

中期経営計画2014

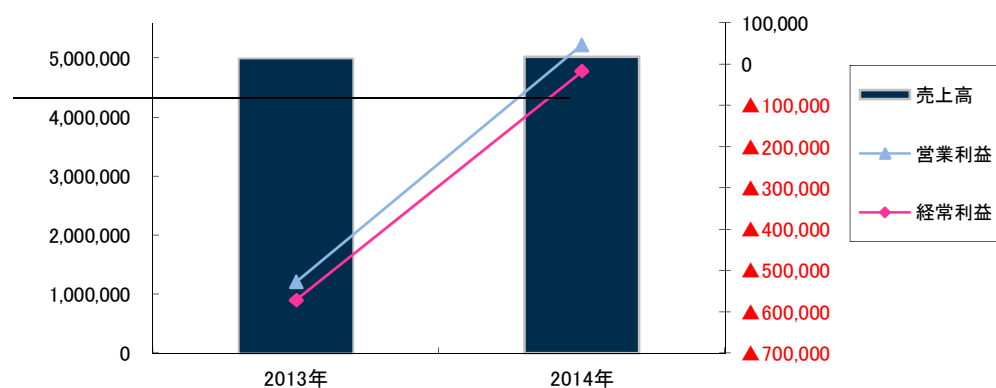
2014年8月26日

株式会社アイデアインターナショナル

2014年6月期振り返り

(単位:千円)

	2013年6月期	2014年6月期	前年(2013年6月期)比
売上高	4,994,439 100.0%	5,031,757 100.0%	+37,318 100.7%
売上原価	2,893,342 57.9%	2,629,904 52.3%	▲263,439 90.9%
売上総利益	2,101,097 42.1%	2,401,853 47.7%	+300,756 114.3%
販売管理費	2,628,088 52.6%	2,354,900 46.8%	▲273,189 89.6%
営業利益	▲526,991 ▲10.6%	46,952 0.9%	+573,942 ▲8.9%
営業外収益	21,377 0.4%	2,805 0.1%	▲18,571 13.1%
営業外費用	65,833 1.3%	66,675 1.3%	+843 101.3%
経常利益	▲571,447 ▲11.4%	▲16,917 ▲0.3%	+554,530 -
特別利益	991 0.0%	0 0.0%	▲991 0.0%
特別損失	59,036 1.2%	59,066 1.2%	+31 100.1%
税金等調整前当期純利益	▲629,492 ▲12.6%	▲75,984 ▲1.5%	+553,508 -



■製造卸売事業

オリジナル商品は売上好調に推移したものの、年末からの商品リコールの影響があり前年を下回る結果に。

売上高 2,669百万円
(対前期▲57百万円)

■小売事業

四月以降消費税増税の影響があったものの、接客力向上・VMDの改善、社員教育の徹底などに努め、既存店はほぼ前期並みの売上となったものの、前期閉鎖した3店舗の影響があり売上減少。

インターネット販売は、SEO対策が効果を発揮し、前年を大幅に上回る結果に。

売上高 2,155百万円
(対前期▲104百万円)

■リレント化粧品事業

リレント化粧品は固定客に対して安定的な売り上げが見込め、2月より健康コーポレーションのOEM商品の生産を開始。

売上高 202百万円
(対前期+202百万円)

2014年6月期総括(1)

第一四半期

卸売事業	加湿器の新機種を複数投入したことにより売上高増加
小売事業	前期閉鎖店舗による影響で売上減少
販売管理費	広告宣伝費、販促費の増加によるコスト増
財務	健康コーポレーションへの第三者割当増資607百万円実施

第二四半期

卸売事業	オリジナル商品売上高は好調に推移したが、OEM受注が減少
小売事業	前期閉鎖店舗による影響で売上減少
販売管理費	販促・広告投資を積極的に実施、他経費は抑制

第三四半期

卸売事業	商品リコールの影響があり売上高減少
小売事業	Eコマースは急伸したものの、前期閉鎖店舗による影響で売上減少
事業拡大	リレント化粧品㈱との合併
販売管理費	各種経費の見直し、人員の適正配置を行い大幅な経費削減

第四四半期

卸売事業	消費税増税の影響、キッチン家電の欠品により売上減少
小売事業	消費税増税の影響により売上減少
リレント化粧品事業	健康コーポレーションへのOEM生産により売上拡大
販売管理費	各種経費の見直し、人員の適正配置を行い大幅な経費削減

