

2007年3月期  
中間決算説明資料

株式会社 マキヤ

# 2007年3月期 中間決算概要

# 事業内容

## 1. 総合店

- (1) グループの基軸となる「エスポット」は食料品から家庭用日用品、家電製品、輸入ブランド&ジュエリー、アウトドア用品など高品質&本物志向の商品を専門店並みの豊富な品揃えとディスカウントストア並の低価格で提供しています。  
「ESPOT」の「E」に織り込まれた5つの指針は  
Excellent(高品質の品揃え)  
Every Day(毎日が特売)  
Enjoy(楽しめる売場)  
Earnest(誠実な小売業)  
Eternal(永遠の企業努力)で、これは全事業に通じるものです
- (2) ホームセンター「マキヤ」は家庭用日用品、インテリア用品、DIY用品、園芸用品、ペット用品などの幅広い品揃えと「どこよりも安く」をモットーに地域のお客様に親しまれる店づくりを行っています。

## 2. 専門店

- (1) 「ハードオフ&オフハウス」は不要になった商品の買取りおよび販売を行うリサイクル・ショップです。パソコンやAV機器、楽器、腕時計、カメラなどを対象とする「ハードオフ」。家具やインテリア、ギフト、生活雑貨などを対象とする「オフハウス」を単独および複合で展開しております。取扱商品は独自の査定データベースにより買取り、入念な点検・修理・クリーニングを経て次のお客様へ。リサイクル事業を通じ地球資源・環境問題にも一役買っています。
- (2) 業務スーパーはキャッシュ(現金払い)&キャリー(お持ち帰り)のシステムを採用しているため、通常より少ないコストで店舗運営が可能となっております。このため減農薬や無添加の食品、プロも満足する高品質な商品をいつも低価格で提供しております。業務用だけではなく、一般のお客様にもご利用いただけます。
- (3) 「テックランド」は株式会社ヤマダ電機とのフランチャイズ方式による家電販売事業として新たに設立した店舗です。既存店舗「ヤベデンキ」の業態転換により3店舗開店しております。

# 経営方針

当社は、「お客様の利益」を第一とし、「お取引様の利益」及び「会社と社員の利益」の“三位一体の利益”を追求することを経営の目的としております。

この目的を推進するにあたり、最も大切であると考え「信頼と感謝」の気持ちを常に持ち、お客様の利益に貢献し、お客様から支持される小売業であり続けることを経営理念としております。

このような経営理念の下、当社は住関連用品に加え、カー用品、スポーツ用品、ジュエリー、ブランド品、食料品などバラエティに富んだ商品を販売する総合ディスカウント店と、業務用食料品販売店、リサイクル・ショップ等、また連結グループとして、食品スーパー、電機店等を幅広く展開しております。

これらにより消費の多様化に常にきめ細かく応える小売業として、堅実な経営を築くことを基本方針としております。

## 連結会社概要

社名	所在地	資本金	事業内容	株式会社マキヤ持株比率(%)
株式会社ひのや	静岡県	100百万円	食品スーパー	100%
株式会社東海テックランド	静岡県	100百万円	家電販売	80%
株式会社ハイデリカ	静岡県	10百万円	惣菜・弁当の製造販売	100%
株式会社MKカーゴ	静岡県	10百万円	物流業	100%

# 2007年3月期中間決算総括

当上期、当社グループは業務用食料品販売店「業務スーパー」2店舗、食品スーパー「ポテト」2店舗の計4店舗の新規開店を行ないました。一方、ホームセンター「マキヤ」1店舗、食品スーパー「ひのや」2店舗の計3店舗を閉店いたしました。この開閉店により連結子法人等である株式会社ひのやの食品スーパーは、全て「フードマーケットポテト」に集約されました。また、「フードマーケットポテト」の店頭販売のための惣菜・弁当等を製造しております子会社、株式会社ハイデリカでは、最新設備による惣菜工場を新たに建設・稼動いたしました。これらの店舗政策により増収効果の期待できる業態と店舗配置の基礎固めを進めました。これらの結果、当中間連結会計期間の連結売上高は330億7千万円(前期比92.8%)となりました。

なお、前期につきましては、株式会社ひのやおよび株式会社ハイデリカは決算月の変更をいたしましたため、7ヶ月間の実績となっております。また、経常利益につきましてはLSP(レイバー・スケジューリング・プログラム)の推進等により、店舗における効率的な人員配置を追及しましたこと等、経費削減に努めました結果、520百万円(前期比110.1%)となりました。中間純利益は33百万円(前期比1億2千5百万円の増加)となりました。

