

PASSPORT

fleur by PASSPORT

 bao-bab*fleur

Easy Cozy Days

PASSPORT
WEBSHOP

平成23年2月期 第2四半期 決算説明会

平成22年10月

株式会社パスポート
コード番号 7577

Passport



当社の概要

1. 会社概要と経営理念

■会社概要

設立	1969年(昭和44年) 7月
資本金	3億6千9百万円
発行済株式総数	5,270,000株 (潜在株式なし)
取引市場	JASDAQ (取引コード7577)
事業内容	インテリア雑貨・生活雑貨の 販売



■経営理念

パスポートは、
パスポートのビジネスにかかわるすべての人びとが、
“楽しく”“美しく”“夢のある”人生を実現し
ハッピーになることで社会に貢献します

パスポートは、店、商品、社員を通じて、
お客様をハッピーにします

パスポートは、店、商品、社員を通じて、
地域の人びとをハッピーにします

パスポートは、店、商品、社員を通じて、
株主をハッピーにします

パスポートは、店、商品、社員を通じて、
取引先をハッピーにします

パスポートは、店、商品を通じて、
社員とその家族をハッピーにします

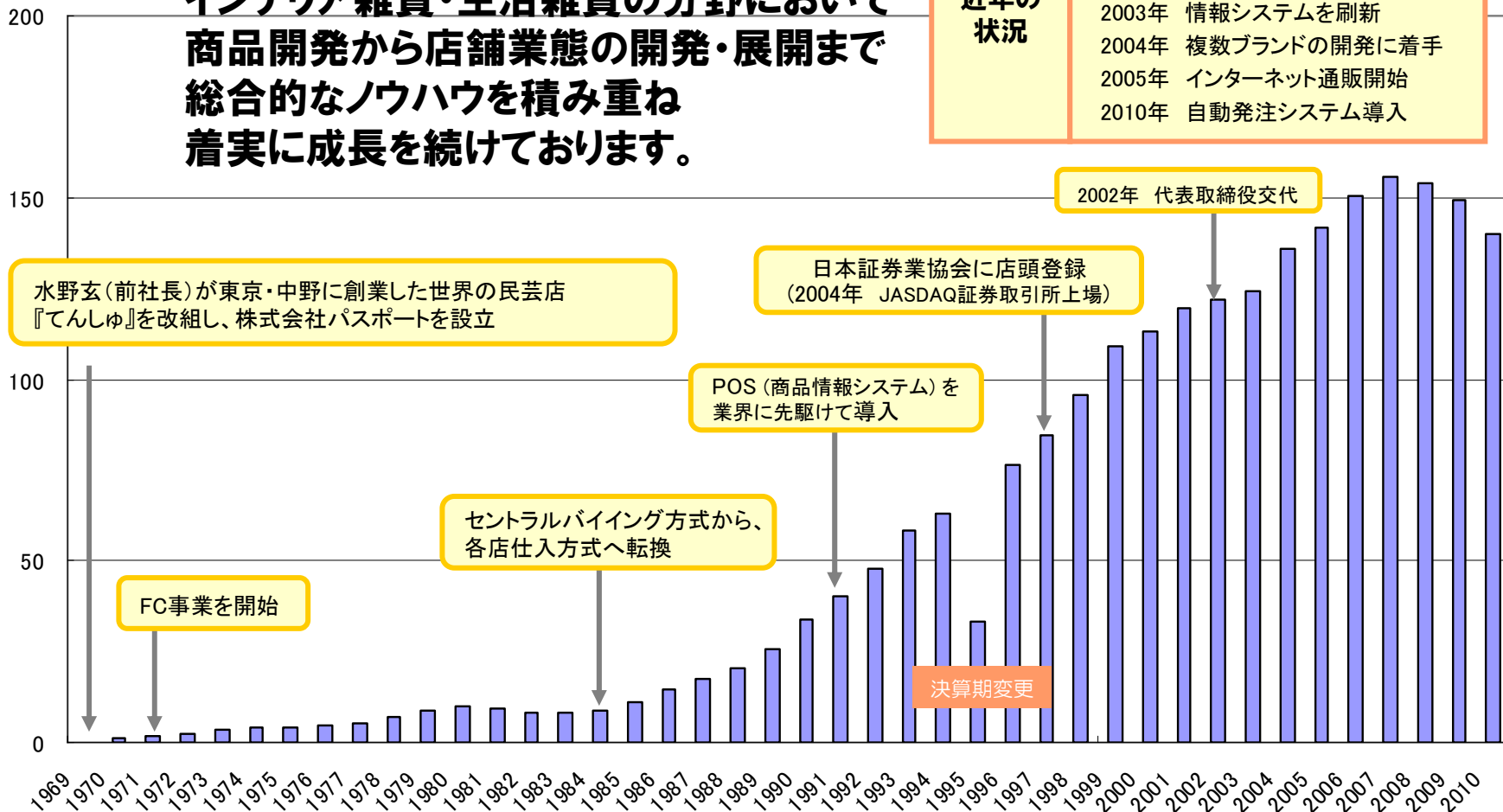
2. 当社の歩み

(売上高/億円)

**1969年の創業から現在まで、
インテリア雑貨・生活雑貨の分野において
商品開発から店舗業態の開発・展開まで
総合的なノウハウを積み重ね
着実に成長を続けております。**

近年の状況

- 2002年 路面1号店を出店
- 2002年 共同配送センターを設立
- 2002年 主要商品の直輸入化を開始
- 2003年 情報システムを刷新
- 2004年 複数ブランドの開発に着手
- 2005年 インターネット通販開始
- 2010年 自動発注システム導入



水野玄(前社長)が東京・中野に創業した世界の民芸店『てんしゅ』を改組し、株式会社パスポートを設立

日本証券業協会に店頭登録 (2004年 JASDAQ証券取引所上場)