2014年6月期総括(2)

人材戦略

組織体制再構築	グループ制から本部集中管理体制へ移行し、業務がスピードアップ
部内運営見直し	コスト削減等予算管理を部員まで徹底できる運営に移行
研修拡充	新入社員研修は実施したが、マネジメント層研修が未実施
採用基準の引き上げ	全国的な人材不足により、採用基準の引き上げは行えず

商品戦略

ヒット商品の開発	キッチン家電の開発(ホットプレート等)
カテゴリ商品の育成	商品開発・マーケティングに力を入れ、トラベル商品の売上を拡大
低単価商品の導入	セールスプロモーション向け商品として低単価商品を検討したが適した商品を導入できず

販売戦略

新規販路開拓	商品リコールの影響があり新規販路開拓が進まず
キッチン商品の売上拡大	キッチン商品を充実させ、主要な得意先の売り場展開することで売上拡大
ギフトプレミアム売上拡	ギフトプレミアムの営業体制が構築できず、前年に比べ売上減少

出店戦略

希少性の維持	新規出店は京王吉祥寺に2店舗出店のみ
店舗運営の効率化	メイン販売商品を明確化し、販売力を強化

プロモーション戦略

主力商品の認知度向上	ネット広告等を強化し、EC販売の売上拡大に寄与
商品リピート率の向上	接客スペシャリストを養成し、販売力を強化

今後3年間の事業戦略と前提条件

早期のV字回復をするために、下記の事業戦略を実施してまいります。そのためには健康コーポレーション株式会社との資本業務提携の継続を前提としています。

人材戦略

早期のV字回復を達成するためには組織力の強化が必須ですが、前年マネジメント研修未実施だったことから、次のような施策を含む組織改革を実施します。

組織改革

組織体制再構築、部内運営見直し、マネジメント層の強化

商品戦略

早期のV字回復を達成するためには商品力の強化が必須ですが、オリジナルブランド数が多く、経営資源が分散されているため次のような施策を含む商品企画開発を実施します。

商品企画開発

開発アイテムを絞り込み、開発効率、販売効率、在庫効率を向上
オリジナルブランドが多数存在するため、ブランドの絞り込みを行い、経営資源を集中させる

商品企画の強化
生産管理体制を内製化から外注化を移行し、人材を商品企画に集中させる

販売戦略

早期のV字回復を達成するためには販売力の強化が必須ですが、Eコマースを除く卸売事業・小売事業は売上減少していることから、次のような施策を含む販売戦略を実施します。

卸売事業

新規販路開拓による売上拡大
インテリア雑貨・化粧品において、新規販路開拓により販売の拡大を図る

ギフトプレミアムの売上拡大
組織体制を見直し、OEM・ギフトプレミアム案件を積極的に取り組む

国内・海外の仕入商品を強化し、売上拡大を図る
オリジナル商品が手薄なジャンルを補完するため、仕入れ商品を強化する

小売事業

店舗運営の効率化
最適な人員配置を行い、店舗の利益率を向上させる

直営催事店舗の積極的取組みによる売上拡大
直営店(トラベル、オーガニックコスメ、インテリア雑貨)の催事に関して積極的に取り組み、売上拡大を図る

リレント化粧品事業

リレント化粧品の販売拡大
リレント化粧品において、新規販路開拓により販売の拡大を図る

OEM商品の生産拡大
健康コーポレーションなどOEM商品の生産を拡大するため、生産体制を整備する

財務戦略

前期の自己資本比率が2%と低いことから、次のような財務戦略を実施します。

自己資本比率向上

第三者割当増資(7月実施済)

損益目標数値

次期の業績予想につきましては、例年、各部門からの情報を元に、数値を取りまとめ、決算短信の開示と同時に発表しておりましたが、本年2月にリレント化粧品を合併、本年6月にクリアベルデの解散、また健康コーポレーショングループとの取引拡大等、短期間の中に業績に大きな影響をきたす外部要因が増え、また生産管理体制の改革等今までに着手したことのない内部要因もあり、情報の精査に時間を要しております。これらの点を考慮し、業績予想の数値の記載を行わないことといたします。

なお、情報が精査され次第、次期予想について発表する予定であるとともに、各事業年度における計画達成のための具体的施策の内容及びその前提条件については、公表いたします。