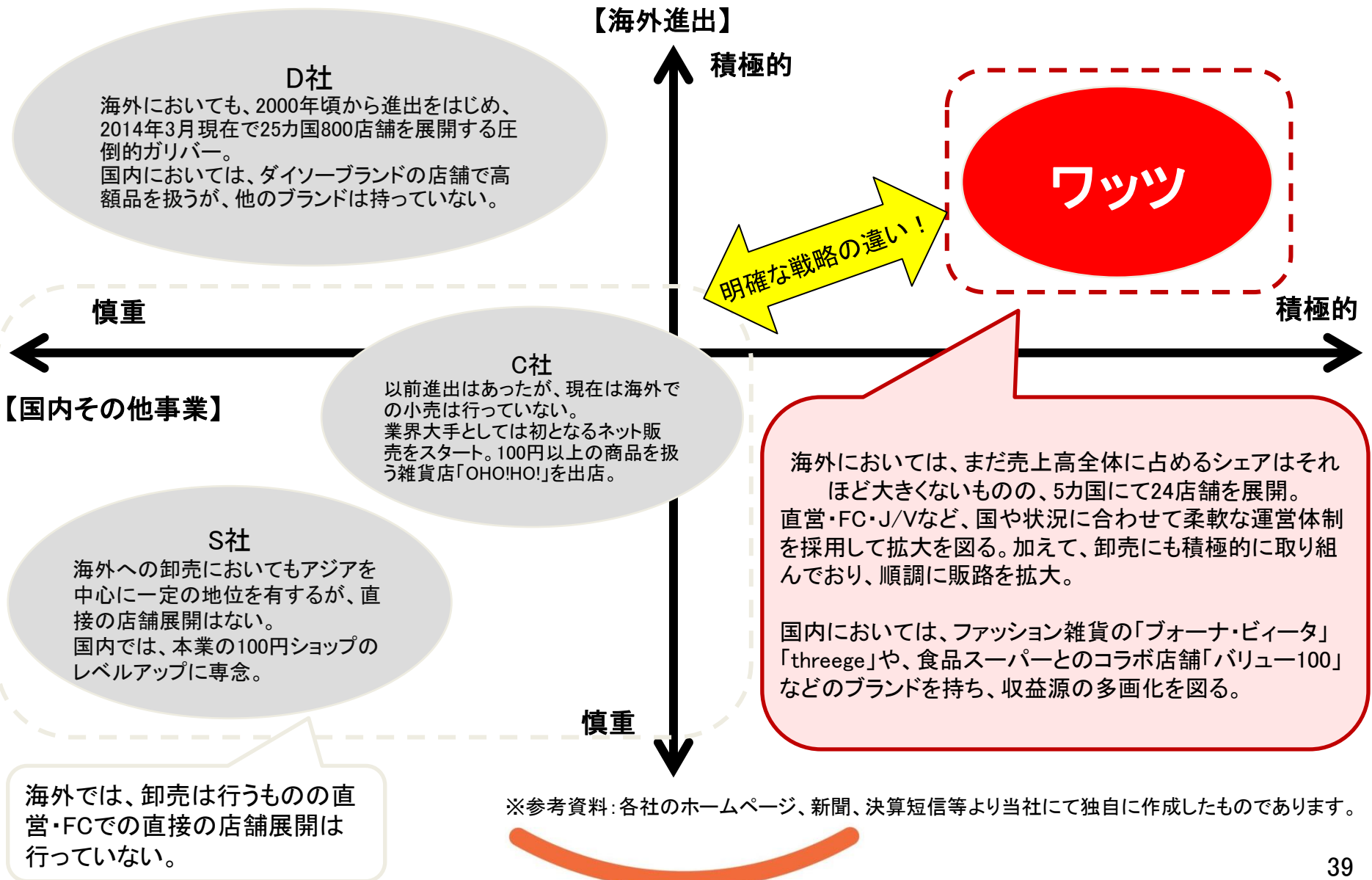


業界地図① -100円ショップ店舗-



※参考資料:各社のホームページ、新聞、決算短信等より当社にて独自に作成したものであります。