POS (商品情報システム) を業界に先駆けて導入

セントラルバイイング方式から、各店仕入方式へ転換

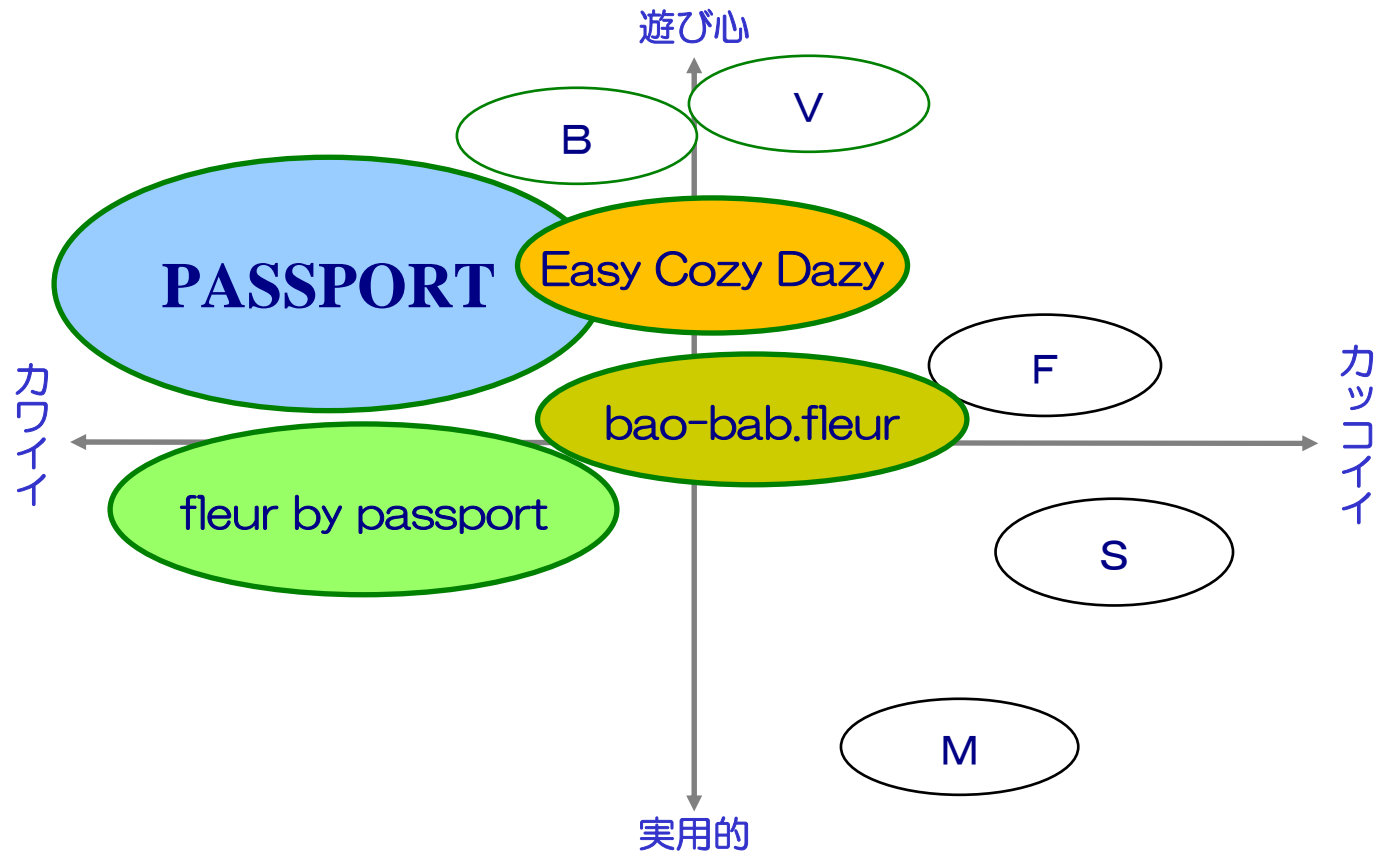
FC事業を開始

決算期変更

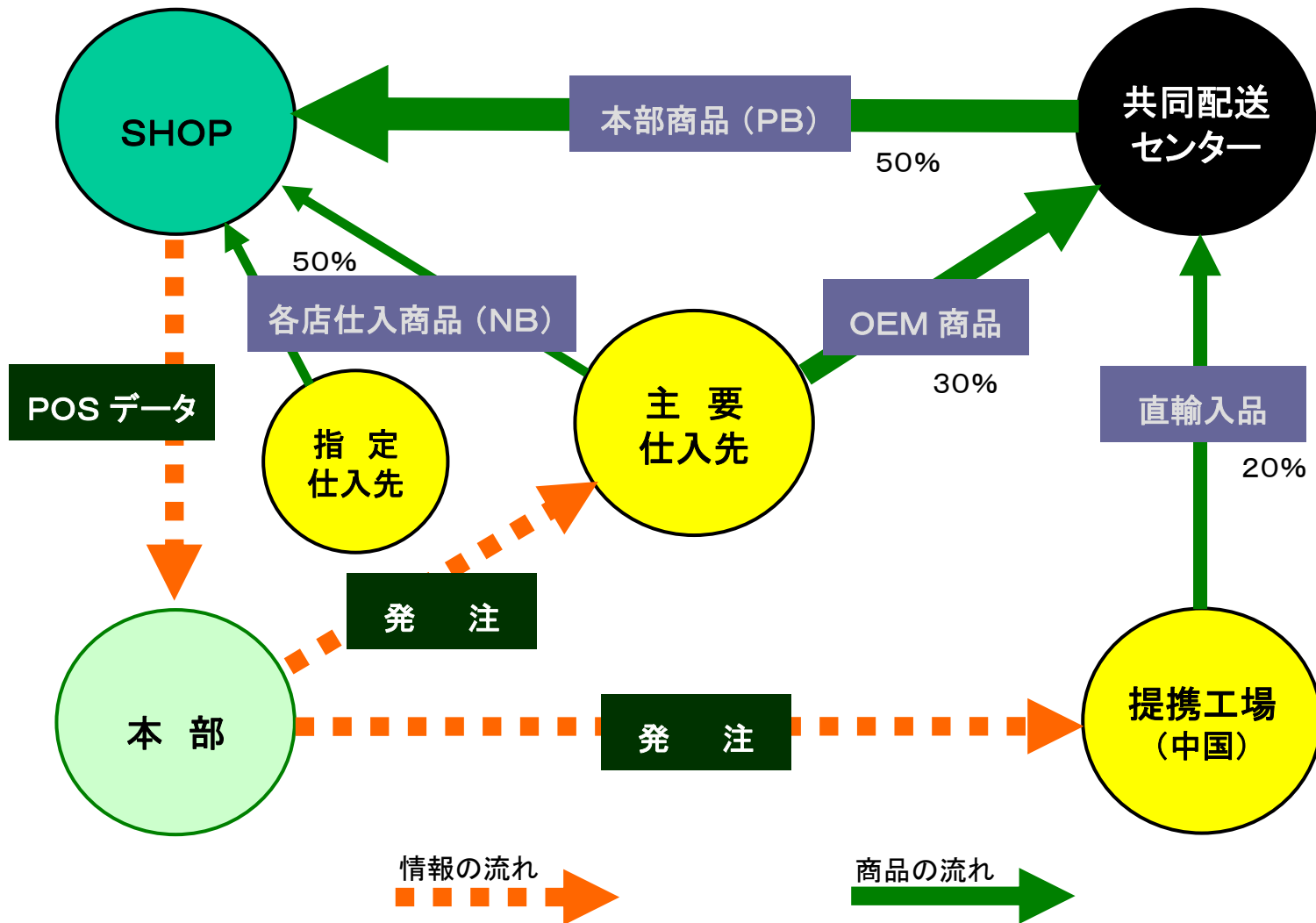
2002年 代表取締役交代

3. ショップブランドとポジショニング

従来の『PASSPORT』に加え、2005年より『fleur by PASSPORT』と『bao-bab.fleur』、2008年『Easy Cozy Dazy』を展開。また、店舗網の補完として、インターネットショップも運営しています。



4. 当社のビジネスモデル



Passport



第2四半期決算の概要

1. 第2四半期決算のポイント

【経営環境】

- 新興国の経済成長に伴い、輸出産業中心に景気回復の兆し。
- デフレは長期化し、雇用・所得の環境に変化は見られず、個人消費は更なる節約志向へ。
- 百貨店・スーパーの月次販売動向は、下げ幅縮小も浮上せず。

【出退店状況】

- 「Passport」ブランドで直営1店舗開設、5店舗閉鎖。FC1店舗を開設。
- 「Passport」ブランドで直営店3店舗改装。
- 「Passport」ブランドで直営催事店2店舗開設。
- 当第2四半期末店舗数は直営店147店舗、直営催事店3店舗、FC店26店舗で合計176店舗。（催事店舗含む）

【経営成績】

- 店舗数の減少で減収となるものの、直営既存店売上前年比は101.6%と反発し、経費削減と相まって前期を上回る利益水準に。

2. 第2四半期決算ハイライト

(単位:百万円)

	2009/2 第2四半期 (実績)	2010/2 第2四半期 (実績)	前年同期比	2010/2 第2四半期 期初予想(*)
売上高	6,918	6,792	△126	6,500
営業利益	192	269	77	200
経常利益	161	240	79	170
四半期純利益	154	117	△37	70
総資産	6,411	6,313	△98	—
純資産	1,170	1,357	187	—

*: 期初予想は2010年4月12日公表。その後、2010年9月27日に業績予想の修正を発表。

3. 収益の状況 ①

(単位:百万円)

	2010/2 第2四半期	2011/2 第2四半期
売上高	6,918	6,792
売上原価	3,536	3,456
売上総利益	3,382	3,335
販売費及び 一般管理費	3,189	3,065
営業利益	192	269

【主な変化要因】

● 直営店の店舗数減少7店舗。しかし、既存店売上は101.6%と増加。(買上客数103%・単価98.6%)
FC店は1店舗増加。既存店店頭売上も102.1%。
(買上客数103.9%・単価98.3%)