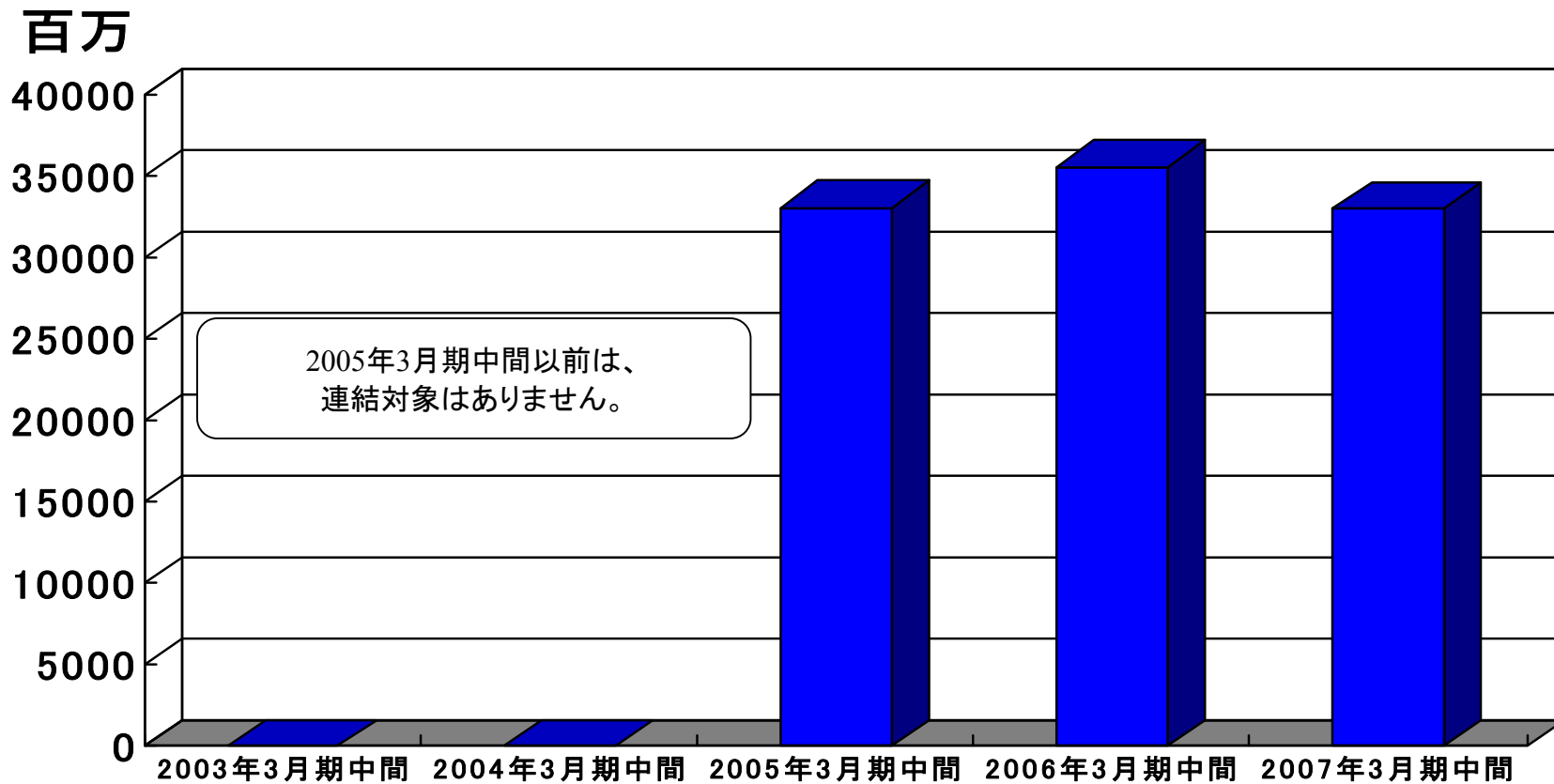
## 2007年3月期 中間業績推移(連結)

	2003年3月期中間	2004年3月期中間	2005年3月期中間	2006年3月期中間	2007年3月期中間	
売上高(百万円)			33,120	35,623	33,070	
売上総利益(百万円)			76,580	8,326	7,603	
販売管理費(百万円)			7,106	7,963	7,153	
営業利益(百万円)		2005年3月期中間以前は 連結対象はありません。		551	363	449
営業利益率(%)			1.7	1.0	1.4	
経常利益(百万円)			662	472	520	
経常利益率(%)			2	1.3	1.6	
当期純利益(百万円)			328	△92	33	
当期純利益率(%)			1.0	△0.3	0.1	