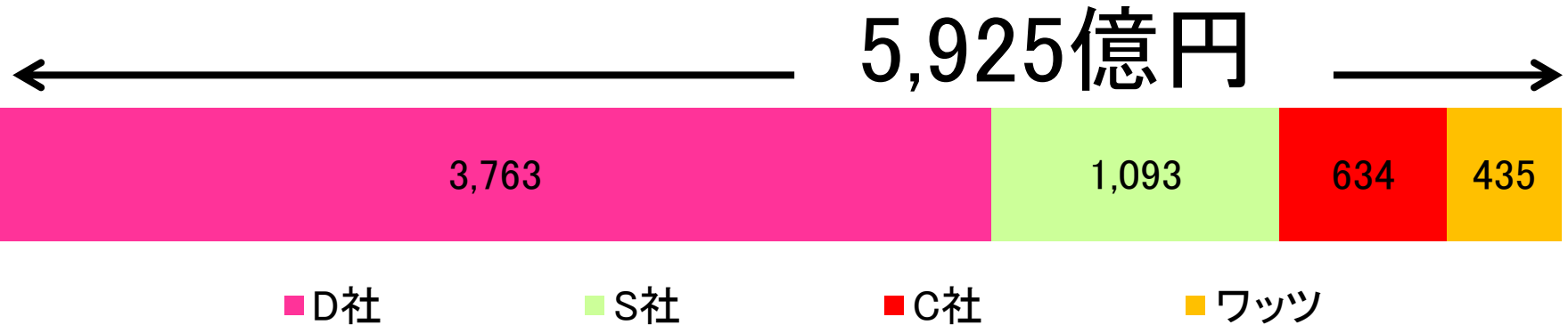
業界地図② ー事業ポートフォリオー



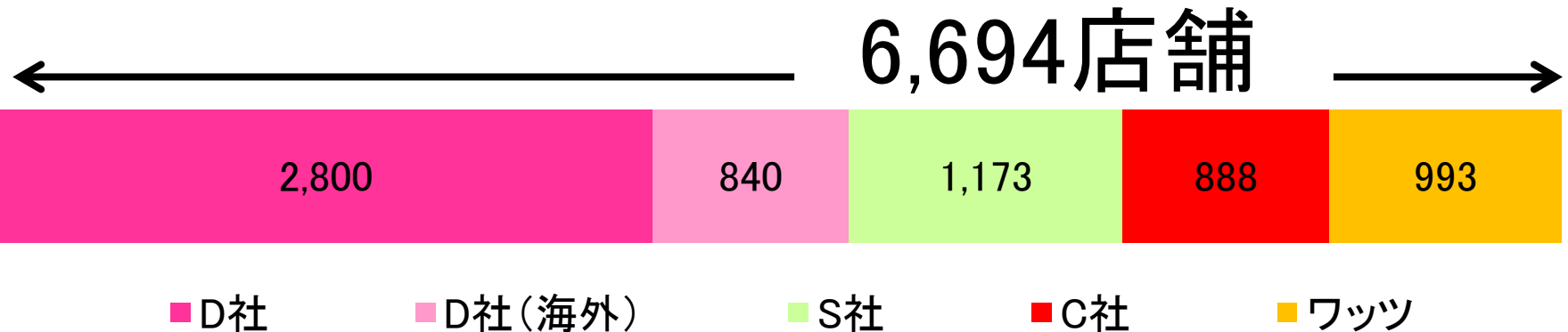
業界動向 —市場規模—



◇ 売上高(大手4社)