● 直輸入品の売上構成比は1.5%拡大、売上原価率は0.7%改善。閉店店舗の減少により、値下げ金額は12%減少。一方で、内部統制基準に則り、前期比215%の滞留在庫処分を実施。

● 業績を反映して、賞与増額で人件費は微増も、店舗家賃をはじめ、経費削減による収益構造の改善に、継続して全社で取り組んだ結果、前年同期比3.9%減少を達成した。

売上高営業利益率: 4.0%
(前年は2.8%)

3. 収益の状況 ②

(単位:百万円)

	2010/2 第2四半期	2011/2 第2四半期
営業利益	192	269
営業外収益	4	4
営業外費用	34	33
経常利益	161	240
特別利益	201	—
特別損失	140	18
四半期純利益	154	117

【主な変化要因】

●利益の出せる直営既存店の増収、粗利益の取れる直輸入商品売上の拡大。前期・及び当期の不採算店閉店等による、店舗家賃ほか販管費の大幅削減。

●前第2四半期は、役員退職慰労引当金戻入額129百万円計上。また、創業者逝去による保険金収入が71百万円あったため。

●前第2四半期は、直営店が12店舗閉鎖。また、棚卸資産の評価を売価還元低価法に変更し、87百万円評価損計上。

●当第2四半期の直営店の閉鎖は5店舗と減少。2店舗が減損損失計上。

安定的に利益を生み出す体質に改善

4. 財政状態 ①資産の部

(単位:百万円)

	2010/2	2011/2 第2四半期
流動資産	3,038	3,152
（うち、現金及び預金）	800	814
（うち、たな卸資産）	1,433	1,371
固定資産	3,193	3,160
有形固定資産	944	1,029
無形固定資産	43	39
投資その他の資産	2,205	2,092
資産合計	6,232	6,313

【主な変化要因】

●主に現金及び預金が14百万円増加、店舗の減少もあり、商品在庫は61百万円減少。受取手形及び売掛金が73百万円増加。その他、閉鎖店舗の敷金・保証金で未収入金が70百万円増加。

●主に店舗システムの入替等で、器具備品が142百万円増加し、減価償却により建物が62百万円減少。その結果、有形固定資産が84百万円増加。一方、不採算店の退店により、敷金及び保証金が126百万円減少。

●以上の結果、資産合計は前事業年度に比べ81百万円増加。

4. 財政状態 ②負債・純資産の部

(単位:百万円)

	2010/2	2011/2 第2四半期
負債合計	4,960	4,955
流動負債	3,611	3,613
固定負債	1,349	1,341
純資産合計	1,271	1,357
株主資本	1,269	1,356
資本金	369	369
資本剰余金	292	292
利益剰余金	667	755
自己株式	△60	△60
評価・換算差額等	2	1
資産合計	6,232	6,313