## 2007年3月期中間資産/収益性(連結)

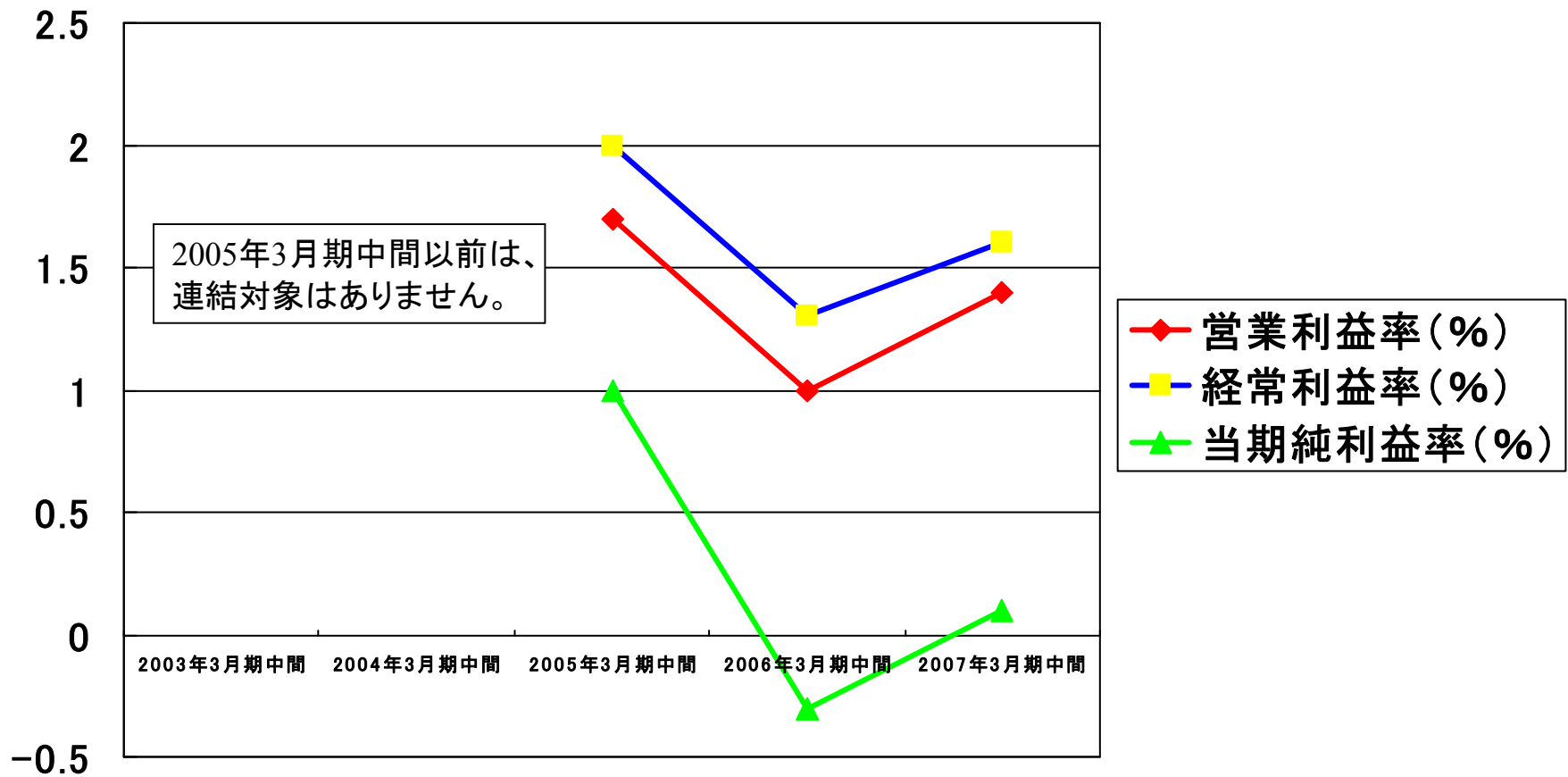
	2003年3月期中間	2004年3月期中間	2005年3月期中間	2006年3月期中間	2007年3月期中間
総資産額(百万円)			30,807	32,037	32,598
純資産額(百万円)			10,780	11,125	11,389
自己資本比率(%)	2005年3月期中間以前は 連結対象はありません。		35.0	34.7	34.9
1株当たり純資産額(円)			1,023.38	1,064.18	1,092.08
1株当たり当期純利益(円)			31.78	△8.77	3.17
総資本当期純利益率(%)			1.07	△0.29	0.10
自己資本当期純利益率(%)			3.05	△0.83	0.29