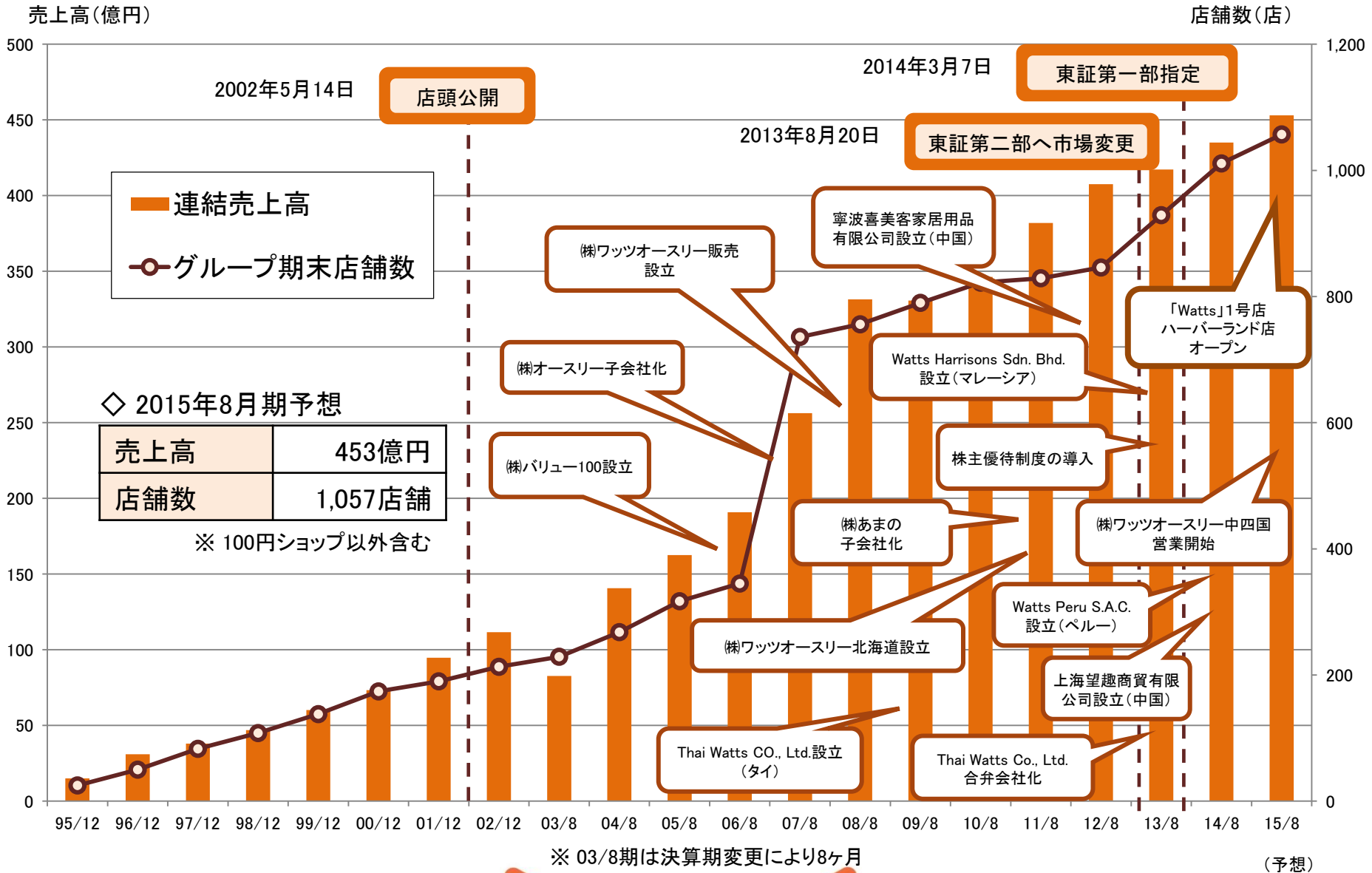
◇ 店舗数(大手4社)



※参考資料: 各社のホームページ、新聞、決算短信等より当社にて独自に作成したものであります。



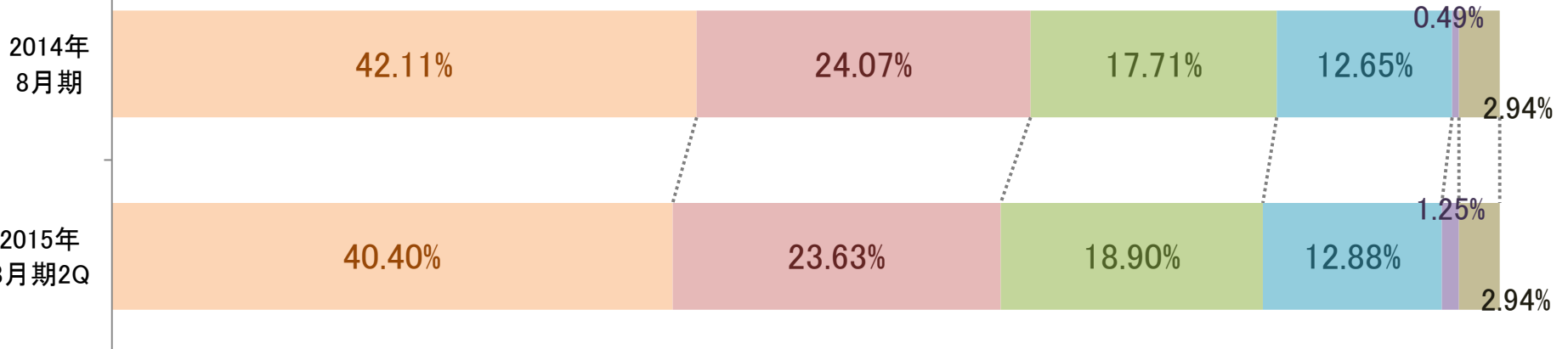
当社の歩み



株主構成



■ 個人その他
 ■ その他法人
 ■ 外国法人等
 ■ 金融機関
 ■ 証券会社
 ■ 自己株式



| | 2014年8月期 | 2015年8月期 第2四半期 | 前年比 |
|---------|-------------|-------------------|-----------------------|
| 発行済株式総数 | 13,958,800株 | 13,958,800株 | — |
| 株主数 | 4,811 | 4,374 | △437 |
| 所有比率 | | | |
| 個人その他 | 42.11% | 40.40% | △1.71 ^{ポイント} |
| その他法人 | 24.07% | 23.63% | △0.44 ^{ポイント} |
| 外国法人等 | 17.71% | 18.90% | 1.19 ^{ポイント} |
| 金融機関 | 12.65% | 12.88% | 0.23 ^{ポイント} |
| 証券会社 | 0.49% | 1.25% | 0.76 ^{ポイント} |
| 自己株式 | 2.94% | 2.94% | 0.00 ^{ポイント} |