【主な変化要因】

●流動負債については、好調な売上を背景に仕入も増加し、支払手形及び買掛金が252百万円増加。一方、短期借入金が133百万円減少し、1年内償還予定社債も46百万円減少。また、未払費用は76百万円の減少。固定負債については、主に店舗のPOSシステム等の入替で、リース債務が131百万円増加。社債が償還により99百万円減少。割賦の返済で長期未払金が55百万円減少。これらの結果、負債の合計は5百万円の減少。

●利益剰余金が87百万円増加したこと等により、純資産合計は前事業年度に比べ、86百万円増加。

5. キャッシュ・フローの状況

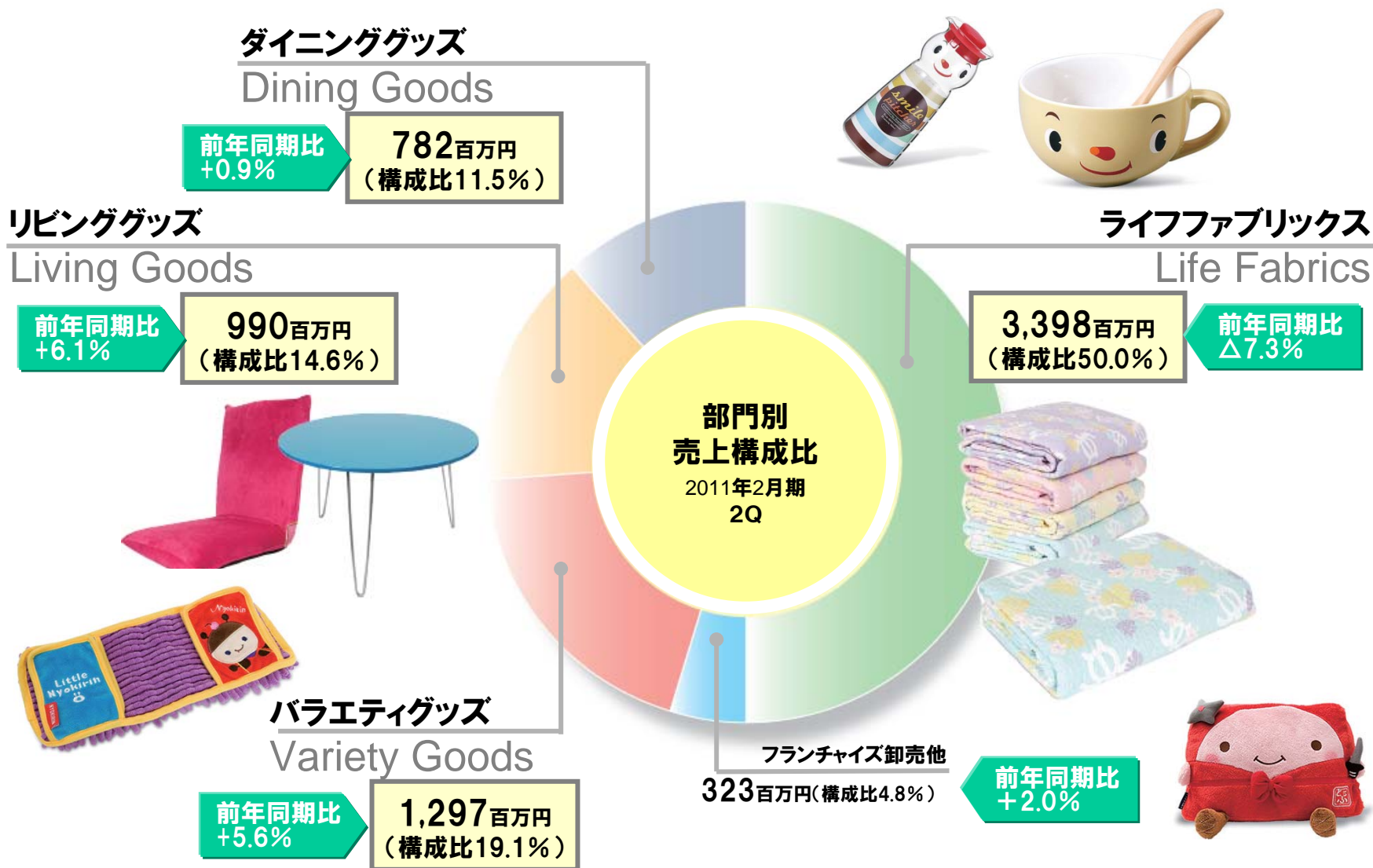
(単位:百万円)

	2010/2 第2四半期	2010/2	2011/2 第2四半期
営業活動による キャッシュ・フロー	393	726	396
投資活動による キャッシュ・フロー	96	154	△24
財務活動による キャッシュ・フロー	△166	△468	△357
現金及び現金同等物 の増減額(△:減少額)	322	412	14
現金及び現金同等物 の期首残高	387	387	800
現金及び現金同等物 の期末残高	710	800	814