# 売上高推移(連結)

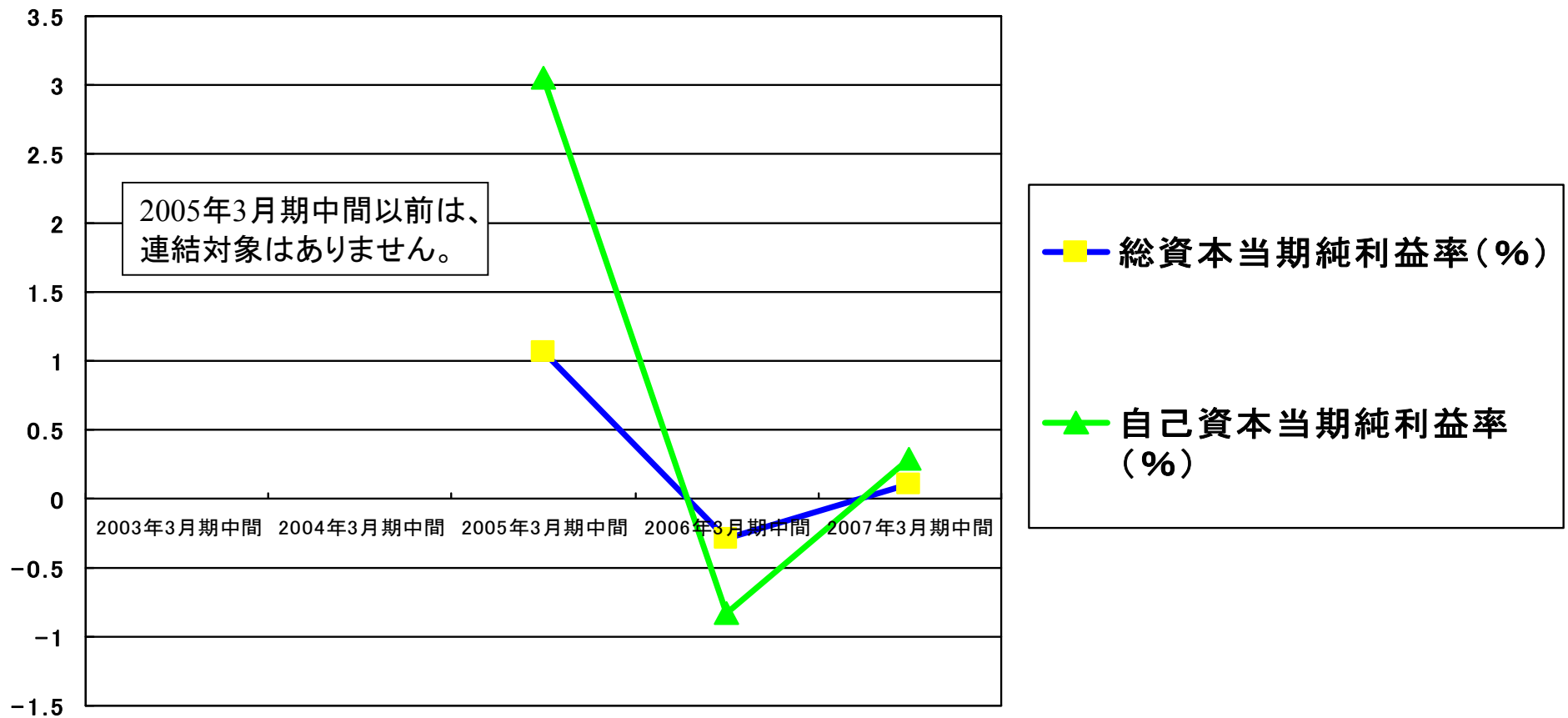




# 利益率推移(連結)



# 収益性指標(連結)

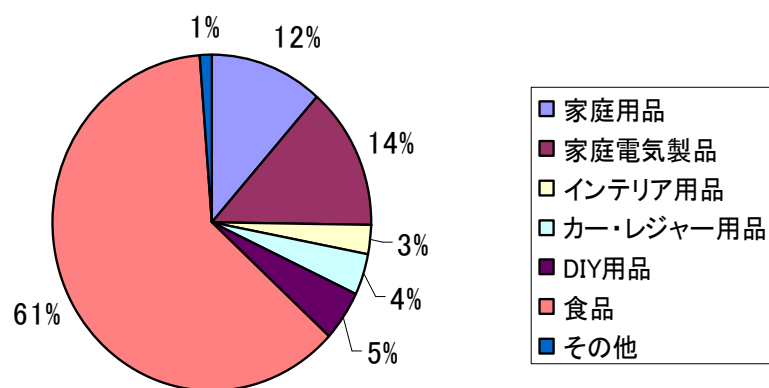


# 部門別売上推移(連結)

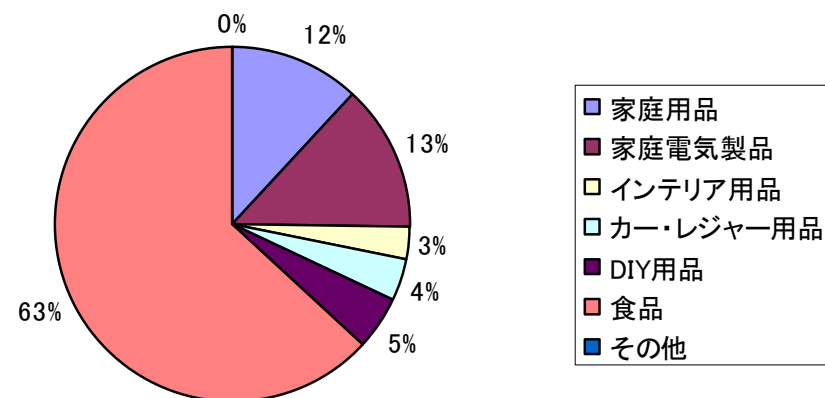
売上単位(百万円)					
	2003年3月期中間	2004年3月期中間	2005年3月期中間	2006年3月期中間	2007年3月期中間
家庭用品			3,836	4,105	3,940
家庭電気製品			5,292	4,910	4,419
インテリア用品			865	940	924
カー・レジャー用品	2005年3月期中間以前は 連結対象はありません。		1,407	1,447	1,308
DIY用品			1,676	1,783	1,667
食品			19,721	22,076	20,781
その他			320	360	27
計			33,120	35,623	33,070