- ✔ 株主数は、前期比9.1%減少。
- ✔ 個人株主数比率は前期比1.71^{ポイント}減少、外国法人等比率が1.91^{ポイント}増加。
- ✔ まずはしっかりと業績を上げて行くことで株主様への還元原資を確保していく。

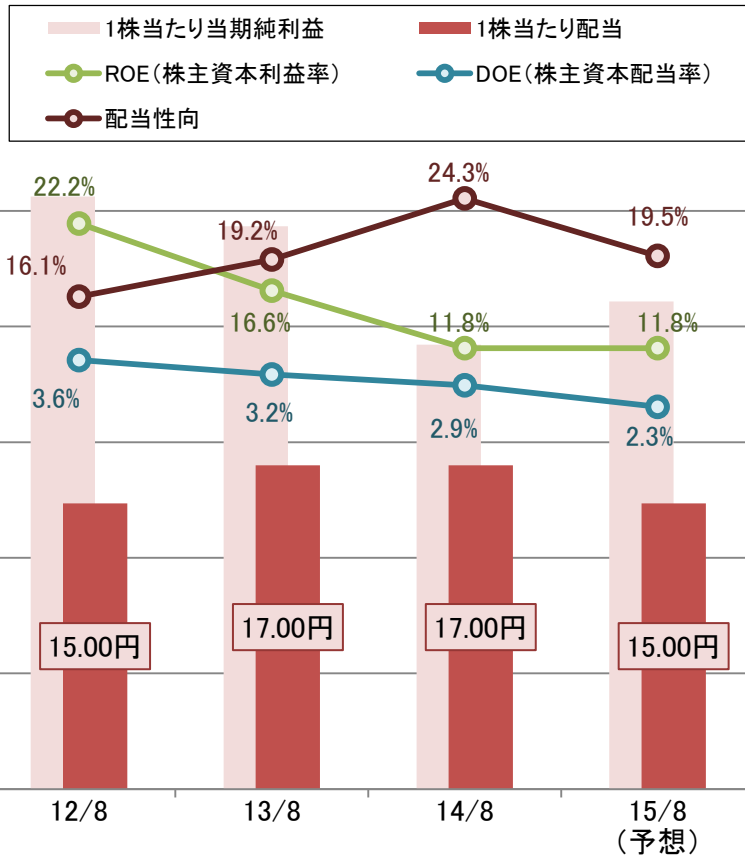
(注) 小数点第3位以下を切り捨てており、各項目の比率を加算しても100%にならない場合があります。



配当政策



ワッツは、「安定した配当を継続して行う」ことが、株主の皆様への利益還元であると考えています。



| | 2012年 8月期 | 2013年 8月期 | 2014年 8月期 | 2015年 8月期 (予想) |
|---------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| 1株当たり当期純利益 | 93.31円 | 88.63円 | 69.97円 | 76.76円 |
| 1株当たり配当 | 15.00円 | 17.00円 | 17.00円 | 15.00円 |
| 配当性向 | 16.1% | 19.2% | 24.3% | 19.5% |
| 配当利回り | 3.0% | 1.9% | 1.8% | 1.7% |
| ROE (株主資本利益率) | 22.2% | 16.6% | 11.8% | 11.8% |
| DOE (株主資本配当率) | 3.6% | 3.2% | 2.9% | 2.3% |

※ 2013年3月1日付、1:2の株式分割を実施しているため、1株当たり当期純利益および1株当たり配当は遡及処理後の数値を記載。

※ 2015年8月期配当利回りは2015年2月27日の株価を用いて算出



本資料にて開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在の入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。また、これらの情報が、今後予告なしに変更されることがあります。従いまして、本情報及び資料の利用は、他の方法により入手された情報とも照合確認し、利用者の判断によって行っていただきますようお願い致します。本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負うものではないことをご認識いただくようお願い申し上げます。

説明内容に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

お問い合わせ先：

株式会社ワッツ 取締役経営企画室長 森 秀人

e-mail: ir@watts-jp.com

TEL : 06-4792-3280