【主な変化要因】

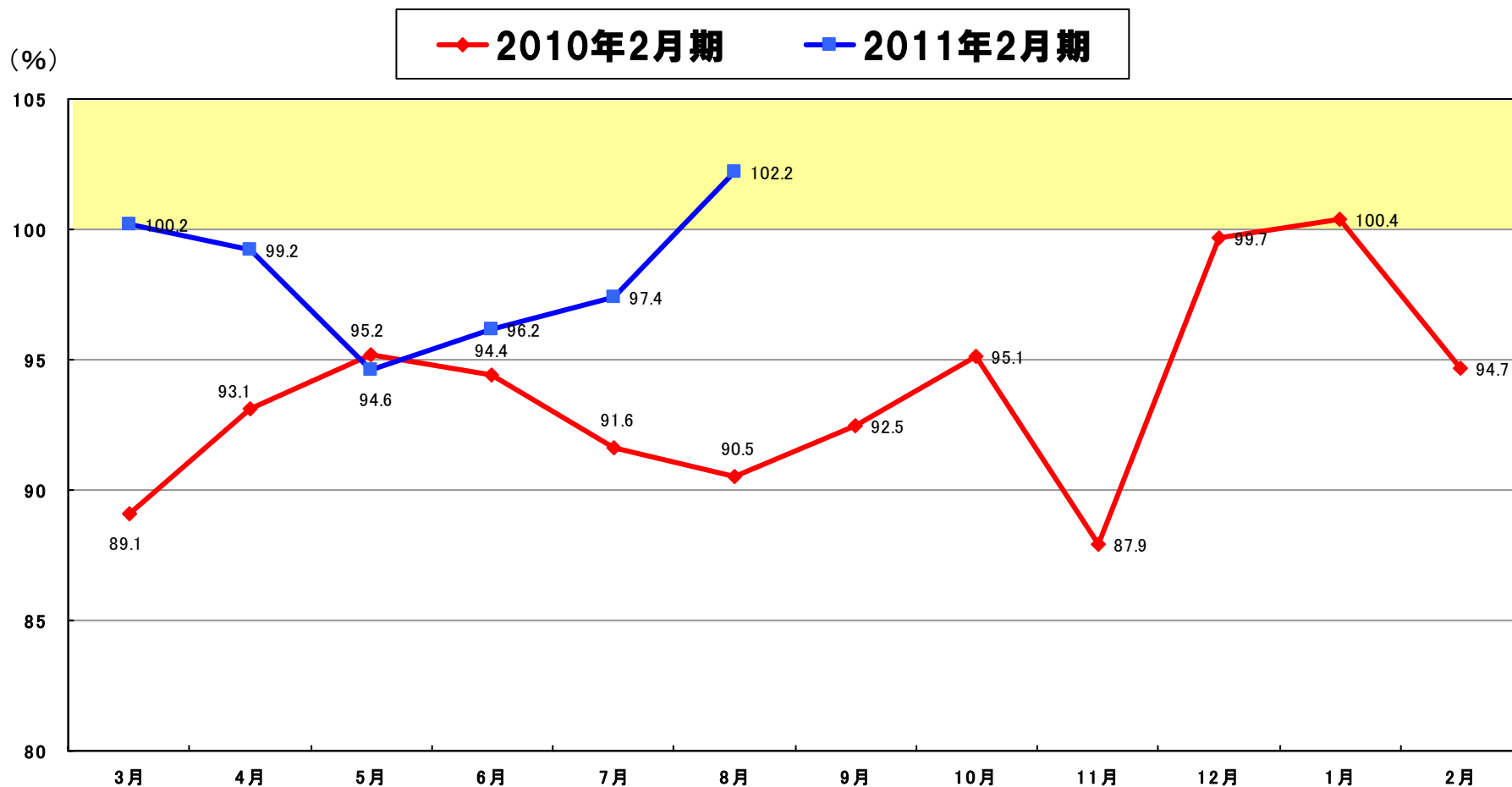
- 税引前四半期純利益は222百万円で前第2四半期と同額を計上。仕入債務252百万円の増加による収入と法人税等の支払額108百万円の支出等による。
- 不採算店の退店に伴う敷金保証金の返還による収入が47百万円。
- 出店等による固定資産の取得及び敷金保証金等の差入による支出が57百万円。
- 前第2四半期より、受取保険金が71百万円減少。
- 短期借入金の返済による支出が133百万円。
- 社債の償還による支出が245百万円。
- 長期借入金は200百万円の収入、148百万円支出。