# 部門別売上推移(連結)

2006年3月期中間部門別売上推移(連結)



2007年3月期中間部門別売上推移(連結)



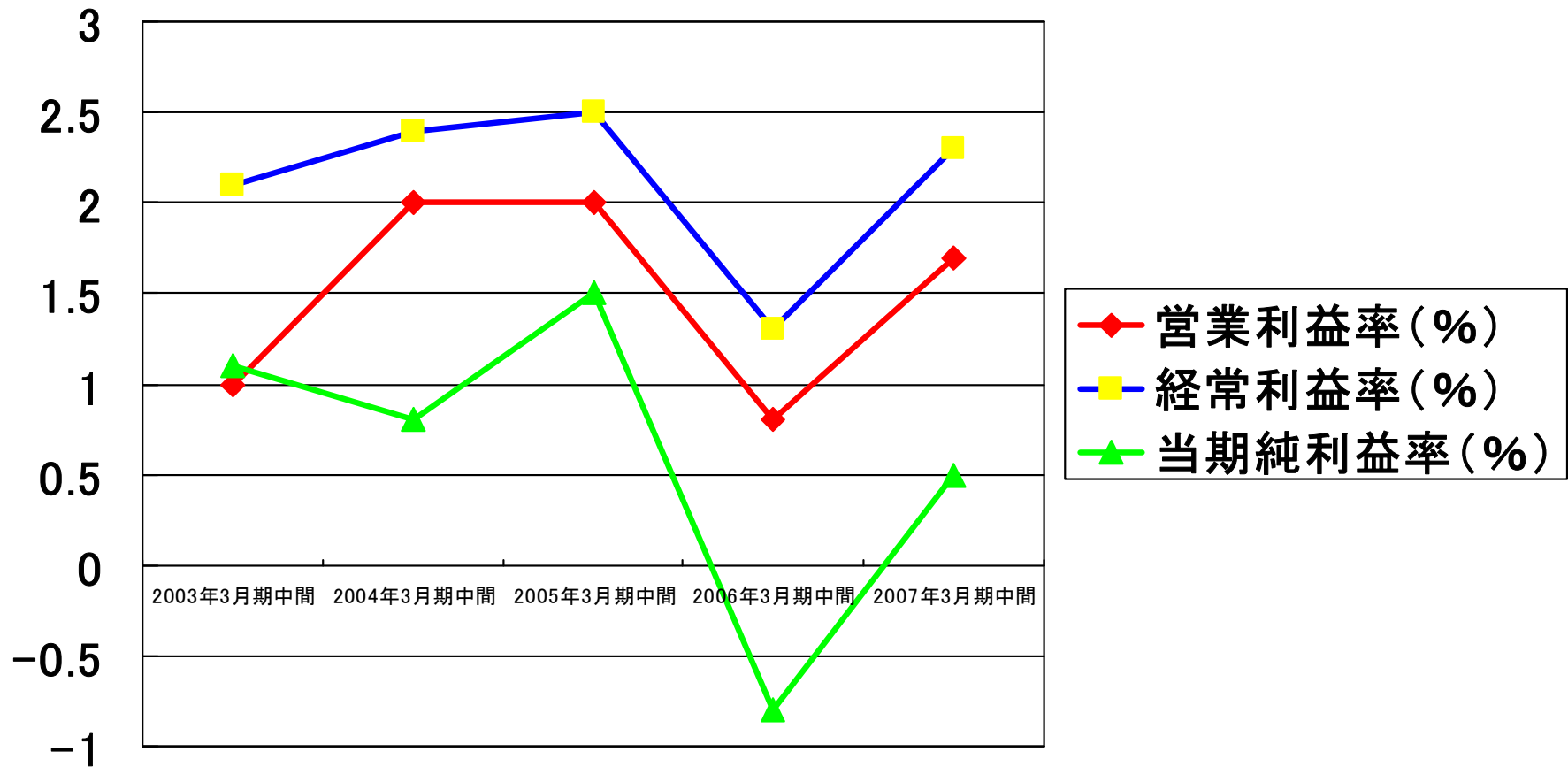
## 2007年3月期中間業績推移(単独)

	2003年3月期中間	2004年3月期中間	2005年3月期中間	2006年3月期中間	2007年3月期中間
売上高(百万円)	23,262	21,412	20,126	20,823	19,248
売上総利益(百万円)	4,737	4,598	4,444	4,595	4,232
販売管理費(百万円)	4,512	4,172	4,046	4,422	3,895
営業利益(百万円)	225	425	397	172	336
営業利益率(%)	1.0	2.0	2.0	0.8	1.7
経常利益(百万円)	482	522	504	265	442
経常利益率(%)	2.1	2.4	2.5	1.3	2.3
当期純利益(百万円)	250	165	296	△158	96
当期純利益率(%)	1.1	0.8	1.5	△0.8	0.5

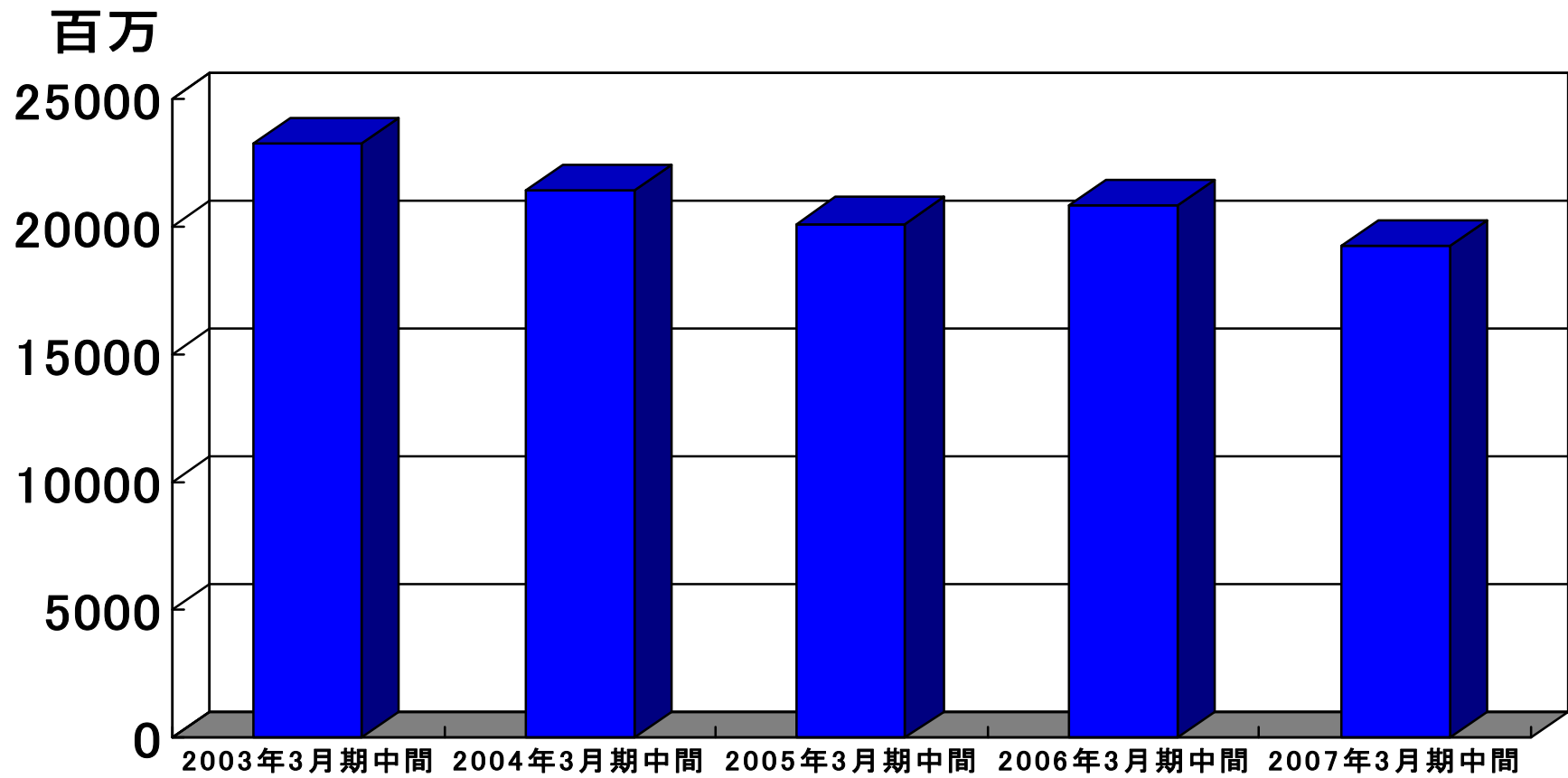
## 2007年3月期中間資産/収益性(単独)

	2003年3月期中間	2004年3月期中間	2005年3月期中間	2006年3月期中間	2007年3月期中間
総資産額(百万円)	24,068	23,327	26,140	26,806	28,272
純資産額(百万円)	9,849	10,287	10,728	10,837	11,141
自己資本比率(%)	40.9	44.1	41.0	40.4	39.4
1株当たり純資産額(円)	934.94	976.59	1,018.44	1,036.65	1,068.29
1株当たり当期純利益(円)	23.81	15.72	28.69	△15.12	9.29
総資本当期純利益率(%)	1.0	0.7	1.1	△0.6	0.34
自己資本当期純利益率(%)	2.5	1.6	2.8	△1.5	0.86