6. 部門別の売上高の状況



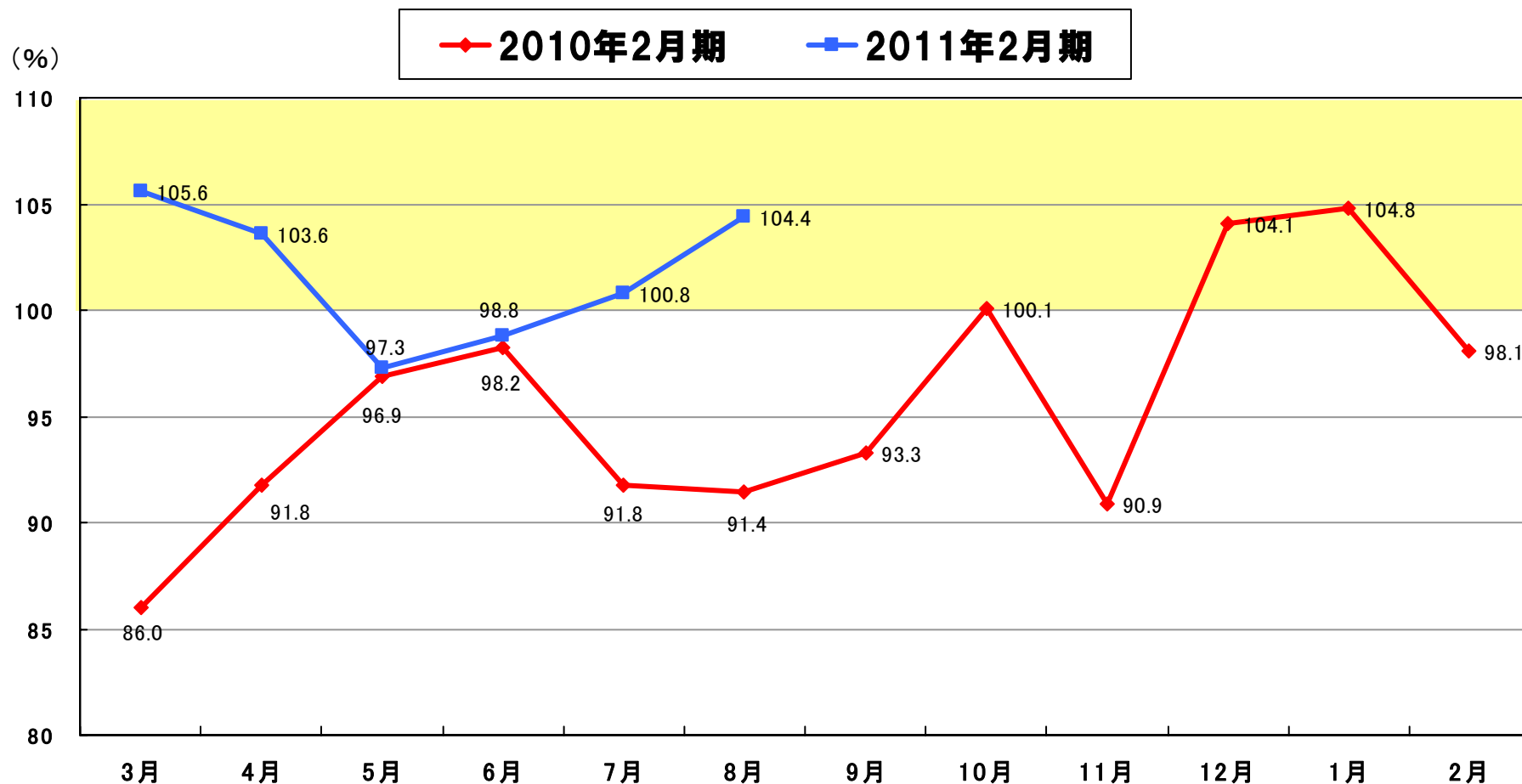
7. 月次売上動向 ①全店売上高

■全店売上高の前年同月比



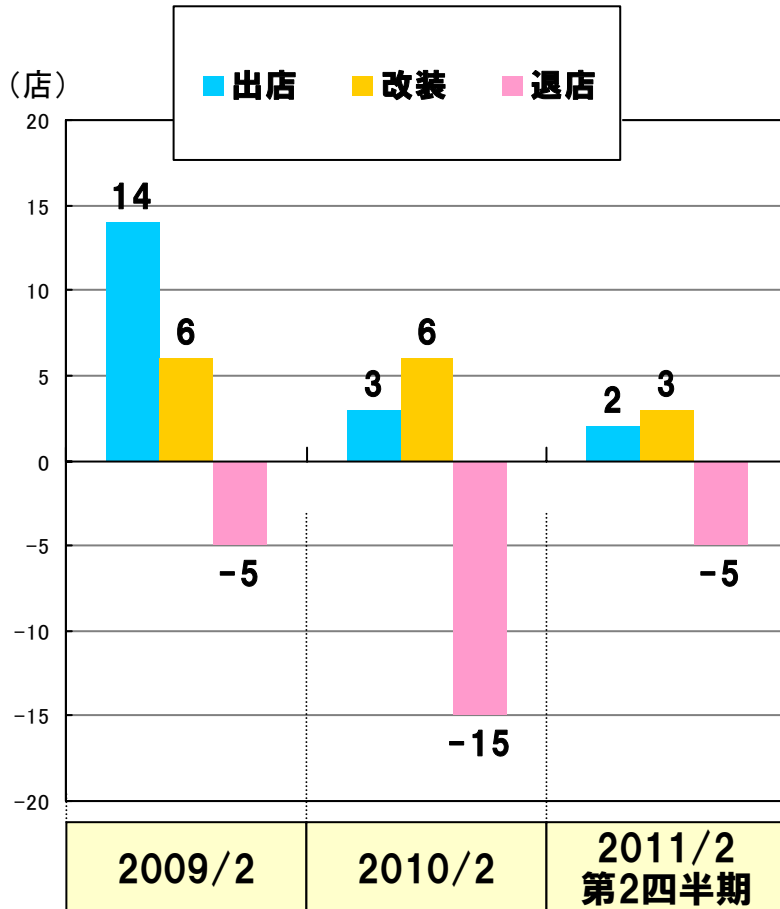
7. 月次売上動向 ②直営既存店の売上高

直営既存店売上高の前年同月比

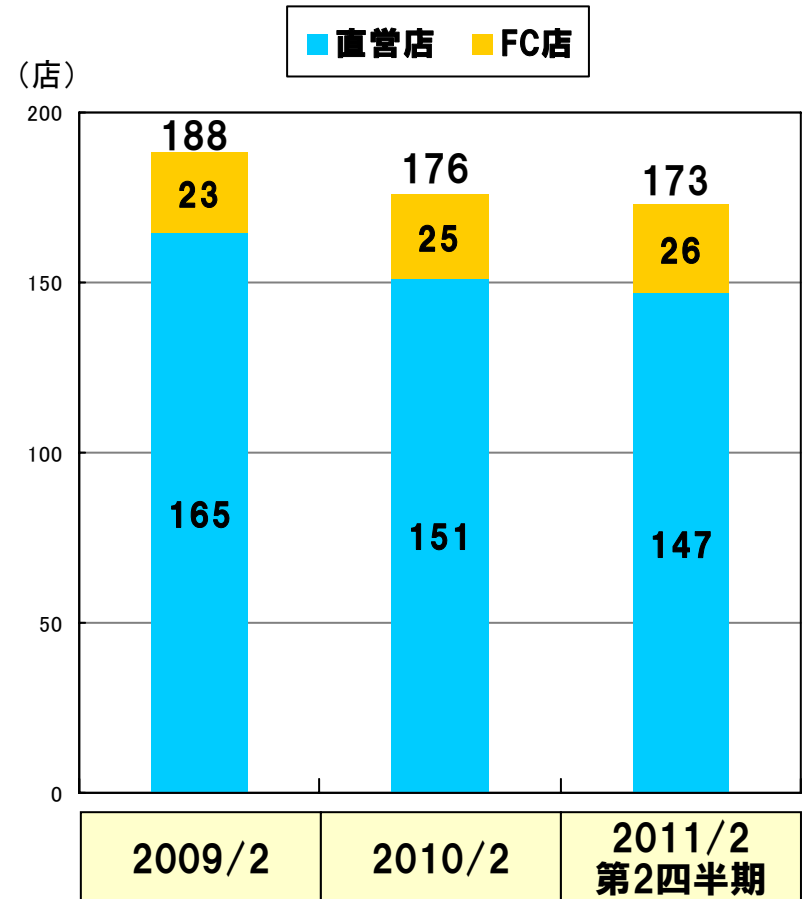


8. 店舗展開の状況

■ 出退店等の推移



■ 店舗数の推移



* FC店を含む

9. 通期業績見通し

(単位:百万円)

	2009/2 (実績)	2010/2 (実績)	2011/2 (期初予想)	対前期増減額
売上高	14,879	13,954	13,400	△554
営業利益	8	458	460	2
経常利益	15	408	410	2
当期純利益	△215	256	180	△76