# 利益率推移(单独)

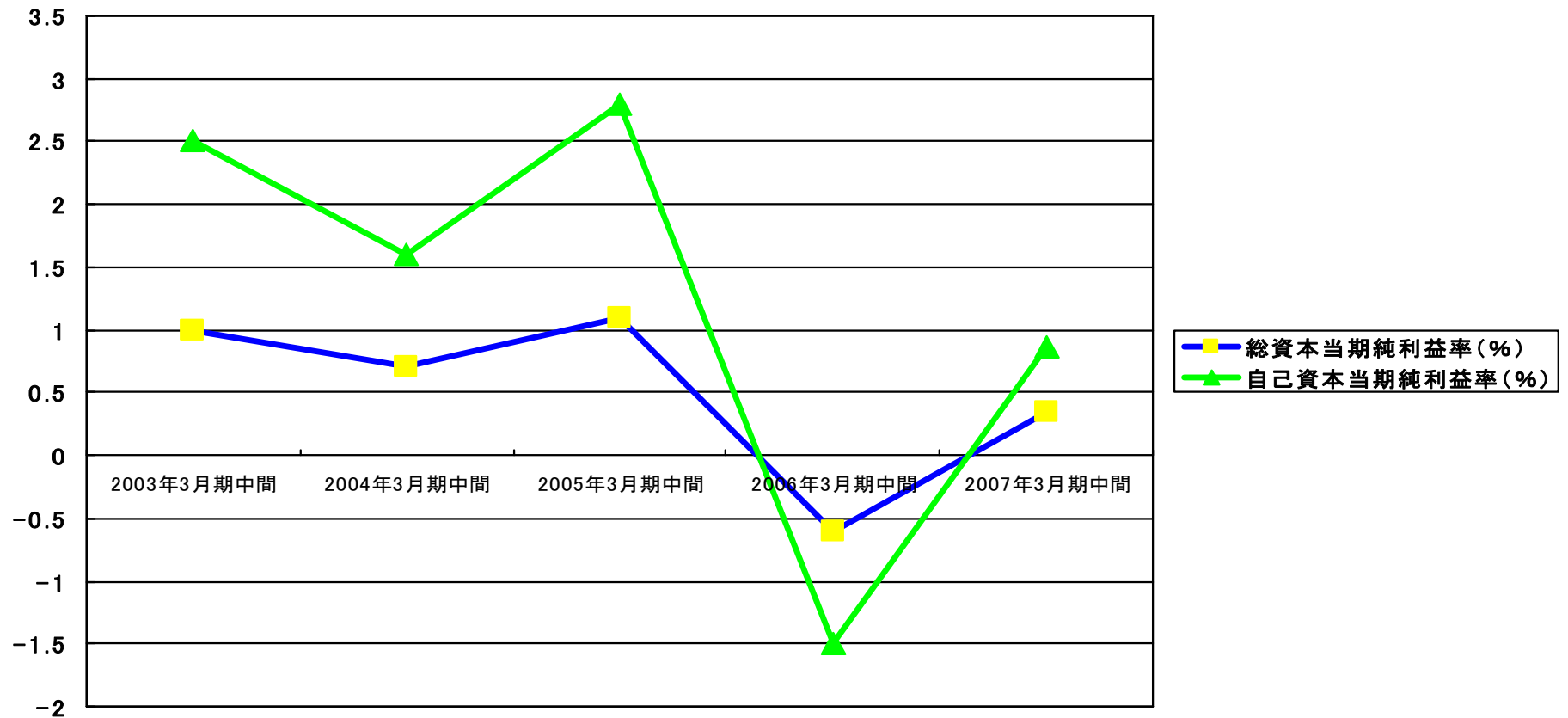


# 売上高推移(单独)





# 収益性指標(単独)

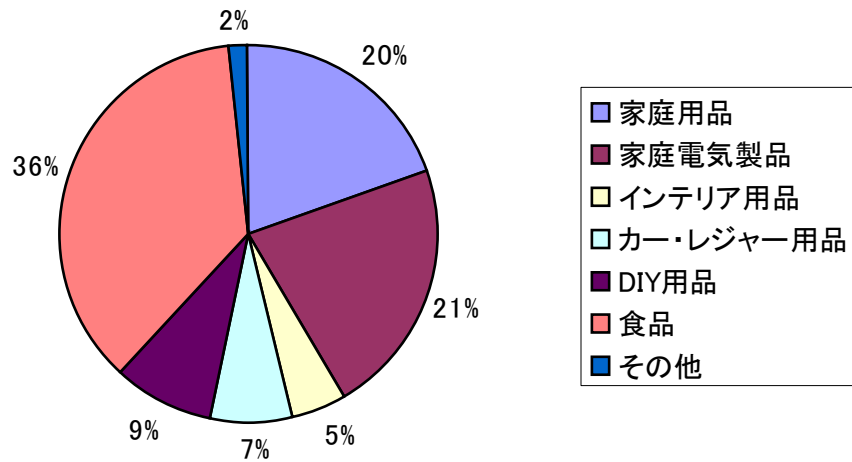


# 部門別売上推移(単独)

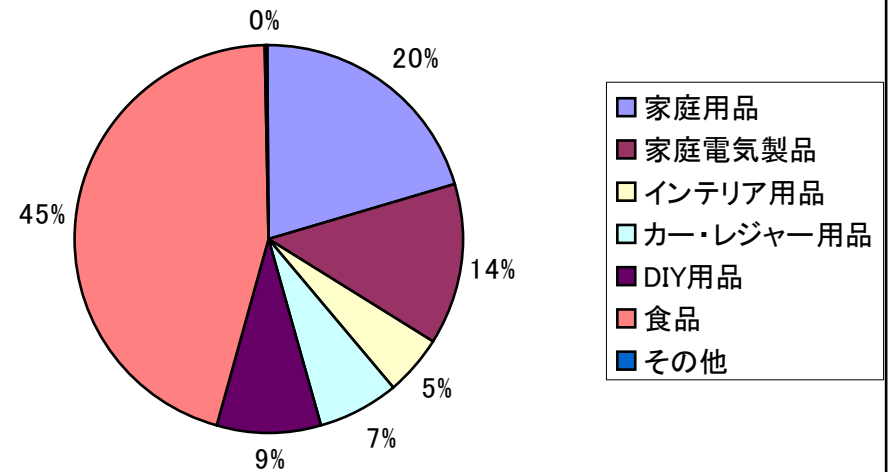
売上単位(百万円)					
	2003年3月期中間	2004年3月期中間	2005年3月期中間	2006年3月期中間	2007年3月期中間
家庭用品	4,422	4,124	3,836	4,105	3,940
家庭電気製品	2,896	2,501	5,292	4,556	2,601
インテリア用品	1,155	962	865	940	924
カー・レジャー用品	1,931	1,569	1,407	1,447	1,308
DIY用品	2,129	1,857	1,676	1,783	1,667
食品	5,777	6,063	6,727	7,628	8,777
その他	4,949	4,333	320	361	27
計	23,262	21,412	20,126	20,823	19,248

# 部門別売上推移(単独)

2006年3月期中間部門別売上推移(単独)



2007年3月期中間部門別売上推移(単独)



## 2007年3月期の業績予想(連結)

	2006年3月期(実績)	2007年3月期(予想)	前期比
売上高	69,276百万円	64,500百万円	93.1%
営業利益	1,001百万円	1,030百万円	102.8%
経常利益	1,209百万円	1,250百万円	103.3%
当期純利益	278百万円	350百万円	118.7%
1株当たり 当期純利益	25円00銭	33円55銭	134.2%

下期に総合ディスカウント店「エスポット」の新規開店1店舗とホームセンター「マキヤ」から「エスポット」への業態変更による2店舗の新規開店を計画しております。また子会社「ひのや」におきましても、新規工場を稼動いたしましたハイデリカより惣菜・弁当等の本格的な供給を受ける等により、売上げに貢献できできるものと期待しております。