期初予想:平成22年4月12日公表

Passport



今後の戦略

1. 中期経営計画の概要と現状

長期ビジョン 「ハッピーカンパニー」を目指す

中期3ヵ年計画
『M3』

(2009年2月期～2011年2月期)

Merchandising

商材を掘り起こし、

Manpower

人財を活かして販売する。

Mission

それが雑貨専門店として、
当社が果たすべき仕事である。

不況長期化の中では定量的目標よりも定性的目標の追求が重要と判断し、
2010年2月期以降、定性的目標の追求に専念

2011年2月期は、中期3ヵ年計画の最終年度

2. 2011年2月期の重点戦略

重点戦略-1

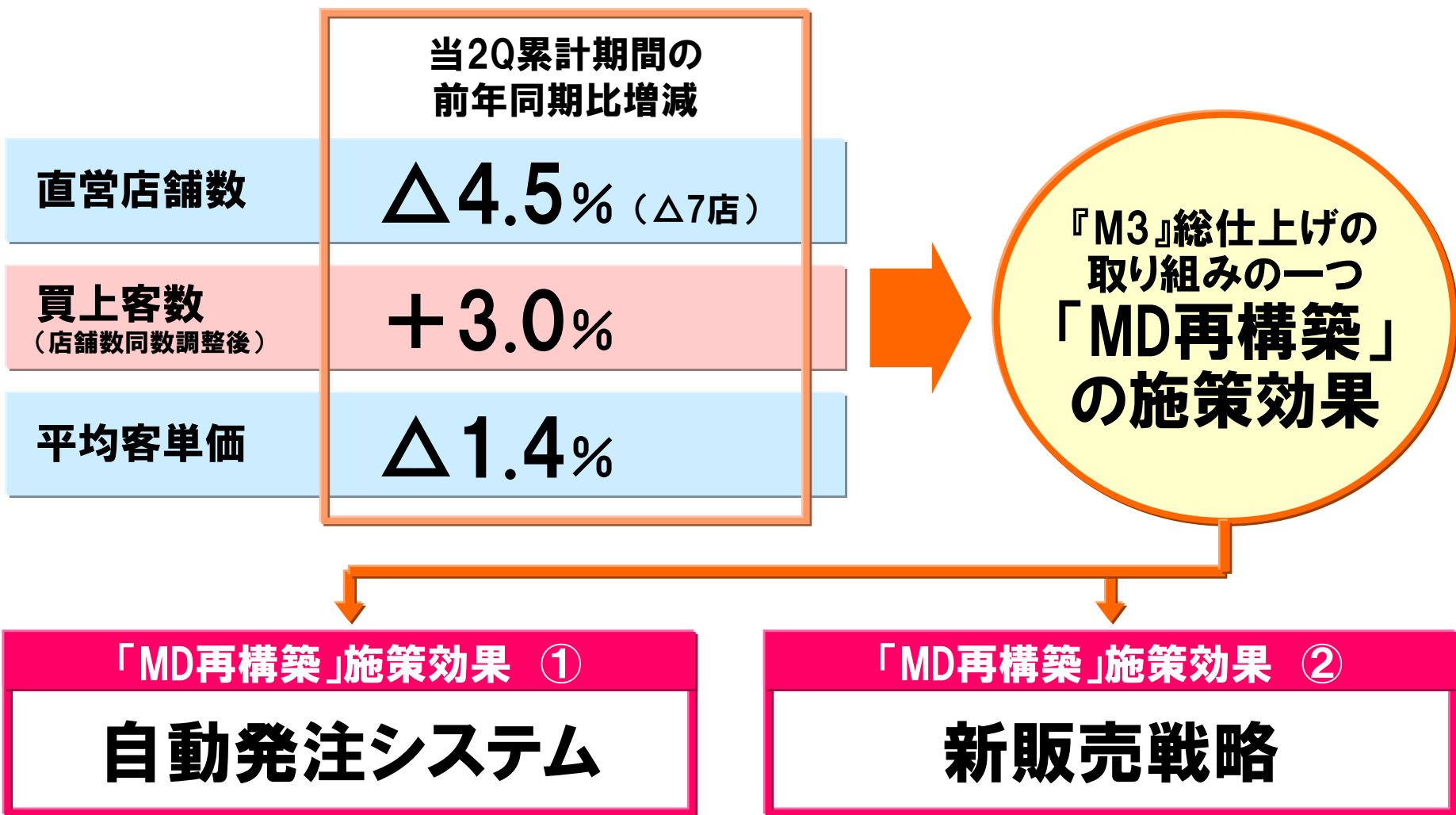
中期3ヵ年計画
『M3』の
総仕上げ

重点戦略-2

「経営体質強化」
の取り組み
を継続・深化

経営環境認識：本格的な景気回復はまだ先

3. 重点戦略-1: 『M3』総仕上げ 1/3



3. 重点戦略-1: 『M3』総仕上げ 2/3

「MD再構築」
施策効果 ①

自動発注システム「RiTI」(リッティ)

- Risk Take Item(リスク テイク アイテム)
本部がリスクをもって商品を作り込んで全店展開していく仕組み
- 商品を単品毎にコード化し、売行きに応じて補充発注が自動的に
行なわれるシステム

【主な導入・運用メリット】

- ① 機会損失の大幅防止 (補充発注の漏れ防止)
- ② 品揃えの均質化 (店長の選り好みを回避)
- ③ 各店舗の発注作業の軽減 (→接客応待・売場管理への集中)

3. 重点戦略-1: 『M3』総仕上げ 3/3

「MD再構築」
施策効果 ②

新販売戦略「Pick Seed」(ピクシー)

- パスポートが全店共通で「売り筋」にする戦略商品を徹底的に重点販売
- 売れる商品を最大限に売っていく新たな仕組み

販売戦略の明確化

(全社を挙げた販売戦略の早期浸透化)

- ① 売り筋商品の明確化
- ② 売り方の明確化
- ③ 作業の優先順位の明確化

指示が単純化できる

動きが早くなる

売場が常に変化する

いつも楽しいお店になる

4. 重点戦略-2: 「経営体質強化」継続・深化

本格的な景気回復期を迎えるまでは、経営の足場固めに注力

「経営効率改善施策」 の継続

各店舗・本部ともに更にスリム化を図り、経営指標の改善に継続して取り組む

【更なる改善に努める主な経営指標】

- 売上総利益率
- 営業利益率
- 人件費率
- 総資本回転率
- 労働分配率
- 有利子負債比率
- 家賃比率
- ROE など

「赤字店舗の改善対策」 の強化

赤字店舗の要因分析

改善対策の実施

管理営業赤字店舗数の
前期比50%削減を目指す

7. 「催事店舗」の展開状況

錦糸町オリナス店(東京)2F

(出店期間: 2009年11月28日~2010年2月14日)

Lalaport TOKYO-BAY店(千葉県)西館2F

(出店期間: 2010年2月19日~2011年1月31日)

仙台セルバ店(宮城)4F

(出店期間: 2010年3月5日~8月22日)

くずはモール店(大阪)西館2F

(出店期間: 2010年3月18日~11月末)

五所川原エルム店(青森)1F

(出店期間: 2010年9月17日~2011年3月31日)

寝屋川グリーンシティ店(大阪)1F

(出店期間: 2010年9月23日~2011年1月31日)

新浦安ショッパーズプラザ店(千葉)2F

(出店期間: 2010年9月23日~2011年2月28日)

3月7日
直営店として
新規オープン



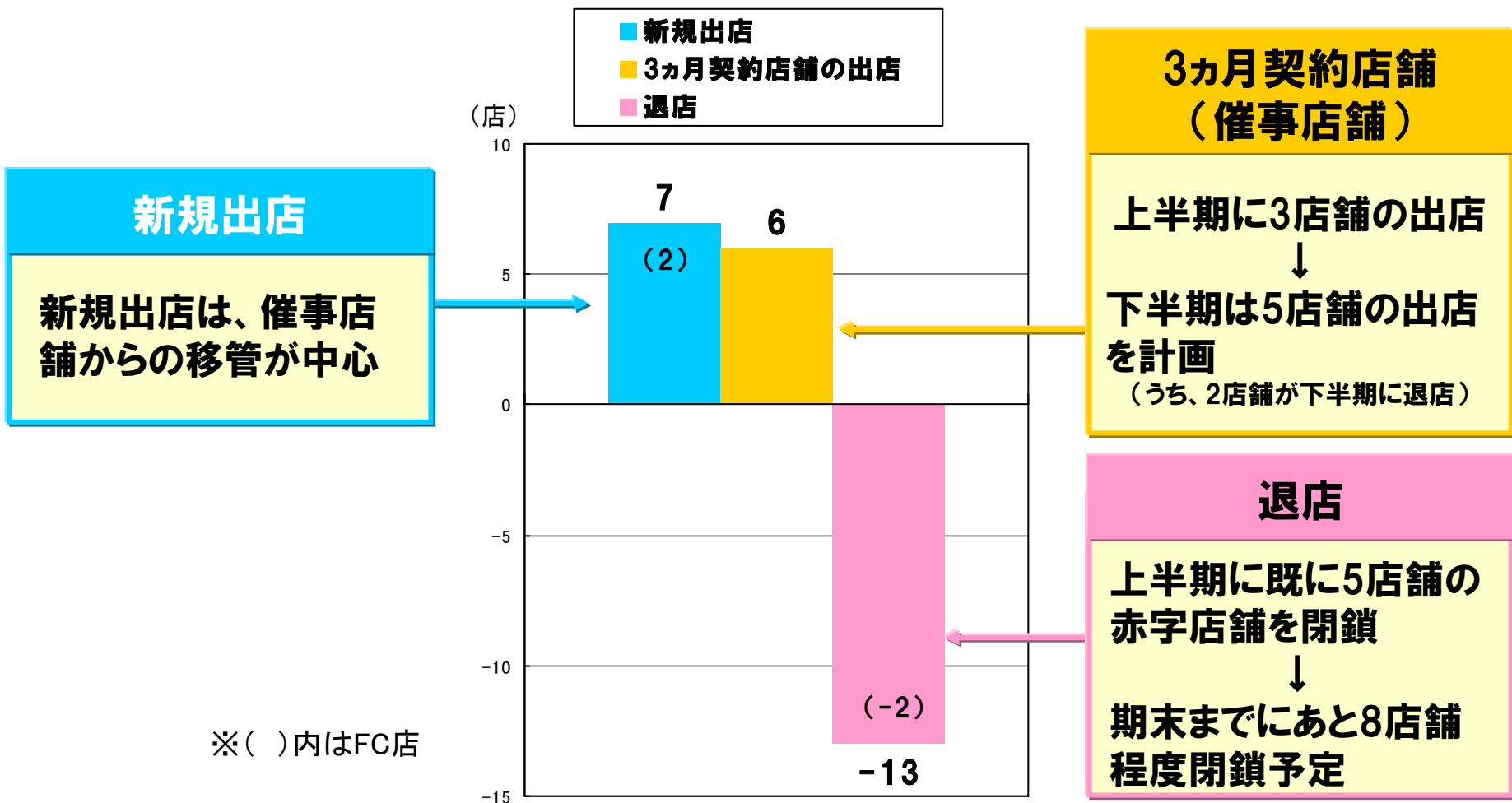
9月11日
直営店として
新規オープン



下半期も、随時出店

8. 2011年2月期 出退店政策

2011年2月期の出退店計画



9. 中期経営計画『M3』の目指す姿

中期3ヵ年計画 『M3』

Merchandising

Manpower

Mission

『M3』の真の目標

お客様がパスポートを
『私のお気に入りの店』
と考え、大好きになって
いただくこと

長期ビジョン

「ハッピーカンパニー」
を目指す

**お問い合わせ先 : (株)パスポート 総合企画室 /久保田
安部**

TEL (03) 3494-4497

E-mail abegaku@passport.co.jp

【注意事項】

掲載されている当社の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業務等に関する見通しであり、これらは現時点で入手可能な情報による判断および仮定にもとづいています。実際の業績はリスクや不確定要素の変動および経済情勢等の変化により、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。なお、掲載内容について当社はあらゆる面から細心の注意を払っておりますが、それらには誤りやタイプミス等が含まれる可能性があります。