# 当社の経営方針・中期経営計画

## ■今後の経営方針

目標とする経営数値といたしましては、ROA(総資本利益率)、ROE(株主資本利益率)等の資本効率に視点を置いた経営指標を重視し、これら経営数値を改善する為の経常利益率や総資本回転率の向上を目指しております。毎期予算の立案における新規の店舗・設備等の投資案件についてもROI(投下資本経常利益率)を個別に点検し、経営効率と財務体質の更なる改善に努めてまいります。

## ■中期経営計画

- (1)出店戦略といたしましては、総合ディスカウント店「エスポット」業態を核とした、複合形式の大型店開発に注力し、神奈川県等にも積極的に出店をしていく計画です。
- (2)業態展開の中で、特に食料品販売に関しては、「エスポット」の食料品販売に加え、業務用食料品販売の「業務スーパー」、関連子会社の食品スーパー「ひのや」等、食料品販売業態のバリエーションがグループ内に充実し、売上高構成比が高まってきました。仕入・物流面に関しましてはスケールメリットによる利益率の向上を目指し、出店に関してはそれぞれの店舗の特徴を生かしつつ、地域特性に合わせた展開をしてまいります。
- (3)リサイクルショップ「ハード・オフ」店の出店においては、家具・衣料品等のリサイクルショップ「オフ・ハウス」との複合出店によって、より大型の店舗形態を計画しております。

## IR窓口 人事総務部 総務課

0545-36-1000

この資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関わる情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予想し得る範囲で為した判断に基づくものです。しかしながら現実には、通常予想し得ないような特別事情の発生または通常予想し得ないような結果の発生等により、本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。

当社といたしましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めて参りますが、本資料記載の業績見通しのみに全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。

尚、いかなる目的であれ、当資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。